



VARSINAIS-SUOMEN MATKAILUYHTEISTYÖ
JA MATKAILUN KEHITYS
VUOSINA 1998–2008



Varsinais-Suomen matkailuyhteistyö ja matkailun kehitys vuosina 1998-2008

Varsinais-Suomen liitto
PL 273 (Ratapihankatu 36), 20101 Turku
p. +358(0)2 2100 900
www.varsinais-suomi.fi

ISBN 952-5599-46-9
2009

Sisällysluettelo

1. JOHDANTO	5
2. TOIMIALAN MÄÄRITTELY	6
3. VARSINAIS-SUOMEN SEUTUKUNNAT	6
3.1 Loimaan seutukunta	6
3.2 Salon seutukunta	6
3.3 Turun seutukunta	7
3.4 Turunmaa	7
3.5 Vakka-Suomi	7
4. MAAKUNNALLISET MATKAILUTOIMIJAT	7
4.1 Turku Touring	7
4.2 Varsinais-Suomen TE- keskus	8
4.3 Varsinais-Suomen liitto	8
5. RAPORTIN TARKEMMAT TAVOITTEET	8
6. MATKAILUN KEHITYS TILASTOISSA	9
6.1 Matkailijamäärät vuosina 1998–2008	9
6.1.1 Suomalaiset matkailijat	9
6.1.2 Ulkomaalaiset matkailijat	10
6.2 Majoitusliikkeiden kapasiteetti	11
6.2.1 Yöpymiset majoitusliikkeissä	11
6.2.2 Majoitusliikkeiden huone- ja vuodekäyttöasteet	12
6.3 Matkailualan työllisyys	13
6.3.1 Toimipaikat	13
6.3.2 Henkilöstö	14
6.4 Majoitus- ja ravitsemistoiminnan liikevaihto	15
6.5 Matkailualan hankerahoitus Varsinais-Suomessa	17
6.5.1 Turku Touringin toteuttamat hankkeet	18
7. KYSELY VARSINAIS-SUOMEN MATKAILUYRITTÄJILLE MAAKUNNALLISTEN MATKAILUTOIMIJOIDEN ROOLISTA JA MERKITYKSESTÄ	19
7.1 Aineisto	19
7.2 Palaute Turku Touringille	20
7.2.1 Palaute Turku Touringille seutukunnittain	21
7.2.2 Palaute Turku Touringille toimialoittain	22
7.3 Palaute Varsinais-Suomen TE -keskukselle	23
7.3.1 Palaute TE -keskukselle seutukunnittain	23
7.3.2 Palaute TE - keskukselle toimialoittain	24
7.4 Palaute Varsinais-Suomen liitolle	25
7.4.1 Palaute Varsinais-Suomen liitolle seutukunnittain	26
7.4.2 Palaute Varsinais-Suomen liitolle toimialoittain	26
8. HAASTATTELU TURKU TOURINGIN PERUSTAMISESTA JA SEN ONNISTUMISESTA TEHTÄVÄSSÄÄN MAAKUNNALLISENA ORGANISAATIONA	27
8.1 Haastateltavien valinta ja haastattelun aiheet	27
8.1.1 Turku Touringin perustamisprosessista	28
8.1.2 Turku Touring matkailun markkinoinnin koordinoijana ja myyntiorganisaationa	28
8.1.3 Turku Touringin Turku-keskeisyys?	28
8.1.4 Liiton rooli matkailun osalta	29
8.1.5 TE-keskus matkailuelinkeinon rahoittajana sekä kehittäjänä	29
8.1.6 Kehittämistarpeet	29
9. JOHTOPÄÄTÖKSET	30
Lähteet:	32
Liitteet:	33

1. JOHDANTO

Matkailun kehittämisellä on erityinen merkitys Varsinais-Suomen ja etenkin maaseudun sekä saariston uutena työllistäjänä ja näiden alueiden perustoimintojen ylläpitäjänä. Toisaalta matkailun tarpeisiin rakentuvan palveluvarustuksen ajatellaan toimivan myös kaikkien varsinaissuomalaisten hyväksi lisäämällä maakunnan vetovoimaisuutta asuinpaikkana. Suomen talous kasvaa matkailun kautta ja matkailu on myös suuren kasvupotentiaalin omaava palveluala.

Varsinais-Suomessa vastuu maakunnalliseen matkailun markkinoinnin koordinoinnista on Turku Touringilla, joka on toiminut vuodesta 1998, ensin määräaikaisena projektiorganisaationa. Projektin tarkoituksena oli luoda seudulle vahva markkinointiyksikkö, joka toimisi Turun kaupungin, yhteistyöstä kiinnostuneiden lähikuntien ja muiden julkisten elinkeinomatkailemisen edistämisorganisaatioiden sekä elinkeinoelämän tuella. Vuoden 1999 marraskuussa Turku Touring vakinaistettiin maakunnalliseksi alueorganisaatioksi. Se toimii Turun kaupungin johdolla ja perii jäsenmaksuja kunnilta. Lisäksi vuonna 1999 perustettiin Turku Touring Oy vastaamaan matkailualan yrityksille ja yksityisille Turun ja Varsinais-Suomen alueen matkailutuotteiden myynnistä.

Turku Touringin perustamisesta on kulunut suunnilleen kymmenen vuotta ja Varsinais-Suomen maakuntavaltuuston hyväksymässä taloussuunnitelmassa vuosille 2009–2011 on päätetty suorittaa Varsinais-Suomen matkailun tilanteesta itsearviointi. Turku Touringin ohella keskeisiä julkisia toimijoita matkailualalla ovat Varsinais-Suomen TE- keskus ja Varsinais-Suomen liitto.

Tämän raportin tarkoituksena on kartoittaa Varsinais-Suomen matkailua vuosilta 1998–2008. Se toimii samalla yleiskatsauksena Varsinais-Suomen matkailun tilaan. Matkailualan kehitystä tarkastellaan tilastollisesti keskittyen muun muassa matkailijamääriin, majoitusliikkeiden kapasiteettiin sekä matkailualan työllisyyteen. Tilastoissa Varsinais-Suomen matkailualan kehitystä vertaillaan Pirkanmaan ja koko Suomen kanssa. Raportissa on toteutettu myös kysely Varsinais-Suomen matkailualan yrittäjille sekä haastateltu erinäisiä matkailualan ammattilaisia. Raportissa on siis selvitetty, miten matkailuala on kehittynyt Varsinais-Suomessa viimeisten kymmenen vuoden aikana. Raportin perusteella voidaan miettiä mahdollisia jatkotoimenpiteitä.

Raportin on laatinut valt.kand. Ilona Mäkinen Turun yliopistosta. Hän oli korkeakouluharjoittelijana Varsinais-Suomen liitossa aluekehittämisen osaamisryhmässä keväällä 2009.

2. TOIMIALAN MÄÄRITTELY

Matkailualan kokonaisuus koostuu monesta eri toimialasta. Sen keskeisiä sektoreita ovat majoitus- ja ravitsemistoiminta sekä henkilöliikenne. Merkittävänä sektoreina matkailussa ovat luonnollisesti myös matkailutoimistot sekä aktiviteetteja ja tapahtumia tarjoavat yritykset ja yhteisöt. Osittain matkailua palvelevia sektoreita ovat esimerkiksi käsi- ja pienteollisuus sekä vähittäiskauppa. (Harju-Autti & Ryymin, 8.)

Tähän raporttiin on sisällytetty haastateltavien yritysten osalta palveluyritykset, jotka ovat täysin tai lähes kokonaan riippuvaisia matkailusta. Tällaista yritysjoukkoa voidaan pitää Suomen matkailuklusterina (Harju-Autti & Ryymin 2008, 10). Tukku- ja vähittäiskaupan toimiala sekä Tilastokeskuksen määrittelemä ”muut yhteiskunnalliset ja henkilökohtaiset palvelut” -luokitus kuuluvat matkailun alaan vain osittain. (Tilastokeskus1)

Tilastoissa on seurattu majoitus- ja ravitsemistoimintaa. Myös muissa toimialaluokissa on osittain matkailuun liittyviä toimintoja. Tilastoissa majoitustoiminta sisältää hotellit ja niiden lisäksi muun muassa leirintäalueet, retkeilymajat ja lomakylät, joissa on vähintään kymmenen huonetta. Muu majoitustoiminta jää tämän tarkastelun ulkopuolelle. Ravitsemistoimintaan kuuluu erilaiset ravintolat, kahvilat, baarit ja ateriapalvelu. Käytettävät tilastot ovat vuoden 2002 toimialaluokituksen mukaisia pääsääntöisesti vuosien 2003–2008 osalta. Vuosien 1998–2002 osalta käytetään aikaisempaa vuoden 1995 toimialaluokitusta. Toimialaluokitus 2002 on toimialaluokitus 1995 -luokitusstandardin päivitetty laitos ja korvaa sen (Tilastokeskus 6).

3. VARSINAIS-SUOMEN SEUTUKUNNAT

3.1 Loimaan seutukunta

Loimaan seudun väkiluku oli vuoden 2008 lopussa 37 185 (v. 1999 lopussa 37 203). Loimaan seutukunnassa yrittäjyydellä on vahvat perinteet. Merkittävimmät toimialat ovat metalli- ja koneenrakennusteollisuus, mekaaninen puuteollisuus, rakennusmateriaaliteollisuus ja elintarviketeollisuus. Yli 2 100 maatilaa tekee seutukunnasta myös merkittävän maatalousalueen. Loimaan seutukunta tarjoaa hyvät edellytykset yrittämiselle, sillä alueen infrastruktuuri ja palvelut ovat kunnossa. Maakunnan rakennemuutos on ollut voimakas ja se tulee jatkumaan myös lähitulevaisuudessa. Alueella ei ole suuria yksittäisiä työllistäjiä, mutta toisaalta seutukunnan yritysintensiivisyys on korkea. Keskeisellä sijalla seutukunnan kehittämisessä on ollut osaamisen keskittäminen ammattikorkeakoulun, ammatti-instituutin ja seudullisen kehittämiskeskuksen yhteistyönä.

Matkailusta vastaavat organisaatiot sekä alan koulutusta ja tutkimusta tarjoavat tahot kehittävät ja tuovat esille alueidensa matkailullisia vahvuuksia. Loimaan seudulla vetovoimatekijöitä ovat muun muassa Maatalousmuseum Sarka sekä erilaiset maa-seutumatkailupalvelut (Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittäminen, Strategiset valinnat 2005-2011). Myös ympäröivä luonto on lähellä ja seutukunnalla on useita valmiita ulkoilureittejä ympärivuotiseen liikkumiseen.

3.2 Salon seutukunta

Salon seutukunnan väkiluku oli vuoden 2008 lopussa 64 242 (v. 1999 lopussa 62 393). Salon seutukunnan elinkeinorakenteen muutoksessa vahvana vaikuttajana on ollut elektroniikkateollisuuden menestys. Seutu on vahvasti erikoistunut ICT-alaan, mikä aiheuttaa rakenteellista herkkyyttä alueen elinkeinorakenteeseen ja samalla paineita sen monipuolistamiseen. Seutukunnassa on työpaikkoina mitattuna myös iso kauppa- ja palvelusektori. Merkittävä osa seudun yrityksistä toimii vientimarkkinoilla. Alueen vahvistamiseksi on pyritty monipuolistamaan teollista toimintaa, lisäämään maatilatalouden jalostusastetta, vahvistamaan pienyrittäjyyttä sekä kehittämään ympäristöön ja ennen muuta turismiin liittyvää yrittäjyyttä.

Seudun bruttokansantuote asukasta kohden on maamme korkeimpien joukossa. Seutukunta on myös merkittävä maatalousseutu. Perinteisen maatalouden rinnalle on kehittynyt luomuviljelyä, jatkojalostusta ja erikoiskasvien viljelyä. Salossa on työpaikkoina mitattuna myös iso kauppa- ja palvelusektori. Salo on korkean teknologiansa lisäksi tunnettu myös kartanoistaan, ruukkialueistaan ja kauniista maaseudusta. Salon seudun vetovoimatekijöitä ovat Meri-Teijon matkailualue sekä historia- ja kulttuurimatkailu.

3.3 Turun seutukunta

Väkiluku oli vuoden 2008 lopussa 305 387 (v. 1999 lopussa 291 030). Turun seutukunnan mahdollisuuksia ovat vahvat ja tunnetut kärkitoimialat kuten meri- ja metalliteollisuus, bioteknologia sekä ICT eli tieto- ja viestintäteknologia. Teollisuus ja palvelut ovat merkittävimmin työllistävät toimialat. Turun seudun vetovoimatekijöitä ovat muun muassa historiaan, merellisyyteen ja kulttuuriin liittyvät tapahtumat ja kohteet, Turku kokous- ja kongressikaupunkina sekä ympärivuotisen kaupunkilomakohteen. Naantalin matkailukeskittymä vetää myös puoleensa matkailijoita ympäri maailmaa: löytyyhän sieltä Muumimaailma sekä Naantalin kylpylä. (Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittäminen, Strategiset valinnat 2005-2011)

3.4 Turunmaa

Väkiluku oli vuoden 2008 lopussa 22 708 (v. 1999 lopussa 22 958). Turunmaan seudun elinkeinoelämää hallitsevat yleisesti palvelu ja kauppa, joiden merkitys on lisääntynyt hitaasti jo pidemmän aikaa. Samanaikaisesti on jalostuksen osuus pysynyt suhteellisen muuttumattomana, kun taas alkutuotannon merkitys on vähentynyt. Haasteita alueen kehittämiseen tuovat käytettävissä olevan maa-alan puute, voimakas riippuvuus ulkopuolisesta liikenne- ja tietoliikenneinfrastruktuurista, rajoitettu vesi- ja energiahuolto, meren saastuminen ja herkkien saaristo- ja vesistöalueiden luonnon häiriintyminen, talouden kapealaisuus ja väestökehityksen luomat paineet. Matkailun kehittäminen luo koko valtakunnan tasolla tarkasteltuna mahdollisuuksia saariston elinvoimaisuuden kehittämiseen. Vetovoimatekijöitä matkailijoille ovat meri, 20 000 saarta ja luotoa sekä saariston Rengastie.

3.5 Vakka-Suomi

Vakka-Suomi oli vuoden 2008 lopussa 31 655 asukkaan seutukunta (33 519 asukasta v. 1999) Vakka-Suomen seutukunta määriteltiin vuoden 2004 alussa valtioneuvoston päätöksellä äkilliseksi rakennemuutosalueeksi, koska seutukunnan työllisyystilanne huononi nopeasti autotehtaan lomautusten johdosta. Sen jälkeinen työllisyyskehitys on ollut myönteistä. Seutukunta on pitkään ollut muuttotappioaluetta ja ongelmana on etenkin nuorten poismuutto alueelta.

Vakka-Suomi on vahvan ja monipuolisen vientiteollisuuden sijaintipaikka ja samalla se on Suomen ainoa merkittävä henkilöautoteollisuuden keskus. Valtaosa seutukunnan bruttokansantuotteesta syntyy viennistä. Vakka-Suomi on aluekeskus, jonka menestyminen perustuu erikoistuneen teollisuustuotannon korkeatasoiseen osaamiseen. Alueella on useita teollisuus- ja palvelualan yrityksiä, joiden tuotteista suurin osa menee vientiin. Vakka-Suomen vetovoimatekijöinä voidaan pitää Uutta kaupunkia, alueen lukuisia kesätapahtumia sekä esihistoriamatkailua ja kartanoita (Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittäminen, Strategiset valinnat 2005-2011)

4. MAAKUNNALLISET MATKAILUTOIMIJAT

4.1 Turku Touring

Vuoden 2000 alusta lähtien on Turun kaupungin matkailutoimisto toiminut vakituksena alueellisena ja maakunnallisena markkinointi- ja myyntiorganisaationa markkinointinimellä Turku Touring. Se on myös Varsinais-Suomen matkailun asiantuntija ja aktiivinen toimija, joka tuottaa lisäarvoa maakunnan matkailuelinkeinolle, asukkaille ja vierailijoille.

Turku Touring luo kysyntää matkailulle Varsinais-Suomen maakuntaan sekä osallistuu matkailun kehittämiseen alueella matkailuyrityksiä hyödyttäen. Turku Touring ohjaa maakunnan matkailua yhteistyössä seutukuntien kehittämisskeskusten kanssa. Lisäksi Turku Touringin tehtäviin kuuluu muun muassa alueelle saapuneiden matkailijoiden neuvonta. Turku Touring toimii myös alueellisena koordinaattorina yhteistyössä muiden aluekehitysviranomaisten ja valtion matkailuhallinnon kanssa sekä lausunnonantajana maakunnallisissa matkailuhankkeissa. Turku Touringin tavoite sekä matkailun kehittäjänä että hankkeiden koordinoijana on, että käynnistyvät matkailuhankkeet ovat hyväksytyjen strategioiden mukaisia ja ne palvelevat niistä asetettuja tavoitteita.

Turku Touringin toiminnassa matkailuelinkeinon ja matkailuhallinnon yhteistyömuotoja on kehitetty: yhteismarkkinoinnin toimenpiteet suunnitellaan markkinointiryhmässä, joka koostuu kärkituoteyritysten ja Turku Touringin edustajista. Maakunnallinen matkailun yhteistyöryhmä koostuu seutukuntien edustajista ja se käsittelee alueellisen markkinoinnin teemoja ja ilmettä sekä matkailun ajankohtaisia kehityslinjoja. Alueorganisaationa Turku Touringilla on tieto kysynnästä, henkilökunta, varausjärjestelmä ja toimisto keskellä Turkuun sekä tarvittavat kontaktit matkailupalvelujen tuottajiin.

Turku Touringin tehtävänä on myös ylläpitää hyviä suhteita alueen liikenneyhtiöihin ja pyrkiä aktiivisesti edistämään uusien liikenneyhtiöiden ja -yhteyksien tuloa alueelle. Turku Touring vastaa myös riittävän kohde- ja tuotetiedon tarjoamisesta alueelle liikennöivien sekä alueen matkailutuotteita myyvien yhtiöiden tarpeisiin. (Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittäminen, Strategiset valinnat 2005-2011)

Turun kaupunki ja alueen matkailuelinkeino perustivat Turku Touring Oy:n, joka aloitti toimintansa 15.8.1999. Yhtiön tehtäväksi määriteltiin matkailualan yrityksille ja yksityisille Turun ja Varsinais-Suomen alueen matkailutuotteiden myyminen. Sen ajateltiin myös olennaisesti lisäävän alueen matkailupalvelutuottajien yhteistoimintaa liittämällä yhteen ja verkostoimalla yksittäisiä matkailutuotteita mielekkäiksi, kysyntäkelpoiksi tuotekokonaisuuksiksi. Osakeyhtiö toimii juridisesti erillään Turku Touring -alueorganisaatiosta, mutta käytännössä kiinteässä yhteistyössä, ollen sen kaupallisia toimintoja hoitava osa. (Kv 1.2.1999 § 13)

4.2 Varsinais-Suomen TE- keskus

TE- keskuskeskukset ovat valtion alueellisia palvelu- ja kehittämisorganisaatioita, joiden toimintaa ohjaavat työ- ja elinkeinoministeriö, maa- ja metsätalousministeriö sekä sisäasiainministeriö. TE -keskusten toiminta-alueena on maakunta. Ne vahvistavat yritysten menestymisen mahdollisuuksia tukemalla kilpailukykyisten pk-yritysten perustamista, kasvua, kehittymistä ja kansainvälistymistä. TE-keskusten on käytettävä olemassa olevia rahoitusinstrumentteja myös matkailuelinkeinon kehittämiseen. Lisäksi jokaisessa TE-keskuksessa pitäisi olla matkailusta erityisesti vastaava asiamies, jonka tehtävänä on koordinoita matkailua koskevia asioita (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2006, 35.).

TE-keskuksessa on erilaisia vastuualueita. Työllisyys ja yrittäjyys -vastuualueella neuvotaan, kehitetään ja rahoitetaan yrityksiä niiden eri vaiheissa, edistetään teknologista kehitystä sekä autetaan yrityksiä kansainvälistymään sekä huolehditaan muun muassa keskusten toimialueella työmarkkinoiden ja työelämän asioiden alueellisesta toimivuudesta ja edistämisestä. Maaseutu ja energia -vastuualue huolehtii toimialueella maaseutuelinkeinon kehittämistä ja sopeuttamisesta yhteiskunnan muuhun muutokseen. Se on myös maaseutumatkailun kehittämiseen tähtäävien toimenpiteiden keskeinen rahoittaja.

4.3 Varsinais-Suomen liitto

Varsinais-Suomen liitto on 28 kunnan muodostama kuntayhtymä, jota alueen kunnat rahoittavat veroäyrimäärien suhteessa. Liitto toimii aluekehitysviranomaisena sekä suunnittelu- ja edunvalvontaorganisaationa. Varsinais-Suomen liitto sovittaa yhteen eri viranomaistahojen toimenpiteitä, vastaa maakuntatasoisesta maankäytön suunnittelusta, laatii 20 vuoden ajanjaksolle maakuntasuunnitelman ja valtuustokausittain tarkistettavan maakuntaohjelman. Liitto myöntää myös rahoitusta edellä mainittuja ohjelmia tukeviin hankkeisiin.

Aluekehitysviranomaisena Varsinais-Suomen liitto edistää maakunnan omatoimista ja tasapainoista kehitystä ohjaamalla kehittämistoimintaa ja varmistamalla ohjelmien toteutukseen tarvittavat rahoituspäätökset. Näiden kautta luodaan edellytyksiä elinkeinoelämän kehittymiselle ja saavutetaan maakunnan asukkaiden hyvinvointia edistäviä tavoitteita. Aluekehitystehtäviin kuuluu myös maakunnan matkailuun liittyvien tavoitteiden ja toteutustoimenpiteiden asettaminen maakuntastrategiassa ja -ohjelmassa. Osana aluekehitystehtävää maakuntaan on laadittu muun muassa Varsinais-Suomen matkailustrategia, Saaristo-ohjelma sekä Varsinais-Suomen maaseudun nykytila ja tulevaisuus -ohjelma. Näissä ohjelmissa matkailun kehittämällä on merkittävä rooli.

Maakuntasuunnitelman ja -ohjelman linjaukset näkyvät alueellisen matkailustrategian tavoitteissa ja toimenpiteissä. Myös valtion alueviranomaisten tulee rahoituspäätöksiä tehdessään ottaa huomioon maakuntasuunnitelmassa ja -ohjelmassa matkailulle määritellyt tavoitteet ja painopistealueet. Aluekehittämissuunnitelmassa liitto seuraa alan kehitystä ja aluetaloudellisia vaikutuksia.

5. RAPORTIN TARKEMMAT TAVOITTEET

Varsinais-Suomen maakuntavaltuuston hyväksymässä taloussuunnitelmassa vuosille 2009–2011 on päätetty suorittaa itsearvio maakunnan matkailun tilanteesta. Koska Varsinais-Suomessa keskeiset julkiset toimijat matkailualalla ovat Turku Touring, TE- keskus sekä Varsinais-Suomen liitto, haluttiin selvittää matkailuyritysten suhtautumista kyseisiin organisaatioihin. Miten matkailuyritysten ja julkisen sektorin yhteistyö on toiminut? Onko julkinen sektori onnistunut tavoitteissaan ja toiminnassaan matkailuyritysten mielestä?

Tämän lisäksi tehtiin tilastollinen selvitys matkailun kehityksestä Varsinais-Suomessa vuosina 1998–2008 siltä osin kuin tietoja on saatavilla. Selvitykseen on sisällytetty maakunnan matkailijamäärien ja työllisyyden ja toimipaikkojen kehitys, majoitustilojen kapasiteetti, liikevaihto sekä hankerahoitukset. Tilastoissa Varsinais-Suomen kehitystä verrataan Pirkanmaahan ja koko Suomeen.

Jotta raportti ei olisi liian yksipuolinen, on raporttiin haastateltu maakunnan matkailualan ”veteraaneja”: Perttu Koillista, Bo Lindholmia, Pertti Paasiota sekä Arja Yli-Uotilaa. Heitä haastateltiin Turku Touringin perustamisesta ja siitä, miten he kokevat Turku Touringin sekä muiden organisaatioiden onnistuneen sille asetetuissa tavoitteissa ja mitä pitäisi tehdä mahdollisesti jatkossa. Lisäksi haastateltavina olivat eri seutukuntien edustajat: heiltä kysyttiin seutukuntien kokemuksia maakunnallisen matkailun markkinoinnin sekä myynnin onnistumisesta ja yhteistyöstä eri seutukuntien ja organisaatioiden välillä.

Haastateltavilta kysyttiin lisäksi samoja asioita kuin matkailualan yrittäjiltä, jotta saamme monipuolisemman näkökulman aiheeseen. Varsinais-Suomen matkailualan yrittäjille lähetettiin kysely, missä he saivat arvioida Turku Touringin, TE-keskuksen sekä Varsinais-Suomen liiton toimintaa ja antaa palautetta siitä.

Tulosten perusteella on tarkoitus pohtia, mitä kehittämistarpeita ilmenee ja mitä pitäisi tehdä. Asia koetaan tärkeäksi, sillä Turku Touring on toiminut noin kymmenen vuotta. Ensi vuoden alusta se muuttuu osakeyhtiöksi, mikä tuo uusia haasteita. Siksi onkin tärkeä selvittää, mihin suuntaan maakunnan matkailuyhteistyötä halutaan kehittää.

6. MATKAILUN KEHITYS TILASTOISSA

6.1 Matkailijamäärät vuosina 1998–2008

Tilastokeskuksen määritelmän mukaan matkailijaksi lasketaan henkilö, joka viettää vähintään yhden yön ja korkeintaan vuoden muutoin kuin ansiotulon hankkimiseksi matkan kohteessa joko maksullisessa tai maksuttomassa majoituksessa. Matkustajia ovat tällöin vapaa-ajan matkailijat sekä liikematkailijat (Tilastokeskus 5). Tarkastelemme matkailijamääriä maksullisissa majoituksissa, koska matkailijoista, jotka yöpyvät maksuttomissa majoituksissa, ei ole kattavia tilastoja. Lisäksi matkailijamääriä on tarkasteltu suhteessa Pirkanmaan ja koko Suomen matkailijamääriin. Suomalaisten ja ulkomaalaisten matkailijoiden matkailijamääriä Suomessa on tarkasteltu erikseen.

6.1.1 Suomalaiset matkailijat

Ensimmäisessä taulukossa näkyy kaikkiin majoitusliikkeisiin vuosittain saapuneet suomalaiset vierailijat. Majoitusliikkeiksi lasketaan kaikki majoitustoimintaa harjoittavat liikkeet, jotka tarjoavat lyhytaikaista majoitusta. Määritelmä sisältää kaikki majoitusliikkeet, mukaan lukien hotellit, joissa on vähintään kymmenen huonetta, mökkiä tai sähköpistokkeella varustettua matkailuvaunupaikkaa sekä retkeilymajat.

TAULUKKO 1. Majoitusliikkeisiin saapuneet suomalaiset vuosina 1998–2008

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Koko maa	6 435 187	6 552 280	6 647 743	6 696 245	6 578 037	6 614 161
Varsinais-Suomi	448 754	477 442	503 746	523 151	479 906	494 811
Pirkanmaa	621 068	624 102	637 948	647 219	640 789	654 369
	2004	2005	2006	2007	2008	
Koko maa	6 823 689	7 009 123	7 317 909	7 626 946	7 748 217	
Varsinais-Suomi	503 990	542 592	581 298	589 697	598 725	
Pirkanmaa	685 557	724 202	743 632	791 866	778 731	

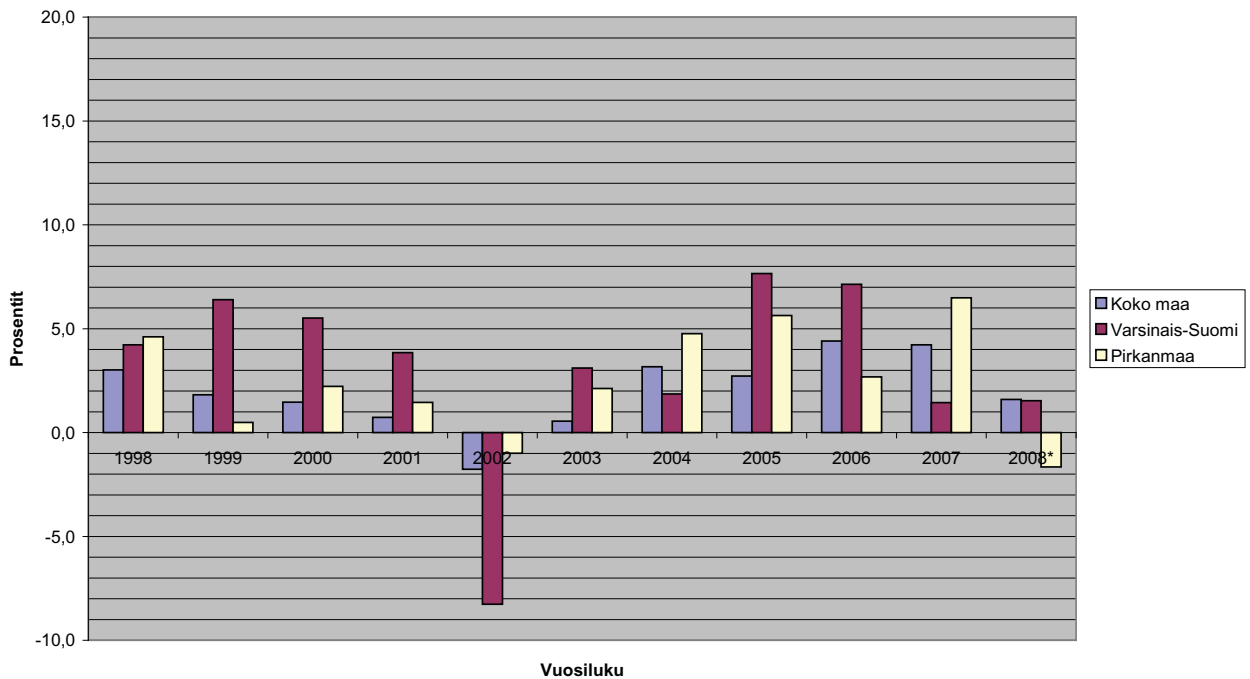
Vuoden 2008 osalta tieto on ennakoarvio.

Vuosien 1998–2008 välillä matkailijamäärä on kokonaisuudessa kasvanut seuraavasti:

- Koko maa: 1 313 030
- Varsinais-Suomi: 149 971
- Pirkanmaa: 157 663

KUVIO 1.

Kaikkiin majoitusliikkeisiin saapuneet suomalaiset v. 1998-2008, %



Vaikka Varsinais-Suomessa matkailijamäärä on määrällisesti kasvanut Pirkanmaata vähemmän, prosentuaalisesti kasvu on ollut kuitenkin suurempaa. Prosentuaalinen kasvu Varsinais-Suomessa on viimeisen kymmenen vuoden aikana ollut 33,4 %. Se on ollut myös reilusti enemmän kuin koko maan kasvu, mikä oli 20,4 %. Pirkanmaalla suomalaisten matkailijoiden määrä nousi 25,4 % kymmenessä vuodessa.

Yllä olevassa taulukossa vuosi 2002 erottuu mielenkiintoisesti muista vuosista. 2000-luvun alussa oli maailmalla lama. Suomen talous kääntyi myös laskuun: viennin kasvu loppui ja kääntyi monilla aloilla negatiiviseksi. Matkailu on kuitenkin ollut koko ajan kasvava elinkeino. Varsinais-Suomessa vuonna 2002 suomalaisten matkailijoiden määrä taulukon mukaan on laskenut noin kahdeksan prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna. Lukuna se merkitsee noin 43 000 matkailijaa vähemmän.

6.1.2 Ulkomaalaiset matkailijat

Ensimmäisessä taulukossa on nähtävissä kaikkiin majoitusliikkeisiin saapuneet ulkomaalaiset matkailijat.

TAULUKKO 2. Majoitusliikkeisiin saapuneet ulkomaalaiset vuosina 1998–2008

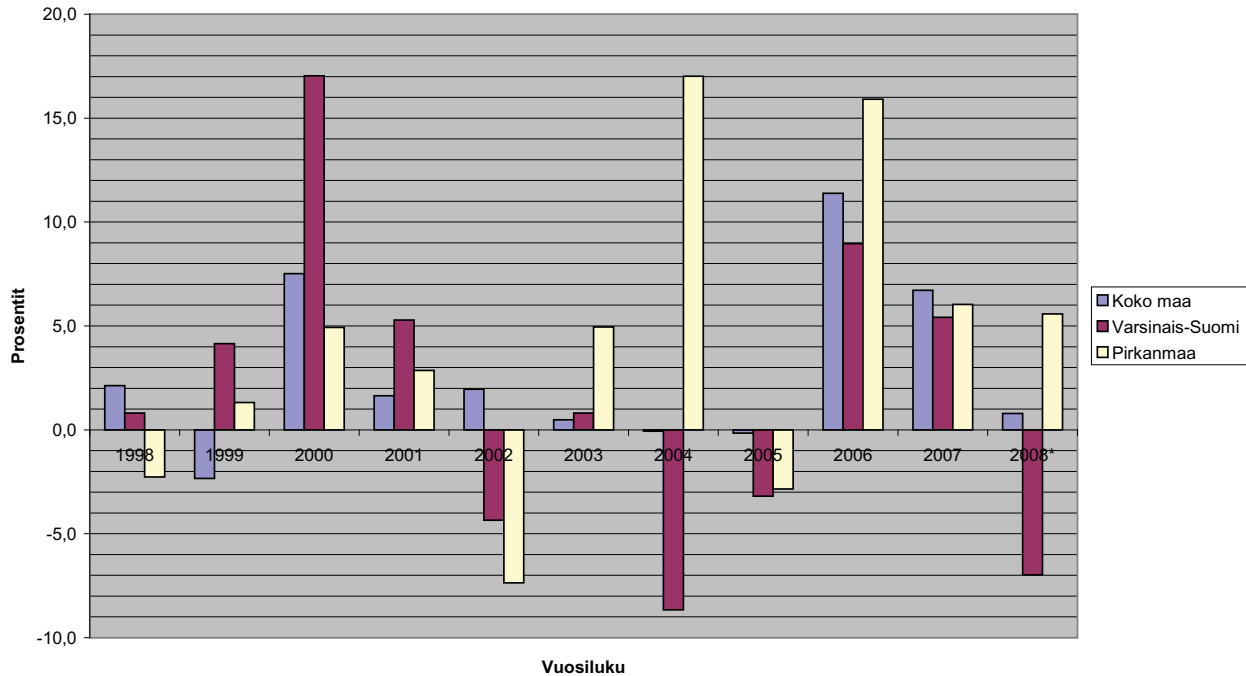
	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Koko maa	1 906 722	1 862 108	2 002 062	2 034 914	2 074 752	2 084 820
Varsinais-Suomi	116 672	121 508	142 210	149 730	143 221	144 381
Pirkanmaa	71 764	72 705	76 285	78 465	72 690	76 285
	2004	2005	2006	2007	2008	
Koko maa	2 083 487	2 080 194	2 316 967	2 472 449	2 491 832	
Varsinais-Suomi	131 882	127 674	139 117	146 649	136 417	
Pirkanmaa	89 265	86 721	100 521	106 587	112 529	

Vuosien 1998–2008 välillä matkailijamäärä on kokonaisuudessa kasvanut seuraavasti:

- Koko maa: 585 110
- Varsinais-Suomi: 19 745
- Pirkanmaa: 40 765

KUVIO 2

Kaikkiin majoitusliikkeisiin saapuneet ulkomaalaiset v. 1998-2008, %



Ulkomaalaisten matkailijoiden määrä on ollut 2000-luvun alun hienoisessa laskussa. Terrori-isku World Trade Centeriin 11.9.2001 lisäsi entisestään maailmantalouden epävarmuutta. Se koski erityisesti rikkaimpien maiden ja Yhdysvaltain lento-aitte tapahtuvaa liikematkailua, joka väheni maasta riippuen 10–30 %. Se laski vähäksi aikaa myös turistilentojen määrää. Osaltaan tähän on vaikuttanut myös IT-alan notkahdus ja yleisesti elinkeinoelämän taloudellinen tila.

Varsinais-Suomessa matkailijamäärät ovat suuremmat kuin Pirkanmaalla, mutta kasvuvauhti Pirkanmaalla on ollut nopeaa verrattuna Varsinais-Suomeen. Pirkanmaalla prosentuaalinen kasvu on ollut viimeisen kymmenen vuoden aikana 56,8 % ja vastaavasti Varsinais-Suomessa kasvu on ollut 16,9 %. Koko maassa kasvu on ollut 30,7 %. Pirkanmaalla ulkomaalaiset matkailijamäärät lähtivät selvään nousuun Ryanairin aloittaessa lentonsa Tampere-Pirkkalan lentoasemalle vuonna 2003. Määrällisesti enemmän ulkomaalaisia matkailijoita suuntaa edelleen Varsinais-Suomeen. Pirkanmaan ulkomaalaisten matkailijoiden määrä on nyt samaa tasoa kuin se oli Varsinais-Suomessa kymmenen vuotta sitten. Laivaliikenne tuo vuosittain Suomeen miljoonia ihmisiä, myös Varsinais-Suomeen. Heistä moni on vain päivämatkustaja, joten heidän osuutensa ei näy tilastoissa.

Varsinais-Suomeen on helppo matkustaa meriteitse. Lisäksi saaristo houkuttelee monia historian ja tapahtumien lisäksi. Saaristo ja laivayhteydet houkuttelevat Helsingistäkin matkailijoita mahdollisesti enemmän Varsinais-Suomen kuin Pirkanmaan suuntaan. Toisaalta Pirkanmaa on maantieteellisesti helpommin lähestyttävissä eri suunnista, mikä saattaa Ryanairin lisäksi vaikuttaa matkailijamääriin. Suuret vetovoimatekijät, kuten Tampereen Särkänniemi ja Naantalın Muumimaailma vaikuttavat myös matkustuspäätöksiin.

Verrattaessa ulkomaalaisten matkailijoiden määrää koko maahan Varsinais-Suomen matkailijamäärä on kasvanut hitaammin. Vuoden 2008 huhtikuussa aloitti Turkuun lentonsa unkarilainen halpalentoyhtiö Wizz Air. Sen vaikutusta ei ole mahdollista tarkastella vielä tässä raportissa, mutta sillä tulee luultavasti olemaan positiivinen vaikutus ulkomaalaisten matkailijamäärissä Varsinais-Suomeen.

6.2 Majoitusliikkeiden kapasiteetti

6.2.1 Yöpymiset majoitusliikkeissä

Taulukosta 3 näkee yöpymisten määrät ja kuviossa 3 on yöpymisten prosentuaalinen muutos vuosien 1998–2008 välillä. Matkailutilastoissa yöpymiskäsitettä käytetään mittaamaan toisaalta majoitusliikkeiden palvelujen käyttöä ja toisaalta matkailijoi-

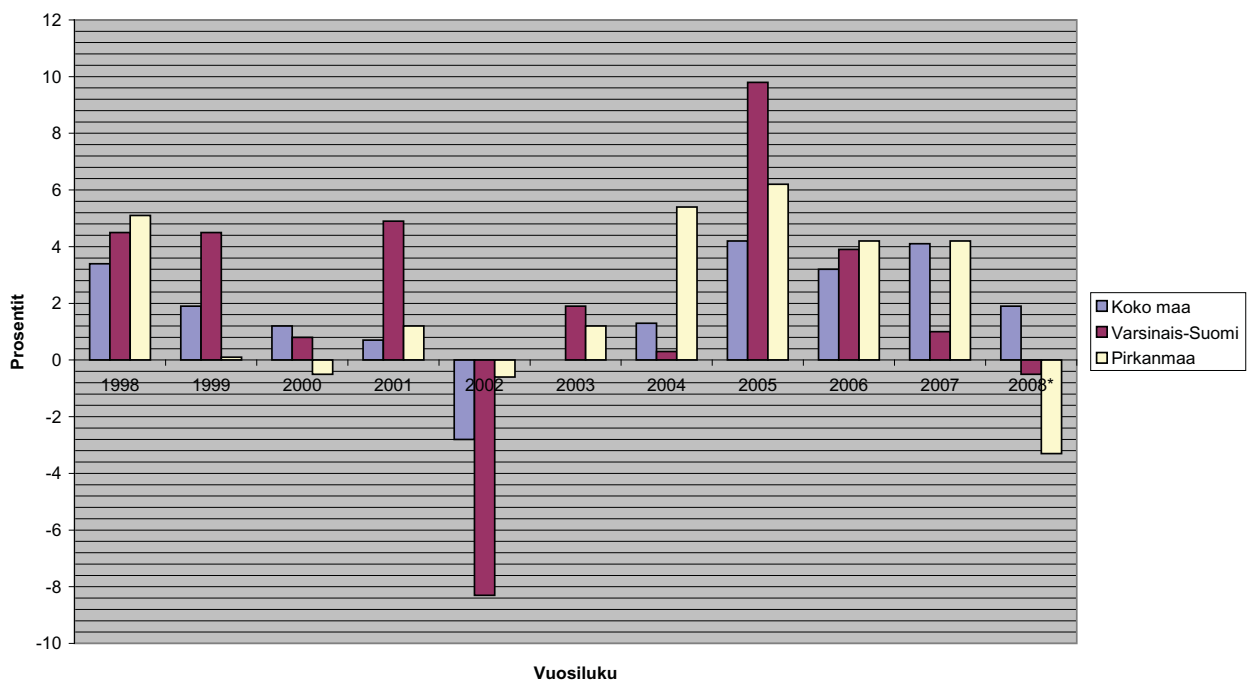
den matkan kestoa (Tilastokeskus 5). Majoitusliikkeiden palvelujen käytön kannalta yöpyminen on yksi keskeinen mittari, joka kuvaa matkailun volyymia. Yöpymisten mukaan lasketaan majoitusliikkeiden vuodepaikkojen käyttöaste.

TAULUKKO 3. Yöpyminen majoitusliikkeissä 1998–2008

Yöpymiset, lkm	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Koko maa	1 198 2 611	12 205 535	12 356 012	12 445 473	12 092 585	12 086 636
Varsinais-Suomi	849 161	887 108	893 846	937 729	859 806	875 847
Pirkanmaa	1 029 334	1 030 318	1 025 636	1 037 715	1 031 842	1 043 904
	2004	2005	2006	2007	2008	
Koko maa	12 243 392	12 760 402	13 165 119	13 708 450	13 967 933	
Varsinais-Suomi	878 417	964 871	1 002 256	1 012 355	1 007 707	
Pirkanmaa	1 100 037	1 168 645	1 217 269	1 256 892	1 215 649	

KUVIO 3.

Majoitusliikkeissä yöpymisten muutos, %



Yllä olevasta taulukosta on havaittavissa, että yöpymisten määrä on ollut nämä viimeiset kymmenen vuotta pääosin nousussa. Kasvu on ollut koko maassa vuosien 1998–2008 välisellä ajalla 16,6 prosenttia. Sama kasvu Varsinais-Suomessa on ollut 18,7 prosenttia ja Pirkanmaalla 18,1 prosenttia. Varsinais-Suomessa kasvu on siis ollut voimakkainta. Se ei kuitenkaan eroa paljoakaan Pirkanmaan tilastosta. Vaikka yöpymisten määrä on kasvanut prosentuaalisesti enemmän Varsinais-Suomessa kuin Pirkanmaalla, Pirkanmaalla on ollut koko ajan suurempi yöpymismäärä. Kuten suomalaisten matkailijoiden kasvussa, tässäkin tilastossa vuosi 2002 näyttää mielenkiintoisena. Yöpymisten määrä on tuolloin laskenut Varsinais-Suomessa 8,3 %.

6.2.2 Majoitusliikkeiden huone- ja vuodekäyttöasteet

Majoituskapasiteetilla tarkoitetaan majoitusliikkeiden huoneita, mökkejä ja muita majoitustiloja sekä niissä olevia vuodepaikkoja. Seuraavassa tarkastellaan sekä majoitusliikkeiden huone- että vuodekäyttöasteita. Ne mittaavat siinä suhteessa eri asioita, että majoitusliikkeiden huonekäyttö ei "vaadi" yhtä paljon asiakkaita kuin vuodepaikkojen käyttö (Tilastokeskus 5).

TAULUKKO 4. Majoitusliikkeiden huonekäyttöaste, %

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Koko maa	45,8	45,7	45,8	46,0	45,3	44,8	45,3	46,5	48,5	50,2	50,4
Varsinais-Suomi	47,0	49,1	48,9	47,3	45,8	45,6	47,2	50,1	50,9	52,1	52,3
Pirkanmaa	49,1	50,9	51,0	50,2	50,0	51,1	51,2	51,6	53,9	54,5	56,7

Taulukosta huomioitavaa on, että vuoden 2008 luvut ovat arvioita. Hotellihuoneiden kapasiteetti kasvoi koko maassa vielä vuodelle 2006, mutta on nyt vakiintunut. Kyse ei ole sinänsä hotelli-investointien vaimenemisesta, vaan luonnollisen poistuman aiheuttamasta tasauksesta. Myös sesonkiluonteisuus vaikuttaa kapasiteetin tarjontaan eri vuodenaikoina (Harju-Autti 2008, 33–34).

Yleisesti tilastosta on nähtävissä, että kehitys majoitusliikkeiden huonekäyttöasteessa on ollut hidasta. Pirkanmaalla kasvu on ollut hieman voimakkaampaa viimeisten vuosien aikana verrattuna koko maahan ja Varsinais-Suomeen. Myös tähän yhtenä syynä saattaa vaikuttaa Ryanairin lennot Tampere-Pirkkalan lentokentälle.

Seuraavassa taulukossa tarkastellaan majoitusliikkeiden vuodekäyttöastetta vuosilta 1998–2008:

TAULUKKO 5. Majoitusliikkeiden vuodekäyttöaste, %

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Koko maa	34,5	34,2	34,2	34,4	34,1	33,6	34,1	34,5	36,0	37,3	37,5
Varsinais-Suomi	37,9	39,7	39,8	40,5	39,0	39,1	40,6	41,9	43,5	44,0	43,4
Pirkanmaa	38,0	39,1	40,0	40,4	40,1	40,8	41,2	40,4	42,3	42,8	43,5

Majoitusliikkeiden vuodekäyttöaste on vielä suhteellisen matala. Toisaalta tähän kuuluu myös sellaiset majoitusliikkeet, jotka ovat käytössä vain kesäisin. Se madaltaa käyttöastetta. Varsinais-Suomessa ja Pirkanmaalla majoitusliikkeiden vuodekäyttöaste on ollut viimeisen kymmenen vuoden aikana aikalailta samalla tasolla. Se on myös ollut korkeampaa koko maahan verrattuna. Vuodekäyttöastetta tarkasteltaessa tulee myös muistaa, että esimerkiksi monet liikematkailijat yöpyvät yksin kahden hengen huoneessa.

6.3 Matkailualan työllisyys**6.3.1 Toimipaikat**

Matkailualalle on tyypillistä kausiluonteisuus ja ulkoa ostettavien palvelujen, kuten siivouspalveluiden välillinen vaikutus sekä vuokratyövoiman käyttö. Myös ohjelmajärjestelytoiminnassa on tyypillistä oppaiden osa-aikaisuus. Keskeisin rooli työllistäjinä on ravitsemisliikkeillä. Vuokratyövoiman käyttö on kiihtyvässä kasvussa. Ostopalveluna tapahtuva työvoiman vuokraus on jo niin oleellinen osa henkilöstöhankintaa, että se merkitsee alan työllistävyyden arvioinnin kannalta harkintaa ennen johtopäätösten tekemistä alan kehitysluvuissa. (Harju-Autti & Ryymin 2008, 15–17.)

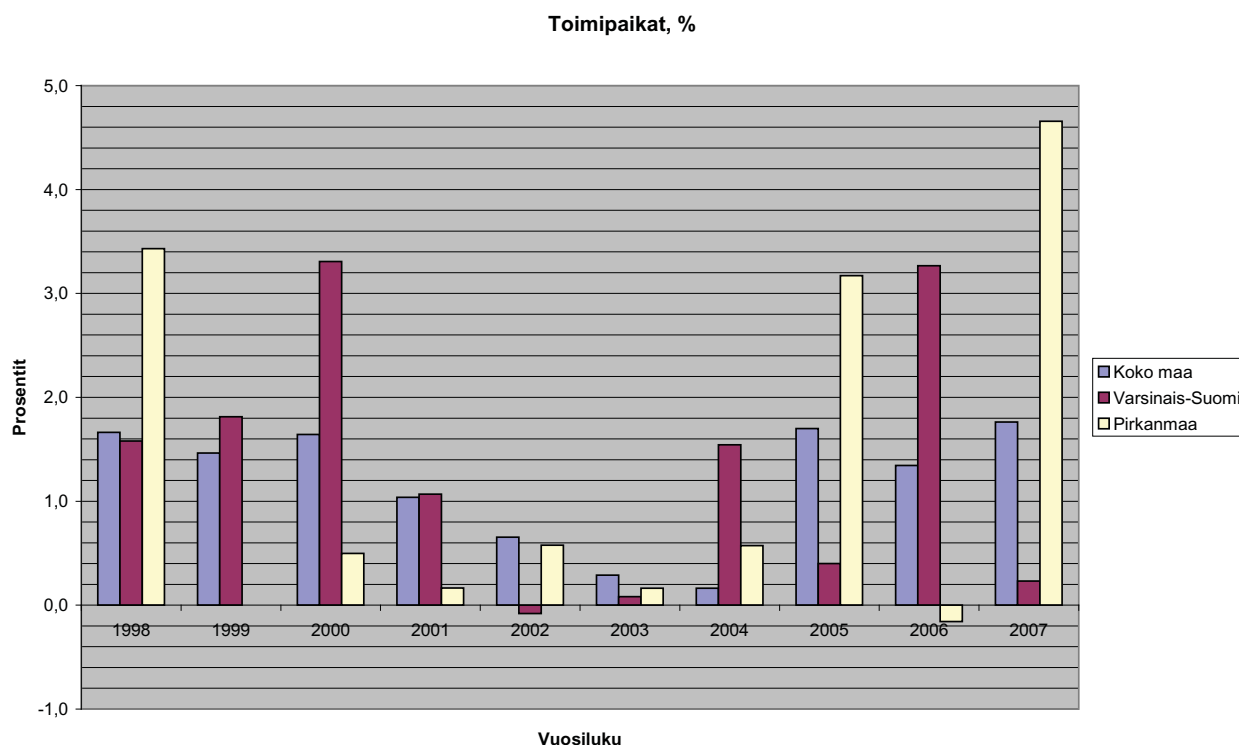
Työpaikan toimiala määritetään kullekin työpaikalle ja itsenäiselle ammatinharjoittajalle Tilastokeskuksen toimialaluokituksen mukaisesti. Tässä on tarkasteltu ainoastaan majoitus- ja ravitsemistoimintaa, sillä se kattaa monipuolisesti matkailualaa ja antaa hyvän pohjan matkailun kehityksen seurannalle. Vuoden 2005 alusta lähtien työeläkevakuutuksen piiriin kuuluvat 18–68 vuotiaat. Aiemmin työeläkevakuuttamisvelvollisuus on alkanut jo 14 vuoden iästä alkaen. Tämä näkyy työssäkäyntitilastossa vuodesta 2005 alkaen nuorten työllisyyden vähenemisenä ja opiskelijoiden määrän kasvuna. Alaikäisten opiskelijoiden työssäkäyntiä ei pystytä rekisteritietojen perusteella luotettavasti tilastoimaan (Tilastokeskus 3). Oletettavaa kuitenkin on, että saariston matkailupalvelut ovat kesäsesonkina paljolti juuri heidän varassaan.

Toimipaikka eli paikallinen toimialayksikkö on yhden yrityksen tai yritystyyppisen yksikön omistama. Yleensä se sijaitsee yhdessä paikassa ja on pääosin yhdenlaisia tavaroita tai palveluksia tuottava tuotantoyksikkö. Huomioon otettavaa on myös, että eri yritysten yksiköt ovat eri toimipaikkoja, vaikka ne sijaitsivat samassa paikassa. (Tilastokeskus 7)

TAULUKKO 6. Toimipaikat alueella

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Koko maa	12905	13094	13309	13447	13535	13574	13596	13827	14013	14260
Varsinais-Suomi	1158	1179	1218	1231	1230	1231	1250	1255	1296	1299
Pirkanmaa	1206	1206	1212	1214	1221	1223	1230	1269	1267	1326

KUVIO 4.



Vuosien 1998–2007 Varsinais-Suomeen on tullut lukumääräisesti enemmän uusia toimipaikkoja kuin Pirkanmaalle. Myös prosentuaalisesti kasvu on ollut jopa keskiarvoa parempaa Varsinais-Suomessa: 12,2 %. Pirkanmaalla kasvu on ollut 10 % ja koko maassa 10,5 %. Kasvua on siis ollut, mutta se ei ole ollut kovin suurta. Kokonaiskasvu vuosina 1998–2007 on ollut melko tasais-ta. Varsinais-Suomessa toimipaikkojen määrä on kasvanut pari prosenttia enemmän kuin Pirkanmaalla ja koko maassa.

6.3.2 Henkilöstö

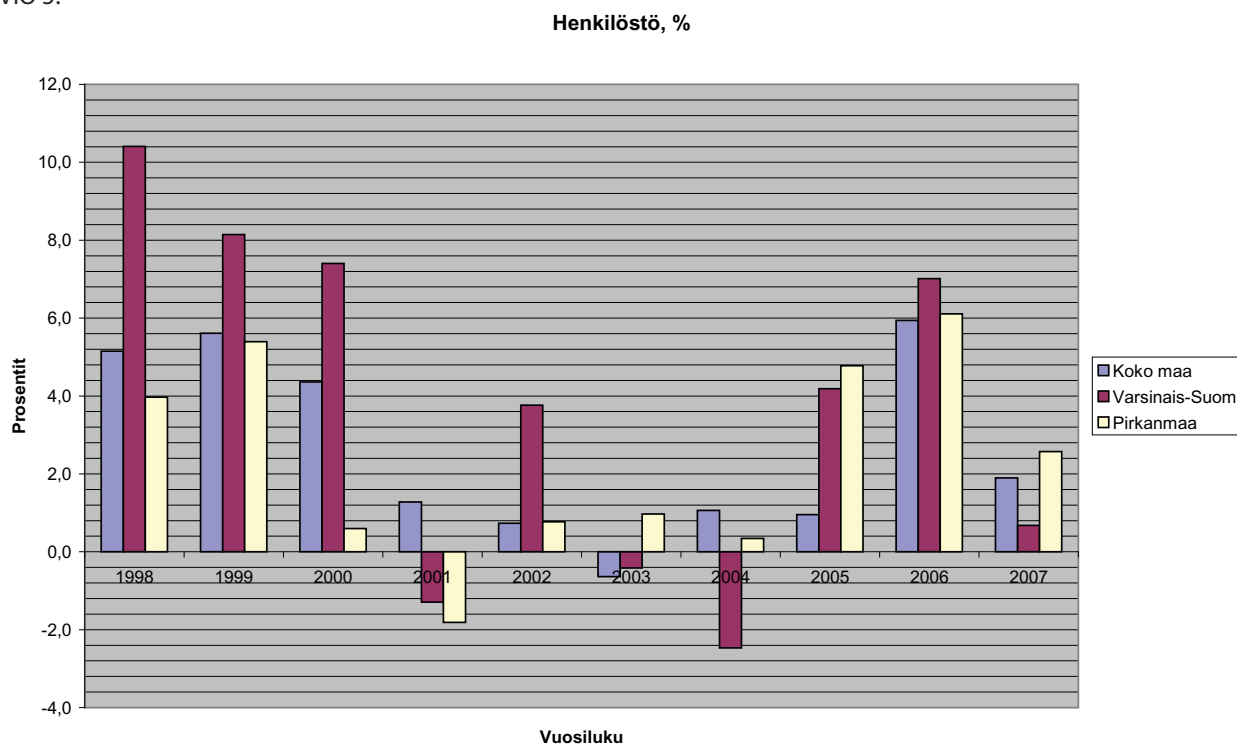
Kattavin tilastoaineisto oli saatavilla majoitus- ja ravitsemisalalan henkilöstön osalta vuosilta 1998–2007. Vuoden 2008 tiedot eivät ole vielä saatavilla. Henkilöstö pitää sisällään palkansaajat ja yrittäjät. Henkilöstö on muunneltu kokotyöllisiksi siten, että esimerkiksi puolipäiväinen työntekijä vastaa puolta henkilöä ja kaksi puolivuotista työntekijää vastaa yhtä kokovuosityöllistä (Tilastokeskus 4).

Vuokratyövoiman käyttö on lisääntynyt voimakkaasti matkailualalla, etenkin ravitsemisalalla. Matkailun toimialaraportin mukaan ravintoloiden palkkatyöpanoksen kehitystä seurattaessa vuokratyön osuus on 2000-luvulla yli kaksinkertaistunut, kun muun henkilöstön osalta kasvua on ollut vain vähän. Joten tilastokeskuksen rekistereistä saatavat luvut eivät anna oikeaa kuvaa matkailualan työllisyydestä. Se on selkeästi korkeampi kuin majoitus- ja ravitsemisalalan ”viralliset luvut” näyttävät. Tilastokeskuksen lukujen avulla voidaan kuitenkin seurata alalla tapahtunutta kehitystä ja vertailla eri alueita keskenään.

TAULUKKO 7. Majoitus- ja ravitsemistoiminnan henkilöstö vuosina 1998–2007

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Koko maa	4 8770	5 1507	5 3752	5 4440	5 4839	5 4490	5 5068	5 5593	5 8895	6 0013
Varsinais-Suomi	3 659	3 957	4 250	4 195	4 353	4 335	4 228	4 405	4 714	4 746
Pirkanmaa	4 114	4 336	4 362	4 283	4 316	4 358	4 373	4 582	4 862	4 987

KUVIO 5.



Prosentuaalisesti henkilöstön kasvu on ollut voimakkainta Varsinais-Suomessa vuosina 1998–2007. Kasvu oli 29,7 %. Vastaavana aikana kasvu oli koko maassa 23,1 % ja Pirkanmaalla vähän matalampaa 21,2 %.

Huomioonotettavaa henkilöstön kasvussa on se, että kesäisin majoitus- ja ravitsemistoimen työpaikkoja on enemmän tarjolla. Varsinais-Suomessa työllistetään kesäisin ihmisiä ravintoloihin sekä erilaisiin majoitusta tarjoaviin yrityksiin. Varsinkin saaristo on sellaista aluetta, että turismi on siellä voimakkaimmillaan kesäisin. Talviaikaan se ei houkuttele matkailijoita yhtä paljon muun muassa sään epävakauden takia.

Lukumääräisesti henkilöstö ei ole kymmenen vuoden aikana lisääntynyt paljoakaan, vaikka matkailu on kasvava elinkeino. Henkilöstömäärän kehityksen sanotaankin olevan matkailualalla kaksijakoista siinä mielessä, että majoituspalveluiden henkilöstömäärä ei oikeastaan kasva. Syyksi on arvioitu kansainvälisen liikematkailun vähäisyys viimeisten vuosien aikana (Luotain). Nykyään myös erilaiset vuokrafirmit rekrytoivat matkailualan yrityksille työntekijöitä. Kun he työskentelevät rekrytointifirman kautta, tilastoissa ei välttämättä näy oikeaa toimialaa. Huomioitavaa on myös, että henkilöstön määrä ei ole juurikaan kasvanut 2000-luvun alussa laman aikaan. Sen jälkeen se on taas lähtenyt kasvuun.

6.4 Majoitus- ja ravitsemistoiminnan liikevaihto

Liikevaihto määritellään seuraavasti: Siihen luetaan kirjanpitovelvollisen varsinaisen toiminnan myyntituotot, joista on vähennetty myönnettyt avustukset sekä arvonlisävero ja muut välittömästi myynnin määrään perustuvat verot. Myynnin oikaisuerien lisäksi myynnistä vähennetään tulonsiirtoerät ja läpikulkuerät. Nämä ovat toiselle kirjanpitovelvolliselle kuuluvia eriä, jotka vain teknisesti kulkevat kirjanpitovelvollisen kirjanpidon kautta. Liikevaihdosta ei vähennetä maksettuja myyntirahteja,

provisioita eikä luottotappioita. Liikevaihtoon sisältyvät erät vaihtelevat toimialakohtaisesti. Liikevaihtoon luetaan kuitenkin aina vaihto-omaisuudesta saadut tuotot.

TAULUKKO 8. Liikevaihto (1000 €)

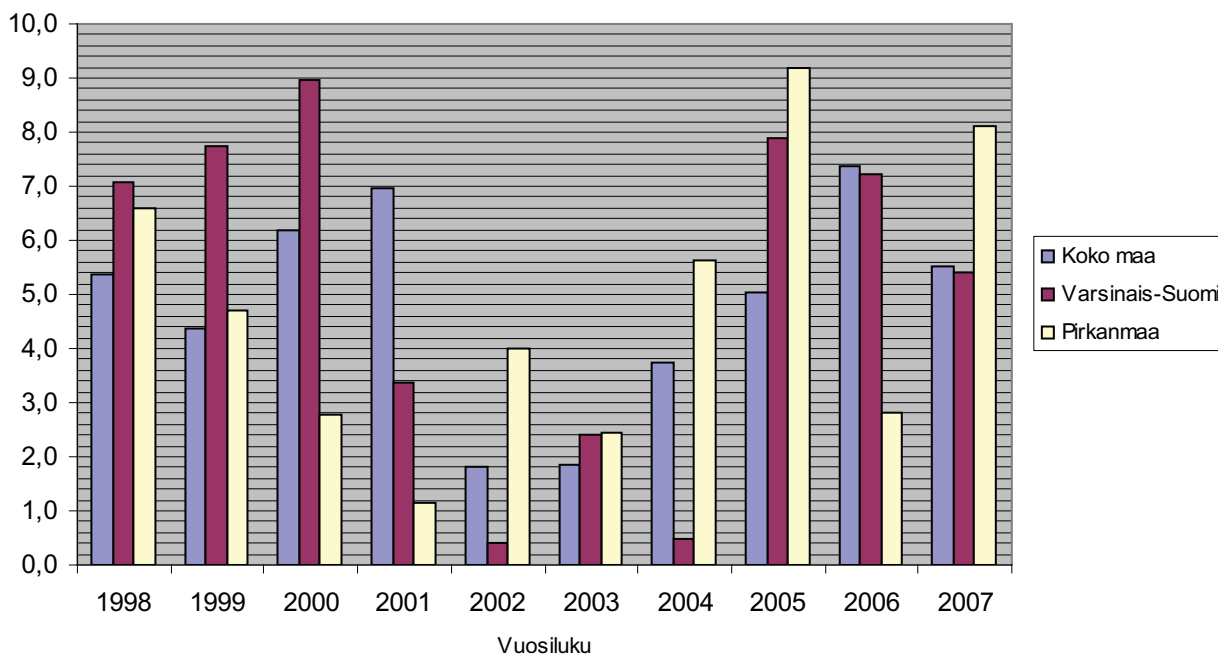
	1998	1999	2000	2001	2002
Koko maa	3 712 797	3 874 459	4 113 402	4 400 159	4 480 698
Varsinais-Suomi	294 816	317 633	346 105	357 739	359 244
Pirkanmaa	322 894	338 031	347 443	351 490	365 613
	2003	2004	2005	2006	2007
Koko maa	4 563 637	4 734 217	4 972 053	5 338 243	5 632 587
Varsinais-Suomi	367 892	369 711	398 857	427 723	450 883
Pirkanmaa	374 546	395 681	431 991	444 201	480 167

Liikevaihto on kasvanut vuosien 1998–2007 välisenä aikana seuraavasti (1000 €):

- Koko maa: 1 919 790
- Varsinais-Suomi: 156 067
- Pirkanmaa: 157 273

KUVIO 6.

Liikevaihto, %



Liikevaihto on kasvanut viimeisen kymmenen vuoden ajan. 2000-luvun alun lama ei ole siis vaikuttanut kovin paljon. Varsinais-Suomessa liikevaihto on kasvanut eniten, hieman enemmän kuin koko maassa. Vuosien 1998–2007 välisenä aikana liikevaihdon prosentuaalinen kasvu oli koko maan osalta: 51,7 %. Varsinais-Suomessa 52,9 % ja Pirkanmaalla se oli 48,7 %. Vuonna 1998 majoitus- ja ravitsemisalalan liikevaihto Varsinais-Suomessa oli 7,9% koko maan vastaavasta liikevaihdosta. Vuonna 2007 liikevaihto oli Varsinais-Suomessa noussut hieman 8,0%:iin koko maan tilanteesta.

6.5 Matkailualan hankerahoitus Varsinais-Suomessa

Matkailuhankkeita rahoitetaan usealta eri taholta. Varsinkin täällä Etelä-Suomessa matkailuyrittäjät itse ovat merkittävien matkailualan rahoittaja. EU-hankkeiden lisäksi toteutetaan hankkeita myös puhtaasti kansallisin varoin. On myös syytä huomioida, että erityyppisillä hankkeilla on myös erilaisia tavoitteita ja julkista tukea myönnetään erilaisiin tarkoituksiin. Kaikilla matkailuhankkeilla ei välttämättä ole tarkoitukseen ensisijaisesti kasvattaa liiketoimintaa vaan mukana voi olla myös muita arvoja, kuten esimerkiksi maaseudun elinvoimaisuuden säilyttäminen tai maaseutuelinkeinojen monipuolistaminen. Liikevaihdoltaan pienimmät yritykset toimivatkin usein juuri maaseudulla ja matkailu on vain sivuelinkeino (Talonen ym. 2006).

Matkailun julkisen tukirahoituksen päätavoitteena on kannattavan kasvun, kilpailukyvyn, osaamisen lisäämisen ja uudistumisen tukeminen. Keskeistä on käynnistää sellaisia kasvu- ja kehitysprosesseja, jotka lisäävät matkailualan yritysten ja matkailukeskusten kilpailukykyä Suomessa, mutta erityisesti kansainvälisillä markkinoilla.

Hankerahoituksen tarkasteluajankohdat ovat EU-ohjelmakaudet 2000–2006 sekä kauden 2007–2013 alku. Raportissa on tarkasteltu liitteen 1 mukaisten rahoituslähteiden kautta rahoitettuja, Varsinais-Suomen matkailuun liittyviä hankkeita. Hankkeita on tarkasteltu seutukuntajaolla sekä rahoitusta myöntävän viranomaisen mukaan. Seutukunnissa on toteutettu useita matkailun kehittämisen koordinoitiprojekteja, joita on rahoitettu EU:n, valtion, maakunnan ja kuntien rahoituksella. Mukana niissä on myös alueen matkailuyritysten omaa rahaa.

TAULUKKO 9. Hankkeet rahastoittain, €

EAKR (Tavoite 2, Interreg, Kilpailukyky- ja työllisyysohjelma)	7 448 850 €
Maaseutuohjelma (VALMA, Leader+, Maaseutuohjelma, ELMA)	6 255 137 €
ESR (Tavoite 3, Alueellinen ja valtakunnallinen ESR)	582 551 €
Maakunnan kehittämisraha	203 161 €
Yhteensä:	14 489 699 €

Rahastoittain tarkasteltuna matkailuhankkeisiin on myönnetty eniten rahaa aluekehitysrahastosta (EAKR) sekä Maaseuturahastosta. EU-ohjelmien merkitys on siis matkailualan hankerahoituksessa suuri. EAKR-rahasto sisältää Interregit, joista varsinkin Saaristo Interreg IIIA - ohjelmasta on rahoitettu Turunmaan aluetta. Tavoite 2-ohjelma tuki rakenteellisissa vaikeuksissa olevien alueiden taloudellista ja sosiaalista uudistamista. Tavoite 2 rahoitusta saivat eniten Turunmaa ja Vakka-Suomi.

Kansallisen maakunnan kehittämisrahan rahoitusosuus on sen sijaan ESR-rahaston tavoin pieni. Maakunnan kehittämisrahasta noin 1,4 prosenttia on suunnattu matkailuun. ESR-raham osuus oli vähän suurempi, noin neljä prosenttia. Kokonaisuudessaan vuosien 2000–2006 ohjelmakauden aikana matkailualan kehittämiseksi myönnetty tuki oli 6 prosenttia koko tuesta Varsinais-Suomen alueella (EU-ohjelmakauden 2000-2006 hanketoiminta Varsinais-Suomessa 2008).

TAULUKKO 10. Myönnetty tuki seutukunnittain rahastojen mukaan vuosina 2000–2008, €

	Turun seutu	Turunmaa	Salon seutu	Loimaan seutu	Vakka-Suomi	Koko Varsinais-Suomen yhteiset
EAKR-rahasto (Tavoite 2, Interreg, Kilpailukyky- ja työllisyysohjelma)	696 555	3 620 481	238 144	493 208	2 205 820	194 642
Maaseutuohjelma (VALMA, Leader+, Maaseutuohjelma, ELMA)	1 974 533	439 121	695 287	201 295	338 901	2 606 000
ESR-rahasto (Tavoite 3, Alueellinen ja valtakunnallinen ESR)	17 932	0	0	0	0	564 619
Maakuntaohjelma, mkr	20 000	0	78 591	0	0	34 570
Yhteensä	2709020	4059602	1012022	694503	2544721	3399831

Vuosien 2000–2009 aikana maakuntaan saatua matkailualan hankerahoitusta on tarkasteltu seutukunnittain taulukossa 10. Kun tarkastellaan euromääräisten avustusten jakautumista, voi huomata, että seutukunnista huomattavasti eniten rahoitus-

ta on saanut Turunmaa: 4,1 milj. euroa. Turunmaan saaristo nähdään tärkeänä kehityskohteena, mikä halutaan tehdä myös matkailijoille houkuttelevaksi. Se on tarkoittanut muun muassa saariston tunnetuksi tekemistä erilaisin projektein, matkailutuotteiden kehittämistä, matkailuyritysten yhteistyön lisäämistä, saariston matkailukauden pidentämistä sekä toimintasuunnitelman tekemistä.

TAULUKKO 11. Myönnetty tuki seutukuntien ja viranomaisten mukaan vuosina 2000–2008, €

	VSL	tos	mos	LSLH	los	Yhteensä
Loimaan seutu	493 208		201 295			694 503
Salon seutu	316 735		695 287			1 012 022
Turunmaan seutu	2 153 533	1 010 658	439 121	178 536		3 781 848
Turun seutu	288 912	17 932	1 974 533	455 899	277 754	3 015 030
Vakka-Suomi	1 920 656		338 901	285 164		2 544 721
Varsinais-Suomen yhteiset	204 012	589 819	2 606 000			3 399 831
Yhteensä	5 377 056	1 618 409	6 255 137	919 599	277 754	14 447 955

Eniten matkailualan rahoitusta Varsinais-Suomessa on myöntänyt TE-keskuksen maaseutuosasto sekä Varsinais-Suomen liitto. TE-keskuksen maaseutuosasto hallinnoi alueellista maaseutuohjelmaa VALMAa, kansallista maaseutuohjelmaa ELMAa sekä Leader+ -ohjelmaa. Osasto myönsi tukia yhteensä noin 6,3 milj. euroa. Varsinais-Suomen liitolla oli käytettävissä ohjelmakaudella 2000–2006 maakunnan kehittämistä rahaa sekä tavoite 2 (EAKR), Interreg IIIA Viro- ja Interreg IIIA Saaristo -ohjelman (EAKR) rahaa. EU:n rakennerahastokauden 2007–2013 uusia Varsinais-Suomessa toteutettavia EAKR-ohjelmia ovat Etelä-Suomen Kilpailukyky- ja työllisyysohjelman EAKR-tavoite sekä Keskinen Itämeri (Central Baltic) Interreg IV A -ohjelma. Varsinais-Suomen liitto on vuosina 2000–2008 myöntänyt rahoitusta matkailuhankkeille yhteensä noin 5,4 milj. euroa. Varsinais-Suomen liiton ja TE-keskuksen maaseutuosaston myöntämistä hankkeista monet hankkeet ovat olleet monivuotisia, isoja projekteja.

6.5.1 Turku Touringin toteuttamat hankkeet

Seuraavasta taulukosta on nähtävissä Turku Touringin toteuttamien hankkeiden saama rahoitus vuosilta 2000–2008 eli niiltä vuosilta kuin ne olivat saatavilla (Varsinais-Suomen hankeverkko). Hankkeet on toteutettu joko Turun seudulla, Turunmaalla tai koko Varsinais-Suomen kattavasti.

TAULUKKO 12. Turku Touringille myönnettyt hankerahoitukset (€) ohjelmittain:

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Yht.
EAKR-rahasto (Tavoite 2, Interreg, Kilpailukyky- ja työllisyysohjelma)	50000	212701	98390	181947	78417	387960		83990		1093405
Maaseutuohjelma (VALMA, Leader+, Maaseutuohjelma)		125384	203563							328947
Maakuntaohjelma, mkr					24570				20000	44570
Muu rahoitus	25000	159060	140232	52980	47321	162059		26130	20000	632782
Yhteensä	75000	497145	442185	234927	150308	550019	0	110120	40000	2 099 704

Turku Touringilla on ollut erilaisia matkailun kehittämishankkeita, joihin se on hakenut ja saanut rahoitusta eri viranomaisilta ja ohjelmista EAKR-rahastosta, maaseutuohjelmasta sekä maakuntaohjelmasta. Vuosina 2000–2008 hankkeita on toteutettu yhteensä 16, joista Turun seutukunnassa on toteutettu 7, Turunmaalla 7 ja koko Varsinais-Suomen kattavasti 2. Vakka-Suomessa sekä Salon ja Loimaan seutukunnissa ei siis ole toteutettu yhtään hanketta. Taulukosta ei näy Matkailun ja elämystuotannon osaamisklusterin rahoitus, joka kanavoituu Turku Touringille Turku Science Parkin kautta. Sitä kautta myönnetty tuki on ollut vuosina 2007–2008 210 000 euroa.

Turku Touringin toteuttamat hankkeet ovat pääosin monivuotisia projekteja. Niistä suurimpia ovat Turun seudulla toteutettu Elämysten maa -hanke, joka on toteutettu vuosien 2000–2005 välisenä aikana. Hankkeeseen käytetty rahoitus on 455 899 euroa Tavoite 2 -ohjelmasta. Elämysten maa hanke on ollut kaksiosainen: ensimmäinen osa on Itä-Turun perhematkailuhanke, ja toisessa osassa tavoitteena on ollut kehittää toimiva malli Kupittaaan seikkailupuiston ja Kuralan kylämäen toiminnalle. Toinen suurempi hanke on ollut Sokrovisha Arhipelaga, jonka tarkoituksena on ollut markkinoida venäläisille Turun saaristossa ja Ahvenanmaalla tuotettavia erityismatkoja. Hanke rahoitettiin Saariston Interreg IIIA -ohjelmasta 300 215 eurolla. Hanke toteutettiin vuosina 2001–2004. Lisäksi vuosina 2005–2007 toteutettiin Etelä-Suomen ja Viron Interreg IIIA -ohjelman rahoittama Yachting in Arhipelago, 298 608 eurolla.

7. KYSELY VARSINAIS-SUOMEN MATKAILUYRITTÄJILLE MAAKUNNALLISTEN MATKAILUTOIMIJOIDEN ROOLISTA JA MERKITYKSESTÄ

7.1 Aineisto

Varsinais-Suomen matkailuyrittäjille suunnatun kyselyn kyselylomake on liitteenä 1. Matkailuyrittäjien yhteystiedot on koottu seutukuntien matkailuvastaavilta, Turku Touringilta ja ProAgria Farmalta saatujen tietojen perusteella. Koska kysely on kartoitettu Turku Touringiin, TE-keskukseen sekä Varsinais-Suomen liittoon liittyvistä asenteista riittää, että kysely on gallupmainen. Tavoitteena oli siis selvittää, mitä mieltä yritykset ovat edellä mainittujen organisaatioiden toiminnasta. Kysely on lisäksi väliaikakatsaus Varsinais-Suomen alueen matkailun tilaan ja siihen liittyviin asenteisiin. Yritysten taustatietoina toimivat seutukuntajako sekä matkailutoimiala. Kysyimme yrityksiltä myös, minkälaista palautetta he haluavat antaa Turku Touringille, Varsinais-Suomen TE-keskukselle sekä Varsinais-Suomen liitolle.

Kyselyitä lähetettiin 828 kappaletta. Vastauksia saimme 239 kappaletta. Vastausprosentti on siis noin 29 %. Kyselyssä oli taustatietokysymysten lisäksi Likert-asteikollisia sekä puolistrukturoituja kysymyksiä. Likert-asteikolliset kysymykset ovat väittämiä tai ehdotuksia, joihin vastaaja ottaa kantaa rastittamalla itselleen sopivan vaihtoehdon. Likert-asteikollisten kysymysten vastauksista nähdään yleinen mielipide Turku Touringista, TE-keskuksesta ja Varsinais-Suomen liitosta. Puolistrukturoiduissa kysymyksissä kysymykset ovat tarkkoja, mutta kysymyksiin saa vastata avoimesti.

Puolistrukturoitujen kysymysten vastaukset on analysoitu teemoittelun periaatteella, sillä se mahdollistaa olennaisen tiedon poimimisen aineistosta. Teemoittelulla tarkoitetaan laadullisen aineiston pilkkomista ja ryhmittelyä erilaisten aihepiirien mukaan. Vastauksista nousi esiin joitakin selkeitä teemoja. Teemoittelun avulla on tehty yleiskatsaus vahvimmin esiin nousseista teemoista. Puolistrukturoitujen kysymysten osalta vastaukset ovat saavuttaneet saturaatiopisteen, koska samat asiat ovat alkaneet toistua ja uudet tapaukset eivät enää tuota tutkimusongelman kannalta uutta tietoa. Vastauksia on siis tarpeeksi ollakseen riittävä otos, vaikka vastausprosentti on suhteellisen matala. Vastaukset jakaantuivat seutukunnittain seuraavasti:

TAULUKKO 13.

Missä seutukunnassa yrityksenne sijaitsee?

	N	%	Kumulatiivinen%
Loimaan seutu	23	9,6	9,6
Salon seutu	26	10,9	20,5
Vakka-Suomi	37	15,5	36,0
Turun seutu	87	36,4	72,4
Turunmaa	66	27,6	100,0
Yhteensä	239	100,0	

Eri seutukuntiin lähetettiin eri määrä kyselyitä riippuen seudun matkailuyritysten määrästä. Kuntien vastausprosentit ovat täten seuraavat:

Loimaan seutu: 23/100 – 23 %

Salon seutu: 26/71 – 36,6 %

Vakka-Suomi: 37/160 – 23,1 %

Turun seutu: 87/289 – 30,1 %

Turunmaa: 66/208 – 31,7 %

Vaikka Turun seudulta vastauksia tuli selkeästi eniten, oli korkein vastausprosentti Salon seudulla.

Kyselyyn vastanneista yrityksistä 51,5 % ilmoitti pääasiallisesti matkailutoimialakseen majoitus- ja ravitsemistoiminnan. Sen sijaan tukku- ja vähittäiskaupan toimialan yrityksiä vastaajista oli 7,1 % sekä kuljetus ja tietoliikenteen yrityksistä 10,9 %. Kuljetus ja tietoliikenne -toimialaluokka sisältää myös matkatoimistot. Yhteiskunnallisiin ja henkilökohtaisiin palveluihin kuuluvat muun muassa kulttuuri- ja viihdetoiminta, kuten huvipuistot sekä näyttämö- ja konserttitoiminta. Lisäksi siihen kuuluu kirjastot, museot ja muut kulttuurilaitokset. Kyselyyn vastanneista 30,5 % kuului tähän toimialaluokkaan.

Tehtäessä tällaista kyselyä tulee muistaa, että kysyttäessä mielipiteisiin perustuvia kysymyksiä, vastaus tulee omakohtaisen kokemuksen kautta. Yritykset pääosin antavat sen mukaan vastauksia, miten ovat itse olleet tekemisissä kyseessä oleviin organisaatioihin. Monen osalta vastaukset syntyvät siis mielikuvista.

7.2 Palaute Turku Touringille

Yrityksiltä kysyttiin Likert-asteikollisena kysymyksenä ”Miten hyvin Turku Touring on mielestänne onnistunut tehtävässään maakunnan matkailun markkinoinnin (mukaan lukien ulkomaan markkinoinnin) koordinoijana ja sekä myyntiorganisaationa?” Vastausvaihtoehdot olivat 1=erittäin hyvin, 2=hyvin, 3=kohtalaisesti, 4=välttävästi, 5=huonosti, 6=erittäin huonosti, 7=en osaa sanoa. Sen lisäksi he saivat antaa halutessaan palautetta Turku Touringille.

Vastaukset jakaantuivat seuraavasti:

TAULUKKO 14.

Miten hyvin Turku Touring on mielestänne onnistunut tehtävässään maakunnan matkailun markkinoinnin koordinoijana ja myyntiorganisaationa?

	N	%	Kumulatiivinen %
1=erittäin hyvin	14	5,9	5,9
2=hyvin	50	20,9	26,8
3=kohtalaisesti	57	23,8	50,6
4=välttävästi	25	10,5	61,1
5=huonosti	11	4,6	65,7
6=erittäin huonosti	7	2,9	68,6
7=en osaa sanoa	75	31,4	100,0
Yhteensä	239	100,0	

31,4 prosenttia vastaajista ei osannut sanoa, miten Turku Touring on onnistunut maakunnan matkailun markkinoinnin koordinoijana ja myyntiorganisaationa. Keskiarvo vastauksien osalta oli 2,94, kun sitä tarkastellaan asteikolla 1-6. Keskiarvoja laskettaessa on poistettu vastaukset ”en osaa sanoa”, jotta todellinen mielipide saataisiin selkeämmin esille. Sen mukaan yritykset ovat kohtalaisen tyytyväisiä Turku Touringin toimintaan. Noin 26,8 prosenttia vastaajista oli myös sitä mieltä, että Turku Touring on onnistunut hyvin tehtävässään maakunnan matkailun markkinoinnin koordinoijana ja myyntiorganisaationa.

Turku Touringia koskevasta palautteesta (Liite 2) nousi monipuolisesti erilaisia teemoja. Organisaatio on selvästi näistä kolmesta tutuin ja yritykset tietävät, mitä Turku Touring tekee. Monet Turun ulkopuolella asuvat kokivat Turku Touringin ”Turku -keskeiseksi”. Näin vastasi 19,2 % avoimiin kysymyksiin vastanneista. He ajattelevat sen palvelevan lähinnä turkulaisten yritysten etuja. On luonnollista, että yritykset ajattelevat näin. Jo nimi tuo mieleen assosiaatioita Turun seudulla toimivasta organisaatiosta ja Turku Touring toimii Turun kaupungin johdolla. Kunnissa eivät yksittäiset yrittäjät ole välttämättä tietoisia, mitä kaikkea Turku Touring tekee, jos tiedotus ei toimi. Turku Touring on kiinteässä yhteydessä seutukuntien matkailuorganisaatioihin, joiden tehtävä on kehittää konkreettista yhteistyötä seutukunnissa. Osittain tästä johtuen moni ei välttämättä tiedä Turku Touringista ja saattaa mieltää sen Turku-keskeiseksi. Turku Touring on toteuttanut hankkeita Turun seudulla, Turunmaan alueella tai koko Varsinais-Suomen alueella. Myös tämä voi muissa seutukunnissa aiheuttaa tunnetta Turku-keskeisyydestä.

19,2 % palautetta kirjoittaneiden joukosta nosti esiin markkinointiin ja myyntiin liittyvät asiat. Siihen on sisällytetty myyntiin ja markkinointiin liittyvät sekä positiiviset että negatiiviset palautteet kuten myös parannusehdotukset. Näitä ovat muun muassa toive lentokentän ja sataman palveluihin satsaamisesta, saaristossa kalastukseen liittyviin ongelmiin vaikuttamisesta sekä pakettimatkojen myymisestä saaristoon. Vähän abstraktimpia parannusehdotuksia ja kannustuksia olivat myynnin tehostaminen ja se, että otettaisiin huomioon pienemmät yritykset, ei vain kärkituotteita sekä enemmän suuntautumista koko maakuntaan. Lähinnä Turku Touringilta toivottiin entistä tehokkaampaa ja laajempaa suuntautumista Varsinais-Suomen alueella.

Edelleen on paljon matkailuyrittäjiä ympäri maakuntaa, jotka eivät tiedä, mitä organisaatio tekee. Etäisyydestä ja epätietoisuudesta Turku Touringia kohtaan kirjoitti 19,2 % palautetta antaneista. Tämä teema nousi vahvimmin esille Turunmaalla. Se, että yritykset eivät tiedä, mitä organisaatiot tekevät, aiheuttaa helposti myös tyytymättömyyttä. Osa oli kokenut saaneensa negatiivista palvelua, mikä sisältyy tyytymättömyys -teemaan. Esimerkiksi Turunmaalla Turku Touring on kyllä viimeisen kymmenen vuoden aikana toteuttanut monia matkailua edistäviä hankkeita. Tieto ei vain tunnu menevän pienille yrityksille kovin hyvin, kuten ei myöskään tieto hankkeista.

7.2.1 Palaute Turku Touringille seutukunnittain

Alla olevaan tulokseen on sisällytetty 68,6 % (164 kpl) vastauksista. 31,4 % vastaajista on vastannut, että eivät osaa sanoa, miten Turku Touring on onnistunut tehtävässään maakunnan matkailun markkinoinnin koordinoijana ja myyntiorganisaationa.

TAULUKKO 15.

Miten hyvin Turku Touring on mielestänne onnistunut tehtävässään maakunnan matkailun markkinoinnin koordinoijana ja myyntiorganisaationa?

Missä seutukunnassa

yrityksenne sijaitsee?	Keskiarvo	N	Keskihajonta
Loimaan seutu	3,31	13	1,548
Salon seutu	3,31	16	1,078
Vakka-Suom	3,17	18	1,465
Turun seutu	2,68	79	,994
Turunmaa	3,08	38	1,343
Yhteensä	2,94	164	1,207

Taulukkoon 15 on laskettu seutukunnittain keskiarvot Likert-asteikollisesta kysymyksestä. Vastausmäärät ovat seutukunnittain niin pieniä, että yleistyksiä vastauksista ei voi johtaa. Yleisesti ottaen kuitenkin seutukuntien välillä ei ollut juuri eroja vastauksissa. Keskiarvojen perusteella voidaan päätellä, että Turun seutu suhtautuu positiivisimmin Turku Touringin toimintaan. Turun seudulta on saatu vastauksia eniten, eli luotettavuuskin on parempi. Sama trendi on nähtävissä puolistrukturoiduissa vastauksissa. Turun seudulla asuvat ovat eniten tekemisissä ja saavat eniten palveluja Turku Touringilta, kun muissa seutukunnissa Turku Touring koettiin "Turku -keskeiseksi".

Ne, jotka tietävät Turku Touringin toiminnasta ja tehtävästä ovat sitä mieltä, että Turku Touring on onnistunut tehtävässään kohtalaisesti.

TAULUKKO 16.

Miten hyvin Turku Touring on mielestänne onnistunut tehtävässään maakunnan matkailun markkinoinnin koordinoijana ja myyntiorganisaationa?

Missä seutukunnassa yrityksenne sijaitsee?	erittäin hyvin/ hyvin	kohtalaisesti/välttävästi	huonosti/erittäin huonosti	en osaa sanoa	Yhteensä
	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)
Loimaan seutu	21,7 % (5)	17,4 % (4)	17,4 % (4)	43,5 % (10)	100 % (23)
Salon seutu	15,4 % (4)	42,3 % (11)	3,8 % (1)	38,5 % (10)	100 % (26)
Vakka-Suomi	18,9 % (7)	18,9 % (7)	10,8 % (4)	51,4 % (19)	100 % (37)
Turun seutu	39,1 % (34)	46,0 % (40)	5,7 % (5)	9,2 % (8)	100 % (87)
Turunmaa	21,2 % (14)	30,3 % (20)	6,1 % (4)	42,4 % (28)	100 % (66)
Yhteensä	26,8 % (64)	34,3 % (82)	7,5 % (18)	31,4 % (75)	100 % (239)

Taulukon 16 tulos on tilastollisesti merkitsevä. Tässä on nähtävissä vielä tarkemmin, miten vastaukset ovat jakaantuneet seutukunnittain. Turun seudulta Turku Touring on saanut ehdottomasti parhaimman arvostelun: 39,1 % vastaajista on tyytyväisiä sen toimintaan. Toisaalta Turun seudun yrityksistä 46 % on vastannut Turku Touringin onnistuneen kohtalaisesti tai välttävästi. Myös Salon seudun yrityksistä 42,3 % kokee Turku Touringin onnistuneen kohtalaisesti tai välttävästi.

Kaikilla muilla seutukunnilla suuri osa vastaajista ei osaa sanoa Turku Touringin toiminnasta mitään. Huomionarvoista on, että Turun seudun osalta vain 9,2 % on vastannut ”en osaa sanoa”. Tästä näkee, että Turku Touring tunnetaan parhaiten Turussa ja Turun seutukunnassa. Vastaukset osoittavat lähinnä, että Turku Touring on vielä monille kaukainen ja vieras organisaatio.

Turku Touringin osalta Turun seudun yrittäjiltä nousikin esiin ennen kaikkea tyytyväisyys toimintaa kohtaan. Turun seudun alue oli ainoa, mistä tuli selkeästi positiivista palautetta. Turun seudulla toisena vahvana teemana tuli markkinointiin ja myyntiin liittyvät asiat. Siinä pyrittiin kannustamaan entistä tehokkaampaan toimintaan ja markkinointiin. Myös tehokkaampaa yhteistyötä sekä näkyvyyttä kaivattiin lisää.

Muiden seutukuntien yrittäjien vastauksista nousi esiin enemmän tai vähemmän jo aikaisemmin mainittu Turku-keskeinen toiminta. Turku-keskeisyys koettiin Loimaan seudulla, Vakka-Suomessa ja Salon seudulla. Yrityksissä koetaan, että Turku Touringia kiinnostaa ainoastaan toiminta Turun sisäpuolella.

Turunmaan yrittäjien joukosta ei noussut mitään tiettyä teemaa kovin vahvasti. Palautetta kuitenkin annettiin. Turunmaan yrittäjät olivat huolissaan saaristosta: sen vetovoimaisuudesta matkailualalla. Tässä yhteydessä otettiin esiin myös ulkomaa-laiset turistit, joille pitäisi pystyä markkinoimaan saaristoa tehokkaammin. Turunmaan yrittäjät kokivat Turku Touringin myös etäiseksi ja olivat epä tietoisia sen toiminnasta. Turku Touring on kuitenkin toteuttanut vuosien aikana useita hankkeita Turunmaalla, mutta yksittäiset yritykset eivät välttämättä ole tietoisia siitä. Toisaalta Turunmaalla kaivataan niin moneen asiaan muutosta, riippuen näkökulmasta, että yritykset eivät välttämättä koe hyötывnsä hankkeista, vaikka tietäisivätkin niistä.

7.2.2 Palaute Turku Touringille toimialoitain

Alla olevaan tulokseen on sisällytetty 68,6 % (164 kpl) vastauksista. 31,4 % vastaajista ei osannut sanoa, miten Turku Touring on onnistunut tehtävässään maakunnan matkailun markkinoinnin koordinoijana ja myyntiorganisaationa.

TAULUKKO 17.

Miten hyvin Turku Touring on mielestänne onnistunut tehtävässään maakunnan matkailun markkinoinnin koordinoijana ja myyntiorganisaationa?

Mihin seuraavista toimialaluokista yrityksenne ensisijaisesti kuuluu?	Keskiarvo	N	Keskiahjonta
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	3,02	89	1,279
Tukku- ja vähittäiskauppa	3,14	7	1,345
Kuljetus ja tietoliikenne	2,61	18	1,243
Yhteiskunnalliset ja henkilökohtaiset palvelut	2,88	50	1,043
Yhteensä	2,94	164	1,207

Tulokset ovat samansuuntaisia kuin seutukunnallisesti tarkasteltuna. Näiden vastausten perusteella Kuljetus ja tietoliikenne -toimiala suhtautuu positiivisimmin Turku Touringin toimintaan. Tähän luokkaan kuuluu myös matkatoimistot, mikä saattaa vaikuttaa tulokseen.

TAULUKKO 18.

Miten hyvin Turku Touring on mielestänne onnistunut tehtävässään maakunnan matkailun markkinoinnin koordinoijana ja myyntiorganisaationa?

Ensisijainen toimialaluokka	erittäin hyvin/hyvin	kohtalaisesti/välittävästi	huonosti/erittäin huonosti	en osaa sanoa	Yhteensä
	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	30,1 % (37)	32,5 % (40)	9,8 % (12)	27,6 % (34)	100 % (123)
Tukku- ja vähittäiskauppa	11,8 % (2)	23,5 % (4)	5,9 % (1)	58,8 % (10)	100 % (17)
Kuljetus ja tietoliikenne	26,9 % (7)	38,5 % (10)	3,8 % (1)	30,8 % (8)	100 % (26)
Yhteiskunnalliset ja henkilökohtaiset palvelut	24,7 % (18)	38,4 % (28)	5,5 % (4)	31,5 % (23)	100 % (73)
Yhteensä	26,8 % (64)	34,3 % (82)	7,5 % (18)	31,4 % (75)	100 % (239)

Tulos ei ole tilastollisesti merkitsevä, koska otokset ovat niin pieniä. Taulukko antaa kuitenkin suuntaa siitä, mitä mieltä Turku Touringista ollaan eri toimialaluokissa. Tästä näkyy kuitenkin, miten vastaukset ovat jakaantuneet.

7.3 Palaute Varsinais-Suomen TE -keskukselle

TE-keskuksen osalta kysyttiin: "Miten hyvin Varsinais-Suomen TE-keskus on mielestänne onnistunut tehtävässään matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä?" Vastausvaihtoehdot olivat 1=erittäin hyvin, 2=hyvin, 3=kohtalaisesti, 4=välttävästi, 5=huonosti, 6=erittäin huonosti, 7=en osaa sanoa. Sen lisäksi he saivat antaa halutessaan palautetta TE-keskukselle.

TAULUKKO 19.

Miten hyvin TE-keskus on mielestänne onnistunut tehtävässään matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä?

	N	%	Kumulatiivinen %
1=erittäin hyvin	5	2,1	2,1
2=hyvin	48	20,1	22,2
3=kohtalaisesti	54	22,6	44,8
4=välttävästi	20	8,4	53,2
5=huonosti	8	3,3	56,5
6=erittäin huonosti	7	2,9	59,4
7=en osaa sanoa	97	40,6	100,0
Yhteensä	239	100,0	

Kuten Turku Touringin kohdalla myös TE-keskuksen osalta suurin osa yrityksistä, tässä tapauksessa 40,6 prosenttia, ei osaa sanoa, miten heidän mielestään TE-keskus on onnistunut tehtävässään matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä. TE-keskuksen saaman palautteen keskiarvo on 2,99 asteikolla 1-6, kun 40,6 %, jotka eivät osanneet sanoa, on poistettu. Reilu 20 % oli sitä, mieltä, että TE-keskus on onnistunut hyvin tehtävässään matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä.

Frekvensseistä voi päätellä, että TE-keskuksen rooli on monelle tuntematon, eikä sitä tunnisteta matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä kovin hyvin. Ne, jotka ovat olleet enemmän tekemisissä TE-keskuksen kanssa, ovat pääosin sitä mieltä, että se on onnistunut tehtävässään hyvin tai kohtalaisesti.

Kirjoitetussa palautteessa (liite 2) 30 prosenttia vastaajista koki Varsinais-Suomen TE-keskuksen liian byrokraattiseksi: hakeukset koettiin monimutkaisiksi, koko prosessi pitkäksi ja hankalaksi sekä päätöksenteko hitaaksi. Yritykset kokevat hankalaksi paperityöt, mitä joutuvat tekemään tukia hakiessaan. Toinen vahvasti esille noussut teema liittyi "markkinointiin ja rahoitukseen". Noin 33 % vastaajista oli tyytymättömiä TE-keskuksen rahoitushankkeisiin: niitä pidettiin joko liian lyhytkatseisina/-kestoisina tai sitten rahoitusta ei ollut saatu, vaikka sitä oli haettu. Teema sisälsi myös erilaisia parannusehdotuksia koskien muun muassa saaristoa.

7.3.1 Palaute TE-keskukselle seutukunnittain

Alla olevaan keskiarvotaulukkoon on sisällytetty 59,4 % (142 kpl) vastauksista. 40,6 % vastaajista ei osannut sanoa, miten TE-keskus on onnistunut tehtävässään matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä.

TAULUKKO 20.

Miten hyvin TE-keskus on mielestänne onnistunut tehtävässään matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä?

Missä seutukunnassa yrityksenne sijaitsee?	Keskiarvo	N	Keskihajonta
Loimaan seutu	3,15	13	1,345
Salon seutu	2,44	16	,892
Vakka-Suomi	3,46	26	1,240
Turun seutu	2,88	42	,803
Turunmaa	2,98	45	1,288
Yhteensä	2,99	142	1,139

Kun keskiarvoja vertaillaan seutukunnittain, ei palautteessa näy kovin suuria eroja. Seutukunnat ovat yleisesti sitä mieltä, että TE-keskus on onnistunut tehtävässään kohtalaisesti. Loimaan seudun ja Vakka-Suomen yrittäjät suhtautuvat keskiarvojen mukaan jonkin verran negatiivisemmin.

TAULUKKO 21.

Miten hyvin TE-keskus on mielestänne onnistunut tehtävässään matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä?

Missä seutukunnassa yrityksenne sijaitsee?	erittäin hyvin/hyvin	kohtalaisesti/välttävästi	huonosti/erittäin huonosti	en osaa sanoa	Yhteensä
	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)
L oimaan seutu	26,1 % (6)	21,7 % (5)	8,7 % (2)	43,5 % (10)	100 % (23)
Salon seutu	34,6 % (9)	26,9 % (7)	0,0 % (0)	38,5 % (10)	100 % (26)
Vakka-Suomi	13,5 % (5)	43,2 % (16)	13,5 % (5)	29,7 % (11)	100 % (37)
Turun seutu	13,8 % (12)	32,2 % (28)	2,3 % (2)	51,7 % (45)	100 % (87)
Turunmaa	31,8 % (21)	27,3 % (18)	9,1 % (6)	31,8 % (21)	100 % (66)
Yhteensä	22,2 % (53)	31,0 % (74)	6,3 % (15)	40,6 % (97)	100 % (239)

Tulos on tilastollisesti merkitsevä. Suurimpana luokkana esiin nousee sarake "en osaa sanoa". Yritykset eivät siis osaa mieltää TE-keskusta matkailuelinkeinon rahoittajaksi ja kehittäjäksi. Yllättäen Turun seudun yrityksistä yli 50% ei osaa sanoa, miten TE-keskus on onnistunut. Tutuin TE-keskus tuntuu olevan Vakka-Suomelle. Vakka-Suomessa on viimeisten vuosien aikana toteutettu paljon hankkeita, koska se on ollut pitkään tukialueena ja määriteltiin vuoden 2004 alussa äkilliseksi rakennemuutosalueeksi.

Salon seudulla suhtaudutaan TE-keskukseen positiivisesti: 34,6 % arvioi TE -keskuksen onnistuneen erittäin hyvin tai hyvin. Myös Turunmaan yritykset antoivat TE-keskukselle suhteellisen hyviä arvosanoja. Ne, jotka ovat olleet tekemisissä TE-keskuksen kanssa, ovat siis pääosin kokeneet toiminnan hyväksi tai kohtalaisen hyväksi.

TE-keskus sai paljon palautetta, mutta seutukunnittain tarkasteltuna palautteesta ei noussut millään seutukunnalla kovin vahvasti mitään tiettyä aihetta. Lähinnä Turunmaan seudulta tuli palautetta TE-keskukselle markkinointiin ja rahoitukseen sekä byrokraatiaan liittyvistä teemoista, joista on ylempänä mainittu tarkemmin.

7.3.2 Palaute TE - keskukselle toimialoitain

Alla olevaan keskiarvotaulukkoon on sisällytetty 59,4 % (142 kpl) vastauksista. 40,6 % vastaajista ei osannut sanoa, miten TE-keskus on onnistunut tehtävässään matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä.

TAULUKKO 22.

Miten hyvin TE-keskus on mielestänne onnistunut tehtävässään matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä?

Mihin seuraavista toimialaluokista yrityksenne ensisijaisesti kuuluu?	Keskiarvo	N	Keskihajonta
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	3,03	74	1,216
Tukku- ja vähittäiskauppa	2,50	10	,850
Kuljetus, varastointi ja tietoliikenne	2,43	14	,646
Yhteiskunnalliset ja henkilökohtaiset palvelut	3,23	44	1,118
Yhteensä	2,99	142	1,139

Toimialoitain tarkasteltuna yritykset ovat kohtalaisen tyytyväisiä TE-keskuksen toimintaan. Toimialojen kesken ei ole juurikaan eroja.

TAULUKKO 23.**Miten hyvin TE-keskus on mielestänne onnistunut tehtävässään matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä?**

Ensisijainen toimialaluokka	erittäin hyvin/hyvin	kohtalaisesti/välttävästi	huonosti/erittäin huonosti	en osaa sanoa	Yhteensä
	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	24,4 % (30)	28,5 % (35)	7,3 % (9)	39,8 % (49)	100 % (123)
Vähittäiskauppa	29,4 % (5)	29,4 % (5)	0,0 % (0)	41,2 % (7)	100 % (17)
Kuljetus ja tietoliikenne	34,6 % (9)	19,2 % (5)	0,0 % (0)	46,2 % (12)	100 % (26)
Yhteiskunnalliset ja henkilökohtaiset palvelut	12,3 % (9)	39,7 % (29)	8,2 % (6)	39,7 % (29)	100 % (73)
Yhteensä	22,2 % (53)	31,0 % (74)	6,3 % (15)	40,6 % (97)	100 % (239)

Tulos ei ole tilastollisesti merkitsevä, mutta sitä voidaan pitää suuntaa-antavana. Likert-asteikollisissa vastauksissa TE-keskus ei ole saanut juuri lainkaan täysin negatiivista palautetta.

7.4 Palaute Varsinais-Suomen liitolle

Yrityksiltä kysyttiin: "Miten hyvin Varsinais-Suomen liitto on mielestänne onnistunut tehtävässään aluekehitysviranomaisena ja matkailuun liittyvien tavoitteiden ja toteutustoimenpiteiden asettamisessa maakuntastrategiassa ja -ohjelmassa?" Vastausvaihtoehdot olivat 1=erittäin hyvin, 2=hyvin, 3=kohtalaisesti, 4=välttävästi, 5=huonosti, 6=erittäin huonosti, 7=en osaa sanoa. Lisäksi yritykset saivat kirjoittaa vapaasti palautetta halutessaan (liite 2). Vastaukset jakaantuivat seuraavasti:

TAULUKKO 24.**Miten hyvin Varsinais-Suomen liitto on mielestänne onnistunut tehtävässään aluekehitysviranomaisena ja matkailuun liittyvien tavoitteiden ja toteutustoimenpiteiden asettamisessa maakuntastrategiassa ja -ohjelmassa?**

	N	%	Kumulatiivinen %
1=erittäin hyvin	5	2,1	2,1
2=hyvin	21	8,8	10,9
3=kohtalaisesti	46	19,2	30,1
4=välttävästi	20	8,4	38,5
5=huonosti	5	2,1	40,6
6=erittäin huonosti	3	1,3	41,9
7=en osaa sanoa	139	58,2	100,0
Yhteensä	239	100,0	

Varsinais-Suomelle annetun palautteen keskiarvo oli 3,08 asteikolla 1-6. Huomionarvoista on, että lähes 60 prosenttia vastaajista ei osannut sanoa, mitä mieltä ovat. Yleisesti ottaen Varsinais-Suomen liiton onnistumiseen tehtävässään aluekehitysviranomaisena ollaan kohtalaisen tyytyväisiä.

Varsinais-Suomen liitolle annetusta palautteesta suurimmaksi teemaksi, noin 37,3 % prosenttia avointen kysymysten vastauksista, nousi "epätietoisuus": Yritykset eivät tiedä, mikä Varsinais-Suomen liitto on tai mitä se tekee. Myös taulukosta 24 on nähtävissä, että yli puolet vastaajista ei osannut sanoa, mitä mieltä ovat. Epätietoisuuteen liittyen Varsinais-Suomen liitolta toivottiin näkyvyyttä. Kun organisaation toiminnasta ollaan epätietoisia ja sen ei koeta näkyvän yksittäisen yrittäjän arjessa, aiheuttaa se myös tyytymättömyyttä. Kyselyyn vastanneista osa koki Varsinais-Suomen liiton myös byrokraattiseksi ja kaukaiseksi.

Matkailun kehittämisen osalta 33,3 % avoimiin kysymyksiin vastanneista yrityksistä toivoi enemmän konkretiaa ja halusi nähdä konkreettisia tuloksia. Varsinkin saaristomatkailuun liittyvät kehitystoiveet nousivat vahvasti esiin Turunmaan seudulta. Koska liiton tehtäviin ei kuulu matkailuasioden hoito, on yksittäisten yritysten hankala nähdä tuloksia, jos matkailustrategia

ja -ohjelma eivät ole heille tuttuja. Liiton mahdollinen näkyvyys tulee hankerahoitusten kautta. Valitettavasti usein käy myös niin, että ihmiset eivät ole tietoisia, missä hankkeissa Varsinais-Suomen liitto on rahoittajana mukana. Sen sijaan ne, jotka ovat saaneet rahoitusta, olivat tyytyväisiä.

7.4.1 Palaute Varsinais-Suomen liitolle seutukunnittain

Alla olevaan tulokseen on sisällytetty 41,8 % (100 kpl) vastauksista. 58,2 % vastaajista ei osannut sanoa, miten Varsinais-Suomen liitto on onnistunut tehtävässään aluekehitysviranomaisena ja matkailuun liittyvien tavoitteiden tai toteutustoimenpiteiden asettamisessa maakuntastrategiassa ja -ohjelmassa.

TAULUKKO 25.

Miten hyvin Varsinais-Suomen liitto on mielestänne onnistunut tehtävässään aluekehitysviranomaisena ja matkailuun liittyvien tavoitteiden ja toteutustoimenpiteiden asettamisessa maakuntastrategiassa ja -ohjelmassa?

Missä seutukunnassa yrityksenne sijaitsee?	Keskiarvo	N	Keskihajonta
Loimaan seutu	3,20	10	1,619
Salon seutu	3,00	10	,667
Vakka-Suomi	3,30	20	1,174
Turun seutu	2,82	34	,999
Turunmaa	3,23	26	,815
Yhteensä	3,08	100	1,041

Seutukunnittain vertailtuna vastauksissa ei ollut suuria eroja. Keskiarvojen perusteella seutukunnissa ollaan kohtalaisen tyytyväisiä liiton toimintaan.

TAULUKKO 26.

Miten hyvin Varsinais-Suomen liitto on mielestänne onnistunut tehtävässään aluekehitysviranomaisena ja matkailuun liittyvien tavoitteiden ja toteutustoimenpiteiden asettamisessa maakuntastrategiassa

Missä seutukunnassa yrityksenne sijaitsee?	erittäin hyvin/hyvin	kohtalaisesti/välittävästi	huonosti/erittäin huonosti	en osasanoa	Yhteensä
	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)
Loimaan seutu	17,4 % (4)	13,0 % (3)	13,0 % (3)	56,5 % (13)	100 % (23)
Salon seutu	7,7 % (2)	30,8 % (8)	0,0 % (0)	61,5 % (16)	100 % (26)
Vakka-Suomi	13,5 % (5)	35,1 % (13)	5,4 % (2)	45,9 % (17)	100 % (37)
Turun seutu	12,6 % (11)	25,3 % (22)	1,1 % (1)	60,9 % (53)	100 % (87)
Turunmaa	6,1 % (4)	30,3 % (20)	3,0 % (2)	60,6 % (40)	100 % (66)
Yhteensä	10,9 % (26)	27,6 % (66)	3,3 % (8)	58,2 % (139)	100 % (239)

Tulos ei ole tilastollisesti merkitsevä. Se toimii kuitenkin suuntaa-antavana. Liitto ei ole saanut juuri lainkaan negatiivista palautetta. Suurin osa ei vain tiedä, mikä liiton rooli on matkailun osalta. Osa vastaajista ei toisaalta yleensäkiennyt, mitä liitto tekee. Kaikkein positiivisimman tuloksen liitto on saanut Loimaan seudulta. Frekvenssit jäävät kuitenkin niin pieniksi, että vastausta ei voi yleistää.

Varsinkin Turun seudulta tuli palautetta siitä, että yritykset ovat epätietoisia Varsinais-Suomen liiton toiminnasta ja kaipaavat lisäinformaatiota. Koettiin, että liiton rooli ei näy pienempien yritysten tasolla juuri lainkaan. Myös matkailun kehittämisestä heillä oli kysymyksiä ja parannusehdotuksia, mitkä eivät sinänsä liity liiton tehtäviin.

Turunmaalla sen sijaan nousi esiin epätietoisuus organisaatiosta, mihin liitettiin usein näkymättömyys. Yrityksillä oli myös matkailun kehittämiseen paljon sanottavaa: melkein kaikki koskivat saaristoa. Yritykset olivat huolissaan muun muassa saariston tilasta ja liikenneyhteyksien parantamista pidettiin tärkeänä.

7.4.2 Palaute Varsinais-Suomen liitolle toimialoitain

Alla olevaan keskiarvotaulukkoon on sisällytetty 41,8 % (100 kpl) vastauksista. 58,2 % vastaajista ei osannut sanoa, miten Varsinais-Suomen liitto on onnistunut tehtävässään aluekehitysviranomaisena ja matkailuun liittyvien tavoitteiden tai toteutustoimenpiteiden asettamisessa maakuntastrategiassa ja -ohjelmassa.

TAULUKKO 27.

Miten hyvin Varsinais-Suomen liitto on mielestänne onnistunut tehtävässään alue-kehitysviranomaisena ja matkailuun liittyvien tavoitteiden ja toteutustoimenpiteiden asettamisessa maakuntastrategiassa ja -ohjelmassa?

Mihin seuraavista toimialaluokista yrityksenne ensisijaisesti kuuluu?	Keskiarvo	N	Keskihajonta
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	3,02	50	1,000
Tukku- ja vähittäiskauppa	3,22	9	1,302
Kuljetus ja tietoliikenne	2,29	7	,756
Yhteiskunnalliset ja henkilökohtaiset palvelut	3,29	34	1,031
Yhteensä	3,08	100	1,041

Toimialaluokittain tarkastelluista keskiarvoista on nähtävissä, että suurin osa kokee Varsinais-Suomen liiton onnistuneen tehtävässään kohtalaisesti. Toimialojen välillä ei ole suuria eroja. Kuljetus ja tietoliikenteen toimialan vastaajia on niin vähän, että keskiarvosta ei voi päätellä mitään.

TAULUKKO 28.

Miten hyvin Varsinais-Suomen liitto on mielestänne onnistunut tehtävässään alue-kehitysviranomaisena ja matkailuun liittyvien tavoitteiden ja toteutustoimenpiteiden asettamisessa maakuntastrategiassa ja ohjelmassa?

Ensisijainen toimialaluokka	erittäin hyvin/hyvin	kohtalaisesti/välttävästi	huonosti/erittäin huonosti	en osaa sanoa	Yhteensä
	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)	Prosentit (N)
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	12,2 % (15)	26,0 % (32)	2,4 % (3)	59,3 % (73)	100 % (123)
Vähittäiskauppa	11,8 % (2)	29,4 % (5)	11,8 % (2)	47,1 % (8)	100 % (17)
Kuljetus ja tietoliikenne	15,4 % (4)	11,5 % (3)	0,0 % (0)	73,1 % (19)	100 % (26)
Yhteiskunnalliset ja henkilökohtaiset palvelut	6,8 % (5)	35,6 % (26)	4,1 % (3)	53,4 % (39)	100 % (73)
Yhteensä	10,9 % (26)	27,6 % (66)	3,3 % (8)	58,2 % (139)	100 % (239)

Tulos ei ole tilastollisesti merkitsevä, mutta toimii suuntaa-antavana.

8. HAASTATELUTURKU TOURINGIN PERUSTAMISESTA JA SEN ONNISTUMISESTA TEHTÄVÄSSÄÄN MAAKUNNALLISENA ORGANISAATIONA

8.1 Haastateltavien valinta ja haastattelun aiheet

Haastatteluja tehtiin kahdelle erilaiselle ryhmälle. Haastattelimme ensin matkailualan veteraaneja. Tämä Varsinais-Suomen matkailualan "veteraanit" -nimitys nousee siitä, että nämä henkilöt ovat olleet kehittämässä ja vaikuttamassa maakunnan matkailuun 1990-luvulla, kun Turku Touring päätettiin perustaa, mutta myös ennen sitä. Osa heistä on edelleen mukana matkailualalla. Osa taas on seurannut tilannetta ja erityisesti Turku Touringin toimintaa ja kehitystä enemmän tai vähemmän. Haastattelimme Perttu Koillista, Bo Lindholmia, Pertti Paasiota sekä Arja Yli-Uotilaa.

Toiset haastattelut tehtiin seutukuntajohtajille (Rikumatti Levomäki, Eeva Rintama, Mikael Grannas, Pauli Salminen ja Kalle Euro). Heiltä kysyttiin, mitä mieltä he ovat tämän hetkisestä matkailumarkkinoinnista ja -yhteistyöstä oman seutukuntansa näkökulmasta. Kaikkien viiden seutukunnan: Turunmaan, Vakka-Suomen, Salon seudun, Loimaan seudun ja Turun seudun edustajat haastateltiin. Kysyimme heiltä lähes samat kysymykset kuin matkailualan veteraaneilta, mutta Turku Touringin perustaminen oli esimerkiksi osalla vieras. Seutukuntajohtajat ovat antaneet vastauksensa oman seutukuntansa näkökulmasta.

Haastateltaville tehtiin suunnilleen samat kysymykset (Liite 3 & 4). Haastattelurunko koottiin kuitenkin hieman erilaiseksi, riippuen kumpaan ryhmään henkilö kuului.

8.1.1 Turku Touringin perustamisprosessista

Haastateltavilta kysyttiin Turku Touringin perustamisesta ja siihen johtaneista syistä. Matkailualan veteraanien mukaan tarve uudistaa matkailumarkkinointia oli ollut jo kauan. Silloinen Varsinais-Suomen Matkailuyhdistys ry oli ollut monta vuotta taloudellisissa vaikeuksissa. Tuolloin mietittiin erilaisia vaihtoehtoja matkailumarkkinoinnin kannalta. Varsinais-Suomen liitto ei halunnut maakunnan matkailumarkkinointia vastuulleen.

Perttu Koillinen esitti oman ehdotuksensa Varsinais-Suomen matkailuyhteistyön järjestämiseksi vuonna 1996. Hänen mielestään hallitukseen olisi pitänyt saada eri seutukuntien edustajat sekä matkailualan yrityksiä, mikä olisi taannut paremman yhteistyön ja toiminut seutukuntien matkailua yhdistävänä tekijänä. Koillinen oli edelleen sitä mieltä, että tämä olisi ollut parempi vaihtoehto kuin nykyinen. Muut veteraanit kokivat Koillisen ehdotuksen näin jälkepäin vähän vanhanaikaiseksi ja toisaalta he ajattelivat Turku Touringin hoitaneen tehtävänsä tarpeeksi hyvin.

Paasio kommentoi Turku Touringin perustamiseen liittyvää päätöksentekoa seuraavasti: "Turku Touring syntyi sarjasta negaatioita." Sillä hän tarkoitti päätöksenteon tapahtuneen sitä kautta, että hylättiin sarja ehdotuksia. Aluksi perustettiin matkailumarkkinoinnin määräaikainen projektiorganisaatio ja vuonna 2000 Turku Touring aloitti toimintansa maakunnallisena alueorganisaationa. Tuolloin koettiin, että lähinnä taloudellisista syistä ei ollut muuta vaihtoehtoa kuin, että Turun kaupunki ottaa vastuun. Tarkoituksena oli joka tapauksessa, että Turku Touring toimisi koko maakunnan hyväksi ja siihen haluttiin luottaa. Pertti Paasio halusi haastattelussaan painottaa, että organisaatiomuoto ei kuitenkaan ole yhtä tärkeä kuin ammattitaitoiset ihmiset.

Turku Touringia kohtaan oli alussa vastustusta. Esimerkiksi eräät Turun seudun kunnat eivät lähteneet mukaan toimintaan. Turku Touringin perustamisvaiheessa monilla seutukunnilla oli omia matkailuorganisaatioita. Siksi seutukunnissa pelättiin, että ne lopetettaisiin Turku Touringin myötä. Näin ei kuitenkaan käynyt. Arja Yli-Uotila halusikin korostaa, että seutukunnissa on oltava osaaminen ja tieto-taito. Turku Touring on yhteydessä seutukuntiin ja matkailuorganisaatioihin, mitä kautta toiminta pääosin toteutetaan. Toiminta lähti useimpien veteraanin mielestä kuitenkin hyvin käyntiin.

8.1.2 Turku Touring matkailun markkinoinnin koordinoijana ja myyntiorganisaationa

Kun haastateltavilta kysyttiin: "Miten Turku Touring on mielestäsi onnistunut tehtävässään maakunnan matkailun markkinoinnin koordinoijana sekä myyntiorganisaationa?", vastaukset vaihtelivat hyvän ja tyydyttävän välillä. Vaikka toiminta koettiin monelta osin hyväksi, niin parannettavaa kuitenkin oli. Yli-Uotila oli sitä mieltä, että kotimaan matkailussa koko matkailutoimiala hakee vielä paikkaansa. Lindholm sen sijaan ihmetteli, miksi esimerkiksi Turun kaupunki ja muut seutukunnat ovat eri tapahtumissa eri osastoilla. Toisaalta hän ymmärtää myös sen, että Turkua pitää profiloida. Seutukuntien edustajista suurin osa oli sitä mieltä, että Turku Touring on onnistunut markkinoinnissa. Kuitenkin palautetta annettiin siitä, että toiminta ei näy yrityksiin kovin vahvasti. Osa seutukuntajohtajista mainitsi Turku Touringin myynnin olevan kangertelevaa ja siihen toivottiin parantamista, osa oli sitä mieltä, että Turku Touringin tehtävänä ei olekaan myydä.

Ulkomaanmarkkinoinnin osalta veteraanit kokivat, että ei ole onnistuttu kovin hyvin. Yritystä heidän mielestään kyllä on, mutta tulokset puhuvat muuta. Yli-Uotila kommentoi myös valtakunnallisen yleisohjauksen vaikutusta: liian usein vaihdetaan kohteita, mihin Suomea yritetään myydä ulkomailla. Sen sijaan tulisi markkinointi keskittää tiettyihin maihin, tällä hetkellä Itämeren alueeseen ja Skandinaviaan, mitkä ovat aina olleet Varsinais-Suomelle tärkeitä kohteita. Myös muut veteraanit painottivat lähimarkkinointia: tärkeinä pidettiin Ruotsin, Ahvenanmaan ja Suomen yhteistyötä. He näkevät tärkeänä yhtenäisen Itämeren alueen luomisen sekä yhteisiä projekteja. Lindholm painotti erityisesti yhteistyötä ja henkilökohtaisia suhteita: "Kun on hyvä verkosto, asiat saadaan paremmin toimimaan."

Osa seutukuntien edustajista oli sitä mieltä, että ulkomaan markkinointi on sujunut hyvin. He ovat olleet monilla Turku Touringin järjestämällä matkamessuilla mukana. Osa sen sijaan oli sitä mieltä, että ulkomaan markkinointi ei näy seutukuntiin lainkaan. Kalle Euro piti ulkomaan kohteiden valintaa hyvänä; markkinointi on kohdistettu sinne, minne on hyvät yhteydet (Gdansk, Tukholma). Ulkomaan matkailun markkinoinnin tulokset nähtiin suhteellisen sattumanvaraisina ja esimerkiksi Turunmaalla käy ulkomaanmatkailijoita vain sesonkiaikaan.

8.1.3 Turku Touringin Turku-keskeisyys?

Matkailualan yrityksille tehdyn kyselyn vastauksista nousi vahvasti esiin Turku Touringin koettu Turku-keskeisyys. Sen takia sitä haluttiin kysyä myös haastatteluissa. Myös haastateltavat myönsivät tämän pitävän ainakin osittain paikkansa. Koillinen

ja osa seutukuntien edustajista kommentoi, että jo yksin Turku Touring nimi oli aikanaan herättänyt keskustelua ja herättää vieläkin. Moni haastateltava oli myös sitä mieltä, että Turku-keskeisyys on ollut luonnollinen kehitys: Turku on vetovoimainen matkailukohde. Turku myös organisoii toimintaa ja toiminta tapahtuu Turussa.

Yli-Uotila korosti myös, että maailmalle mennään huipputuotteilla, muuten tänne ei saada matkailijoita. Sen takia hän kokee yhteistyön Turun kanssa tärkeäksi. Lisäksi hän halusi muistuttaa seutukuntien matkailuorganisaatioita siitä, että niiden tehtävä on kehittää sitä ilmapiiriä, jossa kehittäminen on mahdollista.

Bo Lindholm on ollut suhteellisen tyytyväinen Turku Touringiin, mutta kertoi ymmärtävänsä, jos esimerkiksi saaristossa ajatellaan sen olevan Turku-keskeinen. Hänen mielestään tiedottamista tulisi parantaa sen osalta, mitä Turku Touring kulloinkin tekee. Se jää monelta paitsioon, vaikka Turku Touring toisaalta tiedottaa hyvin seutukuntien matkailuorganisaatioille.

8.1.4 Liiton rooli matkailun osalta

Varsinais-Suomen liitto toimii aluekehitysviranomaisena ja matkailuun liittyvien tavoitteiden ja toteutustoimenpiteiden asettajana maakuntastrategiassa sekä -ohjelmassa. Turku Touring vastaa täysin konkreettisesta maakunnallisesta matkailuyhteistyön ja -markkinoinnin kehittamisestä. Siihen rooliin, mikä Varsinais-Suomen liitolla on, oltiin pääosin tyytyväisiä. Koillinen koki, että liitto on hoitanut asiansa hyvin, ja että Turku Touring isona matkailuorganisaationa on riittävä matkailua kehittävä organisaatio. Lindholmin mielestä liitto on hoitanut tehtävänsä hyvin niiden resurssien puitteissa, mitä on käytössä. Liitolta on myös saatu tukea tarvittaessa.

Paasio ei ollut yhtä tyytyväinen liiton toimintaan. Hän toi esiin, että kun strategioita tehdään, tulisi samalla tehdä myös toteuttamissuunnitelma. Muuten siitä ei ole mitään hyötyä. Yli-Uotila koki, että yhteistyö liiton kanssa oli aikanaan vaikeaa, kun liitto ei halunnut ottaa vastuuta maakunnan matkailusta. Kuitenkin hän oli sitä mieltä, että on parempi hoitaa matkailumarkkinointia ja -myyntiä Turku Touringissa. Hän koki, että liitosta olisi hyötyä, jos siltä saisi taloudellista tukea.

Seutukuntajohtajat olivat sitä mieltä, että liiton ei tarvitse näkyä voimakkaasti. Liiton rooli koettiin toimintaa tukevaksi, ja sille määriteltiin tärkeiksi piirteiksi nopeus, joustavuus sekä olosuhteiden ymmärtäminen.

8.1.5 TE-keskus matkailuelinkeinon rahoittajana sekä kehittäjänä

Lindholm on sitä mieltä, että TE-keskus on hoitanut asiansa mahdollisuuksien mukaan. Ihmiset kokevat hänen mielestään TE-keskuksen kanssa asioimisen vaikeaksi. Yli-Uotila sen sijaan painottaa, että rahoitustapaa tulisi muuttaa. Pitäisi löytää järkevämpi toimintamalli. Koillinen ja Paasio eivät juuri halunneet ottaa kantaa, koska eivät olleet seuranneet toimintaa tarpeeksi hyvin viime vuosina.

Seutukuntien edustajat olivat suhteellisen tyytyväisiä TE-keskuksen toimintaan. Mikael Grannas toi esiin, että TE-keskus toimii enemmän yksittäisten yrittäjien kanssa, mikä näkyy investointitukina. Siksi varmaan yksittäiset yrittäjät ovat paremmin tietoisia TE-keskuksen kuin liiton roolista. Vain yhdeltä haastateltavalta tuli negatiivista palautetta: hän on kokenut, että TE-keskus ei ole kehittäjänä onnistunut lainkaan, koska se ei hänen mielestään esimerkiksi ota liiton strategioita huomioon päätöksiä tehdessään.

8.1.6 Kehittämistarpeet

Koilliselle on jäänyt päällimmäisenä ja tärkeimpänä mieleen se, että seutukunnat tulisi saada mukaan yhteismarkkinointiin. Koska seutukunnat ovat edelleen erillisiä ja ulkopuolisia, ei ole vielä onnistuttu koko maakunnan matkailun yhteismarkkinoinnin tavoitteessa.

Lindholm painotti yhteistyötä ja henkilötason saavutuksia. Jotta Turku Touring voisi onnistua vielä paremmin maakunnan matkailun yhteismarkkinoinnissa, pitäisi saada verkosto toimimaan paremmin. Verkostoitumisen kautta voidaan saada yrittäjien luottamus. Lindholm toi esiin myös sen, että Turku Touring organisaationa on hyvä matkailun kehittämisen kannalta, koska sieltä löytyy osaaminen ja että Turku toimii kuitenkin veturina. Myös Pertti Paasio on sitä mieltä, että Varsinais-Suomi on maakunta, jossa Turku on selkeästi tärkeä alue: ei olisi koko maakuntaa ilman Turku. Hän kokee sen asiana, mikä on pakko ottaa huomioon kehitettäessä maakunnan matkailua.

Haastateltavia mietitytti, millä Turku Touring osakeyhtiönä tulevaisuudessa rahoittaa toimintansa, sillä se on nyt saanut kuntien jäsenmaksuina merkittävän summan vuodessa. Monilla seutukunnilla on kuitenkin omia matkailuorganisaatioita. Jos Tur-

ku Touringilta tulevaisuudessa pitää ostaa palveluja, voi olla, että moni tekee sen sijaan mieluummin itse. Huolissaan oltiin myös siitä, ettei tähän asti saavutettu kehitys lähde hiipumaan.

Haastatteluisissa pohdittiin, pitäisikö esimerkiksi Varsinais-Suomen liiton järjestää palaveri eri toimijoiden kesken, missä pohdittaisiin Varsinais-Suomen matkailualan kehitystä sekä seutukuntien yhteismarkkinointia. Haastateltavat kokivat, että se voisi olla tarpeellinen, sillä aikaisemmasta on niin paljon aikaa, ja olosuhteet ovat muuttuneet siitä, kun tällaista kokousta on viimeksi pidetty. Myös Turku Touringin muuttuminen Oy:ksi luo tarvetta pohtia maakunnan matkailumarkkinoinnin tulevaisuutta. Seutukuntajohtajat toivat esiin sen, että kun ollaan tällaisessa muutostilassa, pitäisi ottaa muut seutukunnat huomioon. Kalle Euro oli sitä mieltä, että alueellista profilointia pitäisi edelleen kehittää koko maakunnan puitteissa. Jos Turku Touringista halutaan todellinen maakunnallinen toimija, tulisi toimia nyt. Rikumatti Levomäki kokee, että toteutustapa on Turussa väärä ja se pitäisi muuttaa. Jos esimerkiksi seutukunnat pääsisivät osakkaiksi Turku Touring osakeyhtiöön, heilläkin olisi oikeus vaikuttaa.

Kolme seutukunnan edustajaa näki mahdollisena sen, että jos tai kun Turku Touring muutetaan kokonaan osakeyhtiöksi, he tekevät tulevaisuudessa mieluummin itse kuin ostavat ulkopuolelta palveluita. Tämä saattaa muodostua Turku Touringin ongelmaksi ja siksi tässä vaiheessa kannattaisi keskustella yhteisistä tavoitteista seutukuntien ja yritysten kesken. On luonnollista, että seutukunnissa tullaan miettimään hyöty-kustannus -suhdetta.

Veteraaneilta kysyttiin, onko Turun seutu heidän mielestään kokonaisuudessaan matkailukohde. Siihen kaikki vastasivat yksimielisen kielteisesti: on vain yksittäisiä kohteita ja kaupunkeja. Turku ja Naantali ovat vetovoimaisimmat kohteet. Yli-Uotila korosti, että seutukunta ei ole yhtenäinen matkailukohde, sillä muualla kuin Turussa ja Naantalissa ei ole sellaisia vetovoimajohdajia, että seutukuntaa olisi mahdollista markkinoida kokonaisuutena. Sen sijaan seutukuntien edustajilta olivat sitä mieltä, että heidän omat seutukuntansa ovat kokonaisuudessa matkailukohteita.

9. JOHTOPÄÄTÖKSET

Johtopäätöksiä tilastojen osalta:

- Kotimaisten matkailijoiden määrä Varsinais-Suomessa on kasvanut merkittävästi, enemmän kuin koko maassa ja Pirkanmaalla
- Varsinais-Suomessa ulkomaalaisten matkailijoiden määrä ei juuri ole kasvanut. Sen sijaan Pirkanmaalla kasvu on ollut nopeaa. Kuitenkin Varsinais-Suomessa on ollut aina Pirkanmaahan verrattuna määrällisesti enemmän matkailijoita viimeisen kymmenen vuoden ajan. Wizz Air aloitti Turkuun lennot, mikä toivottavasti nostaa matkailijamäärää Varsinais-Suomessa. Myös Air Baltic lentää kesällä Turku-Riika -välillä ainakin toistaiseksi.
- Tilastoissa ei ole mukana päivämatkustajia, joita laivaliikenteen mukana tulee Turkuun. Turun sataman kautta kulkee yli 4 milj. matkustajaa vuosittain.
- Varsinais-Suomessa majoitus- ja ravitsemisalalan liikevaihto on 8.0% koko maan vastaavasta liikevaihdosta, jonkin verran alle väestöosuuden.
- Rahoitettujen matkailuhankkeiden perusteella olisi pitänyt syntyä enemmän työpaikkoja
- Varsinais-Suomen matkailustrategian 2005-2011 tavoitteista ollaan jäljessä ulkomaalaisten yöpymisten määrässä, tavoite oli 3% vuosittainen kasvu. Sen sijaan kotimaisten matkailijoiden (tavoite +1%/vuosi), henkilöstön (tavoite +1%/vuosi) ja liikevaihdon (matkailutulon kasvu +2%/vuosi) osalta ollaan pysytty tavoitteissa ja osittain jopa ylitetty ne.

Kyselyistä:

- Turku Touring on sekä kyselyyn vastanneiden että osan haastateltavista mielestä Turku-keskeinen
- Yhtenäisemmän maakunnan markkinoinnin suuntaan ollaan kuitenkin menossa ja yhteistyö seutukuntien kanssa on kehittynyt viimeisen kymmenen vuoden aikana.
- Turku on joka tapauksessa vetovoimainen matkailukohde sekä suomalaisille että ulkomaalaisille matkailijoille. Myös Naantalista on Muumimaailman myötä tullut suosittu kohde.
- Matkailuyrittäjien mukaan kolmesta kyselyssä mukana olleesta organisaatiosta Turku Touring on tunnetuin. Varsinais-Suomen liitto on sen sijaan jäänyt monelle vieraaksi. Syynä tähän on se, että Varsinais-Suomen liitossa ei hoideta maakunnan matkailua, vaan Turku Touring hoitaa kaikki operationaaliset matkailuasiat.
- Yleisesti ottaen Turku Touringiin, TE-keskukseen sekä liittoon oltiin kohtalaisen tyytyväisiä.
- TE-keskukselta lähinnä anotaan rahoituksia muun muassa yritysten perustamiseen. Huonoa palautetta se on saanut siitä, että sitä pidetään niin byrokraattisena.

- Muuta:
- Seutukunnista tuli palautetta koskien Turku Touringin muuttumista osakeyhtiöksi. Jos Turku Touringia ei koeta kustannus-hyöty -suhteeltaan hyväksi, saatetaan seutukunnissa tehdä mieluummin itse tulevaisuudessa. Tämä hävittäisi sen kehityksen, mitä tähän mennessä on saatu aikaiseksi.
- Turku Touringin perustamista aikanaan pidettiin oikeaan osuneena ratkaisuna
- Olisi myös hyvä pohtia Varsinais-Suomen matkailustrategian onnistumista sen strategisten painopisteiden suhteen
- Yleinen johtopäätös on se, että maakunnan matkailuyhteistyötä tulisi vielä kehittää. Haastateltavat kokivat tärkeänä sen, että nyt kun Turku Touring on muuttumassa osakeyhtiöksi, pitäisi keskustella maakunnan matkailun tilanteesta. Myös yrityksiltä saadusta palautteesta tulee ilmi, että kehittämistarvetta on.
- Turku Touringin, TE-keskuksen sekä Varsinais-Suomen liiton pitäisi parantaa tiedotusta, koska yrityksissä oli liikaa epätietoisuutta organisaatioista.
- Varsinais-Suomessa on vielä runsaasti mahdollisuuksia kehittää matkailusta entistä merkittävämpi elinkeino.

Lähteet:

Harju-Autti, Anneli (2008): Majoitustoiminta. Toimialaraportti 8/2008. TEM:n ja TE-keskuksen julkaisu.
Harju-Autti, Anneli & Ryymin, Jaakko (2008): Matkailun yleisosa. Toimialaraportti 7/2008. TEM:n ja TE-keskuksen julkaisu.
Kauppa- ja teollisuusministeriö 2006: Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013. KTM julkaisuja 21/2006. Edita Publishing Oy.
Puustinen, Arja & Rouhiainen, Ulla-Maija (2007): Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Edita Prima Oy, Helsinki.
Talonen, Harri & Laiho, Marko & Willner, Hanna & Tammivuori, Antti (2005): Julkinen tuki matkailuhankkeisiin Suomessa vuosina 2000–2003. Tampereen yliopisto. Liiketaloudellinen tutkimus- ja koulutuskeskus. KTM Rahoitetut tutkimukset 5/2005. Markkinaosasto.
Varsinais-Suomen liitto (2008): EU-ohjelmakauden 2000-2006 hanketoiminta Varsinais-Suomessa.
Varsinais-Suomen liitto (2002): Varsinais-Suomen matkailuohjelman seuranta 1998–2002.
Varsinais-Suomen liitto & Turku Touring: Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittäminen. Strategiset valinnat 2005–2011.

Sähköiset lähteet:

Kh 11.5.1998 § 558:

Kaupunginhallituksen pöytäkirja: <http://www05.turku.fi/ah/kh/1998/0511013x/36.htm>
(luettu 27.4.2009)

Kh 1.11.1999, § 1182

Kaupunginhallituksen pöytäkirja: <http://www05.turku.fi/ah/kh/1999/1101032x/356813.htm>
(luettu 27.4.2009)

Kv 1.2.1999, § 13

Kaupunginvaltuuston pöytäkirja: <http://www05.turku.fi/ah/kv/1999/0201002x/293272.htm>
(luettu 28.4.2009)

Loimaan seudun kehittämiskeskus:

<http://kehittamiskeskus.loimaanseutu.fi/index.cfm?fuseaction=content.home&menuid=0000CD1E-49B1-1CC5-B15D00017F00D84B&selectedmenu=0000CD1E-49B1-1CC5-B15D00017F00D84B&projectid=0>
(luettu 7.5.2009)

Luotain: <http://luotain.fi/talouksatsaus/matkailu.htm> (luettu 26.5.2009)

Tilastokeskus1: <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2002/index.html> (luettu 31.3.2009)

Tilastokeskus 2:

http://pxweb2.stat.fi/Dialog/Footnote.asp?File=030_matk_tau_103_fi.px&path=../Database/StatFin/lii/matk/&ti=Majoitusliik-keiden+kapasiteetti+ja+sen+k%E4ytt%E4%F6&lang=3&ansi=1&noofvar=4&multilang=fi
(luettu 31.3.2009)

Tilastokeskus 3:

http://pxweb2.stat.fi/Dialog/Footnote.asp?File=050_tyokay_tau_105_fi.px&path=../Database/StatFin/vrm/tyokay/&ti=Ty%F6paikat++ty%F6nantajasektorin+ja+ammattiaseman+mukaan+alueittain+1990+%2D+2006&lang=3&ansi=1&noofvar=4&multilang=fi (luettu 20.3.2009)

Tilastokeskus 4:

<http://tilastokeskus.fi/meta/kas/henkilosto.html> (luettu 8.5.2009)

Tilastokeskus 5:

<http://www.stat.fi/til/matk/kas.html> (luettu 20.3.2009)

Tilastokeskus 6:

<http://tilastokeskus.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2002/kuvaus.html> (luettu 20.3.2009)

Tilastokeskus 7:

<http://www.stat.fi/meta/kas/toimipaikka.html> (luettu 19.5.2009)

Turku Touring: <http://www.turkutouring.fi/public/> (luettu 31.3.2009)

Salon kaupunki:

<http://www.salo.fi/roolit/matkailijalle/> (luettu 7.5.2009)

Vakka-Suomi:

<http://www.vakka-suomi.fi/> (luettu 7.5.2009)

Varsinais-Suomen hankeverkko:

http://www.vshanke.info/public_hanke.asp & https://vshanke2007.info/public_hanke.asp (luettu 3.4.2009)

Yrityssalo Oy:

<http://www.yrityssalo.fi/linkit/salo/> (luettu 7.5.2009)

Liitteet:

Liite 1.

Kysely Varsinais-Suomen matkailuyrittäjille:

KYSELY VARSINAIS-SUOMEN MATKAILUYRITTÄJILLE (Rengasta oikea vaihtoehto.)

Yrityksenne sijainti – ja toimialatiedot:

1. Missä Varsinais-Suomen seutukunnassa yrityksenne sijaitsee?
 - a. Loimaan seutu
 - b. Salon seutu
 - c. Vakka-Suomi
 - d. Turun seutu
 - e. Turunmaa –Åboland

2. Mihin seuraavista toimialaluokista yrityksenne ensisijaisesti kuuluu?
 - a. majoitus- ja ravintola-ala
 - b. matkailukeskukset (kylpylät ym)
 - c. kauppa
 - d. matkatoimistoala
 - e. liikenne ja kuljetus
 - f. ohjelmapalvelut
 - g. muu, mikä? _____

Yrityksenne näkemys maakunnallisten toimijoiden onnistumisesta tehtävässään:

3. Miten hyvin Turku Touring on mielestänne onnistunut tehtävässään maakunnan matkailun markkinoinnin (mukaan lukien ulkomaan markkinoinnin) koordinoijana sekä myyntiorganisaationa?
 - a. erittäin hyvin
 - b. hyvin
 - c. kohtalaisesti
 - d. en osaa sanoa
 - e. välttävästi
 - f. huonosti
 - g. erittäin huonosti

Minkälaista palautetta haluaisit antaa Turku Touringille?

4. Miten hyvin Varsinais-Suomen TE- keskus on mielestänne onnistunut tehtävässään matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä?
 - a. erittäin hyvin
 - b. hyvin
 - c. kohtalaisesti

- d. en osaa sanoa
- e. välttävästi
- f. huonosti
- g. erittäin huonosti

Minkälaista palautetta haluaisit antaa TE- keskukselle?

5. Miten hyvin Varsinais-Suomen liitto on mielestänne onnistunut tehtävässään aluekehitysviranomaisena ja matkailuun liittyvien tavoitteiden ja toteutustoimenpiteiden asettamisessa maakunta-strategiassa ja -ohjelmassa?

- a. erittäin hyvin
- b. hyvin
- c. kohtalaisesti
- d. en osaa sanoa
- e. välttävästi
- f. huonosti
- g. erittäin huonosti

Minkälaista palautetta haluaisit antaa Varsinais-Suomen liitolle?

Kiitos vastauksestanne!

Liite 2.

Tässä liitteessä on listaus avoimista vastauksista yrityksiltä. Vastaukset on kirjoitettu samassa muodossa kuin miten he itse ovat kirjoittaneet. Vastaukset on lisäksi jaoteltu seutukunnittain.

Turku Touringin saama palaute yrityksiltä:

Turun seutu

- TT on vieläkin turhan paljon Turun rajojen sisällä olevien "firma".
- Nimi kuvaa organisaatiota: Se on sisäänpäin lämpiävä, Turku keskeinen ja siitä puuttuu perinne. vrt. tunturi Lappi, Järvi-Suomi ym.
- Maaseudulla toimiva ei huomaa. Turku-keskeinen toiminta, ehkä saaristo
- TT:lle onnistuin kerran soittamaan ja totesin, että samana päivänä liian paljon myyntihenkilöitä poissa.
- Toiminta pitäisi uudelleen organisoida. Luoda avainyritysten ja kaupungin kanssa matkailustrategia ja lähteä systemaattisesti viemään asioita eteenpäin.
- Omituisena olemme kokeneet monet kyselyt ja tarjouspyynnöt. Kaikkiin olemme vastanneet, mutta toteutumattoomiin emme ole saaneet mitään vastausta (ulkomaat).
- Pienetkin ovat olemassa!
- Vain suuri on kyllin hyvä.
- Enemmän kiinnostusta yrittäjien (pienen) ideoista ja niiden hyödyntämisestä – kaikkien hyöty turismi olisi meillekin hyvä asia, jolla voitaisiin parantaa taloutta.
- Aiomme myös jatkossa tehdä yhteistyötä TT:n kanssa. Vain positiivista sanottavaa heistä.
- Yhteistyömme TT:n kanssa on sujunut hyvin. Varaukset tulleet ajoissa ja pitäneet paikkaansa.
- enemmän virtaa, energiaa
- positiivinen ja eteenpäin vievä yritys
- Hyvää työtä. Ravintolatoimintamme alkaa vasta huhtikuussa -09, joten vaikea sanoa vielä mitään.
- Hyvät, monipuoliset retket
- Hienoa, jatkakaa samaan malliin!
- Hienoa työtä, kiitos!
- Kiitettävää!
- Yhteistyö yrittäjien kanssa parasta.
- Jatkakaa samaa rataa
- Olen tyytyväinen saamaani palveluun.
- Toiminnassa on kehittämisen ja kehittymisen meininkiä.
- Jatkaa samalla linjalla, hyvä avoin tiedotus yrittäjälle.
- Saamamme palvelu ja yhteistyö henkilöstön kanssa erinomaista – ammattitaitoista.
- Taistelumieltä! Toivottavasti jaksatte vieläkin yrittää aktivoida seudullisia yrityksiä vieläkin enemmän ja aktiivisemmin toimimaan yhdessä matkailutarjonnan laajentamiseksi ja tuotteistamiseksi!
- TT:n myyntipalvelun ja museon yhteistyö on sujunut kiitettävästi. Yhteistyö matkailun markkinoinnin parissa on sujunut vaihtelevasti.
- Maakunnallista myyntiä pitää kehittää, nyt ei tee kukaan.
- Onko selvitetty organisaation aikaansaama matkailutulon lisäys? Mikä on organisaation panos/hyöty suhde? Toimii "vain" vahvojen matkailuyritysten kanssa. Ei ole roolia kehittämisessä, joka julkisin varoin toimivalla tulisi olla.
- Tarvitsemme voimakkaampaa markkinointia ilman että meidän täytyy itse huolehtia näkyvyydestä. ...
- Voisi markkinoida pieniä paikkoja paremmin
- Koordinaatio kyllä – myyntitoiminta harjoittelua, mutta paranee
- Yhteistyötä kuntien kanssa – rahoitus pienille yrityksille esim. markkinointiin.
- Turun sataman ja lentokentän palvelut puutteelliset ja opastukset olemattomat
- Jalkautumista maakuntaan matkailu / ja eri teemavuosien järjestämistä
- lisää tapahtumia ja näyttelyitä kesäsesongin ulkopuolella, jotta saadaan majoittuvia ryhmiä lisää Turkuun vapaa-ajalle.
- Julkisen toimijan tulisi välittää kaikkien alueen yritysten palveluja. Esim. meillä käy paljon bussiryhmiä, mutta ei yhtään Turku Touringin välittämänä.
- TT tuo hyvin Varsinais-Suomea esille ja toimii kokoajana eri seutukuntien välillä, myös yhteistyö Naantalin kanssa parantunut.

- Yrittäjyyden, yhteistyön ja avunannon korostamista, suunta on hyvä.
- Mielestäni he eivät myy, eivätkä ole kiinnostuneita kuin "kärkituotteista". Mistä hyvästä kunnat maksavat TT:lle?
- Tehostaa tunnettavuutta maakunnan ihmiset eivät tiedä mikä Turku Touring on!
- Yhteistyö sujuu, kun on itse aktiivinen ja hakee tietoa. Jos ei osaa hakea/kysyä niin voi jäädä täysin ulkopuoliseksi.
- Kalastusmatkailu yrittäjien on vaikea toimia nykyisen kalastuslain kanssa – tähän ei ole apuja tullut Turku Touringilta jne.

Turunmaa

- Turku turku turku... on täällä muutakin kuin keskiajan markkinat
- Onko Turku Touringin markkinointi meitä varten? He eivät joka tapauksessa ole koskaan olleet yhteydessä meihin.
- En tiennyt, että Turku Touring markkinoi muuta kuin Turkua. Luulin sen olevan Turun kaupungin matkailutoimisto.
- Turku Touringilla on monien yrittäjien mielestä ylimielinen imago.
- Toiminta kankeaa, yritys joutuu sopeutumaan TT:n toimintatapoihin, jotta yhteistoimintaa voi olla. En suostu TT:n sanelupolitiikkaan.
- Millä asteella/ miten Turku Touring tekee yhteistyötä esim. Suomen saaristovarausten kanssa?
- On tunne, että TT priorisoi Länsi-Turunmaata
- Mikäli saaristo heille kuuluu markkinoinnissa niin siihen pitää satsata INNOVATIIVISESTI JA EKOLOGISESTI
- Saaristomeren pohjoinen alue tehokkaammin mukaan
- Tärkeää muistaa saaristo.
- Enemmän saariston markkinointia, pakettimatkoja Turun hotelleista bussikuljetuksella tai omalla autolla.
- Enemmän saariston markkinointia.
- Yhteiskunnan tuella toimivan organisaation tulisi entistä enemmän panostaa ja auttaa eteenpäin pieniä matkailualan yrityksiä, joiden markkinointiresurssit eivät vielä riitä. Isot yritykset pärjäävät jo omillaan ja rahaakin markkinointiin riittää.
- Mainostavat hyvin itseään isoissa tapahtumissa, entä pienemmät ja pienempien hyväksi toimiminen?
- Enemmän markkinointia Turunmaalla
- Rooli epäselvä. Selvä työnkuva puuttuu. Uusikaa/parantakaa myyntiyhteistyötä.
- Emme tunne sen toimintaa lainkaan
- Meillä markkinoinnin hoitaa Lomarengas Oy, joten en tunne Turku Touringia, en osaa sanoa siitä mitään.
- En tiedä.
- Turku Touring ei ole tunnettu käsityöalalla.
- Me emme ole koskaan olleet tekemisissä Turku Touringin kanssa.
- Kontakti Turku Touringin ja yrittäjien välillä turhan etäinen ja valikoiva (kaveria autetaan enemmän). Sateenvarjo-organisaatio, joka yhdistää koko maakunnan matkailutarjonnan, on tärkeä ja sitä tarvitaan! On myös tärkeää että yritykset "käyttävät" organisaatiota ja hyödyntävät sitä ja ymmärtävät tiedottaa organisaatiota olemassaolostaan. – "It takes two to tango." Kummankin on oltava aktiivinen organisaatio/yritys
- Kontakti alalle tuntuu turhan etäiseltä.
- Emme ole käyttäneet Turku Touringin palveluja kovin paljoa.
- Meillä on ollut hyvin vähän tekemistä Turku Touringin kanssa. Sijaitsemme Kemiönsaarella.
- Ottakaa mielellään yhteyttä Turunmaan saariston yrityksiin. Meidän tapauksessa se ei ole näkynyt, ennemminkin päinvastoin.
- Eivät osaa hoitaa venäläisiä kalastusmatkailijoita Suomeen – eritoten etukäteismaksua retkestä. Yrittäjä jää tässä tilanteessa maksutta. Huonot kalastusmatkailu www-sivut. Myyjillä täytyy olla tietoa, mitä kalastusmatkaa myy mihinkin vuodenaikaan. Meillä täällä on esim. Säkylän Pyhäjärvi, jossa on kalaa PALJON – sitä ei myydä lainkaan.
- Turunmaan saaristo on edelleen tuntematon Suomessa ja erityisesti ulkomailla: ulkomailla tunnetaan vain Ahvenanmaa.
- Markkinointia myös ulkomaan turisteille = oikea valinta, mutta myyntiorganisaationa meidän yrityksemme ei ole tuntenut saaneensa mitään Turku Touringilta.

Vakka-Suomi

- Näkeehän sen jo nimestä! Turkulaiset ajattelee aina MINÄ ajatuksella, eikä ME ajatuksella. Systeemin perusajatus hyvä.
- Käsitkseni mukaan TT palvelee pelkästään turkulaisia, ei maakuntaa. Minulla ei ole tietoa tarpeeksi Turku Touringista, sellainen mielikuva, että on todellakin vain turkulaisia yrityksiä tukeva, eikä muilla edes "pääsyä". Mielestäni tiedottamisessa puutteita, itse haluan pienyrittäjänä ja luovan alan toimijana verkottua ja tehdä yhteistyötä.

- Ehkä toiminta kuitenkin melko Turku keskeistä, maakunnat ovat taka-alalla.
- edelleenkin ns. reuna-alueet jäävät usein huomaamatta.
- Nyt toiminta Turku –keskeistä – elämää on myös Turun ulkopuolella – samoin yrittäjiä ja yrityksiä! Olisi vaivauduttava keskustelemaan ja tutkimaan mahdollisuuksia, mm. mitä tarjontaa olisi myös Turun ulkopuolella. Yhteystoimintaa – yhteyksiä ei ole kuin harvaan yritykseen, jotka ovat suosiossa – muilla ei mahdollisuutta mm. markkinoida, koska tietoa ei ole. Turku Touring vaikuttaa jonkinlaiselta ”suojatyöpaikalta” – tuloksilla ei niin väliä, kunhan ollaan virastotyöntekijöitä! Olisiko syytä tutkia – mitä tehdään – ja tuleeko hyötyä jollekin, siis tuloksia! Kulut ovat varmaan melkoiset! Muutosta olis saatava.
- Liian Turku -keskeistä. Reuna-alueet pitäisi enemmän huomioida.
- Olen niin kaukana Turusta, että kokemuksia en osaa sanoa. Purjelaivatapahtumaan kesällä 2009 olen hakenut myyntipaikkaa, on mielestäni teidän alaisia, olen soittanut ja lähettänyt 2 sähköpostia, mutta kaikille ei kai tarvitse vastata.
- Pienet yritykset jäävät varjoon
- Tiiviimpää yhteydenpitoa pieniin yrityksiin.
- Pitäisi kiinnittää erityisesti huomiota Turun ulkopuoliseen ravintola- ja majoituskapasiteettiin, että mahdollinen kulttuurikaupungin taloudellinen hyöty jäisi suurelta osin Varsinais-Suomeen, niin myös pohjoisesta tuleva matkailu.
- näkyvyys huomaamaton
- Täysin outo nimi kokoTurku Touring. Onko Turku Touringilla postituslista? Onko postituslistalle mahdollista päästä jotta tietäisi tulevaisuudessa jotain ko. tahosta?
- Turku Touring ei valitettavasti ole tavoittanut minua. Nyt olen kyllä saanut yhteyden tähän, mutta katsotaan eteneekö asia johonkin suuntaan.

Loimaan seutu

- Suomi ei pääty Pasilaan eikä Varsinais-Suomi Aninkaisten tai Hämeen tulliin.
- On pitänyt melko matalaa profiilia tällä alueella (Loimaan seutu). Voisi tehostaa yhteistyötä, olla aktiivisempi yhteydenpidossa.
- Pitäisi muistaa, että vetovoimaisia turistikohteita on Turun kaupungin ulkopuolellakin. Tavoitteen voisi (ja pitäisi) olla vetovoimainen maakunta, ei yksinomaan vetovoimainen Turku. Ymmärrämme kyllä, että sanonta: ”Sen lauluja laulat, jonka leipää syöt” pitää paikkansa tässäkin asiassa.
- Olen osallistunut yhteen Turku Touringin matkailujuttuun, joka mielestäni ei onnistunut ollenkaan... mutta ei ole tullut vastaan.
- Se ei ole pienten yritysten yhteistyökumppani.
- Varsinaiset pienkäsityön tekijät on heitetty kaiken ulkopuolelle. Kaikki markkina- ja messutapahtumat maksavat niin paljon, että pienkäsityöläisillä ei ole mitään mahdollisuuksia osallistua.
- Myös pienempien yritysten huomioimista, ne sitä enemmän tarvitsevat (erityisesti kotimaa)
- TT on ilmoittanut, että se ei ole myyntiorganisaatio eikä ole sellaisena toiminut.
- Lisää luontomatkailua = Kurjenrahka ja Vaskijärven luonnonpuisto
- En ole ollut missään tekemisissä Turku Touringin kanssa, toiminta minulle vierasta.
- Kaikki ilmoitukset eri tapahtumista yms. tulevat liian lyhyellä varoitusajalla. TT:stä ei mitään hyötyä.

Salon seutu

- Hyvin vähän yhteistyötä tällä alueella Turku Touringin kanssa. Mahtavatko panostaa eniten Turkuun ja Turun saaristoon???
- Ulkopuoliselle nimi T viittaa Turkuun = toimii Turun alueella ja Turun matkailuyrittäjille maakunnallisuus jää taustalle...
- Keskittynyt Turkuun ja tiettyihin yrityksiin Turun ympäristössä
- Liian Turku-keskeistä
- Mihin on käytetty kuntien maksamat osuudet? Täällä (Salon seutu) ei ole näkynyt TT:n toiminta mitenkään. Vain Turku on heille tärkeä, ja TT:n pääomistajat saavat kaiken näkyvyyden ja hyödyn. TT:n julk. lehdissä näkyy vain TT:n virkailijoiden naamoja joka kuvassa. Ketä ne kiinnostaa?
- Turkua on lääninrajalle asti!
- Tarvitaan ... vahva toimija. TT voisi kehittyä sellaiseksi.
- Linkit, esim. Salon alueen tapahtumajärjestäjät ja yhdistysten, www-sivuille
- hyvä yhteistyö, mainonta
- En tiedä koko jutusta mitään.

- En tunne Turku Touring yritystä ollenkaan?
- En juurikaan tunne koko organisaatiota!
- Epäselvää, mitä palveluja tarjoatte? Opastus on ainoa tiedossa oleva.

TE-keskukselle annettu palaute yrittäjiltä:

Turun seutu

- Valtakunnallista imagomainontaa jo olemassa oleville pk-yrityksille
- Lisää tehokkaita koordinoivia hankkeita!
- Ongelmat ei liene V-S:n ongelmia, vaan koko järjestelmän raskautta.
- Liian byrokraattinen laitos, jos esim. tukea haet johonkin projektiin esim. vene- ja kalustohankinnat. Liian tärkeitä virkamiehiä pykäliensä kanssa jne.
- Yksittäisiin yrityksiin kohdistuva tuki tehotonta ja byrokraattista. Paremmiin auttaisi yleisten toimintaedellytysten parantaminen, esim. pyöräilyreitistöt.
- Ei ole nähty, ei kuultu.
- Asiat on hoidettu hyvin ja ajallaan.
- Positiivisempaa, kannustavampaa asennetta ja toimintaa yrittäjyyttä kohtaan.
- Enemmän tietoa pienille yrityksille rahoitus- ja kehitysmahdollisuuksista.
- Myös pienet hankkeet tulisi ottaa vakavasti.
- Pienetkin ovat "jotain". Palvelu ollut huonoa.
- On toistaiseksi jäänyt pienelle etäiselle hyödyllä yrittäjän näkökulmasta.

Turunmaa

- Turismi tarvitsee jatkuvaa markkinointiprojektia yhteistyössä kuntien kanssa
- Lisää kehätieprojekteja. Infoa jokamiehenoikeuksista ulkomaalaisille. Parempia tienviittoja yrityksistä...
- Mitkä kehitystoimenpiteet? Rahoitus ei tue joitain ohjelmia, ammattiala ratkaisee!
- Lisää kehittämisprojekteja saaristoon.
- TE-keskus hallitsee turismin hyvin, mitä tulee rahoitukseen...
- Emme ole koskaan saaneet mitään rahoitusta TE-keskukselta
- Ottaa mielellään yhteyttä ja tukea mielellään myös yrityksille, joiden vapaaehtoinen toiminta on ilman tukea.
- liian lyhytkatseisia projekteja. Tukirahoitus pitäisi taata vähintään 5-10 vuodelle
- Tulevaisuudessa toivomme saavamme tukea toimintaamme
- Huonot suhteet.
- Luvataan paljon sitten ei saa mitä on luvattu. On varmaan väliin vetäjiä niin sanottuna raha-asioissa.
- Kaikki ilmoitukset eri tapahtumista yms. tulevat liian lyhyellä varoitusajalla. TE:stä ei mitään hyötyä.
- Panostusta tilauskuljetukseen (veneet) pitäisi laajentaa.
- Olemme jonkun kerran yrittäneet hakea tukea TE-keskukselta, mutta päivittäisen työn takia ei ollut aikaa täyttää kaikkia tarvittavia kaavakkeita
- Hakemusten käsittely vie liian kauan aikaa.
- Koemme etenkin EU-hankkeisiin liittyvän byrokratian erittäin raskaaksi ja päätöksenteon hitaaksi. Tämä johtaa liiketoiminnan näkökulmasta suureen epävarmuuteen eikä palvele liiketoimintaa toivotulla tavalla.
- byrokraattinen
- Nopeampi käsittely, muuten kaikki hyvin
- Nopeampia vastauksia, vähemmän byrokratiaa
- Haimme tukea vuoden 2007 alussa maatilaturismin investointiin, ja hakemusta ei ole vielä käsitelty
- Byrokratia melko raskas, pitää olla todella sitkeä, että jaksaa käydä kaikki paperisulkeiset!
- Informaation eteneminen voisi ehkä olla joustavampaa ja maanläheisempää
- Siitä on jo kauan, kun olemme olleet yhteydessä, mutta kontakti on aina ollut positiivista.
- Kiinnostunut turismin kehittämisestä saaristossa, auttaa kun mahdollista.
- Hyvä!

Vakka-Suomi

- Markkinointiin tarvitaan satsausta
- Palvelualueiden liittyminen myös tuen saajien piiriin pitäisi ottaa tosissaan jo pelkästään merkittävien työllistämismisvaidosten tähden.

- Rahoitusta ja avustuksia olisi saatava myös jo toimiville yrityksille kehittämistä varten, ei vain uusille alkaville, suurten suunnitelmien kohteille.
- Jälkiseurantaa voisi parantaa
- En ole euroakaan saanut!
- Ainakin kalastusmatkailun osalta investointien tuet tuntuvat olevan kiven alla.
- Hain rahaa 10 000 euron koneen ostoon 2007 joulukuussa. Mitään selvyyttä tähän päivään mennessä ei ole tullut. Valitetaan kiireitä ja uuden ohjelman ajoa tietokoneelle. Oman laitteeni olen jo kokonaisuudessaan maksanut.
- Päätökset kestävät kohtuuttoman kauan, vaikka tuki on myönnetty niin maksua saa odottaa ainakin puoli vuotta.
- Byrokratiaa pitäisi vähentää.
- Hyvin: Perustuen KTM-aikaiseen yhteistoimintaan
- Toiminta tutummaksi yrityksille (myös pienemmille).

Loimaan seutu

- Kaikki investoinnit on tarvinnut tehdä omalla rahalla. Tukea voidaan kuulemma antaa vain maatalouskytkennäisille yrityksille, josta yli puolet tulosta koostuu maataloudesta. Alle 10 % tuki on turhaa, sillä paperihommiin pitää palkata ammattilainen, että ei tule virhettä. Pari kertaa olen ollut projekteissa mukana. Molemmilla kerroilla olette löytäneet maksatusvaiheessa jonkun kirjanpidollisen teknisen virheen. Mm. viimeksi väärän pankkitilin numeron käytön ja mitään myönnettyjä rahoja ei valituksista huolimatta ole maksettu. Joten molemmista projekteista tuli tappiota, vaikka alkuun luvattiin tukea. Eli pelkkää yritysten huijaamista ja epätasaista tukemista, joka vääristää kilpailua, mm. turkulaista kilpailijaa on tuettu.
- Taitaa alkaa olla jo itsellenikin ylirmaallisen vaikeaa rämpiä tolkkutomassa pykälä- ja vaatimusviidakossa?!? Tavallisen tallaajan on turhanlaista enää edes yrittää...
- Liian byrokraattista asioiden hoito, aikavaa, sanoisin jopa laiminlyömiseksi, hankkeiden suurin ajankulu on papereiden täyttämässä ja monistamisessa ja kokonaisvaltaisessa hankkeessa pienien asioiden karsiminen rahoituskuviosta pois. Jatkuva asia kuuluisi tärkeänä kokonaisuuteen
- Investointitukien nopeampi käsittely.
- TE-keskus on myös tarkoitettu isoille yrityksille.
- Varsinaiset pienkäsityön tekijät on heitetty kaiken ulkopuolelle. Kaikki markkina- ja messutapahtumat maksavat niin paljon, että pienkäsityöläisillä ei ole mitään mahdollisuuksia osallistua.

Salon seutu

- Sijoitetulle panokselle huono tuotto.
- Hankkeet voisi toteuttaa rohkeammin.
- liian kankea hakukäsittely
- Ihan hyvin hoituu, hitaasti, ja vähän myös papereita katoaa siellä, mutta on se parantunut 10 v. sisällä!
- Liian pitkät käsittelyajat
- Oma näkemys erittäin positiivinen: TE-keskuksen investointiavustuksia on saatu haettaessa.
- Henkilöä mainitsematta hyvää puhelinpalvelua, neuvontaa ja asiantuntemusta.
- Kysyttäessä saa neuvoja tarvittaessa, asenne muuttunut siinä suhteessa paremmaksi.

Varsinais-Suomen liitolle annettu palaute yrityksiltä:

Turun seutu

- Toivoisin yksilöidämpää tietoa tavoitteista.
- Tuntuu tarpeelliselta saada lisätietoa V-S liiton matkailuun liittyvästä toiminnasta
- Sen rooli ei näy museotoimijan tasolla juurikaan
- Tavoitteet ja saavutukset tuntemattomia
- en tunne organisaation tekemisiä – tiedottaminen ja yhteydenottoja lisää yritysmaailmaan
- Emme edes tunne Varsinais-Suomen liittoa
- Kaipaisin enemmän tietoa liiton toiminnasta. Tähän asti "pimennossa".
- En ole törmännyt teidän organisaatioon konkreettisesti mielessä.
- En ole nähnyt ko. strategioita, joten vaikea sanoa mikä on liiton rooli.
- Tunnettavuus heikko!
- Näkyvämpää osuutta mediaan, kiitos
- Miten jalkauttaa kuntiin – siellä ei välttämättä näy mitenkään.

- Strategiat eivät jalkaudu!
- Lisää näkyvyyttä.
- Ei ole näkynyt ainakaan meren pinnan tasolla.
- Liiton tehtävä on merkittävä ja kohtalainen arvio on hyvä meidän osaltamme, kun emme ole matkailuyrittäjä, mutta tärkeä alue Naantalin matkailun toiminnassa.
- KYSYMYKSIÄ: Kenelle kuuluu asia, josta yrittäjien keskuudessa puhutaan ja ihmetellään paljon: Missä ovat Turun yleisöpuhelimet, Turku taitaa olla Euroopan ainoa kulttuurikaupunki, josta näitä esim. turisteille ei löydy! Tehkää jotain asian eteen!
- Mitä ovat tehneet kalastusmatkailun kehittämisen suhteen? ei mitään.
 - o nykyinen kalastuslaki (kalaoppaat)
 - o vesialueiden saanti opastus (kalastus) käyttöön
 - o ulkomainen kalastusmatkailu, miten sitä on markkinoitu?
 - o esimerkki: keskieuropalaisilla on kuva Suomesta ja saaristomerestä tietynlainen. Nyt me viemme heidät pienille vesialueille, jotka ovat verkoilla ja katiskoilla linnoitetut. Samalla sieltä rantamökkiläiset tuijottaa toimiamme – SE ON SANATON VIESTI meille mene pois jne... eivät tule enää kuraisille vesialueille sekä maailman saastuneimpaan Itämeren kalaan. Samaan aikaan markkinoidaan Suomea hyvänä kalastusmaana – yhtälö ei toimi.
- Omalta osaltani hyviä kokemuksia heidän rahoittaman projektin kautta
- YLEINEN PALAUTE: Rahan jaossa ei pitäisi olla politiikkaa, vaan realismia millä alueella on mahdollisuuksia esim. matkailun avulla elättää ja työllistää ihmisiä.
- Koko alueen yhtenäisyys painopisteenä ja matkailustrategian tarkempi yksilöinti.
- Mynämäki on jäänyt matkailun varjoon, onkohan omassa kunnassa vika?
- Valtatie 8 kuntoon.
- Laskeutukaa syrjäkyläyrittäjien arkeen sieltä palaverien täyttämistä työpäivistä.
- Yhtä köyhtä vetäminen V-Suomen eduksi! 8-tien puolesta puhuminen.

Turunmaa

- En tiedä, mitä tekee.
- En ole koskaan nähnyt mitään, mitä V-S liitto olisi tehnyt meille.
- Ruohonjuuritasolla ei olla tietoisia noista strategioista tai ohjelmista
- Olisi kiva saada lisätietoa liiton vaikutuksesta, tehtävistä...
- Varsinais-Suomen liitto ei ole koskaan ennen ottanut mitään kontaktia meihin. Ottakaa ihmeessä yhteyttä, jos teillä on jotain hyödyllisempää asiaa kuin kysymyksiin vastaaminen.
- Minulle liitto on vieras.
- Liian matala profiili. Yksityiset yrittäjät tuskin tietävät olemassaolostanne. Tulkaa lähemmäksi toimijoita.
- Voisi kuulua ja näkyä enemmän
- Enemmän konkreettisia tuloksia ja joka tapauksessa, jos sellaisia jo löytyy, enemmän informaatiota.
- Palaute suhteessa mihin? Miksi lähetätte tällaisen kyselyn? Suhteet ovat kaiken A ja O. Tiivis kulkuyhteys Paraisten ja Nauvon välille. Synkronoidut lautta-aikataulut (säästävät kuluja), ottakaa yhteyttä ihmisiin, jotka matkustavat päivittäin! Kehätie oli projekti, mikä vaikutti turismiin kokonaisuudessaan
- Saaristo on jäänyt ulkopuolelle
- Tyhjiä sanoja koskien saaristoturismia. Ei ole lainkaan kiinnostunut parantamaan tiedonvälitystä saaristossa.
- Yleinen kommentti: Varmasti on turismi edistynyt viime vuosina, mutta kenen toimijoiden ansiota se on, siitä en tiedä. Vai johtuuko taloudellisesta hyvästä ajoista.
- Pysyviä tavoitteita, etteivät vain ole pelkkiä utopioita? Turismin toimialan haaroilla pitäisi olla suurempi merkitys.
- Turunmaa pitäisi toimia myös jatkossa
- Ruotsinkielistä saaristoaluetta ei saa unohtaa!
- Paremmat siteet myös saaristoon Porvoo-Kustö uudesta tiestä ykkösprioriteetti.
- Saaristotiellä tarvitaan kunnan kevyen liikenteen väylä välillä Parainen-Korpoström. Sitä tarvitsevat niin matkailijat kuin asukkaat.
- Kyllä kyselyjä osataan väsäätä, mutta ette te oikeasti tee mitään.
- Huonot suhteet.

Vakka-Suomi

- Ei mitään hajuakaan mitä liitto tekee meidän hyväksellemme!
- Mikäs se tällainen liitto on?

- Tällaisen pienen toimijan, joka ruohonjuuritasolla hoitaa työtään kohderyhmänä lapsiperheet on vaikea hahmottaa mitä kaikkea V-S liitto tekee, mutta se käsitys että paljon kaikkea hyvää alueellemme.
- Varsinais-Suomen liiton toiminta ei ainakaan omalla kohdallani ole tullut matkailun toimijana mitenkään tutuksi.
- Kuten Turku Touringkin aivan outo taho tämä Varsinais-Suomen liitto. Onko olemassa postituslista ja onko siihen mahdollista päästä?
- Ehkä en ole ottanut selvää, mutta tiedossani ei ole mitään Uudenkaupungin suunnalla.
- V-S liitto on suhtautunut myönteisesti kehitystoimenpiteisiin, ja neuvonut yrittäjiä mm. tiedon hakemiseen yms.
- Tarvitaan tekemisen tukemista (toiminnan). Kun hanke loppuu, loppuu myös asian eteenpäin vieminen. Missä jatkuvuus?
- Helsinki-Turku valtavyöhykkeen valmistuttua laajat jatkoyhteydet tulevine pyöräteineen ja losseineen jatkuvan panostuksen kohteeksi.
- Maakuntakaavassa on huonosti osoitettu alueita saaristoon liittyvien ohjelmajärjestelmien tuottajille.
- Meillä on maailman kaunein saaristo, mutta Lappi vain on matkailualue, miksi?
- Poliittiset ja virkamiesmäiset kokoonpanot ovat vaikeuksissa yhä nopeammin muuttuvassa matkailussa. Byrokratia pilaa monia hyviäkin ajatuksia.
- Jälkiseuranta voisi parantaa

Loimaan seutu

- Varsinais-Suomen liiton toiminta on minulle täysin vierasta. YLEINEN PALAUTE: Kaupunkien toimistoissa istuu iso joukko ihmisiä palaveeraamassa, koordinoimassa, suunnittelemassa jne. Käytännössä nämä toimet eivät vaikuta yksittäisen maatilamatkailuyrittäjän arkeen mitenkään. Projekteihin saadaan rahaa ja voidaan taas kokousta lisää mutta ei se meille asiakkaita tuo.
- Varsinais-Suomen liittoon en ole "törmännyt" ennen tätä kyselyä...
- Varsinais-Suomen liitto? En tiedä siitä mitään.
- Ensi kerta kun yksilöity yhteydenotto, pitäisi järjestää seutukunnittain infotilaisuuksia, jossa olisi mahdollisuus molempipuoliseen asioiden kehittämiseen.
- Kaikkia on tuettava tasapuolisesti.
- Varsinaiset pienkäsityön tekijät on heitetty kaiken ulkopuolelle. Kaikki markkina- ja messutapahtumat maksavat niin paljon, että pienkäsityöläisillä ei ole mitään mahdollisuuksia osallistua.

Salon seutu

- (juuri muuttanut) Tarvitaan vahvoja toimijoita kovassa kilpailussa. Strategioiden on toimittava ja rahoituksen palveltava sitä.
- En ole saanut mitään infoa koskaan V-S liitolta
- Ei minkäänlaista käsitystä, miten Varsinais-Suomen liitto toimii.
- Kuka, mikä, missä?
- Taho, jota ei paljon näy ei kuulu, johtuuko toimenkuvasta, nk. piilotyö
- Aika näkymätön taho
- Hyvä kun moottoritie vihdoinkin saatiin, ELSA-rata olisi saatava työn alle; on pitkän päälle iso plussa
- Lisää panostusta alueellisen matkailun kehittämiseen
- Valvonta erityisesti uusien kuntien (Salo) tasapuoliseen toimintaan. Kaiken toiminnan tasapuolisesta toteutumisesta niin keskustan kuin pienimmän kaupunginosan alueen välillä.
- Menneinä aikoina byrokratiaa oli vähemmän

Liite 3.

Haastattelu matkailualan veteraaneille:

Haastattelu Turku Touringin perustamisesta ja sen onnistumisesta tehtävässään maakunnallisena organisaationa

1. Mitä mieltä olit aikanaan Turku Touringin perustamisesta?
2. Miten toiminta lähti mielestäsi käyntiin, kun oli päätetty perustaa määräaikainen erillinen matkailun projektiorganisaatio ja myöhemmin Turku Touring?
3. Onko Turku Touring mielestäsi onnistunut tehtävässään maakunnan matkailun markkinoinnin koordinoijana sekä myyntiorganisaationa? Perustele.
4. Entä miten Turku Touring on onnistunut ulkomaan markkinoinnissa?
5. Kaikissa muissa seutukunnissa, paitsi Turun seudulla, pidettiin Turku Touringia Turku-keskeisenä. Mitä mieltä olet tästä väittämästä?
6. Miten hyvin liitto on mielestäsi onnistunut tehtävässään aluekehitysviranomaisena ja matkailuun liittyvien tavoitteiden ja toteutustoimenpiteiden asettamisessa maakuntastrategiassa ja -ohjelmassa?
7. Miten hyvin TE-keskus on mielestäsi onnistunut tehtävässään matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä?
8. Mitä mieltä olet, onko Turun seutu kokonaisuudessaan matkailukohde?
9. Miten Turku Touring pystyisi ottamaan muut seutukunnat paremmin huomioon? Miten yhteismarkkinointia voitaisiin kehittää?
10. Pitäisikö Varsinais-Suomen liiton järjestää kokous seutukuntien matkailuvastaavien kesken, missä pohdittaisiin maakunnan matkailun tilaa ja kehittämistarpeita?

Liite 4.

Haastattelu seutukuntajohtajille maakunnan matkailusta

11. Onko sinulla mielikuvaa siitä, miten toiminta lähti käyntiin, kun oli päätetty perustaa määräaikainen erillinen matkailun projektiorganisaatio ja myöhemmin Turku Touring?
12. Onko Turku Touring mielestäsi onnistunut tehtävässään maakunnan matkailun markkinoinnin koordinoijana sekä myyntiorganisaationa? Perustele.
13. Seutukunnallinen matkailun kehittäminen tapahtuu pääasiassa kehittämiskeskuksissa. Miten koette yhteistyön onnistuneen Turku Touringin kanssa?
14. Miten mielestäsi yhteistyö seutukunnassasi toimii matkailuyrittäjien kanssa?
15. Entä miten Turku Touring on onnistunut ulkomaan markkinoinnissa? Näkyykö se jotenkin omassa seutukunnassasi?
16. Kaikissa muissa seutukunnissa, paitsi Turun seudulla, pidettiin Turku Touringia Turku-keskeisenä. Mitä mieltä olet tästä väittämästä?
17. Miten hyvin liitto on mielestäsi onnistunut tehtävässään aluekehitysviranomaisena ja matkailuun liittyvien tavoitteiden ja toteutustoimenpiteiden asettamisessa maakuntastrategiassa ja -ohjelmassa?
18. Miten hyvin TE-keskus on mielestäsi onnistunut tehtävässään matkailuelinkeinon rahoittajana ja kehittäjänä?
19. Onko oma seutukuntasi mielestäsi kokonaisuudessaan matkailukohde?
20. Miten Turku Touring pystyisi ottamaan muut seutukunnat paremmin huomioon? Miten yhteismarkkinointia voitaisiin kehittää?
21. Pitäisikö Varsinais-Suomen liiton järjestää kokous, missä pohdittaisiin maakunnan matkailun tilaa ja kehittämistarpeita?

