

OULU SOUTH TRAVEL CENTRE –HANKE

(2001-2004)

LOPPURAPORTTI

OULU SOUTH TRAVEL CENTRE –HANKE

1.Hankkeen tausta ja lähtökohdat

Kesällä 2001 alkanut Oulu South Travel Centre –hanke (OSTC) oli itsenäinen Nivala-Haapajärven seutukunnan maaseutumatkailun kehittämishanke. Huhtikuussa 2000 oli loppunut alueellisesti hieman laajempi Jokilaaksojen matkailun kansainväliset kärkiyritykset –hanke.

OSTC-hanke toimi Nivala-Haapajärven seutukunnan kunnissa eli Haapajärvellä, Kärsämäellä, Nivalassa, Pyhäjärvellä ja Reisjärvellä ja sitä rahoittivat Euroopan Unioni / EMOTR, työvoima- ja elinkeinokeskus, Nivala-Haapajärven seutukunta ja seutukunnan alueella toimivat matkailutoimijat. OSTC-hankkeen hallinnoijana toimi Pyhäjärven kaupunki, jolla on Nivala-Haapajärven seutukunnassa matkailun kehittämisvastuu.

Seudulla toimii noin 60 matkailualan toimijaa (majoitusyritykset ja muut matkailuyritykset sekä merkittävät käyntikohteet ja tapahtumat). Osa toimijoista harjoittaa matkailuliiketoimintaa sivutoimisesti (esimerkiksi maa- ja metsätalouden ohella) tai toimivat sesonkiluonteisesti (esimerkiksi vain kesällä), mutta seudulla on myös esimerkiksi viisi hotelli-ravintolaa ja kaksi lomakylää sekä suosittu ohikulkijoiden taukopaikka Vaskikello. Seudun alueella on myös merkittäviä ja ”erilaisia” käyntikohteita kuten Paanukirkko ja Pyhän Kolminaisuuden Veljesyhteisö ja järjestetään matkailullisesti merkittäviä tapahtumia kuten Posliinikesä, Pulaoppera ja Täydenkuun Tanssit –nykytanssifestivaali.

OSTC-hankkeen hankesuunnitelmassa todetaan se tosiasia, että myös Nivala-Haapajärven seutukunnan maaseutumatkailun kehittäminen vaatii edelleen johdonmukaisia ja pitkäjänteisiä kehittämistoimia, yhteistyötä ja verkostoitumista matkailuyrittäjien ja alueen toimijoiden kesken sekä kokonaisvaltaisen matkailun kehittämisvastuun ottavan yhdistyksen tai kehittämiskeskuksen perustamista.

2. Hallinto

Hankkeella oli yksi kokopäiväinen projektipäällikkö: Erkki Böhme (1.10.2001-30.9.2004). Lisäksi kolme seudulta kotoisin olevaa matkailualan ammattikorkeakouluopiskelijaa oli satunnaisesti töissä hankkeessa: Markus Muuttola (1.6.-31.8.2002, 13.-20.1.2003, 29.10.-11.11.2003 ja 14.-19.1.2004), Päivi Tikkanen (1.7.-30.9.2003 ja 14.-19.1.2004) ja Minna Ruotsalainen (1.7.-31.8.2003). Päivi Tikkanen suoritti myös opiskeluun liittyvän työharjoittelujakson hankkeessa (7.1.-9.5.2003). Opiskelijat tekivät hankkeelle myös lopputyönsä – Päivi Tikkanen ja Minna Ruotsalaisen yhdessä. Pirjo Hänninen oli projektin palveluksessa 21.-31.1.2002. Hanke osti Pyhjäjärven Kehitys Oy:ltä (Päivi Hyvönen) projektisihteeripalveluita 1.2.2003 – 31.5.2004 (aluksi 1,0 pv/vko, loppuajan 0,5 pv/vko – taloushallintoon liittyviä tehtäviä).

Hankkeen ohjausryhmä kokoontui 15 kertaa. Ohjausryhmä nimetty Pyhjäjärven kaupungin kaupunginhallituksen kokouksessa 24.9.2001 ja sen puheenjohtajana toimi

Paavo Leskinen hallinnoijan eli Pyhjäjärven kaupungin edustajana

(varajäsen Unto Matilainen) sekä jäseninä:

Pasi Vallivaara / Tero Nissinen (19.8.2002 alkaen) seutukunnan edustajana,

Elisa Strandman / Mia Tynkkinen (17.1.2003 alkaen) ja

Tapio Rannanmaa seudun matkailuyrittäjien edustajina,

Arja Reinikainen / Kaisa-Leena Korhonen (17.6.2002-3.11.2003)

/ Janne Kyrö (3.11.2003 alkaen)

(varajäsen Tarja Laakko 17.6.2002-17.1.2003 / Kristiina Hintikka-Kukkola

17.1.2003-3.11.2003 / Mari Manninen 3.11.2003 alkaen) Kalajoen

Matkailuinstituutista,

Kati Kemppainen / Ilkka Yliniemi (3.11.2003 alkaen)

(varajäsen Elli Ryönänkoski 3.11.2003 alkaen) Pohjois-Pohjanmaan Liitosta ja

Kalevi Hiivala (varajäsen Timo Paakkola) / Ahto Uimaniemi (varajäsen Minna

Kyllönen) / Tiina Lämsä (varajäsen Minna Kyllönen) rahoittajan eli TE-keskuksen

edustajana.

Kehittämishankkeen alkuperäinen toteutusaika oli 1.6.2001-30.5.2004. Käytännössä toiminta alkoi 1.10.2001, kun projektipäällikkö aloitti työnsä. Projektille anottiin toiminnallisista syistä jatkoaikaa 30.9.2004 saakka, mikä myös hankkeen hyväksytyin kustannusarvion perusteella oli taloudellisesti mahdollista.

3. Toiminta

Hankesuunnitelmassa hankkeelle oli asetettu **päätavoitteet (A-G)** ja **osatavoitteet (H-J)**, joiden mukaisesti hanke on toiminut. Tavoitteita toteuttaviksi **tehtäväkokonaisuuksiksi ja toimenpiteiksi** hankesuunnitelmassa oli määritelty 1) tuotekehitys, markkinointi ja myynti, 2) koulutus, 3) yhteistyöverkostojen luonti ja 4) matkailupalvelukeskuksen synnyttäminen.

A) laadukkaiden asiakaslähtöisten pakettien luominen

- projektin aikana on yhdessä potentiaalisten asiakkaiden edustajien kanssa luotu kahden viikon saksalaiselle pienryhmälle tarkoitettu kalastusmatkapaketti yhteistyössä matkatoimiston kanssa. Paketti pitää sisällään neljän päivän Venäjän retken. Paketin kehittämiseksi Pyhäjärvellä kävi saksalainen kehittämis-/testiryhmä. Paketin saamisesta Saksaan myyntiin käytiin yksi neuvottelu tarkoituksenmukaisen matkatoimiston kanssa. Toistaiseksi paketin myynti Saksassa ei ole alkanut, koska matkatoimiston iso provisio nostaa hinnan Saksassa liian korkeaksi.
- matkailuyrittäjien sekä käyntikohteiden ja tapahtumien edustajien kanssa on erikseen ja yhdessä keskusteltu asiasta useasti ja suunniteltu alustavasti paketteja mm. ryhmille (esim. seitsemän perinteen päivä, presidenttikierros)
- toteutettu tuotteistamisprosessi Sydänmaankylällä (uittoilamat)

Tavoitteen hyvä toteutuminen vaatii vielä monenlaisia toimia alkaen yritysten asiakaspalvelu-, hinnoittelu- ja yhteistyöosaamisen lisäämisestä. Paketointi ja sen seurauksena pakettien myynti edellyttää myyjätahoa. Siksi tavoite H):n toteutuminen lähitulevaisuudessa on tässäkin asiassa tärkeä. Kyläkeskus Sykkeen kanssa on suunniteltu yrityshanketta, jonka avulla Kärsämäelle perustettaisiin matkanjärjestäjätoimisto. Ennen sitä on mahdollisten pakettien myynnissä käytettävä matkatoimistoja tai olemassa olevia ja yrittäjien kannalta edullisimpia myyntiorganisaatioita. Kalajoen keskusvaraamon kanssa on neuvoteltu heidän valmiudesta Nivala-Haapajärven seudun matkailutuotteiden ja –pakettien myyntiin; ensimmäisen kerran se toteutui kesällä 2004 Pula-oopperan yhteydessä.

B) jakelukanavien hankinta

- kalastusmatkapakettiin liittyvä neuvottelu saksalaisen matkatoimiston kanssa
- yhteistyö matkanjärjestäjätoimiston kanssa tai sellaisen perustaminen (selvitetty kohdassa A))

Yksittäisten yritysten, käyntikohteiden ja tapahtumien palvelumyynti tapahtuu seudulla käytännössä kokonaan niiden itsensä toimesta. Tavoite H):n toteutuminen mahdollistaa uuden jakelu- ja markkinointikanavan. Eritoten pakettitarjonnan kehittyminen luo mahdollisuuksia muidenkin kotimaisten ja ulkomaisten jakelukanavien hankintaan. Yritykset suhtautuvat varauksellisesti muiden toteuttamaan myyntiin. Osalla yrityksistä, kohteista tai tapahtumista on kuitenkin yhteistyötä oman valtakunnallisen yhteenliittymän kanssa. Edellytyksenä muussa kuin yrityksen itse hoitamassa ja puhelimen kautta toimivassa manuaalisessa varaus- ja myyntisysteemissä on se, että yrityksessä, kohteessa tai tapahtumassa on sähköinen varausjärjestelmä sekä tietojenkäsittely- ja tietoliikennelaitteet sekä niiden käytön osaamista. Tältä osin seudun matkailutoimijoilla on vielä suuria puutteita.

C) markkinoinnin organisointi

- osasto Retkikohdepäivillä 2001 Jyväskylässä
- osasto Matka 2002, Matka 2003 ja Matka 2004 –messuilla Helsingissä
- osasto Ylivieskan messuilla 2002, 2003 ja 2004
- osallistuttu Pohjois-Pohjanmaan matkailun myyntipäiville 2002 ja 2003
- seudun matkailuilmoituksia eri medioissa
- seudun suomenkielisen matkailuesitteen tekeminen 2002, 2003 ja 2004
- seudun vieraskielisen (kaksikielinen / englanti-saksa) matkailuesitteen tekeminen

Tavoitteiden F) ja G) toteutuminen edellyttää seudun matkailun markkinointia. Projekti on toteuttanut yritysten ja muiden toimijoiden mielipiteitä kuunnellen seudun matkailumarkkinointia (ilmoitukset, esitteet). Jokaisella projektin osaston suunnittelussa ja toteutuksessa on projektipäällikön ja tilapäisen henkilöstön lisäksi ollut aina myös matkailutoimijoiden (matkailuyritykset, käyntikohteet ja tapahtumat) vahva edustus mukana. Markkinointi on pitkävaikutteisista toimintaa, jossa ”jatkuvuudella” on merkitystä. Markkinoinnin pitkäjänteisen organisointi tavoitteen H) mukaisesti on vielä toteutumatta. OSTC-hanke osallistui myös noin kymmenen matkailuyrityksen uuden esitteen tekemiseen.

D) yrittäjien ammattitaidon lisääminen

- järjestetty kotimaan opintomatkoja (päivä Oulun seudulla, kaksipäiväinen Pohjois-Savossa & Pohjois-Karjalassa, Gastro-messut, ELMA-messut, Matka-messut)
- osallistuttu matkailusaksa-kurssin järjestämiseen
- järjestetty matkailuenglanti-kurssi
- matkailuyritysten, käyntikohteiden ja tapahtumien edustajien kouluttautumisen tukeminen sekä projektipäällikön yrityskohtainen konsultointi

Yrittäjien, yritysten henkilöstön, käyntikohteiden ja tapahtumien edustajien osaamisen (mm. asiakaspalvelu, kielitaito) lisääminen on jatkossakin yksi seudun matkailun kehittymisen ehto. Opintomatkat osoittautuivat hyväksi hankkeen yksityisrahoituksen kartuttamiskeinoksi.

E) yhteistyöverkoston muodostaminen

- järjestetty reisiröyristen matkailutoimijoiden yhteistyöneuvottelu
- järjestetty pyhäjärvisien matkailutoimijoiden yhteistyöneuvottelu
- järjestetty kaksi neuvottelutilaisuutta matkailua palvelevan ohjelmapalveluosuuskunnan perustamiseksi Pyhäjärvelle

Erityisesti paketoimnin, mutta matkailun laajempikin kehittyminen on mahdollista vain yhteistyön lisääntymisen kautta. Tärkeintä on ymmärtää, että oleellista on matkailijan tulo seudulle; se hyödyttää ennemmin tai myöhemmin kaikkia matkailutoimijoita

F) alueen vetovoiman lisääminen

- katso toimet kohdassa c)

Vetovoimaa lisätään erityisesti tuomalla markkinoinnissa esille niitä asioita, joita "vain" meidän seudulla on (erottautuminen) eli esimerkiksi ainutkertaisia käyntikohteita, kuten Paanukirkko, Pyhän Kolminaisuuden Veljesyhteisö ja Vaskikello tai tapahtumia, kuten Pulaoppera ja Täydenkuun Tanssit.

G) matkailijoiden määrän lisäys

- katso toimet kohdassa c)

Onnistunut markkinointi ja laadukas palvelutoiminta lisäävät matkailijoita. Matkailun maailmanlaajuinen sekä kotimainen kasvu luovat tähän edellytykset. Pohjois-Pohjanmaan matkailijamäärän kasvu on Suomen nopeinta. Jotta Nivala-Haapajärven seudun matkailu voi saada osansa matkailijoista ja heidän määrän kasvusta, niin se edellyttää matkailutoimijoiden laatu-, palveluosaamisen kehittymistä. Koko OSTC-projektin toiminta tähtäsi tämän tavoitteen toteutumiseen. Matkailijoiden määrän lisäys tapahtuu kuitenkin aina hitaasti ja viiveellä.

H) matkailupalvelukeskuksen synnyttäminen

- yritysten, kuntaedustajien ja toimivien matkanjärjestäjätoimistojen kanssa käyty keskustelua asiasta

Monet seudun matkailutoimijat kokevat tärkeänä ja kiireellisenäkin asiana yhteismarkkinointia, myyntiä ja neuvontaa hoitavan "organisaation" syntymisen. Erityisesti paketoimnin kehittymisen katsotaan olevan riippuvainen "omasta" toimijasta. Kalajoella ja

Rokualla on pyrkimyksiä omaa aluettaan laajempaan toimintaan. Kysymys tässä suhteessa on toimijoidemme mielestä se, että olemmeko imagollisesti ”merta” tai ”erämaata” vai pitäisikö olla oma organisaatio. Toisaalta on kysymys siitä, riittääkö seudun matkailun volyyymi kustantamaan oman organisaation.

I) teknologian hyödyntäminen markkinoinnissa

- keskusteltu ja suunniteltu internet-pohjaisen varausjärjestelmän kehittämistä

Liittyy myös tavoitteeseen H). Projekti on kannustanut toimijoita tietotekniikan käyttöönottoon tai laajempaan hyödyntämiseen. Projekti oli mukana, kun Täydenkuun Tanssit –festivaali toteutti siirtymisen sähköiseen internet-pohjaiseen lipunmyyntijärjestelmään.

J) tapahtumanjärjestäjien ja matkailuyrittäjien yhteistyön organisointi

- järjestetty useita yhteistyöneuvotteluja

Projekti on tuonut ”ensimmäistä kertaa” saman pöydän ääreen merkittävimpien käyntikohteidemme ja tapahtumiemme, matkailuyritysten sekä kulttuuritoimien edustajat. Tavoitteena on yhteistyön lisääminen mm. markkinoinnissa ja paketoinnissa.

Seudun matkailun kehittämiseksi projekti on teettänyt kaksi **opinnäytetyötä**. Reisjärvislähtöinen Markus Muuttolan opinnäytetyö vuonna 2002 oli nimeltään ”Metsästysmatkailun kehittäminen – case: Nivala-Haapajärven seutukunta”. Työhön liittyi kysely seudun metsästysseuroille ja niille matkailuyrityksille, joiden toimintaan kuuluu metsästyksen järjestäminen. Pyhäjärvisyntyiset Minna Ruotsalainen ja Päivi Tikkanen opiskelivat Kajaanin Ammattikorkeakoulussa ja tekivät ”Majoitusyrityksen asiakaspalvelun ja laadun kehittäminen – case: Nivala-Haapajärven seutukunta” –nimisen opinnäytetyön. Opinnäytetyöhön sisältyi kesällä 2003 seudun 7 suurimmassa majoitusyrityksessä tehty asiakastytyväisyystutkimus. Tutkimuksen tulokset ovat kunkin yrityksen osalta niiden itsensä tiedossa ja auttavat yrityksiä toimintansa kehittämisessä. Se, että opinnäytetöiden tekijät olivat seudulta kotoisin, osoittautui monella tavalla (seudun ja sen ihmisten ajatusmaailman tuntemus, työntekomahdollisuus hankkeessa jne...) hyväksi ratkaisuksi.

Seudun matkailun investoinnit ja toiminta ovat kehittyneet viime vuosina merkittävästi. OSTC-projekti ja sen projektipäällikkö ovat olleet mukana seuraavissa matkailutoimijoiden investointien suunnittelussa ja toteutuksessa sekä niihin liittyvän toiminnan kehittämisessä: Emolahti Camping –lomakylän ravintola-vastaanottorakennuksen laajentaminen ja uuden

huoltorakennuksen sekä motellihuonerakennuksen rakentaminen, Erä-Korpisen majoitustilahankinnat, Hotelli Pyhäsalmen ohjelmalavan ja tapahtumapihan rakentaminen, Paanukirkon rakentaminen ja Pyhän Kolminaisuuden Veljesyhteisön uusi vesibussi.

Matkailullisena taka-askeleena on ollut Taidekoti Hunningon muuttuminen kahvilanäyttelytilasta koti-ateljeeksi pienentyneiden tilojen johdosta, mikä muutti Hunningon bussiryhmäkohteesta yksittäisten kävijöiden kohteeksi.

Projektipäällikkö on ollut merkittävästi mukana myös seuraavissa matkailutoimijoiden (matkailuyritykset, käyntikohteet ja tapahtumat) toiminnan kehittämisprosesseissa: Honkavuoren liikunta- ja luontokeskus, Hotelli Susisaari, Karjalahden Kartano, KesäHeinäkesäteatteri, Kyläkeskus Syke, Lonkerofestivaalit, Moottoripyörien kokoontumisajo ja Täydenkuun Tanssit. Projektipäällikkö on projektin loppuvaiheissa ollut mukana suunnittelemassa uutta Klassisen musiikin festivaalia Kärsämäelle ja erämessuja Pyhäjärvelle. Lisäksi projektipäällikkö on ollut keskeisesti luomassa Pyhäjärven muita uusia tapahtumia (Joulunavaus, Kesänavaus, Venetsialaiset).

Koko hankkeen ajan on siis viety seudulla eteenpäin tapahtuma- ja kulttuurimatkailun kehittämistä yhteistyössä tapahtumanjärjestäjien ja muiden matkailutoimijoiden yhteisin voimin. Samoin luontomatkailun kehittäminen on ollut yhtenä sisällöllisenä painopisteenä. Nivalan Pyssymäen lisäksi seudun alueelle rakentui Honkavuoren liikunta- ja luontokeskus sekä Petäjämäki, jonka rakentuminen on kesken OSTC-hankkeen päättyessä. Nämä erityisesti maastohiihtoon soveltuvat alueet mahdollistavat jatkossa esimerkiksi viikonlopun mittaisten myös ensilumen maastohiihtomatkapakettien rakentamisen pääkaupunkiseudun aikuisille kuntohihtäjille.

Luontomatkailu oli myös yksi teema kansainvälisessä kyläseminaarissa Kyläkeskus Sykkeessä. Seminaarin suunnittelussa ja järjestelyissä oli hankkeella tärkeä rooli. Luontomatkailun kehittämiseen liittyi myös tehty kalastusmatkapaketti ja Markus Muuttolan opinnäytetyö metsästysmatkailusta. OSTC-hanke oli keskeisesti mukana valmistelemassa Oulun Eteläisen alueelle uutta luontomatkailuhanketta. Hankkeesta kuitenkin luovuttiin, koska siihen suunniteltuja sisältöjä saatiin laajempaan Pohjois-Suomen tavoite 1 –alueella vuonna 2004 alkaneeseen luonnon monipuolisen hyödyntämisen lisäämiseen tähtäävään hankkeeseen (LUPPO-hanke).

Toiminnallisesti ja taloudellisesti ajatellen hankkeen isoin toimintamuoto olivat osallistumiset kolmille **Matka-messuille**. Toinen merkittävä ”yksittäinen” kustannus syntyi seudun **matkailuesitteistä**.

OSTC-hanke toimi aluksi hankkeen nimen mukaisesti (Oulu South Travel Centre) markkinointinimellä *Oulun Eteläinen*, mutta se aiheutti ongelmia Oulun Eteläisen aluekeskuksen nimen kanssa, koska aluekeskukseen kuuluu Nivala-Haapajärven seutukunnan lisäksi kaksi muutakin seutukuntaa (Siikalatvan ja Ylivieskan seutukunnat). Suomeen luotiin aluekeskusverkosto sen jälkeen, kun hankesuunnitelma oli tehty. Seutukunnan matkailulliseksi markkinointinimeksi otettiin sitten (Eteläinen) *Keskipistealue* – sijaitseehan Suomen Keskipiste aivan seudun pohjoisrajan takana Siikalatvan seutukunnassa, joka vastaavasti on Pohjoinen Keskipistealue.

Vuoden 2002 esite oli siis vielä Oulun Eteläisen nimellä. Vuosien 2003 oli Suomen Keskipistealueen ja 2004 esite Eteläinen Keskipistealueen nimellä. Tämä suomenkielinen esite tehtiin vuosittain, koska siinä oli kunnittain sen vuoden tapahtumat. Kaksikielisestä (englanti-saksa) vieraskielisestä esitteestä Oulu South – Oulu Süd otettiin vain yksi painos, koska se oli ns. ajaton eli siinä ei ollut tapahtumapäivämääriä. Molempien esitteiden muoto (ns. karttamalli) kehitettiin käteväksi ”povitaskuun sopivaksi” yhdessä matkailuyrittäjien kanssa.

Matkamessuille seutumme osallistui hankkeen aikana kolmena peräkkäisenä vuonna (2002, 2003 ja 2004) yhtenä Pohjois-Pohjanmaan osaston alaosastona. Osastollamme markkinoitiin seutua seudun matkailuesitteen ja matkailutoimijoiden esitteiden avulla. Projektipäällikön ja tilapäisten työntekijöiden lisäksi osastolla kävivät aktiivisesti myös seudun matkailuyritysten, käyntikohteiden ja tapahtumien edustajat. Messuvieraiden kiinnostuksen herättämiseksi osastollamme oli aina myös palkattuja esiintyjä (nykytanssijat joka vuosi, Hormoonisistersit vuonna 2002 ja sellorockin soittaja vuonna 2004). Hyvänä vetonaulana toimi myös Paanukirkon rakentamisesta kertova video ja kirkon pienoismalli. Samoin Veli Riston eli (sittemmin vihkimyksen jälkeen) Munkki Kristoforoksen läsnäololla osastollamme oli aina myönteinen vaikutus kävijämäärään.

Ensimmäisen osallistumisen toimiessa aina eräänlaisena harjoitteluna, toisella ja kolmannella kerralla osastollamme oli myös lipukkeet arvontaa varten täytettäväksi (palkintona lomamökkiviikonloppu seudulla). Jaoimme myös karkkia osaston edessä, mikä toimi hyvänä

lähestymisenä ja keskustelun avauksena. Tämän jälkeen oli helppo saada messuvieras täyttämään arvontalipuke ja siinä yhteydessä avautui oivallinen tilaisuus keskustella seutumme matkailumahdollisuuksista. Esiintyjillä yritimme tuoda seutuamme esille erottautuen muista alueista ja osastoista. Erityisesti vuonna 2004 nykytanssijoiden ja sellorockin soittajan ex tempore toteuttama yhteinen soitto ja tanssi –esitys sai suuren yleisön ja poiki muun muassa heille yhteisen keikan festivaaleille Lappeenrantaan, jossa oli monituhantinen yleisö.

Monessa seutumme **kylässä** on aktiivista kehittämistoimintaa, jonka tavoitteissa on usein myös matkailullisia sisältöjä (uudet tapahtumat, luontopolkujen tai näköalatornin rakentaminen, tarinaopas- tai palvelukoulutusta jne...). OSTC-hanke on pystynyt seudun ainoana yhteisenä matkailullisena toimijana olemaan mukana myös kylien kehittämisessä matkailua hyödyttävään suuntaan. Ajan myötä kylien toiminta voi saada aikaan myös matkailun yritystoimintaa vaikka aluksi kyläosuuskunnan muodossa. Monen kylän toiminta (esimerkiksi Kärsämäen Sydänmaankylä sekä Pyhäjärven Lamminaho ja kirkonkylä) onkin jonnoussut matkailullisesti merkittäväksi.

Hankkeesta **tiedotettiin** sen alkuvaiheessa kutsumalla matkailutoimijoita keskustelutilaisuuksiin sekä lehtijutuilla. Matkailutoimijoille lähetettiin kaksi ”pitkää” tiedotuskirjettä. Niistä luovuttiin, koska niissä oli monia asioita, joihin eri aikaan olisi pitänyt toimijoiden ”reagoida” ja koska yrittäjien aika lukea paljon tekstiä on tiukilla. Sen jälkeen kirjeet ja/tai sähköpostit ovat pitäneet kulloinkin sisällään vain yhden asian (esimerkiksi opintomatkan). Silti reagointi (esim. ilmoittautuminen) on hidasta / vähäistä. Käytännössä yrittäjän huomion / keskittymisen asiaan saa käymällä paikan päällä tai soittamalla. Siten muun muassa saa ilmoittautumisia opintomatkaille parhaiten. Todennäköisesti yrittäjien ja muiden toimijoiden saama informaation määrä on liian suuri. Tällöin sinänsä kiinnostavaankaan asiaan ei jää aikaa perehtyä ja/tai tehdä tarvittavaa toimenpidettä (esimerkiksi ilmoittautua opintomatkalle lähettämällä sähköposti tai soittamalla). Koko hankkeen ajan projektipäällikkö onkin pyrkinyt mahdollisimman usein olemaan yhteydessä matkailutoimijoihin joko käymällä tai soittamalla. Samalla on voitu keskustella muistakin asioista, joista tärkeimpinä toimijoiden oman toiminnan kehittämiseen liittyvät asiat.

Matkailun kehittyminen on vaativa ja pitkäjänteinen prosessi. Se vaatii monenlaisia edellytyksiä luonnosta tai yrittäjien ammattitaidosta alkaen paikkakuntalaisten yleisiin tai

esimerkiksi kansainvälisen metsästysmatkailun kehittämisessä metsästysseurojen ja maanomistajien asenteisiin saakka.

Matkailutoimijoiden yhteistyön tai jopa oikean, kaikkia osapuolia hyödyttävän verkostomainen toiminnan, mitä esimerkiksi paketointi vaatii, aikaansaaminen on myös haasteellista. Lyhyellä tähtämellä matkailija voi esimerkiksi majoittua vain yhdessä paikassa, mutta, jos hän on kaikkeen seudulla kokemaansa palveluun ja olosuhteisiin niin siinä yrityksessä kuin myös käyntikohteissa, tapahtumissa ja vaikka apteekissa tyytyväinen, hän palaa seudulle uudestaan ja silloin hän voi majoittua toisessa yrityksessä. Silloin kaikki saavat myös hyötyä. Pitkällä tähtämellä oleellista pitäisi siis olla vain sen, että meillä käy matkailijoita ja että meidän palvelun hinta-laatu –suhde on paikallaan.

Seudun matkailuväki on eri yhteyksissä korostanut OSTC-hankkeen merkitystä matkailun eri sisältöjen kehittämisessä, osaamisen lisäämisessä sekä markkinoinnissa ja ollut huolissaan siitä, miten hyvin alkaneen matkailun ”uuden vaiheen” seudulla käy. Seudun matkailullisen kehittämisen, toiminnan ja yhteistyön koordinointi vaatisi jatkossakin yhteisen seudullisen toimijan, joka myös hoitaa yhteismarkkinoinnin (esite, messut, ilmoitukset).