

TAIVALKOSKEN MATKAILUN KEHITTÄMINEN

LOPPURAPORTTI

Taivalkosken Matkailuyhdistys Ry

27.3.2007



SISÄLLYSLUETTELO

| | |
|---|----|
| JOHDANTO | 3 |
| 2 TAUSTA..... | 4 |
| 2.1. Tavoitteet | 4 |
| 2.2. Toteutus..... | 5 |
| 2.3. Ohjaus ja organisointi | 5 |
| 2.4. Rahoitus..... | 6 |
| 3. TOTEUTETUT TOIMET | 6 |
| 3.1. Messuesiintymiset ja markkinointitilaisuudet..... | 7 |
| 3.2. Tutustumis-, opinto- tuotteistus- ja yhteistyöhankkeet | 8 |
| 3.3. Matkailua koskeva kysely 2006 | 9 |
| 4. KUSTANNUKSET | 10 |
| 4.1. Hyväksytty kustannusarvio | 10 |
| 4.2. Toteutunut kustannusarvio..... | 10 |
| 5. HANKKEEN ARVIOINTI | 11 |
| 6. POHDINTA | 17 |

JOHDANTO

Taivalkosken matkailuyhdistys ry perustettiin vuonna 2003 edistämään Taivalkosken matkailualueella toimivien yritysten yhteistoimintaa, lisäämään alueen kansainvälistä ja kansallista vetovoimaisuutta ja tunnettavuutta matkailualueena sekä valvomaan alueen matkailuyritysten ja kiinteistönomistajien yhteisiä etuja.

Yhdistyksen jäsenmäärä vuonna 2006 oli 30 jäsentä, jotka jakautuivat matkailuyritys-jäseniin (18 kpl), muihin yritys/yhteisöjäseniin (6 kpl), kannattajajäseniin (3 kpl) ja henkilöjäseniin (3 kpl). Toimintansa tueksi matkailuyhdistys ry perusti kaksi (2) vuotta kestävä hankkeen vuoden 2004 lopussa. Hankkeen keskeisenä sisältönä oli vahvistaa markkinointia niin koti- kuin ulkomailla. Hanketta tarkennettiin vuoden 2005 lopussa siten, että hankkeesta tehdyn arvioinnin perusteella matkailuyhdistys perusti uuden hankkeen, matkailun kehittäminen Taivalkoskella.

Matkailun kehittämishanke 2006 oli suunnattu jo edellisessä hankkeessa toimineille matkailuyrityksille mutta myös muille matkailuyrityksille ja Taivalkosken alueen yrityksille ja toimijoille. Matkailun kehittämishanke 2006 oli pääpainoltaan kotimaahan suuntautuva markkinointihanke. Sen tavoitteena oli vahvistaa alueen tunnettuutta, lisätä olemassa olevien yritysten rohkeutta kehittää ja laajentaa toimintaansa sekä synnyttää kiinnostusta perustaa uusia matkailu- tai matkailua tukevia yrityksiä. Kehittämishankkeessa oli aktiivisesti mukana myös yrityksiä, joiden asiakaskunta koostuu pääasiassa ulkomaisista asiakkaista. Ulkomaan markkinointi hoidettiin kansainvälistymishankkeen kautta.

2 TAUSTA

Taivalkosken matkailussa on tapahtunut positiivista toimintaa ja ajattelua viimeisen kahden vuoden aikana. Taivalkoskelaiset yritykset ovat ryhtyneet toimimaan ja ajattelemaan tulevaisuutta yhdessä. Moni hyvä ajatus on itänyt ja edennyt tekojen asteelle.

Vuonna 2005 päättynyt hanke tuki omalta osaltaan taivalkoskelaisten yritysten toimia ja tulevaisuuden suunnitelmia ja antoi pohjaa vuoden 2006 hankkeelle. Hankkeen tavoitteeksi asetettiin yhtenäisen jatkuvan organisaation luominen matkailuyrittäjien markkinoinnin tueksi sekä pidemmän aikavälin markkinointistrategian luominen niin koti- kuin ulkomaan markkinoille, pääpainotuksena kuitenkin kotimaa.

2.1. Tavoitteet

Tavoitteena oli, että tuloksena syntyisi kolme (3) kokonaan uutta joko koko-aikaista tai osa-aikaista työpaikkaa sekä kaksi (2) uutta yritystä. Lisäksi matkailuyritysten liikevaihdon kohoamisen tavoitteeksi oli otettu kymmenen (10) % (vertailuna vuoden 2005 alun tilanne). Mittareiksi oli asetettu lisäksi kotimaisten yöpyjien määrän lisääntyminen 25 % vuoden 2005 alkutilanteeseen nähden. Uusia matkailutuotteita tai –palveluita odotettiin syntyvän 5.

Tavoitteena oli suorittaa markkinointitoimia, joiden vaikutuksesta yritysten käyttöaste kohoaisi ja tämä omalta osaltaan lisäisi matkailutulon määrää lisäten liikevaihtoa. Tavoitteeksi markkinointitoimissa oli tehdä keskitetty markkinointitapahtuma suomalaisen kaupungin alueelle päätalolaisuutta korostaen.

Tavoiteasetannassa oli lisäksi asetettu tehtäväksi suoramarkkinointitoimia kohdennetulla markkinoinnilla. Asiakaskohtaisesti tarkasteltuna tavoitteeksi oli valittu keski-ikäiset ja keski-ään ylittäneet ryhmä- ja yksittäiset matkailijat.

Tavoitteisiin pääsemiseksi hankesuunnitelmassa oli tavoitekeinoina keskittyä kotimaan matkailun profilointiin ja erikoistumiseen. Kärkituotteina päätalolai-

suus, paikalliskulttuuri ja profiloituminen murtomaahiihtopitäjäksi sekä Nature.Fitness. Park -sauvakävelypuisto.

2.2. Toteutus

Hankkeen toteuttajana toimi Taivalkosken matkailuyhdistys yhteistyössä alueen yrittäjien ja muiden sidosryhmien kanssa. Tärkeimpinä yhteistyökumppaneina olivat alueen matkailun toimialalla toimivat yhteisöt ja yritykset. Hankkeen alkuperäinen toteutusaika oli 01.01. – 31.12.2006. Hankkeen vastuullisena johtajana toimi Taivalkosken matkailuyhdistys ry:n puheenjohtaja Juha Schroderus ja projektipäälliköksi palkattiin 22.4.2006 alkaen tradenomi Esa Kemppainen.

2.3. Ohjaus ja organisointi

Hanketta varten perustettiin ohjausryhmä, joka koostui alueen toimijoiden ja rahoittajien edustajista. Ohjausryhmän puheenjohtajana toimi Pauli Ronkainen ja muina jäseninä Janne Kinnunen, Pirjo Moilanen, Liisa Riekki, Armi Lohilahti, Juha Schroderus, Helena Karppinen, Maire Uusitalo, Jorma Korolainen ja Pirke Härkönen. Pirke Härkönen erosi ohjausryhmätyöskentelystä 02.05.2006 eikä hänen tilalleen valittu uutta jäsentä. Ohjausryhmään kuului lisäksi ulkopuolisena asiantuntijajäsenenä Food & Travell-hankkeen projektipäällikkö Vesa Nevanperä.

Hankkeen operatiivisesta toiminnasta vastasi Taivalkosken matkailuyhdistys ry:n hallitus, jonka alaisuuteen projektipäällikkö kuului. Matkailuyhdistyksen hallituksen puheenjohtajana toimi Juha Schroderus ja muina jäseninä Helena Karppinen, Maire Uusitalo, Pauli Ronkainen, Ville Heiskanen, Ari Jalava ja Kalevi Nevanperä.

2.4. Rahoitus

Hanketta tuki rahoituspäätöksillään Pohjois-Pohjanmaan työvoima- ja elinkeinokeskuksen maaseutuosasto sekä Koillismaan alueen paikallinen toimintaryhmä, Myötäle ry, myöntämällä kehittämiseen julkista rahoitusta hyväksytystä kokonaisrahoituksesta 70 %, eli enintään 62.720,00 €. Julkinen rahoitus jakautui EU:n rahoitusosuuteen (50 %, enintään 31.360,00 €), valtion rahoitusosuuteen (30 %, enintään 18.818,00 €) ja kuntien rahoitusosuuteen (20 %, enintään 12.544,00 €).

Hankkeen yksityinen rahoitusosuus hyväksytystä kokonaisrahoituksesta oli 30 % eli enintään 26.880,00 €. Yksityinen rahoitusosuus jakautui rahalliseen osuuteen (33,3 %, enintään 8.960,00 €), talkootyöhön (14,9 %, enintään 4.000,00 €) ja muihin luontoissuorituksiin (51,8 %, enintään 13.920,00 €).

3. TOTEUTETUT TOIMET

Hankesuunnitelmassa kehittämishankkeen tavoitteeksi oli asetettu saada aikaan yhtenäinen jatkuva organisaatio matkailuyrittäjien tueksi sekä pidemmän aikavälin markkinointistrategia niin koti- kuin ulkomaan markkinoille.

Tavoitteeseen pääsemiseksi valittiin strategia, jossa hanke osallistui, koordinoi ja avusti matkailutoiminnassa mukana olevia tahoja järjestämällä mahdollisuuksia markkinoida sekä luoda uusia kanavia potentiaalisiin matkanjärjestäjiin ja yksityismatkailijoihin. Strategisen valinnan tausta-ajatuksena oli voimakkaasti yhteistyön tekemisen vahvistaminen osallistuttamalla toimijoita niin alkuvaiheen suunnittelupalaverien järjestämiseen kuin itse tekemisen meininkiin. Erityyppiin työryhmä- ja vaikuttamistilaisuuksiin osallistuivat vaihtelevasti kaikki keskeiset taivalkoskelaiset matkailuyritykset ja – yhteisöt.

3.1. Messuesiintymiset ja markkinointitilaisuudet

Hankkeen vahvaksi strategiaksi valittiin messuesiintymiset. Messuesiintymisten yleisilmeenä oli Päätalolaisuus ja paikalliskulttuuri, viestinä ”*Taivalkoski – Tu-hansien Tarinoiden Pitäjä*”. Vetovoimaisuutta korostettiin esiintymällä Aika-matka-tapahtumasta hankituilla, Jalavan Kauppakartanoa kuvaavilla, lavasteilla. Päätalolaisuuden ollessa yleismagneettina myös taivalkoskelaiset yritykset pääsivät tuomaan esille omia vahvuuksiaan. Ensisijaisena messuesitteenä käytettiin esitteenä vuoden 2006 alussa julkaistua Taivalkoski – esitettä ja tois-sijaisina yritysten ja yhteisöjen omia esitteitä ja tapauskohtaisia tarjoustuote-esitteitä.

Lisäksi messuilla toteutettiin yleisökyselyitä, joiden pääasiallinen tarkoitus oli saada kerättyä eri messupaikoilta asiakasrekisteriä. Tarkoituksena oli myös paikkakunnan vahvuuksien ja asioiden esilletuominen kysymysten muodossa.

Suurempi kohdennettu markkinointi-isku toteutettiin kotimaan matkailumessuilla Tampereella 21.-23.4.06. Ne olivat järjestyksessään ensimmäiset ja Tampere alueena koettiin kohdennetun markkinoinnin arvoiseksi. Tampereen messuille osallistui 7 taivalkoskelaisen yrityksen edustajaa esittelemään Taivalkosken tarjontaa.

Erilaisia messuesiintymisiä hankkeen aikana toteutettiin tai tuettiin seuraavasti:

| | | |
|----------------------------|------------------------|-----------------|
| Matkamessut, | Helsinki | 19.-22.01.06 |
| Suoma-kiertue, | Vaasa, Kuopio, Tampere | helmi-maaliskuu |
| Matka-Pojat -risteily | Turku | 16.-17.02 |
| Kotimaan matkailumessut | Tampere | 21.-23.04 |
| Riihimäen Erämessut | Riihimäki | 19.-21.05 |
| Sawolaiset perinnepäivät | Iisalmi | 17.-18.06 |
| Yöttömän yön papatuspäivät | Kemijärvi | 01.-02.07. |
| Oulun suurmessut | Oulu | 09.-13.08. |
| Upea Iäkä 45 + | Helsinki | 10.-12.11. |
| Matkamessut | Helsinki | 18.-21.01.07 |

Lisäksi yrityksiä tuettiin Pohjois-Pohjanmaan liiton järjestämille ryhmämyyntipäiville Ouluun ja Rovaniemelle.

Paikkakunnan perinteiseen Koski Palaa – tapahtumaan hanke osallistui markkinoitiloimien toteuttamisella. Koski Palaa -tapahtumaa markkinoitiin messuilla, www-sivustoilla, radion Yle1 – kanavalla sekä radio Kajauksessa.

Tapahtumaa laajennettiin perinteisestä iltatapahtumasta laajemmaksi kokonaisuudeksi. Pohjois-Pohjanmaan Liikunta ry:n (Popli ry) ja Taivalkosken kunnan kanssa yhteistyössä tapahtumaan haettiin laajempaa näkyvyyttä yhdistämällä Koski Palaa – tapahtuma, Maakuntaretki 2006, SM-koskimelontakilpailut sekä sauvakävelytapahtuma ”menoviikonloppu-tapahtumaksi”.

Sähköisen viestinnän osalta www-sivustouudistus käynnistettiin tarjonnan ja näkyvyyden kartoituspalavereilla. Palavereja pidettiin kaksi, 19.6.06 (mukana mainostoimisto Seven-1 Rovaniemeltä) ja 27.06.06 (mukana mainostoimisto Ajatus Oulusta). Tilaisuuksiin osallistui edustajia kuudesta (6) eri yrityksestä kertomaan omat näkemyksensä sähköisen viestinnän ulkoasusta ja ilmeestä. Sivuston suunnittelijaksi ja toteuttajaksi valittiin mainostoimisto Ajatus Oy Oulusta.

3.2. Tutustumis-, opinto- tuotteistus- ja yhteistyöhankkeet

Suurimpana opinto- ja tutustumismatkana toteutettiin Taivalkosken Yrittäjät ry:n ja Taivalkosken matkailuyhdistys ry:n yhteinen Ylläkselle suuntautunut matka 20.–22.10.2006. Matkalle osallistui yhteensä 29 henkilöä; naisia 11 ja miehiä 17+1. Matkalaiset edustivat 12 taivalkoskelaista eri yritystä. Lisäksi mukana oli Taivalkosken kuntaorganisaation edustajia.

Metsäkylän kyläseuran tuotteistamaan Ölkyn ja kenttäratakokonaisuuden muodostamaan Metsäkylän retkeen tutustuttiin tuotekehitys- ja testausmielessä. Matkalla suoritettiin arviointi retken sisällöstä ja toteutuksesta. Matkalle osallistui 11 aikuista ja 4 lasta.

Yhteistyössä Kulttuurikeskushankkeen kanssa järjestettiin keskustelu- ja linjauksilaisuus 26.9.06 aiheesta kulttuuritarjonta Taivalkoskella 2007. Tilaisuudessa käytiin lävitse vuoden 2006 kokemuksia ja tarjontaa sekä toimintaympäristömuutoksia. Tilaisuuteen osallistui 15 aiheesta kiinnostunutta henkilöä, jotka edustivat yrittäjä- tai yhdistystahoja.

3.3. Matkailua koskeva kysely 2006

Matkailun tilan selvittämistä koskeva kyselytutkimus suoritettiin puhelinhaastatteluna ja kyselyotanta oli 19 matkailun keskeistä toimijaa. Kyselyrunko muodostui kahdesta osiosta, arvioista vastaajayrityksen kahden viime vuoden kehityksestä (18 vastaajaa) sekä arvioista kahden seuraavan vuoden (19 vastaajaa) kehityksestä eri osa-alueista. Lisäksi oli mahdollista kertoa omat ajatukset kehityksestä vapaamuotoisesti niin kahden edellisen kuin kahden seuraavan vuoden osalta.

Kysely suoritettiin kvantitatiivisena (määrällisenä) ja kyselyssä käytettiin Likertin asteikollisia, epäjatkuvia (diskreetti) muuttujia, joissa mitta-asteikolla siirryttiin hyppäyksittäin arvosta toiseen. Arvoväli oli jaoteltu 10 %:n välein ja tilastollinen analysointi suoritettiin SPSS-sovelluksella.

Tutkimuksessa selvitettiin aikaisempien ja tulevien vuosien osalta seuraavia asioita:

- * Yleinen kehitys
- * Henkilökunnan määrä
- * Liikevaihto
- * Asiakaskunta/kotimaiset
- * Asiakaskunta/ulkomaiset
- * Ohjelmapalvelut
- * Markkinointiin käytetty rahamäärä
- * Yhteistyö muiden yritysten kanssa
- * Investoinnit
- * Kehittämishankkeiden merkitys

4. KUSTANNUKSET

4.1. Hyväksytty kustannusarvio

Hankkeen hyväksytty alkuperäinen kustannusarvio hankepäättöksen mukaisesti oli

| | |
|--|------------|
| * Palkat ja palkkiot | 33.000,00 |
| * Ostopalvelut, palkkiot ja niiden sivukulut | 14.080,00 |
| * Matkakulut | - 7.000,00 |
| * Luontoissuoritukset, talkootyö | - 4.000,00 |
| * Vastikkeettomat suoritukset hankkeen hyväksi | 13.920,00 |
| * Muut kustannukset, vuokrat | - 3.600,00 |
| * Muut kustannukset, toimistokulut | - 3.500,00 |
| * Muut kulut | 10.500,00 |
| Kokonaiskustannukset | 89.600,00 |

Hankepäättöksen viivästymisen ja kirjanpidollisten kustannuspaikkakirjausten vuoksi ohjausryhmä käsitteli kustannuspaikkajakaumaa kokouksessaan pvm 15.09.06 § 42 ja päätti siirtää määrärahoja eri menokohtiin huomioiden kuitenkin, että hankesisältö ei siirtojen osalta muutu.

4.2. Toteutunut kustannusarvio

Hankkeen toteutuneet kustannukset jakaantuivat

| | |
|--|------------------|
| * Palkat ja palkkiot | 27.159,99 |
| * Ostopalvelut, palkkiot ja niiden sivukulut | 15.924,90 |
| * Matkakulut | 13.774,41 |
| * Luontoissuoritukset, talkootyö | 946,38 |
| * Vastikkeettomat suoritukset hankkeen hyväksi | 16016,71 |
| * Muut kustannukset | 20.526,76 |
| KULUT YHTEENSÄ | 94.349,15 |

5. HANKKEEN ARVIOINTI

Taivalkosken matkailuyhdistys ry:n hallinnoiman hankkeen, matkailun kehittäminen Taivalkoskella, keskeisenä sisältönä oli kotimaan markkinointi. Kotimaan markkinoinnin taustatekijöinä oli vahvistaa alueen (Taivalkoski) tunnettuutta, vahvistaa olemassa olevien yritysten rohkeutta kehittää ja laajentaa toimintaansa sekä synnyttää kiinnostusta perustaa uusia matkailu- tai matkailua tukevia yrityksiä.

Tavoitteeksi ja samalla hankkeen onnistumisen mittareiksi oli asetettu kokonaan uusien koko- tai osa-aikaisten työpaikkojen määrän kasvu (3 kpl) sekä kokonaan uusien yritysten lisäys (2 kpl). Lisäksi matkailuyritysten liikevaihdon koaamisen tavoitteeksi oli otettu kymmenen (10) prosenttia. Myös kotimaisten yöpyjien määrän lisääntyminen 25 %:lla vuoden 2005 tilanteesta sekä matkailutuotteiden tai –palveluiden kasvuksi oli asetettu 5 kpl.

Uusien matkailuyrityksiä perustettiin vuoden 2006 aikana kaksi (2), matkailua tukevia yrityksiä yksi (1) ja Taivalkosken kunnan ponnistelut Taivalvaaran hiihtokeskuksen yrittäjän löytämiseksi onnistuivat. Työpaikkojen kehityksen osalta voidaan todeta jäljempänä taulukossa 7 esitettyyn investointien kehitysmäärään viitaten, että hanke on tukenut entisten työpaikkojen säilymistä. Vuoden 2006 loppupuolella Taivalvaaran hiihtokeskus jatkoi toimintaansa yrittäjävetoisesti. Olemassa olevien yritysten henkilökunnan määrä kehittyi taulukossa 3 esitetyllä tavalla.

Matkailutuotteiden ja – palveluiden kehitys on tapahtunut matkailuyritysten ja matkailupalvelupalveluista toimintaansa tukea hakevien yhdistysten toimesta. Uusista tuotekonsepteista voidaan mainita mm. Uusitalon matkailutilan kehittämä ”hemmottelupaketti”, Metsäkylän kyläseuran ideoima ja toteuttama Metsäkylän kierros useampana eri versiona (Vankileiri-teema, Ölkyn teema, savipaja-teema), Loukusan malmi-polku. Lisäksi on syytä mainita luontoon liittyviä useita erityyppisiä vesi- patikointi-, maastopyöräily-, moottorikelkkailu- ja ratsastusretkeilyyn liittyviä yksittäisiä pakettituotteita.

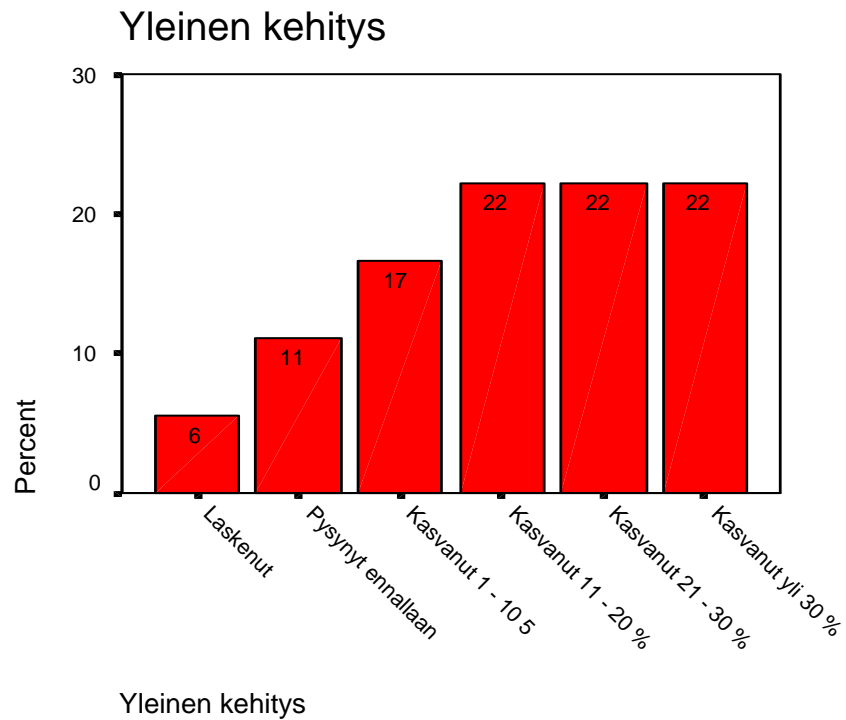
Taivalkosken matkailuneuvonta sijaitsi v. 2006 Jalavan Kauppakartanossa. Raportoinnin mukaan matkailuneuvonnassa kävijämäärien suurin kehitys on tapahtunut syyskuun tilanteessa, jossa kasvua on peräti 95 %. Elo- syyskuun yhteenlaskettu kehitys on ollut 57 %. Raportin mukaan vierailijat olivat pääosin kotimaisia (90 %) matkailijoita.

| Kävijämäärien vertailu | | |
|-------------------------------|-------------|-------------|
| | 2005 | 2006 |
| heinäkuu | 1628 | 1802 |
| elokuu | 667 | 905 |
| syyskuu | 379 | 740 |
| YHT. | 2674 | 3447 |

Taulukko 1. Kävijämäärät heinä-syyskuussa 2006

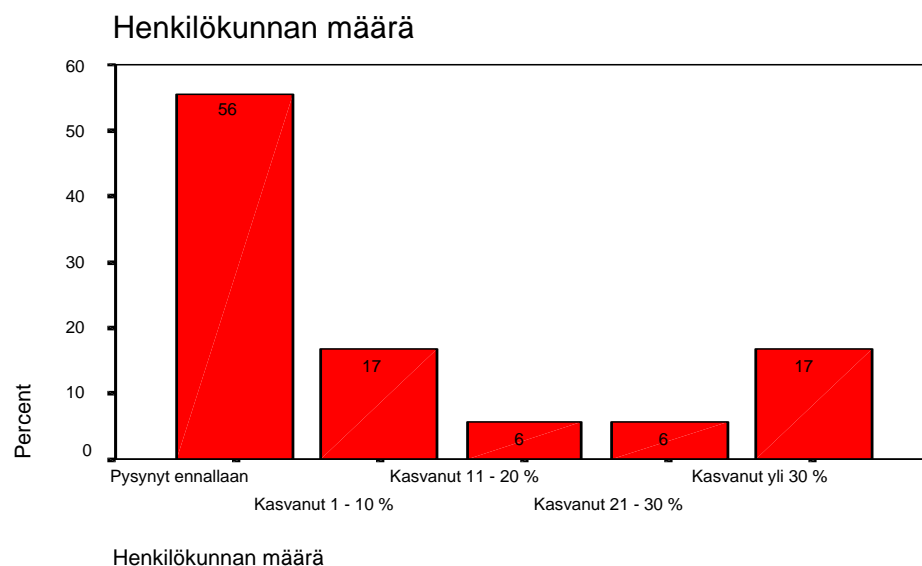
Yllä olevan taulukosta huomataan, että kävijämäärät verrattuna vuoteen 2005 samaiseen ajankohtaan ovat nousseet. Voidaan siis olettaa, että markkinointi on vahvistanut Taivalkosken tunnettuutta. Tilastointi on suoritettu Jalavan Kauppakartanon tiloihin tutustuneista matkailijoista.

Lokakuussa 2006 tehtiin tutkimus keskeisille matkailutoimijoille. Mukana tutkimuksessa oli 18 taivalkoskelaista yritystä. Kysyttäessä kahden viimeisen vuoden osalta yrityksen yleistä kehitystä, yli puolet (66 %) vastasi kehityksen olleen yli 10 %:n. Vastaajista 6 % kertoi kehityksen laskeneen.



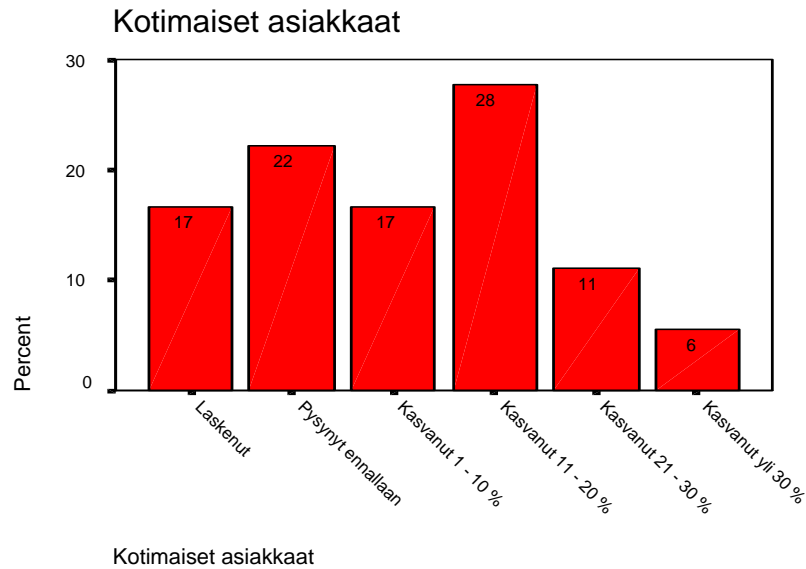
Taulukko 2. Matkailuyritysten yleinen kehitys

Henkilökunnan määrä oli yli puolella (56 %) vastaajista pysynyt ennallaan, mutta huomioitavaa on, että 17 % vastaajista kertoi henkilökunnan kasvun olleen yli 30 %.



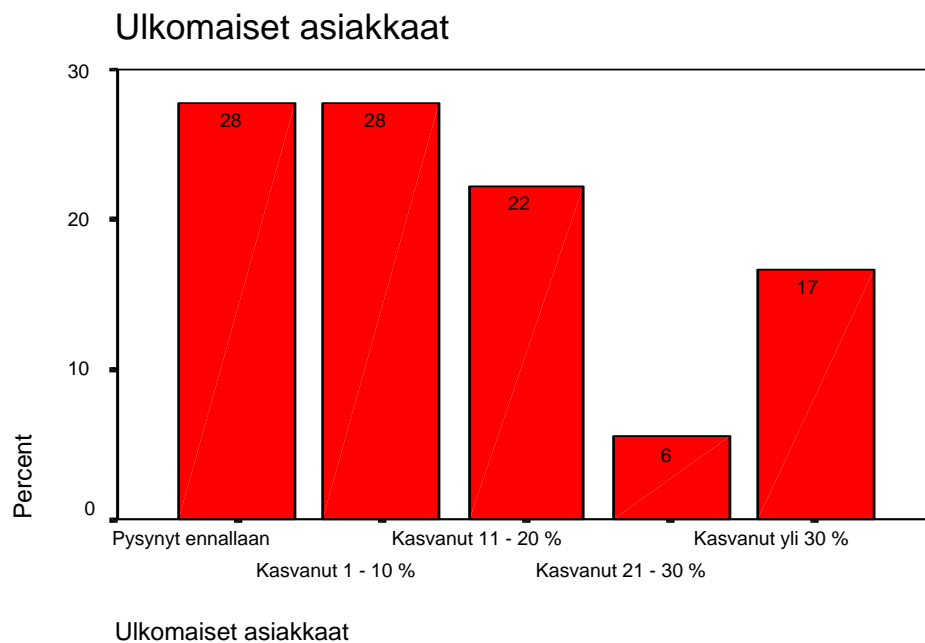
Taulukko 3. Henkilökunnan määrän kehitys

Vastaajista 45 %:lla oli kotimaiset asiakasmäärät kasvanut yli 10 %. Suurin osa (28 %) vastaajista kertoi kasvu-%:n olleen 11-20 %. Vastaajista 6 % kertoi kotimaisten asiakkaiden määrän kasvaneen yli 30 %.



Taulukko 4. Kotimaisten asiakkaiden määrän kehitys.

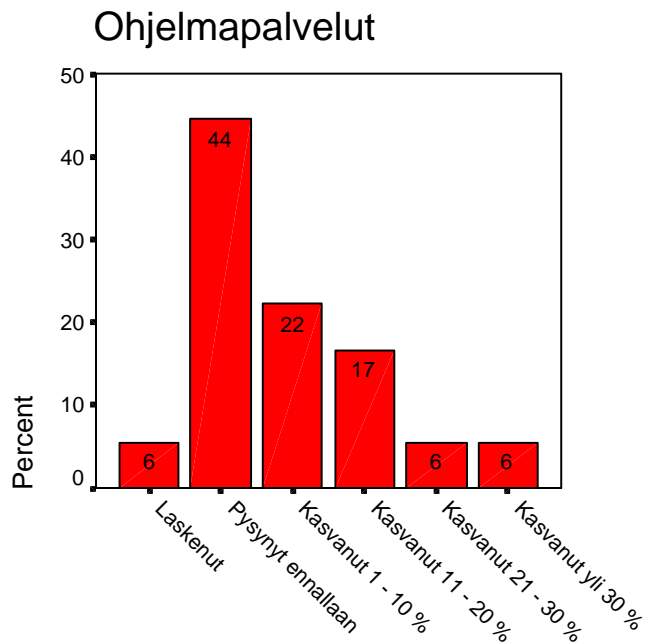
Ulkomaisten asiakkaiden kehitys on kuvattu taulukossa nro 5.



Taulukko 5. Ulkomaisten asiakkaiden määrän kehitys.

Ohjelmapalveluiden määrässä oli tapahtunut muutosta siten, että vastaajista 6 % kertoi ohjelmapalveluiden laskeneen. Vastaajista 44 % kertoi ohjelmapalve-

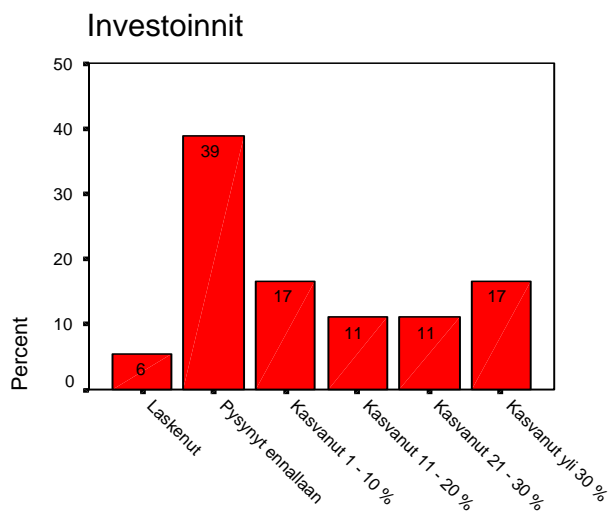
luiden pysyneen ennallaan. Lähes saman verran vastaajista kertoi kasvua ta-
pahtuneen 1 – 20 %.



Ohjelmapalvelut

Taulukko 6. Ohjelmapalveluiden kehitys .

Investointien kehitys on esitetty taulukossa 7.



Investoinnit

Taulukko 7. Investoinnit viimeisten kahden vuoden aikana.

Arvioitaessa hanketta hankesuunnitelmassa ja hyväksytyssä hankepäätöksessä asetettujen yllä esitettyjen kyselyn tulosten kautta voidaan todeta, että tavoitteet on saavutettu.

Taulukossa 7 on esitetty yrityssektorin kahden viimeisen vuoden aikana tapahtunut investointien määrä prosentuaalisesti. Muunnettaessa taulukon 7 prosentuaalisesti esitetyt arvot euromääriksi ja lisättäessä julkisen sektorin investoinnit mukaan, huomataan, että Taivalkoskella matkailuinvestointien määrä kahden viimeisen vuoden osalta ovat olleet n. 1.700.000 €

Henkilötyövuosiksi muunnettuna (TE-keskuksen laskukaava: $170.000 \text{ €} = 3,5 \text{ htv}$) esitetty luku tarkoittaa n. 35 henkilötyövuotta joko uusina työpaikkoina tai vanhojen työpaikkojen turvaavana lukuna.

Tärkeää on huomata, että hankkeessa on ollut yhteistyökumppaneita yhteensä 25 eri yritystä tai yhteisöä, jotka omalta osaltaan määrällisesti kertovat hankkeen merkityksen paikkakunnalle.

Kun arvioidaan hanketta hankkeen hallinnoijan näkökulmasta, tuli esille hallinnoijan resurssien ehtyminen. Erityisesti tilanteessa jossa hankepäätökset viivästyivät ja maksatushakemusten käsittely tapahtui pitkällä aikaviiveellä, maksuvalmius heikkeni. Maksuvalmiuden turvaaminen aiheutti lisäponnisteluja, jotta hanketta pystyttiin jatkamaan.

Loppuarviointina voidaan kuitenkin katsoa, että asetetut tavoitteet saavutettiin, hankesuunnitelmassa mainitut asiat toteutettiin ja toimintasuunnitelmaa noudatettiin ohjausryhmän hyväksymissä raameissa. Ohjausryhmän kannanottona oli, että hanke on tukenut niin yleistä kuin matkailun kehitystä. Matkailusektorilla on tapahtunut paljon positiivista kehitystä ja hankkeeseen asetetut tavoitteet on jopa ylitetty.

6. POHDINTA

Taivalkosken matkailu on selkeästi virkistynyt ja jäntevöitynyt tekemään omimpia asioitaan. Erittäin positiivisena kehityksenä voidaan katsoa olevan niin majoituskapasiteetin kasvu kuin majoituskäyttöasteiden nousun. Lisäksi paikkakunnalla vierailevien määrä on ollut selkeästi kasvussa, mikä osaltaan lisää tarvetta niin uusinvestointeihin kuin palveluhenkilöstön määrän nostamiseen.

Taivalvaaran kehitys niin rakennusinvestointien kuin muun ohjelmatarjonnan osalta on lähtenyt voimakkaaseen kasvuun. Myös muiden kuin Taivalvaaraan sijoittuvien yritysten investoinnit ja kehitystoimet lähivuosina ovat kasvussa. Omalta osaltaan Taivalkosken kunnan toimet matkailuelinkeinon infrastuktuurin kehittämisen ja investointien osalta ovat antamassa lisäuskoa matkailuelinkeinon kasvamiseen ja rohkaisemassa uusia matkailu- tai matkailua tukevia tahoja aloittamaan yritystoimintansa unohtamatta olemassa olevien yritysten kehittämis- ja investointisuunnitelmien toteuttamista. Yhteisten asioiden hoitaminen ja kehittäminen on lähivuosien haasteista suurimpia, mutta apuna asioiden kehittämisessä on kyselyyn vastanneiden yrittäjien selkeä viesti, jossa toivottiin yhteistyön parantamista ja lisäämistä.

Taivalkosken matkailuyhdistyksen hallinnoima markkinointihanke oli taivalkoskisten matkailualan yrittäjien yhteishanke. Hankkeen aikana suunnitellut ja toteutetut asiat rohkaisivat mukana olleita löytämään toinen toisensa ja yhteisen linjan löytyminen niin asioiden hoitamisen kuin kehittämisen suhteen vahvistui. Tekemistä ja asioiden kehittämistä on syytä kuitenkin jatkaa lähivuosina yhteistyössä ja rakentavassa hengessä.

Taivalkosken matkailuyritysten tarjoamat tuotteet ja palvelut ovat laadullisesti erinomaisella tasolla, mutta tieto niiden olemassa olostä on vielä puutteellista. Tämän hetkisiä tuotteita ja palveluja tulisikin lähivuosina rohkeasti tarjota potentiaalisille asiakkaille, viedä tietoa kunnan rajojen ulkopuolelle.

Laiva on turvassa satamassa, mutta sitä vartenhan sitä ei rakennettu (J.A. Shell; Sanat matkaoppaana, s. 88, WSOY 1971), voisi olla mietelauseena ja ohjenuorana matkailutoimijoiden tulevaisuuden toiminnoissa.

