

Anni Kauppila, Hanna Korpua, Mirva Tapaninen & Annika Virtanen

Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämissuunnitelma

Pohjoisen tekijät •

Lapin ammattikorkeakoulun julkaisuja 28/2023

Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämissuunnitelma

Anni Kauppila, Hanna Korpua, Mirva Tapaninen & Annika Virtanen

Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämissuunnitelma

Pohjoisen tekijät • Lapin ammattikorkeakoulun julkaisu 28/2023

Lapin ammattikorkeakoulu
Rovaniemi 2023

© Lapin ammattikorkeakoulu ja tekijät

Pohjoisen tekijät • Lapin ammattikorkeakoulun
julkaisu 28/2023

ISSN: 2954-1654 (verkkójulkaisu)
ISBN: 978-952-316-493-2 (pdf)

Rahoittaja: HAMA - Harvaan asuttujen alueiden
luonto-, ruoka-, kalastus- ja metsästysmatkailun
kehittämisen määräraha, Lapin ELY-keskus

Kirjoittajat: Anni Kauppila, Hanna Korpua,
Mirva Tapaninen & Annika Virtanen

Kansikuva: © Tero Korhonen
Taitto: Arto Huhta, Videcam Oy

Lapin ammattikorkeakoulu
Jokiväylä 11
96300 Rovaniemi

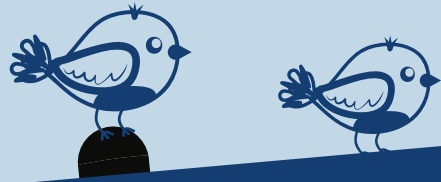
Puh. 020 798 6000
www.pohjoisentekijat.fi



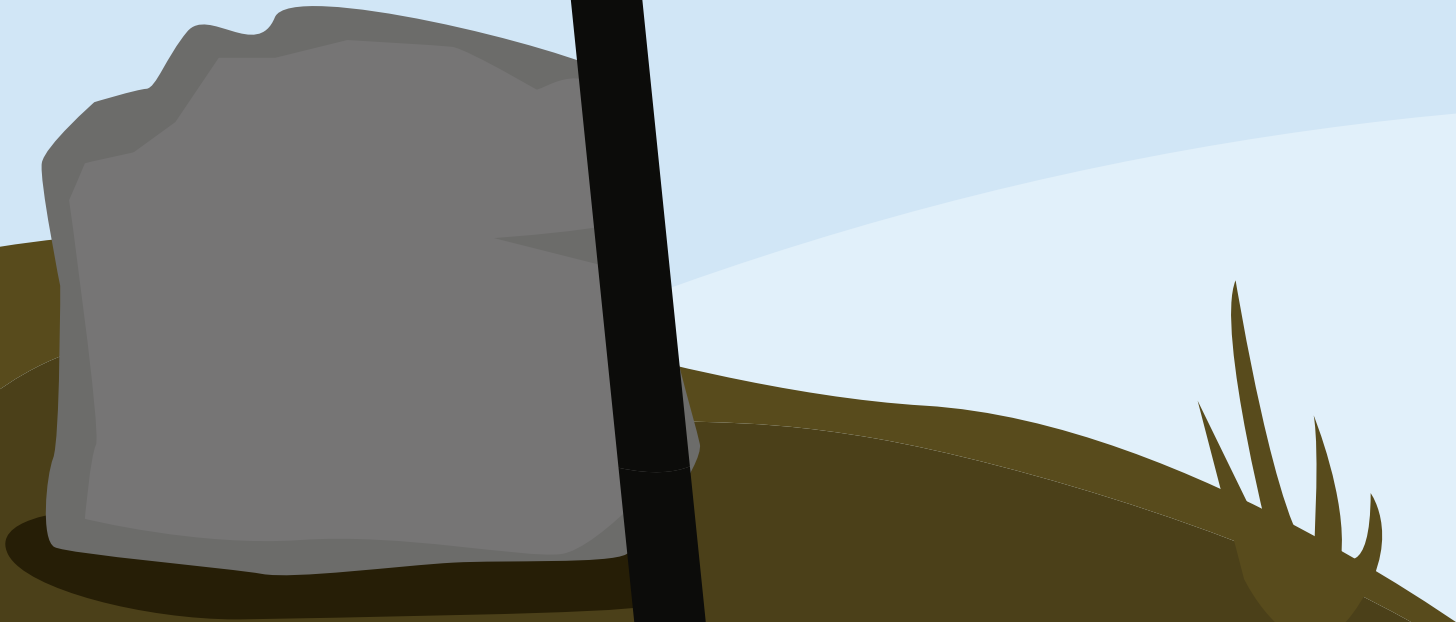
Tämä teos on lisensoitu Creative
Commons Nimeä 4.0 Kansainvälinen
-käyttöluvalla.

SISÄLLYS

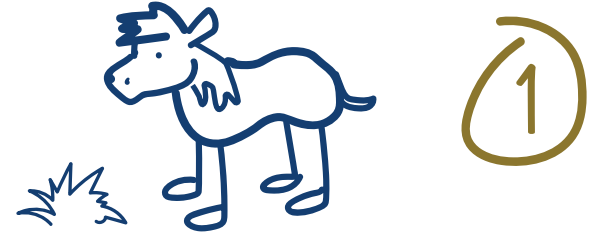
1. JOHDANTO	7
2. NIESIN ALUEEN MATKAILULLISET LÄHTÖKOHDAT	9
2.1 Niesin matkailun SWOT-analyysi	13
2.2 Haastattelut Niesin ja lähialueen toimijoille	13
2.3 Niesin matkailualueen identiteetti	15
3. NIESIN MATKAILUN TULEVAISUUSKUVA JA VISIO	19
3.1 Tulevaisuuden toimenpiteiden poluttaminen.	23
4. NIESIN MATKAILUN KEHITTÄMISTEEMAT VUOSINA 2023–2028	27
4.1 Niesin matkailutuotteet	27
4.2 Niesin tapahtumat	34
4.3 Niesin saavutettavuuden kehittäminen	42
5. TOIMENPIDESUUNNITELMA	45
6. EHDOTUKSET JATKOTOIMENPITEIKSI	47
7. HYÖDYLLISIÄ LINKKEJÄ	49
LÄHTEET	50



TERVETULOA
NIESIIN!



JOHDANTO



Pohjoinen luonto on yksi merkittävimmistä matkailun vetovoimatekijöistä Lapissa. Luonto- ja kylämatkailu ovat erinomaisia liiketoiminnan muotoja Lapissa harvaan asutuilla alueilla, joissa luontoa on joka puolella. Luontomatkailussa on paljon potentiaalia liiketoiminnan kasvattamiseen ja se onkin yksi kotimaanmatkailua suosivista trendeistä. Esimerkiksi globaalit kuluttajatrendit, liittyen kokonaisvaltaiseen ihmisen ja luonnon hyvinvointiin, luovat kysynnän kasvua ja vahvistavat edellytyksiä alan kehittämiseksi.

Luonto- ja kylämatkailu ovat kestäväää ja vastuullista matkailua, jossa huomioidaan nykyiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset siten, että matkailijoiden, matkailuyritysten, matkailukohteiden, ympäristön ja paikallisväestön tarpeet on huomioitu. Matkailun kestävä kehitys luo painetta matkailun päästöjen vähentämiseen ja paikallisten asukkaiden sosiaalisen ja kulttuurisen hyvinvoinnin lisäämiseen. Lisäksi se mahdollistaa aiempaa vahvemman yhteistyön toimialojen välillä. Luonto- ja kylämatkailu auttavat eri alueita ylläpitämään ja säilyttämään paikallisia perinteitä, monimuotoisuutta sekä hyödyntämään aitoutta harvaan asutuilla alueilla.

Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämissuunnitelmahankkeen (HAMA - Harvaan asuttujen alueiden luonto-, ruoka-, kalastus- ja metsästysmatkailun kehittämisen määräraha, Lapin ELY-keskus) kehittämistavoitteena on tukea Niesin alueen elinvoimaa edistämällä vastuullista matkailutoimintaa, luoda yhteistyöverkostoja alueen toimijoiden välille sekä laatia pitkän tähtäimen Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämissuunnitelma. Hankkeen taustalla on ollut niesiläisten aktiivitoimijoiden halu kehittää alueen elinvoimaa aluelähtöisesti ja pienen kylän ehdoilla, muun muassa tuottamalla alueelle palveluja, niin matkailijoille kuin myös uusien asukkaiden houkuttelemiseksi.

Tämä julkaisu sisältää Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämissuunnitelman, jossa kuvataan matkailun kehittämisen painopisteet ja tavoitteet vuosille 2023–2028. Kehittämissuunnitelma on muodostunut hankkeessa toteutettujen toimenpiteiden, kuten haastatteluiden ja työpajojen tuloksista, yhdessä niesiläisten sekä lähikylien ja sidosryhmiin kuuluvien toimijoiden kanssa. Kehittämissuunnitelmaa ovat olleet kirjoittamassa Lapin ammattikorkeakoulusta Anni Kauppila, Hanna Korpuu, Mirva Tapaninen sekä hankkeessa harjoittelijana ollut Lapin yliopiston matkailututkimuksen opiskelija Annika Virtanen.

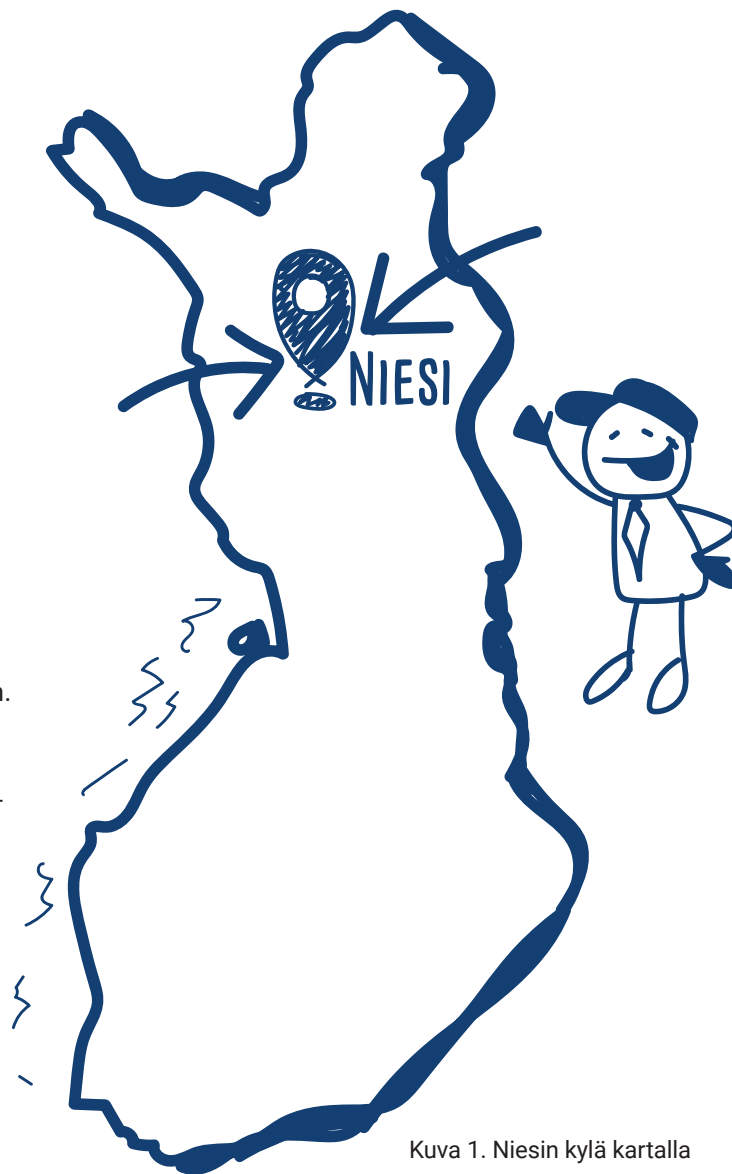
Kehittämissuunnitelmassa avataan ensin Niesin alueen matkailullisia lähtökohtia ja mahdollisuuksia. Ensimmäisessä luvussa pureudutaan lisäksi Niesin matkailun vahvuuksiin, heikkouksiin, mahdollisuuksiin ja uhkiin SWOT-analyysin sekä toimijahaastatteluiden avulla. Lopuksi kuvataan Niesin matkailun identiteettiä eli «persoonaa», joka heijastaa alueen arvoja, tarjoamia kokemuksia ja vetovoimatekijöitä.

Niesin matkailun tulevaisuuskuva ja visio -luvussa keskitytään tuomaan esille SWOT-analyysin perusteella nousseita elementtejä ja osa-alueita, joista muodostettiin alueen matkailun tulevaisuuskuva. Niesin matkailun visio auttaa alueen toimijoita matkakohteen suunnittelussa ja kehittämisessä. Niesin luonto- ja kylämatkailun tulevaisuuden toimenpiteiden poluttamista työstettiin työpajassa OKR-mallin (Objects, Key Results) avulla.

Niesin matkailun kehittämisteemat -luvussa syvennyttään tarkemmin Niesin matkailutuotteisiin, tapahtumiin ja saavutettavuuden kehittämiseen. Matkailutuotteiden kehittämisessä huomioidaan hankkeessa aiemmin luotuja matkailijapersoonia. Niesin tapahtumat -kappaleessa osallistujat saivat ideoida Niesissä tai lähialueilla järjestettäviä tulevaisuuden unelmatapahtumia. Saavutettavuutta pohditaan tarkemmin, niin fyysisen kuin digitaalisen saavutettavuuden näkökulmista.

Toimenpidesuunnitelmassa käydään läpi toimenpiteiden vastuutahoja ja aikataulutusta. Lopuksi annetaan ehdotuksia jatkotoimenpiteiksi. Ydin on yhdessä tekeminen vastuullisesti ja hallitusti.

Lämpimät kiitokset kaikille hankkeessa mukana olleille!



Kuva 1. Niesin kylä kartalla

NIESIN ALUEEN MATKAILULLISET LÄHTÖKOHDAT

2

Lapissa sijaitseva Niesi on yksi Rovaniemen kylistä. Niesin kylässä on ollut asutusta ainakin 1700-luvulta lähtien, ja sinne muutettiin alun perin metsän hakkuuta varten ja vähitellen rakennettiin asumuksia, raivattiin peltoja, viljeltiin maata ja alettiin pitämään karjaa. 1940-luvulla jatkosodan aikaan Niesi säästyi saksalaisten tuhopoltoilta, ja se on siksi harvoja Lapin kyliä, jossa on edelleen jäljellä vanhoja rakennuksia, kuten vanha Holmilan talo, joka on kunnostettu perinteisen rakentamistavan mukaisesti (kuva 2). (Suopajärvi, 2023.)

Lähialueiden matkailutarjonnalla voi olla merkittävä vaikutus matkakohteen vetovoimaan ja matkailukokemuksen monipuolisuuteen. Niesin kylän lähialueiden (kuva 1) matkailutarjontaan kuuluu muun muassa 80 kilometrin päässä sijaitseva Rovaniemi, joka on tunnettu Lapin keskuksena ja joulupukin kotikaupunkina. Rovaniemellä sijaitsee myös kansainvälinen lentoasema. Muista käyntikohteista esimerkiksi Sodankylä on noin 90 kilometrin päässä. Luoston laskettelu- ja hiihtokeskus on noin 77 kilometrin etäisyydellä ja Pyhä-Luoston kansallispuisto noin 100 kilometrin päässä Niesin kylästä. (Suomen Kylät.)



Kuva 2. Vanha Holmila (Kuvaaja: Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämissuunnitelma -hankkeen henkilöstö)

Niesin alueen matkailullinen vetovoima perustuu pitkälti luontoon. Alueelle ominaiseen maisemaan kuuluu Niesijärvi (kuva 3), jonka äärellä kylä sijaitsee ja vaarat, joista korkein Ukko-Nappi on saavuttanut paikallisen merkityksen retkeilykohteena ja maisemanäköalapaikkana. Niesin alueen maasto on erämaista. Lähistöllä sijaitsevat Rovaniemen ainoa tunturi, Käyrästunturi päivätupineen (Käyrästunturin päivätupa) sekä Unarinkönkään alue. Unarinkönkään alue on Metsähallituksen perustamaa virkistysmetsäaluetta, jonka hoidossa huomioidaan virkistyskäyttöä ja luontomatkailua tukevien luonnonpiirteiden säilyminen (Unarinkönkään virkistysmetsä). Niesin alueella on tehty pitkäjänteistä kehittämistyötä viimeisten vuosien aikana. Alueella on muun muassa tehty peltomaisemointia sekä jokien ja järvien kunnostamista, joka jatkuu edelleen. Kesällä 2022 alueelle rakennettiin valokuitukaapeli.

Niesissä on tällä hetkellä 21 vakinaista asukasta, mutta mökkejä on 74 ja mökkiläisten osuus nostanee asukasmäärän 150 asukkaaseen. Kylässä toimii aktiivinen kyläyhdistys sekä metsästys- ja kalastusseura. Kyläläisten kokoontumispaikkana on vuonna 1957 rakennettu Seurantalo (Seurantalo.fi). Kyläläisten käytössä on kyläyhdistyksen omistamia soutuveneitä ja Niesijärven rannalla sijaitsevan Niesiniemen nokasta löytyy hiekkaranta, veneenlaskupaikka sekä vanhoja rakennuksia (kuva 4).



Kuva 3. Niesin kylä ylhäältä päin kuvattuna. (Kuvaaja: ©Tero Korhonen)



Kuva 4. Niesiniemen vanhoja rakennuksia. (Kuvaaja: Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämissuunnitelma -hankkeen henkilöstö)

Niesissä ei ole katuvaloja, eikä myöskään palveluita, kuten julkista liikennettä, majoituskohteita, kauppaa tai ravintolaa. Tulevaisuudessa suunnitteilla on kehittää majoituskohteita kylässä sijaitsevan vanhan kyläkoulun tiloihin (kuva 5) sekä 1750-luvulla rakennettuun Niesin vanhimpaan taloon, Vanhaan Holmilaan (kuva 2).



Kuva 5. Niesin vanha kyläkoulu. (Kuvaaja: Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämissuunnitelma -hankkeen henkilöstö)

Pito- ja vetovoiman näkökulmasta nykyinen Lappi-sopimus korostaa Lapin kansallispuistoihin sekä muihin luonto- ja virkistysalueisiin tukeutuvan luontomatkailun keskeistä asemaa Lapin matkailussa (Lappi-sopimus 2022–2025, 26). Myös globaalit kuluttajatrendit liittyen kokonaisvaltaiseen ihmisen ja luonnon hyvinvointiin, luovat kysynnän kasvua ja vahvistavat edellytyksiä luonto- ja kylämatkailun kehittämiseksi. Elinvoiman kannalta luonto- ja kylämatkailu auttavat eri alueita ylläpitämään ja säilyttämään paikallisia perinteitä, monimuotoisuutta ja hyödyntämään aitousia. Kylämatkailulla voidaan edesauttaa ja ylläpitää harvaan asuttujen alueiden elinvoimaa, ja tuottaa palveluja ja vetovoimaa alueelle myös uusien asukkaiden houkuttelemiseksi. Lapin aluerakennelu 2040+ mukaan kylistä elinvoimaisimpia ovat vahvan kehittämistahdon omaavat kylät, etenkin jos ne sijaitsevat toimivan asiointimatkan päässä keskuksista pääteiden ja jokien varsilla, ja jos ne kykenevät tarjoamaan laadukkaita tontteja sekä rakennuspaikkoja vaihtoehtona kaupunkiasumiselle. (Lappi-sopimus 2022–2025, 23.) Pohjoinen luonto on yksi merkittävimmistä matkailun vetovoimatekijöistä Lapissa. Niesin sijainti asiointimatkan päässä matkailukeskuksista, aktiivinen kylätoiminta, mahdollisuus mökkeilyyn sekä ympäröivä luonto tarjoavat erinomaiset olosuhteet alueen luonto- ja kylämatkailun kehittämiseksi.

2.1 NIESIN MATKAILUN SWOT-ANALYYSI

SWOT-analyysi on tehokas työkalu matkakohteen strategisessa suunnittelussa ja päätöksenteossa. Se on yksinkertainen menetelmä, jolla pyritään selvittämään nelikenttäanalyysin avulla toiminnan vahvuudet, heikkoudet sekä tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhat. Vahvuudet ovat jo olemassa olevia toimenpiteitä tai resursseja, joita voidaan hyödyntää toiminnan kehittämisessä. Heikkoudet puolestaan ovat niitä tekijöitä, joita täytyisi parantaa toiminnan tehostamiseksi. Toiminta on kannattavaa silloin, kun myös tulevaisuuden uhat sekä mahdollisuudet tunnistetaan osaksi toimintaa. Työkaluna SWOT-analyysi on tehokas toiminnan tarkastelukeino. (SRHY-Riskienhallinta, 2023.) Työpajassa yhdessä niesiläisten ja lähialueen toimijoiden kanssa Niesin matkailua tarkasteltiin SWOT-analyysi -menetelmän avulla (kuva 6). Esiin nousi useita ajatuksia eri osa-alueisiin, joista he nostivat kohokohdiksi seuraavat:

Vahvuuksia ovat valokuituyhteys, kasvava kylä, luonnon sekä erämaan läheisyys heti oven takana, Niesiniemen kylämaisema, Niesin Seurantalo, laajat metsästys- ja kalastusmahdollisuudet, luonnonrauha sekä Niesin historia ja perinteet.

Heikkouksia ovat puolestaan kahvila- ja ravintolatoiminnan puute, julkisen liikenteen sekä kyläkaupan puute, vasta noussut idea matkailusta ja matkailukulttuurin puuttuminen sekä palveluntarjoajien ja ns. ”vetäjän” puuttuminen.

Mahdollisuuksia ovat Niesin historia ja tarinat sekä niiden markkinointi – esimerkiksi valokuvien avulla. Matkailu, etätyö,

Niesin kotisivut, kohteen ainutlaatuisuus ja polttamattomuus, yhteistyö, kalastus, oppaan vetämät opastukset sekä luontoaktiviteetit kuten: lumikenkäily, metsäkellintä, metsäjooga ja retkeily.

Uhkia ovat Niesin tie, liikenneyhteyksien puuttuminen, hintojen nouseminen, yrittäjäverkoston jääminen pois, huono tie, kudin jääminen piippuun, toimijoiden puute palveluiden tuottamista varten, asiakkaiden löytämättömyys Niesiin sekä mahdollinen kyläkateus ja paikallisten vastustaminen.

2.2 HAASTATTELUT NIESIN JA LÄHIALUEEN TOIMIJOILLE

Matkailun kehittämissuunnitelmaa varten haastateltiin yhteensä yhdeksää Niesin matkailuun liittyvää keskeistä yrittäjää, mökkiläistä ja sidosryhmän jäsentä. Haastatteluiden tehtävänä oli toimia apuna alkukartoituksen tekemisessä ja saada alueen toimijoilta näkemyksiä ja ideoita Niesin matkailun kehittämiseen. Haastattelut suoritettiin yksilöhaastatteluina, jonka jälkeen ne litteroitiin. Haastatteluiden teemoina olivat:

- Niesin ja lähialueiden matkailun nykytila
- Niesin ja lähialueiden matkailulliset vetovoimatekijät, vahvuudet ja kehittämiskohteet
- Niesin ja lähialueiden yhteistyö
- Tärkeäksi koetut arvot matkailun kehittämistyössä
- Niesin ja lähialueiden tarjoamat aktiviteetit
- Niesin matkailun tuoma lisäarvo Rovaniemen matkailukentällä
- Oman toiminnan ja Niesin matkailun tulevaisuus

Haastatteluiden perusteella Niesin ja lähialueiden matkailu on nykyisellään rajallista ja matkailupalveluiden tarjonta on vielä vähäistä tai puuttuu kokonaan. Oleellista on kuitenkin se, että alueella nähdään potentiaalia ja vahvuuksia matkailun kehittymiselle tulevaisuudessa. Vastauksissa korostui tarve investoida ja lisätä resursseja matkailuun, edistää yhteistyötä ja kehittää monipuolisesti matkailupalveluita.

Niesin ja lähialueiden matkailun vetovoimatekijöinä ja vahvuuksina nähtiin etenkin hiljaisuus, rauhallisuus, kauneus, luonnonläheisyys, perinteikkyyt ja pimeys. Niesi voi tarjota matkailijoille mahdollisuuden paeta kaupungin hälinää ja tilaisuuden kokea puhdasta ilmaa ja vettä. Alueella on tarjottavaa matkailijoille, jotka etsivät perinteikkaita rakennuksia, kauniita maisemia ja aitoa Lapin luontoa. Niesissä on vähän valosaastetta ja alueella on hyödyntämätöntä potentiaalia tarjota matkailijoille elämyksiä, jotka perustuvat yksinkertaisuuteen ja luontoon liittyvään toimintaan. Jo olemassa olevat valmiudet, kuten Niesin Seuratalo, vesistöt, uimaranta ja kalastuspaikat nähdään matkailun kannalta käyttökelpoisina.

Haastateltavien mielestä suurimpina kehityskohteina mainittiin näkyvyyden parantaminen, monipuolisen matkailutuoteportfolion luominen, yhteistyön vahvistaminen sekä markkinointiin ja mainostukseen panostaminen. Jotta alueelle saadaan uusia yrittäjiä, myös ilmapiiriin tulisi olla kehitysmuotoinen ja kannustava. Tärkeät arvot, joihin matkailun kehityksen tulisi nojata, ovat aito lappilaisuus ja puhtaus. Haastatteluiden perusteella Niesissä ja

lähialueilla on tärkeää säilyttää oman alueen ja lappilaisuuden identiteetti. Luonnon puhtaus on Niesin tärkeimpiä matkailun vetovoimatekijöitä ja se halutaan ottaa huomioon kaikessa toiminnassa. Myös ekologisuus, lähituotteet ja huolenpito ympäröivästä luonnosta korostuvat tärkeinä arvoina edellä mainittujen lisäksi.

Niesissä ja lähialueilla yhteistyön kuvaillaan olevan osittain toimivaa ja aktiivista, mutta toimijoiden välillä on paljon vaihtelua. Olisi tarpeen luoda selkeästi organisoituja rakenteita ja löytää vastuuhenkilöitä yhteistyön edistämiseksi ja matkailun kehitystyön varmistamiseksi.

Niesissä ja lähialueilla toteutettavista matkailuaktiviteeteista haastateltavat mainitsivat etenkin monipuoliset luontoaktiviteetit kuten pyöräily, hiihto, kalastus, moottorikelkkailu, pilkkiminen ja lumikenkäily. Alueella on myös mahdollisuus tähtien ja revontulien tarkkailuun sekä kesällä marjastukseen ja sienestukseen. Majoituksen suhteen mainittiin koulumajoituksen, revontulimajojen ja glamping-telttojen tarjoaminen. Haastattelun perusteella Niesillä voi olla myös hyvät mahdollisuudet erikoistua tarjoamaan majoitusta hajuste- ja kemikaaliyliherkkiä asiakasryhmiä ajatellen.

Kooltaan Niesin ja lähialueiden matkailun tulee sopeutua alueen luontoon ja miljööseen ja sen toivotaan pysyvän sopivan kokoisena alueen omat resurssit huomioiden. Haastatteluiden perusteella Niesissä ei haluta toteuttaa matkailua, joka keskittyy suuriin

ryhmiin tai massaturismiin. Luonnonläheinen toiminta on tärkeää, ja määrän sijasta halutaan panostaa laatuun. Niesiin ei kaivata katuvaloja ja tietyt aktiviteetit sekä toimet, kuten koiravaljakot poronhoitoalueella nähdään vähemmän toivottavina. Myöskään esimerkiksi iglujen rakentamista tai kilpailamista vastaavien konseptien kanssa ei nähdä järkevänä.

Uutuusarvona Rovaniemen matkailukentälle Niesi voi tuoda autenttisuuden ja luonnonläheisyyden kokemuksia. Matkailijoille voi opettaa luonnon arvostamista ja ymmärtämistä sekä osoittaa, että luontoa tulee kohdella kunnioituksella.

Viiden vuoden päästä haastateltavat olivat toiveikkaita oman toimintansa kehittymisen suhteen sekä halukkaita edistämään Niesin ja lähialueiden matkailua oman toimintansa kautta. Niesin kasvua matkailualueena pidetään mahdollisena, sillä uskotaan siihen, että ihmiset ymmärtävät maaseudun merkityksen tulevaisuudessa yhä paremmin. Nuoria innovatiivisia yrittäjiä toivotaan houkuteltavan alueelle, ja heidän liiketoimintansa tukemista pidetään tärkeänä. On myös toivottavaa, että saadaan investointeja ja tarvittavia lainoja maaseutukohteisiin, jotta paikalliset yrittäjät voivat kasvattaa toimintaansa. Lisääntyneen yhteistyön ja verkostoitumisen tärkeyttä paikallisten toimijoiden ja lähialueiden oppilaitosten kesken peräänkuulutettiin, sillä se auttaisi matkailuhankkeiden toteutuksessa ja voisi tarjota työmahdollisuuksia alueen asukkaille.

Haastattelujen perusteella Niesiin ja lähialueille saapuva matkailija voi olla monenlainen. Talviaikaan lumi ja revontulet kiinnostavat kansainvälisiä matkailijoita. Kesäaikaan matkailijoina Niesi ja lähialueet voivat houkuttaa kotimaisia karavaanareita, kesäkuljijoita, moottoripyöräilijöitä ja matkailuvaunulla liikkuvia ihmisiä. Kotimaiset matkailijat ovat tottuneet omatoimimatkailuun ja arvostavat luonnonläheisiä arvoja. Ulkomaalaisia matkailijoita voidaan houkuttaa erilaisilla aktiviteeteilla ja tarjoamalla mahdollisuuksia itse osallistua ja kokea asioita. Kaiken kaikkiaan on tärkeää, että matkailukokemus on helppo ja vaivaton.

2.3 NIESIN MATKAILUALUEEN IDENTITEETTI

Matkailualueen identiteetti on matkailukohteen ainutlaatuinen tunnusmerkki, joka erottaa sen muista alueista ja houkuttelee matkailijoita. Matkailualueen identiteetti kuvastaa matkailukohteen yksilöllisiä piirteitä, kuten sen kulttuuria, historiaa, luontoa, aktiviteetteja ja paikallista elämäntapaa. Matkailualueen identiteettiä voidaan pitää sen ”persoonana”, joka heijastaa alueen arvoja, tarjoamia kokemuksia ja vetovoimatekijöitä. Se voi perustua esimerkiksi paikalliseen kulttuuriin, alueen luontoon ja maisemiin, historiallisiin nähtävyyksiin tai luontoretkeilymahdollisuuksiin. Matkailualueen identiteetti on siis kokonaisuus tekijöitä, jotka erottavat matkailualueen muista alueista ja luovat mielikuvia ja odotuksia matkailijoille. Identiteetin määrittäminen auttaa matkailukohdetta houkuttelemaan oikean kohderyhmän ja rakentamaan kestävää kilpailuetua matkailumarkkinoilla. (Campelo, Aitken, Thyne & Gnoth, 2014; Lemmetyinen & Go, 2010.)

Tässä luvussa tarkastellaan Niesin matkailualueen identiteettiä identiteettiprisman kautta (kuva 7). Identiteettiprisma koostuu kuudesta osa-alueesta, joista kolme ensimmäistä, eli persoonallisuus, fyysiset ominaisuudet ja toiminnan kulttuuri kertovat siitä, millainen kuva Niesillä on itsestään matkailualueena. Kolme viimeistä osa-aluetta, eli asiakkaan omakuva, asiakkaan kuva palvelusta ja sen käyttäjistä sekä suhde asiakkaaseen kertovat siitä, millaista asiakasmielikuvaa Niesin matkailualueena tavoittelee. Alla olevassa kuvassa esitellään Niesin matkailun identiteettiprisma, joka on luotu alkukartoitushaastatteluiden sekä työpajoista saatujen tietojen perusteella.

Identiteettiprisman eri osa-alueita voidaan hyödyntää esimerkiksi matkakohteen markkinoinnin sekä houkuttelevuuden ja asiakasymmärryksen edistämiseksi:

Persoonallisuus: matkakohteen persoonallisuuden määrittelyllä voidaan korostaa matkakohteen ominaispiirteitä ja luoda kilpailijoista erottuvaa markkinointiviestinnän materiaalia. Mitä paremmin matkailija kokee, että kohdealueen tai matkailutuotteen persoonallisuus vastaa hänen omaansa, sitä helpompaa hänen on valita se (Bekk, Spörrle & Kruse, 2016; Hosany, Ekinci & Uysal, 2006; Murphy, Moscardo & Benckendorff, 2007). Niesin persoonallisuuden piirteitä ovat yhteisöllisyys, historiallisuus, rauhallisuus, erähenkisyys, uudistushaluisuus ja omavaraisuus.

Fyysiset ominaisuudet: fyysiset ominaisuudet kertovat matkakohteen visuaalisen ilmeen, kuten värimaailman ja matkakohteen fyysiset elementit, kuten talot ja maisemat. Näitä visuaalisia elementtejä voidaan hyödyntää muun muassa markkinointimateriaaleissa, verkkosivustoilla, mainoksissa ja sosiaalisessa mediassa. Yhtenäinen visuaalinen ilme auttaa luomaan tunnistettavan ja houkuttelevan matkakohteen (Cradia.fi). Niesin fyysisiä ominaisuuksia ovat maanläheiset värit, Niesijärvi, Niesiniemi ja "housut", polttamaton kylä ja vanhat rakennukset, pimeys, mökit sekä erämainen luonto ja valokuitu.

Toiminnan kulttuuri: toiminnan kulttuuri sisältää matkakohteen tavan toimia ja keskeiset arvot. Arvoja voidaan käyttää markkinoinnissa kertomaan matkakohteen peruseräilyarvot ja keinona houkuttaa matkailijoita, jotka jakavat samat arvot (Businessfinland, 2019, 6). Niesin matkailun toimintaa ohjaa matkailun kehittäminen omien resurssien puitteissa. Asenteena on "vähemmän on enemmän", eli ei lähdetä tavoittelemaan suuria, vaan mennään sillä mitä jo on. Vanhan kunnostaminen, oman historian muistaminen ja ympäröivän luonnon huomioiminen ovat niesiläisille tärkeitä. Metsästyminen ja kalastus ovat merkittävä osa niesiläisten arkea. Tahtotila yhdessä pitää oma kylä elinvoimaisena ja tuoda sen toimintaa näkyväksi myös muille. Arvoina puhdas luonto ja luonnonläheinen elämäntapa.

Asiakkaan omakuva: asiakkaan omakuva keskittyy siihen, miten kohderyhmä näkee itsensä tai haluaa nähdä itsensä matkakohdeessa (Kaihua ym. 2020, 25, 32). Se auttaa määrittelemään, millaisia arvoja, tarpeita ja toiveita kohderyhmällä on matkakohteen suhteen. Omakuva auttaa markkinoijia ymmärtämään, miten matkakohde voi vastata kohderyhmän tarpeisiin ja toiveisiin. Tämä puolestaan mahdollistaa markkinointiviestinnän räätälöimisen siten, että se puhuttelee tietyn kohderyhmän matkailijoita. Niesiin saapuvan matkailijan sanoin ”Nautin luonnon ja maaseudun rauhasta sekä sen tarjoamista mahdollisuuksista erilaisiin luontoaktiviteetteihin. Minua kiinnostavat sekä ohjatut luontoaktiviteetit että itsenäiset luontokokemukset. Saavun Niesiin sen tarjoamien harrastusmahdollisuuksien, kuten kelkkailuun tai metsästykseseen sopivan maaston vuoksi. Minua kiinnostavat alueen aitous, perinteet, tarinat sekä omaleimaiset tapahtumat.”

Asiakkaan kuva palvelusta ja sen käyttäjästä: asiakkaan kuva palvelusta ja sen käyttäjästä auttaa luomaan mielikuvan siitä, millaisia matkakohteen asiakkaat ovat. Niesiin saapuva asiakas on omatoiminen, luonnon rauhasta ja ruuhkattomuudesta nauttiva ulkoilmaihminen. Niesi voikin tuntua asiakkaasta helmeltä, jota suuret massat eivät ole vielä löytäneet. Niesiin saapuva matkailija etsii kohtaamisia paikallisten kanssa, ja haluaa tutustua alueen aitoon kulttuuriin, perinteisiin ja tarinoin. Niesiin saapuu sekä omatoimimatkailijoita että pieniä ulkomaalaisryhmiä.

Suhde asiakkaaseen: kun mietitään suhdetta asiakkaaseen, voidaan kysyä esimerkiksi: miksi asiakas tulee kohteeseen, millaista palvelua hän saa ja mikä saa asiakkaan tulemaan kohteeseen uudelleen? Asiakas saa Niesissä lämpimän ja yksilöllisen vastaanoton. Samanaikaisesti sekä arjen eksotiikka että tietynlainen tuttuus saavat asiakkaat palaamaan uudelleen. Niesiläiset toivottavat saapuvat asiakkaat tervetulleiksi nauttimaan alueen kalavesistä, metsämaastoista sekä muista luontokokemuksista.

Niesin matkailun tulevaisuuskuvan luomiseksi vuonna 2028 Niesin matkailun kehittämisessä keskitytään Niesin matkailun SWOT-analyysin perusteella esiin nousseisiin elementteihin ja osa-alueisiin, joita ovat: **markkinointi, infrastruktuuri, toimijat ja yhteistyö, palvelut, historia ja perinteet sekä luonto**. Alla on lueteltuina Niesin matkailun tulevaisuuskuva-työpajassa syntyneitä kuhunkin osa-alueeseen tai elementtiin liittyviä tulevaisuuden ideoita.

Ohessa olevien ideoiden avulla nostettiin esiin tärkeimpiä elementtejä ja hahmoteltiin Niesin matkailulle tulevaisuuskuva. Tulevaisuuskuva on konkreettinen kuva kohteen tulevaisuudesta (Tulevaisuus.fi).

Seuraavalle sivulle on muodostettu yksi versio Niesin matkailun tulevaisuuskuvesta.

1. PERSOONALLISUUS

Niesi on erämainen matkakohde kaukana kaupungin hälinästä. Sitä määrittävät historiallisuus, perinteet, rauhallisuus ja yhteisöllisyys. Niesiläiset puhaltavat yhteen hiileen ja haluavat kehittää kyläänsä.

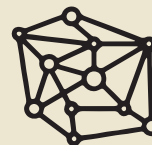
- Yhteisöllinen
- Historiallinen
- Rauhallinen
- Erähenkinen
- Uudistushaluinen
- Omavarainen; kalastaminen, leipominen, metsästäminen, marjastaminen

2. FYYSISET OMINAISUUDET

Savottaperinne, vanhat rakennukset, mökit ja erämainen luonto ovat osa Niesiä. Vesistöt ja vaaralaisemmat tekevät kohteen luonnosta omaleimaisen. Niesi nojautuu vahvasti luonnon läsnäoloon. Yön pimeys, puhtaat vedet ja koskemattomat metsämaisemat ovat Niesille ominaisia elementtejä. Valokuituverkko parantaa Niesin saavutettavuutta.

Väri maailmana maanläheiset sävyt kuten okra, sammalenvihreä, kiven harmaa ja sen eri sävyt, hiekan ruskea, kaarna, tumman ruskea, punaruskea, luonnonvalkoinen

Niesijärvi, Niesinniemi ja "housut".
Polttamaton kylä. Pimeys. Valokuitu.



6. SUHDE ASIAKKAASEEN

Asiakas saa Niesissä lämpimän ja yksilöllisen vastaanoton. Samanaikaisesti sekä arjen eksotiikka että tietynlainen tuttuus saavat asiakkaat palaamaan uudelleen. Niesiläiset toivottavat saapuvat asiakkaat tervetulleiksi nauttimaan alueen kalavesistä, metsämaastoista sekä muista luontokokemuksista.

Kuva 7. Niesin matkailualueen identiteettiprisma

5. ASIAKKAAN KUVA PALVELUSTA JA SEN KÄYTTÄJÄSTÄ

Asiakas on omatoiminen, luonnon rauhasta ja ruuhkattomuudesta nauttiva ulkoilmaihminen. Niesi voikin tuntua asiakkaasta helmettä, jota suuret massat eivät ole vielä löytäneet. Niesiin saapuva matkailija etsii kohtaamisia paikallisten kanssa, ja haluaa tutustua alueen aitoon kulttuuriin, perinteisiin ja tarinoin. Niesiin saapuu sekä omatoimimatkailijoita että pieniä ulkomaalaisryhmiä.

3. TOIMINNAN KULTTUURI

Niesissä tavoitteena on matkailun kehittäminen omien resurssien puitteissa. Asenteena on "vähemmän on enemmän", eli ei lähdetä tavoittelemaan suuria, vaan mennään sillä mitä jo on. Vanhan kunnostaminen, oman historian muistaminen ja ympäröivän luonnon huomioiminen ovat niesiläisille tärkeitä. Metsästäys ja kalastus ovat merkittävä osa niesiläisten arkea.

Tahtotilana on pitää yhdessä oma kylä elinvoimaisena ja tuoda sen toimintaa näkyväksi myös muille. Asioita tehdään yhdessä lähikylien kanssa. Arvoja ovat puhdas luonto ja luonnonläheinen elämäntapa.

4. ASIAKKAAN OMAKUVA

Nautin luonnon ja maaseudun rauhasta sekä sen tarjoamista mahdollisuuksista erilaisiin luontoaktiviteetteihin. Minua kiinnostavat sekä ohjatut luontoaktiviteetit sekä itsenäiset luontokokemukset. Saavun Niesiin sen tarjoamien harrastusmahdollisuuksien, kuten kelkkailuun tai metsästyksen sopivan maaston vuoksi. Minua kiinnostavat alueen aitous, perinteet, tarinat sekä omaleimaiset tapahtumat.

NIESIN MATKAILUN TULEVAISUUSKUVA JA VISIO

3

Millaiselta näyttää Niesin matkailu vuonna 2028?

”Puhdas ja luonnontilainen luonto on Niesin matkailun markkinointivaltti ja lähialueista Unarinköngäs, Ukko-Nappi sekä Käyrästunturi ovat matkailijoiden suosimia käyntikohteita. Niesin saavutettavuutta parantavat kimpapakyyti- ja linja-autopalvelut sekä informatiiviset nettisivut. Matkailijaryhmistä Niesi houkuttelee kotimaanmatkailijoita, reppureissaajia, motoristeja, pyöräilijöitä sekä entisiä asukkaita ja pieniä ryhmiä. Erilaiset taukotuvat, laavut ja maisemapaikat ovat matkailijoiden käytettävissä.

Niesin historiaa ja perinteitä tuodaan matkailijoille esille Seurantalolle järjestetyn valokuvanäyttelyn kautta sekä savottaperinnenäytöksiä järjestäen. Niesi ei tulevaisuudessa profiloitu niinkään massaturismikohteeksi, vaan se tunnetaan yksilöllisiä kokemuksia tarjoavana vastuullisena ja kestäväenä matkakohteena. Yhteistyötä Niesin ja lähialueiden matkailun kehittämiseksi tehdään kylien välisesti, ja kylien kesken järjestetään perinteisiä köydenvedo- ja hiihtokisoja.

Palveluina Niesissä toimii sesonkikahvila sekä majoitustilojen yhteydessä pieni kauppa. Ruokatuotteina tarjoillaan perinteisistä raaka-aineista valmistettua hyvää ruokaa lappilaisittain. Ohjelma- ja elämyspalveluina matkailijoiden on mahdollista nauttia joogasta, saunapalveluista ja osallistua korvasieniretkille.”

Tulevaisuuskuvan lisäksi visio auttaa suunnittelemaan ja ohjaamaan matkakohteen kehitystä. Visio on yleinen ja laaja kuvaus halutusta tulevaisuudesta (Sitra). Niesin matkailun visio vuonna 2028 on määritelty seuraavanlaiseksi:

”Niesi on yksi Lapin kauneimmista ja tunnetuimmista kylistä. Sen vetovoima perustuu aitoon lappilaiseen puhtaaseen luontoon ja perinnemaisemaan. Niesi kutsuu nauttimaan tarinoista, historiasta sekä hiljaisuudesta. Niesin yrittäjämönteinen ilmapiiri ja lähikylien välinen yhteishenki houkuttelevat alueelle uusia toimijoita.”

Tulevaisuuskuva ja visio auttavat hahmottamaan, mihin suuntaan matkakohdetta halutaan viedä ja millaisia tavoitteita halutaan saavuttaa tulevaisuudessa. Tulevaisuuskuvan ja vision määrittely auttaa myös luomaan kilpailuetua ja kehitystoimia matkakohteeseen. Kun matkakohde pystyy selkeästi viestimään tulevaisuuden suunnitelmistaan ja tavoitteistaan, se voi houkutella sidosryhmiä, yhteistyökumppaneita, investointeja ja yhteisön tukea matkakohteen kehittämiseen.

Seuraavalla sivulla on esiteltyä Niesin matkailun infograafi (kuva 8), eli kokoava kuva Niesin matkailun tilasta. Infograafin tarkoituksena on toimia viestinnän materiaalina ja siihen on koottuna SWOT-analyysissä esiin tulleet seikat, kappaleessa viisi esiteltävät Niesin matkailun kehittämisteemat sekä elementtejä Niesin matkailun visiosta.

Niesin markkinointi vuonna 2028:

- Some ja nettisivut kuntoon
- Markkinointi Lomarenkaassa ja Airbnb:ssä
- Kohderyhminä muun muassa motoristit, pyöräilijät, reppureissaajat, oman alueen entiset asukkaat
- Toteutetaan vuosikalenteri alueelle

Niesin infrastruktuuri vuonna 2028:

- Laavut, taukotuvat, maisemapaikat
- Majoitus, vuokrausverkosto
- Tieverkosto kunnossa
- Julkinen liikenne kunnossa: bussiyhteydet, taksi, kimpakyyti

Niesin toimijat ja matkailunyhteistyö vuonna 2028:

- Metsähallitus ja Lapin liitto yhteistyökumppaneina
- Kylätalkkarina Airbnb-vuokraisäntä
- Eri kylien välinen yhteistyö ja ohjaus toisten palvelujen äärelle
- Kotiseutumuseon kanssa yhteistyötä
- Kylien väliset perinteiset tapahtumat esimerkiksi köyden veto ja hiihtokilpailut
- Turvallisuus- ja ensiapukoulutuksia
- Kootaan kylien välinen yhteistyöverkosto ja yhteystiedot kootusti yhteen paikkaan

Niesin palvelut vuonna 2028:

- Sesonkikahvila
- Perinteistä leivontaa
- Käyrästunturin nokipannukahvit
- Saunapalvelut hoitoineen
- Hyvää ruokaa lappilaisittain paikallisilla raaka-aineilla
- Majoitustilojen yhteyteen pieni kauppa
- Tuote-palvelu-osaamispaketti: matkailu, ravitsemus, hyvinvointi
- Kehittämisen- ja TYKY-päivät kunnille ja yrityksille
- Taideateljee tai taideleiri
- Näytelmä, jooga
- Elämyspalveluna esimerkiksi heinäntekoa ja korvasieniretki
- Ohjattuja retkipaketteja: pilkki, kalastus, pyöräily

Niesin historia ja perinteet vuonna 2028:

- Historiallinen valokuvanäyttely pysyvästi Niesin koululla tai Seurantatalolla
- Tarinat ja tarinallistaminen näkyväksi ja osaksi palveluita
- Tukkipakkaus tai savottaperinne esimerkiksi näytöksinä ja esityksinä
- Osallistavaa toimintaa perinteiden säilyttämisessä esim. perinnerakentaminen
- Eläinten hoito ja viljely

Luonnon rooli Niesin matkailussa vuonna 2028:

- Puhdas luonto on markkinoinnin valtti
- Maastopyöräilyreitti Niesiin
- Mahdollisuus majoittua luonnossa ja pimeydessä ilman ärsykeitä
- Unarinkongäs, Ukko-Nappi ja Käyrästunturi käyntikohteina



Kuva 8. Niesin matkailun infograafi

UHAT

- ∞ YRITTÄJÄVERKOSTO JÄÄ
- ∞ NIESIN TIE
- ∞ HINTOJEN NOUSU
- ∞ LIIKENNEYHTEYKSIEN PUUTE
- ∞ MARKKINOINTI
- ∞ "KUTI JÄÄ PIIPPUUN"
- ∞ KYLÄKATEUS
- ∞ LÖYTYKÖ TOIMIJOITA PALVELUIDEN TUOTTAMISEEN

MAHDOLLISUUDET

- ∞ HISTORIAMATKAILU
- ∞ UNIKKI POLTTAMATON KOHDE
- ∞ KALASTUS
- ∞ PAIKALLINEN OPAS OPASTAMASSA MATKAILUJOITA
- ∞ LUONTOAKTIVITEETIT
- ∞ ETÄTYÖ
- ∞ MATKAILU
- ∞ YHTEISTYÖ
- ∞ KOTISIVUT

NIESIN LUONTO- JA KYLÄMATKAILU

YHTEISTYÖ JA TURVALLISUUS

TAPAHTUMAT

TUOTTEISTUS

OSAAMINEN NÄKYVÄKSI

SAAVUTETTAVUUS

HEIKKOUDET

- ∞ JULKISEN LIIKENTEEN PUUTE
- ∞ VETÄJÄN PUUTE
- ∞ PALVELUTOIMINNAN PUUTE
- ∞ MATKAILUKULTTUURIN PUUTE
- ∞ EI KYLÄKAUPPAA
- ∞ LÄHTÖTILANNE 0
- ∞ KAHVILA & RAVINTOLOIMINNAN PUUTE
- ∞ VASTA NOUSSUT IDEA MATKAILUSTA

VAHVUUDET

- ∞ KYLÄMAISEMA
- ∞ LAAJAT METSÄSTYS JA KALASTUSSUUNNITELMAT
- ∞ VALOKUITU
- ∞ ERÄMAA OVEN TAKANA
- ∞ KASVAVA KYLÄ
- ∞ SEURANTALO
- ∞ HISTORIA JA PERINTEET
- ∞ LUONNONRAUHA

3.1 TULEVAISUUDEN TOIMENPITEIDEN POLUTTAMINEN

OKR-malli

Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämisteemat muodostettiin yhdessä niesiläisten ja lähikylien toimijoiden kanssa työpajassa tulevaisuuskuvien pohjalta keskustellen. Kehittämisteemoja pilkkottiin työpajassa pienemmiksi toimenpiteiksi OKR-mallin avulla. OKR-malli on strategisen johtamisen työkalu, joka auttaa organisaatioita asettamaan ja priorisoimaan tavoitteita. OKR-lyhenne tulee sanoista **Objects** eli tavoitteet sekä **Key Results** eli avaintulokset. OKR-mallin mukaan emme voi saavuttaa kaikkia mahdollisia tavoitteita yhtä aikaa rajallisten resurssien vallitessa, jonka vuoksi on tärkeää keskittää huomio valittujen ja rajattujen tavoitteiden tavoitteluun, jossa OKR-malli on hyödyksi. (Hämäläinen & Sora, 2022, 27).

OKR-mallissa tiimit asettavat itse tavoitteensa organisaation strategiaan pohjaten. Tämä lisää henkilöstön sitoutumista tavoitteisiin. (Hämäläinen & Sora, 2022, 28–38.) Hyvän tavoitteen tulisi olla innostava sekä selkeä. Tavoitteet eivät ole ikuisia, vaan kun ne saavutetaan, tulee niiden tilalle asettaa uusia tavoitteita. Tavoitteita ei myöskään tule asettaa samanaikaisesti liian montaa, vaan yleisesti suositeltu määrä on korkeintaan viisi yhtäaikaista tavoitetta. Tavoitteiden tulee olla laadullisia ja kuvata tavoitetilaa. Tavoitteet voidaan asettaa hieman kurottaviksi, mikä kannustaa tiimiä ponnistelemaan hieman enemmän kuin

tilanteessa, jossa tavoite asetettaisiin sellaiseksi, joka voidaan varmasti saavuttaa. (Hämäläinen & Sora, 2022, 28–38.) Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämisteemoiksi valittiin matkailutuotteet, tapahtumat ja saavutettavuus. Kehittämisteemoja lähdettiin pilkkomaan työpajassa yhdessä OKR-mallin tavoitteiksi ja pienryhmät muodostivat tavoitteiksi ”Kyliä ja kyläläisten tiedot ja taidot yhteen kasaan yhdistettynä”, ”Lisätä vetovoimaisuutta ja saada vipinää kylille” sekä ”Luodaan kattavat, laadukkaat ja informatiiviset nettisivut Niesille”.

OKR-mallin avaintulokset taas ovat luonteeltaan konkreettisia, numeerisia ja ymmärrettäviä. Avaintulos kuvaa konkreettisesti muuttuneen toiminnan lopputulosta. (Hämäläinen & Sora, 2022, 39–47.) Jos matkailuyrityksen OKR-tavoitteena olisi esimerkiksi ”Lisätä kohteen somenäkyvyyttä” voisivat avaintuloksia olla esimerkiksi ”Kaksi sovittua vaikuttajavierailua” tai ”Viikoittainen somepostaus”. Kirjallisuus suosittelee avaintuloksen elinkaareksi, eli ajaksi, jossa se tulisi saavuttaa, yhtä kvartaalia. Myös avaintulosten määrässä kannattaa pitäytyä maltillisena ja niiden maksimimääränä on hyvä pitää viittä. Hyvä avaintulos on SMART eli spesifi, mitattava, asetettu jonkun tiimin vastuulle, realistisesti optimistinen, sekä toteutusjakson mukainen (Hämäläinen & Sora, 2022, 39–47.)

Työpajassa niesiläiset ideoivat muodostamiensa tavoitteiden alle seuraavanlaisia avaintuloksia (kuva 9):

TAVOITE:

“Kylien ja kyläläisten tiedot ja taidot yhteen kasaan yhdistettynä”

Avaintulos 1:

Whatsapp-ryhmä yrittäjien/yksityisten toimijoiden kesken.

Avaintulos 2:

“Niesintien kylät”-nettisivut alueiden toimijoiden palveluista/ tapahtumista. Yhteinen aikataulus.

Avaintulos 3:

Tutustuminen avaa uusia mahdollisuuksia.

TAVOITE:

“Lisätään vetovoimaisuutta ja saada vipinää kylille”

Avaintulos 1:

Laaditaan vuosikello yhteistyöverkoston kanssa, jotta vältytään päällekkäisiltä tapahtumilta.

Avaintulos 2:

Tapahtumien markkinointi ilmoitustaululla, somekanavissa ja puskaradiossa.

Avaintulos 3:

Toiminta.

TAVOITE:

“Luodaan kattavat, laadukkaat ja informatiiviset nettisivut Niesille”

Avaintulos 1:

Kartoitetaan niesiläisten ja ympäröivän yhteisön toiveet ja toimintamallit.

Avaintulos 2:

Kerätään toimijoiden ja alueen informaatio yhteen.

Avaintulos 3:

Matkailumarkkinoinnin asiantuntija lähtee kehittämään koottuja nettisivujen muodossa.

Vaikkakaan kaikki työpajassa työstetyt avaintulokset eivät olleet aivan OKR-mallin mukaisesti mitattavia tai ne kuvasivat lopputuloksen sijaan enemmänkin toimintaa, oli harjoitus tästä huolimatta hyödyllinen, sillä se konkretisoi asioita, joita tulee tehdä tavoitteiden saavuttamiseksi. Lisäksi työpajasta saatiin hyvää materiaalia kehittämissuunnitelmaan.

VALITTU KEHITYSKOHDE

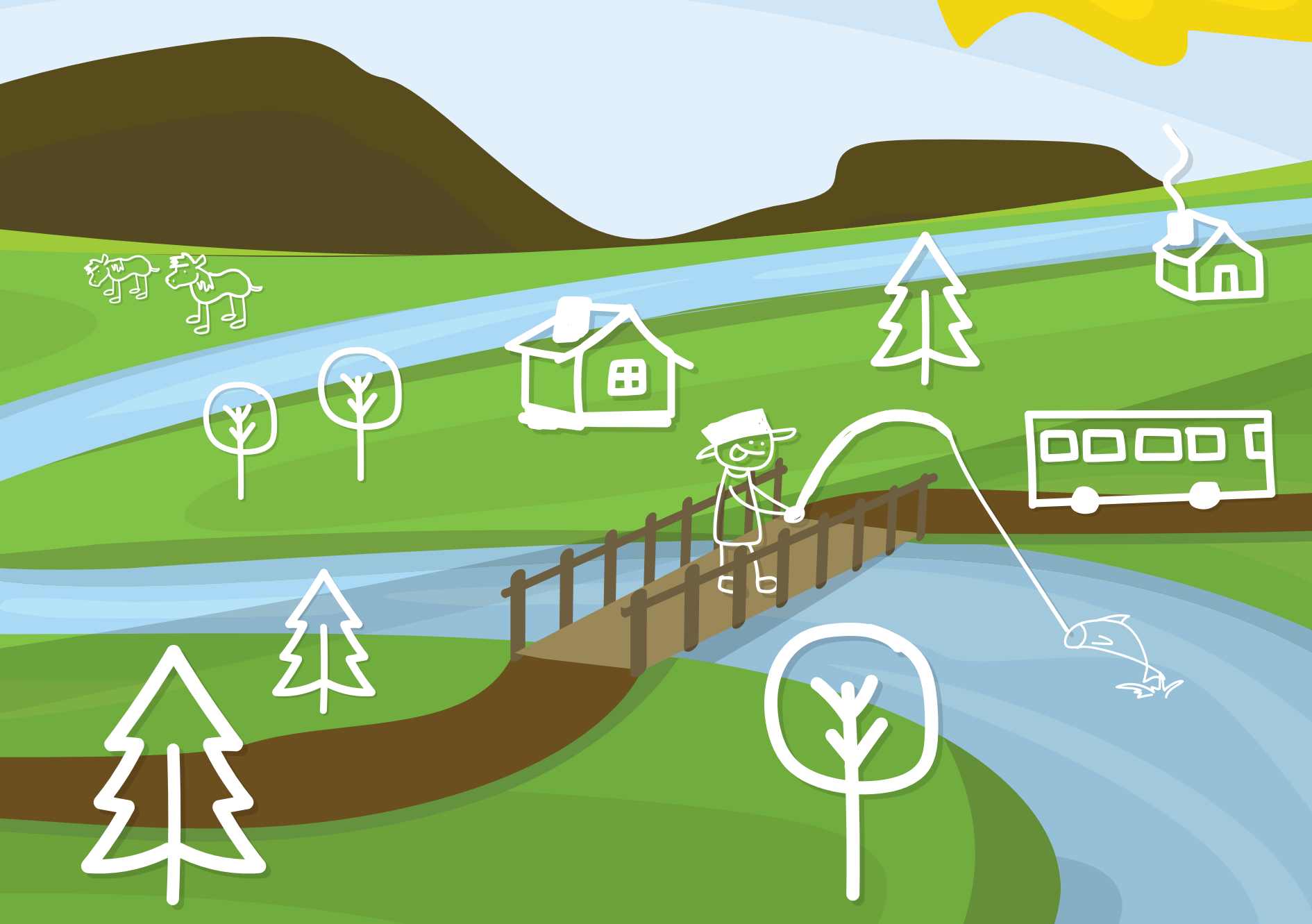
TAVOITE

AVAITULOS 1

AVAITULOS 2

AVAITULOS 3

Kuva 9. Esimerkkikuva OKR-mallin pohjasta



NIESIN MATKAILUN KEHITTÄMISTEEMAT VUOSINA 2023-2028

4

Matkailun kehittämisteemojen määrittäminen auttaa keskittämään resursseja ja toimenpiteitä niihin osa-alueisiin, joilla on suurin vaikutus matkailun kehitykseen. Yhdessä niesiläisten ja lähikylien toimijoiden kanssa Niesin matkailun kehittämisen teemoiksi valittiin matkailutuotteet, tapahtumat ja saavutettavuus.

Lisäksi turvallisuuden huomioiminen sekä yhteistyö ja osaamisen näkyväksi tekeminen kulkevat läpileikkaavana teemana kaikkien mainittujen kehittämisteemojen ohella. Alla on esitelty nä kukin kehittämisteema kappaleittain.

4.1 NIESIN MATKAILUTUOTTEET

Hyvin suunnitellut ja houkuttelevat matkailutuotteet ovat keskeinen tekijä alueen matkailullisen vetovoiman ja kilpailukyvyn edistämisessä. Niesin luonto- ja kylämatkailun tuotteistamistyöpajassa esiteltiin hankkeessa tuotetut Niesin matkailijapersoonat ja tuotteistamista käytännön tasolla harjoiteltiin tuotekorttimallia sekä elämyskolmiota hyödyntäen.

Niesin matkailijapersoonat

Persoonat ovat palvelumuotoilun työkalu, jota hyödynnetään empatian lisäämiseksi osaksi palvelumuotoiluprosessia. Persoonana on kerättyyn tietoon perustuva kuvaus palvelun kuvitteellisesta käyttäjästä. Persoonan avulla palvelun loppukäyttäjä pyritään tuomaan kehitysprosessin keskiöön. (Gallagher & Thordarson, 2020, 62–64). Kirjoitushetkellä Niesin kylään ei saavu suuria määriä matkailijoita, joten matkailijapersoonat muotoiltiin edustamaan tulevaisuuden potentiaalisia asiakkaita.

Niesin matkailijapersoonat (kuvat 10–13) luotiin hyödyntäen ja yhdistellen haastatteluaineistoa sekä jo olemassa olevaa tutkimustietoa erilaisista matkailijasegmenteistä. Niesin matkailijapersoonien tausta-aineistona toimivat Visit Finlandin tunne asiakkaasi-opas (Visit Finland, 2017), TEMin tutkimus kotimaan matkailijoista (Honkanen, Sammalkangas & Satokangas, 2021) sekä Metsähallituksen retkeilijäprofiilit (Nylund, 2021).

Lisäksi aineistona toimivat kuusi laadullista haastattelua tunnistettujen potentiaalisten matkailijatyyppejen edustajille sekä muu hankkeessa kerätty haastattelumateriaali. Niesin matkailijapersooniksi valikoituivat Pinja Puuhaaja, Leena Luontorentoutuja, Kai Kotiseutumatkailija sekä Harri Harrastaja. Kolme neljästä persoonasta motivoituu jollakin tavalla luonnossa olemisesta matkallaan, minkä vuoksi he voisivat suunnata matkallaan Niesiin. Persoonien tarkoitus on toimia tuotteistuksen virikkeenä ja auttaa pitämään asiakas mielessä Niesin uusia matkailutuotteita mietittäessä. Matkailijapersoonat edustavat kotimaanmatkailijoita, mutta myös ulkomaisilla matkailijoilla on samankaltaisia tarpeita (ks. esim. Visit Finland, 2017). Ulkomaisten matkailijoiden kohdalla huomio kannattaa suunnata vielä vahvemmin palveluiden helppouteen, selkeään tuotteistamiseen sekä informaation saatavuuteen.

Pinja Puuhaaja on nimensä mukaisesti aktiivinen henkilö, joka tahtoo lomallaan kokeilla erilaisia luontoaktiviteetteja. Häntä kiinnostavat ulkoilu ja uudet kokemukset. Pinjan kaltaisten lomailijoiden kanssa kannattaa huomioida, että tarjolla on riittävästi mahdollisuuksia erilaisiin aktiviteetteihin, paitsi ohjatusti, myös ennen kaikkea omatoimisesti. Jos vuokralla on esimerkiksi liukulumikengät, voisiko vuokraaja myös vinkata lähiseuduilta Pinjan ja seurueen taitotasoon soveltuvia, hyvillä taukopaikoilla varustettuja reittejä.

PINJA PUUHAAJA

Reissussa tahdon tehdä ja kokeilla uusia asioita!
Minua kiinnostavat erilaiset luontoaktiviteetit.

Pinja Puuhaaja kaipaa lomallaan tekemistä ja viettääkin päivänsä mielellään reissussa erilaisten ulkoilu-aktiviteettien parissa.

MIKÄ REISSUSSA KIINNOSTAA?

Aktiviteetit, ulkoilu ja uudet kokemukset.

MOTIIVI?

Aktiivinen tekeminen ja uuden kokeminen.

MIKÄ REISSUSSA ÄRSYTTÄÄ?

Ruuhkaisuus, tylsistyminen.

HUOMIOI KANSSANI;

- Vuokrattava välineistö ja omatoimisten aktiviteettien mahdollistaminen.
- Voisi olla kiinnostunut aktiviteeteista, jotka erottuvat jollain tavoin muista alueista.
- Hyvin merkityt reitit ja toimivat taukopaikat.
- Mahdollisuus ruokailuun.

RENTOUTUMINEN

AKTIIVINEN TEKEMINEN

Kuva 10. Matkailijapersoonana Pinja Puuhaaja



Leena Luontorentoutujan suurin toive lomalle on päästä luonnon helmaan rauhoittumaan ja rentoutumaan. Häntä kiinnostavat luonto, maaseutu sekä kiireettömät kokemukset niiden parissa. Leena ei pidä melusta ja ruuhkaisuudesta luonnossa, joten retket moottorikelkkareittien varrella eivät ole häntä varten. Koska Leenalle on tärkeää päästä rentoutumaan ja rauhoittumaan maisemien äärellä, kaipaa hän hyvin merkittyjä reittejä, toimivia taukopaikkoja sekä palveluiden helppoutta.



LEENA LUONTORENTOUTUJA

Reissussa parasta on luonnon ihmettely, sen kuunteleminen, katsominen ja kokeminen kiireettä.

Leena Luontorentoutuja toivoo pääsevänsä lomallaan kauniiden luonto- ja maalaismaisemien äärelle lataamaan akkujaan.

MIKÄ REISSUSSA KIINNOSTAA?

Luonto, maaseutu sekä kohteen historia ja tarinat.

MOTIIVI?

Hyvinvointi ja rauhoittuminen luonnossa.

MIKÄ REISSUSSA ÄRSYTTÄÄ?

Melu ja ruuhkaisuus.

HUOMIOI KANSSANI;

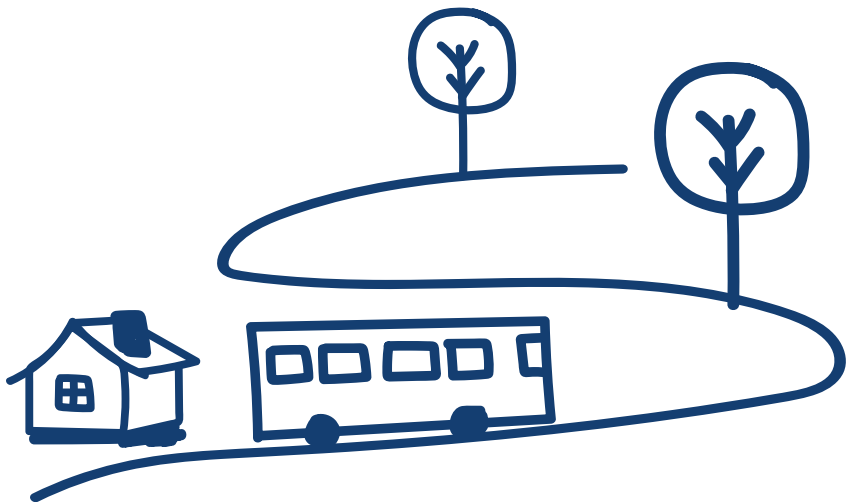
- Helpot ja hyvin merkityt reitit sekä toimivat taukopaikat.
- Moniaistiset luontokokemukset.
- Muiden palvelujen helppous.
- Ruokailumahdollisuus.

RENTOUTUMINEN  AKTIIVINEN TEKEMINEN



Kuva 11. Matkailijapersoona Leena Luontorentoutuja

Kai Kotiseutumatkailija on kiinnostunut lomallaan ensisijaisesti sukuloinnista ja vanhojen tuttujen kohtaamisesta. Kain kotiseutu tai sukujuuret ovat Niesissä ja hän saattaa olla mökkiläinen. Hän on kiinnostunut tutuista paikoista, kohteen historiasta sekä tarinoista. Kai arvostaa tapahtumia, kuten kyläpäiviä, joissa pääsee kohtaamaan ihmisiä ja rupattelemaan kahvikupposen äärellä. Kai voi asua jo muualla kuin Niesissä, mutta tahtoisi saada kuulumisia sieltäpäin myös vierailujensa välillä.



KAI KOTISEUTUMATKAILIJA

Lomareissullani aion käydä vanhan kotikylän kyläpäivillä ja höpätä kahvit sukulaisten luona.



Kai Kotiseutumatkailija tahtoo lomallaan palata entisille kotiseuduilleen tai sukujuurilleen tapaamaan vanhoja tuttavita ja sukulaisia.

MIKÄ REISSUSSA KIINNOSTAA?

Tutut paikat, tapahtumat, kohteen historia ja tarinat.

MOTIIVI?

Nostalgisointi: vanhojen tuttavien tapaaminen ja tuttujen paikkojen näkeminen.

MIKÄ REISSUSSA ÄRSYTTÄÄ?

Kiireen tuntu.

HUOMIOI KANSSANI;

- Kohtaamispaikkojen luominen esimerkiksi tapahtumissa.
- Mahdollisuus ylläpitää suhdetta kohteeseen myös vierailujen välillä.
- Paikan historian ja tarinoiden esiin tuonti.

RENTOUTUMINEN



AKTIIVINEN TEKEMINEN

Kuva 12. Matkailijapersoona Kai Kotiseutumatkailija

Harri Harrastaja saapuu Niesiin ensisijaisesti harrastamaan omaa lajiaan, joka voi olla esimerkiksi talvisin moottorikelkkailu, syksyisin metsästys tai kesäisin pyöräily. Harria kiinnostavat hyvät, harrastamiseen soveltuvat maastot ja reitit. Harrin kanssa kannattaa huomioida hänen suosikkilajiensa erityispiirteet ja vaatimukset. Esimerkiksi kelkkailijoita varmasti ilahduttaa, jos majoituspalvelun yhteydessä on mahdollisuus ostaa myös polttoainetta kelkkaan. Erilaisiin lajeihin, kuten kelkkailuun tai pyöräilyyn liittyvät laajemmat reitit tai palveluverkostot on hyvä huomioida, mikäli tavoittelee Harri Harrastajan kaltaisia asiakkaita.



HARRI HARRASTAJA

Reissulla tahdon päästä hienoon maastoon rakkaan harrastukseni pariin luonnon helmaan.

Harri Harrastaja haluaa päästä harrastamaan reissussa omaa lajiaan, olipa se metsästys, moottorikelkkailu tai pyöräily.

MIKÄ REISSUSSA KIINNOSTAA?

Hienot maastot ja reitit, jotka tarjoavat puitteet harrastamiselle.

MOTIIVI?

Oman suosikkilajin harrastaminen.

MIKÄ REISSUSSA ÄRSYTTÄÄ?

Kiireen tuntu.

HUOMIOI KANSSANI;

- Lajien (esim. kelkkailu tai metsästys) erityispiirteet ja tarpeet.
- Reitti- ja palveluverkostot.
- Mahdollisuus ruokailuun ja saunomiseen.
- Palvelun henkilökohtaisuus.

RENTOUTUMINEN

AKTIIVINEN TEKEMINEN



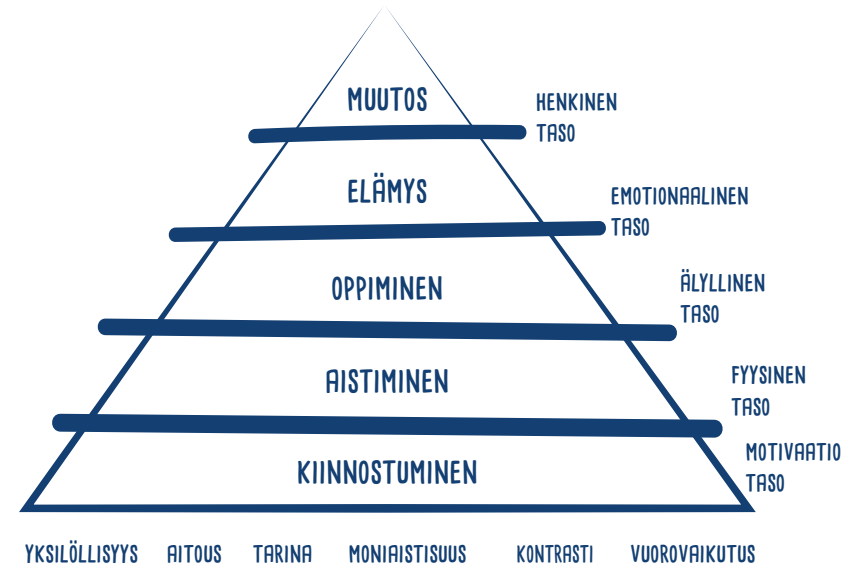
Kuva 13. Matkailijapersoona Harri Harrastaja

Elämyskolmio matkailun tuotekehityksen työkaluna

Niesin luonto- ja kylämatkailun tuotteistustyöpajassa osallistujat pääsivät hyödyntämään elämyskolmio-työkalua tuotekehityksen tukena. Elämyskolmio (kuva 14) on Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen (LEO) kehittämä työkalu, jonka avulla matkailupalveluja voidaan tarkastella ja kehittää elämyksen eri osa-alueiden näkökulmasta.

Elämyskolmion alaosassa esitetään kuusi elämyksen elementtiä: Yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus sekä vuorovaikutus.

Yksilöllisyydellä tarkoitetaan sitä, mikä erottaa tuotteen muista vastaavista matkailutuotteista ja mikä tekee siitä ainutlaatuisen kokemuksen. Matkailutuotteen **aitous** merkitsee sitä, kuinka hyvin se edustaa tekijöidensä paikallista kulttuuria ja elämäntapaa sekä kuinka kulttuurisesti kestävä se on. **Tarina** antaa matkailutuotteelle pelkän kokemuksen lisäksi sosiaalisen sisällön ja liittyy kokemuksen eri osat toisiinsa. Hyvä tarina pitää sisällään totta ja tarua ja se on syytä suunnitella läpileikkaamaan kaikki kokemuksen vaiheet. **Moniaistisuus** elementtinä merkitsee sitä, että matkailutuotteen eri aistikokemukset on suunniteltu siten, että niitä ei ole liikaa eivätkä ne häiritse vaan päinvastoin tukevat matkailijan kokemusta. **Kontrasti** taas merkitsee sitä, kuinka erilainen kokemus on matkailijan arkeen verrattuna. Toisinaan meille hyvin arkiset asiat voivat olla matkailijoille erikoisia, jolloin kontrasti heidän omaan arkeensa on suuri. **Vuorovaikutuksella** tarkoitetaan sitä, kuinka matkailija kommunikoi oppaan, toisten matkailijoiden sekä muiden elämykseen osallistuvien toimijoiden kanssa. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 11–15.)



Kuva 14. Elämyskolmio mukaillen Tarssanen ja Kylänen, 2009

Elämyskolmion vertikaaliset tasot kuvaavat asiakkaan kokemuksen viittä eri tasoa: motivaation tasoa, fyysistä tasoa, älyllistä tasoa, emotionaalista tasoa sekä henkistä tasoa. Motivaation tasolla asiakkaan mielenkiinto herää ja hänelle luodaan markkinoitviestinnän keinoin odotuksia tuotteesta. Fyysinen taso kuvaa sitä, kuinka asiakkaan aistit ovat läsnä kokemuksessa. Tuote, joka on fyysisellä tasolla hyvin mietitty, on lämpötilaltaan miellyttävä, sekä turvallinen. Asiakas ei tunne epämiellyttäviä tunteita, kuten nälkää tai vessahätää. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 11–16.) Voisi siis ikään kuin ajatella, että fyysisellä tasolla

on kyse hyvin perustavanlaatuisten tarpeiden täyttymisestä. Älyllisellä tasolla tuote mahdollistaa asiakkaan oppimisen sekä kehittymisen. Asiakkaat arvioivat tuotteita älyllisellä tasolla ja päättävät, ovatko tyytyväisiä kokemukseen vaiko eivät. Asiakkaat kokevat elämyksensä, positiivisen merkityksellisen kokemuksen, tuotteen emotionaalaisella tasolla, jonka saavuttamiseksi tuotteen alempien tasojen tulee olla kunnossa. Korkeimmalla elämyspyramidin tasoista, henkisellä tasolla, asiakkaat voivat kokea jopa henkisen muutostilan. Tämä voi ilmetä esimerkiksi asiakkaan muutoksen tai kehityksen kokemuksena. (Tarssanen & Kylänen, 2009, 11–16).

Tuotekortin teko

Matkailupalvelun tuotekortti on markkinoinnissa käytettävä työkalu. Se kuvaa yksityiskohtaisesti matkailupalvelun tarjoamaa tuotetta tai palvelua. Se voi olla eräänlainen esite tai tiivistelmä, joka sisältää olennaiset tiedot matkailupalvelusta ja sen ominaisuuksista. Tuotekortti auttaa matkailualan yrityksiä ja markkinoijia esittelemään ja myymään palveluitaan tehokkaasti. Tuotekortti voi sisältää lyhyen kuvauksen palvelusta, yksityiskohdista tietoa palvelun kestosta, sijainnista, palvelun sisällöstä ja aktiviteeteista. On tärkeää tuoda ilmi myös kohderyhmä, eli kenelle palvelu on suunnattu sekä tuotteen ja palvelun hinta. (Visit Finland.) Hinnoittelusta on saatavilla tietoa tästä: [Matkailutuotteen hinnoittelumalli](#). Tuotekorttiin lisätyt kuvat ja kuvitukset auttavat herättämään kiinnostusta ja lisäävät palvelun houkuttelevuutta. Tuotekorttiin voidaan lisätä myös asiakkaalle näkymätön osa, johon kirjataan kaikki se, mitä tuotteen tai palvelun

toteuttaminen järjestäjäosapuolelta vaatii. Tämä auttaa järjestäjää varautumaan ja resursoimaan palvelun ja tuotteen vaatiman työmäärän oikein. Alla on esimerkki Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämissuunnitelma -hankkeen tuotteistustyöpajassa ideoidusta Unarinkönkään päiväretkipyöräilystä sekä esimerkkikuva tuotekorttipohjasta (kuva 15), jota voidaan hyödyntää uusien matkailupalveluista suunniteltaessa.

KÖNGÄS TOUR:

Retken kuuluu pyöräily Unarinkönkälle 2x10 km, tulistelua, kalastusmahdollisuus, ruoanlaitto tulilla ja ruokailu. Retken kesto on klo 10–16. Retken aikana on mahdollisuus luontokuvaukseen ja voit napata mukaasi marjastuksen ja sienestyksen tarjoamia luonnon matkamuuistoja. Henkilömäärä 2–6 henkilöä. Sopii pariskunnille tai perheille.

Mitä valmisteluja ja varusteita retki järjestäjältä vaatii?

Ainakin polkupyörät, rinkat tai reput, sadeviitat tai -asut ja kypärät tulee olla saatavilla. Mikäli retkellä ruokaillaan, niin syötävät tulee esivalmistaa ja kalan loimuttamista varten tarvitaan loimulauta ja naulat. Myös nokipannu, lättypannu, tulentekovälineet, puukko ja kuksat ovat tarpeen. Lisäksi tarvitaan puut, klapit ja kiehiset. Ennen kaikkea matkailijat tarvitsevat kunnan opasteen ja kartan. Ja retken onnistumiseksi on hyvä osata kertoa reitin varrelta löytyvät sienestys- ja marjastuspaikat sekä olla perillä alueen historiasta ja tarinoista.

TUOTEKORTTI

TUOTTEEN NIMI

TUOTTEEN SISÄLTÖ

MITÄ VAATII (ASIAKKAALLE NÄKYMÄTÖN, ESIM. VALMISTELUT, VARUSTEET)

MINIMI HLÖMÄÄRÄ

MAX HLÖMÄÄRÄ

KESTO

4.2 NIESIN TAPAHTUMAT

Hyvin suunnitellut ja järjestetyt tapahtumat voivat rikastaa paikallista kulttuuria, luoda positiivista julkisuutta ja nostaa matkailukohteen imagoa (Chalip & Costa, 2005). Kiinnostavat tapahtumat voivat lisätä kohteen tunnettuutta ja houkuttelevuutta matkailijoiden keskuudessa, ja näin kasvattaa matkailijamääriä, mikä puolestaan lisää matkailutuloja ja edistää alueen matkailuelinkeinon kehittymistä (Mikkonen, Pasanen & Taskinen, 2008; Kainulainen, 2005, 98–100). Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämissuunnitelma-hankeen tapahtuma-aiheisessa työpajassa osallistujat saivat ideoida Niesissä tai lähialueilla järjestettäviä tulevaisuuden unelmatapahtumia, joita olivat:

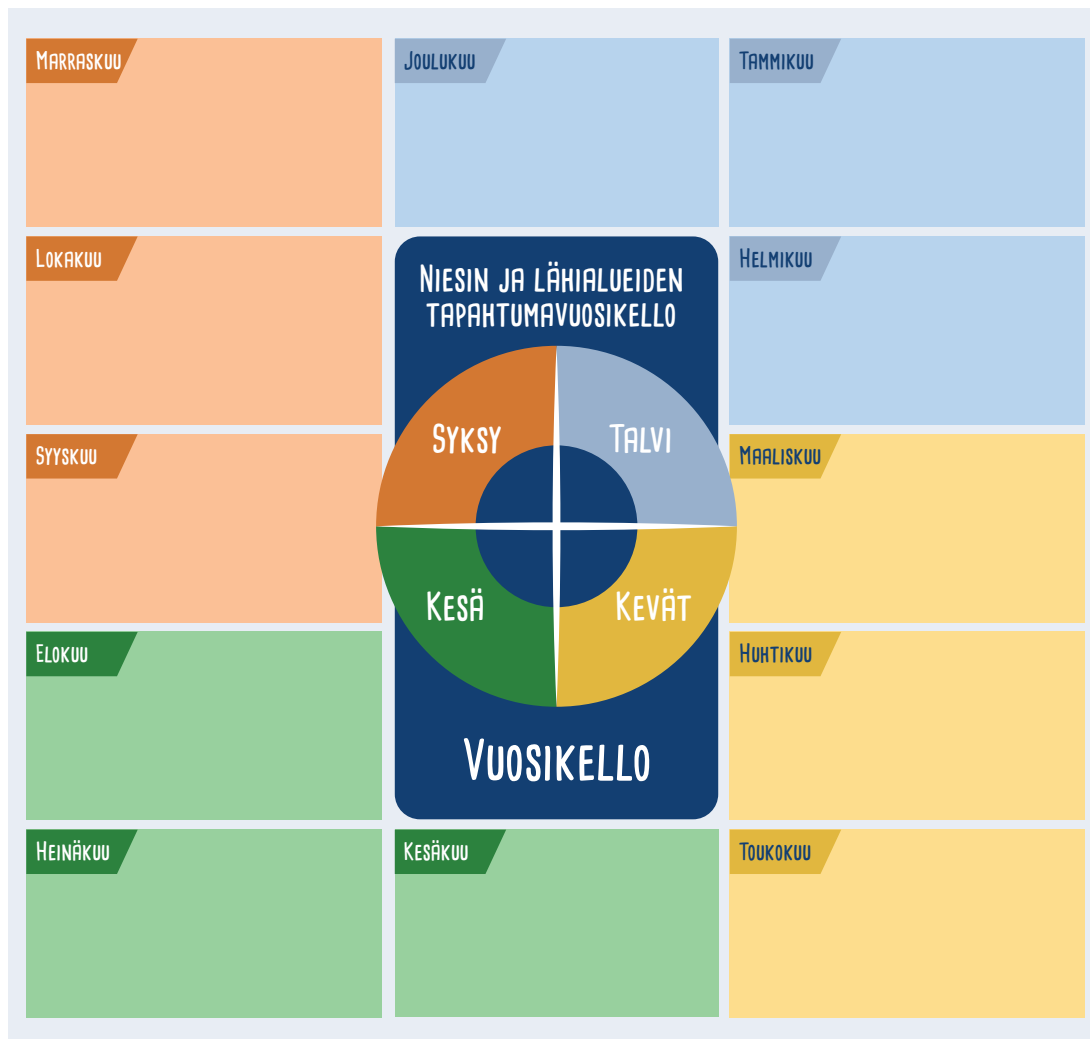
- Niesiniemen kierros lautalla ja grillausta
- Veneilyä
- Kahvit ja lätyt Liippakiven laavulla
- Saappaanheittoa, tikkakisat, kuulantyöntöä, köydenveto ja frisbeen heittoa
- Haukikisat
- Tanssit Niesin Seurantalolla
- Koiratapaaminen ja hevosajeluja

Kuva 15. Esimerkkikuva tuotekortista

Tapahtumien suunnittelussa apuna toimii tapahtumavuosikello. Se on tapahtumajärjestämisen työkalu, joka auttaa hahmottamaan ja suunnittelemaan eri tapahtumia ja niiden ajoittamista tietyn ajanjakson kuluessa.

Vieressä on esiteltyä vuosikelloesimerkki (kuva 16), jota voidaan hyödyntää Niesin ja lähialueiden tapahtumien suunnittelussa. Vuosikelloon merkitään jokaiselle kuukaudelle omat tapahtumansa. Mikäli Niesi ja lähialueet täyttävät yhteistä vuosikelloa, se voi auttaa uusien tapahtumien suunnittelussa. Yhteisen vuosikellon avulla voidaan myös välttää päällekkäisyyksiä ja lisätä tietoisuutta ympärillä olevista tapahtumista.

Kuva 16. Niesin ja lähialueiden tapahtumavuosikello mukailen Yritystulkki, 2022



Tapahtuman palvelupolku

Palvelupolku on laajalti käytetty palvelumuotoilun työkalu, joka kertoo asiakkaan kokemuksen palvelun käytön aikana visualisoidussa muodossa. Palvelupolku muodostuu useista kontaktipisteistä, joissa asiakas tavalla tai toisella on vuorovaikutuksessa palvelun kanssa. (Stickdorn & Schneider, 2011, 158–161; Stickdorn, Hormess, Lawrence & Schneider, 2018, 57.) Esimerkiksi musiikkifestivaalien kontaktipisteitä asiakkaille voisivat olla vaikkapa kaupungilla nähty flaijeri, nettisivujen lipunmyynti tai itse festivaaleille saapuminen. Palvelupolulla kaikki palvelun ja asiakkaan vuorovaikutuksen kannalta olennaiset kontaktipisteet asetetaan peräkkäin, jolloin muodostuu yleiskuva asiakkaan polusta palvelua käytettäessä. Yksi palvelumuotoilun eduista on, että sen myötä palvelun kehittäjille muodostuu yhteinen jaettu ymmärrys siitä, mitä asiakas palvelun aikana kokee. (Stickdorn, Hormess, Lawrence & Schneider, 2018, 45).

Palvelupolku työkaluna soveltuu hyvin myös tapahtumien suunnitteluun ja kehittämiseen, sillä se konkretisoi asiakkaan kokemuksen erilaiset vaiheet aina siitä asti, kun hän kuulee tapahtumasta siihen, kun palautekysely kilahtaa hänen sähköpostiinsa, sekä kaiken tältä väliltä. Työkalu auttaa paitsi suunnittelemaan uusia palveluita tai tapahtumia, myös kartoittamaan asiakkaiden kipupisteitä ja mahdollisia kehityskohtia olemassa olevista palveluista ja tapahtumista (Stickdorn, Hormess, Lawrence & Schneider, 2018, 44). Palvelupolku työkaluna on laajalti varioitu ja sitä voi muokata kulloiseenkin tarpeeseen sopivaksi (Stickdorn &

Schneider, 2011, 158–161). Toisinaan voi olla tarpeen luoda hyvin yksityiskohtainen kuvaus asiakkaan palvelupolusta, kun taas toisinaan yleisemmän tason kuvaus on tarpeeseen riittävä (Stickdorn, Hormess, Lawrence & Schneider, 2018, 44). Ohessa esittelemme esimerkin yhdenlaisesta palvelupolusta (kuva 17), johon on täytetty esimerkinomaisesti Niesin luonto- ja kylämatkailun työpajassa ideoitu Niesiniemen lauttakierros-tapahtuma.

Tämä esimerkinomainen palvelupolku Niesiniemen kierros-tapahtumasta on jaoteltu kolmeen osioon; ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja tapahtuman jälkeen. Oheisessa palvelupolussa on täytettävänä kohtina asiakkaan kokemuksen lisäksi myös asiakkaalle näkymätön taso, eli se, mitä järjestäjät tekevät, jotta asiakkaan kokemus mahdollistuisi. Lisäksi palvelupolkuun on kuvattu puhekuplin asiakkaan tunnetilat kussakin kontaktipisteessä. Palvelupolkuun on sisällytetty omalle rivilleen turvallisuus, koska tapahtumien turvallisuuden huomiointi on paitsi lain velvoittamaa, myös keskeinen osa asiakkaan kokemusta. Toisinaan, kuten kuvan esimerkissäkin, osa kohdista jää tyhjiksi ja toisinaan valmiiden palvelupolkupohjien sarakkeet eivät riitä. Kirjoittajat rohkaisevat muokkaamaan mallia vapaasti ja kokeilemaan erilaisia variaatioita, joista löytyy juuri itselle sopiva tapa.

ENNEN TAPAHTUMAA		TAPAHTUMAN AIKANA						TAPAHTUMAN JÄLKEEN		
		SUUNNITELMA	VARAUS	SAAPUMINEN	ALOITUS	AKTIVITEETTI/ PALVELU: VAIHE 1	AKTIVITEETTI/ PALVELU: VAIHE 2	AKTIVITEETTI/ PALVELU: VAIHE 3	PÄÄTÖS	JAKAMINEN/ MUISTAMINEN
ASIAKKAALLE NÄKYVÄ TÄSÖ Miten asiakas on vurovakuutuksessa tapahtuman kanssa?		Asiakas lukee Facebookista tapahtumasta, jossa on mahdollista mennä Niesinniemen ympäri lautalla ja päättää lähteä kokeilemaan	Asiakas tiedustelee Facebook-julkaisussa, vaatiiko tapahtuma ennakoilmoittautumista. Paikalle saapuminen riittää.	Niesi ei ole asiakkaalle ennestään tuttu paikka, mutta hän saapuu paikalle omalla autollaan. Muutamassa kohdassa häntä vähän arveluttaa, onko oikeassa paikassa.	Asiakas asetettu jonon hänille rantaan. Hän ostaa lipun käteisellä, koska kortti ei käy. Asiakkaalle annetaan pelastusliivi ja hän nousee lauttaan.	Asiakas asetettu mukavasti lauttaan ihaillemaan kauniita vesistömaisemia ja nauttimaan kauniista kesäpäivästä.	Seuraavaksi asiakas saa kuulla tarinoita Niesin historiasta paikallisten kertomina. Hetken aikaa lautta ajelehtii paikallaan, kun asiakkaat keskittyvät tarinoihin.	Lautta lähtee suuntaamaan takaisin kohti rantaa. Yllättäen toinen lautturi kaivaakin esille haitarin ja lurauttaa kesäisen sävelmän. Loppumatka taittuu musiikin siivittämänä.	Lautta rantautuu ja asiakas poistuu kyydistä yhdessä muiden kanssa. Hän ojentaa pelastusliivinsä takaisin. Seuraavaksi hän kiertelee hieman lähiseutuja ja lähtee kotiin.	Asiakas jakaa instagramiin kokemuksensa sekä lauttaretken aikana ottamia kuvia. Hän suosittelee Niesiä kohteena muillekin ja tagaa sekä tapahtuman että Niesin.
ASIAKKAAN KOKEMUS Positiivinen		"Onpas hauskan kuuloinen tapahtuma! En olekaan koskaan käynyt Niesissä."	"Onneksi minulle vastattiin nopeasti."		"Onneksi ei ole paljoa jonoa! Ja kiva, että turvallisuusasioista on huolehdittu ja saamme pelastusliivit."	"Mitkä maisemat! Täällä on upeaa ja kelikin sattui kohdalleen. ihana tapa viettää kesäpäivää."	"Onpas kiinnostavia tarinoita! Kiva saada tietää paikasta ja sen historiasta lisää."	"Ihanaa elävää musiikkia! En osannut odottaa tätä, mutta todella positiivinen yllätys. Tämä kruunasi hetken."	"Olipa mukava vierailu! Siellä olisi viihtynyt pidempään."	"Täytyy kertoa tästä retkestä ja Niesistä kavereillekin."
ASIAKKAAN KOKEMUS Negatiivinen			"Olisin kaivannut tietoa ilmoittautumisesta mainokseen. Nyt sitä piti itse kysyä."	"Olenkohan oikeassa paikassa? En ole ennen täällä käynyt ja kylttejäkään ei oikein näy."	"Onpa erikoista, että kortti ei käy. Tästäkin olisi voinut mainita mainoksessa tai puhelimitse. Onneksi sattui käteistä mukaan."				"Olisin mielelläni juonut kupin kahvia tämän kierroksen oheassa."	
ASIAKKAALLE NÄKYMÄTÖN TÄSÖ Mitä tarvitaan, jotta tämä vaihe toteutuu? (välineet, valmistelu)		Facebook-mainos Tapahtumasuunnittelu	On sovittava etukäteen, kuka vastaa yhteydenottoihin.		Vaihtokassa, pelastusliivi, lautta, rahastaja, lautturi	Lautta Lautturi Sovittu kiertoreitti	Tarinamuotoista historiatietoa Niesistä. Hyvä tarinaniskijä tai harjoiteltu tarina.	Soittaja Haitari Nuotit		Tapahtuman ja Niesin omat hashtagit.
TURVALLISUUS Miten turvallisuudesta huolehditaan tässä vaiheessa?		Mainoksessa riittävät turvallisuustiedot: Ikäraja Säävaraus Kellonajat Maksimi osallistujamäärä		Riittävät opasteet paikalle. Tarvitaanko pysäköintiohjausta	Pelastusliivit Pelastusrenkas Turvallisuusohjeiden kertominen asiakkaalle. Turvallisuusasioista sopiminen järjestäjien kesken	Pelastusliivit Pelastusrenkas	Pelastusliivit Pelastusrenkas	Pelastusliivit Pelastusrenkas	Varmistetaan, että lautasta poistuminen on turvallista eikä ole esimerkiksi liukastumisvaaraa.	

Kuva 17. Palvelupolku mukailien Matkailun ABC, Asiakkaan polku

Tapahtumaturvallisuus

Tapahtumien suunnittelussa myös turvallisuuden huomioiminen on ensiarvoisen tärkeää. Turvallisuuden varmistaminen tuo luottamusta, mainetta ja uskottavuutta tapahtumajärjestäjää kohtaan. Myös laki velvoittaa huolehtimaan tapahtumien turvallisuudesta ja vahinkojen ehkäisemisestä turvallisuuden ennakoinnilla ja riskienhallinnan avulla. Viime kädessä tapahtuman järjestäjä on vastuussa osallistujien turvallisuudesta tapahtumassa (Tukes).

Tapahtuman turvallisuussuunnittelu koostuu useista eri osa-alueista, kuten paloturvallisuudesta, yleisöturvallisuudesta, ensiavusta, järjestyksenpidosta, rikosturvallisuudesta ja elintarviketurvallisuudesta (Tukes). Tapahtumien turvallisuutta valvovat muun muassa Tukes, Poliisi sekä Pelastusviranomaiset. Tapahtuman luonne ja laajuus vaikuttavat siihen, tuleeko siitä laatia turvallisuusasiakirja (Tukes). Erilaisia pohjia ja oppaita tapahtuman turvallisuussuunnitteluun on maksutta tarjolla viranomaisten nettisivulla sekä listattuna julkaisussa myöhemmin. Keskeistä on aloittaa turvallisuussuunnittelu riittävän ajoissa ja ottaa siihen mukaan kaikki tapahtuman kannalta keskeiset henkilöt, myös viranomaiset. Vaikka tapahtumasta ei olisi sen luonteen vuoksi pakko kirjoittaa turvallisuusasiakirjaa, tulee turvallisuussuunnitteluun silti panostaa ja riskit kartoittaa.

Turvallisuuden huomioimiseksi tähän on koottuna tapahtumajärjestäjän turvallisuusmuistilista helpottamaan tapahtumajärjestäjän työtä:



Aloita turvallisuussuunnittelu heti kun aloitat tapahtuman suunnittelun

- Tutustu tapahtumapaikkaan huolella hyvissä ajoin
- Arvioikaa, mitkä asiat voivat muodostaa riskejä tapahtumalle (esimerkiksi tulipalo, väentungos, läheinen vesistö, osallistujien humalatila ja niin edelleen.)
- Pohtikaa, kuinka voisit ennaltaehkäistä riskien toteutumista
- Pohtikaa myös, miten toimitaan, mikäli riski toteutuu
- Laadi tapahtumasta turvallisuusasiakirja, turvallisuus- ja pelastussuunnitelma sekä muut tarvittavat dokumentit ja toimita ne viranomaisille hyvissä ajoin
- Mikäli kyseessä on suuri tapahtuma, viranomaisiin täytyy olla yhteydessä jo suunnittelun alkuvaiheessa
- Tapahtuman luonteesta riippuen ilmoitus/ lupahakemus tulee tehdä muun muassa poliisille, pelastuslaitokselle, kunnalle, ympäristökeskukselle, Tukesille ja aluehallinto-virastolle

SAFETY FIRST!



Suorita turvallisuuskävely yhdessä järjestäjien kanssa tapahtumapaikalla

- Käykää läpi yhdessä paikan päällä turvallisuussuunnitelma ja tapahtuman erityispiirteet sekä riskit. Täydentäkää suunnitelmaa tarvittaessa
- Varmistakaa, että kaikki järjestäjät tietävät, mistä löytyvät hätäpoistumistiet, ensiapuvälineet, ensisammutusvälineet, vesipisteet sekä kokoontumispaikat
- Varmistakaa myös, että jokainen järjestäjästä muistaa tapahtumapaikan osoitteen, jos paikalle täytyy hälyttää viranomaisapua
- Riittävät henkilöresurssit
- Valitkaa turvallisuudesta vastaava henkilö sekä varavastaava
- Miettikää myös, olisiko tapahtumassa syytä olla nimettynä häirintäyhdyshenkilöt
- Tarvitaanko tapahtumassa järjestyksenvalvontaa?
- Tarvitaanko tapahtumassa liikenteenohjausta?
- Ovatko järjestäjien ensiaputaidot ajan tasalla, vai olisiko syytä kouluttautua?
- Miten osallistujat erottavat järjestäjät väkijoukosta? Pukeudutaanko tiimipaitoihin vai huomioliiveihin?



Tiedota osallistujia turvallisuusasioista

- Tapahtuman alussa kannattaa esimerkiksi kertoa, mistä löytyvät hätäpoistumistiet, info- ja vesipisteet sekä kokoontumispaikat
- Tapahtuma-alueen kartan voi julkistaa esimerkiksi tapahtuman somekanavilla jo etukäteen, mikä voi vähentää epätietoisuudesta johtuvaa tungosta
- Mikäli jotain tapahtuu kesken tapahtuman, varmista, että tapahtuman keskeyttämisestä tiedottaminen on mahdollista esimerkiksi äänentoistolla tai megafonilla
- Varautukaa riittävällä varustautumisella
- Miten merkitsette tapahtumapaikan ja esimerkiksi kulkusuunnat? Varatkaa riittävä kyltitys ja esimerkiksi huomionauhaa tai aitaa
- Varmistakaa, että alkusammutusvälineitä on riittävästi ja ne ovat toimintakunnossa
- Onko tapahtumapaikalla äänentoistoa hätätilanteisiin, vai täytyisikö varata megafoni?
- Varmistakaa, että tapahtumapaikalla on riittävästi ensiapuvälineitä eri kokosiin haavereihin
- Varmistakaa, että tapahtumapaikalla on juomavettä sekä asianmukaiset käymälät tapahtumakävijöille

Tapahtumaturvallisuuden linkkivinkit:

Tukesin tapahtumaturvallisuussivu

<https://tukes.fi/tapahtumaturvallisuus#lainsaadanto-ja-viranomaiset>

Tukesin tapahtumaturvallisuusopas

<https://tukes.fi/documents/5470659/11781251/Tapahtumaturvallisuusopas/c6c8241a-abb6-123f-1752-bf0c1cd85451/Tapahtumaturvallisuusopas.pdf>

Tukesin turvallisuusasiakirja

<https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/kuluttajille-tarjottavat-palvelut/palveluntarjoajan-velvollisuudet/turvallisuusasiakirja>

Pelastussuunnitelma yleisötilaisuuksien ja tapahtumien

<https://pelastustoimi.fi/lomakkeet-ja-ohjeet/pelastussuunnitelma-yleisotilaisuuksien-ja-tapahtumien>

Opas yleisötapahtuman pelastussuunnitelman laadintaan

<https://pelastustoimi.fi/documents/25266713/51865150/Opas-yleistapahtuman-pelastussuunnitelman-laadintaan-2017.pdf/16a43d6f-2096-b12c-ad50-558432557f5e/Opas-yleistapahtuman-pelastussuunnitelman-laadintaan-2017.pdf?t=1608639883759>

Pelastussuunnitelman mallipohja

<https://www.pelastuslaitokset.fi/julkaisu/pelastussuunnitelmapohja>

Poliisin ohje yleisötilaisuuksien ilmoittamisesta

[Yleisötilaisuudet - Poliisi](#)

Turvallinen tapahtumaopas oppilaitosten ja korkeakoulujen tapahtumanjärjestäjille

<https://www.theseus.fi/handle/10024/115581>

Tapahtuman riskiarviointi

Tapahtuman järjestäjän on syytä suorittaa erilaisten riskien arviointi osana tapahtuman turvallisuussuunnittelua. Ohessa Martikaisen ja Rannan (2017) esittämä taulukko riskien arviointia varten (taulukko 1). Taulukkoon eritellään riski, esimerkissä liukastuminen. Seuraavaksi arvioidaan riskin mahdolliset syyt, esimerkiksi märkä keli, jää tai muta kulkureitillä tai hiekoitushiekan sulaminen jään sisään. Seuraavaksi kuvataan riskiä ennaltaehkäisevät järjestelyt, eli miten voimme pyrkiä estämään riskin. Liukastumisen voisi pyrkiä estämään esimerkiksi hiekoittamalla, ohjaamalla kulkua toisaalle, sekä kyltittämällä liukkaan paikan. Riskin syyt ja ennaltaehkäiseviä toimenpiteitä mietittäessä kannattaa käydä katsomassa tapahtumatilaa paikan päällä; näin eri mahdollisuudet hahmottuvat konkreettisemmin ja suunnittelu helpottuu.

Taulukkoon kuvataan myös, kuinka varaudumme siihen, että riski ennaltaehkäisevistä toimenpiteistä huolimatta toteutuu. Kohtaan varautuminen kirjataan, miten tilanteessa, jossa riski toteutuu, toimitaan. Liukastumista varten paikalla olisi syytä olla ensiapu-

RISKI	LIUKASTUMINEN
SYYT	Märkä keli, jää kulkureitillä, hiekoitushiekan sulaminen jään sisään.
SEURAUKSET	Kaatumiset, nyrjähdykset, tärähdykset, murtumat, haaverit
ENNALTAEHKÄISEVÄT JÄRJESTELYT (Mitä teemme, jotta riski ei toteutuisi)	Hiekoittaminen, kulun ohjaaminen toisaalle, huomiokartiot tai kyltit, joissa kerrotaan kulkureitin olevan liukas
VARAUTUMINEN (jos riski toteutuu, niin kuinka toimitaan?)	Ensiaputarvikkeet, ensiaputaitoinen henkilöstö, kylmäpakkaukset
RISKIN OMISTAJA (kuka vastaa riskiin varautumisesta)	Jaakko järjestäjä
TODENNÄKÖISYYS (asteikolla 1-5, 1=todennäköinen, 5=ei todennäköinen)	2

Taulukko 1. Riskienarviointi. Mukaillen Martikainen ja Ranta, 2017

tarvikkeet, kylmäpakkaukset ja ensiaputaitoista henkilökuntaa. Yksi taulukon keskeisistä kohdista on valita riskille omistaja, eli henkilö, joka vastaa konkreettisesti riskiin varautumisesta. Riskin omistajan valinta on tärkeää, sillä turvallisuussuunnittelu sisältää monien pienten yksityiskohtien huomioimista ja jos niitä ei ole vastuutettu erikseen kenellekään, on täysin inhimillistä unohtaa jotain tai tuudittautua tunteeseen, että joku muu hoitaa valmis-

tautumisen. Lopuksi taulukkoon arvioidaan, kuinka todennäköinen riski on asteikolla 1–5, jossa 1 on todennäköinen ja 5 on epätodennäköinen.

Jokainen tapahtuman riskeistä tulisi turvallisuussuunnittelun yhteydessä kirjata omaan taulukkoonsa ja liittää osaksi tapahtuman turvallisuusasiakirjoja.

4.3 NIESIN SAAVUTETTAVUUDEN KEHITTÄMINEN

Hyvä saavutettavuus varmistaa, että matkakohteen palvelut ja nähtävyydet ovat helposti saatavilla. Saavutettavuus voidaan jakaa esimerkiksi fyysiseen saavutettavuuteen ja digitaaliseen saavutettavuuteen. Fyysinen saavutettavuus liittyy fyysisten esteiden poistamiseen niin, että kohde on helposti saavutettavissa kaikille matkailijoille. Digitaalinen saavutettavuus puolestaan tarkoittaa muun muassa verkkosivujen, mobiilisovellusten ja digitaalisten palveluiden suunnittelua ja toteuttamista. Kehittämällä sekä fyysistä että digitaalista saavutettavuutta varmistetaan, että matkailijat tavoitetaan ja että heidät saadaan matkakohteeseen paikan päälle. Tällä hetkellä Niesillä ei ole omia nettisivuja tai sosiaalisen median tilejä, joten digitaalisessa saavutettavuudessa riittää vielä kehitettävää. Fyysisen saavutettavuuden puolesta Niesissä ei ole toimivaa julkista liikennettä tai tarvittavaa infrastruktuuria esimerkiksi ajoneuvojen parkkeeraukseen. Niesi sijaitsee Rovaniemen läheisyydessä, joka on suosittu matkailukohde etenkin talvisesongin aikaan. Matkakohteet, jotka ovat tärkeimpien matkailukohteiden läheisyydessä ovat yleensä etulyöntiasemassa, mutta myös etäiset ja eksoottiset kohteet voivat hyötyä syrjäisestä ja koskemattomasta maineestaan (Ritchie, Brent, et al. 2003). Niesin kohdalla molemmat näistä kriteereistä voivat toteutua.

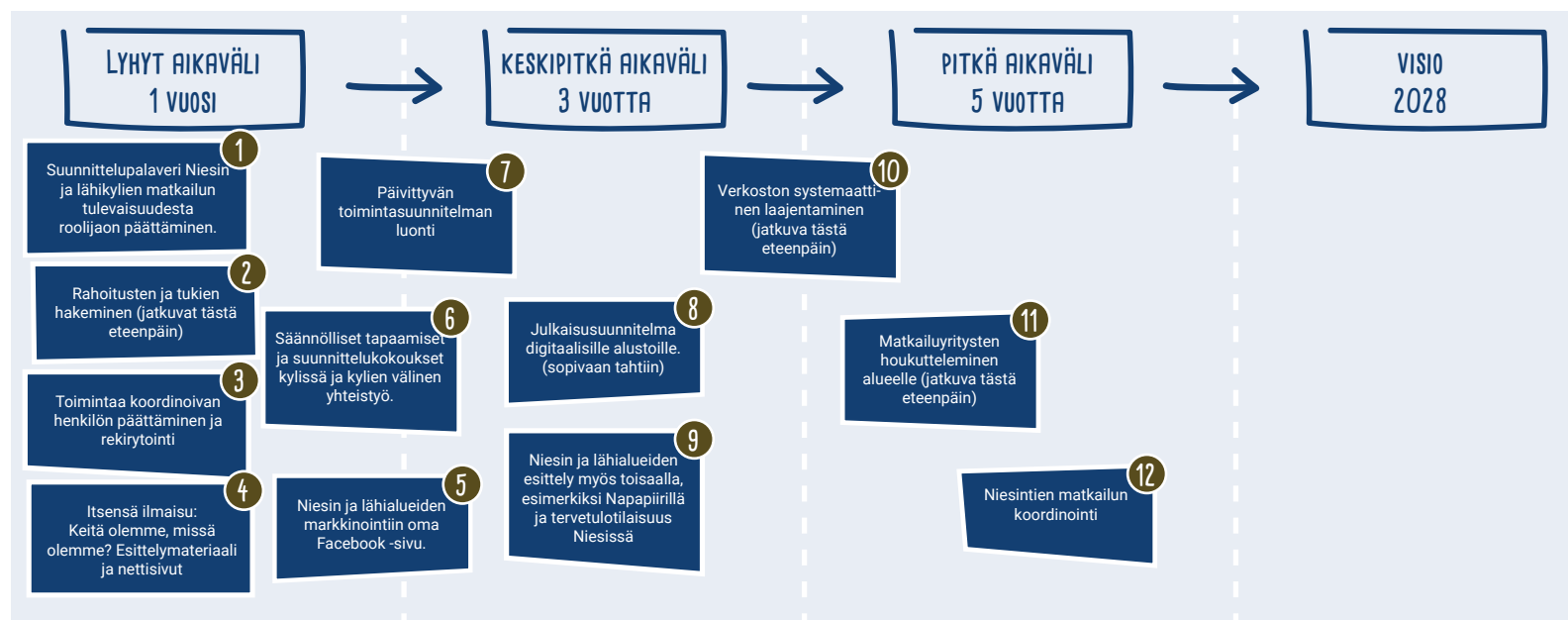
Digitaalisen saavutettavuuden peruspilari on hyvä verkkoyhteys. Niesiin valmistunut valokuitukaapeli varmistaa hyvät tiedonvälitysmahdollisuudet ja digitaalisen saavutettavuuden kehittämisen

myös tulevaisuudessa. Saatavilla olevat tiedot Niesin matkailupalveluista, nähtävyyksistä, reiteistä ja tapahtumista on hyvä koota yhteen paikkaan esimerkiksi nettisivujen muodossa, jotta matkailijat löytävät tarkkoja ja ajan tasalla olevia tietoja digitaalisten kanavien kautta. Nähtävyyksiä ja matkailijoita kiinnostavia käyntikohteita voidaan koota myös Padlet-alustan [Niesin ja lähialueiden ystäväkirjaan](#), joka voi samalla toimia matkailijoiden infokarttana. Ystäväkirjan tarkoitus on tehdä Niesistä ja lähialueilta löytyvät palvelut ja osaaminen näkyväksi merkkamalla ne karttaan. Ystäväkirja voi toimia hyötynä paikallisille ja lähialueiden asukkaille, ja sitä voidaan hyödyntää myös Niesin ja lähialueiden markkinointimateriaalina erilaisilla digitaalisilla alustoilla. Ystäväkirjan lisäksi esimerkiksi yhteistyö ja osakkuus Visit Rovaniemin ja Joulupukin Pajakylän osuuskunnan kanssa voivat tulevaisuudessa olla keinoja saada Niesille ja lähialueille digitaalista näkyvyyttä sekä ammattimaista apua alueen matkailun kehittämiseksi.

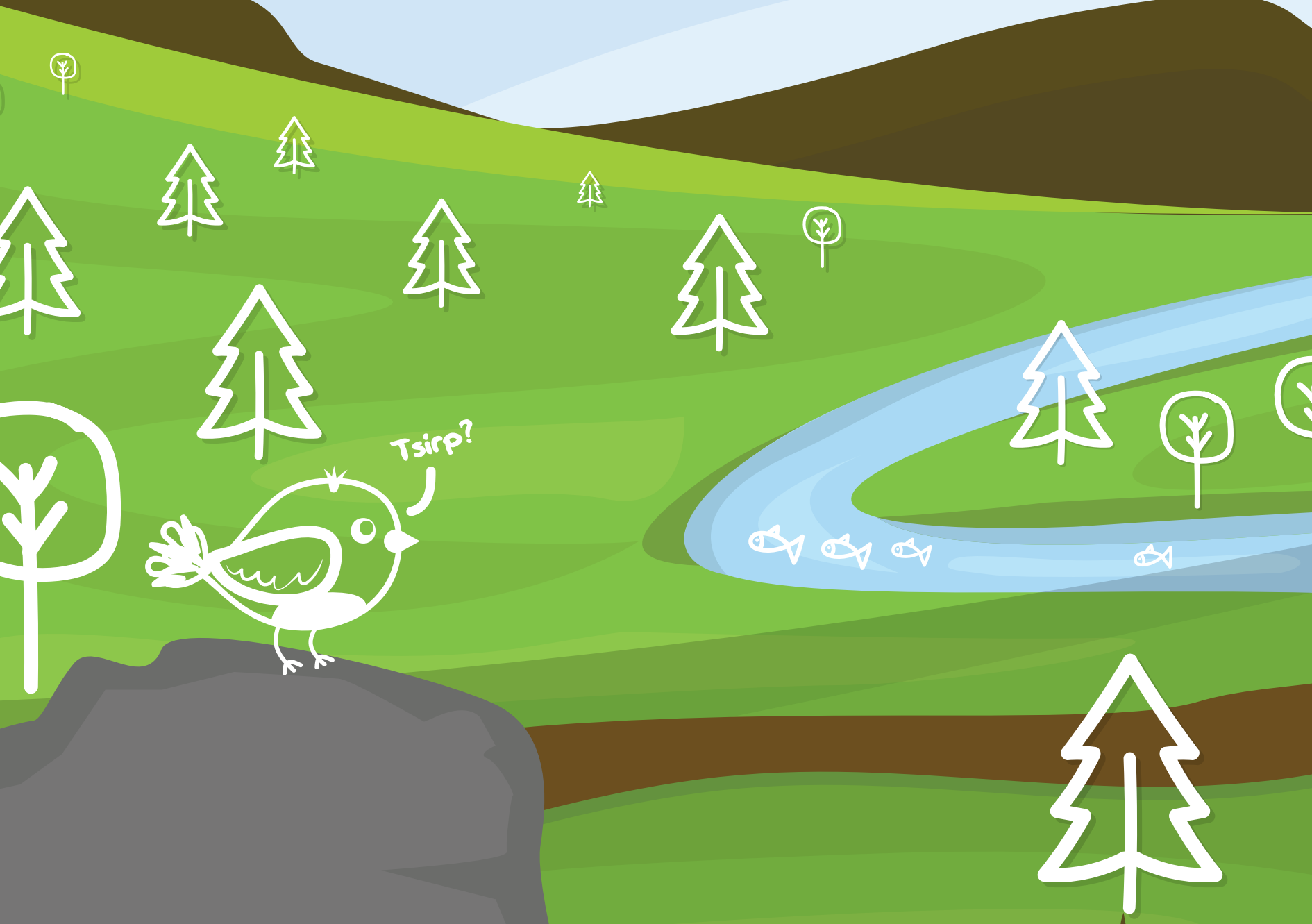
Niesin fyysisen saavutettavuuden kehittämiseksi voidaan miettiä esimerkiksi erilaisia kimpakyytiratkaisuita, joista yksi esimerkki on [Kimppakyydillä Karjalan kunnalle - vastuullisen matkailun kehittämishanke](#), jonka tarkoituksena on helpottaa matkailijoiden kulkua kohteesta toiseen. Matkailijoiden saapumista Niesiin voidaan tulevaisuudessa helpottaa myös infrastruktuurin muutoksilla, kuten bussi- ja matkailuautoparkkien rakentamisella. Tulevien toimenpiteiden selkeyttämiseksi alle on koottuna Niesin tulevaisuuden aikajana vuosille 2023–2028 (kuva 18). Ensimmäiseksi on tärkeää hahmotella Niesin ja lähikylien matkailun tulevaisuuden suunta ja päättää roolien jaosta. Tämän jälkeen

voidaan hakea tukea ja rahoitusta, jotka pohjautuvat jo olemassa oleviin suunnitelmiin. Mahdollisen rahoituksen turvin voidaan rekrytoida esimerkiksi Niesille ja lähialueille toimintaa koordinoiva henkilö ja luoda esittelymateriaalia sekä nettisivut. Kehittämistyö vaatii jatkuvaa oman toiminnan uudelleen ohjausta ja siksi säännölliset tapaamiset kylien kesken sekä kylien välinen yhteistyö ovat tärkeä osa saavutettavuuden edistämisessä. Kylien välisen yhteistyön ollessa tiivistä voidaan laatia päivittyvä toimintasuunnitelma matkailun kehittämiseksi sekä laatia julkaisu-

suunnitelma digitaalisille alustoille. Oma toimintaa voidaan tuoda näkyväksi oman kylän ulkopuolisissa tapahtumissa, ja järjestämällä eri tahoille, kuten Kylien kehittämissäätiölle ja matkanjärjestäjille, tervetuloilaisuuksia Niesiin ja lähialueille. Näiden jälkeen toimenpiteenä on edelleen verkoston systemaattinen laajentaminen. Viimeisimpinä toimenpiteinä ovat uusien matkailuyritysten houkutteleminen alueelle sekä laajempi Niesintien matkailun koordinointi ja kehittäminen systemaattisesti.



Kuva 18. Niesin ja lähialueiden tulevaisuuden aikajana



Tsirp?

TOIMENPIDE- SUUNNITELMA

Matkailun toimenpidesuunnitelma on strateginen suunnitelma, joka ohjaa matkailukohteen kehittämistä ja toimenpiteitä tietyllä aikajänteellä. Alla olevaan taulukkoon (taulukko 2) on koottuna välttämättömät toimenpideohjelmat, toimenpiteet, vastuutahot ja aikataulus Niesin matkailun kehittämiseksi tulevaisuudessa. On tärkeää, että toimenpiteille on määritelty selkeästi vastuu- ja toteutustaho tai yhteistyökumppani, kenen kanssa toimenpiteitä lähdetään viemään eteenpäin. Aikataulun määrittäminen helpottaa toimenpiteiden toteutumista. Yhdessä nämä kaikki seikat tuovat suunnitelmallisuutta ja selkeyttä kehittämistyön etenemiselle.

Taulukossa luetellut toimenpiteet ovat suuria kokonaisuuksia, ja ne voidaan jakaa pienempiin ja helpommin toteutettavissa oleviin tavoitteisiin ja avaintuloksiin esimerkiksi aiemmin kappaleessa 4.1 esitellyn OKR-mallin mukaisesti.



Taulukko 2. Niesin ja lähialueiden matkailun toimenpidesuunnitelma

TOIMENPIDE-OHJELMA	TOIMENPIDE	VASTUUTAHO, TOTEUTTAJA TAI YHTEISTYÖKUMPPANI	AIKATAULUTUS
NIESI ON KEHITTYVÄ MATKAILUKOHDE	NIESIN JA LÄHIALUEIDEN TULEVAISUUDENSUUNNITELMAT MATKAILUN KEHITTÄMISEKSI ON LUOTU	ESIM. NIESIN KYLÄYHDISTYS RY	ESIM. LOKAKUU 2023 - TOUKOKUU 2024
	NIESIN JA LÄHIALUEIDEN YHTEISTYÖ ON TOIMIVAA JA SÄÄNNÖLLISTÄ	HILLEVI VITIKKA	
	NIESI HAKEE AKTIIVISESTI TUKEA JA RAHOITUSTA MATKAILUTOIMINTANSÄ KEHITTÄMISEEN	NIESIN KYLÄYHDISTYS RY	
	NIESIN MATKAILUA KOORDINOI VASTUUTETTU HENKILÖ		
	NIESI TEKEE YHTEISTYÖTÄ MATKAILUN EDISTÄMISEKSI	METSÄHALLITUS, ROVANIEMEN KAUPUNKI, JOULUPUKIN PAJAKYLÄN OSUUSKUNTA	
NIESI ON KIINNOSTAVA	NIESILLÄ ON TOIMIVIA JA KIINNOSTAVIA MATKAILUTUOTEPAKETTEJA	MATTI KONSTENIUS, ESA RYTLAHTI, SUVI MÄNNIKKÖ, ANNIKA PIITTISJÄRVI, JARI ANNALA, JOULUPUKIN PAJAKYLÄN OSUUSKUNTA	
	NIESISSÄ JA LÄHIALUEILLA ON MIELENKIINTOISIA, TURVALLISIA JA TUNNETTUJA TAPAHTUMIA	NIESIN KALASTUS- JA METSÄSTYSSEURA, NIESIN KYLÄYHDISTYS RY, LAPIN LEISKU, TIAISEN KYLÄYHDISTYS, NAMMAN KYLÄYHDISTYS, UNARIN KYLÄYHDISTYS, PERUNGAN KYLÄYHDISTYS, KIERINGIN KYLÄYHDISTYS, VIKAJÄRVEN KYLÄYHDISTYS	
	NIESISSÄ ON SAATAVILLA PALVELUITA, KUTEN MAJOITUSTA JA RUOKAILUA	MATTI KONSTENIUS, MIIA JA MARKUS MÄNTYLÄ, LAPIN LEISKU	
	NIESISSÄ TUNNISTETAAN JA TUODAAN ESIIN ALUEEN VAHVIUKSIA, KUTEN HISTORIAA JA PERINTEITÄ	KOTIKYLÄNI NIESI -KIRJA, NIESIN NETTISIVUT, MATKAILUPALVELUPAKETTIEEN PALVELUNTUOTTAJAT	
NIESI ON SAAPUTETTAVISSA	NIESIN INFRASTRUKTUURI SAALLII BUSSIEN JA MATKAILUAUTOJEN PYSÄKÖNNIN	NIESIN KYLÄYHDISTYS RY, ROVANIEMEN KAUPUNKI	
	MATKAILUJOIDEN ON HELPO SAAPUA NIESIIN		
NIESI ON OSTETTAVISSA	NIESILLÄ ON TOIMIVAT NETTISIVUT JA MARKKINOINTIMATERIAALIA	MATTI KONSTENIUS	
	NIESIÄ TUODAAN ESILLE MYÖS MUILLA SIVUILLA ESIM. VISIT ROVANIEMI	JOULUPUKIN PAJAKYLÄN OSUUSKUNTA, NIESIN JA LÄHIALUEIDEN YRITTÄJÄT, KYLÄHULLU	
NIESI ON HOUKUTTELEVA UUSILLE TOIMIJOLLE	NIESIN YRITTÄJÄMYÖNTEINEN ILMAPIIRI JA NÄKYVYYS HOUKUTTELEVAT ALUEELLE UUSIA MATKAILUTOIMIJOITA	NIESIN KYLÄYHDISTYS RY, ROVANIEMEN KAUPUNKI, METSÄHALLITUS, ALUEEN PALVELUNTUOTTAJAT	

EHDOTUKSET JATKOTOIMEN- PITEIKSI

6

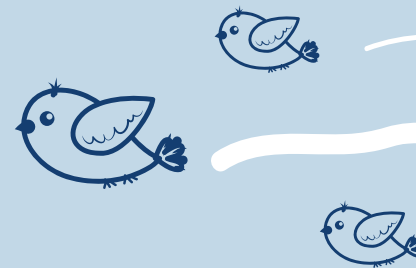
Luonto- ja kylämatkailun kysyntä on kasvussa, ja sen myötä Niesillä on oivat mahdollisuudet kehittää matkailutoimintaansa tulevaisuudessa. Niesin ja lähialueiden matkailua on mahdollista viedä eteenpäin systemaattisilla toimenpiteillä ja sitoutumalla matkailun kehittämiseen täysimääräisesti. Tämä tarkoittaa ennen kaikkea sitä, että sekä niesiläisten että lähialueiden toimijoiden on otettava vastuuta ja luotava selkeästi organisoituja prosesseja matkailun kehitystyön etenemiseksi.

Tämä matkailun kehittämissuunnitelma tarjoaa työkaluja ja suuntaviivoja Niesin matkailun kehittämiseen tulevaisuudessa, ja tämä suunnitelma on vasta ensimmäinen askel Niesin matkailun kehitystyön käynnistämiseksi. Tulevaisuudessa matkailun edistäminen tulee tarvitsemaan paljon enemmän resursseja. Avainasemassa on yhteistyön tekeminen, kestävien luontoarvojen kunnioittaminen sekä paikallisen kulttuurin säilyttäminen. Yhteistyön tulee olla sellaista, että se hyödyttää kaikkia, ja erilaisten toimijoiden välinen yhteinen päämäärä ja sitoutuminen hyödyttää myös paikallista yhteisöä pitkällä aikavälillä. Kestävien luontoarvojen huomioiminen edistää sekä ympäristön että matkailijoiden hyvinvointia. Paikallisen kulttuurin säilyttäminen

auttaa ylläpitämään matkakohteen erityislaatuisuutta ja kulttuuri-perintöä, ja sitä kautta houkuttelemaan matkailijoita.

Hankkeessa esitellyt tulevaisuuden kuva sekä visio voivat toimia apuna ja ohjenuorana tulevaisuuden matkailun kehittämistyössä. Tulevaisuudessa Niesin kannattaa panostaa nykyisten vahvuksiensa vahvistamiseen, joita ovat luonto, pimeys, paikallisuus, aito lappilaisuus, historia, hiljaisuus ja tarinat. Samalla tulee keskittyä infrastruktuuriin, kuten ruokailu- ja majoituspalveluiden parantamiseen, houkuttelevien matkailutuotteiden ja tapahtumien kehittämiseen sekä saavutettavuuden edistämiseen niin fyysisesti kuin digitaalisestikin. Matkailutuotteiden kehittämisessä voidaan käyttää apuna tästä julkaisusta löytyviä Niesille räätälöityjä matkailijapersoonia sekä elämyskolmiomallia. Kiinnostavien tapahtumien järjestämisessä Niesin ja lähialueiden yhteinen tapahtumavuosikello ja asiakkaan palvelupolku auttavat ajoittamaan tapahtumia oikeaan ajankohtaan sekä tuomaan rakennetta tapahtumien suunnitteluun. Riskienarviointimalli puolestaan auttaa kiinnittämään huomiota tapahtumien turvallisuuteen. Julkaisusta löytyvä tulevaisuuden aikajana kokoaa yhteen toimenpiteitä, joita tulee tehdä Niesin saavutettavuuden edistämiseksi. Fyysisen ja digitaalisen saavutettavuuden kehittä-

misessä viestinnän parantaminen sekä eri toimijoiden yhteistyön tekeminen ovat välttämättömiä toimenpiteitä. Lopussa esiteltävä toimenpidesuunnitelma tuo esiin vastuutahot, toteuttajat ja yhteistyökumppanit, joita tarvitaan Niesin matkailun edistämiseen. Yhteistyön tekemisellä ja siitä viestimisellä on suuri rooli myös Niesin elinvoimaisuuden kannalta, sillä yrittäjämönäinen ja yhteistyökykyinen kylä luo edellytyksiä kestäväälle kasvulle ja on houkutteleva myös uusille toimijoille tulevaisuudessa.



HYÖDYLLISIÄ LINKKEJÄ

7

Matkailun ABC -sivusto tarjoaa kattavasti tietoa matkailualan yrittäjälle: <https://blogi.eoppimispalvelut.fi/tourismabc/>

[Phenomena of Arctic Nature - luontomatkailun ja palvelukonseptoinnin opetus- ja oppimateriaalisivustolla](#) on englanniksi teoria-tietoa sekä käytännön työkaluja koskien luontomatkailun ja luontomatkailun kehittämistä suojelualueilla. Koulutusmateriaalia voi hyödyntää esimerkiksi perehtymis- ja koulutusmateriaalina luontomatkailun kehittämistyössä, itseopiskelumateriaalina sekä opetusmateriaalina.

[Phenomena of Arctic Nature – Principles and Practices of Nature-based Tourism julkaisu](#) tarjoaa esimerkkejä mm. luontomatkailusta suojelualueilla, konseptilähtöisestä liiketoiminnan kehittämisestä ja matkailukokemuksen parantamisesta asiakasymmärryksen kautta.

[Phenomena of Arctic Nature Workbook – Tools for Developing Nature-based Tourism Business työkirjaan](#) on tiivistetty keskeisimmät työkalut PAN-hankkeen opetus- ja oppimateriaalisivustolta konseptoinnista ja vastuullisesta luontomatkailusta.

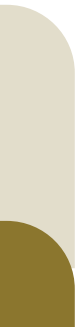


LÄHTEET

- Aaker, D. A. 1991. Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name. New York: Free Press.
- [Bekk, M., Spörrle, M. & Kruse, J. 2016. The benefits of similarity between tourist and destination personality. Journal of Travel Research, 55, 1008–1021. Viitattu 15.8.2023. doi:10.1177/0047287515606813.](#)
- Businessfinland, 2019. Kansainvälistymisopas. Viitattu 16.6.2023 chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.businessfinland.fi/498bfa/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/vf_kansainvalistymisopas_2019.pdf
- Campelo, A., Aitken, R., Thyne, M. & Gnoth, J. (2014). Sense of place. Journal of Travel Research, 53, 154–166. Viitattu 14.6.2023 <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0047287513496474>
- Chalip, L. & C.A. Costa. 2005. Sport event tourism and the destination brand: towards a general theory. Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, politics, 8: 2, 218–237.
- Cradia.fi. Viitattu 20.6.2023 <https://www.cradia.fi/artikkelit/yhtenainen-visuaalinen-ilme-on-vahvan-brandin-perusta/>
- Gallagher, A. & Thordarson, K. 2020. Design Thinking in Play: An Action Guide for Educators. Alexanria, Virginia: Association for Supervision & Curriculum Development (ASCD), 62–64
- Google My Maps 2023.
- Hämäläinen, J. & Sora, H. 2022. Strategia arkeen OKR-mallilla : käytännönläheinen opas OKR-mallin käyttöönottoon. Helsinki: Kauppakamari.
- Honkanen, A.; Sammalkangas, J. & Satokangas, P. 2021. Kotimaanmatkailun nykytila ja potentiaali – selvitys kohderyhmistä ja kehittämistoimista. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja, Työelämä, 2021:14
- [Hosany, S., Ekinci, Y. & Uysal, M. 2006. Destination image and destination personality: An application of branding theories to tourism places. Journal of Business Research, 59, 638–642. Viitattu 21.6.2023 doi:10.1016/j.jbusres.2006.01.001](#)
- Kaihua, H., Koikkalainen, M., Kähkönen, O., Lempiäinen, M., Liimatta, M., Tapaninen, M., Vuontisvaara, N. 2020. Kohdekokemus - yhteinen näkemys. Viitattu 12.6.2023 chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/ <https://www.lapinamk.fi/loader.aspx?id=b4ba7629-8135-4a82-bc78-3879c4d4838b>

- Kainulainen, K. 2005. Kunta ja kulttuurin talous. Tulkintoja kulttuuripääoman ja festivaalien aluetaloudellisista merkityksistä. 478 s. Tampere University Press, Tampere. Viitattu 4.7.2023 chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/67538/951-44-6439-7.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Käyrästunturin päivätupa, Etiäinen. Viitattu 22.6.2023 <https://www.etiainen.fi/gpsalbum/Kayrastunturin-paivatupa/21ndifjx/29de81bc-3c12-48c2-955d-5e5b701a70dd>
- Lappi-sopimus 2022–2025, 23, 26. Viitattu 7.6.2023 chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.lapinliitto.fi/wp-content/uploads/2022/02/Lappi-sopimus-2022-1.pdf>
- Lemmetyinen, A. & Go, F. M. (2010). Building a brand identity in a network of Cruise Baltic's destinations: A multi-authoring approach. Journal of Brand Management, 17, 519–531. Viitattu 26.6.2023 <https://link.springer.com/article/10.1057/bm.2010.5>
- Martikainen, S. & Ranta, T. (2017) Turvallinen tapahtumaopas oppilaitosten ja korkeakoulujen tapahtumanjärjestäjille. Laurea julkaisut 66. Viitattu 11.8.2023 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-799-438-5>
- Matkailun ABC, Asiakkaan polku. Viitattu 20.6.2023 <https://blogi.eoppimispalvelut.fi/tourismabc/tyokalut/>
- Mikkonen, J., K. Pasanen & H. Taskinen. 2008. Itäsuomalaisten tapahtumien asiakasprofiilit ja aluetaloudellinen vaikuttavuus. ESS vaikuttaa - tapahtumien arviointihankkeen tutkimusraportti. Joensuun yliopisto, Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos.
- Murphy, L., Moscardo, G. & Benckendorff, P. 2007. Using brand personality to differentiate regional tourism destinations. Journal of Travel Research, 46, 5–14. Viitattu 8.8.2023 doi:10.1177/0047287507302371
- Nylund, S. 2021. Retkeilijäprofiilit. Metsähallitus, luontopalvelut. Viitattu 3.7.2023 osoitteesta https://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Muut/MHLP_Retkeilijaprofiilit.pdf
- Ritchie, J.R. Brent, et al. Competitive Destination : A sustainable tourism perspective, CABI, 2003. ProQuest Ebook Central. Viitattu 6.7.2023 <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/lib/ulapland-ebooks/detail.action?docID=295075>.
- Seurantalot.fi. Niesin Seurantalot. Viitattu 27.6.2023 <https://www.seurantalot.fi/talot/235-niesin-kalastus-ja-mets%C3%A4stysseura-ry-2161>
- Sitra. Tulevaisuudensanasto. Viitattu 30.6.2023 <https://www.sitra.fi/tulevaisuussanasto/visio/>
- SRHY-Riskienhallinta, 2023. Suomen Riskienhallintayhdistys ry. Viitattu 7.6.2023 osoitteesta <https://pk-rh.fi/tools/swot.html>

- Stickdorn, M. & Schneider, J. 2011. This Is Service Design Thinking. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Stickdorn, M., Hormess, M. Lawrence, A. & Schneider, J. 2018. This Is Service Design Doing. Sebastopol: O'Reilly Media
- Suomen Kylät, Niesin kylän esittely. Viitattu 14.6.2023 <https://suomenkylat.fi/en/maalle-asumaan/kylaesitys/niesin-kylan-esittely>
- Suopajarvi, R. 2023. Kotikyläni Niesi. Muistoja ja faktoja kerännyt Risto Suopajarvi.
- Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2005. Elämys - Mikä se on? Teoksessa S. Tarssanen (toim.) Elämystuottajan käsikirja. Rovaniemi: Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus (LEO).
- Tukes. Yleisö- ja tapahtumaturvallisuus. Viitattu 3.7.2023 osoitteesta <https://tukes.fi/tapahtumaturvallisuus>
- Tulevaisuus.fi. Viitattu 30.6.2023 <https://tulevaisuus.fi/kasitteet/kasitteita-s-o/>
- Unarinkönkään virkistysmetsä, Luontoon.fi. Viitattu 5.7.2023 <https://www.luontoon.fi/unarinkongas>
- Visit Finland. 2017, Tunne asiakkaasi! Kohderyhmäopas matkailuyrityksille. Viitattu 3.7.2023 osoitteesta https://www.businessfinland.fi/4910e5/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/tunne_asiakkaasi_kohderyhmaopas-matkailuyrityksille_visit-finland.pdf
- Visit Finland. Tuotekortti. Viitattu 5.7.2023 <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/tuotekehitysteemat/kulttuurimatkailu/culture-creators/tuotteistaminen-ja-testaus#:~:text=29%E2%80%A2%20Live-.Tuotekortti,Erilaisia%20tuotekorttimalleja%20on%20olemasa%20useita.>
- Yritystulkki. Vuosikello. 2022. Viitattu 29.6.2023 https://www.yritystulkki.fi/download_file/2316/733/



Pohjoinen luonto on yksi merkittävimmistä matkailun vetovoimatekijöistä Lapissa. Luonto- ja kylämatkailu ovat erinomaisia liiketoiminnan muotoja Lapissa harvaan asutuilla alueilla, joissa luontoa on joka puolella. Luonto- ja kylämatkailu ovat kestäväää ja vastuullista matkailua, jossa huomioidaan nykyiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset siten, että matkailijoiden, matkailuyritysten, matkailukohteiden, ympäristön ja paikallisväestön tarpeet on huomioitu.

Tämä julkaisu sisältää Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämissuunnitelman, joka on toteutettu Lapin ELY-keskuksen rahoittamassa Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämissuunnitelma -hankkeessa. Hankkeen kehittämistavoitteena on ollut edistää Niesin alueen matkailun kasvua ja luoda yhteistyöverkostoja alueen toimijoiden välille sekä laatia pitkän tähtäimen kehittämissuunnitelma Niesin luonto- ja kylämatkailuun.

Kehittämissuunnitelma ottaa huomioon Niesin alueen ainutlaatuiset piirteet, kuten luonnon, hiljaisuuden, paikallisen kulttuuriperinnön ja tarinat, antaa työkaluja matkailun kehittämiseen sekä kuvaa Niesin luonto- ja kylämatkailun kehittämisen painopisteitä, tavoitteita ja vision vuosille 2023–2028. Kehittämissuunnitelma on muodostunut hankkeessa toteutettujen toimenpiteiden, kuten haastatteluiden ja työpajojen tuloksista yhdessä niesiläisten sekä lähikylien ja sidosryhmiin kuuluvien toimijoiden kanssa.

Hanke on rahoitettu Lapin Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen, Harvaan asuttujen alueiden luonto-, ruoka-, kalastus- ja metsästysmatkailun kehittämisen määrärahasta, ja sen toteutusaika on ollut 1.11.2022–30.9.2023.



www.lapinamk.fi