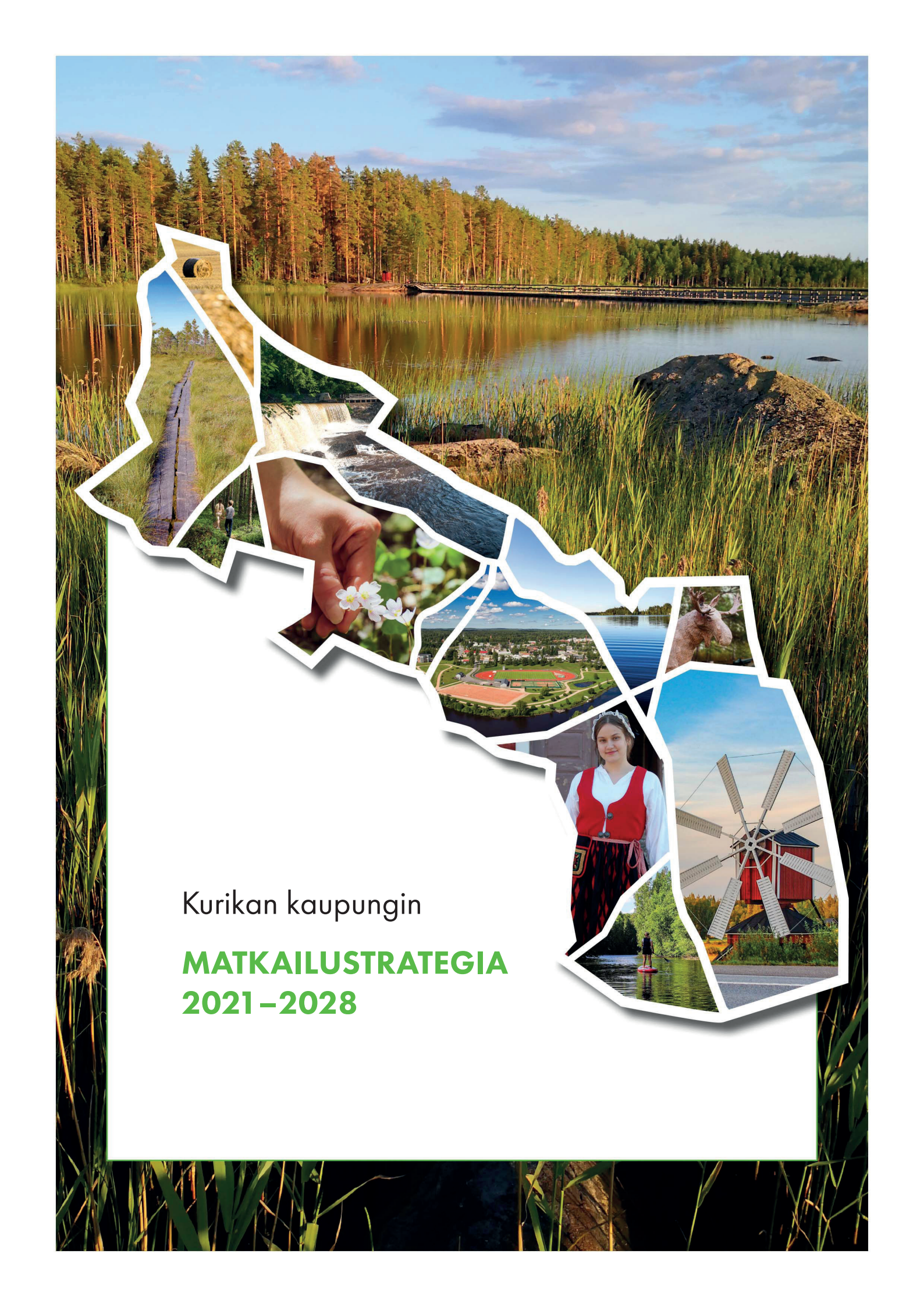




Kurikan kaupungin

**MATKAILUSTRATEGIA
2021 – 2028**

Julkaisun toimitus:
Sanna Jyllilä ja Elina Järvinen,
Seinäjoen ammattikorkeakoulu,
Liiketoiminta ja kulttuuri

SeAMK
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Julkaisun taitto:
Tiia Kaunismäki,
Kurikan kaupunki

KURIKKA



Kurikka

Sisältö

Johdanto	4
Strategiaprosessi	5
Nykytila ja toimintaympäristö	6
Kurikan matkailu tänään	6
Asukaskysely	8
Kurikan matkailun SWOT	10
Visio, missio ja arvot	12
Visio	12
Missio	12
Arvot	13
Strategiset tavoitteet vuoteen 2028	14

Kurikan matkailustrategia 2021–2028 ja toimenpideohjelma 2021–2025 jäsentää matkailun kehittämistä ja auttaa saavuttamaan tavoitteet kohti houkuttelevaa maaseutumatkailukaupunkia. Se sisältää vision, mission, arvot, strategiset tavoitteet sekä näistä johdetun toimenpideohjelman seurantamittareineen. Strategia on laadittu matkailuyrityksille ja eri sidosryhmille matkailuelinkeinon suunnittelun ja päätöksenteon sekä toteutettavien toimenpiteiden tueksi. Sitä voidaan hyödyntää myös matkailun ja sitä tukevien kehittämis- ja investointihankkeiden suunnittelussa.

Strategia laadittiin koronaviruspandemian aikana. Pandemian vaikutukset matkailutoimialaan ovat olleet merkittävät, vaikka alueellista ja yritys kohtaista vaihtelua on paljon. Kotimaassa liikematkustus on korvautunut lisääntyneellä vapaa-ajanmatkustuksella. Kotimaan matkailun kasvu onkin näkynyt koko Suomessa ja kysynnän kasvun uskotaan jatkuvan edelleen. Kotimaisen ja ulkomaisen matkailukysynnän arvioidaan palautuvan vuoden 2019 tasolle vuoteen 2023 mennessä.

Matkailualalla yhteistyön merkitys korostuu. Yhteistyön tärkeyden taustalla ovat matkailutuotteiden monimutkaisuus ja matkakohteen valintaan johtavat tekijät. Yhteistyö lisää alueen vetovoimaisuutta. On todennäköisempää, että matkakohteen valinta osuu sellaiselle matkailualueelle, josta matkailijalle tarjoutuu laaja ja kiinnostava palveluiden ja tuotteiden

tarjoama. Kilpailu matkailualueiden ja –kohteiden välillä on kasvanut markkinoinnin ja myynnin monikanavaisuuden myötä. Sähköisten varaus- ja jakelukanavien kautta matkailijalla on mahdollista suunnitella juuri häntä kiinnostava matka. Matkailijaan pyritään vaikuttamaan monessa eri palvelupolun vaiheessa. Digitalisaatio sekä kestävyys ja vastuullisuus tulevat korostumaan yhä enemmän matkailupalveluita ja –kohteita valittaessa. Nämä seikat on huomioitu toimenpideohjelmassa.

Kurikan matkailustrategiatyön tilaajana on Kurikan kaupunki ja sen laatijoina ovat Sanna Jyllilä ja Elina Järvinen Seinäjoen ammattikorkeakoulusta.

Matkailustrategiaprosessiin osallistui kiitettävä joukko kurikkalaisia matkailutoimijoita ja sidosryhmän edustajia. Kiitämme kaikkia osallistuneita tahoja avoimesta ja innostuneesta työskentelystä, joka nousi esille erityisesti kyvystä sanoittaa kurikkalaisen matkailun arvoja. Toivotamme menestystä ja yhteistyön voimaa kehittämistyölle. Toivomme myös, että matkailustrategia on yksi työkalu matkalla kohti unelmien maaseutumatkailukaupunkia 2028.

Sanna Jyllilä ja Elina Järvinen

Seinäjoen ammattikorkeakoulu,
Liiketoiminta ja kulttuuri

Strategiaprosessi

Matkailustrategia laadittiin yhdessä Kurikan alueen matkailutoimijoiden ja sidosryhmien kanssa. Strategiatyö käynnistyi maaliskuussa 2021. Matkailustrategian laadinnassa on Työ- ja elinkeinoministeriön suositusten mukaisesti otettu huomioon sekä Suomen matkailustrategia 2019-2028 ja toimenpiteet 2019-2023 että Etelä-Pohjanmaan matkailustrategia 2020-2028 ja toimenpide-ehdotukset 2020-2025.

Strategiatyö käynnistyi ydinryhmän kokoamisella ja tapaamisella, johon kuuluivat Kurikan kaupungin elinvoimaosaston, vapaa-aika- ja kulttuuritoimen edustajat sekä viestinnästä vastaavat henkilöt. Lisäksi mukana olivat Kurikka Travel ry:n ja SeAMK Maakuntakorkeakoulun edustajat. Ydinryhmä kokoontui yhteensä kuusi (6) kertaa ja sen tehtävänä oli seurata ja kommentoida strategiatyön etenemistä.

Strategiatyössä huomioitiin myös alueen asukkaat ja vapaa-ajanasukkaat, joilla oli mahdollisuus vastata heille suunnattuun kyselyyn maalis-huhtikuussa 2021.

Alueen matkailutoimijoille ja matkailusta kiinnostuneille sidosryhmille järjestettiin neljä työpajaa:

1. SWOT-työpaja 13.4.2021
2. Visio, missio ja arvot -työpaja 29.4.2021
3. Strategiset tavoitteet I -työpaja 11.5.2021
4. Strategiset tavoitteet II -työpaja 26.5.2021

Ydinryhmän, asukaskyselyn sekä työpajoista saatujen tulosten perusteella luonnosteltiin kurikkalaisen matkailun visio, missio ja arvot sekä niistä kehittämisen painopistealueet, strategiset tavoitteet sekä toimenpide-ehdotukset. Luonnos oli kommentoitavana 14.6.-29.8.2021 välisen ajan.

Lopuksi pidettiin neljä (4) sidosryhmähaastattelua Kurikan kaupungin valitsemien tahojen kanssa. Mukana haastatteluissa olivat Kurikka Travel ry:n, Y-tiimin sekä ns. kolmannen sektorin Kurikka-Seura ry:n, Kurikan Ryhti ry:n ja Jalasjärven Jalas ry:n edustajat sekä elinvoimaosaston, vapaa-aika- ja kulttuuritoimen viranhaltijat.

Lähteet:

- Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun : Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019–2023 <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/161906>
- Vieraanvarainen Etelä-Pohjanmaa : Etelä-Pohjanmaan matkailustrategia 2020 - 2028 ja toimenpide-ehdotukset 2020 – 2025 <https://www.theseus.fi/handle/10024/353631>

Nykytila ja toimintaympäristö

Matkailun toimintaympäristö on jatkuvassa muutoksessa, jota koronapandemia on entisestään vauhdittanut. Matkailijoiden kulutuskäyttäytyminen on muuttunut yksilöllisyyttä ja digitaalisuutta arvostavaan suuntaan. Matkailun trendeissä ilmenee myös kestävyteen ja vastuullisuuteen liittyvät teemat. Kotimaan matkailu ja lähimatkailu ovat koronapandemian aikana olleet suosituimpia kuin koskaan aiemmin. Työn ja loman yhdistäminen, luontomatkailu ja virtuaalimatkailu ovat myös vallitsevia trendejä. Paikallisuus ja aitous kiinnostaa kaikkia matkailijaryhmiä.

KURIKAN MATKAILU TÄNÄÄN

Matkailuyritysten ydintoimintoihin ja palveluihin kuuluvat muun muassa majoitus, ruokailupalvelut, ohjelmapalvelut ja opastukset, kuljetus, välinevuokraus, myynti/välitystoiminta, muut oheispalvelut ja muut palvelut kuten kokous- tai juhlatilat. Matkailijoille suunnattujen palveluiden tarjoamiseen osallistuu matkailuyritysten lisäksi lukuisat muut toimialat kuten vähittäiskaupan ja hyvinvointialan yritykset. Myös kolmas sektori on mukana palveluiden tuottamisessa.

Kurikassa toimii n. 85 matkailutoimialan yritystä ja muuta matkailupalveluiden tarjoajaa. Majoituspalveluita on n. 20 yrityksellä, ja vuodepaikkoja niissä on yhteensä noin 550 kpl. Ravitsemuspalveluita on tarjolla noin 35 yrityksellä ja erilaisia ohjelma- ja opaspalveluita noin 15 yrityksellä.

Kesämökkejä Kurikassa v. 2016 oli 1 106 kpl. Vapaa-ajan asukkaiksi lasketaan sellaiset henkilöt, jotka eivät asu mökin sijaintikunnassa. Vuonna 2013 ulkopaikkakuntalaisten omistamia mökkejä Kurikassa oli 193 kpl.

Matkailun tulo- ja työllisyys selvityksen mukaan Kurikan kaupungin välitön matkailutulo v. 2016 oli 19,8 milj. € ja välitön työllisyysvaikutus 100 htv. Toimialoitain välitön tulovaikutus jakautui seuraavasti: vähittäiskauppa ja huoltamot 12,6 milj. €, majoitus- ja ravitsemistoiminta 4,3 milj. €, muut matkailupalvelut 2,9 milj. €. Välitön matkailutulo ja työllisyys on selkeästi nousut vuodesta 2012, jolloin matkailutulo oli 11,1 milj. € ja työllisyysvaikutus 62 htv.



Kurikan matkailun taloudelliset vaikutukset v. 2012 v. 2016

Vähittäiskauppa ja huoltamot	6,5	12,6
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	2,3	4,3
Muut matkailupalvelut	2,2	2,9
Välitön matkailutulo yht. (milj. €)	11,1	19,8

Vähittäiskauppa ja huoltamot	22	35
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	23	43
Muut matkailupalvelut	17	22
Välitön työllisyysvaikutus yht. (htv)	62	100

Kurikka Travel ry on v. 2019 perustettu yhdistys, jonka jäseninä on parikymmentä kurikkalaista matkailuyritystä ja yhdistystä. Yhdistyksen tavoitteena on laajentaa jäsenmääräänsä ja edistää matkailutoimijoiden välistä verkostoitumista. Yhdistys myös ottaa kantaa kaupungin matkailun kehittämiseen ja yhdistyksen kautta Kurikka on mukana Visit Lakeuden sivustolla.

Kurikassa yhdistys- ja seuratoiminta on aktiivista, jolla on myös näkyvä rooli matkailupalveluiden tarjoajina. Kulttuuriyhdistyksiä on useita, jotka ylläpitävät museota ja useita kesäteattereita. Kurikassa järjestetään vuosittain useita musiikki- ja urheilutapahtumia kuten Ryt-miraide -musiikkifestivaali, Matti Viitala -soitot, Haku Päällä -rakkausfestivaali, Kurikan, Jalasjärven ja Jurvan markkinat sekä vesihiihdon ja hevosuion SM-kisat.

Kurikka on pinta-alaltaan Etelä-Pohjanmaan suurin ja asukasluvultaan toiseksi suurin kunta, joka sijaitsee valtatie 3:n läheisyydessä. Kurikassa ei ole yhtä yksittäistä suurta matkailukohdetta, mutta maaseutumaisesta kaupungista löytyy useita mielenkiintoisia kohteita kuten moottoriurheilurata Botnaring, Kivaskallion Snowpark ja Bikepark, Pirunpesä, Pitkämön alue, Urheilupuisto ja alueelliset museot. Luontokohteita ja -reittejä on runsaasti. Matkailijoita kiinnostavia ostoskohteita on myös useita, kuten Juustoportti, Jokipiin Pellava, Lennol, Pramia sekä monet suoramyyntitilat. Matkailun teemoina korostuvatkin luonto- ja hyvinvointimatkailu, ostosmatkailu ja tapahtumamatkailu. Erityispiirteinä kurikkalaisessa paikalliskulttuurissa ovat muun muassa rikas historia, pohjalaisuus, puuseppäperinne, pelimannikulttuuri ja urheilu, joista voidaan ammentaa matkailijaa kiinnostavien palveluiden kehittämisessä. Kurikassa on myös monipuolisia palveluntarjoajia, joiden infraa voidaan hyödyntää erilaisiin matkailupalveluihin. Ylialueellinen yhteistyö maakunnan ja naapurimaakuntien matkakohteiden kanssa mahdollistaa osaltaan palveluiden monipuolisuuden.

Lähteet:

- Mökkeilyä ja matkailua:
Vapaa-ajan asukkaiden matkailupalveluiden käyttö Etelä-Pohjanmaalla (2014) <https://www.theseus.fi/handle/10024/87289>
- Etelä-Pohjanmaan matkailun taloudelliset vaikutukset v. 2016
<https://docplayer.fi/107104909-Etela-pohjanmaan-matkailun-taloudelliset-vaikutukset-2016.html>



Asukaskysely

Strategiatyön alussa toteutettiin Kurikan alueen asukaille ja vapaa-ajan asukkaille suunnattu asukaskysely, johon vastasi 92 henkilöä. Kysely oli avoinna 26.3.-18.4.2021 välisenä aikana. Tavoitteena oli selvittää, millaisia ajatuksia asukkailla on matkailusta ja miten asukkaat kokevat matkailun Kurikassa. Tavoitteena oli myös saada asukkailta uusia ideoita matkailutarjonnan parantamiseksi.

Kyselyyn vastanneet asukkaat näkevät, että matkailulla on yleisesti alueen elinkeinolle positiivisia vaikutuksia ja matkailulla on parantava tai ylläpitävä vaikutus niin asukkaiden elämänlaatuun, infrastruktuuriin, palveluihin kuin alueen talouteen. Positiivinen vaikutus nähdään myös alueen kulttuuriarvojen sekä tunnettuuden ja vetovoiman vahvistumisen kautta. Matkai-

lun kehittäminen näkyy asukkaiden mielestä siten monimuotoisena ja asukkaita hyödyttävänä asiana, jolla on vaikutusta myös asukkaiden arkipäivään. Negatiivisista vaikutuksista mainittiin ympäristön mahdollinen roskaantuminen ja luonnon kuluminen.

Asukkaat myös käyttävät samoja palveluita kuin matkailijat. Useimmiten asukkaat vierailevat luontoreiteillä sekä ravintoloissa ja kahviloissa. Asukkaat myös käyvät ainakin joskus eri käyntikohteissa ja tapahtumissa. Asukkaissa on siis paljon potentiaalia maksullisiin kohteisiin, kunhan heidät saadaan vierailemaan niissä useammin. Sama pätee vapaa-ajan asukkaisiin, jotka ovat tärkeä huomioitava kohderyhmä matkailupalveluiden kehittämisessä.





Kurikan matkailun SWOT

Strategiatyössä määriteltiin Kurikan matkailun SWOT-analyysi, jota tehtiin työpajoissa yhdessä alueen toimijoiden kanssa. SWOT-analyysissä hyödynnettiin myös asukaskyselystä ja sidosryhmähaastatteluista saatuja tuloksia.

Kurikan ehdottomana vahvuutena nähdään luonto, johon sisältyy muun muassa luontoreitit ja -kohteet, Kyrönjoki maisemineen sekä vesistöt, maastot ja vaihtelevat maastonmuodot. Kulttuuriperinne pohjautuu pitkään, monipuoliseen ja rikkaaseen historiaan ja merkittäviin tapahtumiin. Maaseutukaupungin monipuolisuus näkyy laajana palvelutarjontana, vahvoina brändeinä ja maaseudun elinvoimaisuutena. Vahvuuksia ovat myös asenteet ja arvot, jotka ilmenevät tekemisen meininkinä, yrittäjähenkisyytenä, toimeliaisuutena ja yhteisöllisyytenä. Kulttuuri- ja urheiluperinnettä ylläpidetään aktiivisella yhdistystoiminnalla ja kökkähengellä, joka tukee yhteisöllisyyttä.

Heikkouksina nähtiin matkailubrändin puuttuminen, jonka vuoksi Kurikka on valtakunnallisesti vielä melko tuntematon matkailualueena sekä suuren, vetovoimaisen matkailukohteen puuttuminen alueelta. Matkailupalveluiden kehittämisessä ja tuotteistamisessa

sekä myynninedistämisessä on haasteita. Yhteistyötä vaikeuttavina asioina nähdään yhteisten tavoitteiden puuttuminen sekä puutteet tiedonkulun ja toiminnan koordinoinnissa.

Kurikan mahdollisuuksina nähdään rannikon läheisyys, Vaasan ja Uumajan välinen laivayhteys Ruotsiin sekä Lauhanvuori-Hämeen kangas UNESCO Global Geoparkin läheinen sijainti. Näiden myötä myös kv-matkailijamääriin voidaan odottaa nousua. Kyrönjoki ja alueen geologinen perintö pohjavesivaroineen tukee yhteistyön mahdollisuuksia. Aluerajat ylittävässä yhteistyössä ja digitalisaation hyödyntämisessä, vapaa-ajan asukkaiden huomioimisessa ja luonto-, hyvinvointi- ja tapahtumamatkailun kehittämisessä on paljon hyödyntämätöntä potentiaalia.

Uhkina Kurikan matkailussa nähdään koronaviruksen aiheuttamat jälkiseuraukset, poliittisen päätöksenteon ja byrokratian vaikutukset sekä roolien ja vastuiden epäselvyys. Myös aktiivisten toimijoiden resurssien väheneminen ja puuttuminen, investointien ja suunnitelmien hyödyntämättä jättäminen sekä demografiset muutokset tunnistettiin uhkiksi.



VAHVUUDET

- Tekemisen meininki: arvot, yrittäjähenkisyys, yhteisöllisyys ja aktiiviset toimijat, turvallisuus
- Luonto: Kyrönjoki, luontoreitit ja –kohteet, vesistöt, vaihtelevat maastonmuodot
- Monipuolisuus: elinvoimainen maaseutu, laaja palvelutarjonta, vahvat brändit
- Vahva kulttuuriperinne, monipuolinen ja rikas historia
- Urheilutoiminta (mm. moottori- ja vesiturheilu)
- Sijainti valtatievarrella ja saavutettavuus

HEIKKOUEDET

- Valtakunnallisesti tuntematon matkailualue
- Matkailubrändin puuttuminen
- Tienvarsiopasteiden puute
- Hankaluudet yhteistyössä (tiedonkulku, koordinointi, yhteiset tavoitteet)
- Tuotteistaminen
- Matkailupalveluiden ja tapahtumatarjonnan vähyys
- Olemassa olevien matkailupalveluiden kehittäminen pysähtynyt
- Myynninedistämisen haasteet yrityksissä ja yhteisesti

MAHDOLLISUUDET

- Vaasan laivayhteys ja uusi laiva
- Geoparkin ja muiden tunnettujen matkakohteiden läheisyys
- Luonto-, ruoka-, hyvinvointi- ja tapahtumamatkailun kehittäminen
- Alueellisen yhteistyön laajentaminen, myös yli kunta- ja maakuntarajojen
- Digitalisaation hyödyntäminen
- Vapaa-ajan asuntojen suuri lukumäärä

UHAT

- ”Tekijöiden” puute/loppuminen (kolmas sektori, talkooväki)
- Roolien ja vastuiden epäselvyys
- Saatavilla olevien resurssien hyödyntämättä jättäminen
- Suunnitelmat ja investoinnit eivät mene käytäntöön
- Koronakriisin jälkiseuraukset
- Poliittiset päätökset, lupa-asiat, byrokratia, ulkoa ohjautuvuus
- Yleiset demografiset muutokset

Visio, missio ja arvot

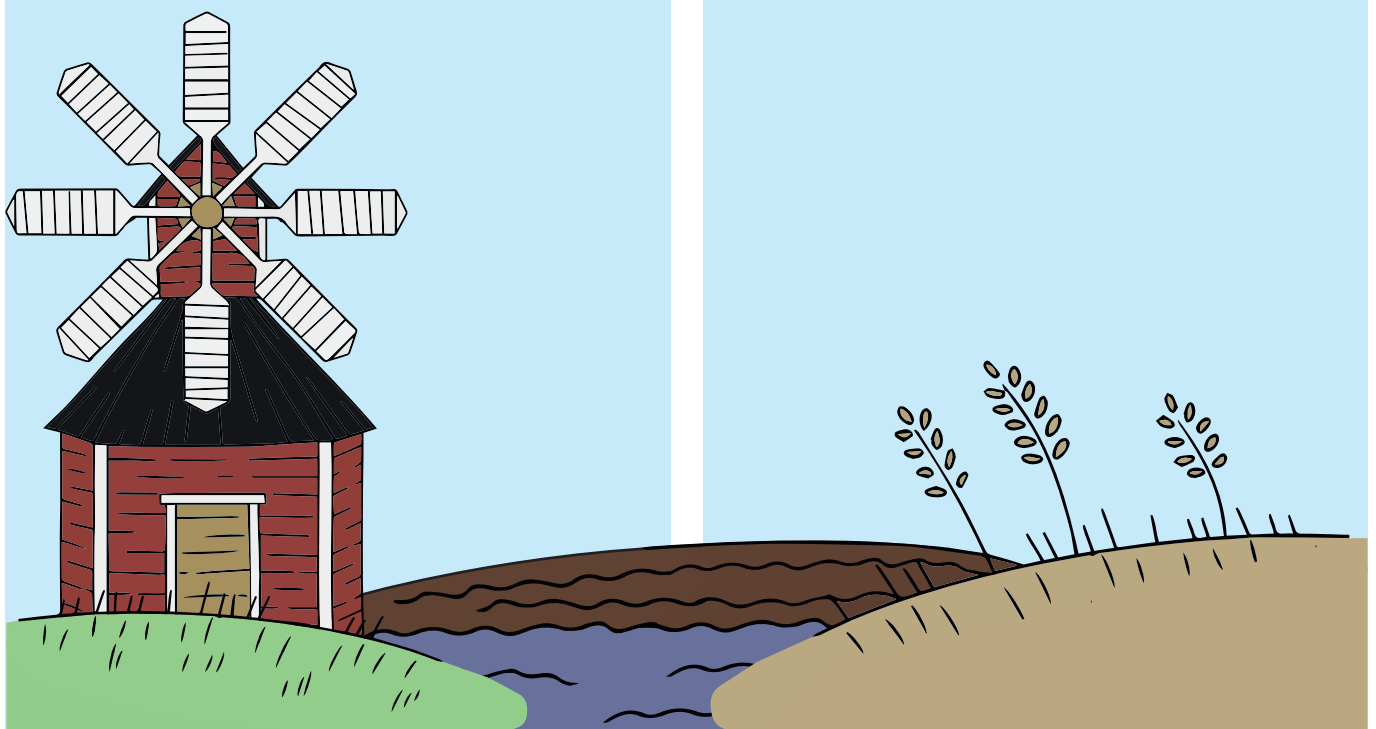
Visio, missio ja arvot on laadittu yhdessä alueen matkailutoimijoiden kanssa. Visio kuvaa tavoitetilaa, jossa halutaan olla vuonna 2028 ja missio kertoo mitä halutaan pysyvästi tehdä. Arvot puolestaan ohjaavat toimintaa ja päätöksentekoa sekä luovat merkityksellisyyttä.

VISIO

”Kurikka on houkutteleva maaseutumatkailukaupunki, joka on tunnettu tinkimättömällä laadulla tuotetuista monipuolista matkailupalveluistaan.”

MISSIO

”Avaamme matkailijoille luonnonkauniin Kurikan ovet ja rikastutamme vierailua aidolla ja persoonallisella tavalla. Rakennamme laadukkaan palvelupolun yhteistyössä alueen yrittäjien, yhdistysten ja kaupungin toimijoiden kanssa.”



ARVOT

Aitous, yhteisöllisyys ja vastuullisuus

Aitous

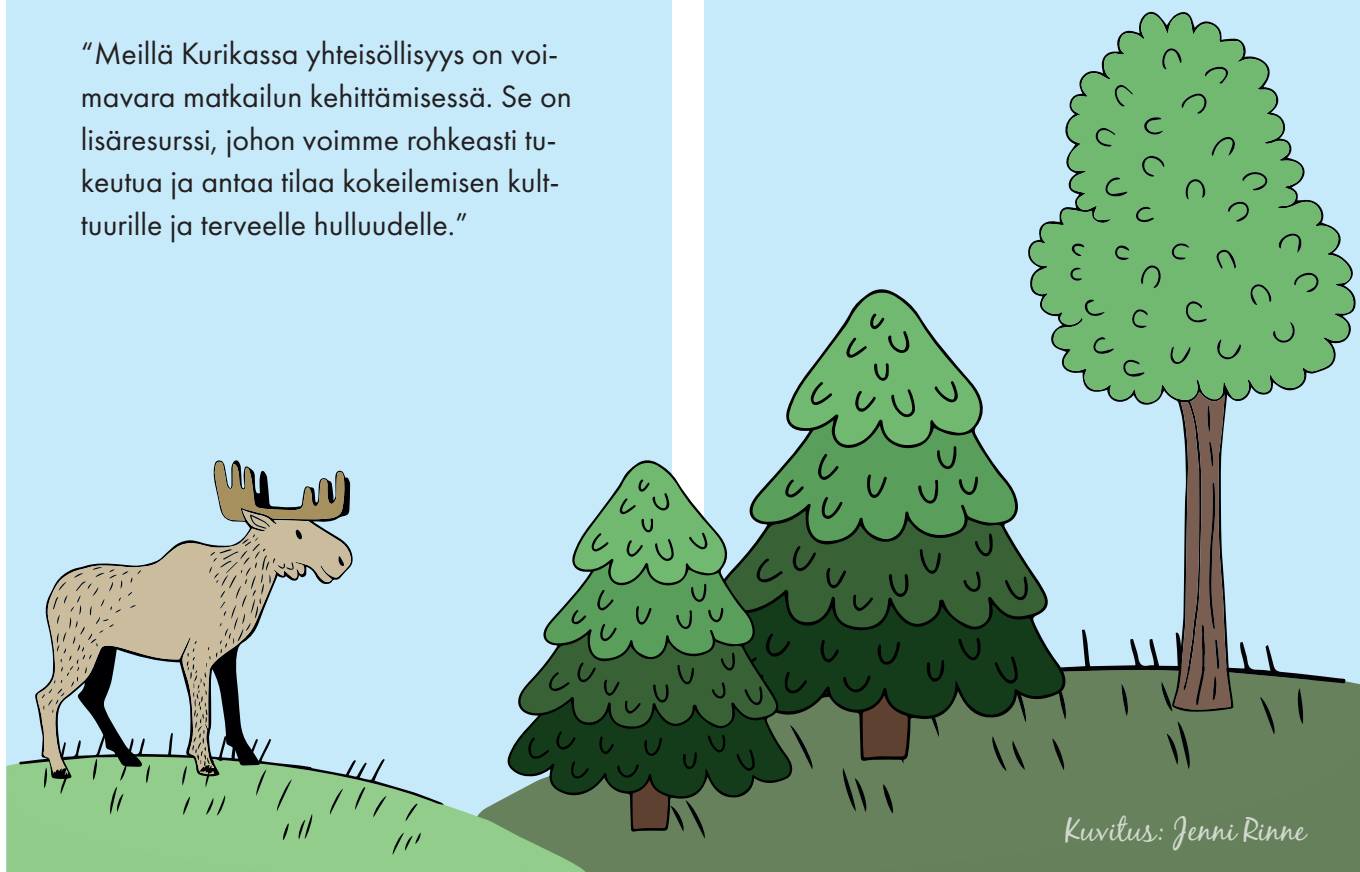
“Olemme ystävällisiä, pidämme lupaukset ja teemme asiat kunnolla niin yhteistyökumppaneiden kuin asiakkaidemme kanssa. Tunnetta itseämme ja ymmärrämme asiakkaitamme.”

Yhteisöllisyys

“Meillä Kurikassa yhteisöllisyys on voimavara matkailun kehittämisessä. Se on lisäresurssi, johon voimme rohkeasti tukeutua ja antaa tilaa kokeilemisen kulttuurille ja terveelle hulluudelle.”

Vastuullisuus

“Rakennamme Kurikan matkailua kunnioittamalla perinteitä, luontoa ja kulttuurimaista. Ylläpidämme maaseudun elinvoimaa arvostamalla paikallisuutta ja lähituottamista sekä vaalimalla yhdessä tekemisen kulttuuria.”



Kuvitus: Jenni Rinne

Strategiset tavoitteet vuoteen 2028

Visio ja missio on johdettu konkreettisiksi tavoitteiksi ja toimenpide-ehdotuksiksi, jotka esitellään seuraavaksi. Kurikan matkailua tullaan ensisijaisesti kehittämään painopistealueilla, jotka ovat:

- Yhteistyön lisääminen
- Matkailupalveluiden ja asiakaspolun kehittäminen
- Tunnettuuden ja saavutettavuuden parantaminen

Painopistealueille on määritelty edelleen strategiset tavoitteet eli mihin tulisi kiinnittää huomiota ja sitoutua tulevana vuosina.

Strategiset tavoitteet:

- I. Tavoitteellisen yhteistyön lisääminen ja verkostojen kehittäminen
- II. Kurikkalaisen matkailun vetovoimaisuuden kasvattaminen ja matkailupalveluiden kehittäminen
- III. Kurikkalaisen matkailun tunnettuuden lisääminen





The logo is centered within a light teal circle. It features the word "Visit" in a teal script font, "KURIKKA" in a dark teal bold sans-serif font, and the website address "www.visitkurikka.fi" in a smaller dark teal sans-serif font.

Visit
KURIKKA
www.visitkurikka.fi