



Matkailun kehittämissuunnitelma

Suomussalmen matkailun kehittämissuunnitelma 2030



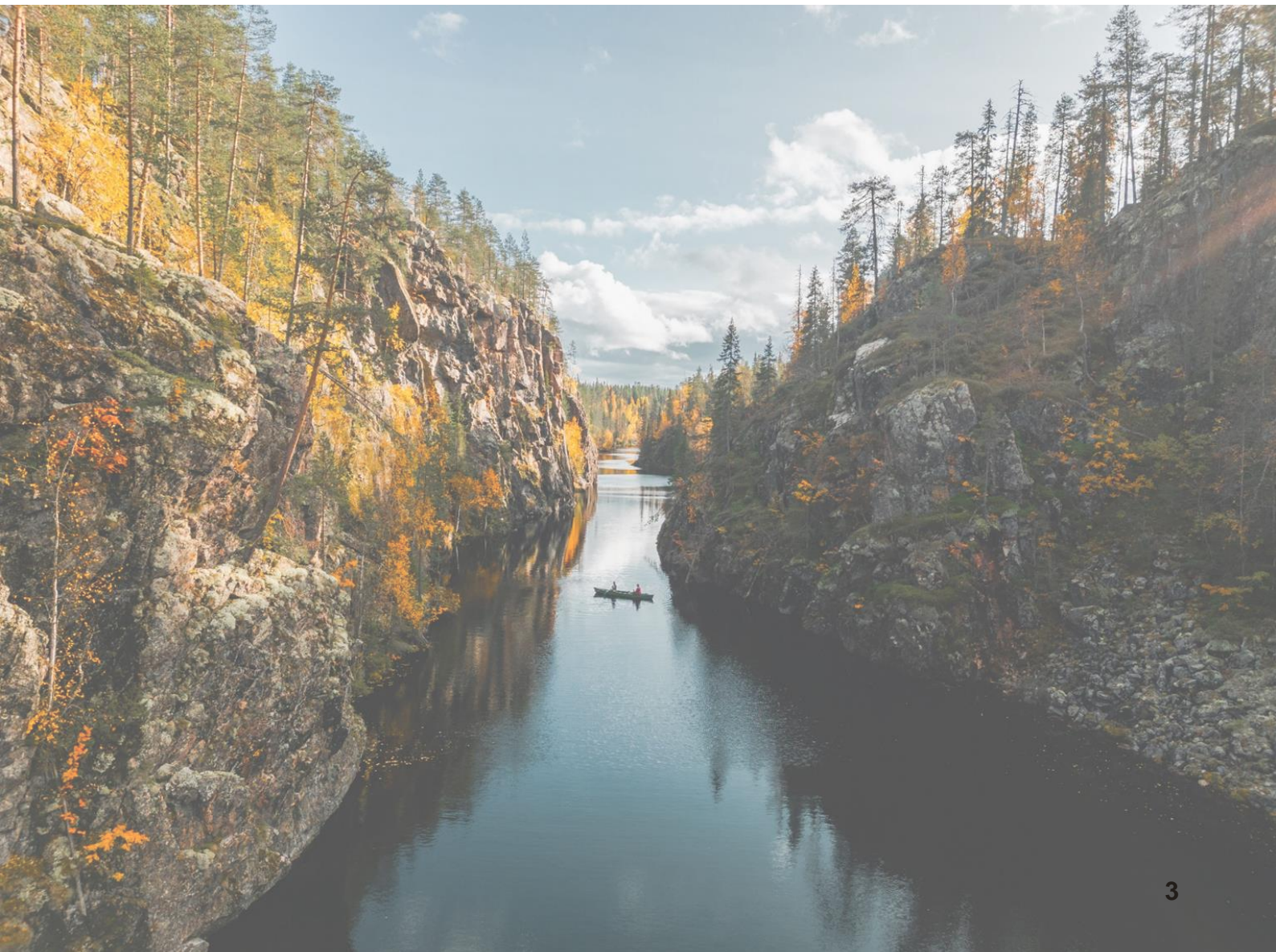
Sisällys

Tausta	3
Suomussalmen matkailun nykytila.....	4
Trendit ohjaavat valintoja.....	5
Kunnan resurssit ja tehtävät	6
Suomussalmi matkailualueena.....	6
Visio ja strategiset päätavoitteet	8
Suomussalmen matkailun kohderyhmät.....	9
Kotimaiset kohderyhmät	9
Kansainväliset kohderyhmät.....	10
Toimenpideohjelma.....	11
Majoitustarjonnan kehittäminen.....	11
Kansainvälinen ryhmämatkailu.....	12
Digitalinen saavutettavuus ja ostettavuus	12
Ympärivuotisuus	13
Vastuullisuus.....	14
Saavutettavuus	15
Osaaminen ja työvoima	16
Kehittämisen organisointi ja johtaminen	17
Tiedolla johtaminen	17
Yhteistyön merkitys	18

Tausta

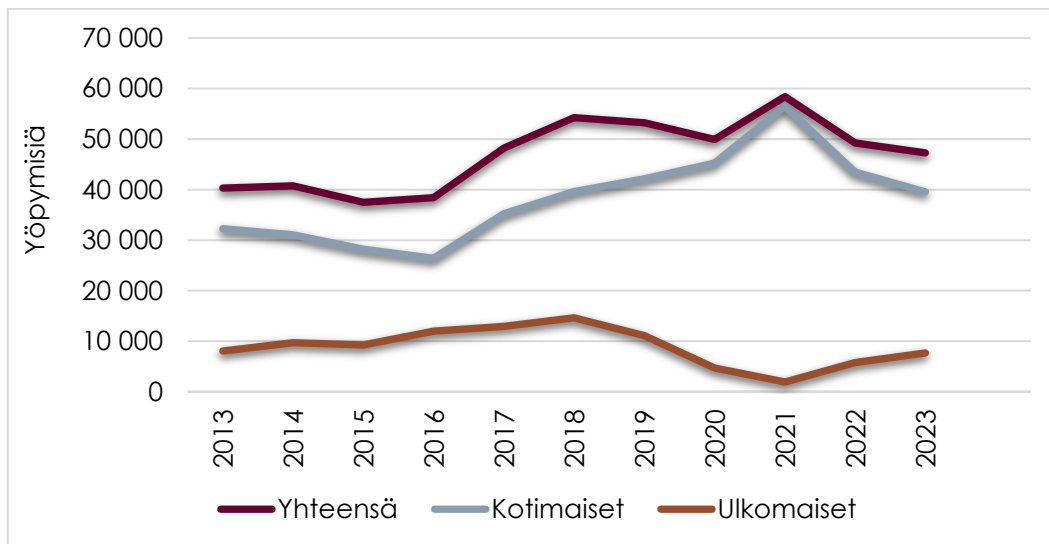
Matkailu on Suomussalmen kuntastrategiassa ja elinvoimaohjelmassa toimialana tärkeässä roolissa. Matkailuelinkeinon tasaisella kasvulla halutaan turvata yritysten kannattavan liiketoiminnan jatkuvuus väestömäärän vähetessä. Viime vuosien matkailualan merkittävien toimintaympäristön muutoksien takia, on tarpeen luoda alueelle kokonaisvaltainen matkailun kehittämissuunnitelma, joka linjaa alueen matkailun kehittämistä osana kunnan elinvoimaohjelmaa.

Matkailun kehittämissuunnitelmalla tavoitellaan kokonaisvaltaista ja käytännönläheistä suunnitelmaa, joka linjaa alueen matkailun kehittämistä vuoteen 2030. Matkailun kehittämissuunnitelman on tarkoitus tukea matkailun kehittämistä pitkällä aikavälillä ja olla hyödynnettävissä sekä täydennettävissä tulevaisuudessa. Tiedolla johtaminen sekä ajantasainen ja laadukas tieto ovat keskeisinä osina kehittämissuunnitelman johtamisessa sekä seurannassa.



Suomussalmen matkailun nykytila

Viimeisen kymmenen vuoden aikana Suomussalmen matkailukehitykseen ovat vaikuttaneet selkeimmin Hossan kansallispuiston perustaminen kesällä 2017 sekä keväällä 2020 Suomeen levinnyt koronapandemia. Hossan kansallispuiston perustaminen antoi merkittävää nostetta kuntaan suuntautuvalla kotimaanmatkailulle, mikä näkyi paitsi puistoalueen kävijämäärissä (ks. Metsähallitus, 2023) myös Suomussalmen kotimaisten yöpymisten ja kotimaisen matkailumyynnin kääntymisenä selkeään kasvuun. Suomalaisten kiinnostus vierailta Suomussalmen luontokohteissa kasvoi koronapandemian aikana, mutta on palautunut pandemiaa edeltävälle tasolle. Ulkomaisten matkailijoiden määrä on kääntynyt tasaiseen nousuun koronapandemian aiheuttaman loven jälkeen. On kuitenkin muistettava, että ulkomaalaisten marjanpoimijoiden majoittuminen näkyy myös majoitustilastoissa, mikä voi osaltaan nostaa ulkomaalaisten matkailijoiden määrää Suomussalmella.



Kuvio 1. Suomussalmen rekisteröidyt yöpymiset 2013-2023 (Visit Finland, 2024)

Suomussalmen matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia selvitettiin vuonna 2023. Selvityksen mukaan vuonna 2021 Suomussalmen välitön matkailutulo oli ilman arvonlisäveroa 14,5 miljoonaa euroa, mikä vastaa noin kuutta prosenttia kunnan kaikkien yritystoimipaikkojen liikevaihdosta. Selvityksen mukaan samana vuonna kunnan välitön matkailutyöllisyys oli laskennallisesti 55 henkilötyövuotta, mikä puolestaan vastaa noin viittä prosenttia Suomussalmen kaikkien yritystoimipaikkojen henkilötyövuosista. (Järviluoma, 2023)

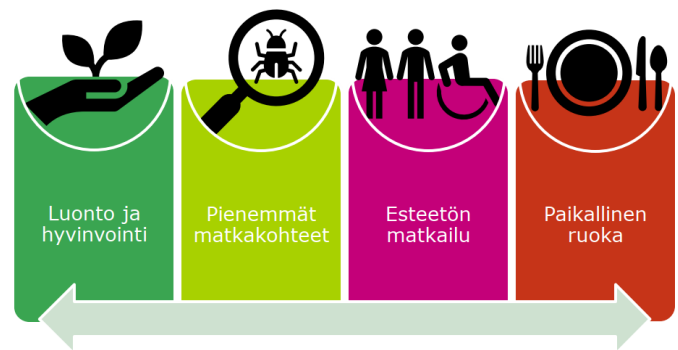
Matkailutulon ja -työllisyyden yhteismääriä verrattaessa Suomussalmella tarvittiin noin 265 000 euroa välitöntä matkailutuloa yhtä välitöntä matkailutyöpaikkaa (henkilötyövuotta) kohti. Matkailutyöllisyyden aikaansaaman välittömän palkkatulon kokonaismäärä oli vuonna 2021 noin 1,8 miljoonaa euroa ja sen synnyttämän välittömän palkkaverotulon summa noin 250 000 euroa. (Järviluoma, 2023)

Trendit ohjaavat valintoja

Suomussalmen paikallisylypeys -käsikirjassa keskeisimmiksi trendeiksi on priorisoitu luonto ja hyvinvointi, pienemmät matkakohteet, esteetön matkailu sekä paikallinen ruoka. Muita tuolloin esille nostettuja trendejä ovat ympäristötietoisuus, uudet kasvavat kohderyhmät (yksinhuoltajaperheet, Y- ja Z-sukupolvet, yli 65-vuotiaat, kolmen sukupolven matkat, isovanhempien ja lastenlasten yhteiset matkat) sekä markkinointiviestinnän monipuolistuminen (elokuvatuotannot, sosiaalisen median vaikuttajat ym.).

Edellä mainitut trendit ovat edelleen ajankohtaisia ja muodostavat hyvän perustan Suomussalmen matkailun kehittämiseksi. On kuitenkin syytä ottaa huomioon myös toimintaympäristössä tapahtuneet muutokset ja tiettyjen trendien edelleen vahvistuminen ja uusienkin ilmiöiden nousu.

- Venäjän hyökkäyssota Ukrainaan ja yleinen maailmanpoliittinen epävarmuus ovat nostaneet turvallisuuden merkitystä. Venäjän rajan läheisyys voi olla pelote joillekin kansainvälisille matkailijoille, mutta toisaalta se voi myös herättää kiinnostusta varsinkin niche-ryhmissä.
- Ilmastonmuutos vaikuttaa käänteentekevästi matkailuun, ja ympäristötietoisilla matkailijoilla kiinnostus kestävämpiin matkustusmuotoihin ja hitaampaan matkustamiseen maata pitkin lisääntyy edelleen.
- Myös halu vältellä suuria ihmismassoja on nousussa. On arvioitu, että kansainvälisellä tasolla huippuseasonkien ulkopuolinen (ns. shoulder seasons) matkustus on lisääntymässä.
- Tällä hetkellä matkoja varataan lyhytjänteisesti, mutta niitä voidaan harkita pitkään ja isoin odotuksin. Siten laatuun täytyy panostaa entistä enemmän. Pehmeät arvot ja yhdessäolo ovat tärkeitä, samaten uuden oppiminen ja itse tekeminen (DIY).
- Teema ja/tai samanhenkiset ihmiset ovat usein itse kohdetta tärkeämpiä, mikä korostaa segmentoinnin ja paketoinnin merkitystä. Lisäksi pienikin ryhmä voi olla globaalisti iso.
- Aiemmin esille nostettujen kohderyhmien lisäksi kannattaa ottaa huomioon esimerkiksi hyvätuloinen 55+-ikäryhmä, joka on ison kasvun segmentti EU:ssa.
- Uudistava matkailu nostaa päätään vähitellen (esim. innovatiivinen ennallistaminen ja haittojen ehkäisy, osallisuus paikallisyhteisön toimintaan).



Suomussalmen matkailua tukevat keskeiset trendit (Ramboll 2020)

Nousussa 2024 erityisesti:

Luontoon liittyvät pienet elämykset ja mindfulness (new wave wellness)

Kätkettyjen helmien etsiminen (hidden gems)

TV:n ja elokuvien yhä suurempi vaikutus (set-jettters, screen tourism)

Kunnan resurssit ja tehtävät

Kunnan rooli matkailun kehittämisessä on kasvattaa matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia.

Suomussalmen kunnassa matkailun kehittämisestä vastaa elinvoimapalveluiden toimialue, johon kuuluu elinvoimajohtaja, elinvoimakoordinaattori, matkailuasiantuntija, matkailuneuvoja, työllisyysasiantuntija sekä työllisyysohjaajia ja työnohjaajia. Elinvoimapalvelut tukee, edistää ja kehittää yritysten toimintaedellytyksiä siten, että nykyiset yritykset säilyvät elinvoimaisina ja kuntaan saadaan uusia yrityksiä, asukkaita ja osaavaa työvoimaa. Kunnassa työskentelee vuosittain harjoittelija tai kesätyöntekijä muun muassa matkailuneuvonnan parissa.

Suomussalmen matkailutoimisto - Visit Suomussalmi ylläpitää kunnan matkailuneuvontaa palvellen matkailijoita ja kuntalaisia vuoden ympäri. Matkailutoimisto tuottaa maksuttomia esitteitä ja kartoja kunnan alueelta ja avustaa ryhmiä varausten teossa. Matkailuasiantuntijalla on keskeinen rooli koordinoida ja johtaa yhteistyötä matkailutiimissä. Hän vastaa yhteistyöstä kunnan sisällä, mutta myös yhteistyöstä yritysten ja kumppanien kanssa.



Suomussalmi matkailualueena

Suomussalmella kävijä voi lumoutua luonnosta, historiasta ja kulttuurista. Raateentien historia ja omaleimainen kulttuuri ja historia sekä suomussalmelainen asenne ovat mahdollisuuksia, joita Suomussalmella voidaan hyödyntää markkinoinnissa ja palvelutarjonnan laajentamisessa. Hossan kansallispuisto on alueen kärkikohde, missä majoitus- ja ohjelmapalvelutoiminta on lähtenyt kasvuun kansallispuiston perustamisen jälkeen.

Haasteena ovat kohteiden väliset etäisyydet ja väestön väheneminen. Matkailun ympärivuotisuutta kehitetään talvimatkailun palvelutarjonnan kehittämisen kautta. Myös majoituskapasiteetin kasvattaminen luo edellytyksiä matkailijamäärien kasvulle ympärivuotisesti. Luomalla ympärivuotisia työpaikkoja luodaan edellytyksiä asua Suomussalmella vakituisesti. Tasoittamalla sesonkia edistetään taloudellista kestävyttä. Luonnon vetovoimaa voidaan hyödyntää entistä paremmin huolehtimalla reitistöjen infrastruktuurin kunnosta. Reitistöinfrastruktuurilla on merkitys eräänlaisena edellytystekijänä matkailulle. Reitistöinfra ohjaa luontomatkailukäyttöä siten, että muu luonto ei tarpeettomasti kulu hallitsemattoman luontoliikunnan vuoksi.

VAHVUUDET
LUONTO, HOSSA
PAIKALLISIDENTITEETTI
YHTEISTYÖ, PALVELUTARJONTA
RAATTEENTIE







MAHDOLLISUUDET
SOTAHISTORIA, ULKOILUREITISTÖT,
TEEMAREITIT, KYLÄT, KULTTUURI
TARINAT, KALEVALAISUUS

HEIKKOUEDET
KESKUSTOJEN KOHENNUSTA KAIPAAVA ILME
LAADUKKAAN MAJOITUSTARJONNAN VÄHYYS
SAAVUTETTAVUUS
TALVIMATKAILUN PALVELUTARJONTA

UHAT
VÄESTÖN VÄHENEMINEN
REITISTÖINFRAN KUNTO
SUPPEA MAJOITUSKAPASITEETTI

Kuva. Suomussalmen matkailun SWOT analyysi: vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.

Suomussalmi sijaitsee Kainuun pohjoisosassa reilun tunnin ajomatkan päässä Kajaanista. Autoilevat matkailijat voivat saavuttaa kohteen sujuvasti. Julkisen liikenteen yhteyksiä hyödyntävältä matka vaatii enemmän suunnittelua. Linja-autoyhteydet toimivat etelästä ja pohjoisesta, mutta Oulun suunnasta yhteydet ovat heikohkot. Lentoyhteydet ovat tärkeitä kansainvälisen matkailijan näkökulmasta, Suomussalmea lähinnä sijaitsevat Kajaanin ja Kuusamon sekä Oulun lentoasemat.

	Autolla Suomussalmelle saavutaan etelästä ja pohjoisesta E63 tietä. Maantie 8950 ja seututie 892 tuovat lännestä, Oulun suunnasta. Idästä maantiet 9110 ja 9130.	
	Linja-autolla on sujuvat yhteydet Kajaanista ja Kuusamosta. Hossan kansallispuistoon pääsee linja-autolla linjalla Kajaani–Suomussalmi–Kuusamo. Liikennöinti loppuu vuoden 2024 elokuussa.	
	Lähimmät juna-asemat ovat Kontiomäellä ja Kajaanissa	
	Lähimmät lentoasemat ovat Kajaanissa ja Kuusamossa	
	Julkisen liikenteen yhteyksien määrä vaihtelee eri vuodenaikoina. Liikkuminen Suomussalmen kunnan alueella on sujuvinta omalla autolla. Haasteena ovat pitkät välimatkat kohteiden välillä.	

Visio ja strategiset päätavoitteet

Suomussalmi on vastuullinen ja ympärivuotinen matkailukohde, joka tunnetaan aktiivisen luontoliikkuajan Hossasta, Raatteen tien historiasta sekä vivahteikkaasta kulttuurista.

Suomussalmella matkailija saa rentoutua ja virkistyä juurevan historian ja kulttuurin parissa erämaisen luonnon ympäröimänä.

Suomussalmi - lumoudu luonnosta, haltioidu historiasta ja kohtaa kulttuuri

Vastuullisuus kulkee Suomussalmen matkailun tavoitteissa läpileikkaavasti. Ympärivuotisen matkailun tavoittelemisen parantaa yritysten taloudellista kestävyyttä, mahdollistaa ympärivuotisia työpaikkoja Suomussalmella ja siten mahdollistaa aluetaloudellisten vaikutusten tasaisen kasvun. Historia, Hossan kansallispuisto ja paikalliskulttuuri ovat Suomussalmen keskeiset vetovoimatekijät. Tuotteistamalla vastuullisesti valituille kohderyhmille ja käyttämällä paikallisia palveluita vahvistetaan paikalliskulttuuria ja edistetään aluetaloutta. Kriittisiä tekijöitä matkailun ympärivuotiselle kasvulle on majoitustarjonta sekä digitalinen löydettävyyden ja ostettavuus. Niin ryhmämatkailijoille kuin omatoimimatkailijoille on varmistettava sujuvat matkakaketjut Suomussalmen eri kohteisiin. Matkaketjuja tarvitaan myös yhteyksissä Suomussalmea lähimmiltä lentokentiltä ja rautatieasemilta sekä niiden paluuyhteyksiin. Tulevaisuuden kehittämisessä on huomioitava, että kaikki matkailijat eivät saavu Suomussalmelle yksityisautoilla tai suurten ryhmämatkojen busseilla. Asukasmäärän pienentyessä kunnan vetovoimaa on edistettävä ja yhteistyö oppilaitosten kanssa sekä kuntamarkkinointi ovat tärkeitä tekijöitä osaavan työvoiman saatavuuden takaamiseksi.

Suomussalmen tavoitteet vuoteen 2030

Kansainvälinen ryhmämatkailu

Kasvua kansainvälisestä matkailusta

Digitalinen löydettävyyden ja ostettavuus

Suomussalmen yritysten tuotteet ovat helposti ostettavissa ja löydettävissä.

Ympärivuotisuus

Kehitetään ympärivuotisia tuotteita ja palveluita valituille kohderyhmille

Vastuullisuus

Suomussalmi on vastuullinen matkakohde

Majoitustarjonta

Nykyisen majoituksen tason nosto ja uudet majoitusinvestoinnit

Osaaminen ja työvoima

Kehitetään yritysten osaamista ja Suomussalmen vetovoimaa asuinpaikkana.

Saavutettavuus

Suomussalmelle on olemassa yhteydet keskeisimmiltä lento- ja rautatieasemilta

Suomussalmen matkailun kohderyhmät

Kotimaiset kohderyhmät

Kotimaan kohderyhmät ilmentävät Suomussalmen matkailutarjontaa ja selkeyttää kotimaan matkailun eri ryhmiä. Jaottelemalla kohderyhmiä voidaan sisältöjä ja markkinointitoimenpiteitä kohdentaa tarkemmin ja suunnitella kullekin kohderyhmälle suunnattuja palveluita. Esteettömyys on vahvuus, jota hyödynnetään ja korostuu eri kohderyhmissä. Kohderymänä liikuntarajoitteiset ovat myös mahdollisuus Suomussalmelle. Potentiaalinen kohderyhmiä läpileikkaava ryhmä Suomussalmelle ovat myös karavaanarit tai matka-autoilijat.

Kyläilijät ja mökkeilijät

Omalla tai ystävien mökillä vierailijat. Kulttuurikohteet ja nähtävyydet, tapahtumat. Tutustuminen paikallisiin herkkuihin ja nähtävyyksiin.

Aktiiviset lapsiperheet

Aktiviteettejä ja mukavaa yhdessäoloa koko perheen voimin. Esteettömyys ja lapsiystävällisyys ovat tärkeitä asioita. Monipuolista tekemistä niin perheen vanhemmille kuin pienemmillekin jäsenille.

Nuoret seikkailijat

Kokemuksia ja elämyksiä etsivät nuoret aikuiset kokeilevat uusia lajeja ja aktiviteettejä. He ovat myös valmiita matkustamaan hyvien harrastusmahdollisuuksien perässä ja toteuttamaan omaa intohimoa. Uudet kohteet jo koettujen kohteiden rinnalle.

Kulttuurista ja luonnosta nauttivat +55-ikäiset

Luonnossa viihtyville ja kulttuurista kiinnostuneille aktiivisille +55-ikäisille luonto, paikallisuus, historia, uuden oppiminen sekä näistä nouseva hyvinvointi ovat tärkeitä teemoja. Varttuneemman sukupolven kiinnostus kulttuurihistoriaa kohtaan luo potentiaalia. Esteettömyys ja helppous on tärkeää kohderyhmälle.



Kansainväliset kohderyhmät

Kansainväliset kohderyhmät pohjautuvat Visit Finlandin tutkimuksen pohjalta määrittämiin segmentteihin. Tilastoanalyysin pohjalta Visit Finland on vuonna 2023 tuottanut 11 segmenttiä. Visit Finland keskittyy ensivaiheessa seuraaviin segmentteihin: Nature lover, Culture traveller, Lifestyle traveller ja Outdoor explorer sekä tukisegmentteinä Active hobbyist ja City life enthusiast. Yhdestätoista segmentistä, on valittu Suomussalmen vahvuuksiin perustuen ne kohderyhmät, joihin Suomussalmella erityisesti keskitytään. Kansallispuisto brändinä on tunnettu maailmanlaajuisesti.

Lifestyle Traveller

Segmentti, joka on kiinnostunut matkustamaan tutkimattomampia polkuja löytääkseen aitoa ja paikallista kulttuuria ja elämäntapaa.

Nature Lover

Segmentti, joka haluaa nähdä ja kokea luonnon tarjoamat ihmeet ja on laajasti kiinnostunut luonnosta ja siihen liittyvistä ilmiöistä.

HOSSA: Outdoor Explorer

Segmentti, joka arvostaa aitoa luontoa ja ulkoilma-aktiviteetteja. Kansallispuistosta kiinnostuneet. Haluaa kokea aktiivisen loman, joka voi sisältää esimerkiksi pyöräilyä tai patikointia. Haluaa vahvistaa omaa yhteyttään luontoon.

KULTTUURI: Culture traveller

Segmentti, joka on innokas oppimaan uutta paikalliskulttuurista ja jolla on laaja kiinnostus erilaisiin kulttuuriaiheisiin, kuten historiaan, taiteeseen ja arkkitehtuuriin. Raatteentien historia ja muut kulttuurikohteet.

Saksa

Ranska

Britannia

Sveitsi

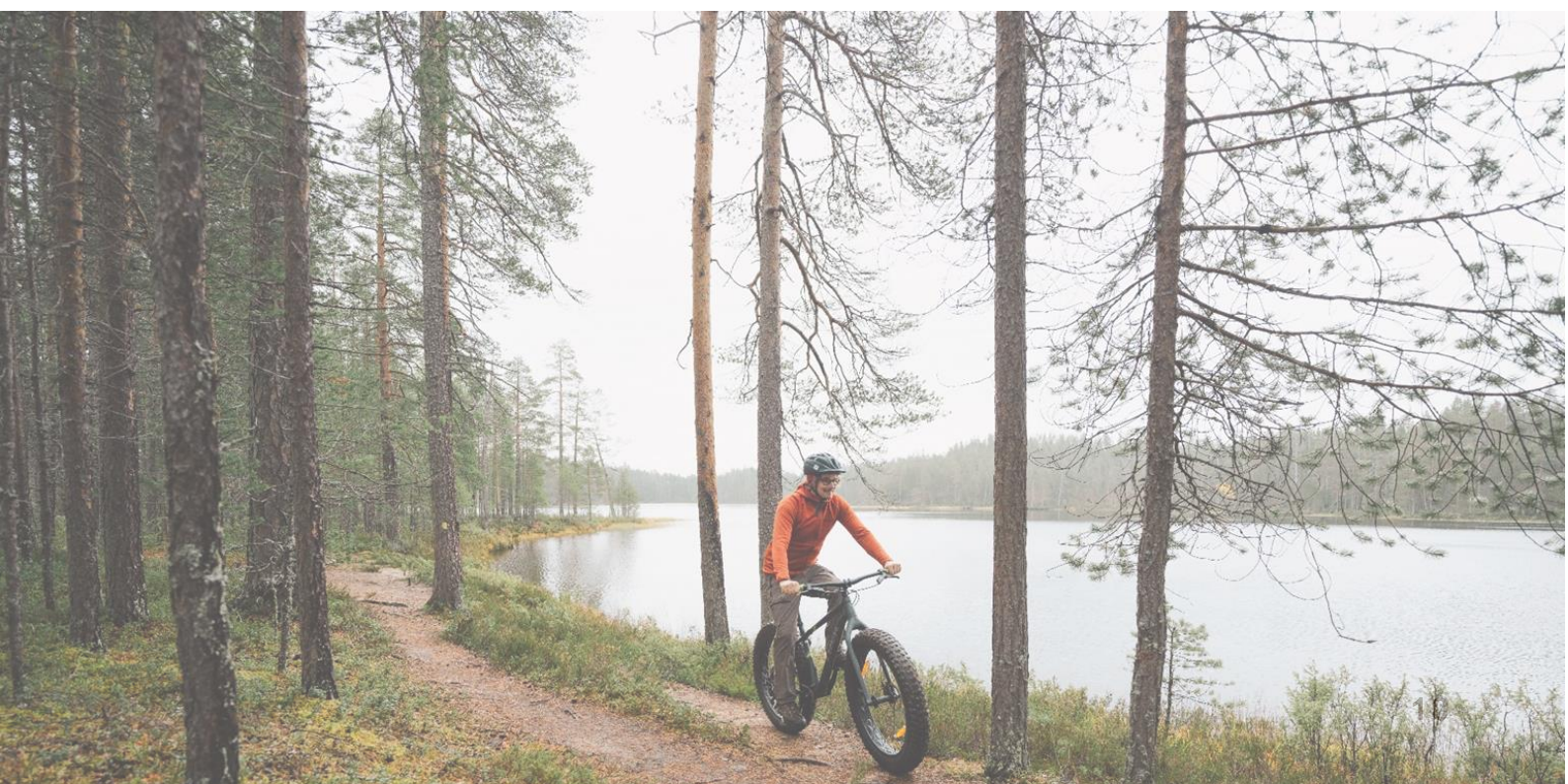
Italia

Belgia

Baltia

Ruotsi

Hollanti



Toimenpideohjelma

Toimenpideohjelma on jaettu Suomussalmen tavoitteisiin ja niihin liittyviin toimenpiteisiin. Toimenpiteille on nimetty vastuutaho, aikataulu ja mahdollinen mittari. Toimenpiteet on vaiheistettu kahteen vaiheeseen; vaihe yksi vuodet 2024-2026 ja vaihe kaksi 2027-2030.

Majoitustarjonnan kehittäminen

Nykyisen majoituksen tason nosto ja uusien majoitusinvestointien edistäminen.

Hossan kansallispuistossa majoituskapasiteetti on pullonkaula etenkin kansainvälisen matkailun kehittymisen kannalta. Tavoitteena on luoda etenkin kansainvälisille kohderyhmille sopivaa majoitus- ja palvelutarjontaa ja sitä kautta kasvattamaan kansainvälistä matkailua alueella. Hossan luonteeseen soveltuu hyvin itsepalvelumajoitus omilla keittiöillä. Suomussalmen kuntakeskuksessa Kiannon Kuohuilla on potentiaalia ja kapasiteettiä majoittaa suurempiakin ryhmiä, mutta tason nosto on ajankohtainen. Tavoitteena on hyödyntää nykyistä kapasiteettiä tason nostolla ja Hossan kansallispuiston vapaat tontit.

TOIMENPIDE	VASTUUTAHO	AIKATAULU	MITTARI
Kehitetään kansallispuistoon liittyvän majoitustarjontaa	Kunta, Metsähallitus	Vaihe 1	
Investorin ja operaattorin haku investointikohteeseen	Kunta, Metsähallitus	Vaihe 1	
Kiannon kuohujen majoituksen tason nosto	Yritys	Vaihe 2	
Houkutellaan uusia matkailuyrittäjiä ja majoitusinvestointeja ja esitellään näille alueen liiketoimintamahdollisuuksia (<i>Liiketoimintamahdollisuudet ja kannattavuuden edellytykset alustavasti selvitettyinä</i>)	Kunta	Vaihe 1	Uusien yritysten määrä, uusien palveluiden määrä
Selvitetään majoitustarjonnan tila ja vapaa-ajan asuntojen vuokrauspotentiaali (<i>majoitusten kategorisoiminen ja kv-standardien luominen</i>)	Matkailuasiantuntija	Vaihe 1	Vuodepaikkojen määrä, mökkien määrä



Kansainvälinen ryhmämatkailu

Haetaan kasvua kansainvälisestä ryhmämatkailusta

Ryhmämatkailussa tavoitellaan myös pienempiä ryhmäkokoja kuin esimerkiksi bussiryhmän kokoisia ryhmiä. Ryhmäkooltaan 8 – 20 hengen ryhmät ovat suuria ryhmiä paremmin hallittavissa, asiakasta kohti saatava tuotto voi olla parempi kuin suurten ryhmien osalta. Lisäksi pienet ryhmät kokevat saavansa henkilökohtaisempaa ja parempaa palvelua kuin suurissa ryhmissä. Ulkomaiset matkanjärjestäjät myyvät nykyisin aiempaa enemmän matkatuotteita pienille ryhmille. Eri matkanjärjestäjät voivat ostaa paikkoja samoille lennoille tai muihin kulkuyhteyksiin muiden matkanjärjestäjien kanssa ja näin Suomussalmella on mahdollisuus hyödyntää lentoyhteyksiä Kuusamoon ja Kajaaniin. Kehitetään ryhmämatkailua unohtamatta omatoimimatkailejia.

TOIMENPIDE	VASTUUTAHO	AIKATAULU	MITTARI
Selvitetään eri kohderyhmille tarjottavat palvelukokonaisuudet	Matkailuasiantuntija, yritykset	Vaihe 1	Palvelukokonaisuuksien määrä
Osallistutaan myyntitapahtumiin ja verkostoidutaan	Matkailuasiantuntija, yritykset	Vaihe 1	Myyntitapahtumat/vuosi
Kehitetään palvelupaketteja yhteistyössä Kajaanin ja Kuusamon kanssa (<i>Tarjotaan Suomussalmen kokonaisuuksia osaksi suurempaa kokonaisuutta</i>)	Matkailuasiantuntija, yritykset	Vaihe 2	Uudet kokonaisuudet ja myytävät paketit
Selvitetään Business Finlandin vientiavustuksia vientihankkeen mahdollisuuksista	Elinvoimajohtaja ja matkailuasiantuntija	Vaihe 2	

Digitalinen saavutettavuus ja ostettavuus

Suomussalmen yritysten tuotteet ovat helposti ostettavissa ja löydettävissä. Kohderyhmät löytävät helposti heitä kiinnostavia palveluita.

Suomussalmen matkailuyritysten tuotteet ja palvelut ovat vaihtelevasti ostettavissa digitalisesti. Tavoitteena on kehittää asiakkaan digitalinen ostopolku sujuvaksi ja helpoksi. Yritysten oma verkkokauppa ja tuotteiden saatavuus ja esimerkiksi vakiohähdöt ja aukioloajat ovat yksi perusasioista, mitä täytyy kehittää. Verkostoidutaan matkanjärjestäjäyritysten kanssa, verkkokaupan omaavien alueiden kanssa ja selvitetään oman Visit Suomussalmen verkkokaupan perustamista (vertaa Business Oulun verkkokauppa). Yhdessä ollaan vahvempia.

TOIMENPIDE	VASTUUTAHO	AIKATAULU	MITTARI
Matkailuyritysten verkkokauppojen kehittäminen	Matkailuyritykset Matkailuasiantuntijan tuki	Vaihe 1	Verkkokauppojen määrä
Verkostoidutaan DMC toimijoiden kanssa ja aloitetaan konkreettinen yhteistyö	Yritykset	Vaihe 1 jatkovaa	
Järjestetään yksilöllisiä koulutuksia/sparrauksia yrityksille teemaan liittyen	Matkailuasiantuntija	Vaihe 1 jatkovaa	
Selvitetään Visit Suomussalmen sivuille verkkokaupan perustamista (esim. Johku, Bokun) (<i>Tai yhteistyössä muun organisaation kanssa</i>)	Elinvoimajohtaja, matkailutiimi	Vaihe 1	

Ympärivuotisuus

Kehitetään ympärivuotisia tuotteita ja palveluita valituille kohderyhmille. Kehittämällä ympärivuotisuutta luodaan ympärivuotisia työpaikkoja Suomussalmelle.

Suomussalmen matkailu painottuu kesäsesonkiin. Vilkkaimmat kuukaudet ovat kesäkuusta syyskuuhun. Ulkomaalaisten matkailijoiden osalta heinäkuu ja kesä on ollut vilkkainta aikaa. Kuitenkin vuonna 2023 majoitustilastoissa yöpymisten osalta helmikuu ja joulukuu ovat ylittäneet heinäkuun luvut rekisteröityjen majoitusten osalta (Tilastokeskus, majoitustilasto). Tavoitteena onkin kehittää talvimatkailuun liittyvää palvelutarjontaa kansainvälisille kohderyhmille. Ympärivuotisuuden kehittäminen tukee Suomussalmen tavoitetta edistämään kunnan houkuttelevuutta asuinpaikkana ja mahdollistaa ympärivuotisten työpaikkojen tarjoamisen muuttajille. Ympärivuotisuus edistää yritysten taloudellista kestävyttä.

Tavoitellaan eri kohderyhmiä eri vuodenaikoihin sen mukaan, milloin lähtömaissa on lomakausia. Euroopassa suurin lomakuukausi on elokuussa ja esimerkiksi Belgiassa lomakaudet on jaettu saksan, ranskan ja hollanninkielisten alueiden välillä kevään ja karnevaaliajan lomaviikkoja.

TOIMENPIDE	VASTUUTAHO	AIKATAULU	MITTARI
Kehitetään ympärivuotisesti tapahtumia (esim. kulttuuri- ja urheilutapahtumia)	Matkailuasiantuntija, matkailuneuvoja, yritykset, kulttuurituottajat	Jatkuvaa	Tapahtumien määrä ja kävijämäärät
Kehitetään ympärivuotista palvelutarjontaa	Matkailuyrittäjät, kulttuurituottajat matkailuasiantuntijan tuella	Jatkuvaa	Uusien palvelutuotteiden määrä, aukiolo kk määrä
Kasvatetaan tietoisuutta palvelualojen yritysten keskuudessa matkailun tuomista mahdollisuuksista ja yhteistyön potentiaalista	Matkailuasiantuntija	Jatkuvaa	
Kehitetään luontomatkailupohjaisia talviaktiiviteettejä	Matkailuasiantuntija matkailuyritykset	Vaihe 1	Uusien tuotteiden ja palveluiden määrä
Kohdennetaan markkinointia lähtömaiden lomasesonkeja huomioiden	Matkailuasiantuntija	Vaihe 1 jatkuvaa	



Vastuullisuus

Suomussalmi on vastuullinen matkakohde ja saavuttanut STF-kohdemerkin vuoteen 2030 mennessä. Matkailua kehitetään paikallisia ihmisiä ja kulttuuria kunnioittaen.

Suomussalmen alueen matkailu perustuu historian, kulttuurin ja luonnon yhdistämiseen. Paikallisuus ja paikalliset tuotteet ja palvelut ovat yksi perusta Suomussalmen matkailulle. Luonnon ja kulttuurin kunnioittaminen on osa toimintaa. Suomussalmelle on koottu oma vastuullisen matkailun työryhmä, jonka kokoonpanoon kuuluu alueorganisaation, matkailuyrittäjien sekä muiden paikallisten sidosryhmien edustajia.

Suomussalmen vastuullisuustyön lyhyen aikavälin päätavoite on saada yli puolet alueen matkailuyrityksistä mukaan pitkäjänteiseen kestävä matkailun kehittämistyöhön sekä jalkauttaa alueelle laadittu matkailijan etiketti näkyvästi Suomussalmella vieraileville matkailijoille. Pidemmän aikavälin tavoitteena on ympärivuotisen matkailun edistäminen, matkailijoiden viiptymän pidentäminen ja aluetason Sustainable Travel Finland-merkki, jonka kriteerinä on, että merkki on 51 %:lla matkailualueen yrityksistä. Keväällä 2024 kolme matkailuyritystä oli Visit Finlandin Sustainable Travel Finland polulla kehittäen matkailutoiminnan vastuullisuutta ja todentaen jo tehtyä työtä, yhdellä yrityksellä on jo sertifikaatti.

TOIMENPIDE	VASTUUTAHO	AIKATAULU	MITTARI
Selvitetään matkailuyritysten vastuullisuustoimien nykytila	Matkailuasiantuntija	Vaihe 1	Kyselylomake
Sitoutetaan yrityksiä vastuullisen matkailuliiketoiminnan kehittämiseen ja harjoittamiseen sekä tuetaan yrityksiä STF-mittareiden käyttöönotossa (neuvonta, sparraukset, koordinointi)	Suomussalmen kunta	Vaihe 1 & 2 Jatkuvaa	STF-merkinnän saaneiden yritysten määrä ja STF-polulla olevien yritysten määrä
Kehitetään esteettömiä palvelupaketteja erilaisille ryhmille ja viestitään esteettömyydestä	Suomussalmen kunta Metsähallitus Matkailuyritykset		Esteettömien reittien määrä, Esteettömien majoituspalveluiden %-osuus
Luodaan yhteiset viestinnän pelisäännöt ja ohjeet	Visit Suomussalmi Matkailuyritykset	Vaihe 1	
Kytetään säännöllinen vastuullisuusviestintä keskeiseksi osaksi alueen markkinointiviestintää. Viestitään asiakkaille kestävästä valinnoista, etiketistä, tavoitteista sekä saaduista sertifikaateista.	Visit Suomussalmi (matkailuneuvoja ja matkailuasiantuntija) Matkailuyritykset	Vaihe 1 Jatkuvaa	%osuus yrityksistä, jotka tarjoavat palveluita liikuntarajoitteisille / viestivät kaikkien asiakasryhmien turvallisuudesta & tervetulleesta asiointista (esim. LGBTQ). Viestinnän monikielisyys ja saavutettavuus
Pyritään käyttämään paikallisten toimijoiden tuotteita ja palveluita kunnan ja yritysten toiminnassa ja kehittää niitä yhteistyössä (erityisesti kulttuuriin ja ruokaan liittyvät)	Matkailuyritykset Suomussalmen kunta		Osuus asukkaista, jotka ovat tyytyväisiä matkailun vaikutuksiin paikkakunnalla % paikallisista palveluista ja tuotteista
Aloitetaan kunnan hiilijalanjäljen laskenta ja kannustetaan yrityksiä myös sen laskentaan ja pienentämiseen	Matkailuyritykset kunta	Jatkuvaa	% yrityksistä laskenut lähtötilanteen yritysten ja kunnan hiilijalanjälki

Saavutettavuus

Suomussalmelle on olemassa yhteydet keskeisimmiltä lento- ja rautatieasemilta. Ylläpidetään olemassa olevia yhteyksiä ja kehitetään uusia.

Suomussalmelle pääsee hyvin omalla autolla valtatieä pitkin. Julkisia yhteyksiä ympäröivistä kaupungeista ja kunnista tulee kuitenkin edistää. Julkiset yhteydet helpottavat autottomien ja omatoimimatkailijoiden liikkumista ja saapumista Suomussalmelle. Yhteydet Oulusta, Kajaanista ja Kuusamosta ovat tärkeitä kehittämisen kohteita. Toimivat matkaketjut lentokentiltä osana tuotetta tai palvelua on kriittisessä roolissa saavutettavuuden kannalta ja on asia mitä yritykset voivat toteuttaa myös yhdessä. Omatoimimatkailijoiden määrä on kasvussa ja on tärkeää varmistaa sujuvat matkaketjut eri kohteisiin Suomussalmella ja se, että tieto matkaketjuista on myös helposti saatavilla matkailijalle.

TOIMENPIDE	VASTUUTAHO	AIKATAULU	MITTARI
Edistetään Suomussalmen kohteiden saavutettavuutta julkisella liikenteellä	ELY, liikennöitsijät Suomussalmen kunta	Vaihe 2	Reittien/vuorojen määrä, Ympärivuotisuus
Vakiinnutetaan bussiyhteys Suomussalmen ja Oulun välillä	ELY, liikennöitsijät Suomussalmen kunta	Vaihe 1	Reittien/vuorojen määrä, Ympärivuotisuus
Selvitetään yhteiskuljetusmahdollisuuksia matkakohteiden ja kuntakeskuksen välillä	Suomussalmen kunta, liikennöitsijät	Vaihe 1	
Sähköisen lentoliikenteen selvitys liikennemuodon edistyessä	Suomussalmen kunta	Vaihe 2	



Osaaminen ja työvoima

Kehitetään yritysten osaamista ja Suomussalmen vetovoimaa asuinpaikkana.

Matkailualan osaaja- ja työvoimapula vaikuttaa myös Suomussalmeen. Kunnan houkuttelevuus asuin- ja työpaikkana on erittäin tärkeää osaavan työvoiman saamisessa alueelle. Kunnan houkuttelevuutta käsitellään elinvoimaohjelmassa. Yhteistyö oppilaitosten kanssa mahdollistaa alueellisen osaamisen jäämisen alueelle ja yritysten aktiivisuus eri tason oppilaitoksia kohtaan voi innostaa ja houkutella uusia tekijöitä alalle. Tätä kautta voidaan viestiä matkailualan mahdollisuuksista Suomussalmella. Myös kansainvälisten opiskelijoiden ja työntekijöiden potentiaali on tunnistettava.

TOIMENPIDE	VASTUUTAHO	AIKATAULU	MITTARI
Varmistetaan ammatti- ja kielitaitoisen työvoiman saatavuus yhteistyössä oppilaitosten kanssa	Oppilaitokset, kunta, TE-toimisto	Jatkuvaa	
Järjestetään matkailuyritysten vierailuja eri tason oppilaitoksissa ja oppilaiden vierailuja yrityksissä sekä harjoittelupaikkoja	Oppilaitokset, kunnan sivistyspalvelut, matkailuasiantuntija	Jatkuvaa	Vierailujen ja harjoittelupaikkojen määrä
Kehitetään ja päivitetään matkailuyrittäjien ja palvelualojen osaamista koulutuksin ja valmennuksin (markkinointi, ympäristösertifikaatit, digitaalisuus)	Matkailuasiantuntija	Jatkuvaa	
Jaetaan alueelle muuttaneiden yrittäjien, työntekijöiden ja perheiden tarinoita eri kanavissa	Elinvoimapalvelut, matkailuasiantuntija	Jatkuvaa	Tarinoiden määrä ja niiden suosio
Hyödynnetään kansainvälistä työvoimaa (tuetaan yrityksiä mm. neuvonnan kautta)	Elinvoimapalvelut, maahanmuuttopalvelut ja matkailuasiantuntija	Vaihe 2	Uudet ulkomaalaistaustaiset asukkaat



Kehittämisen organisointi ja johtaminen

Kehittämissuunnitelman toimeenpano ja koordinointi: Suomussalmen kunta

Seuranta: Matkailutiimi

- Tehtävänä tiedonkulun, seurannan ja jatkotoimenpiteiden varmistaminen
- Kokoontuminen kaksi kertaa vuodessa ja erikseen tarvittaessa (hankkeet, investoinnit, muut toimenpiteet). Markkinointiin liittyvät kokoontumiset järjestetään erikseen.

Sitoutuminen

- Yrittäjien aamukahvit/matkailutoimijoiden tiimipäivät ja yritystapaamiset kvartaaleittain.
- Tapaamisissa voidaan keskustella ajankohtaisista kehittämissuunnitelman toimenpiteistä tai ajankohtaisesta teemasta ja kerätä tietoa yritysten varaustilanteesta ja muista indikaattoreista. Tilaisuuksiin voidaan kutsua innostavia puhujia, kouluttajia tai muuten tarjota tukea yrityksille ja sopia yhteisistä asioista ja kuulla yrittäjiä.
- Kaikkien osapuolten sitoutuminen ja yhteistyö on elintärkeää! (Yritykset, kunta, järjestöt, liikennöitsijät, muut toimijat ja sidosryhmät)

Tiedolla johtaminen

Tiedolla johtaminen tarkoittaa päätöksentekoa tietoon perustuen. On tärkeää, että käytettävissä on jatkuvasti ja helposti saatavaa laadukasta dataa, johon voimme luottaa ja tehdä päätöksiä, jotka pohjautuvat tuon datan analysointiin ja tulkintaan. Oleellista on avoimuus toimijoiden välillä tiedonvaihtoon ja jakoon liittyen. Tiedolla johtaminen on kulttuuri ja toimintatapa, mitä tulee systemaattisesti ottaa kaikkeen tekemiseen mukaan. Jotta matkailun kehittymistä pystytään johtamaan tiedolla, tulee nimetä vastuuhenkilö tiedon seuraamiseen ja analysointiin. Matkailuyrityksiltä kerättävää tietoa ovat yritysten varaustilanne, asiakaspalaute, energiankulutus ja hiilijalanjälki. Tietoa voidaan aloittaa keräämään niistä tiedoista, mitä on helppoiten saatavilla ja esimerkiksi hiilijalanjäljen laskennan seuraaminen kehittyä sitä mukaan, kun yritykset aloittavat sen laskennan.

Yrityksiltä kerättävän tiedon välineenä voi yksinkertaisimmillaan olla sähköinen kyselytyökalu (esim. Webropol), jonne yritykset itse suoraan täydentävät tarvittavat tiedot. Markkinoilla on myös edistyneempiä tiedonkeruutyökaluja, kuten esim. Salmi Platform, jonka avulla voidaan kerätä tietoa myös suoraan alueen matkailijoilta.

Tiedolla johtamiseen on laadittu mittaristo, joka on tämän kehittämissuunnitelman liitteenä.

TOIMENPIDE	VASTUUTAHO	LIITTYVÄ INDIKAATTORI
Osoitetaan henkilö, joka seuraa indikaattoreita/tilastoja kvartaali- ja vuositasolla.	Matkailuasiantuntija, elinvoimajohtaja	Taloudelliset indikaattorit vuositasolla
Kehitetään tiedonkeruuta järjestelmälliseksi esim. tiedonkeruusovelluksen/palvelun kautta.	Matkailuasiantuntija yhdessä elinvoimajohtajan kanssa	Matkailijoiden rahankäyttö, asiakaspalaute,
Vapaaehtoisen tiedonkeruujärjestelmän kehittäminen.	Matkailuasiantuntija	Tiedot ja indikaattorit yritysten tilanteesta
Selvitetään tarve brändi- ja mielikuvatutkimukselle	Elinvoimajohtaja	Markkinoinnin tuki ja indikaattorit

Yhteistyön merkitys

Suomussalmen matkailun kehittäminen yhteistyössä muiden alueiden kanssa on avainasemassa näkyvyyden ja kontaktien kannalta. Kunnan sisäinen yhteistyö on tärkeää, jotta matkailun näkökulma tulee otettua huomioon päätöksenteossa eri toimielimissä. Matkailuasiantuntija vastaa muiden työtehtäviensä ohella oleellisesti yhteistyön koordinoinnista. Suomussalmelle on koottu vastuullisen matkailun työryhmä, joka edistää vastuullisuusasioita ja koordinoi yhteisiä tavoitteita vastuullisuuteen liittyen.

Yhteistyö lähikuntien ja kaupunkien kanssa

- Yhteistyö lentoyhteyksien ja saavutettavuuden edistämiseksi
- Verkostoituminen alueiden yritysten ja myyntiorganisaatioiden kanssa
- Wild Taiga yhteistyön kehittäminen ja tukeminen
- Oulu2026 kulttuuripääkaupunkiyhteistyö
- Yhteistyö Rethinking North -hankkeen kanssa ja hankkeen tulosten hyödyntäminen
- Yhteistyö Kainuun lähikuntien kanssa (mm. Kuhmo, Sotkamo, Hyrynsalmi)
- Yhteistyö Koillismaan kuntien suuntaan (Naturpolis Oy)

Yhteistyö oppilaitoksien kanssa

- Tehdään yhteistyötä KAMK:in kanssa selvitys- ja tutkimustyön saralla
- Tehdään yhteistyötä Kainuun ammattiopiston kanssa koulutusohjelmasisältöjen sekä työharjoittelujen osalta
- Osallistutaan yhteisiin hankkeisiin
- Kehitetään yritysten osaamista ja osaavan työvoiman saatavuutta yhdessä

Yhteistyö Kainuun liiton kanssa

- Arctic Lakeland yhteistyö ja edunvalvonta liiton suuntaan

Yritykset ja yhdistykset

- Rakennetaan tiivis yhteisö ja luottamus Suomussalmen yritysten kesken
- Matkailuasiantuntija tiimeineen on tiiviissä vuorovaikutuksessa yritysten kanssa, keskustellen ja tarjoten heille tukea ja suunnitellussa esimerkiksi uusia markkinointitoimenpiteitä
- Yhteistyö yhdistysten kanssa sisällöntuotannossa matkailupalveluihin ja kehittämistyössä



Kuva. Suomussalmen matkailun yhteistyön kehikko