

Matkailun taloudelliset vaikutukset Etelä-Pohjanmaalla vuonna 2008

Välitön matkailutulo vuonna 2008	Milj.€
Seinäjoki	79
Muu Seinäjoen seutu	45
Järviseu	23
Suupohja	18
Kuusiokunnat	129
Kauhava	37
Etelä-Pohjanmaa	330



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Matkailun taloudelliset vaikutukset Etelä-Pohjanmaalla vuonna 2008

ISBN: 978-952-5763-14-0

ISSN: 1797-5409

Haaga Instituutti -säätiö

Haaga-Perho

Pajuniityntie11

00320 Helsinki

(09) 5807 8411

www.haaga.fi

www.haagaperho.fi

Sisällysluettelo

Esipuhe.....	1
2. Laskentatapa ja vertailukelpoisuus	2
3. Tiivistelmä	4
4. Välitön matkailutulo	5
5. Työllisyysvaikutukset	6
6. Välilliset vaikutukset.....	7
7. Tulevaisuuden näkymät	8
4.1. Liikevaihto 2008 -> 2009.....	8
4.2. Kehitysarviot vuosille 2010 – 2012	9
Liite 1. Vastanneet yritykset	13
Liite 2. Pohjoismainen tulo-työllisyysmenetelmä.....	14
Liite 3. Liikevaihdon kasvua tuovat kohderyhmät.....	17
Liite 4. Kehittämissuhteet	22

Esipuhe

Matkailuelinkeinon merkitys taloudellisen hyvän tuojana ja alueen imagon rakentajana on jo laajalti ymmärretty. Kun matkailuelinkeino kasvaa ja kehittyy, tarvitaan yhä enemmän toimialakohtaista tietoa matkailun erityispiirteistä ja matkailun taloudellisista vaikutuksista. Tämä tutkimus selvittää matkailun taloudelliset vaikutukset Etelä-Pohjanmaalla vuonna 2008. Tutkimuksen tilaajana oli MATKO 2, Matkailun koordinointi Etelä-Pohjanmaalla –hanke ja sen toteutti Haaga Instituutti –säätiön tutkimus- ja kehitysyksikkö Haaga-Perho. MATKO 2 on Seinäjoen ammattikorkeakoulun maa- ja metsätalouden yksikön hallinnoima hanke, jota rahoittaa Euroopan Unionin Manner-Suomen maaseuturahasto sekä alueen kaupungit ja kunnat.

Haaga-Perho kiittää kaikkia tutkimuksen yhteistyökumppaneita sekä haastatteluihin ja kyselyihin vastanneita henkilöitä.

Haaga-Perho

2. Laskentatapa ja vertailukelpoisuus

Matkailun taloudellisten vaikutusten määrittelyssä on käytetty **pohjoismaisen tulo-meno**-menetelmän matkailutulo-osuutta. Menetelmä on selostettu tarkemmin liitteessä 2, mutta seuraavassa on esitetty tiiviisti menetelmän runko. Laskenta etenee seuraavin vaihein:

1. Yrityskysely

Yrityskyselyssä selvitetään **matkailijoiden ostoista välittömästi** hyötyvien yritysten toimipaikoista liikevaihto ja ko. ostojen osuus liikevaihdosta. Matkailijoista hyötyviä toimialoja ovat tyypillisesti

- majoitus- ja ravitsemistoimialat
- ohjelmapalvelut eli taide-, virkistys- ja viihdetoimialat sekä näiden toimintaan liittyvä vuokraustoiminta
- vähittäiskauppa
- huoltamot, auton korjaus ja auton vuokraus
- muut toimialat kuten liikenne, matkatoimistot ja henkilökohtaiset palvelut

Yrityskysely toteutettiin loka-marraskuussa 2009 sähköpostitse ja pääosin puhelinkyselynä, joissa kerättiin 560:n matkailusta hyötyä saavien yritysten tiedot (liite 1). Vastanneiden yritysten yhteenlaskettu liikevaihto vuonna 2008 oli vajaat 600 miljoonaa euroa ja ne työllistivät vajaat 4 300 henkilöä. Kyselyt pohjautuivat toimeksiantajan työtä varten luovuttamiin yritysrekistereihin.

Yrityskyselyssä matkailijoiksi määriteltiin **seutukunnan ulkopuolelta** tulevat loma-, ostos- tai työmatkalla olevat henkilöt, jotka ovat tilapäisesti poissa kotipaikkakunnaltaan. Matkailijoita ovat mm. kesämökkiläiset sekä yöpyvät matkailijat että päiväkävijät. Matkailuun ei luetu ihmisten tekemiä säännöllisiä matkoja työ- tai opiskelijapaikkakunnalle, eikä myöskään tavanomaisia ostos- tai asiointimatkoja.

Yrityskyselyssä kysyttiin myös arviota vuoden 2009 tasosta ja, mikäli liikevaihdon oletettiin kasvavan, myös kasvun lähteinä olevista kohderyhmistä. Nämä kasvukohderyhmät on mainittu liitteessä 3. Liitteessä 4. esitetään vastanneiden yritysten ehdotukset Etelä-Pohjanmaan matkailun kehittämiseksi.

2. Yleistäminen ja laskenta

Edellä mainitun kyselyn tulokset yleistettiin eri toimialoille Tilastokeskuksen alueellisten toimialatilastojen avulla ja varsinaiset tulokset laskettiin Haaga-Perhon käyttämällä MTT-mallilla. Laskennassa kyselyyn vastannut toimipaikka sijoitettiin ilmoittamalleen päätoimialalle, vaikka samassa toimipaikassa olisi useampaan toimialaan kuuluvia toimintoja.

3. Tulosten vertailtavuus aikaisempien tutkimusten kanssa

Etelä-Pohjanmaan tasolla matkailun taloudelliset vaikutukset ovat vertailukelpoisia, joskin vuoden 2004 laskennasta ei esitetä menetelmäkuvausta. Seutukuntajako muuttui vuoden 2009 alussa, joten seutukunnittaiset luvut eivät ole vertailukelpoiset.

Tilastokeskus otti käyttöön vuoden 2009 alussa uuden TOL 2008 –toimialaluokituksen. Tämä luokitus poikkeaa hieman aikaisemmin käytetystä TOL 2002 –luokituksesta. Tästä syystä toimialoja ei voida täysin vertailla vuoden 2004 tutkimuksen lukuihin.

Lisäksi Haaga-Perhon käyttämän MTT-mallin työllisyysvaikutusten määrittely remontoitiin vuonna 2006, mistä syystä esimerkiksi matkailun työllisyysvaikutukset Ähtärissä vuonna 2005 eivät ole suoraan vertailukelpoiset nyt laskettujen kanssa.

3. Tiivistelmä

Vuonna 2008 matkailijat ostivat Etelä-Pohjanmaan palveluita 330 miljoonalla eurolla. Asukasta kohden välitön matkailutulo oli maakunnassa lähes 1 800 euroa. Vuodesta 2004 välitön matkailutulo kasvoi reaaliarvoltaan runsaalla 40 miljoonalla eurolla eli 14 prosentilla. Merkittävimpiä tulonsaajia olivat Seinäjoen seutukunnan ohella Kuusiokunnat, missä erityisesti Veljekset Keskinen Oy:llä on merkittävä osa matkailijoiden houkuttajana ja matkailutulon muodostajana.

Vähittäiskauppa on tulonsaajana merkittävin matkailutoimiala, sillä sen osuus välittömästä matkailutulosta oli 57 prosenttia. Kun vähittäiskaupan osuuteen lisätään autoala eli autokauppa, huoltamatoiminta ja ajoneuvojen huolto, osuus nousee jo 76 prosenttiin. Välillinen matkailutulo, eli matkailuelinkeinon ostot muilta toimialoilta, olivat Etelä-Pohjanmaalla 83 miljoonaa euroa.

Matkailu työllisti Etelä-Pohjanmaalla lähes 3 500 kokoaikaisen työpaikan verran. Suurimpia työllistäjiä olivat vähittäiskauppa ja majoitus- ja ravitsemistoiminta.

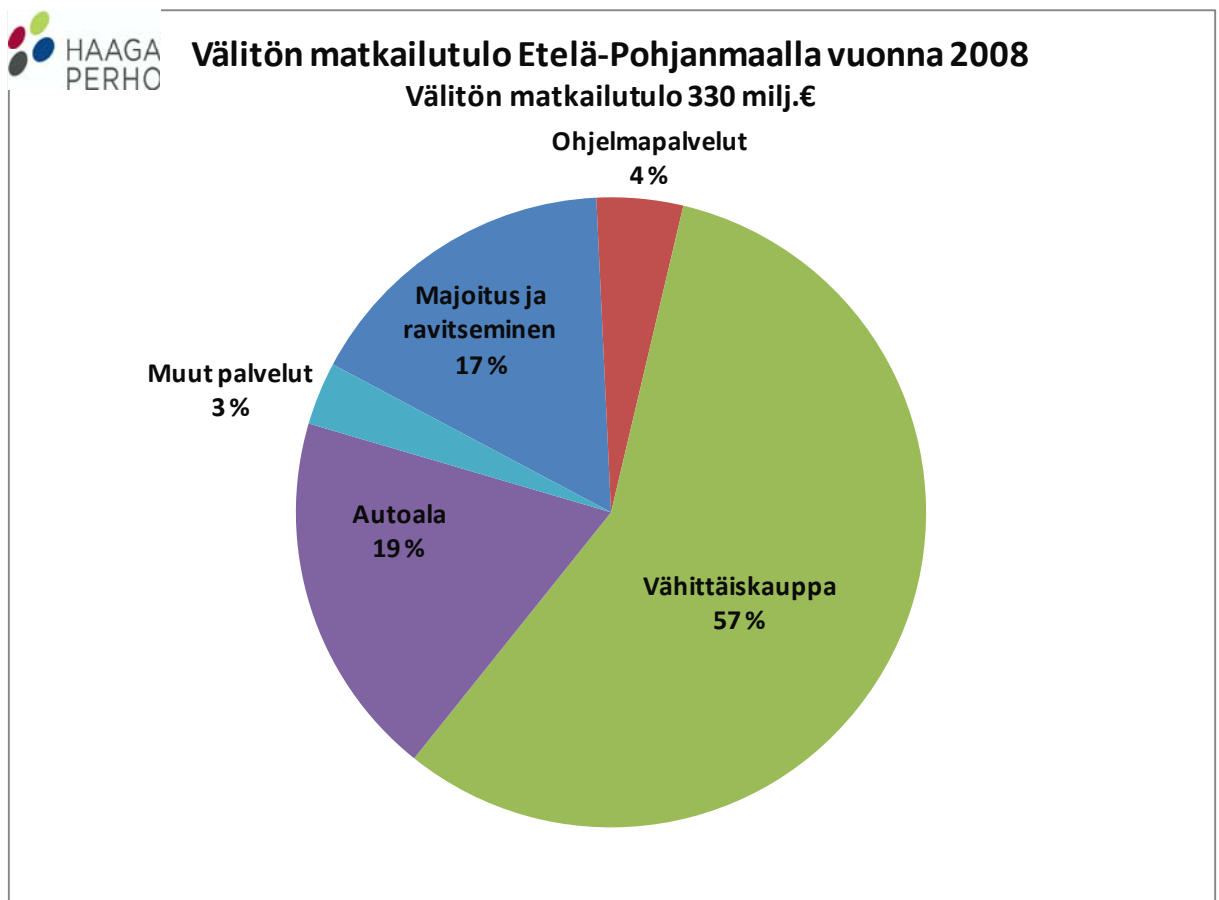
Matkailun aikaansaama palkkatulovaikutus oli vuonna 2008 runsaat 102 miljoonaa euroa. Maksetuista palkoista tulivat lähes 20 miljoonan euron palkkaverotulot.

Vuodesta 2009 ei tule yritysten arvioiden mukaan kovin pahaa lamavuotta. Yrityskyselyyn vastanneista 560 yrityksestä kaksi kolmasosaa uskoo liikevaihtonsa pysyvän vuoden 2008 tasolla. Noin neljännes arvioi liikevaihtonsa jopa kasvavan. Lähes puolet odottaa liikevaihtonsa nousevan lähinnä kotimaisen perhe- ja osittain yritysmatkailun kasvun myötä myös vuosina 2010 – 2012. Liikevaihdon kasvu ei juuri heijastu työvoiman kysyntään, sillä 84 prosenttia yrityksistä aikoo pitää työntekijämääränsä nykyisen suuruisena. Yrityksistä neljännes aikoo kasvattaa investointejaan ainakin jonkin verran vuosina 2010 – 2012.

Yrityskyselyn mukaan matkailun kehittämisen avainsanoja ovat maakunnan tai sen osalueiden tunnetuksi tekeminen ja imagon nosto, panostaminen markkinointiin sekä yritysten keskinäinen yhteistyö, ”kateus pois”.

4. Välitön matkailutulo

Vuonna 2008 Etelä-Pohjanmaan saama välitön matkailutulo oli lähes 330 miljoonaa euroa. Matkailijoista hyötyivät ennen kaikkea kaupan yritykset. Vuoden 2005 tutkimuksen mukaan matkailutulo kasvoi vuosina 2004 – 2008 reaaliarvoin laskettuna runsaat 40 miljoonaa euroa eli vajaat 14 prosenttia. Maakunnan välitön matkailutulo henkeä kohden oli 1 797 euroa. Kuviossa ja taulukossa toimiala autosektori sisältää autokaupan, huoltamotoiminnan sekä auton huoltamisen ja vuokraamisen. Ryhmään muut palvelut kuuluvat mm. liikenne, matkatoimistoala ja henkilökohtaiset palvelut.



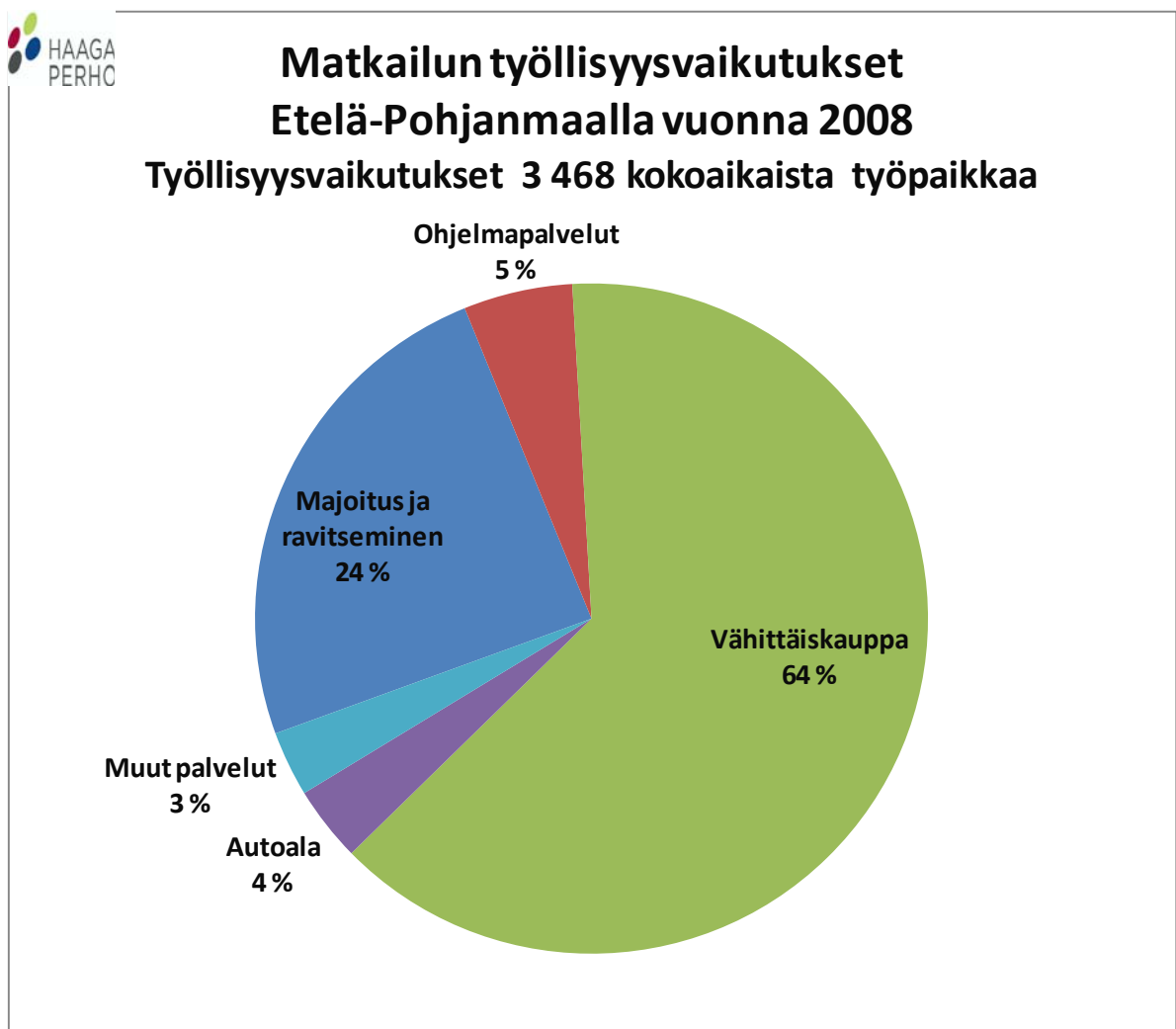
Vähittäiskaupan suuri osuus kertoo myös ostosmatkailun suosiosta. 2000-luvulla ostosmatkailu on ollut eteläisessä Suomessa yksi nopeimmin kasvaneista matkailun tuoteryhmistä.

Veljekset Keskinen Oy:n vetovoiman vuoksi Kuusiokuntien osuus maakunnan matkailutulosta oli lähes 40 %. Seinäjoen seutukunnan osuus Etelä-Pohjanmaan välittömästä matkailutulosta oli runsas kolmannes. Kuntakentän muutosten vuoksi seutukunnittaiset tulokset eivät ole vertailukelpoisia aikaisempien tutkimusten kanssa.

Milj. €	Majoitus ja ravitseminen	Ohjelmapalvelut	Vähittäiskauppa	Autoala	Muut palvelut	Yhteensä
Seinäjoki	15,2	5,2	26,4	27,1	4,7	78,6
Muu Seinäjoen seutu	8,6	1,7	16,4	17,3	1,3	45,2
Järviseu	10,3	0,9	8,4	2,0	1,2	22,8
Suupohja	1,8	0,3	12,0	2,0	1,5	17,6
Kuusio	10,5	4,3	103,3	9,6	1,3	129,0
Kauhava	7,9	2,3	21,7	4,1	0,6	36,6
Yhteensä	54,4	14,6	188,2	62,0	10,6	329,8

5. Työllisyysvaikutukset

Matkailu työllisti Etelä-Pohjanmaalla vuonna 2008 vajaan 3 500 kokoaikaisen työpaikan verran. Suurimpia työllistäjiä olivat kaupan sekä majoitus- ja ravitsemisalan yritykset.



Seutukunnittain suurimmat tulonsaajat Kuusiokunnat ja Seinäjoen seutu ovat matkailussaan myös suurimpia työllistäjiä.

<i>Kokoaikaiset työpaikat</i>	<i>Majoitus ja ravitseminen</i>	<i>Ohjelma-palvelut</i>	<i>Vähittäis-kauppa</i>	<i>Autoala</i>	<i>Muut palvelut</i>	<i>Yhteensä</i>
Seinäjoki	240	69	307	54	37	707
Muu Seinäjoen seutu	119	16	190	34	18	378
Järviseutu	181	10	97	4	11	304
Suupohja	20	2	139	4	20	186
Kuusiokunnat	143	50	1 221	20	15	1 449
Kauhava	143	34	252	9	7	444
Yhteensä	846	182	2 205	126	109	3 468

6. Välilliset vaikutukset

Välillinen matkailutulo, eli matkailusta suoraan hyötyä saavien yritysten ostot muilta toimialoilta, olivat Etelä-Pohjanmaalla 83 miljoonaa euroa. Välillinen matkailutulo kattaa kaikki ostot, myös ostot Etelä-Pohjanmaan ulkopuolelta.

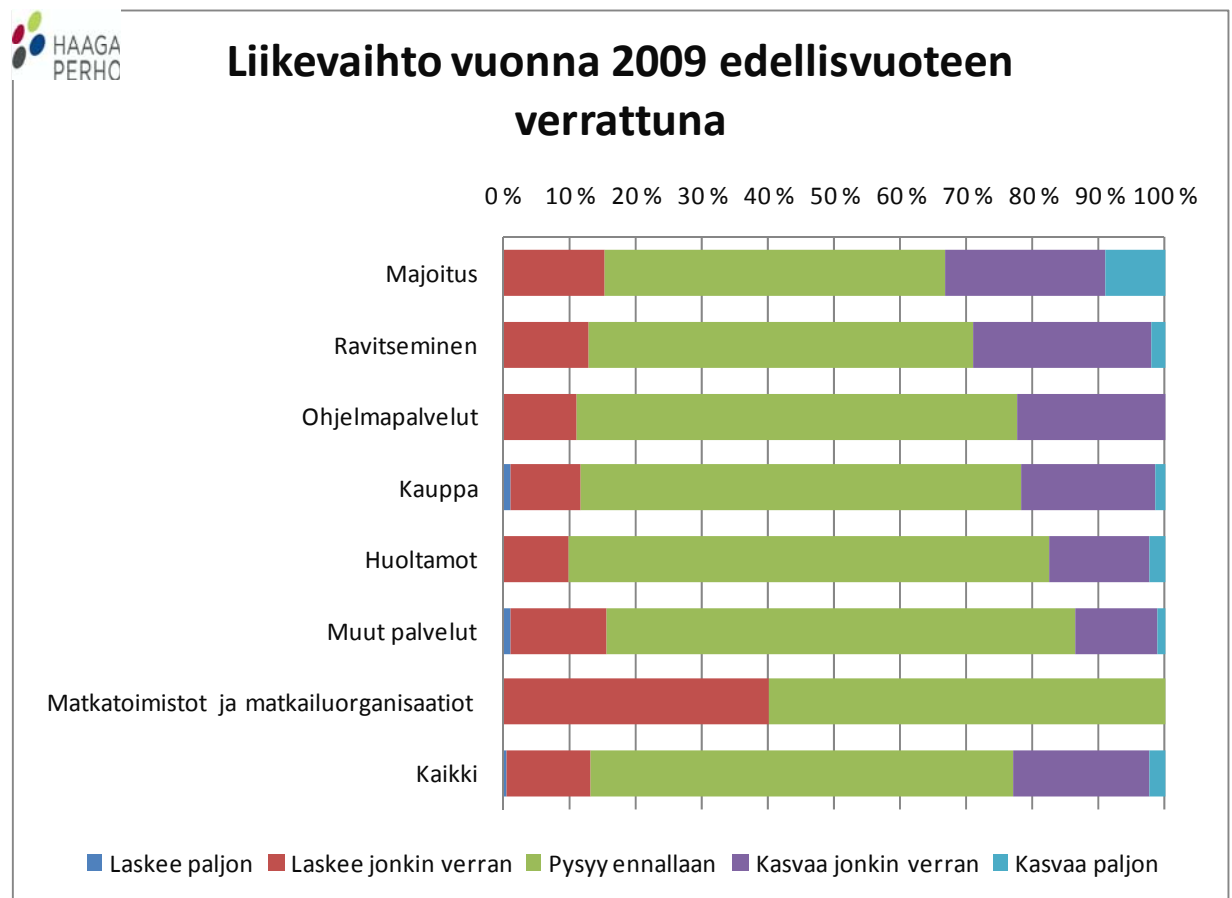
	<i>Välillinen matkailutulo</i>	<i>Palkkatulovaikutukset</i>	<i>Verotulovaikutukset</i>
Seinäjoki	25,2	22,2	4,2
Muu Seinäjoen seutu	11,0	11,8	2,2
Järviseutu	9,8	9,4	1,8
Suupohja	3,4	5,6	1,1
Kuusiokunnat	22,1	40,1	7,9
Kauhava	11,5	13,3	2,6
Yhteensä	83,0	102,4	19,9

Palkkatulovaikutukset olivat koko maakunnassa runsaat 102 miljoonaa euroa. Maksetuista palkoista Etelä-Pohjanmaan kunnat saivat lähes 20 miljoonan verotulot.

7. Tulevaisuuden näkymät

4.1. Liikevaihto 2008 -> 2009

Yrityskyselyssä kysyttiin myös arviota vuoden 2009 liikevaihdosta vuoteen 2008 verrattuna. Vastanneista kaksi kolmasosaa arvioi liikevaihtonsa vuonna 2009 pysyvän vuoden 2008 tasolla. Positiivisimpia ovat majoittajat, joista kolmannes uskoi liikevaihdon kasvavan. Synkimmät talousnäkökymät ovat matkatoimistoilla ja matkailuorganisaatioilla, joista 40 % odotti liikevaihtonsa laskua.

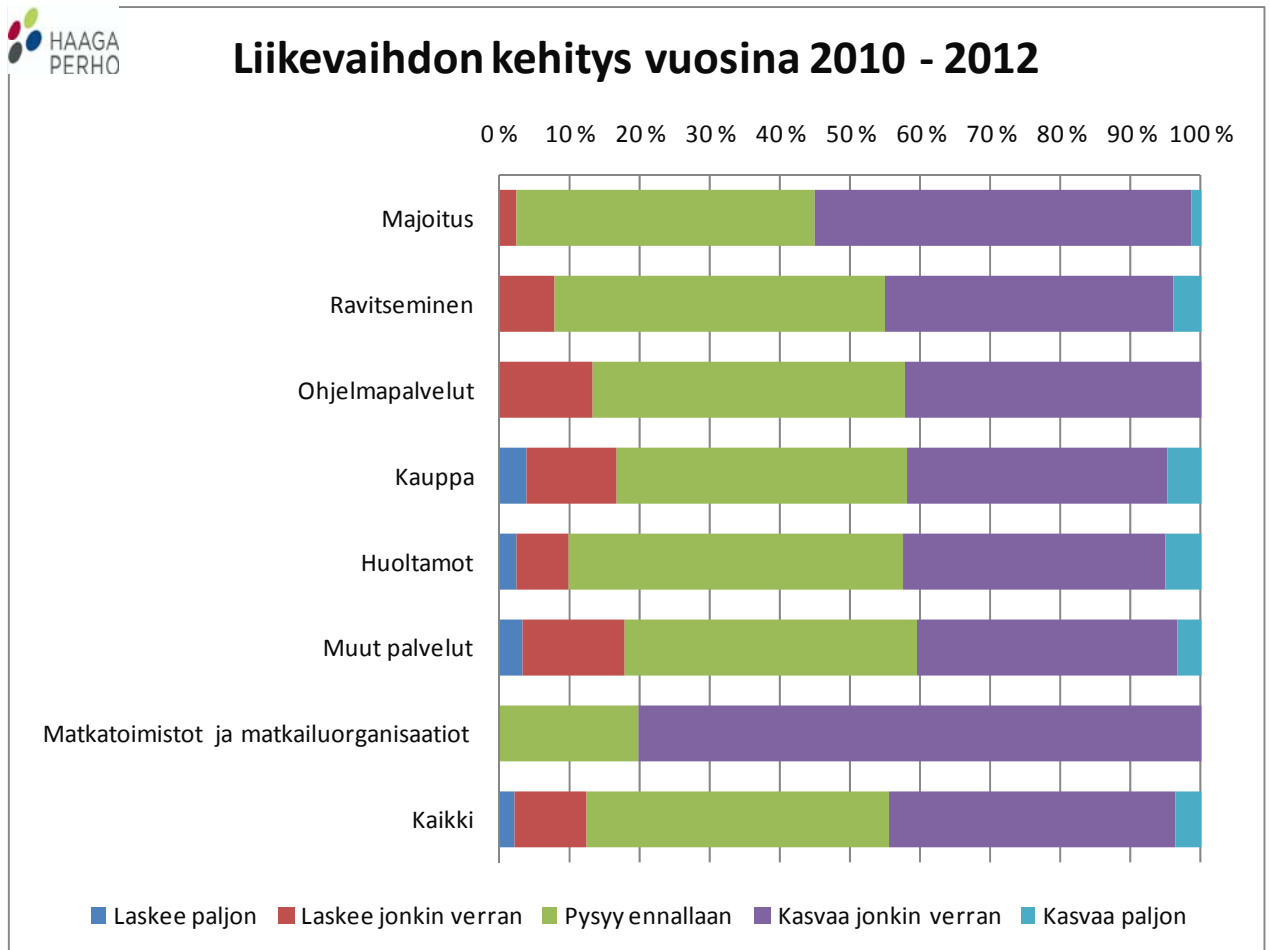


<i>Liikevaihto 2009</i>	<i>Laskee paljon</i>	<i>Laskee jonkin verran</i>	<i>Pysyy ennallaan</i>	<i>Kasvaa jonkin verran</i>	<i>Kasvaa paljon</i>
Majoitus	0 %	15 %	51 %	24 %	9 %
Ravitseminen	0 %	13 %	58 %	27 %	2 %
Ohjelmapalvelut	0 %	11 %	67 %	22 %	0 %
Kauppa	1 %	11 %	67 %	20 %	1 %
Huoltamot	0 %	10 %	73 %	15 %	3 %
Muut palvelut	1 %	15 %	71 %	12 %	1 %
Matkatoimistot ja matkailuorganisaatiot	0 %	40 %	60 %	0 %	0 %
Kaikki	1 %	13 %	64 %	20 %	3 %

4.2. Kehitysarviot vuosille 2010 – 2012

Liikevaihto

Vastanneista yrityksistä lähes puolet odottaa liikevaihtonsa kasvavan jonkin verran vuosina 2010 – 2012. Suurimmat kasvuodotukset olivat majoittajilla ja matkatoimistoilla.



<i>Liikevaihto 2010 - 2012</i>	<i>Laskee paljon</i>	<i>Laskee jonkin verran</i>	<i>Pysyy ennallaan</i>	<i>Kasvaa jonkin verran</i>	<i>Kasvaa paljon</i>
Majoitus	0 %	3 %	42 %	54 %	1 %
Ravitseminen	0 %	8 %	47 %	41 %	4 %
Ohjelmapalvelut	0 %	13 %	44 %	42 %	0 %
Kauppa	4 %	13 %	41 %	37 %	5 %
Huoltamot	3 %	8 %	48 %	38 %	5 %
Muut palvelut	3 %	15 %	42 %	37 %	3 %
Matkatoimistot ja matkailuorganisaatiot	0 %	0 %	20 %	80 %	0 %
Kaikki	2 %	10 %	43 %	41 %	4 %

Kun yritykset odottivat liikevaihtonsa kasvavan, vaihtelivat kasvua tuovat asiakasryhmät suuresti. Majoitusyrityksille ja -yksiköille tärkeimmät kasvun lähteet ovat kotimaiset perheet tai yleensä kotimaiset matkailijat. Jossain määrin kasvua tulee myös yritysmatkailusta. Ohjelma-

palveluyritysten kohderyhmät heijastavat puolestaan yritysten omia kohderyhmiä. Ravitsemisyrietykset, samoin kuin kaupan, liikenteen sekä palvelualojen yritykset hakevat kasvua lähinnä paikallisilta markkinoilta ja osin matkailijoista. Vastanneiden yritysten mainitsema, kasvua tuovat kohderyhmät on lueteltu tarkemmin liitteessä 3.

Tärkeimmät kasvukohderyhmät

- kotimaiset lapsiperheet
- kotimaiset vapaa-ajan matkailijat
- yritysmatkailijat

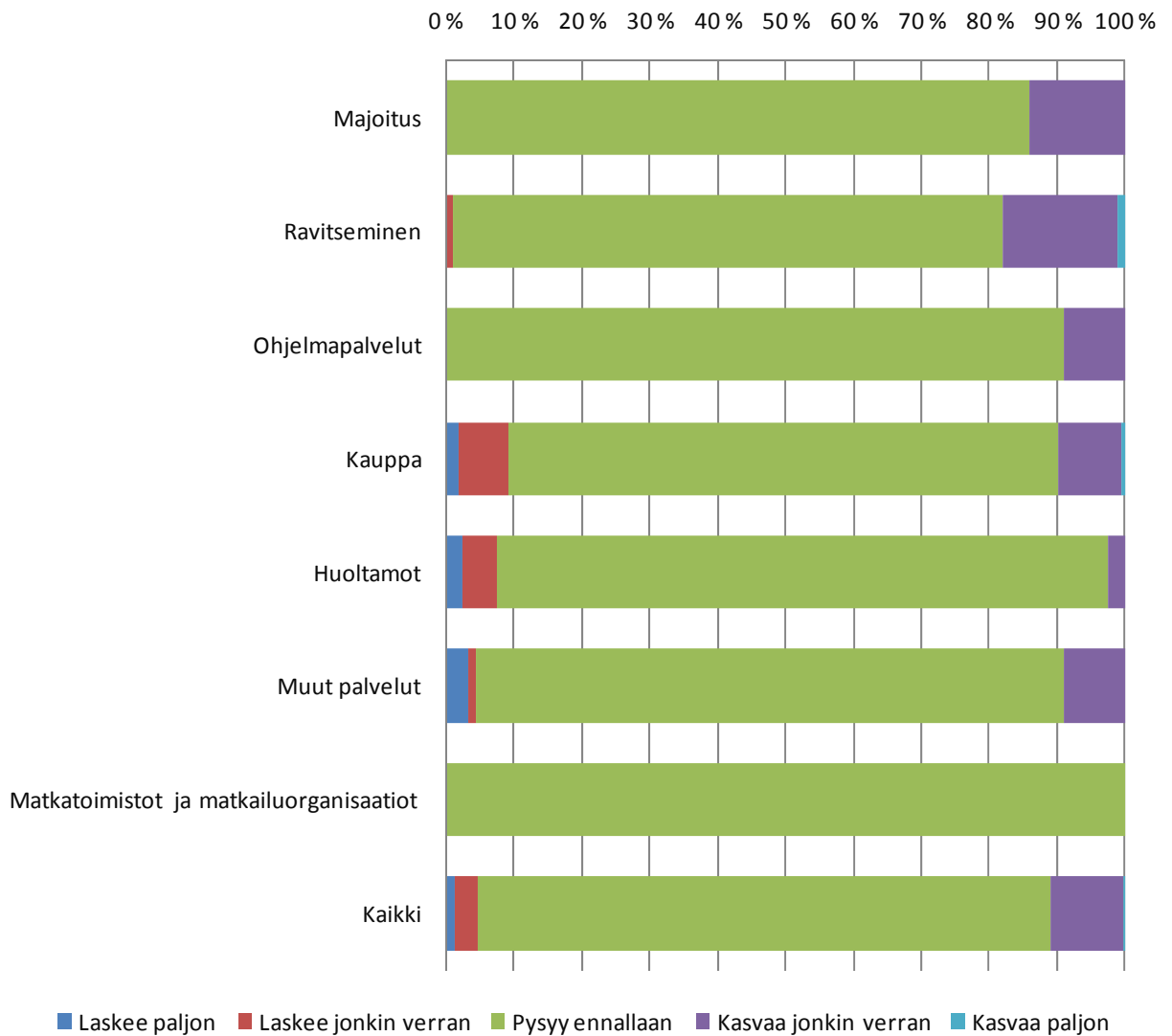
On merkillepantavaa, että vastanneet yritykset keskittyvät aivan muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta kotimaisille markkinoille. Toisin sanoen vain harva yritys oli valmis panostamaan ulkomaanmarkkinointiin.

Työvoiman kysyntä

Valtaosa vastanneista yrityksistä odottaa työvoimatarpeensa pysyvän ennallaan. Majoitus- ja ravitsemisalan yrityksissä työvoiman kysyntä kasvaa hieman keskimääräistä enemmän.



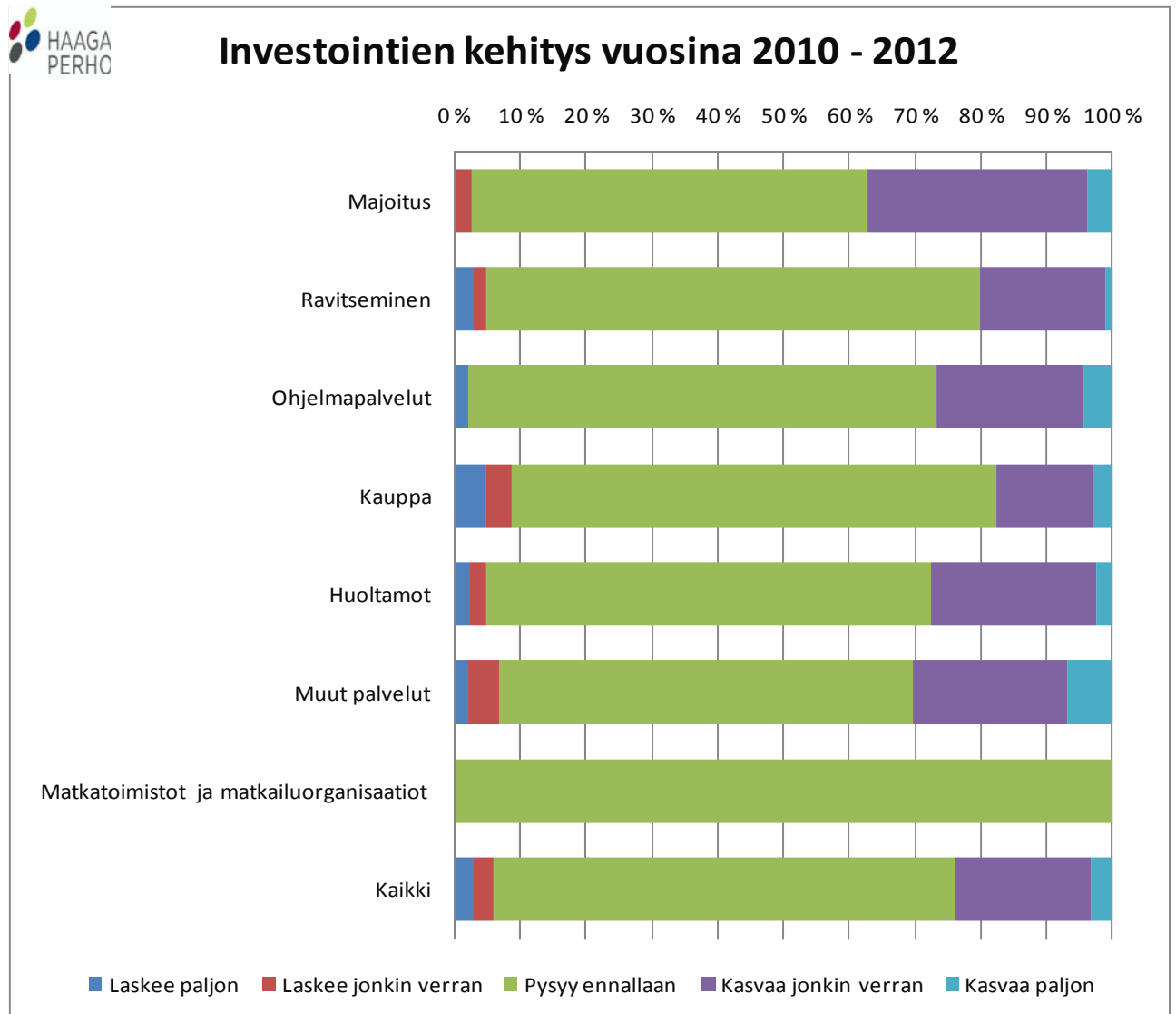
Työvoiman kysynnän kehitys vuosina 2010 - 2012



Työvoiman kysyntä 2010 -2012	Laskee paljon	Laskee jonkin verran	Pysyy ennallaan	Kasvaa jonkin verran	Kasvaa paljon
Majoitus	0 %	0 %	86 %	14 %	0 %
Ravitseminen	0 %	1 %	81 %	17 %	1 %
Ohjelmapalvelut	0 %	0 %	91 %	9 %	0 %
Kauppa	2 %	7 %	81 %	9 %	0 %
Huoltamot	3 %	5 %	90 %	3 %	0 %
Muut palvelut	3 %	1 %	87 %	9 %	0 %
Matkatoimistot ja matkailuorganisaatiot	0 %	0 %	100 %	0 %	0 %
Kaikki	1 %	3 %	84 %	11 %	0 %

Investoinnit

Vastanneista yrityksistä 76 % tyytyy vain välttämättömiin korjausinvestointeihin. Runsas viidennes lisää investointejaan hieman ja 19 yritystä aikoo lisätä investointejaan merkittävässä määrin. Majoittajista jopa 37 % kasvattaa investointejaan ja ohjelmapalveluyrityksistäkin runsas viidennes.



Investoinnit 2010 -2012	Laskee paljon	Laskee jonkin verran	Pysyy ennallaan	Kasvaa jonkin verran	Kasvaa paljon
Majoitus	0 %	3 %	60 %	33 %	4 %
Ravitseminen	3 %	2 %	75 %	19 %	1 %
Ohjelmapalvelut	2 %	0 %	71 %	22 %	4 %
Kauppa	5 %	4 %	73 %	15 %	3 %
Huoltamot	3 %	3 %	68 %	25 %	3 %
Muut palvelut	2 %	4 %	63 %	24 %	7 %
Matkatoimistot ja matkailuorganisaatiot	0 %	0 %	100 %	0 %	0 %
Kaikki	3 %	3 %	70 %	21 %	3 %

Liite 1. Vastanneet yritykset

	<i>Kpl</i>	
Majoitus	78	14 %
Ravitseminen	100	18 %
Ohjelmapalvelut	45	8 %
Kauppa	203	36 %
Huoltamot	40	7 %
Muut palvelut	89	16 %
Matkatoimistot ja matkailuorganisaatiot	5	1 %
Yhteensä	560	100 %

	<i>Kpl</i>	
Alajärvi	16	3 %
Alavus	21	4 %
Evijärvi	16	3 %
Ilmajoki	21	4 %
Isojoki	15	3 %
Jalasjärvi	15	3 %
Karjajoki	15	3 %
Kauhajoki	15	3 %
Kauhava	50	9 %
Kuortane	39	7 %
Kurikka	50	9 %
Lappajärvi	20	4 %
Lapua	45	8 %
Seinäjoki	76	14 %
Seinäjoki/Peräseinäjoki	30	5 %
Soini	15	3 %
Teuva	15	3 %
Töysä	15	3 %
Vimpeli	16	3 %
Ähtäri	55	10 %
Yhteensä	560	100 %

Liite 2. Pohjoismainen tulo-työllisyysmenetelmä

Menomenetelmä

Menomenetelmällä saadaan selville matkailijoiden tutkimusalueella kuluttamat rahamäärät matkailijaryhmittäin. Menomenetelmän perustiedot kerätään matkailijahaastatteluiden tai -kyselyiden avulla. Yleisesti käytetty matkailuryhmittely on seuraava:

1. Yöpyvät, majoituspaikkana
 - hotelli tai motelli
 - kesähotelli, retkeilymaja tai matkustajakoti
 - leirintäalue
 - maaseutumatkailukohde
 - sukulaiset tai tuttavat
 - omalla loma-asunnolla yöpyvät
2. Päiväkävijät

Tulomenetelmä

Tulomenetelmällä selvitetään toimialoittain matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset. Tulomenetelmän tietolähteenä ovat yrityskyselyt. Kun tulo- ja menomenetelmien tulokset ovat lähellä toisiaan, tutkimuksen tulosta voidaan pitää luotettavana.

Eniten matkailutuloa saadaan yleisesti ottaen seuraavilta toimialoilta:

1. Vähittäiskauppa
2. Autoala: huoltamot, ajoneuvon korjaus, auton vuokraus ja autokauppa
3. Majoituspalvelut
4. Ravitsemispalvelut
5. Ohjelmapalvelut
6. Henkilökohtaiset palvelut

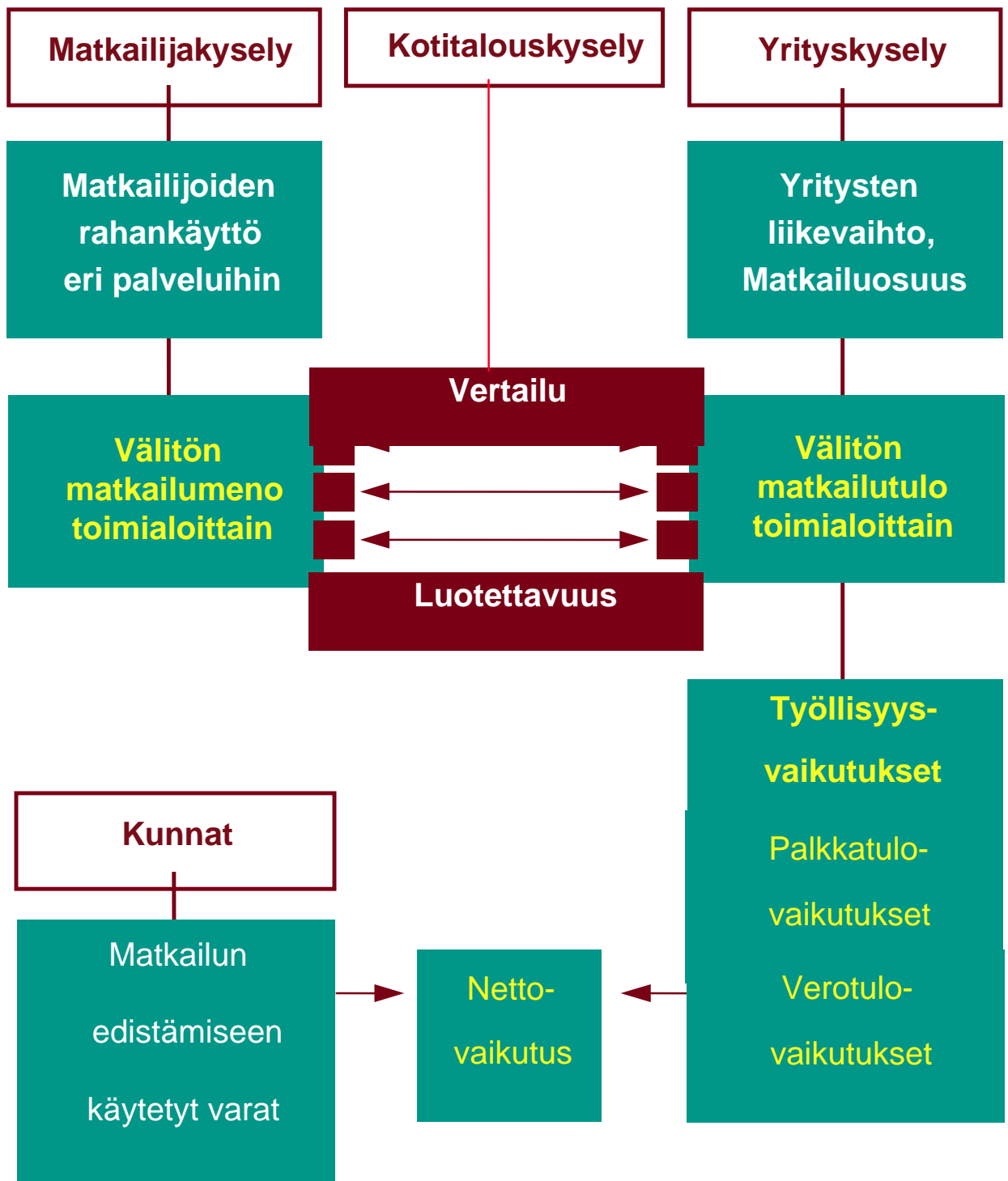
Käsitteet

Tulo- ja menomenetelmässä käytetään seuraavia käsitteitä

<i>Välitön matkailumeno:</i>	matkailijoiden tavaroiden ja palvelusten ostot tutkimusalueella
<i>Välitön matkailutulo:</i>	tutkimusalueen yritysten ja toimipaikkojen matkailusta saama liikevaihdon bruttolisäys
<i>Välitön työllisyysvaikutus:</i>	yritysten ja toimipaikkojen matkailuliikevaihtoa vastaava työllisyys henkilötyövuosina ilmaistuna
<i>Välitön palkkatulovaikutus:</i>	välitöntä matkailutuloa saavien yritysten ja toimipaikkojen välitöntä työllisyyttä vastaava palkkavaikutus, eli maksetut palkat
<i>Välillinen matkailutulo:</i>	välitöntä matkailutuloa saavien yritysten tavara- ja palveluostojen perusteella syntyvä liikevaihdon lisäys hankkijayrityksissä
<i>Välillinen palkkatulovaikutus:</i>	välillistä matkailutuloa saavien yritysten välillistä

	työllisyyttä vastaava palkkavaikutus eli maksetut palkat
<i>Johdettu palkkatulovaikutus: (indusoitu)</i>	johdettu palkkatulovaikutus syntyy kulutuksen kerroinvaikutuksena maksetuista palkoista
<i>Verotulovaikutus:</i>	matkailun palkoista johdettu verotulo tutkimusalueen kunnille

MTT-malli



©Haaga-Perho

Liite 3. Liikevaihdon kasvua tuovat kohderyhmät

Majoitusyritykset ja –yksiköt

Eläkeläisistä perheisiin	Koko Suomi
Harrasteryhmät	Koko Suomi
Hääparit	Satakunta, Pohjanmaa, Etelä-Pohjanmaa
Hääporukat	Koko Pohjanmaa
Kaikki	Koko Suomi
Kaikki	Koko Suomi
Kaikki matkailijat	Koko Suomi
Kaikki matkailijat	Koko Suomi
Karavaanarit	Ympäri Suomea
Karavaanarit	Koko Suomi
Keski-ikäiset kuluttaja-asiakkaat esim. juhlapäivinä	Satakunta, Pohjanmaa, Etelä-Pohjanmaa
Kesämatkailijat (perhe)	Koko Suomi
Kokousvieraat	Koko Suomi
Kotimaan matkailijat	Koko Suomi
Kotimaan matkailijat	Koko Suomi
Kotimaiset mökkimatkailijat	Koko Suomi
Lapsiperheet	Pirkanmaan alueelta
Lapsiperheet	Koko Suomi
Lapsiperheet	Koko Suomi
Lapsiperheet	200 km säteellä ja pk-seutu
Lapsiperheet	Väli-Suomi
Lapsiperheet	Koko Suomi
Lapsiperheet	Pohjanmaan maakunta
Lapsiperheet	Etelä-Suomi ja Keski-Eurooppa
Lapsiperheet	Etelä Pohjanmaa
Lapsiperheet (eläinpuisto)	Helsingin seutu
Liikematkustajat	Häme ja Uusimaa
Lomamatkalaiset	Koko Suomi
Matkailijat	Koko Suomi
Metsästysmatkailijat	Keski-Eurooppa
Nuoret lapsiperheet	Oulu, Tampere, Jyväskylä, Satakunta
Ohikulkijat	Koko Suomi
Perhe tapahtumat	Etelä-Pohjanmaa
Perheet	Koko Suomi
Perheet	Etelä- ja Länsi-Suomi
Perheet	Koko Suomi
Perheet, joissa on kotieläin	Etelä-Suomi
Perhejuhlat	Etelä- ja Keski-Suomi
Perhematkailijat	Koko Suomi
Perhematkailijat	Koko Suomi
Reppurit, verkostoituminen	Koko Suomi
Ruotsin suomalaiset	Ruotsi
Ryhmät	Etelä- ja Länsi-Suomi
Sukeltajat	Koko Suomi
Työporukat	Koko Suomi
Työporukoiden majoitus	Koko Suomi
Ulkomaiset turistit	Venäjä, Japani
Ulkomaalaiset turistit	Ulkomaat
Ulkomaalaiset turistit	Ulkomaat

Urheiluopiston käyttäjät	Koko Suomi
Yhdistykset	Etelä-Pohjanmaa
Yksityisasiakkaat	Lähialueet
Yritykset	Koko Suomi
Yritykset	Koko Suomi
Yritykset	Etelä-Pohjanmaa
Yritysten kokouspalvelut	Satakunta, Pohjanmaa, Etelä-Pohjanmaa

Ravitsemisyrietykset ja –yksiköt

15–70 -vuotiaat	Ilmajoen alue
18–40 -vuotiaat	Alavus
Ilta-asiakkaat	Ilmajoki
Kaikki	Pohjanmaan maakunta
Kaikki	Koko Suomi
Kaikki	Seinäjäki
Kauppojen palvelupisteet	Lähialueet
Keski-ikäiset	Koko Suomi
Kotimaan matkailijat	Koko Suomi
Lapsiperheet	Lähialueet
Lapsiperheet	Kaikki
Matkailijat	Koko Suomi
Matkailijat	Koko Suomi
Matkailijat	Koko Suomi
Matkailijat	Koko Suomi
	Oulu, Mikkeli, Kuopio,
	Vaasa
Nuoret aikuiset	Lähimaakunnat
Nuoret aikuiset	Lähialueet
Nuoret perheet	Lähialueet
Nuoriso	Lähialueet
Nuoriso	Lähialueet
Nuoriso	Teuva
Nuoriso	Etelä-Pohjanmaa
Ohikulkeva liikenne.	Etelä-Pohjanmaa
Ohikulkijat	Koko Suomi
Paikalliset asukkaat	Teuvan alue
Paikalliset asukkaat	Ilmajoen alue
Paikalliset asukkaat	Soinin kunnan alue
Perheet	Lähialueet
Perheet	Entinen Vaasan Lääni
Pitopalvelun käyttäjät	Etelä-Pohjanmaa
Rekkakuskit	Koko Suomi
Ryhmämatkat	Koko Suomi
Tehtaan työntekijät	Etelä-Pohjanmaa
Turistimatkaajat	Koko Suomi
Ulkomaalaiset	Ulkomaat
Yrittäjät	Lähialueet
Yritykset	Etelä-Pohjanmaa
Yritykset	Soinin lähikunnat
Yritysten työaikainen ruokailu	Etelä-Pohjanmaa

Ohjelmapalveluyrietykset

Eläkematkailijat	200 km säteellä Alavudelta
Etelä-pohjalaiset	Etelä-Pohjanmaa

Golfaajat, matkailijat	Kaikki
Hyvinvointimatkailu	Koko Suomi
Kalastusmatkailijat	Koko Eurooppa ja Venäjä
Kansainväliset matkailijat	Naapurimaat, Saksa
Karavaanarit	Koko Suomi
Keski-ikäiset	Seinäjoen alue
Lapset ja nuoret	Koko Suomi
Lapsiperheet	Koko Suomi
Lapsiperheet	Länsi-Suomi
Messukävijät	Koko Suomi
Nuoret aikuiset	Mikkelin alue
Ravintola- ja lipunmyyntitoiminta	Koko Suomi
Työhyvinvointipalveluiden käyttäjät	Etelä-Pohjanmaa
Vapaa-ajan käyttäjät	Etelä-Pohjanmaa
Yritykset	Etelä-Pohjanmaa
Yritykset	Lähialueet
Yritysasiakkaat	Koko Suomi

Vähittäiskauppa

Autoharrastajat	Ympäri Suomea
Autoilijat	Etelä-Pohjanmaa ja muukin Suomi
Autoilijat	Seinäjoki
Design-kalusteita hakevat henkilöt	Koko Suomi
Eläkeläiset	Alavus
Eläkeläiset	Lapua
Eläkeläiset	Kurikka ja lähikunnat
Ilmajokelaiset	Ilmajoki
Kaikenikäiset	Koko Suomi
Kaikki	Lapuan ympäristökunnat
Kaikki	Härmän alue
Kaikki	Etelä-Pohjanmaa
Kaikki	Lapua
Kaikki	Länsi-Suomi
Kaikki	Länsi-, Keski- ja Etelä-Suomi
Kaikki	Suomi
Kaikki asiakkaat	Entinen Jurvan kunta ja osa Teuvaa
Kaikki asiakkaat	Seinäjoki
Kaikki asiakkaat	Etelä-Pohjanmaa
Keski-ikäiset	Etelä-Pohjanmaa
Keski-ikäiset	Teuva
Keski-ikäiset	Kurikka ja lähikunnat
Keski-ikäiset	Etelä-Pohjanmaa
Kesäasukkaat ja lähikuntalaiset.	Lappajärven kunta.
Koiran omistajat	Koko Etelä-Pohjanmaan maakunta
Korjaamoyritykset	Ympäri Suomea
Kotitaloudet	Lähialueet
Kuluttavassa vaiheessa olevat perheet.	Etelä-Pohjanmaa
Lapsiperheet	Etelä-Pohjanmaa
Lapsiperheet	Lähialueet
Lapsiperheet	Ilmajoen alue
Lapsiperheet	Ilmajoki
Lapsiperheet	Etelä-Pohjanmaa
Lapsiperheet	Lähialueet

Lapsiperheet	Etelä-Pohjanmaa
Lapsiperheet	Kurikka ja lähikunnat
Maatalousyrittäjät	Alavuden alue
Matkailijat	Muu Suomi
Matkailijat	Etelä-Suomi
Matkailuihmiset	Koko Suomi
Muut rakentajat	Etelä-Pohjanmaa
Mökkiläiset	Etelä-Pohjanmaa
Naiset	Lapuan ympäristökunnat
Naiset	Lapuan ympäristökunnat
Naiset	Lapuan ympäristökunnat
Naiset	Lähikunnat ja Lapua
Nuoret	Teuva
Nuoret aikuiset	Vanha Vaasan Läänin alue
Nuoret aikuiset	Seinäjoki ja lähikunnat
Nuoret aikuiset	Koko Suomi
Nuoret lapsiperheet	Kortesjärvi
Nuoret naiset	Koko Suomi
Nuoret perheet	Seinäjoki
Nuoriso	Lähialueet
Oluen ostajat	Alavus
Paikalliset asukkaat	Alajärvi
Paikalliset asukkaat	Teuva
Paikalliset asukkaat	Soinin kunnan alue
Perheelliset	Ilmajoen alue
Perheelliset matkailijat	Etelä-Suomi
Perheet	Etelä-Pohjanmaa
Rakennusliikkeet	Etelä-Pohjanmaa
Rakentajat	Lähialueet
Rakentamispuolelta	Koko Suomi
Suuret ikäluokat	Koko Suomi
Tavalliset kuluttajat	Lähialueet
Työssä käyvät ihmiset	Etelä-Pohjanmaa
Uudet potentiaaliset asiakkaat	Lähialueet
Uudisrakentajat	Lapua ja sen rajanaapurikunnat
Yritykset	Alavuden alue
Yritykset	Töysä ja naapurikunnat
Yritykset	Seinäjoki ja sen ympäristökunnat
Yritykset	Länsi-Suomi

Muut palvelut

18-25 -vuotiaat ajokortin omistavat	Kuusiokunnat
25-35 -vuotiaat	Lähialueet
Aiemmin pelaamattomat	Seinäjoen alue
Autoilijat	Koko Suomi
Autoilijat	Etelä-Pohjanmaa
Eläkeikäiset naiset	Seinäjoki ja ympäristökunnat
Eläkeläiset	Etelä-Pohjanmaa
Huoltoapuoli	Soinin kunnan alue
Hyvin toimeentulevat naishenkilöt	Etelä-Pohjanmaa
Hyvin toimeentulevat yritykset	Koko Suomi
Invataksin tarvitsijat	Etelä-Pohjanmaa
Kaikentyypiset matkailijat	Vanha Vaasan lääni ja myös muu

Kaikki	Suomi
Kaikki	Pohjanmaan maakunta
Kaikki	Etelä-Pohjanmaa
Kaikki asiakkaat	Etelä-Pohjanmaa
Kaupungin ajot	Seinäjäki
Keski-ikäiset miehet	Koko Suomi
Keski-ikäiset naiset	Etelä-Suomi ja Etelä-Pohjanmaa
Kesäjuhlilla olevat	Koko Suomi
Konekorjaus	Lähialueet
Koulutusporukat	Etelä-Pohjanmaa
Lomailijat	Ulkomaat
Maatalouskoneet	Etelä-Pohjanmaa
Matkailijat	Koko Suomi
Miehet	Etelä-Pohjanmaa
Mökkiläiset	Koko Suomi
Nuoret	Etelä-Pohjanmaa
Nuoret aikuiset	Koko Suomi
Nuoret perheet	Etelä-Pohjanmaa
Nuoriso	Kauhajoki
Paikalliset asukkaat	Etelä-Pohjanmaa
Paikalliset työikäiset naiset	Etelä-Pohjanmaa
Pienrakentajat	Etelä-Pohjanmaa
Ryhmämatkaajat	Koko Suomi
Ryhmät	Koko Suomi
Sairaskyydit	Etelä-Pohjanmaa
Tapahtumien mainonta	Koko Suomi
Teollisuus	Koko Suomi
Urheiluseurat	Kurikka
Uudisrakentajat	Etelä-Pohjanmaa
Vanhukset	Etelä-Pohjanmaa
Yli 35-vuotiaat hyvin toimeentulevat henkilöt	Etelä-Pohjanmaa
Yritykset	Koko Suomi
Yritykset	Koko Suomi
Yritykset	Tampere ja Helsinki
Öljyrekaliikenne	Koko Suomi

Liite 4. Kehittämisehdotukset

Seinäjoki

Alueellisen imagon nosto.

Entisten matkailuprojektien valmiiksi saattaminen.

Erlaisia kulttuuritapahtumia lisää ja erityisesti talviaikaan on niin sanotuista massatapahtumista puutetta, niitä voisi kehittää myös. Eri kulttuurisektorien yhteistyötä tapahtumissa on lisättävä.

Erlaisia matkailupalveluja, elämysliikuntamatkailu. Yritykset yhdessä rakentaisivat matkailupaketteja. Opastukset, kartat, kuljetukset.

EU rahoitusta hyödynnettävä byrokratiaa karsimalla. Rohkaistava uusia hankkeita. Myös paikallisten tuettava olemassa olevaa matkailua. Tavallinenkin voi olla mielenkiintoista turistille. Talkootyön arvostus.

Hyödyntää paikallisia resursseja paremmin. Toimijoiden olisi verkostoiduttava voimakkaammin.

Isompia komplekseja, kaikille jotakin, vetää kaiken ikäisiä, perheitä ym.

Karavaanareille lisää vaunujen huoltoa tekeviä yrityksiä, Isojen huoltohallien rakentaminen. Vaunujen huoltoon tarvittavien henkilöiden kouluttaminen. Karavaanareille matkaparkkialueen kehittäminen.

Kaupungin positiivisempi suhtautuminen tapahtumien järjestämiseen.

Kaupunkikuvaa positiivisemmaksi, imago.

Keskittyä vahvuuksiin, vahvistetaan osa-alueita missä ollaan hyviä.

Kolareita Seinäjoella.

Koulutusmahdollisuuksia, nähtävyydet tutuimmiksi.

Kulkuyhteyksien parantaminen.

Leirintäalueen kehittäminen.

Lisää erilaisia tapahtumia, jotka vetävät matkailijoita seudulle.

Lisää mainontaa maakunnalle.

Lisää näkyvyyttä maakunnalle. Kalajärven virkistysmahdollisuuksia pitäisi markkinoida entistäkin paremmin.

Lisää tapahtumia.

Lisää vetäviä tapahtumia maakuntiin, ja parempaa matkailun markkinointia.

Maakunnallista vetovoimaa tulisi lisätä jollain keinolla.

Maakuntaa tulisi mainostaa tehokkaammin, ja kehitellä uusia tapahtumia.

Maaseudun osaaminen ja kulttuurin parempi esilletuominen.

Maatilamatkailu, koululais- ja opiskelijaryhmien tutustumismatkat maaseudulle.

Mainonnan lisääminen.

Mainostaa enemmän maakuntaa.

Mainostaminen laajempaa, paremmin esille, esimerkiksi yhteiset mainokset televisioon ja sanomalehtiin.

Majoitustilaa lisää kesällä.

Markkinointi olemassa olevista tapahtumista.

Markkinointia - täällä löytyy tekemistä ja olemista.

Markkinointia.

Myös pienempiä kohteita tuotava esille nostalgiamielessä, kenellä on ammattitaitoa. Maatilamatkailussa osallistuvaa toimintaa kokemuspohjalta elämymatkailuna. Luonnon hiljaisuuden markkinointi.

Palveluita lisää ja paremmaksi.

Parempi yhteydenpito yrittäjiin, lisää yhteistyötä myös yrittäjien kesken.

Pitäisi keksiä jotain vetovoimaista.

Pohjalaisuutta tulisi saada enemmän esille maakunnan markkinoinnissa.

Pyörii liikaa vanhojen ympärillä, muutakin pitäisi keksiä luontomatkailu.

Rakentaa vaikkapa uusi hieno kylpylä.

Saatava uusia tapahtumia, mökkiläisille tarkoitettavaa ohjelmaa.

Seinäjoella kesällä liikaa tapahtumia, satsattava myös talvikauteen, sillä talvella on hiljaista.

Seinäjoelle vetovoimatekijää, joka kiinnostaisi myös vapaa-ajan matkustajia.

Seinäjoen kaupungin panostaminen enemmän leirintäalueeseen ja mökkien varustetasoon.

Seinäjoen keskustaa kehitettävä, kaupat karkaavat laidoille.

Seinäjoen osalta ainakin voisi ostosmatkailua pyrkiä kehittämään.

Seinäjoki on tehnyt jo - pidetään kaupungista huolta.

Seinäjoen varteen voisi kehitellä lisää esimerkiksi ravitsemuspalveluita.
 Seutukunta seutua markkinoina messualueena, messuilla käynti kulttuuri saatava pysyväksi.
 Sähköisen kaupankäynnin kehittäminen - tarjoukset yhdestä osoitteesta.
 Taloudellisten resurssien sujuvampi saanti.
 Talvimatkailulle lisää ideoita.
 Tapahtumia kesällä tarpeeksi - tarvitaan kylpylä tms., joka toisi väkeä ympäri vuoden.
 Tapahtumia lisättävä, mainontaan panostettava.
 Tapahtumia voisi kehittää ympärivuotiseksi.
 Tapahtumien lisäjärjestäminen, matkailunähtävyyksien kehittäminen.
 Tapahtumien oheen toimintaa.
 Tasapuolisempi kohtelu tapahtumien järjestäjiä kohtaan.
 Tehdä tunnetummaksi maakuntaa muualla Suomea, hyödyntää olemassa olevia matkailumahdollisuuksia laajemmin.
 Toimintaa ja tapahtumia enemmän.
 Tunnettavuuden lisääminen, sähköisen kaupankäynnin lisääminen.
 Uudet vetävät matkailuideat.
 Vaikea sanoa.
 Verkostoituminen yritysten kesken, keskinäinen kilpailu pois.
 Verkostoituminen, laatua lisää.
 Verkostoitumista lisää, helposti lähestyttävissä.
 Yhteismarkkinointia verkossa ja muualla.
 Yhteistyötä pitää kehittää.
 Yhteistyötä yritysten kehittämisessä joka suunnasta, kaupunki, ohjelmajärjestäjät, henkilökuljetusyhtiöt, taksit ym.
 Yhteistä näkyvyyttä.
 Yritystoiminnan helpottaminen. Vapaa-ajan matkailussa käytettäisiin oman paikkakunnan kohteita.

Muu Seinäjoen seutu

Ainakin kohtuuhintaisia ruokapaikkoja tulisi kehittää paremmiksi ja matkailijoita houkuttelevammiksi.
 Ainakin Kurikassa voisi leirintäalueita kehittää.
 Botniringiä pitäisi kehittää paremmaksi vetonaulaksi, esimerkiksi oheistoimintaa siihen lisää.
 Enemmän markkinointia.
 Erilaiset tapahtumat, yrittäjien tempaukset esimerkiksi Joulunalusmarkkinat.
 Esitteitä paljon erilaisiin paikkoihin, ilmoituksia lehtiin ja nettiin.
 Etelä-Pohjanmaata tulisi markkinoida nykyistä räväkämmin.
 Jokimatkailua kehittää, informaatio auki myös sunnuntaisin, lisää ravintoloita ja kahviloita, Simpsiön Mäkeä kehittää, palvelut eivät pelaa, kunnon vetäjä.
 Järjestää enemmän suurtapahtumia muuallakin kuin Seinäjoella.
 Kehittää erilaisia kulttuuritapahtumia.
 Kehittää Vanhan Paukun aluetta ja Simpsiön hiihtokeskuksen kesäkäyttöä lisättävä sekä naisille erilaisia edullisia ostospaikkoja.
 Kokonaisvaltaisesti pitäisi pyrkiä hyödyntämään nykyistä paremmin maakunnan eri kuntien vahvuuksia, erityisesti pohjalaista yrittäjähänkeä. Kunniaan maakunnan vahvat tavaramerkit, mikä hyödyttää matkailua. Luova hulluus
 Kulttuurimatkailua tulisi kehittää.
 Kuntien tulisi kehittää yhdessä Etelä-Pohjanmaan matkailua siihen suuntaan, että niiden nähtävyydet saataisiin yhden brändin alle.
 Kuntien yhteistyö, verkkosivujen kehittäminen.
 Kurikassa on tätä nykyä melko hiljaista esimerkiksi iltarientojen osalta, asialle pitäisi tehdä jotain. Kaivataan sille alalle uusia yrittäjiä. Nuorison muuttoliike maakunnasta pois päin pitäisi jollain tavalla saada hidastumaan.
 Kurikassa voisi esim. konsertteja ja urheilutapahtumia kehitellä, ne voisivat tuoda matkailijoita.
 Lapualla kaikki ok.
 Liikenneyhteydet kuntoon.
 Liikuntapalvelujen kehittäminen.

Lisätä mainosta ja markkinointia.
Lisätä yrittäjien yhteistyötä.
Lisää elämymatkailukohteita.
Lisää mainontaa ja liikenneyhteyksiä.
Lisää mainontaa ja tapahtumia.
Lisää markkinointia ja kohteiden tavoitettavuus paremmaksi myös Internetissä. Myös nettisivujen päivityksistä tulee huolehtia, etenkin yhteystietojen on oltava ajantasaisia sekä vastuuhenkilöiden tietojen.
Lisää markkinointia ja tapahtumia.
Lisää markkinointia tapahtumille.
Lisää markkinointia.
Lisää nähtävyyksiä?
Lisää tapahtumia jotka houkuttelevat turisteja. Pitkämön alue Kurikassa omaa hyvän matkailupotentiaalin, jota pitäisi hyödyntää paremmin.
Lisää virkistysmahdollisuuksia Kurikkaan, etenkin Pitkämön altaan rantamille.
Maakunnan houkuttelevuutta tulee parantaa esimerkiksi nojaamalla markkinoinnissa pohjalaisuuteen ja siihen liittyviin positiivisiin asioihin.
Maakunnan näkyvyyttä tulisi kasvattaa jollainen keinoin. Yhteistyötä lisää eri matkailualan yritysten välille lisää eli verkostoitumista.
Maakuntaa pitää tehokkaammin markkinoida.
Maatilamatkailua voisi kehittää.
Mainonnan lisääminen.
Mainontaa lisäävä, esimerkiksi tienvarsimainokset, paikkakunnan nähtävyydet pitäisi tuoda julki.
Mainostaa enemmän.
Mainostaa maakuntaa enemmän.
Mainostaa Etelä-Pohjanmaata esim. tv:ssä.
Mainostaminen on yksi tehokas keino.
Mainostaminen.
Markkinoinnin yhteistyö ja hakea vahvuuksia historiallisista arvoista, kulttuuriin suuntautuvaa matkailu tarjontaa.
Markkinoinnin ja myynnin tehostaminen.
Markkinoinnin kohdistaminen muuallekin kuin Etelä-Pohjanmaan alueelle, yrittäjien yhteistyö näkyvyyden lisäämiseksi.
Markkinointi.
Markkinointia ja tuotekehitystä lisää.
Markkinointia pitää tehostaa, sekä palveluja kehittää.
Matkailualan tulisi varsinkin nykyisinä tiukkoina aikoina kehittää yhteistyötä.
Matkailupalveluja lisää.
Matkailuyrittäjien yhteistyön parantaminen markkinoinnissa.
Määrättyjä kohteita, vetovoimaisia yrityksiä, aitoa pohjalaista.
Nähtävyyksiin pitäisi satsata.
Olemassa olevien tapahtumien kehittäminen ja yhteistyön vahvistaminen. Mainonta muissa lääneissä.
Omatoiminen markkinointi
Palveluja, ja muuta matkailijoita kiinnostavaa tulisi pyrkiä kehittämään.
Palvelutasoa parannettava etenkin erikoisliikkeiden osalta.
Pitäisi rohkeasti investoida, etenkin museoiden jotta talvitoimintakin olisi kunnolla mahdollista.
Pitäisi vahvoja asioita tuoda julki, yhteistyötä maakuntien kanssa ja rohkeutta.
Pitäisi olla vetonaulaa, esimerkiksi Lapuan Kauppakadun kehittäminen.
Pohjalaiset olisi hyvä saada ystävällisemmäksi matkailijoita kohtaan.
Pohjalaisuuteen nojaavaa elämymatkailua kehitettävä edelleen.
Pohjalaisuutta tulisi saada enemmän esille maakunnan markkinoinnissa.
Pohjanmaan Matkailu ja Etelä-Pohjanmaan Matkailu pitäisi yhdistyä, erilaisten matkailun parissa olevien yritysten pitäisi verkostoitua yhteen.
Power Parkin tapaista toimintaa.
Puhaltaa yhteen hiileen, enemmän yhteistyötä samankaltaisten yrityksen kanssa.

Simpson Mäelle myös kesätoimintaa.
 Suunnata markkinointia eri kohderyhmille, uutta vetonaulaa, puhdas luonto.
 Tapahtumien aktiivisempi markkinointi. Yrityksien suurempi yhteistyö.
 Tapahtumien hajottaminen eri ajankohtaan pitkin kesää.
 Tapahtumien järjestäminen.
 Tukea paikallista matkailualan yritystoimintaa.
 Tuoda esille pohjalaisia perinteitä.
 Tuoda paremmin esille Etelä-Pohjanmaan ominaispiirteitä, esimerkiksi maaseudun rauhaa ja luontoa, ei pelkää kulttuuria.
 Tämänhetkiset hankkeet hyviä, tieto erilaisista rahoitusmahdollisuuksista.
 Uusi parempi kylpylä seudulle olisi asiallinen juttu.
 Uusia vetonauloja jotka vetäisivät matkailijoita kauempaakin. Toinen asia on Seinäjoen lentokentän kehittäminen, mikä toisi lisää matkailijoita, mahdollisesti myös ulkomaalaisia.
 Verkostoitumista enemmän.
 Virkistymispalveluita pitäisi lisätä, esimerkiksi iso kylpylä.
 Voimaverkko hanke ja Lapuan yhteinen strategia.
 Yhdistää matkailuyrittäjien voimavaroja, ja luoda sähköinen markkinointi ja myyntijärjestelmä, joka olisi kaikille yhteinen.
 Yhteisiä tapahtumia esim. Simpsiossa, tietoisku ja toisen kunnan alueelle ja jopa televisiossa mainostaminen, kunnan päättäjien rooli avainasemassa.
 Yhteismarkkinointia.
 Yhteistyötä yritysten välillä tulisi kehittää.
 Yhteistyötä yritysten välillä tulisi kehittää.
 Yhteistyötä yritysten välillä, voisi hyödyntää Härmän Power Parkkia.
 Ympäristöä pitää kohentaa ja ottaa paremmin ympäristöarvot huomioon.
 Yrittäjien pitäisi panostaa selkeisiin kohteisiin, matkailuyrityksien valittava kohteet hyvin ja lisättävä mainontaa.
 Nettiainontaa täsmäkohteista myös ulkomaalaisille suunnattuna.

Järvisoutu

Alajärvellä tarvittaisiin hotelleja.
 Ei paljon mahdollisuuksia, korkeintaan tapahtumien avulla saadaan turisteja.
 Erikoisuutta, erikoistumista.
 Hyvä palvelu.
 Isompia tapahtumia.
 Joitakin tietoja matkailun suunnasta meillekin nyt.
 Joku vetonaula pitäisi keksiä, palvelujen kasvattaminen.
 Jotain konkreettista, että pysymme yhdessä.
 Järveä mainostamaan Evijärvellä - luontomatka.
 Kannattaa parantaa ja ajanmukaistaa ja lisätä palveluja kaiken kaikkiaan.
 Kehittää Rovaniemen tyyliin.
 Kulkuyhteydet kuntoon, lisää palveluita.
 Kulttuuritapahtumia, luonnon hyödyntäminen, hengen ravintoa.
 Kunnollisia ruokapaikkoja.
 Kuntien pitäisi panostaa leirintäalueisiin.
 Kuntien pitäisi investoida nimenomaan matkailuun.
 Lisätä tunnettavuutta, tuotteet ja laatu.
 Luonto, järvi hyödyntää paremmin.
 Luontomatka ja nähtävyyksiä hyödynnettävä paremmin.
 Mainontaa tulisi lisätä.
 Markkinointi on olennainen osa - yhteistyötä.
 Markkinointia ja tunnettavuutta.
 Markkinointia tarvitaan.
 Netti ajan tasalla.
 Netti entistä tärkeämpi.

Nähtävyyksiä, toimintaa lapsiperheille, maatilamatkailun kehittäminen.
 Olemassa olevien kohteiden hyviä puolia enemmän esille.
 Palvelujen lisäämistä.
 Palvelun parantaminen.
 Paremmat majoitusalueet, Lappajärveen panostaminen.
 Pesäpallo.
 Ranta-alueitten kehittäminen, laskettelurinteen kehittäminen.
 Tapahtumia lisää.
 Tapahtumia, markkinointia käsityöläisistä yms.
 Tarvittaisiin joku iso vetonaula, muukin kuin Keskinen.
 Tie asiat saatava kuntoon - viralliset mainoskyltit liian kalliita.
 Yhdistää ja koota voimat yhteen ja resurssit kohdistaa olennaiseen.
 Yhteistyö on tärkeää.
 Yhteistyö valtion, kunnan ja yrittäjien välillä.
 Yhteistyö, verkostoituminen.
 Yhteistyötä pitäisi lisätä.
 Yhteistyötä, kateus pois.
 Yhteistyötä, verkottumista.
 Yöpaikkoja lisää, nähtävyyksiä.

Suupohja

Alueellisen myyntiorganisaation vahvistaminen ja sen myyntitoiminnan kehittäminen.
 Elämysmatkailu, kylpylä, luontomatkailu.
 Enemmän maaseutua esille, hyvien puolien korostaminen, kyläläisten puhallettava yhteen hiileen.
 Enemmän voimavaroja yhteen.
 Etelä-Pohjanmaan mainostamista. Luonnon, luonteen ja perinteiden esilletuominen ja kiinnostavaksi tekeminen.
 Edulliset perhematkailumahdollisuudet. Kyläkauppojen hyvän palvelun mainostaminen.
 Hiihtotunneli puuttuu.
 Kehittää olemassa olevia alueita, lisätä matkailuun liittyvää toimintaa. Susiluolaa kehitettävä.
 Mökkiläisten tarvitsemaa siivouspalvelua kehitettävä.
 Keskitytään muutamaa tärkeään tapahtumaan Kauhajoella. Yhteistyö kuntien kesken, eri tapahtumien järjestämisessä keskitytään vain muutamaan isoihin tapahtumiin.
 Kesätapahtumia.
 Kunnan matkailukoordinaattori, joka mainostaa.
 Leirintäalueen kunnostaminen. Hyvä palvelu ja luotettava.
 Leirintäalueen yleisilmettä kohentaa, mökkien tasoa nostaa.
 Nähtävyyksistä pidettävä huolta ja tehtävä tunnetuksi.
 Leiriytymisalueita kehitettävä, mökkimajoituksia lisättävä.
 Lisätä mökkialueita, yleensä majoitusta.
 Mainontaa enemmän.
 Mainostaminen.
 Mainostus ja kuntien yhteistyötä.
 Mainostus, massatapahtumien järjestäminen.
 Majoitustilojen kohentaminen. Matkustajakoti-hotelli majoituksia lisää Kauhajoelle. Markkinointi.
 Majoituspalveluita tulisi lisätä.
 Majoitustiloja lisää sesonkiaikoina.
 Majoitustoimintaa lisää.
 Markkinointia lisää, hyvät majoituspaikat, majoituspaikkoja lisää.
 Matkailuyrittäjien pitäisi verkostoitua yhteen, nettimainonta. Panostaa elämysmatkailuun yrityksiensä kautta, ryhmille tarkoitettua toimintaa. Yrittäjien yhteinen ohjelmapaketti, jokaiselle jotakin -periaatteella.
 Olemassa olevien yritysten tukeminen ja mainonta.
 Paikallisten kuntien tuettava hotellin pitäjiä pienillä paikkakunnilla, että toiminta olisi kannattavaa.
 Palveluiden tavoitettavuus helpommaksi, netti ilmoitukset paremmiksi.
 Panostettava palveluun. Lisää markkinointia.

Parran matkailukeskus kannattavaksi.
 Parran vapaa-ajankeskuksen kehittäminen.
 Ravitsemisliikkeitä, ruokapaikkoja lisää, nähtävyyksiä enemmän esille.
 Satsaaminen maatilamatkailuun, (ratsastus, kotieläinpihat, metsästysmatkailu). Näkyvyyden lisääminen.
 Mainonta netissä. Maatilamajoitusten lisääminen.
 Susiluolaa enemmän mainostettava, peurajärven uimaranta tehtävä myös tunnetuksi.
 Tehdä tunnetummaksi maakuntana.
 Tehokkaampi markkinointi.
 Turhat hankkeet pois, tehtävä töitä.
 Uuttaa toimintaa.
 Verkostoituminen, yhteismarkkinointi. Nettisivujen päivitys yhteismarkkinointina.

Kuusiokunnat

Alavuden kaupunki ei ole kovin matkailijaystävällinen: puuttuu majoituspalveluja ja nähtävyyksiä.
 Eläinpuistoa kehitettävä edelleen, perhematkailun vetonaula.
 Eläinpuiston alueen kehittäminen, mökkimatkailun kehittäminen ja rakentaminen, ja ystävällinen palvelu.
 Eläkeläisille toimintaa.
 Enemmän mainontaa kadun varrella, esimerkiksi sunnuntain aukioloajoista.
 Enemmän tapahtumia myös muulloin kuin kesällä.
 Erilaiset tapahtumat, esimerkiksi eläinpuisto voisi kasvaa.
 Hinta/laatusuhde hyväksi. Tiestö pidettävä hyvässä kunnossa.
 Hotellitoiminnan kehittäminen, tyky-toiminta, kuntoutuspaikkojen kehittäminen.
 Houkuttelevuuden lisääminen, pienempien kuntien välinen suurempi yhteistyö.
 Hyvä palvelu.
 Imagoa ajanmukaistaa, tuoda luonnon monipuolisuutta esiin, hirvenmetsästyksen osallistumista voisi markkinoida yhdessä esimerkiksi kalastuksen kera
 Investoinnit vapaa-ajan paikkoihin. Palveluiden parantaminen. Yritysten yhteistoiminta.
 Järven ja opiston ympärille pitää kehittää toimintaa, maatilamatkailua lisää.
 Kalastusmatkailu, laskettelu- ja hiihtomatkailun kehittäminen. Ympärivuotisen toiminnan tehostaminen.
 Kateus ja kyräily pois, puhalletaan yhteen hiileen.
 Katukuva viihtyisämmäksi, kukkaistutukset.
 Kehittää erilaisia paikkoja, joihin saisi ihmisiä esimerkiksi huvipuisto.
 Kehittää yhteistyötä eri palvelujentarjoajien kesken, kehitettävä pohjalaisuutta, kaikkea ei tarvitse tehdä itse.
 Kehittää yhteistyötä eri yritysten välillä ja markkinoimalla tunnettavuutta alueelle.
 Kohdennettua pienryhmämatkailua ulkomaalaisille. Luonnonläheisiä liikunnallisia toimintoja ulkomaalaisille.
 Nettimainontaa kohdennettuna ulkomaalaisille.
 Kunnan satsaaminen matkailuun, kunta enemmän esillä, esimerkiksi netissä.
 Kunnan tasavertainen kohtelu yrityksiä kohtaan, infopiste Ähtärin keskustaan, puolueettomalle reviirille.
 Kunnat pitävät vahvuutensa kunnossa. Yhteistyön lisääminen eri kuntien kesken.
 Kunta mainostaa hyvin, yhteistyö hyvää eläinpuistoalueen kanssa.
 Kuntien yhteistyö matkailun kehittämisestä, keskinäinen kateus pois.
 Kuortaneella pitäisi antaa opiston toimia, ei syyttää.
 Kuortaneella päättäjien pitäisi antaa opiston kehittyä, ei laittaa jarruja.
 Leirintäalueet kuntoon, tapahtumia.
 Leirintäaluekin myydään asuntotonteiksi... - käsittämätöntä.
 Lisää aktiviteetteja talviaikaan.
 Lisää näkyvyyttä, yhteistoimintaa, linkitystä.
 Lisää tapahtumia maakuntaan.
 Luonnon esille tuominen.
 Luontomatkailun kehittäminen.
 Luontomatkailuun panostaminen. Lavatanssit. Hauskat kesäkilpailut, aktiviteetteja.
 Mainonnan lisääminen.
 Mainonnan tehostaminen.
 Mainonta kunnan taholta. Netti ym.

Mainonta, netti, radio ja televisio.
 Mainonta, tunnettavuudeksi tekeminen, jatkuva kehityksen periaate, jokaisen yrityksen kehitettävä toimintaa.
 Mainontaa lisää, ohjelmapalveluyrittäjiä enemmän. Lisää markkinointia muiden lähikuntien kanssa.
 Majoituspaikkojen lisääminen.
 Majoituspalveluja kehitettävä. Pitäisi kehittää kohteita, mitä ihmiset tulisivat katsomaan.
 Markkinoida paremmin.
 Markkinointi muualle Suomeen.
 Markkinointi, markkinointi, markkinointi.
 Markkinointia lisää.
 Markkinointia lisää.
 Markkinointia ulkomaille ja viemäritekniikka kuntoon myös haja-asutusalueilla.
 Matkailuorganisaatiot koordinoitava - lisää yhteistyötä, matkailukeskittymien omaan napaan tuijottaminen saatava loppumaan.
 Matkailusihteeri koordinoimaan useamman kunnan yhteisiä hankkeita (esim. Soini, Alajärvi, Vimpeli) markkinoinnissa.
 Matkailuun liittyvää tapahtumaa keskustaan. Hotellien ja kauppojen välinen yhteistyö. Markkinoinnin lisäys jo vireillä. Keskustan kehittäminen matkailun näkökulmasta. Keskustan kunnan kohentaminen, paikat kuntoon.
 Metsästys, kalastus, marjastusohjeita.
 Mielenkiintoisia nähtävyyksiä ja tapahtumia lisää.
 Mielikuvamarkkinointi.
 Modernimpaa markkinointia, yhteinen strategia. Kansainvälistymistä.
 Mukana messuilla ja infoissa, esitteitä.
 Myyntiverkosto kuntoon, sähköisessä kaupankäynnissä asiantuntija-apua (verkkosivut), yrittäjien yhteistyön kehittäminen.
 Määrättyihin ryhmiin satsaaminen, kohdistus perheille. Firmoilta tapahtumia.
 Mökkirakentamista lisättävä. Luontomatkailuun panostettava, maatilamatkailua lisättävä.
 Mökkitonttien kaavoituksia lisää. Eläinpuiston markkinointia lisää. Ähtärin kokonaiskuva siistiksi.
 Näkyvä markkinointi tv ja lehdissä.
 Paikallisia tapahtumia järjestettävä, instituutioita, Tangomarkkinat -tyyppisiä. Koko maan kattavia tapahtumia.
 Paikkakunnan vetovoimaa pitää kehittää, olemassa olevien paikkojen kunnostaminen, uudistaminen ja kehittäminen.
 Paikkakuntien matkailukohteille yhteiset nettisivut, yhteistyö nettimarkkinoinnissa.
 Palveluja enemmän. Ähtärin toimenkuvaa tuotava enemmän esille.
 Panostaa muihin vuoden aikoihin kuin kesään. Talvitapahtumia kehitettävä, labyrinttimaailmat, golf.
 Paremmat majoitusmahdollisuudet.
 Puhalletaan yhteen hiileen, yhteinen selkeä linja, yksi paikka, josta saisi tietoa.
 Päällekkäisyydet pois alueorganisaatioista.
 Radio- ja televisiomainonta. Nettimainonta.
 Seudun omaleimaisuus esille, mahdollisuudet. Kuntien pitäisi mainostaa kuntaa enemmän. Patikkareitit, melontareitit. Kalastus, golf, ratsastus.
 Suunnittelua, verkostoituminen ja yhteistyö. Luotan Komiat-markkinointiin tulevaisuuden tekijänä.
 Talvimatkailua kehitettävä, tapahtumien järjestäminen, perhetapahtumat, perheet, nuoret, safari/luontomatkailu.
 Talviurheilumatkailua kehitettävä, kelkkasafarien järjestäminen, kalastusmatkailun kehittäminen.
 Talviverkkokalastus.
 Tapahtumamarkkinoinnit.
 Tapahtumia, jotka näkyvät. Suurempi kuntakeskus.
 Tapahtumien lisääminen, pienmuseoita lisää, auto, radio museoita. Erilaisten messujen järjestäminen.
 Tasokas tarjonta mökeistä, oheistoimintoja. Esimerkiksi tulossa pieni käsityömyymälä.
 TE-keskuksen tuettava matkailua.
 Tiedottaa enemmän ja markkinoinnin lisääminen, eri vaihtoehdoista tiedottaminen. Verkostoitumista enemmän.
 Ohjelmapakettien kehittäminen netissä. suorittamana markkinointina.
 Tiedottaa olemassa olevista palveluista.
 Tiejärjestelyt kuntoon.
 Tiestön parantaminen. Oheispalvelut, ruokailu/majoituspalveluiden parantaminen.

Tiet paremmaksi Ähtärissä.
 Tilausmatkailijat pysähtyisivät myös pienemmälle lounaspalveluja tarjoavalle paikalle.
 Toimintaa, joka houkuttaa asiakkaita.
 Tv-mainokset Ähtäristä.
 Töyssässä on jo Kuusiokuntaprojekti, joka edistää jo matkailua, mainontaa.
 Uutta toimintaa. Ähtäri elää Eläinpuiston varassa liikaa. Isompi liikuntaan liittyvä monitoimikeskuskeskus rakennettava, jossa kuntosali, keilarata ym. monitoimikeskukseen sattuvaa toimintaa.
 Uutta vetonaulaa, ympäri vuoden toimintaa.
 Valmiita matkapaketteja, markkinointia, tiedottaminen halvasta hintatasosta.
 Venäläisiin voisi panostaa markkinoinnissa.
 Verkostoituminen matkailuyritysten kesken, Internetin parempi hyödyntäminen.
 Verkostoituminen yritysten kesken markkinoinnissa.
 Verkostoitumista kehitettävä, yhteismarkkinointia verkostossa kehitettävä Etelä Pohjanmaan alueella.
 Yhteismarkkinointi.
 Yhteistyö "yhteishenki" saatava ennalleen, yritysten kesken.
 Yhteistyötä
 Yhteistyötä enemmän palvelujen tarjoajien kesken.
 Yhteistyötä parantaa eri matkailualan yrittäjien välillä.
 Ympäristöystävällisyyttä, paikallispolitiikka syvältä, Kuortaneella - pitäisi puhaltaa yhteen hiileen.
 Ympärivuotisuuteen huomiota, eri vuodenajan mahdollisuudet. Sivusesongit, markkinointi mökkimatkailussa netin kautta, kohderyhmänä venäläiset ym. ulkomaalaiset. Kalastusmatkailun kehittäminen.
 Yritysten yhteistyötä enemmän, matkailuvaihtoehtojen parempi esilletuominen.
 Yritysten yhteistyötä lisää, pohjalainen uho pois, järkevä oman maankunnan esilletuominen. Suomi ja Pietarin seutu markkina-alueeksi.
 Yöpymispaikkoja lisää matkailijoille ja markkinointia myös lisättävä.
 Ähtäriin monipuolisia mahdollisuuksia ympäri vuoden pitäisi tuoda esille, kunnan aktiivisuus ja yrittäjien aktiivisuus, mainostaminen esimerkiksi netissä. Lentokenttä Ähtäriin.
 Ähtärissä hyvä matkailusuunnitelma, esimerkiksi Eläinpuiston kehittämisessä.

Kauhava

Asiakkaan tulisi löytää yhdestä osoitteesta kaikki palvelut.
 Kovaa mainostamista.
 Lisätä tunnettavuutta.
 Lisää Power Parkkeja.
 Mainostaa pitäisi ja kaivataan leirintäaluetta.
 Majoituspaikkoja, perheystävällisiä, lisää ja halvempia sellaisia.
 Markkinointi ja mainostaminen.
 Markkinointi olisi aika kova homma.
 Markkinointia tulisi selkeyttää.
 Matkailumessuille laajalla osanotolla.
 Mielenkiintoisia kohteita matkailijoille kuten Linnanmäki.
 Negatiivista on, että VR:n lippujen myynti loppui.
 Nähtävyyksiä tulisi markkinoida.
 Perustuu tunnetuksi tekemiseen.
 Pitäisi saada yhtenäinen joukkio.
 Pitäisi tehdä yhteistyötä kaikkien yritysten kanssa.
 Saada turistik pysähtymään.
 Simpsiön kehittäminen Lapualla.
 Talvitoimintaa pitäisi lisätä.
 Tapahtumia Kauhavalle.
 Tunnettavuutta pitää lisätä.
 Valtakunnallista imagon kehittämistä.
 Verkostoituminen.
 Verkostoitumista toivotaan.