

Strategiatyö etenee ja matkailun suunta kirkastuu Etelä-Pohjanmaalla

17.6.2026

Etelä-Pohjanmaan matkailu- ja Green Care -strategioiden kehittämiseen keskittyvä Polkuja parempaan -hanke on edennyt aktiivisesti kevään aikana. Ennakointityöpajoissa ja sidosryhmätyössä on muodostettu yhteistä tilannekuvaa sekä tunnistettu keskeisiä kehittämisen teemoja. Syksyllä työ jatkuu kohti strategian konkreettisia tavoitteita ja toimenpiteitä.

Yhteistä suuntaa muuttuvassa toimintaympäristössä

Matkailu- ja Green Care -alat ovat viime vuosina kohdanneet merkittäviä muutoksia, jotka heijastuvat suoraan yritysten toimintaympäristöön ja kehittämistarpeisiin. Hanke kokoaa yhteen laajan joukon toimijoita: yrittäjiä, kehittäjiä, kuntia ja muita sidosryhmiä molemmilta toimialoilta. Yhteinen työ mahdollistaa jaetun näkemyksen rakentamisen sekä sellaisten ratkaisujen kehittämisen, joilla on pitkäjänteistä vaikuttavuutta.

Kevään työpajoissa tunnistettiin keskeiset muutostekijät

Kevään aikana järjestettiin kaksi matkailun tulevaisuuteen keskittyvää ennakointityöpajaa, joissa tarkasteltiin toimintaympäristöä ennakoinnin, trendien ja tulevaisuuskuvien kautta. Työpajatyöskentelyssä nousi esiin

useita matkailun kehittämisen kannalta keskeisiä ilmiöitä. Keskeisiä muutosvoimia olivat esimerkiksi digitalisaation ja tekoälyn kasvava rooli matkailussa, asiakkaiden yksilöllistyvät tarpeet ja omatoimisuus sekä turvallisuuden, puhtauden ja luontoympäristön merkityksen kasvu. Lisäksi tunnistettiin hyvinvointi- ja luontomatkailun lisääntyvä kysyntä. Samalla tunnistettiin, että alueella on vahvaa potentiaalia, mutta kehittämistä hidastavat muun muassa yhteisen brändin puute, tuotteistamisen keskeneräisyys sekä osittain myös yhteistyöhön liittyvät haasteet.

Kehittämisen painopisteiksi nousivat tuotteistaminen, yhteistyö ja näkyvyys

Työpajojen koonnin perusteella keskeiset kehittämistarpeet tarkentuivat tuotteistamisen, yhteisen matkailullisen brändin, myynnin ja tiedolla johtamisen teemoihin. Tarvitaan tuotteistamisen vahvistamista hyödyntämällä paikallisia raaka-aineita, tarinoita ja alueen kulttuuriperintöä. Selkeämpi yhteinen brändi ja asiakasymmärrys eri kohderyhmien tarpeista, mukaan lukien kansainväliset asiakkaat, on myös keskeinen kehittämisen kohde. Myynnin ja yhteisten myyntikanavien kehittämistä tarvitaan edelleen, samoin tiedon ja datan tehokkaampaa hyödyntämistä sekä uusien teknologioiden, kuten tekoälyn, parempaa käyttöä. Keskusteluissa nousi esiin myös verkostojen merkitys. Yhteistyö nähtiin keskeisenä edellytyksenä kehittämistoimenpiteiden toteutumiselle ja alueen kilpailukyvyn vahvistamiselle.

Kevään työ toi esiin myös vahvuuksia ja onnistumisia

Vaikka kehittämistarpeita tunnistettiin paljon, kevään aikana nousi esiin myös useita myönteisiä asioita ja onnistumisia. Hanketoiminta on jo nyt vahvistanut toimijoiden osaamista ja lisännyt itseluottamusta. Lisäksi on havaittu uusien yhteistyöverkostojen syntymistä ja sitä kautta syntyvää luottamuksen vahvistumista. Myös tuotteistamisen ja myynnin edistymistä sekä näkyvyyden ja tiedon löydettävyyden parantumista on viime vuosien aikana tapahtunut merkittävästi.

Strategiatyö siirtyy syksyllä konkretiaan

Kevään työpajojen tuottama ymmärrys ohjaa strategian sisältöä ja painopisteiden valintaa. Syksyn aikana siirrytäänkin strategiatyön seuraavaan vaiheeseen. Tulevissa työpajoissa keskitytään erityisesti strategisten tavoitteiden tarkentamiseen ja konkreettisten toimenpiteiden määrittelyyn. Työ jatkuu muun muassa seuraavissa tilaisuuksissa:

- strategisten tavoitteiden työpajoissa syys–lokakuussa
- sidosryhmätapaamisissa ja asiantuntijatyöryhmissä
- Green Care -toimialan kyselyissä ja työpajoissa

Yhteistyö ratkaisee strategian vaikuttavuuden

Kevään tapaamisten ja tilaisuuksien keskeinen viesti on selkeä: vaikuttava strategia ei synny yksin, vaan yhdessä. Sekä työpajoissa että työryhmäkeskusteluissa korostui, että yhteistyö, yhteinen viestintä ja verkostojen vahvistaminen ovat avainasemassa. Yhteistyön kautta mahdollistetaan laajemmat ja vetovoimaisemmat palvelukokonaisuudet, tehokkaampi markkinointi ja myynti sekä alueen tunnettuuden vahvistuminen. Samalla vahvistuu myös yhteinen identiteetti: millainen matkailualue Etelä-Pohjanmaa haluaa tulevaisuudessa olla.

Katse tulevaisuuteen

Polkuja parempaan -hanke etenee vaiheittain kohti strategioita, jotka tukevat alueen elinvoimaa, yritystoimintaa sekä matkailun ja Green Care -alojen kilpailukykyä. Kevään työ on tuonut esiin sekä vahvuudet että kehittämiskohteet ja ennen kaikkea lisännyt ymmärrystä siitä, mihin suuntaan kehittämistä tulisi viedä. Syksyllä työtä jatketaan kohti konkreettisia ratkaisuja ja toimenpidesuosituksia. Molemmat strategiat valmistuvat kevään 2027 aikana.

Strategiatyö on Polkuja parempaan — Etelä-Pohjanmaan matkailu- ja Green Care –strategioiden kehittäminen muuttuvassa toimintaympäristössä -hankkeen toimintaa. Hanketta toteuttaa Seinäjoen ammattikorkeakoulu yhteistyössä Helsingin yliopisto Ruralia-instituutin ja Visit Seinäjoki Regionin kanssa. Hanke on EU:n osarahoittama ja sitä rahoittaa Etelä-Pohjanmaan Elinvoimakeskus Euroopan maaseuturahastosta 2023–2027.

Hankkeen nettisivut: Polkuja parempaan**Sanna Jyllilä**
lehtori
SEAMK

Kirjoittaja työskentelee SEAMKissa matkailun lehtorina sekä asiantuntijana matkailuliiketoimintaa edistävissä alueellisissa kehittämishankkeissa.