



Punkaharjun kunta



ETELÄ-SAVON MAAKUNTALIITTO

PUNKAHARJUN KUNTA

PUNKAHARJUN MATKAILUN YDINALUEEN MASTER PLAN

Loppuraportti

31.3.2009



Finnish Consulting Group
Infra ja ympäristö

31.3.2009

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	1
2	MATKAILUN KEHITTÄMISEN LÄHTÖKOHDAT	2
2.1	Nykytilanne	3
2.1.1	Nykyinen palvelutarjonta, kapasiteetti sekä laatu	3
2.2	Toimintaympäristö	5
2.3	Maankäyttö	7
2.4	Toimijoiden määrittelemät kehittämistarpeet	11
2.5	Punkaharjun matkailun erityisvahvuuksien yhteenveto	13
3	PUNKAHARJUN MATKAILUN KOHDERYHMÄT	16
3.1	Matkailukysynnän trendit	16
3.2	Valtakunnalliset ja maakunnalliset kohderyhmät	17
3.3	Kotimaiset matkailijat	17
3.4	Venäläiset matkailijat (lähde: MEK)	17
3.5	Matkailijat saksankielisestä Euroopasta (lähde: MEK)	18
3.6	Italialaiset matkailijat (lähde: MEK)	18
3.7	Espanjalaiset matkailijat (lähde: MEK)	19
3.8	Yhteenveto kohderyhmien potentiaalista	19
4	PUNKAHARJUN MATKAILUN KEHITTÄMISEN TAVOITTEET JA MITTARIT	20
4.1	Strategiset tavoitteet	20
4.2	Kehittämisen mittarit	20
5	PUNKAHARJUN MATKAILUN KEHITTÄMISTOIMENPITEITÄ	23
5.1	Harjutie	23
5.2	Punkaharjun opastus- ja viitoitusjärjestelmä	24
5.3	Punkaharjun matkailumarkkinointi ja -myynti	24
6	PUNKAHARJUN MATKAILUN MASTER PLAN	29
6.1	Matkailun toiminnalliset kokonaisuudet ja niiden rajaus	29
6.2	Liikuntareitistöjen sijoittuminen	29
6.3	Kehittämistoimenpiteet	30
6.3.1	Investointitoimenpiteet	30
6.3.2	Tarvittavat investoinnit	32
6.3.3	Tuotekehitystoimenpiteet	33
6.3.4	Muut toimenpiteet	34
6.3.5	Yhteenveto suunnitelluista investoinneista ja niiden taloudelliset vaikutukset	36
7	MAANKÄYTTÖSUUNNITELMA	37
8	YHTEENVETO	40

31.3.2009

1 JOHDANTO

Punkaharju on Suomen perinteisimpiä matkailukuntia, jossa matkailun merkitys on tiedostettu jo pitkään. Punkaharju oli jo 1800-luvulla kansainvälinen matkailukohde, jolloin ajankohtaan nähden hyvät liikenneyhteydet toivat suomalaisia ja ulkomaisia, erityisesti venäläisiä, matkailijoita höyrylaivoilla ja hevoskärryillä Punkaharjulle. Punkaharjun Valtionhotelli rakennettiin vuonna 1879 ja se on yhä Suomen vanhin edelleen toimiva hotelli. Vuonna 1903 perustettiin myös Suomen ensimmäinen tuberkuloosiparantola, joka toimii nykyään Punkaharjun kuntoutuskeskus Kruunupuistona.

Myös nykypäivän Punkaharjulle matkailulla on suuri merkitys. Kunnallisessa päätöksenteossa matkailutoimiala on huomioitu hyvin, esim. kaavoituksen osalta. Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2007 majoitus- ja ravitsemistomitalan yhteenlaskettu liikevaihto oli 4,5 miljoonaa euroa ja se työllisti 55 henkilöä. Tavoitteena on kuitenkin kasvattaa matkailun merkitystä edelleen ja se vaatii pitkäjänteistä kehittämissuunnitelmaa, jossa linjataan tulevaisuuden investointeja ja muita kehitystoimenpiteitä.

FCG Planeko Oy on saanut lokakuussa 2008 toimeksiannon Punkaharjun kunnalta laatia Punkaharjun matkailun ydinalueen yleissuunnitelmatasoisen kokonaissuunnitelman master planin "Punkaharjun matkailu 2010".

Punkaharjun matkailun tulevaisuuden tavoitteena on kasvattaa yöpymisten määrää 150 000 yöpymiseen vuodessa ja matkailutuloa 25 miljoonaan euroon vuodessa. Tämä edellyttää noin 75,7 miljoonan investointeja. Suunniteltujen investointien toteutuksen työllisyysvaikutukset ovat 1 125 henkilötyövuotta.

Työn kokonaistavoitteena on ollut luoda alueen matkailulle toteuttamis- ja markkinointiohje, jonka avulla alueen matkailulliset voimavarat yhdistetään ja tuotteistetaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Työn prosessissa on huomioitu olemassa olevat kehittämisen lähtökohdat nykytilan ja toimintaympäristön osalta. Toimijoiden ja sidosryhmien tahtotila kehittämiselle ja kehittämistarpeet on määritelty henkilökohtaisten haastattelujen, sähköisen kyselyn, työseminaarien ja ohjausryhmätyöskentelyn avulla. Kehittämismahdollisuuksia on vertailtu Saimaan alueen muuhun kehitykseen ja niitä on täydennetty konsultin näkemyksillä. Erityisesti on ideoitu Harjutien, opastus- ja viitoitusjärjestelmän sekä myynnin ja markkinoinnin kehittämistarpeita ja -toimenpiteitä. Lisäksi työssä on täsmennetty Punkaharjun matkailun kohderyhmät. Master planiin sisältyvät myös toimenpidesuunnitelma, jossa on esitetty investointi-, tuotekehitys- ja muita kehittämistoimenpiteitä sekä yleispiirteinen maankäytön suunnitelma, jossa on esitetty maankäytön ja reitistöjen kehittämistavoitteet.

Työ on suoritettu tiiviissä yhteistyössä ja vuorovaikutuksessa tilaajan, ohjausryhmän ja sidosryhmien sekä alueen yrittäjien kanssa.

31.3.2009

2 MATKAILUN KEHITTÄMISEN LÄHTÖKOHDAT

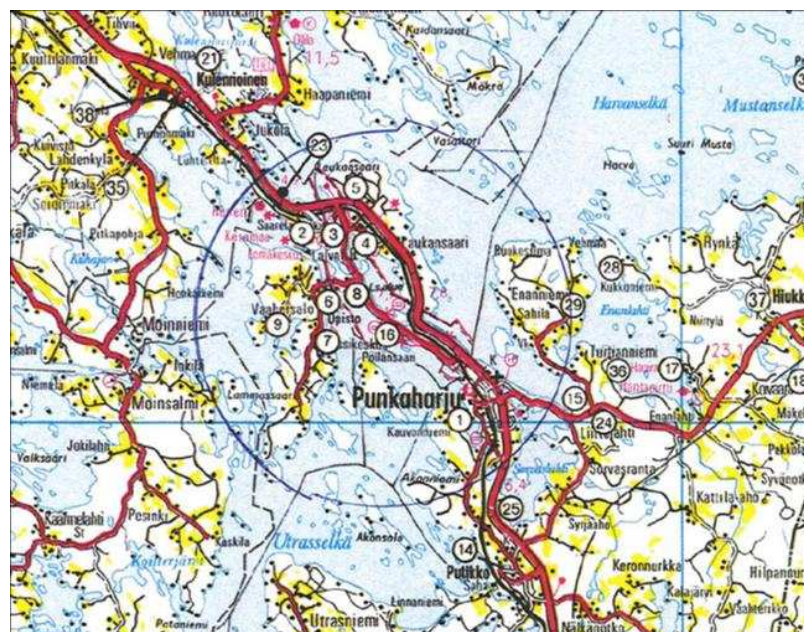
Punkaharju on yksi Suomen tunnetuimpia matkailukohteita. Matkailullisesti ja myös ajallisesti Punkaharjulla on pitkät perinteet. Voidaan sanoa, että sen matkailuhistoria ulottuu 150 vuoden päähän; kansallismaisemasta alettiin puhua Punkaharjun Valtionhotellin syntyäikaan 1800-luvulla.

Punkaharjun harjuaalue tiedetään hyvin kotimaassa ja sillä on tunnettuutta ulkomailakin. Alueen välittömään läheisyyteen on syntynyt matkailutarjontaa, mm. Kruunupuisto, Suomen Metsämuseo Lusto ja Punkaharjun Valtionhotelli. Läheltä löytyvät myös Taidekeskus Retretti, Punkaharjun Kesämaa, Punkaharjun Lomakeskus ja Punkaharjun Tuunaanportti. Matkailualueet rajoittuvat Saimaan Pihlajaveteen ja Puruveteen.

Punkaharjun luonnonsuojelualue perustettiin vuonna 1991. Siihen kuuluu koko varsinainen harjuaalue harjun eteläpäästä läheltä Punkaharjun kirkonkylää aina pohjoisosan Kokonharjun aarnialueeseen asti. Myös Finlandia-hotellia ympäröivä niemi ja kuntoutuskeskus Kruunupuiston ympäristö kuuluvat luonnonsuojelualueeseen. Luonnonsuojelualueen kokonaisala on 655 ha, josta 217 ha on maata. Harjuaalue on yksi Suomen kansallismaisemista.

Metsähallitus hallinnoi Punkaharjun luonnonsuojelualueita, sille laaditaan parhaillaan uutta hoito- ja käyttösuunnitelmaa. Hoito- ja käyttösuunnitelma on kohdealueen pitkän aikavälin strateginen suunnitelma ja linjaus, jossa sovitaan yhteen erilaisia käyttömuotoja ja tavoitteita. Hoito- ja käyttösuunnitelma ohjaa Metsähallituksen toimintaa Punkaharjun valtionmailla ja -vesillä. Alueelle on mahdollista tehdä polkuja ja rakennelmia, jotka ovat mm. yleisön opastamista, retkeilyä ja alueeseen tutustumista varten tarpeellisia.

Alueelle laadittu edellinen hoito- ja käyttösuunnitelma hyväksyttiin vuonna 1995. Siinä todetaan, että Punkaharjun luonnonsuojelualueen hoidon ja käytön tavoitteena on säilyttää Puruveden ja Pihlajaveden välinen geologiaaltaan, maisemaltaan ja matkailun kannalta arvokas harjumuodostuma ja kansallismaisema, ja ohjata alueen käyttöä niin, että alueen arvo sekä luonnonsuojelualueena että matkailunähtävyytenä lisääntyy.



Kuva: Punkaharjun matkailun ydinalue

31.3.2009

Punkaharjun saavutettavuus on hyvä myös julkisella liikenteellä. Punkaharjulle on neljä päivittäistä junavuoroa ja lähin lentokenttä sijaitsee Savonlinnassa noin 30 kilometrin päässä. Punkaharjulle on myös hyvät veneily- ja risteilyyhteydet Saimaan kanavan kautta aina Suomenlahdelle asti.

Punkaharjun matkailun kehitys on ollut pysähdyksissä usean vuoden ajan. Koko Saimaan matkailualueen tavoin, uusia investointeja on tehty vain vähän. Nyt suunnitteilla on kuitenkin merkittäviä uusia investointeja.

2.1 Nykytilanne

Alueen nykyistä matkailu- ja palvelutarjontaa selvitettiin puhelinhaastatteluilla ja sähköisellä kyselyllä sekä olemassa olevan aineiston analyysillä. Puhelinhaastatteluun osallistui 11 henkilöä:

- Eero Aarnio, Etelä-Savon maakuntaliitto
- Arto Heikkonen, Tynkkylän Lomaniemi
- Jan Hultin, Savonlinnan Oopperajuhlat
- Heikki Härmäläinen, Osuuskauppa Suur-Savo
- Osmo Kero, Maatilamatkailu Mannila
- Pia Kokki, Savonlinnan Matkailu Oy
- Esa Löppönen, Savonlinnan Kylpylaitos Oy
- Jouko Manninen, Savonlinnan Seurahuone
- Juha Pelkonen, Itä-Savo Oy (aluelehti)
- Tapani Pennanen, Tampereen Taidemuseo (nyt Retretti)
- Anne Pyykönen, Metsähallitus

Lisäksi sähköisesti (webropol) tehtyyn kyselyyn saatiin vastaukset 9 yritykseltä.

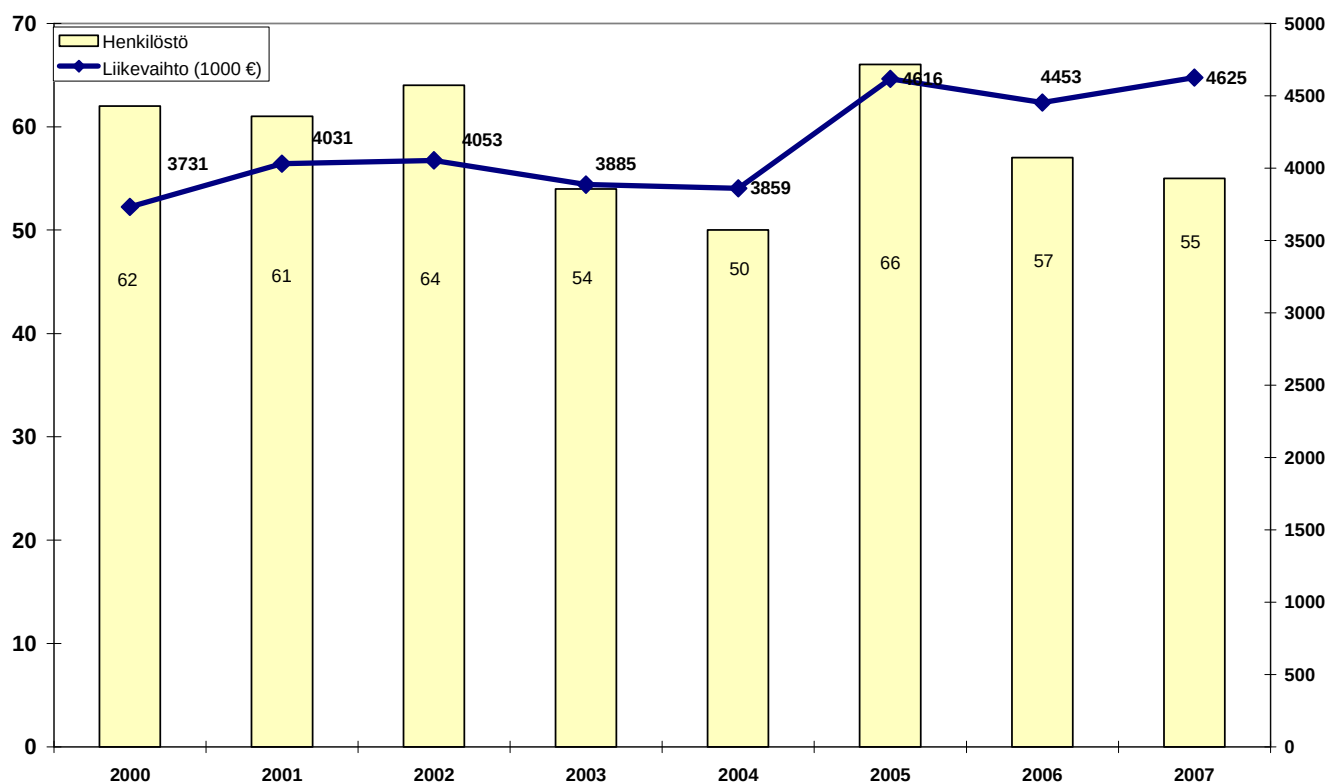
2.1.1 Nykyinen palvelutarjonta, kapasiteetti sekä laatu

Punkaharjun alueen matkailupalvelutarjonta on kohtuullisen laaja. Saatavissa on majoitus-, kahvila-, ravintola- ja kulttuuripalveluja. Myös kylpylä- ja kuntoutuspalvelut löytyvät alueelta. Lisäksi matkailijalla on käytettävissä erilaisia ohjelmapalveluja, välinevuokrausta, maaseutumatkailua, ratsutila, satamapalveluja, vähittäis- ja erikoiskaupan palvelut, huoltamopalvelut. Punkaharjun tarjonta mahdollistaa monipuolisten teemalomien vieton eri vuodenaikoina.

Vaikka tarjonta on monipuolista, alueen kapasiteetti ja laatu kaipaavat monessa tapauksessa kohennusta. Yhä kokeneemmat matkailijat odottavat yhä laadukkaampia palveluja ja fyysisiä puitteita matkakohteeltaan.

Haastateltujen mukaan majoitus- ja ravitsemistoiminnan osalta kapasiteetti ja liikevaihto ovat olleet kasvussa. Positiiviseen kasvuun ovat vaikuttaneet mm. venäläiset matkailijat. Punkaharjun alueen majoitus- ja ravitsemisyriyten tilastoitu yhteenlaskettu liikevaihto on parina viime vuonna ollut noin reilut 4,6 miljoonaa euroa (14 toimipaikkaa). Vuonna 2006 liikevaihdossa oli pieni lasku, noin 4 % edelliseen vuoteen verrattuna. Sen sijaan vuonna 2005 liikevaihto kasvoi noin viidenneksen verrattuna edelliseen vuoteen.

31.3.2009



Kuva: Punkaharjun majoitus- ja ravitsemisliikkeiden liikevaihto ja henkilöstömäärät 2000–2007 (Lähde: Tilastokeskus)

Vuonna 2008 rekisteröidyt yöpymiset seudulla sekä yöpymisten muutos on esitetty seuraavassa taulukossa. Taulukossa on tarkasteltu kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden yöpymisten kehitystä kokonaisuutena ja erikseen vielä venäläisten ja saksalaisten matkailijoiden yöpymisten kehitys. Punkaharjulla yhteenlaskettujen rekisteröityjen yöpymisten osalta on ollut lievää notkahdusta. Sen sijaan ulkomaalaisten yöpymiset ovat pysyneet suunnilleen ennallaan, mikä johtuu suurelta osin venäläisistä matkailijoista.

Vuoden 2007 lukuja tarkasteltaessa yöpymisten kehitys oli pelkästään kasvussa. Eniten myös tuolloin kasvoivat ulkomaalaisten yöpymiset (15 %). Punkaharjun rekisteröidyt yöpymiset olivat noin 26 % koko seudun yöpymisistä, ulkomaalaisten vastaava osuus oli noin 36 %. Vuonna 2008 Punkaharjun osuus alueen kokonaisuudesta on noin 25 %.

Savonlinnan seudulla yöpymisen keskihinta vuonna 2008 oli noin 35 euroa / henkilö/vuorokausi ja huonekäyttöaste 36 %.

Kaupallisen majoituskapasiteetin lisäksi loma-asunnoilla on tärkeä merkitys Punkaharjulle. Tilastokeskuksen mukaan Punkaharjulla on noin 1700 vapaa-asuntoa, joiden käyttö on keskimäärin 75 vuorokautta vuodessa.

31.3.2009

Taulukko: Rekisteröidyt yöpymiset Punkaharjulla ja niiden muutos (Lähde: Tilastokeskus)

v. 2008	Kaikki	07-08.	06-07.	05-06.
Punkaharju	82 829	-5 %	4 %	2 %
Rantasalmi	28 269	35 %	-2 %	-17 %
Savonlinna	129 828	0 %	10 %	-2 %
Savonlinnan seutu	334 338	1 %	3 %	1 %

v. 2008	Kotimaiset	07-08.	07-06.	05-06.
Punkaharju	60 441	-9 %	1 %	3 %
Rantasalmi	24 732	38 %	0 %	-19 %
Savonlinna	104 041	-2 %	7 %	-3 %
Savonlinnan seutu	270 577	-1 %	0 %	1 %

v. 2008	Ulkomaiset	07-08.	07-06.	05-06.
Punkaharju	22 388	5 %	15 %	0 %
Rantasalmi	3 537	13 %	-12 %	-4 %
Savonlinna	25 787	7 %	26 %	6 %
Savonlinnan seutu	63 761	8 %	19 %	5 %

v. 2008	Venäläiset	07-08.	06-07.	05-06.
Punkaharju	7 280	66 %	49 %	76 %
Rantasalmi	1 695	64 %	-41 %	30 %
Savonlinna	10 844	13 %	119 %	60 %
Savonlinnan seutu	26 748	35 %	60 %	70 %

v. 2008	Saksalaiset	07-08.	07-06.	05-06.
Punkaharju	8 391	-13 %	-16 %	-16 %
Rantasalmi	876	-27 %	44 %	-9 %
Savonlinna	2 496	-27 %	20 %	-12 %
Savonlinnan seutu	13 478	-16 %	17 %	-18 %

2.2 Toimintaympäristö

Toimintaympäristön osalta selvitettiin alueen matkailuun ja vapaa-ajan palveluihin vaikuttavat suunnitelmat, strategiat ja hankkeet esim. Suomen ja Etelä-Savon matkailustrategiat, maankäytön suunnitelmat sekä vireillä olevat tehtävään vaikuttavat muut suunnitelmat Etelä-Savossa ja Saimaan alueella.

Suomen valtakunnallinen matkailustrategia (KTM, 2006)

Suomen valtakunnallisessa matkailustrategiassa määritellään tärkeimmät kehittämisen painopisteet, jotka muodostavat valtakunnallisen viitekehyksen myös Punkaharjun matkailualueiden ja matkailun kehittämiseksi. Painopiste-alueet ovat:

- 1) Luoda edellytykset ympärivuotiseen matkailuun ja ammattimaisen yritystoiminnan kehittymiselle.
- 2) Hakea matkailualan kasvua ulkomailta ja panostaa kotimaan matkailun kehittämiseen.
- 3) Luoda matkailukeskusten saavutettavuudesta Suomen kilpailuetu.
- 4) Kehittää vetovoimaisia matkailutuotteita ja -palveluja kansainvälisille ja kotimaisille matkailijoille.
- 5) Saada aikaan tuloksellinen, verkostomainen ja ennakoiva matkailun kehittämisen pitkän tähtäimen toimintatapa.

31.3.2009

Punkaharjun matkailun kehittäminen on linjassa valtakunnallisten matkailun kehittämisen linjausten kanssa. Ympärivuotisuus, kansainvälinen kasvu, saavutettavuus ja yhteistyö ovat Punkaharjun matkailun kriittisiä menestystekijöitä.

Valtakunnallisen matkailun kasvun strategiset painopistealueet ovat:

- Matkailukeskusten kehittäminen
- Teemapohjaisten tuotteiden ja palvelujen kehittäminen.

Punkaharjulla tämä tarkoittaa mm. palvelujen keskittämistä ja uskomista malliin, että keskuksen voidessa hyvin myös sen ympäristön yritykset voivat hyvin. Erilaisten teemojen, esim. vesistötuotteet, hyvinvointimatkailu ja tapahtumat, kehittäminen on Punkaharjun matkailukysynnän lisäämisen edellytys.

Etelä-Savon matkailustrategia 2007–2013

Etelä-Savon matkailustrategiassa vuosille 2007–2013 tuodaan esille mm seuraavat lähtökohdat:

- Vesistöt ja järviluonto ovat Etelä-Savon matkailun perusta
- Etelä-Savon matkailukeskittymät ovat Mikkeli, Savonlinna ja Heinävesi.

Punkaharju ei siis ole maakunnan matkailukeskittymä, mutta se voi kasvaa ja kehittyä osana Savonlinnan seutua. Punkaharjun Harjualue on Etelä-Savon järviluonnon helmi.

Etelä-Savon matkailun kehittämisen laadullisia tavoitteita ovat:

- Matkailijoiden määrän ja viipymän pidentäminen
- Matkailuyritysten verkostoitumisen kehittäminen
- Matkailualan investointien lisääminen
- Matkailuyritysten liikevaihdon parantaminen
- Matkailutulon ja alan työllisyyden lisääminen.

Etelä-Savon matkailustrategiassa annetaan seuraavat toimenpidesuositukset maakunnan matkailun kehittämiseksi:

- 1) Matkailukeskittymien toimintaedellytysten lisäksi vahvistetaan yhteistyötä yli kunta-, seutukunta- ja maakuntarajojen. Savonlinnan matkailu keskityy järvimatkailukeskuksen luomiseen, toimijoiden yhteistyöhön ja alueen kokonaisvaltaiseen suunnitteluun.
- 2) Jalostetaan matkailullisia sisältöjä ja rakenteita.
- 3) Kehitetään vesistö-, kulttuuri- ja hyvinvointiteemoihin pohjautuvia tuotteita, tapahtumia ja palveluita.
- 4) Turvataan palveluketjun katkeamattomuus.
- 5) Tutkimus- ja kehittämistoiminta.
- 6) Ylläpidetään matkailun kehitysprosessia ja luodaan suotuisaa kehitysilma-
piiriä.

Toimenpidesuositusten mukaiset kehittämistoimenpiteet tulee priorisoida Punkaharjun matkailun kehittämissuunnitelmassa.

31.3.2009

2.3 Maankäyttö

Yhdyskuntarakenne

Punkaharjun yhdyskuntarakenne on rakentunut nauhamaisesti valtatie 14 ja rautatien varteen. Eteläosassa on kirkonkylä julkisine ja kaupallisine palveluineen. Pohjoispäässä on Kulennoisenkylä. Tiiviimpää asutusta on Tuunaansaaren eteläosassa. Tuunaansaaren pohjoisosaan keskittyy matkailupalveluita. Alueella on Retretti, Kesämaa ja Harjunportti sekä loma-asutusta.

Tuunaansaaren matkailualueen ja kirkonkylän väliin sijoittuu Punkaharjun luonnonsuojelualue, Metlan Laukansaaren tutkimuspuisto ja -asema, Suomen Metsämuseo Lusto, Valtionhotelli ja Kuntoutuskeskus Kruununpuisto.

Alueen vetovoimaisimmat matkailupalvelut sijoittuvat aivan Punkaharjun luonnonsuojelualueen välittömään läheisyyteen mutta matkailijaa ajatellen kuitenkin hiukan etäälle toisistaan (1,5 – 2,0 km).

Suunnittelutilanne

Punkaharjun kaavoitustilanne matkailun kehittämisen kannalta on hyvässä mallissa. Maakuntakaava ja alueen yleiskaavat tukevat matkailun kehittämistä. Tuunaansaaren asemakaavassa matkailu on myös huomioitu. Tosin asemakaava on jo vanhentunut ja sitä ollaan uudistamassa.

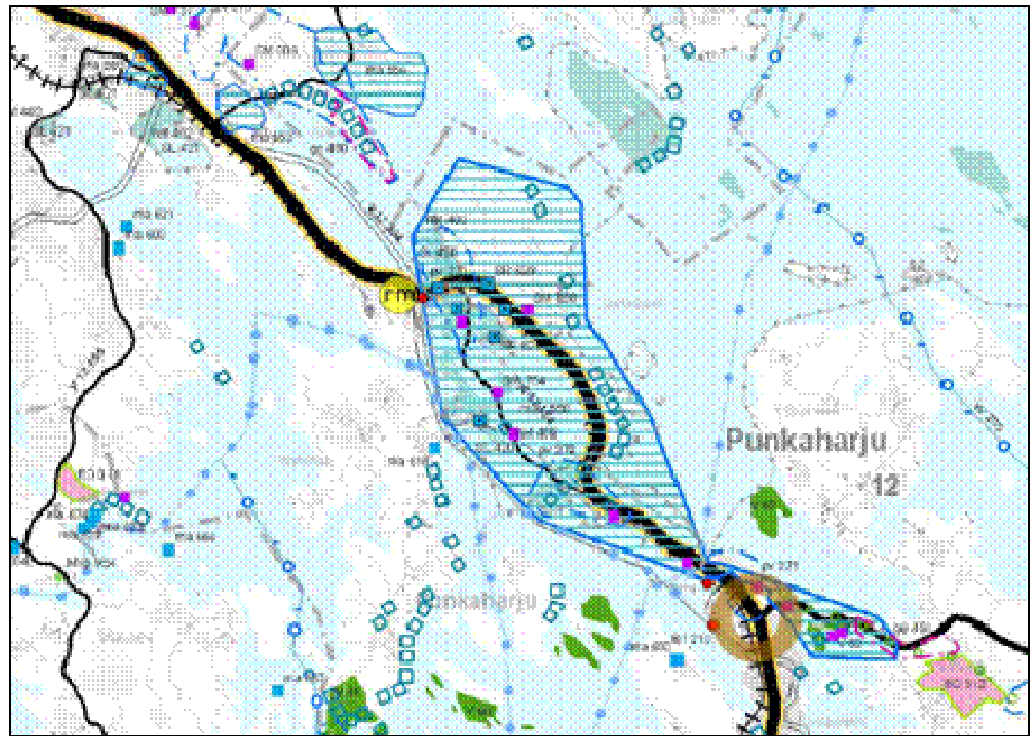
Metsähallitus on aloittanut käyttö- ja hoitosuunnitelman laatimisen Punkaharjun luonnonsuojelualueelle. Luonnonsuojelualue on kaavojen ulkopuolista aluetta.

Maakuntakaava

Etelä-Savon maakuntakaavaehdotus on ollut nähtävillä joulukuun 2008 – tammikuun 2009 aikana (Ote oheisessa kuvassa). Maakuntakaavaehdotuksessa Punkaharjun aluetta koskevia merkintöjä ovat mm. :

- Punkaharjun taajama on osoitettu paikalliskeskuksen kohdamerkinnällä.
- Tuunaansaaren eteläpään on osoitettu matkailupalveluiden alue (kohdamerkintä).
- Harjua ja Laukansaaren alue on osoitettu ”Kulttuuriympäristön ja/tai maiseman vaalimisen kannalta valtakunnallisesti merkittävä alue”.
- Harjua on osoitettu luonnonsuojelualueeksi ja Natura-alueeksi.
- Harjua-alueeseen kohdistuu lisäksi 6 muinaismuistokohdetta, 6 rakennus-suojelukohdetta, Salpalinjan puolustusvarustuksia.
- Harjua-alueen pohjavesialueet on osoitettu omilla merkinnöillä.
- Maakuntakaavassa on myös tiestö, rautatie ja laivaväylät viivamerkinnöillä.

31.3.2009



Kuva: Ote maakuntakaavaehdotuksesta

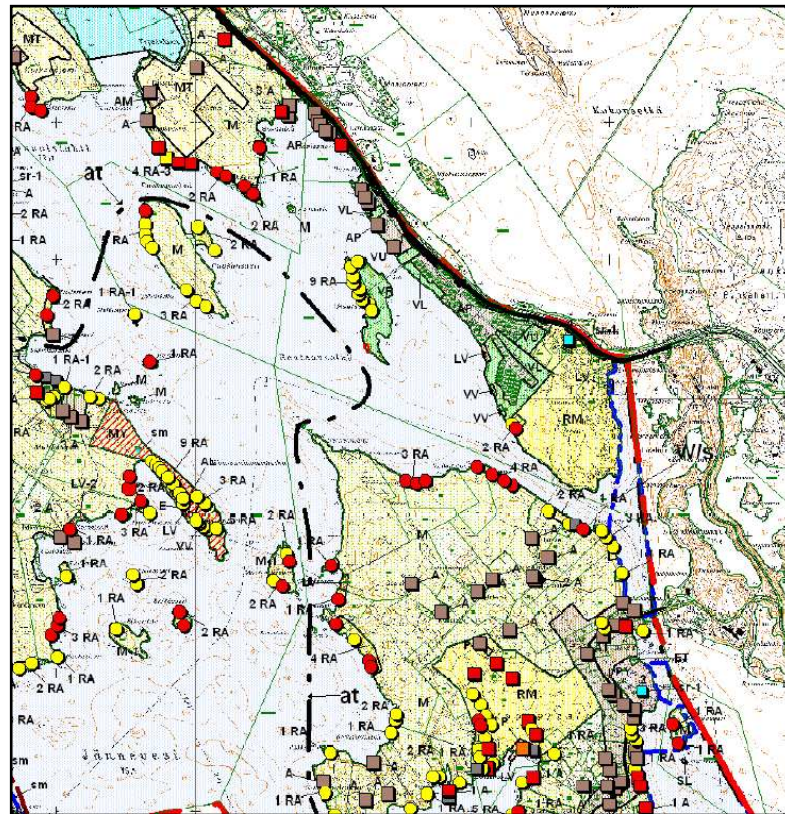
Yleiskaava

Tuunaansaaren ja Vahersalon alueet sisältyvät Pihlajaveden osayleiskaavaan, jonka kunnanvaltuusto on hyväksynyt 14.12.1998. Osayleiskaavassa Tuunaansaaren eteläosaan sekä Vahersaloon on osoitettu matkailupalveluiden alue. Muutoin osayleiskaavassa on ohjattu etupäässä rantarakentamista.

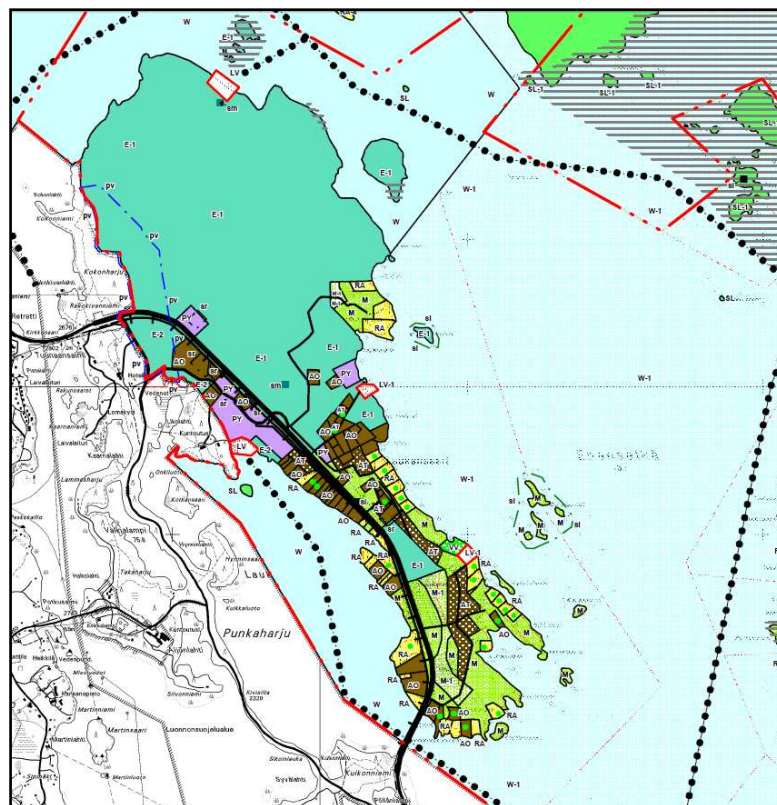
Laukansaari on osa Puruveden rantayleiskaavaa, jonka kunnanvaltuusto on hyväksynyt 15.12.2003. Laukansaaren alue on suurelta osin yleiskaavassa varattu erityisalueeksi metsäntutkimustoimintaa varten. Aluetta saa käyttää ohjatuilla reiteillä myös virkistykseen. Virkistystoiminta ei saa kuitenkaan häiritä metsäntutkimustoimintaa. Alueen ulkopuolista käyttöä varten on varattava rantautumismahdollisuus, riittävä polkuverkosto ja kevyen liikenteen reitistö. Valtatien eteläpuolella on erillinen erityisalue, joka on varattu metsäntutkimustoimintaa varten. Ko. alueelle saa rakentaa tutkimustoimintaan, hallintoon ja majoitukseen liittyviä tiloja sekä henkilökunnan asuntoja.

Metsäntutkimuskeskuksen ja Luston alue on osoitettu rantayleiskaavassa julkisten palvelun ja hallinnon alueeksi. Laukansaaren eteläosaan on osoitettu olevaa ja uutta asuin- ja lomarakentamista. Rantaosayleiskaavaan on osoitettu myös 4 venevalkama-alueita.

31.3.2009



Kuva: Ote Pihlajaveden osayleiskaavasta



Kuva: Ote Puruveden rantayleiskaavasta

31.3.2009

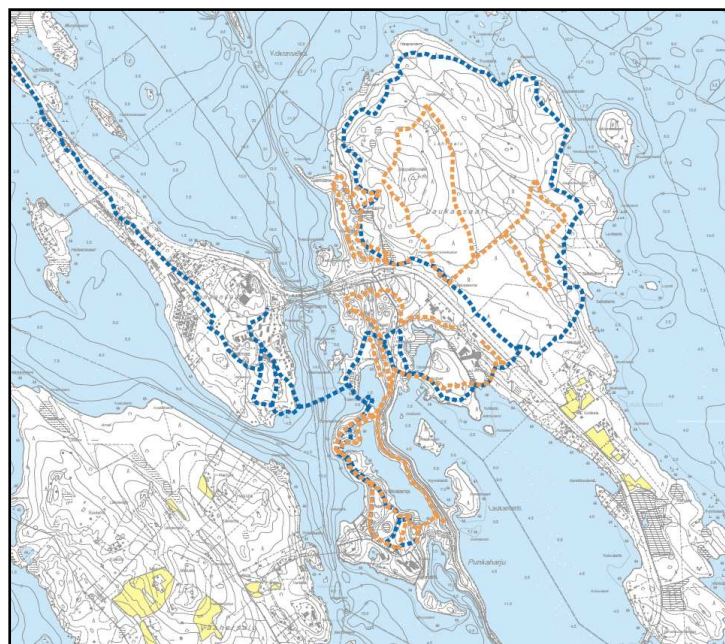
Asemakaava

Tuunaansaari on asemakaavoitettu ja saaren pohjoisreunaan ollaan laatimassa asemakaavan muutosta, joka mahdollistaisi melko tehokkaan lomarakentamisen ja muiden matkailupalveluiden sijoittamisen alueelle. Asemakaavassa eteläosa saaresta on osoitettu matkailupalveluiden alueeksi ja pohjoisosa etupäässä asuinrakentamiselle.

Reitistöt

Harjualueella ja Tutkimuspuistossa on eritasoisia ulkoilureittejä ja latupohjia. Hiihtoladut pidetään kunnossa Holiday Club Hiekkalahdesta Kruunupuistoon. Latu kulkee Kulennoisenkylän ja Tuunaansaaren kautta Punkaharjun luonnonsuojelualueelle. Harjualueella olevat reitit ovat osittain liian vaikeita, jopa keskitasoiselle hiihtäjälle. Ydinalueen reitistöt ilmenevät oheisesta kuvasta. Puulajipuiston osalta reittikartta päivitetään vuoden 2010 aikana.

Puutteenä reitistöjen osalta on se, että alueen matkailukohteiden välillä ei ole valaistua kevyen liikenteen yhteyttä.



Kuva: Punkaharjun alueen reitistöt (siniset latureittejä ja oranssit ulkoilureittejä)

Sijainti ja saavutettavuus

Punkaharju sijoittuu valtatie 14 varteen noin 30 km päähän Savonlinnasta ja noin 125 kilometrin päähän Lappeenrannasta. Pääkaupunkiseudulta Punkaharjulle ajaa noin 4,5 tunnissa. Punkaharjulle pääsee myös junalla. Alueella on Punkaharjun ja Luston asemat ja Retretin seisake.

Punkaharjulta on vesiliikenneyhteys Saimaan kanavan kautta Suomenlahdelle asti. Punkaharjulle on ns. Saimaan syväväylä.

Punkaharjulla on myös lentopaikka, joka soveltuu harrasteilmailuun.

31.3.2009

2.4 Toimijoiden määrittelemät kehittämistarpeet

Matkailutoimijoiden ja sidosryhmien näkemyksiä matkailun kehittämistarpeista Punkaharjulla kerättiin haastattelujen ja kyselyn avulla. Yksittäisillä yrityksillä on oman toimintansa kehittämiseen tähtääviä kehittämistarpeita sekä investointien että tuotekehittämisen keinoin.

Sesonkien luominen ja pidentäminen

Keskeinen ja merkittävin kehittämistarve on ns. toisen sesongin luominen. Kesällä palvelujen kysyntä on hyvällä tasolla, mutta talvikaudelle tarvitaan lisää tekemistä ja olosuhteita. Periaatteessa sesonkeja voisi olla useampiakin tasaisemman kysynnän takaamiseksi, esim. Lapissa on tuoteistettu mm. ruska, ensilumi, joulukuusi - uusi vuosi, hiihtokausi jne. Sesonkien kehittämisessä matkailupalveluiden tuotekehityksellä ja paketoinnilla on tärkeä merkitys, esim.

- ohjelmapalvelut
- luontomatkailu
- retkiluistelu
- kulttuurimatkailu
- sisävesilaivamatkailu

Kapasiteetin määrän ja laadun lisääminen

Toinen tärkeä kehittämistoimenpide on ajanmukaisen kapasiteetin lisääminen sekä majoitus- ja ravitsemispalvelujen että ohjelmapalvelujen osalta. Useat vastaajat olivat sitä mieltä, että kehitys saadaan käyntiin investoimalla rohkeasti. Majoituskapasiteetin radikaali lisääminen synnyttää ympärille palveluja, vrt. Lapin keskukset, joissa kysynnän kasvuun vaikuttavat muut tekijät ovat kunnossa.

Palveluiden keskittäminen

Punkaharju muodostaa palveluiden keskittymän, jossa suhteellisen suppealla alueella on runsaasti yrityksiä. Toisaalta varsinainen matkailukeskus alueelta puuttuu. Punkaharjun alueella keskittymiä ovat mm. kirkonkylä (kaupalliset palvelut) ja Tuunaansaari.

Yhteistyön kehittäminen

Saadun palautteen mukaan alueen toimijoiden yhteistyö on hyvällä tasolla. Tavoitteellista yhteistyötä esim. paketoinnin ja markkinoinnin osalta tulee kuitenkin lisätä.

Maankäyttöön liittyvä kehittäminen

Palautteessa todettiin, että kunta on hoitanut kaavoituksen hyvin ja se mahdollistaa matkailun kehittämisen. Toisaalta matkailuun liittyvää ennakko- ja suunnitteluvaiheesta toivotaan vielä lisää, jolloin kaavoitus ei viivästyttäisi yrittäjän toiminnan aloitusta. Lisää loma-asuntokapasiteettia toivottiin myös.

Reitistöjen osalta on Metsähallitukselle esitetty toiveita niiden kehittämiseksi Harjua-alueella. Maankäyttöön liittyy osittain myös palveluiden saavutettavuuden parantaminen.

31.3.2009

Yleensä maankäyttöön liittyvät asiat tapahtuvat luonnonsuojelualueen ulkopuolella, mutta jos reuna-alueilla tapahtuu radikaaleja muutoksia, niillä voi olla vaikutusta maisemaan. Maankäyttöön liittyviä asioita tulee tarkastella riittävän isossa mittakaavassa, jossa myös tarkastellaan reitistöt.

Ympäristöasiat

Ympäristö, luonto ja kansallismaisema ovat elintärkeitä Punkaharjun matkailun kehittämiseksi. Kunnan ja yritysten tulee panostaa ympäristöasioihin, jotta luonnon vetovoima säilyy. Ympäristöön liittyy myös sen siistiminen maisemanhoidollisin keinoin. Matkailun ydinalueella olevat rakennukset tulee remontoida sekä tienvarsikyltitykseen tulee kiinnittää huomiota.

Työn aikana kerättiin kommentteja erityisesti Harjutien sekä viitoituksen ja kyltityksen kehittämiseen. Saatuja kommentteja on kuvattu alla:

Harjutien kehittäminen

Markkinointi ja opastus

- Historiallisesti ja maisemakuvallisesti tärkeä, joka voisi tulla tiedotuksessa enemmän esille.
- Maisematieopastus riittävän ennakkoon.
- Enemmän opastusta ja informaatiota - ympärivuotisesti.
- Palvelukartasto Harjutien yrityksistä tien varteen.

Liikenne ja reitit

- Kevyen liikenteen väylä harjutien yhteyteen.
- Polkuverkoston edelleen kehittäminen => lähelle vettäkin; pitkospuut.
- Latu- ja polkuverkosto kulkee osittain kansallismaisemassa. Harjulle on tulossa mm. uudet puukaiteet tien reunoihin.
- Reitistöjä tulee kehittää myös harjualueen ulkopuolella.

Palvelut

- Kevyempi matkailukeskittymä => pienimuotoista asuntovaunumatkailua, piknik-paikkoja.
- Levähdyspaikkojen kehittäminen.
- Tanssipaviljonki, joka mahdollistaisi niin ulkomaalaisten kuin suomalaisten ihmisten paremman kanssakäymisen. Vieraat pitää saada viihtymään ja näin tutustumaan alueen ihmisiin.

Sisältö ja infrastruktuuri

- Sisällöllinen kehittäminen – Tsaarin Tie tms.?
- Pidetään kunnossa olemassa olevaa, suuria muutoksia ei tehdä, ettei tie menetä maisema-arvoaan.
- Elämyksiä tuottavia palveluja.
- Tulisi korjata valtatie 14:n varrella oleva ränsistynyt hirsirakennus piharakennuksineen.

Osa vastaajista haluaisi selvästi harjutietä kehitettävän, mutta osa mieltää asian niin, että alueelle ei voi tehdä muutoksia.

Opastus- ja viitoitusjärjestelmä

Yhtenäistäminen

- Punkaharjun alueella sekava; reittiviitoituksessa ja opastuksessa parannettavaa => uusi suunnitelma, joka palvelisi kaikkia ja olisi yhtenäistä.

31.3.2009

- Kohtuullisella mallilla, mutta ehkä voisi vielä yhtenäistää ja myös kehittää niin, että se toimisi hyvin ja ennakoidusti.
- Savonlinnan päässä oleva tauluviidakko kunnan maalla on ruma => tulisi poistaa.
- Jos verrataan esim. Espoon Nuuksioon, vielä on kehitettävää; luontoa arvostaen matkailua kehittäen.
- Yhtenäisyys ulkoasuissa - ei sinisiä ja uusia ruskeita sekaisin.
- Sekä nettimaailmassa että maastossa lisätä ja selkeyttää mittavasti.

Sijainti

- Infotaulut harjutien molempiin päihin.
- Opastaa pitäisi kaikkialle eikä vain Harjuaalueelle.
- Tällä hetkellä tienvarsikylttejä on aivan liikaa ja liian tiheässä.
- Yhteistyössä yritysten kanssa, kuten esitemateriaalia valmistettaessa.

Kieliversiot

- Enemmän huomiota kieliversioihin: on oltava suomi, saksa, englantia ja venäjä.
- Liikennemerkkiuudistus on jo toteutettu, jopa harjuaalueella on englannin-kielinen teksti.

2.5 Punkaharjun matkailun erityisvahvuuksien yhteenveto

Punkaharjulla on hyvät mahdollisuudet kehittyä yhdeksi Saimaan seudun johtavista matkailualueista. Olemassa oleva palvelutarjonta on runsasta, suunnitteilla on realistisia investointeja ja sekä kunnan että toimijoiden sitoutuminen on vahvaa.

Kehittymistä haittaavia tekijöitäkin on. Investointeja alueella ei ole tehty merkittävästi viime vuosina kapasiteetin lisäämiseksi ja/tai parantamiseksi. Osittain alueen kapasiteetti ei vastaa tasoltaan ja tyypiltään nykyisen matkailukysynnän vaatimuksia. Punkaharjulle tarvitaan uusi matkailuvetovoimaa lisäävä tekijä. Punkaharjun luonto ja kansallismaisema ovat ehdottomia veto-voimakohteita, mutta niitä ei ole vielä pystytty riittävästi hyödyntämään.

Etelä-Savon maakunnassa, Punkaharju mukaan lukien, matkailijamäärät eivät ole kasvaneet, lukuun ottamatta venäläisiä matkailijoita. Alueen tuotekehitys on ollut tuloksetonta. Uusia tuotteita on syntynyt tai niitä on jäänyt elämään vain vähän. Alueella toimivien yritysten ammattitaitoa tulisi lisätä tuotekehityksen, tuotteistamisen sekä paketoinnin osalta, jotta alueelle riittäisi matkailukysyntää myös kesäsesongin ulkopuolella.

Kehitys ei käynnisty ilman resursseja. Sekä matkailupalveluiden markkinointiin että kehittämistoimenpiteiden käynnistämiseen ja koordinointiin tarvitaan henkilöresursseja sekä rahaa. Nykyisessä taloudellisessa tilanteessa panostusten lisääminen on haastavaa, mutta välttämätöntä.

Yhteenveto erityisvahvuuksista esitellään SWOT-analyysin muodossa.

Vahvuudet - missä olemme hyviä nyt?

Vahva kesäsesonki

- Saimaan alueen matkailulle tyypillisesti kesäsesonki on vahva. Muista Saimaan alueen matkailukeskuksista/-kunnista erilaistava tekijä on Harju-alue, mutta mikä on luonnon ja vesistöjen konkreettinen merkitys ja lisä-arvo yrityksille?

31.3.2009

Nykyinen kapasiteetti

- Suhteellisen tiiviillä alueella on melko paljon myös kansainvälisesti tunnettuja matkailubrändejä, esim. Fontana, Holiday Club ja Hapimag. Näiden lisäksi on myös muuta matkailukapasiteettia.

Punkaharju on tunnettu Suomessa

- Punkaharju ja sen kärkikohteet, esim. Retretti ja Lusto ovat tunnettuja laajasti. Myös Punkaharjun matkailun historia lisää tunnettuutta.

Tahto kehittyä

- Punkaharjun matkailutoimijat ovat valmiita panostamaan matkailun kehittämiseen omia resurssejaan.

Rakennettu kulttuurimatkailuympäristö

- Retretti ja Lusto ovat merkittäviä ja tunnettuja suomalaisia kulttuurimatkailukohteita.

Saavutettavuus

- Punkaharjulle pääsee junalla pääkaupunkiseudulta noin neljässä tunnissa useasti päivässä. Lähin lentokenttä sijaitsee noin 30 kilometrin päässä. Lisäksi Pietarin talousalueelta Punkaharjulle ajaa muutamassa tunnissa.

Heikkoudet - missä meillä on parannettavaa?**Varsinainen veturiyritys puuttuu**

- Alueelle tarvitaan uusi kärkiyritys, joka käynnistää positiivisen kehittymisen kierteen.

Kehittymisen hitaus

- Pienillä, yksityisillä yrityksillä ei ole taloudellisia voimavaroja kehittämiseen.

Punkaharjulla ei ole matkailutuotteita ja palvelukokonaisuuksia

- Tuotekehitys ja yritysten välinen yhteistyö yhteisten tuotteiden luomiseksi ovat edelleen vaikeita prosesseja. Talvikaudelta puuttuu kärkituote.

Kapasiteetin puute ja taso

- Nykyinen kapasiteetti voidaan nähdä myös heikkoutena, koska esim. yritysyhdistä ei pystyä palvelemaan riittävän laadukkaasti. Asiakkaiden nykyisiä tarpeita ja tulevia odotuksia ei vieläkaan tunneta riittävästi.

Mahdollisuudet - miten hyödynnämme näitä?**Kilpailukyvyn parantaminen suhteessa kilpailijoihin ja kilpailijamaihin**

- Uusien palvelukonseptien löytäminen ja palveluinnovaatioihin rohkaiseminen.

Asiakkaiden arvojen ja odotusten asettaminen keskeiseksi ohjenuoraksi

- Laadun kehittäminen sekä kestävä kehityksen arvojen kunnioittaminen.

Aito verkostoituminen, yhteinen tuotteistaminen ja kasvun hakeminen

- Tavoitteellista, kysyntää lisäävää ja siten lisäarvoa ja kasvua tuottavaa yhteistyötä.

Ohjelma- ja liitännäispalvelujen kehittäminen majoitustoiminnan vetovoimaksi

- Kylpylätarjonta vastaa suomalaisten lyhytloimat tarpeisiin ja wellbeing-kysyntään, myös luonto- ja elämyspalveluita tulee kehittää.

31.3.2009

Uhat - miten vältymme näiltä?

Liian kova kilpailu

- Ei nähdä yhteistyömahdollisuuksia Saimaan alueella. Oman kilpailukyvyyn ylläpitoa ja kehittämistä ei oivalleta - pelätään vain kilpailua yleisesti.

Toimintojen hajaantuminen

- Punkaharjun matkailun palvelukeskittymä ei ole riittävän vetovoimainen.

Talouskehityksen häiriöt

- Taloudellisen taantuman jatkuminen lykkää investointeja ja saattaa vaikuttaa myös kysynnän määriin.

Ympäristöriskit ja ilmastonmuutos

- Talvikauden kärkituotteiden toteuttamismahdollisuudet heikkenevät lumi- ja jääkauden lyhetessä.

Uudet vetovoima-alueet suuntaavat matkailukysyntää pois Suomesta

- Keskeiset kohderyhmät valitsevat muita matkailukohteita, mikä kiristää kilpailua. Kehittyvät ja osaavat alueet ohittavat taantuvat alueet.

31.3.2009

3 PUNKAHARJUN MATKAILUN KOHDERYHMÄT

Kohderyhmäasettelun tulee vastata kysymykseen: Kenelle Punkaharjun matkailua kehitetään? Tärkeää on tunnistaa odotettavissa olevat kysynnän muutokset sekä eri matkailijaryhmien potentiaali myös tulevaisuudessa. Kohderyhmäasettelussa huomioitiin myös valtakunnan ja maakunnan matkailustrategioiden painotukset markkinoinnin kohderyhminä.

Punkaharjun matkailun kohderyhmät ovat:

- kotimaiset
- venäläiset
- saksankieliset eurooppalaiset
- eteläeurooppalaiset

3.1 Matkailukysynnän trendit

Matkailukysyntään vaikuttavat yleisesti tiedossa olevat trendit kuten väestön ikääntyminen, globalisaatio, ICT:n merkityksen kasvu ja ilmastonmuutos.

World Tourism Organisation ja European Travel Commission ovat määritelleet matkailuun liittyvät trendit mm. seuraavasti.

Maailma pienenee ja ns. "äärimatkat" lisääntyvät

- Kansainvälinen matkailu Suomeen lisääntyy kaukaisistakin kohteista. Lisäksi esimerkiksi talvinen Saimaa voi tarjota "äärielämyksiä".

Kestävä kehitys on matkailun perusedellytys

- Matkailijoiden tietoisuus esim. ympäristöä säästävistä toimenpiteistä kasvaa koko ajan ja se saattaa vaikuttaa myös matkustuspäätöksiin. Matkailun kehittämisessä tulee huomioida kestävän kehityksen kaikki näkökulmat: ekologinen, taloudellinen ja sosiaalinen kestävyys.

Matkailun painopiste siirtyy peruspalveluista yksilöllisiin elämyksiin

- Palveluita tulee kehittää myös yksittäisille matkailijoille, joilla on yksilöllisiä tarpeita.

Tieto- ja viestintäteknologia muokkaa tiedonvälitystä, jakelua ja tuotantoa

- Sähköisiin jakelukanaviin on panostettava. Dynaaminen paketointi, sosiaalinen media yms. käsitteet yleistyvät.

Varausjärjestelmien ja toiminnan on oltava joustavaa

- Matkailumarkkinoinnin kohdentaminen tarkentuu, jolloin asiakkaiden tunteminen on avainasemassa.

Matkailukysyntä sirpaloituu ns. life-style -tyyppisiksi matkailijaryhmiksi

- Demograafisten tekijöiden sijaan on tunnistettava "heimot", esim. harrastajaryhmät tai ryhmät, joille maisema-arvot ovat erityisen tärkeitä.

Matkailijoilla on yhä korkeampi hinta-laaturietoisuus

- Palvelutarjonnan tasoa ja laatua tulee parantaa.

Varttuneempi väestö muodostuu yhä tärkeämmäksi kohderyhmäksi

- Palvelujen tarjonnassa ja mm. esteettömyydessä tulee huomioida erikikäiset käyttäjät.

Matkailukeskusten imagomerkitys kasvaa

- Punkaharjun imagon hyödyntäminen sekä Punkaharju-brändin luominen.

31.3.2009

Lyhytloimat yleistyvät (3-4 päivää)

- Yhden pitkän lomamatkan sijaan tehdään useampia lyhytloimia. Lyhytloimalla halutaan kokea intensiivisesti elämyksiä.

Terveys- ja hyvinvointipalveluiden kysyntä kasvaa

- Myös henkinen hyvinvointi, esim. hiljentyminen ja rentoutuminen ovat tärkeä osa matkailuelämystä.

3.2 Valtakunnalliset ja maakunnalliset kohderyhmät

Matkailun edistämiskeskus on laatinut matkailukysynnän ennusteita, joiden mukaan suurinta kysynnän kasvua on odotettavissa seuraavista Euroopan maista: Saksa, Iso-Britannia, Venäjä, Ranska, Espanja ja Alankomaat. Kaukomarkkinoista kasvua odotetaan Japanista ja Kiinasta. Lähimarkkinoista kasvavat Viro ja Latvia. Kasvua sen sijaan ei odoteta Ruotsista ja Norjasta. Kasvavia kohderyhmiä ovat seniorit ja alle 30-vuotiaat matkailijat. Ennuste on laadittu ennen globaalin taloustilanteen huonontumista loppuvuodesta 2008.

Etelä-Savon matkailustrategian mukaan markkinointia kohdistetaan Euroopan metropolialueille sekä kotimaassa pääkaupunkiseudulle ja lähialueilla Pietariin.

Savonlinnan seudun asiakasstrategian mukaan potentiaalisimpia asiakkaita ovat luontoarvoista kiinnostuneet kuluttajat, jotka arvostavat puhdasta järvi- luontoa ja sen tarjoamia elämyksiä. Kotimaisilla markkinoilla pääkaupunkiseutulaiset ikäryhmästä 45+ -vuotiaat ovat keskeinen kohderyhmä. Kansainvälisillä markkinoilla kohdemaita ovat Venäjä, saksankielinen Eurooppa, Etelä-Eurooppa. Kansainvälisillä markkinoilla markkinoitavia teemoja ovat mökkilomat, kulttuuri, lastenmatkat, MICE ja suomalaiset perinteet.

3.3 Kotimaiset matkailijat

Kotimaan matkailijat ovat kohderyhmänä tärkein ryhmä nyt ja tulevaisuudessa, sillä heidän tavoittamisellaan saadaan alueelle tasainen tulovirta. Kotimaiset matkailijat ovat myös suurin asiakasryhmä seudun tapahtumissa ja matkailukohteissa.

Suomalaisista kohderyhmänä ovat lapsiperheet, luonto-, kulttuuri- ja kokousmatkailijat. Viikkoloma-osakkeiden markkinointi tulee ensisijaisesti suunnata suomalaisille ja seuraavaksi esim. venäläisille. Tavoiteltavia ovat myös erityiset ryhmät, esimerkiksi eläkeläiset.

Kotimaisia yöpymisiä Punkaharjulla rekisteröitiin vuonna 2008 yli 60 000 ja tämän lisäksi tulee huomioida arviolta noin 120 000 omissa loma-asunnoissa kertyvää yöpymistä sekä alueen päiväkävijät.

3.4 Venäläiset matkailijat (lähde: MEK)

Suomeen suuntautuvien kiertomatkojen markkinoinnin kohderyhmänä ovat 35–45 -vuotiaat keskiluokan edustajat. Ainakin tällä hetkellä kiertomatkoja suosivat vielä ryhmät.

Maaseutu- ja mökkilomien markkinoinnilla pyritään tavoittamaan perheet, keskimäärin 35-vuotiaat matkailijat sekä useamman perheen matkailijaryhmät. Tuloiltaan nämä useimmiten kuuluvat keskiluokkaan tai ylempään keskiluokkaan. Nämä ryhmät odottavat matkaltaan korkeatasoista majoitusta hyvin varustellussa mökissä. Mökkilomien suosio venäläisten asiakkaiden keskuudessa on vankkumaton ja se kasvaa koko ajan.

31.3.2009

Aktiviteettilomalaiset ovat useimmiten pareja tai nuorehkoja miehiä. Vaikka useimmat aktiviteetit kiinnostavatkin yksin matkaavia, esimerkiksi kalastuslomalle suunnataan usein myös ryhmässä. Kalastus on Venäjällä myös monen naisen harrastus ja kalastusmatkailijoissa onkin paljon myös pariskuntia.

Venäläisten vapaa-ajan matkailijoiden määrä on noin miljoona matkailijaa. Itäinen Suomi oli pääkohde noin kolmannekselle kaikista venäläisistä matkailijoista.

3.5 Matkailijat saksankielisestä Euroopasta (lähde: MEK)

Saksasta Suomeen tulevat kiertomatkailijat saapuvat joka puolelta Saksan maata, mutta erityisesti kesäaikaan 40–60 -vuotiaat ja sitäkin vanhemmat tulevat pohjoisesta Saksasta. Heille matka Suomeen on lyhyin. Kiertomatkat jakaantuvat tasaisesti: noin 50 % matkustaa yksittäin ja noin 50 % ryhmässä.

Maaseutumatkailussa on kaksi kohderyhmää: nuoret avioparit, joilla on kaksi pientä lasta sekä modernit kaupunkilaisperheet. Nuorilla aviopareilla on hyvät tulot, vaikkakin vain toinen heistä tyypillisesti työskentelee. He asuvat maaseudulla pienissä tai keskisuurissa kaupungeissa. Toinen kohderyhmä – moderni kaupunkilaisperhe (21 %) – on keski-ikäinen perhe, jonka lapset ovat jo muuttaneet pois kotoa. Heillä on korkea koulutustaso, korkea yhteiskunnallinen asema ja korkeimmat tulot. He asuvat suurissa kaupungeissa ja heillä on aktiivinen elämäntapa. He saavat tiedot matkakohteistaan internetistä, kirjoista ja sanomalehdistä ja matkustavat harvemmin ryhmässä.

Aktiviteetti- ja special interest -lomia kohtaan tunnettu kiinnostus on riippuvainen niiden luonteesta. Tällaiset lomat kiinnostavat pienempiä ryhmiä, vaikka toisaalta myös yksin matkaavat valitsevat usein aktiviteettiloman. Special interest -lomille on vain vähän kysyntää.

Saksalaisten vapaa-ajan matkailijoiden määrä on noin 107 000 matkailijaa. Itäinen Suomi oli pääkohde noin 23 000 matkailijalle.

3.6 Italialaiset matkailijat (lähde: MEK)

Suomeen matkustavat italialaiset ovat keski-ikäisiä melko nuoria, 25-44 -vuotiaita. Kesän bussiryhmämatkalaiset ovat yleensä keski-ikäisiä ja sitä paljonkin vanhempia. Lapset ovat kohderyhmänä melkein yksinomaan joulumatkailussa. Viikonloppumatkojen kohderyhmä ovat nuoret varakkaat aikuiset.

Kesän kiertomatkailijat ovat yleisimmin pariskuntia ilman lapsia tai pieniä ystäväryhmiä, varallisuudeltaan he kuuluvat yleensä ylempään keskiluokkaan tai yläluokkaan ja heillä on korkea tai vähintään keskitasoinen koulutus. Sama koskee aktiviteettilomia harrastavia. He matkustavat harvoin ryhmässä.

Kiertomatkailijat ja aktiviteetteja harrastavat ovat vaativia sekä palvelujen tason että matkan sisällön suhteen. Villieläinten näkeminen luonnossa on molempien ryhmien unelma.

Talvimatkojen kohderyhmät eroavat kesämatkailijoista sikäli, että Joulupukin myötä lapset ja isovanhemmat ovat tärkeitä kohderyhmiä. Heidän matkailunsa ajoittuu lähinnä joulutammikuuhun. Muuten talvimatkailussakin pätee nuorehkot, varakkaat ja hyvin koulutetut pariskunnat ja ystäväryhmät. Murtomaahiihdon harrastajia on Italiassa yli 300 000, he ovat Suomelle uusi kohderyhmä, suurimmaksi osaksi keski-ikäisiä miehiä.

31.3.2009

Vapaa-ajan matkalle Suomeen matkusti noin 37 000 matkailijaa. Itäinen Suomi oli pääkohde noin 1 000 matkailijalle.

3.7 Espanjalaiset matkailijat (lähde: MEK)

Kesällä itsenäisten kiertomatkojen pääkohderyhmänä ovat 25–45 -vuotiaat kaupunkilaiset, lähinnä pariskunnat ja ystäväporukat. Bussikiertomatkojen kohderyhmänä ovat 40+ -ikäiset pikkukaupunkilaiset, jotka valitsevat kierto-matkan oman vaatimattoman kielitaitonsa vuoksi. Noin kolmannes kaikista kiertomatkalaisista on liikkeellä opastetulla valmismatkalla kohteesta kohteeseen, johon on tultu lentäen ja joka käsittää useita Pohjolan tai Baltian maita.

Maaseutulomien kohderyhmänä ovat 30–45 -vuotiaat parit, ystäväporukat ja lapsiperheet. Kysyntä mökkimajoituksesta on suuri, erityisesti kesällä, mutta tendenssi on leviämässä myös syksyyn ja talvikaudelle.

Sekä aktiviteetteja että special interest -matkoja suosivat erityisesti miehet ja pienet, erikoistuneet ryhmät. Special interestin osalta retkeily- ja seikkailu-matkat sekä arkkitehtuurista ja designista kiinnostuneet ovat suurin potenti-aalinen kohderyhmä.

Kaupunkilomat ovat nopeimmin kasvava matkailumuoto Espanjassa. Kaupun-kilomilla hakeudutaan kohteisiin, joihin on halvat ja helpot lentoyhteydet.

Vapaa-ajan matkalla Suomeen matkusti noin 31 000 matkailijaa Espanjasta. Kaikista matkailijoita itäiseen Suomeen matkusti noin 3 000 matkailijaa.

3.8 Yhteenveto kohderyhmien potentiaalista

Kohderyhmien potentiaali on määritelty tällä hetkellä Suomeen tulevasta mat-kailijamäärästä segmenteittäin.

Matkailijaryhmä	Määrällinen potentiaali
Venäläiset matkailijat	300 000
Saksalaiset matkailijat	23 000
Eteläeurooppalaiset matkailijat (Italia & Espanja)	4 000
Yhteensä	327 000

Käytännössä potentiaalisia matkailijoita ovat kaikki samoihin kohderyhmiin kuuluvat.

31.3.2009

4 PUNKAHARJUN MATKAILUN KEHITTÄMISEN TAVOITTEET JA MITTARIT

Punkaharjun matkailun kehittämiseksi on määritelty suuntaa-antavat strategiset tavoitteet, jotka linjaavat sitä, mihin suuntaan matkailua tulee kehittää toimijoiden kehittämistarpeet ja kehittämisen erityisvahvuudet huomioiden. Lisäksi on määritelty konkreettiset mittarit, joiden avulla matkailun kehittymistä voidaan seurata.

4.1 Strategiset tavoitteet

Yhteinen strateginen näkemys ja tahtotila

- Alueen keskeisillä toimijoilla tulee olla samansuuntainen näkemys sekä vahva tahtotila matkailun kehittämisen suunnasta. Käytännössä tämä tarkoittaa, että toimijoilla on yhteinen markkinointistrategia ja että alueen kärkikohteet ovat nimetty: Tuunaansaari (Retretti, Kesämaa, Harjunportti, Aurinkorinne ja tuleva kylpylä), Lusto sekä Harjualue. Tahtotilan tulee olla vahva yhteistyön tehostamiselle ja organisoitumiselle tehtävien jakamiseksi ja koordinoimiseksi.

Matkailullisen vetovoiman kehittäminen ympärivuotiseksi

- Tuotteita ja palveluita on kehitettävä siten, että Punkaharjun vetovoima on vahva myös kesäkauden ulkopuolella. Kaupallista palvelutarjontaa on monipuolistettava alueen yritystoiminnan kehittymiseksi, mikä edellyttää mm. merkittävien investointien ja uusien yritysten saamista Punkaharjulle.

Markkinoinnin ja kehittämisen tehostaminen ja resursointi

- Punkaharju-brändi on tunnettu Suomessa, mutta tavoitteena on sen kansainvälistäminen. Yhteismarkkinoinnin suunnittelu tulee olla pitkäjänteisempää, tarvitaan yhteinen markkinointistrategia. Alueen toimijoiden tulee sitoutua myös taloudellisesti matkailun kehittämiseen ja markkinointiin.

Maankäytön ja infran suunnittelu matkailun ehdoilla

- Yritysten tarpeet tulee pyrkiä huomioimaan maankäytön ja reitistöjen suunnittelussa. Reitistöjen osalta tulee huomioida myös esteettömyys ja valaistusolosuhteet. Suojelualueen matkailullinen "hyödyntäminen" mm. suojelualueella olevien rakennusten hyötykäytön muodossa.

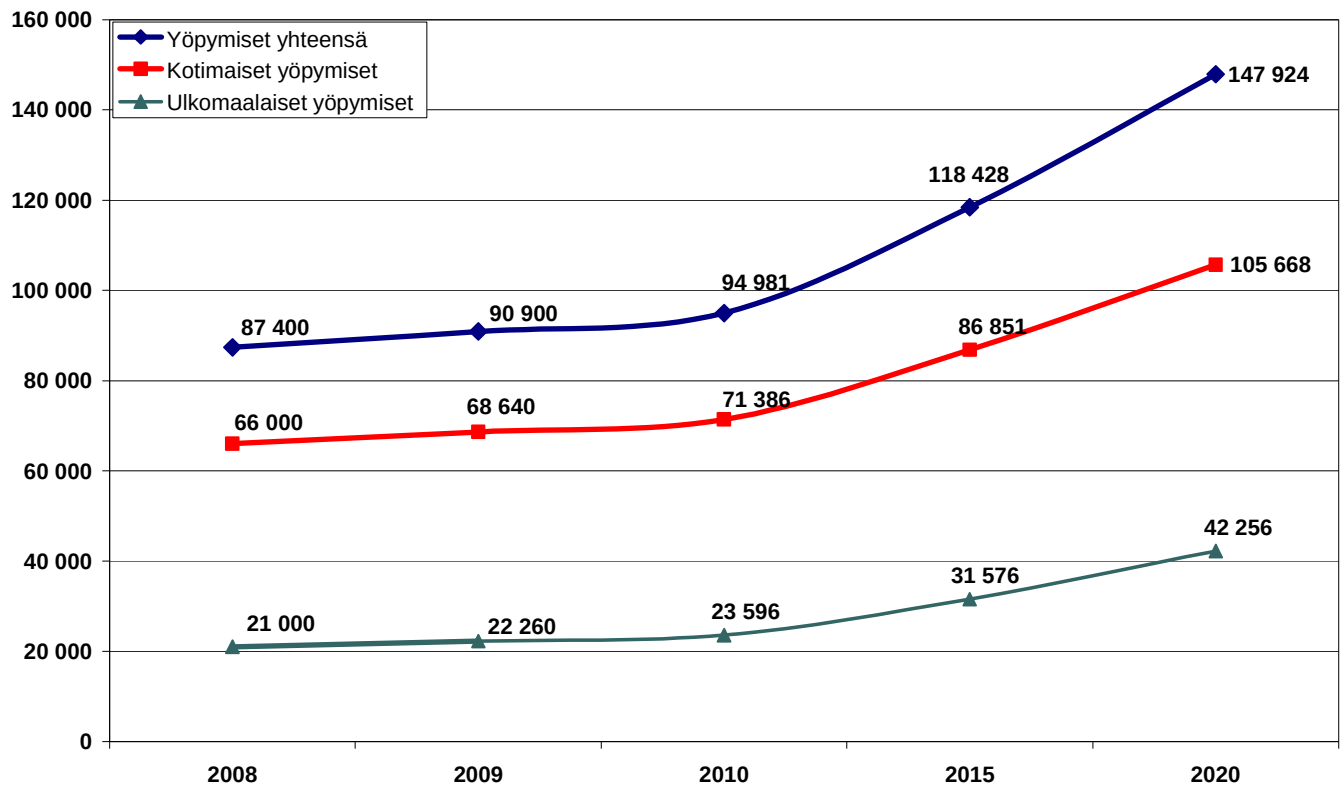
4.2 Kehittämisen mittarit

Mittareiden avulla voidaan säännöllisesti ja luotettavasti seurata Punkaharjun matkailun kehittymistä ja verrata kehittymistä "kilpailijoihin".

Rekisteröidyt yöpymiset

Tavoitteena on, että yöpymisten määrä kasvaa kotimaisten yöpymisten osalta 4 % ja ulkomaalaisten osalta 6 % vuodessa. Tämä edellyttää vahvaa panostusta markkinointiin, tuotekehitykseen sekä lisäkapasiteettiin. Tavoitteen mukaan vuonna 2020 Punkaharjulla kertyy yhteensä noin 150 000 yöpymistä.

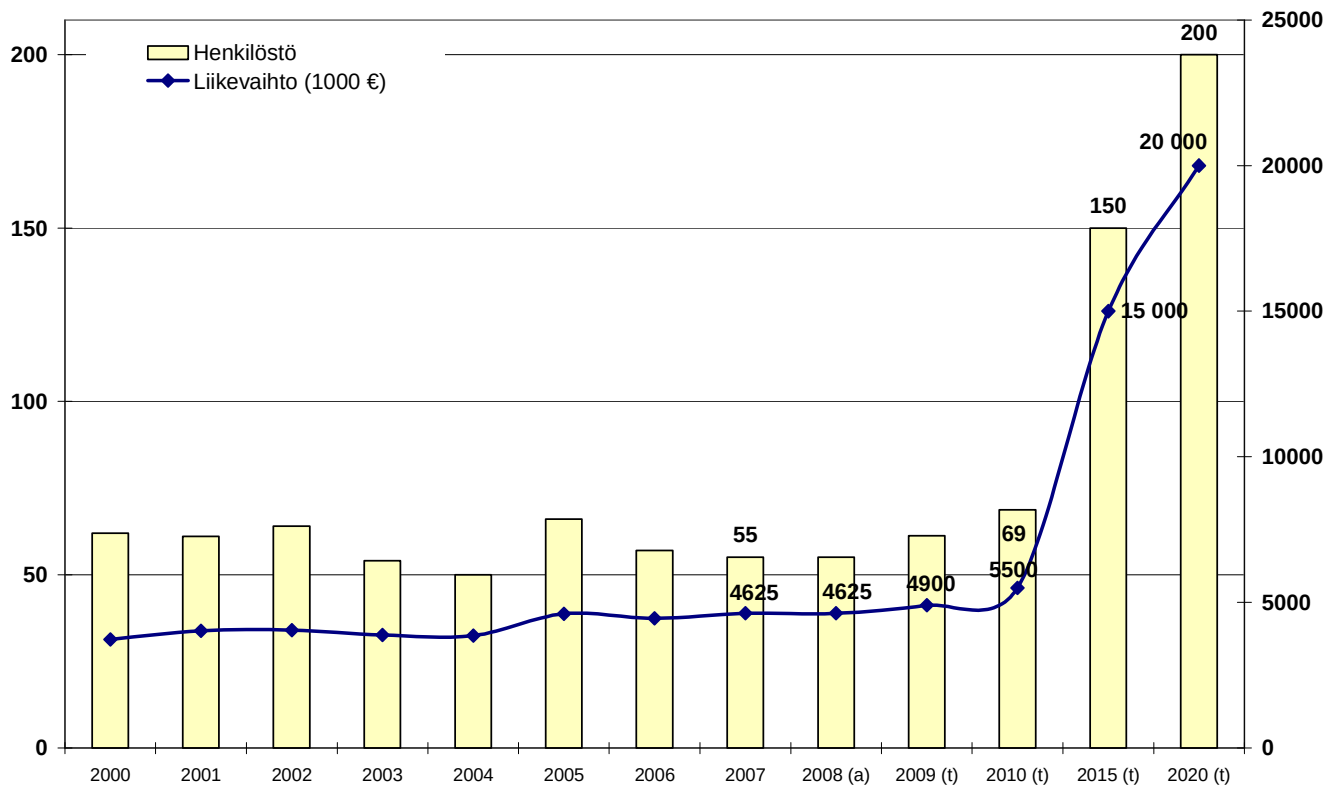
31.3.2009

*Kuva: Punkaharjun tavoitteelliset yöpymiset*

Matkailuliikevaihto ja työpaikat

Tavoitteena on, että matkailuliikevaihto kasvaa tasaisesti kunnes uusi kylpyläninvestointi ja siihen liittyvä majoituskapasiteetti ovat valmistuneet vuoteen 2015 mennessä. Uusi kapasiteetti nostaa matkailuliikevaihdon uudelle tasolle. Tavoitteena on, että matkailuliikevaihto vuonna 2020 on noin 20 miljoonaa euroa.

31.3.2009



Kuva: Punkaharjun tavoitteelliset matkailuliikevaihto ja henkilöstö

Matkailutulot

Matkailutulolla mitataan matkailijoiden rahankäytöstä aiheutuvia taloudellisia vaikutuksia. Lähtökohtana ovat yöpymismäärät sekä vuorokausikohtainen rahankäyttö. Vuonna 2020 Punkaharjun aikaansaama matkailutulo on yhteensä noin 25 miljoonaa euroa, josta osa kohdistuu Punkaharjun ulkopuolelle.

	2008	2009	2010	2015	2020
Kotimainen matkailutulo	8 740 000	9 090 000	9 498 120	11 842 773	14 792 425
Ulkomainen matkailutulo	6 600 000	6 864 000	7 138 560	8 685 150	10 566 813
Yhteensä	15 340 000	15 954 000	16 636 680	20 527 923	25 359 238
Työllisyysvaikutukset yht.	353	367	383	472	583
Välitt. työllisyysvaikutukset	230	239	250	308	380
Välill. työllisyysvaikutukset	123	128	133	164	203

Kärkikohteiden kävijämäärät

Kävijämäärätavoitteet on asetettu nykytilanteen mukaan, jolloin kohteiden kävijämäärät on suhteutettu nykyiseen yöpymismäärään. Yöpymismäärien kasvaessa kävijämäärät kasvavat samassa suhteessa.

	Nykytilanne	2009	2010	2015	2020
Kesämaa	24 000	24 961	26 082	32 520	40 620
Lusto	30 000	31 201	32 602	40 650	50 775
Retretti	75 000	78 003	81 506	101 626	126 937

31.3.2009

5 PUNKAHARJUN MATKAILUN KEHITTÄMISTOIMENPITEITÄ

5.1 Harjutie

Harjutie on Punkaharjun matkailun keskeisiä vetovoimatekijöitä ja tunnetuimpia maisemakohteita Suomessa. Harjutie erilaistaa Punkaharjun muista Suomen matkailukunnista. Työn aikana ideoitiin matkailullisia toimintoja ja vetovoimatekijöitä, jotka palvelevat ympärivuotista matkailua sekä tuottavat lisäarvoa koko kunnan alueella toimiville yrityksille. Suojelullisista syistä Harjutien kehittämisen tulee tukeutua alueen maisemalliseen ainutlaatuisuuteen.

Valaistus

- Harjutie tai osia siitä tulisi valaista sekä liikenneturvallisuuden että esteettömyyden näkökulmista.
- Toinen näkökulma valaistukseen on valotaide, jonka avulla voidaan korostaa maisemallisia huippukohtia, esim. Yläksen maisematien tapaisesti.
- Valaistusta on mahdollista toteuttaa olemassa olevien palvelujen yhteyteen.

Tapahtumat

- Erilaisia Harjutiehen liittyviä liikunta- ja perhetapahtumia voidaan kehittää useita eri vuodenajoille.
- Tapahtumien sisällössä voidaan hyödyntää esim. historiallisia tapahtumia ja henkilöitä.

Matkailuhistoria

- Harjuaalue on yksi kuvatuimpia luontokohteita Suomessa ja siihen liittyy paljon Suomen matkailuhistoriaa. Matkailuhistorian avulla tiettyjä kohteita tien varrella voidaan tuotteistaa, esim. "virallinen valokuvaus" paikka.

Reitistöt

- Kevyen liikenteen yhteyksien/reittien rakentaminen Harjutien yhteyteen on haastavaa. Yhteyksiä ja reittejä voidaan kehittää vanhoja tiepohjia hyväksikäyttäen tai ajorataa kaventamalla. Harjuaalueella tulisi olla myös ns. rantareitti, jonne harjutieltä pääsisi / jolta harjutielle pääsisi esim. portaita pitkin.

Liikenne

- Koska Harjutielle on olemassa rinnakkaisväylä (VT 14), tulisi Harjutien nopeutta rajoittaa edelleen ainakin keskeisillä paikoilla liikenneturvallisuuden näkökulmasta esimerkiksi hidasteiden avulla. Myös pysäköintipaikkojen sijaintia ja riittävyyttä tulee tarkastella.

Opastus

- Harjutien molempiin päihin sekä pysäköintialueille ja yritysten yhteyteen tulee sijoittaa infotauluja, jotka kertovat alueen palvelutarjonnasta, luonnon ominaispiirteistä sekä historiasta, lähtien jääkauden vaikutuksesta harjun muodostumiseen.

31.3.2009

5.2 Punkaharjun opastus- ja viitoitusjärjestelmä

Opastus- ja viitoitusjärjestelmällä on kolme eri tehtävää:

- matkailijoiden ohjaaminen alueelle
- matkailijoiden ohjaaminen alueella
- informaation tuottamien kohteista ja palveluita

Alueella toimiva yhteinen opastus- ja viitoitusjärjestelmä tulee olla sekä informatiivinen että alueen ainutlaatuisuutta ja tasokkuutta ilmentävä. Opastus- ja viitoitusjärjestelmän toteutuksessa tulee huomioida eri kieli- ja ikäryhmät sekä niiden toimivuus eri vuodenaikoina ja eri valaistusolosuhteissa. Kaikkien opasteiden ja kylttien sijoittamisessa tulee huomioida niiden optimaalinen sijoitus matkailijoiden näkökulmasta.

Matkailijoiden ohjaaminen alueelle

- Matkailijoiden ohjaaminen alueelle on ensisijaisesti Tielaitoksen virallisten kylttien tehtävä. Yritykset ja kunta voivat omilla kylteillään tehostaa ohjaamista ja luoda erilaistavaa mielikuvaa. Omissa kylteissä tulee korostaa tasokkuutta ja niitä pitää sijoittaa harkittu määrä harkittuihin paikkoihin. Kylteissä tulee käyttää samaa ilmettä kuin yhteismarkkinoinnissakin.
- Navigointisovellusten yleistyessä matkailijoiden ohjaamista tapahtuu myös virtuaalimaailmassa. Punkaharjun ja sen kohteiden tulee olla näkyvillä esim. Google Maps - ja Fonection Finder -palveluissa.

Matkailijoiden ohjaaminen alueella

- Opasteet ja kyltitys tulee olla yksiselitteisen selkeää ohjattaessa matkailijoita, kun he ovat saapuneet jo alueelle. Esim. Tuunaansaarella uusien toimintojen tulee olla helposti löydettävissä, mikä lisää asiakastyytyväisyyttä ja vähentää turhaa liikennettä. Alueella voi olla esim. aluekarttoja sekä kausittain vaihdettavia opasteita (latureitit, patikointireitit). Kyltityksen tulee olla edelleen Punkaharjun yhteismarkkinointimateriaali-ilmeen kanssa yhteneväinen ja ilmentää Punkaharjun brändiä.

Informaatio kohteista ja palveluista

- Punkaharjun alueella on useita käyntikohteita ja nähtävyyksiä, joihin liittyy historiaa ja/tai tarinoita. Opasteissa voidaan käyttää esim. värikoodeja: luontokohteet vihreillä, historia ja kulttuuri ruskeilla ja palvelut sinisillä kylteillä.
- Käyntikohteet ja nähtävyydet tulee olla esillä myös internet-sivuilla ja markkinointimateriaaleissa.

5.3 Punkaharjun matkailumarkkinointi ja -myynti

Organisointi ja yhteistyö

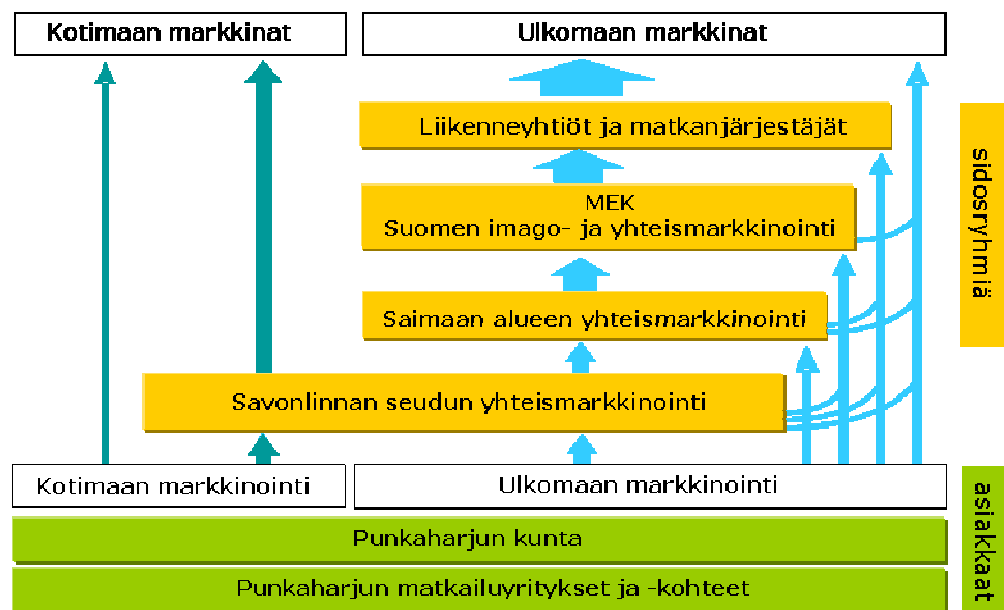
Punkaharjun matkailun keskeiset yritykset ovat valmiita panostamaan merkittävästi lisää matkailun yhteismarkkinointiin. Alla olevan periaatekuvan mukaisesti markkinointia voidaan tehdä suoraan valituille markkinoille tai yhteistyössä eri toimijoiden kanssa. Peruseriaatteena on, että mitä kilpailluimmilla markkinoilla toimitaan sitä enemmän tarvitaan näkyvyyttä, jota on saatavilla yhteistyöllä eri kumppaneiden kanssa.

- Matkailuyrityksillä ja -kohteilla on päävastuu omien palveluidensa myynnistä ja markkinoinnista joko yksinään tai yhteistyössä muiden yritysten

31.3.2009

kanssa, koska ne toimivat asiakasrajapinnassa. Yhteenliittymiä voi syntyä esim. alueittain tai teemoittain.

- Punkaharju-brändin ylläpitämiseksi tarvitaan Punkaharjun kunnan ja alueen yritysten yhteistä markkinointia. Punkaharju-brändillä halutaan erottaa muusta Saimaan alueen tarjonnasta.
- Savonlinnan Matkailu Oy tuottaa seudullisia yhteismarkkinointi- ja myyntipalveluja seutukunnan yrityksille. Seudullinen ja maakunnallinen yhteistyö on suositeltavaa varsinkin ulkomaan markkinoilla toimittaessa.
- Saimaan alueen yhteismarkkinoinnilla voidaan luoda yhteinen koko Saimaan vesistöalueen kattava Saimaa-brändi. Saimaa-brändistä pyritään luomaan kansainvälisestikin vetovoimainen, Lapin kaltainen, brändi.
- Matkailun edistämiskeskus tukee alan yrityksiä ja yritysryhmiä kansainvälisille markkinoille tarkoitettujen matkailupalvelujen kehittämisessä ja markkinoinnissa.
- Liikenneyhtiöt ja matkanjärjestäjät voivat olla mukana markkinoimassa konkreettisia Punkaharjuun liittyviä matkailupaketteja, esim. VR:n paketit, Saimaan kiertomatkat yms.



Alueen toimijat ovat valmiita perustamaan juridisen yhteenliittymän (yhdistys, yhtiö) matkailun kehittämistä ja markkinointia varten. Toimintaa suunniteltaessa tulee kuitenkin tarkkaan määritellä ne toimenpiteet, joita tehdään Punkaharjulla ja joita tehdään seudullisesti.

Yritystason yhteismarkkinointi ja -myynti on esimerkiksi ristiin myyntiä. Jos oma kapasiteetti on täynnä tai soveltumaton, suositellaan toista punkaharjulaista yritystä. Yritysten tulee pyrkiä saamaan aikaan lisämyyntiä seudun yrityksille esim. markkinoimalla tapahtumia, käyntikohteita yms. omille asiakkailleen.

Viestintäkoodi

Viestintäkoodi tulee suunnata sekä potentiaalisille matkailijoille että potentiaalisille "toimijoille" (investorit, operaattorit sekä loma-asunnon ostajat). Keskeistä on tunnistaa kunkin kohderyhmän motivaatiotekijät.

31.3.2009

Viestintäkoodi matkailijoille:

- asia: kertoa palveluista ja kohteista
- kohderyhmä: kohderyhmävalintojen mukaisesti
- tavoite: lisätä yöpymismääriä, viipymää, käyntejä, rahankäyttöä
- ydinviesti: syy tulla Punkaharjulle (eri kohderyhmillä eri syyt)

Viestintäkoodi "toimijoille":

- asia: kertoa Punkaharjulle sijoittamisen, sijoittumisen ja siellä operoinnin hyödyistä
- kohderyhmä: investorit, operaattorit, loma-asunnon ostajat
- tavoite: lisätä investointien kautta kapasiteettia, operaattoreiden kautta palveluiden määrä, lisätä loma-asukkaiden kautta ostovoimaa
- ydinviesti: esim. investointien tuotto, liiketoimintapotentiaali, arvon säilyminen (eri kohderyhmillä eri syyt)

Punkaharjun matkailullista imagoa ja markkinointiviestiä on ideoitu Punkaharjun matkailun vetovoimatekijöiden ja tavoiteltavien kohderyhmien perusteella.

Imago

Periaatteessa imago on sitä, mitä on olemassa, eikä sitä mitä viestitään. Eli käytännössä matkailijoiden mielikuva Punkaharjusta, joka voi olla eri kohderyhmillä erilainen. Imago on aina totta.

Imagon syntymiseen vaikuttavat sekä markkinoinnissa annetut lupaukset että matkailijan kokemukset käytetyistä palveluista. Punkaharjulla kannattaa korostaa luontoa sekä panostaa ympäristön viihtyisyyteen ja kauneuteen. Jos halutaan luoda ympärivuotisen matkailukeskittymän imagoa, tulee ympärivuotisiin palveluihin myös panostaa ja kehittää mm. palvelujen aukioloaikoja. Imagon luomisessa myös muilla kuin matkailupalveluilla, on merkittävä rooli. Imagon syntyyn vaikuttavat kaikki osapuolet ja sidosryhmät, myös muut matkailijat.

Venäläisille matkailijoille on mielikuva eli imago Suomesta "pirteiden lähteenä." Suomi on venäläismatkailijalle helposti saavutettavissa oleva, monipuolinen ja ympärivuotista tekemistä tarjoava lomakohde, jolla on Venäjällä selkeä talvi- ja kesäimago, ja jonne matkan ostaminen ja varaaminen on helppoa niin venäläisten matkatoimistojen kuin myös muiden kanavien kautta.

Keskieurooppalaisilla Suomi-kuva on muodostunut puhtaan luonnon, kirkkaiden järvien sekä kehittyneen teknologin maana.

Markkinointiviesti

Suomalaisten keskuudessa Punkaharju on tunnettu ja vierailtu kohde, joka asettaa uudistumisen haasteen, miten ja millä luodaan "tarve" käydä aina uudestaan Punkaharjulla. Topelius on aikoinaan todennut mm. seuraavaa Punkaharjuun liittyen: "maassamme ei ole kauniimpaa huvipuistoa" & "rikkaana olemista kaikkein rikkainten joukossa". Ehkä näitä "sloganeita" voi hyödyntää myös tulevassa markkinointiviestissä.

31.3.2009

Markkinointiviestinnän toinen haaste on erottautua muista kilpailevista, luontoa ja puhtaita vesiä markkinoivista alueista. Tapaus- ja markkinakohtaisesti markkinointiviestin kohteena ovat joko Punkaharju-brändi tai Saimaa-brändi. Työn aikana esiin nousseita markkinointiviestiin liittyviä ehdotuksia ovat mm. seuraavat:

- Helppo tulla, rauhallista, luontolomailua, upea veden ja metsän sopusointu virkistäytymiseen.
- Kyllä se on hiljaisuus ja rauha ja sitä tarjoamme me syrjäkylien pienet mökkiyrittäjät, unohtamatta kuitenkin Retrettiä ja Lustoa.
- Mielikuva kauniista ja ylvästä ympäristöstä, jossa ihminen voi lomallaan rauhoittua, rentoutua ja rakastua luontoon.
- Puhdas luonto, taide ja kulttuuri ja omaperäinen liikeidea erityyppisillä yrityksillä.
- Puhtaasti paras maisema.
- Täällä voi rentoutua keskellä kauneinta suomalaista maisemaa.
- Vielä olisi tilaa... aidossa maisemassa.
- Virkistystä, elämyksiä ympäri vuoden!

Sähköinen kauppapaikka

Viimeaikaisten tutkimusten mukaan matkailutuotteet ovat suosituimpia internet-ostoksia. Lisäksi on todettu, että internet-markkinointi sopii matkailuun, sillä matkailuyritykset myyvät mielikuvia. Kesällä 2006 noin 56 prosenttia suomalaisista on käyttänyt internetiä matkan suunnitteluun, myös venäläisten matkanjärjestäjien keskuudessa internet on tärkeä työkalu.

Sähköisen kauppapaikan määrittämiseen ja valintaan liittyy seuraavia näkökulmia:

- Mitkä ovat järjestelmän toiminnalliset tavoitteet?
 - o Markkinointi
 - o Varaamo
 - o Online-kauppa
- Mitä järjestelmässä on tarkoitus markkinoida/myydä?
 - o Majoitusta
 - o Pääsylippuja
 - o Ohjelmapalveluja
 - o Paketteja

Tällä hetkellä osalla Punkaharjun yrityksistä on jo omat sähköiset myyntijärjestelmät. Esim. Valtionhotellilla on käytössään Fontanan online – varausjärjestelmä ja Kesämaan pääsylippuja voidaan ostaa portaalista www.parhaattapahtumat.fi. Yksittäisillä yrityksillä on tarjontaa esillä mm. Lomarenkaan ja Nettimökin varausjärjestelmissä. Savonlinnan Matkailu Oy on käynnistänyt seudullisen www.savonlinna.travel –online-kaupan, jossa on mukana myös punkaharjulaisia majoitusalan yrityksiä. Tulevalla kylpyläoperaattorilla on todennäköisesti oma ketjukohtainen varausjärjestelmänsä.

Muita esimerkkejä sähköisistä kauppapaikoista on mm Suomi-portaali, VisitFinland.com, joka avautuu kesäkuussa 2009. MEKin hallinnoimassa portaalis- sa kaikki matkailutyrittäjät saavat maksuttomasti perustietonsa näkyviin VisitFinland.comissa englanniksi ja suomeksi. Näkyvyyteen VisitFinland.comissa voidaan liittää online-varauspalvelu ja mahdollisuus esitellä oma matkailutuote perustietoja laajemmin. Tiedot voi päivittää itse tai päivitykset voi hankkia MEKin palveluna. Toinen vastaavan tyyppinen esimerkki on MTV3:n omistama GoFinland –portaali.

31.3.2009

Sähköisten kauppapaikkojen tarjonta on tällä hetkellä todella laajaa ja monipuolista. Ominaisuuksiltaan eri järjestelmät eroavat vain vähän.

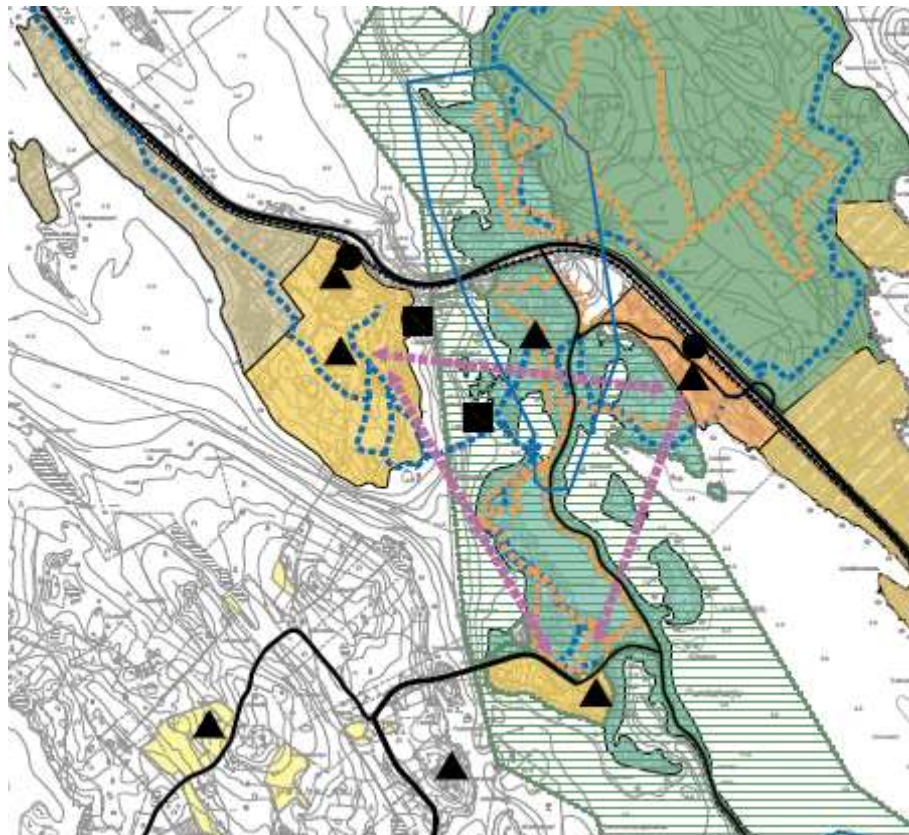
Punkaharjun matkailutoimijoiden mahdollinen yhteenliittymä voi esim. lunastaa alilisenssin Savonlinnan Matkailu Oy:n järjestelmään, jolloin Punkaharju näkyy kokonaisuutena. Punkaharjun yritysten kotisivuille tulee rakentaa linkki ko. järjestelmään. Mukana olo Suomi-portaalissa on suositeltavaa.

31.3.2009

6 PUNKAHARJUN MATKAILUN MASTER PLAN

6.1 Matkailun toiminnalliset kokonaisuudet ja niiden raja

Matkailun toiminnalliset kokonaisuudet ovat muodostuneet Tuunaansaaren ja Harjuaalueelle. Kirkonkylän kaupalliset palvelut tukevat matkailullista keskittymää.



Yhdyskuntarakenteen tiivistämisen ja kestävän kehityksen kannalta tulisi matkailutoimintoja pyrkiä keskittämään mahdollisimman lähelle olevia toimintoja kirkonkylän ja Tuunaansaaren väliin mukaan lukien em. alueet. Tulevaisuuden kasvutavoitteiden saavuttamisen kannalta tarvittavat alueet on osoitettu maankäyttösuunnitelmassa luvussa 7.

6.2 Liikuntareitistöjen sijoittuminen

Nykyiset reitistöt on kuvattu raportin osiossa 2.3 Maankäyttö / Reitistöt. Reitistöihin liittyviä kehitystoimenpide-ehdotuksia on kerätty työn aikana eri toimijoilta ja niitä on käsitelty kehittämistoimenpide-ehdotuksissa. Keskeisimpiä kehittämistoimenpiteitä ovat:

- Esteettömien reittien kehittäminen Harjuaalueelle (valaistus, helppous).
- Ympärivuotisten reittien kehittäminen, esim. lumi- ja jääolosuhteet vaihtelevat helposti.
- Reitistöjen tuotteistaminen ja opastus.
- Eri kohteiden kytkeminen toisiinsa reiteillä.
- Vanhan Viipurintien hyödyntäminen reittien pohjana.
- Reitistöjen kehittäminen myös luonnonsuojelualueen ja tutkimuspuiston ulkopuolella.

Reittien kehittämisen haasteena on toimiminen luonnonsuojelualueella, joka rajoittaa jossain määrin reittien sijoittamista. Reittien tulee olla käyttötarkoi-

31.3.2009

tukseltaan ja laadultaan suojelualueen mukaisia. Alueen yritykset ja Metsähallitus pyrkivät yhteisvoimin kehittämään harjualueen reitistöjä.

6.3 Kehittämistoimenpiteet

Paikkojen ja alueiden tuotteistamistoimenpiteinä on esitetty sekä investointitoimenpiteitä että tuotekehitykseen liittyviä toimenpiteitä. Alueiden tuotteistamisen ja kehittämisen painopiste on enemminkin tuotekehityksessä kuin investointitoimenpiteissä lukuun ottamatta kärkiyritysten investointeja.

Investointitoimenpiteet on ryhmitelty toimijoittain.

6.3.1 Investointitoimenpiteet

Metsähallitus

Punkaharju on osa Metsähallituksen matkailun painopistealueita ja sen kehittämiseen tullaan panostamaan. Kehittämisen kohteena ovat alueen reitit, rakenteet, opastus sekä kulttuurihistoriallisesti arvokkaiden rakennusten kunnostaminen. Lisäksi harjualueella toteutetaan maisemanhoidollisia luonnonhoitotoita.

Aikataulu: 2010 > eteenpäin

Kustannusarvio: Riippuu ulkoisesta rahoituksesta (TE-keskuksen työvoimaosasto)

Kruunupuisto

Kruunupuisto tulee jatkamaan majoituskapasiteetin tason nostamista vuosittain. Investoinnit kohdistuvat olemassa olevien rakenteiden ylläpitämiseen ja korjaamiseen. Kapasiteettia ei ole tarkoitus lisätä. Kehittämiskohteena on Vahersaloon johtavan tien vasemmalla puolella olevan "rivitalokohteen" kehittäminen.

Kruunupuisto operoi myös Finlandia-hotellia. Finlandia-hotellin yhteyteen on saatava lisää majoituskapasiteettia, jotta sen toiminta olisi taloudellisesti kannattavaa.

Aikataulu: Vuosittain

Kustannusarvio: Vaihtelee vuosittain

Harjun Portti

Harjun Portin alueella on suunnitteilla mittavia investointeja, joilla pyritään muokkaamaan nykyistä konseptia ja muuttamaan nykyistä huoltoasemamaailmaa. Kahvila- ja ravintolatiloja tullaan laajentamaan nykyisen terassin paikalla siten, että ravintolassa voidaan pitää myös tansseja. Ravintolan yhteyteen on suunnitteilla myös pieniä myymälöitä. Harjun Portin alueelle toteutetaan myös mainostorni.

Toinen merkittävä Harjun Portin alueen investointi on vierassatamapalveluiden lisääminen ja kehittäminen. Rantaan on suunnitteilla mm. paviljonki.

31.3.2009

Aikataulu:	Ravintolalaaajennus	2009
	Vierassatama yms. palvelut	2010-2011
Kustannusarvio:	Ravintolalaaajennus	300 000 €
	Vierassatama	400 000 €

Retretin Aurinkorinne

Aurinkorinteen kohde on toteutusvaiheessa. Alueelle tulee 70 vapaa-ajanhuoneistoa (70 - 100 m²), joista rantatonteille tulevat ovat erillistaloja ja muut paritaloja. Alueen kadut asfaltoidaan ja alueelle tulee puistomainen katuvalaistus. Lisäksi alueelle tulee yhteisranta. Rakennusoikeutta alueelle tulee 7 000 kem².

Aurinkorinteen vapaa-ajanhuoneistot toimivat Easy Holiday -konseptilla, jolloin ne lisäävät Punkaharjun alueen kaupallista majoituskapasiteettia. Loma-asunnot myydään 1/6 osakkeina, jolloin loma-asunto on jokaisen osakkeenomistajan käytössä joka kuudes viikko vuodesta, yhteensä 8 - 9 viikkoa. Silloin kun omistajalla ei ole omaa käyttö omille viikoilleen, annetaan ne vuokrattaviksi.

Aikataulu: 2009 > eteenpäin

Kustannusarvio: 30 000 000 €

Tuunaansaaren kylpylä

Tuunaansaarelle Retretin ja Kesämaan läheisyyteen on suunnitteilla kylpyläinvestointi, joka toimii Punkaharjun alueen matkailunveturina sekä lisää ympäristöä kysyntää. Kylpylätilojen lisäksi kokonaisuuteen tulee hotellityyppistä majoitusta (60 - 100 huonetta) erillisiin siipiin, loma-osakehuoneistoja sekä mahdollisesti kokous- ja liikuntatiloja.

Aikataulu: 2010 > eteenpäin

Kustannusarvio: 40 000 000 €

Kesämaa

Kesämaan alueella on 1,5 miljoonan euron investointiohjelma, joka sisältää uudisrakentamista sekä laiteinvestointeja. Seuraavien kahden vuoden aikana on tarkoitus investoida 700 000 euroa. Merkittävin investointi on Kesämaan porttirakennus alueen ulkopuolelle, johon tulee ravintola sekä Easy Holiday -vastaanotto. Kesämaan alueelle on suunnitteilla myös puistogolf, jonka välinevuokraus ja "klubitilat" toimivat ravintolarakennuksessa.

Aikataulu:	Ravintolarakennus	2010
	Muut investoinnit	2009-2011

Kustannusarvio:	Ravintolarakennus	700 000 €
	Muut investoinnit	800 000 €

31.3.2009

Kalaparatiisi

Punkaharjun Matarsaareen harjualueen läheisyyteen on suunnitteilla ohjelma-palvelukohde, jonka alustavat kokonaisinvestoinnit ovat 3 500 000 euroa. Kohde sisältää mm. kahdeksan korkeatasoista "kalamajaa", kokoustilan/tilausravintolan, safaritalon, saunan sekä muita tiloja.

Aikataulu: 2010 >
Kustannusarvio: 3 500 000 €

Lisäksi yksittäisillä yrityksillä eri puolilla Punkaharjua on oman kapasiteettinsa määrään ja laatuun liittyviä investointitoimenpiteitä esim. Kultakiven alueella sekä Tynkkylän lomakylässä.

6.3.2 Tarvittavat investoinnit

Metsähallituksen palvelupiste

Punkaharjulla voisi toimia Metsähallituksen opastuspiste tai asiamiespiste, joka voisi sijoittua jo olemassa olevien palvelujen yhteyteen. Metsähallituksen opastuspiste tai asiamiespiste Punkaharjulla loisi myös matkailullista vetovoimaa ja sisältöä alueelle.

Retkisatamat ja laiturit

Veneilyn ja vesillä liikkumisen kehittäminen on koko Saimaan alueen keskeisin toimenpide. Punkaharjun alueella matkailun ydinalueen läheisyyteen tulee rakentaa retkisatamia, jotka voivat toimia esim. vuokraveneilyn ja melontaretkien kohteena. Merenkululaitoksen luokituksen mukaan retkisatama on *"pääasiassa virkistystarkoituksiin varattu tai yleiseen käyttöön otettu satama luonnonvaraisella alueella ja soveltuu joko yöpymiseen tai vain päiväsaikaan tapahtuvaan virkistäytymiseen"*. Konkreettista palveluvarustusta retkisatamissa tulisi olla laiturin lisäksi esim. nuotiopaikka/keittokatos, jätepiste ja käymälä.

Potentiaalisia kohteita ovat esim. Vahersalo, Tuunaansaari, tutkimuspuisto, Kruunupuiston ranta. Myös harjualueelle tarvitaan rantautumispaikkoja. Varsinaiset veneilypalvelut sijoittuvat kuitenkin luonnonsuojelualueen ulkopuolelle, mistä on hyvät yhteydet alueelle.

Caravan-alue

Tuunaansaarella olevalle caravan-alueelle on suunniteltu uutta käyttöä suunniteltujen investointien toteutuessa. Myös Savonlinnassa sijaitsevalle Vuohimäen leirintäalueelle ollaan mahdollisesti suunnittelemassa uutta käyttöä, jolloin seudun caravan-aluekapasiteetti pienenee oleellisesti. Kuitenkin asuntovaunu- ja -automatkailun suosio on kasvanut viime vuosina. Ko. matkailumuoto sopii hyvin perhe- ja kiertomatkailuun.

Punkaharjun alueelle tarvitaan caravan-alue, jossa olisi noin 50–100 paikkaa sekä nykyajan vaatimusten mukaiset korkeatasoiset palvelut.

Kevyen liikenteen väylä rautatien yhteyteen

Rautatien yhteyteen suunniteltavan kevyen liikenteen väylän avulla Tuunaansaaren ja kirkonkylän palvelutarjonta yhdistetään toisiinsa. Ko. väylä tarjoaa

31.3.2009

vaihtoehtoon harjutien yhteyteen tarvittavan, mutta toteutukseltaan haastavan kevyen liikenteen väylän toteutukselle.

6.3.3 Tuotekehitystoimenpiteet

Sauvakävelypuisto

Harjualueelle tuoteistetaan sauvakävelypuisto, joka mahdollistaa vaativuustasoltaan erilaiset sauvakävelysten (punaiset, siniset ja mustat). Suomessa toimivaan saksalaiseen Nordic Fitness Sports Park™ -ketjuun kuuluu seitsemän aluetta eri puolella maata. Reitit kulkevat hoito- ja käyttösuunnitelman reunaehtojen mukaisesti harjualueella. Sauvakävelypuisto perustuu olemassa oleviin tai muihin alueelle suunniteltuihin reitteihin. Reitit tulee olla selkeästi merkattu sekä maastoon että karttaan.

Retkiluistelulosuhteet

Retkiluistelu on kasvava liikuntamuoto ja ohjelmapalvelu keskisen Saimaan alueella. Seudulla on käynnistetty hanke, jonka tavoitteena on saada aikaan Savonlinnan seudulle kolmen järviolueen (Haukivesi, Puruvesi ja Pihlajavesi) retkiluistelualueista yhtenäinen retkiluisteluverkosto, jolloin reittien yhteispituus olisi yli 100 km. Puruveden retkiluistelualue Tuunaansaari, Punkaharju – Herttua, Kerimäki (vähintään 20 km) on mukana hankkeessa.

Reitistön lisäksi Punkaharjun retkiluistelualue tulee kehittää tuoteistamalla ja investoida radan ylläpitoon sopiviin laitteisiin. Retkiluistelupalvelut tulee konseptoida sekä hankkia tarvittava vuokravälineet.

Kalastusmatkailu

Puruveden kalasto on todettu ainutlaatuiseksi ja kalarikkaaksi ja alueella toimii jo kalastusmatkailuyrittäjiä. Kalastusmatkailua on käytännössä mahdollista harjoittaa ympäri vuoden. Kalastusmatkailu voidaan jakaa omatoimiseen kalastusmatkailuun, jossa eritasoiset harrastajat itsenäisesti harrastavat kalastusta matkansa aikana ja ohjattuun kalastusmatkailuun, jossa kalastusopas tms. yrittäjä tuottaa kalastuspalveluita. Molempien ryhmien palvelujen käyttö ja tarve on lisääntynyt, minkä vuoksi kalastuspalveluita tulee tuoteistaa. Punkaharjun alueelle voidaan perustaa esim. erityiskalastusalueita.

Järvimatkailun kehittäminen

Savonlinnan seutu Punkaharju mukaan lukien kuuluu Saimaan järvimatkailun keskukseen. Hyödyntämätöntä järvimatkailupotentiaalia on runsaasti sekä veneilyn että risteilyjen osalta. Ennusteiden mukaan matkaveneilyä Suomensahdeltä siirtyy Saimaalle sekä venäläisten veneily lisääntyy Saimaalla.

Veneilyn kehittämiseksi tarvitaan laituri- ja satamapalvelujen kehittämisen lisäksi panostuksia palveluihin, esim. vuokraveneilyyn, ohjattuihin vene- ja kannootiretkiin. Eripituiset veneily- ja melontareitit tulee tuoteistaa ja niistä tulee laatia selkeät reittikartat.

Muut ohjelmapalvelut

Punkaharju tarjoaa mahdollisuuden erilaisiin elämyksellisiin ohjelmapalveluihin. Ohjelmapalveluja tuottavat eri alojen erikoistuneet yritykset, joille tulee luoda hyvät ja houkuttelevat toimintaedellytykset, jotta palvelutarjonta li-

31.3.2009

sääntyy myös Punkaharjulla. Suurin haaste on saada laadukkaita ohjelmapalveluyrityksiä osaksi Punkaharjun matkailuverkostoa.

Välinevuokraus on merkittävä osa ohjelmapalveluja. Tarjolla tulee olla eri vuodenaikoihin soveltuvia kulkuneuvoja, varusteita ja välineitä.

Kulttuurimatkailun tuotteistaminen

Aitous ja omaleimaisuus (erottautuminen) ovat merkittäviä kilpailutekijöitä matkailukohteiden kesken. Punkaharjulla on rikas kulttuurihistoria sekä matkailuperinne, jota voidaan hyödyntää ja tuotteistaa osaksi matkailupalveluja. Alueen historiasta ja henkilöistä voidaan luoda tarinoita, jotka lisäävät matkailijoiden kiinnostusta Punkaharjun alueesta. Kulttuurimatkailun tuotteistaminen edellyttää yleensä aktiivista kulttuurin toimijakenttää, jolla on halua tehdä yhteistyötä matkailuyritysten kanssa.

Yksi osa kulttuurimatkailua on ruokamatkailu. Alueen ravintoloissa tulee olla tarjolla paikallisista raaka-aineista valmistettuja alueelle tyypillisiä ruokalajeja sekä perinneruokia.

Tapahtumamatkailun kehittäminen ja tuotteistaminen

Erilaiset tapahtumat ovat merkittäviä matkailukysynnän luomisessa. Seudulla esim. Savonlinnan oopperajuhlat ja Sulkavan soutu ovat hyvä esimerkki. Kulttuurin ja liikunnan harrastajat osallistuvat omien "lajiensa" tapahtumiin pitkien matkojen päähän, ongelma saattaa olla tapahtumakävijöiden "kaupallisessa hyödyntämisessä", minkä vuoksi Punkaharjun tapahtumakonseptia ja -kalenteria tulee kehittää.

Erilaiset yritystapahtumat ovat merkittävä potentiaali Punkaharjulle jo nyt, mutta varsinkin tulevaisuudessa, kun alueen majoituskapasiteetti kasvaa ja keskittyy, voidaan Punkaharjulla järjestää isompia yritystapahtumia. Kokoustiloja löytyy mm. Lustosta ja hyvinvointipalveluja mm. Kruunupuistosta.

Muu tuotteistaminen

Kulttuurin lisäksi muita alueen ominaispiirteitä voidaan tuotteistaa. Harjualetie sekä esim. saimaannorppa ovat ainutlaatuisia tekijöitä, joilla voi olla myös kaupallista potentiaalia.

6.3.4 Muut toimenpiteet

Resursointi

Kehitys ei käynnisty ilman resursseja. Sekä matkailupalveluiden markkinointiin että kehittämistoimenpiteiden käynnistämiseen ja koordinointiin tarvitaan henkilöresursseja ja rahaa. Nykyisessä taloudellisessa tilanteessa panostusten lisääminen on haastavaa, mutta välttämätöntä. Alueen keskeisillä matkailutoimijoilla on halu panostaa yhteiseen tekemiseen, mutta yritysten yhteistä toimintaa tulee tukea parantamalla yhteistoiminnan toimintaedellytyksiä.

Eräässä toisessa eteläsavolaisessa kunnassa kunnan palkkaama matkailusihteerin toiminta on saanut erittäin hyvää palautetta kunnan alueella toimivilta yrittäjiltä.

31.3.2009

Organisoituminen

Alueen matkailutoimijat ovat sitoutuneet yhteistyöhön ja tulevaisuudessa myös valmiita virallistamaan yhteistyön esim. yhdistyksenä tai yhtiönä. Organisaatiomuodon valitseminen ja organisaatorakenteen luominen vaativat oman asiantuntijatyönsä.

Paketointi

Punkaharjun olemassa olevaa matkailutarjontaa tulee koota yhteen ja pake-toida kokonaisuuksiksi siten, että matkailijan on mahdollisimman helppo ostaa Punkaharjun matkapaketteja. Paketoinnissa tulee huomioida Punkaharjun oman tarjonnan lisäksi myös seudun luomat mahdollisuudet. Kuljetusliikkeiden kuten esim. VR:n kanssa voidaan luoda paketteja, jotka sisältävät myös matkailijoiden kuljetuspalvelut Punkaharjulle.

Saavutettavuuden parantaminen

Punkaharjun matkailuyritykset sijaitsevat kohtuullisen matkan päässä toisistaan vaikkakin Tuunaansaarella ja Harjualueella on muodostunut keskittymiä. Ilman omaa ajoneuvoa alueella lomailevien viihtyisyyden parantamiseksi kunnan sisäisiä liikenneyhteyksiä esim. sesonkiaikoina on pyrittävä parantamaan.

Punkaharjun keskustan liikennejärjestelyihin liittyy myös parannustarpeita.

Sitouttaminen

Matkailu on Punkaharjulle merkittävimpiä elinkeinoja. Matkailutoimijoita tulee kannustaa kunnianhimoiseen tahtotilaan matkailun kehittämiseksi. Lisäksi kunnan kaikkien yrittäjien tulisi sitoutua kehittämiseen (myös ei-matkailuyrittäjät), koska matkailijoiden rahankäytöstä hyötyvät kaikki.

Kunnan hallinnossa ja päätöksenteossa tulee pyrkiä positiivisen poliittisen ilmapiirin luomiseen.

Investori- ja operaattorihankinta

Kunnan alueella on käynnissä ja suunnitteilla merkittäviä matkailuinvestointeja. Uusien investointien saamista kunnan alueelle tulee edelleen edistää mm. kaavoituksen ja markkinoinnin keinoin.

Investointien lisäksi tarvitaan myös matkailullista sisältöä alueelle eli matkailupalveluiden tuottajia (operaattoreita), jotka voivat olla osittain samoja tahoja kuin investoritkin. Operaattorien sijoittumista edesautetaan toimintaedellytyksiä kehittämällä. Harjualueella olevissa vanhoissa rakennuksissa voi olla esim. yritystoimintaa. Laukansaaren vanhassa koulussa voisi toimia mahdollisesti esim. retkeilymajatyypinen yritys.

Myynnin ja markkinoinnin järjestelyt

Eräs keskeisimpiä kehittämistoimenpiteitä on keskitetty sähköinen kauppa-paikka ja yhteismarkkinointi, joita on kuvattu aikaisemmin raportissa. Kunnan matkailuinfo toimii tällä hetkellä Harjun Portin alueella, joka on keskeinen paikka matkailijavirtojen kannalta. Punkaharjun matkailutarjontaa esittelevää materiaalia tulee olla esillä alueen yrityksissä.

31.3.2009

6.3.5 Yhteenveto suunnitelluista investoinneista ja niiden taloudelliset vaikutukset

Suunniteltujen investointien tiedossa olevat kustannusarviot ovat yhteensä 75,7 miljoonaa euroa.

Investointitoimenpide	Kustannusarvio
Kruunupuiston kehittäminen	
Harjun Portin alueen kehittäminen	700 000 €
Retretin Aurinkorinne	30 000 000 €
Tuunaansaaren kylpylä	40 000 000 €
Kesämaan kehittäminen	1 500 000 €
Kalaparatiisi	3 500 000 €
Yhteensä	75 700 000 €

Yhden miljoonan euron panostus rakentamiseen merkitsee 15 henkilötyövuoden työllisyyttä kaikilla toimialoilla¹. Välittömät työllisyysvaikutukset ovat 8 htv ja välilliset 7 htv. Välittömät työllisyysvaikutukset kohdistuvat rakentamiseen ja välilliset työllisyysvaikutukset kohdistuvat muille toimialoille, esimerkiksi rakentamisessa välilliset työllisyysvaikutukset kohdistuvat myös liikenteeseen, kauppaan, rahoitustoimintaan jne. eivätkä ne välttämättä kohdistu Punkaharjulle tai edes Etelä-Savon alueelle.

Suunnitellut 75 miljoonan euron investoinnit aikaansaavat yhteensä 1 125 henkilötyövuoden työpanoksen.

Työllisyysvaikutukset	Henkilötyövuodet
Välittömät vaikutukset	600 htv
Välilliset vaikutukset	525 htv
Vaikutukset yhteensä	1 125 htv

¹ Tilastokeskuksen panos/tuotos-taulukot

31.3.2009

7 MAANKÄYTTÖSUUNNITELMA

Yleisperiaatteet

Punkaharjun kehityksessä tulee varmistua siitä, että Punkaharjun kansallismaisema sekä sen erityispiirteet säilyvät. Lisäksi on varauduttava kaupallisten aktiviteettien turvaamiseen, eli reitistöt tulee säilyttää ja kehittää yhtenäisinä, turvallisina, monipuolisina, laadukkaina ja kattavina. Uimarantojen ja muiden rantaan kohdistuvien virkistysalueiden satamien, venelaitureiden, rantautumispaikkojen aluetarpeiden vaatimukset on myös huomioitava ennen muuta rakentamista. Laadittavassa Punkaharjun käyttö- ja hoitosuunnitelmassa on erityisesti kiinnitettävä huomiota reitistöjen kehittämiseen.

Tuunaansaaren eteläpäähän tulee taajamarakenteenkin kannalta keskittää palvelurakentamista ja tehokasta monipuolista majoituskapasiteettia. Alueesta tulee kehittää matkailupalveluiden ydinalue. Loma-asutuksen sijoittelussa tulee hyödyntää nykyisin olemassa olevaa infrastruktuuria keskittämällä rakentaminen nykyisten ja tulevien palveluiden lähelle. Matkailijoiden lomailu on oltava helppoa ja palvelut on löydettävä läheltä.

Rakentamista suunniteltaessa on ensiarvoisen tärkeää, että yhteyttä vesistöön ei tukita rantarakentamisella, jotta alueen matkailijat pääsevät käyttämään ja nauttimaan Saimaasta.

Kirkonkylän alueen palvelutarjonta tulee integroida harjualueeseen ja Tuunaansaareen.

Lomarakentaminen

Ensisijaisia lomarakennusalueita ovat ensisijaisesti Tuunaansaari ja toissijaisesti Laukansaaren eteläosa. Tuunaansaarella rakentaminen voi tapahtua osittain voimassa olevien kaavojen mukaisesti. Ydinalueen osalta kaavaa on uusittava, jotta rakentamista voidaan ohjata tarkemmin. Laukansaaren maankäyttöä tulisi tehostaa ja alueen kaavoitus pitäisi uudistaa. Laukansaaren eteläpäästä tulee varata selvemmin matkailua palvelemaan toimintaan.

Lomarakentamista on sijoitettava siten, että loma-asunnoilta olisi mahdollisimman lyhyt ja helppo yhteys palveluihin ja reitistöille.

Palvelu- ja virkistysalueet

Tuunaansaareen on sijoitettu myös uutta matkailupalvelurakentamista. Alueelle on sijoitettavissa kylpylä, huoneistohotelli, ympärivuotiseen käyttöön tarkoitetut sisäliikuntatilat, kaupallisia palveluja sekä muita majoitustiloja. Alueesta tulee muodostaa Punkaharjun matkailupalveluiden ydinalue. Tuunaansaaren maankäytön idealuonnos ilmenee oheisesta kuvasta.

31.3.2009



Kuva: Tuunaansaaren eteläpään matkailupalvelualueen idealuonnos

31.3.2009

Laukansaareen Luston alueen läheisyyteen valtatie ja Punkaharjun luonnon-suojelualueen väliin on mahdollista sijoittaa matkailua palvelevaa toimintaa. Alueelle on mahdollista tehdä polkuja ja rakennelmia, jotka ovat mm. yleisön opastamista, retkeilyä ja alueeseen tutustumista varten tarpeellisia. Alue on Metsäntutkimuslaitoksen hallinnassa ja se sijoittuu olevien palveluiden läheisyyteen.

Tuunaansaaren, Puulajipuiston, Luston ja Kruunupuiston välille tulee saada turvalliset ja mahdollisuuksien mukaan valaistut kevyenliikenteen reitit. Kevyen liikenteen reitin tulee ulottua kirkonkylälle asti. Punkaharjun käyttö- ja hoitosuunnitelmassa tulee erityisesti huomioida, että alueelle jää riittävästi myös uimarantoja ja rantautumispaikkoja, joihin johtavat hyvätasoiset reitit.

Alueella olevia Kirkonkylän, Tuunaansaaren ja Kaarnaniemen satamia/laivalaitureiden palveluita tulee kehittää suunnitelmallisesti siten, että niiden palvelut tukevat toisiaan.

31.3.2009

8 YHTEENVETO

Suunniteltujen investointien käynnistäminen on välttämätöntä Punkaharjun matkailun merkittävälle kasvulle. Tuotekehityksen avulla voidaan luoda lisää matkailuvetovoimaa esim. eri sesongeille, mutta silloin kasvu on maltillisempaa ja tavoitteiden saavuttaminen on haastavampaa.

Maakunnalliset ja valtakunnalliset strategiat tukevat Punkaharjun matkailun ydinalueen master planin mukaisten kehittämishankkeiden toteuttamista. Punkaharjulla pyritään keskittämään palveluita sekä tuotteistamaan teemoja. Palveluiden laatuun, ympärivuotisuuteen ja saavutettavuuteen on kiinnitetty erityistä huomiota.

Punkaharjun matkailun kehittämisen lähtökohtana ovat toisaalta matkailijoiden potentiaalinen kysyntä ja tarve sekä omat erityisvahvuudet. Yleinen taloudellinen tilanne saattaa heiketä edelleen globaalistikin, mutta ns. lähimatkailulle löytynee jatkossa kysyntää. Noin 300 kilometrin säteellä Punkaharjusta asuu noin 10 miljoonaa potentiaalista asiakasta, joista tosin kilpailevat muutkin Saimaan seudun matkailukohteet.

Uusia toimijoita tarvitaan uuden sisällön ja uusien investointien luomiseksi. Myös matkailualan operaattoreista ja investoreista käydään kilpailua. Valmiudet vastaanottaa uusia toimijoita ja investoreita pitää olla hyvät, lisäksi aktiiviseen investori-/operaattorihankintaan tulee panostaa. Punkaharjun vahvuutena on, että master planissa esitetyistä investoinneista suurin osa on realistisia hankkeita, joille on jo olemassa toteuttaja.

Yhteistyö ja verkostoituminen ovat merkittäviä tekijöitä Punkaharjun matkailun kehittämisessä. Yhteistyötä tarvitaan niin tuotekehityksessä kuin markkinoinnissakin ja myös eri sektoreiden välillä. Yhteistyön mittarina tulee olla suora tai välillinen taloudellinen hyöty kaikille kumppaneille, eikä erilaiset hallinnolliset rajat tai organisaatiomuodot saa olla esteenä yhteistyölle.

Laadittu master plan on yksi ensimmäisistä askeleista kehitystyön käynnistämiseksi. Voidaan sanoa, että vasta nyt alkaa työn tekeminen ja sen tekemiseen tarvitaan resursseja. Yrityksillä ja toimijoilla on ensisijainen vastuu omista kehittämistoimenpiteistään, mutta suunnitelmaan sisältyy myös paljon yhteistä kehittämistä, johon toimijoiden on sitouduttava.

Pitkäjänteinen sitoutuminen ja suunnitelmallisuus ovat menestyksen avaintekijöitä.

31.3.2009

Liite 1.

Ohjausryhmän jäsenet:

- Pekka Nousiainen, Punkaharjun kunta, puheenjohtaja
- Risto Huttunen, Punkaharjun kunta
- Arja Petriläinen, Punkaharjun kunta
- Leevi Hakola, L-House Oy
- Pekka Kimpimäki, Punkaharjun Kesämaa Oy
- Hannu Ronkainen, Kruunupuisto Oy
- Terho Kaskinen, Rakennusliike Terho Kaskinen Oy
- Helkamari Nolte, Lusto
- Arto Vilén, Metsähallitus
- Johanna Kumpulainen, Retretti Oy Ltd
- Eero Aarnio, Etelä-Savon maakuntaliitto

Konsultin työryhmä:

- Pauli Santala, projektipäällikkö, päävastuu, ohjausryhmän sihteeri
- Timo Leskinen, maankäytön suunnittelun päävastuu
- Minna Kurttila, toiminnallinen suunnittelu
- Asta Nupponen, toiminnallinen suunnittelu
- Pauli Sonninen, maankäytön suunnittelu
- Maarit Welin, toiminnallinen suunnittelu