

Millaista osaamista kansainvälisen matkailun kasvu tarvitsee?

Tutkijayliopettaja Sanna-Mari Renfors, SAMK
12.10.2017 Satakunnan matkailufoorumi

Taustaa

- Nopea kansainvälisen matkailun kasvu tuo mukanaan *uusia osaamistarpeita*, edellyttää osaamisen uudistamista
- Itämeren alueella 82 milj. saapunutta kansainvälistä matkailijaa vuonna 2015 – *37 % kasvu* vuoteen 2010
- Samalla matkailun kansainväliset markkinat ovat *monimuotoistuneet*
 - Eniten Itämerelle kansainvälisiä matkailijoita saapuu Venäjältä, Saksasta, maat ovat toisilleen tärkeitä lähtömaita
- Ulkomaisten yöpymisten osuus kaikista yöpymisistä Satakunnassa vuonna 2016 *15 prosenttia* (Visit Finland)

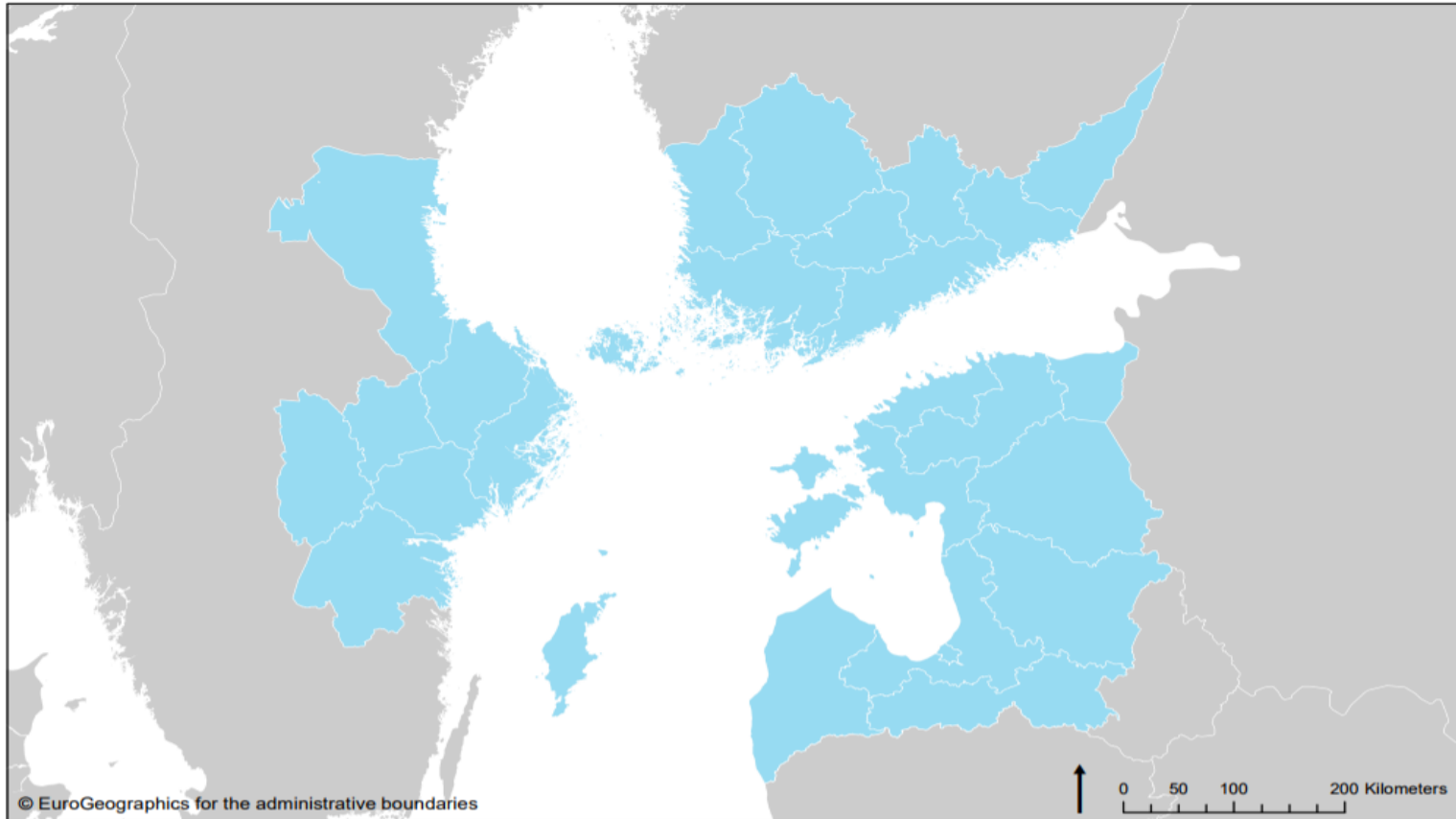
Suomi 5.8 milj.	Viro 4.0 milj.	Latvia 3.0 milj.
<i>Venäjä 12%</i>	Suomi 44%	<i>Venäjä 14.5%</i>
Ruotsi 9.5%	<i>Venäjä 10.3%</i>	<i>Saksa 11.5%</i>
<i>Saksa 9.3%</i>	<i>Saksa 6.7%</i>	Liettua 8.6%
Iso-Britannia 8.6%	Latvia 5.4%	Viro 7%
Kiina 4.7%	Ruotsi 3.8%	Suomi 6%
Ranska 4.3 %	Liettua 2.8%	Iso-Britannia 5.5%
Kasvu 4.7%	Kasvu 6.6%	Kasvu 5.9%

Ulkomaalaisten yöpymiset Suomessa, Virossa ja Latviassa vuonna 2016

Itämerestä yhtenäinen matkakohde

- Jotta tämä toteutuisi myös *alan osaaminen Itämerellä tulee yhtenäistää*
- Tätä tarkoitusta varten käynnistettiin **Interreg Central Baltic-koulutushanke BOOSTED**
- *Käytännössä hankkeessa:*
 - Kartoitetaan matkailuliiketoiminnan osaamistarpeet Suomessa, Virossa ja Latviassa
 - Luodaan kartoituksen pohjalta Itämeren alueelle yhteinen matkailuliiketoiminnan opetussuunnitelma (32 opintopistettä)
 - Toteutetaan opetussuunnitelma verkossa kuuden korkeakoulun yhteistoteutuksena

Central Baltic Programme 2014-2020 programme regions



Osaamistarpeiden kartoittaminen

- Aineistona käytettiin:
 - Maiden *matkailustrategioita*, toimialaraportteja sekä muita ajankohtaisia dokumentteja
 - Matkailualan korkeakoulujen *opetussuunnitelmia (17 kpl)*
 - Opiskelijoiden *harjoitteluraportteja*
 - Haastatteluita: yhteensä *103 toimijaa haastateltiin* Suomessa, Virossa ja Latviassa

Osaamistarpeet



Tuotteistaminen

Eriilaistaminen asiakasryhmille,
"niche markets" ja monialaisuus
(luonto+kulttuuri+ruoka,
paikallisuus)

Elämyksellisyys

Innovatiivisuus,
autenttisuus

Sesonkiluontoisuus,
off-season tuotteet,
kestävyyden eri
näkökulmat

ICT osana
tuotetta

Monikanavainen myynti ja markkinointiviestintä

Kansainvälisten asiakasryhmien tunnistaminen ja tavoittaminen

Digitaaliset työkalut: sosiaalinen media, mobiiliteknologia

Myyntikanavat ja -mallit

Henkilökohtainen myyntityö

Kohteiden ja tuotteiden näkyvyyden kasvattaminen

Monialainen yhteistyö ja verkostoituminen

Yhteistyö eri toimijoiden ja eri alojen välillä

Yhteistyömallit, strategiset kumppanuudet ja klusterit

Yhteistyö tuotteistuksessa ja myynnissä yhteisten asiakasryhmien saavuttamiseksi

Teemapohjainen yhteistyö

Yhteistyön aktivointi ja rohkaisu

Kulttuurien tuntemus ja kansainvälisyys

Kansainvälisten markkinoiden ja asiakasryhmien tuntemus

Kansainvälinen asiakaspalvelu

Kulttuurin vaikutus matkailuliiketoiminnan osa-alueisiin

Oman kulttuurin tuntemus

Kielitaito

Liiketoimintaosaaminen

Innovatiiviset
liiketoimintamallit

Hinnoittelu
ja
kannattavuus

Toimintaympäristön
ja toimijoiden
tuntemus

Ennakointikyky
ja trenditietous

Riskien
hallinta

Miten eteenpäin?

- Osaamistarpeet muunnetaan opetussuunnitelman sisällöiksi
- Opetussuunnitelma pilotoidaan lukuvuonna 2018-2019
- Toteutukseen voivat osallistua tutkinto-opiskelijat sekä organisaatiot avoimen AMK:n kautta
- SAMKin vastuulla toteuttaa opintojaksot liittyen verkostoitumiseen & yhteistyöhön sekä kulttuurien tuntemukseen & kansainvälisyyteen

KIITOS!

Lisätietoja:

Sanna-Mari Renfors, sanna-mari.renfors@samk.fi

www.projectboosted.eu

