

Niina Ahola

Green Care Kainuun matkailussa

Restonomi

Aktiviteettimatkailu

Kevät 2019



KAJANIN
AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tiivistelmä

Tekijä: Ahola Niina

Työn nimi: Green Care Kainuun matkailussa

Tutkintonimike: Restonomi (AMK), matkailualan koulutusohjelma

Asiasanat: Green Care, Green Care-koulutusohjelma, kyselylomaketutkimus, sähköpostikysely, tutkimus, Kainuu, matkailuyrittäjä

Tämän opinnäytetyön toimeksiannon on tarjonnut LUVOKA-hankkeessa mukana olevat Luonnonvarakeskus sekä Kajaanin ammattikorkeakoulu. Tällä työllä edesautetaan LUVOKA-hanketta. Kohderyhmänä toimii kainuulaiset matkailuyrittäjät. Kyselytutkimuksen tarkoitus on selvittää Green Care-käsitteen tunnettavuutta, olemassa olevaa mahdollista jalansijaa Kainuun matkailualalla, sekä kartoittaa uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Lisäksi kyselyllä on tarkoitus selvittää matkailuyrittäjien ajatuksia Green Care-käsitteen toimivuudesta matkailuyrityksissä.

Kysely laadittiin kvantitatiivisena, eli määrällisenä tutkimuksena, mutta vapaaehtoisia kvalitatiivisia kysymyksiä on lisätty keräämään tarkempaa tietoa matkailuyrittäjien kokemuksista sekä mielipiteistä Green Careen liittyvissä kysymyksissä. Toteutusmenetelmäksi valittiin kyselylomaketutkimus verkon kautta. Kyselylomake laaditaan ja käsitellään verkosta löytyvien kyselytutkimustyökalujen avulla.

Tuloksissa selvisi, että Green Care on jokseenkin tuttu käsite matkailualalla, mutta Green Care-toimintaa tarjoavien yritysten määrä on vähäinen Kainuun alueella. Vastaukset kysymyksiin olivat suurimmalta osin positiivisia. Vastaajat vaikuttivat olevan kiinnostuneita Green Caresta, mutta varautuneita Green Care-toiminnan tuottamisesta osana omia yrityksiään. Osa vastaajista koki, että matkailullisesti merkittävien tekijöiden, esimerkiksi asiakasvolyymin puuttuminen aiheutti epävarmuutta siitä, olisiko Green Care-toiminnan ja tuotteiden tuottajaksi ryhtyminen heille kannattavaa.

Abstract

Author: Ahola Niina

Title of the Publication: Green Care in tourism industry of Kainuu

Degree Title: Bachelor of Tourism

Keywords: Green Care, Green Care education program, survey, email survey, research, Kainuu, tourism entrepreneur

This thesis subject was commissioned by Natural Resources Institute in Finland (Luke) and Kajaani University of Applied Sciences, as a part of LUVOKA-project. The objective was to support LUVOKA-project in their mission. The target audience is tourism entrepreneurs in Kainuu region. This survey's goal is to find out how known Green Care is in Kainuu region, how many entrepreneurs offer Green Care activities as a part of their businesses, and map out possible business opportunities. As an additional goal, we wanted to find out tourism entrepreneurs' views of how well Green Care concept would fit their area of expertise.

The research survey was created as a quantitative research, but qualitative questions were added to gather more specific information about tourism entrepreneurs' experiences and thoughts about the functionality of Green Care concept in tourism businesses. Implementation and result handling methods of the research were chosen to be an online survey via Google's survey tool.

The results showed that Green Care is somewhat known concept in tourism industry, but the amount of businesses who are taking part in developing Green Care-products is very few. The answers to our questions were mostly positive. Kainuu's tourism entrepreneurs seemed to be interested in Green Care, but some reserved answers could be seen when it comes to the questions of Green Care being a part of their businesses. A part of the answerers felt that in tourism point of view the lack of noticeable customer volume caused uncertainty about the profitability of offering Green Care-services in their businesses.

Sisällysluettelo

1	Johdanto	1
2	Toimeksiantaja	2
2.1	Luonnonvarakeskus (Luke)	2
2.2	Yhteistyö Kajaanin ammattikorkeakoulun kanssa	4
2.3	Hanke	4
3	Kainuun matkailu	6
3.1	Luonto- ja hyvinvointimatkailu	7
3.2	Kainuun Green Care-palveluiden tulevaisuuden visio hyvinvointimatkailun näkökulmasta	7
4	Green Care	9
5	Tutkimuksen toteutus	14
5.1	Tutkimusongelma	14
5.2	Menetelmä	15
5.3	Kyselyn sisältö	17
5.4	Luotettavuus	18
6	Tulokset	20
6.1	Tulosten pohdintaa	27
7	Pohdinta	29

Lähteet

Liitteet

1 Johdanto

Green Caren tavoitteena on lisätä sekä ylläpitää ihmisten hyvinvointia erilaisten luonto- tai eläinavusteisten palveluiden ja toimintamahdollisuuksien avulla. Se on ammatillista luontoon ja maaseutuympäristöön sijoittuvaa tai liittyvää toimintaa, jota harjoitetaan vastuullisesti, tavoitteellisesti sekä ammatillisesti niin, että asiakkaalle taataan yksilöllinen hyvinvointivaikutus, sekä positiivinen luontokokemus. Green Care -palveluita on tarjolla monenlaisia ammattialojen osaamisten mukaisesti. (Green Care Finland ry 2018a.)

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Luonto voimaksi Kainuussa (LUVOKA)-tiedonvälityshanke, jolla pyritään selvittämään ja kehittämään erilaisia luontoon ja maaseutuun painottuvia liiketoimintamahdollisuuksia useille eri aloille. Hankkeen tarkoituksena on löytää jalansijaa Green Care-käsitteelle Kainuun alueella, tuoda tuottajia sekä kuluttajia yhteen, ja tukea yritysten sekä muiden toimijoiden verkostoitumista erilaisilla tilaisuuksilla.

Työssä on käytetty enimmäkseen kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä, mutta lisätietojen saamiseksi työssä on myös kvalitatiivisia tutkimuselementtejä. Laadimme sähköpostin kautta jaettavan verkkokyselylomakkeen, jonka kohderyhmä on rajattu Kainuun matkailuyrittäjiin. Hankkeessa on ollut muita opinnäytetöinä luotuja kyselyitä, joiden kohderyhminä toimivat maatilat ja Kainuun sosiaali- ja terveysalan ammattilaiset. Erillinen kyselytutkimus matkailuyrittäjille on koettu tarpeelliseksi, sillä aiempaa kyseiselle kohderyhmälle suunnattua tutkimusta ei ole aikaisemmin tehty.

Kyselyn tarkoituksena on vastata seuraaviin kysymyksiin: Tietävätkö matkailualan ammattilaiset mitä Green Care tarkoittaa, kuinka hyvin Green Care-käsite on tiedossa, ovatko he hankkineet Green Care -koulutusta, olisiko heillä kiinnostusta lähteä mukaan tuottamaan Green Care-palveluita, ja millaista painoarvoa he Green Carelle antavat mahdollisena osana työssään. Vastaukset on käsitelty nimettömästi ja niin, ettei vastanneet yritykset ole tunnistettavissa. Tuloksien syitä ja seurauksia on käsitelty omassa luvussaan, sekä mahdollisia ratkaisuja ilmenneisiin ongelmiin on pohdittu teoriaa käyttäen.

Työllä on merkitys toimeksiantajan tiedonsaantiin, ja mahdollisesti avaa uusia liiketoimintamahdollisuuksia sekä heille, että matkailuyrittäjille. Tämä opinnäytetyö tuo LUVOKA-hankkeen tarkoituksen mukaisesti enemmän näkyvyyttä Green Care-käsitteelle myös matkailualan puolelle.

2 Toimeksiantaja

Opinnäytetyö on toteutettu osana LUVOKA-hanketta, jonka toteuttajana toimii Luonnonvarakeskus (Luke) sekä osatoteuttajana Kajaanin ammattikorkeakoulu Oy. Toimeksiantajan esittelyssä lisää tietoa hankkeessa mukana olevista tahoista, jonka jälkeen on hanketta käsittelevä kappale.

2.1 Luonnonvarakeskus (Luke)

Luonnonvarakeskus (Luke) on vuonna 2015 perustettu tutkimuslaitos, joka toimii Suomen maa- ja metsätalousministeriön alaisena. Tämä on Suomen toiseksi suurin tutkimuslaitos, sekä yksi maailman monitieteellisimmistä luonnonvara-alan tutkimuskeskuksista. Se työllistää noin 1 300 tutkijaa sekä asiantuntijaa. Luken asiantuntijat sekä tutkijat pyrkivät tuottamaan uusia ratkaisuja suomalaisen biotalouden kestäväan kehittämiseen, sekä uusien elinkeinojen ja luonnonvarojen kestäväan käytön edistämiseen. Luonnonvarakeskus syntyi, kun Metsäntutkimuslaitos (Metla), Maa- ja metsätalousministeriön tietopalvelukeskus (Tike), Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos (RKTL) sekä Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus (MTT) yhdistivät tilastopalvelunsa. (Luonnonvarakeskus 2016a.)

Suomen vahvuudet sijoittuvat luonnonvaroihin ja niiden kestäväan käyttöön erilaisissa palveluissa ja tuotteissa. Erityinen tarve tutkimus- ja kehitysverkostoihin löytyy harvasti asutuilla alueilla, että aluetta ja sen taloutta pystytään kehittämään eteenpäin. Luonnonvarakeskukselta löytyy useita toimipaikkoja aina Utsjoelta Helsinkiin, jossa sijaitsee tutkimuslaitoksen päätoimipaikka. Alueiden kehittämiseksi Luke tekee yhteistyötä yliopistojen, ammattikorkeakoulujen ja erilaisten instituuttien kanssa, kuten myös yritysten, kaupunkien, ministeriöiden, aluevaltuustojen ja muiden toimijoiden kanssa. Luken toiminnan painopisteet vaihtelevat alueittain. Esimerkiksi Lapissa ja Kainuussa painopisteinä ovat muun muassa luonnon matkailu- ja virkistysarvo, luontopohjaiset tuotteet sekä kestävä metsänhoito, kun taas pääkaupunkiseudun painopisteisiin kuuluu ekosysteemipalveluiden turvaaminen, puurakentaminen sekä kaupunkien ruokajärjestelmät. (Luonnonvarakeskus 2016b.)

Laitoksen tutkimukset ovat jaettu neljään painopisteeseen sekä teemaan:

Pohjoinen vihreä biotalous tukee uusiutuvien luonnonvarojen kestäväää käyttöä teeman avulla. Tavoitteeksi on kerrottu kasvavan ja vakaan metsä- ja peltobiomassan monimuotoisuuden turvaaminen raaka-aineeksi, uusien palveluiden, energian ja tuotteiden luominen, biomassojen käytön joustava suunnittelu sekä vihreän biotalouden tuotannon- ja jalostusprosessien kehittämistä. (Luonnonvarakeskus 2016c.)

Sinisen biotalouden ohjelman tavoitteena on löytää uusia ratkaisuja kalatalouden kestävään kasvun kysymyksiin, luoda edellytykset veteen liittyvälle virkistystoiminnalle, sekä luoda edellytykset elinvoimaiselle kalaelinkeinolle. Tavoitteena on lisätä vesistöjen käyttöä virkistys-, sekä viljelytoiminnassa ja kasvattaa kalasta saatavien ruoka- ja lisäarvo tuotteiden arvoa ja osuutta viennistä. (Luonnonvarakeskus 2016c.)

Innovatiivinen ruokajärjestelmä- ohjelma tukee kestäväää, innovatiivista ja kannattavaa elintarvikeketjua sen jokaisessa vaiheessa. Päämäärinä ovat kansainvälisesti kilpailukykyinen sekä vastuullinen elintarvikeketju, uusien tuotantotapojen edistäminen, kuten myös terveellisten sekä korkean lisäarvon ruoka- ja rehukonseptien kehittäminen. Teemaan kuuluu eläin- ja kasvitutannon sekä viljelyjärjestelmien kestävyuden, monimuotoisuuden ja kilpailukyvyn parantaminen. (Luonnonvarakeskus 2016c.)

Kestävä luonnonvaratalous yhteiskunnassa (BioSociety) -ohjelmassa Luonnonvarakeskus pyrkii edistämään biotaloutta ja sen edellyttämiä muutoksia yhteiskunnassa. Luke vaikuttaa markkinoiden toimivuuteen, uuden teknologian ja liiketoimintamallien leviämiseen, yhteiskunnan ja alueiden kestävään menestymisen takaaviin toimintatapoihin sekä metsä- ja maatalouspolitiikan muotoutumiseen. (Luonnonvarakeskus 2016c.)

Luonnonvarakeskuksella on tutkimuksiensa lisäksi lakisääteisiä viranomaistehtäviä. Näihin tehtäviin kuuluvat muun muassa luonnonvarojen seurannat, geenivarojen säilytykset, torjunta-aineiden tarkastukset, taimituotantojen varmentamiset, kasvihuonekaasujen laskennat, luonnonvarapolitiikan tukeminen sekä Suomen virallisten ruoka- ja luonnonvaratilastojen tuottaminen. (Luonnonvarakeskus 2016a.)

Luke on koonnut sivuilleen kattavan valikoiman tietopaketteja luonnonvaroista käyttäen erilaisia tutkimus-, viranomais- ja tilastotietoja. Sivulla kerrotaan muun muassa ilmastonmuutoksesta, digitalisaation tuomista muutoksista esimerkiksi maatalousalalle, geenivaroista ja mikrobeista, ruoasta ja ravitsemuksesta, metsästyksestä, kalataloudesta ja metsästyksestä. Tietopaketit näyttävät hyvin heidän työnsä sisällön ja laajuuden. Myös suomalaisten tottumuksista käyttää luontoa virkistystarkoituksessa on avattu, sekä kerrottu luonnon hyvinvointivaikutuksista. (Luonnonvarakeskus 2016d.) Aihetta tarkastellaan lähemmin luvussa 3.1.

2.2 Yhteistyö Kajaanin ammattikorkeakoulun kanssa

Kajaanin ammattikorkeakoulu Oy (KAMK) toimii hankkeen osatoteuttajana. Ammattikorkeakoulun tarkoituksena on tuoda hankkeeseen sosiaali- ja terveysalan osaamista sekä verkostoja. Ammattikorkeakoulun Green Care- ja hankeosaaminen tukevat hankkeen tavoitteiden onnistumista. (Luonto Voimaksi Kainuussa-hankesuunnitelma 2017, 3.) KAMK on ollut mukana Green Care-koulutusta korkea-asteelle-hankkeessa (2015-2018) ennen Luonto voimaksi Kainuussa-hanketta. Hankkeessa on mukana seitsemän muuta ammattikorkeakoulua, ja hanketta osarahoittaa Euroopan unionin sosiaalirahasto. Hankkeen tavoitteena on perustettu Green Care-korkeakoulutuksen verkosto, jolla ylläpidetään koulutuksen ajantasaisuutta, ja hankkeessa mukana olevat ammattikorkeakoulut tarjoavat valtakunnallisesti yhteneväistä Green Care-koulutusta. Yhtenäinen koulutus tuottaa valtakunnallista Green Care-osaamista. Hankkeen tarjoama koulutus perustuu omatoimiseen opiskeluun verkossa. (Green Care korkeakoulutus -esite 2017.)

2.3 Hanke

Luonto voimaksi Kainuussa (LUVOKA) -hanke on 01.01.2017 käynnistetty tiedonvälityshanke, joka päättyy 30.06.2019. Hankkeen budjetti on 150 000 euroa, ja hanketta rahoittaa Euroopan Unionin maaseuturahasto. (Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto 2016.) Projektin päätoteuttajana toimii Luonnonvarakeskus, sekä osatoteuttajana Kaja-

nin ammattikorkeakoulu Oy. Projektipäällikkönä hankkeessa toimii Luonnonvarakeskuk-
sen tutkija Maija Lipponen, sekä lehtori Minna Hökkä Kajaanin ammattikorkeakoulussa.
(Kotilainen, Lipponen, Hökkä ja Leskinen 2017, 3.)

Luonto voimaksi Kainuussa-hankkeen tavoitteena on tunnistaa uusia luontoon sekä
maaseutuun liittyviä tai sijoittuvia liiketoimintamahdollisuuksia eri aloilla, ja edistää niiden
syntymistä ja kehittämistä eteenpäin. Hanke pyrkii tukemaan eri toimijoiden verkostoitu-
mista, ja tuomaan yhteen tuottajatahoja sekä ostajia. Green Care-käsitteelle haetaan tu-
kevampaa jalansijaa Kainuun alueella, ja lisätään tunnettavuutta esimerkiksi tiedotta-
malla eri tilaisuuksissa ja medioissa. Green Care-osaamista edistetään kartoittamalla
Green Care-palvelujen tarvetta ja lisäämällä niitä tarpeen mukaan, välitetään tutkimus-
tietoa, hyviä käytäntöjä sekä laatu- ja kehittämissuhteita kurssein, uutiskirjein ja työ-
pajoin. (Kotilainen ym. 2017, 3.)

Hankkeen kohderyhmä on laaja. Siihen kuuluu Green Care-palveluiden tarjoamista tai
ostamista suunnittelevat tahot, kehittäjät, viranomaiset, päättäjät, Green Care-alaan lin-
kittyvät hankkeet, kehittäjät ja sidosryhmät - ja erityisesti laidasta laitaan erilaiset maatilat,
luonto- ja hyvinvointimatkailun toimijat, luonnontuotealan toimijat, sekä sosiaali-, kasva-
tus-, hyvinvointi- ja terveystaloudellisia tuottavat, aloittavat ja kehittävät tahot ja yrittäjät.
(LUVOKA hanke-esitys 2017.)

Hanke-esityksessä mainittiin, kuinka Kainuun Biotalousstrategia 2015-2020 tukee Green
Caren kehittämistä myös matkailualalla. Biotalousstrategiassa on asetettu strategisia ke-
hitystavoitteita luontomatkailuun, kuten myös luontoperustaisiin hyvinvointipalveluihin,
niin kuin Green Care. Luontoon keskitettyjen matkailu- ja hyvinvointipalvelujen tulevai-
suuskuvassa Kainuun laajaskaalaista luontoa hyödynnetään hyvinvointi- ja terveystalou-
dellisuudessa monipuolisesti, ja alojen yritystoiminta on kannattavaa. (Kainuun biotalousstrategia
2015-2020, 38.)

Projektin tavoitteelliset tulokset ovat Green Care-toiminnalle keskitetty tiedonvälitysmalli,
tieto palvelun tarpeista tarkentuu sekä lisääntyy, yhteistyö tuottajatahojen ja ostajien vä-
lillä kasvaa ja kehittyy, alojen Green Care-osaaminen lisääntyy ja näiden palveluiden laatu
nousee. (Luonnonvarakeskus 2016e.)

3 Kainuun matkailu

Kainuu tunnetaan hyvin monipuolisena luonto-, historia-, kulttuuri-, hyvinvointi- ja liikunta-painotteisena matkailualueena, jonne on turvallista matkustaa. Matkailukohteiden asiakaina näkyvät erityisesti perheet; matkailupalvelujen monipuolisuus takaa jokaiselle ikäryhmälle jotain. Kainuun matkailullinen vetovoima perustuu neljään selvästi erilaiseen sesonkiin, luontoon ja luontoon perustuviin aktiviteettipalveluihin. Alueen valttikortteihin kuuluvat Suomen myymä luonto, tila, hiljaisuus ja hyödynnettävyys. Kainuussa matkailu on ympärivuotista, sekä sesonkien vaihtelut eivät ole niin suuressa roolissa kuin muissa suosituissa matkailualueissa, kuten Lapissa. Kainuun hyvinvointimatkailutarjonta koostuu lähinnä luonnosta ja luonnossa järjestettävistä aktiviteeteista; liikkumisesta ja tekemisestä aina hiihtoladuista metsäjoogaan. Kainuussa toimii useita matkailukeskuksia, jotka tarjoavat erilaisia hemmotteluhoitoja, saunoja ja kylpylöitä. (Kainuun Liitto 2018, 3.)

Visit Finlandin vuoden 2017 majoitustilastojen mukaan Kainuun talvikausi 2017-2018 on kokenut 19,0 %:n nousun, sekä kesäkausi 8,4 %:n nousun ulkomaisten yöpymisissä edelliseen vuoteen verrattuna, joten kasvua Kainuun matkailusektorilla on havaittavissa. Kotimaiset yöpymiset Kainuussa ovat pysyneet vakaina. (Visit Finland 2018.) Kainuussa on käynnissä useita hankkeita, joilla pyritään lisäämään sekä kotimaisia, että ulkomaalaisia matkailijoita Kainuussa. Kainuun alueen neljä selkeää vuodenaikaa luovat täydelliset puitteet monipuolisille elämyksille. (Kajaanin kaupunki 2017.) Kainuun kasvutavoite seuraa koko maan kansainvälisen matkailun kasvutavoitetta, n. 5 %:n vuosittaista kasvua yöpymisvuorokausissa. Voimakasta kasvua haetaan kansainvälistymisellä. (Kainuun Liitto 2018, 7.)

Hiihtokeskukset Vuokatti sekä Ukkohalla-Paljakka vetävät yli 80 % Kainuun matkailijoista. (Kainuun Liitto 2018, 7). Vuokatti tunnetaan aktiiviliikkujien ja kilpaurheilijoiden lomapaartiisina, jonne myös perheet lähtevät liikkumaan yhdessä. Vuokatin tarjontaan kuuluu hyvät puitteet ympärivuotiseen urheiluun, mutta talviurheilu ja rinnetapahtumat ovat suuressa roolissa. Vähemmän aktiiviliikkujille löytyy myös rentoa golfailua, keilailua, kylpylöitä, ravintoloita, kuten myös kulttuuria ja ohjelmalveluita. Vuokatissa on otettu kaikki ikäluokat ja kohderyhmät laajemmin huomioon. Esimerkiksi Vuokatin SuperPark on sisäaktiviteettipuistona lasten kuin aikuistenkin mieleen, ja tapahtumat kuten WinterOpen vetävät nuoria, sekä viihdematkailijoita. (Vuokatti 2018.)

3.1 Luonto- ja hyvinvointimatkailu

Hyvinvointimatkailu on globaalisti eniten kasvava matkailumuoto, ja matkojen määrä kasvoi viime vuosina noin 10 prosentin vuosivauhtia. (Häkkinen 2016). Monet suomalaisille tavanomaiset, jopa arkipäiväiset asiat voivat olla ulkomaalaisille turisteille eksoottisia, kuten esimerkiksi sauna. Suomi on hyvinvointimatkailukohteena monipuolinen ympäri vuoden, josta matkailijat voivat henkilökohtaisten mieltymyksiensä mukaan etsiä luonnon rauhaa aina saaristosta koskemattomiin metsiin. (Turun Sanomat 2016.)

Luontoläheiset aktiviteetit ovat tutkitusti ihmisten terveyttä edistävää, ja hyvinvointia lisäävää ja ylläpitävää. Luonnossa liikkuminen tai oleskelu edesauttaa stressistä palautumista, parantaa mielialaa sekä auttaa unohtamaan arjen huolet ainakin hetkeksi. Fyysisesti vaikutukset ilmenevät verenpaineen alenemisena sekä sykkeen tasautumisena. Luonnossa toimiminen saa ihmiset liikkumaan ja antaa mahdollisuuden sosiaaliseen kanssakäymiseen, mutta luontoympäristöllä on suurin emotionaalinen hyvinvointivaikutus ulkoiluseuraan verrattuna. Ihmisen elpyminen tapahtuu etenkin luonnossa sijaitsevilla lempipaikoissaan. Elpymiskokemukset ovat voimakkaampia lempipaikaksi luetuissa luonto- ja virkistysympäristöissä, kuin lempipaikaksi luetuissa puistoissa tai kaupunkiympäristöissä. (Luonnonvarakeskus 2016f.)

3.2 Kainuun Green Care-palveluiden tulevaisuuden visio hyvinvointimatkailun näkökulmasta

Kainuun biotalousstrategiassa luontomatkailun sekä luontoon perustuvien hyvinvointipalvelujen tulevaisuuskuvassa Kainuun monipuolista sekä runsasta luontoa hyödynnetään erilaisissa hyvinvointi- ja terveyspalveluissa. Luonto ja sen tarjoamat raaka-aineet on koettu Kainuun vahvuudeksi, sekä mahdollisuudet hyödyntää luontoa hyvinvointipalveluihin ja lisätä tietoisuutta luonnon terveysvaikutuksista on tunnistettu. (Kainuun Liitto 2015, 39.)

Luonto ja luonnossa liikkumisen terveys- ja hyvinvointivaikutukset ovat tiedossa, minkä vuoksi alan yritystoiminta on kannattavaa. Muualla kehitetyt ja Kainuuseen tuodut toimintamallit ovat sovellettaessa istuneet onnistuneesti myös Kainuuseen. Kainuulaisen luonnon ympärille rakennetut ja rakennettavat hyvinvointipalvelut täyttävät kansainväliset laatustandardit, sekä houkuttelevat niin kotimaisia kuin ulkomaisiakin matkailijoita. Luontoon

perustuvien hyvinvointipalvelujen aktiivisena tilaajana toimii julkinen sektori, kuten sosiaali- ja terveydenhuolto. Luonnonvaroja hallinnoivien viranomaisten sekä yritysten yhteistyötä on vahvistettu, ja näiden välillä on tehty luontomatkailusopimus, jonka avulla viranomaisen suunnitelmat ovat yrityksillä tiedossa, kun he suunnittelevat ja kehittävät toimintaansa. (Kainuun Liitto 2015, 39.)

Kainuun tulevaisuuden tavoitteena on saada kestävä sekä kansainvälinen luontoon perustuvien matkailu- ja hyvinvointipalvelujen elinkeinoklusteri. Kainuun luontoreitistöjen ylläpitoon pyritään pysyviin sekä kestäviin ratkaisuihin, turvataan reittien olemassaolo ja ylläpidon jatkuvuus. Kainuun hyvinvointi- ja luontomatkailun harjoittajien laatuosaamista pyritään parantamaan, laajennetaan laatustandardien käyttöä sekä parannetaan yritysten kykyä vastata asiakkaiden ja markkinoiden vaihtuviin tarpeisiin, ja täten nostetaan alan yritysten toiminnan kannattavuutta. (Kainuun Liitto 2015, 39.)

Kainuulaisen Green Care -tulevaisuuden visio on laadittu yhteistyössä LUVOKA-, Green Care -koulutusmalli korkea-asteelle-, sekä Kantri&Co. -hankkeiden kanssa. Visiossa nähtiin eri sektoreiden yhteistyön olevan monipuolista viiden vuoden päästä. Vision mukaan Green Care-palvelut ovat kaikkien saatavilla vuoteen 2027 mennessä. Kainuun valttikorttina toimii luonto, rauhallisuus ja hiljaisuus, jotka tukevat hyvinvointimatkailua, kuntouttavaa toimintaa sekä esimerkiksi leirikouluja. Green Care-palvelut nähdään osana maatalan elinkeinotoimintaa, mikä voi tuoda lisää maatala- ja luontomatkailua. (Lipponen, Hökkä ja Turpeinen 2017.)

4 Green Care

Green Care on 2000-luvun loppupuolella Suomeen rantautunut kansainvälinen käsite, jonka toiminta ja palvelut lisäävät sekä ylläpitävät ihmisten hyvinvointia monenlaisten luontoon sijoittuvien tai liittyvien palveluiden ja toimintamahdollisuuksien avulla. Green Care on luonnon ammatillista, tavoitteellista sekä vastuullista hyödyntämistä hyvinvointitarkoituksiin. Toiminta perustuu niin luontoon, kuin maataloihinkin, ja jotkin toimintamuodot soveltuvat myös sisätiloihin, kuten esimerkiksi eläinterapiat. Green Care-toiminta on sovellettavissa myös kaupunki- ja laitospäristöihin. (Green Care Finland ry 2017a.)

Green Care-palveluissa korostuu yhteisöllisyys, toiminnallisuus sekä luonto, joita yhdistelemällä ja erikseen painottamalla luodaan asiakkaan tarvitsema kokemus ja hyvinvointivaikutus. Green Care -tyyppistä toimintaa on kuitenkin ollut Suomessa kautta aikojen. Luonto, luonnossa liikkuminen ja luontoon hakeutuminen virkistymis- ja voimaantumistarkoituksissa ei ole suomalaisille vieraita käsitteitä, mutta nykyään kaupungistumisen ja teknologian kasvun yleistymisen vuoksi luonnon ja luontoon palaamisen tärkeys korostuu. Hyvinvointi trendinä on myös ollut vahvasti pinnalla viime vuosina, mikä lisää Green Care-palvelujen houkuttelevuutta sekä kuluttajan, että palveluntuottajan silmin. (Vehmasto, Mynttinen, Pajala, Puromäki, Soini, Sundell, Tarkiainen, Törn & Lääperi 2014, 8-11.)

Green Care-toimintaa harjoitetaan useissa eri Euroopan maissa, ja niiden painopisteet, tavoitteet ja toimintatavat vaihtelevat maittain. Useissa maissa Green Care-toiminta painottuu maataloihin. Suomessa taas Green Care-toiminta on laajempaa kuin joissain maissa. Green Care-toiminnaksi voidaan laskea erilaiset eläinavusteiset toiminnat, luontoavusteiset toiminnat (esim. erämaaterapia), sekä puutarha-avusteisuus. Toiminta voi olla itse luonnossa tekemistä metsän keskellä, puutarhan tai kasvien hoitoa kaupungissa tai esimerkiksi koira-avusteista eläinterapiaa sisätiloissa. (Vehmasto ym. 2014, 11-12.)

Esimerkkinä kansainvälisestä Green Care -toiminnasta mainittakoon Alankomaat, joka on yksi kuntouttavan maatilatoiminnan johtavia maita. Alankomaissa on nykypäivänä yli tuhat kuntoutustukipalveluita tuottavaa yritystä. Kysyntää kuntouttavasta maatilatoiminnasta on ollut ennenkin hoitolaitosten yhteydessä sijaitsevien kuntouttavien maatilojen ansiosta. Asiakkaiden laajentuneiden omakohtaisten valintojen tekemiseen liittyvien oikeuksien myötä ala on kokenut voimakasta kasvua viime vuosina, kun Alankomaat otti käyttöön henkilökohtaiset maksusetelit. (Green Care Finland 2017b.)

Yhteiskunnallista tarvetta hoivamaatiloille on olemassa, sillä niillä ehkäistään heikossa asemassa olevien syrjäytymistä, ja tukea tarvitsevat ihmiset halutaan pitää osana yhteiskunnan toimintaa. Menestyvien hoivamaatilojen lisäksi on tietenkin myös heikommin selviävät hoivamaatilat, kuten jokaisella alalla – mutta menestyjillä yksi yhteinen piirre on hyvän yrittäjyysasenteen lisäksi toiminta useiden erilaisten asiakasryhmien parissa. (Green Care Finland 2017b.)

Kuviossa 1 nähdään, kuinka Green Care -palvelut jaetaan Luontohoiva- ja Luontovoima-piireihin. Matkailualan Green Care -palvelut eivät välttämättä vaadi sosiaali- ja terveysalan koulutusta, ja siihen kuuluvat esimerkiksi luontoharrastukset, maatilakäynnit sekä tavoitteellinen virkistys- ja hyvinvointitoiminta. (Green Care Finland 2017c.)



Kuvio 1. Green Care -palveluiden jakautuminen Luontohoiva- ja Luontovoima -piireihin, (Luonnonvarakeskus 2017).

Green Care sisältää keskenään erilaisia palveluita, jotka vaihtelevat tavoitteiltaan, asiakasryhmiltään sekä sisällöistään. Palvelut ovat jaettu Luontohoivan (sosiaali- ja terveysalan palvelut) ja Luontovoiman (virkistys-, kasvatus- ja hyvinvointipalvelut) piireihin. Luontohoivan palvelut ovat Suomen sosiaali- ja terveydenhuollon lainsäädännön alaisu-

nessa, ja palvelut keskittyvät luonto- ja eläinavusteisiin menetelmiin kuntoutuksen ja terapian tarpeisiin. Asiakkaiden elämänlaatua pyritään parantamaan ja omatoimisuutta tuetaan erilaisilla luonnon tarjoamilla mahdollisuuksilla. Luonnon voimavarat ovat monenlaisin tavoin tukena sosiaalipalveluissa sekä sosiaalisessa kuntoutuksessa. Luontovoima on terveyttä sekä hyvinvointia ylläpitävää toimintaa. Luonnon antimet tarjoavat erilaisia mahdollisuuksia elpymiseen, voimaantumiseen sekä virkistymiseen ennaltaehkäisevästi sekä asiakkaan terveyttä tukevasti. Työssäkävien jaksamista tai ikäihmisten toimintakyvyn ylläpitämistä tuetaan luontoelämyksiin pohjautuvilla palveluilla. Eläimiä ja luonnonympäristöjä voidaan hyödyntää kasvatustyössä esimerkiksi päiväretkin, jolloin lapset ja nuoret saadaan oppimaan ja virkistäytymään kouluympäristön ulkopuolella. Retket sekä luonto- ja maaseutuvierailut tarjoavat kokemuksellista oppimista sekä elämyksiä, joilla voidaan täydentää koulun opetusta. Sosiaalisten taitojen kehitys kulkee käsi kädessä luontosuhteen syvenemisen sekä oppimisen ohella.

Kuvio 2 selkeyttää, minne ammattialoille erilaiset Green Care -palvelut jakautuvat. Esimerkiksi sosiaali- ja terveysalan Green Care -palvelut sisältävät kuntoutuspalveluja, sekä esimerkiksi syrjäytymistä ehkäisevää ja työkykyä edistävää ja ylläpitävää työ- ja päivätoimintaa. Palvelut ylläpitävät asiakkaan henkistä ja fyysistä hyvinvointia yksilöllisten tavoitteiden ja palveluita tarjoavan yrityksen ammattialan ja yrittäjän sekä työntekijöiden osaamisen mukaisesti. (Green Care Finland ry 2017c.)



Kuvio 2. Palveluiden jakautuminen eri ammattialoihin, (Luonnonvarakeskus 2018).

Yrityksillä on mahdollisuus hakea Green Care-laatumerkkiä, jonka hallinnasta vastaa Green Care Finland ry, sekä sen myöntämisestä vastaa erillinen Green Care –laatulautakunta. Merkin haku tapahtuu palvelukokonaisuuskohtaisesti, ja voimassaoloaika on kolme vuotta. Laatumerkkien hakuprosessin mukaan yrityksen on osallistuttava Green Care –koulutukseen, sekä osattava kuvata kokemuksellinen Green Care –osaamisensa. Lisäksi hakulomakkeessa on mainittava osaamisensa kyseisen palvelun tuottamiseen, tai kertoa miten osaaminen täydentyy esimerkiksi yhteistyökumppanin osaamisella. Hakulomakkeeseen on täydennettävä tiedot mahdollisimman kattavasti, sekä liittää mukaan ohjeiden mukaisesti täytetty Green Care –työkirja, palveluntuottamiseen turvallisuussuunnitelma, ja sosiaali- ja terveyspalveluissa omavalvontasuunnitelma. Laatulautakunnan jäsen ottaa mahdollisesti yhteyttä hakijaan hakemuksen käsittelyn aikana, sekä välittää mahdolliset kehittämis ehdotukset, joiden mukaisesti toimintaa kehitetään eteenpäin. Kun laatumerkki on myönnetty, laatulautakunta lähettää hakijalle merkin käyttöoikeutta koskevat materiaalit. (Green Care Finland ry 2017d.)

Kuviossa 3 on annettu syventävää tietoa Green Care -palvelujen kolmesta perusedellytyksestä, joita palvelulta vaaditaan. Nämä yhdessä luovat palvelun peruselementit, joilla

taataan asiakkaalle hänen tarvitsemansa yksilöllinen hyvinvointivaikutus. Luonnollisesti palvelua kehittäessä sekä tuottaessa ohjaajalla tulee olla palvelun vaatima riittävä ammatillinen koulutus sekä osaaminen palvelun tuottamiseen. Esimerkiksi kuntoutukseen keskittyvää palvelua pystyy tuottamaan vain asianmukaisesti koulutautunut henkilö. Laatu-merkin haku edellyttää vähintään viiden opintopisteen Green Care -peruskoulutuksen suorittamisen, jossa syvennyttään toiminnan perusedellytyksiin sekä koulutetaan täyttämään perusedellytyksiin kuuluvat osa-alueet, kuten kokemuksellinen ohjausosaaminen, asiakkaan kohtaaminen sekä tukemisen taidot. (Green Care Finland ry 2017e.)

	Luontoperustaisuus	Kokemuksellisuus	Osallisuus
Tavoitteellisuus	Luontoperustaisuutta käytetään tietoisesti asiakkaan hyvinvointitavoitteiden edistämiseen. Ohjaaja käyttää luontoperustaisia toimintatapoja hyvinvointivaikutusten edistämisen ja vahvistamisen tukena. Ohjaaja mahdollistaa asiakkaalle luontoperustaisen osallisuutta vahvistavan kokemuksen.	Kokemuksellisuutta suhteessa luontoon ja ihmisiin käytetään tietoisesti asiakkaan hyvinvointitavoitteiden edistämiseen. Ohjaaja mahdollistaa hyvinvointia edistävän kokemuksen tukemalla asiakasta toiminnan kaikissa vaiheissa, alkaen tavoitteiden asettelusta aina koetun reflektointiin asti.	Osallisuuden tunnetta mielekkään tekemisen, yhteisön, luontoelementin ja/tai eläinten kanssa tavoitellaan tietoisesti. Ohjaaja mahdollistaa osallisuuden tunteen vahvistumisen tukemalla asiakasta koko toiminnan ajan alkaen tavoitteiden asettelusta aina reflektointiin ja tavoitteiden saavuttamisen arviointiin asti.
Osaaminen	Ohjaaja osaa luoda edellytykset hyvinvointivaikutusten syntymiselle erilaisin luontoperustaisin toimintatavoin asiakastavoitteisiin perustuen. Ohjaaja osaa arvioida, miten ja millaista luontoperustaisuutta käyttäen asiakkaan tai asiakasryhmän hyvinvointitavoitteiden saavuttamista voidaan edistää.	Ohjaaja osaa ohjata toimintaa ja tukea kokemusta käyttäen luontoperustaisia toimintatapoja luodakseen edellytykset asiakastavoitteiden mukaisten hyvinvointivaikutusten syntymiselle. Ohjaaja osaa valita toimintatavan, ohjata toimintaa ja tukea asiakasta yksilöllisten tarpeiden mukaisesti.	Ohjaaja osaa mahdollistaa osallisuuden tunteen vahvistumista. Ohjaaja osaa vahvistaa osallisuutta tukemalla asiakasta yksilöllisesti koko toimintaprosessin ajan, alkaen asiakkaan kyvystä asettaa omia tavoitteita ja reflektoida kokemusta, sekä arvioida itse omien hyvinvointitavoitteiden saavuttamista.
Vastuullisuus	Palveluntuottaja ja ohjaaja turvaavat ympäristön ja eläinten hyvinvoinnin sekä luonnonvarojen kohtuukäytön; ekologiset ja eettiset hankinnat; jätteiden lajittelun ja kierrätyksen; kuljetusten optimoinnin ja vähäpäästöiset liikkumistavat; sekä muut ympäristövastuulliset toimintatavat palveluun liittyen.	Palveluntuottaja ja ohjaaja vastaavat toiminnan turvallisuudesta, joka sisältää asiakkaan, henkilöstön ja muiden toiminnassa mukana olevien henkilöiden sekä eläinten fyysisen psyykkisen ja sosiaalisen turvallisuuden ja hyvinvoinnin koko toiminnan ajan, mukaan lukien muun muassa eläinten riittävät lepoajat.	Palveluntuottaja ja ohjaaja edistävät asiakkaan osallisuutta, tasavertaisuutta ja itsemääräämisoikeutta; vaalivat tietosuojaa; turvaavat asiakkaan mielipiteiden huomioimisen ja yksilöllisen tuen tavoitteiden asettamisesta reflektointiin ja vaikuttavuuden arviointiin saakka.

Kuvio 3. Green Care -palvelujen perusedellytykset ja -elementit, (Luonnonvarakeskus 2018).

5 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa käymme läpi tutkimuksen luomiseen tarvittavaa teoriaa. Aiheina ovat tutkimusongelma, tutkimusmenetelmä, kyselyn sisältö sekä kyselyn luotettavuus. Luvussa kerrotaan myös mikä tämän tutkimuksen tutkimusongelma on, ja miten teoriaa on sovellettu tutkimuksen tekoon.

5.1 Tutkimusongelma

Tutkimuksen perustana on selvästi tiedostettu ja rajattu asiaongelma, sekä tiedon tarpeen määrittely. Aluksi tulee jäsentää ongelman ydinkohdat, määriteltävä millaisiin kysymyksiin halutaan vastauksia, kuinka paljon aiheeseen liittyvää tutkimustietoa on olemassa, sekä miten rekistereitä pystytään hyödyntämään tutkimuksessa. (Tilastokeskus 2018a.) Tutkimusongelma on kysymys tai monta kysymystä, joihin tutkimuksilla haetaan vastauksia. Kysymysten määrittely mahdollisimman yksiselitteisiksi on tärkeää tutkimuksen onnistumisen kannalta. Tutkimusongelmat voivat olla erilaisia tavoitteista ja aiheista riippuen. Tutkimusongelma määrää, millaista aineistoa tutkimuksilla tähdätään hakemaan, ja millä menetelmillä saadut aineistot analysoidaan. (Kajaanin ammattikorkeakoulu 2018a.)

Tutkimusongelmia voidaan jakaa pää-, ala- tai osaongelmiin tarpeiden mukaan. Tutkimusongelman esityksessä selvennetään, miksi ongelmaan päädyttiin, miten ongelmat rajattiin ja täsmennettiin valitulla tavalla. Erityisen tärkeäksi nousee se, että tutkimusongelma ja teoreettinen osio nitoutuvat toisiinsa. Tutkimusongelmien muotoilemiseen vaikuttaa tutkimusprosessin luonne, eli onko prosessi aineisto- vai teorialähtöinen. Teorialähtöisyys jakaa tutkimuksen selkeästi erottuviin osa-alueisiin, ja tutkimusongelmat asettuvat selkeämmin näkyviin. Aineistolähtöisissä tutkimuksissa ongelman muuttuminen prosessin edetessä on luonnollista. Aineistolähtöinen tutkimus on tutkittavan ilmiön laatua ilmaisevaa ja mittaavaa menettelyä tai tietoa, ja lähtökohtaisesti se kuvaa todellista elämää. Vastaajat valitaan tarkoituksenmukaisesti, ja tutkimuksen tavoitteena on enemmän paljastaa tosiasioita, kuin todentaa olemassa olevia väittämiä. Aineistolähtöinen tutkimus ei ole hypoteesien tai teorian testaamista, vaan aineiston yksityiskohtaista tarkastelua monitahoisesti. (Kajaanin Ammattikorkeakoulu 2018b.)

Tämän kyselytutkimuksen tutkimusongelmana on selvittää sekä Green Care-käsitteen tunnettavuutta, että Green Care -palveluja tuottavien matkailuyritysten ja Green Care-koulutuksia käyneiden matkailuyrittäjien määrä Kainuun alueella. Kyselyn tavoitteena on myös esitellä lyhyesti Green Care -toimintatapoja sekä periaatteita matkailun ammattilaisille, ja mahdollisesti kuulla heidän ajatuksiaan siitä, kuinka hyvin Green Care sopisi heidän ammattialueelleen.

Green Care –palvelujen kaltaisten aktiviteettien ja palveluiden tuottaminen saattaa olla luonto- ja hyvinvointimatkailuyrittäjille jo ennestään hyvinkin tuttua, minkä vuoksi haasteeksi voidaan lukea sen, että kokevatko matkailuyrittäjät saavansa Green Care –koulutuksilta tarvittavia työkaluja yrityksensä palveluiden tuottamiseen ja kehitykseen, tai täydennystä työntekijöidensä osaamiseen. Tämän vuoksi selvitetään, kokisivatko he Green Care –koulutukset tarpeellisiksi parantamaan oman toimintansa laatua.

Tällä hetkellä vastaavia matkailuyrittäjille suunnattuja Green Care -kyselytutkimuksia ei ole tehty Kainuun alueella. LUVOKA -hankkeessa on tehty muita selvityksiä ja opinnäytteitä, joissa on selvitetty eri kohderyhmien ajatuksia, sekä Green Care-toiminnan levinneisyyttä heidän alallaan, kuten Kainuun maatilat sekä sosiaali- ja terveystalouden ammattilaiset. Opinnäytetyö vastaa LUVOKA -hankkeen tiedonkeruu- sekä tiedonvälitystavoitteisiin.

5.2 Menetelmä

Kvantitatiivinen, eli määrällinen tutkimus käsittelee mitattavaa ilmiötä prosenttiosuuksin ja numeroin. Aineiston keräyksessä käytetään yleensä tutkimuslomakkeita, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. (Heikkilä 2014, 8.) Määrällisissä tutkimuksissa kerätään numeerisia tutkimusaineistoja, joita analysoidaan tilastoin. Määrällinen tutkimus on siis mittaamista, jonka tulokseksi syntyy lukuarvoinen havaintoaineisto, joka analysoidaan yleensä erilaisen ATK-ohjelmien avulla. Jotta kvantitatiivisen tutkimuksen tuloksia voidaan pitää luotettavina, on vastausprosentin oltava riittävän suuri. (Vilpas 2016, 1.)

Kvalitatiivinen on laadullinen tutkimus, jolla haetaan ymmärrystä tutkittavaan ilmiöön kokonaisuudessaan ominaisuuksien, merkityksien ja laadun perusteella, (Jyväskylän yliopisto 2018). Määrällisen ja laadullisen tutkimuksen ero on selkeästi siinä, että määrällinen tutkimus keskittyy mittaamiseen ja numeroihin, ja laadullinen tutkimus muodostuu sanoista ja niiden ymmärtämisestä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa kysymykset pyrkivät avaamaan vastaajien ajatusmaailmaa aiheesta laajemmin esimerkiksi avoimilla sekä

joustavilla kysymyksillä, joihin voidaan vastata omin sanoin ilman valmiiden vastausvaihtoehtojen tuomia rajoituksia. (University of Utah 2018.) Tällä tavoin tutkija saa mahdollisuuden kartoittaa tutkittavaa ilmiötä kokemus- ja mielipidekohtaisesti, (Tilastokeskus 2018b).

Kyselylomaketutkimus on tutkimusmenetelmä, jolla voidaan kerätä laajaa tutkimusaineistoa joko monin kysymyksiin, tai laajalla vastaajamäärällä, (Hotulainen 2017). Se säästää vastaajan aikaa ja vaivannäköä, ja vastaaja voi itse valita sopivimman ajankohdan vastata tutkimukseen. Kyselylomakkeeseen vastattuihin kysymyksiin tutkijan läsnäolo ei vaikuta vastauksiin, kuten esimerkiksi haastattelussa voi käydä. Kyselylomaketutkimuksen luominen vaatii tarkkuutta; kysymysten on oltava helposti ymmärrettäviä ja yksiselitteisiä tulosten väärinymmärryksen minimoimiseksi. Kyselylomaketutkimuksen huonoja puolia ovat se, että vastausprosentti voi jäädä hyvin pieneksi. Epätarkasti kysytyt kysymykset voivat aiheuttaa väärinkäsityksiä, eikä niihin välttämättä saada oikaisua kyselyyn vastaamisen aikana. (Valli, Aaltola, Aarnos, Grönfors, Eskola, Heikkinen, Niikko, Ropo, Saarela-Kinnunen, Siekkinen, Syrjälä, Vastamäki & Åhlberg 2001, 100-101.)

Kyselytutkimus sähköpostilla on kysely, joka toimitetaan vastaajille sähköpostin kautta joko linkkinä, tai suorana sähköpostina. Tällä tavoin kyselyn tavoittaa vain haluttu kohde-ryhmä. Sähköpostikysely on edullisin ja helpoin tapa antaa ja saada tietoa molemmille osapuolille. Sähköpostikyselyn on kannattavaa pitää mahdollisimman lyhyenä ja informatiivisena, jotta vastaajan mielenkiinto säilyy, ja vastaajalla on aikaa vastata kyselyyn. (AP-SIS 2015.)

Kysymyksiin vastaamisen helpottamiseksi ja nopeuttamiseksi opinnäytetyön tutkimuksessa on käytetty kysymyksiä, joihin on luotu valmiit vastausvaihtoehdot. Tällaisissa kysymyksissä on tärkeää, että vastaaja löytää aina itselleen sopivan vastausvaihtoehdon. Tarkoituksenmukaisesti vastaajalle sopivia vastausvaihtoehtoja on vain yksi, mikä helpottaa ja yksinkertaistaa tulosten tulkintaa. Kyselyssä on myös avoimia kysymyksiä, joita voidaan analysoida ryhmiin luokittelemalla. Luokittelu tapahtuu saatuja vastauksia tarkastelemalla ja selvittämällä mahdolliset luokitukset. Liian rajaavaa luokittelua ei suositella, vaan hiemankin eriävät vastaukset kannattaa luokitella omiin luokkiinsa. Luokkia voi jälkeenpäin yhdistää ja tiivistää samankaltaisiin luokkiinsa. (Valli ym. 2001, 110-111.)

Verkossa täytettävä kyselytutkimus on runsaasti yleistynyt tapa toteuttaa tutkimuksia, sillä niissä on hyvät puolensa. Vastaukset tallentuvat sähköiseen muotoon, mikä helpottaa tu-

lostien kokoamista nopeammin ja pienemmällä mahdollisuudella tehdä virheitä koontivaiheessa. Sähköisten kyselytutkimuksien huonoina puolina on se, että se sulkee pois potentiaaliset vastaajat, joilla ei ole käytettävissä tietokonetta tai muita verkkoon yhdistettäviä laitteita, ei ole verkkoyhteyttä, tai eivät koe verkossa vastaamista luontevaksi tavaksi vastata kyselyyn. (Vehkalahti 2014, 48.)

Tutkimusmenetelmät olivat helppo valita. Sähköinen lomaketutkimus oli kaikista järkevin vaihtoehto, sillä kysely tavoittaa koko Kainuun alueen matkailuyrittäjät samalla kertaa, ilman mahdollisia matka- tai lähetyskustannuksia. Jotta kuuluisimme mahdollisimman kattavasti vastaajien mielipiteitä aiheesta, käytimme kyselyssä sekä kvantitatiivisia, sekä kvalitatiivisia tutkimuskysymyksiä.

Kyselyä luotaessa ensisijaiset tavoitteet olivat tuoda toimeksiantajille heille tärkeää tietoa, sekä se, ettei yrittäjillä kestäisi kovin pitkään vastata kyselyyn heidän aikataulujaan ajatellen. Siksi kysymykset on tiivistetty viiteentoista kysymykseen, joista toimeksiantajat saavat heidän tarvitsemansa tiedon. Kyselyyn liitettiin houkutteeksi lahjakortin arvonta, jonka tarkoituksena oli nostaa vastausprosenttia.

5.3 Kyselyn sisältö

Tässä luvussa käymme läpi kyselyn sisällön, mitä kysymyksiä kyselyssä esitettiin ja miksi. Itse mittaukseen pääsemme luvussa 6. Kyselyyn on käytetty koetestaajia arvioimaan kyselyyn vastaamiseen käytettyä aikaa. Kyselyssä on 15 kysymystä, sekä kolme vapaaehtoista lisäkysymystä kolmen kysymyksen yhteydessä.

Ensimmäiset neljä kysymystä käsittelevät taustatietoja. Taustatiedoilla halutaan selvittää, mitkä yritykset vastasivat kyselyyn, ja mistä päin he ovat vastanneet. Sähköpostiosoitteen ilmoittaminen oli täysin vapaaehtoista, sillä sitä tarvittiin vain arvonnin suorittamiseen.

Taustatiedoista ehkä tärkein ja aiheeseen liittyvin kysymys oli se, millaisia palveluita vastaajien yritykset tuottavat. Kysymyksellä haettiin sitä, minkä tyyppiset matkailuyritykset olisivat eniten kiinnostuneita Green Care -toiminnasta osana omaa toimintaansa. Tämä kysymys auttaa myös ymmärtämään paremmin seuraavien kysymysten vaihtelevia vastauksia, esimerkiksi kaupunkihotellien on joissain määrin hankalampi tuottaa matkailijoilleen Green Care -palveluita kuten vaikka ohjelmapalveluyritysten, joiden toiminta usein sijoittuu jo valmiiksi luontoympäristöön.

Seuraavilla kysymyksillä päästiin Green Care -aiheeseen. Muutaman kysymyksen välissä on vapaaehtoisia tekstikenttiä, joissa pyydettiin avaamaan vastaajan antamaa vastausta edelliseen kysymykseen liittyen. Näin yrittäjien ajatukset aiheesta avautuivat paremmin.

Tiivistettynä kysely haki vastauksia kysymyksiin, joilla selvitetään Green Care -käsitteen tunnettavuus matkailualalla, jo olemassa olevien Green Care -palveluja tuottavien matkailuyritysten lukumäärä Kainuun alueella, Green Care -koulutuksilla itseään kouluttaneiden matkailuyrittäjien lukumäärä, Green Care -käsitteen sopivuus vastaajien yrityksissä, sekä heidän mielipiteensä laatumerkin ja koko Green Caren hyödyllisyydestä heidän alallaan.

5.4 Luotettavuus

Mittauksen laatuun ja luotettavuuteen voivat vaikuttaa tekniset, tilastolliset, kulttuuriset, kielelliset sekä sisällölliset seikat. Mittaus on ainutkertainen, joten huonosti mitatut osiot jäävät sellaiseen muotoon, eikä niitä voi parantaa millään menetelmällä jälkikäteen. (Vehkalahti 2014, 40.) Tutkimuksen luotettavuuden kannalta tärkeää on se, että otos on tarpeeksi suuri sekä edustava, vastausten määrä on korkea ja kysymykset mittaavat koko tutkimusongelman kattavasti, (Heikkilä 2014a, 1).

Validiteetti on oikeiden asioiden mittaamista yksiselitteisesti niin, että kysymykset kattavat koko tutkimusongelman. Kohderyhmä on määritelty selkeästi, sekä rekisteröity ja luetteloitu kattavasti. (Heikkilä 2014b, 11.) Validiteetti on hyvä, kun tutkimuksen kohderyhmät sekä kysymykset ovat määritelty oikein ja tutkimusongelman mukaisesti. Validiteetin puuttuminen tekee tutkimuksesta turhan ja hedelmättömän. Kun kysely tutkii aivan muuta asiaa kuin tutkimusongelmassa on määritelty, tutkimuksen mittarit eivät tuo esille niitä asioita, joita oli alkuperäisenä tarkoituksena tutkia. (Hiltunen 2009, 2-3.) Validiteetti on luotettavuuden kannalta ensisijaista, sillä mikäli oikeaa asiaa ei mitata, reliabiliteetilla ei ole mitään merkitystä, (Vehkalahti 2014, 41).

Reliabiliteetilla pyritään selvittämään tulosten sattumanvaraisuutta ja kykyä toistaa saadut tutkimustulokset. Eli reliabiliteetti tarkoittaa sitä, että tutkimustulokset eivät ole sattumanvaraisia, vaan ne ovat mahdollisesti toistettavissa, eli kuinka luotettavasti ja toistettavasti tutkimus mittaa haluttua ilmiötä. Jos tutkimus toistettaisiin, pitäisi samanlaisissa olosuhteissa saada samankaltaisia tuloksia. Kysymykset tulee laatia mahdollisimman yksiselitteisiksi ja ymmärrettäviksi, jotta reliabiliteetti olisi mahdollista. (Hiltunen 2009, 9-11.)

Mitä vähemmän mittausvirheitä ilmaantuu, sitä parempi reliiabelius mittauksella on. (Vehkalahti 2014, 41.) Reliabiliteetin tarkistamisen sekä arvioinnin kannalta tutkimusaineiston muokkaaminen tutkimuksen kommentoijien saataviksi sekä tarkastettaviksi on tärkeää. Tutkimusmenetelmä voi olla luotettava, vaikkei tutkimus olisikaan validi, eli pätevä. (Hiltunen 2009, 9-11.)

Tutkimustulosten luotettavuuteen linkittyy tutkimuksen eettisyys. Luotettavuus edellyttää tieteen hyvien käytäntöjen noudattamista ja tuntemista. Niiden lähtökohtiin on laskettu esimerkiksi rehellisyys, huolellisuus sekä tarkkuus tutkimustyössä, sekä eettisesti kestävien tiedonhankinta-, arviointi-, ja tutkimusmenetelmien käyttö. (Helsingin yliopisto 2019.)

Mielestäni työni validiteetti on hyvä. Kyselytutkimuksessa selvitettiin kaikki toimeksiantolle ja hankkeelle oleellinen, eikä mitään ylimääräistä, ja kyselyn kulku oli selkeä ja johdonmukainen. Kohderyhmä on tarkemmin katsottuna laaja, kun otetaan huomioon matkailun eri ammattialat aina majoitusyrityksistä liikenneasemiin, mutta juuri sen takia kyselyllä saatiin hyvin erilaisia ja informatiivisia vastauksia.

Reliabiliteettia pohtiessani uskoisin, että laadittu kysely olisi helposti toistettavissa esimerkiksi muissa maakunnissa. Ehkä suurin tekijä, mikä voisi vaihdella radikaalistikin, olisi Green Care-palveluja tuottavien yritysten määrä maakunnittain, mutta muuten olettaisin muiden vastausten sisällön olevan jokseenkin toistettavissa muuallakin.

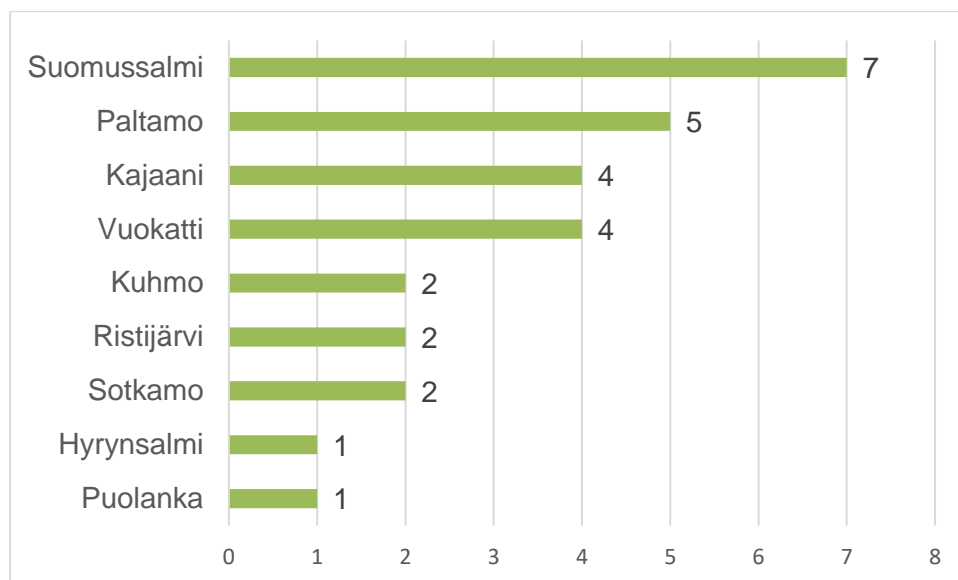
Eettisyys tutkimuksessa huomioiden saatekirjeessä kyselyyn vastaaminen on ilmaistu olevan täysin vapaaehtoista, ja kyselyyn lisättyihin henkilökohtaisten, tai yrityksen tietoja kerääviin kysymyksiin ei ollut tarpeellista vastata, mikäli ei halunnut osallistua lahjakortin arvontaan. Kyselyn tulokset on käsitelty niin, ettei vastaaja voi millään tunnistaa, eikä yrityksen tai vastaajan tunnistamattomuutta uhkaavia vastauksia ole lisätty tuloksiin.

Kyselyn jaossa auttanut ulkopuolinen taho lähetti edelleen saatekirjeeni linkkeineen valitsemilleen yrityksille, ja väliaikaiseen listaan keräämämme yritysten tai henkilökohtaiset työ sähköpostiosoitteet olivat julkisesti saatavilla esimerkiksi heidän omilla nettisivuillaan. Listaa on käsitelty vain tutkimusprosessissa eniten mukana olleet tahot, jotka olivat tutkimuksen toteuttajan lisäksi Luonto voimaksi Kainuussa-hankkeen projektipäällikkö, sekä opinnäytetyöohjaaja. Listan tehtävänä oli ainoastaan auttaa kyselyn jakelussa valitulle kohderyhmälle, eikä käytetä mihinkään muuhun tarkoitukseen.

6 Tulokset

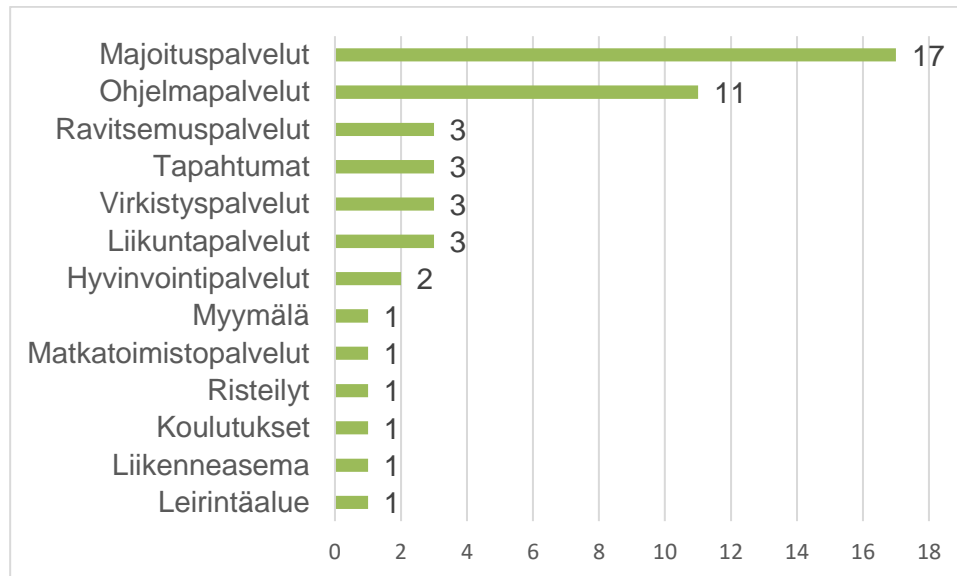
Kokonaisuudessaan kyselyyn vastasi 28 henkilöä, ja kyselyn vastausprosentti oli odotetusti alhainen, eli 20 %.

Aluksi selvitimme vastaajien yritysten taustatietoja. Kuviot 4 ja 5 näyttävät, missä vastaajien yritykset toimivat, sekä mitä palveluita heidän yrityksensä tuottavat ensisijaisesti. Kaikkien vastaajien yrityksillä oli vain yksi toimipaikka, mutta useilla oli enemmän kuin yksi palvelumuoto, joita he tuottavat yrityksissään.



Kuvio 4. Yritysten sijainnit. Vuokatti on osa Sotkamoaa, mutta se on nimetty erikseen, koska Vuokatti on hyvin tunnettu matkakohde yksinäänkin.

Eniten vastaajia kertyi Kainuun pohjoisosassa sijaitsevalta Suomussalmelta, ja Paltamo, Kajaani sekä Vuokatti olivat seuraavaksi aktiivisimpia.



Kuvio 5. Yritysten ensisijaiset palvelut. Majoitus- ja ohjelmapalveluyritykset olivat kaikista aktiivisimpia vastaajia. Useilla yrityksillä oli useampi kuin yksi palvelumuoto, joita he tuottavat yrityksissään.

Green Careen liittyviin kysymyksiin päästessä vastaajat kertoivat, tuntevatko he ennestään Green Care-toimintatapaa, ja kuinka monen yritykset tarjoavat Green Care-palveluita. GC-toimintatavan tunnettavuutta kysyessä vastaukset olivat melko tasaisesti jakautuneet. Kuusitoista vastaajaa kertoi tuntevansa toimintatavan, ja kaksitoista vastasi, ettei aihe ole heille tuttu. Kahdenkymmenen viiden vastaajan yritykset eivät tarjoa Green Care-palveluita, sekä kolmen vastaajan yritykset tarjoavat GC -palveluita.

Avoimessa kysymyksessä kolme yritystä vastasivat, millaisia Green Care -palveluita he tarjoavat. He kirjoittivat näin:

”Tiettyjen asiakasryhmien palvelemisessa (esim. TYKY-ryhmät, erityisryhmät) Green Care on osana palvelun viitekehystä. Nämä ryhmät eroavat ratsastusta harrastavista asiakkaistamme olennaisesti: tärkeintä heille suunnatuissa ratsastuspalveluissa on pääsy hevosen läheisyyteen ja kontaktiin eläimen kanssa, luonnon keskellä yhdessä uusien asioiden kokeminen ja itsensä voittaminen (koska yleensä suurin osa näistä asiakkaista ei ole koskaan aiemmin ollut tekemisissä hevosten kanssa).”

”Safaripalveluita (kelkka, pyörät) kalastusta.”

"Metsäjooga, metsäkylpy/metsäterapia, työhyvinvointipäivät luonnossa, vaellukset, teemaretket ja eräopaspalvelut luonnossa, sekä hyvinvointilomat luonnossa."

Koulutukseen liittyvässä kysymyksessä selvisi, että 25 vastaajaa ei ole hankkinut Green Care -koulutusta, ja kolme vastaajaa on hankkinut. Alla esimerkkejä avoimeen tekstikenttään vastanneiden vastauksista.

"Aloitin perusteet -koulutuksen, mutta koulutus ei mielestäni ollut hyvä."

"Olen tutustunut Green Care -toimintaan ja lukenut siitä itsenäisesti, lisäksi aikoinaan yhdessä käymässäni koulussa GC-asioita käsiteltiin jonkin verran."

"Osana luonnonvaratuottajan opintojani."

Vastaajat kertoivat, näkyvätkö Green Care -toimintatavat heidän yritystensä toiminnassa tai palveluissa. 19 vastasi ei, ja 9 vastasi kyllä. Osa heistä kertoi, miten toimintatavat näkyvät heidän toiminnassaan.

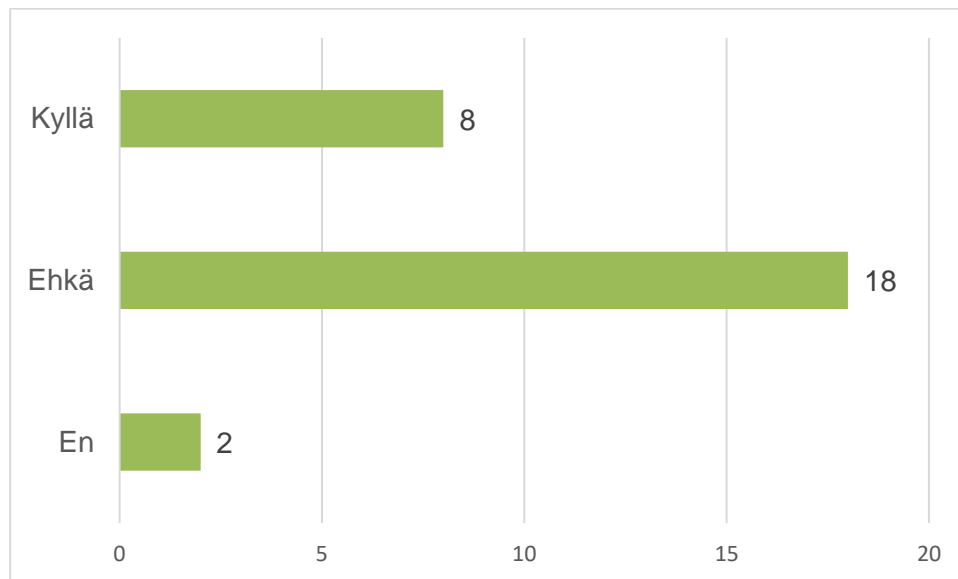
"Luonto/kulttuuri -ohjelmamme koostuvat pitkälti samantapaisista osista kuin Green Carella. Tavoitteena osallistujien kokonaisvaltainen hyvinvointi."

"Tiettyjen asiakasryhmien palvelemisessa näkyy. Toki kaikki hevosiin liittyvä toimintamme on tietyllä tavalla Green Carea: talliyhteisössä tasavertaisina toimiminen, elämistä omalta osaltaan huolehtiminen olit sitten vakituinen tai satunnainen ratsastaja, luonnon läsnäolo kaikessa tekemisessä."

"Luontoperustaisuus, vastuullisuus, kokemuksellisuus, sosiaalisuus, fyysisyys."

"Green Care – toimintatavan kaikki osapuolet on huomioitu toiminnassa, tavoitteellisuudessa on kehittämisen varaa eli olisi hyvä saada jatkumoa vetämilleni ryhmille, mutta toki jokaiselle yksittäisellekin palvelulle on asetettu tavoite."

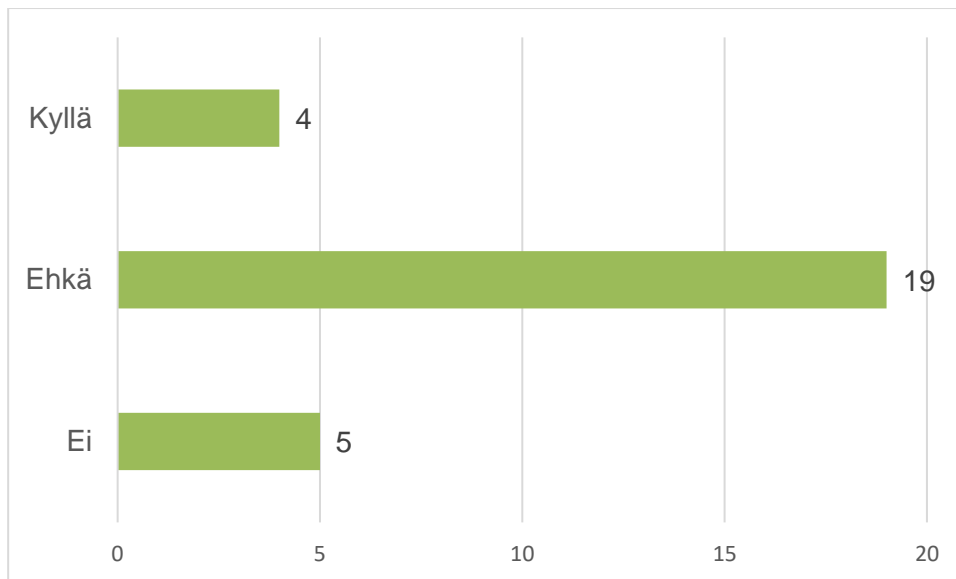
Kuvio 6 näyttää varovaisen myöntävää kuvaa siitä, näkevätkö vastaajat Green Care -palvelujen olevan potentiaalinen osa heidän yritystensä toimintaa.



Kuvio 6. Näkevätkö vastaajat Green Care -palvelujen olevan potentiaalinen osa heidän yritystensä toimintaa.

Enemmistö vastasi kysymykseen ”ehkä”, mikä voisi kertoa yrittäjien olevan kiinnostuneita Green Caresta, mutta se voi myös kertoa epävarmuudesta palvelujen tuottamisen kannattavuudesta osana heidän elinkeinoaan.

Kuviossa 7 vastaajat myös osoittivat kiinnostusta ryhtyä Green Care -palveluiden tuottajiksi.

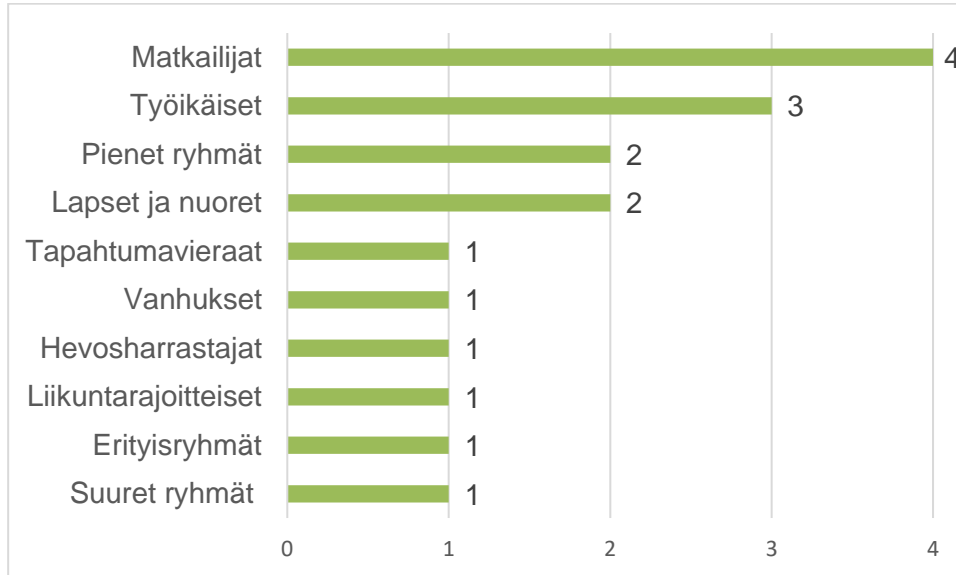


Kuvio 7. Onko heillä kiinnostusta ryhtyä tuottamaan Green Care -palveluita.

Enemmistö vastasi tähänkin kysymykseen "ehkä", ja tässä kysymyksessä saatiin enemmän kielteisiä vastauksia. Suurempi ei-vastauksen määrä ei ole ristiriidassa edellisen kysymyksen kahden ei-vastauksen kanssa, sillä yrittäjät voivat hyvinkin nähdä Green Caren sopivan heidän konseptiinsa, mutta erinäisten syiden takia he eivät ole kiinnostuneita lähteä mukaan tuottamaan Green Care-palveluita.

Laatumerkkiä koskevassa kysymyksessä selvisi, kokevatko vastaajat Green Care -laatu-merkin olevan hyödyllinen yrittäjille esimerkiksi markkinoinnin kannalta. Neljätoista vastasi kyllä, ja kaksitoista vastasi ei.

Kuviossa 8 vastaajat kertoivat omin sanoin, mille kohderyhmille heillä olisi resursseja ja kiinnostusta tuottaa Green Care -palveluita, jos he ryhtyisivät tuottamaan niitä, tai ovat jo ryhtyneet.



Kuvio 8. Mille kohderyhmille yritykset voisivat tarjota Green Care -palveluita.

Enemmistö valitsi itselleen tutuimmat kohderyhmät, kuten matkailijat ja työikäiset. Vastaajat ottivat erinomaisesti huomioon sen, etteivät heillä ole välttämättä tarvittavia tiloja tai koulutusta tarjoamaan Green Care-palveluita niille kohderyhmille, jotka saattavat tarvita erikoisjärjestelyitä, suurempia tiloja tai sosiaali- ja terveysalan koulutusta.

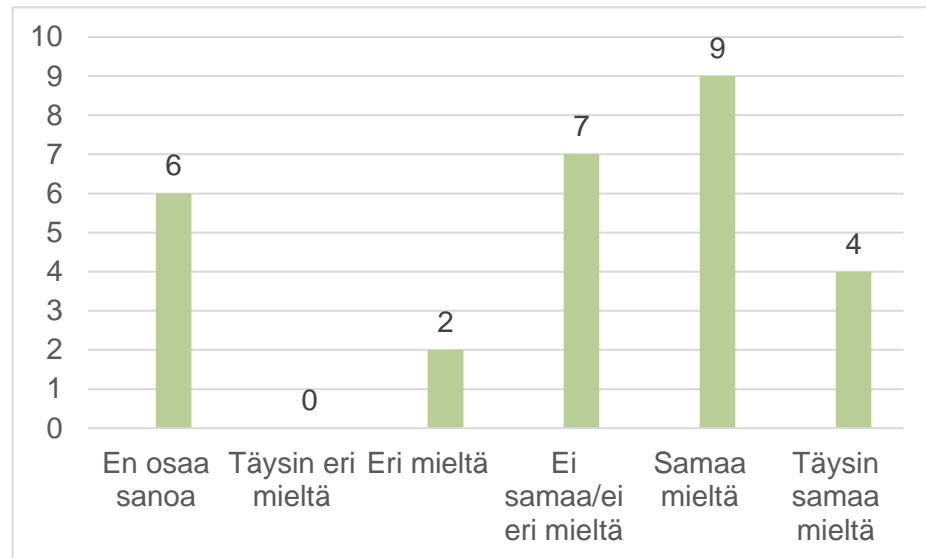
Seuraava avoin kysymys avasi vastaajien näkemyksiä siitä, millaisia vaikutuksia Green Care -palvelut toisivat asiakkaissa heidän mielestään.

”Läheisempää luontokokemusta.”

”Hyvinvoinnin lisääntymistä.”

”Uskon, että se lisääisi positiivista mielikuvaa vastuullisesta yrittäjästä ja yrityksestä.”

Viimeisessä Green Care -kysymyksessä myönteisesti suhtautuneita oli enemmän kuin eri mieltä olevia, mutta kantaa ottamattomia vastauksia oli yhteensä saman verran kuin samaa/täysin samaa mieltä olevia vastauksia. Täysin eri mieltä -vastauksia ei ollut yhtään, mikä on Green Caren kannalta hyvä. Se kertoo matkailuyrittäjien mahdollisesti näkevän Green Care -käsitteen istuvan matkailualalle.



Kuvio 9. Kokevatko vastaajat, että Green Care -koulutukset sekä kehitys- ja verkostoitumismahdollisuudet voisivat olla hyödyllisiä työkaluja Kainuun matkailusektorin eteenpäin kehittämiseen.

Viimeisessä vapaa sana-tekstikentässä vastaajat toivat muita ajatuksiaan esille.

"Aihe on tärkeä, mutta matkailun näkökulmasta tärkein eli maksukykyinen asiakas tai merkittävä asiakasvolyymi puuttuu, joten matkailullisesti Green Care-toiminnalle en näe suurta merkitystä Kainuussa."

"Yksi osa matkailun kehittämistä, luultavasti tärkeä kansainvälistymisen kannalta."

"Varmaan me voitaisiin jotain Green Care-ohjelmiakin tuottaa, mutta ei olla perehdytty asiaan eikä tiedetä, ketä asiakkaat voisivat olla ja minkälaisia tuotteiden pitäisi olla."

6.1 Tulosten pohdintaa

Kyselyyn vastasi 28 henkilöä. Vastausprosentti jäi odotetusti alhaiseksi, 20 %:iin. Syitä voi olla esimerkiksi huono ajankohta, kuten tässä tapauksessa joulusesongin alku ja sen tuomat kiireet, tai aihe ei ole ollut tuttu tai muuten kiinnostusta herättävä. Mutta verkkokyselyjen vastausprosentti yleensä jää muutenkin alhaiseksi, joten tämä kysely ei poikkea muista alhaisella vastaajamäärällään. Kyselyllä saimme monipuolisia vastauksia ja erilaisia näkökulmia aiheeseen, minkä vuoksi kysely on silti varsin onnistunut. Myös kahden viikon vastausaika tuntui sopivalta ajalta vastata kyselyyn. Eniten vastauksia kertyi samana viikonloppuna, kun kysely lähetettiin, eikä vastauksia tullut enempää viimeisen kolmen päivän aikana.

Vastaajat valitsivat usein kaksi tai useampia vaihtoehtoja yritysten ensisijaiset palvelutkysymykseen vastatessa, mikä kertoo heidän toimintansa olevan laaja-alaista. Se myös selittää joidenkin kysymyksien vastauksia sillä, että vaikka esimerkiksi majoitusyritys tarjoaisikin sivussa ohjelmapalveluja, he eivät ehkä ole yhtä tietoisia esimerkiksi Green Caresta, joka on tällä hetkellä suosituin luontoon sijoituvissa palveluissa. Heidän painopisteensä voi olla enemmän majoituspalveluissa, eikä heillä välttämättä ole ollut aikaa tai resursseja perehtyä sivussa pyörítettävän toiminnan kehittämiseen Green Caren avulla. Yli puolet vastaajista tunsivat Green Care -toimintatavat ennestään. Luonnossa useimmin toimivat tahot, kuten esimerkiksi ohjelma-, virkistys-, liikunta-, ja hyvinvointipalveluja tuottavat yritykset ovat kuulleet Green Caresta paremmin kuin he, joilla ensisijainen elinkeino sijoittuu lähinnä sisätiloihin, kuten pelkkään majoitustoimintaan keskittyvät hotellit. Sana Green Care -toimintatavoista on siis tavoittanut ensisijaiset kohderyhmänsä, eli luonnossa toimivat matkailuyritykset, varsin hyvin.

Vastauksista päätellen Green Care on ollut kaikista helpointa istuttaa luontoon sijoittuviin matkailupalveluihin, ja haastavinta olisi hyödyntää esimerkiksi kaupunkihotellin tiloja Green Care -toimintaan. Kaupunkimiljööseen sijoituville matkailuyrityksille olisi ehkä hyvä järjestää alakohtaisempia koulutuksia, joissa voidaan avata syvemmin erilaisia tapoja, miten Green Care -palveluita voisi tarjota myös kaupungissa. Green Care yhdistetään välittömästi luontoon ymmärrettävistä syistä, mutta tällä hetkellä se myös saattaa sulkea pois potentiaalisia palveluntarjoajia, mikäli heillä ei ole resursseja tai ideoita tuoda asiakkaitaan kaupungista luontoon, tai tuottaa Green Care -palvelua kaupunkimaisemissa.

Green Care -palveluja valmiiksi tuottavat yritykset tarjoavat luontoon sijoittuvia, laajasti erilaisia palveluita erilaisille kohderyhmille. Tällä hetkellä luonto-, hyvinvointi- ja maatilamatkailu on runsaasti läsnä Green Caresta puhuttaessa, mutta olisi hyvä painottaa, että Green Care -palveluita on kerrottu tuotettavan laaja-alaisesti kaupunkimaisemissakin, ainakin sosiaali- ja terveysalalla. Millaisia Green Care -matkailupalveluita voidaan toteuttaa kaupungissa, ja miten? Kaupunkiin sijoittuvat matkailualan ammattilaiset eivät välttämättä tiedä, miten luontoa ja luonnon elementtejä voisi hyödyntää Green Care -palveluiden muodossa heidän omissa yrityksissään. Siksi olisi suositeltavaa kehittää Green Carea omana erillisenä matkailukonseptinaan, sekä ideoida enemmän kaupunkimaisemissa toimivia Green Care -palveluita, jotka sopivat ja ovat toteutettavissa matkailualan yrityksissä. Tämä avaa lisää liiketoimintamahdollisuuksia, ja jalostaa yritysten toimintaa luontoystävällisemmiksi ja vastuullisimmiksi kestävästä kehitystä ajatellen.

Vastaajamäärään verrattuna Green Care -koulutuksia käyneitä on varsin vähän. Green Carea on käsitelty joissain koulutuskokonaisuuksissa jonkin verran. Useiden yrittäjien tavoitteina olivat osallistujien kokonaisvaltainen hyvinvointi, luontoperustaisuus, vastuullisuus, kokemuksellisuus ja yhteisöllisyys heidän omassa toiminnassaan. Yrittäjät vaikuttivat varsin epävarmoilta Green Care -toimintaan mukaan ryhtymisessä, minkä voisi korjata alakohtaisemmilla lähestymistavoilla sekä koulutuksilla.

Hyvä vastaajan esille tuoma mielipide oli se, että tällä hetkellä matkailun näkökulmasta tärkeimmät elementit puuttuvat, eli maksukykyinen asiakas tai merkittävä asiakasvolyymi. Se saattaa latistaa yrittäjien halua lähteä mukaan Green Care -palveluiden tuottamiseen. Sen takia koulutukset saattavat olla tällä hetkellä suurin vetovoima, mikä kiinnostaisi matkailun ammattilaisia ehkä eniten Green Caressa. Koulutukset saattaisivat auttaa matkailusektoria kehittymään kouluttamalla yrittäjiä ja heidän työntekijöitään vastuullisemmiksi luontoa ja luonnonmateriaaleja käyttäviksi ammattilaisiksi. Green Caren laajempi suosio kuluttajien keskuudessa kannustaisi yrittäjiä ryhtymään mukaan tuottamaan Green Care -toimintaa omissa yrityksissään. Myös tiivis sekä laajempi yhteistyö sosiaali- ja terveysalan kanssa Green Caren tiimoilta toisi mukanaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia sekä uusia asiakkaita matkailuyrityksiin. Esimerkiksi vuosittaiset hyvinvointiretket erilaisten asiakasryhmien kanssa, vaikka porotilalle tai kylpylään toisi molemminpuolista hyötyä. Hyvinvointi on kiistatta edelleen kasvava matkailutrendi. Mikäli Green Care onnistuttaisiin integroimaan laajemmin erilaisiin matkailupalveluihin ja markkinoimaan kuluttajille omanlaisena matkailukonseptinaan, niin kysyntää voisi olla paljonkin.

7 Pohdinta

Koen opinnäytetyön lopputuloksen olevan onnistunut. Täytin tavoitteeni tuoda LUVOKA-hankkeelle uutta tietoa omalta ammattialaltani, ja uskon keräämäni tulosten antavan heille hyvät eväät soveltamaan tuloksia ja opinnäytetyötä Green Care-konseptin eteenpäin kehittämiseen matkailualalle helpommin istutettavaksi. Työn tarkoitus oli tuoda Green Carea laajempaan tietoon, nähdä kuinka hyvin matkailusektorilla ollaan jo tietoisia GC:n olemassaolosta, ja myös tiedustella mahdollisia liiketoimintamahdollisuuksia Kainuun matkailuyrittäjien keskuudessa. Luonnollisesti pienestä vastausprosentista riippumatta vastaukset olivat hyvin erilaisia ja informatiivisia, joka kertoi yrittäjien olleen enemmän Green Caren puolella kuin vastaan, minkä vuoksi koen kyselyn sisällön tuoneen käsitettä hyvin artikuloitusti ja informatiivisesti esille. Tulokset osoittavat, että GC:llä olisi hyvät mahdollisuudet laajentaa toimintaansa matkailualalla, kunhan Green Care-toiminnan kannattavuus on todettu ympäristöystävällisyyden lisäksi myös taloudellisesti.

Tutkimusprosessin aikana ehkä suurin eteen tullut haaste oli se, kuinka kyselylomakkeen levittäminen onnistui. Minun käytettävissäni ei ollut valmista sähköpostilistaa alueen matkailuyrityksien sähköposteista, joten päädyin kahdenlaiseen ratkaisuun. Kysyin ulkopuoliselta taholta apua kyselyn levitykseen, ja he lupasivat auttaa jonkin verran, ja loput hoidin itse opinnäytetyöohjaajan avustuksella. Keräsimme listan julkisesti saatavilla olevista henkilökohtaisista työsähköpostiosoitteista, sekä yritysten sähköpostiosoitteista esimerkiksi TripAdvisorilla, kuntien sivuja, yritysten ja/tai heidän yhteistyökumppaneiden nettisivuja käyttäen. Valitettavasti osa kerätyistä sähköpostiosoitteista olivat vanhaa tietoa, esimerkiksi eräs yritys oli vaihtanut nimensä kokonaan, ja yrityksen alkuperäinen nettisivu oli vielä pystyssä vanhoine sähköposteineen. Kuten kaikkien muidenkin epäonnistuneiden lähetyksien kohdalla, pyrin etsimään yrityksen nykyiset, toimivat sähköpostiosoitteet ja lähettää kysely heille uudestaan. Vain kahteen yritykseen en löytänyt korvaavia sähköposteja.

Kuten luvussa 6.1 todettiin, tuloksissa selvisi varsin hyvin matkailuyrittäjien epävarmuus Green Caren sopivuudesta juuri heidän yrityksinsä, ja olisiko palvelujen tuottaminen heille itselleen kannattavaa. Koko prosessin aikana tuli eniten mieleen se, että tällä hetkellä Green Care -käsite on tällä hetkellä ymmärrettävästi enemmän sosiaali- ja terveysalaan painottuva, mikä vaatisi enemmän työtä, jotta sen voisi soveltaa laajemmin matkailualalle sopivaksi niin, että konseptiin olisi helpompaa tarttua.

Lähteet

AP SIS 2015. Verkkootikkeli. Sähköpostikoulu: kyselytutkimukset ja sähköposti. <https://www.apsisfinland.fi/blogi/sahkopostikoulu-kyselytutkimukset-ja-sahkoposti> Viitattu 24.03.2018.

Green Care Finland ry, 2017a. Menetelmät. <http://www.gcf Finland.fi/green-care-/menetel-mat/> Viitattu 11.10.2018.

Green Care Finland ry 2017b. Maatiloja käytetään Alankomaissa kuntoutusympäristöinä. <http://www.gcf Finland.fi/ajankohtaista/uutiset/Maatiloja-kaytetaan-Alankomaissa-kuntou-tusymparistoina-119.html> Viitattu 17.12.2018.

Green Care Finland ry, 2017c. Luontohoiva ja luontovoima. <http://www.gcf Finland.fi/green-care-/luontohoiva---luontovoima/> Viitattu 11.10.2018.

Green Care Finland ry, 2017d. Laatumerkkien hakuprosessi. <http://www.gcf Finland.fi/laatu/green-care--laatumerkkien-hakuprosessi/> Viitattu 11.10.2018.

Green Care Finland ry, 2017e. Palvelun vaatima osaaminen. http://www.gcf Finland.fi/tie-dostopankki/553/VERKKOSIVULLE-palvelun-vaatima-osaaminen_hahmottelua.pdf Viitattu 18.03.2019.

Heikkilä, T. 2014a. Verkkodokumentti. Tutkimuksen luotettavuus. Edita Publishing Oy. <http://www.tilastollinentutkimus.fi/7.RAPORTOINTI/TutkimuksenLuotettavuus.pdf> Viitattu 29.10.2018.

Heikkilä, T. 2014b. Verkkodokumentti. Kvantitatiivinen tutkimus. Edita Publishing Oy. <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf> Viitattu 24.03.2018.

Helsingin yliopisto, 2019. Verkkodokumentti. Tutkimusetiikka. <https://www.helsinki.fi/fi/tutkimus/tutkimusymparisto/tutkimusetiikka> Viitattu 15.05.2019.

Hiltunen L. 2009. Verkkodokumentti. Validiteetti ja reliabiliteetti. Jyväskylän yliopisto. http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ ja_reliabiliteetti.pdf Viitattu 2.10.2018.

Hotulainen, R. 2017. Verkkodokumentti. Aineistonkeruu kyselylomakkeella. Helsingin yliopisto. <http://www.mv.helsinki.fi/home/hotulain/Tilasto/Kyselomakeohjeet.htm> Viitattu 23.03.2018.

Häkkinen, K. 2016. Verkkodokumentti. Hyvinvointimatkailu kasvaa eniten. <http://www.matkailusilma.fi/teemat/yritykset/hyvinvointimatkailu-kasvaa-eniten.html> Viitattu 13.11.2018.

Jyväskylän yliopisto 2018. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus> Viitattu 17.12.2018.

Kainuun Etu 2017. <http://kainuunetu.fi/elamystuotanto> Viitattu 25.03.2018

Kainuun Liitto 2015, Kainuun biotalousstrategia 2015-2020. http://kuiskintaa.fi/wp-content/uploads/2016/01/Kainuun-biotalousstrategia_2015_2020.pdf Viitattu 18.9.2018.

Kainuun Liitto 2018, Kainuun matkailustrategia. 2018-2025. https://issuu.com/viestinta-kainuu/docs/matkailustrategia_netijulkaisu_key Viitattu 16.09.2018.

Kajaanin Ammattikorkeakoulu 2018a. <https://www.kamk.fi/fi/opari/Opinnayte-tyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Tutkimusongelmat> Viitattu 30.10.2018.

Kajaanin Ammattikorkeakoulu 2018b. <https://www.kamk.fi/fi/opari/Opinnayte-tyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Tutkimusongelmat> Viitattu 30.10.2018.

Kajaanin Kaupunki 2017. <http://www.kajaani.fi/fi/matkailu> Viitattu 25.03.2018.

Kotilainen H, Lipponen M, Hökkä M, Leskinen M 2017. Green Care -palveluiden tarve Kainuussa, B-julkaisu. <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/140352/B-julkaisu%20luvoka.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Viitattu 11.09.2018.

Lipponen, M., Hökkä, M., Turpeinen, R. Kainuulainen Green Care – nykytila ja tulevaisuuden visio 2017-2067. http://www.gcfinland.fi/tiedostopankki/292/Kainuulainen-Green-Care-visio-2017_2067.pdf Viitattu 18.09.2018.

Luonnonvarakeskus 2016a. Tietoa luonnonvarakeskuksesta. <https://www.luke.fi/luke/> Viitattu 11.09.2018.

Luonnonvarakeskus 2016b. Innovaatioalustat. <https://www.luke.fi/palvelut/innovaatioalustat/> Viitattu 13.11.2018.

Luonnonvarakeskus 2016c. Luonnonvarakeskuksen tutkimusteemat. <https://www.luke.fi/tutkimusteemat/> Viitattu 11.09.2018.

Luonnonvarakeskus 2016d. Luonnon hyvinvointivaikutukset. <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/virkistyskaytto/luonnon-hyvinvointivaikutukset/> Viitattu 1.11.2018.

Luonnonvarakeskus 2016e. Luonto voimaksi Kainuussa-hanke. <https://www.luke.fi/projektit/luvoka/> Viitattu 25.9.2018

Luonnonvarakeskus 2016f. Tietoa luonnonvaroista. <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/> Viitattu 1.11.2018.

Luonto voimaksi Kainuussa hanke-esite 2017. http://www.gcfinland.fi/tiedostopankki/253/Hanke_esite.pdf Viitattu 25.09.2018.

Lääperi, R., Mynttinen, R., Pajala, A., Puromäki, H., Soini, K., Sundell, S., Tarkiainen, A., Törn, A. & Vehmasto, E. 2014. Verkkodokumentti. Green Care-toimintatavan suuntaviivat Suomessa. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus (MTT). <http://www.mtt.fi/mttkasvu/pdf/mttkasvu20.pdf> Viitattu 23.03.2018.

Maa- ja Metsätaloustuottajain Keskusliitto 2016. <http://tukinetti.net/luontovoimaksikainuussa> Viitattu 10.10.2018.

Tilastokeskus 2018a. https://www.stat.fi/tup/htpalvelut/haastutk_toiminta_tutkasetelma.html Viitattu 30.10.2018.

Tilastokeskus 2018b. https://www.stat.fi/meta/kas/kvalit_tutkimus.html Viitattu 17.12.2018.

Turun Sanomat 2016. Hyvinvointimatkailu Suomeen kasvaa. <http://hyvinvointi.ts.fi/elama/hyvinvointimatkailu-suomeen-kasvaa/> Viitattu 17.12.2018.

University of Utah 2018. <https://nursing.utah.edu/research/qualitative-research/what-is-qualitative-research.php> Viitattu 17.12.2018.

Valli, R. - Aaltola, J., Aarnos, E., Grönfors, M., Eskola, J., Heikkinen, H.L.T., Niikko, A., Ropo, E., Saarela-Kinnunen, M., Siekkinen, K., Syrjälä, L., Vastamäki, J. & Åhlberg, M. 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin. PS-kustannus. Viitattu 22.03.2018.

Vehkalahti, Kimmo 2014: Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Oy Finn Lectura Ab. Viitattu 2.10.2018.

Vilpas, Pertti 2016. Verkkodokumentti. Metropolia. <https://users.metropolia.fi/~per-vil/kvantsu/Moniste.pdf> Viitattu 30.03.2018.

Visit Finland 2018. <http://www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot/majoitustilastot/> Viitattu 13.9.2018.

Visit Kajaani 2018. <https://www.visitkajaani.fi/kategoria/kulttuuri/> Viitattu 30.3.2018.

Liitteet

Liite 1: Saatekirje

Liite 2: Kyselylomake

Liite 1. Saatekirje

Hei!

Olen Niina Ahola, viimeisen vuoden restonomiopiskelija Kajaanin ammattikorkeakoulusta. Opinnäytetyökseni olen laatinut kyselytutkimuksen osana Luonto voimaksi Kainuussa-hanketta.

Kyselyn kohderyhmänä ovat Kainuun alueen matkailuyrittäjät, ja tarkoituksena olisi selvittää Green Care-käsitteen tunnettavuutta Kainuun matkailusektorissa. Lisäksi haluaisin lukea ajatuksianne siitä, miten matkailualan ammattilaiset kokevat Green Caren sopivan alalle ja mahdollisesti heidän yrityksiensä.

Green Care on luonnon ammatillista, vastuullista ja tavoitteellista hyödyntämistä asiakkaiden hyvinvoinnin lisäämiseen sekä elämänlaadun parantamiseen. Green Care -toimintaa voidaan harjoittaa niin luonnon keskellä kuin kaupunkimaisemissakin. Toiminta perustuu yhteisöllisyyteen, toiminnallisuuteen sekä luontoon, joita yhdistelemällä ja erikseen painottamalla saadaan asiakkaalle yksilöllinen hyvinvointivaikutus.

Vastaamiseen menee noin 5-10 minuuttia. Kyselyyn vastaaminen on täysin vapaaehtoista, ja tulokset käsitellään luottamuksellisesti niin, että vastaajat eivät ole mitenkään tunnistettavissa. Vastauksenne antaisivat tärkeää tietoa Luonto voimaksi Kainuussa-hankkeelle.

Kyselyyn vastanneiden ja sähköpostiosoitteensa jättäneiden kesken arvomme 100 euron lahjakortin Holiday Clubiin!

Vastausaika päättyy 30.11.2018.

Linkki kyselyyn:

<https://goo.gl/forms/T8mU8UvdsklhZTfs1>

Mikäli on kysyttävää kyselyyn liittyen, vastaan mielelläni.

Suuret kiitokset etukäteen,

Niina Ahola
Opiskelija
Aktiviteettimatkailu
Kajaanin ammattikorkeakoulu
niinaahola@kamk.fi

Liite 2. Kyselylomake

Green Care ja Kainuun matkailuyrittäjät

Hei,

Kiitos mielenkiinnostanne. Olen Niina Ahola, viimeisen vuoden restonomiopiskelija Kajaanin ammattikorkeakoulusta. Opinnäytetyöni aiheena on luoda matkailuyrittäjille suunnattu kysely Luonnonvarakeskuksen Luonto voimaksi Kainuussa-hankkeeseen. Kajaanin ammattikorkeakoulu toimii osatoteuttajana. Hankkeen tavoitteena on kartoittaa mahdollisia Green Care-liiketoimintamahdollisuuksia, sekä tuoda Green Care-käsitettä paremmin esille Kainuun alueella. Lisätietoa hankkeesta: (<https://www.luke.fi/projektit/luvoka/>)

1. Yrityksenne nimi?

Lyhyt vastausteksti

2. Sähköpostiosoitteenne?

Kaikkien vastaajien kesken arvotaan 100 euron Holiday Club-lahjakortti kiitokseksi vastauksistanne!

Lyhyt vastausteksti

3. Yrityksenne sijainti? *

Voitte valita useamman, mikäli yrityksellänne on esimerkiksi useampia toimipaikkoja.

- Kajaani
- Vuokatti
- Kuhmo
- Paltamo
- Hyrynsalmi
- Puolanka
- Ristijärvi
- Sotkamo
- Suomussalmi
- Muu...

4. Yrityksenne tuottaa ensisijaisesti... *

- Majoituspalveluita
- Ohjelmalveluita
- Hyvinvointipalveluita
- Liikuntapalveluita
- Virkistyspalveluita
- Tapahtumia
- Matkatoimistopalveluita
- Muu...

5.



Tunnetteko Green Care-toimintatapaa? *

Green Care on luontoon tukeutuvien toimintojen sekä menetelmien ammatillista, vastuullista sekä tavoitteellista hyödyntämistä hyvinvointi-, virkistys-, sosiaali- ja kasvatuspalveluissa. Toiminta sijoittuu usein luontoon tai maatiloihin, sekä toiminnassa hyödynnetään luonnon materiaaleja, kuten myös eläimiä eläinavusteisissa tehtävissä. Green Care-toimintatavat ovat sovellettavissa myös kaupunki- ja laitospäristöihin.

Kyllä

En

6. Tarjoaako yrityksenne Green Care -palveluita? *

Kyllä

Ei

Jos vastasitte kyllä, millaisia?

Pitkä vastausteksti

7. Oletteko hankkinut koulutusta Green Care -toimintaan liittyen? *

Kyllä

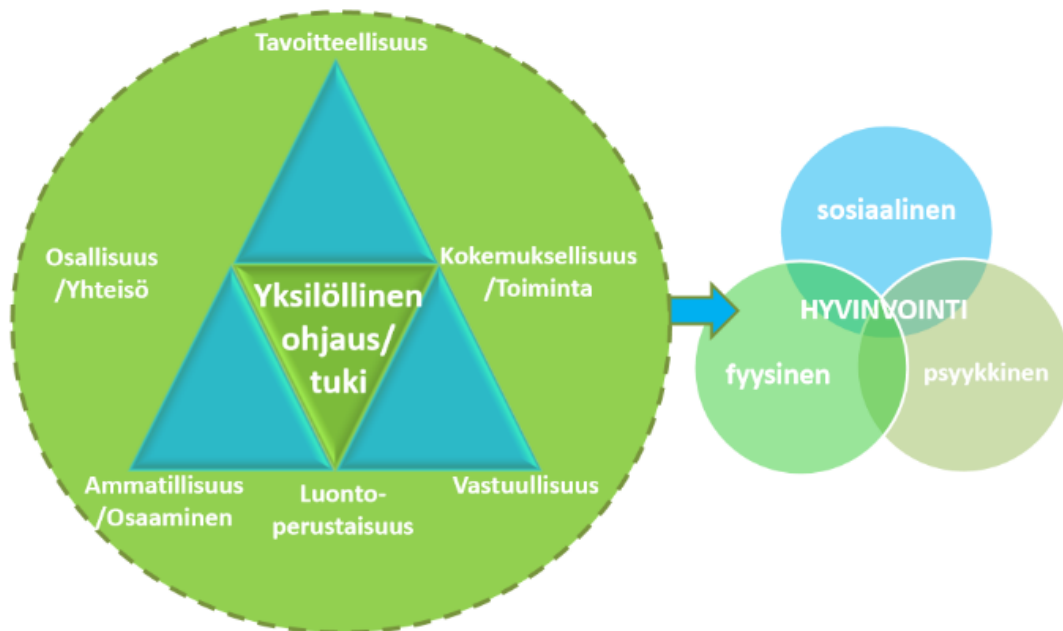
En

Jos vastasitte kyllä, millaista koulutusta?

Pitkä vastausteksti

8.

Suomalainen Green Care -toimintatapa



© Elina Vehmasto 2018

Näkykö Green Caren toimintatavat yrityksenne toiminnassa tai palveluissa? *

Kyllä

Ei

Jos vastasitte kyllä, miten ne näkyvät?

Pitkä vastausteksti

9. Näettekö, että Green Care –palvelut voisivat olla osa yrityksenne toimintaa? *

Kyllä

Ehkä

En

10. Olisiko teillä kiinnostusta ryhtyä tuottamaan Green Care-palveluja? *

Kyllä

Ehkä

Ei

11. Koetteko, että Green Care -laatumerkistä olisi hyötyä yrityksellenne esimerkiksi markkinoinnin kannalta?

Green Care-laatumerkki kertoo palveluntuottajan tuntevan Green Care-toimintatavan, ja asiakas tietää, että palvelu tuotetaan ammatillisesti, vastuullisesti ja tavoitteellisesti Green Caren periaatteiden mukaisesti. Lisätietoa: http://www.gcf Finland.fi/tiedostopankki/232/Green-Care-_laatumerkkiesite-final-31.1.17.pdf

Kyllä

Ei

12. Mille kohderyhmille voisitte tarjota Green Care-palveluita yrityksessänne?

Kysymyksessä on hyvä ottaa huomioon esim. Tilojen koko ja esteettömyys.

Pitkä vastausteksti

13. Millaisia vaikutuksia Green Care -palvelut mielestänne toisi asiakkaissa?

Pitkä vastausteksti

14. Koetteko, että Green Care -koulutukset sekä kehitys- ja verkostoitumismahdollisuudet voisivat olla hyödyllisiä työkaluja Kainuun matkailusektorin eteenpäin kehittämiseen?

- Täysin samaa mieltä
- Samaa mieltä
- Ei samaa/ei eri mieltä
- Eri mieltä
- Täysin eri mieltä
- En osaa sanoa

15. Vapaa sana

Mikäli vastauskentättömät kysymykset herättivät ajatuksia tai aiheesta olisi muuta kommentoitavaa, voitte kirjoittaa ne tähän.

Pitkä vastausteksti

Kiitos!