



# **Selvitys Näsijärven alueen vesistömatkailun markkinoinnista ja verkostoitumisesta**

Topi Järvenpää  
Markku Saarela

Opinnäytetyö  
Marraskuu 2010  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Maaseutuelinkeinojen markkinointi  
Tampereen ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Maaseutuelinkeinojen markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto

JÄRVENPÄÄ, TOPI & SAARELA, MARKKU:

Selvitys Näsijärven alueen vesistömatkailun markkinoinnista

Opinnäytetyö 78 s., liitteet 15 s.

Marraskuu 2010

---

Opinnäytetyö keskittyy Näsijärven alueen vesistö- ja matkailupalveluyritysten markkinointiin ja verkostoitumiseen. Toimeksiantaja oli Pirkanmaan liitto. Työn tavoite oli selvittää ja kehittää Näsijärven alueen matkailun markkinointia ja verkostoitumista. Työn tarkoitus oli tehdä kyselytutkimus alueen toimijoille.

Teoriaosuudessa kerrotaan verkostoitumisen ja markkinoinnin teoriaa sekä Pirkanmaan ja Näsijärven historiaa aina nykyhetkeen saakka. Työ esittelee myös luontomatkailua käsitteenä sekä Näsijärven kalastusta ja matkailukohteita. Lopussa on kaksi esimerkkiä matkailun kehittämiseksi.

Tutkimus tehtiin sähköisen kyselylomakkeen avulla loka- ja marraskuun vaihteessa 2010. Se lähetettiin 29 Tampereella ja Ylöjärvellä sijaitsevalle vesistö- ja matkailupalveluyritykselle, joista 18:sta saatiin vastaus. Tulokset esitetään kirjallisessa ja graafisessa muodossa.

Tutkimuksen tulosten perusteella alueella kaivataan verkostoitumisen kehittämistä. Yhteistyötä alueella tehdään, mutta ei riittävästi. Kyselyssä selvisi, että tarvetta olisi yritykselle ja/tai kehittämissyhdistykselle, joka toimisi alueen kehittämisen veturina.

## ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Administration  
Option of Marketing of Agricultural and Rural Industries

JÄRVENPÄÄ, TOPI & SAARELA, MARKKU:  
Marketing report on lacustrine tourism at Lake Näsijärvi region

Bachelor's thesis 78 pages, appendices 15 pages  
November 2010

---

This Bachelor's thesis focuses on marketing and networking of lake tourism companies at Lake Näsijärvi region. The work was commissioned by The Council of Tampere Region. The goal of the work was to examine and develop Lake Näsijärvi region marketing and networking. The purpose of the work was to make an inquiry to the companies in the region.

The theory part focuses on networking and marketing in theory. It also describes the history of Pirkanmaa and Lake Näsijärvi regions. It introduces nature tourism as a concept, some tourist attractions of Lake Näsijärvi and fishing in the region. The final part of the work includes two examples on how to develop lake tourism.

The research was made by an electric questionnaire between late October and early November 2010 and it was sent to 29 tourism companies in Tampere and Ylöjärvi. 18 companies answered to the questionnaire. The results are shown in both written and graphical forms.

The results indicate that there is a need to increase networking in the region. There is some co-operation between companies, but not enough. The results also show that there is a need for a company or association that should work as an engine for the development.

---

Keywords: Näsijärvi, networking, lake tourism, marketing, nature tourism

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	PIRKANMAAN LIITTO.....	8
2.1	Päätöksenteko ja hallinto.....	8
2.2	Aluekehitystyö.....	8
2.3	Maakuntakaavoitus.....	9
2.4	Edunvalvonta.....	10
2.5	Elämystalouden strategia.....	10
3	VERKOSTOITUMINEN.....	13
3.1	Verkostoitumisen historia.....	13
3.2	Mitä verkostoituminen on?.....	14
4	MATKAILU KÄSITTEENÄ .....	18
5	LUONTO- JA VESISTÖMATKAILU.....	21
5.1	Luontomatkailu .....	21
5.2	Vesistömatkailu .....	21
5.3	Kestävä kehitys luontomatkailussa.....	23
6	NÄSIJÄRVI .....	26
6.1	Näsijärven historia.....	26
6.2	Näsijärven vedenlaatu .....	27
6.3	Kalastus Näsijärvellä.....	28
7	ESIMERKKEJÄ NÄSIJÄRVEN MATKAILUKOhteista.....	31
7.1	Satamat .....	31
7.2	Kanavat.....	32
7.2.1	Muroleen kanava.....	32
7.2.2	Herraskosken kanava .....	32
7.2.3	Kaivoskannan kanava.....	33
7.2.4	Kautun kanava.....	33
7.3	Kirkot.....	33
7.3.1	Teiskon kirkko .....	33
7.3.2	Aitolahden vanha kirkko.....	34
7.3.3	Aitolahden kirkko.....	35

7.3.4	Lielahden kirkko .....	35
8	TUTKIMUSALUEEN KUNNAT .....	37
8.1	Pirkanmaan historia .....	37
8.2	Tampere .....	38
8.3	Ylöjärvi .....	39
9	LOMAKEKYSELYN TOTEUTTAMINEN .....	40
9.1	Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet .....	40
9.2	Tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen suorittaminen .....	40
10	TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	42
10.1	Taustatiedot .....	42
10.2	Yrityksen ja palveluiden kehittäminen .....	44
10.3	Yhteistyö ja verkostoituminen .....	46
10.4	Markkinointi .....	49
10.5	Rahoitus .....	51
10.6	Näsijärven ja Pyhäjärven alueiden yhteistyö .....	53
11	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET .....	55
11.1	Johtopäätökset .....	55
11.2	Kehittämisehdotukset .....	57
12	LOPUKSI .....	60
	LÄHTEET .....	61
	LIITTEET .....	64

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyömme keskittyy Näsijärven vesistömatkailuun. Selvitimme alueen toimijat ja heidän verkostoitumisensa asteen sekä kehittämistarpeet eri osa-alueilla. Näsijärvi on suuri vesistö ja aikataulumme oli melko tiukka, siksi päädyimme yhdessä työn tilaajan kanssa rajaamaan kyselyyn mukaan otettavat yritykset vain Tampereella ja Ylöjärvellä sijaitseviin.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää kuinka Näsijärven alueen vesistö- ja matkailuyritysten yhteistyö toimii ja kuinka sitä voitaisiin kehittää. Työn tilasi Pirkanmaan liitto. He tekevät selvitystä Pirkanmaan matkailusta ja erityisesti vesistömatkailusta. Työmme tulee olemaan osa tätä laajempaa selvitystä. Syy selvitykselle on, että Pirkanmaan liitto haluaa kehittää Pirkanmaan alueen matkailua ja Tampereen seutu järvi- ja järvien on tärkeä maakunnan matkailulle.

Vastaavantyyppisen opinnäytetyön teki vuonna 2005 Suvi Leino Pirkanmaan ammattikorkeakoulusta, mutta hän selvitti Vihreä Sydän -hankkeen toimivuutta verkostoitumisen kannalta. Meillä ei ollut konkreettista toimijaa, jonka onnistumista tai epäonnistumista olisimme voineet tutkia. Me lähdimme melkein nollassa selvittämään, onko yhteistyötä olemassa ja jos on, niin miten sitä voisi kehittää ja jos ei ole, niin miksi ei.

Kesällä 2010 Pirkanmaan liitossa harjoittelijana työskennellyt Tiia Luomanen teki selvityksen Pirkanmaan vesistömatkailusta. Me tavallaan jatkoimme hänen työtään, mutta keskityimme vain Näsijärven alueeseen. Aiempia aihetta sivuavia tutkimuksia on tehty, mutta matkailuala, siinä missä muutkin, kehittyy ja muuttuu koko ajan, siksi uusia selvityksiä ja kehittämisprojekteja tarvitaan jatkuvasti. Meidän työmme pyrki hankkimaan uutta tietoa spesifisti tietyn alueen toimijoilta ja lopulta myös toimijoille.

Tutkimus liittyy Pirkanmaan matkailun kehittämiseen. Toimintaympäristö on Näsijärvi Tampereen ja Ylöjärven alueella. Yritimme ottaa kuitenkin Näsijärven pohjoisosat selvityksessä huomioon mahdollisuuksien mukaan. Näsijärven laajuus on yksi valtti-

kortti, jota kannattaa matkailun markkinoinnissa hyödyntää. Tampereelta pääsee Muroleen kanavan kautta aina Virroille asti Näsijärveä pitkin. Osana selvitystä oli myös Näsijärvellä ja Pyhäjärvellä toimivien yritysten yhteistyön selvittäminen. Tampere sijaitsee kahden suuren järven välissä, siksi näiden järvien yhteishyödyntämistä haluttiin selvittää.

## 2 PIRKANMAAN LIITTO

### 2.1 Päätöksenteko ja hallinto

Opinnäytetyön tilaajana toimii Pirkanmaan liitto. Liitto kuvaa toimintansa päämääriä internet-sivuillaan näin: ”Toimintamme keskeisiä periaatteita on kehittää Pirkanmaan maakuntaa tasapuolisesti ja valvoa sen etuja” (Pirkanmaan liitto 2010/etusivu). Pirkanmaan liitossa ylintä päätäntävaltaa käyttää kaksi kertaa vuodessa kokoontuva 59-jäseninen maakuntavaltuusto. Se muodostetaan noudattamalla maakunnan viimeisten kunnallisvaalien tulosta, alueen kuntien kokoa ja tasa-arvolakia. Käytännön työstä liitossa vastaa kolmen viikon välein kokoontuva maakuntahallitus, jossa on 11 jäsentä. Hallituksenkin kokoonpanossa on otettu huomioon tasa-arvolaki ja poliittisten puolueiden saama kannatus kunnallisvaaleissa. Liiton toiminnan ja taloudenpidon asianmukaisuutta valvoo tarkastuslautakunta, joka on vastuullinen maakuntavaltuustolle.

### 2.2 Aluekehitystyö

Pirkanmaan liitto tekee aluekehitystyötä, jonka tarkoituksena on kehittää ja parantaa maakunnan asukkaiden elämisen ja hyvinvoinnin edellytyksiä sekä yritysten ja muiden organisaatioiden toimintamahdollisuuksia. Alueellinen kehittäminen perustuu olemassa oleviin vahvuuksiin, jotka ovat arvokkaita, harvinaisia, vaikeita jäljitellä ja hyvin hyödynnettyjä. Aluekehittämisen keskeisimmät osat ovat osaaminen, kestävä kehitys sekä elinkeinotoiminnan ja työllisyyden vahvistuminen. Pirkanmaan tärkeimmät aluekehittämistarpeet on ryhmitetty neljäksi kehittämiskokonaisuudeksi, joiden tavoitteet ovat seuraavat (Pirkanmaan liitto 2010/aluekehitys):

- *Elinkeinot ja yrittäminen*

Uudistetaan Pirkanmaan tuotantorakenteet, jotta säilytämme maakunnan elinkeinoelämän kilpailukykyisenä



- *Osaaminen ja työvoima*

Uudistetaan maakunnan koulutusrakenteet, jotta voimme vastata tulevaisuuden työelämän osaamisvaatimukseen

- *Infrastruktuuri*

Pidetään tekniset järjestelmät kunnossa ja ajan tasalla taataksemme tuottavan toiminnan kehittymisen ja ihmisten viihtymisen Pirkanmaalla

- *Asuminen, elinympäristö ja palvelut*

Tarjotaan pito- ja vetovoimaiset toimintaympäristöt niin, että ihmiset voivat toteuttaa elämänsuunnitelmansa Pirkanmaalla

### 2.3 Maakuntakaavoitus

Pirkanmaan maakunnan suunnitteluun kuuluvat maakuntasuunnitelma, muuta alueiden käytön suunnittelua ohjaava maakuntakaava ja alueellinen kehittämisohjelma. Pirkanmaan liitto huolehtii maakuntakaavan laatimisesta, kaavan pitämisestä ajan tasalla ja sen kehittämisestä. Muusta maakunnan suunnittelusta ja maakuntakaavan laatimisesta huolehtii kuntayhtymä, maakunnan liitto, jossa kunnat ovat jäseninä. Kuviossa 1. näkyy kaavoituksen rakenne.



KUVIO 1. Kaavoituksen rakenne (Pirkanmaan liitto 2010/ Maakuntakaavoitus)

## 2.4 Edunvalvonta

Pirkanmaan liitto toimii myös alueen edunvalvojana. Panostus suunnataan erityisesti koko maakuntaa palvelevien hankkeiden edistämiseen. Edunvalvonnan piiriin kuuluvat myös kuntien yhteistyöhankkeet sekä yksittäisten kuntien hankkeet. Edunvalvonnan keskeiset toimenpidealueet ovat (Pirkanmaan liitto 2010/Edunvalvonta):

- Pirkanmaan budjettitavoitteet ja – rahoitus
- Pirkanmaan innovaatiostrategian toimeenpano
- Valtion toimintojen alueellistaminen, esitykset alueellistamistoimiksi
- Yliopistojen, korkeakoulujen, oppilaitosten voimavarat ja rakennekehitys
- Kansainväliset yhteistyöalueet ja kehityshankkeet
- Pirkanmaan työperäinen maahanmuuttopoliittinen ohjelma

Pirkanmaan liiton läheisimmät yhteistyökumppanit ovat Pirkanmaan kunnat, viranomaiset ja maakunnan toimijat, useat kansainväliset toimijat sekä tiedotusvälineet. Liitto tekee yhteistyötä myös muiden maakuntaliittojen ja Suomen kuntaliiton kanssa. Pirkanmaan liiton kansainvälisen toiminnan tavoitteena on avata yhteyksiä Euroopan unioniin ja sen toimielimiin, julkisen ja yksityisen sektorin toimijoihin Euroopan eri alueilla sekä harkiten sen ulkopuolella (Pirkanmaan liitto 2010/Kansainvälinen yhteistyö).

## 2.5 Elämystalouden strategia

Pirkanmaan liitto käynnisti vuonna 2008 Pirkanmaan elämystalous –hankkeen. Hankkeen toimeksiantona on tarkistaa matkailun kärkituotestrategia ja strategiset toimenpiteet 2009-2012, kuvata Pirkanmaan elämystalouden klusteri ja sen taloudelliset vaikutukset sekä tehdä kehittämissuositukset kilpailukykyisen ja aktiivisen klusterin toiminnalle (Tampereen ja Pirkanmaan elämystalouden strategia 2010-2012, 2009, 4). Hankkeessa on mukana Tampereen kauppakamari, Pirkanmaan liitto, Tampereen kaupunkiseudun kuntayhtymä, Luova Tampere/Ideone Oy, GoTampere Oy ja Pirkanmaan Yrittäjät.

Koska tämä opinnäytetyö keskittyy vesistömatkailuun, voidaan sitä pitää ko. hankkeen aihepiiriin kuuluvaksi. Elämystalouden strategiassa (Tampereen ja Pirkanmaan elämystalouden strategia 2010-2012, 2009, 5) käsite on määritelty näin: “Elämystaloudella tarkoitetaan sitä, että asiakas maksaa päästäkseen kokemaan tietyn asian”. Pääosin hanke keskittyy kulttuurin, turismin sekä urheilun ja virkistyksen päätoimialoihin.

Pirkanmaan klusterin kehittämistyössä on keskitytty vahvasti maakunnan ulkopuolelta tuleviin asiakkaisiin ja heidän synnyttämiinsä rahavirtoihin. Tämä sen vuoksi, että juuri turismissa ja ylipäätään kävijätaloudessa on suurin kasvupotentiaali ja suora positiivinen vaikutus aluetalouteen. Elämystalous itsessään on yhtäläillä paikallinen käsite, sillä toimialan määrittelyssä on käytetty kriteerinä tuotteen / palvelun elämyksellisyyttä ja subjektiivisuutta. Kokonaisuutta yhdistää se, että luovien toimijoiden vahva keskittyminen edesauttaa myös innovatiivisen palvelukulttuurin syntyä, joka on jokaisen vahvan matkailualueen perusta. (Tampereen ja Pirkanmaan elämystalouden strategia 2010-2012, 2009, 5.)

Opinnäytetyö pyrkii selvittämään Elämystalouden strategiaan liittyviä asioita Näsijärven alueen yritysten näkökulmasta. Luonto- ja vesistömatkailu on tärkeä osa elämystalouden kehittämistä erityisesti Pirkanmaalla, koska alueella sijaitsee kaksi suurta järveä, Näsijärvi ja Pyhäjärvi.

Elämystalouden strategiassa tärkeimmät kohderyhmät tulevaisuudessa on jaoteltu neljään eri kategoriaan, jotka ovat työmatkailijat, seikkailijat, perhematkailijat ja hyvinvointimatkailijat. Työmatkailijat ovat liikematkailijoita sekä kokous- ja kongressivieraita. Seikkailijat ovat lähinnä 16-35 –vuotiaita nuoria aikuisia sekä kotimaasta että ulkomailta. He ovat yleensä sinkkuja, ”dinkkuja” (Double Income, No Kids) tai kaveriporukoita.

Lisäksi alueella opiskelevien nuorten perheenjäsenet ja ystävät muodostavat suuren, tähän lukeutuvan kävijämässän. Seikkailijat ovat elämyshakuisia ja halukkaita kokeilemaan uutta. Suorien ja edullisten lentoyhteyksien lisääntyminen mahdollistaa kansainvälisen asiakasvirran kasvun. Nuoret aikuiset Ryanairin kohdealueilla Euroopassa ja ympäröivissä maakunnissa kotimaassa ovat keskittymisen arvoinen massa. (Tampereen ja Pirkanmaan elämystalouden strategia 2010-2012, 2009, 8.)

Perhematkailijoiden merkittävän kohderyhmän enemmistö koostuu kotimaisista lapsiperheistä. Heidän lisäksi venäläiset, erityisesti pietarilaiset perheet, muodostavat myös kasvavan ja ostovoimaisen asiakasryhmän. Hyvinvointimatkailijat ovat tässä käytettävän life cycle –jaottelun mukaisesti keski-ikäisten ja senioreiden asiakasryhmä, jonka päällimmäisenä preferenssinä on henkisen ja fyysisen hyvinvoinnin hakeminen. Liikunta, terveydenhuolto, hemmottelu ja kulttuuri ovat keskeisiä teemoja hyvinvointimatkailussa. (Tampereen ja Pirkanmaan elämystalouden strategia 2010-2012, 2009, 8.)

Elämystalouden strategian mukaan suurin osa turisteista haluaa varata majoitus- ja elämyspalvelut suoraan matkailuportaalien kautta. Sosiaalisen median vaikutus on myös kasvanut viime vuosina. Kuitenkin perhematkailijoihin voidaan vielä vaikuttaa tv-mainonnalla. Tehokkain tapa tavoittaa liikematkailijat on erilaisten paikallisten vientiyritysten ja sidosryhmien kautta. Suoralentomatrustajat tavoitetaan kustannustehokkaimmin Tampereelle lentävien lentoyhtiöiden kautta.

Matkailu- ja elämys tuotteiden tarjoajien tulee tiedostaa, että asiakkaat tekevät ostopäätöksensä useimmiten kohdealueella, joten ne ensisijaiset syyt ja yritykset joiden vuoksi Pirkanmaalle tullaan, ovat keskeinen foorumi omallekin näkyvyydelle. (Tampereen ja Pirkanmaan elämystalouden strategia 2010-2012, 2009, 9.) Taulukossa 1 on lueteltu keskeisimmät syyt Pirkanmaalle matkustamiseen.

TAULUKKO 1. Keskeisimmät syyt kävijöiden matkustamiseen Pirkanmaalle sekä niiden alakohtaiset ”veturit” (Tampereen ja Pirkanmaan elämystalouden strategia 2010-2012, 2009, 10)

Syy tulla alueelle	Business	Kongressit ja messut	Kulttuuri	Suoralennot	Sukulaiset / tuttavat	Hyvinvointi	Särkänniemi	Suur-tapahtumat	Ostokset
<b>Veturit</b>	Vienti-yritykset	Tampere-talo, Tampereen Messut, TCB, Tampereen Kokouspalvelu	Tampereen Teatteri, Komedioteatteri, Työväen Teatteri, Teatterikesä, Mänttä, Vapriikki	Ryan-air, Air Baltic, Blue1	Kansainvälistyminen, korkeakoulut	Ikkailisten kylpylä, Tampereen kylpylä ja Nokian Eden, Finn-Medi		Tammerfest, Sauna Open Air, Sata-Häme Soi, Stadion-konsertit ja urheilutapahtumat	Idea-park, Tampereen keskus-ta, IKEA

### 3 VERKOSTOITUMINEN

#### 3.1 Verkostoitumisen historia

Kuten Hakanen, Heinonen ja Sipilä (2007, 9) toteavat, verkostoja on ollut kautta aikojen, esimerkiksi antiikin Kreikan kaupunkiliitto ja myöhemmin Hansa-liitto. Voidaan sanoa, että niin kauan kuin on ollut ihmisiä, on ollut erilaisia ja –asteisia verkostoja (Hakanen ym., 2007, 9). Suomalaisia pidetään yleisesti ujoina ja itsepäisinä sekä omasta reviiristään tiukasti kiinnipitävinä. Toimiva verkosto tarvitsee kuitenkin avoimuutta ja joustamista. Hakasen ym. (2007, 9) mukaan tänä päivänä yhteistyö ja voimien yhdistäminen on välttämätöntä, koska ne antavat enemmän yhteistä hyvää, vaikka omasta reviiristä jouduttaisiinkin tinkimään.

Alexander Dumas'n Kolmen muskettisoturin kuuluisaa mottoa ”Yksi kaikkien ja kaikki yhden puolesta” voidaan pitää sopivana ohjenuorana myös verkostoituville yrityksille. Niin Kreikan kaupunkiliitolle, Hansa-liitolle kuin Kolmelle muskettisoturillekin on kaikille ominaista selkeä yhteinen tehtävä, vastavuoroisuus sekä kumppaniin luottaminen ja sitoutuminen. Nämä ominaisuudet ovat kaikille verkostoille erittäin tärkeitä.

Monenkeskinen yhteistyö on vaikeasti hallittavaa, ellei selvää johtajuutta ole. Koska toiminta perustuu kumppanuuteen ja päätökset edellyttävät konsensusta, tarvitaan määrätietoista johtajuutta. Yhteistyö vaikeutuu, jos johtajuutta ei hyväksytä ja niin kutsuttua veturia karsastetaan. Määrätietoinen eteneminen ilman ainakin henkistä veturia on kuitenkin käytännössä mahdotonta. (Hakanen ym., 2007, 10.)

Verkostoitumisen käsitteet ja terminologia ovat vielä vakiintumattomia tieteellisen tutkimuksen vähyden vuoksi. Lisäksi Hakasen ym. (2007, 11) mukaan mallit, teoriat ja käytännön kokemukset ovat pitkälti suurteollisuudesta ja Suomen olosuhteissa korosteisesti teollisista toimittajajärjestelmistä. Esimerkiksi pk-yritysten tasaveroisia verkostoja on tutkittu tai esitelty harvemmin ja niihin liittyvää tiedonmuodostusta aletaan vasta systemaattisemmin rakentaa ja hyödyntää (Hakanen ym., 2007, 11). Verkostoitumisen juuret ovat siis

kaukana historiassa, mutta ilmiötä on alettu jäsentämään ja systemaattisesti tutkimaan vasta viime vuosina. Taulukossa 2 on kuvattu verkostoitumisen historiaa yrittäjyydessä.

TAULUKKO 2. Verkostonäkökulman kehittyminen yrittäjyydessä (Toivola, 2002, 54)

Ajanjakso	Teemat
1980-luvun alku	ympäristön skannaus yritysten välinen yhteistyö
1980-luvun puoliväli	sosiaaliset verkostot (resurssit, mahdollisuudet ja ideoiden testaaminen) epäviralliset verkostot itsenäisyys/riippumattomuus
1980-luvun loppu, verkostonäkökulman nousu	strategiset verkostot kasvu verkostojen avulla joustavuus resurssit koordinoija, resurssien yhdistäjä (yrittäjä) henkilökohtaiset verkostot
1990-luku	erityyppiset verkostot veturiyritys alihankintayrittäjyys (vastavuoroinen yhteistyö) verkostojen kehittyminen kumppanuus verkostoyrittäjä
2000-luku	monenkeskiset verkostotyyppit teknologiayritykset/tietointensiiviset yritykset sosiaaliset verkostot (vahvat ja heikot sidokset) verkostojen rooli kasvuyritykset kollektiivinen yrittäjyys (itsenäisyys/integraatio)

### 3.2 Mitä verkostoituminen on?

Verkostoituminen on yritysten yhteistyötä joka on laajempaa, kuin pelkkä alihankintasopimus. Vesalaisen (2002) mukaan verkostomaisuus tarkoittaa sitä, että yritysten väliset suhteet ovat tulleet pitkäaikaisemmiksi, läheisemmiksi ja syvällisemmiksi kuin mitä pelkkä tavaroiden ja palveluiden vaihdanta edellyttäisi (Toivola 2006, 18). Chenin (1999) mukaan verkostoissa yritysten rajat häviävät ja yritysten resurssit ovat joustavasti koko verkoston

käytettävissä. Tämän tyyppinen yhteistyö edellyttää hyviä henkilökohtaisia suhteita sekä yritysten sisällä että verkostoyritysten välillä. (Toivola 2006, 85.)

Yritykset aloittavat verkostoitumisen kokeilu- ja neuvotteluvaiheesta, etenevät sitoutumiseen ja siitä kumppanuuteen. Kokeilu- ja neuvotteluvaiheessa testataan kumppanin luotettavuutta ja yhteisten kokemusten kautta rakennetaan yhteisiä toimintatapoja. Kokeiluvaiheen aikana sekä näkyvät että näkymättömät säännöt alkavat muotoutua. Suhteen kehittämisessä edetään askel askeleelta kohti tiiviimpää yhteistyötä. Viralliset sopimukset eivät ole tärkeitä yhteistyön kehittymisessä vaan luottamuksen rakentuminen. Luottamus estää itsekkiään käyttäytymisen ja oman edun tavoittelun osapuolten välillä. Esimerkkinä kokeiluvaiheen yhteistyöstä ovat yritysten yhdessä tekemät tarjoukset asiakkaalle, jossa pohjana ovat olemassa olevat tuotteet tai palvelut. (Toivola 2006, 59.)

Sitoutumisvaiheessa yrityssuhteet muuttuvat myös sosiaalisiksi verkostoiksi ja yritysten välinen avoimuus lisääntyy. Luottamus ja maine tulevat tärkeiksi verkostojen hallinnan elementeiksi. Yritykset sitoutuvat yhteistyöhön sekä virallisilla sopimuksilla että henkisesti. Sitoutuminen näkyy panostuksena yhteistyösuhteen kehittämiseen. Esimerkkinä tämän vaiheen yhteistyöstä voisi olla uuden tuotteen tai palvelun kehittäminen yhteistyössä ja pitkäaikaiseen yhteistyöhön sitoutuminen. (Toivola 2006, 59–60.)

Kumppanuusvaihe on yhteistyön kehittynein muoto, jossa osapuolten välinen vuorovaikutus tiivistyy ja ne integroituvat tiiviimmin toisiinsa ohi organisaation ja tehtäväkohtaisten rajojen. Näin muodostuvat yhteinen sitoutuminen ja molemminpuolinen panostus yhteistyöhön sekä usko yhteistyön jatkumiselle tulevaisuudessakin (vakiintuminen). Yhteistyössä siirrytään organisaatioiden väliseen yhteistyöhön, jossa yhteistyö ei ole enää riippuvainen pelkästään yksilöiden välisestä yhteistyöstä, vaan siinä on mukana useampia ihmisiä yrityksestä. Esimerkkinä kumppanuusvaiheen yhteistyöstä voisi olla yhteisyritys tai yhteinen tuotemerkki. Keskeistä kumppanuusvaiheessa on, että yhteistyö on keskeinen osa yritysten liiketoimintaa ja yritykset näkevät menestyvänsä yhdessä. (Toivola 2006, 60.)

Jokainen yritys joka on verkostossa, voi keskittyä ydinosamaiseensa, eli siihen minkä osaa parhaiten ja karsia muut toimintonsa pois.

Eri verkostotyyppisiä ovat Toivolan (2006, 25) mukaan:

- Vaihdamaverkosto: Yritysten välinen yhteistyö, jonka toimintaan vaikuttavat sekä vuorovaikutus että sosiaaliset verkostot
- Vuorovaikutusverkosto: Verkostosuhteita, joiden kanssa ei tehdä kauppaa, vaan vaihdetaan tietoa
- Sosiaalinen verkosto: Verkostot ovat aina ihmisten välisiä. Sosiaaliset verkostot rakentuvat perheen, ystävien ja tuttavien kesken
- Horisontaalinen verkosto: Saman toimialan sisällä toimivia, kilpailijoiden välisiä yhteistyöverkostoja
- Vertikaalinen verkosto: Saman arvoketjun jäseniä, jossa tuotteet tai palvelut täydentävät toisiaan

Lorenzon ja Ornatinin (1988) mukaan verkostojen johtaminen voi perustua kontrolliin, koordinaatioon tai yhteistyöhön (Toivola 2006, 84). Kontrolliin perustuvassa verkostossa johtava yritys hallitsee muita verkoston yrityksiä. Se on selvästi voimakkain ja sillä on vaikutusvaltaa muihin yrityksiin nähden. Koordinaatiossa johtava yritys eli veturiyritys koordinoi yhteistyötä ja usean yrityksen muodostamaa ketjua, rakentaa luottamusta ja vastaa toimituksesta asiakkaalle. Yhteistyössä osapuolet – joita voi olla kaksi tai useampia – ovat tasavertaisia, ja yhteistyö perustuu molemminpuoliseen riippuvuuteen ja luottamukseen (Toivola 2006, 84). Siitä huolimatta, että yhteistyöhön perustuva verkostomalli poistaa periaatteessa veturiyrityksen tarpeen, on käytäntö osoittanut, että on hyvä, jos sellainen kuitenkin on.

Vesalaisen (2002) mukaan yritykset suhtautuvat eri tavoin verkostoihin ja yhteistyöhön. Ensimmäinen ryhmä on yritykset, jotka haluavat itse rakentaa oman menestyksensä ja kokevat muut yritykset vain markkinasuhteiden kautta asiakkaina tai tavaran toimittajina. Toinen ryhmä muodostuu yrityksistä, jotka näkevät verkostot välineenä omaan menestykseen, ja näin verkostosuhteet kehittyvät läheisemmiksi kuin ensimmäisessä yritysryhmässä. Kolmas ja kehittynein verkostojen hyödyntämisen näkökulma on yritykset, jotka näkevät itsensä verkoston jäsenenä ja joiden menestys toteutuu yhdessä muiden yritysten kanssa.



Tällöin myös yhteistyösuhteet ovat läheisiä ja syviä. (Toivola 2006, 18.) Siinä tehdään yhteiset päämäärät ja tavoitteet yritysten välillä.

Verkostoitumisen hyötyjä pienelle yritykselle Toivolan (2006, 77) mukaan ovat:

- Verkostot parantavat yrityksen sisäistä suorituskkyä ja tehokkuutta
- Verkostoilla saavutetaan resursseja, joihin muuten ei olisi mahdollisuutta
- Verkostojen avulla voidaan keskittyä kilpailukyvyyn kannalta keskeisiin toimintoihin
- Verkostot edistävät uuden yrityksen kasvua ja kykyä pysyä joustavana
- Verkostoissa yritykset voivat täydentää toistensa osaamista
- Verkostot luovat oppimisen ja uuden tiedon hankkimisen mahdollisuuksia
- Verkostot voivat parantaa yrityksen kilpailukykyä, mahdollistaa pääsyn uusille markkinoille ja nopeuttaa uusien markkinoiden oppimista

#### 4 MATKAILU KÄSITTEENÄ

Vuoriston (2002) mukaan matkailu on mitä suurimmassa määrin alueellinen ilmiö. Sen peruselementtejä ovat matkailijoiden lähtö- ja kohdealueet sekä niitä yhdistävinä linkkeinä matkailureitit; käytännössä on kyse tarjonnan ja kysynnän aluerakenteista. Synteettisenä perustieteenä maantiede jakautuu sektoreihin, joista käsin matkailua voidaan lähestyä sekä luonnontieteellisistä että yhteiskuntatieteellisistä näkökulmista (luonnonmaantiede, kulttuurimaantiede, talousmaantiede, liikennemaantiede, poliittinen maantiede, suunnittelumaantiede, kehitysmaatutkimus, aluemaantiede). (Vuoristo, 2002, 15.)

Kukin tieteenala kykenee esittämään näkökohtia, jopa skenaarioita siitä, mihin tulevaisuudessa ollaan menossa.

Matkailututkimuksen maantieteellisesti painotetun viitekehikon mukaan matkailu tapahtuu kaikissa muodoissaan aina alueellisessa ympäristössä, jonka peruselementit ovat Vuoriston (2002, 15) mukaan:

- Lähtöalue
- Kohdealue
- Matkailureitit

Lisäksi on huomattava, että maantieteellinen alue on hyvin usein samanaikaisesti sekä lähtö- että kohdealue ja että matkailureittejä on Vuoriston (2002, 16) mukaan kolmea tyyppiä:

- Lähtö- ja kohdealueita yhdistävät reitit, joiden päätehtävä on voittaa alueiden välinen etäisyysvastus
- Kohdealueiden sisäiset matkailureitit, joiden päätehtävänä on johdattaa matkailijat näiden varsinaisiin tavoitteisiin, yksittäisten kohteiden ja nähtävyyksien luokse
- Matkailureitit, jotka ovat vetovoimatekijöitä sinänsä: matkailijan ”toiminta-ajatus” perustuu liikkeelläoloon, kohteen nopeaan vaihtamiseen ja itse matkalla saataviin elämyksiin (ns. dynaaminen matkailu); tällaisia reittejä voi olla sekä kohdealueen sisällä että lähtö- ja kohdealueen välillä

Maantieteellisen perusrakenteen lähtökohtana ovat:

- Lähtöalueella muodostuva matkailupalvelujen ja – elämysten kysyntä ja
- Kohdealueen tarjonta, jolla tämä kysyntä voidaan tyydyttää

Kysyntä ja siihen liittyvät tekijät on useissa yhteyksissä määritelty ”työntövoimaksi”, tarjonta ”vetovoimaksi”. Varsinkin vetovoima-käsitettä on kuitenkin arvosteltu sen epämääräisyyden vuoksi. Vetovoimahan muodostuu käytännössä sekä vetovoimatekijöistä eli attraktioista että niiden varaan muodostuneista palveluista. Käsitepari on joka tapauksessa käyttökelpoinen ja kuvaa yleisellä tasolla varsin nasevasti koko matkailuilmiön taustalla olevaa perusjännitettä.

Lew (1987) on määritellyt vetovoiman (attraction) tai oikeammin sen ilmenemismuodot:

- Maisemiksi (landscapes to observe)
- Aktiviteeteiksi (activities to participate in)
- Kokemuksiksi (experiences to remember) (Vuoristo 2002, 17)

Kuten Vuoristo (1994) on todennut, käsitteen näin lyhyt määrittely on vaikeaa, eivätkä mainitut tyypit ole edes toisiaan poissulkevia. Syntyväthän esim. kokemukset ja elämykset myös maisemien ihailusta tai osallistumisesta johonkin aktiviteettiin, kuten koiravaljakkoajeluun tai seikkailumatkaan. Lisäksi maisema-käsite on kovin väljä ja kaipaa rinnalleen myös nähtävyyks-käsitettä (sight, MacCannell 1976), jota Leiper (1990) on käyttänyt kehittämänsä attraktiosysteemin peruselementtinä (vrt. sightseeing). Attraktio-käsite voitaisiinkin tulkita seuraavasti (Vuoristo, 2002, 17.):

Attraktio=

- nähtävyydet, näkymät ja maisemat
- aktiviteetit

Tällöin nähtävyydet tarkoittavat yksittäisiä suppeita kohteita, kuten muistomerkkejä, ja näkymät tai maisemat taas ovat ”areaalisempia” attraktioita (Kevon kanjoni, Punkaharju, näkymä Kolilta, Rauman vanhakaupunki, Helsingin monumentaalikeskusta). Näkymät ja maisemat voitaisiin siis ryhmitellä myös vetovoimaisiksi luonnon- ja kulttuuriympäristöksi. Molempiin tyyppeihin saattaa sisältyä omia aktiviteettejaan, joihin osallistuminen on joko aktiivista (rinnkavaellus Kevon Kanjonissa) tai suhteellisen passiivista (valokuvailu Rauman vanhassa kaupungissa). (Vuoristo, 2002, 17.)

Kokemuksia tai mieluummin elämyksiä ei ole loogista pitää attraktioina sinänsä, sillä attraktiot tuottavat niitä, ja matkailijan perimmäisenä tavoitteena ovat juuri mieleenpainuvat elämykset. Oikeastaan kaikki vapaa-ajan matkailu onkin juuri elämysmatkailua. Missä määrin koettu elämys sitten vastaa ennakko-odotuksia, on toinen asia. Kuuluisakaan attraktio ei ole mikään kruunaavien kokemusten automaatti, jos jotkin matkan ulkonaiset olosuhteet tai tapaturmat pilaavat elämyksen. (Vuoristo, 2002, 17.)

## 5 LUONTO- JA VESISTÖMATKAILU

### 5.1 Luontomatkailu

Luontomatkailu -sanaa käytetään yleensä matkailumarkkinoinnissa kuvaamaan kaikkea luontoon kohdistuvaa matkailua. Tämän käsitteen alle sijoittuvat monesti siis kaikki aktiviteetit, mitkä tehdään luonnossa. Joensuun yliopistossa työskentelevä ympäristöfilosofi Stephen Condit on tutkinut luontomatkailun käsitettä laajemmin, ja hänen mukaansa luontomatkailu on matkailua, joka tapahtuu luonnon hyväksi ja luontoa kunnioittaen niin, että yhteiskuntajärjestyskin muuttuu olennaisella tavalla ekologisesti kestävämmäksi. (Kleemola 2004/Luontomatkailu.)

Jokamiehenoikeudet turvaavat Suomessa ainutlaatuiset mahdollisuudet liikkua vapaasti luonnossa, marjastaa, sienestää, retkeillä ja veneillä. Kansallispuistoissa ja valtion luonnonsuojelu- ja retkeilyalueilla on opastettuja reittejä. Metsähallituksen ylläpitämät luontopolut, retkeilyreitit, tulentekopaikat, laavut, autiotuvat ja varaustuvat ovat ilmaiseksi retkeilijöiden käytössä. Kansallispuistojen luontokeskuksista saa tietoa ja monenlaista matkailupalvelua. (Kuluttajavirasto 2010.)

Luonnonsuojelualueilla tulee liikkua merkittviä polkuja pitkin. Sienestys ja marjastus on mahdollista. Myös metsästys ja kalastus on mahdollista niille osoitetuilla paikoilla, kun hankkii asiaankuuluvat luvat. Metsähallituksesta saa tietoa luonnonsuojelualueista ja niiden palveluista, metsästys- ja kalastusluvista ja erämökkien varaamisesta. (Kuluttajavirasto 2010.) Suomessa on moneen muuhun maahan verrattuna erittäin laajat jokamiehen oikeudet.

### 5.2 Vesistömatkailu

Vesistömatkailu on yksi osa luontomatkailua. Suomi jakaantuu kahteen osaan vesistöjen suhteen. Toisaalta meillä on laaja rannikkoseutu ja toisaalta paljon sisävesiä. Vesistömat-

kailua voidaan tarkastella välineen kannalta (kanootti, kajakki, vene, uiminen), vesielementin kannalta (joki, koski, järvi, meri) ja tehon mukaan (virkistys, kuntoilu) (Kleemola 2004/Vesistömatkailu.).

Vesistömatkailu lasketaan usein osaksi maaseutumatkailua (rural tourism). Maaseutumatkailu ei välttämättä kuitenkaan liity maatalouteen. Kuten Borg, Kivi ja Partti (2002, 65) toteavat sen taloudelliset hyödytkin koituvat usein perinteisten maaseutuelinkeinojen ulkopuolelta tuleville ja kaupunkilaisille yrittäjille.

Järvet ovat monessa maassa tärkeitä virkistäytymispaikkoja ja turistikohteita. Ne voivat edustaa kohteen kiinnostavuutta tai olla itsessään kohteen ydin, kuten Cooper antaa esimerkkeinä Balaton-järven Unkarissa ja Englannin järvialueen (Hall & Härkönen 2002, 28). Järvet edustavat resursseihin pohjautuvia turistinähtävyyksiä, jotka vaativat korkealuokkaista hallinnointia ja yhteistyötä eri käyttäjien välillä. (Hall & Härkönen 2002, 28) Järvi-alueilla on muitakin käyttötarkoituksia kuin matkailu, joten eri toimijoiden tulee ottaa toisensa huomioon ristiriitojen välttämiseksi.

Esimerkkejä järvien käyttötarkoituksista Cooperin (Hall & Härkönen 2002, 33) mukaan ovat:

- Vesivaranto
- Kalastus
- Vesiensäätely
- Viljelysten kastelu
- Luonnonsuojelu
- Liikennöinti
- Sähköntuotanto

Monet virkistykseen ja matkailuun liittyvät käyttötarkoitukset aiheuttavat ristiriitoja keskenäänkin – uiminen vedenjakelun kanssa, jokamiehen oikeudet voivat olla ristiriidassa yksityisen maanomistuksen kanssa, moottoriveneily uimisen ja melomisen – ja sekä virkistys että matkailu voivat olla ristiriidassa luonnon ja maiseman suojelun kanssa. (Hall &

Härkönen 2002, 33.) Jotta suuremmilta ristiriidoilta vältytään, on yhteistyö ja kommunikointi eri toimijoiden välillä erittäin tärkeää.

Vesiliikenne Suomessa on keskittynyt lähinnä rannikolle, sillä Liikenneviraston tilastojen mukaan (Kotimaan vesiliikennetilasto 2009, 2010, 21) rannikon osuus matkustajamääristä on 92%. Kotimaan vesiliikenteen matkustajamääristä löytyy tilastoja vuodesta 1980 lähtien. Sisävesiliikenne on pysynyt suurin piirtein samassa määrässä koko tilaston keräämisen ajan. Vuonna 2009 sisävesillä matkusti 0,35 miljoonaa ihmistä.

Matkustajaliikenne on jaettu kolmeen liikennelajiin: linjaliikenne, tilausliikenne ja muu liikenne. Linjaliikenne on tietyllä reitillä aikataulun mukaan liikennöintiä, johon luetaan myös saariston yhteysliikenne. Tilausliikenne on tilaukseen perustuvaa liikennöintiä, johon kuuluvat myös kiertoajelut (sightseeing). Muulla liikenteellä tarkoitetaan mm. yritysten ja yhteisöjen omalle henkilökunnalleen järjestämiä loma- ja virkistyskuljetuksia sekä puolustusvoimien henkilökuljetuksia. (Kotimaan vesiliikennetilasto 2009, 2010, 26.)

Liikennelajeista suurin sisävesillä vuonna 2009 oli linjaliikenne 174 000 matkustajalla. Tilausliikenne oli selkeänä kakkosena 169 000 matkustajalla. Muun liikenteen matkustajamäärät jäivät kahdesta suuremmasta reilusti ollen vain 4 000 matkustajaa. Alueittain jaoteltuna Tampereen seudulla on toiseksi suurimmat matkustajamäärät (80 000). Tampereen edellä on Saimaa (Kuopion, Lappeenrannan ja Savonlinnan alueet) 170 000 matkustajalla.

### 5.3 Kestävä kehitys luontomatkailussa

Norjalainen poliitikko Gro Harlem Brundtland toimi 1980-luvulla Yhdistyneiden kansakuntien ympäristön ja kehityksen maailmankomission eli Brundtlandin komission puheenjohtajana. Vuonna 1987 komissio julkaisi raporttinsa Yhteinen tulevaisuutemme. Raportissa määritellään kestävä kehitys näin: "Kestävä kehitys on kehitystä, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa."

Vuonna 1993 hallitus perusti Suomen kestävän kehityksen toimikunnan. Professori Pentti Malaskan johtama työryhmä määritteli kestävän kehityksen laajemmin muistiossaan (1994). Työryhmän mukaan kestävä kehitys on jatkuvaa, ohjattua yhteiskunnallista muutosta eri aluetasoilla, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Keskeistä on kolme ulottuvuutta, ympäristötaloudellinen, yhteiskunnallinen ja kulttuurinen, jossa talous on alistettu ekologiselle kestävyydelle (Ympäristöministeriö 2009/Mitä on kestävä kehitys).

Kestävän kehityksen perusehtona on biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien toimivuuden säilyttäminen sekä ihmisen taloudellisen ja aineellisen toiminnan sopeuttaminen pitkällä aikavälillä luonnon kestokykyyn. Kansallisten toimien lisäksi kansainvälinen yhteistyö on hyvin keskeisessä asemassa pyrittäessä ekologiseen kestävyYTEEN. (Ympäristöministeriö 2009/Mitä on kestävä kehitys.)

Luontomatkailuyrittäjien on pakko ottaa huomioon, ettei luontoa rasiteta liikaa. Nykyisin onneksi monet ovat havahtuneet asiaan. Yritysten pitää toimia niin, että matkakohteet säilyvät tulevaisuudessakin käyttökelpoisina. Kyse on osittain eettisestä suhtautumisesta luontoon, mutta myös raa'asta business-ajattelusta. Jos luontokohteet tuhoetaan, liiketoiminta kuolee. Borgin ym. (2002) mukaan matkailuelinkeinon menestys pitkällä aikavälillä riippuu luonnon resurssien ja rakennetun ympäristön sekä paikallisyhteisöjen ja niiden kulttuurin hyvinvoinnista, kestävästä käytöstä ja hoidosta.

Matkailun edistämiskeskus MEK havahtui asiaan vuonna 2002 ja perusti sisäisen Tulevaisuusryhmän, jonka tavoitteena oli pyrkiä hahmottamaan 5–10 vuoden aikajänteellä kulkuskäyttäytymisen muutoksia, kansainvälisen matkailukentän rakenteellisia muutoksia ja muita makrotekijöitä, joilla voitaisiin arvioida olevan vaikutusta Suomen matkailuun ja matkailuelinkeinoon sekä myös MEK:in toimintaan. Ryhmä toimi vuoden ajan, jonka jälkeen perustettiin uusi erillinen skenaario-projekti, johon palkattiin vetäjäksi ulkopuolinen asiantuntija. Projekti julkaisi vuonna 2004 Matkailu vuonna 2020-raportin. Sen tarkoitus oli ja on herättää keskustelua ja ajatuksia matkailualan tulevaisuudesta. Kyseessä ei ole tieteellinen analyysi eikä ”lopullinen totuus”.



Tampereen kaupunki laatii joka toinen vuosi kestävän kehityksen raportin. Sen tarkoituksena on seurata ja arvioida indikaattoreiden avulla, kehittykö Tampereen kaupungin toiminta kestäväan suuntaan. Suomen kuusi suurinta kaupunkia ovat yhdessä valinneet raportissa käytetyt indikaattorit. Tuorein julkaistu raportti on vuodelta 2008. Siinä on listattuna Tampereen kestävän kehityksen merkittävimmät haasteet. Raportin (Tampereen kaupungin kestävän kehityksen raportti 2008 tiivistelmä, 2009, 1) mukaan ne ovat:

- kasvihuonekaasupäästöjen ja energiankulutuksen vähentäminen
- autoistumisen ja henkilöautolla liikkumisen vähentäminen sekä joukkoliikenteen matkustajamäärän vahvistaminen
- virkistysalueverkoston säilyttäminen toimivana ja riittävänä kaupungin kasvusta huolimatta
- kaupunkiympäristön turvallisuuden parantaminen sekä tamperelaisten turvallisuuden tunteen lisääminen

Tampereesta tuli toukokuussa 2008 Suomen ensimmäinen Reilun kaupan kaupunki. Reilun kaupan edistämisyhdistys myönsi Tampereelle arvonimen valtakunnallisen Reilun kaupan kaupunki-kampanjan aloituspäivänä. (Tampereen kaupunki 2009/Kestävä kehitys.)

Vuonna 2003 International Lake Committee Foundation (ILEC) julkaisi seitsemän ohjaavaa periaatetta strategioista ja mahdollisuuksista järvien kestäväälle käytölle. Niissä peräänkuulutetaan järviolueiden hallinnon, suunnittelun ja eri toimijoiden yhteistyön tärkeyttä.

## 6 NÄSIJÄRVI

### 6.1 Näsijärven historia

Näsijärvi eriytyi muinaisesta Ancyclus-järvestä noin 8000 vuotta sitten. Siihen aikaan Näsijärvi oli suuri järvi, siihen kuuluivat mm. Palovesi, Ruovesi, Tarjannevesi, Vaskivesi ja Toisvesi. Samoihin aikoihin vesiyhteydet pääaltaaseen katkesivat ja Näsijärvi muutti virtaussuuntaansa. Silloin vesi virtasi Pohjanmaan kautta Pohjanlahteen. Pohjanmaa kuitenkin kohosi nopeammin kuin Pirkanmaa ja virtaus hidastui, Näsijärven pinta alkoi kohota nykyiselle korkeudelle. Järven eteläpuolella sijainnut harjumuodostelma ei kestänyt painetta ja Näsijärvi puhkaisi itselleen reitin nykyisen Tammerkosen kohdalta. Pohjanmaan kohoamisen ja uuden eteläisen reitin vuoksi Näsijärvi muutti virtaussuuntaansa uudelleen noin 5000 vuotta sitten. Kyseinen suunta Pyhäjärven kautta Kokemäenjokea pitkin mereen kulkee edelleen. Nykyisin Näsijärvi on pinta-alaltaan noin 257 km<sup>2</sup>, sen keskisyvyys on 14,1 metriä ja syvin kohta 61 metriä.

Matkustusliikenne on kuulunut Näsijärvelle jo pitkään. Tampereen vesistöissä liikkui purjelaivoja jo 1800-luvun alkupuolella. Konevoima otettiin käyttöön vuosisadan puolivälissä, jolloin Näsijärven ensimmäiseksi höyrylaivaksi rakennettiin siipirataslaiva Ahti pellavatehtaan (myöhempi Tampella) konepajalla vuosina 1857-58. (Rautio & Tuorila 2008, 10.)

1900-luvun alkupuolella Näsijärvellä liikennöi kymmenkunta matkustaja-alusta. 1920-luvun lopulla Yhdysvalloista alkanut lama vaikutti myös Suomeen ja Näsijärven matkustajaliikenteeseen. Varsinkin laman laannuttua linja-autoliikenne haastoi vesitse tapahtuvaa matkustajaliikennettä. Kurusta, Ruovedeltä ja Virroilta Tampereelle matkustavat ihmiset alkoivat yhä enemmän kulkea linja-autoilla. Samaan aikaan rahtitavaran kuljetus vesitse hiipui myös. Liikennöinnin piirre muuttui, kun työmatkalaisten tilalle alkoi tulla turistimatkaajia.

Näsijärven liikennöintihistoriaa pitää ylväästi yllä sata vuotta, vuonna 2008, täyttänyt Tarjanne, joka kulkee edelleen alkuperäisen höyrykoneensa voimin. Harva linja-auto kykenisi

samaan kuin tämä laiva – sata vuotta miltei päivittäin tuttua linjaa Tampere-Ruovesi-Virrat. (Rautio & Tuorila 2008, 11.)

Nykyään suuri osa Näsijärvestä kuuluu Tampereeseen. Aiemmin järven itäpuolta hallitsi Teisko, mutta kyseinen kunta liitettiin osaksi Tamperetta vuonna 1972. Länsipuolen osat kuuluvat Ylöjärven kaupunkiin ja pohjoisosat Ruoveden kuntaan. Ruovedellä sijaitsee myös Muroleen kanava, jota pitkin pääsee Virroille saakka.

## 6.2 Näsijärven vedenlaatu

Järvien vedenlaatu on erittäin tärkeä niiden kiinnostavuudelle virkistys- ja matkailukäytössä (Hall & Härkönen 2006, 27). Näsijärven vesistöalue on säännöstelty ja järven vesi vaihtuu keskimäärin kerran hiukan vajaassa vuodessa. Säännöstelypisteitä on Tammerkoskessa, Nokianvirrassa ja Tyrvään voimalaitoksella. Järven vesi on kirkasta ja humuspitoisuudeltaan vähäistä. Happamuustaso on normaali.

Näsijärven vedenlaatua seurataan säännöllisesti Tampereen seudun yhteistarkkailun yhteydessä. Havaintopisteitä on mm. Koljonselällä, Näsiselällä ja Aitolahden edustalla. Myös joidenkin Näsijärven lahtialueiden vedenlaatua on tutkittu. Näytteitä on otettu mm. Siivikkalanlahdesta, Ryydynpohjasta, Kaiharinlahdesta, Vahantalahdesta ja Pengonpohjasta. (Kokemäenjoen vesistön vesiensuojeluyhdistys 2010/Lausunto.)

Näsijärveen kohdistuvassa jätevesikuormituksessa tapahtui oleellinen muutos vuonna 1985, jolloin Lielahdessa sijaitsevat tehtaat lopettivat selluloosan valmistuksen metsäteollisuudessa tapahtuneen rakennemuutoksen seurauksena. Nykyisen tuotannon jätevedet käsitellään biologisesti ja kuormitustaso on vain murto-osa aikaisemmasta. Näsiselän eteläosan happi-tilanne parantuikin aiempaan verrattuna nopeasti ja nykyisin happi-tilanne on läpi vuoden hyvä. Siivikkalanlahden ja Ryydynpohjan lahtialueilla veden vaihtuvuus on selkälakeita selvästi hitaampaa ja lahtialueiden syvänteissä onkin todettu edelleen voimakasta hapen kulumista. Happi on ollut lähes loppu sekä kesä- että talvikerrosteisuuskausien lopulla. Ha-

pen kuluminen on ollut voimakasta etenkin kesällä, jolloin happi on ollut lähes loppu koko alusvedestä.

(Kokemäenjoen vesistön vesiensuojeluyhdistys 2010/Lausunto.)

Näsijärven vedenlaatu on kokonaisuutena hyvä. Näsijärven eteläosassa Lielahden tehtaan kuormitus aiheuttaa edelleen alusveden lievää likaantumista. Näsiselän keskiosan alueelle jätevesien vaikutus ei enää aiemmasta poiketen ulotu ja Näsiselän keski- ja pohjoisosat ovatkin vedenlaadultaan jopa erinomaisia alhaisesta ravinnetasosta johtuen. Myös happipitoisuudet ovat alusvedessä kerrostuskausien lopullakin korkeat. Näsijärven lahtialueet, kuten Siivikkalanlahti ja Ryydynpohja, ovat kuitenkin selvästi syvänealueita rehevämpiä. Lahtialueiden syvänteissä on todettu lisäksi happitalouden häiriöitä.

(Kokemäenjoen vesistön vesiensuojeluyhdistys 2010/Lausunto.)

### 6.3 Kalastus Näsijärvellä

Näsijärvi laajana vesistönä tarjoaa kalastajille mainiot saalisvedet. Näsijärven kalastusalue sijaitsee Tampereen, Oriveden ja Ylöjärven kaupunkien sekä Ruoveden kunnan välisellä alueella. Sen vesistöjen kokonaispinta-ala on 330 neliökilometriä. Kalastusalueen suurimmat järvet ovat Pukalanselkä (403 ha) ja Velaatta (397 ha) sekä tietenkin itse Näsijärvi (n. 25700 ha).

Näsijärven kalastusalue tilasi Kokemäenjoen vesistön vesiensuojeluyhdistys ry:ltä Näsijärveä koskevan kalastustiedustelun. Tiedustelun tarkoituksena oli selvittää Näsijärven erisellä alueiden kalastajamäärät, pyyntimuodot ja saaliit. Tiedustelulla selvitettiin myös ravustuksen määrää sekä kalastusta haittaavia tekijöitä. (Holsti, 2009, 4) Tiedustelu tehtiin vuonna 2008 ja siinä Näsijärvi on jaettu kolmeen osaan eli Näsiselkään, Koljonselkään ja Vankaveteen (poislukien Teiskon Paarlahti, jonne kalastuslupa ei päde). Edellinen vastaava kysely toteutettiin 2002.

Vuonna 2008 kalastustiedustelu kohdennettiin niille henkilöille, jotka olivat lunastaneet tarkkailualueella sijaitsevien kalastuskuntien tai Tampereen kaupungin vesialueen kalastusluvan tai Näsijärven kalastusalueen viehেলuvan (kalapassin). (Holsti, 2009, 23.)

Tutkimuksen mukaan kalastusmäärä laski tuona aikana huomattavasti. Kalastavien ruokakuntien määrä putosi 24% ja kokonaissaalis 44%. Runsaimmat saalislajit olivat kuha (18,6), hauki (17,8), ahven (15,7) ja muikku (10,0) muiden lajien jäädessä prosentuaalisesti selkeästi näistä neljästä.

Vaikka Näsijärven kalastajamäärä ja pyyntiponnistus laskivatkin varsin merkittävästi vuoden 2002 arvoista, ei petomaisten lohikalajien saaliissa voida havaita vastaavanlaista laskua. Päinvastoin näiden lohikalajien kokonaissaalis kasvoi 6 888 kilosta (4,6 %) 7 742 kiloon (9,4 %). Petomaisten lohikalajien saalisosuudet kasvoivat kaikilla selkälakeilla. Näsiselällä näiden lajien saalisosuus nousi 8,3 %:sta 14,6 %:iin, Koljonselällä 4 %:sta 9,1%:iin ja Vankavedellä 0,8 %:sta 2,2 %:iin. (Holsti, 2009, 16.)

Koska kalastustiedustelun kohdejoukkona ovat kalastusluvan lunastaneet henkilöt, kalastustiedustelulla ei saada selville selkälakeilla tapahtuvan todellisen ravustuksen määrää tai rapukannan vahvuutta. Kalastustiedustelun antamat ravustusta ja rapusaaliita kuvaavat tunnusluvut ovat vain minimiarvoja ja niitä voidaan pitää vain suuntaa antavina. (Holsti, 2009, 23-24.)

Kalastustiedustelun perusteella ravustus on kalastajien keskuudessa varsin aktiivista Näsijärven eteläosassa, missä lähes 40 % kalastaneista henkilöistä oli ravustanut myös alueella. Näsiselän ravustuksen pyyntiponnistus (65 %) ja saalis (88 %) muodostivatkin suurimman osan koko Näsijärven ravustuksesta. Myös Koljonselällä varsin suuri osa kalastusta harrastaneista (31 %) oli myös ravustanut alueella, vaikka ravustuksen pyyntiponnistus ja rapusaalis jäikin selvästi alhaisemmaksi kuin Näsiselällä. Vankavedellä ja Kurunlahdella ravustus on vähäistä. (Holsti, 2009, 24.)

Rapuja oli saatu verkkokalastuksen sivusaaliina niin Näsiselältä kuin myös Koljonselältä. Kalastustiedustelun vapaamuotoisissa kommentteissa ilmenee rapujen aiheuttama haitan

lisääntyminen verkkokalastukselle. Rapukannan vahvistumisen myötä verkkoihin tarttuneiden rapujen määrä tulee odotetusti kasvamaan, mikä tulee häiritsemään verkkopyyntiä. (Holsti, 2009, 24.)

Tärppipaikkoja kalastukseen Näsijärvellä [kuhamaa.fi](http://kuhamaa.fi) –sivuston (17.11.2010) mukaan:

Kuha, järvitaimen ja järvilohi

- *Vankavesi*  
Vankaveden ja Myyrysselän välisen Unnekiven salmen alapuoli
- *Koljonselkä*  
Koljonselän laajat syvänteet (järvilohi)  
Äijänsaaren ja Hornujen alue  
Iso-Otavan itäkärki
- *Näsiselkä*  
Harvassalon ja itärannan välinen salmi (lähinnä järvitaimen)  
Pallosaaren ja Harvassalon välinen alue  
Pallosaaresta etelään Vasamanokan tasolle ulottuva laaja syvänealue  
Näsiselän eteläosan poikki itä-länsisuunnassa Siilinkarin ja Koukkukarin pohjoispuolitse kulkevan syvän haudan reunat

Hauki

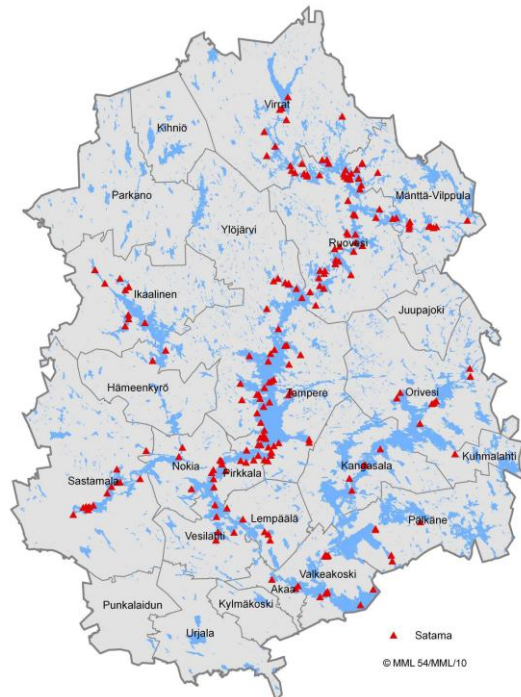
- Myyrysselän saariston lahtivedet

Ammattimainen pyynti on keskittynyt Näsijärvellä Näsiselälle Tampereen kaupungin vesialueille. Tampereen kaupunki on vuonna 2009 myöntänyt ammattikalastuslupia viidelle (5) ja ammattimaisia ravustuslupia viidelle (5) kalastajalle. (Vesterinen, 2010, 30-31) Näsijärven alueen ammattikalastajille vuonna 2008 tehdyn kyselyn mukaan yli 60% vastaajista koki ammattinsa kannattamattomaksi. Syitä tähän olivat yhtenäisten pyyntialueiden puute, kalastuslupien saannin vaikeus, kalliit investoinnit, laskeneet kalan reaali hinnat sekä kala- ja rapusaaliiden markkinoiden puuttuminen.

## 7 ESIMERKKEJÄ NÄSIJÄRVEN MATKAILUKOhteista

### 7.1 Satamat

Satamien määrän, tilanteen ja palveluiden kartoittaminen on merkittävässä roolissa, kun tavoitteena on parantaa Pirkanmaan luonto- ja vesistömatkailun edellytyksiä (Luomanen, 2010, 70). Näsijärven alueen monista satamista tärkein on Mustalahden satama Tampereella Särkänniemien vieressä, koska se on monen Näsijärven alueen vesistöliikenneyrityksen alusten kotisatama. Satamassa on paljon muutakin toimintaa, esimerkiksi ravintola Kaislasa, kahvila Kortteessa ja tanssipaviljonki Reuharissa järjestetään erilaisia tapahtumia kesäkauden aikana. Mustalahdessa on myös 40 vierasvenepaikkaa. Muita merkittäviä satamia Näsijärvellä ovat mm. Pimeesalmen telakka Ylöjärvellä, Ruoveden laivaranta ja Muroleen kanava Ruovedellä sekä Virtain laivaranta Virroilla. Kuvassa 1 näkyy Pirkanmaan satamat, vieraslaiturit, laivalaiturit ja retkisatamat kartalla.



KUVA 1. Satamat, vieraslaiturit, laivalaiturit ja retkisatamat Pirkanmaalla. (Luomanen, 2010, 71)

## 7.2 Kanavat

### 7.2.1 Muroleen kanava

Muroleen kanava sijaitsee Ruovedellä Näsijärven pohjoisosassa. Se yhdistää Paloveden ja Vankaveden. Kanava on pituudeltaan 315 metriä ja se on miehitetty. Tämä tarkoittaa, että kanavasta ei saa kulkea itsepalveluperiaatteella. Muroleen kanava on rakennettu vuosina 1852–54. Kanavan sulutus toimii kesäkuusta syyskuuhun päivittäin ja lokakuussa vielä tilauksesta, joka pitää tehdä edellispäivänä. Vierasvenesataman yhteydessä toimii Muroleen kanavakahvila. Yöpyminen on mahdollista joko vierasvenelaiturissa tai kahvilan asuntovaunupaikoilla. A-oikeuksin varustetun kahvilan lisäksi sataman palveluihin kuuluvat tankkaus-, grillaus- ja ruuanlaittopaikat, saunat, uimaranta, WC- ja jätepalvelu sekä Wlan-verkko. (Hurskainen 2005/Muroleen kanava.)

### 7.2.2 Herraskosken kanava

Herraskosken kanavan rakennustyöt käynnistettiin keväällä 1903, kanava valmistui vuoden 1907 lopussa. Siitä tuli 825 metriä pitkä. Pohjan leveys on 9 metriä, sulun pituus 40 metriä ja leveys 7,7 metriä. Kanavan varrelle istutettiin pihtakuusien rivistö ja kanavanvartijalle rakennettiin erityisen komea asuintalo. Myöhemmin istutuksia täydennettiin sembramännillä. Kanavaympäristö on säilynyt lähes alkuperäisenä. Koska Herraskosken kanava sijaitsee latvavesillä, ei siitä koskaan tullut lähellekään niin vilkasta kuin Muroleen kanavasta. Nykyisin Herraskosken kanava on vain matkailukäytössä. Kanavamiljöössä sijaitsee mm. perinnekyliä. Yläkanavan varrelle on rakennettu museo vanhan ulkorakennuksen piirustusten mukaan. Näyttely esittelee Hämeen kanavien historiaa sekä vesiliikenteen historiaa Kokemäenjoen vesistöissä ja Päijänteellä. Kanavassa on sulutuksia vuosittain keskimäärin 700 - 1000. (Hurskainen 2005/Herraskosken kanava.)



### 7.2.3 Kaivoskannan kanava

Tarjannevedeltä ylöspäin kuljettaessa Ähtärin reitti työntyy Visuvedellä kapeikkoon. Laivaväylänä Pusunvuolteen kapeikko Visuveden taajaman pohjoispuolella suunniteltiin 1800-luvulla perattavan ja ruopattavan. Koska vuolle on varsin pitkä, päädyttiin kuitenkin puhkaisemaan avokanava taajaman eteläpuolella sijaitsevan kapean Kaivoskannan kanavan läpi. Kanavan pituus on ainoastaan 80 metriä. Kanava tunnetaan nimillä Kaivoskannan kanava, Kaivoksen kanava ja Visuveden kanava. Kanavan yli kulkee kantatie 66 vuonna 1980 valmistunutta kääntösiltaa pitkin. Siltaa sanotaan pohjoismaiden suurimmaksi yksivartiseksi kääntösillaksi. (Grönroos 2010.)

### 7.2.4 Kautun kanava

Paloveden ja Ruoveden välillä oleva Kautunvirta perattiin 2,4 metrin syvyiseksi 1863–64 Näsijärven pohjoisosien väylätöiden yhteydessä. Laivaliikenteen lisääntyessä virtaan perattu väylä osoittautui kuitenkin vaikeakulkuseksi. Niinpä vuonna 1881 päätettiin, että virta ohitetaan kanavalla, joka rakennettiin 1884–85. Kanavan pituudeksi tuli runsaat 160 metriä. Kanavan yli rakennettiin kääntösilta. Nykyisin kanavan ylittää kiinteä silta, jonka alikulkukorkeus on 11 m. (Hurskainen 2005/Kaivoskannan ja Kautun kanavat.)

## 7.3 Kirkot

### 7.3.1 Teiskon kirkko

Teiskon kirkko on tunnetun kirkonrakentaja Matti Åkerblomin huomattavin saavutus Tampereella. Kirkko on järjestyksessään Teiskon seurakunnan kolmas kirkko. Kirkko valmistui 1788, mutta se vihittiin ja otettiin käyttöön jo rakennusvaiheen aikana, elokuussa 1787, silloisen kirkon heikon kunnon vuoksi. Kellotapulिन Åkerblom rakensi kymmenen vuotta myöhemmin. (Tampereen seurakunnat 2010/Teiskon kirkko.)

Pohjamuodoltaan kirkko on risti, jonka sisäkulmat ovat viistetyt. Puurakenteisen kirkon monista korjauksista sen yleisilmeeseen ovat eniten vaikuttaneet ikkunoiden koon ja muodon muutostyöt 1842 sekä sisätilojen korjaustyöt 1906. (Tampereen seurakunnat 2010/Teiskon kirkko.)

Teiskon liittyttyä Tampereen seurakuntayhtymään 1972 kaupunkiseurakunnat täydentyivät perinteisellä maaseutuseurakunnalla. Kirkon sijainti Kirkkojärven rannalla hautausmaan ympäröimänä muodostaa ehjän kokonaisuuden juhlavana näyttönä kansanomaisesta arkkitehtuurista ja tasasuhteisena kasvaneesta suomalaisesta kulttuurimaisemasta. Kirkon vieressä kulkee Asuntilan melontareitti ja lähellä on myös Maisansalon vieraslaituri. (Tampereen seurakunnat 2010/Teiskon kirkko.)

### 7.3.2 Aitolahden vanha kirkko

Luonnonkauniilla paikalla sijaitseva Aitolahden vanha kirkko on suosittu toimituskirkko. Sen vihki käyttöön piispa Jaakko Gummerus juhannuksena 1928. Keskiaikaista kirkkoa muistuttava kirkko on muurattu kivistä vuosina 1927-1928. Kirkon suunnitteli arkkitehti Birger Federley. Tyylillisesti kirkko edustaa 1910 - 1920 -lukujen historismia. Kirkko on koristeltu sisältä taiteilija Kalle Löytänän maalauksin. Pääkäytävän kohdalla, urkuparven alla on vanha kirkollinen aihe: sydänverellään poikasiaan ruokkiva pelikaani. Urkujen läheisyydessä holvikaarta koristaa enkelinsiipi aiheinen ornamentti. Alttarin holvikaarissa kätensä ristineet enkelit kantavat seurakunnan yhteistä rukousta. Alttari-ikkunan, ristiin-aulittua Kristusta esittävän lasimaalauksen, on suunnitellut taiteilija Fritz Hilbert. Kirkko sijaitsee Niihamanselän rannalla, Olkahisenlahden vieraslaiturin lähellä. (Tampereen seurakunnat 2010/Aitolahden vanha kirkko.)

### 7.3.3 Aitolahden kirkko

Kirkon on suunnitellut arkkitehtitoimisto KSOY - Erkki Karvala, Markku Koskinen ja Juha Röysä. Sisustussuunnittelu on Taina Väisäsen käsialaa. Kirkko on rakennettu arkkitehti Pentti Turusen vuonna 1980 suunnitteleman punatiilisen seurakuntatalon yhteyteen. Vanhat tilat toimivat nuoriso- ja lapsityön tiloina. Piispa Juha Pihkala vihki kirkon käyttöön syyskuussa 2001. (Tampereen seurakunnat 2010/Aitolahden kirkko.)

Materiaaleina on käytetty tiiltä, lasia ja terästä. Uuden osan hallitsevana elementtinä on massiivinen punatiilinen muuri, josta kirkko on saanut nimekseen Suojamuuri. Violetti sakasti ja vihreä lastenhuone ovat tiloina tilassa. Suuret ikkunat avautuvat luontoon. Lattia on mustaa graniittia ja puuosat lämpökäsiteltyä koivua. (Tampereen seurakunnat 2010/Aitolahden kirkko.)

Lasinen alttaritaulu - ylösnoukseen Jeesuksen kasvot - on nimeltään Rauha teille. Sen on valmistanut teologi ja taiteilija Hannu Konola. Alttaripöydällä ja sakastissa olevat hopeiset krusifiksit sekä sivualttarilla olevan, kaksi metriä korkean, pronssisen krusifiksin on muotoillut professori, kuvanveistäjä Kari Juva. Kastepöydän takana olevat maalaukset on maalannut taiteilija Olli Marttila. Taiteilija Arto Lappalaisen Aitolahden vanhan kirkon lattia-laudoista valmistama kulkueristi siirrettiin kulkueessa uuteen kirkkoon sen käyttöönoton yhteydessä. Kirkko sijaitsee Näsijärven rannalla ja kirkon vieressä on vieraslaituri. (Tampereen seurakunnat 2010/Aitolahden kirkko.)

### 7.3.4 Lielahden kirkko

Lielahden kirkko kuului vuoteen 1950 asti Ylöjärveen. Harjuun liittymisen jälkeen Enqvistin tehtaalta ostetulle tontille rakennettiin seurakuntatalo, jonka sisätilan valoisaan kauneuteen ihastuneena piispa Gulin vihki tilan kirkoksi huhtikuussa 1961. Arkkitehti Pentti Turusen suunnittelema punatiilinen kirkkorakennus sulautuu hyvin ympäröivään luontoon. Lielahden kirkon perinteisiin kuuluu mm. väkeä kokoava laskiaistapahtuma lähetystyön ja yhteisvas-

tuun hyväksi. Lasten päiväkerhot sävyttävät myös nykytoimintaa. Kirkon vieressä on Halkoniemen satama. (Tampereen seurakunnat 2010/Lielahden kirkko.)

## 8 TUTKIMUSALUEEN KUNNAT

### 8.1 Pirkanmaan historia

Pirkanmaalla on pitkä historia. Alueella on asuttu jo silloin, kun esimerkiksi Helsingin ja Turun seudut ovat olleet syvällä veden alla. Maakunnasta on mm. löydetty maailman vanhimpia eloperäisiä jäänteitä, Aitoniemen hiilipussit (Pirkanmaan liitto 2010/Pirkanmaan historia). Kyseiset hiilipussit löydettiin Aitoniemen rantakallioista ja niiden iäksi arvioidaan kaksi miljardia vuotta.

Pirkanmaalta on löydetty yli 200 kivikautista (vv. 7000-1300 eKr.) asuinpaikkaa. Pirkanmaan väestö saattoi enimmillään olla silloin ehkä parisataa henkeä. Nykyisen Tampereen Takahuhdin alueella on käynyt ihmisiä jo lähes 9000 vuotta sitten. Pitkäaikaisin tunnettu kivikautinen asutus oli Kangasalan Sarsassa, jossa on ilmeisesti asuttu jo noin 8000 vuotta sitten. (Pirkanmaan liitto 2010/Asutuksen alku.)

Vuoden 1000 vaiheilla kiinteää kyläasutusta oli jo alueella, joka ulottui Kokemäenjoen suusta Vanajan Hämeeseen. Pirkanmaan alueella selkeimmät asutuskeskittymät olivat Kokemäenjoen varressa Sastamalassa eli myöhemmässä Karkussa sekä myöhemmän Nokian tienoilla samoin kuin Pyhäjärven eteläisillä rannoilla Vesilahdessa ja Lempäälässä. (Pirkanmaan liitto 2010/Asutuksen alku.)

Pirkkalaiset tekivät eräretkiä Lappiin saakka ja Pirkkalan, Sastamalan ja Kyrön suurpitäjät vaikuttivat laajalti jo 1300-luvulla. Näsijärven rannat olivat kuitenkin hyvin harvaan asuttuja, koska se alue oli pohjoiseen johtavaa eränkävintäväylää ja sellaisena yhteistä aluetta.

Pirkanmaan vanhinta teollisuutta ovat olleet koskiin rakennetut jauhomyllyt. Toinen varhainen teollisuudenhaara oli sahaus. Laukon, Liuksialan ja Vääksyn kartanoissa oli jo 1600-luvulla vesikäyttöiset sahomyllyt. Sahoja tarvittiin pääasiassa vain kotitarpeen tyydyttämiseen. Puun vienti Länsi-Eurooppaan aloitettiin 1850-luvulla. Pirkanmaan puun luonnollinen vientisatama oli Pori. Kun sahaus ei enää höyrysahojen yleistymisen myötä vaati-

nut vesivoimaa, sahaus väheni maakunnassa. (Pirkanmaan liitto 2010/Teollistumisen varhaiset vaiheet.)

Tampere kasvoi (1800-1900 –luvuilla) ja samalla Tampereen ympärille kasvoi erityinen kaupunkiseutu, joka laajeni sitä mukaa kun liikenneyhteydet paranivat. Vuonna 1990 Tampereen kaupunkiseudun kunnissa asui 62 % Pirkanmaan koko väestöstä. Pirkanmaan nimi syntyi, kun Pirkanmaan maakuntaliitto perustettiin 1956. Vuonna 1959 perustettiin Tampereen seutukaavaliitto ja 1991 nämä kaksi yhdistettiin Pirkanmaan liitoksi. (Pirkanmaan liitto 2010/Teollistumisen varhaiset vaiheet.) Tilastokeskuksen mukaan vuoden 2009 lopussa Pirkanmaalla asui 484 436 ihmistä.

## 8.2 Tampere

Tampere on Suomen kolmanneksi suurin kaupunki, jossa asuu yli 210 000 ihmistä. Kaupungin pinta-ala on 689,6 neliökilometriä, josta vettä on 164,6 neliökilometriä. Asukkaista on naisia hieman yli puolet. Yli 15-vuotiaita koululaisia ja opiskelijoita kaupungin väestöstä on yli 19 000. Tamperelaiset ovat koulutettua väkeä: 15 vuotta täyttäneestä väestöstä lähes kolme neljästä on suorittanut perusasteen jälkeisiä tutkintoja. (Tampereen kaupunki 2010/Tampere sanoin ja kuvin.)

Kaupunginvaltuustossa on 67 jäsentä. Valtuuston puheenjohtaja on Irene Roivainen. Tampereen kaupungin pormestari on kaupunkineuvos Timo P. Nieminen. Apulaispormestareita on neljä: lasten ja nuorten palvelujen apulaispormestari Kristiina Järvelä, osaamis- ja elinkeinopalvelujen sekä sivistys- ja elämänlaatupalvelujen apulaispormestari Perttu Pesä, terveyttä ja toimintakykyä edistävien palvelujen sekä ikäihmisten palvelujen apulaispormestari Anna-Kaisa Ikonen ja yhdyskuntapalvelujen apulaispormestari Timo Hanhilahti.

(Tampereen kaupunki 2010/Tampere sanoin ja kuvin.)

Kaupunki sijaitsee kahden järven välisellä kannaksella. Kaupungin pohjoispuolella oleva Näsijärvi on 95 metriä ja eteläpuolella oleva Pyhäjärvi 77 metriä merenpinnan yläpuolella. Niiden pintaero on 18 metriä. Tampere on hyvien kulkuyhteyksien päässä. Helsinkiin on

matkaa maanteitse 176 kilometriä, Hämeenlinnaan 75 ja Turkuun 157 kilometriä. Tampereen kaupungilla on seitsemän naapuria: Ylöjärvi, Nokia, Pirkkala, Lempäälä, Kangasala, Orivesi ja Ruovesi. (Tampereen kaupunki 2010/Tampere sanoin ja kuvin.)

### 8.3 Ylöjärvi

Ylöjärven kunta on perustettu vuonna 1869. Kaupungiksi Ylöjärvi muuttui vuoden 2004 alussa. Viljakkalan kunta liittyi Ylöjärveen vuoden 2007 alusta, Kuru vuoden 2009 alusta. Ylöjärven kaupunki sijaitsee Pirkanmaalla, Länsi- ja Sisä-Suomen aluehallintoviraston alueella. Naapureina ovat Nokian, Tampereen, Ikaalisten, Parkanon ja Virtain kaupungit sekä Hämeenkyrön, Kihniön ja Ruoveden kunnat. Etäisyydet maanteitse: Tampereelle 14 km, Helsinkiin 189 km, Turkuun 164 km, Hämeenlinnaan 88 km, Lahteen 139 km ja Jyväskylään 162 km. (Ylöjärven kaupunki 2010/Perustietoa.)

Ylöjärven asukasluku 31.12.2009 oli 30 175. Lukuun sisältyvät Viljakkalan ja Kurun kuntaliitokset. Asuntokuntia oli vuonna 2009 yhteensä 12 275. Niiden keskipinta-ala oli 2,4 henkilöä. Kesämökkejä oli vuonna 2008 yhteensä 4 161. Ylöjärven Pinta-ala on 1 324 km<sup>2</sup>, josta maata noin 1 115 km<sup>2</sup> ja vettä noin 209 km<sup>2</sup>, asukastiheys 27 asukasta/maaneliökilometri. (Ylöjärven kaupunki 2010/Perustietoa.)

Merkittävimmät elinkeinot Ylöjärvellä ovat teollisuus, terveys- ja sosiaalipalvelut, tukku- ja vähittäiskauppa sekä rakentaminen. Työpaikkoja 8 900 (v. 2007). Työpaikkaomavaraisuus eli työpaikat sataa työllistä kohti 65,3 (v. 2007).

(Ylöjärven kaupunki 2010/Perustietoa.)

## 9 LOMAKEKYSELYN TOTEUTTAMINEN

### 9.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet

Pirkanmaan liitto haluaa selvittää Pirkanmaan vesistömatkailun tilan ja kehittämistarpeet. Tampere sijaitsee laajojen vesistöjen äärellä, mutta sijainnin potentiaalia ei ole vielä täysin hyödynnetty. Tässä tutkimuksessa keskitytään Näsijärven alueen vesistömatkailuun liittyviin toimijoihin. Mukaan tutkimukseen otettiin Tampereella ja Ylöjärvellä sijaitsevat vesistöliikenne-, majoitus- ja matkailupalveluja sekä kokous- ja juhlatiloja tarjoavat yritykset. Lisäksi kysely lähetettiin veneitä vuokraaville yrityksille sekä Näsijärven rannalla sijaitseville ravintoloille.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää kuinka Näsijärven alueen vesistö- ja matkailuyritysten yhteistyö toimii, ja kuinka sitä voitaisiin kehittää. Kesällä 2010 harjoittelija Tiia Luomanen teki Pirkanmaan liitolle selvityksen vesistömatkailun edellytyksistä Pirkanmaalla. Tämä tutkimus jatkaa hänen työtään, mutta keskittyy pelkästään Näsijärven alueeseen. Aihetta sivuavia tutkimuksia on tehty aiemmin, mutta matkailuala, siinä missä muutkin, kehittyy ja muuttuu koko ajan, siksi uusia selvityksiä ja kehittämisprojekteja tarvitaan jatkuvasti. Tämä tutkimus hankki uutta tietoa spesifisti tietyn alueen toimijoilta ja lopulta myös toimijoille.

Selvityksessä ei ollut konkreettista toimijaa, jonka onnistumista tai epäonnistumista olisi voitu tutkia. Lähtökohta oli melkein nollassa. Tutkimus pyrki selvittämään, onko yhteistyötä olemassa ja jos on, niin miten sitä voitaisiin kehittää ja jos ei ole, niin miksi ei.

### 9.2 Tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen suorittaminen

Kyselytutkimuksessa mittaus tapahtuu kyselylomakkeella. Kun vastaaja täyttää lomakkeen, on siihen enää myöhäistä tehdä muutoksia, joten lomake on syytä suunnitella huolellisesti. Koko tutkimuksen onnistuminen riippuu mitä suurimmassa määrin lomakkeesta. (Vehkalahti 2008, 20.) Tämä tutkimus tehtiin strukturoituna lomakekyselynä, jossa oli myös avoi-



mia kysymyksiä. Hirsijärven ja Hurmeen (2010) mukaan strukturoidun haastattelun suurimpana vaikeutena on haastattelulomakkeen ja kysymysten muotoilu. Tämä pätee myös lomakekyselyyn. Ratkaisevaa on se, kysytäänkö sisällöllisesti oikeita kysymyksiä tilastollisesti mielekkäällä tavalla (Vehkalahti 2008, 20). Vehkalahden (2008) mukaan hyvä kysymyslomake on kokonaisuus, jossa toteutuvat sekä sisällölliset että tilastolliset näkökohdat.

Vastausprosentti on eräs tutkimuksen luotettavuuden ilmaisun. Se kertoo, kuinka moni otokseen otetuista vastasi, siis täytti ja palautti kyselylomakkeen. (Vehkalahti 2008, 44.) Kysely lähetettiin Tampereella ja Ylöjärvellä sijaitseville 29 yritykselle, joista kahdella yrityksellä on toimintaa molemmissa kunnissa. 18 vastasi, eli vastausprosentti oli 62,1. Tuloksia pitää käsitellä suuntaa antavina, koska vastaajia oli niin vähän. Sähköisen lomakkeen täyttölinkki lähetettiin yrityksille ja muistutussähköpostia ei-vastanneille. Ei-vastanneille soitettiin vielä vähän ajan kuluttua.

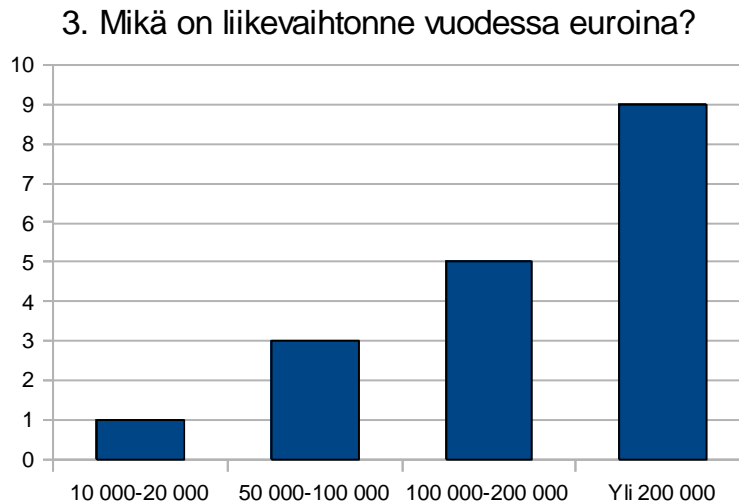
Kuuteen ei-vastanneista saatiin yhteys, mutta he eivät halunneet vastata kyselyyn. Yksi sanoi syyksi ajanpuutteen. Muita ei kyselyn aihe kiinnostanut tai he eivät muista syistä halunneet vastata. Yksi yrittäjä oli ulkomailla eikä pystynyt vastaamaan. Viiteen yritykseen ei saatu yhteyttä ollenkaan. Kahdella näistä yrityksistä oli puhelinvastaaja aina päällä, kun heitä yritettiin tavoittaa eivätkä he vastanneet myöskään sähköposteihin.

## 10 TUTKIMUKSEN TULOKSET

### 10.1 Taustatiedot

Lomakkeessa kysyttiin ensimmäiseksi taustatietoja. Otannan tarkan rajauksen vuoksi yritysten toimialat noudattivat odotuksia. Esimerkkejä vastauksista ovat mm. venevuokraus, sisävesiristeilyt, koulutus-, kokous-, majoitus- ja matkailupalvelut. Kolmentoista yrityksen kotikunta oli Tampere, kahden Ylöjärvi. Kolme yritystä vastasi Joku muu, mikä. Nämä olivat Kangasala, Helsinki ja Jyväskylä. Vaikka suurin osa yrityksistä ilmoitti kotikunnakseen Tampereen, niin osa niistä toimii sekä Ylöjärvellä että Tampereella ja osa pelkästään Ylöjärvellä.

Kuvioon 1 otettiin mukaan vain vastatut vaihtoehdot. Vaihtoehtoja alle 10 000 ja 20 000-50 000 ei valinnut yksikään yritys. Eniten vastauksia (9kpl) sai suurin vaihtoehto eli yli 200 000€. Yhden yrityksen liikevaihto oli 10 000-20 000, kolmen 50 000-100 000 ja viiden 100 000-200 000 euroa.

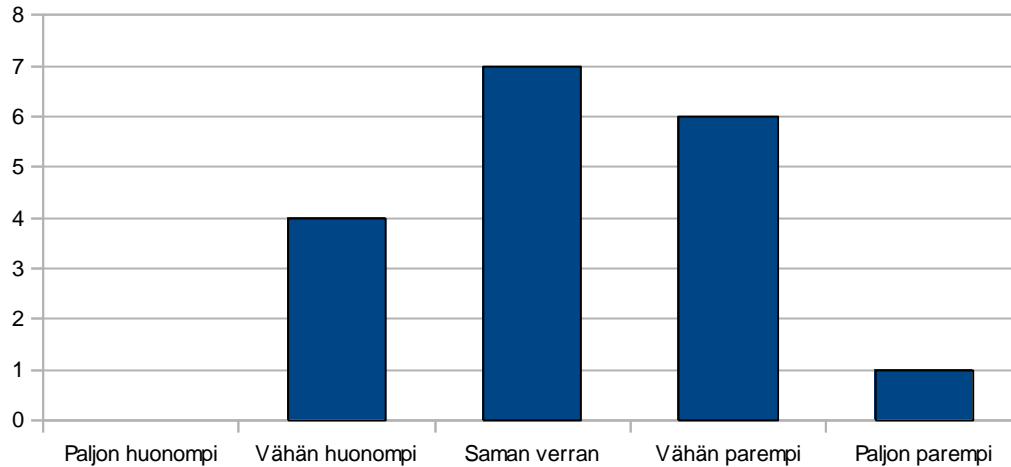


KUVIO 1. Liikevaihto

Seuraavaksi kysyttiin yritysten arviota vuoden 2010 tuloksesta edellisvuoteen verrattuna. Kuviossa 2 näkyy, että yksikään yritys ei odottanut paljon huonompaa tulosta, ja vain yksi

odotti paljon parempaa. Muiden vastaukset sijoittuivat välille vähän huonompi – saman verran – vähän parempi.

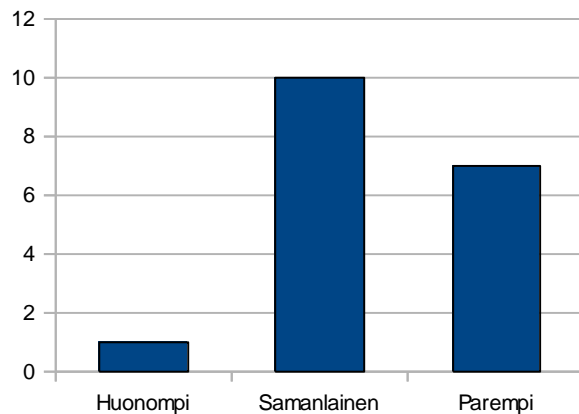
#### 4. Mikä on arvionne vuoden 2010 tuloksesta verrattuna edellisvuoteen?



KUVIO 2. Vuoden 2010 tulos

Kuviossa 3 esitetään yritysten odotukset tulevaisuuden suhteen. Yksi yritys odotti huonompaa tulosta tulevaisuudessa, seitsemän parempaa ja suurin osa (10kpl) samanlaista.

#### 5. Mitkä ovat odotuksenne tuloksen suhteen tulevaisuudessa?



KUVIO 3. Odotukset tulevaisuuden suhteen

## 10.2 Yrityksen ja palveluiden kehittäminen

Tutkimuksessa kysyttiin, onko yrityksillä halua kehittää toimintaansa kielikurssien ja laatu-koulutuksen avulla. Vastaukset on esitetty kuviossa 4. Suurimmalla osalla vastaajista ei ollut kiinnostusta kielikursseihin, vain neljä 18:sta vastasi olevansa kiinnostunut kielikursseista.



KUVIO 4. Kielikurssit

Kuviossa 5 näkyy, että suurin osa vastaajista (16kpl) ei ollut saanut matkailupalveluiden laatukoulutusta ja vain kaksi oli saanut laatukoulutusta.



KUVIO 5. Laatukoulutus

Kohdassa 12 kysyttiin halua osallistua tulevaisuudessa laatukoulutukseen, mikäli ei aikaisemmin ollut ko. koulutusta saanut. Kuvion 6 mukaan suurin osa (10kpl) vastaajista ei ollut kiinnostunut kyseisestä koulutuksesta. Kuusi vastaajaa aikoi osallistua laatukoulutukseen tulevaisuudessa.



KUVIO 6. Osallistuminen laatukoulutukseen tulevaisuudessa

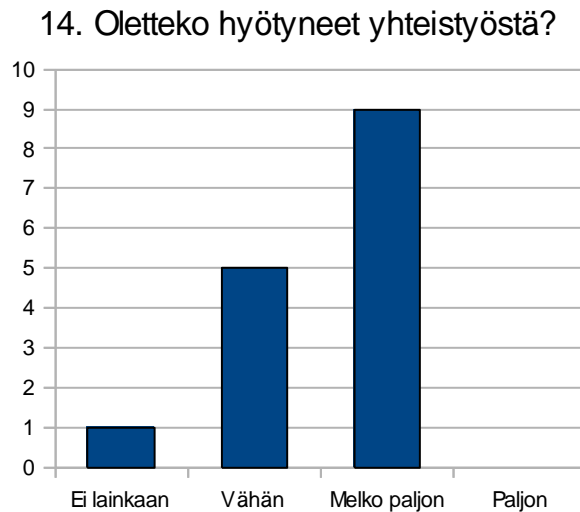
### 10.3 Yhteistyö ja verkostoituminen

Seuraavalla kysymyskokonaisuudella selvitettiin Näsijärven yritysten keskinäistä verkostoitumista sekä yhteistyötä. Lisäksi kysyttiin yhteistyön hyödyllisyyttä ja kehittämistarvetta. Kuviosta 7 näkyy, että suurin osa (15kpl) vastaajista tekee yhteistyötä muiden Näsijärven alueen toimijoiden kanssa ja vain kolme ei tee yhteistyötä. Esimerkkejä konkreettisesta yhteistyöstä vastaajien mukaan ovat yhteistapahtumat ja kaluston yhteiskäyttö, yhteismainonta, palvelujen tarjoaminen yhdessä sekä yhteiset kannanotot veneilystä ja vesistöjen käytöstä. Niistä, jotka eivät tee yhteistyötä, yhtä estää säätiön säännöt ja kaksi ei vastannut kysymykseen ollenkaan.



KUVIO 7. Yhteistyö Näsijärven alueella

Kuviossa 8 on esitetty yrittäjien kokemukset yhteistyön hyödystä. Yhteistyöstä koki hyötyvänsä melko paljon yhdeksän vastaajaa, vähän viisi ja ei lainkaan yksi vastaaja. Yhteistyöstä ei kokenut kukaan vastaajista hyötyvänsä paljon.



KUVIO 8. Yhteistyön hyöty

Kuviosta 9 näkyy, että suurin osa vastaajista (15kpl) koki tarpeelliseksi lisätä yhteistyötä. Jatkokysymyksessä kysyttiin, mikäli yhteistyön lisäämiseen on tarvetta, niin minkälaista ja kenen kanssa. Vastaajat toivoivat tiiviimpää verkostoitumista eri alojen yrittäjien kesken. Yksi vastaajista toivoi Näsijärven matkailulle kehitysyhdistystä, johon kuulusivat kaikki alueen toimijat eikä vain tietty sisäpiiri.



KUVIO 9. Yhteistyön lisääminen

Kymmenen vastaajaa ei ollut mukana missään Tampereen alueen matkailuportaalissa. Kahdeksan vastaajista oli. Heistä viisi vastasi jatkokysymykseen Missä. Matkailuportaaleja, joissa vastaajat kertoivat olevansa mukana:

- [www.twinlakecity.fi](http://www.twinlakecity.fi) (3kpl)
- [www.gotampere.fi](http://www.gotampere.fi) (2kpl)
- [www.vihreasydan.fi](http://www.vihreasydan.fi) (1kpl)
- [www.tampereconventionbureau.fi](http://www.tampereconventionbureau.fi) (1kpl)

Twin Lake City on vuonna 1999 aloitetun Näsijärven yhteismarkkinointirenkaan ympärille kasvanut yhteistyöverkosto, jossa on mukana sekä Näsijärvellä että Pyhäjärvellä toimivia yrityksiä. Tampereen matkailutoimistosta tuli GoTampere vuonna 2007, kun Tampereen kaupungin organisaatiomuutoksessa siirryttiin tilaaja-tuottaja-malliin. Vihreä Sydän on Ylöjärven Yrityspalvelun ylläpitämä matkailuorganisaatio, joka toimii Ylä-Pirkanmaan alueella. Tampere Convention Bureau (TCB) on vuonna 1995 perustettu ei-kaupallinen yhdistys, joka toimii Tampereen kongressimarkkinointiyksikkönä. Lisäksi yksi vastaaja ilmoitti yhteystietonsa löytyvän Tampereen kaupungin sivuilta ja yksi vastasi: ”Matkailuhankkeet ovat olleet puuhasteluja”. Yritysten matkailuportaaleihin osallistuminen näkyy alla olevasta kuviosta 10.



KUVIO 10. Matkailuportaalit



Kahdeksasta matkailuportaaleissa mukana olleista seitsemän vastasi kysymykseen Jos olette mukana, niin oletteko kokeneet sen hyödylliseksi ja yksi jätti vastaamatta kokonaan. Vastanneista viisi koki osallistumisen hyödylliseksi ja kaksi ei kokenut, kuten kuviosta 11 näkyy.



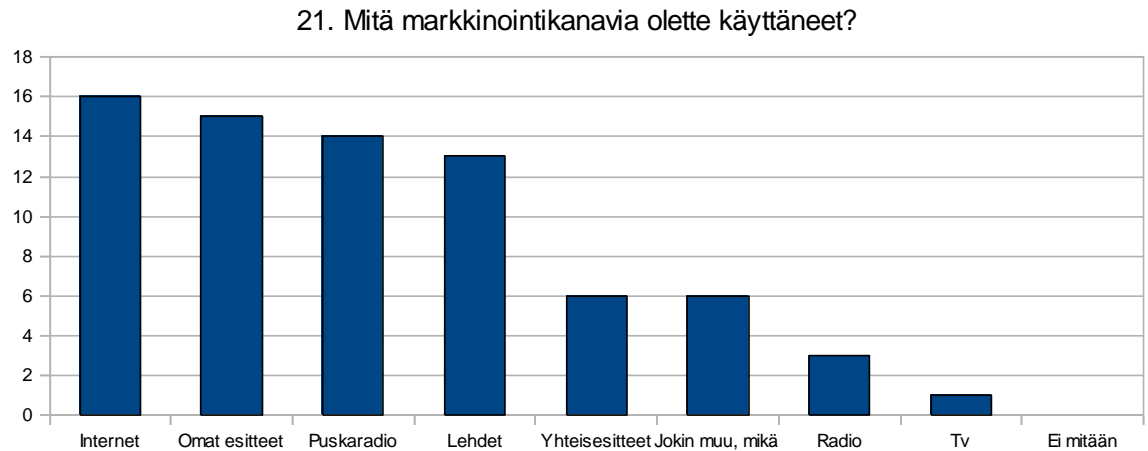
KUVIO 11. Matkailuportaalien hyödyllisyys

Seuraavaksi kysyttiin syitä, miksi vastaaja ei ole mukana matkailuportaaleissa. Kysymykseen vastasi viisi yritystä. Syitä olivat ajan puute sekä huonot kokemukset matkailuportaalien toimivuudesta. Lisäksi yhdellä vastaajalla ei ollut tarvetta osallistua, ja yksi ei ollut perehtynyt portaaleihin ollenkaan.

#### 10.4 Markkinointi

Seuraavaksi selvitettiin yritysten markkinointiin liittyviä asioita. Internet oli kyselyn mukaan suosituin markkinointikanava, se sai vastauksia 16 kpl. Seuraavaksi eniten omat esitteet (15kpl). Tämän jälkeen tulivat puskaradio (14kpl), lehdet (13kpl) ja yhteisesitteet (6kpl). Radiota oli hyödyntänyt kolme ja televisiota yksi vastaaja. Jokin muu, mikä sai kuusi vastausta. Muita kanavia olivat suoramarkkinointi, henkilökohtainen myyntityö, messut,

yhteismarkkinointitilaisuudet ja markkinointirengas [www.kirkonpaikat.net](http://www.kirkonpaikat.net). Lisäksi kaksi vastaajaa mainitsi erikseen Facebookin. Kuviosta 12 näkyy yritysten käyttämät markkinointikanavat.



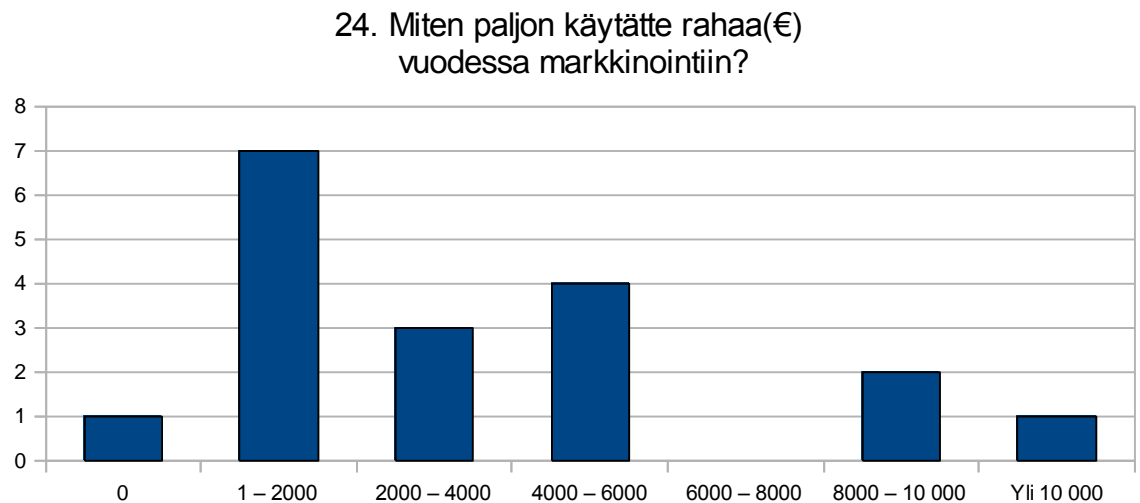
KUVIO 12. Markkinointikanavat

Kuviossa 13 esitetään yritysten osallistumista markkinointiyhteistyöhön. Vastaajista 11 ilmoitti tekevänsä markkinointiyhteistyötä muiden yritysten kanssa. Seitsemän vastaajaa ei tehnyt markkinointiyhteistyötä. Jatkokysymyksessä selvitettiin yhteismarkkinoinnin hyödyllisyyttä. Hyödylliseksi yhteismarkkinoinnin koki yhdeksän vastaajaa ja kaksi erittäin hyödylliseksi.



KUVIO 13. Markkinointiyhteistyö

Yrityksiltä kysyttiin, kuinka paljon he käyttävät rahaa markkinointiin vuodessa vastaukset on esitetty kuviossa 14. Seitsemän vastasi 1-2000€, neljä 4000-6000€, kolme 8000-10 000€, yksi yli 10 000€ ja yksi nolla euroa. Seuraavaksi kysyttiin arvioita markkinointibudjetista tulevaisuudessa. Vastaajista 12 arvioi käyttävänsä markkinointiin tulevaisuudessa saman verran rahaa kuin tällä hetkellä. Viisi arvioi kasvattavansa markkinointibudjettiaan, ja yksi arvioi käyttävänsä tulevaisuudessa vähemmän rahaa markkinointiin kuin tällä hetkellä.



KUVIO 14. Markkinointibudjetti

## 10.5 Rahoitus

Rahoitus-kohdassa kysyttiin yritysten osallistumista ja suhtautumista hanke- ja muihin rahoitusmuotoihin. Kuvioista 15 näkyy neljän vastaajan hyödyntäneen hankerahoitusta tai muita avustuksia. Vastaajista 14 ei ollut hyödyntänyt kumpaakaan. Rahoitusta hyödyntäneiltä kysyttiin kokemuksia hankkeista/avustuksista. Vastaukset olivat:

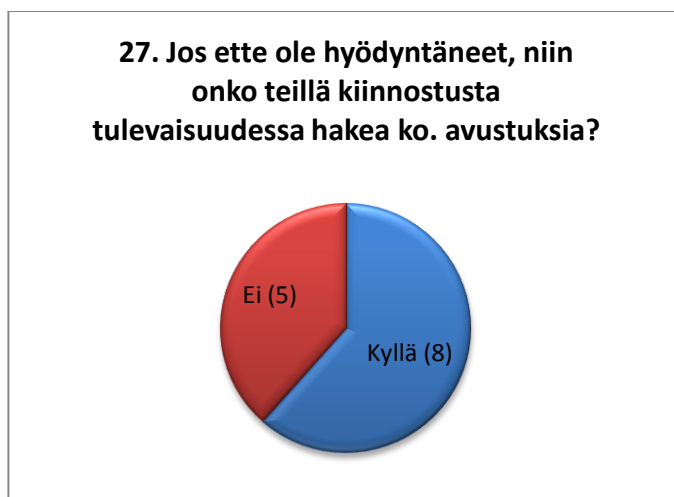
- ”Työläs, vaikea, pitkäkestoinen ja hankala summiin nähtynä”

- ”Kaupungin vuosittainen seura-avustus ok”
- “Byrokraattista, mutta hyvät virkailijat pelastavat”
- ”Hankkeiden ongelma on toiminnan päätyminen hankkeen päätyttyä. Liian usein samat asiat tehdään moneen kertaan eri hankkeissa, jolloin tulos on hieman heikko”



KUVIO 15. Hankerahoitus ja avustukset

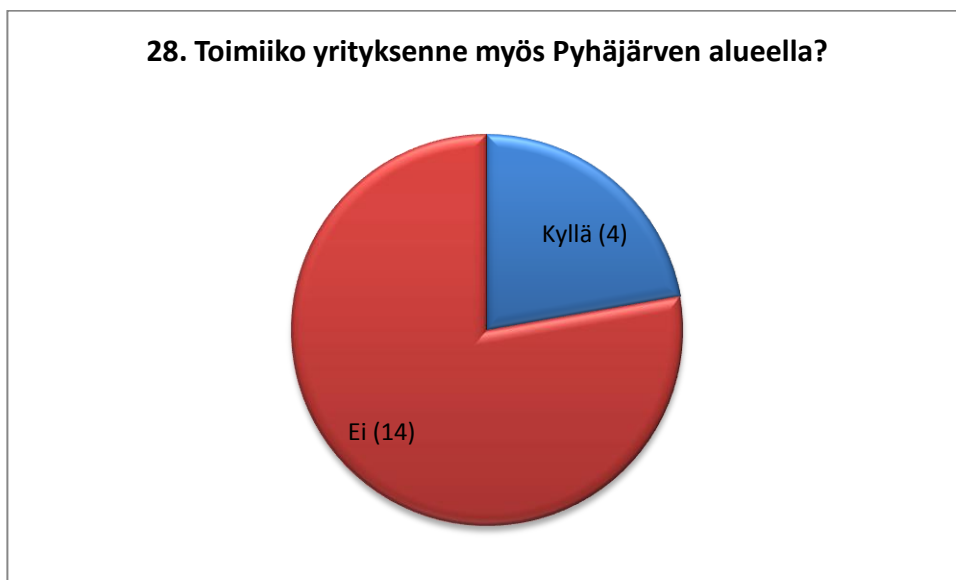
Kuviosta 16 näkyy, että kahdeksalla vastaajista oli kiinnostusta hakea hankerahaa tai muita avustuksia tulevaisuudessa. Viittä vastaajaa ei ko. rahoitus kiinnostanut.



KUVIO 16. Kiinnostus avustuksiin tulevaisuudessa

## 10.6 Näsijärven ja Pyhäjärven alueiden yhteistyö

Lopuksi kysyttiin Näsijärven ja Pyhäjärven alueen yritysten yhteistyöstä ja sen lisäämistarpeista. Kuten kuvioista 17 näkyy, vastaajista 14:sta ei ollut toimintaa Pyhäjärven alueella. Neljä yritystä toimi myös Pyhäjärvellä. Seitsemän vastaajaa tekee yhteistyötä Pyhäjärven alueen yritysten kanssa. 11 vastaajaa ei tee yhteistyötä. Jatkona kysyttiin yhteistyötä tekeville, mitä yhteistyö on sisältänyt. Kaksi vastasi Twinlake Cityn, yksi sanoi yhteistyön olevan samankaltaista kuin Näsijärvellä. Yhdellä yrityksellä on molemmilla järvillä toimintaa, josta on vastuussa samat henkilöt. Yksi yritys hyödyntää Pyhäjärvellä saunavarauksia vene-reissuille, ruokapalveluja ja majoitusta. Lisäksi vastaaja mainitsee Pyhäjärven yritysten olevan yhteistyökykyisempiä ja joustavampia, esimerkkinä Varalan urheiluopisto ja Vaihmalan hovi.



KUVIO 17. Toiminta Pyhäjärven alueella

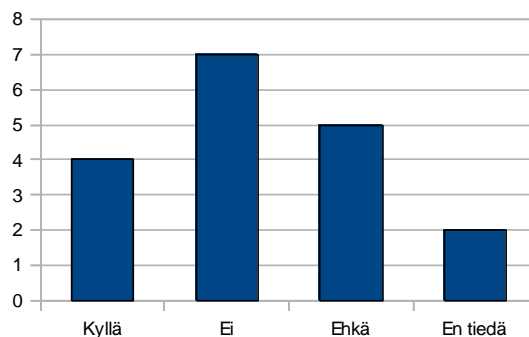
Kuviossa 18 näkyy, että yhdeksästä yrityksestä, jotka eivät tee yhteistyötä Pyhäjärven alueen yritysten kanssa, neljällä oli kiinnostusta tulevaisuudessa yhteistyöhön ja viidellä ei ollut.



KUVIO 18. Kiinnostus yhteistyöhön Pyhäjärven alueen yritysten kanssa

Pispalan uittotunnelia on suunniteltu otettavaksi vesistöliikennekäyttöön. Kuviossa 19 näkyy mahdollisen uittotunnelin hyödyllisyys kyselyssä mukana olleille yrityksille. Seitsemän yritystä ei kokenut tunnelin olevan hyödyksi heille. Viidelle vastaajista tunnelista olisi ehkä hyötyä. Neljälle vastaajista tunnelista olisi hyötyä ja kaksi ei tiennyt olisiko hyötyä vai ei.

**31. Pispalan uittotunnelia on suunniteltu otettavaksi vesistöliikennekäyttöön. Olisiko tästä hyötyä yrityksellenne?**



KUVIO 19. Pispalan uittotunneli

## 11 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

### 11.1 Johtopäätökset

Tehdyn tutkimuksen tuloksia ei voida pitää täysin valideina mukana olleiden yritysten ja saatujen vastausten vähyden vuoksi. Vastausprosentti oli kuitenkin suuri, 62,1, joten suuntaa antavia johtopäätöksiä tuloksista voidaan tehdä. Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään Näsijärven alueen matkailuyritysten verkostoitumista.

Yritykset ovat verkostoituneet jonkin verran, mutta selkeää tarvetta yhteistyön lisäämiselle on. Vastausten perusteella yhteistyöhön ei panosteta tarpeeksi eikä sitä koordinoita kunnolla kaikkien Näsijärven alueen toimijoiden kesken. Kritiikin mukaan olemassa oleva järvi-matkailuun keskittyvä portaali ei palvele kaikkia alueella toimivia yrityksiä, jotka haluaisivat olla mukana yhteistyössä. Tämän takia jotkut yritykset toivovat kaupungin panostavan enemmän alueen yritysten verkostoitumisen tukemiseen, perustamalla esimerkiksi kehittämissyhdistyksen ja tukemalla sen toimintaa.

Tällä hetkellä koko alueen kattavaa verkostoa ei ole olemassa. Kuitenkin ne yritykset, jotka ovat mukana eri matkailuportaaleissa, kokivat ne hyödyllisiksi. Kyselyssä ilmeni myös, ettei joitakin yrityksiä verkostoituminen kiinnosta. Tänä päivänä kuitenkin verkostoituminen on erittäin tärkeää varsinkin pienille yrityksille, jotka haluavat kasvaa suuremmiksi. Yhteistyötä ei pitäisi pelätä, vaan se tulisi nähdä voimavarana ja mahdollisuutena.

Tutkimuksessa selvitettiin myös kahden järven, Näsijärven ja Pyhäjärven, alueiden yritysten yhteistyötä. Tampereen sijaintia kahden suuren järven välissä pitäisi hyödyntää enemmän vetovoimatekijänä. Alle puolet tutkimuksessa mukana olleista yrityksistä tekee yhteistyötä Pyhäjärven alueen yritysten kanssa. Näiden lisäksi neljällä yrityksellä on toimintaa molemmilla järvillä. Tulevaisuudessa yhteistyötä olisi hyvä lisätä, ja tähän yrityksillä on kyselyn mukaan myös halua. Eräs vastaaja mainitsee Pyhäjärven yritysten olevan yhteistyökykyisempiä ja joustavampia kuin Näsijärven alueen yritykset, esimerkkeinä mainitaan

Varalan urheiluopisto ja Vaihmalan hovi. Pispalan uittotunnelin käyttöönotolla vesiliikenteeseen ei kyselyn mukaan olisi suurta merkitystä yritysten yhteistyön lisäämiseksi.

Markkinointiyhteistyötä tutkimuksen mukaan tekee hiukan yli puolet vastanneista yrityksistä ja se koettiin hyödylliseksi. Markkinointiyhteistyön kehittäminen olisi helppo tapa lisätä kohderyhmien saatavuutta. Kyselyyn vastanneiden yritysten markkinointibudjetit ovat yleisesti ottaen melko pieniä. Lisäämällä yhteismarkkinointia mahdollistettaisiin laajemmat kontaktit asiakasryhmiin suhteessa pienemmillä panoksilla kuin yksin toimittaessa. Monet yritykset ovatkin tiedostaneet asian, mutta resurssien puutteen vuoksi kaipaavat selkeää veturia ajamaan asiaa.

Markkinointikanavista lähinnä verkostoitumista ovat yhteisesitteet, joita kyselyyn vastanneista yrityksistä hyödynsi vain kuusi. Suosituimmat markkinointikanavat olivat internet, omat esitteet, puskaradio ja lehdet. Kaksi yritystä mainitsi erikseen hyödyntävänsä sosiaalista mediaa markkinoinnissaan. Esimerkiksi Facebook on ilmainen media, jonka kautta tavoittaa helposti ja nopeasti suuren määrän ihmisiä. Pelkkä sosiaalisessa mediassa mukana olo ei kuitenkaan riitä, vaan se vaatii resursseja ajallisesti, koska jonkun on päivitettävä sivuja/profiilia. Sosiaalinen media on melko uusi markkinointikanavana, eikä sitä osata vielä täysin hyödyntää. Pitää kuitenkin muistaa, että uudet markkinointikanavat eivät ole vallankumouksellisia eikä markkinointia kannata rakentaa pelkästään niiden varaan. Uudet kanavat syntyvät olemassa olevien rinnalle eivätkä niiden korvaajiksi (Salmenkivi & Nyman, 2007, 65).

Hankerahoituksista ja muista avustuksista kysyttäessä suurin osa ei ollut hyödyntänyt kyseisiä rahoitusmuotoja. Kuitenkin niistä, jotka eivät olleet hyödyntäneet ko. rahoituksia, yli puolella oli kiinnostusta tulevaisuudessa hakea niitä. Hakeneet kokivat ne työläiksi ja hankaliksi suhteessa hyötyyn. Tuloksista voidaan päätellä, että hankkeiden ja yritysten välistä kommunikaatiota ja yhteistyötä tulisi lisätä. Esimerkiksi aikaisemmin mainittu kehittämissyhdystys voisi toimia hankkeiden ja yritysten välisenä koordinoijana.

Tutkimuksessa selvisi, etteivät yritykset, kahta lukuun ottamatta, ole saaneet matkailualan laatukoulutusta. Eikä suurimmalla osalla ollut myöskään tulevaisuudessa kiinnostusta laa-



tukoulutukseen. Palveluiden kehittämisen ja tuotteistamisen kannalta voisi laatukoulutuksesta (esim. Matkailun edistämiskeskuksen Laatumoni-ohjelma) kuitenkin olla hyötyä alueen yrityksille.

## 11.2 Kehittämissuhteet

Tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että kehittämisen tarvetta Näsijärven alueella on. Ensimmäiseksi pitäisi perustaa kehittämissuhteet ajamaan Näsijärven alueen yrittäjien etuja. Kehittämissuhteet auttaisi yrityksiä tuotteistamaan palvelujaan, markkinoisi laatukoulutusta ja kielikursseja, mikäli tarvetta löytyy. Yhdistys voisi toimia myös hankeveturina ja yhteistyöelimenä kaupunkien ja yrittäjien välillä. Tämä edesauttaisi verkostoitumisen kehittymistä ja eri toimijoiden yhteistyön toimivuutta. Kehittämissuhteet voisi toimia Näsijärven ja Pyhäjärven alueiden yritysten välisenä linkkinä, koska halukkuutta yhteistyön lisäämiselle kyselyn mukaan on. Toimivan yhdistyksen edellytyksenä on saada sitä vetämään ihminen tai yritys, jolla on halua, tietoa, taitoa ja resursseja toimia laajalla sektorilla matkailualan eduksi. Mikäli yhdistys perustetaan, mukana olevien yritysten tulee huolehtia, ettei toiminta mene vain yhden tai muutaman yrityksen markkinoimiseksi, vaan kaikkien, sekä pienten että isompien, yritysten tulee olla samalla viivalla.

Kehittämissuhteuksella olisi mahdollisuus koota tiivis ja selkeä, mutta kattava markkinointipaketti Näsijärven ja Pyhäjärven alueiden yritysten tarjonnasta. Näin saataisiin lisättyä alueen vetovoimaa ja yritysten yhteismarkkinointia. Yhdistys voisi tuoda alueelle lisää näkyvyyttä ja houkuttelevuutta osallistumalla matkailualan messuille ja muihin tapahtumiin (esim. Helsingin venemessut). Yksittäisten yritysten on vaikeaa ja kallista saada itsensä näkyviin messuilla. Yhteistyö toisi tehokkuutta markkinointiin pienemmillä panoksilla.

Näsijärven alueen vesistömatkailu suurin haaste on sesongin lyhyys. Suomessa veneilykausi painottuu toukokuun ja elokuun lopun välille. Kauden aloitusta on vaikeaa aikaistaa, koska järvien jäätilannetta keväällä on mahdoton ennustaa. Sen sijaan kauden jatkaminen syksyyn on mahdollista tehostamalla B2B-markkinointia. Erilaisten työ-päivien ja muiden

yrittäjille suunnattujen virkistystapahtumien järjestäminen voisi piristää alueen vesistömatkailua syyskaudella.

Sesongin lyhyys ei ole pelkästään vesistömatkailuyritysten ongelma, vaan se koskee myös pienempiä majoituspalveluja tarjoavia yrityksiä. Varsinkin vuoden kaksi ensimmäistä kuu- kautta ovat hiljaisia majoitusrintamalla. Monet yrittäjät kaipaavat toiminnan painottumista tasaisemmin ympäri vuoden. Palvelujen tuotteistaminen voisi olla yksi tapa lisätä kysyntää sesongin ulkopuolella.

Tuotepaketteja voisi kehittää brainstorming-menetelmällä. Erikoisiakaan ajatuksia ei kan- nata heti hylätä, sillä ne voivat poikia uusia ja innovatiivisia tuotteita tai tuotepaketteja. Esimerkkejä tuotepaketeista ja aktiviteeteista sesongin ulkopuolelle:

- Rakennetaan talvella Näsijärven jäälle iglu-kylä, jossa voitaisiin järjestää erilaisia tapahtumia ja ohjelma- ja ravitsemuspalveluja sekä yksityisille että yrityksille. Mahdollisesti igluissa voisi myös yöpyä tai majoitus voitaisiin järjestää lähialueen majoituspalveluyritysten toimesta. Iglu-kylän yhteydessä voitaisiin järjestää esimer- kiksi rekiajelua jäällä, pilkkimistä, hiihtämistä, luistelua, jääliittoa/purjehdusta, avan- tountia, saunomista ja lumikenkäkävelyä. Näihin aktiviteetteihin voitaisiin yhdistää ruokailu ja/tai vaikka nokipannukahvit lettujen kera. Paketteja tulisi olla erityyppisiä eri kohderyhmiä ajatellen, esim. yritykset ja lapsiperheet.
- Syksyn pimeyttä voitaisiin markkinoida mahdollisuutena romantiikkaan. Majoitus- palvelut voisivat rakentaa Romantiikkaa syksyyn –paketteja, joissa tarjottaisiin pa- riskunnille mahdollisuus viettää aikaa yhdessä rauhallisessa ympäristössä kaukana arjen kiireestä ja harmaudesta. Mökit voitaisiin sisustaa ja varustaa teeman mukai- sesti. Pakettiin voitaisiin lisätä tarpeen mukaan myös elokuva- tai teatterinäytös ja illallinen kynttilänvalossa.

Näiden pakettien avulla tavoitetuille asiakkaille voitaisiin markkinoida myös kesäkauden vesistö, kalastus- ja matkailupalveluja. Esimerkiksi iglu-kylässä vieraileville yrityksille

voitaisiin myydä risteilyjä tai matkailupaketteja seuraavalle kesälle. Samoin kesäasiakkaille voitaisiin markkinoida ja myydä syksyn ja talven palveluja.

## 12 LOPUKSI

Aloittaessamme työn aikataulun tiukkuus tuntui musertavalta. Meitä oli kuitenkin kaksi, niin pystyimme jakamaan työmäärän. Yksin tällaisen työn valmiiksi saattaminen käytössä olleen ajan puitteissa olisi ollut erittäin vaikeaa. Työtä tehdessä tunnetilat vaihtelivat synkästä epätoivosta vahvaan luottamukseen. Alun vaikeuksien jälkeen työnkuvan tarkentumisen tekeminen helpottui. Samalla löysimme tehokkaan ja meille sopivimman tavan työskennellä yhdessä. Saavuimme aamuisin koululle ja työskentelimme samassa tilassa vierekkäisillä tietokoneilla koko päivän. Tämä mahdollisti kommunikoinnin reaaliajassa, vaikka saatoimmekin tehdä eri osioita kumpikin. Näin saimme pidettyä työn yhtenäisenä.

Toinen meistä on työskennellyt vesistöliikenneyrityksessä Pyhtäällä ja sen vuoksi aihe tuntui mielenkiintoiselta. Opimme paljon verkostoitumisen tärkeydestä pk-yrityksille ja kuinka haastavaa toimivan verkoston muodostaminen voi olla, koska yllättävän monen yrittäjän suhtautuminen verkostoitumiseen on vielä nykyäänkin negatiivista. Toivomme tästä työstä olevan hyötyä Näsijärven alueen yrityksille verkostoitumisen suhteen ja innostavan toimijoita kehittämään yhteistyötään.

Kiitämme opettajaamme Heikki Toijalaa, ohjaajaopettajaamme Paula Kivelää ja Pirkanmaan liiton edunvalvontapäällikköä Jouni Koskelaa avusta ja yhteistyöstä. Kiitämme myös kyselytutkimukseen vastanneita yrityksiä.

## LÄHTEET

### **Painetut lähteet**

- Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi: matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Helsinki. WSOY.
- Hakanen, M., Heinonen, U. & Sipilä, P. 2007. Verkostojen strategiat – Menesty yhteistyössä. Helsinki. Edita Prima Oy.
- Hall, C.M. & Härkönen, T. 2006. Lake Tourism - An Integrated Approach to Lacustrine Tourism Systems. England: Cromwell Press.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2010. Tutkimushaastattelu - Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki. Gaudeamus.
- Holsti, H. 2009. Näsijärven kalastusalue: Näsiselän, Koljonselän ja Vankaveden kalastustiedustelu 2008. Kirje nro 688/HH
- Kotimaan vesiliikennetilasto 2009. 2010. Helsinki. Edita Prima Oy.
- Luomanen, T. 2010. Selvitys vesistömatkailun edellytyksistä Pirkanmaalla. Pirkanmaan liitto.
- Rautio, J. & Tuorila, L. 2008. Näsijärvi. Jyväskylä. Emu Kustannus Oy.
- Salmenkivi, S. & Nyman, N. 2007. Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi. Helsinki. Karisto Oy.
- Tampereen ja Pirkanmaan Elämystalouden strategia 2010–2012 painettu versio. 2009. Tampere. Domus Print Oy.
- Tampereen kaupungin kestävän kehityksen raportti 2008 tiivistelmä. 2009. Tampere. Juvenes Print.
- Toivola, T. 2006. Verkostoituva yrittäjäyys: strategiana kumppanuus. Helsinki. Edita.
- Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki. Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Vesterinen, J. 2010. Näsijärven kalastusalueen käyttö- ja hoitosuunnitelma vuosille 2010-2014.
- Vuoristo, K-V. 2002. Matkailun muodot. Porvoo: Wsoy.

## Sähköiset lähteet

Grönroos, M. Luettu 20.10.2010.

[http://www.mattigronroos.fi/Galleries/Hameen\\_vesistot/Visuselka.htm](http://www.mattigronroos.fi/Galleries/Hameen_vesistot/Visuselka.htm)

Hurskainen, T. 2005. Luettu 20.10.2010.

<http://kanaler.arnholm.nu/suomi/finland/murolef.html>

Hurskainen, T. 2005. Luettu 20.10.2010.

<http://kanaler.arnholm.nu/suomi/finland/herraskoskif.html>

Hurskainen, T. 2005. Luettu 20.10.2010.

<http://kanaler.arnholm.nu/suomi/finland/kaivoskantaf.html>

Kleemola, A. 2004. Luettu 15.11.2010.

<http://lipas.uwasa.fi/termino/WasaTerm/teemamatkailu/6luontomatkailu.html>

Kleemola, A. 2004. Luettu 15.11.2010.

<http://lipas.uwasa.fi/termino/WasaTerm/teemamatkailu/6.6vesistmatkailu.html#Topic38>

Kokemäenjoen vesistön vesiensuojeluyhdistys. Lausunto Näsijärven Näsiselän vedenlaadusta. Luettu 2.11.2010 [http://www.kvvy.fi/vedenlaatu/luo\\_lausunto.php?id=8054](http://www.kvvy.fi/vedenlaatu/luo_lausunto.php?id=8054)

Kuhamaa. Näsijärvi. Luettu 17.11.2010. <http://www.kuhamaa.fi/jarvet/nasijarvi>

Kuluttajavirasto. 2010. Luontomatkailuun on Suomessa hyvät mahdollisuudet. Luettu 15.11.2010. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/luontomatkailu/>

Metsähallitus. Luontomatkailu. Luettu 15.11.2010.

[http://www.metsa.fi/sivustot/metsa/fi/Hankkeet/Rakennerahastohankkeet/Kestavaluontomat\\_kailusaaristomerella/Luontomatkailu/Sivut/Luontomatkailu.aspx](http://www.metsa.fi/sivustot/metsa/fi/Hankkeet/Rakennerahastohankkeet/Kestavaluontomat_kailusaaristomerella/Luontomatkailu/Sivut/Luontomatkailu.aspx)

Pirkanmaan liitto. 2010. Luettu 20.10.2010. <http://www.pirkanmaa.fi/etusivu.html>.

Pirkanmaan liitto. Aluekehitystyö. 2010. Luettu 20.10.2010.

<http://www.pirkanmaa.fi/aluekehitys.html>

Pirkanmaan liitto. Asutuksen alkua. Luettu 1.11.2010. <http://www.pirkanmaa.fi/historia-asutus.html>

Pirkanmaan liitto. Edunvalvonta. 2010. Luettu 20.10.2010.

<http://www.pirkanmaa.fi/edunvalvonta.html>

Pirkanmaan liitto. Kansainvälinen yhteistyö. 2010. Luettu 20.10.2010

[www.pirkanmaanliitto.fi/kansainvalinen\\_yhtei.html](http://www.pirkanmaanliitto.fi/kansainvalinen_yhtei.html)

Pirkanmaan liitto. Maakuntakaavoitus. 2010. Luettu 20.10.2010.  
<http://www.pirkanmaa.fi/maakuntakaavoitus.html>

Pirkanmaan liitto. Pirkanmaan historia. Luettu 1.11.2010.  
[http://www.pirkanmaa.fi/pirkanmaan\\_historia.html](http://www.pirkanmaa.fi/pirkanmaan_historia.html)

Pirkanmaan liitto. Teollistumisen varhaisvaiheet. Luettu 2.11.2010.  
<http://www.pirkanmaa.fi/historia-teollisvarh.html>

Tampereen kaupunki. Kestävä kehitys. 2009. Luettu 20.10.2010.  
<http://www.tampere.fi/kestavakehitys.html>

Tampereen kaupunki. 2010. Tampere sanoin ja kuvin. Luettu 2.11.2010.  
<http://www.tampere.fi/tampereinfo/sanoinjakuvin.html>

Tampereen seurakunnat. 2010. Aitolahden kirkko. Luettu 18.10.2010.  
<http://www.tampereenseurakunnat.fi/kirkot/aitolahti>

Tampereen seurakunnat. 2010. Aitolahden vanha kirkko. Luettu 18.10.2010.  
[http://www.tampereenseurakunnat.fi/kirkot/aitolahti\\_vanha](http://www.tampereenseurakunnat.fi/kirkot/aitolahti_vanha)

Tampereen seurakunnat. 2010. Lielahden kirkko. Luettu 18.10.2010.  
<http://www.tampereenseurakunnat.fi/kirkot/lielahti>

Tampereen seurakunnat. 2010. Teiskon kirkko. Luettu 18.10.2010.  
<http://www.tampereenseurakunnat.fi/kirkot/teisko>

Ylöjärven kaupunki. 2010. Perustietoa. Luettu 2.11.2010.  
<http://www.ylojarvi.fi/kuntainfo/perustietoa>

Ympäristöministeriö. Mitä on kestävä kehitys. 2009. Luettu 20.10.2010.  
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=22119&lan=fi>

## LIITTEET

## LIITE 1: KYSELYLOMAKE

LIITE 1: 1 (8)

**Kysely Näsijärven alueen matkailun kehittämiseksi****Taustatiedot**

Yrityksen nimi (Yrityksen nimi jää pelkästään tutkijoiden tietoon)?

1. Yrityksen toimiala?
  
2. Yrityksen kotikunta?
  - a. Tampere
  - b. Ylöjärvi
  - c. Jokin muu, mikä?

Jos valitsitte vaihtoehdon Jokin muu, mikä, niin kertoisitteko mikä?

3. Mikä on liikevaihtonne vuodessa euroina?
  - a. Alle 10 000
  - b. 10 000-20 000
  - c. 20 000-50 000
  - d. 50 000-100 000
  - e. 100 000-200 000
  - f. Yli 200 000



## LIITE 1: 2 (8)

4. Mikä on arvionne vuoden 2010 tuloksesta verrattuna edellisvuoteen?
  - a. Paljon huonompi
  - b. Vähän huonompi
  - c. Saman verran
  - d. Vähän parempi
  - e. Paljon parempi
  
5. Mitkä ovat odotuksenne tuloksen suhteen tulevaisuudessa?
  - a. Huonompi
  - b. Samanlainen
  - c. Parempi

**Yrityksen ja palveluiden kehittäminen**

6. Mikä on yrityksenne ydinosaaaminen?
  
7. Miten kehittäisitte yritystänne?
  
8. Mitkä ovat esteet kehittämiselle?
  
9. Miten toivoisitte kaupungin kehittävän Näsijärven alueen palveluita?

## LIITE 1: 3 (8)

10. Onko teidän yrityksellänne kiinnostusta kielikursseihin, joissa keskitytään matkailusanastoon?

- a. Kyllä
- b. Ei

11. Oletteko saaneet matkailupalveluiden laatukoulutusta (esim. Laatutonni)?

- a. Kyllä
- b. Ei

12. Jos ette ole saaneet, aiotteko osallistua laatukoulutukseen?

- a. Kyllä
- b. Ei

### **Yhteistyö ja verkostoituminen**

13. Teettekö yhteistyötä Näsijärven alueen yritysten, tai jonkun muun toimijan kanssa?

- a. Kyllä
- b. Ei

Jos olette tehneet, niin mitä yhteistyö on konkreettisesti ollut?

Jos ette ole tehneet yhteistyötä, niin miksi ette?

14. Oletteko hyötäneet yhteistyöstä?

- a. Ei lainkaan
- b. Vähän
- c. Melko paljon
- d. Paljon

15. Jos olette hyötäneet yhteistyöstä, niin miten?

16. Miten yhteistyötä tulisi kehittää?

17. Onko mielestänne tarvetta lisätä yhteistyötä?

- a. Kyllä
- b. Ei

Mikäli on, niin minkälaista ja kenen kanssa?

18. Oletteko mukana Tampereen alueen matkailuportaaleissa? (esim. twinlakecity.fi)

- a. Kyllä
- b. Ei

Jos vastasitte edelliseen kysymykseen Kyllä, niin missä?

19. Jos olette mukana, niin oletteko kokeneet sen hyödylliseksi?

- a. Kyllä
- b. Ei

20. Jos ette ole mukana, niin miksi ette?

### **Markkinointi**

21. Mitä markkinointikanavia olette käyttäneet? (voitte valita useamman vaihtoehdon)

- a. Ei mitään
- b. Lehdet (esim. ilmaisjakelulehdet, sanomalehdet)
- c. Radio
- d. Tv
- e. Internet
- f. Omat esitteet
- g. Yhteisesitteet
- h. Puskaradio
- i. Jokin muu, mikä?

Jos vastasitte Jokin muu, mikä, niin kertoisitteko mitä?

22. Teettekö markkinointiyhteistyötä muiden yritysten kanssa?

- a. Kyllä
- b. Ei

23. Jos vastasitte edelliseen kysymykseen Kyllä, niin kuinka hyödylliseksi olette koke-  
neet yhteismarkkinoinnin?
- a. Erittäin hyödylliseksi
  - b. Hyödylliseksi
  - c. En hyödylliseksi, enkä haitalliseksi
  - d. Haitalliseksi
  - e. Erittäin haitalliseksi
  - f. En osaa sanoa
24. Miten paljon käytätte rahaa(€) vuodessa markkinointiin?
- a. 0€
  - b. 1-2000€
  - c. 2000–4000€
  - d. 4000–6000€
  - e. 6000–8000€
  - f. 8000–10 000€
  - g. Yli 10 000€
25. Paljonko arvioitte yrityksenne käyttävän tulevaisuudessa markkinointiin rahaa suh-  
teessa nykyhetkeen?
- a. Reilusti vähemmän
  - b. Vähemmän
  - c. Saman verran
  - d. Enemmän
  - e. Reilusti enemmän
  - f. En osaa sanoa

**Rahoitus**

26. Oletteko hyödyntäneet hankerahoja tai muita avustuksia?

- a. Kyllä
- b. Ei

Jos olette hyödyntäneet, niin minkälaisia kokemuksia teillä ko. hankkeista/avustuksista on?

27. Jos ette ole hyödyntäneet, niin onko teillä kiinnostusta tulevaisuudessa hakea ko. avustuksia?

- a. Kyllä
- b. Ei

**Näsijärven ja Pyhäjärven alueiden yhteistyö**

28. Toimiiko yrityksenne myös Pyhäjärven alueella?

- a. Kyllä
- b. Ei

29. Tekeekö yrityksenne yhteistyötä Pyhäjärven alueen yritysten kanssa?

- a. Kyllä
- b. Ei

Jos vastasitte edelliseen kysymykseen Kyllä, niin minkälaista yhteistyötä?

## LIITE 1: 8 (8)

30. Jos vastasitte edelliseen kysymykseen Ei, niin onko teillä kiinnostusta tulevaisuudessa tehdä yhteistyötä alueen yritysten kanssa?
- a. Kyllä
  - b. Ei
31. Pispalan uittotunnelia on suunniteltu otettavaksi vesistöliikennekäyttöön. Olisiko tästä hyötyä yrityksellenne?
- a. Kyllä
  - b. Ei
  - c. Ehkä
  - d. En tiedä

**Vapaa sana**

Lopuksi sana on vapaa, jos teillä on jotain lisättävää tai kommentoitavaa tähän aiheeseen liittyen.

## Näsijärven alueen kehittäminen

Hei!

Opiskelemme Tamk:ssa maaseutuelinkeinojen markkinointia. Teemme lopputyötä aiheenamme Näsijärven alueen vesistömatkailun kehittäminen. Toteutamme Pirkanmaan liiton toimesta alueen yrityksille tutkimuskyselyn aiheeseen liittyen. Olisimme kiitollisia, jos mahdollisimman moni yritys vastaisi kyselyyn. Lomakkeen voi täyttää sähköisessä muodossa osoitteessa:

<https://lomake.tamk.fi/v3/lomakkeet/9694/lomake.html>

Toivomme, että ehditte vastaamaan keskiviikkoon 20.10. mennessä.

Syysterveisin,

Topi Järvenpää ja Markku Saarela

Lisätietoja antaa tarvittaessa Markku Saarela Puh. 0400 782 956, markku.saarela@piramk.fi tai sähköpostilla Topi Järvenpää topi.jarvenpaa@piramk.fi



#### 6. Mikä on yrityksenne ydinosaaminen?

- Työelämän koulutus, aikuisten kansanopistotoiminta. Majoitus-, ruokailu ja kokouspalvelujen myynti
- Säätiömme tukee Tampereen yliopiston toimintaa myöntämällä apurahoja
- Poikkeuksellinen tuote ja positiivinen kanssakäyminen asiakkaan/vieraiden kanssa
- Laadukkaat edustussaunapalvelut ja savusauna
- Venevuokraus, palvelu, joustavuus
- Asiakastarpeen tyydyttäminen
- Hyvä sauna, hienojen kokous- ja juhlatilojen vuokraus, talvisin upea avanto
- Kurssi- ja leiritoiminnan mahdollistaminen
- Köysitoiminta- ja melontaohjaukset,ohjelmapaketit
- Vesistömatkailu ja sen kehittäminen (valmiit konkreettiset tuotteet sekä konsultointi)
- Ravintola- ja juhlapalvelut
- Vuokramökkit, saunat juhla- ja kokouspalvelut
- Veneilykoulutus
- Henkilökohtainen palvelu, vahva vuosien kokemus ja ammattitaitoinen henkilökunta
- Sisävesivarustamo
- Suomalaisten ruokapalveluiden tarjoaminen
- Viestintäkoulutus

### 7. Miten kehittäisitte yritystänne?

- Markkinoinnin lisääminen on ajankohtaista Palvelutason ylläpitäminen on haasteellinen tehtävä.
- Ympäristön viimeistelyllä ja ohjelmapalvelutarjonnan laajentamisella
- Tuki- ja lisäpalveluita
- Investoisin lisää kalustoon, resursseihin
- Työn jakautuminen tasaisemmin ympäri vuoden
- Kokous- ja juhlatilojemme käyttöasteen nostaminen vielä entisestään
- Tilojen markkinoinnissa mm. lähimarkkinointi - kokoukset - kurssit - leirit- ruokailut - saunat - kota / nuotiot - Ulkoilut - juhlahetket arkisin – muistotilaisuudet
- Kalustohankinnoilla ja yhteistyötä lisäämällä
- Satamatietojen sähköiseksi saattaminen, ulkomaan markkinointi/incoming-myynti
- Majoitustilojen lisääminen, erilaisuuden korostaminen, erottuminen laadulla
- Koulutusta parantamalla
- Tuotteistamalla palveluita entistä enemmän
- Markkinoinnin kehittäminen, uudet tuotteet
- Kehittäisimme ohjelmapalveluita
- Tilojen uusiminen ja kaluston ostaminen

#### 8. Mitkä ovat esteet kehittämiselle?

- Henkilöressurssien niukkuus. Ehkä emme osaa löytää tietämme markkinoille riittävässä laajuudessa
- Säätiön säännöt
- Rahoitus
- Huonot tukipalvelut Näsijärvellä (ei tasokkaita ravintoloita, ei majoitusta, ei edustasoisia tiloja, ei polttoainetta veneille ympäri vuoden)
- Suomalainen vuoden kierto; toiminnallinen aktiivisuus on suoraan sidoksissa päivien pituuteen
- Aika / raha /rahoitus
- Lyhyt kesäkausi, resurssien vähyys ajatellen kasvua (tämänhetkisellä volyymilla pärjätään kyllä hyvin)
- Ei esteitä
- Aika ja raha
- Taloudelliset
- Ajan puute
- Omistajat ja raha

9. Miten toivoisitte kaupungin kehittävän Näsijärven alueen palveluita?

- Nykyisin tekee hommia aika hyvin
- Hankevetureiden käsittely yrittäjänä? Esimerkkinä retkiluistelu. Tukemalla radan aurausta mahdollistetaan useamman yrittäjän toiminta. Auraaja ei tienaa itse
- Hyvä näinkin, veneilymyönteisyys, hyvät satamat
- Yrittävän purkaa poliittisia esteitä muilta toimijoilta: esim Muroleen kanava pitäisi saada kunnolla vuokralle pitkillä sopimuksilla kunnan yrittäjälle
- Eipä tarvetta
- Olla mukana tukemassa eri tavoin
- Markkinointitoimenpiteet valtakunnallisesti ovat aika ohuella pohjalla, esim. Helsingin Venemessuilla Näsijärven alue ei näy mitenkään
- Ammattimaisille vene- ja laivayrittäjille jonkinlaista huomiota ja palveluita. Veden korkeus tuottaa tällähetkellä huomattavia taloudellisia menetyksiä
- Tuovan esiin jo olemassa olevaa toimintaa ja tukevan taloudellisesti jo alkanutta yrittäjien yhteistoimintaa
- Palvelujen parantaminen, 10-v sitten tehdyn verkostoselvityksen / työn päivittäminen. Kaikki palvelut yhteen nippuun
- Satamiin panostusta ja toimintaa
- Kun nyt saisi kevyenliikenteen väylän opistolle

Jokamiehen oikeudella saa (Kuluttajavirasto 2010/Luontomatkailuun on Suomessa hyvät mahdollisuudet):

- liikkua jalan, hiihtäen tai pyöräillen luonnossa pois lukien pihamaat ja pellot, niityt ja istutukset, jotka voivat vahingoittaa kulkemisesta
- oleskella tilapäisesti alueilla, missä liikkuminenkin on sallittua - voit esimerkiksi teltailla suhteellisen vapaasti, kunhan pidät huolen riittävästä etäisyydestä asumukseen
- poimia luonnonmarjoja, sieniä ja kukkia
- onkia, pilkkiä, veneillä, uida ja peseytyä vesistöissä sekä kulkea jäällä

Ei saa:

- aiheuttaa häiriötä tai haittaa toisille
- häiritä tai vahingoittaa lintujen pesiä ja poikasia
- häiritä poroja ja riistaeläimiä
- kaataa tai vahingoittaa kasvavia puita, ottaa kuivunutta tai kaatunutta puuta, varpuja, sammalta tms. toisen maalta
- tehdä avotulta toisen maalle ilman pakottavaa tarvetta
- häiritä kotirauhaa esimerkiksi leirytyksellä liian lähelle asumuksia tai meluamalla
- roskata ympäristöä
- ajaa moottoriajoneuvolla maastossa ilman maanomistajan lupaa
- kalastaa ja metsästää ilman asianomaisia lupia

## LIITE 5: LUONTO JA EKOTURISMIN TAVOITTEET

## LIITE 5: 1 (1)

The International Ecotourism Society (TIES) perustettiin vuonna 1992. Organisaatio on määritellyt luonto- ja ekoturismin keskeisimmät tavoitteet seuraavasti (Metsähallitus. Luontomatkailu):

- Luontomatkailussa pyritään säilyttämään paikallisia ympäristö- ja kulttuuriarvoja. Luonnon monimuotoisuus ja matkailukohteen omaperäisyys ovat luontomatkailun voimatekijöitä
- Luontomatkailu edistää aktiivisesti luonnonsuojelua ja vaalii kulttuuriarvoja
- Luontomatkailu suosii paikallista taloutta mahdollisimman paljon
- Luontomatkailussa otetaan huomioon paikalliset asukkaat ja arvostetaan heitä
- Luontomatkailu on pienimuotoista ja tapahtuu pienissä ryhmissä, aina luontoa ja kulttuuriarvoja huomioiden
- Luontomatkailu mahdollistaa luonto- ja kulttuurielämyksiä, jotka ovat vaikeita tai mahdottomia järjestää omin päin
- Luontomatkailu on alansa kärkeä ympäristöasioissa. Se myös näyttää suuntaa ja innostaa muita matkailualan toimijoita ympäristön huomioonottamiseen
- Luontomatkailu antaa kävijöille mahdollisuuden tutustua luonto-, kulttuuri- ja ympäristökysymyksiin
- Luontomatkailu on myös matkanjärjestäjän tai heidän edustajansa ja matkailijan henkilökohtainen tapaaminen
- Luontomatkailussa on kyse luontoelämyksistä, jotka ovat myös usein vahvasti kulttuurisidonnaisia
- Luontomatkailua markkinoidaan vastuullisesti, jotta asiakkaan odotukset olisivat realistisia
- Luontomatkailu asettaa vaatimuksia sekä matkanjärjestäjille että matkailijoille