

Från spannmålgård till turism i Degerby

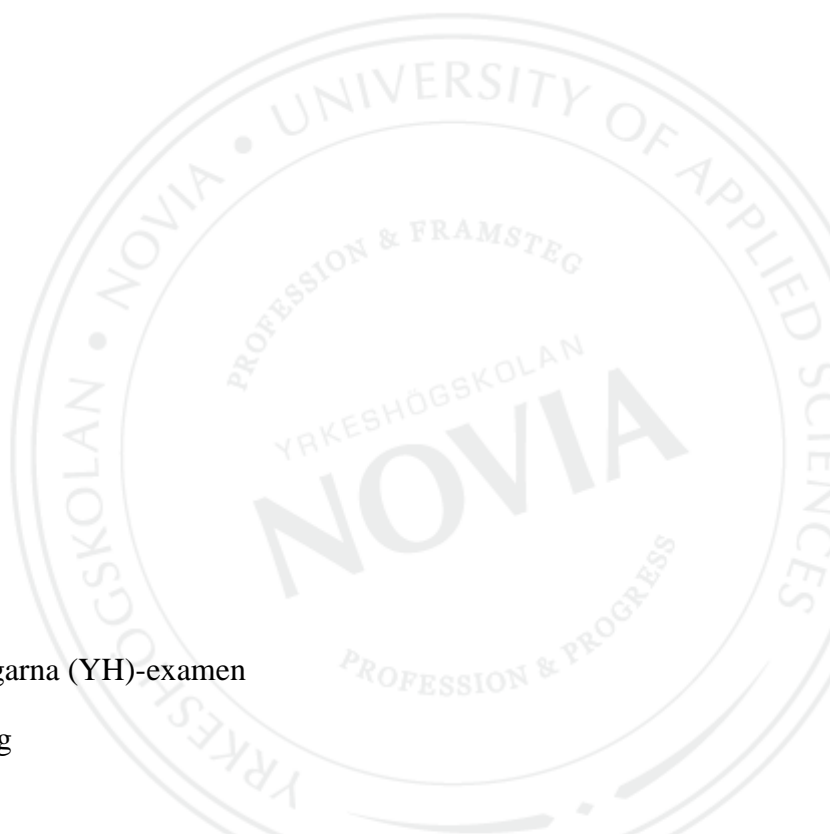
examensarbete

Angelik Karlsson

Examensarbete för Lantbruksnäringarna (YH)-examen

Utbildningsprogrammet för Agrolog

Ort Sjundeå 15.04.2012



EXAMENSARBETE

Författare: Angelik Karlsson

Utbildningsprogram och ort: Lantbruksnäringsarna, Raseborg

Inriktningalternativ/Fördjupning: Agrolog

Handledare: Teemu Laitakoski

Titel: Från spannmålgård till turism i Degerby

Datum 15.04.2012

Sidantal 32

Bilagor 0

Sammanfattning

Genom medlemskapet i EU, sjönk priserna på produkterna för spannmålsodlare, och djuruppfödare. Detta har lett till allt flera har börjat fundera på en bisyssla till jordbruket. Att satsa på turism har varit aktuellt för många jordbrukare. Statistiken visar att turismen har ökat i Finland.

Detta arbete handlar om en spannmålgård som slutat med jordbruket, och börjar med turism. För det krävs att man bygger inkvarteringsutrymmen, platser för husbilar/ vagnar och i arbete beskrivs vilka krav som ställs, och hur man skall gå tillväga när man startar upp ett företag.

Genom att turism har blivit en populär binäring till jordbruket, har konkurrensen ökat på marknaden. Kunderna är mera målmedvetna om vad de vill ha, och ställer högre krav. Därför har det tagits i bruk olika klassificeringssystem. Detta har också lett till att marknadsföring blivit allt viktigare för att lyckas med företaget.

Språk: Svenska

Nyckelord: Binäring, Gårdsturism, Camping, Turism, Lönsamhet, Marknadsföring

BACHELOR'S THESIS

Author: Angelik Karlsson

Degree Programme: Agricultural and rural industries

Specialization: Bachelor of agriculture

Supervisors: Teemu Laitakoski

Date 15.04.2012

Number of pages 32

Appendices 0

Title: From cereal farm to tourism in Degerby

Summary

Through membership in the EU prices of products for cereal farmers and stockbreeders dropped. This has led to the fact that several farmers have begun to consider side sources of livelihood for farming. To invest in tourism has been on the table for many farmers. Statistics show that tourism has increased in Finland.

This work is about the cereal farm which gave up farming, but is interested in starting with Camping. Work is about to build cottages and places for caravans/trailers and requirements for them, and how to proceed when we start up a business. This work also deals with statistics.

Tourism has become a popular whole range for agriculture, competition has increased in the market. The customer is more purposeful about what they want, and set higher requirements. Why has it been in use different rating systems. This has also led marketing efforts become increasingly important for the success of the company.

Language: Swedish

Key words: Farm tourism, Camping, Tourism, Profitability, Marketing, Sidelines

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Angelik Karlsson

Koulutusohjelma ja paikkakunta: Maatalouselinkeino, Raasepori

Suuntautumisvaihtoehto/Syventävät opinnot: Agrologi

Ohjaajat: Teemu Laitakoski

Nimike: Viljatilatoiminnasta turismiin Degerbyssä

Päivämäärä 15.04.2012

Sivumäärä 32

Liitteet 0

Tiivistelmä

EU-jäsenyyden myötä maanviljelijöille ja lihakarjankasvattajille maksettavien tuotteiden hinnat laskivat. Tämän johdosta useat maanviljelijät ovat alkaneet pohtia täydentävän lisätoiminnan kehittämistä perinteisen toiminnan rinnalle tai jopa sen sijalle. Matkailuun investoiminen on ollut tällainen toiminnan muoto.

Tilastot osoittavat, että erilainen maatilamatkailu on kasvanut Suomessa ja siitä on tullut yhä suosituempaa. Tarjonnan lisääntyminen on johtanut myös kiristyneeseen kilpailuun markkinoilla. Asiakkaat ovat määrä- ja laatutietoisia ja vaatimustaso on kasvanut. Siksi on olemassa erilaisia luokittelujärjestelmiä, jotka auttavat asiakkaita valitsemaan juuri heille sopivimman vaihtoehdon. Luokittelut asettavat yritykselle vaatimuksia jotka vaikuttavat tarvittavien investointien määrään. Markkinoinnilla on lisäksi suuri merkitys yrityksen onnistumiseen ja menestykseen.

Tämä opinnäytetyö koskee viljatilaa, joka luopuu maataloudesta ja aloittaa leirintäalue toiminnan. Aiheessa käsitellään tarvittavat kiinteistöt, asuntovaunu- ja asuntoautoalueen rakentaminen, niitä koskevia määräyksiä sekä markkinointia ja muita asioita joihin aloittavan yrittäjän tarvitsee perehtyä. Aiheeseen liittyviä tilastoja käsitellään lisäksi tässä työssä.

Kieli: Ruotsi Avainsanat: maatilaturismi, Camping, turismi, kannattavuus, markkinointi, sivutulo

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1	INLEDNING	1
2	LANDSBYGDSTURISM	1
2.1	VAD LOCKAR TURISTERNA	2
2.2	HUR KOMMER DET SIG ATT DET BLIVIT POPULÄRT MED LANDSBYGDSTURISM.....	2
2.3	ALLMÄNT OM LANDSBYGDEN.....	2
2.4	STATISTIK.....	3
3	AFFÄRSUTVECKLING	5
3.1	NÄR MAN STARTAR UPP ETT FÖRETAG	6
3.2	ATT BEDÖMA VAD MAN SJÄLV KAN	6
3.2.1	<i>Vad och vem?</i>	6
3.2.2	<i>Image, kostnad och finansiering</i>	7
3.2.3	<i>Konkurrens och samarbetspartners</i>	7
3.2.4	<i>Hur marknadsföra? Och hur Prissätta?</i>	7
3.2.5	<i>Att utvecklas inom företaget</i>	7
4	FÖRETAGSFORM	8
5	MALO.....	9
5.1	KLASSERNA AV KVALIFICERINGEN	9
5.2	GRUNDERNA TILL KLASSIFICERINGSSYSTEMET	9
5.3	GRUNDER FÖR KLASSIFICERING AV UTRYMMEN	9
5.4	ÖVERNATTNING MED MORGONMÅL.....	10
6	KLASSIFICERING AV CAMPINGOMRÅDE/ SEMESTERBY	10
6.1	VARFÖR KLASSIFICERING	10
6.2	KLASSIFICERINGENS SAMARBETSPARTNERS OCH UPPBYGGNAD.....	10
6.3	FUNKTION AV KLASSIFICERINGEN	11
6.4	MINIMIKRAV FÖR STJÄRNMÄRKNING.....	11
7	BYGGA UPP OCH BYGGNADSLÖV.....	11
7.1	SYNERNA	12
7.2	BYGGLOVSANSÖKAN.....	12
8	BESTÄMMELSER VID BYGG AV CAMPING/ SEMESTERBY	13
8.1	STUGORNA.....	13
8.2	SÄKERHETSAVSTÅND	13
8.3	EL-ANSLUTNINGAR.....	14
8.4	ÖVRIGA OBJEKT FÖR ATT FÅ EN TRYGG CAMPINGPLATS	14
9	MARKNADSPRISER OCH PRISSÄTTNING	15
10	MARKNADSFÖRING.....	16
10.1	VILKA ALLA MÖJLIGHETER MAN HAR FÖR ATT MARKNADSFÖRA SIG	16
10.2	MARKNADSFÖRING FÖR GÅRDSTURISM OCH FÖRSÄLJNINGSKANALER	17
11	FINANSIERING OCH STÖD.....	17
11.1	OLIKA FINANSIERINGSSTÖD MAN KAN SÖKA EFTER	18
11.2	VIKTIGT ATT VETA VID ANSÖKAN OM LÅN.....	18

12 FÖR DETTA SLUTARBETE ANVÄNDER JAG EN VERKLIG FÖRETAGSIDÉ SOM UTGÅNGSPUNKT:	19
12.1 MAJNÄS GÅRD OCH AFFÄRSIDÉN	19
12.2 FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR TURISM PÅ MAJNÄS GÅRD	19
13 DEGERBY I INGÅ	20
13.1 DET SOCIALA DEGERBY	20
14 SWOT- ANALYS ÖVER NULÄGET	20
14.1 VILKA VIKTIGA FAKTORER MÅSTE BEHANDLAS VID AFFÄRSUTVECKLINGEN INNAN MAN STARTAR UPP ETT FÖRETAG	22
14.2 DEN SOCIALA MILJÖN I DEGERBY	22
15 KOSTNADER OCH KRAV	22
15.1 LAGAR OCH FÖRORDNINGAR FÖR KRAV PÅ SANITETSBYGGNADER	23
15.2 PROBLEM	23
15.3 LÖNSAMHET OCH KOSTNAD	23
15.4 LÖNSAMHETSKALKYL	25
16 SAMMANFATTNING	27
17 RISKER	28
18 DISKUSSION	28

1 Inledning

Efter medlemskapet i EU, sjönk priserna på produkterna för spannmålsodlare och djuruppfödare. Detta ledde till att flera jordbrukare slutade helt, andra har jordbruket som bisyssla och arbetar någon annanstans på sidan om, och vissa funderar över bisyssla till jordbruket. Som jordbrukare får man idag stöd, som till en del kompenserar det pris man tidigare fick för produkten. I dagens läge har det enligt undersökningar visats att särskilt unga ser landsbygden som en trivsamt miljö med fungerande tjänster. Ännu idag är lantbruket därför trots allt en avgörande sysselsättning för landsbygden.

Då jordbrukaren fått allt svårare att klara sig på traditionell verksamhet, och det hotas med ytterligare indragna stöd, gäller det för många att fundera över att börja med en bisyssla till jordbruket. Statistiken visar att turism är i stigande, och att det är allt flera som börjat intressera sig för någon form av turism. Genom turismens stigande trend, har det samtidigt blivit allt svårare att idka gårdsturism.

Problemformulering, syfte och avgränsning

I detta examensarbete har jag tänkt ta upp landsbygdsturismen med inriktning på gårdsturism. I arbetet behandlas frågorna: Vad krävs för att börja med camping? Kunde det vara en lönsam företagsidé? Hurdana resurser behövs, och finns det någon marknadsefterfrågan?

Val av metod

Som metod till min undersökning har jag använt mig av fallstudier, samt kvalitativ forskning.

2 Landsbygdsturism

Landsbygdsturism är ett mycket brett begrepp. Det finns många synonymer till ordet. Man kan också tala om exempelvis gårdsturism, jordbruksturism, naturturism, kulturturism, och mycket mera. De flesta namnen är ofta ändå synonymer som härrör sig till landsbygden. Det är lätt att börja med landsbygdsturism, för det krävs egentligen ingen skolning eller erfarenhet. Samtidigt kan hela familjen vara engagerad i företaget.

2.1 Vad lockar turisterna

Det som lockar turisterna till landsbygden är oftast naturen, skärgården, kulturen, lugnet, lokala traditioner m.m. I dagens läge har det enligt undersökningar visats att särskilt unga ser landsbygden som en trivsamt miljö med fungerande tjänster och framtida möjligheter, landsbygden är en konkurrenskraftig miljö.

2.2 Hur kommer det sig att det blivit populärt med landsbygdsturism

Landsbygdsturismen har blivit mycket populär i de europeiska länderna. Dagens lantbrukspolitik har inneburit nedskärningar av både inkomster från jordbruket, stöd och arbetsplatser. För att klara av gården är det många som har börjat med en bisyssla till jordbruket. En bisyssla som visat sig vara mycket populär är satsning på turism. För landsbygden har turismen blivit en mycket välkommen sysselsättning, för den ger lokalt arbetsplatser och minskar bortflyttande, samtidigt som den hjälper till med att bevara den övriga lokala servicen.

(Lassila & Aho2001; Tulkki & Vakkuri 2002; Landsbygd 2012).

2.3 Allmänt om landsbygden

Finland är det land som har mest landsbygd i Europa. Ca 27% av befolkningen bor på landsbygden. Till landsbygden räknas också gles bebyggda områden som har mindre än 500 invånare. Landsbygden delas upp i tre enheter: Glest byggd landsbygd dit norra och östra Finland hör. Kärnlandsbygd dit kommunerna i södra och västra Finland räknas, och Stadsnära landsbygd. Många arbetar utanför orten och in mot centrum, men trots allt skapas allt flera lokala arbeten, och mycket inom landsbruksnäringar. Till det viktigaste hör jordbruket, och i det övriga företagandet inom träindustrin, livsmedel, landsbygdsturismen och servicen. Landsbygdsturismen har också visat sig befrämja arbeten för kvinnor, för många av de turisminriktade gårdarna är familjeföretag. Landsbygdsturismen tog fart i Finland på 1980-talet och början av 1990-talet.

(Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2002)

I Västra Nyland finns flera olika former av landsbygd, samt små byar. Det finns glesbebyggd landsbygd, och landsbygd nära städerna. Genom att det i Nyland är ett mycket starkt samarbete mellan byarna, tryggar det servicen, och ger ett gott näringsliv. Det ger möjlighet till distansarbeten och är turismbefrämjande. Som starka sidor och möjligheter skapar den goda talkoandan, kulturtraditionerna i byarna, naturen en möjlighet till distansarbeten. Tyvärr finns det också svaga sidor och hot som att vissa små byar dör ut och i med kommun-

sammanslagningar försvinner vissa tjänster samt befolkning som motsätter sig förändringar och brist på service.

(Lassila & Aho2001; Mavi u.å.a; Kommunerna.net 2010; Byn förmedlar Västnylands byar 2009)

Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen (2002) skriver att resande och turism leder till företagsamhet, men produkten får man efter kundernas godkännande. God betjäning försäkrar en god framtid inom turism. Det hjälper då trots allt inte enbart att man har en mycket fin plats, utan det första intrycket kunden får blir avgörande. Det kan gälla köp av produkt eller tjänst, men också samarbetspartnerskap.

(Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2002)

2.4 Statistik

Också enligt statistiken kan man se att resenärerna till Finland har ökat.

Tabell1. Antal resande från utlandet sommarsäsongerna 2007-2011 Där antalet 1000 bör sättas till

						Förändring procent
Hemvistland	2007	2008	2009	2010	2011	2010-2011
Alla besökare	3340	3491	3411	3598	4265	19
Ryssland	1048	1180	1159	1369	1733	27
Estland	346	339	386	316	466	48
Sverige	454	467	468	422	412	-2
Tyskland	236	249	225	244	263	8
Norge	149	143	130	142	167	18
Stor Britannien	134	128	128	130	126	-3
<u>Totalt</u>	<u>5707</u>	<u>5997</u>	<u>5907</u>	<u>6221</u>	<u>7432</u>	

Under sommarsäsongen kom det största antalet resenärer från Ryssland, 1,7 miljoner, och Estland, 466 000 personer, medan Sverige kommer på tredje plats med 412 000 personer. Antalet resenärer ökade betydligt under sommaren 2011, förutom från Sverige och Storbritannien där antalet minskade en aning.

54 procent av resenärerna var på fritidsresor, 13 procent besökte släkt eller vänner och ungefär vart tionde var på genomresa.

(Gränsintervju undersökning 2012)

I tabell två kan vi se vilka orsaker resenärerna haft att besöka Finland:

Tabell 2. Orsak att resa till Finland 1.5.2011 - 31.10.2011 Där antalet 1000 sätts till

	Antal passagerare	Andel %	Förändring 2010-2011 %
Arbetsresa	800	19	17
Besök hos vän/släkt	533	13	10
Annan fritidsresa	2296	54	22
Annan resa	480	11	13
Flera <u>orsaker</u>	<u>156</u>	<u>4</u>	<u>21</u>
Totalt	4265	100	19

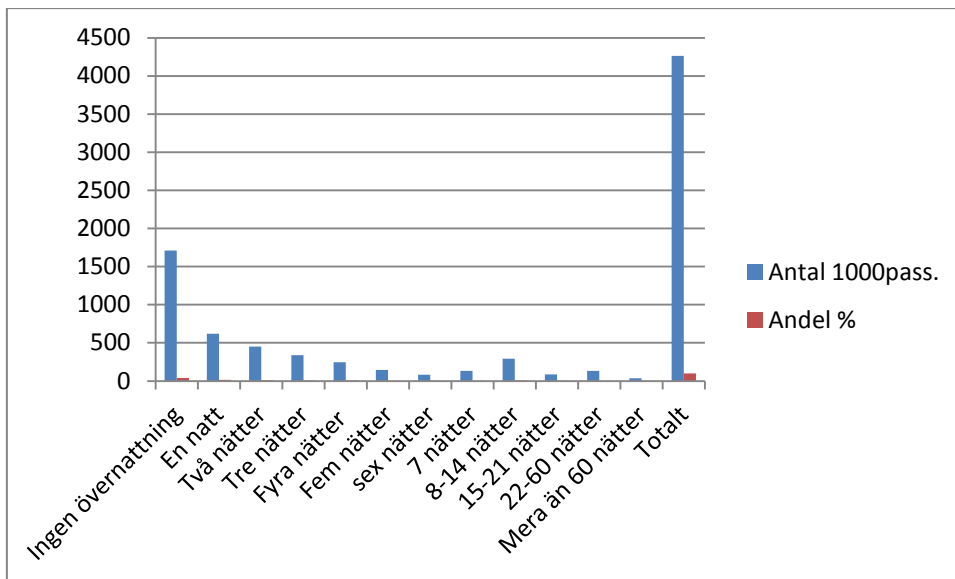
Det vill säga att fritidsresenärer var 2296 000, vilket man kan anta att är frågan om semesterar, medan arbetsresande var 800 000. Minst andel hade flera orsaker till resandet.

(Gränsintervjuundersökning 2012)

Även över hur många nätter besökaren till Finland stannade kan vi se på följande tabell.

Tabell 3. Antal övernattnings i Finland 1.5.2011 - 31.10.2011

	Antal 1000pass.	Andel %
Ingen övernattnings	1709	40
1 natt	619	15
2 nätter	450	11
3 nätter	340	8
4 nätter	245	6
5 nätter	143	3
6 nätter	80	2
7 nätter	132	3
8-14 nätter	293	7
15-21 nätter	87	2
22-60 nätter	131	3
<u>Mera än 60 nätter</u>	<u>36</u>	<u>1</u>
Totalt	4 265	100



Figur 1. Antal övernattnings i Finland 1.5.2011 - 31.10.2011.

Många resenärer har enbart besökt Finland, och sedan fortsatt sin färd, utan att övernatta. Det kan vara frågan om genomresande, eller personer som åker över för arbetet. Antalet övernattnings som stannat från en natt till en vecka sjunker snabbt men, statistiken stiger över resenärer som stannar över en vecka. Utav statistiken kan man se att statistiken stiger en hel del för de resenärer som stannar från åtta till fjorton dagar, också över de som stannar från 22-60 nätter. Av det kan man utläsa att det är frågan om semesterar, eller arbete i Finland.

(Gränsintervju undersökning 2012)

3 Affärsutveckling

För att börja med ett företag, krävs en affärsidé, och en stark vilja. Det krävs att man tänker noggrant igenom situationen från början till slut, och att man är beredd att arbeta självständigt och vågar ta risker.

Om man då tänker börja med gårdsturism, måste man överväga vilka förutsättningar som behövs, man måste tänka på den fysiska och sociala miljön. Med turister kommer ljud och skräp, hur ändrar det på den lokala miljön, och på människorna som bor där, och hur ställer sig ortsborna till en rörelse av det här slaget? Hur ser geografin ut, och vad finns det för övriga tjänster på orten, samt hur passar rörelsen in i bilden? Vilka egenskaper finns det hos företagarfamiljen? Kommer hela familjen att vara engagerad, och finns det barn och i vilka åldrar? Samt hurdan kunskap har företagarfamiljen inom den här branschen?

3.1 När man startar upp ett företag

När man startar upp ett företag, utgår man från att det finns vilja att starta upp och arbeta som företagare. Det är viktigt att man tänker noggrant igenom alla aspekter innan man börjar. Som företagare skall man vara beredd att ta risker, men risker kan också vara en möjlighet. Man måste bara kunna identifiera den. Risken kan vara personlig, men det kan också vara inom företagandet. Som exempel kan det gälla personligt ekonomi, fritid familjeliv, men det kan också vara företagandet som miljörisk, brandrisker, produktrisker m.m. Man utgår från följande när man startar upp:

3.2 Att bedöma vad man själv kan

1. Vad kommer ditt företag att sälja? Vad är produkten och till vilken kundgrupp den riktar sig till? Vilka behov har den kundgruppen? Var finns kunderna?
2. Hurdan image vill du att ditt företag skall ha? Vad kostar det att bygga upp företaget, och hur finansierar man det?
3. Vad finns det för konkurrens, och finns det samarbetspartners?
4. Hur marknadsför man sitt företag, och hur prissätter man produkten?
5. Hur kommer man att utveckla sitt företag?

3.2.1 Vad och vem?

När man har gjort affärsidén omsorgsfullt, har man redan en affärsverksamhetsplan, vilket också utgör en grund för konkurrensmedel. Produkten kan utgöra både tjänst och produkt, men kan också vara enbart någondera. När man har klart för sig vad det är man säljer, produkt eller tjänst, så kommer marknadssektorn att klargöra kundgruppen. Med marknadsanalys får man klart vem kundgruppen är. Med marknadsanalys kan man klargöra kundtypen. Man kan inte nå alla med marknadsanalysen, men ofta finns överensstämmelser som gör det möjligt att definiera målgruppen. Vid plan av marknadsföring måste man också ta i beaktande faktorer som vilken region det är frågan om, vilket köpbeteende harkunderna? Finns det ett stort utbud, väljer konsumenten den produkt som passar dem bäst.

(Tulkki & Vakkuri 2001; Pesonen, Mönkkinen & Hokkanen 2002)

3.2.2 Image, kostnad och finansiering

Imagen uppbyggs från affärsidén. Imagen visar vilken uppfattning kunden får av produkten, betjäningen och verksamheten. För imagen krävs en konsekvent marknadsföring. Metoderna får inte stå i konflikt med varandra, så det kräver en väldigt noggrann planering av hur man kommer att marknadsföra sig. När man kommer till frågan hur man skall starta upp, och finansiera företaget, så har man ju redan affärsidén klar för sig. Först bör man själv sätta upp en lista och skriva ned kostnader. Det lönar sig att fundera grundligt över vad man tror att det blir för kostnader, samt minnas att också reservera pengar för oväntade kostnader. Det lönar sig att fundera på olika alternativ när det gäller finansieringen. När man kommit så långt är det goda skäl att kontakta en rådgivare, för klarläggning om utgifter och eventuella stödrättigheter. Här är exempelvis företagarcentralen den man kan kontakta.

(Tulkki & Vakkuri 2002).

3.2.3 Konkurrens och samarbetspartners

Ofta finns det en konkurrens mellan företag, som granskas utöver hur många företag som finns på marknaden. Genom att landsbygdsturismen blivit en allt populärare industri, har konkurrensen också stigit kraftigare. Därför kräver det också mera planering över hur man kommer att driva företaget, och också hur man kommer att marknadsföra sig. I och med att det troligen finns flera liknande företag på marknaden, lönar det sig att dra nytta av andras konkurrensfördel.

Samarbetspartners är det skäl att använda sig av om man vill få sin reklam ut i en vidare utsträckning. Med camping kan det exempelvis vara rätt att samarbeta med Caravan Oy, för att visa turister att man finns på marknaden.

(Tulkki & Vakkuri 2002),(Korkeamäki, Pulkkinen & Selinheimo 2001)

3.2.4 Hur marknadsföra? Och hur Prissätta?

Marknadsföring och prissättning finns senare under egna rubriker.

3.2.5 Att utvecklas inom företaget

Ett framgångsrikt företag, visar sig utgå från att man hela tiden är kreativ och kommer med nya idéer samt följer med i trenderna. Samhället utvecklas, och om man vill få sitt företag att

fortsätta måste man utvecklas. Här gäller att ta reda på så mycket som möjligt, och följa med marknaden för att få företaget att fungera.

(Tulkki & Vakkuri 2002)

4 Företagsform

När man startar upp ett företag, är det viktigt att man funderar på hurdan företagsform man skall ha, och vilket som skulle passa bäst. Det finns flera juridiska företagsformer, och här inverkar bland annat beskattningen, behovet av kapital, och om det behöver vara någon annan med i företaget som bestämmer. De olika företagsformerna är:

Privatnäringsidkare där företaget och ägaren är samma person. Här kan familjemedlemmar delta i verksamheten. Företagaren kan inte ta ut inkomst i form av lön, utan han kan efter att skatterna har betalats på företagets vinst lyfta det överskott som blir kvar.

Öppet bolag behöver minst två likvärdiga kompanjoner. Det behövs skriftligt bolagsavtal som lämnas till handelsregistret med andra behövliga handlingar. Bolagsmännen satsar båda lika mycket till företaget, och är båda ansvariga för företaget. Bolagsmännen lyfter ingen lön, men kan lyfta överskott för eget behov efter skatt.

Aktiebolag har en eller flera personer som medverkar i företaget. Personen eller personerna placerar en viss summa i företaget. Summan betalas i allmänhet till banken innan man anmäler sig till handelsregistret. Kapitalet placeras i likvärdiga aktier. En del av aktierna kan sedan användas för investeringar när man startar. Att starta aktiebolag kan vara bra om man behöver ett större kapital, samt om det är stor risk med företaget, så är det endast det penningbelopp man satt till företaget som man kan mista, inte allt man äger. Om man öppnar aktiebolag, är bokslutsuppgifterna offentliga, och det behövs bolagsstämma på minst tre personer.

Andelslag kräver att man är minst tre personer som är medlemmar i andelslaget. Som medlem av andelslag, finns det inget fast kapital man behöver sätta ut, utan varje person betalar en andelsavgift. Som medlem av andelslag, anser man att varje persons andel är under 15 %, och kan därför inte vara företagare. Detta gynnar dem som inte har kapital att starta eget, men ändå vill sysselsätta sig själv. Vid andelslag har man bolagsstämma samt ordförande, och andelslagets stämma bestämmer vad som görs med bokslutsöverskottet. (Tulkki & Vakkuri 2002)

5 Malo

Finland har sedan 1993 ett landsomfattande klassificeringssystem av inkvarteringsutrymmen för landsbygdsturism. Det finns olika normer på klassificeringen beroende på om det är uthyrningsstugor, gårdsbruksemester eller övernattnig med morgonmål. Därtill värderas det allmänna intrycket. (ProAgria a).

5.1 Klasserna av kvalificeringen

Det finns fem olika klasser man indelar inkvarteringarna i, och de skall uppfylla vissa grundkrav som gäller alla inkvarteringsutrymmen. Klassificeringen utgörs av olika tekniska fordringar för varje klass, och samtidigt värderas det allmänna intrycket.

(ProAgria a).

5.2 Grunderna till klassificeringssystemet

Grunderna till varför man startade upp ett klassificeringssystem, var att man skulle underlätta marknadsföringen både inrikes och utrikes för landsbygdsturismen. Det skulle också underlätta byggnadsplaneringen genom att man på förhand kan anpassa till den tekniska nivå man vill att inkvarteringsutrymmena skall fylla, och därmed till önskad kundgrupp. Om det redan är ett fungerande företag, kan man därmed sträva efter att utveckla kvalitetsnivån. Med hjälp av ett klassificeringsregister följer man med utvecklingen av inkvarteringskapaciteten för landsbygdsturismen.

(ProAgria a&b)

5.3 Grunder för klassificering av utrymmen

För den tekniska klassificeringen används ett system på fem olika klasser, där de är separat uppgjorda för stugor och lägenheter, samt för rum och lägenheter som används vid gårdsbruksturism och frukostpensionat.

Grundfodringar gällande alla inkvarteringsutrymmen är att sovrummen skall ha 7 m²/ 1 person eller 10 m² för två personer. Sängarna kan vara separata flyttbara eller dubbelsäng. Storleken på sängen är minst 80X200cm, och den skall ha en minst 10 cm tjock madrass med bäddmadrass. Sängkläderna bör vara enhetliga och snygga.

Därtill bör utrymmet ha vädringsmöjligheter, samt i sovutrymmet bör finnas ett fönster. Rullgardin eller gardin bör finnas för att kunna mörklägga sovrummet. Myggnät bör finnas i vädringsluckor eller fönster avsedda för vädring. Man måste kunna låsa dörren till inkvarteringsutrymmet. Förvaringsutrymme bör finnas beroende på vilket ändamål utrymmet skall ha. (ProAgria c).

5.4 Övernattning med morgonmål

Kraven för övernattning med morgonmål är att morgonmålet skall vara gott och näringsrikt, samt att sanitetsutrymmet och sovutrymmet skall vara i gott skick. Därtill bör utrymmet ha central- eller elvärme, elbelysning, samt sovutrymmet bör vara minst 7 m²/ person eller 10 m² för två personer.

(ProAgria d)

6 Klassificering av campingområde/ semesterby

6.1 Varför klassificering

År 1996 införde man ett nytt klassificeringssystem på campingområden, där det finns fem olika steg för klassificeringen. Tanken bakom klassificeringen är att förbättra nivån på campingplatserna, besökarna skall kunna använda uppdaterad och jämförbar information av tjänsten. Samtidigt är målet att förbättra nivån för miljöskyddet, och därmed förbättra trivseln på området. Klassificeringen hjälper också campingföretagarens service, att utveckla det som är deras specialitet, och ger samtidigt ett mål för dem som bygger upp en campingplats.

6.2 Klassificeringens samarbetspartners och uppbyggnad

Klassificeringssystemet är uppbyggt tillsammans med *Nordiskt campingråd* dit förutom Finland, hör Sverige, Norge och Danmark.

För klassificeringen i Finland, ansvarar en grupp som är utsedd att representera finska campingorganisationen dit hör bland annat *Miljöministeriet, Matkailun edistämiskeskus-MEK, Finlands kommunförbund, Finlands turistförbund, Lomaliitto ry, SF-Caravan samt Nordiskt Campingråd.* (Visitland.)

6.3 Funktion av klassificeringen

Campingplatserna klassificeras i fem steg, där man får en till fem stjärnor. Det sker så, att man skriftligen söker om klassificering från klassificeringsgruppen. I Finland från Finlands turistförbund ry. Vid ansökan skall medfölja bilagor som kopia på **campingplatsanmälan, situationsplan** över campingplatsen och **statistikuppgifter** över inkvarteringarna från föregående år. En till två stjärnor kan man få på basen av ansökan, medan tre till fem stjärnor har en klassificeringsbesiktning av platsen där en person som är befullmäktigad av klassificeringsgruppen kommer till stället. Därefter bedöms platsen genom samnordiska bedömningen och skickas till klassificeringsgruppen som gör beslut om vilken stjärnmärkning platsen har. Efter att beslut tagits, och eventuella brister åtgärdats, får campingplatsen ta i bruk den nya klassificeringen. Campingplatserna besiktas minst vart tredje år om de är tre till fem stjärnmärkta, och för campingplatser med en till två stjärnor görs stickprov.

(Visitland.),(Morning.)

6.4 Minimikrav för stjärnmärkning

Vid bedömning och fastställande av stjärnmärkning, granskas bland annat avstånd till basservice, allmänna intrycket av platsen och dess skötsel, glesheten, bespisningsplats samt sanitetsutrymmen och avfallsservice, tömningsplatser för husvagnars toalettkärl och klädvårdsutrymmen. För att få en stjärna räknas att området skall ha plats för minst 25 bilar eller vagnar, samt tältplatser. Campingtomten skall vara 80-100 m², ha wc, dusch och kokplats. Klassificering och stjärnmärkning av platsen är frivillig, och vid klassificering uppbärs en klassificeringsavgift.

(Visitland; Morning)

7 Bygga upp och byggnadslov

När man tänker börja bygga, är det viktigt att man först kontrollerar med kommunen där man bor att det inte är ett planerat område. Därefter är det viktigt att man bekantar sig med vilka lagar och bestämmelser som gäller för orten. Redan i det här skedet när man börjar planera, är det viktigt att man kontaktar en expert, för det är mycket man måste känna till för att börja bygga.

För byggandet i Ingå, gäller det att först kontakta byggnadstillsynschefen, som är ledare för byggnadsinspektionen. Byggnadstillsynschefen ger information om byggnadsrätter,

planeringssituation, undantagslov m.m. Byggnadstillsynschefen fungerar också som föredragande i byggnads- och miljönämnden.

Därefter är Byggnads- och miljönämnden och beviljar byggtillstånd samt övervakar byggnadsverksamheten. De ger också utlåtande om markplanering eller utlåtande vid undantagslov eller planeringsbehov för miljöcentralen. Sedan har vi byggnadsinspektören som sköter anmälningsärenden, åtgärdsstillstånd ansökningar gällande ansvarig arbetsledare, samt synerna.

7.1 Synerna

Platssynen sker innan byggverksamheten kan inledas. Grundsyn görs efter att plinten eller grundmuren är gjuten till slutlig höjd. Konstruktionssyn görs när konstruktioner är synliga. Vid köp av pakethus görs synen när takstolarna och stommen är monterade. Inflyttnings/ i bruktagningssyn görs innan huset börjar användas. Till i bruktagningssynen bör inlämnas protokoll av vattensystemet, ventilationsanläggningen, avloppet samt el- granskning.

7.2 Bygglovsansökan

Bygglovsansökan bör lämnas in minst tre veckor innan byggnads- och miljönämnden har möte. Förutom ansökan behövs RH-blankett, lagfart på att man äger, eller har besittningsrätt till fastigheten. Lagfarten får dock inte vara över tre månader gammal. Förutom det behövs fastighetsregisterutdrag, situationsplan, ritningar på bygget, samt detaljritning över skorsten. Också ritning över avloppssystem, färgsättningsplan och hörande av rågrannar (att ingen motsätter sig planen), bör tilläggas som bilaga i ansökan. Sedan innan byggprojektet börjas görs också en ansökan om ansvarig arbetsledare och en ansökan om FVA-arbetsledare.

7.3 Kostnader för lov

Kostnaderna per lov kan vara varierande, beroende på användningsändamål, men enligt Ingås prissättning skulle kostnaderna idag vara enligt följande:

Fritidsbostad	300 € lov + 2.10/ m ² + 300 € synen
Bastubyggnad	250 € lov + 2.10/ m ² + 200 € synen
Förråd 30 m ²	120 € lov + 1,60/ m ² + 120 € synen
Ekonomibyggnad 30 m ²	200 € lov + 1.60/ m ² + 150 € synen

Ansvarig arbetsledare ungefär 3 000 € beroende på byggets storlek eller typ.

(Ingå 2012), (Intervju: Mikael Wikström 26.03.2012)

8 Bestämmelser vid bygg av camping/ semesterby

Byggnadsloven går i princip under samma bestämmelser, men i och med att det är frågan om att bygga ett campingområde eller en såkallad semesterby, finns det lite andra bestämmelser som gäller. Ingå kommun, har i sina bestämmelser utgått från *lagen om friluftsliv 13.07.1973/606* och stadgad enligt riksdagens beslut. Samt *Leirintäalueen turvallisuus2003*, kommunens byggbestämmelser.

När man bygger upp en camping, behövs en arkitekt, och en byggnadsplan. LVI- planering, El-ritning, samt att miljön och grönområde tas i beaktande i ett bygge av camping.

*Enligt "Leirintäalueen turvallisuus 2003" lyder lagen så att: 19§ (22.12.1994/1343)
En campingplats skall placeras, anläggas och skötas så att användningen av den inte*

1. *Förorsakar sanitära olägenheter eller risker,*
2. *skadar naturen,*
3. *medför förorening av miljön eller nedskräpning av omgivningen,*
4. *väsentligt minskar trivseln i omgivningen*
5. *medför fara för trafiksäkerheten eller*
6. *på något annat jämförbart sätt kränker allmänt intresse*

En campingplats skall förläggas så att den inte försvårar genomförandet som avses i byggnadslagen. På en campingplats skall dessutom iakttas vad som särskilt stadgat och föreskrivs om brand- och personsäkerhet samt om förebyggande av sanitära olägenheter. Miljöministeriet anmäler vid behov närmare föreskrifter om minimikraven för campingplatser och tillfälliga campingplatser. Stugornas placering, bilar/ vagnar för att minimera risker.

8.1 Stugorna

Vid bygge av stugor på ett campingområde, gäller lite andra bestämmelser än om det är ett bygge av fritidsbostad eller egnahemshus. Vid ett normalt fall, räknar man med att en fritidsbostad, eller ett egnahemshus bör ha en tomt på minst 5000 m², men när man ser en semesterby, kan stugorna vara närmare varandra. Här kommer i stället brandskyddslagen in. (Intervju: Mikael Wikström 26.03.2012)

8.2 Säkerhetsavstånd

Genomförda prov med eldning av tält och vagnar har visat att brandförloppet går mycket fort. Det här beror på att de är byggda av, samt innehåller brännbart material. För att inte branden

skall sprida sig till grannlägenhet, finns det lag på hur långt avstånd det bör vara mellan lägenheterna.

För att undgå risker, räknar man att varje yta bör vara 80-100 m². 80 m² utan förtält eller markis, och minst 100 m² med förtält/ markis. Det vill säga: När man parkerar sin vagn/ husbil, så borde den stå: Minst fyra meter från grannens husvagn/ husbil. 4 meter från deras förtält, eller 1,8 meter från deras markis. Om man har husvagn, och lösgör bilen från vagnen, får man ställa den 1,8 m från grannens vagn/ husbil.

Avståndet till en byggnads takfot bör vara minst 8 meter. Och en väg bör vara minst tre meter bred. Alla fordon samt vagnar bör vara parkerade så att de fort går att flytta på i nödfall.

(Alliniemi, Dahlberg & Piironen 2003)

8.3 El-anslutningar

Flera av husvagnarna och husbilarna är i behov av elektricitet. Det är ibland inte frågan om mera än att få ackumulatort på bilen laddad, vilket betyder att det skulle vara mellan 300-500kw, men i dagens läge, så är det större åtgång. Många av husbilarna/vagnarna innehåller mikrovågsugn, kaffekokare, eluppvärmning, belysningar m.m. Varje camping bör fylla kraven enligt standard SFS 6000. Det betyder att det rekommenderas att det bör vara jordkablar till varje stolpe. Under kraftströmslinjen är det förbjudet att parkera. Strömkontakten bör vara högst 20 m från objektet, och på en höjd av 0,8-1,5m från markytan. Varje bil eller vagn bör ha egen kontakt där de får ut minst 16A. Dessutom bör strömdosan vara godkänd enligt SFS EN &= 309-2.

(Alliniemi, Dahlberg & Piironen 2003)

8.4 Övriga objekt för att få en trygg campingplats

Andra objekt man bör tänka på är:

- Ordningen på området. För att platsen skall vara säker lönar det sig att ha en ordningsvakt. Med en ordningsvakt som också dejourerar nattetid, eller är lätt att få tag på också nattetid kan man på förhand minska risken för skadegörelse. Man bör också ha en fast mottagning där det finns fast telefon, som fungerar vid nödfall. En anslagstavla bör vara uppsatt där det synligt finns platsens regler samt akuta telefonnummer. Också viktigt att detta är belyst dygnet runt. Också inhägnad av området behövs, den skyddar mot olaga intrång, liksom en bom vid porten.

Som följande bör man beakta farliga ämnen, och behandling av dem, hit hör exempelvis flytgas, som bör förvaras slutet, och med varningstext ”Nestekaasua- Flytgas”. Vatten-

säkerhet måste beaktas om man har simstrand, båtplatser och utflykter på sjön. Trafiksäkerheten gäller, bilar kommer och far. Man bör ha varningsskyltar om att folk strövar omkring. Sedan behövs en förstahjälp-mottagning, samt grundskolning av personal och tydliga om anvisningar hur man skall gå till väga vid olycksfall. (Leirintäalueen turvallisuus 2003).

Enligt ”*Leirintäalueen suunnitteluopas*” utgiven av *caravan ry* är rekommendationerna följande; När man bygger upp en semesterby, är det lönsamt att från början tänka på trivseln. Därför är det skäl att kontakta en rådgivare, samt arkitekt, och att ta reda på vilka tjänster som är viktiga.

(Alliniemi, Dahlberg & Piironen 2003)

9 Marknadspriser och prissättning

För att veta att man prissätter sina tjänster eller produkter rätt, måste man ta i beaktande både den interna och externa redovisningen, samt marknadspriset. Med den interna redovisningen, kan man bedöma lönsamheten för produkten eller tjänsten, medan den externa redovisningen, dit bokföringen hör innehållande balansräkningen och resultaträkningen, berättar hur inkomsterna ser ut på års nivå. Marknadspris betyder att det är det pris på tjänsten eller produkten som råder för tillfället. Om det är en mycket vanlig tjänst eller produkt, kan företaget ha svårt att själv påverka priset.

För att prissätta rätt, måste man beakta vad det totalt blir att producera produkten eller tjänsten. Först måste man se till de rörliga kostnaderna, dit då exempelvis råvarukostnaderna räknas. Efter det ser man på vad de fasta kostnaderna är. Dit hör exempelvis hyror. När man då räknar ihop alla dessa kostnader, får man ett resultat, och kan därmed uträkna vad det blir för prismarginal. Därefter måste man prissätta produkten eller tjänsten så att man får vinst på den.

Beroende på vad det är som företaget säljer, kan ibland priset på tjänsten eller produkten vara ett konkurrensmedel. Om företaget har ett lägre pris än sina konkurrenter, kan man lyckas kalla till sig mera kunder. Om standarden på tjänsten eller produkten är mycket hög, kan det hända att priset kan vara lite högre.

Man kan också marknadsföra sin tjänst eller produkt genom reapriser, men förekommer det för ofta, kan företaget fort mista sitt förtroende. Det skall helst då förekomma enbart någon enstaka gång. Ibland kan det trots allt löna sig att sälja till underpris, ifall det är frågan om att tömma gammalt lager. Priset täcker inte hela kostnaden för produkten, men ändå en del av priset.

När det gäller prissättning av inkvarteringsutrymmen, måste man minnas att prissättningen påverkas efter konkurrensen och efterfrågan. Det man bör ta i beaktande är att företaget skall bli lönsamt.

(Korkeamäki & Pulkkinen 2001mfl.; Tulkki & Vakkuri 2002; Lomarengas)

10 Marknadsföring

Genom marknadsföring, informerar man om vad eller vilka tjänster man har att erbjuda. Marknadsföring är mycket mera än reklam. Genom marknadsföring, berättar man till kunderna varför de skall välja just dina tjänster. Och för att företaget skall fungera är det kunden som är viktig. Det är viktigt att marknadsföringen är väl planerad och genomtänkt. Enligt *Företagaren2002* är marknadsföringen ett konkurrensmedel. Om andra företag inom samma bransch marknadsför sig, så måste man också göra det, för annars tar konkurrenterna över.

När man börjar sin marknadsföring är det viktigt att man har tänkt noggrant igenom vad det är man tänker marknadsföra, och att marknadsföringen stämmer ihop med företaget. Det är viktigt att den överensstämmer med den image man vill ha, och att priser samt utseende stämmer med det man marknadsför. Det kräver mycket planering och praktiskt arbete för att bygga upp företagets image, för man skall minnas att det första intrycket kunden får, kan vara mycket svårt att ändra på efteråt. Det kan till och med vara omöjligt.

När man marknadsför sitt företag, bör man tänka på till vilken målgrupp man vill nå. Det går inte att nå alla målgrupper, och därför kräver det god planering. Man måste också ta i beaktande utvecklingen i samhället, och regionala faktorer. Samt sen fundera på att vad det man vill lyfta fram i företaget. Det är viktigt att man kontinuerligt förnyrar sig, och förnyrar sin marknadsföring för att påminna de gamla kunderna, och hitta nya.

För att man skall lyckas med sin marknadsföring, är det goda skäl att ha nedskrivet vad man tänker, och ha ett mål som är realistiskt. Både när det gäller ekonomi och tid. Det kan vara skäl att ha marknadsföringen klart planerad för ett år framåt. Och viktigt att man sätter ut pengar på marknadsföringen, och kommer ihåg att nöjda kunder är den bästa marknadsföringen.

10.1 Vilka alla möjligheter man har för att marknadsföra sig

Det finns många sätt att marknadsföra sitt företag. Det kan vara genom andra organisationer och broschyrer, genom tidningsannonser, via nätet, på tv, i radion och på biografier. Man kan ordna besöksdagar. Man kan också medverka på mässor, eller med utomhusreklam som

biltejpningar på exempelvis bussar, eller vägs skyltningar. Det kan också vara direktreklam med reklamblad från dörr till dörr, och personliga inbjudningar. Marknadskanalerna kan vara många.

En annan möjlighet när man utvecklar en ny produkt, är att använda sig av produktblankett. Med en produktblankett får man fram alla faktorer som krävs för att se om produkten eller tjänsten är försäljningsduglig. På marknadsblanketten framkommer namnet på tjänsten, som är det första en kund kommer i kontakt med. Därefter framkommer kundens behov, vad kunden får ut av tjänsten eller produkten samt mycket mera.

(Tulkki & Vakkuri 2002)

10.2 Marknadsföring för gårdsturism och försäljningskanaler

För att nå fram till kunderna, och få sina tjänster sålda, är det viktigt att man funderar över vilka försäljningskanaler som finns, och funderas över hur globalt man vill att reklamen skall nå. Man kan ha reklam i tidningar, genom marknadsorganisationer, tillsammans med andra företag, men man kan också göra avtal med någon större turismorganisation som gör reklam för Finland. Det finns också marknadsorganisationer som ger speciellt reklam inom landet, och som hjälper små företag att marknadsföra sig. (Tulkki & Vakkuri 2002)

11 Finansiering och stöd

Innan man börjar sin verksamhet, måste man veta vad det kommer att bli att kosta, samt hur man kommer att lösa finansierande av det. Vid start av ett företag kommer man att bli tvungna att betala omkostnaderna innan företaget hämtar in inkomster. Det är viktigt att man tar i beaktande alla utgifter som kan komma: Material, uppbyggandet, försäkringar, bokföringskostnader, reklam och allt som kommer att behövas. Därför är det bra att göra upp en finansieringsplan för ett år framåt där man räknar med alla tänkbara kostnader som kan komma. Det är bättre att räkna med ett lite högre värde, för att inte direkt åka på överraskningar. Sällan har man för mycket pengar, och utan pengar blir det undergång för företaget.

Finansieringen indelar man i grupper som eget kapital, främmande kapital och internkapital. *Eget kapital*, betyder att man räknar med hur mycket pengar man själv kommer att sätta ut på företaget. Det egna kapitalet kan vara aktiekapital eller en investering som byggnad, maskiner, men också vad man själv har för besparingar. Enligt ”*Yrityksen perustamisopas 2009*”, borde det egna kapitalet utgöra minst 20%. Ju mera man själv kan sätta ut som kapital, räknas det som en fördel för företaget.

Till *främmande kapital* räknas sådana pengar som kommer från bidrag eller lån. Det kan vara från bank, försäkrings eller finansieringsbolag. Det kan också vara i form av bidrag eller understöd. Ofta är företagaren i behov av att ta ett lån, och då behövs borgen som garanti. Garantin kan vara något man äger som exempelvis en fastighet eller värdepapper.

Intern finansiering är den vinst som kommer in från företaget. Det första och kanske till och med de första åren kan den interna vinsten vara mycket liten, men borde öka på långsikt om företaget är lönande.

(Lipponen m fl. 2011)

11.1 Olika finansieringsstöd man kan söka efter

När man startar ett företag, finns det olika stöd man kan söka. De olika stöden varierar beroende på vilken verksamhet man börjar idka. Från TE-centralen (*Työvoima ja elinkeinokeskus*) kan man få råd om vilka stöd man är berättigad till. När det gäller jordbruk finns det stöd som kan beviljas som utvecklar lantbruket, förutsatt att man själv äger och driver verksamheten. För jordbrukets del finns det tre olika stöd man kan söka efter. Det är startstöd, investeringsstöd och utvecklingsstöd.

Startstöd kan man ansöka om när man börjar ett nytt företag, eller om man anställer personal, för att betala deras lön. Startstödet beviljas i högst två år. Stödets belopp utgör högst 50 % av de stödberättigade kostnaderna.

Investeringsstöd kan man ansöka om ifall man måste införskaffa något för att förbättra verksamhetens nuläge, det kan vara maskiner man behöver i sin verksamhet, eller byggnader. Beroende på kommun där man bor, varierar stödet lite, men allmänt så stöder den mellan 20-35% av investeringskostnaden.

Utvecklingsstöd kan beviljas om det är någon produkt, tjänst, marknadsföring eller skolning som bör utvecklas. Här är stödbeloppet beroende på, att om det är frågan om skolning, eller öppnande av nytt företag. Måste man köpa tjänst för att utveckla sig, *kan stödet uppgå till 90 %, medan är det frågan om andra utvecklingsåtgärder så är det ungefär 50 %* (Työ-ja elinkeinoministeriö2009; ; mavi.u.å.b.)

11.2 Viktigt att veta vid ansökan om lån

Ofta när man bildar ett företag, kan det vara nödvändigt att ansöka om ett lån. Beroende av vad man har för företagsform, vilka risker det finns, och vilken gren det är frågan om, så finns

det olika platser där man kan söka ett lån. Det kan vara från försäkringsbolag, bank eller någon annan försäkringsinstans. Om man tar ett lån från banken, skall man ha klart för sig vilket startkapital som kommer att behövas under det första verksamhetsåret. Därför är det viktigt att man gjort upp en finansieringsplan. När man söker lån från banken, kommer banken att se vad man har för plan för införskaffningar, och dessa kostnader, vilka erfarenheter och vad man kan som företagare, företagsidé, företagarens kunskap, vilken bransch det är frågan om, och om det finns konkurrenter, vilka risker det kommer att kunna finnas samt vilka finansieringsrisker det kan medföra.

12 För detta slutarbete använder jag en verklig företagsidé som utgångspunkt:

Ralf Heinström har i tolv år varit fabriksarbetare och arbetat med jordbruket på sidan om. Nu vill han sluta helt med jordbruket, och börja med gårdsturism. Hans intresse skulle vara att satsa på uthyrning av stugor, några husvagns/ husbilplatser och tältplatser. Frågan är vilka kostnader det blir att bygga upp, hur han kan marknadsföra det och om det finns någon efterfrågan samt avanceringsmöjligheter. Eftersom jag skriver mitt slutarbete vid Yrkeshögskolan Novia, funderade Heinström om jag är villig att lite kontrollera upp om det kunde finnas någon framtid för den här branschen.

Ralf Heinström har ett par åkrar där han funderat att bygga några små stugor, och ha plats för husbilar eller vagnar. Till gården hör två båtplatser, samt skog.

12.1 Majnäs gård och affärsidén

Majnäs gård har tidigare varit en spannmålsgård, Ägaren har nu beslutat att sluta med jordbruk, och eventuellt satsa på turism. Ägaren har idkat jordbruk i 14 år, och samtidigt arbetat som fabriksarbetare. Som tanke har han nu att bygga upp en lite mindre campingplats, där det skulle finnas plats för ca 30 husvagnar eller bilar, samt fyra små stugor, och tältplatser. Samtidigt skulle det byggas upp sanitetsutrymmen och kokplatser. Tanken är att man som aktiviteter skall man kunna ströva runt i skog och terräng, samt då kunna plocka bär eller svamp. Också fiskeutflykter skulle vara en aktivitet som skulle ordnas. Samtidigt kan man njuta av sådda fält. Som aktivitet ser han också grannen som äger *Lomamäen lemmikkipuisto*, där det finns små djur av många olika arter, också åsnor, hästar och renar.

12.2 Förutsättningar för turism på Majnäs gård

Genom att ägaren helt har tänkt byta inriktning, betyder det att han kommer att börja sälja en helt ny tjänst. För att då först få en helhetsbild av var han kommer att bedriva verksamheten, ser vi först på vad orten har att erbjuda och var platsen ligger.

13 Degerby i Ingå

Degerby är en förort till Ingå by. Degerby ligger ungefär 55 kilometer utanför Helsingfors, och från Degerby till Ingå centrum är det ca 12 km. Det finns över 1000 fast bosatta i Degerby, och ungefär lika mycket sommarbosatta. I Degerby finns flera jordbruksgårdar och runt 40 andra små företag. I centrum av Degerby finns skola, daghem, kyrka, museum, Degerby Deli minimarket med även A-rättigheter och terrass, frisör och bank. Lite utanför centrum finns Kopparnäs fritidsområde och restaurang *Kestikievari*.

Majnäs gård ligger två kilometer från Degerby centrum, och 500 meter från havet. Gården är granngård till företaget *Lomamäen Lemmikipuisto*.

(Degerby 2012)

13.1 Det sociala Degerby

Degerby har tidigare varit en egen kommun, men åren 1944-1956 låg Degerby under Porkala parentesen, och 1946 gick Degerby till Ingå kommun. Trots att man efter kriget försökte få tillbaka Degerby som en egen kommun, så lyckades man inte. I dag finns det museet *Igor* dit man kan gå och bekanta sig med vad som hände under Porkala-tiden. Kvar står också kyrkan som nyrenoverades 2010. Olika evenemang ordnas under året. Här ordnas torgförsäljning, grisfest, julmarknad, skinkmarknad, fiskmarknad och teatrar. För Degerby är sommargästerna mycket viktiga, för de hjälper att behålla byn levande.

(Degerby 2012)

14 Swot- analys över nuläget

Med Swot- analys, går man igenom hur man analyserar sitt företags nuläge. Ordet Swot kommer från engelskan där det är en förkortning på ordet ”Strengths, weaknesses opportunities och threats”. På svenska innebär det att man går igenom styrkor, svagheter, möjligheter och hot.

Styrkor

- Företagaren äger gården, och har skog, samt båtplatser.
- Det är nära till Helsingfors, och Ingå centrum.
- I Degerby finns god service, och i det här fallet har företagaren möjlighet att samarbeta med *Lomamäen lemmikipuisto*.

- Det finns möjlighet att förbättra sin yrkeskunskap, och hela familjen kan arbeta med företagsformen.
- Företagaren har intresse för turism, och har själv rest mycket mellan olika campingar och turistattraktioner.
- Beroende på produkt, kan de söka om statliga kvalitetsmärken som miljömärkning, som bevis på att de följer miljökriterierna.

Svagheter

- Blir dyra investeringar, allt skall byggas upp från början, frånsett en stuga på 70 m²
- Ingen skolning av marknadsföring eller bokföring. Från att tidigare haft enkel bokföring, övergår han nu till dubbelbokföring.
- Säsongsbetonat, så det kommer inte att hämta in någon större ekonomi under vinterhalvåret, medan det under sommarhalvåret kan vara arbete dygnet runt.
- Svaga språkkunskaper. Det räcker inte med enbart inhemska språken finska och svenska. Kommer att kräva flytande engelska och gärna något annat språk till.

Möjligheter

- Företagaren har möjlighet att förverkliga sig själv.
- Kunderna har chans att vara i en lugn, och harmonisk miljö, där de kan njuta av sädesfält, skog samt djur.
- Kunden har möjlighet att bekanta sig med den lokala miljön.
- Fiskeresor och uthyrning av båt kan hämta en hel del inkomst, och ge bra reklam för området.

Hot

- Ortsborna kan ställa sig negativt inför idén.
- Nedskräpning av miljön.
- Kunderna finns inte som planerat.
- Det blir mera ljud, och trafiken kan bli ganska störande Finns konkurrens inom området, och företagaren är oerfaren gällande ekonomin för uthyrning av platser.

14.1 Vilka viktiga faktorer måste behandlas vid affärsutvecklingen innan man startar upp ett företag

Då man har varit jordbrukare och börjar med turism, är det viktigt att man som företagare vet vad man ger sig in på. Det är viktigt att man noggrant har tänkt igenom allting, och planerat för att undvika onödiga risker. Man måste vara beredd att ta risker, och kunna arbeta ensam. Man kan själv bestämma hur långa arbetsdagarna blir, men i början får man nog vara beredd på att man inte kommer att ha så mycket fritid, och kan hamna att uppoffra mycket både gällande socialt och med familj. De första åren kommer att vara mycket påfrestande, och kan också vara ekonomiskt betungande. Och det kommer också att kräva att man har en mycket stark vilja att börja som egenföretagare.

Innan man börjar är det viktigt att fundera på egna styrkor och svagheter, samt kunskap och erfarenheter. Är man bra på att organisera, har man lust att söka nya affärsidéer, och hitta på nya lösningar? Får man jobb någon annanstans om man upphör med rörelsen? Det kommer att kräva att man kan språk, och man måste också ta ställning till om hela familjen kommer att medverka i sysselsättningen, eller kommer man att måsta anställa personal. Och sedan måste man ta ställning till om man kommer att ha det som en huvudsyssla eller bisyssla.

(Työ-ja elinkeinoministeriö, 2009.)

14.2 Den sociala miljön i Degerby

För att börja med turism av den typ som företagaren funderar på, måste man ta hänsyn till hurdan kultur det är i Degerby, och hurdan kultur och livsstil där finns. Hur kommer grannarna att godkänna turister, och hur mycket ändrar det på den livsstil som där är nu. Turismen hjälper att behålla landsbygden vid liv, och det är ju nu också sommargästerna som hjälper att hålla byn levande, men det innebär också att en typ av verksamhet som camping kommer det att ändra på den kultur som där nu råder. Med turister kommer ljud och skräp, och det kommer också att medföra trafik.

15 Kostnader och krav

När man startar upp ett företag, kan det behövas olika lov, eller anmälningar. Vissa av loven kostar. Vilka lov som kan behövas är beroende på vad man kommer att idka för rörelse. Men man bör i alla fall göra anmälningar till skattebyrån samt ha ett namn på sitt företag och registrera det. Också försäkringar och bokföring måste vara i ordning. (Tulkki & Vakkuri 2002).

15.1 Lagar och förordningar för krav på sanitetsbyggnader

Toaletterna behöver kommunalteknik eller annan hantering liksom duschen, reningsverk eller filtrering. Toaletten kan vara med sluten tank. Sanitetsutrymmena bör vara kaklade, eller något annat godkänt material som är lättskött och slitstarkt. Dessutom måste det finnas Inva- wc, spegel och skräppunkt. Själva byggnaden kan vara en ”lättkonstruerad barack”. Kök kan sedan vara ute. Exempelvis en grillplats med spis och rinnande vatten. Som tillfällig lösning kan rören ligga på marken.

Det här betyder, att beroende på hur man löser frågorna, så kan det ligga på en summa från 10 000 euro och uppåt att bygga. Företagaren måste själv fundera över hurdan form av sanitetsbyggnad det skall bli. Intervju utredning 02.03.2012(Juhani Tihveräinen byggmästare)

15.2 Problem

Gården har tidigare varit ett jordbruk, och kommer nu börja med en helt annan inriktning. Platsen där företagaren har tänkt bygga ut, har från tidigare en stuga på 70 m². Från tidigare finns parkering som nu också används av *Lomamäen lemmikipuisto*, och att det finns färdigt en borrhunn. För att kunna bygga stugor och plats för vagnar/ husbilar, måste man också beakta avfallshantering.

Med tanke på byggandet, har företagaren tänkt köpa nyckeln i handen- stugor. Stugorna är från *Weekend house*, heter *Annie 43B*, och har en bostadsyta på 40 m². Stugan säljs av företaget *Husbyggnadsplanering AB Tommy Karlsson* och av *Malcom AB Roland Malmberg*. Stugorna kommer att placeras ganska nära ån, ganska parallellt med den tidigare stugan på området. Runtom kommer det att finnas plats för husbilar/husvagnar, och platser för tält.

På gården finns traktorer, grävmaskin samt andra maskiner han behöver, och han har en stor sandgrop som han tänkt använda sand ifrån. Till stor del har han själv tänkt utföra arbeten för grundgrävning, samt de vägar och platser där bilar måste komma fram.

Genom att en rågranne driver ett företag *Lomamäen lemmikipuisto*, ställer de sig positiva till tanken att kunna samarbeta . Övriga rågrannar har också sett positivt på tanken.

15.3 Lönsamhet och kostnad

För att få ut någon lönsamhetskalkyl, måste jag först kunna fastställa vilka kostnader det kunde röra sig om att bli. *Byggnadsplanering AB Tommy Karlsson* och *Malcom AB Roland Malmberg* säljer hus och stugor samt bygger, och det hus som redan finns på gården är byggt och planerat, av *Byggnadsplanering AB Tommy Karlsson*, därför har jag valt att intervjua de två företagen.

Då det inte finns kommunal anslutning på området kommer det att krävas grävatten eller kemiskt reningsverk.

Reningsverk

JITA kemreningsverk	6250 €
Arbete	1000 €
Infiltreringsbädd	500€
<u>El arbete</u>	<u>200 €</u>
Totalt:	7950 €

Fritidshus

Lov 300+300+90.30+ansvarigarbetsledare 3000€	3 690 €
Husgrund	3 400 €
Huset från weekend house Anja 43 B	86 000 €
Avloppsrör rör	1 500 €
Wc och lavoar, kran, kopplingar och rör	2 200 €
Vatten värmeskyddade rör	3 500 €
El- anslutning samt- arbete och el	6 000 €
Köks maskiner som spis, kylskåp husgeråd möbler	3 500 €
<u>sängar och sängkläder</u>	<u>1 000 €</u>
Totalt:	110 790 €

Sanitetsbyggnad med kök

Byggnad 40 m ²	120 000 €
Husgrund	2 800 €
wc	3 500 €
dusch	800 €
lavoar	400 €

Bykmaskin och tumlare	1 200 €
Rör och kopplingar	2 600 €
Avlopp	1 500 €
Spis	500 €
Diskställ	1 000 €
<u>Köksmöbler</u>	<u>1 500 €</u>
Totalt	135 800 €

(Intervju: Ers Marin AB Rolf Sjöholm rörmokare; Husbyggnadsplanering AB Tommy Karlsson byggmästare; Malcom AB Roland Malmberg)

För att bygga upp stugor med tillbehör och sanitetsutrymmet, skulle kostnaden bli 464 120 €. Utöver det kommer elanslutningen som kan bli en kännbar summa. Jag ringde upp *Fortum* för att lite kunna fastställa vilket pris det kunde röra sig om, och då det är frågan om tre stugor samt bil- och husvagnsplatser, så kommer det att behövas el- planering av området. På *Fortum* antog man att det kunde röra sig om en summa på 4 700 €. Därtill planeringskostnad och besök av entreprenör 1 300 €.

15.4 Lönsamhetskalkyl

I och med att en camping är mycket säsongbetonat, måste man ta i beaktande att stugorna inte kommer att vara uthyrda hela tiden, samt att det inte heller kommer att finnas bilar eller vagnar året om. Ägaren har lite forskat i priser runt i området, och beslutat att det skulle kosta 15 € att ta in med bil, samt elanslutning 5 €. Därtill skulle priset per person vara 8 € och för barn 5 €. Han har också räknat att stugorna skulle vara uthyrda i medeltal 20 veckor/år, samt att husbilar skulle uppgå till en 1000 st./år. På husen har han räknat att han skulle ha 300 €/vecka för de små, och 450 för den stora stugan. Eller från 150/dygn för de små, och 200 för den stora. Han räknar ytterligare ett kundantal på 100 personer. Ägaren har tänkt söka om lån på 300 000.

Inkomster

Hyra stor stuga	13 750 /år
Hyra för små stugor	29 250 / år
Bilar	15 000 / år
Personavgift vuxna (täkt)	800 / år

El hyra 400 bilar 2 000 / år (Nya bilar kan ha fullkomlig egen utrustning)

Totalt 60 800

Utgifter

Anskaffningspris	46 4120	
Avskrivning 6%	27 847	
El -utgift	8 000	
Försäkringar	2 000	
Övriga utgifter	4 000	Bokf. kontor, reklam m.
Personal kostnad (pension mm)	2 000	
Amortering och ränta 5,4%	16200/ år 1	
Total:	60 047	
netto:	753	

Under det första året skulle inkomsten inte bli högre än 753€, men efter att lånet amorteras borde vinsten stiga. Efter att imagen byggts upp, så borde det finnas en chans till en större kundgrupp. Trots allt, beräkningarna bygger på att året inte heller hämtar överraskande utgifter, samtidigt som det kräver inkomst från en annan källa. Efter fem år skulle rörelseöverskottet vara 10 413 euro med samma kundunderlag.

Efter fem år kan det se ut såhär:

Utgifter

Anskaffningspris	359 120	
Avskrivning 6%	21 547	
El utgifter	8 000	
Försäkringar	2 000	
Övriga utgifter	4 000	Bokf.kontor, reklam m
Person kostnad (pension mm)	2 000	
Amortering och ränta 5,4%	14 840	
Total:	50 387	
netto:	10 413	

16 Sammanfattning

Att skriva det här slutarbetet, har varit mycket intressant. Genom att söka information om företagande, gårdsturism och camping, har jag kunnat hitta den informationen som jag har behövt för mitt skrivande.

Informationen till mitt skrivande har jag tagit från litteratur, intervjuer och internet- sidor. Att få fram information som idag är aktuell, har varit ganska svårt, för mycket av den litteratur som är skriven om turism är från slutet av 1980-2007, och efter det finns mycket lite information samlad.

Det jag kommit fram till med mitt arbete, är att det för företagaren skulle finnas en möjlighet att driva en Camping i Degerby, för det ligger väldigt nära Helsingfors. Närmaste Camping är i Esbo, Lojo eller Hangö. På orten finns hotell, övernattnig med morgonmål, samt stuguthyrning, men inte någon direkt Camping. Ingå kommun satsar hårt på turismen, och en campingplats skulle hämta ekonomi till orten. Här finns för företagaren också en stor möjlighet att ge reklam för sin rörelse med kommunens reklamsidor.

Genom att rågrannen driver *Lomamäen lemmikkipuisto* finns det goda förutsättningar för dem att samarbeta. Trots att Degerby är en liten förort till Ingå finns det flera olika utbud av tjänster, och det skulle stöda företaget.

Risken att börja med en Campingplats i Degerby är att det starten blir väldigt stora kostnader, och kommer att kräva hårt arbete av företagaren. Rågrannarna kan trots allt vara negativt inställda till idén. En annan risk är att Degerby ligger under planeringsområde, och det kanske inte går att bygga Campingplatsen på stället där det är tänkt, men trots allt skulle kommunen eventuellt vara villig att ordna mark för den här typen av företag.

En annan risk är att företagaren inte har skolning inom ämnesområdet, och språkkunskaperna är ganska små. Det ordnas olika kurser för företagare, och skulle vara bra att skola sig om man börjar med ett så här stort projekt.

Uthyrningspriset av stugorna är varierande på grund av att man måste beakta att det finns flera som tar in enbart för en till några nätter, medan det finns de som kan ta in för en längre tid. Med de kunder som tar in enbart för en eller några nätter blir det mera arbete med städning samt slitaget av stugan blir större.

Förutsättningar att börja med gårdsturism ser lovande ut, för enligt statistik ser trenden ut att växa. Samtidigt blir ju konkurrensen större, men det gäller att hitta sin egen image. Det negativa för företaget är att det inte finns någon badstrand, men däremot båtar och bryggplatser, och möjlighet till fiske. Samtidigt skulle företaget ge en möjlighet för kunden att

kunna bo på landet bland sådda ängar och djur och kunna ströva i skog och plocka bär. Projektet kunde dessutom möjligen ge arbete till utomstående.

17 Risker

När man driver ett företag, finns det många olika risker, men en risk kan också vara en möjlighet. Riskerna kan vara personrisker, datarisker, ekonomiskrisker, brandrisker, miljörisker och många flera. Som campingföretagare är riskerna mycket stora, och därför är det viktigt att man har väl planerat schema över krishantering.

Riskerna på en camping kan vara många, personrisker som härrör sig till företagaren, han kan insjukna och bli arbetsoförmögen, samma kan det hända med personalen. Ekonomiska risker, budgeten kanske inte räcker till, eller så hämtar rörelsen mindre än vad utgifterna är. Bristfälligheter på organiserandet av företaget, vilket man kanske kan ta lärdom av konkurrenter för att minimera den risken, Brandrisker, har man de utrustningar som behövs som första hjälp? Egendomsrisker, det kan förekomma stölder och illegalt förstörande av platsen. Maskinerna kan gå sönder, Kunderna kan skada sig. För att minimera riskerna är det goda skäl att ha en välplanerad riskhantering, och mycket viktigt att man har försäkringarna i skick.

18 Diskussion

Genom att den finska jordbrukspolitiken har ändrat kraftigt, så har det lett till stora problem för små gårdar. Vissa har hamnat att sluta helt, medan andra har tvingats att skaffa en binäring, eller sysselsätta sig med annat på sidan om jordbruket.

Genom att man skaffar sig binäring, eller en sysselsättning på sidan om, har det lett till att man fått mera arbete, för jordbruket kräver trots allt samma skötsel som tidigare, men i och med att lönsamheten har sjunkit, så kan jordbrukaren ha det mycket tungt den årstiden som det skall odlas.

I och med att flera jordbrukare har blivit tvungna att sälja, eller arrendera ut sina åkrar och arbeta med annat, så kan det också på det mentala planet varit mycket tungt. Tidigare har man klarat sig på inkomsterna man fått från jordbruket, men ökad ålder leder till att det är svårt att hitta ett arbete, har man ärvt gården, kan det också vara tungt för att barndomsminnen lever kvar.

Den ökande turismen har det lett till att många börjat med någon typ av turism. Det kräver ju dock ingen direkt skolning, men däremot har konkurrensen stigit kraftigt, och det betyder att det finns mycket man måste känna till för att kunna lyckas. Dels ändrar bokföringen för jordbrukarens del, i och med att han måste börja med dubbelbokföring, från att han tidigare

haft enkel bokföring. Dels så är det viktigt att man kan språk, och känner till företagsverksamheten. Det kan kännas lätt att bara börja hyra ut lite rum, och ta betalt för dem, men verksamheten kräver mycket mera än så.

För Ralf Heinström blev jordbruket en bisyssla till arbetet, och det visade sig vara långa arbetsdagar, och långt mycket mera en utgift för han hade enbart gamla maskiner. Han valde att sälja en del av gården, och då han själv är mycket intresserad av campingliv, skulle det vara en möjlig sysselsättning att försörja familjen med.

I princip är det ändå att helt byta inriktning. Kostnaderna för att bygga upp blir mycket dyra, och genom att det ställs mycket stora krav för en campingörelse, där kundörelsen är osäker, genom mina uträkningar kan jag konstatera att det inte är något jag skulle rekommendera.

Förutom kostnaderna för själva byggnaderna, finns det många risker som inte är medräknade. Dels, det kanske inte kommer så många kunder som det nu är räknat med, kostnaderna för elektriciteten är oklar i och med att det måste införskaffas en entreprenör som gör en ritning över elsystemet, Enligt mina beräkningar skulle netto bli 750 euro det första året. Det betyder nog att det skulle gå många år framåt innan man kunde förtjäna på det.

Källförteckning

Litteratur

Ahonen Merja & Ruponen Jaana (2007). *Maaseutumatkailun kehittäminen*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino

Alliniemi Jouko, Dahlberg Lars & Piironen Kyösti (2003). *Leirintäalueen Turvallisuus*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino

Bohlin Magnys @Jörgen Elbe (2007). *Utveckla turistdestinationer*. Uppsala: Uppsala Publishing House AB

Lassila Hilikka & Aho Seppo (2001). *Matka maaseudulle*. Näkökulmia maaseutumatkailun tutkimukseen. Kuopio: Savon Kopiokeskus Oy

Lipponen Riina, Horttanainen Anne, Kuoppa Leea, Leino Tuomas m.fl. (2011). *Yrityksen perustajan opas 2011*. Helsinki: Edita Prima Oy

Korkeamäki Anne, Pulkkinen Irma & Selinheimo Raili. (2001). *Kundservice och marknadsföring*. Jyväskylä: Gummerus Printing

Pesonen Ismo, Mönkkönen Tytti & Hokkanen Tarja. (2002). *Menestyvä Matkailuyritys*. Helsinki: Edita Prima Oy

Tulkki Heikki & Vakkuri Minna (2002). *Företagaren*. Tammerfors: Tammer-Paino Oy

Työ- ja elinkeinokeskus (2009). *Yrityksen perustamisopas*. Käytännön perustamistoimet. Helsinki: Edita Prima Oy

Internet

Camping. fi (2012)

http://www.camping.fi/template_page1.asp?sua=2&lang=1&s=113 Hämtat 24.03.2012

Camping Sverige (2012)

<http://www.campingsverige.se/Finland/Finland-Mer-an-tusen-sjoar> (Hämtat 17.03.2012)

Degerby historia (2012)

<http://www.degerby.fi/web-content/svenska/historia.html> (Hämtat 22.02.2012)

Expovera (2012)

<http://www.expovera.se/mentor/marknadsforing/marknadsunder1.htm> (Hämtat 16.03.2012)

Kommunerna.net(2012)

<http://www.kommunerna.net/sv/sakkunnigtjanster/region/Landsbygdspolitik/kommunforbundet-landsbygdsstrategi/Sidor/default.aspx> (Hämtat 22.02.2012)

Landsbygd (2012)

<http://www.landsbygd.fi/sv/index/levapalandet.html> (Hämtat 22.02.2012)

Lomarengas(2012)

<http://www.lomarengas.fi/mokkihaku> (Hämtat 23.03.2012)

Mavi (2012)

<http://www.mavi.fi/sv/index/landsbygdsfinansiering/foretagsverksamhet.html> (Hämtat 16.03.2012)

Mavi(2012)

<http://www.mavi.fi/sv/index/landsbygdsfinansiering/foretagsverksamhet/startstod.html> (Hämtat 16.03.2012)

Morning(2012)

<http://dwww01.morning.fi/majoitus/luokitus.html> (Hämtat 24.03.2012)

Portal(2012)

<https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/Majoitumaalla/P%C3%A5%20Svenska/Stugklassificering/59BFF8EB5E33CF65E040A8C0033C7C43> (Hämtat 24.03.2012)

ProAgria (u.å.a).

<https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/Majoitumaalla/P%C3%A5%20Svenska/Teknisk%20klassificering> (Hämtat 24.03.2012)

ProAgria (u.å.b.)

<https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/Majoitumaalla/P%C3%A5%20Svenska/Grundfordringar> (Hämtat 24.03.2012)

ProAgria (u.å.c)

<https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/Majoitumaalla/P%C3%A5%20Svenska/Stugklassificering> (Hämtat 24.03.2012)

ProAgria (u.å.d)

<https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/Majoitumaalla/P%C3%A5%20Svenska/%C3%96vernatning%20med%20morgonm%C3%A5>(Hämtat 24.03.2012)

ProAgria (u.å.e)

<https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/Majoitumaalla/P%C3%A5%20Svenska/Bed%C3%B6mning%20av%20helhetsintrycket>(Hämtat 24.03.2012)

Visitland(2012)

<http://www.visitland.com/files//dokument/Klassificeringsreglement%20till%20campingplatser.pdf> (Hämtat 24.03.2012)

VästNylands byar (2012)

<http://www.vnb.fi/program.htm> (Hämtat 22.02.2012)

Intervju

Kajaan Kari Nyföretagarcentralen Novago. 23.03.2012 klockan 15.00 - 15.45

Karlsson Tommy Byggmästare. Byggnadsplanering AB. 28.03.2012 klockan 19.00 - 20.00

Malmberg Roland Byggmästare. Malcolm AB. 29.03.2012 klockan 19.00 -19.30

Sjöholm Rolf Rörmokare. Oy Ersmarin AB. Telefonintervju 28.03 klockan 20.15 – 20.25

Tihveräinen Juhani. Byggmästare. Telefonintervju 22.02 klockan 18.05 – 18.15

Wikström Mikael Byggnadstillsynschef. Ingå Kommun. 26.03.2012. 15.00 – 16.45