

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma

Joni Pulkkinen

TUOTESUOSITUKSET GREEN CARE -PALVELUIDEN
TUOTTAJILLE

Opinnäytetyö
Joulukuu 2015



OPINNÄYTETYÖ
Joulukuu 2015
Matkailun koulutusohjelma

Sirkkalantie 12 A
80100 JOENSUU
+358 13 260 600

Tekijä
Joni Pulkkinen

Nimeke
Tuotesuosituksset Green Care -palveluiden tuottajille

Toimeksiantaja
Karelia-ammattikorkeakoulu, Rural Finland -hanke

Tiivistelmä

Tämän opinnäytetyön tehtävänä oli laatia epäviralliset tuotesuosituksset Green Careen toimeksiantajan, Rural Finland -hankkeen käyttöön. Toissijaisena tavoitteena oli selvittää konkreettinen ero hyvinvointimatkailun ja Green Caren välillä.

Green Care on maaseutu ympäristöön liittyvää toimintaa, jossa luonto- ja eläinavustesiemenetelmiä käytetään tavoitteellisesti, vastuullisesti ja ammatillisesti kuntouttamaan ihmisten fyysistä, sosiaalista ja psyykkistä hyvinvointia. Se on ilmiönä uusi ja erittäin ajankohtainen Suomessa, ja sillä on suuri kasvupotentiaali tulevaisuudessa. Menetelmä keskittyy suurimmalta osin sosiaali- ja terveysalan puolelle, mutta sillä on myös markkinatilaa matkailun toiminnoissa. Työn tarve on ajankohtainen, jotta kasvun potentiaali saataisiin havainnollistettua matkailualan yrittäjille Suomessa.

Opinnäytetyö oli toiminnallinen, ja ainestoa opinnäytetyöhön on kerätty puolistrukturoiduilla haastatteluilla. Haastatteluihin valittiin Green Care -toimintaan perehtyneitä tutkijoita ja järjestötoimijoita sekä matkailualan yrittäjiä, jotka tuottavat Green Care -palveluita. Tuotos on tuloksista koostetut Green Caren tuotesuosituksset. Haastattelussa ilmeni myös Green Careen liittyvää yleistietoa, jotka on koostettu omana kokonaisuutenaan tulososioon.

Kieli
suomi

Sivuja 42
Liitteet 1
Liitesivumäärä 2

Asiasanat
Green Care, hyvinvointimatkailu, tuotesuosituksset



THESIS
December 2015
Degree Programme in Tourism

Sirkkalantie 12 A
80100 JOENSUU
FINLAND
+358 13 260 600

Author
Joni Pulkkinen

Title
Product Recommendations for Green Care Entrepreneurs

Commissioned by
Karelia University of Applied Sciences, Rural Finland -project

Abstract

The purpose of this thesis was to draw up unofficial Green Care product recommendations to Rural Finland -project. The product recommendations are not official, they are mainly for the use of the Rural Finland -project. The secondary objective was to clarify the concrete difference is between wellness-tourism and Green Care.

Green Care is rural environment-related activities where nature and animal assisted methods are used in a target-oriented, responsible and professional way to rehabilitate people's physical, social and mental well-being. It is very new and current phenomenon in Finland and it has great growth potential in the future. The method is mainly concentrated on the field of welfare and health but it has also a market area in tourism business. The need for this thesis is fairly topical in order to demonstrate the growth potential to tourism entrepreneurs in Finland.

The thesis was functional and the material was collected by a half-structured interview. As interviewees were chosen researchers and Green Care organization operators and tourism entrepreneurs who produce Green Care services. The output of this thesis are Green Care product recommendations and other knowledge data which was related to Green Care and is compiled in a separate chapter.

Language
Finnish

Pages 42
Appendices 1
Pages of Appendices 2

Keywords
Green Care, wellness-tourism, product recommendations

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Opinnäytetyön taustaa	6
2.1	Toimeksiantaja ja viitekehys	6
2.2	Tavoite ja tarve	8
3	Hyvinvointi ja matkailu	9
3.1	Kapea ja laaja terveystietämys.....	9
3.2	Babylonian kylpylöistä hyvinvointimatkailun nykyaikaan.....	10
3.3	Hyvinvointi- ja wellness-matkailu	11
3.4	Visit Finlandin tuotesuosituksia hyvinvointimatkailuun.....	13
4	Green Care – hyvinvointia ja terapiaa luonnosta	16
4.1	Green Care ja sen historia	16
4.2	Green Caren toimintaperiaatteet.....	18
4.3	Green Care -toiminnan suuntaviivat Suomessa.....	20
5	Työn toiminnallisen osan toteutus ja aineiston rajaus	22
6	Haastatteluiden kooste ja Green Caren tuotesuosituksia	26
6.1	Haastatteluiden kooste	26
6.2	Green Caren tuotesuosituksia	31
7	Luotettavuus ja eettisyys.....	34
8	Pohdinta.....	35
8.1	Oppimisprosessi ja työn hyödyntäminen	35
8.2	Tulevaisuuden mahdollisuuksia	38
	Lähteet.....	41

Liite

Liite 1 Haastattelulomake

1 Johdanto

Green Care on vielä melko uusi termi ja toimintamuoto suomalaisessa yhteiskunnassa. Se on luontoon ja maaseutu ympäristöön liittyvää toimintaa, jossa luonto- ja eläinavusteisia menetelmiä käytetään tavoitteellisesti, vastuullisesti ja ammatillisesti kuntoutus- ja virkistystoiminnassa. Toiminnan tavoitteena on parantaa ihmisten fyysistä, sosiaalista ja psyykkistä hyvinvointia sekä elämän laatua. Green Care tapahtuu yleensä luonnossa tai maatilaympäristössä, mutta palvelua voidaan räätälöidä tuomalla luontoelementtejä laitoksiin sekä käyttämällä kaupunkien viheralueita hyödyksi. (Green Care Finland ry 2015a.)

Green Care liittyy useimmiten toiminnoiltaan sosiaali- ja terveysalan palveluihin, mutta se on yleistymässä myös matkailun toimialueella. Se jakautuu kahteen markkina-alueeseen luontohoivaan ja luontovoimaan. Matkailualalla palveluita voidaan toteuttaa luontovoiman puitteissa pelkästään matkailualan osaamisella tai luontohoivan palveluita yhteistyössä sosiaali- ja terveysalan ammattilaisten kanssa. Green Care on viime vuosina paljon kehitetty, mutta erityisesti matkailun toimialue toiminnasta on vielä melko pienimuotoista. (Vehmasto 2014, 8–15.)

Suomessa olisi hyvät edellytykset Green Caren laajamittaisempaan toimintaan matkailualalla, koska meillä on puhdasta luontoa, mikä on Green Care -toiminnan tärkein elementti. Puhtaan luonnon keskellä sijaitsee myös lukuisia maaseutumatkailuyrityksiä, joille sesonkiluontoisuus ja kuihtuva maaseutu liiketoiminnassaan tuo haasteita sesonkien ulkopuolella. Green Caren ympärivuotisuus palvelumuotona on sellainen, että se tasoittaisi pienten maaseutumatkailuun suuntautuneiden yritysten liikeloudellista tuloa, sekä mahdollisesti loisi työpaikkoja sesonkien ulkopuolella maaseutujen hyväksi. (Era & Puromäki 2014, 19–25.)

Tämän toiminnallisen opinnäytetyöni tarkoituksena oli keskittyä luomaan epäviralliset tuotesuosituksot Green Care -toiminnalle. Työkaluna tuotesuosituksien

tekemiseen käytin Visit Finlandin (2015) luomia hyvinvointimatkailun tuotesuosituksia. Tarkoituksena oli myös pystyä selventämään konkreettiset erot Green Caren ja hyvinvointimatkailun välillä. Green Caren ja hyvinvointimatkailun konkreettisilla eroilla sekä tuotesuosituksilla pystytään hyvin havainnollistamaan erityisesti matkailunalan yrittäjälle, mitä Green Care vaatii, vai vaatii se mitään lisää palvelun toteuttamiseen verrattuna hyvinvointimatkailuun.

2 Opinnäytetyön taustaa

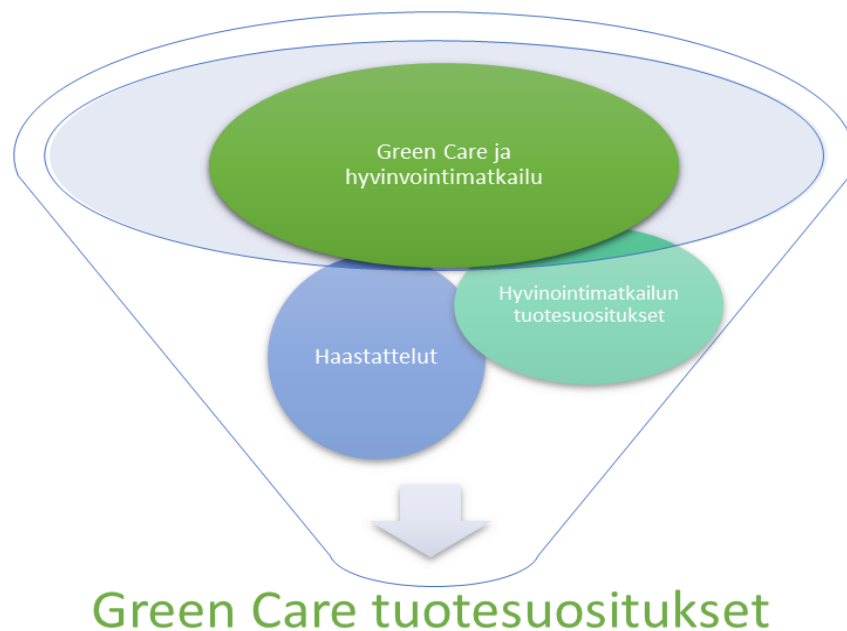
2.1 Toimeksiantaja ja viitekehys

Toimeksiantajana oli Karelia-ammattikorkeakoulun hallinnoima Rural Finland -hanke. Karelia-ammattikorkeakoulu on ollut vahva EU-hanketoimija jo kolmen ohjelmakauden ajan, ja sillä onkin ollut päävastuu kansallisesta maaseutumatkailun koordinaatiosta yhteensä kuuden vuoden ajan vuosina 2003–2014. Karelia-ammattikorkeakoululla on myös laajat yhteistyöverkostot kansallisesti ja kansainvälisesti sekä pitkä kokemus matkailun eri osa-alueiden kehittämisestä. (Ruusunen 2015.)

Rural Finland -hankkeen projektipäällikkönä ja yhteyshenkilönäni toimi projektipäällikkö Raija Ruusunen. Hanke on valtakunnallinen matkailun koordinaatiohanke 1.8.2015 - 31.12.2017 välisenä aikana. Hankkeen tavoitteena on kehittää matkailunelinkeinoja maaseudulla tekemällä yhteistyötä laajasti ja monialaisesti eri maaseutuun ja matkailuun liittyvien ministeriöiden, rahoittajien ja alan toimijoiden kanssa. Hanke pyrkii myös kehittämään dialogiin, digitaalisuuteen sekä virtuaalisuuteen perustuvaa monikanavaista viestintää ja tiedonvälitystä. Pyrkimyksenä on myös tiivistää kansallista ja alueellista yhteistyötä luomalla kansallinen kehittäjäverkosto. Hankkeen tavoitteena on kerätä tietoa maaseutumatkailun yritystoiminnasta ja kehityksestä sekä edistää maaseutuohjelman hankerahoituksen tehokasta suuntaamista matkailualan kehittämiseen. Tavoitteena on saada parhaat kehittämistoimenpiteet käytäntöön ja tätä kautta

luoda Suomeen osaava, kasvava ja uudistuva matkailuelinkeino maaseutumatkailusta. (Ruusunen 2015.)

Kuvassa 1 on havainnollistettu työni viitekehys. Viitekehyksestä käy ilmi teoriaosuuden, työn toteutuksen ja tuotoksen välinen yhteys. Opinnäytetyöni koostuu kolmesta osuudesta. Ensimmäisenä tutustuin työn tietoperustaan hyvinvointimatkailun ja Green Caren osalta. Tämän jälkeen työn toteutukseen kerättiin laadullista aineistoa haastatteluilla. Peilasin keräämääni aineistoa Visit Finlandin (2015) luomiin hyvinvointimatkailun tuotesuositukseen, joita työkaluna käyttäen koostin toiminnallisen opinnäytetyöni tuotoksen, joka oli Green Caren tuotesuositukset Green Care -palveluiden tuottajille.



Kuva 1. Opinnäytetyön viitekehys

Opinnäytetyössäni ensimmäisenä on työn toteutusvaihe, jossa havainnollistan haastattelujen toteutuksen ja rajauksen. Tämän jälkeen siirrytään käsitteiden pariin, jossa on käsitteet Green Care ja hyvinvointimatkailu. Seuraavana on työn tulososio, jossa esittelen opinnäytetyön tuloksena syntyneen tuotoksen. Viimeisessä osiossa on pohdintaani opinnäytetyön prosessista ja aiheesta yleisesti.

2.2 Tavoite ja tarve

Opinnäytetyön keskeisenä tehtävänä oli luoda epäviralliset tuotesuositukset matkailualan yrittäjille erityisesti luontovoiman markkina-alueelle. Vertasin haastatteluiden tuloksia Visit Finlandin (2015) luomiin hyvinvointimatkailun tuotesuosituksiin ja käytin näitä suosituksia työkaluna Green Care -tuotesuosituksien luomiseen. Haastattelujen perusteella oli myös tarkoitus selvittää, minkälaiseksi kansalliset hanke- ja projektitoimijat sekä yrittäjät näkevät Green Care -toiminnan eron verrattuna perinteiseen hyvinvointimatkailuun.

Aikaisemmin Green Carea on Suomessa tutkittu lähinnä hankkeissa, joista seuraavaksi käyn läpi merkittävimmät. Painettua materiaalia Green Caresta ei ole saatavana kuin muutaman kappale Suomessa ja muuten lähdemateriaali löytyy internetistä. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen nykyisen Luonnonvarakeskuksen käynnistämässä *CAREVA- ja VoiMaa-hankkeissa* vuosina 2009–2013 tutkittiin Green Care vaikuttavuutta ja tavoitteena oli myös Green Care -palvelumallien ja laadun kehittäminen. METLA (entinen Metsätutkimuslaitos) on tutkinut ilmiötä vuosina 2008–2013 *Metsästä hyvinvointia-ohjelmassaan*. Ohjelman tavoitteena oli erityisesti matkailu- ja virkistyskäytön yhdistäminen metsien muihin käyttömuotoihin. Ohjelman pääteemoina olivat luontomatkailu, luonnon virkistyskäyttö ja niihin liittyvät uudet tuotteet. Sininauhaliitto on kehittänyt aikaisemmin Green Carea *Luontopolku- ja Vihreä veräjä-hankkeilla*. Vuoden 2015 alussa *Vihreä veräjä-hanke* käynnistettiin uudestaan ja sen on määrä jatkua seuraavan vuoden loppuun. Useita muita tutkimuksia edellä olleiden lisäksi on tehty eri järjestöjen, korkeajoulujen ja kuntien toimesta Green Caren kehittämiseksi. (Green Care Finland 2015c.)

Green Careen liittyen on tehty myös paljon opinnäytetöitä. Ammattikorkeakoulujen opinnäytetyötietokannasta Theseuksesta löytyi 30.11.2015 hakusanalla ”Green Care” yhteensä 286 opinnäytetyötä, mutta näistä suurin osa on kuitenkin sosiaali- ja terveysalan opinnäytetöitä. Hakusanoilla ”Green Care+matkailu” löytyi yhteensä 79 kappaletta, jotka ovat siis matkailualan opinnäytetöitä Green Careen liittyen. Näkökulmaa Green Care tuotesuosituksien luomiseen ei ole vie-

lä kuitenkin tutkimuksissa eikä opinnäytetöissä aikaisemmin tutkittu, jolloin aiheeni oli tarpeellinen selvitettäväksi.

Opinnäytetyön tarve on ajankohtainen. Green Care on vielä kehitysvaiheessa Suomessa, ja se voi olla tulevaisuudessa merkittävä palvelumuoto kuntoutuksessa ja hyvinvoinnissa. Matkailuala on sesonkeihin sidottua toimintaa, jossa niiden ulkopuolella yritysten toiminta on hiljaisempaa. Green Carea tarvitaan tuotettavaksi ympäri vuoden, jonka toteuttamiseen matkailualalla olisi paljon ammattitaitoa ja osaamista. Green Care -toiminnan yleistyminen matkailualan toimialueella toisi tasaisesti ympäri vuoden tuloja matkailualan yrittäjille, myös sesonkien ulkopuolelle. Yhdeksi maaseudun kehityskohteeksi onkin esitetty monialayrittäjyyden kehittäminen maaseudulla, jotta toiminnasta saataisiin ympärivuotista sesonkiluonteisuuden sijaan (Työ- ja elinkeinoministeriö 2014, 49). Kasvupotentiaalia olisi paljon, koska Suomessa on jo entuudestaan maaseutu-matkailua, maatiloja, aktiviteetteihin erikoistuneita yrityksiä ja ennen kaikkea täältä löytyy paljon Green Care -toiminnan keskeisintä ydintä eli puhdasta luontoa. Green Careen ei ole aiemmin luotu tuotesuosituksia, jotka antaisivat toiminnalle suuntaviivat, mitä palvelun tulee sisältää. Ne ovat varmasti hyvä apu yrittäjälle, joka miettii, olisiko hänellä mahdollisuuksia tuottaa Green Care -palveluita muun matkailutoiminnan lisäksi.

3 Hyvinvointi ja matkailu

3.1 Kapea ja laaja terveyskäsitys

Ihmisen terveydestä ja hyvinvoinnista on vuosien saatossa julkistettu useita eri määritelmiä. Käsitteet niistä liittyvät yleensä toisiinsa, jolloin selkeää rajaa niiden välille on hankala vetää. Hyvinvoinnin ja terveyden määrittelyssä ongelmia on aiheuttanut myös se, että ne ovat laaja-alaisia käsitteitä, ja merkitsevät eri ihmisille eri asioita sekä ovat yleensä paikka-, aika- ja kulttuurisidonnaisia. Tilanteen selkeyttämiseksi on kuitenkin yleisesti päädytty käyttämään määritelmiä kapeasta ja laajasta terveyskäsitteestä. (Suontausta & Tyni 2005, 16–26.)

Kapean terveyskäsityksen pohjana toimii lääketieteellisesti mitattavan terveyden määritelmä joko sairauden puuttumisena tai hyväkuntoisuutena. Kapean terveyskäsityksen määrittelemä terveys voi olla myös matkailijan matkustusmotiivina, jolloin ihminen matkustaa saadakseen hoitoa sairauteensa. TerveYTEEN liittyvää matkailua on ollut läpi historian, ja nykyään tätä tärkeää matkailun osaluetta kutsutaan terveydenhoitomatkailuksi. (Suontausta & Tyni 2005, 17.)

Maailman terveysjärjestö (WHO) määrittelee laajan terveyskäsityksen ihmisen kokonaisvaltaiseksi hyvinvoinniksi matkan aikana tai matkan jälkeen omassa kotimaassaan. Kokonaisvaltaista hyvinvointia tarkasteltaessa on otettava huomioon henkilön fyysinen, psyykinen ja sosiaalinen hyvinvointi, jolloin tätä tilaa voidaan kutsua kokonaisvaltaiseksi hyvinvoinnin tilaksi omassa elinympäristössä. Kokonaisvaltainen hyvinvointi tarkoittaa ihmisen kykyä toimia luontaisessa elinympäristössään fyysisesti, psyykkisesti ja sosiaalisesti, jolloin hyvinvointi nähdään suurena voimavarana monipuoliseen elämään. Laajan terveyskäsityksen piirissä kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin ylläpitäminen nähdään yhtenä matkustusmotiivina (Suontausta & Tyni 2005, 16–17.)

3.2 Babylonian kylpylöistä hyvinvointimatkailun nykyaikaan

TerveYTEEN ja hyvinvointiin liittyvää matkailua on pidetty yhtenä pohjana modernin matkailun kehittymiselle Euroopassa. Hyvinvointimatkailun juuret ulottuvat jopa niinkin pitkälle kuin 10000 eKr., jolloin on viitteitä ensimmäisistä kylpylöistä. Tuolloin havaittiin ensimmäistä kertaa veden ja sen mineraalien hoitava vaikutus. Tämän havainnon seurauksena kylpylätoiminta alkoi pikkuhiljaa muotoutumaan. Antiikin Kreikan ja Rooman imperiumin aikaan vierailtiin myös kylpylöissä. Roomalaisten kylpyläkulttuurin myötä kylpylät levisivät myös Keski-Eurooppaan. Roomalaisia on pidetty terveysmatkailun pioneereina, mutta varsinkin kehitys ja suosio kehittyivät vasta 1500- ja 1600-lukujen aikana. Aluksi terveysmatkailu keskittyi hyvin paljon veden hoitavaan voimaan, ja tuolloin vettä käytettiin hoitotoimenpiteisiin sekä ulkoisesti ja sisäisesti. (Matkailun edistämiskeskus 2005, 4; Suontausta & Tyni 2005, 7–9.)

Grand Tourin aikaan Alpeille suuntautuneet vaellukseen ja luontoon liittyvät matkat ovat myöhemmällä ajalla liittyneet myös terveydenhoitoon. Terveysvaikutusten hakeminen ilmastosta alkoi yleistymään myös pikkuhiljaa, kun Pohjois-Euroopasta matkustettiin rantalomille hakemaan terveysvaikutuksia auringosta, ja eurooppalaiset siirtyivät vuorille pakoon kesän kuumuutta. 1800-luvulla alkoi näkyä ihmisten halu hakeutua koskemattoman, puhtaan ja syrjäisen luonnon keskuuteen. Henkisen virkistäytymisen lisäksi luontoon hakeuduttiin terveydellisistä syistä harrastamaan esimerkiksi vuorikiipeilyä ja vaellusta. (Matkailun edistämiskeskus 2005, 4; Suontausta & Tyni 2005, 10–11.)

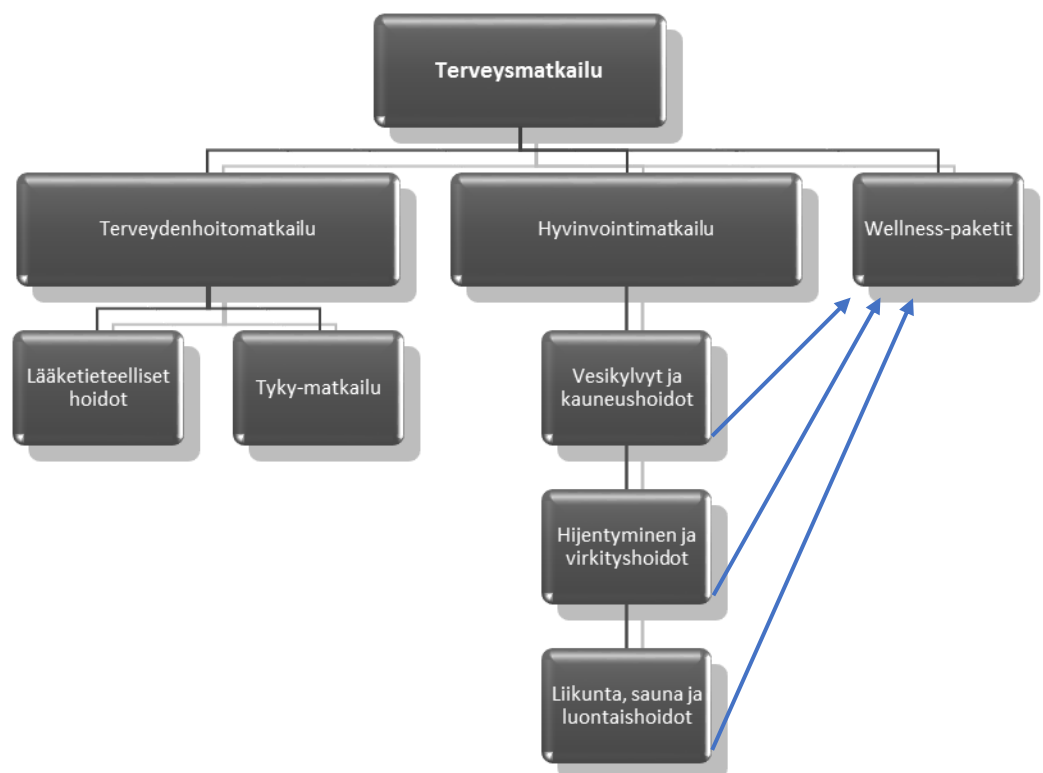
Vuosisatojen taitteessa ja erityisesti 1900-luvun alkupuolella kylpylät nousivat uudestaan suosioon sitten Rooman imperiumin kukoistusvuosien jälkeen, kun veden ja mineraalien hyvinvointivaikutukset huomattiin uudelleen. Vielä nykypäivänäkin on todettu, että merivedessä ja kylpylöissä kylpeminen on terveellistä, ja tämä on pitänyt kylpylät suosittuina vielä näinä päivinäkin. Vuosisadan alkupuoliskolla alkoi myös yleistyä toiminta maaseuduilla, joissa nimenomaan keskityttiin kuntoiluun ja terveelliseen ruokavalioon. Maaseudun rauhaan ja elvyttävyyteen uskotaan yleisesti. Matkailu maaseudun rauhassa on ollut suosiossa jo pitkään. Viime vuosikymmeninä näiden perinteisempien muotojen rinnalle on ilmestynyt myös laihduttamiseen ja lääketieteellisiin hoitoihin liittyviä matkoja, joista onkin tullut merkittävä osa matkailua. (Suontausta & Tyni 2005, 11–12.)

3.3 Hyvinvointi- ja wellness-matkailu

Hyvinvointimatkailussa haetaan valitsemillaan tuotteilla itselleen hyvää oloa niin matkan aikana kuin myös matkan jälkeenkin. Hyvinvointimatkailun tarkoituksena ei ole terveyttä tai sairautta parantava toiminta, vaan se ylläpitää ja edistää kohdehenkilön terveyttä sekä antaa tarvittavaa vireyttä jokapäiväiseen elämään. Hyvinvointimatkailusta saatava voimavara voidaan kokea niin psyykkisenä kuin myös fyysisenä vireytenä. (Matkailun edistämiskeskus 2005, 7–9.) Hyvinvointimatkailun rinnalla on hyvinvointimatkailun yksi osa-alue, jota kutsutaan wellness-matkailuksi. Wellness (well-being + fitness) edustaa uutta maailmanlaa-

juista lähestymistapaa yksilön terveyteen. Tuotteena wellness soveltuu ihmisille, jotka eivät ole sairaita vaan haluavat ehkäistä sairauksia ja saavat mielihyvää hakeutumalla kyseisten palveluiden pariin. (Smith & Puczkó 2009, 4–6.) Wellness voidaan hyvin kiteyttää määritelmään terveydestä, jossa ihmisen tulee saavuttaa omalla valitsemalla toiminnallaan täydellinen fyysinen, henkinen ja sosiaalinen hyvinvointi (World Health Organization 2015). Wellness-matkailu on yksi osa hyvinvointimatkailua, jossa hyvinvointimatkailun eri osa-alueista asiakas rakentaa kokonaisvaltaista hyvinvointia tukevan paketin. Perinteisemmästä hyvinvointimatkailusta wellness eroaa niin, että sen piiristä asiakas hakee itselleen äärimmäistä luksusta (Grenman, Räikkönen & Wilska 2014, 48). Hyvinvointi- ja wellness-matkailu yhdistetään laajan terveyskäsitteen piiriin.

Visit Finland (entinen Matkailun edistämiskeskus) (MEK 2005), jaottelee kuvan 2 avulla terveysmatkailun sateenvarjokäsitteeksi, jonka alla toiminta jakautuu terveydenhoitomatkailuun ja hyvinvointimatkailuun.



Kuva 2. Terveysmatkailun jaottelu. (Matkailun edistämiskeskus 2005, 55.)

Hyvinvointi- ja wellness-matkailun suosion kasvaessa on selvitetty mahdollisia syitä näiden matkailumuotojen kysynnän kasvulle. Tutkimuksissa on löytynyt

useita eri tekijöitä, jotka ovat globaalisti lisänneet näitä matkailumuotoja. Keskeisempiä tekijöitä ovat muun muassa väestön vanheneminen, työnkuvan muuttuminen stressaavammaksi, kasvava liikalihavuuden ongelma, naisten aseman kohentuminen sekä muuttunut suhtautuminen vaihtoehtoiseen lääketieteeseen. Samaan aikaan näiden tekijöiden kanssa ihmisten terveystietoisuus on lisääntynyt ja elinajanodote on kasvanut tasaisesti, mikä taas mahdollistaa matkailun entistä pidempään. (Suontausta & Tyni 2005, 48–58.)

Useat eri tekijät ovat siis omalta osaltaan vaikuttaneet siihen, että ihmisen kokonaisvaltainen suhtautuminen terveyteen on muuttunut. Ihmiset ovat omaksuneet laajan terveystietoisuuden omaan elämäänsä, ja sitä kautta terveyttä pidetään enemmän aktiivisena kuin passiivisena käsitteenä. Tämä on taas saanut ihmiset enemmän tavoittelemaan terveyttä elämäntavalla, joka ehkäisee sairauksia tai jopa kokonaan poistaa tarpeen terveydenhoidolliseen hoitoon tai lääkkeisiin. Sitä kautta on päädytty maailmanlaajuisen ja laajamittaiseen hyvinvointi- ja wellness- matkailun kasvuun. (Suontausta & Tyni 2005, 48–58.)

3.4 Visit Finlandin tuotesuositukset hyvinvointimatkailuun

Tässä kappaleessa on Visit Finlandin luomat hyvinvointimatkailun tuotesuositukset. Käytin kyseisiä suosituksia työkaluna Green Caren tuotesuositusten luomiseen. Hyvinvointimatkailutuotteen kokonaisuuden tulee aina olla rakennettu hyvinvoinnin näkökulmasta, jossa on otettu huomioon henkinen ja fyysinen hyvinvointi. Visit Finland (2015, 2) määrittelee hyvinvointiin tarjottavaan tuotteeseen tarvittavat peruselementit seuraavasti:

Paikka, tilat ja resurssit:

- ✓ edistävät luonnollisesti hyvinvointia (esim. tilojen rauhallisuus, matkapuhelinten käyttökielto hoitotiloissa).
- ✓ luonnon, paikallisen kulttuurin ja elämäntavan on oltava nähtävissä.
- ✓ luovat puitteet arjesta irtautumiseen ja akkujen lataamiseen.

- ✓ esteettisyys tulee huomioida rakennuskannassa, sen tulee soveltua hyvinvointimatkailuun, hoidettu ympäristö peruslähtökohtana: vastaanotto on toimiva ja kaikki hyvinvointituotteen toteuttamiseen käytettävät tilat ja välineet ovat hyvin huollettuja.
- ✓ esteettömyys on aina huomioitu eri kohderyhmien tarpeen mukaan.
- ✓ puhtauteen, hygieniaan ja turvallisuusmääräyksiin kiinnitetään erityistä huomiota.
- ✓ kestävän matkailun peruseriaatteet on huomioitu, jolloin energiaa käytetään tehokkaasti, jätteet lajitellaan, käytetyt materiaalit ovat kestäviä, käytetään mahdollisuuksien mukaan paikallista työvoimaa, käytetään ympäristöystävällisiä pesuaineita ja niin edelleen.

Henkilökunta:

- ✓ asiakasprofiilit on huomioitu: erilaiset käyttäjäryhmät.
- ✓ palvelutapahtuma on henkilökohtainen ja hienotunteinen.
- ✓ palveluja toteuttavat ammattitaitoiset, pätevät, kyseiseen toimeensa koulutetut ja kielitaitoiset henkilöt.
- ✓ henkilökunta on hyvinvoivaa, työhönsä sitoutunutta ja hyvä työilmapiiri edustaa myös asiakkaan hyvinvointia.
- ✓ siisti ja asianmukainen asu palvelutilanteessa.

Markkinointi ja myynti:

- ✓ hyvinvointiteeman tulee näkyä yrityksen markkinoinnissa ja myynnissä.
- ✓ tekstin ja kuvien tulee tukea hyvinvointituotetta.
- ✓ hyvinvointituotteet tulee löytää helposti oman otsikon alta yrityksen internet-sivuilta.

Lisäelementit:

- ✓ suomalaisuus - oman paikan/alueen historian ja perinteiden tunteminen ja tämän hyödyntäminen toiminnassa.

- ✓ mikäli tuotteen markkinoinnissa ja myynnissä käytetään ilmaston ja vesistön puhtautta myynnin edistämiseen, täytyy niiden olla mitattuja ja tulosten pitää olla asiakkaiden nähtävillä.
- ✓ yritys hyödyntää yhteistyöverkostoja myös yli toimirajojen parhaan mahdollisen palvelu- ja hyvinvointikokemuksen takaamiseksi.

Visit Finlandin (2015) tuotesuosituksissa hyvinvointimatkailutuote muodostuu tiiviistä kokonaisuudesta, jonka on tarkoitus edistää asiakkaiden hyvinvointikokemusta. Ammattimaisuuden tulee näkyä niin työyhteisössä kuin yksilöissä. Hyvän palvelukokemuksen luomisessa on tärkeää, että työyhteisö voi hyvin ja henkilökunta on ammattitaitoista kyseiseen toimintaan. Rautaisen ammattitaidon avulla asiakkaan kokemuksesta saadaan mahdollisimman paljon hyvinvointia edesauttava ja tukeva kokemus.

Henkilökunnan ollessa valmis tuottamaan kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin palveluita, on myös tiloihin paikkoihin ja resursseihin tietyntaiset vaatimukset. Vaatimuksissa on myös määriteltä, että edellä mainittujen tulee olla suunniteltu tarkasti, jotta myös nämä tukevat hyvinvointikokemusta. Tilojen tulee olla sopivia kaikille kohderyhmille esteettömyys huomioiden. Tilojen tulee olla myös esteettisesti hyvinvointia tukevia, missä on otettu huomioon tilojen siisteys, hygienia ja säännöllinen huolto. Hoitotilat tulee rauhoittaa hoitojen ajaksi, ja kaikessa toiminnassa tulee noudattaa kestävän kehityksen periaatteita aina jätehuollosta pesuaineisiin saakka.

Näiden lisäksi tulee kiinnittää huomiota lisäelementteihin sekä markkinointiin ja myyntiin. Oman alueen historian tuntemisen liittäminen toimintaan nähdään tärkeänä piirteenä. Markkinoissa tulee aina selkeästi näkyä hyvinvointiteema, sekä tuotteiden on oltava helposti saatavilla yrityksen internetsivuilla, ja hyvinvointituotetta tulee tukea jo markkinoinnissa. Tuotteen markkinoinnissa esitetyt myyntiin tähtäävät vetovoimatekijät, kuten veden ja ilman laatu on todistettava asiakkaalle mittauksiin perustuvalla todistuksella.

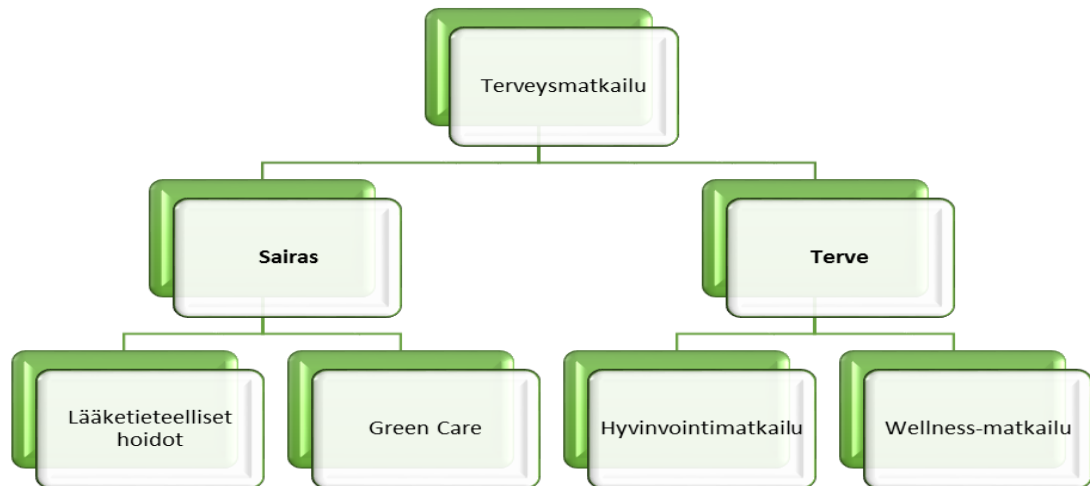
4 Green Care – hyvinvointia ja terapiaa luonnosta

4.1 Green Care ja sen historia

Green Care Finland ry (2015a) määrittelee Green Care -toiminnan:

”Green Care on luontoon ja maaseutu ympäristöön liittyvää toimintaa, jolla edistetään ihmisten hyvinvointia ja elämälaatua. Ammattialan osaamisen mukaisesti käytetään monia erilaisia eläin- ja luontoavusteisuuden menetelmiä. Näitä ovat muun muassa ratsastusterapia, puutarhaterapia ja – toiminta, sosiaalipedagoginen hevostoiminta tai ekopsykologian menetelmät. Toimintaa harjoitetaan tavoitteellisesti, vastuullisesti sekä ammatillisesti. Hyvinvointia lisäävät vaikutukset syntyvät muun muassa luonnon elvyttävyyden, osallisuuden ja kokemuksellisuuden avulla. Toiminta sijoittuu usein luonnon ympäristöön tai maatilalle, mutta luonnon elementtejä voidaan tuoda ja käyttää myös kaupunki- ja laitospäämäärityksissä.”

Green Caren toimintaan osallistuvilla on taustalla esimerkiksi mielenterveyteen liittyviä ongelmia, jolloin henkilö tulee terveydenhuollon lähetteestä kuntoutukseen. Selvänä erona siis hyvinvointi- ja wellness-matkailuun on se, että Green Care perustuu useimmiten toimintaan, jossa toiminnan taustalla on tavoitteellinen hoitosuunnitelma (kuva 3). Tavoitteellisen hoitosuunnitelman perusteella asiakas hakeutuu Green Care pariin ja käyttää sosiaali- ja terveysalan tai matkailun palveluita tervehtyäkseen diagnosoidusta sairaudesta. (Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus, Terveiden ja hyvinvoinnin laitos & Lapin ammattikorkeakoulu 2014, 7.)



Kuva 3. Green Care -toiminnan paikka terveys- ja hyvinvointimatkailun kentässä (Mukailtu Visit Finland 2014, 6; Konu, Tuohino & Björk 2011, 8)

Luonnon hyvinvointielementtien käyttö on ollut jo pitkään ihmisten elämässä. Egyptiläiset lääkärit määräsivät puutarhakävelyä sairauksista kärsiville potilaille. 1800-luvulla huomattiin maatalous- ja puutarhatöiden rauhoittava vaikutus, jolloin maaseutua ja luonnon hyvinvointivaikutusten rauhoittavaa vaikutusta alettiin käyttämään tietoisesti hyväksi mielenterveysongelmien hoitamiseen. Vuonna 1950 siirryttiin toiminnassa virallisempaan suuntaan, kun käynnistettiin terapeutin puutarhanhoidon ensimmäiset koulutukset Yhdysvalloissa. Hieman myöhemmin koulutustoimintaa laajennettiin Yhdysvalloissa ja Englannissa myös yliopistoihin, jotka loivat useita eri kehittämisjärjestöjä alan kehittämiseen. (Salovuori 2014, 12–15.)

Green Care -käsitteenä on virallisesti saanut alkunsa 1970-luvulla Alankomaissa. Tuolloin alettiin ensimmäistä kertaa puhua *care farm* -tiloista, joissa aktiivisesti hyödynnetään maatilaympäristöä ja -toimintoja sosiaalipalveluiden tuottamiseen. Suomessa Green Care on kuitenkin vielä kovin uusi ilmiö. Green Care -käsite esiteltiin Suomessa ensi kertaa vuonna 2008. (Soini, Ilmarinen, Kirveenummi, & Yli-Viikari 2011, 320.) Vuonna 2010 edettiin yksi askel lisää Suomen Green Care -toiminnassa, kun perustettiin Green Care Finland ry. Yhdistyksen tarkoituksena on parantaa alan yrittäjien yhteistyötä, lisätä tietoa alasta, paran-

taa toimintaedellytyksiä sekä edistää ja edelleen kehittää Green Care -toimintaa Suomessa. (Aro, Auer, Jakobsson, Polojärvi & Ålander 2014, 7.)

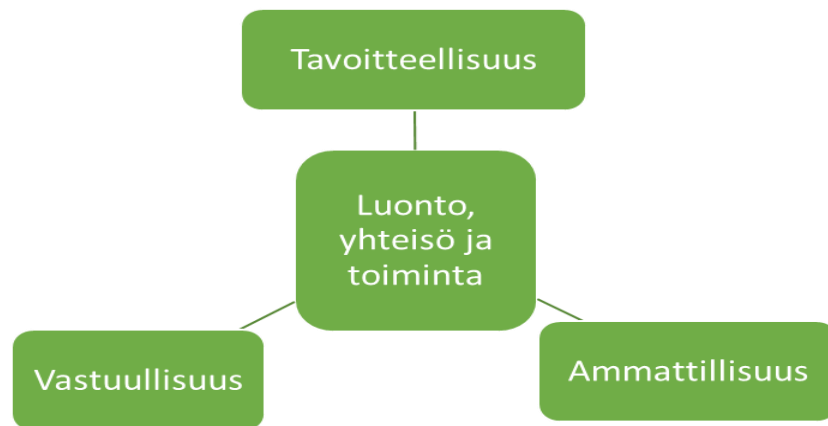
4.2 Green Caren toimintaperiaatteet

Green Care on jaettu luontohoivan ja luontovoiman markkina-alueisiin. **Luontohoivan** palvelut ovat aina kuntoutumisen tai sosiaalityön palveluita (luontolähtöisyyttä hyödyntäviä), joihin tarvitaan sosiaali- ja terveysalan koulutus. Palveluita voi järjestää yhteistyössä myös ilman sosiaali- ja terveysalan koulutusta, kunhan mukana toiminnassa on aina sellaisen koulutuksen omaava henkilö. Luontohoivasta voidaan käyttää myös nimeä vihreähoiva, mutta luontohoiva on yleensä virallisempi määritelmä. (Iijolainen & Ruoho 2014, 8–10.)

Luontovoima taas keskittyy enemmän vapaasti tuotettaviin palveluihin kuten hyvinvointi-, ohjelma-, harrastus- ja virkistyspalveluihin, joita voidaan tuottaa ilman pätevyyttä sosiaali- ja terveysalalle, eikä näihin toimintoihin kohdistu niin paljon säätelyä julkisen sektorin taholta. Luontovoiman asiakkaat eivät yleensä ole niin haavoittuvaisessa tilassa kuin luontohoivan, mutta he saattavat kaivata erityisiä tarpeita ohjaukseen, välineisiin tai esteettömyyteen liittyen. Luontovoimasta voidaan käyttää myös nimeä vihreävoima, mutta luontovoima on yleensä virallisempi määritelmä. (Iijolainen & Ruoho 2014, 8–10.)

Green Care -toiminnan kolme keskeisintä ydinelementtiä ovat luonto, toiminta ja yhteisö. Elementeistä keskeisin on luonto, jonka Green Care tarvitsee toimiakseen. Toinen elementeistä on toiminta, joka taas luo luonnollisen siteen ihmisen ja ympäristön välille. Toimiminen luonnossa tuottaa ennen kaikkea mielihyvää, aktivoi ajattelua ja tätä kautta ihminen on toimiessaan yhteydessä ympäröivään maailmaan. Kolmas Green Care elementeistä on yhteisö, joka mahdollistaa yksilön osallisuuden tunnun johonkin tärkeään. Ihminen kasvaa vuorovaikutuksen myötä henkisesti, osallistumalla ja ottamalla vastuuta yksilö kiinnittyy yhteiskuntaan. (Soini ym. 2011, 322–325.)

Green Carea tuottaessa on muistettava, että kaikki luonnossa tapahtuva yhteisöllistä toimintaa ei voida luokitella Green Careksi. Se on oltava aina kolmen peruselementin (luonto, yhteisö ja toiminta) yhdistämistä tavoitteelliseksi, ammatilliseksi ja vastuulliseksi eettiseksi kuntoutustyön kokonaisuudeksi. (Era & Puromäki. 2014, 16.) Kuviossa 4 on havainnollistettuna Green Care -toiminnan fyysiset ja eettiset toimintaedellytykset.



Kuvio 4. Green Care -toiminnan fyysiset ja eettiset toimintaedellytykset. (Mukailtu Vehmasto 2014, 13.)

Green Care -toiminnassa luontoa käytetään aina tavoitteellisesti yhtenä työvälineenä luomaan asiakkaalle hyvinvointia ja terveyttä. Toimintaa voidaan erittäin helposti räätälöidä asiakkaan mukaan, jotta siitä saadaan mahdollisimman pitkäjänteistä ja loogista jokaisen yksilön tarpeiden mukaisesti. Green Carea ohjaa aina toiminnan tavoitteellisuus. Palvelun tuottajan on aina oltava täysin sitoutunut tavoitteellisuuteen, jotta toiminta olisi mahdollisimman tehokasta asiakkaan kannalta. (Soini ym. 2011, 325–326.)

Ammatillisuus on myös tärkeä ominaisuus tuotettaessa Green Carea. Ammatillisuudessa on tärkeää, että tuotetaan ammattimaisesti vain niitä palveluita joihin ammattitaito riittää. Esimerkiksi luototerapiaa voi antaa vain henkilö, jolla on siihen koulutus. Ammatillisuudessa esiin nousee myös kyky toimia erilaisten ihmisten kanssa, asiakkaan hallintaan ja kohtaamisen liittyvät taidot ovat erityisen tärkeitä. (Soini ym. 2011, 325–326.)

Green Caren tuottamisessa kolmantena perusedellytyksenä on vastuullisuus, joka liittyy sekä luonnossa toimimiseen että asiakassuhteessa. Vastuullisuus toiminnassa nähdään arvoina, eettisinä toimintatapoina sekä laatuna toiminnassa. Vastuullinen toimija pyrkii aina luomaan asiakkailleen pitkäjänteisesti ja johdonmukaisesti asiakkailleen sosiaalista, ekologista ja hyvin usein myös kulttuurillista lisäarvoa. Vastuullinen toimija toimii myös kestävän kehityksen arvojen mukaisesti kunnioittaen tärkeintä toiminnan elementtiä eli luontoa. (Soini ym. 2011, 325–326.)

4.3 Green Care -toiminnan suuntaviivat Suomessa

Green Carea on kehitetty Suomessa julkisin varoin toteutetuilla hankkeilla, joita oli 2013 syksyyn mennessä noin 20 ympäri Suomea (Era & Puromäki 2014, 18). Suomessa on tarjolla myös Green Careen liittyvää ammatillista-, korkeakoulu- tai täydennyskoulutusta. Koulututusta, joka keskittyy Green Care -toiminnan ja matkailun yhdistämiseen, on Suomessa tällä hetkellä kaksi kappaletta. Ammattioppilaitos Liviassa voi opiskella itselleen maaseutumatkailun ammattitutkinnon, jonka koulutus on Green Care -painotteinen. Turun aikuiskoulutuskampus tarjoaa luontohyvinvointiin keskittyvän matkailun ohjelmalvelujen ammattitutkinnon, jossa myös Green Care on pääpainopisteenä. Green Care -palveluita tuottavien eri alojen yritysten määrä on ollut vakaassa kasvussa. Vuonna 2015 toimijoita Green Care Finlandin internetsivuilta löytyy 77 kappaletta, ja toimijoiden määrän odotetaan lisääntyvän myös tulevaisuudessa. (Green Care Finland ry 2015b.)

Matkailuala on ollut jo jonkin aikaa murroksessa, ja yhtenä haasteena on ollut tuotteistaa uusia tuotteita uusille aloille ja entistä vaativammille asiakkaille. Nykypäivän matkailijoita ei voida niinkään ajatella yhtenäisenä joukkona, jolla on samat halut ja päämäärät matkustaessaan, vaan hyvinkin moninaisena, erikäisinä ja erilaiset elämäntavat omaavina yksilöinä. (Aro ym. 2014, 5–6.)

Hyvinvointipalvelut kaikissa muodoissa tulevat todennäköisesti kokemaan suuren kysynnän lisääntymisen. Tulevaisuudessa on panostettava entistä enemmän esteettömämpään matkailuun, kun niin sanotut ”harmaat pantterit” lisääntyvät matkailussa. Vuonna 2020 on arvioitu, että jopa 20 prosenttia eurooppalaisista on yli 65-vuotiaita. Nämä hyväkuntoiset seniorit ovat tottuneet matkustamaan elämänsä aikana, ja elinajanodotteen kasvaessa he matkustavat entistä pidempään. Vuonna 2011 tämä ryhmä kulutti matkailuun jopa kolmanneksen enemmän kuin vuonna 2006. (Vesterinen 2012, 4.) Tämä väijäämätön kehitys voidaan nähdä sekä haasteena että mahdollisuutena, ja tulevaisuudessa esimerkiksi Green Care -toimintaan liittyvä yrittäjyys luontovoiman puolella voisi olla suuri työllistäjä maaseudulla sijaitseville maatiloille, maaseutumatkailulle ja virkistystoiminnalle (Yli-Viikari, Lilja, Heikkilä, Kirveennummi, Kivinen, Partanen, Rantamäki-Lahtinen & Soini, 2009, 61.)

Suomalainen maaseutu on myös kokenut suuria uudistuksia viime vuosina, ja sitä kautta myös monialaisten maatilojen määrä on noussut. Maaseudulla toimii noin 140 000 pienyritystä, joista 32 % on perustiloja ja 14 % monialaisia maatiloja. Noin 50 % on yrityksiä, joilla ei ole varsinaista kytkentää maatilaan. Monialayrittäjyys nähdään yhtenä suurena mahdollisuutena kuihtuvalle maaseudulle ja yhtenä monialayrittäjyyden mahdollisuutena on maaseutumatkailu. Sen varaan rakennetuissa muussa toiminnassa tarvittaisiin tulevaisuudessa uusia innovaatioita monipuolistamaan toimintoja. Asiantuntijat ovat puheissaan nostaneet esille erityisesti maaseudun kehittämisen, jossa maaseutu tulisi nähdä uutena ja suurena mahdollisuutena matkailu-, hyvinvointi- ja terveysalojen liiketoimintojen kasvuun. (Aro ym. 2014, 5–6.)

Green Carea onnistuttiin kasvattamaan Alankomaissa nopeasti kymmenen vuoden aikana vuosina 1998–2007. Vuonna 1998 toimintaan erikoistuneita maatiloja oli 75, kun vuonna 2007 niitä oli jo yli 750. Suurin osa Alankomaissa toimivista tiloista ei ole itse osana hoitolaitosta, mutta noin kolmanneksella on virallinen yhteistyösopimus jonkin paikallisen hoitolaitoksen kanssa. Sopimuksen mukaan hoitolaitos maksaa maatilan tai maatilamatkailun-alan yrittäjälle korvausta siitä, että hän toteuttaa kuntouttavaa toimintaa tilallaan asiakkailleen. (Yli-Viikari ym. 2009, 12).

5 Työn toiminnallisen osan toteutus ja aineiston rajaus

Lähdin keräämään työhöni laadullista aineistoa, jolla sain ilmiöstä syvemmän ja tarkan kuvan. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tutkimuskäytänteitä voidaan käyttää väljemmässä merkityksessä kuin esimerkiksi tutkimuksellisessa opinnäytetyössä. Tietoa voidaan kerätä samoilla menetelmillä, mutta siinä valmiita tutkimuskäytäntöjä käytetään lähinnä perustasolla. Toiminnallisessa opinnäytetyössä voidaan konsultaationa kerätä haastellen tietoa, jolloin haastatteluaineistoa käytetään kuin lähdeaineistoa päättelyn tukena ja tuomaan teoreettista syvyyttä työhön. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 56–58.)

Opinnäytetyön tiedonkeruuseen käytin puolistrukturoitua haastattelua. Puolistrukturoidussa haastattelussa haastattelija valitsee ennalta avoimet kysymykset, joilla hän kokee saavansa mahdollisimman syvällistä tietoa aihealueesta. Haastattelussa pyritään aina löytämään tutkimuksen kannalta merkityksellisiä vastauksia, jotka antavat mahdollisia vastauksia toiminnallisen opinnäytetyön tehtävään. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 63.) Syventävää tietoa haettavassa puolistrukturoidussa haastattelussa on tarkkaan mietittävä haastattelukysymysten asettelu etukäteen. Kysymysten tulee olla sellaisia joihin ei voi vastata kyllä tai ei, koska silloin tiedonkeruussa ei saada haluttua syvällistä ja tarkkaa tietoa. Kysymykset eivät myöskään saa olla laajuudeltaan liian suuria, eivätkä myöskään sellaisia, joissa kysymyksessä itsessään on jo vastaus kysymykseen. (Kananen 2014, 39–40.)

Lopulliseen haastatteluun (liite 1) sisältyi neljä perustietoihin liittyvää kysymystä, jonka jälkeen oli Green Carea syventävät kysymykset. Kysymykset oli jaettu kolmen eri teeman alle. Teemat olivat Green Care -toiminta yleisesti, Green Care -toiminta käytännössä sekä Green Care ja matkailuala. Teemaan liittyviä kysymyksiä haastattelussa oli yhteensä yksitoista kappaletta. Kahdesta kysymyksestä jouduin laatimaan kaksi eri versiota, koska en olisi voinut kysyä samalla tavalla aseteltua kysymystä yrittäjiltä tai tutkijoilta ja järjestötoimijoilta.

Toteutin haastattelun kuudelle Green Caren -toimijalle, jotka ovat joko matkailualan yrittäjiä tai kansallisia toimijoita hankkeissa ja alan järjestöissä. Yrittäjät valitsin Green Care Finlandin (2015b) listauksesta, jossa ovat kaikki Suomen toimijat edustettuina. Valintaperusteena yrittäjien valitsemiseen käytin listassa olleita asiasanoja, jotka liittyivät matkailuun. Matkailuun liittyviä asiasanoja olivat listauksessa matkailuyritys, luontoretket, luontoliikunta, vaellus, majatalo, maatilaloma, luontomatkailu, maatilamatkailu sekä majoitus- tai kokouspalvelut. Haasteita yritysten valinnassa aiheutti matkailuun suuntautuneiden Green Care -yrittäjien määrä. Yrityksiä oli vain seitsemän kappaletta (yrityksiä yhteensä 77 kappaletta) joiden yhteydessä asiasanat ilmenivät. Tämän lisäksi kaikkien löytämäni seitsemän yritysten internetsivujen perusteella selvitin vielä tarkemmin, minkälaista toimintaa kyseinen yritys harjoittaa, jotta se olisi sopiva haastattelun kohteeksi. Yritykset toimivat Green Caren luontovoiman markkina-alueella ja vaatimuksena oli, että niiden toiminnassa olisi matkailun palveluita.

Tutkijoista ja järjestötoimijoista valitsin alustavasti viisi henkilöä. Valintaperusteina heidän valitsemiseen käytin heidän osallisuutta Green Care -toiminnan kehittämisessä ja hankkeissa. Lisäksi selvitin henkilöiden asemaa valtakunnallisissa Green Careen liittyvissä tutkimuksissa ja järjestöissä. Halusin myös haastatella henkilöitä, jotka ovat olleet jo jonkin aikaa toiminnassa mukana. Tarkoituksena oli tehdä selvitystä Green Care -toiminnasta Suomen mittakaavassa, joten tämä rajasi luonnollisesti ulkomaalaiset henkilöt pois haasteltavien joukosta.

Näiden perusteella valitsin matkailuyrittäjiin kolme ensisijaista haasteltavaa ja kolme toissijaista. Tutkijoista ja järjestötoimijoista valinnat kohdistuivat kolmeen ensisijaiseen ja kahteen toissijaiseen haasteltavaan. Valitsin ensisijaisiksi ne yritykset, jotka sopivat parhaiten aiemmin mainitsemini rajausperusteisiin. Tutkijoiden ja järjestötoimijoiden jaottelun tein kehitystyössä näkyvyyden perusteella. Mukaan valitsin henkilöt, jotka olivat olleet paljon mukana hankkeissa ja lähdemateriaaleissani.

Lähetin haastattelupyynnön 10.11.2015 aluksi vain ensisijaisille haasteltaville kysyäkseni, suostuvatko he haastatteluun. Kun sain myönteisen vastauksen

haastatteluun, sovimme heidän kanssaan sopivan ajan haastattelulle. Toissijaisiin haastateltaviin otin yhteyttä vain siinä tapauksessa, jos sain kieltäytyvän tai en vastausta olleenkaan lähettämiini ensisijaisiin haastattelupyyntöihin. Tutkijoista ja järjestötoimijoista kaikki ensisijaiset vastasivat myöntävästi pyyntöihin, mutta yrittäjien kohdalla jouduin lähettämään pyyntöjä myös toissijaisille haastateltaville.

Hankaluuksia yrittäjien vähäisen määrän lisäksi haastatteluiden suunnittelussa aiheutti yrittäjien vastaamattomuus haastattelupyyntöihini. Kolmelle ensisijaiselle matkailun toimijalle lähettämästäni pyynnöstä vain yksi vastasi viestiini, joka oli myönteinen vastaus. Tämän jälkeen lähetin 16.11.2015 toissijaisille matkailun toimijoille haastattelupyyntöni ja taas tuloksena oli vain yksi sovittu haastatteluaika. Olin laittanut haastattelupyyntöni jo kaikille valitsemilleni ensi- ja toissijaisille yrittäjille ja minulta puuttui silti vielä yksi haastattelu tämän jälkeen. Päädyin valitsemaan tutkija- järjestötoimijoiden listasta vielä yhden nimen, kenelle lähetin 17.11.2015 pyynnön ja hänen kanssaan sain sovittua haastattelun.

Haastatteluihin valikoitui kaksi yrittäjää, joista molemmat henkilökohtaisesti antoivat haastattelun. Toinen yrittäjästä on ollut mukana Green Caren parissa vuodesta 2008. Hän on ollut mukana Green Care Finlandin ry:n perustamisessa ja hänellä on jo ainakin seitsemän vuoden kokemus Green Caresta ilmiönä ja liiketoimintana. Yrityksen järjestämiä Green Care -palveluita olivat virkistyspäivät, melonta, luontoretket, laskettelu-, sauvakävely-, ja hiihtokurssit ja välinevuokraus. Toinen yrittäjästä on ollut mukana Green Care parissa kolme vuotta. Yrityksen Green Care -palveluihin kuuluivat luontoretket, eläinavusteiset toiminnot metsässä tai pihapiirissä, vierailut eläinten kanssa laitoksissa ja askartelun käyttäminen menetelmänä.

Tutkijoita ja järjestötoimijoita oli yhteensä neljä henkilöä. Kaksi haastateltavista oli Green Careen perehtyneitä tutkijoita. Toinen tutkijoista on toiminut Green Care parissa kymmenen vuotta ja oli tällä hetkellä virkavapaalla Helsingin yliopistosta. Henkilö on ollut useissa eri tutkielmissa ja hankkeissa mukana. Toinen valitsemistani tutkijoista on toiminut myös useissa tutkimuksissa ja hankkeissa. Green Caren parissa hän on työskennellyt viisi vuotta ja toimii tällä

hetkellä Luonnonvarakeskuksen palveluksessa. Kaksi muuta haastattelemistani toimivat puheenjohtajina Green Care yhdistyksissä. Toinen henkilöistä oli Green Care Finland ry:n puheenjohtaja ja hän on ollut ilmiön kanssa tekemisissä kymmenen vuotta. Hän oli muun muassa kirjoittanut yhden niistä harvoista kirjoista, jota Green Caresta oli saatavilla Joensuussa. Toinen henkilöistä oli Green Care Lapland ry:n puheenjohtaja ja hänellä oli kokemusta Green Caresta kuuden vuoden ajalta. Kokemus on karttunut Green Care Lapland yhdistyksen sekä Lapin ammattikorkeakoulun kautta tapahtuvassa Green Caren kehitystyössä.

Toteutin haastattelut yksilöhaastatteluina matkapuhelimen välityksellä. Nauhoitin puhelut sanelunauhurilla, jonka sain lainaan Karelia-ammattikorkeakoululta. Tärkeää oli nauhoittaa haastattelut, että pystyn palaamaan johonkin kohtaan haastattelussa, jos halusin tarkastaa tulkintani asiasta. Haastattelujen perusteella oli tarkoituksena myös saada syvälinen ja tarkka kuva aiheesta, joten näin nauhoituksen siinäkin mielessä paremmaksi keinoiksi kuin pelkkien muistutpanojen tekeminen haastatteluista. Ennen haastattelujen aloittamista testasin myös sanelunauhurin ja matkapuhelimen toimivuuden haastattelun aikana. Testaus osoittautui kannattavaksi, koska huomasin testauksen jälkeen, että jos nauhuri on liian lähellä matkapuhelinta, se ottaa häiriötä puhelimesta ja tuolloin nauhoituksesta ei saa mitään selvää.

Ensimmäinen haastattelu toimi myös testihaastatteluna, mutta käytin kuitenkin haastattelua tuloksissani. Ensimmäisen haastattelun jälkeen tein vielä viimeiset pienet korjaukset kysymyksiin. Poistin yhden perustietoihin liittyvän kysymyksen, jonka oli tarkoituksena selvittää yrityksen/organisaation työntekijöiden tai jäsenten määrä. En nähnyt kyseisen kysymyksen auttavan tavoitteen saavuttamisessa. Kahdesta kysymyksestä jouduin myös muuttamaan muotoilu seikkoja, jotta haastateltavan olisi selvempi ymmärtää kysymykset. Tämän jälkeen pystyin jatkamaan seuraaviin haastatteluihin. Kaikki haastattelut toteutettiin aikavälillä 17–27.11.2015. Haastattelut sujuivat hyvin ja toimivat oppimisprosesseina erityisesti kysymysasettelun tärkeyteen ja yleensä haastattelutilanteeseen. Pisin haastatteluista oli 42 minuuttia ja lyhin 18 minuuttia. Loput neljä haastattelua kestivät 25–33 minuuttia.

Jokaisen haastattelun jälkeen kirjoitin haastattelun puhtaaksi Wordilla. Nauhoitteita en koskaan litteroinut kohta kohdalta auki, vaan pyrin löytämään haastatteluista itselleni merkitykselliset ydinsisällöt. Perusteluna tähän oli, että toiminnallisessa opinnäytetyössä ei laadullisesti kerättyä aineistoa tarvitse analysoida yhtä tarkasti kuin tutkimuksellisessa opinnäytetyössä (Vilkkä & Airaksinen 2003, 57–58). Haastatteluissa ilmenneitä kohtia en myöskään kohta kohdalta kirjannut työhöni. Lopulliseen toiminnalliseen tuotokseen koostin haastatteluista yhteen tärkeimmäksi näkemäni ydinasiat, jotka esittelen työssäni tuotesuosittelun ja haastatteluiden koosteen muodossa.

6 Haastatteluiden kooste ja Green Caren tuotesuosittelut

6.1 Haastatteluiden kooste

Tässä kappaleessa esittelen toiminnallisessa opinnäytetyössä koostamani tuotoksen. Ensimmäisenä on koostettuna saamani vastaukset kysymyksiin, jotka eivät suoranaisesti liittyneet Green Caren tuotesuosittelun luomiseen, vaan käsittelevät Green Carea yleisesti ja käytännössä. Tässä osiossa on myös haastatteluista selvinneet eroavaisuudet Green Caren ja hyvinvointimatkailun välillä. Tämä oli toinen tavoitteistani, johon keskityin erityisesti työssäni. Tämän jälkeen olen koostanut tuotesuosittelut Green Careen, joista ilmenee mitä tulee ottaa huomioon tiloissa, paikoissa, resursseissa, henkilökunnassa, markkinoinnissa ja myynnissä, kun tuotetaan Green Care -palveluita.

Green Care ja tulevaisuuden näkymät

Haastatteluissa Green Care määriteltiin suunnitelmalliseksi ja vastuulliseksi toiminnaksi, jossa tavoitteellisesti käytetään hyväksi luonnon tiedostettuja hyvinvointivaikutuksia. Toiminnan todettiin edistävän ihmisen terveyttä ja hyvinvointia kokonaisvaltaisesti. Green Caren nähtiin jakautuvan kahteen eri aluee-

seen, jotka olivat luontohoiva ja luontovoima. Luontohoivasta- ja voimasta käytettiin myös vihreähoiva ja -voima nimityksiä.

Green Caren tulevaisuuteen uskotaan vahvasti. Se on tällä hetkellä vielä kehitysvaiheessa, nousukiidossa. Luonnon ja hyvinvoinnin yhdistäminen nähdään tulevaisuudessa kiinnostuksen kohteena monella eri toimialalla. Green Care parissa on vuosien saatossa tehty paljon kehitystyötä, ja sitä tullaan jatkamaan myös tulevaisuudessa. Vuonna 2009 ennustettiin, että Green Care on yksi osa sosiaali- ja terveysalan toimintaa 10 vuoden päästä, jolloin se olisi samassa asemassa kuin esimerkiksi taide- ja musiikkiterapia. Tätä kautta on myös toivottu siitä, että Green Care hyväksyttäisiin tulevaisuudessa päättäjien toimesta vielä Kelan korvattavaksi hoidoksi.

Kasvu pelkästään matkailualan puolella nähtiin myös suurena mahdollisuutena. Suomessa puhdas luonto koetaan tärkeänä elementtinä toiminnan kehittymiselle, jota voitaisiin tietoisemmin hyödyntää. Se on erittäin tärkeä vahvuus, jonka varaan Green Carea voidaan kehittää myös tulevaisuudessa. Matkailualan vahvuudeksi ilmenee myös se, että matkailun toimialan asiakkaina voivat moniammatillisen yhteistyön tuloksena olla kaikki kohderyhmät.

Jos toiminnalle nähdään kasvunvaraa, niin nähdään myös sen kasvua hidastavia tekijöitä. Green Care ilmiönä ja käsitteenä koetaan vielä hyvin tuntemattomana, joten se voi hidastaa kasvua tässä vaiheessa. Mahdolliset potentiaaliset asiakkaat eivät vielä tiedä toimintavasta ja eivät tiedä, mitä saavat, kun ostavat tuotteen. Kehitykseen ja markkinointiin kuitenkin toivotaan niin yhteiskunnan kuin myös Green Care -verkostojen panostamista, jotta Green Care olisi tulevaisuudessa tunnetumpi ilmiö asiakkaiden keskuudessa. Green Care saa vuoden 2016 aikana yhtenäisemmän toimintalinjauksen, kun toimintaan luodaan Laatu-merkki -laatukokonaisuus. Laatu-merkin uskotaan omalta osaltaan nostavan toimintamuodon tunnettua ja luomaan Green Caren ympärille yhteiset toimintalinjaukset, jotka nostavat Green Caren näkyvyyttä ja arvoa tuotteena.

Tällä hetkellä toiminta on ollut lähinnä yleisten suositusten varassa, jotka ovat antaneet vain viitteellistä suuntaa toiminnalle. VoiMaa-hankkeessa on luotu

Green Care -työkirja, joka on tähän mennessä antanut laatuun liittyviä vaatimuksia Green Carelle. Se on tehty yrityksille, jotka tuottavat, tai aloittavat tuottamaan Green Care -palveluita. Sen käyttämisellä voidaan määrittää tällä hetkellä keskeisiä sisältö- ja laatutekijöitä Green Care -palveluissa. Laatumerkki ja Green Care -työkirja luovat tulevaisuudessa yhdessä linjaukset, siihen mitä Green Care -palvelun tulee sisältää. (Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus ym. 2014, 4.)

Green Caren ja hyvinvointimatkailun ero

Green Care ja hyvinvointimatkailun rajapinta nähdään jokseenkin hieman haasteellisena. Hyvinvointimatkailu koetaan laajempänä kokonaisuutena, johon liittyy hyvinvoinnin hakeminen erilaisista tuotteista ja palveluista. Merkittävimpänä erona on Green Caren tavoitteellisuus, vastuullisuus ja ammatillisuus. Green Caressa on aina tarkoitus tuottaa hyvinvointia tavoitteellisesti luonnon hyvinvointivaikutuksia hyödyntämällä. Toiminnassa käytetään tavoitteellisesti apuna hoitosuunnitelmaa tai tähdätään johonkin tiettyyn oppimistavoitteeseen. Tämän tavoitteelliseen luonnon hyvinvointivaikutusten hyödyntämisen taustalla on aina tutkimustietoa, jonka pohjalta kehitetään menetelmiä kuntoutumiseen ja hyvinvointiin.

Erona nähdään myös hyvinvointimatkailun vapaaehtoisuus. Hyvinvointimatkailusta hyvinvoinnin hakeminen on oma-aloitteista ja vapaaehtoista toimimista. Green Care pohjautuu useimmiten siihen, että henkilö ohjataan ja viedään kyseisten palveluiden pariin. Kohderyhmissä on myös eroja. Hyvinvointimatkailussa asiakkaat ovat kykeneväisiä omalla toiminnallaan ja omatoimisesti tuottamaan hyvinvointia itselleen. Green Caren parissa taas asiakkaat tarvitsevat useimmiten ohjatusti tukea oman hyvinvoinnin saavuttamiseen ja hyvinvointi saavutetaan aina tavoitteellisesti. Tulevaisuuden suhteen koetaan, että laatumerkki luo selkeämmät rajat toimintaan. Selkeämmillä rajoilla pystytään erottumaan esimerkiksi hyvinvointimatkailusta omaksi kokonaisuudeksi, jolloin Green Care tuotetta on helpompi markkinoida.

Palvelut, toiminnot ja tuotteet

Green Care palvelumuotojen laajuus nähdään myös hieman vaikeasti määriteltävänä johtuen lähinnä siitä, että Green Careen voi kuulua niin paljon erilaisia menetelmiä ja tuotteita. Toteutettava tuote voi olla oikeastaan mitä vain, kunhan siinä täyttyy luonnonhyvinvointivaikutusten käyttäminen tavoitteellisena hoitokeinona. Toiminnan ei tarvitse olla parantavaa ja kuntouttavaa, vaan se voi olla luontovoiman puolella myös voimaannuttavaa ja virkistävää. Esimerkkeinä palveluista nousivat esille terapeutin puutarhatoiminta, eläinavusteinen toiminta, vanhusten hoitotyö, luontopäiväkodit, maatila- ja luontoympäristöjen käyttö, kuntouttava työtoiminta, työkyky- ja työhyvinvointi -palvelut ja askartelu luontomateriaaleista.

Suomessa tilanne nähtiin muihin maihin verrattuna hieman erilaisena. Suomessa Green Care on levittäytynyt myös matkailun puolelle, kun ulkomailla se toimii lähinnä sosiaali- ja terveysalan puolella. Luontoharrastusten ja -aktiviteettien hyödyntämistä voidaan toteuttaa useissa eri palveluissa. Toimintaa voidaan tuottaa muun muassa kalastuksessa, sauvakävelyssä, melonnassa, lumikenkäilyssä, retkiluistelussa, hiihdossa ja laskettelussa. Luontoaktiviteeteissa palveluiden ei tarvitse olla extreme-toimintaa, kunhan tuotteessa vaan tulee esiin todetut luonnon hyvinvoinnin vaikutukset.

Minkälaisia palveluita matkailualan toimija voi tuottaa Green Care -merkin alla, nähdään riippuvan paljolti asiakasryhmästä ja sen tarpeista. Matkailualan toimija tuottaa pääsääntöisesti palveluita luontovoiman markkina-alueella, mutta myös luontohoivan palveluiden käyttäminen yhteistyössä sosiaali- ja terveysalan kanssa koetaan suurena mahdollisuutena. Esimerkkeinä matkailualan yrittäjän tuottamista palveluista nousi haastatteluissa esille retkeilytoiminta luonnossa, metsä-, puisto-, ja vesistöympäristöjen hyödyntämistä oikeastaan missä vain aktiviteetissa, hevosvaellukset, virkistyspäivät, luontoretket ja maatilamatkailu. Tulee kuitenkin muistaa, että pelkkänä tuotteina nämä eivät ole luokiteltavissa Green Care -tuotteiksi, vaan niissä pitää olla todistetusti luonnon hyvinvointivaikutukset tiedossa, ja toiminnan pitää olla aina vastuullisesti ja ammattimaisesti tuotettua tavoitteellista toimintaa.

Kestävä kehitys

Kestävä kehitys nähdään eettisenä ominaisuutena Green Caressa. Käytettävät menetelmät tulee mieltää aina kumppaniksi, eikä aineellisina resursseina, joita voidaan hyödyntää ajattelematta ja suunnittelematta toimintaa. Luonto on tärkeä elementti Green Care toteutuksessa, joten luontoa tulee kunnioittaa ja kuormittaa niin vähän kuin mahdollista. Kaikki hankinnat tulee tehdä kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti.

Green Care on myös toimintaa, joka on lähellä ja helposti saavutettavissa. Asiakkaan ei tarvitse matkustaa pitkää matkaa palveluiden piiriin, jolloin siinäkin suhteessa ympäristöpäästöt jäävät pieniksi. Jätteiden syntymiseen ja niiden kierrättämiseen tulisi kiinnittää myös huomiota. Kestävyytenä nähdään myös sosiaalinen ja taloudellinen kestävyys, jotka ovat tärkeitä toiminnan kehityksen ja kestävyuden kannalta. Sosiaalisen ja taloudellisen kestävyuden kannalta on tärkeää, että Green Caren tärkeys tunnistettaisiin myös yhteiskunnallisesti ja poliittisesti, jolloin toiminta saisi yhteiskunnallisesti tukea kestävyYTEEN.

Verkostoituminen ja yhteistyö

Verkostoituminen ja yhteistyö matkailualalla toimialalla nähtiin moniammatillisen Green Caren parissa suurena mahdollisuutena. Suurimpana ongelmana matkailun Green Care -palveluissa yhteistyön ja verkostoitumisen suhteen koettiin, että toimijat ovat verkostoituneet matkailualalla keskenään. Verkostoituminen on mahdollisuus, luontohoivan, sosiaali- ja terveystalvelujen verkoston, terapeuttien ja hoivalaitosten kanssa. Yhteistyö ja verkostoituminen heidän kanssaan on hyvä mahdollisuus lisätä yritystoimintaa ja tasapainottaa sitä ympäristöiseksi. Luontohoivan puolella on hoidossa paljon yksilöitä ja ryhmiä, jotka tarvitsevat luontoon liittyvää kuntoutustoimintaa vuodenaajasta riippumatta. Näihin palveluihin taas löytyy ammatillista osaamista matkailunalalta, ja palvelu voitaisiin toteuttaa moniammatillisena yhteistyönä. Verkostoitumisessa matkailualan toimijoita kannustettiin rohkeasti moniammatilliseen yhteistyöhön.

Tärkeimmiksi paikoiksi verkostoitumiseen nähtiin erilaiset tilaisuudet, kehitystyöt ja järjestöt. Esimerkkinä näistä mainittakoon Green Care Finland ry, alueelliset Green Care -järjestöt (tällä hetkellä Lappi ja Itä-Suomi), muut alueelliset luontomatkailuun ja Green Careen liittyvät järjestöt ja vuosittain järjestettävät Green Care -päivät.

6.2 Green Caren tuotesuosituksiset

Nämä epäviralliset tuotesuosituksiset on koostettu haastatelluista saamastani aineistosta joista on poimittu ydinsisällöt. Tuotesuosituksiset on koottu neljän haastattelukysymysten vastausten perusteella. Kysymykset koskivat henkilökuntaa, markkinointia ja myyntiä, kestävästä kehitystä sekä tiloja, paikkoja ja resursseja. Käytin työkaluna ja vertailuna tuotesuosituksien tekemiseen Visit Finlandin (2015) luomia hyvinvointimatkailun tuotesuosituksia.

Tilat, paikat ja resurssit:

- ✓ Toimintaympäristön tulee olla hyvinvointia eheyttävä ja tukeva.
- ✓ Tilojen ja paikkojen tulee olla rauhalliset toiminnan toteuttamiseen (ylimääräistä liikkumista ja häiriötä vältettävä toiminnan aikana).
- ✓ Toiminnasta pitää olla kattavat omavalvonta- ja turvallisuussuunnitelmat.
- ✓ Esteettömyyden tulee olla hyvä kaikissa tiloissa ja paikoissa.
- ✓ Saavutettavuus tulisi olla hyvä, jotta myös erityisryhmät pääse palveluiden pariin.
- ✓ Eläinten käytössä tulisi huomioitava eläinten tyyppillinen käyttäytyminen ja elintila.
- ✓ Välineet tulisi olla kestäviä, jotta ne olisivat kestävästä kehityksen arvojen mukaiset. Toimivuus pitäisi olla myös hyvä, että ne olisivat myös erikoisryhmien käytettävissä.
- ✓ Kestävä kehitys pitäisi huomioida kokonaisvaltaisesti toiminnassa (jätteet, hankinnat ja niin edelleen).

- ✓ Kestävän kehityksen tulisi näkyä myös käytettävissä käytettävissä tiloissa, resursseissa ja paikoissa.

Henkilökunta:

- ✓ Koulutus luonnon hyvinvointivaikutuksista ja miten niitä hyödynnetään.
- ✓ Ammatillisuus, ei tuoteta palveluita, joihin ei ole koulutusta.
- ✓ Asiakkaan kohtaamiseen ja ohjaamiseen liittyvät taidot tulisi olla hyvät.
- ✓ Henkilökunnan tulee olla ihmisläheisiä ja helposti lähestyttäviä.
- ✓ Tavoitteellisuuden kokonaisvaltainen sisäistäminen, jotta työntekijä pystyy tuottamaan tavoitteellista toimintaa asiakkaalle.
- ✓ Palvelun laadun ohjauksessa on pysyttävä tasaisena ja hyvänä asiakasryhmästä riippumatta.
- ✓ Henkilökunnan läsnäolo ja kiireettömyys, koska on kyse tavoitteellisesta toiminnasta.
- ✓ Luovuus palveluiden kehittämisessä on eduksi, jotta uusia ja innovatiivisia Green Care -tuotteita pystytään tuottamaan.
- ✓ Tietosuojaan ja vaitiolovelvollisuuteen liittyvät asiat tulisi olla tiedossa.
- ✓ Yleiset palveluammatteihin liittyvät tiedot ja taidot.

Myynti ja markkinointi:

- ✓ Green Care ilmiönä vielä tuntematon, joten toiminnan tarkoitus ja hyöty tulisi avata asiakkaalle tarkasti.
- ✓ Markkinoinnissa ei pidä antaa lupauksia, jotka eivät täyty.
- ✓ Sellaista tuotetta johon oma ammatillinen osaaminen ei riitä, ei saa markkinoida ilman että tekee yhteistyötä tällaisen toimijan kanssa, jolta osaaminen löytyy.
- ✓ Markkinoinnin ja myynnin tulee olla luovaa ja laadukasta, jotta toiminnasta välittyy laadukas kuva asiakkaalle.
- ✓ Laatumerkin lanseerauksen jälkeen sillä voidaan luoda lisäarvoa markkinointiin.

Lisäksi:

- ✓ Verkostoituminen oman alan kanssa, jotta saadaan tarvittaessa apua myös toisilta saman alan yrittäjiltä.
- ✓ Verkostoituminen myös muitten toimialojen kanssa, kuten sosiaali- ja terveysala, jotta saadaan monialaisen verkostoitumisen kautta uusia asiakasryhmiä.
- ✓ Luovuus on hyväksi kaikissa toiminnan osa-alueissa.

Luomani Green Caren tuotesuosituksiset pitävät hyvin paljon sisällään samoja elementtejä kuin Visit Finlandin (2015) tuotesuosituksiset, joita käytin työkaluna ja vertailuun koostaessani näitä Green Caren tuotesuosituksia. Molemmissa tulee ilmi, että erityisesti tulisi panostaa, esteettömyyteen, kestävään kehitykseen, henkilökunnan riittävään koulutukseen, turvallisuuteen, hyvään palvelukokemukseen ja tilojen rauhoittamiseen vain siihen toimintoon, jota ollaan toteuttamassa.

Tiloissa paikoissa ja resursseissa ei ole kauheasti eroavaisuuksia hyvinvointimatkailun tuotesuosituksiin. Sieltä kuitenkin nousee esiin, että eläinavusteisia toimintoja tuottaessa, eläimet ja niiden luonnollinen käyttäytyminen tulee ottaa huomioon toiminnassa. Palveluiden saavutettavuuden tulisi olla hyvä, koska Green Care -toiminnassa on asiakkaina myös paljon erikoisryhmiä, joille esteettömyys ja saavutettavuus voivat olla osallistumisen ehtona.

Henkilökuntaan liittyvissä tuotesuosituksissa löytyy eniten eroja hyvinvointimatkailun tuotesuosituksiin. Green Caren ollessa tavoitteellista, tulee työntekijöiden sisäistää mitä se tarkoittaa. Tavoitteellisuus näkyy myös henkilöstöressurssien suunnittelussa, jotta palvelutilanteessa näkyisi läsnäolo ja kiireettömyys. Palvelun tulisi olla läsnäololla ja kiireettömyydellään mahdollisimman hyvinvointia tukeva kokemus. Ammatillisuus on myös erittäin tärkeää ja työntekijöillä tulee olla tietoa ja koulutusta luonnon hyvinvointivaikutuksista ja niiden hyödyntämisestä tavoitteellisin menetelmin. Green Caressa voi asiakkaat olla johonkin erikoisryhmään kuuluvia jolloin henkilökunnan tulee erityisesti kiinnittää huomiota asiakkaan lähestymiseen ja ohjaamiseen toiminnoissa. Asiakasryhminä olevien

erikoisryhmien takia, myös vaitiolovelvollisuuteen ja tietosuojaan liittyvät asiat tulisi ottaa huomioon Green Caressa.

Green Caren markkinoinnissa ja myynnissä tulisi kiinnittää huomiota termin ja toimintamuodon avaamiseen. Green Care on vielä hyvin pienimuotoista varsinkin matkailualalla, joten asiakkaan tulee tietää tarkkaan, mitä tuote sisältää ja mitä hän saa ostaessaan sen. Markkinoinnin tulisi olla mahdollisimman luovaa, eikä myynti- tai markkinointilanteessa tulisi antaa sellaista lupautusta Green Caren vaikutuksista, joita ei pystytä toiminnalla tai olemassa olevalla työntekijän koulutuksella täyttämään.

7 Luotettavuus ja eettisyys

Pyrin tekemään työni mahdollisimman luotettavaksi ja hyvän eettisen toimintavan mukaisesti. Eettisyys opinnäytetyössä edellytti hyvää tieteellistä käytäntöä. Tieteellistä työtä tehdessä on tiedettävä tiedonhankintaan ja julkaisuun liittyvät tutkimuseettiset vaatimukset ja hyvän tieteellisen käytännön noudattamisesta vastaa aina tekijä itse (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 23). Käytin työssäni uskottavaa lähdekirjallisuutta ja merkkasin työni lähteet asianmukaisesti kirjoittamaani tekstiin ja lähdeluetteloon. Haastatteluissa kysyin haastateltavilta, saanko nauhoittaa haastattelun ja voinko tarvittaessa julkaista haastateltavan nimen työssäni. Keräämieni tietojen analysoinnissa pyrin tarkkuuteen ja kirjasin haastatteluiden aineistot työhöni niitä vääristelemättä.

Luotettavuuden takaamiseksi pyrin koko työn ajan tekemään mahdollisimman tarkkaa dokumentointia työn suhteen. Haastatteluissa keräämäni tiedon luotettavuuden takaamiseksi, oli tärkeää saavuttaa saturaatio kaikissa haastatteluissa. Saturaatiopiste eli kylläntyminen on tiedonkeruussa tilanne, jossa aineisto alkaa toistaa itseään ja pienestäkin määrästä aineistoa voidaan saada luotettava tietoa (Tuomi & Sarajärvi 2003, 89–90). Saavutin saturaation hyvin kysymyksissäni. Suurimmassa osassa kysymyksistä sama tieto alkoi esiintyä jo toisessa tai kolmannessa haastattelussa, mutta osa kysymyksistä vaativat kaikki kuusi

haastattelua. Teemojen yksi ja kaksi kysymykset tuottivat saturaation viimeistään kolmannessa haastattelussa. Teeman kolme kysymyksistä matkailua koskevat kysymykset tuottivat eniten eriäväisiä vastauksia, mutta niissäkin päästiin kuudella haastattelulla hyvin toistuviin vastauksiin. Todennäköisin syy tähän, että teema kolme käsitteli Green Caren matkailun kontekstissa ja osalla vastaajista oli vähäinen kokemus matkailun toimialasta.

Käytin työssäni lähteitä, jotka olivat luotettavia. Lähteeni Green Caren osalta olivat internetlähteitä, koska painettua kirjallisuutta ei ole hirveämmin ole ja niissä pidin kiinni siitä, että lähteet olivat luotettavia valtakunnallisia raportteja. Myös haastatteluihin valitsemani haastateltavat olivat työn lopputuloksen kannalta henkilöitä, joiden haastattelemisella aineiston luotettavuus pysyy hyvänä. Mielestäni yksi tiedon laatuun vaikuttava tekijä oli henkilöiden kokemus Green Caresta, jotta heillä olisi mahdollisimman paljon annettavaa haastatteluissa. Haastateltavien kokemus Green Caren parista oli keskiarvoisesti seitsemän vuotta, jota voidaan pitää mittavan kokemuksen alalta, joka on uusi ja vielä kehitysvaiheessa.

8 Pohdinta

8.1 Oppimisprosessi ja työn hyödyntäminen

Opin paljon prosessista, johon kuului niin ala- kuin ylämäkiä. Työ toimi itselleni hyvänä oppimisena toiminnallinen opinnäytetyön tekemiseen, koska alkuun suhtauduin asiaan turhankin vakavasti. Loppua kohden alkoi kuitenkin löytyä rentoutta ja huomasin, että ei tämä nyt niin vakavaa ole ja kyllä tästä selvitään. Alkuun oli myös vaikeutta sisäistää tämän olevan juuri nimenomaan oppimisprosessi, eikä tässä ole tarkoitus saada tuotettua esimerkillistä tuotosta ilman ainuttakaan virhettä.

Jos mietitään, mitä tekisin toisin, niin asioita pitäisi muuttaa heti työn alkumetreiltä, niin suunnitelmallisuutta ja prosessin ymmärtämistä harjoitusaineen (teo-

riapohja) tekemiseen vaadittaisiin huomattavasti enemmän mitä minulla alkuun oli. Toisaalta sekin on ymmärrettävää, koska tein tällaista ensi kertaa. Suunnitelmallisuus työ tekemiseen astui kuvaan vasta suunnitelmavaiheessa, jolloin työn teoreettinen pohja oli jo kirjoitettu. Kun työstäni puuttui alkuun tarkka suunnitelmallisuus, niin teoriapohjasta tuli alkuun hieman sekava. Asiaan varmasti vaikuttaa myös se, että mielestäni aiheena Green Care ja hyvinvointimatkailu ovat hieman hämmentäviä ja sekavia. Sekavuutta aiheutti lähinnä hyvinvointimatkailun kohdalla se, että osassa lähdekirjallisuutta puhutaan terveystmatkailusta ja hyvinvointimatkailusta rinta rinnan, kun taas toisessa lähteessä terveystmatkailua on kattokäsite, jonka alle hyvinvointimatkailu kuuluu.

Green Care taas on ilmiönä niin uusi, että se osittain on vielä hieman jäsenymätöntä ja kaikki löytämäni lähteet viittaavat toimintaan sosiaali- ja terveystalan näkökulmasta. Kaikissa haastatteluissa kuitenkin ilmeni, että vuoden 2016 aikana saadaan Green Caren laatuun liittyvät vaatimukset. Laatu-merkki antaa tuolloin tarkemmat määritelmät siitä mitä palveluprosessiin tulee sisältyä, jotta sitä voidaan kutsua Green Careksi. Kunhan yhteiset toimintalinjaukset laatuun liittyen on olemassa ja toiminta saa muuten näkyvyyttä yhteiskunnassa, niin se varmasti selkeytyy. Prosessin edetessä työskentelyä helpotti myös oman näkemyksen selkeytyminen aiheesta ja työn prosessista, joten sain korjattua työni tilannetta hyvin lähtötilanteeseen nähden.

Menetelmissä näin jälkikäteen mietittynä muuttaisin ehkä aineiston rajausta. Mietin, että olisiko raja-
us voitu kohdentaa vielä enemmän henkilöihin, jotka ovat olleet kehittämässä aktiivisesti Green Carea Suomessa. Opin-
näytetyöni on tehty matkailun näkökulmasta, ja Green Caren ollessa moniammatillinen ilmiö olisi rajauksessa voinut enemmän keskittyä henkilöihin, joilla on näkemystä Green Caren vaikutuksista matkailuun. Tässäkin olisi kuitenkin saattanut tulla eteen sama ongelma kuin yrittäjien valinnan suhteen, että matkailun osaaminen Green Caressa on vielä niin pienimuotoista. Saadut tiedot haastatteluista olivat kuitenkin hyvin kattavat, mielestäni raja-
us onnistui siinä määrin, että tuloksista saatiin luotettavat. Tarkoituksena oli myös haastatella henkilöitä, jotka ovat vaikuttaneet Green Care -toiminnan kehittämisessä pitkään, niin tavoitteeni haastateltavien valinnoissa sen suhteen onnistui. Haastateltavien keskimääräinen

työskentelyaika Green Care parissa oli seitsemän vuotta. Tämä on hyvä, koska kyseessä on kuitenkin virallisesti vasta 2008 Suomeen tullut ilmiö.

Saavutin työssäni ne tavoitteet, joita alkuun lähdin toteuttamaan, vaikka jälkikäteen mietittynä olisi prosessissa ollut myös parantamisen varaa. Tuotesuosituksista tuli riittävän kattavat, enkä myöskään usko, että haastateltavien määrä olisi merkittävästi lisännyt sisältöä tuotesuosituksiin. Syynä tähän näen sen, että Green Care -toimialalta puuttuu vielä yhteiset toimintalinjaukset ja toiminta on ollut yleisten suositusten varassa. Suositusten varassa toimiminen on tehnyt palvelunlaatuun liittyvistä asioista jäsentymätöntä.

Sain paljon uutta tietoa hyvinvointimatkailuun liittyen. Myös Green Care on minulle tämän jälkeen tuttua ilmiö, koska aikaisemmin en ollut aikaisemmin Green Caresta kuullut. Työni kautta sain todella arvokasta moniammatillista näkökulmaa matkailun toimialaan. Hyvänä asiana kokisin myös, että opinnäytetyöni muutettiin kesken prosessin toiminnalliseksi omasta halustani. Se alkuun hiegan hämmensi ja sekoitti prosessia entistä enemmän, mutta näin jälkeinpäin se oli erinomainen asia. Haastattelujen tekeminen ja tulosten analysointi oli erittäin mielekästä ja se olikin suuri motivaatio sysäys työn loppuvaiheeseen.

Opinnäytetyössäni tekemiä epävirallisia tuotesuosituksia voitaisiin laajentaa ja jatkojalostaa tulevaisuudessa. Kunhan Green Care ilmiönä kehittyä ja laatuun liittyvät tekijät sekä vaatimukset saadaan määrittelemään toimintaa kaikille toimijoille. Kun alalla olisi selkeät määritelmät laadusta, voitaisiin tuotesuosituksia lähteä tekemään kattavimmaksi ja virallisiksi esimerkiksi omalle toimeksiantajalleni tai Green Care Finland ry:n toimeksiannolla. Omalta kohdalta työn kehittämisen ja jatkojalostuksen tarve tulee esille muutaman vuoden päästä, kun olen opinnäytetyöprosessissa hoitotyön koulutusohjelmassa. Opinnäytetyön tuloksista on varmasti hyötyä myös toimeksiantajalleni. Sain koostettua vastaukset kahden tavoitteeseeni, ja näin ollen toimeksiantajani voi käyttää tuloksia maaseutumatkailun kehittämisessä.

8.2 Tulevaisuuden mahdollisuuksia

Green Care on vielä hyvinkin kehitysvaiheessa. Uskoisin kuitenkin, että sille on potentiaalia usealla eri toimialalla, matkailun toimiala mukaan lukien. Kasvu kuitenkin edellyttää, että toiminta tulee tunnetummaksi sitä käyttävien maksavien asiakkaiden keskuudessa. Siinä vaaditaan kansallista parannusta myyntiin ja markkinointiin, mikä ilmeni myös haastatteluissa. Haastatteluissa käsiteltiin vuoden 2016 ainakaan lanseerattavaa laatumerkkiä, joka määrittää Green Caren yhteisiä laatuun liittyviä tekijöitä. Green Care tarvitsee juuri tuollaisen ”muotin”, millä siitä saadaan yhtenäisempi, ja uskonkin että vuoden 2016 aikana Green Care -toiminta Suomessa tulee ottamaan taas merkittävän askeleen kohti vahvempaa tulevaisuutta. Laatumerkin lanseeraus alalle tulee luomaan Green Caresta laadukkaamman kokonaiskuvan, jolloin kaikilla aloilla on yhteinen linjaus toiminnalle. Se auttaa luomaan eroa myös muun vastaavan toiminnan välille, kun matkailualalla sillä voidaan hyvin erottautua esimerkiksi hyvinvointimatkailusta ja saada Green Care -tuotteelle lisäarvoa.

Sipoon kunta on toiminut jonkin aikaa sosiaali- ja terveys- ja matkailupalveluiden yhdistämisessä edelläkävijänä. Vuonna 2014 Sipoon kunta käynnisti kaksi pilottihanketta. Hankkeissa haettiin tavoitteellista hyötyä Green Care -menetelmillä kuntouttavasta työtoiminnasta. Hankkeessa kuntouttavanaan työtoimintaan hyödynnettiin luonto- ja eläinläh töisiä menetelmiä. Matkailualan yrittäjät ja muut Green Care -toimijat toteuttivat palveluitaan kahdelle eri ryhmälle. Tulokset olivat positiivisia, asiakkaat kokivat, että he saivat kokonaisvaltaista hyvinvointia elämäänsä. Ensimmäisestä ryhmästä myös kaksi työllistyi palkkatuella toiminnan jälkeen. (Terveiden & hyvinvoinnin laitos 2015.)

Vuonna 2015 Sipoon kunta jatkoi hyväksi näkemällään linjalla ja liittyi syksyllä mukaan Maa- ja Metsätalousministeriön *Terveysmetsä -hankkeeseen*. Hankkeessa on tavoitteena viedä diabeetikoita ja masentuneita luontoon ”liikunnallisen luontoreseptin” periaatteella. Luonnossa liikkumisessa hyödynnetään tutkituja luonnon hyvinvointivaikutuksia, jotka laskevat verenpainetta, sykettä ja lihasjännitystä, sekä tämän lisäksi stressioireet lievenevät ja valkosolut veressä lisääntyvät. Tavoitteena on selvittää voisiko tällainen ”liikunnallisen reseptin”

käyttö yleistyä tulevaisuudessa yhdeksi osaksi terveystalvaeluita. (Helsingin sanomat 2015.) Hanke ei ollut vielä päättynyt työni kirjoittamisen hetkellä, joten tuloksia ei ollut vielä esittää tässä vaiheessa.

Kehitykseen tarvitaan myös Sipoon kunnan kaltaista rohkeaa ja ennakkoluulotonta toimintaa. Ensimmäisestä pilottitoiminnasta saadut tulokset olivat erittäin positiivisia. Julkisen sektorin tuotettavissa sosiaali- ja terveystalvaeluissa olisikin suuri mahdollisuus matkailun toimialalle Green Caren tuottamiseen, jos palveluita lähdetäisiin ulkoistamaan kolmannelle sektorille. Voikin pohtia, miten meillä oleva sosiaali- ja terveystalan uudistus tulee vaikuttamaan Green Care -palveluiden tarpeeseen ja tuottamiseen. Tähän en onnistunut saamaan selvää vastausta haastatteluistakaan, mutta näkisin kuitenkin erityisenä vahvuutena matkailualalle toimintojen yhdistämisen, kuten Sipoossa on jo kolmessa pilottihankkeessa toimittu. Green Caren toivottaisiin muun muassa olevan tulevaisuudessa brändi, jota kunnat ostavat matkailualan yrittäjiltä ja jossa tuotetaan esimerkiksi mielenterveystalvaeluita yhteistyössä sosiaali- ja terveystalvaeluiden kanssa (Ilmarinen, Räsänen & Jokiniva 2010, 20).

Matkailualalla on kaikki resurssit luontovoiman palveluiden tuottamiseen ja se myös mahdollistaisi luontohoivan palveluiden tuottamisen yhteistyönä sosiaali- ja terveystalvaeluiden kanssa. Green Care ilmiönä tarvitse kuitenkin vielä kehitystoimia noustakseen paremmin tietoisuuteen. Työtäni tehdessä törmäsin siihen, että Green Care termistö hakee vielä muotoaan. Green Care -toiminnasta kokonaisuutena törmäsin nimeen ”Vihreä hoiva”, kuin myös luontohoivan markkina-alueesta saatetaan usein käyttää samaa määritelmää suomalaisissa julkaisuissa. Vihreä hoiva on selvästi suomennos sanasta Green Care, mutta termin suuri määrä samasta ilmiöstä voi olla vähemmän asiaan perehtyneille sekavaa, kuten oli minullekin aluksi. Joten palveluiden nimien vakiintumisessa-kin ollaan vielä kehitysvaiheessa, jonka tulisi vakiintua ennen kuin voitaisiin odottaa tietoisuuden ja laadukkaan palvelun kuvan leviävän laajemmin asiakkaiden keskuuteen. Nimi on kuitenkin tuotteessa ja palvelussa erittäin oleellinen osa sitä, että tuote kiinnostaa asiakasta ja hän päätyy sen ostamaan.

Green Care tarvitsisi nimenomaan kehitystä ja innovaatioita kohdistettuna pelkästään matkailualalle muun kehittämisen ohessa. Toiminnan laajuus on kuitenkin tällä hetkellä hyvin marginaalista, verrattuna siihen minkälainen potentiaali matkailualalla on Green Care -palveluiden tuottamiseen. Green Care Finland ei kuitenkaan yksinomaan kehitä matkailun osa-aluetta toiminnasta, vaan tähän tarvittaisiin nimenomaan matkailun kehittämisorganisaatioiden oivaltamista Green Caren mahdollisuuksista nyt ja tulevaisuudessa. Odotan mielenkiinnolla miten ilmiö kehittyy muutaman vuoden aikana, kunnes olen uudessa opinnäytetyöprosessissa hoitotyön koulutusohjelmassa. Näkökulma on eri, mutta on mielenkiintoista tulevaisuudessa peilata tämän opinnäytetyön tuloksia ja omaa matkailun osaamista ja näkemystäni, myös matkailun osa-alueen sen hetkiseen tilanteeseen Green Caressa.

Lähteet

- Aro, P., Auer, L., Jakobsson, L., Polojärvi, A-E. & Ålander, H. 2014. Cultural Green Care, hyvinvointia luonnosta ja kulttuurista: Sugor-esiselvityshankkeen loppuraportti. Oulu: Oulun ammattikorkeakoulu. http://www.oamk.fi/hankkeet/sugor/docs/sugor_esiselvityshanke_loppuraportti.pdf. 3.10.2015.
- Era, T. & Puromäki H. 2014. Lumoa luonnosta – luontolähtöisen työllistämisen kartoitus Jyväskylän seudulle. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/85593/JAMKJULKAISUJA1902014_web.pdf?sequence=1. 4.10.2015.
- Green Care Finland ry. 2015a. Green Care Finland. <http://www.gcfinland.fi/MitaOnGreenCarePaavalikko> 5.10.2015.
- Green Care Finland ry. 2015b. Green Care Finland ry: n jäsenyrityksiä. <http://www.gcfinland.fi/file/original/GCFin%20yritt-j-listausta.pdf>. 1.11.2015
- Green Care Finland ry. 2015c. Kehittäminen. <http://www.gcfinland.fi/kehittaminen>. 28.11.2015
- Grenman, M., Räikkönen, J. & Wilska T-A. 2014. Wellness – Elämyksellinen hyvinvointikulutus haasteena kaupalle ja palveluliiketoiminnalle. http://www.kulutustutkimus.net/nyt/wp-content/uploads/2014/09/4_Greenman-ym.pdf. 13.12.2015
- Helsingin sanomat. 2015. Lääke nimeltä metsä – Sipoossa kokeillaan, hyötyvätkö diabeetikot ja masentuneet luontoretkestä. <http://www.hs.fi/tiede/a1446181686906>. 30.11.2015
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy.
- Iijolainen, M. & Ruoho, J. 2014. Luonto ja hyvinvointi yrittäjyyden mahdollisuutena - Green Care -toiminta Satakunnassa. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-633-141-9>. 2.10.2015
- Ilmarinen, K., Räsänen, P. & Jokiniiva, M. 2010. Green Care -palvelut tervehdyttävät luonnon voimalla. http://www.maaseutupolitiikka.fi/files/1277/MaaseutuMatkailu_kevät10.pdf. 5.12.2015
- Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä - miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 176. Suomen yliopistopaino Oy - Juvenes Print.
- Konu, H., Tuohino, A. & Björk, P. 2011. Wellbeing tourism in Finland: Finland as a competitive wellbeing tourist destination. Savonlinna: Itä-Suomen yliopisto. https://www2.uef.fi/documents/1145891/1362847/NW-Country_report_Finland.pdf/cce89de6-e556-4ba8-8c2d-f548dc7547aa. 13.10.2015.
- Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus, Terveiden ja hyvinvoinnin laitos & Lapin ammattikorkeakoulu. 2014. Green Care -työkirja. www.mtt/greencare. 2.10.2015.
- Matkailun edistämiskeskus. 2005. Hyvinvointi- ja wellness – matkailun peruskartoitus Matkailun edistämiskeskuksen julkaisuja MEK: A 144. Helsinki: Suunnittelukeskus Oy.

- <http://www.visitfinland.fi/studies/hyvinvointi-ja-wellness-matkailun-peruskartoitus/>. 04.10.2015
- Ruusunen, R. 2015. Rural Finland hankesuunnitelma. Rai-
ja.Ruusunen@Karelia.fi. 30.10.2015.
- Salovuori, T. 2014. Luonto kuntoutumisen tukena. Tampere: Mediapinta
- Smith, M. & Puczkó, L. 2009. Health and wellness tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Soini, K., Ilmarinen, K., Kirveennummi, A. & Yli-Viikari, A. 2011. Green Care sosiaalisena innovaationa suomalaisessa palvelujärjestelmässä. Yhteiskuntapolitiikka 76, 3/2011: 320–331.
<http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/102903/soini.pdf?sequence=1>. 06.10.2015.
- Suontausta, H. & Tyni, M. 2005. Wellness-matkailu – hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita.
- Terveysten & hyvinvoinnin laitos. 2015. Sipoon Green Care -ryhmä.
https://www.thl.fi/documents/10531/623661/THL_Hanke_helmikortit_Sipoo_web.pdf/79d2b64d-0553-4310-80d3-03d3a646303d.
1.12.2015
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2003. Laadullinen tutkimus ja sisällysanalyysi. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2014. Mahdollisuuksien maaseutu: Maaseutupoliittinen kokonaisuohjelma 2014–2020.
http://www.tem.fi/files/38887/TEMjul_9_2014_web_25022014.pdf.
5.12.2015
- Vehmasto, E. 2014. MTT Kasvu20 Green Care -toimintatavan suuntaviivat Suomessa. <http://www.mtt.fi/mttkasvu/pdf/mttkasvu20.pdf>. 4.12.2015
- Vesterinen, N. 2012. Suomen matkailustrategia toteutuu! Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö.
http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1693/Ajankohtaista_matkailusta.pdf. 11.10.2015.
- Vilkka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy
- Visit Finland. 2014. Hyvinvointimatkailustrategia kansainvälisille markkinoille vuosille 2014–2018. Helsinki: Visit Finland.
http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/01/HYVINVOINTIMATKAILUSTRATEGIA-2014-2018_final1.pdf?dl. 1.10.2015.
- Visit Finland. 2015. Hyvinvointimatkailu - teemakohtaiset tuotesuosituksset.
[http://87.108.50.97/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/f01d46aabb53aac225790c00385362/\\$FILE/ATTLLQJ4/Hyvinvointimatkailu_net_2011.pdf](http://87.108.50.97/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/f01d46aabb53aac225790c00385362/$FILE/ATTLLQJ4/Hyvinvointimatkailu_net_2011.pdf). 17.11.2015.
- World Health Organization. 2015. World Health Organization.
<http://www.who.int/trade/glossary/story046/en/>. 20.10.2015.
- Yli-Viikari, A., Lilja, T., Heikkilä, K., Kirveennummi, A., Kivinen, T., Partanen, U., Rantamäki-Lahtinen, L. & Soini K. 2009. Green Care – terveyttä ja terapiaa maatilalta. Jokioinen: MTT.
<http://www.mtt.fi/met/pdf/met141.pdf>. 6.10.2015.

HAASTATTELULOMAKE

Päivämäärä ja kellonaika: _____

Haastattelun kesto: _____

Haastateltavan perustiedot

Haastateltava: _____

Järjestö/yritys: _____

Titteli: _____

Kokemus vuosina Green Care -toiminnan parissa: _____

TEEMA 1: Green Care -toiminta yleisesti

- Kertoisitteko omin sanoin miten ymmärrätte Green Care -toiminnan?
- Minkälaisena näette Green Care -toiminnan tulevaisuuden?

TEEMA 2: Green Care -toiminta käytännössä

- Miten mielestänne Green Care eroaa hyvinvointimatkailusta?
- Mitä kaikkea palveluja, tuotteita ja toimintoja Green Care -toimintaan voi kuulla?
- Mitä kestävä kehitys tarkoittaa Green Care -toiminnassa?

TEEMA 3: Green Care ja matkailuala

- Minkälaisia Green Careen liittyviä palveluja te tuotatte yrityksessänne? (**Yrittäjät**) / Mitkä ovat yleisesti niitä palveluja joita matkailualan yrittäjä tuottaa Green Care -toiminnassa? (**Hanke**)
- Minkälaisia vaatimuksia Green Care -toiminta asettaa paikkoihin, tiloihin ja resursseihin liittyen?
- Minkälaisia vaatimuksia Green Care -toiminta asettaa henkilökuntaan liittyen?
- Minkälaisia vaatimuksia Green Care -toiminta asettaa yrityksen markkinointiin ja myyntiin?
- Minkälaista yhteistyötä Green Care vaatii matkailualan yrittäjältä muiden alojen toimijoiden kanssa?

- Miten yrityksenne on hoitanut verkostoitumisen ja yhteistyön muiden matkailualan Green Care -toimijoiden kanssa?(**Yrittäjät**) / Miten näette matkailualan yritysten verkostoitumisen ja yhteistyön Green Care -toiminnan parissa?
(**Hanke**)
- Miten mielestänne Green Care -toiminnalla on kasvunvaraa nimenomaan matkailualalla?
 - o Miten se mielestänne voi kasvaa ja mitkä ovat syyt, jos ette näe kasvu potentiaalia?