

# YRITYSTOIMINNAN LAAJENTAMINEN MAATILAMATKAILUUN

*Case: Saloniemen tila*



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Mustiala, Maaseutuelinkeinot

Kevät, 2019

Viivu Jacksen

Maaseutuelinkeinot  
Mustiala

---

<b>Tekijä</b>	Viivu Jacksen	<b>Vuosi</b> 2019
<b>Työn nimi</b>	Yritystoiminnan laajentaminen maatilamatkailuun, <i>Case: Saloniemen tila</i>	
<b>Työn ohjaaja/t</b>	Jukka Korhonen	

---

## TIIVISTELMÄ

Työn toimeksiantaja, Saloniemen tilan emäntä Riitta Saloniemi, halusi yrityssuunnitelman maatilamatkailutyypiselle ratkaisulle retki- ja kurssitoiminnasta. Tavoitteena oli rakentaa suunnitelma, joka tarjoaa tärkeimmät rakennuspalikat uutta yritystoimea perustaessa.

Toimeksiantajana on Varsinais-Suomessa sijaitseva luomutila. Tilalla toimii pienjuustola, joka on tunnettu lisäaineettomista luomutuotteistaan ja kauniista maalaismiljööstä.

Työssä käydään läpi tärkeimpiä asioita, jotka tulee huomioida maaseutumatkailuyrityksessä. Työ sisältää muun muassa organisaatiota ja henkilöstöä koskevia asioita ja suunnitelmia sen toimivuudesta ja määrästä. Markkinointisuunnitelmassa käydään läpi mitä kanavia käyttäen ja kuinka laajasti yritystä kannattaa markkinoida ja miten markkinointia voi tehostaa. Työhön on eritelty esimerkkiohjelmaa yritykselle ja määritelty alustava budjetti. Lisäksi työ sisältää tärkeimmät huomioitavat asiat kuluttajasuojalaista ja lisäksi turvallisuutta sekä mahdollisia riskitekijöitä on arvoitu.

Työtä varten tehtiin kyselytutkimus, jonka tarkoitus oli selvittää tilan tunnettavuutta, kiinnostusta kotimaan- ja maatilamatkailuun sekä selvittää löytyykö kiinnostusta mahdolliselle yritykselle. Kyselypohja tehtiin Forms-ohjelmalla. Pohja sisälsi 10-22 kysymystä riippuen mitä henkilö valitsi vastaukseksi. Tutkimuksesta selvinneen tiedon mukaan vastaanotto oli positiivinen ja enemmistö oli kiinnostunut suunnitelman mukaisesta yrityksestä. Vastanneista puolet tiesivät tilan ennestään ja valtaosa vastanneista oli kiinnostunut kotimaan- ja maatilamatkailusta. Kyselystä selvisi myös, että henkilöt pitivät maaseudun arvoista, jotka koskivat rauhallisuutta, luontoa ja eläimiä. Aito maatilantunnelma oli tärkeää vastanneille.

**Avainsanat** maaseutu, maatilamatkailu, yrityssuunnitelma  
**Sivut** 33 sivua, joista liitteitä 5 sivua

Agricultural and rural industries  
Mustiala

---

<b>Author</b>	Viivu Jacksen	<b>Year</b> 2019
<b>Subject</b>	Expanding business into agritourism <i>Case: Saloniemi farm</i>	
<b>Supervisors</b>	Jukka Korhonen	

---

#### ABSTRACT

This work was commissioned by Riitta Saloniemi, the owner of Saloniemi farm, who wanted a business plan for an agritourism attraction with excursion and education possibilities. The goal was to build a plan that offers the most essential baselines for the business they had in mind.

The plan is based on an organic farm located in Finland Proper. There is a small cheese factory, well known of its additive-free organic products and extremely beautiful farmland views.

In this work we go through the most important points that need to be considered when starting a business. It includes details and plans for example for personnel and organization, and marketing. In the marketing plan we go through the possible marketing channels, how widely the activities should be advertised, and how to make marketing more effective. Work includes examples for activities on the estate, and a rudimentary budget for them. Main points on health and safety and consumer protection laws are also included as well as risks.

A survey was made to find out how well people know the farm as it is now, how interested they are in agritourism in general, and would there be a demand for the new activities. The survey was made with Google Forms and it included 10 to 22 questions, depending on the answers given. According to the answers we got, the receiving was positive and most of the people who took the survey were interested in the activities planned. Half of the people already knew the farm and majority were interested in agritourism in Finland. People also value the peace and quiet the countryside offers, and animals and nature are also important.

**Keywords** countryside, agritourism, business plan

**Pages** 33 pages including appendices 5 pages



# SISÄLLYS

1. JOHDANTO.....	1
2. KOTIMAAN MAASEUTUMATKAILU NYKYPÄIVÄNÄ .....	2
3. MAATILAMATKAILU OSANA MAASEUTUMATKAILUA.....	3
3.1 Maaseutu- ja -tilamatkailukohteita Suomessa.....	3
3.2 Kansanperinteet osana maatilamatkailua.....	5
3.3 Maaseudun arvot.....	5
3.4 Tuotteistaminen .....	5
4. KOHDETIILAN ESITTELY.....	7
4.1 Kohdetilan toimintaympäristö .....	8
4.2 Opinnäytetyön toimeksianto.....	9
5. YRITYSSUUNNITELMA.....	10
5.1 Yritysvastuu .....	10
5.2 Markkinointiviestintätoimenpiteet .....	10
5.2.1 Brändi ja ulkoasu .....	11
5.3 Organisaatio ja henkilöstö.....	12
5.4 Myyntitavoitteet segmenteittäin .....	12
5.5 Tuotepolitiikka ja -suunnittelu .....	13
5.6 Retki- ja kurssipäivät.....	13
5.6.1 Vuosikello yritystoiminnalle .....	18
5.6.2 Kuluttajakyselyn analysointi.....	19
5.7 Kuluttajasuojalaki .....	21
5.7.1 Kuluttajatietosuoja.....	21
5.7.2 Ilmoittautuminen .....	21
5.8 Budjetointi .....	22
5.8.1 Investointitarpeet ja hinnoittelumenetelmä .....	22
5.8.2 Kuukausi- ja vuositaso .....	23
5.9 Riskiarvio.....	24
5.9.1 Turvallisuussuunnitelma .....	25
6. JOHTOPÄÄTÖKSIÄ.....	25
7. LÄHTEET.....	26

## Liitteet

Liite 1	Yrityksen logo
Liite 2	Ilmoittautumislomake
Liite 3	palautelomake
Liite 4	Turvallisuussuunnitelma pohja

## 1. JOHDANTO

Maaseutumatkailu nykypäivänä liitetään maaseudulla ja luonnossa tapahtuvaan ohjattuun tai omatoimiseen matkailuun. Suomalaisille se on tärkeä osa kotimaanmatkailua. Jokamiehen oikeuksien on tarkoitus taata jokaiselle mahdollisuus liikkua luonnossa, jonka kautta se myös tukee omalta osaltaan nykypäivänä omatoimista tai ohjattua matkailua maaseudulla. Useat hyödyntävät tämän mahdollisuuden ja viettävät ympärivuotisesti aikaa luonnossa harrastaen esimerkiksi melontaa taikka vaellusta.

Kotimaan maatilamatkailu taas koostuu useista pienistä yrityksistä, jotka tarjoavat asiakkaille mahdollisuuden päästä kokemaan maatilaa arkea ja nauttimaan erilaisista palveluista, kuten vuokramökki-, kotieläinpiha- ja retkeilymahdollisuudesta maatilamiljöössä. Maaseudun arvot ovat kävijöille tärkeä osa matkailua.

Opinnäytetyössä lähdettiin rakentamaan yrityssuunnitelmaa Saloniemen tilalle, tilan emännän ja hänen tyttärensä ideoiden pohjalta. Työtä varten tutkittiin teoriapohjaista tietoa yrityksen perustamisesta ja siihen liittyvistä lakisäädöksistä. Löytyi paljon tietoa, eikä yhden opinnäytetyön pituus riitä millään käsittelemään kaikkea, mitä olisi ollut tarjolla. Kuitenkin työssä nostettiin esiin tärkeimpiä asioita, joita tulee huomioida yritystoiminnassa ja sen perustamisessa.

Ensimmäinen osio esittelee maaseutu- ja maatilamatkailua ja siihen liittyviä, jo tiedossa olevia, näkökantoja. Sillä luotiin pohjaa työhön, miksi tällainen yritys perustettaisiin ja mitä tulee muistaa, jotta saadaan toimiva kokonaisuus.

Teoriatiedon lisäksi työhön lisättiin omia näkökantoja aiheesta. Tilalla työskennelleenä ja useita yrityskursseja käyneenä tekijä esittää myös omia mielipiteitä ja näkemyksiä asioiden mahdollisista toteutustavoista. Työssä haluttiin pitää linja kuitenkin selkeänä ja yksinkertaisena pohjana uudelle yritykselle. Tarkoituksena ei ole kuitenkaan luoda uutta yritystä valmiine kaavoineen ja hinnastoineen. Innovaatio on kaiken alku. Annetaan eväät jollekin, joka haluaa ottaa kiinni haasteesta ja tavoitella unelmaansa. Luodaan idea ja suunnitelma, miten sen voisi toteuttaa. Loppu jää itse toteuttajan käsiin.

Työssä halutaan selvittää kyselyllä kiinnostusta tällaiseen yritystoimintaan ja perehtyä yrityksen perustamisen tärkeimpiin kulmakiviin niin asiakkaiden kuin palveluntuottajan näkökulmasta.

## 2. KOTIMAAN MAASEUTUMATKAILU NYKYPÄIVÄNÄ

Maaseutumatkailu on iso osa suomalaisten perheiden kotimaanmatkailua. Maaseutumatkailu kattaa kaiken matkailupalveluiden piirissä tapahtuvan taikka omatoimisen matkailun maaseudulla. Lisäksi maaseutumatkailu on iso vetonaula ulkomaisilla markkinoilla. Useat aasialaiset, kuten japanilaiset, korealaiset sekä kiinalaiset, ovat iso tulonlähde kotimaisille maaseudun matkailualoille. Suomeen tullaan tutustumaan meidän kauniiseen, puhtaaseen luontoomme ja perehtymään pohjoismaiseen kulttuuriin. Urbanistuneille nykyihmisille Suomen luonto tarjoaa lisäksi eksoottisen mahdollisuuden pimeyteen sekä luonnon rauhaan.

Kotimaisille asiakkaille maaseutumatkailu tarjoaa erilaisia virkistysmahdollisuuksia. Tuotteistettuja matkailuyrityksiä ovat muun muassa erilaiset vuokramökkipalvelut ja paketit, kuten ohjatut vaellukset, kanoottiretket taikka virkistyskalastus- ja metsästysretket. Suomen luonto tarjoaa myös mahdollisuuden omatoimiseen maaseutumatkailuun.

Jokamiehenoikeudet oikeuttavat Suomessa jokaista käyttämään ja hyödyntämään suomalaista metsää ja sen tarjoamia antimia, kuten sieniä ja marjoja vapaasti. Suomen luonnossa liikkuminen ei vaadi maanomistajan lupaa, kunhan liikkuminen ei aiheuta häiriötä taikka haittaa luonnolle tai lähialueen asutukselle. Myös lomamökkeily, pyöräily, lintuharrastus, vaelus, ja erilaiset melonta- ja kalastusretket, jotka tapahtuvat ilman palvelun tarjoajaa, ovat osa maaseutumatkailua. (Borg, Kivi & Partti, 2002 s. 66)

Yritysmuotoinen maaseutumatkailu rakentuu pienimuotoisista yritystoimista, jotka pääsääntöisesti toimivat sesonkiaikoina. Matkailuyrityksillä pyritään perinteikkäisiin ja erilaisiin toteutusmalleihin, jotka tarjoavat asiakkaalle yksinkertaisen ja helpon tavan tutustua luontoon ja maaseudun historiaan. Maaseutumatkailun kasvu on melko rajattua ja hidasta. Toiminta perustuu helposti lähestyttävään konseptiin, joka ei vaadi suuria investointeja. Kuitenkin maaseutumatkailu tarjoaa myös toimintaympäristölle mahdollisuuden parantaa toimeentuloa sekä kannattavuutta. Yleensä pienet yritystoimet ovat lähellä toisiaan ja edistävät toistensa taloudellista kehitystä. Luonteeltaan maaseutumatkailu on perinteistä ja ennen kaikkea asiakaslähtöistä. Pienillä yrityksillä on usein yhteys lähialueen perheisiin ja toiminta on yhteisöllistä ja perustuu paikallisuuteen (Borg ym. 2002, kuva s. 68)

Maaseutumatkailu sisältää myös kehittämiskohteita, joiden kautta matkailua maaseudulla ja sen kannattavuutta pyritään parantamaan ja tunnettaavuutta lisäämään kotimaan markkinoilla. Asiakaslähtöisyys on kaikessa yritystoiminnassa ensimmäinen asia, johon tulee paneutua. Maaseutumatkailusta puhuttaessa asiakas haluaa elämyksiä ja palveluita, jotka voidaan lukea laadukkaiksi. Elämysten ja kokemusten saaminen on yksi tärkeimmistä syistä, miksi asiakas ostaa palvelun. Toiminnan tulee perustua

turvallisuuteen ja kestävän kehityksen sekä vastuullisuuden tulee näkyä toiminnassa ja sitä tulee vaatia myös asiakkailta. Yritystoiminnan oikeanlainen tuotteistaminen on yleensä avaintekijä, jolla asiakkaita houkutel- laan ostamaan palvelu. Palvelun laatu, tuotteiden kehittäminen ja päivit- täminen sekä uusien sesonkituotteiden kehittäminen lisää asiakasryhmiä. Myös tarjolla olevien tuotepakettien sekä ydinaktiviteettien toimivuus on tärkeä osa kehitystä. Maaseutumatkailun kuitenkin ollessa melko pieni yri- tystoimi, se vaatii tarkkaan suunnitellun ja toimivan markkinoinnin sekä tiedonjakelureitin. (Borg ym. 2002, sivu 69-70)

### **3. MAATILAMATKAILU OSANA MAASEUTUMATKAILUA**

Maaseutumatkailun osa-alueena toimii maatilamatkailu, joka perustuu maatilojen toimesta tapahtuvaan palvelun tarjontaan. Tilastokeskuksen mukaan maatilaksi luetaan niin kutsuttu aktiivitila, jolla on viljelyksen alai- sena vähintään hehtaari peltoa ja tilalla harjoitetaan maataloustuotantoa. (Tilastokeskus, n.d)

Maatilamatkailu liittyy maaseutuelinkeinot palveluiksi, jossa asiakas pää- see tutustumaan maatilaa arkeen esimerkiksi kotieläinpihatyyppisillä rat- kaisuilla. Tilamatkailun yhteydessä toimii usein vuokramökkipalvelu, joka mahdollistaa asiakkaille yöpymisen paikan päällä. Maatilamatkailulla on haettu mahdollisuutta kokea maaseudun rauha keskellä arjen hälinää. Matkailumuotona maatilamatkailu tarjoaa vaivattomasti ja helposti asiakaalle hienoja elämyksiä. Suoranaista määritelmää maatilamatkailulle ei löytynyt, mutta selatessa joidenkin maatilamatkailukohteiden kotisivuja läpi, ne seurasivat melko lailla samaa kaavaa.

#### **3.1 Maaseutu- ja -tilamatkailukohteita Suomessa**

1. Maatilamatkailu Kumpunen: Kirrinjärven rannalla sijaitseva yli 400-vuo- tias Kirrin Luomutila tarjoaa ympäri vuoden puitteet juhliin ja tilaisuuk- siin. (Maatilamatkailu Kumpunen, n.d)
2. Maatilamatkailu Hepoharju: Keski-Suomessa, Saarijärvellä sijaitseva kohde, joka tarjoaa ympärivuotisen majoituksen. Tilalla on eläimiä sekä hevostalli ja lisäksi lähialueella useita aktiviteettimahdollisuuksia. (Maati- lamatkailu Hepoharju, n.d)
3. Maatilamatkailu Karvisen Kissanpäivät: Ruokolahdella sijaitseva muun muassa majoitusmahdollisuuksia, juhlapalveluita ja retkipäivämahdolti- suuksia tarjoava yritys, jonka pihamaalta löytyy mm. runsaasti lemmik- kieläimiä. Oiva lapsiperheiden lomakohde. (Maatilamatkailu Karvisen Kis- sanpäivät, n.d)



4. Rekolan tila: Orivedellä sijaitseva nykyaikaisia ja hyvin varustettuja vuokramökkejä tarjoava tila Hämeen maalaismiljöössä. (Rekolan tila, n.d)
5. Kuralan Kartanotila: Varsinais-Suomessa Pöytyällä maalaismiljöössä sijaitseva koko perheen lomakohde, joka tarjoaa mahdollisuuden ympärivuotiseen majoitus- ja juhlatilaan. Tarjoaa elämyksiä muun muassa vuokramökkien, savusaunan, tanssiladon, koirahallin sekä useiden kansallis- ja luonnonpuistojen puitteissa. (Kuralan Kartanotila, n.d)
6. Mannila Rantakatti: Osa 100-vuotta vanhaa maatilaa, joka sijaitsee Saimaan rannalla. Yritys tarjoaa asiakkailleen majoitusmahdollisuuksia. (Mannila Rantakatti, n.d)
7. Maatilamatkailu Ilomäki: Seinäjoella sijaitseva kohde, joka tarjoaa asiakkaalle majoituksen ohessa aitoja elämyksiä, maatilaa arkea ja rauhaa ympäri vuoden. Niin lapsiperheiden kuin työmatkalaistenkin suosima kohde. (Maatilamatkailu Ilomäki, n.d)
8. Maatilamatkailu Hirvonen: Joensuussa sijaitseva juhla- ja majoituspalveluita tarjoava yritys. (Maatilamatkailu Hirvonen, n.d)
9. Saarilan maatilamatkailu: Pohjois-Karjalassa sijaitseva maatilamatkailuyritys, joka tarjoaa rantamökkejä lomanviettoon taikka kokous- ja juhlatiloiksi. Aktiviteettejä tarjoaa muun muassa lintutorni sekä ranta- ja saari-laavu. Kohteessa voi soudella, onkia, pilkkiä, hiihtää ja lumikenkäillä. (Saarilan maatilamatkailu, n.d)
10. Maatilamatkailu Koivusalo: Hanhikoskella sijaitseva matkailukohde, joka tarjoaa ympäri vuoden luonnonläheisen ja maalaishenkisen mahdollisuuden majoittua joko mummonmökissä taikka maalaistalossa, jonka pihapiiristä löytyy perinteikäs savusauna. (Maatilamatkailu Koivusalo, n.d)

Kaikissa kymmenessä tarkastelukohteessa toiminta perustui majoitus- ja juhlatilojen vuokrauspalveluun. Toiminnan ohessa tarjotaan aktiviteettejä muun muassa kotieläimistä taikka luonnon tarjoamista retkikohteista. Kaikissa kohteissa käy ilmi, että ne soveltuvat ennen kaikkea hyvin lapsiperheille ympäri vuoden. Lisäksi useassa kohteessa sijainnissa mainostetaan tai kuvataan olevan vesistö lähellä. Usealla kotisivulla oli myös merkattu palvelukielet. Kohteen sijainnista riippuen, palvelukielenä toimi suomen lisäksi englanti ja ruotsi taikka venäjä. Lisäksi eksoottisempia kieliä oli muun muassa japani.

### 3.2 Kansanperinteet osana maatilamatkailua

Suomen neljä vuodenaikaa tuovat niin haasteita kuin mahdollisuuksia matkailualalle. Usealla tarkastelutilalla kuitenkin vuodenaikoja oli hyödynnetty tehokkaasti. Muun muassa talvikaudelle oli markkinoitu erilaisia talvitahtumia ja jouluaaton vuokramahdollisuuksia jouluaterioineen sekä ohjelmineen. Lisäksi maatilamatkailussa hyödynnetään usein kansanperinteitä ja perinteisiä kalenterijuhlapäiviä ympäri vuoden.

Asiakasnäkökulmasta perinteisiä juhlia, joissa hyödynnetään maatilamatkailun tarjoamia puitteita, ovat muun muassa häät, syntymä- ja nimipäivät, joulukuun ja uusivuosi sekä keskikesällä juhannus. Maatilat myös voivat hyödyntää edellä mainittujen juhlapäivien lisäksi mahdollisesti myös loppiaista, laskiaista, pääsiäistä, helluntaita, erilaisia maatalouden juhlapäiviä sekä metsästys- ja kalastusjuhlia. (Maa- ja kotitalousnaisten keskus RY, 1998, sivut 4-5)

### 3.3 Maaseudun arvot

Maaseutu on lähellä luontoa, joka on suomalaiselle ihmiselle tärkeä paikka. Suomalainen osaa arvostaa luonnon kauneutta ja rauhaa ja hakeekin sieltä usein kiireen keskellä rentoutta ja mielenvirkeyttä. Suomalainen on tottunut ja oppinut siihen, että luonto sijaitsee lähellä asuinpaikkaa ja arkea. Monelle luonto ja maaseutuasuminen, vaikka vain loman ajan, on tärkeä henkireikä. Rauhoittavaan kokemukseen luonnossa vaikuttaa sen esteettisyys, turvallisuus ja kiinnostavuus. (Ojala ja Tyrväinen 3/2015)

Erilaiset liitot ja ryhmät ajavat luonnon suojelua ja sen rauhan ja siisteyden ylläpitoa. Suomen luonnonsuojeluliitto toteuttaa suojelutyötä, jonka arvoja ovat muun muassa luonnon kunnioittaminen, ihmisten luontosuhteen säilyttäminen ja vahvistaminen sekä terveellisen, turvallisen ja viihtyisän elinympäristön vaaliminen. (Suomen luonnonsuojeluliitto, n.d)

Maaseutu- ja maatilamatkailussa nämä edellä mainitut arvot ovat keskeisiä. Lisäksi asiakkaat haluavat kokea palvelukohteessa seuraavia viihtyvyyteen ja elämyksiin vaikuttavia tekijöitä: kohde on syrjäisellä ja yksityisellä sijainnilla, siellä vallitsee rauha ja hiljaisuus, alkuperäistä kulttuuria on kunnioitettu, palvelu tarjoaa vaihtoehtoisia elämäntapaa, luonto on häiriytymätöntä, alueen asukkaat ovat vieraanvaraisia, paikka on erilainen ja turvallinen, sekä jännittävä. Lisäksi toivotaan, että paikan luonto ja maisema on esteettisesti miellyttävä. (Borg ym. 2002, sivu 69)

### 3.4 Tuotteistaminen

Matkailutuotteen suunnitteluprosessi on kolmen tekijän summa. Osa-alueiden tulee olla tasapainossa keskenään ja suunniteltu niin, että ne

kävelevät käsi kädessä. Suunnitellessa palvelua, tulee ottaa huomioon itse tuote, käytettävissä olevat resurssit ja kävijät, joille tuote on kohdennettu.

Tuotteen ja kävijän välillä vaikuttaa, kuinka tuotetta markkinoidaan ja onko käytettävissä sopiva jakelutie ja miten saavutetaan oikea asiakasryhmä. Tuotteen ja käytössä olevien resurssien mukaan syntyy taas palvelukuvaus ja palvelun laatuun ja infrastruktuurin vaikuttavat tekijät. Resurssien ja kävijöiden välille sen sijaan saadaan erilaiset skenaariot palvelusta. Näiden kahden vaikuttajan välillä voidaan esimerkiksi toteuttaa erilaisia asiakaskyselytutkimuksia. (Borg ym. 2002, sivu 132)

Tuotesuunnittelussa itse varsinainen tuote kootaan kolmitasoisien rakenteen pohjalta, jolloin saadaan varsinainen tuote yritykselle. Ensimmäisenä on ydintuote, joka toimii pääasiallisena tuotteena ja tuottaa asiakkaalle hyödyn. Ydintuotteena voi toimia esimerkiksi majoituspalveluiden tarjoaminen. Ydintuote on yrityksen pääasiallinen tulonlähde.

Ydintuotteen vetovoimaa pyritään tehostamaan erilaisilla tukipalveluilla, joilla pyritään lisäämään esimerkiksi asiakkaan turvallisuuden tunnetta ja viihtyvyyttä. Tukipalveluita voivat olla esimerkiksi ruokapalvelut, pesulapalvelut, arvoesineiden turvasäilytys ja kanta-asiakasedut. Houkuttelevuutta voidaan lisätä vielä lisäpalvelujen avulla, kuten kokous- ja ohjelmistopalveluilla.

Kun yrityksellä on suunniteltuna varsinainen tuote, laajennetaan näkökulmaa vielä laajennettuun tuotteeseen. Laajennettu tuote pitää sisällään fyysisen ympäristön, vuorovaikutuksen, asiakkaiden osallistumisen ja tuotteen saavutettavuuden. (Komppula & Boxberg, 2002, sivu 14)

Palvelua tarkastellessa vielä asteen yksityiskohtaisemmin päästään yrityksen palvelutarjoamaan. Tässä tarkastellaan yrityksen palvelun tasoon vaikuttavia tekijöihin.

Ydinpalvelutarjooma määrittää seuraavat asiat:

- Palvelun todellinen taso
- Asiakaan imago ja odotukset
- Arvon aistiminen
- ilmapiiri

Ydinpalvelutarjoomaa ympäröi:

Ihmiset:

- Henkilökunnan koulutus
- Henkilökunnan avuliaisuus
- Henkilökunnan taso
- Vastaanottoriskit

Fyysiset puitteet:

- Sisustus



Kaikki tilan toiminta on lähtöisin muutamasta lemmikkikutusta, joiden maidosta tilan emäntä Riitta Saloniemi on aikoinaan sisukkaasti harjoitellut juustojen tekemistä. Avioiduttuaan tilan isännän Jouni Saloniemen kanssa he ostivat vanhan maatilan, jossa pian navetta täyttyikin isommalla määrällä kuttuja, jotka oli ostettu kahdelta lopettavalta lypsytilalta. (Saloniemen juustola, n.d) Nykyään tila toimittaa tuotteitaan niin Varsinais-Suomen kuin pääkaupunkiseudunkin jälleenmyyjille, yksityisille henkilöille sekä ravintoloille.

Tila työllistää isäntäväen lisäksi kolme työntekijää. Navettatyöntekijä vastaa aamu- ja iltalypsystä sekä navettatöistä, kuten kuivituksesta ja appeen teosta yhdessä isännän kanssa. Juustolan tuotantopuolella työntekijä vastaa tuotteiden valmistuksesta ja pakkaamisesta yhdessä tilan emännän kanssa. Tuotteiden rahtikuljetuksesta kerran viikossa tiistaisin vastaa siihen palkattu yksityinen henkilö. Tila luopui rahtifirman palveluiden ostamisesta vuoden 2018 jälkeen.

Tila on jatkuvasti uusia innovaatioita pursuava yritys, joka päivittää ja kehittää toimitapojansa jatkuvasti parantaakseen työnsä laatua ja ajankäyttöä. Tarvikkeita uusitaan ja päivitetään tilan tarpeita vastaaviksi. Eritoten emännän suuri innostus paimennukseen ja paimennustaidon hyödyntämiseen näkyy tilalla. Eläinlukuun kuuluu kaksi koulutettua australiankelpiepaimenkoiraa, jotka osallistuvat eläinten siirtelyyn lypsyn aikana ja tarvittaessa. Kehitys ja tilan kasvu näkyy myös vuoden 2018 alussa valmistuneena navetanlaajennustyönä, joka lisäsi eläinkapasiteettiä ja järkevöitti eläinryhmien jaottelua.

Tila on valveutunut yritys, joka haluaa kasvattaa ja ajaa lähiruoan tietoisuutta. Tila on aktiivisesti mukana lähialueiden Reko-ruokaringeissä ja tilalta löytyy myös oma tilamyymälä, jossa omien tuotteiden lisäksi jälleenmyydään muiden pienyrittäjien tuotteita, kuten saippuota, shampoita, käsitöitä, koruja sekä elintarvikkeita. Tilapuodin vetonauloihin kuuluu ehdottomasti paljon kehuttu maalaismiljö, jota voi asioidessaan puodissa ihastella. Varsinkin kesällä, tilalle saavutaan usein katsomaan ja ihastelemaan kesäpäivän kauneutta ja eläinten läsnäoloa. Tilan emännän tärkeimpiä arvoja on se, että asiakas näkee, mistä tuotteet ovat peräisin.

#### **4.1 Kohdetilan toimintaympäristö**

Varsinais-Suomen alueelta tilalle on kaikkialta erinomaiset kulkuyhteydet. Laitilassa Vaimaron kylässä sijaitsevalle tilalle tulee matkaa Turusta noin 60 km, Uudestakaupungista noin 30 km ja Raumalta noin 25 km. Vain kivenheiton päässä sijaitsevan luonnonkauniin Otajärven vanha rantaviiva (Kuva 2) ulottuu tilan takapihalle. Lisäksi samassa yhteydessä oleva noin 20 hehtaarin kokoinen rauhoitettu luonnonhoitoalue tarjoaa useille harvinaisillekin luonnon eläimille suojapaikan. Alueella pesii muun muassa kaulushaikara sekä harvinainen valkoselkätikka. Luonnonhoitoalue on elvyttänyt

myös luonnon kasvillisuutta. Metsässä viihtyy perinteisten havupuiden lisäksi myös tervaleppä ja haapa. Tilaa ympäröivät nurmet toimivat tuotantoeläinten laitumina kesäisin. Luonnonhoitoalue toimii taas nuorten ja kasvavien hiehojen sekä hevosten kesälaitumena.



Kuva 2. Otajärven vanha rantaviiva kulkee metsänlaitaa pitkin ja alue toimii erittäin loistavana suojapaikkana harvinaisillekin lajeille.

Tilan peltopinta-ala koostuu 82,6 hehtaarista peltoa, josta 65 ha on viljelyksessä ja loput ovat sopimuslohkoja. Lisäksi tilan pihamaalta löytyy pihattonavetta, lypsynavetta, joka kattaa hevostallin, maitohuoneen sekä juustolan tilat ja lisäksi löytyy autotalli, hake/kuivikevarasto sekä takasuuli. Tilan ja pihan ympäristö pidetään jatkuvasti siistinä ja hyvin hoidettuna. Siisteys on osa työturvallisuutta, mutta visuaalinen kauneus lisää myös houkuttelevuutta asiakkaille.

#### 4.2 Opinnäytetyön toimeksianto

Toimeksiantona tilalle suunnitellaan yrityssuunnitelma maatilamatkailulle, joka toteutettaisiin retkipäivä- ja yhden yön yli kurssiluontoisena pakettitoteutuksena. Suunnitelmassa käydään läpi yrityksen kohderyhmät, markkinoinnin toteutustapa sekä laajuus, investointitarpeet luetellaan sekä budjetti laaditaan. Samalla saadaan tilikauden sekä toimintakauden tase-luvut. Lisäksi työ perehtyy kuluttajasuojalain tärkeimpiin kohtiin ja pohdii, miten tulevassa yrityksessä ne otetaan huomioon. Työ sisältää kyselytutkimuksen suunnitelluille kotimaan asiakasryhmille, jonka kautta saadaan havainnoivaa tutkimustulosta siitä, mikä kysynnän ja tarjonnan tämänhetkinen tilanne on, sekä kartoitetaan nykyistä tilannetta tilan tunnetavuudesta.

## 5. YRITYSSUUNNITELMA

### 5.1 Yritysvastuu

Suunnitellun yrityksen taloudelliseen vastuuseen kuuluu tuotteiden ja markkinoinnin rehellisyys. Tuotteiden laatuun sekä markkinointia vastaavuuteen paneudutaan ja asiakkaiden turvallisuus otetaan huomioon yrityksessä. Palvelun taso on korkea ja kaikki ohjelma perustuu ammattitaitoiseen toteutukseen ja tietotaitoon. (Loisamo, 2009, sivu 10)

Markkinoinnissa tulee kertoa selkeästi tilan sijainti. Valmiiksi suunniteltujen kurssipäivien aikataulu tulee olla selkeästi ja vähintään kaksi kuukautta ennen ajankohtaa esillä. Myös mahdollisten räätälöityjen kurssien ohjelma suunnitellaan vahvasti asiakkaan toiveet huomioiden.

Niin retki- kuin kurssipäivien ohjelmassa huomioidaan ennen kaikkea paikalla ryhminä liikkuminen ja ryhmän saapuessa paikalle kaikille tullaan keräämään yhtenäisesti turvallisuuteen liittyvät asiat.

Yritys pohjautuu tilaan, jonka toiminta perustuu kotimaiseen ja luonnonomukaiseen tuotantoon. Tämä linja tulisi jatkumaan myös rinnakkaisyrittäjien kanssa. Asiakkaille tarjottu ruoka olisi joko tilan omaa tuotantoa taikka hankittu muun kotimaisen yrityksen kautta.

Tila ylläpitää kehitystä eläinten hoidossa ja hyvinvoinnissa. Tilat on suunniteltu niin, että eläimet pystyvät mahdollisimman luonnollisesti ja lajityypillisesti elämään ja liikkumaan. Saloniemen tila on valveutunut ylläpitämään luonnon monimuotoisuutta laajalla luonnonhoitoalueella, joka tarjoaa asiakkaille ja eläimille hienot puitteet.

Kannustimena yritysvastuun ylläpitämiseen ja kehittämiseen on asiakkaiden tyytyväisyys ja palvelun menekki. Tilan yritysvastuusta saa jo nyt näkökulmaa käymällä tutustumassa tilaan esimerkiksi avoimien ovien päivinä taikka asioimalla tilapuodissa. Lisätietoa tilasta saa suoraan yrittäjiltä puhelimitse taikka sähköpostin ja Facebookin Messengerin kautta.

### 5.2 Markkinointiviestintätoimenpiteet

Markkinointiviestintä on yrityksestä ulospäinsuuntautuvaa viestintää, jolla pyritään lisäämään yritykseen kohdistuvaa kysyntää tai herättämään siihen kohdistuvia positiivisia ajatuksia. (tieto.osaavayrittäjä n.d)

Uudelle yritykselle luodaan sosiaaliseen mediaan oma pohja, joka jaetaan tiedoksi ensimmäisenä Facebookissa Saloniemen juustola -sivuilla, jossa se tavoittaa vajaa 3000 henkeä ympäri Suomea. Tämän jälkeen viestintä osoitetaan suoraan sähköpostitse asiakasryhmille, kuten opettajille ja

yrittäjille. Lisäksi helppo tapa levittää yritystoiminnasta tietoisuutta on pienen lehtisen jakaminen juustolasta lähtevien rahtikuormien mukana. Uudelle yritykselle perustettaisiin myös Instagram-tili, jonka päivittäminen perustuisi kurssiviikonlopuista ja retkipäivistä otettuihin kuviin. Näin ollen myös mainontaa voitaisiin kanavoida sen kautta.

Yrityksen viestintää voitaisiin suunnitella myös esimerkiksi Matkailulehdessä, joka tavoittaa kotimaan matkailun ammattilaisia, järjestäjiä, matkaja matkailutoimistoja, matkailuun liittyviä yrityksiä, liikelaitoksia, matkailuoppaat ja alan opiskelijat. (Matkailulehti, n.d)

Viestintää voitaisiin mieltä myös lähialueiden paikallislehdissä. Viestintä täsmennettäisiin ainakin kurssien kohdalla sesonkiluontoisesti. Esimerkiksi mainos ilmestyisi vuodenaikojen mukaisesti aina kolme kuukautta ennen kurssin suunniteltua ajankohtaa.

Osaksi viestinnässä luotetaan myös puskaradion toimivuuteen. Kun yritys tuottaa tyytyväisiä asiakkaita, voidaan odottaa, että he levittävät sanaa eteenpäin. Yksi tyytyväinen asiakas kertoo esimerkiksi viidelle ystävälleen, jotka päättävät ostaa tuotteen. Jos näistä taas neljä kertovat viidelle ystävälleen eteenpäin hyvästä tuotteesta, on tuote saavuttanut jo 25 ihmisen huomion. Jos kurssille osallistuu vaikka 10 henkeä, joista seitsemän levittää sanaa samalla taktiikalla, on yritys saavuttanut ilman viestintätoimenpiteitä jo lähes 200 ihmistä.

Tilalla järjestetään myös avoimien ovien päiviä säännöllisesti. Viimeisin avoimet ovet -päivä tavoitti 2017 vappuna noin 200 kiinnostunutta. Avoimiin oviin panostaminen mahdollistaa asiakkaille tulla tutustumaan tilaan ilman suurempaa kynnystä. Se on oiva tilaisuus luoda mielikuva asiakkaalle kokemusrikkaasta viikonlopusta luonnon siimeksessä.

Tila keräisi myös kortistoa kursseilla käyneistä henkilöistä henkilön oman suostumuksen mukaan. Näin viestintää voidaan suoraan kohdistaa vanhoille asiakkaille. Vanhoihin asiakkaisiin kohdistettu viestintä kuitenkin vaatii, että kurssitoiminta ei toista itseään edelliskerrasta vaan mahdollisesti täydentää edelliskerran kurssia.

### 5.2.1 Brändi ja ulkoasu

Brändillä tarkoitetaan mielikuvaa, joka liittyy yritykseen. Brändi syntyy imagon ja maineen summana. Hyvä brändi vaikuttaa kuluttajan ostopäätöksiin myönteisesti. Imago taas on henkilön tai yrityksen tietoisesti itseltään antama kuva ja maine yritykseen liittyvä ulkopuolinen mielipide. (brandnews, n.d)

Suunnitellun yrityksen ulkoasu (Liite 1) toteutetaan niin, että se kulkee saman kaavan mukaisesti, kuin tilan jo olemassa oleva juustolan ulkoasu.



Brändin avulla voidaan saavuttaa laajempi huomio asiakkaissa. Tila tunnetaan juustolastaan ympäri Suomen, jolloin ulkoasun yhteneväisyyttä muun yritystoiminnan kanssa voidaan käyttää herättämään mielenkiintoa ja huomiota asiakkaissa.

Tilan nykyistä brändiä hyväksikäyttäen voidaan laajentaa ajatusta, että enää ei tarvitse ihastella maalaismiljöötä vain nopeasti tilapuodissa vieraillessa, vaan nyt on mahdollisuus päästä kunnolla tutustumaan ja nauttimaan tilaa ympäröivästä luonnosta lisäeduilla.

### 5.3 Organisaatio ja henkilöstö

Yrityksen toiminnasta ja sen pyörittämisestä vastaisi siihen palkattu erillinen henkilö. Hän vastaisi yrityksen ilmoittautumisista, ohjelmasta, mainonnasta, sekä muusta tarpeellisesta investointiin ja asiakaskontakteihin liittyvästä. Kuitenkin yritystoiminnan takana seisoisi myös tilan emäntä Riitta Saloniemi ja hänen tyttärensä Silvia Saloniemi, jotka osallistuvat suunnittelu- ja kehittämistyöhön.

Yritystoiminnalle voitaisiin myös pidemmällä aikavälillä miettiä mahdollisia yhteistyökumppaneita, joiden avulla kurssien ja retkipäivien ohjelmaa saataisiin monipuolistettua ja kehitettyä eteenpäin aina kilpailukykyisemmäksi yritykseksi.

### 5.4 Myyntitavoitteet segmenteittäin

Segmentti on asiakasryhmä, joilla on jokin yhteinen piirre, joka vaikuttaa ostopäätöksiin. (Edu, n.d)

Retkipäiviä markkinoitaisiin päiväkodeille, 1-6 -luokkalaisille peruskoulu-ryhmille ja eläkeläisporukoille. Tavoitteena on myydä heille ydintuotteena mahdollisuus tutustua maatilan elämään ja kauniiseen maalaismiljööseen. Tukevana tuotteena tarjottaisiin mahdollisuutta oppia maatilan töistä ja kokea läheisyys eläinten kanssa turvallisessa ympäristössä. Varsinkin kaupungissa asuville lapsille ja hoitokodeissa asuville tai liikuntarajoitteisille eläkeläisille retkipäivä tarjoaa mahdollisuuden kokea uutta ja muistella vanhoja aikoja. Luonnon läheisyys ja fyysinen kontakti eläimen kanssa voi olla usealle vieras asia, joka herättää erilaisia, toivottuja tunnetiloja kuten iloa ja uuden kokemisen tunteen.

Yli yön kestäviä kursseja markkinoidaan yksityisille henkilöille, työporukoille tai muunlaisille ryhmille. Ydintuotteena markkinoidaan mahdollisuutta oppia uutta ja saada arjen keskelle mahdollisuus rentoon kokemusrikkaaseen viikonloppuun maatilamiljöössä. Tukevana tuotteena voidaan pitää me-hengen syntymistä, luonnon rauhaa ja tilan puolesta ruokailua.

Ajatuksena on tavoittaa henkilöitä, jotka haluavat parantaa tai ylläpitää työryhmänsä ilmapiiriä, henkilöitä, jotka haluavat taukoa kiireiseen arkeen ja ovat kiinnostuneita panostamaan mielenterveyteen sekä oppimaan uutta. Lisäksi kursseilla voidaan tavoittaa muitakin ryhmiä, jotka ovat kiinnostuneita mahdollisesti räätälöimään itselleen ohjaajan kanssa oman kurssin. Tällöin kurssin sisältö vastaisi resurssien rajoissa mahdollisimman hyvin asiakkaan omia tarpeita.

## **5.5 Tuotepolitiikka ja -suunnittelu**

Tuotepolitiikka muodostuu yrityksen periaatteista valita tuotelajitelma ja -valikoima. (Edu, n.d)

Tuotepolitiikan ja -suunnittelun päävastuu on yrityksen omistajalla eli Riitta Saloniemellä. Kuitenkin suunnittelu tapahtuisi yhteistyössä Silvia Saloniemen ja ohjaajantehtävään palkatun henkilön kanssa.

Suunnittelutyön tulee olla jatkuvaa. Retkipäivien ja kurssien jälkeen asiakaille annetaan mahdollisuus antaa asiallista palautetta tuotteesta. Palaute voidaan kerätä joko paperiversiona kurssin päätteeksi taikka lomakkeella netissä. Palautejärjestelmän tulee kuitenkin olla sellainen, että jokaisella asiakkaalla on mahdollisuus siihen vastata niin halutessaan.

Palautteiden ja itsekoettujen parannuskohteiden perusteella retkipäivien kulkua, ohjelmasisältöä ja pituutta muokataan paremmaksi.

## **5.6 Retki- ja kurssipäivät**

Ajankohdat retkipäiville olisivat kevät-, kesä- ja syyskauden arkipäivät. Päivä voidaan lyödä lukkoon esimerkiksi niin, että ryhmiä otetaan vastaan vain perjantaisin, taikka niin, että asiakas voi varata itselleen arkipäivistä sopivimman ajan. Jos retkipäivätoiminta pyörii joka arkipäivä, päivän jako tapahtuisi niin, että ryhmä saapuisi aamulla esimerkiksi klo 08.30 ja lähtisi 10.30 ja seuraava ryhmä voisi saapua 11.30 ja lähteä 14.30.

Retkipäivillä ei lähtökohtaisesti tarjota ruokailua. Ajankohta mietitään niin, että ryhmät ovat syöneet tai syövät muualla retken päätteeksi, tai tuovat omat eväät mukanaan.

**Ohjelmaesimerkki retkipäivälle.**

**11.30 Ryhmä saapuu tilalle**

**11.35 Käydään läpi turvallisuusasiat**

- 11.45 tilakierros**
- katsotaan, mitä tilaympäristöstä löytyy ja käydään läpi tärkeimpiä yksityiskohtia
- 12.30 Laite-esittely ja tutustuminen esimerkiksi traktorin hyttiin**
- 13.00 Pihaleikkejä/ tietokilpailu joukkueittain / eläkeläisillä maatilabingo**
- 13.45 Vuohien kanssa oleilua laitumella, eläintenhoito, kioskimahdollisuus**
- 14.20 Ryhmän kokoaminen**
- 14.30 ryhmä poistuu paikalta**

Valmiiden kurssipäivien aikataulu sijoittuisi täsmennettyihin viikonloppuihin aikavälille lauantai - sunnuntai. Aloitusajankohta olisi esimerkiksi lauantaina klo 11.00 ja päättyisi sunnuntaina klo 14.00.

Valmiiksi suunniteltujen kurssiviikonloppujen ulkopuolelle jäävät viikonloput olisi mahdollisia varata asiakasryhmille, jotka haluavat räätälöidä oman kurssin.

Kursseilla tarjotaan (välipala), päivällinen, iltapala, aamupala ja vahvennettu välipala ennen kurssin päättymistä.

Aloitusajankohtia voidaan täsmentää tarkemmiksi vasta, kun on syntynyt konkreettisia kokemuksia retkipäivistä ja kurssiviikonlopuista.

**Ohjelma esimerkkejä yhden yön yli kursseille.**

**Kurssi 1. Juuston teon alkeet.**

**Lauantai**

**11.00 Saapuminen tilalle**

**11.10 Tutustumiskierros**

- Esitellään jokainen kurssille saapunut henkilö

**11.30 Teoriaa juustonteosta**

- Juustonteko
- Työvaiheet
- Työkalut

**13.00 Juustolaan tutustuminen**

**14.00 Välipala**

**14.30 Oman juuston teko**

**16.30 Ruokailu**

**17.30 Juustojen viimeistely**

**18.00 Sauna ja uinti**

- omaehtoinen vapaa-aika

**20.30 Iltapala**

**21.00 Majoittuminen**

**Sunnuntai**

**08.00 Aamupala**

- Tavaroiden kokoaminen

**09.00 Oman juuston tekoa**

- Pakkauksen suunnittelu

**12.00 Välipala**

**12.30 Palautteen keräys**

**13.00 Kurssin päättäminen**

**Kurssi 2. Paimennuksen alkeet**

**Lauantai**

**11.00 Saapuminen tilalle**

**11.10 Tutustumiskierros**

- Esitellään jokainen kurssille saapunut henkilö

**11.30 Teoriaa Paimennuksesta**

- Koirarotuja

- Työnteko

- Kilpaileminen

**13.00 Paimennukseen tutustuminen jo koulutettujen koirien avulla**

- Paimennusnäytös

14.00 Välipala

14.30 Paimennusharjoitukset koulutetuilla koirilla

17.00 Ruokailu

18.00 Sauna ja uinti

- omaehtoinen vapaa-aika

20.30 Iltapala

21.00 Majoittuminen

Sunnuntai

08.00 Aamupala

- Tavaroiden kokoaminen

09.00 Leikkimielinen paimennuskilpailu koulutettujen koirien kanssa

12.00 Välipala

12.30 Palautteen keräys

13.00 Kurssin päättäminen

### **Kurssi 3. Mielenterveys ja kehonhuolto**

Lauantai

11.00 Saapuminen tilalle

11.10 Tutustumiskierros

- Esitellään jokainen kurssille saapunut henkilö

11.30 Luonnonhoitoalueelle majoittuminen riippumattojen kanssa

12.15 – 13.15 Vuohijooga

13.00 Joukkuepelejä

- Hippaa

- Pallopelejä
- Hauskaa ja yhteisöllistä

#### **14.00 Välipala**

#### **14.45 Valmistautuminen Kävelyretkelle**

#### **15.00 Kävelyretki luontoon**

- Halipuuterapia
- Meditaatiohetki: Havainnoidaan luontoa ja omia syntyneitä tunnetiloja

#### **17.00 Ruokailu**

### **18.0 Sauna ja uinti**

- omaehtoinen vapaa-aika

#### **21.00 Iltanuotio**

- Iltapala
  - Tarinoita
  - Akustinen kitaramusiikki
  - Kesäillan auringonlasku

### **Sunnuntai**

#### **08.00 Vahvennettu aamupala**

- Rauhallinen ja hidas aamu
- Nautitaan aamun raikkaudesta

#### **09.30 Visuaalinen tunnetilojen käsittely**

**(Käydään läpi tunnetiloja, joita kurssin aikana on syntynyt)**

- Kirjoitetaan
- Piirretään
- Askarrellaan

#### **11.30 Palautteen anto**

#### **12.00 Kurssi päättyy**

Kurssien suunniteltu sisältö on suuntaa-antavia ja niiden on tarkoitus toimia ideariihenä yritykselle. Niitä voidaan hyödyntää tai niiden pohjalta voidaan rakentaa uudelleen muokattu idea. Kurssien 1. ja 2. kohdalla on mahdollista kehittää syventäviä jatkokursseja, joita voidaan markkinoida vanhoille asiakkaille. Kurssi 3. on suunnattu olemaan ajankohtaisia aiheita käsittelevä ja sellainen, jolle löytyy mahdollisesti aina kysyntää. Työkiireet ja stressi kun eivät tässä maailmasta koskaan hellitä otettaan.

Kursseja suunnitellessa tulee kuitenkin muistaa, että vähemmän on enemmän. Monien erilaisten kurssien ja sisältöjen suunnittelu voi olla äkkiä resurssikysymys. Sisällön tulee olla laadukasta ja asiakkaan näkökulmasta sellaista, että viikonlopun jälkeen hänelle on syntynyt olo, että käteen on jäänyt jotain. Kaikkea kivaa ei kannata tunkea yhteen viikonloppuun. Aikataulun tulee olla selkeä ja kuitenkin sellainen, että turhaa tarkoituksetonta oleilua ei synny.

Majoittuminen kursseilla voi tapahtua vuodenajasta riippuen, joko erillisessä majoitusrakennuksessa taikka telttatyypisellä ratkaisulla. Kurssit toteutetaan kuitenkin periaatteella sateen sattuessa sateella.

Jokaiselle kurssille määritellään myös osallistujien vähimmäis- ja enimmäismäärä.

### 5.6.1 Vuosikello yritystoiminnalle

Yritystoimille suunnitellaan vuosikello, josta näkee mitä retkipäivä- ja kurssitoimintaa on suunniteltu millekin vuodenajalle. Toiminnan hahmottaminen on helpompaa ja se auttaa uutta ja vanhaa suunnitellessa.

Vuosikelossa huomioidaan sesonkituotteet ja vuodenaajan tarjoamat eri mahdollisuudet.

Kevät:

- Retkipäivätoiminta
- Kerintäkurssi
- Paimenkurssi
- Luontoläheiset kurssit

Kesä:

- Retkipäivätoiminta
- Paimenkurssi
- Luonnonläheiset kurssit
- Sesonkitapahtuma: Juhannusjuhla

Syksy:

- Retkipäivätoiminta
- Luontoläheiset kurssit
- Juustokurssi
- Paimenkurssi
- Kerintäkurssi

Talvi:

- Juustokurssi
- Työhevokurssi
- Sesonkijuhlat: Joulurauha, Laskiaisrieha

### 5.6.2 Kuluttajakyselyn analysointi

Työtä varten suunniteltiin kyselytutkimus, jonka tarkoitus on kartoittaa tilan tunnettavuutta entuudestaan, ihmisten kiinnostusta maatilamatkailuun ja kohdennetusti tutkia kiinnostusta suoraan suunnitteilla olevaan yritykseen. Kyselylomake toteutettiin Formsin kyselypohjalla ja sen levikki oli Hämeen ammattikorkeakoulu Mustialan oppilaat, sekä Facebook. Facebookissa kyselypohja jaettiin Saloniemen tilan sivuilla sekä omassa profiilissani. Kyselypohja sai useita jakoja ja neljän viikon aikana kysely tavoitti 135 vastaajaa. Keskimääräinen vastausaika oli kolme minuuttia ja 45 sekuntia.

Kyselyssä ensimmäisenä tutkitaan Saloniemen tunnettavuutta. Vastanneista 74 % tunsi yrityksen Saloniemen juustola ja 43 % on myös käynyt tilalla. 64 % on maistanut tilan tuotteita. 43 % ilmoitti seuraavansa tilan tapahtumia sosiaalisessa mediassa. Tutkimuksessa myös selvitettiin sosiaalisen median kanavia, joista heillä olisi mahdollisuus seurata tilan tapahtumia. Suurin vastausprosentti oli Facebookilla, joka keräsi 35 % vastauksista. Toisena oli Instagram, joka löytyi 27 % vastanneilta. Youtube ja mobiilineti keräsivät kummatkin 19 % äänistä.

Kyselyssä selvitettiin myös vastanneiden maatilamatkailukokemuksia. Vastanneista 61 % ilmoitti joskus käyneensä maatilamatkailukohteessa. 99 % käyneistä ilmoitti pitävänsä käydystä kohteesta. Kyselyssä sai vapaalla sanalla vastata mikä oli huonoa ja mikä hyvää vierailukohteessa. Positiivisia ajatuksia herätti muun muassa eläimet, ystävällinen ilmapiiri, siisti ja rauhallinen ympäristö sekä hyvä ruoka ja ohjelma. Negatiivista palautetta tuli liian tiukasta aikataulusta ja epäselvistä tiedoista. Joku koki myös huonona asiana paikkojen tiedotuksen. Suomessa on paljon maatilamatkailukohteita, mutta niiden näkyvyys niin sosiaalisessa mediassa kuin muuallakin on heikkoa.

96 % vastanneista osoitti kiinnostuksensa kotimaanmatkailua kohtaan.

Retkipäiviä koskevaan kyselyyn vastasi 7 %. Näistä 60 % vastasi olevansa kiinnostunut retkipäivämahdollisuudesta. Kiinnostuneista retkipäivän pi-tuudet pitäisivät olla seuraavanlaiset.

1-3 -luokkalaiset 2-3h/ 67 % ja 3-5h/ 33 %

4-6 -luokkalaiset 2-3h/ 67 % ja 3-5h/ 33 %

Eläkeläiset 2-3h/60 % ja 3-5h/ 40 %

Retkipäivien eväistä 33 % oli sitä mieltä, että tarjoilu olisi tilan puolesta. 17 % oli eri mieltä ja 50 % valitsi muu- vaihtoehdon ja selitti muun muassa seuraavasti: tarjoilu lähituotteilla tai sovitun mukaisesti. Osalla ei ollut mielipidettä. Ilman ruokailua retkipäivästä olisi valmiita maksamaan 5-15€ 83 % ja 15-25€ 17 % vastanneista.



Sopivin ajankohta päivästä on vahvasti aamupäivä, joka keräsi 83 % vastauksista. Samoin 33 % oli sitä mieltä, että keskiviikko on sopivin arkipäivä, torstai ja tiistai sai 22 % äänistä ja maanantai ja perjantai keräsi 11 % äänistä. Mukavimpana tapana ilmoittautua retkipäiville koettiin sähköpostitse 50 % ja toisena netissä lomakkeella 33 %. Puhelimitse keräsi vain 17 % äänistä.

Kysyttäessä mieluisinta ohjelmaa retkipäiviin eniten ääniä sai eläinten kanssa olo ja ruokailu. Vahvasti toisena tulivat vaihtoehdot ohjatut kierrokset tilalla ja maatilatöihin tutustuminen. Vähiten ääniä sai pihaleikit, metsä- ja laidunretket sekä uinti. Vastanneiden mukaan kioskimahdollisuus olisi myös hyvä.

93 % vastasi olevansa osa työryhmää taikka yksityishenkilö. Näistä 60% vastasi olevansa kiinnostunut yhdenyön yli maatalaelämyskurseista. Kiinnostuneista lähes kaikkia kiinnostaa ruokailu tilan puolesta. Eniten ääniä keräsi vaellusmahdollisuus (53) ja eläinten hoitoon ja hyvinvointiin tutustuminen (53). Toiseksi eniten oltiin kiinnostuneita uintimahdollisuuksista (44) ja metsäretkistä (47). Ääniä keräsi myös paimennuskurssi (35) ja hevosten hoito (32). Hiihtomahdollisuudesta oltiin vain jonkin verran kiinnostuneita (24). Teltassa yöpyminen sai 37 ääntä. Muu-osio keräsi muun muassa seuraavanlaisia ehdotuksia: saunailta, tutustuminen maatilan normaaliin arkeen ja tuotteiden valmistukseen tutustuminen.

Vastanneista 84 % oli kiinnostunut mahdollisuudesta omaan räätälöityyn kurssiin.

Kiinnostuneista 63 % oli sitä mieltä, että olisi hyvä, jos kurseilla olisi jo ajankohta ja sisältö päätetty. Muu osio keräsi 15 % vastauksista ja koettiin, että olisi kiva olla vaihtoehtoja. Vastauksissa korostettiin myös kiinnostusta räätälöityihin kursseihin.

Kurssista oltaisiin valmiita maksamaan:

80-100€ (29 kpl)

60-80€ (22 kpl)

40-60€ (20 kpl)

100-120€ (16 kpl)

120-140€ (5 kpl)

Loput kokivat, että hinta riippuu täysin sisällöstä, mutta satasen puolin ja toisin kuitenkin oltaisiin valmiita maksamaan.

Kurssin mahdollinen ajankohta lauantai- sunnuntai sai 84% puoltavista äänistä. Ilmoittautuminen koettiin helpoimmaksi netissä lomakkeella (69%). Myös sähköpostitse sai puoltavia ääniä (21%). Ilmoittautumisen yhteydessä 85% vastanneista olisi valmiita luovuttamaan henkilötietoja turvallisuuden parantamiseksi.

Kyselyyn vastasi melko pieni ryhmä ja vastanneita oli enemmän kurssi-, kuin retkipäivässä. Retkipäivien osalta tuloksen luotettavuus ei ole korkea,

sillä vastanneita oli niin vähän. Kurssitoteutuksen kohdalla vastaajia oli useampi, jolloin vastauksissa oli huomattavissa jo selkeää mielipiteiden jakaantuvuutta, eikä vastausten keskiarvot perustuneet vain muutaman ihmisen mielipiteeseen. Kysely ohjattiin asiakasryhmiin, joille suunnitelman mukainen toiminta on suunnattu, joten voimme olettaa, että henkilöt olivat miettineet tarkkaan vastauksiaan ja olivat oikeasti kiinnostuneita vastaamaan kyselyyn.

## 5.7 Kuluttajasuojalaki

### 5.7.1 Kuluttajatietosuoja

Asiakkailta kerätään tarvittavat tiedot heti ilmoittautumisen yhteydessä. Asiakasrekisterin ylläpitäjän tulee pystyä osoittamaan viranomaisille, että on saanut rekisteröidyltä siihen luvan. Tiedot, jotka rekisteristä löytyvät olisivat nimi, ikä, sähköposti, puhelinnumero sekä kotiosoite. Näitä tietoja käytetään vain suoramarkkinointiin yrittäjän ja asiakkaan välillä eikä niitä luovuteta eteenpäin. Rekisterin ylläpitäjä tekee rekisteriselosteen, joka on rekisterin sisältöä ja käyttötarkoitusta kuvaava dokumentti. (Koivumäki & Häkkänen, 2018, sivu 175.)

Ilmoittautumisen yhteydessä kysytään asiakkaalta suostumus tietojen rekisteröintiin. Jos vastaus on kieltävä, annettuja tietoja ei rekisteröidä minnekään vaan käytetään ainoastaan sen hetkisen asiakassuhteen toteuttamiseen muun muassa kurssimaksuihin ja ruoka-aineallergioiden selvittämiseen kurssin ruokailuja varten. Kurssin jälkeen kaikki asiakasta koskevat tiedot hävitetään, eikä asiakkaalle ole mahdollista kohdentaa suoramarkkinointia. (Koivumäki & Häkkänen, 2018 sivu 175.)

### 5.7.2 Ilmoittautuminen

Asiakas lataa verkkosivuilta ilmoittautumislomakkeen (Liite 2), jonka hän palauttaa sähköisesti palveluntarjoajalle. Verkkosivuilla on päivitetty tiedot retkipäivistä ja kursseista. Kurssin päätyttyä jokainen osallistuja antaa nimettömän palautteen (Liite 3).

Kuluttajaa koskevat sopimusehdot tulee olla näkyvillä. Ilmoittautuessa kurssille tai retkipäivälle, asiakkaalle tulee olla näkyvissä ohjelman järjestäjä ja yrityksen nimi, osoite sekä ohjelman aikataulu, kesto ja verollinen hinta sekä puhelinnumero. Lisäksi jokaiselle kurssille määritelty maksimi- ja vähimmäisosallistujamäärä tulee olla näkyvissä.

Ilmoittautumisen yhteydessä asiakkaan tulee ilmoittaa nimi, ikä sekä puhelinnumero, sähköposti ja kotiosoite. (Finlex, 2013)

Ilmoittautuminen kursseille alkaa vähintään kolme kuukautta ennen ja päättyy kaksi viikkoa ennen kurssin ajankohtaa. Kurssille ilmoittautumisen yhteydessä asiakasta ja yrityksen tarjoajaa koskevat seuraavanlaiset sopimusehdot:

**Maksu:** Asiakas maksaa varausmaksun 40 % kurssin kokonaishinnasta ilmoittautuessaan kurssille. Loppuosan hinnasta hän maksaa 14 vuorokauden kuluessa ennen kurssin ajankohtaa.

Retkipäivien kokonaismaksu suoritetaan ilmoitetun osallistujamäärän mukaan 14 vuorokautta ennen ajankohtaa.

**Sopimuksen purku:** Asiakkaalla on oikeus saada varausmaksu takaisin, jos peruutus tapahtuu 14 vuorokautta ennen kurssin ajankohtaa. Muussa tapauksessa maksu voidaan palauttaa lääkärintodistuksella tai ylivoimaisen esteen sattuessa.

Kurssin ja retkipäivän tarjoajalla on mahdollisuus purkaa sopimus asiakkaan kanssa, jos tämä ei maksa vaadittuja maksuja eräpäivään mennessä.

Lisäksi kurssi voidaan peruuttaa ainoastaan liian vähäisen osallistujamäärän taikka ohjaajan lääkärintodistuksella todetun estymisen taikka ylivoimaisen esteen takia. Tällöin asiakas saa maksamansa maksun takaisin.

**Vahinkojen korvaus:** Kurssille ja retkipäivälle osallistuja on velvollinen ilmoittamaan ja korvaamaan aiheuttamansa vahingot tilalla.

Palvelun tarjoaja vakuuttaa asiakkaat kurssin tai retkipäivän aikana syntyvän vahingon varalta.

## 5.8 Budjetointi

### 5.8.1 Investointitarpeet ja hinnoittelumenetelmä

Maatilamatkailuyrityksen perustaminen tilalle ei vaadi suuria investointeja. Suurin investointikohde niin halutessaan on kiinteän suojan rakentaminen tai vastaavasti vanhojen tilojen remontointi majoitustarkoitukseen. Tilalla on iso navetanvintti, joka tällä hetkellä toimii heinävarastona. Siitä saisi remontoimalla hyvän tilan majoittumiselle. Mutta ennen kiinteän majoituksen tarvetta voidaan hyödyntää hyvillä kesäkeleillä ulkosalla majoittumista, joka ei maksa muuta kuin vaivan ja kurssilaisten oman riippumaton taikka teltan. Lisäksi lähialueen reserviläisiltä löytyy puolijoukkueetelta, jota voidaan vuokrata kursseille.

Investointitarpeet riippuvat aika lailla kurssin ohjelmasta ja sisällöstä. Yhteistyökumppaneihin pitää satsata ja investoida, jos halutaan kurssille selkeää ohjelmaa, jota tilan puolesta työllistetyt henkilöt eivät kykene ammattitaidolla toteuttamaan. Jos halutaan esimerkiksi edellä suunnitellun

ohjelman mukaisesti joogatunti kurssille niin kurssi ostaa tällöin palvelun ulkopuoliselta joogavetäjältä taikka liikunnanohjaajalta.

Pakettien hinta määräytyy sisällön ja resurssien määrän mukaan. Retkipäivien hinta on aina sama henkilöä kohden. Tällöin lopullinen hinta määräytyy sen mukaan, kuinka monta osallistujaa ryhmässä on. Kurssien hintaan vaikuttaa vahvasti ohjelman sisältö ja se, kuinka paljon asiakas käyttää resursseja. Lisäksi kurssia varten ostetut lisäpalvelut määrittävät lisähintaa kurssille. Jokaiselle kurssilaiselle on laskettu myös keskimääräinen ruokailun arvo. Budjetoinnilla pyritään siihen, että toiminnasta käteen jäävä osuus kattaa menot, investoinnit ja henkilöstön palkan. Lisäksi yrityskassan taseen toivotaan jäävän plussalle kaikkien tulojen ja menojen jälkeen.

### 5.8.2 Kuukausi- ja vuositaso

Retkipäivä:

Jos kuukaudessa on keskimäärin kahdeksan retkipäivää ja ryhmäkoko on noin 20 henkeä, eikä päivä sisällä ruokailua.

Henkilön hinta 7€ +alv.

Ryhmän kokonaishinta 140€

Ohjaajan palkka 12€/h, käytetyt työtunnit yhtä retkeä kohtaan 8h: 96€

Työnantajan sivukulu +25% 120€

Kuukauden menot: 960€

Kuukauden tulot: 1120€

Kate: 160€

Vuositasolla, jos retkipäiviä on keskimäärin kahdeksan kuukaudessa ja päiviä järjestetään huhtikuusta lokakuulle (seitsemän kuukautta):

Kate: 1120€

Jos halutaan tarjota pikkusuolaista, mehua ja kahvia retkipäivillä:

Olettamus keskimäärin 20-henkinen ryhmä ja kahdeksan kertaa kuukaudessa.

Henkilön hinta 10€ +alv.

Ryhmän kokonaishinta 200€

Pikkusuolaisen annoshinta, sis. kahvi/mehu ja pikkusuolainen 3€

Ohjaajan palkka 12€/h, käytetyt työtunnit 8h: 96€ +25% sivukulu 120€

Kuukauden menot: 1440€

Kuukauden tulot: 1600€

Kate: 160€

Kate ei eroa siis teoriassa yhtään vaikka yritys tarjoaisi asiakkaalle pienen suupalan retkipäivän aikana.

Kurssit:

Kurssien hintoja on vaikea etukäteen päätellä, sillä hintaan vaikuttaa kurssin sisältö ja ulkopuolisten ohjaajien tarve.

Keskimääräinen osallistujamäärä kahdeksan henkeä.

Kuitenkin selviä menoja:

Ruokakustannuksiin kuuluu välipala, lämmin ruoka, iltapala ja aamupala sekä vahvennettu välipala. Yhteisarvio ruokakustannuksille henkeä kohti on noin 20€: 160€ kurssi

Lisäksi ohjaajan palkka: 12€/h, kulutetut työtunnit enne kurssia 6h, kurssin aikana 8+8h. Sopimuksen mukaan yöstä ei makseta palkkaa. Palkkamenot 264€ +25% sivukulut 330€

Jotta nämä menot katettaisiin, olisi kurssin hinnan oltava vähintään 61,25€

(Suomen palkanlaskenta oy, n.d)

## 5.9 Riskiarvio

Yritystoimintaan liittyy myös useita riskejä. Pääasiallinen riskitekijä maatilalle on erilaiset taudit. Asiakkaat voivat tulla useista erilaisista taustoista. Asiakkaat voivat olla tilallisia, taikka omistaa kotieläimiä, jotka kantavat tautia, mikä on riski kotieläintuotannolle tilalla. Riski voidaan minimoida tiedottamalla asiakkaita heidän vastuustaan varustautua päiville puhtailla varusteilla. Kengät tulee olla pesty ja desinfioitu sekä vaatteet ovat käyneet pesukoneessa viimeisimmän eläinkontaktin jälkeen.

Lisäksi kielletyt alueet on merkitty selkeästi.

Yrityksestä saatava tulo voi kysynnän ja tarjonnan varjolla romahtaa. Voi olla, että asiakkaita ei riitä, taikka tulot eivät katakaan menoja. Tähän voidaan varautua suunnittelemalla investointitarpeet ja -kohteet tarkkaan ja määrittämällä kursseille osallistujien vähimmäis- ja enimmäisosallistujamäärät.

Henkilövahingot ovat aina riski. Voi sattua pieniä haavereita ja ruhjeita taikka isompia vammoja, kuten murtumia tai kaatumisista johtuvia päävammoja. Asiakkaiden kanssa käydään läpi tärkeimmät asiat turvallisuuteen liittyen. Ei kuljeta yksin, eläinten tarhoihin ei mennä omatoimisesti ja liikutaan varovasti alueilla, jossa on mahdollisuus kompuroida taikka lyödä kehonsa johonkin. Tilalta tulee löytyä ensiapuvalmius ja hätätilanteen sattuessa taulukko, josta löytyy tärkeimmät hätänumerot: yleinen hätänumero, myrkytyskeskuksen numero ja poliisin yleinen ilmoitusnumero. Lisäksi kurssi vakuuttaa asiakkaansa.

Asiakkaiden terveydentila on myös riskitekijä. Henkilöillä voi olla allergioita tai pitkäaikaissairauksia, jotka voivat olla vaaraksi henkilölle itselleen. Kursseille ilmoittautuessa tai saapuessa paikalle kerätään asiakastietolomake,

josta käy terveydentila ja allergiat ilmi. Lisäksi siihen merkitään käytössä olevat lääkkeet ja lähiomaisen puhelinnumero.

### 5.9.1 Turvallisuussuunnitelma

Tilalla tulee olla turvallisuussuunnitelma täytettynä, josta käy ilmi vastuuhenkilöt sekä tärkeimmät hätänumerot (Liite 4). Suunnitelman pitää olla näkyvällä paikalla ja sen sijainti tulee vielä erikseen korostaa ennen ohjelman alkua. Näin hätätilan sattuessa jokainen on kykenevä ottamaan yhteyttä suunnitelman mukaisesti oikeaan henkilöön. Hätätilan sattuessa kuitenkin jokaisen tulee muistaa, soitto yleiseen hätänumeroon.

## 6. JOHTOPÄÄTÖKSIÄ

Kyselytutkimuksesta selvinneen tiedon perusteella suunnitelman mukaiselle yritykselle olisi kiinnostusta. Kyselyn mukaan kuitenkin vain noin puolet vastanneista tunsivat Saloniemen tilan entuudestaan. Jotta suunnitelman mukaiselle yritykselle saataisiin asiakkaita muualtakin kuin Varsinais-Suomen alueelta, täytyisi tunnettavuutta pyrkiä lisäämään roimasti Suomessa ja etenkin eteläisessä osassa. Maatilamatkailusta kuitenkin oltiin erittäin kiinnostuneita ja monet olivat valveutuneita kotimaanmatkailusta ja arvostivat täsmälleen samoja arvoja kuin työn teoriaosuudessa käytiin läpi.

Kyselypohja tuntui toimivan ja siihen saatiin järkeviä vastauksia. Kuitenkin parissa kohtaa sain palautetta, että kysymyksen muotoilu oli vaikeasti ymmärrettävä taikka liian laaja osa aihetta, jolloin vastaus jäi muotoon ”riippuu tilanteesta”.

Suunnitelma itsessään rakentui hyvin minulle annettujen ideoiden pohjalta. Jouduin karsimaan kuitenkin joitain asioita alkuperäisestä ideasta, jotta sain työn pidettyä selkeänä. Kuitenkin tavoitteisiin suunnitelmassa päästiin ja tärkeimmät kohdat saatiin kirjattua. Koen että työtä on mahdollista pilkkoa pienempiin yrityskokeiluihin, jolloin ei tarvitse heti aloittaa täydellä teholla suunnitelman mukaisesti.

Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen teokseen ja sen sisältöön. Koen, että se palvelee tarkoituksenmukaisesti ja sen pohjalta on helppo lähteä rakentamaan fyysisesti toimivaa yritystä.

## 7. LÄHTEET

Borg P., Kivi E. & Partti M. (2002) Elämyksestä elinkeinoksi, Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Juva: WS Bookwell oy

Brandnews, branding is everything. (n.d) Mikä on brändi? Haettu 7.4.2019 osoitteesta <http://brandnews.fi/mika-on-brandi/>

Edu (n.d), oppimateriaalit, markkinointisuunnitelma, segmentointi, haettu 7.4.2019 osoitteesta [http://www03.edu.fi/oppimateriaalit/markkinointisuunnitelma/pages/ky-synta\\_segmentointi.htm](http://www03.edu.fi/oppimateriaalit/markkinointisuunnitelma/pages/ky-synta_segmentointi.htm)

Edu (n.d) oppimateriaali, markkinointisuunnitelma, tuotepolitiikka, haettu 7.4.2019 osoitteesta <http://www03.edu.fi/oppimateriaalit/markkinointisuunnitelma/pages/tuotepolitiikka.htm>

Finlex (n.d) laki, ajantasa 2 luku -Markkinointi ja menettely asiakassuhteissa 8a 30.12.2013/1211. Haettu: 25.03.2019 osoitteesta <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038#L2P8>

Koivumäki E. & Häkkänen P. (2018) *Markkinointijuridiikka*, Porvoo: Bookwell Oy

Komppula R. & Boxberg M. (2002) Matkailuyrittäjä, Matkailuyrityksen tuotekehys. Helsinki: Edita Prima Oy

Kuralan Kartanotila (n.d), Majoituksia ja elämyksiä Varsinais-Suomessa, etusivu, Haettu 10.3.2019 osoitteesta <https://www.kuralankartanotila.fi/>

Loisamo R., Laskentatoimi (2009), Yritysvastuu hankinnoissa riskienhallinnan näkökulmasta- Suomalaisten teollisuusyritysten hankinnat. Maisterin tutkinnon tutkielma. Laskentatoimi. Helsingin kauppakorkeakoulu. Haettu 7.4.2019 osoitteesta [http://epub.lib.aalto.fi/fi/ethesis/pdf/12022/hse\\_ethesis\\_12022.pdf](http://epub.lib.aalto.fi/fi/ethesis/pdf/12022/hse_ethesis_12022.pdf)

Maa- ja kotitalousnaisten keskus RY: Elämyksiä maaseutumatkailuun, Kansanperinteestä ohjelmalveluiksi (1998) Kokemäki: Satakunnan painotuote Oy

Maatilamatkailu Ilomäki (n.d), info, Haettu 10.3.2019 osoitteesta <https://www.ilomaki.info/fi/>

Maatilamatkailu Hirvonen (n.d), etusivu. Haettu 10.3.2019 osoitteesta <http://maatilamatkailuhirvonen.fi/etusivu/>

Maatilamatkailu Koivusalo (n.d), etusivu: Tervetuloa Koivusalon maatilalle. Haettu 10.3.2019 osoitteesta <http://www.netikka.net/matkailu.koivusalo/index.php>

Maatilamatkailu Karvisen Kissanpäivät (n.d), etusivu. Haettu 10.3.2019 osoitteesta <http://karvisenkissanpaivat.com/>

Maatilamatkailu Kumpunen (n.d), etusivu. Haettu 10.3.2019 soitteesta <https://kumpunen.fi/>

Maatilamatkailu Hepoharju (n.d), etusivu. Haettu 10.3.2019 osoitteesta <http://www.hepoharju.fi/index.html>

Mannila Rantakatti (n.d), etusivu. Haettu 10.3.2019 osoitteesta <http://www.rantakatti.fi/fi/>

Matkailu (n.d), Suomen Matkailijayhdistyksen jäsenlehti, kotisivu /mediatiedot. Haettu 12.3.2019 osoitteesta <http://www.matkailulehti.fi/mediatiedot>

Mieli, Suomen Mielenterveysseura (n.d), etusivu/Mielenterveys/ Hyvinvointi: Luonto hoivaa mieltä ja kehoa. Teksti: Ann Ojala ja Liisa Tyrväinen. Julkaistu Mielenterveyslehdessä 3/2015. Haettu 10.3.2019 osoitteesta <https://www.mielenterveysseura.fi/fi/mielenterveys/hyvinvointi/ymparisto-ja-luonto/luonto-hoivaa-mielta-ja-kehoa>

Rekolan tila (n.d) Nykyaikainen tila hämäläisessä maalaismiljöössä, etusivu. Haettu 10.3.2019 osoitteesta <http://www.rekolantila.fi/>

Saarilan maatilamatkailu (n.d), etusivut: Tule maaseudun tunnelmaan. Haettu 10.3.2019 osoitteesta <http://www.saarila.com/>



Saloniemen juustola (n.d), elämäkerta. Haettu 12.3.2019 osoitteesta <http://saloniemenjuustola.fi/wp-content/uploads/SaloniemiElamankertomus.pdf>

Suomen luonnonsuojeluliitto (n.d) Tietoa meistä/Unelmamme: Luonnonsuojeluliiton suojelutyön arvot. Haettu 10.3.2019 osoitteesta <https://www.sll.fi/tietoa-meista/unelmamme/>

Suomen palkanlaskenta oy (n.d), palkkaus, työnantajan sivukulut. Haettu 28.03.2019 osoitteesta [https://www.palkkaus.fi/cms/article/tyonantajan\\_sivukulut](https://www.palkkaus.fi/cms/article/tyonantajan_sivukulut)

Tieto.osaavayrittäjä n.d), yritystoiminta, markkinointiviestintä. Haettu 7.4.2019 osoitteesta <http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/markkinointiviestintae>

Tilastokeskus (n.d), tietoa tilastoista, käsitteet: Maatila, määritelmä 2. Haettu 10.3.2019 osoitteesta <http://www.stat.fi/meta/kas/maatila.html#tab2>

Yrityksen logo



Ilmoittautumislomake

<file:///C:/Users/Omistaja/Desktop/OPINNÄYTETYÖ/ilmoittautumislomake.pdf>

Ilmoittautuminen

Saloniemen tila

Retkipäivä

Retkipäivän ajankohta, johon olet ilmoittautunut: \_\_\_\_\_

Ryhmän tiedot

Ryhmä: \_\_\_\_\_

Ryhmän koko: \_\_\_\_\_ henkeä

Yhteyshenkilö: \_\_\_\_\_

Puh: \_\_\_\_\_

Sähköposti: \_\_\_\_\_

Kiitos!

Ilmoittautuminen

Saloniemen tila

Kurssit

Kurssi, jolle olen osallistumassa: \_\_\_\_\_

Osallistujan tiedot

Nimi: \_\_\_\_\_

Synt. vuosi: \_\_\_\_\_

Puh: \_\_\_\_\_

Sähköposti: \_\_\_\_\_

Kotiosoite: \_\_\_\_\_

Ruoka-aineallergiat: \_\_\_\_\_

Annatko suostumuksen käyttää tietojasi suoramarkkinointiin uusista kursseista ja tilan tapahtumista?

Kyllä

En

Kiitos!

Palautelomake

Liite 3

<file:///C:/Users/Omistaja/Desktop/OPINNÄYTETYÖ/palautelomake.pdf>

Palautelomake

Saloniemen tila

**Osallistuin**

Kurssille

Retkipäivään

**Arvosana**

1

2

3

4

5

**Hyvää:**

**Parannettavaa:**

**Muut huomiot:**

**Terveiset ohjelman vetäjille:**

Kiitos vastauksesta!

Turvallisuussuunnitelma pohja

<file:///C:/Users/Omistaja/Desktop/OPINNÄYTETYÖ/Turvallisuussuunnitelma.pdf>

Saloniemen tila

Retki- ja kurssitoiminta

Turvallisuussuunnitelma

2019

### **Tapahtumien turvallisuusorganisaatio**

Tapahtumien turvallisuudesta vastaa: \_\_\_\_\_

Puh: \_\_\_\_\_

Tapahtumien ensiavusta vastaa: \_\_\_\_\_

Puh: \_\_\_\_\_

Tapahtumien alkusammutusjärjestelyistä vastaa: \_\_\_\_\_

Puh: \_\_\_\_\_

Muut mahdolliset tapahtuman nimetyt turvallisuudesta vastaavat henkilöt ja heidän toimenkuvansa kurssin aikana:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Tapahtuman ensiapuvälineet sijaitsevat (Paikka tai henkilö):

\_\_\_\_\_

Lähin päivystävä terveyskeskus: \_\_\_\_\_

Lähin yksityinen päivystävä lääkärikeskus: \_\_\_\_\_

**YLEINEN HÄTÄNUMERO 112**

**MYRKYTYSKESKUS 0800 147 111**

**POLIISI NEUVONTA 0295 419 800**