

Vesistöistä virtaa palveluliiketoimintaan

Aija Hytönen

Opinnäytetyö
Joulukuu 2019
Luonnonvara- ja ympäristöala
Agrologi (AMK), maaseutuelinkeinojen tutkinto-ohjelma

Tekijä(t) Hytönen, Aija	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Joulukuu 2019
	Sivumäärä 64	Julkaisun kieli Suomi
		Verkkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Vesistöistä virtaa palveluliiketoimintaan		
Tutkinto-ohjelma Agrologi (AMK)		
Työn ohjaaja(t) Hakkarainen, Mari		
Toimeksiantaja(t) Päämäärätietoisesti uutta liiketoimintaa pohjoiseen Keski-Suomeen- hanke/ Hanna Kaihlajärvi		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Suomen maaseuduilla on käynnissä suuri rakennemuutos, joka ajaa maaseudun yrittäjät etsimään uusia liiketoimintatapoja elinkeinonsa turvaamiseksi. Päämäärätietoisesti uutta liiketoimintaa pohjoiseen Keski-Suomeen-hanke tarjoaa maaseudun yrittäjille uusia ideoita liiketoiminnan kehittämiseksi. Opinnäytetyön tehtävänä oli selvittää vesistöjen tarjoamia mahdollisuuksia palveluliiketoiminnan kannalta. Työn toimeksiantajana toimi Pämä-hankkeen Hanna Kaihlajärvi.</p> <p>Tutkimusmenetelmäksi valittiin määrällisen ja laadullisen tutkimuksen yhdistelmä, case-tutkimus. Aiheeseen perehdyttiin kartoittamalla olemassa olevaa tutkimustietoa sekä hankkimalla uutta tietoa kyselytutkimuksella ja haastatteluilla. Kyselytutkimus toteutettiin syyskuussa 2019 ja siihen vastasi 106 vesistömatkailusta kiinnostunutta henkilöä.</p> <p>Tuloksista käy ilmi, että Suomen vesistömatkailussa on vielä paljon hyödyntämätöntä potentiaalia. Verkostoitumalla ja yhteistyöllä vesistöjen ympärille voitaisiin rakentaa paljon monipuolisia palveluita. Palvelumuotoilun ja markkinoinnin lisäksi lainsäädäntö ja lupa-asioihin tarvittaisiin vielä lisää opastusta. Ympäristöystävällisyys tulisi huomioida jo palveluntarjoajan arvoissa, kun liiketoimintaa harjoitetaan herkässä vesistöluonnossa.</p> <p>Suomi tarjoaa monimuotoisen, puhtaan ja eksoottisen toimintaympäristön vesistömatkailulle. Palveluja tulisi suunnata etenkin kansainvälisille asiakkaille. Ympäristöystävällisiin toimintatapoihin tulisi myös kiinnittää enemmän huomiota.</p> <p>Työn tulosten pohjalta maaseudun yrittäjät saavat lisää tietoa vesistömatkailusta ja voivat näin ollen kehittää omaa toimintaansa tuottaen yrityksillensä lisäarvoa ja turvaten maaseudun elinvoimaisuutta sekä herkän vesistöluonnon monimuotoisuutta.</p>		
<p>Avainsanat (asiasanat) Vesistömatkailu, sisävesistöt, palveluliiketoiminta, palveluiden tuottaminen, liiketoiminnan kehittäminen, maaseutu</p>		
<p>Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)</p>		

Description

Author(s) Hytönen, Aija	Type of publication Bachelor's thesis	Date December 2019
		Language of publication: Finnish
	Number of pages 64	Permission for web publication: x
Title of publication Waters gives power to service businesses		
Degree programme Bachelor of Natural Resources		
Supervisor(s) Hakkarainen, Mari		
Assigned by Kaihlajärvi, Hanna / project Pämä		
<p>Abstract</p> <p>The Finnish rural area is undergoing a major structural change, which causes rural entrepreneurs to look for new ways to make money for living. Purposefully New Business to North Central Finland-project offers rural entrepreneurs new ideas for developing their businesses. The purpose of the research was to investigate the opportunities that waters gives for the service business. The work was assigned by Hanna Kaihlajärvi from the Pämä project.</p> <p>A combination of quantitative and qualitative research, the case study, was chosen as the research method. The topic was explored by mapping existing research data and obtaining new information through survey and interviews. The survey was conducted in September 2019 and was answered by 106 people interested in water-based tourism.</p> <p>The results show that there is still a lot of untapped potential in Finnish water-based tourism. Networking and co-operation could provide a wide range of services around waters. In addition to service design and marketing, further guidance would be needed on legislation and licensing. Environmental friendliness should be included the values of the business when operating in a sensitive environment.</p> <p>Finland offers a diverse, clean and exotic environment for water-based tourism. Services should be targeted especially at international clients. More attention should be also paid to environmentally friendly practices.</p> <p>The results of the work will provide rural entrepreneurs with more information on water-based tourism and thus they be able to develop their own activities, adding value to their businesses and ensure the vitality of the countryside and the biodiversity of delicate waters.</p>		
Keywords/tags (subjects) Water-based tourism, service business, rural area		
Miscellaneous (Confidential information)		

Sisältö

1	Vesistöistä virtaa palveluliiketoimintaan	6
1.1	Sininen biotalous palveluliiketoiminnassa	6
1.1.1	Työn toimeksiantaja ja rooli toimialalla	6
1.1.2	Poliittisesti ajankohtaisen äärellä	7
1.1.3	Kansallinen biotalousstrategia.....	8
1.1.4	Suomen matkailustrategia 2020.....	9
1.1.5	Monimuotoisuus valttikorttina.....	9
1.2	Maaseutu muutoksen keskellä.....	9
1.2.1	Aihe koskettaa	9
1.2.2	Maaseudulla käynnissä suuri rakennemuutos	10
1.3	Palveluissa on potentiaalia	10
2	Tavoitteet ja tutkimustehtävät	11
2.1	Vaihtoehtoja maaseutuyrittäjille toiminnan kehittämiseen	11
2.2	Tutkimuskysymykset	11
2.3	Rajaus	11
3	Menetelmät ja aineisto.....	12
3.1	Tutkimusmenetelmä	12
3.2	Kohderyhmä ja aikataulu.....	13
4	Mitä on palveluliiketoiminta.....	14
4.1	Asiakkaan ymmärtäminen.....	14
4.2	Toimintaympäristön osat	15
4.3	Kannattavuus.....	16
4.3.1	Tuotot	16
4.3.2	Kustannukset	16

	2
4.3.3 Muuttuvat ja kiinteät kustannukset	17
4.3.4 Katetuotto ja tulos	18
4.3.5 Kannattavuuden mittaaminen.....	18
4.3.6 Kannattavuuden parantaminen.....	19
4.4 Hinnoittelu.....	19
4.4.1 Katetuottohinnoittelu.....	20
4.4.2 Hinnoittelukerroin	20
4.4.3 Arvonlisävero	20
4.4.4 Hyvä muistaa palvelua hinnoiteltaessa	21
4.4.5 Vesistömatkailuyrittäjän kommentti.....	21
4.5 Markkinointi	22
4.5.1 Visio.....	23
4.5.2 Ihmiset	23
4.5.3 Vesistömatkailuyrittäjän kommentti.....	23
5 Vastuullisuus vesistömatkailussa	24
5.1 Kestävän matkailun kansainväliset päätavoitteet.....	24
5.2 Taloudellinen vastuullisuus	25
5.3 Kulttuurissosiaalinen vastuullisuus	26
5.3.1 Esteettömyys	26
5.3.2 Vesistömatkailuyrittäjän kommentti.....	26
5.4 Ekologinen vastuullisuus	27
5.4.1 Vesistömatkailuyrittäjän kommentti.....	28
5.5 Ympäristö- ja laatusertifioinnit.....	28
5.5.1 ISO 14001.....	28
5.5.2 Muita sertifikaatteja ja ympäristömerkkejä	30

6	Vesistömatkailu teemoittain.....	31
6.1	Majoitustoiminta	32
6.2	Risteilyt ja lauttareitit	32
6.3	Veneily	33
6.4	Liikunta- ja luontomatkailu.....	34
6.5	Hyvinvointimatkailu.....	34
6.6	Kulttuuri- ja perinnematkailu	35
6.7	Matkailukalastus ja kalastusmatkailu.....	35
6.8	Vesistöihin liittyvät talviaktiviteetit.....	36
6.9	Tapahtumat	37
6.10	Reitistöt	37
7	Kysely vesistömatkailusta kiinnostuneille	38
7.1	Kyselyn eettisyys ja luotettavuus	38
7.2	Vastaajat	39
7.2.1	Sukupuoli, ikä ja kotimaakunta.....	39
7.2.2	Koulutus	40
7.2.3	Yrittäjäkokemus	41
7.2.4	Kokemus ja kiinnostuneisuus vesistömatkailusta	41
7.2.5	Tiedontarve vesistömatkailua koskien	42
7.2.6	Ajatuksia vesistömatkailusta	43
8	Johtopäätökset.....	44
9	Pohdinta.....	46
9.1	Suomessa piileskelevä potentiaali.....	46
9.2	Maaseuduille voi saada lisää (kassa)virtaa vesistöistä.....	47
9.3	Lisää tutkimusta tarvitaan	48

Lähteet	49
Liitteet	52
Liite 1. Kyselytutkimuslomake.....	52
Liite 2. Vesistömatkailun infokorttimateriaali.....	56

Kuviot

Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma	39
Kuvio 2. Kyselyyn vastanneiden kotimaakunta	40
Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden koulutustaso	40
Kuvio 4. Kyselyyn vastanneiden yrittäjäkokemus	41
Kuvio 5. Kyselyyn vastanneiden vesistömatkailupalvelujen tuottamisen kokemus ja sen kiinnostavuus tulevaisuudessa	42
Kuvio 6. Kyselyyn vastanneiden lisätiedon tarve vesistömatkailuun liittyvissä asioissa	43

1 Vesistöistä virtaa palveluliiketoimintaan

1.1 Sininen biotalous palveluliiketoiminnassa

Biotalous on uusiutuvien luonnonvarojen käyttöä ravinnon, energian, ravinteiden, tuotteiden ja palvelujen tuottamisessa. Biotalous keskittyy luonnonvarojen säästäminen ja materiaalien tehokas ja kestävä hyödyntäminen. Biotalous avulla vähennetään riippuvuutta fossiilisista polttoaineista, luodaan vihreää kasvua ja uusia työpaikkoja. Biotalous jaotellaan vihreään, keltaiseen ja siniseen biotalouteen. (Bio- ja kiertotalous.)

Kun liiketoiminta perustuu uusiutuvien vesiluonnonvarojen kestäväan käyttöön ja vesiosaamiseen, puhutaan sinisestä biotaloudesta. Sen perusta on vesien hyvä tila. Suomessa on kestäväälle kasvuun ja kansainvälistymiselle erinomaiset mahdollisuudet monimuotoisen vesiluonnon, runsaiden vesivarojen, pitkän rannikkoalueen, korkealaatuisen osaamisen ja hyvän kansainvälisen maineen ansiosta. Edellytyksenä tälle on kuitenkin hyvä vesistöympäristön tila, sekä kilpailukykyinen ja kasvuun kannustava toimintaympäristö. Tämä voidaan saavuttaa hallituksen ja yritysten yhteisillä aktiivisilla toimenpiteillä, joilla edistetään uusia toimintamalleja, ratkaisuja ja kansainvälistymistä sekä osaamisen kehittämistä. (Sininen biotalous).

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin vesistöjen tarjoamia mahdollisuuksia palveluliiketoiminnassa ja yritystoiminnan kehittämisessä. Tutkimuksen ohessa luotiin informatiivisten tuotekorttien materiaalit maaseudun yrittäjille vesistöjen ympäristöystävällisestä hyödyntämisestä palveluliiketoiminnan toimintaympäristönä. Työssä perehdyttiin lisäksi siihen, mitä seikkoja palveluliiketoiminnasta tulisi tietää ja ottaa huomioon, jotta Suomen vesistöjen kuntoa saataisiin pidettyä yllä ja parannettua. Työssä esitellään myös palveluliiketoiminnan ja asiakaspalvelun kannalta oleellisia tapoja toimia.

1.1.1 Työn toimeksiantaja ja rooli toimialalla

Päämäärätietoisesti uutta liiketoimintaa pohjoiseen Keski-Suomeen-hankkeen tarkoituksena on rohkaista ja aktivoida pohjoisen Keski-Suomen alueen maaseutuyrittäjiä

kehittämään ja laajentamaan omaa liiketoimintaansa lammastalouden, hevostalouden, hoivapalveluiden, Blue- ja Green Caren, maaseutumatkailun, tuotteiden suoramyyntin, jatkojalostuksen ja sivuvirtojen hyödyntämisen tai vaikka tilojen uusiokäytön puolelle. Hankkeen tarkoituksena on myös kehittää ja luoda uusia yrittäjäverkostoja. Toimintaan kuuluu infotilaisuuksia ja tilusvierailuja, joista voi poimia itselle uusia ideoita yrittämiseen.

Päjä-hankeella vastataan käynnissä olevaan suureen Suomen maatalouden rakennemuutokseen, jonka seurauksena useat tilat etsivät uusia keinoja hankkia tuloja entisen tuotantosuunnan käydessä liian pieneksi tai vanhanaikaiseksi.

Hankkeen toiminta on alkanut 1.3.2019 ja sen on määrä kestää 31.12.2020 saakka. Hankkeen hallinnoija on Jyväskylän ammattikorkeakoulun Biotalousinstituutti ja sitä on osatoteuttamassa Kehittämissyhtiö Witas Oy. Hankkeen rahoituksesta vastaa Keski-Suomen ELY-keskus Euroopan maaseuturahastosta sekä pohjoisen Keski-Suomen kunnat.

Päjä-hankkeen projektipäällikkönä toimii Hanna Kaihlajärvi ja projektityöntekijänä Miisa Tavaststjerna. (Witas Oy).

1.1.2 Poliittisesti ajankohtaisen äärellä

IPCC, Intergovernmental Panel on Climate Change eli hallitustenvälinen ilmastonmuutospaneeli, valmistelelee ilmastonmuutosraportteja tutkijaryhmissään. Ryhmien tehtävänä on koota ja analysoida julkaistua tieteellistä tietoa ilmastonmuutoksesta, sen vaikutuksista ja hillitsemiskeinoista sekä ilmastonmuutokseen sopeutumisesta. (IPCC:n määritelmä).

Keväällä 2019 julkaistun IPCC:n raportin valossa ilmastonmuutos on tosi asia ja ilmaston lämpeneminen uhkaa satojen lajien elinvoimaisuutta. Ilmaston lämpeneminen tulisi pysäyttää 1,5 asteeseen, jotta sen haitalliset vaikutukset voitaisiin minimoida. Maailman maat ovat tehneet ilmastositoumuksia, mutta tämän hetken mukaisilla sitoumuksilla ilmasto lämpenisi silti yli kolmen asteen verran.

Lämpenemisen seurauksina esimerkiksi merenpinta nousee, joka puolestaan aiheuttaa riskejä pohjavesien pilaantumiselle, napajäätiköt sulavat ja koralliriuttoja tuhoutuu. Ilmastonmuutos tulee ottaa todesta ja jokaisen sisällyttää kestävä kehityksen periaatteet omaan liiketoimintaansa. (Allen, M.R. ym 2018.).

Suomen maa- ja metsätalousministeriön internet-sivujen mukaan hallituksen kärkihankkeisiin keväällä 2019 kuuluivat biotalouden osalta muun muassa ”Kiertotalouden läpimurto, vesistöt kuntoon”, ”Suomalainen ruoantuotanto kannattavaksi, kauppatase ja sininen biotalous nousuun” sekä ”Luontopolitiikka luottamuksella ja reiluin keinoin”.

Hankkeiden tavoitteissa mainitaan Itämeren hyvän ekologisen tilan edistäminen, ravinnepuhtoutumien vähentäminen Itämereen, puhtaiden elintarvikkeidemme sekä kala- ja vesivarojen kotimaisen käytön ja viennin edistäminen, luonnonsuojelun tason turvaaminen, kestävä matkailun edistäminen sekä kalakantojen elvyttäminen kalatiestrategian toimeenpanolla.

Kun tätä listausta tarkastelee, opinnäytetyö on erittäin ajankohtainen ja tuo hallituksen kärkihankkeiden tavoitteet jokaisen vesistömatkailua harjoittavan tai sitä suunnittelevan yrittäjän tietoisuuteen. (Hallituksen kärkihankkeet 2019).

1.1.3 Kansallinen biotalousstrategia

Työ- ja elinkeinoministeriön asettama hanke laati vuonna 2014 julkaistun ensimmäisen Suomen kansallisen biotalousstrategian. Biotalousstrategian kestävät ratkaisut nähdään Suomen hyvinvoinnin ja kilpailukykyyn perustana tulevaisuudessa.

Biotalousstrategian laadinnan tavoitteena on ollut luoda uutta talouskasvua ja uusia työpaikkoja kasvattamalla biotalouden liiketoiminnan kasvua sekä luomalla korkean arvonlisän tuotteita ja palveluita turvaten samalla luonnon ekosysteemien toimintaedellytykset. Kansallisella biotalousstrategialla tavoitellaan Suomen biotalouden tuotoksen nostamista 100 miljardiin euroon ja 100 000 uuden työpaikan luomiseen vuoteen 2025 mennessä.

Biotalousstrategian strategisia päämääriä ovat biotalouden kilpailukykyinen toimintaympäristö, uusien liiketoimintojen luominen biotalouteen, biotalouden vahvan

osaamisperustan luominen sekä biomassojen käytettävyys ja kestävyys. (Suomen biotalousstrategia 2014).

1.1.4 Suomen matkailustrategia 2020

Suomeen tarvitaan metsä- ja metalliteollisuuden rinnalle uusia ja kasvavia toimialoja. Matkailun mahdollisuudet nähdään Suomessa hyvinä. Matkailu tuo vero- ja vientitu-
loja sekä lisää hyvinvointia koko Suomessa. Matkailustrategian tavoitteena on vah-
ventaa Suomen matkailun tunnustettuja vahvuuksia sekä tukea matkailukeskitty-
missä olevia kasvuhakuisia ja verkostoituneita yrityksiä menestymään.

Suomen vahvuuksiksi luetaan ainutlaatuinen asema Venäjän naapurissa, vetovoimai-
set matkailualueet, kuten Helsinki, Turun saaristo, Järvi-Suomi sekä Lappi (mukaan
luettuna Kuusamo), sekä palveluiden monipuolisuus matkailukeskittymissä. Heik-
kouksina Suomen matkailulle ovat yleinen saavutettavuus, tuntemattomuus sekä
korkea hintataso. (Suomen matkailustrategia 2020).

1.1.5 Monimuotoisuus valttikorttina

Suomen puhdas luonto ja sen neljä hyvin erilaista vuodenaikaa ovat suuri valtti mat-
kailun kannalta. Täällä asutus on harvaa ja jokamiehen oikeuksien myötä luontoon on
jokaisella oikeus mennä.

Suomi on myös tuhansien vesistöjen maa. Maa- ja metsätalousministeriön internet-
sivujen mukaan sisävesien osuus Suomessa on 34 539 km², joka on suomen koko-
naispinta-alasta noin 10 %. Merialuetta Suomessa on 52 471 km². (Vesistöt).

Matkailun kannalta vesistöt tarjoavat useita erilaisia tapoja palveluliiketoimintaa aja-
tellen, niin kesällä, kuin talvellakin.

1.2 Maaseutu muutoksen keskellä

1.2.1 Aihe koskettaa

Opinnäytetyön aihe valikoitui henkilökohtaisten kiinnostuksen sekä aiempien opinto-
jen ja työkokemuksen perusteella. Aiheen kautta yhdistyi hyvin jo olemassa oleva

palveluliiketoimintaosaaminen agrologiopintojen kautta saatuihin oppeihin. Opinnäytetyötä tehdessä konkretisoitui se, kuinka kestävää kehitystä voidaan tarkastella monelta eri kantilta ja yhdistää se osaksi niin palvelu- kuin luonnonvara-alaakin. Tutkimus pakatoi opinnoista saadut tietojen keräämisen taidot konkreettiseen lopputuotokseen, jonka avulla autetaan pitämään maaseutu elinvoimaisena.

1.2.2 Maaseudulla käynnissä suuri rakennemuutos

Maaseudulla on parasta aikaa käynnissä suuri rakennemuutos. Pienet maatilat vähenvät suurten yhtymien lisääntyessä. EU:n jäsenyyden alkuaikana, vuosina 1995-2014, Suomessa on lopettanut 41 %, eli 39 546 maataloustukea nostavaa tilaa. Väheneminen on tapahtunut keskimäärin 2,8 % vuosivauhdilla. Samaan aikaan tilojen keskikoko on kasvanut lähes 79 %, 22,8 peltihehtaarista 40,7 peltihehtaariin. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että ruoan tuotanto keskittyy yhä vahvemmin tietyille tiloille, yhä useamman maaseudun yrittäjän tarvitessa muuta liiketoimintaa maatalouden tilalle tai sen sesonkien ulkopuolelle. (Niemi 2015).

1.3 Palveluissa on potentiaalia

Luonnonvarakeskuksen tekemän luonnonvara- ja biotalouden tutkimuksen (2015) mukaan maaseutumatkailu on maaseudun luontaisia voimavaroja hyväksi käytettävää matkailuelinkeinoa. Vuonna 2015 tehdyn tutkimuksen mukaan majoitustoimintaa harjoitti noin 1700 maatilaa. Maaseutumatkailun potentiaali on tunnistettu jo jonkin aikaa ja se työllistää etenkin nuoria. Maaseutumatkailun yhteydessä etenkin maaseudun luontoa toimintaympäristönään pitävät ohjelmapalvelut työllistävät hyvin. (Niemi 2015).

Työn tilaajan tavoitteena on saada maaseudun yrittäjille vaihtoehtoja jatkaa ja kehittää liiketoimintaa syrjäseuduilla. Palveluliiketoiminta tuo maaseudulle työn lisäksi myös asiakkaita, jotka lisäävät alueen elinvoimaisuutta ehkäisemällä maaseudun autioitumista ja palveluiden kaikkoamista. Uusien liiketoimintamallien vertailu helpottuu, jos tarjolla on tuotekortteja, joista erilaisia liiketoimintakeinoja erilaisine vaatimuksineen voidaan verrata keskenään. Opinnäytetyön tuloksena saadaan tuotekortteja, joita Pämä-hanke voi hyödyntää omassa toiminnassaan esitellessään maaseutuyrittäjille uusia tapoja tuottaa palveluita maaseudulla.

Opinnäytetyön seurauksiin luetaan myös se, että mahdollisimman moni maaseudun yrittäjä saa lisätietoa vesistöihin liittyvistä eri palveluliiketoimintamalleista ja voi kehittää niiden pohjalta omaa liiketoimintaansa kannattavasti ja omalle yritykselleen sopivalla tavalla.

2 Tavoitteet ja tutkimustehtävät

2.1 Vaihtoehtoja maaseutuyrittäjille toiminnan kehittämiseen

Kuten aiemmin todettiin, maaseutuyrittäjillä on tarvetta lisäelinkeinoille. Maaseutuyrittäjien toimintaympäristöksi sopii hyvin luonto. Suomi toimintaympäristönä antaa hyvät mahdollisuudet vesistömatkailuun, onhan se maailman vesistöisin maa. Suomen luonto ja etenkin sisävesistöt ovat monimuotoisia, puhtaita ja ekologiselta tilaltaan pääsääntöisesti erinomaisia tai hyviä. (Suomen saaristo- ja vesistömatkailusta eurooppalainen vetovoimatekijä 2017).

Tutkimusongelmaksi valikoituikin näiden tietojen pohjalta vesistöjen kestävä käyttö palveluliiketoiminnassa.

Opinnäytetyön tavoitteena on tarjota vaihtoehtoja maaseudun yrittäjille yritys- ja palveluliiketoimintansa kehittämiseksi vesistöjen kestävä hyödyntämisen avulla. Tavoitteena on myös lisätä ympäristöystävällisten toimintatapojen tunnettuutta palveluliiketoiminnassa.

2.2 Tutkimuskysymykset

Tutkimusongelman ratkaisemiseksi määriteltiin seuraavat tutkimuskysymykset:

- Miten vesistöjä voitaisiin kestävästi hyödyntää palveluliiketoiminnassa?
- Kuinka vesistömatkailusta saadaan taloudellista lisäarvoa yrittäjälle?

2.3 Rajaus

Suomessa on tuhansia vesistöjä. Työn toimeksiantaja kuitenkin sijaitsee Järvi-Suomen alueella, joten työssä vesistöt rajattiin koskemaan sisävesiä: järviä, lampia, jokia

ja niiden yhteydessä olevia koskia. Työn ulkopuolelle jäivät merialueet, jotka ovat selvästi erilaisia toimintaympäristöjä palveluliiketoiminnan kannalta, eivätkä kosketa toimeksiantajan toiminta-aluetta. Työ rajattiin myös koskemaan lähinnä vapaa-ajan palveluiden tuottamista.

Kestävyyden osalta keskityttiin matkailuyrityksen, yksittäisen matkailijan sekä ekologisen ja sosiaalisen kestävyyden näkökulmiin.

Yritystoiminnan tarkoituksena on tuoda taloudellista lisäarvoa yrittäjälle. Työssä pyrittiin tuomaan esiin vinkkejä, joiden avulla yrittäjä voi kehittää toimintaansa kannattavampaan suuntaan.

Toimeksiantaja toivoi mukaan karkeita katetuottolaskemia, joiden avulla eri liiketoimintatapojen vertailu keskenään on helpompaa.

Työ käsittelee pintapuolisesti vesistöjen kuntoa, ja se rajattiin lähinnä antamaan tietoa siitä, mitä jokainen palvelun tuottaja voi konkreettisesti tehdä vesistöjen tilan ylläpidon ja parantamisen suhteen.

3 Menetelmät ja aineisto

3.1 Tutkimusmenetelmä

Työhön valittiin tutkimusmenetelmäksi Case-tutkimus. Case- eli tapaustutkimus ei ole oma tutkimusote, vaan perinteisten kvalitatiivisen, eli laadullisen, ja kvantitatiivisen, eli määrällisen, tutkimusotteen yhdistelmä. Case-tutkimuksella kerätään monipuolisesti tietoa tutkittavan ilmiön selvittämiseksi ja ymmärtämiseksi. (Kananen 2013).

Tässä yhteydessä edellä mainittu ilmiö on vesistöt palveluliiketoiminnan toimintaympäristönä, ja sitä tutkimalla pyritään kokoamaan tietoa vesistömatkailusta kiinnostuneille yrittäjille.

Tiedonkeruumenetelminä työssä käytetään anonyyminä täytettävää kyselytutkimusta, joka toteutetaan Webpropol-kyselynä internetissä. Lisäksi käytetään kirjallisia dokumentteja, sekä muita tietolähteitä, kuten asiantuntijoiden seminaariesityksiä.

Tietopohjaa kerättiin vesistömatkailun, palveluliiketoiminnan ja maaseudun kehittämisen teoksista, niin kirjoista kuin internetistä löytyvistä tietokannoista sekä eri hankkeiden loppuraporteista ja tutkimustuloksista.

3.2 Kohderyhmä ja aikataulu

Kohderyhmänä ovat vesistömatkailusta kiinnostuneet yrittäjät. Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa vesistömatkailun kiinnostavuutta ja selvittää, mistä asioista yrittäjät haluaisivat saada lisää tietoa vesistömatkailuun liittyen. Kyselyn tulokset vaikuttivat opinnäytetyön tuloksena syntyvien tuotekorttien sisältöön.

Asiantuntijahaastatteluissa pureuduttiin käytännön järjestelyihin, yritystoiminnan käynnistämiseen ja päivittämiseen sekä yrittäjien omien kokemusten jakamiseen.

Tietopohjaa ja kyselyä rakennettiin kevään 2019 aikana, ja ensimmäinen seminaari pidettiin vuoden 2019 toukokuun puolessa välissä. Kysely ja haastattelut toteutettiin saman vuoden syyskuun aikana. Tulokset kasattiin ja analysoitiin lokakuun loppuun mennessä. Tuotekortit tehtiin marraskuun puoleen väliin mennessä ja toinen seminaari pidettiin lokakuun lopussa, Pämä-hankkeen vesistömatkailu-infossa. Koko opinnäytetyö tehtiin valmiiksi ja palautettiin joulukuun 2019 alussa.

Kerätyn aineiston pohjalta laadittiin kysely, joka toteutettiin nettikyselynä Webropolia käyttäen. Tutkimusstrategiana käytetään aineistotriangulaatiota, jossa ilmiöön pureuduttiin kyselyllä, haastatteluilla ja muilla olemassa olevilla tiedoilla. Lähteinä työssä käytettiin luotettavaksi todettuja tietolähteitä, jotta työn tulokset ovat eettisiä ja luotettavia. (Kananen 2010).

Kysely tehtiin Webropol-sovelluksella. Se julkaistiin Facebookissa opinnäytetyöntekijän omalla seinällä sekä Maaseudun Naiset-ryhmässä.

Opinnäytetyössä ei käsitelty sellaisia tietoja, joita olisi tarvinnut suojata salassapitosopimuksilla.

Webropol-kysely toteutettiin anonyyminä.

4 Mitä on palveluliiketoiminta

Kun puhutaan ansiotarkoituksessa tehdystä toiminnasta, puhutaan liiketoiminnasta. Liiketoiminnan tarkoituksena on luoda pääomaa ja voittoa, mutta sillä voidaan myös pelkästään ylläpitää toimintaa. (Grant 2008).

Yrityksen toiminnan jatkuvuuden kannalta on sen toiminnan kuitenkin oltava kannattavaa. Kannattava toiminta taataan sillä, että yritys saa tuottoja enemmän kuin sen toiminta aiheuttaa kustannuksia, yritys siis tuottaa voittoa. Mikäli kustannukset nousevat tuottoja korkeimmiksi, yritys tuottaa tappiota. (Tomperi 2018).

Liiketoiminta voidaan jaotella useisiin eri alueisiin, mutta tässä yhteydessä tarkastelun kohteena oli palveluliiketoiminta. Palveluliiketoiminnasta puhuttaessa tarkoitetaan liiketoimintaa, jonka tuotteena on konkreettisen olemassa olevan tuotteen sijaan palvelu.

Jotta palveluliiketoiminta saadaan kannattavaksi, on tärkeää ymmärtää asiakasta ja hänen tarpeitaan. Mitä paremmin palvelun tuottaja ymmärtää asiakkaan tarpeet ja sisäistää ne, sitä paremmin hän pystyy tuottamaan asiakkaalleen lisäarvoa. Kun palvelu suunnitellaan asiakkaan näkökulmasta käsin, puhutaan asiakaslähtöisyydestä. Asiakaslähtöisyys onkin kannattavan palveluliiketoiminnan tärkein kulmakivi. (Rantanen).

4.1 Asiakkaan ymmärtäminen

Yrityksen tärkeimpiin elementteihin kuuluvat asiakkaat, ilman heitä ei yritys voi tuottaa tulosta. Tuotteen muotoilu tulisikin aloittaa asiakkaan näkökulmasta käsin. Mihin ongelmaan asiakas tarvitsee tuotetta tai palvelua? Mitä hän on valmis maksamaan siitä, että tarjoamme ratkaisun hänen ongelmaansa?

Hyvä palvelumuotoilu ja markkinointi rohkaisevat asiakkaita ja vaikuttavat heidän ajattelutapaansa ja kulutustottumuksiinsa. Asiakkaan ymmärtäminen on olennainen osa prosessia, mutta sen toteuttaminen käytännössä voi olla haastavaa.

Asiakkaiden valintoihin vaikuttavat monet tekijät kulttuurillisista ja sosiaalisista vaikutteista henkilökohtaisiin motivaatioihin, uskomuksiin ja arvoihin. Tuotetta muotoillessa ja markkinoidessa tulisi ottaa huomioon kohderyhmä, jolle palvelua on ajateltu tarjota. (Kotler, Armstrong, Harris & Piercy 2017).

4.2 Toimintaympäristön osat

Yrityksen toimintaympäristöllä on suuri vaikutus yrityksen toimintaan. Toimintaympäristöstä riippuu pitkälti se, miten yrityksen tuotteet muotoillaan, miltä pohjalta ne hinnoitellaan, kuinka, minne ja missä niitä markkinoidaan.

Haja-asutusalueella kilpailu saattaa olla vähäisempää kuin taajamissa, mutta niin ovat asiakasvirratkin. Yrityksen onkin hyvä olla perillä omasta toimintaympäristöstään, jotta yritystä osataan kehittää oikeaan suuntaan.

Yrityksen toimintaympäristö koostuu eri osista, jotka kaikki tulee huomioida. Näitä ovat taloudellinen, luonnollinen, teknologinen, poliittinen ja sosiaalinen sekä kulttuurillinen toimintaympäristö.

Taloudellinen ympäristö koostuu taloudellisista tekijöistä, jotka vaikuttavat kuluttajien ostovoimaan sekä tapoihin kuluttaa. Muutokset maailman taloudessa tai vaikka kuluttajien kulutustottumuksissa vaikuttavat yrityksen taloudelliseen toimintaympäristöön paljon.

Tämän hetkiset kulutustrendit ovat menossa vihreämpään suuntaan, tämä luo paineita myös palveluliiketoimintaan ja matkailuun. Esimerkiksi voisi mainita maailmalla suuren arvostuksen saaneet ympäristöystävällisemmät vaihtoehdot muun muassa polttomoottorikäyttöisille kulkuvälineille.

Luonnollinen ympäristö pitää sisällään fyysisen ympäristön sekä ne luonnonvarat, joita tarvitaan yrityksen toimintaan. Tähän osaan on alettu kiinnittää paljon huomiota ilmastonmuutoksen myötä. (Kotler, Armstrong, Harris & Piercy 2017).

Kuten jo edellä todettiin, kuluttajien kulutustottumukset ovat alkaneet siirtyä vihreämpään suuntaan. Etenkin maatalousyrittäjät ovat tämän osan keskiössä. Keskustelussa nousevat usein esiin peltojen viljelyn, eläinten kasvattamisen, kalastuksen ja metsätalouden ympäristövaikutukset.

Maanviljely kuluttaa maata ja aiheuttaa hiilipäästöjä ilmakehään, mutta samaan aikaan uusi kasvusto sitoo ilmasta hiiltä ja tuottaa näin uutta kasvua. Maanviljelyn yhteydessä puhutaan yhä yleisemmin hiiliviljelystä ja hiilen sidontaan onkin alettu kiinnittää huomiota niin hankkeiden, kuin viljelijöidenkin toimesta. (Carbon action-alusta-monta hyötyjää).

Teknologisella ympäristöllä on varmastikin kaikkein dramaattisin voima. Jatkuva kehitys tuo mukanaan suuria muutoksia ja haasteita, mutta samalla ne voivat olla myös suuria mahdollisuuksia.

Maaseudulla paremmat tietoliikenneyhteydet luovat huomattavasti suuremman toimintaympäristön esimerkiksi markkinointia ajatellen.

Poliittinen ja sosiaalinen ympäristö määräytyvät hallituksen, lakien ja kansainvälisten virastojen vaikutuksesta. Ne määrittelevät ja rajoittavat organisaatioiden ja yksilöiden tekemistä yhteiskunnassa.

Suomea ajatellen poliittinen toimintaympäristö kattaa sekä kansallisen, että esimerkiksi maatalouteen suuresti vaikuttavan Euroopan Unionin.

Kulttuurillinen ympäristö vaikuttaa ihmisten ajattelutapaan ja kulutustottumuksiin. Tätä hyödyntämällä voidaan kehittää esimerkiksi tuotteen markkinointia. (Kotler, Armstrong, Harris & Piercy 2017. 82-92).

4.3 Kannattavuus

Yrityksen toiminnan kannattavuuteen vaikuttavat tuotot ja kustannukset.

4.3.1 Tuotot

Tuottoja yritys saa myymistään tuotteista tai palveluista. Myyntihintaan sisältyvää arvonlisäveroa ei lueta tuottoihin, vaikka se sisältyykin myyntihintaan.

4.3.2 Kustannukset

Yritykselle syntyy kustannuksia, kun se tuottaa tavaroita tai palveluita. Näitä voivat olla esimerkiksi materiaalikustannukset, kuljetukset, palkat ja muut henkilöstömenot,

vuokrat sekä muut tuottamiseen tarvittavat kustannukset. Arvonlisäveroa ei tuottojen tavoin lueta myöskään kustannuksiin. Kustannuksia voidaan ryhmitellä aine-, työ-, pääoma- ja muiden tavaroiden ja palveluiden kustannuksiin.

Ainekustannuksia syntyy enemmän yrityksissä, joissa tuotetaan tavaroita. Palveluyrityksen ainekustannukset taas voivat syntyä esimerkiksi auton tai muun palvelun tuottamiseen tarvittavan ajoneuvon polttoainekustannuksista tai ruokaa valmistavan ja tarjoilevan yrityksen elintarvikekustannuksista. Kustannukset kirjataan kuittien pohjalta kirjanpitoon, josta niitä voidaan tarvittaessa tarkastella.

Työkustannukset muodostuvat yrityksen työntekijöille maksettavista palkoista ja niihin liittyvistä sivukuluista. Yrittäjän oman työpanoksen arvo on myös kustannus, joka täytyy yrityksen kustannuksiin laskea.

Pääomakustannuksia yritykselle syntyy rakennuksista, koneista, kalustosta ja muista tuotantovälineistä, joiden vaikutus on pitkäaikainen. Näiden lisäksi myös tavaravaroistot, myyntisaamiset sekä muu rahoitusomaisuus sitoo yrityksen pääomaa runsaasti. Kun pääomaa on sidottu esimerkiksi varastoihin, aiheutuu myös korkokustannuksia, jotka muodostavatkin merkittäviä pääomakustannuksia. Rakennusten, koneiden ja kaluston poistot sekä omaisuusvakuutukset ovat myös pääomakustannuksia.

Muita tavaroiden ja palvelujen kustannuksia aiheutuu esimerkiksi vuokrista, energiasta, mahdollisista koneiden ja laitteiden leasing-vuokrista, markkinoinnista, talous- ja muusta hallinnosta ja niin edelleen. Nämä kustannukset muodostavat merkittävän osan usean toimialan kustannuksista. Toiminnan automatisoinnin myötä usealla alalla kustannukset ovat muuttuneet aine- ja työkustannuksista enemmän koneiden ja laitteiden aiheuttamiin muiden tavaroiden ja palveluiden kustannuksiin.

4.3.3 Muuttuvat ja kiinteät kustannukset

Yrityksen kustannukset ovat joko muuttuvia tai kiinteitä. Muuttuvat kustannukset ovat riippuvaisia yrityksen tuotantomääristä. Mikäli yritys tuottaa paljon tuotetta, syntyy paljon muuttuvia kustannuksia tuotteisiin tarvittavista materiaaleista, tunti- ja urakkapalkoista sivukuluineen, valmistukseen käytettävästä energiasta ynnä muista tuotantopanoksista. Mikäli yritys ei taas tuota yhtään tuotetta, ei näitä kustannuksia myöskään synny.

Kiinteitä kustannuksia yritykselle muodostuu tuotantomäärästä riippumatta. Näitä kustannuksia ovat esimerkiksi toimitilojen ja kaluston vuokrat, kuukausipalkat sivuku-
luineen, mainonta sekä korot. Kiinteitä kustannuksia siis syntyy, vaikka yritys tuot-
taisi ainuttakaan tuotetta, eikä niiden määrä riipu myöskään tuotannosta tai myyn-
nistä.

4.3.4 Katetuotto ja tulos

Katetuotto muodostuu, kun myynnistä saaduista tuotoista vähennetään muuttuvat
kustannukset. Kun taas katetuotosta vähennetään vielä kiinteät kustannukset, saa-
daan yrityksen tulos, eli voitto tai tappio.

4.3.5 Kannattavuuden mittaaminen

Kun yrityksen toiminnasta syntyy voittoa, on sen toiminta kannattavaa. Voitto on
yrittäjälle korvaus hänen ottamastaan riskistä ja se voidaan joko nostaa osinkoina tai
jättää kerryttämään yrityksen arvoa. Yrittäjä kantaa vastuun tappion hetkellä yritys-
muodon mukaisella tavalla.

Voitto tai tappio ovat euromääräisiä lukuja, joilla voidaan ilmaista yrityksen kannatta-
vuutta. Tätä kutsutaan absoluuttiseksi kannattavuudeksi. Erikokoisten yritysten ver-
tailu olisi vaikeaa pelkästään näiden lukujen perusteella, joten kannattavuutta vertai-
lemaan kannattaa laskea montako prosenttia voitto on esimerkiksi myyntituotosta
tai toimintaan sitoutuneesta pääomasta. Tällöin puhutaan suhteellisesta kannatta-
vuudesta. Suhteellisesta kannattavuutta kannattaa käyttää silloin, kun vertaillaan yri-
tyksen kehitystä eri vuosien aikana.

Yrityksen arvo muodostuu sen tuottamista voitoista tai tappioista. Mikäli yritys tuot-
taa voittoja, ne voidaan jakaa esimerkiksi osinkoina omistajille. Jos kertyneitä voittoja
ei jaeta, ne nostavat yrityksen arvoa. Vastaavasti yrityksen tuottama tappio laskee
yrityksen arvoa ja voi pahimmillaan johtaa siihen, että toiminta yrityksessä joudutaan
lopettamaan.

Yrityksen toiminnan kannattavuutta arvioidessa ei oteta huomioon sijoitus- ja rahoi-
tustuottoja korko-, osinko- tai vuokratuottoja. Arviointiin ei myöskään oteta lukuun

satunnaisia tuottoja, joita syntyy esimerkiksi rakennuksen myymisestä. (Tomperi 2018, 10-23).

4.3.6 Kannattavuuden parantaminen

Yrityksen tulokseen voidaan vaikuttaa positiivisesti sekä tuottoja kasvattamalla, että kustannuksia pienentämällä. Tuottoja voidaan lisätä myyntimäärää lisäämällä, tai tuotteen hintaa nostamalla. Kustannuksista voidaan säästää niin kiinteiden kuin muuttuvienkin kustannusten osalta. (Tomperi 2018, 42-44).

Yrittäjän kannattaakin kilpailuttaa ostopanokset, suhteuttaa koneet ja laitteet oikein tarpeiden mukaisesti ja seurata tarkkaan tarjouksia. Uusissa koneissa on puolensa, mutta käytettyjen koneiden ja laitteiden tuomat mahdollisuudet kannattaa silti huomioda, onhan niiden hankintakustannus yleensä uutta huomattavasti alempi.

Taloudellista optimia selvitettäessä on kuitenkin syytä muistaa, että mikäli tuotteen tai palvelun hinta nousee tai laatu laskee, voi se samalla myös vähentää myytävien kappaleiden määrää. Tulostekijät ovatkin keskinäisesti riippuvaisia toisistaan. (Tomperi 2018, 44).

4.4 Hinnoittelu

Tuotteen tai palvelun hinta määräytyy kysynnän, kilpailun ja kustannusten pohjalta. Ylärajan hinnalle asettaa kysyntä. Mikäli tuote mielletään liian kalliiksi, sitä ei saada kaupaksi. Kustannukset puolestaan määrittelevät tuotteen hinnan alarajan. Jos yrittäjän asettama hinta jää alle kustannusten määrän, tuottaa jokainen myyty tuote tappiota. Ylä- ja alarajan väliseen tilaan jää hinnoittelualue, jolle tuotteen hinta asettuu.

Hinnoittelualueella tuotteen hintaan vaikuttavat toisten yrittäjien vastaavat tarjolla olevat tuotteet kilpailun kautta. Kilpailijaan nähden korkeampi hinta ei kuitenkaan välttämättä ole este, mikäli tuote eroaa laadullisesti tai muilta osin kilpailijoiden vastaavista tuotteista.

Hintaan vaikuttaa kilpailun lisäksi myös kaupan suuruus: usein hinta on halvempi, kun ostetaan kerralla enemmän. Hinnoittelussa kannattaakin varautua alennusvaaraan, jos tiedossa on asiakkaita, joille alennusta tullaan antamaan. (Tomperi 2018, 66).

4.4.1 Katetuottohinnoittelu

Katetuottoajattelulla määriteltyä hinnoittelua kutsutaan katetuottohinnoitteluksi. Se on yleinen Suomessa käytettävä hinnoittelutapa kaupan ja palvelualan yrityksissä. Hinnoittelu aloitetaan selvittämällä tuotteen tuottamiseen vaikuttavat muuttuvat kustannukset. Näiden kustannusten päälle lisätään haluttu katetuotto. Katetuotolla on tarkoitus kattaa yrityksen kiinteät kustannukset sekä tuoda yritykselle voittoa.

Katetuottoprosenttiin vaikuttaa se, kuinka paljon tuotteita ostetaan tai kuinka herkästi tuote pilaantuu. Katetuottoprosentissa onkin otettava huomioon esimerkiksi mahdollinen myymättä jättämisen aiheuttama hävikki korkeammalla katetuottoprosentilla.

Palveluiden osalta peruspalvelut voidaan tuottaa pienemmällä katetuottoprosentilla. Mikäli tarjottava palvelu on yksilöllinen, sen toimintaympäristö harvinainen tai se vaatii kalliimpia tai harvinaisempia laitteita, voidaan katetuottoprosenttia nostaa. Myös tarjoamalla lisäpalveluita katetuottoa voidaan korottaa.

4.4.2 Hinnoittelukerroin

Myyntikerrointa käytetään lähinnä vähittäiskaupassa, jossa kullekin tuoteryhmälle asetetaan katetuottotavoite ja sen pohjalta hinnoittelukerroin. Tuotteen myyntihinta määräytyy ostohinnan kertomisella hinnoitteluprosentilla.

4.4.3 Arvonlisävero

Arvonlisäveroa ei käsitellä yrityksen sisäisessä laskentatoimessa. Asiakkaalta perittävää hintaa miettiessä arvonlisävero tulee kuitenkin ottaa huomioon. Palveluiden osalta arvonlisävero on tällä hetkellä 24 %. Mikäli tarjotaan elintarvikkeita tai ravintolaruokaa, arvonlisävero on 14 %. Muun muassa mökkivuokrauksen arvonlisävero puolestaan on 10 %. (Tomperi 2018, 68 -79).

4.4.4 Hyvä muistaa palvelua hinnoiteltaessa

Palvelun hintaa hahmoteltaessa kannattaa muistaa muutamat käytännön asiat. Palvelun ei ole tarkoitus olla ilmaista tai välttämättä edes halpaa. Hyvästä, yksilöllisestä palvelusta on asianmukaista pyytää sille kuuluva korvaus. Suomessa on totuttu itsepalveluun ja omatoimiseen tekemiseen, joten palveluiden hinnoittelu saattaa olla haastavaa.

Palvelun hinnoittelussa tulee huomioida yhtä lailla kaikki kulut kuin varsinaisen tuotteenkin kohdalla. Näitä kuluja voivat olla majoitustoiminnasta aiheutuvat sähkö-, lämmitys- ja valaistuskulut, vesikulut peseytymisestä, pyykkämisestä ja siivoamisesta, siivousvälineiden ja aineiden kustannukset, ruokailujen raaka-ainekustannukset, vuode- ja liinavaatteiden kustannukset sekä oman ajan käyttö edellä mainittuihin asioihin.

Omaa aikaa kuluu lisäksi myös markkinointiin, nettisivujen ylläpitoon ja päivittämiseen, sähköpostin käyttämiseen ja tiedusteluihin vastaamiseen sekä hallinnointiin liittyviin tehtäviin, kuten kirjanpitoon, arkistointiin ja veroilmoituksen täyttöön.

Palvelun tuottamisen ympäristö tulee huomioida myös, sillä historiallinen miljöö ja sijainti voivat hyvinkin nostaa palvelun hintaa. Tarinallistaminen on tähän oiva työkalu.

On järkevää luoda hyvä ja toimiva peruspalvelu, johon asiakas voi halutessaan ostaa lisäpalveluita sopivalla summalla. Lisäpalveluita voivat olla esimerkiksi lämpimän aterian tai eväiden tarjoaminen, langattoman internet-liittymän tarjoaminen tai muu toimintaympäristöön ja palveluun sopivasti linkittyvä lisäpalvelu tai tuote. (Kotimajoittajan opas).

4.4.5 Vesistömatkailuyrittäjän kommentti

Erä- ja luontopalvelut Hyvântähen yrittäjän Teijo Haapakosken mukaan (2019) kate-laskemat antavat hinnoitteluun peruspohjan. Lopullinen hinta määräytyy kuitenkin aina sen mukaan, mitä asiakas on valmis tuotteesta maksamaan.

Kilpailijoiden hinnoittelua kannattaa sivusilmällä seurata. Oman palvelun hinta voi kuitenkin poiketa kilpailijan hintasosta, kunhan asiakkaalle voidaan perustella eroavaisuuksien syyt.

Oma palkka on usein se osa hinnoittelusta, jolla säädetään palvelun hinta sopivaksi. Yrityksen alkutaipaleella tämä voi tarkoittaa sitä, että oman palkan osuutta ei voida kovin suureksi nostaa. Tilanne kuitenkin helpottuu ajan myötä, kun yritykselle on saatu nimeä ja vakituista asiakaskuntaa. Tämä kannattaa kuitenkin huomioida rahoituslaskemia tehdessä.

Kannattavuuteen vaikuttaa Haapakosken mukaan myös se, millaiset välineet yritykseen hankitaan. Halvalla uutena ostetut välineet voivat pidemmän päälle tulla kalliimmaksi yritykselle, kuin vanhana ostetut, laadukkaat välineet. Yhteistyön merkitys on myös suuri. Kaikkia välineitä ei Haapakosken mukaan kannata ostaa itselle vaan järkevämpää on tehdä yhteistyötä ja lainata tai vuokrata lisävälineitä yhteistyöverkostojen kautta. (Haapakoski 2019).

4.5 Markkinointi

Markkinointiyritys Aava& Bangin luova johtaja Mikko Kalliola oli syyskuussa 2019 Biotalouskampuksella luennoimassa maailman parhaasta markkinoinnista ja tuotteistamisesta. Hänen mukaansa markkinointi on sitä, miten asiakkaita saadaan ja pidetään. Kalliolan mukaan asiakkaita saadaan antamalla heille lupaus jostain. Mikäli lupaus onnistutaan lunastamaan, onnistutaan asiakaskin pitämään.

Suomessa haasteita markkinointiin tuovat kulttuurilliset erot moneen muuhun maahan verrattuna. Suomessa asioita viedään eteenpäin asiakeskeisesti ja tehokkaasti, kun useissa muissa maissa liikkeelle lähdetään kokonaan asiakaslähtöisesti.

Kalliolan mukaan maailman parasta markkinointia tehtäessä tulisi muistaa kaksi pääasia: visio ja ihmiset. (Kalliola 2019).

4.5.1 Visio

Kalliola kertoo, että visio on päiväuni siitä, mitä yritys täydellisimmillään on. Sitä ei kuitenkaan tule sekoittaa tavoitteisiin, joihin tähdätessä ajatellaan usein itsekeskeisesti vain sitä, mihin itse pyritään tai mitä itse tavoitellaan. Visio tarjoaa tuotteelle tai palvelulle merkityksen ja suunnan. Kun visio on olemassa, siitä käsitteellistetään kommunikoitava viesti, jonka pohjalta asioita aletaan yhdessä tiimin kanssa rakentamaan eteenpäin. (Kalliola 2019).

4.5.2 Ihmiset

Kalliola jatkaa, että ihmiset rakentavat toimivaa markkinointia. Jotta tähän päästään, Kalliola muistuttaa huolehtimaan muutamista perusasioista.

Ihmisen mieli ja keho luovat temppelin, josta tulee pitää hyvää huolta. Mielen voi jokainen pitää kunnossa haluamallaan tavalla, mutta hyvän markkinoijan tulee kuitenkin lukea, opiskella ja olla avoin uusille asioille, jotta hän aina oppisi uusia asioita.

Arkirutiineja kannattaa rikkoa, jotta oppii ajattelemaan asioita eri tavalla. Positiivisuus ja empatia antavat oikeat pelimerkit asioiden eteenpäin viemiselle, sillä ihmiset tulisi aina asettaa asioiden edelle. Rakkaus tarjoaa inhimillisyyden perustan.

Hyvä markkinoija kulkee myös välillä pää pilvissä ja ajattelee ylimaallisia asioita. Tämän mahdollistaa armo, niin muita kuin etenkin itseään kohtaan.

Hyvä tiimi auttaa markkinoinnissa onnistumisessa. Tiimiä rakennettaessa tulee johtajalla olla selkeä ajatus, jonka hän onnistuu selittämään selkeästi muulle tiimille. Tämä vaihe on tiiminjohtamisen tärkein työ ja sen keskiössä on avoimuus. Kun puheen kautta on saatu kaikille yhteinen päämäärä, voidaan vuorovaikutuksen kautta saada aikaan toimintaa. (Kalliola 2019).

4.5.3 Vesistömatkailuyrittäjän kommentti

Kalastusohjelmanpalvelut Juha Happonen on huomannut sosiaalisen median merkityksen vahvasti omassa toiminnassaan. Hänen mukaansa sosiaalinen media tuo näkyvyyttä todella hyvin ja yrityksen markkinointi hoidetaankin pääasiassa sosiaalisen median kanavien kautta.

Sosiaalisen median käytössä on Happonen mukaan tärkeää muistaa asiallinen käytös ja se, ettei yrittäjä lähde mukaan yllyttäjien kommentointiin. Linja on pidettävä neutraalina ja asiallisena. Omat kanavat on myös eriytettävä yrityksen kanavista.

Yrityksen kanavissa päivitykset koskevat aina vain yrityksen toimintaan liittyviä asioita. (Happonen 2019).

5 Vastuullisuus vesistömatkailussa

Kestävällä matkailulla tarkoitetaan maailman matkailujärjestön mukaan sellaista matkailua, jossa huomioidaan täysimääräisesti sen nykyiset ja tulevat vaikutukset taloudellisessa, sosiaalisessa ja ekologisessa toimintaympäristössä koskien vierailijoiden, teollisuuden, ympäristön ja isäntäyhteisöjen tarpeita. (Making Tourism More Sustainable 2005, 11-12).

Vesistömatkailun toimintaympäristönä on vesistöt ja niitä ympäröivä luonto. Kun luontoa käytetään matkailun toimintaympäristönä, tuodaan luonnonmuodostamiin kohteisiin suuriakin asiakasmääriä. Tämä voi vahingoittaa tai jopa tuhota luontoa. Kestävällä vesistömatkailulla pyritään pitämään luonto siinä tilassa, että kohteen houkuttelevuus ja kiinnostavuus säilyy mahdollistaen matkailuelinkeinon harjoittamisen myös jatkossa. (Maaseutumatkailu-kestävyyslaji 2012).

Kestävän eli vastuullisen matkailun pitäisi lähtökohtaisesti käyttää ympäristöresursseja optimaalisesti, jotta luonnon perintö ja biologinen monimuotoisuus säästyisivät mahdollisimman hyvinä.

Isäntäyhteisöjen sosiokulttuurista aitoutta tulee myös kunnioittaa sekä rakennettu ja elävä kulttuuriperintö ja perinteiset arvot säilyttää. Kestävän matkailun periaatteiden mukaan kulttuurien välistä ymmärtämystä ja suvaitsevaisuutta tulisi edistää. Kestävä matkailu onkin jatkuva prosessi, jonka vaikutuksia ja toimintatapoja tulee seurata, kehittää ja tarvittaessa korjata. (Kestävä matkailu).

5.1 Kestävän matkailun kansainväliset päätavoitteet

Maailman matkailujärjestö ja Yhdistyneen kansakunnat ovat asettaneet vuonna 2005 ympäristöohjelmassa kestäville matkailulle seuraavat päätavoitteet:

1. Taloudellinen elinkelpoisuus ja kilpailukyky matkailukohteille ja yrityksille
2. Paikallinen vauraus: isäntäkohteiden taloudellisen hyvinvoinnin maksimoiminen
3. Työllisyyden laatu: paikallisten työpaikkojen määrän, laadun ja palkkatason vahvistaminen, syrjinnän ehkäiseminen.
4. Sosiaalinen pääoma: Laaja ja oikeudenmukainen taloudellinen ja yhteiskunnallinen matkailun hyödyn jakautuminen koko vastaanottajayhteisössä.
5. Vieraiden odotusten täyttäminen tarjoamalla turvallisia, tyydyttäviä ja täyttäviä kokemuksia ketään syrjimättä.
6. Paikallisvalvonta, jolla paikallisyhteisöjä sitoutetaan ja vahvistetaan alueen suunnitteluun ja päätöksentekoon
7. Paikallisyhteisön hyvinvoinnin ylläpito ja elämänlaadun vahvistaminen sekä yhteiskunnallisten rakenteiden ja resurssien saatavuus.
8. Maaseutualueiden, kaupunkien ja maaseudun fyysisen koskemattomuuden ylläpitäminen ja parantaminen, sekä ympäristön fyysikaalisen ja visuaalisen huonontumisen välttäminen
9. Biologisen monimuotoisuuden säilyttäminen tukemalla luonnonsuojelukohteisen, elinympäristöjen ja luonnonvaraisten eläinten suojelua sekä niiden vahingoittamisen minimoimista
10. Resurssien tehokas käyttö sekä vähäisten ja uusiutumattomien resurssien käytön vähentäminen
11. Matkailusta syntyvien jätteiden minimoiminen sekä ilman, veden ja maaperän puhtaana pitäminen.

(Making Tourism More Sustainable 2005).

Tätä listausta tarkastellessa huomataan, että Suomessa vesistömatkailu on lähtökohteisesti varsin vastuullista toimintaa kansainväliseen mittakaavaan suhteutettuna.

5.2 Taloudellinen vastuullisuus

Yritys tarvitsee pyöriäkseen tuloja. Taloudellisesti vastuullinen yritys huolehtii omasta kannattavuudestaan ja kilpailukyvystään pitääkseen toimintansa elinvoimaisena myös tulevaisuudessa. Taloudellisesti vastuullinen yritys pystyy huolehtimaan myös sosiaalisesta ja ekologisesta vastuustaan.

Yrityksen taloudellisella vastuulla on vaikutuksia yrityksen oman toiminnan lisäksi myös sidosryhmille, kuten työntekijöille, yhteistyökumppaneille ja yhteisteiskunnalle. Työntekijöille maksetaan palkkaa, alihankkijoille tuloja ja yhteiskunnalle veroja ja niin edelleen. (Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä).

5.3 Kulttuurissosiaalinen vastuullisuus

Paikallinen kulttuuri ja historia on monen matkailuyrityksen toiminnan perustana. Kulttuurista vastuullisuutta maaseutu- ja vesistömatkailussa voidaan toteuttaa käyttämällä kulttuuria matkailutuotteissa käytännössä hyväksi. Sen vahvuuksia ovat aitous ja tarinat.

Kulttuurista vastuullisuutta on sekä kulttuurin säilyttäminen ja suojeleminen sekä sen hyödyntäminen ja tuottaminen kaikkien käyttöön. Matkailun kannalta kulttuurinen kestävyys on keskeisimpiä tekijöitä.

Vaikutukset, jotka yrityksen toiminnasta koituvat eri ihmisryhmille ja yhteisölle ovat sosiaalista vastuullisuutta. Yrityksen sidosryhmät muodostuvat sen henkilöstöstä, asiakkaista, paikallisista asukkaista, alihankkijoista ja kansalaisjärjestöistä. (Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä; Kesma 2).

5.3.1 Esteettömyys

Matkailu, myös vesistömatkailu kuuluu kaikille riippumatta iästä, sukupuolesta, uskonnosta, seksuaalisuudesta, liikunta- tai aistirajoituksista. Esteettömyydestä on tullut maailmalla matkailun kilpailuvaltti ja sitä kohti tulisi Suomessakin pyrkiä.

Toimintaympäristön esteettömyyden lisäksi tulee huolehtia myös työntekijöiden kouluttamisesta kohtaamaan erityistarpeita omaava asiakas. Yrityksen esteettömyys tulee kertoa jo markkinoinnin yhteydessä.

Euroopan komission kehittämä Pantou online palvelu kokoaa yhteen esteettömiä palveluita tarjoavia yrityksiä. Yrityksen yhteystietojen päivittäminen järjestelmään on ilmaista. (Matkailupalveluiden esteettömyys).

5.3.2 Vesistömatkailuyrittäjän kommentti

Kalastusohjelmalvelut Juha Happonen mukaan (2019) Suomessa olisi paljon parannettavaa esteettömien palveluiden suhteen. Hänen mukaansa asiaa ei tule pelätä, vaan kehittää yrityksen toimintaa yhdessä asiantuntijoiden kanssa, jotta kaikki pääsivät osallistumaan monipuolisesti yritysten palveluihin.

Suomi on Happonen mukaan todella paljon jäljessä monen muun maan esteettömyyden tasosta. Useissa Euroopan maissa ja esimerkiksi Kanadassa palvelut suunnitellaan lähtökohtaisesti esteettömyyttä ajatellen. Tämä on asia, joka Happonen mielestä tulisi Suomessa saattaa tälle vuosituhannelle mahdollisimman pian. (Happonen 2019).

5.4 Ekologinen vastuullisuus

Ympäristövastuullinen yritys tunnistaa toimintansa ympäristövaikutukset ja noudattaa lainsäädäntöä. Lisäksi se tunnistaa toimintansa muutostarpeet ja kehittää toimintaansa jatkuvasti. Ympäristövastuu toteutuu kokonaisvaltaisesti kaikissa yrityksen prosesseissa.

Ympäristövastuullinen yritys käyttää energiaa, materiaaleja ja luonnonvaroja säästävästi ja tehokkaasti sekä hoitaa syntyvien jätteen kierrättämisen ja vähentää syntyvän jätteen määrää. Se pitää huolta vesien, ilman ja maaperän suojelusta prosesseissaan ja vähentää niiden aikana syntyviä kasvihuonekaasupäästöjä torjuen näin ilmastomuutosta. Yritys tarjoaa asiakkailleen sekä muille sidosryhmilleen ympäristöä säästäviä ratkaisuja.

Ekologinen ja taloudellinen vastuullisuus kytkeytyvät toisiinsa resurssitehokkuuden avulla ja sitä kehittämällä saadaan säästettyä sekä ympäristöä, että rahaa. (Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä).

Vesistömatkailuyrittäjän on tärkeää ymmärtää, että säilyttääkseen kohteen houkuttelevuuden ja kiinnostavuuden tulee ympäristöasiat ottaa vakavasti. Vesistöjen avulla tuotetaan ihmisille elämyksiä ja kokemuksia, joten niiden suojeleminen tulee sisältyä yrityksen arvoihin.

Ekologiseen vastuullisuuteen kuuluvat muun muassa ekotehokkuus, ekologinen kestävyys myös ruuassa ja raaka-aineissa, energiamuodot, materiaalit, luonnonvarojen käyttö, vesihuolto sekä rakentamisen ympäristövaikutukset. (Kesma 2).

5.4.1 Vesistömatkailuyrittäjän kommentti

Erä- ja luontopalvelut Hyvältähen Teijo Haapakosken mukaan (2019) luontoa tulee kunnioittaa suuresti siellä toimiessa. Heidän toimintatapoihinsa kuuluu toteuttaa ekologista vastuullisuutta päivittäisissä töissään muun muassa käyttämällä pestäviä, erähenkisiä astiastoja kertakäyttöastioiden sijaan. Alumiinifolion käyttö on niin vähäistä kuin suinkin on mahdollista.

Lähtökohtaisesti esimerkiksi elintarvikkeiden menekki lasketaan ennen reissuun lähtöä. Tällä saadaan toiminta taloudellisesti kannattavaksi ja minimoidaan syntyvä ruokahävikki. Ainoa yrittäjää harmittava asia on kertakäyttökäsineistä syntyvä jäte. Käsineet ovat kuitenkin välttämätön lisä varustuksessa silloin, kun ollaan elintarvikkeiden kanssa tekemisissä.

Haapakoski kertoo, että kaikki reissussa syntyneet jätteet tuodaan luonnosta pois ja kierrätetään asianmukaisesti. Reissuilla liikkeessa muiltakin jääneitä jätteitä tuodaan pois luonnosta aina sen verran, kun kalusto antaa periksi. (Haapakoski 2019).

5.5 Ympäristö- ja laatusertifiointit

Kestävyys ja laatu kulkevat käsi kädessä. Kestävyys on laadun osa, mutta laatujärjestelmään kuuluminen ei itsessään takaa toimintaa kestäväen kehityksen mukaisesti. Laatujärjestelmät toimivat yrityksen arvojen pohjalta ja mikäli näihin arvoihin ei kuulu ympäristöelementtejä, arvostetaan ne laatujärjestelmässäkkin silloin toissijaisiksi. Ympäristöasioiden hoitoon onkin olemassa useita eri työkaluja.

Ympäristöjärjestelmä määritellään systemaattiseksi toimintatavaksi parantamaan ympäristöasioiden hallintaa ja ympäristönsuojelutoimien tuloksellisuutta. (Maaseutumatkailu-kestävyyslaji? 2012).

5.5.1 ISO 14001

Maailman tunnetuin ympäristömallijärjestelmä on ISO 14001 jonka avulla organisaatiot parantavat ympäristönsuojelunsa tasoa sekä osoittavat ympäristöasioidensa hyvän hoidon.

Kuuluessaan ympäristöjärjestelmään yritys sitoutuu parantamaan jatkuvasti ympäristönsuojelunsa tasoa, tunnistaa tuotteidensa, toimintojensa ja palveluidensa ympäristövaikutukset sekä asettaa ympäristötavoitteet ja seuraa niiden toteutumista. Yritys myös selvittää lakisääteiset veloitteensa ja huolehtii, että ne täyttyvät. Yritys varaa resurssit sekä ylläpitää henkilöstönsä osaamista, ohjaa prosesseja ja toimintoja sekä tarkkailee ja seuraa toimintojensa ympäristövaikutuksia. Yritys on varautunut ympäristöriskeihin ja onnettomuustilanteisiin, mutta ennaltaehkäisee ympäristövahinkoja ja estää niiden toistumisen. Yritys ylläpitää hyviä ympäristökäytäntöjä ja arvioi toimintansa tuloksia parantaen niitä.

Toimivan ympäristöjärjestelmän avulla yritys pystyy yhdistämään ympäristöasiat aiempaa paremmin osaksi toiminnan suunnittelua ja johtamista, lisätä kustannustehokkuutta paremmalla raaka-aineiden ja energian resurssitehokkuudella ja pienemmillä jätemäärillä. Henkilöstön ympäristötietoisuutta ja osallistumista saadaan myös lisättyä. Järjestelmän avulla yritys pystyy varmistamaan ympäristölainsäädännön vaatimusten noudattamisen ja saa apua muutosten ennakointiin. Sillä myös edistetään tuote- ja palveluketjujen eri vaiheiden ympäristövaikutusten huomioon ottamista ja ympäristöriskien hallintaa turvaten toiminnan jatkuvuuden.

Sertifikaatilla voidaan osoittaa asiakkaille, yhteistyökumppaneille, yhteisöille sekä viranomaisille ympäristöasioiden hoitamisen vastuullisuus. Sertifikaatilla saadaan tukea ympäristöviestintään, yrityskuvan rakentamiseen sekä markkinointiin. Auditointi, tai riippumattoman tahon suorittama sertifiointi, tarjoaa mahdollisuuden osoittaa yrityksen vaatimuksenmukaisuus.

ISO 14001 on joustava ja sitä voidaan soveltaa minkä tahansa yrityksen toimintaan koosta tai tyypistä riippumatta niin yksityisellä kuin julkisellakin sektorilla. Ympäristöjärjestelmä, joka on ISO 14001-standardin mukainen, on myös osa EU:n asetukseen perustuvaa EMAS-järjestelmää.

Suomessa ISO 14001-ympäristöjärjestelmän voi myöntää FINASin päteväksi toteama sertifiointialan yritys. Lista päteväksi todetuista sertifiointielimistä löytyy FINASin internetsivuilta kohdasta järjestelmäsertifiointi. (ISO 14001).

5.5.2 Muita sertifikaatteja ja ympäristömerkkejä

Biosphere-sertifikaatti on Responsible Tourism Instituten matkailuyrityksille suunnattu vapaaehtoinen ja itsenäinen sertifiointijärjestelmä, jonka tavoitteena on kestävä kehityksen periaatteiden jatkuva parantaminen.

Ekokompassi on pk-yrityksille ja yleisötapahtumille suunnattu ympäristöjärjestelmä, joka voidaan räätälöidä sekä matkailukokonaisuudelle että yksittäiselle matkailuyritykselle. Vaatimuksena kymmenen kriteetin noudattamista.

EMAS on ympäristöjohtamisen väline. Se pitää sisällään yrityksen ympäristökatselmuksen, toiminnan tavoitteellisen ympäristöasioiden hoidon sekä parantamisen varmistavan johtamisjärjestelmän, sisäisen auditoinnin sekä julkisen raportoinnin tehostusta ympäristötyöstä ja toiminnan ympäristövaikutuksista. (Sertifiointit ja ohjelmat).

Matkailu- ja ravitsemusyritykselle on olemassa paljon ympäristömerkkejä. Yleisimpiä Suomessa käytettäviä merkkejä ovat pohjoismainen joutsenmerkki, EU-ympäristömerkki ja Green Key-ympäristömerkki. Ympäristöjärjestelmistä etenkin Ekokompassi soveltuu hyvin tapahtumien järjestämiseen.

Green Key –merkki on suunniteltu erityisesti majoitusialalle. Se on käytössä 46 maassa, myös Suomessa. Merkin saanut yritys sitoutunut kasvattamaan henkilöstön ja asiakkaiden ympäristötietoisuutta, tehostamaan energian ja veden käyttöä ja pienentämään majoitustoiminnan ympäristörasitusta. (Matkailu- ja ravintola-alan ympäristömerkit ja ympäristösertifikaatit).

Eceat Suomi-merkin myöntää Suomen luomumatkailuyhdistys ja sen tavoitteen aon edistää kestävä matkailun avulla luonnonmukaista viljelyä, luonnon- ja ympäristönsuojelua, kestävä maankäyttöä, maiseman ja kulttuuriperinnön suojelua ja maaseudun ekologisia toimintamahdollisuuksia. Se tarjoaa myös ympäristökasvatusta. Merkki on suunnattu matkailupalveluja tarjoaville luomutiloille, ympäristövastuullisille majataloille ja ekokylille sekä muille majoitus- ja vierailukohteille, joissa on samat arvot.

Green Globe- standardi on kehitetty matkailualalle ja perustuu moniin kriteereihin. Se on tarkoitettu majoitus- ja liikenneyrityksille, matkanjärjestäjille, kongressikeskuskille ja matkailualan organisaatioille, jotka ovat kansainvälisillä markkinoilla.

Joutsenmerkki on yksi pohjoismaiden tunnetuimmista ympäristömerkeistä, joka on laajentunut koskemaan myös monia palveluita. Tavoitteena merkillä on edistää kestävä kehitystä.

Roope-satamaohjelmalla on tavoitteena kehittää kaikenkokoisia venesatamia erityisesti ympäristöasiat ja turvallisuus huomioiden. Pidä Saaristo Siistinä ry:n suomalaisille venesatamille myöntämän merkin edellytyksenä on ympäristövastaavan nimeäminen, jätehuollon asianmukainen järjestäminen, jätevesien asianmukainen käsittely, siisteys ja roskattomuus, turvallisuudesta huolehtiminen, tiedottaminen ja opastus ympäristö- ja turvallisuusasioissa sekä halu olla mukana ja kehittää satamatoimintaa. (Sertifiointit ja ohjelmat).

Työ- ja elinkeinoministeriön ja Elinkeinoelämän keskusliiton luomalla energiatehokkuussopimuksella tavoitellaan energian käytön vapaaehtoista tehostamista. Sopimuksen piirissä on tällä hetkellä 54 Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n alaista yritystä ja näiden satoja toimipaikkoja. (Matkailu- ja ravintola-alan ympäristömerkit ja ympäristösertifikaatit).

6 Vesistömatkailu teemoittain

Vesistömatkailu pitää sisällään paljon eri palvelumuotoja. Nämä palvelut on koottu seuraavaksi teemottaisten otsikoiden alle. Teemat valikoituivat Suomen saaristo-, rannikko- ja vesistömatkailun hyvät tuotteet ja toimintamallit selvityshankkeen loppuraportin (2018) pohjalta. Kyseisessä hankkeessa selvitettiin laajasti Suomen kanalta potentiaalisia vesistömatkailun tuotteita ja toimintamalleja yritystasolla niin kotimaassa, kuin valikoiduissa muissa maissa. (Komu & Selkälä 2018).

6.1 Majoitustoiminta

Majoitustoiminta luo vahvan rungon koko vesistömatkailulle. Mökkikulttuuri ja -vuokraus Suomessa on tuttua, majoitustoimintaa on täällä harjoitettu jo vuosikymmeniä. Tässäkin asiassa on menty eteenpäin. Asiakkaat haluavat nykyään laadukkaampia majoituspaikkoja, joiden varustelutaso hipoo jo hotellien tasoa.

Kansainvälistyminen on myös lisääntynyt viime vuosina runsaasti. Nykyään mökin vuokraajalta vaaditaan vähintään välttävää englannin kielen osaamista. Kansainvälisyys tuo mukanaan myös asioita, jotka voivat tuntua suomalaisista turhilta tai itseltään selviltä. Ulkomaalaiset tulevat usein Suomeen kulttuurin ohella myös puhtaan ja monimuotoisen luonnon perässä, näin ollen ympäristöystävällisyys ja kestävä kehitys ovat tärkeitä elementtejä palvelutuotannossakin.

Mökkimajoituksen lisäksi tarjontaa voi kartoittaa esimerkiksi lasiprisma-majoilla, miniasuntovaunuilla tai luksus telttailulla eli glampingilla.

Ulkomailla käytetään paljon ympäristösertifiointeja. Suomalaisten tulisikin lisätä kansainvälisten ympäristösertifikaattien käyttöä. Suuria muutoksia toimintaan ei monesakaan paikassa tarvitsisi tehdä, koska suomalaiset palveluntarjoajat täyttävät nämä kriteerit usein joko suoraan, tai pienillä lisäyksillä. Kansainvälisiä ympäristösertifikaatteja ovat muun muassa Green Key ja Naturen´s Best Sweden.

Muita asioita, mitä ulkomaalaiset arvostavat, ovat yksilöllisyys ja joustavuus palveluissa sekä majoituspaikan historia. Luontoliikunnan mahdollisuus arvostetaan myös korkealle majoituspalveluiden yhteydessä. (Komu & Selkälä 2018).

6.2 Risteilyt ja lauttareitit

Vesistömatkailusta puhuttaessa ensimmäisenä mieleen tulevat laivaristeilyt. Risteilyjä järjestetään niin merialueilla kuin sisävesilläkin ja niiden kestot vaihtelevat nopeista tunnin pikaristeilyistä pidempiin, päivän mittaisiin reittiristeilyihin. Risteilyjä järjestetään vakiovuoroina sekä tilausristeilyinä oheistoimintoinen. Myös teemaristeilyt ovat saaneet suosiota.

Risteilyihin voi kuulua oheisohjelmana esimerkiksi vierailu näköalakohteen edustalla, kuten kivikautisilla kalliomaalauksilla, poikkeaminen maissa ruokailun tai kahvittelun merkeissä, tai ohjelmallinen numero laivalla, kuten esiintyjä tai yhteislauluhetki.

Viime vuosina huomio on kääntynyt mahdollisimman pitkään sesonkiin, joka vaatii laivan varustelulta enemmän. Viileät kevät- tai syysäät täytyy huomioida matkustajien tilojen kattamisella ja tilojen mahdollisella lämmittämisellä.

Toinen huomiota saanut asia risteilyihin liittyen on palveluiden tuotteistaminen. Tuotteistaminen tulee ulottaa risteilyn varauksen helppoudesta pysäköinnin sujuvaan järjestämiseen, eli koko tuotteen palvelupolun ajalle.

Ympäristöystävällisyyden osalta on tärkeää pitää kalusto hyvässä kunnossa.

Tutumpien laivaristeilyjen oheen voi palveluita alkaa toteuttamaan myös ilmatyyny-aluksilla tai esimerkiksi Irlannissa kehitellyllä Amfibio Salamander-aluksella. Tämä alus yhdistää bussimatkan sekä risteilyn. Alus täyttää kaikki EU:n tie- ja vesiliikenteelle asetetut vaatimukset. Alusta voidaan myös hyödyntää ympäri vuoden, koska se voidaan ajaa maata pitkin vaikka Välimeren lämpöisiin maihin ja jatkaa toimintaa talvikaudella sieltä käsin. (Komu & Selkälä 2018).

6.3 Veneily

Nykyihmiset ovat havahtuneet siihen, että veneilykausi on melko lyhyt ja aikaa ei tahdo riittää veneilyyn niin paljon kun oman veneen omistaja usein haluaisi. Tästä johtuen ihmiset ovat alkaneet kiinnostua veneiden vuokraamisesta. Sen lisäksi, että lomailija pääsee suoraan huolletulla veneellä vesille ilman kaluston suurta kunnostusta ja ylläpitoa, voi harvat vesillä vietetyt hetket käyttää hintaluokaltaan arvokkaamman kaluston parissa. Veneen vuokraaminen myös helpottaa eri vesistöissä liikumista, kun kaluston kuljettamisesta ei tarvitse huolehtia.

Nykyään on yleistyneet myös "houseboatit", jotka ovat eräänlaisia kesämökin ja veneen yhdistelmiä. Toinen pinnalla oleva uusi veneilymuoto on hybridi- ja sähkömoottoriveneet. Nämä ovat ympäristöystävällisiä ja hiljaisia vaihtoehtoja perinteiselle polttomoottorilla varustetulle veneelle. (Komu & Selkälä 2018).

6.4 Liikunta- ja luontomatkailu

Suomen monimuotoinen ja vaihteleva luonto tarjoaa paljon potentiaalia luontomatkailua ajatellen. Suomen neljä vuodenaikaa lisäävät eksotiikkaa ja kiinnostavuutta ulkomaalaisten silmissä. Suomen vesistöjä on kehuttu ympäristönä jopa Euroopan parhaaksi. Jotta liikunta- ja luontomatkailu saataisiin menestymään, palvelu täytyy tuottaa, paketoita ja muotoilla hyvin. Tämän lisäksi palvelun tulisi olla helposti ostettavissa.

Liikunta- ja luontomatkailua toteutetaan Suomessa, kuten muissakin maissa, paljon kansallispuistojen alueilla. Vesistöjen läheisyys lisää patikointi- ja pyöräilyreittien kiinnostavuutta. Ulkomailla on käytössä esimerkiksi vesipolkupyöriä, joilla voidaan tehdä safareja lähivesillä.

Vesistöjen rannoilla voidaan järjestää vaelluksia esimerkiksi luonto-ohjauksella, ohjattua pyöräilyä tai ratsastusta.

Palveluina vesistöjen yhteydessä voidaan tarjota esimerkiksi uintia, sukellusta, melontaa, suppailua, koskenlaskua, flyboardingia, vesikirppujen, vesipolkupyörien ja muiden pienten vesiurheilulaitteiden ohjattua käyttöä. Tässä yhteydessä palvelu voidaan myös laajentaa koskemaan esimerkiksi ryhmien virkistyspäivien viettämistä. (Komu & Selkälä 2018).

6.5 Hyvinvointimatkailu

Hyvinvointimatkailu on edelleen nouseva ala. Hyvinvointiin voidaan sisällyttää ruoka, elämäntapa, paikalliskulttuuri sekä useat erilaiset hoitomuodot. Suomen puhdas luonto antaa tähän hyvät puitteet ja resurssit.

Suomea tavoitellaan FinRelax-kasvuohjelmassa hyvinvointimatkailun kärkimaaksi. Ylivoimaisen vahvan saunakulttuurin vuoksi Suomella onkin hyvät mahdollisuudet tähän. Saunakulttuuria ja sen pitkää historiaa Suomessa tulisikin tuoda vahvasti esiin.

Saunan lisäksi hyvinvointimatkailua voidaan harjoittaa erilaisilla pienimuotoisilla spa-hoidoilla, joissa käytetään esimerkiksi luonnontuotteita hyväksi.

Matkailun kannalta saunalautat ovat erittäin varteenotettava tapa harjoittaa hyvinvointimatkailua, koska saunalautan saa siirrettyä sinne, missä matkailijat haluavat olla.

Green Caren alalajina tunnettu Blue Care tarjoaa suuren mahdollisuuden hyvinvointimatkailulle. Blue caren tavoitteena on hyödyntää vesistöjen terveysvaikutuksia esimerkiksi oppimisvaikeuksien hoidossa.

Kaiken kaikkiaan Suomen monipuoliset vesistöt ja puhdas luonto tarjoavat hyvinvointimatkailuun erittäin hyvät puitteet. (Komu & Selkälä 2018).

6.6 Kulttuuri- ja perinnematkailu

Vesistöt tarjoavat toimintaympäristön useille eri kulttuuripalvelun tuottajille. Kulttuurimatkailua voidaan toteuttaa perinteiden kautta tai moderneja, korkean tason palveluita tuottaen. Toimintaa voidaan tehdä niin kesällä kuin talvella.

Kansainväliset asiakkaat arvostavat kulttuurikohteet, etenkin paikallista kulttuuria korostavat kohteet, korkealle. Visit Finland on määritellyt ydinkohderyhmäkseen *“modernit humanistit”*, jotka odottavat saavansa Suomessa kokemuksia etenkin elämäntavoista, ruokakulttuurista, kulttuuriperinnöstä sekä suomalaisuudesta.

Kulttuuritietoinen matkustaja toivoo usein tuotteiden sijaan saavansa matkoiltaan kokemuksia. Tämä vaatii yritykseltä hyvät ja toimivat tiedonjakelukanavat, jotta asiakas ensinnäkin löytää yrityksen helposti, sekä pystyy tutustumaan kohteeseen hyvin jo etukäteen. (Komu & Selkälä 2018).

6.7 Matkailukalastus ja kalastusmatkailu

Suomessa on Euroopan parhaat vedet kalastamisen kannalta. Vesialueemme ovat suuria, monimuotoisia ja puhtaita ja niissä on paljon suojaisia kohtia runsaan saarien määrän vuoksi. Kalastuksen lupakäytännöt ovat yksinkertaisia.

Kalastusmatkailun kohdemaiden kärkiä tarkastellessa, Suomi ei kuitenkaan sijoitu kärkikaartiin. Tähän lienee syynä niin tuotteistamisen kuin markkinoinninkin vähäisyys.

Kalastusmatkailun haasteena on asiakaskunnan suuri vertailupohja eri maiden kalastuskohteista, saalisvarmuudesta, hinnoittelusta ja opaspalveluista. Opaspalvelut liittyvät lähes poikkeuksetta ainakin osittain kalastuspalveluiden tarjoamiseen, tapahtuipa kalastus sitten rannalta tai veneestä.

Kansainvälistymistä rajoittavat paljon osaavien kalastusoppaiden ja hyvän kaluston saatavuus. Toimijat ovat kooltaan pieniä, yleisimmin 1-2 henkilöä työllistäviä, voimavarat rajallisia ja verkostoituminen majoitusta tarjoavien yritysten kanssa on vielä vähäistä. Manner-Suomessa on noin 50 kalastusopaspalveluja tarjoavaa yritystä, jotka on listattu Fishing in Finland-sivustolle. Näiden yrittäjien verkostoituminen, majoitusta tarjoavien yrittäjien lisäksi, myös keskenään lisäisi paljon laajentamismahdollisuuksia. Verkostoituminen on tosin lisääntymään päin.

Lohijokien osalta Suomessa ei edelleenkään voida kilpailla kärkimaille Norjalle, Irlannille ja Skotlannille, mutta laajojen ja monipuolisten järviolueiden vuoksi niin kalastusmatkailua kuin matkailukalastusta, eli matkailun ohessa tapahtuvaa kalastusta, voidaan kehittää. Kansainvälisiä kalastusmatkailijoita kiinnostaa etenkin harjus, arktinen kuha sekä suurhauki. (Komu & Selkälä 2018).

Kalastusmatkailun lisäksi on myös matkailukalastusta. Kalastusmatkailun ollessa tavoitteellista tietyn kalalajin pyydystämistä, matkailukalastus on enemmän satunnaisen matkailijoiden oheisohjelmaa. Matkailukalastuksen järjestäminen onnistuu vähemmällä harjoittelulla kuin kalastusmatkailu, toki saalista olisi hyvä saada siitäkin, jotta asiakkaiden kokemus säilyisi hyvänä. (Happonen 2019).

6.8 Vesistöihin liittyvät talviaktiviteetit

Talvi ja pakkaset ovat sekä uhka, että mahdollisuus. Jääpeite tarjoaa useita eri tapoja vesistöjen hyödyntämiseen, vaikkakin asiakaskunta on usein huomattavasti pienempi kuin kesällä. Suurin haaste on saada esille ne tuotteet, jotka kussakin kohteessa parhaiten toimivat.

Euroopan maihin verrattuna Suomessa on jopa erinomaisesti tarjolla talviaktiviteettejä. Pohjoismaihinkin verrattuna Suomessa on kilpailukykyinen palveluvalikoima.

Talvikaudella etenkin ulkomaalaisten omatoimimatkailijoiden määrä on todella paljon pienempi kuin kesällä. Talvi, pakkanen ja jäätyneet vesistöt luovat kuitenkin erilaisen, eksoottisen toimintaympäristön.

Suomessa on tällä hetkellä tarjolla talvisin muun muassa jääsurffausta, ilmatyyny-alussafareja, jäälinoja, retkiluistelu- ja talvivaellus reittejä sekä potkukelkkailuratoja. Myös vuodenaikojen mukana tuoma muutos on osattu hyödyntää esimerkiksi markkinoimalla melontareittejä ympärivuotisesti sellaisissa kohteissa, joissa veden virtaaminen estää jään muodostumisen.

Maaialmalta voitaisiin ottaa mallia myös talvipyöräilyn järjestämisestä, niin jäällä kuin vesistöjen rannoillakin. Segwayt, eli sähkökäyttöiset henkilönkuljettimet, ovat myös käytössä. Esimerkiksi Alpeilla voidaan käydä Segwaysafareilla talvikaudellakin.

Erityisen tärkeää talvikaudella on toiminnan saavutettavuus sekä turvallisuus. Jäät voivat olla petollisia, joten yrittäjän tulee suhtautua vastuullisesti tarjoamaansa palveluun. (Komu & Selkälä 2018).

6.9 Tapahtumat

Tapahtumia järjestetään Suomessa vesistöjen äärellä paljon niin musiikin, muun kulttuurin kuin urheilunkin merkeissä. Tapahtumat ovat hyvä keino herättää matkailijoiden ja paikallisten kiinnostus aluetta kohtaan.

Sulkavan Soudut on urheilullisten vesistötapauksien ykkönen. Vuosittain osallistujia on 5000 henkeä. Tapahtumat voivat olla myös talviaikaan, kuten Lohjan talvinen jääkarusellitapahtuma tai Finland Ice Marathon-luistelutapahtuma.

Ulkomailla on paljon kulttuuriin liittyviä vesistötapauksia, niin pieniä kuin suuriakin. Skotlannin tulifestivaalit pidetään keskellä pimeintä aikaa tuomaan valoa ihmisille. (Komu & Selkälä 2018).

6.10 Reitistöt

Vesistöalueiden tuotteistamista auttavat reitistöt. Reitistöjä on niin mantereeseen kuin vesistönkin puolelle. Reitit voivat olla suunnattu esimerkiksi autoilijoille, moottoripyöräilijöille, pyöräilijöille, veneilijöille, melojille tai uimareille. Polkupyöräilyreitit

ovat olleet viime vuosina todella suosittuja. Pyöräilyn ennustetaan edelleen lisääntyvän ja samalla ulkomaalaisten pyöräilijöiden määrän odotetaan Suomessa lisääntyvän. Pyöräilyn suosiota kohottaa hyvien reitistöjen lisäksi myös sähköpyörien yleistyminen.

Naapurimaissamme Norjassa ja Ruotsissa on myös paljon vesistöjen rannoilla mutkittelevia pyöräilyreittejä. Samoin on myös Saksassa, josta tehdään paljon pyöräilymatkoja myös Suomeen. (Komu & Selkälä 2018).

7 Kysely vesistömatkailusta kiinnostuneille

Opinnäytetyöntekijä julkaisi facebookissa kyselyn vesistömatkailusta kiinnostuneille. Kyselyn tavoitteena oli kartoittaa vesistömatkailun kiinnostavuutta ja sitä, onko ihmisillä tarkoituksena hyödyntää vesistöjä ansiotarkoituksessa.

7.1 Kyselyn eettisyys ja luotettavuus

Kysely tehtiin Webpro-pol-ohjelmaa käyttäen. Kyselyn oli tarkoitus olla helppo ja nopea täyttää, jotta mahdollisimman monta vastausta saataisiin.

Kysely jaettiin Facebookin välityksellä tekijän omalla seinällä sekä suljetussa Maaseudun naiset-ryhmässä. Tämä ryhmä valikoitui sen perusteella, että ryhmässä on hyvä ilmapiiri, sen jäsenet ovat kaikki maaseudulla asuvia ihmisiä, joista suurin osa toimii joko itse yrittäjänä tai läheisissä tekemisissä yrittäjän kanssa.

Ryhmän jäsenet ovat kuitenkin kaikki naisia, mikä heikentää kyselyn luotettavuutta. Eettisyyteen ja luotettavuuteen vaikutti myös pelkästään sosiaalisen median kautta tehtävä jakelu, joka varmasti sulki tietyn osan vesistömatkailusta kiinnostuneita ihmisiä pois. Kysely ei kuitenkaan ollut merkittävässä roolissa itse opinnäytetyön kannalta, joten sen ei annettu muodostua esteeksi. Tarkoituksena oli kartoittaa ihmisten kiinnostusta ja mielipiteitä vesistömatkailua kohtaan.

Vastausaikaa kyselyllä oli kolme viikkoa, kysely aukesi 2. syyskuuta ja sulkeutui 22. syyskuuta.

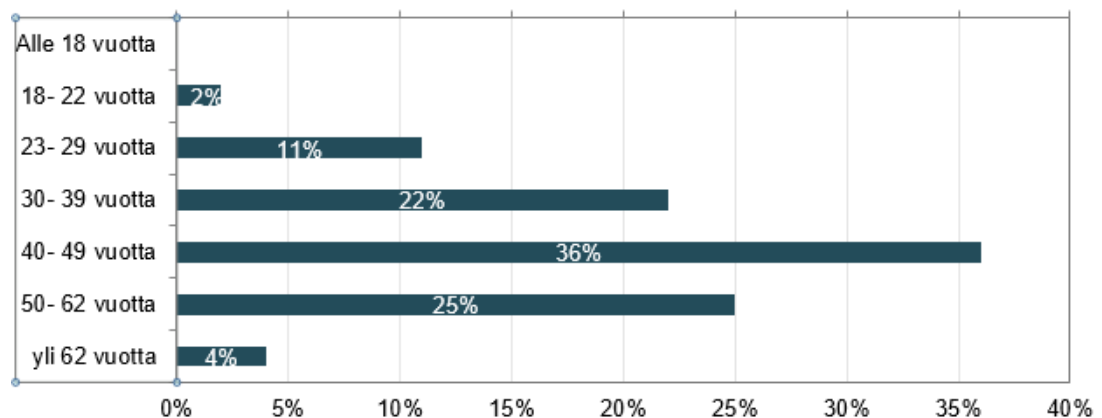
7.2 Vastaajat

Opinnäytetyöntekijän facebook-sivuilla kysely oli 338:n ihmisen saatavilla ja Maaseudun naiset-ryhmän kautta 1171:n ihmisen saatavilla. Yhteensä kysely tavoitti siis 1509 ihmistä. Vastauksia kyselyyn tuli 106 kappaletta. Vastausprosentiksi muodostui näin ollen noin 7%.

7.2.1 Sukupuoli, ikä ja kotimaakunta

Kuten olettaa saattaa, 96% vastaajista oli naisia. Naisia vastasi 102/106 ja miehiä 4/106.

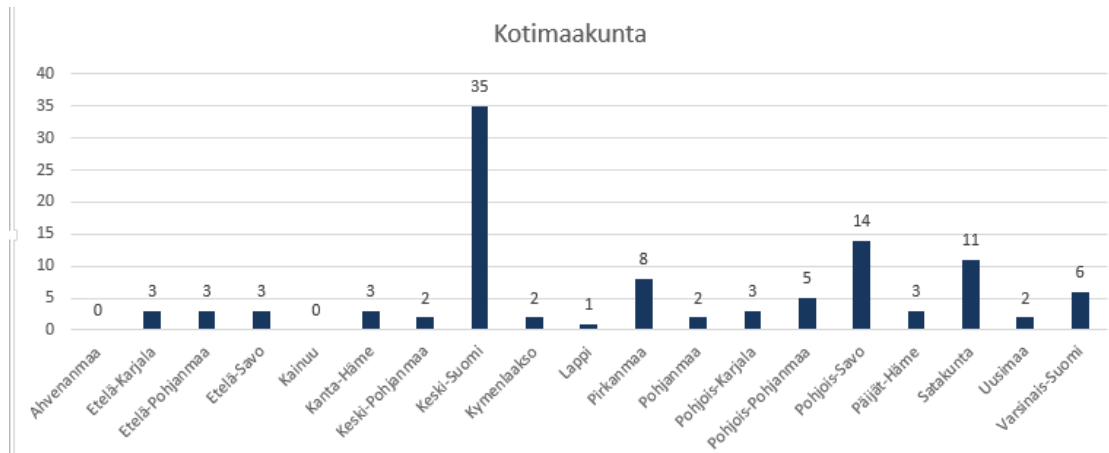
lältään vastaajat olivat yli 18 vuotiaista yli 62 vuotiaisiin. Suurin osa yli neljänkymmenen ikäisiä. Tämä selittyyneen rajattujen Facebook-ryhmien jäsenten keski-ikä.



Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma (N=106)

Vastaajista kolme ilmoitti olevansa eläkkeellä osa-aikaisesti ja kaksi kokonaan.

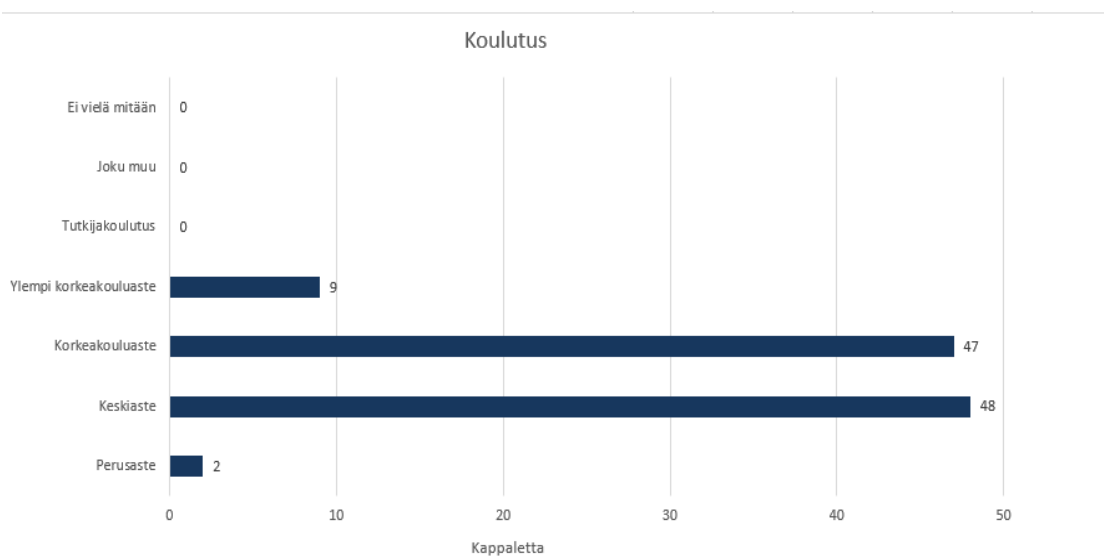
Vastaajat jakautuivat ympäri Suomen, painottuen vahvasti Keski-Suomeen. Ahvenanmaalta ja Kainuusta ei vastannut kukaan, muuten vastauksia saatiin kaikista Suomen maakunnista.



Kuvio 2. Kyselyyn vastanneiden kotimaakunta (N=106)

7.2.2 Koulutus

Vastaajien korkein koulutus oli suurimmaksi osaksi keskiasteelta (45%) tai korkeakouluasteelta (44%). Reilut kahdeksan prosenttia vastaajista oli suorittanut ylemmän korkeakouluasteen koulutuksen. Perusasteen koulutus oli hieman alle kahdella prosentilla vastaajista.

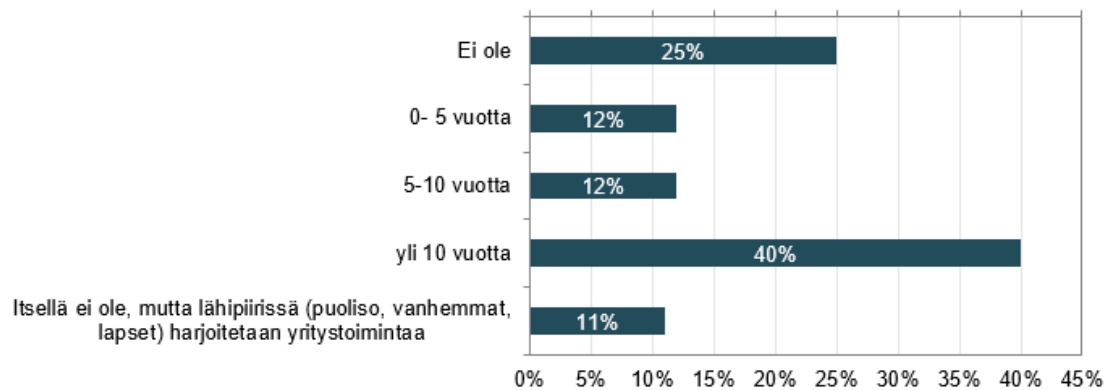


Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden koulutustaso (N=106)

7.2.3 Yrittäjäkokemus

Suurimmalla osalla, 80:lla vastaajalla oli joko itsellään tai lähipiirissään yrittäjäkokemusta. Näistä 40 prosentilla, eli 42 henkilöllä yrittäjäkokemusta oli yli 10 vuotta ja alle kymmenen vuotta 26 vastaajalla.

12 vastaajista ei ollut itse yrittäjiä, mutta heidän lähipiirissään harjoitetaan yritystoimintaa.

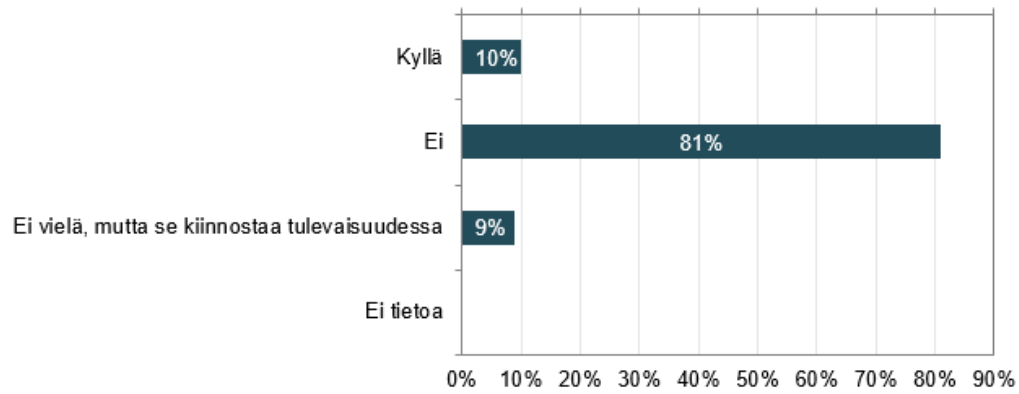


Kuvio 4. Kyselyyn vastanneiden yrittäjäkokemus (N=106)

Edellä viitatuista yrittäjistä yli 86 % kuului maatalousyrittäjäeläkkeen ja vähän alle 14 % yrittäjäeläkkeen piiriin.

7.2.4 Kokemus ja kiinnostuneisuus vesistömatkailusta

Edellä mainituista 80 :sta yrittäjästä kahdeksan ilmoitti harjoittavansa tällä hetkellä vesistömatkailua. Seitsemän yrittäjää ei harjoita sitä vielä, mutta on kiinnostunut siitä tulevaisuudessa. Suurin osa vastaajista, 65 yrittäjää ei kyselyn hetkellä harjoittanut vesistömatkailua, eikä se kiinnosta heitä myöskään tulevaisuudessa.



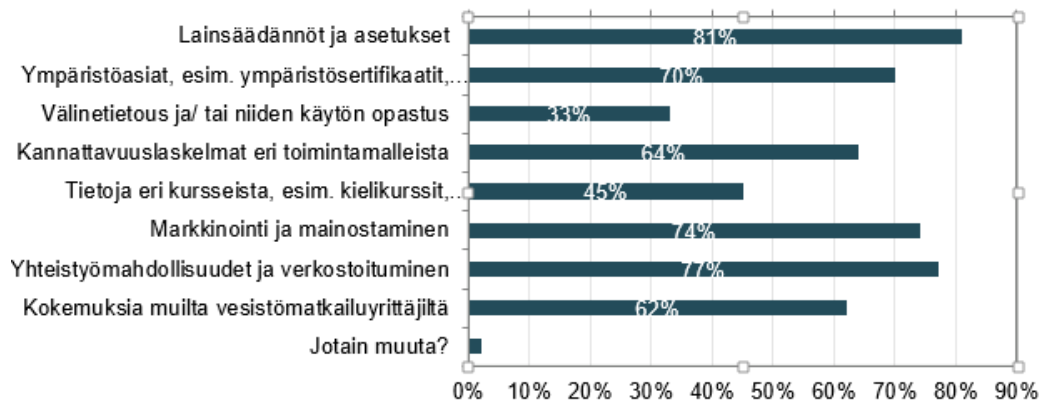
Kuvio 5. Kyselyyn vastanneiden vesistömatkailupalvelujen tuottamisen kokemus ja sen kiinnostavuus tulevaisuudessa (N=106)

7.2.5 Tiedontarve vesistömatkailua koskien

Kaikilta vastaajilta kysyttiin, minkälaista lisätietoa yrittäjät tarvitsisivat vesistömatkailuun liittyen. Vastaajat saivat valita kaikki, heidän mielestään tarpeelliset asiat.

Vastausten perusteella suurin tiedontarve olisi lainsäädäntöön ja asetuksiin liittyen, sen valitsi 81 prosenttia vastaajista. Seuraavaksi eniten toivottiin tietoa yhteistyömahdollisuuksista ja verkostoitumisesta (77%). Myös markkinoinnista ja mainostamisesta toivottiin tietoa (74%). 70 prosenttia vastaajista valitsi ympäristöasiat, kuten ympäristömerkit ja sertifiointit tarpeelliseksi lisätiedoille. Kannattavuuslaskelmat eri toimintamalleista kiinnosti 64 prosenttia vastaajista. Saman alan yrittäjien kokemuksesta lisää tietoa tahtosi 65 vastaajaa eli noin 62 prosenttia vastaajista.

Alle puolia, 45 prosenttia kiinnosti lisätiedon saanti eri kursseista, kuten kielikursseista. Välinetietouden ja/tai välineiden opastuksen koulutuksen valitsi kolmannes vastaajista. Jotain muuta-kohtaan vastasi kaksi henkilöä. Toinen vastaus ei liittynyt asiaan ja se hylättiin asiaan kuulumattomana. Toinen vastaus oli kehitysehdotus, joka kerrotaan myöhemmissä tuloksissa.



Kuvio 6. Kyselyyn vastanneiden lisätiedon tarve vesistömatkailuun liittyvissä asioissa (N=106)

7.2.6 Ajatuksia vesistömatkailusta

Viimeisenä kysymyksenä oli avoin kysymys, jossa vastaajat saivat kertoa vapaasti ajatuksia vesistömatkailuun liittyen. Vastauksissa ilmeni niin vahvuuksia, haasteita kuin ideoitakin.

Vesistömatkailun vahvuksina nähtiin yhteisen vesistön yhdistävä vaikutus, jolla toivottiin lisää verkostoitumista. Vesistömatkailu nähtiin matalan kynnyksen mahdollisuutena lisäelinkeinoille harjoittamalla vaikka kulkuvälineiden vuokrausta. Vesistömatkailu olisi vastaajien mukaan myös hyvä keino yhdistää vesistöreittejä rengasreitteihin ja näin saada aikaan asiakkaalle hyvä ja liikunnallinen tuotepaketti. Vanha keskikievarikulttuuri ja vaihtotalous nähtiin yhtenä mahdollisuutena tiloilla. Vesistömatkailussa nähtiin paljon mahdollisuuksia ja käyttämättömiä resursseja sekä verkostoitumisen mahdollisuuksia. Suomen puhdas luonto nähtiin suurena rikkautena, jota tulisi hyödyntää myös markkinoinnissa.

Haasteina vesistömatkailulle koettiin tuotteistamisosaaminen, hankalat ja monimutkaiset lupa-asiat sekä vesien käyttöoikeudet sekä olemattomat verkostot eri palvelujen tarjoajien välillä. Huolta ilmaistiin niin luonnon ja ympäristön suojelemisesta kuin rantojen asukkaiden rauhan kunnioittamisesta.

Uusia ideoita vesistömatkailuun liittyen tuli koordinoitua ja markkinoitua yhteisistä alueellisista brändeistä, esimerkiksi järven ympärille rakennettuna. Reitistöä voitaisiin myös rakentaa tiloilta toisille, jonka kautta asiakkaalle saataisiin erilaisia aktiviteetteja ja tiloille samalla vaikka ruuhka-apua. Yhteistyöllä mukaan saataisiin myös

ne tilat, jotka eivät itse omista rantaviivaa. Yhteistyössä nähtiin paljon mahdollisuuksia.

8 Johtopäätökset

Kyselyn tulokset vahvistivat aiemmin tehtyjen tutkimusten tuloksia. Komu & Selkälän (2018) tuottamassa Saaristo- ja vesistömatkailun Hyvät Tuotteet- projektin loppuraportin tulokset näkyivät myös tässä tutkimuksessa.

Vesistömatkailu kiinnosti vastaajia kohtalaisen hyvin. Kyselyyn saatiin vastauksia suhteellisen paljon, vaikka opinnäytetyöntekijä ei ole kovin aktiivinen Maaseudun Naiset-ryhmässä. Moni vastaajista oli yrittäjä tai ainakin läheisesti tekemisissä yrittäjän kanssa ja heistä pieni osa harjoitti jo vesistömatkailua. Yrittäjien kiinnostus vesistömatkailua kohtaan ei ollut kovin suurta, osin tämän selittää se, että suurin osa vastanneista oli maatalousyrittäjäeläketurvan piirissä, joten heidän yritystoimintansa keskittyy joko maanviljelyyn, eläinten pitoon tai metsänkasvatukseen. Näin ollen ei kiinnostusta, aikaa eikä energiaa välttämättä riitä muun yritystoiminnan pyörittämiseksi.

Tiedontarve vesistömatkailusta oli kovaa. 106 vastaajaa antoivat yhteensä 533 ääntä jollekin annetuista lisätietovaihtoehdoista. Keskimääräisesti jokainen vastaajista tahtoi viidestä eri kohdasta lisää tietoa vesistömatkailusta. Asia selittyy osittain sillä, että vesistömatkailu oli useimmille yrittäjistä vieraampi ala, vain kymmenen prosenttia heistä harjoitti sitä kyselyhetkellä.

Suomessa on vahva sääntely yritystoimintaa koskien. Tämä varmasti selittää sen, että lainsäädännöstä ja asetuksista haluttiin saada eniten lisää tietoa. Vesistömatkailu on käsitteenä laaja ja tämä saattoi lisätä vastaajien lisätiedon tarvetta asiaa kohtaan.

Komu & Selkälän (2018) tutkimuksessa todettiin, että vesistömatkailua tulisi kehittää verkostoitumisen ja yhteistyön kautta. Positiivista on huomata, että yhteistyömahdollisuudet ja verkostoituminen kiinnostivat myös suurta osaa vastaajista. Yhteistyöllä pieneen maahan saataisiin luotua paljon parempi palveluvalikoima kuin yksin tekemällä. Yhteistyöllä myös luodaan vastuullisempaa liiketoimintaa niin taloudellisesti, sosiaalisesti kuin ekologisestikin ajateltuna.

Markkinointiosaaminen kiinnosti myös suurta joukkoa. Yhteistyö ja verkostot auttavat myös markkinoinnissa. Kalliolan (2019) mukaan hyvään markkinointiin auttaa hyvä tiimi ja avoimuus. Hyvää markkinointia rakentavat ihmiset, ei koneet. Kuten Kalliola totesi, markkinoinnissa auttaa myös positiivisuus, empatia ja arkirutiinien rikkinen.

Arkirutiineja voidaan rikkoa vaikka tekemällä yrityksen seuraava mainos videomuodossa käyttäen apuna lisättyä todellisuutta. Kiinnostus markkinointia kohtaan on positiivinen viesti yrittäjiltä, sillä Suomen matkailustrategia 2020:ssa Suomen heikkouksiin kuuluivat tuntemattomuus ja yleinen saavutettavuus. Suomessa on paljon potentiaalia piilossa, joka varmasti tuottaisi tulosta, kunhan yrittäjille saataisiin parempaa markkinointi- ja tuotteistamisosaamista.

Myös ympäristöasiat kiinnostivat mukavan suurta joukkoa vastaajista. Kuten Maaseutumatkailu-kestävyysslaji?-kirjassa (2012) todetaan, kestävyys ja laatu kulkevat käsi kädessä. Toimintaympäristön ollessa sinisen biotalouden piirissä toiminnan tulisi perustua vesistön hyvään tilaan (Bio- ja kiertotalous).

Haapakosken (2019) mukaan yritys voi toteuttaa ekologista vastuuta jo hyvin pienin teoin arjessa. Joka päiväisen vastuullisen toiminnan lisäksi toimintatavoilla voidaan myös välittää tietoa eteenpäin. Tässä tehtävässä auttaisi myös ympäristömerkit ja sertifikaatit, jotka omalta osaltaan kiinnittäisivät asiakkaiden huomion ympäristöä kohtaan.

Avoimessa kysymyksessä esiin nousi verkostoituminen, sen haasteet, mahdollisuudet ja potentiaali. Yhteistyötä tahdottaisiin tehdä lisää ja se haluttaisiin ulottaa laajalle, niin eri palveluiden tuottajien välille kuin naapurituloillekin.

Kysely vahvisti aiempien tutkimusten tuloksia vesistömatkailusta. Yhteistyön kehittäminen ja verkostoituminen koettiin tärkeiksi asioiksi niin oman yrityksen toiminnan, kuin koko Keski-Suomen maaseudun kannalta. Esiin nousi myös se, että yhteistyöhön tarvitaan joku koordinoimaan toimintaa. Suomen saaristo- ja vesistömatkailusta eurooppalainen vetovoimatekijä- hankkeen loppuraportissa (2017) esiin nousi Keski-Suomen liiton vahva panostus alueen matkailun kehittämiseen. Yrittäjien ja hallinnollisten organisaatioiden yhteinen tahtotila lupaa hyvää koko Keski-Suomen vesistömatkailulle.

9 Pohdinta

9.1 Suomessa piileskelevä potentiaali

Työ oli mielenkiintoinen ja sen koostaminen antoi itselleni paljon. Vaikka olen tiedostanut Suomen vesistöjen ja luonnon kauneuden ja puhtauden ennenkin, niiden monimuotoisuus ja ainutlaatuisuus oli kuitenkin minulle yllätys. Meillä on käsissämme ainutlaatuinen ympäristö, joka tarjoaa palveluliiketoiminnalle todella uniikin toimintaympäristön maailmanlaajuisestikin katsottuna. Vesistöluonto on kuitenkin herkkä ja haavoittuva ja luontoa tulisikin kunnioittaa ja vaalia, jotta se säilyy jatkossakin monimuotoisena ja puhtaana. Vihreät arvot tulisi aina liittää yrityksen arvomaailmaan, kun ollaan tuottamassa liiketoimintaa luonnossa.

Suomessa teknologiaosaaminen on todella korkealla tasolla. Täällä osataan suunnitella ja rakentaa laadukkaasti niin rakennuksia, koneita kuin laitteitakin. Palveluiden muotoilun, markkinoinnin ja asiakaspalvelun suhteen meillä on kuitenkin paljon opittavaa. Teknisen osaamisen ohella meidän pitäisi ottaa ihmiset huomioon omina itsenään, niin asiakkaat, toiset yrittäjät kuin naapuritkin.

Suomessa välimatkat ovat pitkät ja syrjäseudut kuihtuvat, mikäli palveluita ei opita tuottamaan asiakaslähtöisesti ja yhdessä toisten yrittäjien kanssa. Asiakaspalvelussa tärkeintä ei ole oma rooli ja sen tiukka rajaaminen tiettyyn osaan palvelua vaan kokonaisuus, se kokemus, jonka asiakas saa. Yhteistyö eri yrittäjien kesken on kultaakin kalliimpaa ja sitä tulisi lisätä niin eri palvelujen tuottajien kuin saman alan toimijoiden kesken. Yhteistyöyrittäjien ei tarvitse ajatella kaikista asioista samalla tavalla voidakseen tehdä yhteistyötä, kunhan yritysten arvomaailma ei täysin kumoa toisiaan.

Palvelu saa ja sen kuuluukin olla yksilöllinen ja erilainen kuin muilla. Suomessa ei tarvitse ajatella, että täällä ei voida tuottaa palvelua, koska ilmat ovat huonot tai kesä liian lyhyt. Meistä esteille tuntuvat asiat voivat olla todella suuria mahdollisuuksia. Eikä täällä välttämättä kannata kilpailla kilometrien mittaisilla aurinkorannoilla tai kansainvälisesti tunnetulla ruokakulttuurilla. Me voimme kilpailla puhtaalla luonnolla ja uniikilla ympäristöllä. Se, jos mikä, on todella suuri mahdollisuus. Kulttuuria voidaan

rakentaa, mutta ympäröivää luontoa me emme vuosisadassa tai vielä toisessakaan voi muuttaa kuin huonompaan suuntaan.

Suomalaisten pitäisikin olla ylpeitä omasta uskomattomasta luonnostamme, osaamisestamme ja hieman oudosta huumorintajustamme, joiden ansiosta Suomessa kisailaan vuosittain esimerkiksi Eukonkannon, suopotkupallon tai kesäpilikin maailmanmestaruudesta.

9.2 Maaseuduille voi saada lisää (kassa)virtaa vesistöistä

Tämän opinnäytetyön aikana huomasin, että vesistöistä voi saada taloudellista lisäarvoa monella eri tavalla. Rahallisesti vesistömatkailun tuottamisen voi aloittaa pienemmälläkin panostuksella, kaiken ei tarvitse aina olla suurta ja kallista. Etenkin maaseuduille vesistöt tarjoavat erittäin varteenotettavan ympäristön lisäelinkeinojen saamiseksi. Suomessa ei aina osata arvostaa vesistöjen tarjoamia mahdollisuuksia, ne kun ovat niin itsestään selvä osa arkeamme.

Tässä työssä piti laatia katelaskelmia eri palveluliiketoimintojen vertailua helpottamaan. Työn luonne kuitenkin muuttui sen edetessä ja katelaskelmia en työhön tehnyt osittain ajan puutteen vuoksi ja osittain sen vuoksi, että jokainen vesistömatkailun toimintaympäristö on erilainen. Niiden keskinäinen vertailu on vaikeaa.

Vaikka saman palvelun tuottaisi prikulleen samalla kaavalla kahdessa eri kohteessa, lopputuote ja kokemus siitä on aivan erilainen. Tähän on syynä uniikit toimintaympäristöt, jotka vaikuttavat suuresti palvelumuotoiluun niin palvelun luonteen, sen keskeisyyden, aktiviteetin vaikeustason, mökin varustelutason, oppaan ammattitaidon tai vaikka yrittäjän yhteistyöverkoston vuoksi.

Kun yrittäjä suunnittelee aloittavansa vesistömatkailuun liittyvän palvelun tuottamista, suosittelen häntä ottamaan yhteyttä lähimpään neuvontaorganisaatioon, oli se sitten kunnan oma nimetty edustaja, kehittämissyhtiö tai muu alan ammattilainen. Lisäksi suosittelen lämpimästi olemaan yhteydessä saman alan yrittäjiin, verkostoitumaan ja oppimaan heidän kokemuksistaan. Toisten neuvoja ja ohjeita kannattaa kuunnella, mutta muistaa kuitenkin tehdä itse lopulliset päätökset.

9.3 Lisää tutkimusta tarvitaan

Jatkossa vesistömatkailuun liittyviä tutkimuksia voisi tehdä ympäristöasioista, kuten ympäristömerkeistä ja sertifikaateista, joiden tunnettuus Suomessa on melko alhaisella tasolla. Kyselyn tulokset osoittivat myös sen, että lainsäädännöstä ja muusta byrokraatiasta tarvitaan lisää tietoa, etenkin ymmärrettävästi esitettynä.

Palvelumuotoilun ja markkinoinnin osalta Suomessa on vielä paljon tehtävää, tähän toivoisin myös lisää tutkimusta, etenkin maaseudun näkökulmista tehtynä. Myös verkostoituminen mainittiin usein haasteiden kohdalla, joten sen ympärille kasattu tutkimus varmasti toisi apua monelle uudelle yrittäjälle.

Lähteet

- Allen, M.R., de Coninck, H., O.P. Dube, O. Hoegh-Guldberg, D. Jacob, K. Jiang, A. Revi, J. Rogelj, J. Roy, D. Shindell, W. Solecki, M. Taylor, P. Tschakert, H. Waisman, S. Abdul Halim, P. Antwi-Agyei, F. Aragón-Durand, M. Babiker, P. Bertoldi, M. Bindi, S. Brown, M. Buckeridge, I. Camilloni, A. Cartwright, W. Cramer, P. Dasgupta, A. Diedhiou, R. Djalante, W. Dong, K.L. Ebi, F. Engelbrecht, S. Fifita, J. Ford, P. Forster, S. Fuss, V. Ginzburg, J. Guiot, C. Handa, B. Hayward, Y. Hijjoka, J.-C. Hourcade, S. Humphreys, M. Kainuma, J. Kala, M. Kanninen, H. Kheshgi, S. Kobayashi, E. Kriegler, D. Ley, D. Liverman, N. Mahowald, R. Mechler, S. Mehrotra, Y. Mulugetta, L. Mundaca, P. Newman, C. Okereke, A. Payne, R. Perez, P.F. Pinho, A. Revokatova, K. Riahi, S. Schultz, R. Sférian, S.I. Seneviratne, L. Steg, A.G. Suarez Rodriguez, T. Sugiyama, A. Thomas, M.V. Vilariño, M. Wairiu, R. Warren, K. Zickfeld, and G. Zhou. 2018. Technical Summary. In: Global Warming of 1.5°C. An IPCC Special Report on the impacts of global warming of 1.5°C above pre-industrial levels and related global greenhouse gas emission pathways, in the context of strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and efforts to eradicate poverty [Masson-Delmotte, V., P. Zhai, H.-O. Pörtner, D. Roberts, J. Skea, P.R. Shukla, A. Pirani, W. Moufouma-Okia, C. Péan, R. Pidcock, S. Connors, J.B.R. Matthews, Y. Chen, X. Zhou, M.I. Gomis, E. Lonnoy, T. Maycock, M. Tignor, and T. Waterfield (eds.)]. In Press. Viitattu 4.4.2019. <https://www.ipcc.ch/sr15/>.
- Ammattiluokitukset. 2012. Tilastokeskuksen internet-sivut. Viitattu 12.5.2019. https://www.stat.fi/artikkelit/2011/art_2011-12-12_007.html?s=1.
- Arantola, H & Simonen, K. 2009. Palvelemisestä palveluliiketoimintaan- Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana. Viitattu 10.5.2019. https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/palvelemisesta_palveluliiketoimintaan.pdf.
- Bio- ja kiertotalous. N.d. Biotalouskuvaus Maa- ja metsätalousministeriön internet-sivuilla. Viitattu 19.11.2019. <https://mmm.fi/biotalous>.
- Carbon action-alusta-monta hyötyjää. N.d. Baltic sea action groupin-internet sivut. Viitattu 19.11.2019. <https://carbonaction.org/carbon-action-2/>.
- Grant, R. M. 2008. Contemporary strategy analysis. UK: Blackwell Publishing Ltd. Viitattu 11.5.2019.
- Haapakoski, T. 2019. Yrittäjä. Erä- ja luontopalvelut Hyvältä. Puhelin haastattelu 19.11.2019. Vesistömatkailuyrittäjän omat kokemukset.
- Hallituksen kärkihankkeet. 2019. Maa- ja metsätalousministeriön internet-sivut. Viitattu 30.1.2019. <https://mmm.fi/karkihankkeet>.
- Happonen, J. 2019. Yrittäjä. Kalastusohjelmopalvelut Happonen Ky. Päämäärätietoisesti uutta liiketoimintaa pohjoiseen Keski-Suomeen hankkeen vesistömatkailuinfo 23.10.2019. Viitattu 19.11.2019. <https://www.youtube.com/watch?v=JiNjDhtEVk0&feature=youtu.be>.
- IPCC:n määritelmä. N.d. Viitattu 4.4.2019. <https://www.stat.fi/meta/kas/ipcc.html>.

ISO 14001-Maailman tunnetuin ympäristöjärjestelmämalli. N.d. Viitattu 13.5.2019. https://www.sfs.fi/julkaisut_ja_palvelut/tuotteet_valokeilassa/iso_14000_ymparistojohtaminen/ymparistojarjestelma.

Kalliola, M. 2019. Buustia maailman parhaille maaseudun tuotteille ja palveluille! Päämäärätietoisesti uutta liiketoimintaa pohjoiseen Keski-Suomeen hankkeen työpaja 5.9.2019.

Kananen, J. 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja.

Kananen, J. 2016. Opinnäytetyön ohjaajan opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 220.

Kesma 2. N.d. Kestävyydestä kilpailuetua maaseutumatkailuun-hankkeen internet sivut. Viitattu 12.5.2019. <http://www.kestavamatkailu.fi/info/>.

Kestävä matkailu. N.d. Green ideas for tourism-Erasmus+-hankkeen internet-sivut. Viitattu 13.5.2019. <http://www.greentourism.eu/fi/Post/Name/SustainableTourism>.

Komu, H. & Selkälä, S. 2018. Saaristo- ja vesistömatkailun Hyvät Tuotteet-projektin loppuraportti. Maa- ja metsätalousministeriön julkaisuja 5/2018.

http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160844/05_18_Saaristo_Hyvattuotteet_loppuraportti.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Kotimajoittajan opas. N.d. Homestay-kotimajoituskonseptin kehittäminen maaseudulla hankkeen julkaisuja. Viitattu 10.11.2019.

http://ruralfinland.karelia.fi/images/Tiedostot/Julkaisut/Homestay_Kotimajoitusopas.pdf.

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. & Piercy, N. 2017. Principles of Marketing. 7 th European edition. Viitattu 12.5.2019.

Maaseutumatkailu-kestävyysslaji? Näkökulmia kestävään matkailuun maaseudulla. 2012. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja. Viitattu 12.5.2019.

Making tourism more sustainable. A guide for policy makers. 2005. United Nations Environment Programme and World Tourism Organization. Viitattu 19.11.2019.

<http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>.

Matkailupalveluiden esteettömyys. N.d. Esteettömän matkailun kuvaus Business Finlandin internet-sivuilla. Viitattu 24.10.2019.

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/esteettomyys/>.

Matkailu- ja ravintola-alan ympäristömerkit ja ympäristösertifikaatit. N.d. Viitattu 19.11.2019. <https://www.mara.fi/toimiala/vastuullisuus/alan-ymparistomerkit-ja-ymparistosertifikaatit.html>.

Mäkelä, T. N.d. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. Viitattu 13.5.2019. <https://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>.

- Niemi, J. 2015. Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2015. Helsinki: Luonnonvarakeskus. http://jukuri.luke.fi/bitstream/handle/10024/486005/luke-luobio25_2015.pdf?sequence=1 .Viitattu 4.4.2019.
- Rantanen, R. N.d. Palveluliiketoiminta-mitä se on? Viitattu 11.5.2019. <https://asiakas.kotisivukone.com/files/ukipolis.palvelee.fi/Vipina/amitec.pdf>.
- Sertifioinnit j& ohjelmat. N.d. Matkanjärjestäjien käytössä olevia laatujärjestelmiä Business Finlandin internet-sivuilla. Viitattu 28.11.2019. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sertifioinnit--ohjelmat/>.
- Sininen biotalous. N.d. Sinisen biotalouden kuvaus Maa- ja metsätalousministeriön internet-sivuilla. Viitattu 19.11.2019. <https://mmm.fi/biotalous/sininen-biotalous>.
- Suomen biotalousstrategia. 2014. Viitattu 10.5.2019. http://www.biotalous.fi/wp-content/uploads/2015/01/Suomen_biotalousstrategia_2014.pdf
- Suomen matkailustrategia 2020. 2010. Viitattu 19.11.2019. http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/Matkailustrategia_020610.pdf.
- Suomen saaristo- ja vesistömatkailusta eurooppalainen vetovoimatekijä. 2017. Saaristo- ja vesistömatkailun selvityshankkeen loppuraportti. Maa- ja metsätalousministeriön julkaisu 3/2017. http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79421/03_17_Suomen_saaristo_ja_vesistomatkailusta_FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Tomperi, S. 2018. Taloushallinto. Toiminnan kannattavuus. 12. p. Keuruu: Otavan kirjapaino.
- Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. N.d. Vastuullisen liiketoiminnan kuvaus Elinkeinoelämän keskusliiton internet-sivuilla. Viitattu 10.11.2019. <https://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>.
- Vesistöt. N.d. Maa- ja metsätalousministeriön internet-sivut. <https://mmm.fi/vesistot>. Viitattu 30.1.2019.
- Witas Oy. Pämä-hanke. Viitattu 30.1.2019. http://www.witas.fi/hankkeet/pama_731.

Liitteet

Liite 1. Kyselytutkimuslomake

jamk.fi

Jyväskylän ammattikorkeakoulu
JAMK University of Applied Sciences

Vesistömatkailu palveluliiketoiminnassa

Hei,

Olen Jyväskylän ammattikorkeakoulun biotalousinstituutin agrologiopiskelija. Teen opinnäytetyötä Päämäärätietoisesti uutta liiketoimintaa pohjoiseen Keski-Suomeen (PÄMÄ) -hankkeelle kartoittamalla vesistömatkailun palveluliiketoimintamahdollisuuksia.

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa informatiivisia tuotekortteja, joissa esitellään erilaisia tapoja tarjota palveluita vesistöjen äärellä. Näistä tuotekorteista vesistömatkailusta kiinnostuneet yrittäjät saavat lisätietoa vesistömatkailun palveluliiketoiminnan aloittamiseksi tai kehittämiseksi.

Tämän kyselyn tarkoituksena on kartoittaa kiinnostusta vesistömatkailusta palveluliiketoiminnan ympäristönä sekä sitä, minkälaista tietoa yrittäjät vesistömatkailusta tarvitsisivat.

Kyselyyn vastaamiseen menee aikaa noin 5 minuuttia ja kyselyyn vastataan anonyymisti.

Haluan kiittää lämpimästi kaikkia vastauksistanne.
Aurinkoista syksyä!

Aija Hytönen

1. Sukupuoli *

- Nainen
 Mies
 Muu

2. Ikä

- Alle 18 vuotta
 18- 22 vuotta
 23- 29 vuotta
 30- 39 vuotta
 40- 49 vuotta

- 50- 62 vuotta
- yli 62 vuotta

3. Eläköityminen työelämästä

- Ei vielä
- Osittain
- Kokonaan
-

4. Kotipaikan maakunta *

- Ahvenanmaa
- Etelä-Karjala
- Etelä-Pohjanmaa
- Etelä-Savo
- Kainuu
- Kanta-Häme
- Keski-Pohjanmaa
- Keski-Suomi
- Kymenlaakso
- Lappi
- Pirkanmaa
- Pohjanmaa
- Pohjois-Karjala
- Pohjois-Pohjanmaa
- Pohjois-Savo
- Päijät-Häme
- Satakunta
- Uusimaa
- Varsinais-Suomi

5. Korkein suoritettu koulutus *

- Perusaste (peruskoulu, kansakoulu)
- Keskiaste (mm. ylioppilas, perus-, ammat- tai erikoisammattitutkinto)
- Korkeakouluaste (mm. agrologi, tekniikko, amk- tutkinto, yliopiston alempi tutkinto)
- Ylempi korkeakouluaste (ylemmät amk- tutkinto, yliopistotutkinto)
- Tutkijakoulutus (lisensiaatin tai tohtorin tutkinto)
- Joku muu
- Ei vielä mitään

6. Opiskelu tällä hetkellä

- Ei opintoja meneillään
- Opintoja meneillään

7. Meneillään olevat opinnot?

8. Yrittäjäkokemus (YEL, MYEL) *

- Ei ole
- 0- 5 vuotta
- 5-10 vuotta
- yli 10 vuotta
- Itsellä ei ole, mutta lähipiirissä (puoliso, vanhemmat, lapset) harjoitetaan yritystoimintaa

9. Kuuluuko kyseinen yritystoiminta maa - metsätalous - tai puutarhatalouden piiriin? *

- Kyllä
- Ei
- Ei tietoa

10. Harjoitetaanko edellä mainitussa yrityksessä vesistömatkailua? (mm. mökin vuokrausta, opastus -/ohjelmalveluja veden äärellä, risteilyjä tms.) *

- Kyllä
 Ei
 Ei vielä, mutta se kiinnostaa tulevaisuudessa
 Ei tietoa

11. Minkälaista lisätietoa yrittäjät, tai sellaisiksi aikovat, mielestäsi tarvitsisivat vesistömatkailusta?

Valitse kaikki mielestäsi tarpeelliset vaihtoehdot.

- Lainsäädännöt ja asetukset
 Ympäristöasiat, esim. ympäristösertifikaatit, kestävän kehityksen toimintatavat
 Välinetietous ja/ tai niiden käytön opastus
 Kannattavuuslaskelmat eri toimintamalleista
 Tietoja eri kurseista, esim. kielikurssit, palveluliiketoiminnan kurssit, erävuokkurssit, digitaitojen kurssit...
 Markkinointi ja mainostaminen
 Yhteistyömahdollisuudet ja verkostoituminen
 Kokemuksia muilta vesistömatkailuyrittäjiltä
 Jotain muuta?

12. Mitä? *

13. Muita ajatuksia aiheeseen liittyen

Liite 2. Vesistömatkailun infokorttimateriaali

Vesistömatkailu

Suomi vesistömatkailun toimintaympäristönä

Suomi on maailman vesistöisin maa, sisävesiä on yli 34 000 km², yli hehtaarin kokoisia järviä 56 000 kpl, jokia 647 kpl ja merialuetta 52 500 km². Rantaviivaa löytyy yhteensä 336 000 km ja sitä on mahdollista hyödyntää monipuolisesti. Suomi kuuluu myös Euroopan suurimpiin saaristomaihin, yli hehtaarin kokoisia saaria täältä löytyy yli 76 000 kpl ja ne ovat helposti saavutettavissa. (1).

Vahvuudet ja kehityskohteet

Suomen matkailun vahvuuksiin ja vetovoimatekijöihin kuuluvat muun muassa puhdas luonto, metsät, järvet sekä sauna. Luontoa ja vesistöjä hyödynnetään erityisesti maaseutumatkailussa. (1).

Keski-Suomen vesistömatkailussa on edelleen paljon hyödyntämätöntä potentiaalia, etenkin ympärivuotisissa palveluissa. Uusia, monipuolisia palveluita ja niiden tarjoajia sekä kehittämistyötä ja kansainvälistä markkinointia tarvitaan kuitenkin vielä paljon. (2).

Ympäristömerkit ja sertifiointit

Ympäristömerkeillä tai sertifiointeilla voi luoda lisäarvoa omalle palvelulleen. Etenkin kansainväliset asiakkaat arvostavat merkkejä ja sertifiointeja kovasti ja niitä tulee käyttää myös markkinoinnissa hyödyksi. Suomessa on lähtökohtaisesti korkea taso ympäristöasioissa, joten useinkaan sertifikaatin tai ympäristömerkin saamiseksi ei tarvitse tehdä kovin suuria muutoksia. (2.)

Ympäristömerkien ja sertifiointien kriteereitä matkailupalveluiden järjestäjille on listattu hyvin esimerkiksi Business Finlandin nettisivuilla (5). Palveluiden suunnittelussa kannattaa huomioida myös kansainväliset kestävä matkailun päätavoitteet (8).

Yrityksen rahoitus

Yrittäjän on mahdollista saada rahoitusta liiketoiminnan aloittamiseen tai kehittämiseen eri tahoilta. Näitä tahoja ovat esimerkiksi Maaseuturahoitus, eri Leader- ryhmien rahoitukset,

Business Finland, säätiörahoitukset, pankkilainat, vakuudettomat yrityslainat, Finnvera-rahoitus, ELY-keskusten rahoitukset sekä useat muut tahot. Näistä löytyy lisää tietoa esimerkiksi yrityksen-perustaminen.net-internet-sivuilta. (9).

Usein rahoituksen saantia edesauttaa, kun tietää valtakunnalliset sekä maakunnalliset matkailun päätavoitteet. Visit Finland on laatinut Suomen matkailustrategia 2020, joka löytyy heidän internet-sivuiltaan (10). Maakunnallisista tavoitteista vastaa Keski-Suomen osalta Keski-Suomen liitto (11).

Sääntely

Lait asettavat vesistömatkailulle, kuten muullekin yritystoiminnalle raamit, minkä puitteissa tulee toimia. Se mitä lakia milloinkin sovelletaan riippuu siitä, mitä palvelua tuotetaan. Lakeja voi tarkastella Finlexin internet-sivuilta. (14).

Vesistömatkailun eri mahdollisuuksia

Majoitustoiminta

Majoitustoiminta luo hyvän rungon koko vesistömatkailulle. Mökkimajoitusta on Suomessa harjoitettu jo vuosikymmeniä ja sen suosio on edelleen hyvää. Nykyajan mökin vuokraaja vaatii usein vähintään sähköliittymää ja juoksevaa vettä vuokraamaltaan mökiltä. (2). Majoitukset onkin hyvä luokitella niiden teknisten ominaisuuksien mukaisesti laatuluokkiin.

Mökkimajoituksen lisäksi majoitustoimintaa voi harjoittaa esimerkiksi maatilamajoituksella, lasiprisma- majoilla, miniasuntovaunuilla tai vaikkapa luksustelttailulla eli ”glampingilla” (2). Viime aikoina kotimajoitus on myös nostanut päätään. Kotimajoitus soveltuukin maaseudulle hyvin niin periaatteiden, kuin elämysten tuottamisenkin suhteen. (3).

Maaseutumatkailun majoitustilojen valtakunnallisessa laatuluokitusohjeistuksessa on määritelty majoitustiloja koskevat perusvaatimukset. Ohjeistuksessa on kerrottu perusvaatimusten lisäksi millaisia vaatimuksia on eri laatuluokissa. (4).

Ympäristömerkkien ja sertifikaattien lisäksi kansainvälisiä asiakkaita kiinnostavia asioita ovat yksilöllisyys, palveluiden joustavuus sekä majoituspaikan historia. (2).

Majoitustoiminnan käytännön toteutuksen voi hoitaa joko itse, tai käyttää välityspalveluita.

Risteily- ja lauttareitit

Risteilyjä tarjotaan kattavasti koko Suomessa, niin sisävesillä kuin merialueillakin. Kestoltaan ne voivat olla tunnin pikaristeilyistä päivän mittaisiin reittiristeilyihin, joko vakiovuoroina tai reitti- tai teemaristeilyinä oheisohjelmineen.

Oheisohjelma voi olla vierailu näköalakohten edustalla, pysähtyminen saarella tai rannassa laavulla nuotiokahvien merkeissä tai ohjelmanumero vesillä seilattaessa, kuten live- esiintyjä tai yhteislauluhetki.

Viime aikoina huomio on kääntynyt mahdollisimman pitkään sesonkiin, jonka vuoksi kalusto on syytä varustaa katoksilla ja lämmitysjärjestelmällä. Yleisesti kaluston kunto vaikuttaa suuresti turvallisuuteen ja aluksen ekologisuuteen.

Tuotteistamisvaiheessa tulee huomioida koko palvelupolku aina siitä alkaen, kun asiakas kiinnostuu tuotteesta. Esimerkiksi palvelu tulee olla hyvin esiteltyinä, helposti varattavissa, ajo-ohjeet satamaan kunnossa, parkkipaikat ja wc-tilat tulee olla merkittyinä, laiturin ja aluksen kulkusillan on oltava turvallinen ja niiden on sovelluttava myös pyörätuolien tai lastenvaunujen kanssa liikkuville.

Risteilyjä voi harjoittaa veneiden ja laivojen lisäksi myös ilmatyynyaluksilla tai vaikkapa Amfibio Salamander- aluksilla, jotka yhdistävät laiva- ja bussimatkat. Irlannissa kehitetty alus täyttää EU:n asettamat tie- ja vesiliikenteelle asettamat vaatimukset. Alus on siirreltävässä ajamalla tietä pitkin myös pidempiä matkoja, joten talvikaudeksi sen voi vaikka ajaa Euroopan rannoille ja jatkaa risteilytoimintaa siellä Suomen talven yli. (2).

Veneily

Veneily on viime aikoina saanut lisää suosiota etenkin vuokraamismahdollisuuden ansiosta. Nykyihmiset eivät välttämättä halua käyttää kallista vapaa- aikaansa veneen huoltamiseen tai maksaa venepaikasta, jos vesillä ennätetään olla vain harvoin. Veneen vuokraamalla voi myös saada käyttöönsä hintaluokaltaan arvokkaamman kaluston.

Nykyaikana suosiotaan ovat nostaneet hybridi- tai sähkömoottoreilla varustetut veneet lähinnä niiden ekologisuuden ja niistä aiheutuvien vähäisten meluhaittojen vuoksi. Kesämökin ja veneen yhdistelmät, "houseboatit" sekä saunalautat kuuluvat myös suosittujen kalustojen joukkoon.

Veneitä vuokratessa on syytä varmistaa, että asiakas tuntee vesillä liikkumisen peruseriaatteet. Vene tulee myös olla varustettuna asianmukaisilla pelastautumis- ja turvavälineillä. (2).

Liikunta- ja luontomatkailu vesistöjen äärellä

Suomen vesistöjä on kehuttu ympäristöinä jopa Euroopan parhaimmiksi. Ne tarjoavat liikunta- ja luontomatkailuun upeat puitteet monimuotoisuudellaan ja pohjoisella eksoottisuudellaan. Suomessa, kuten muuallakin Euroopassa, liikunta- ja luontomatkailupalveluita toteutetaan enimmäkseen kansallispuistojen alueilla. (2).

Luonnossa liikuttaessa tulee erityistä huomiota kiinnittää luonnon hyvinvointiin.

Luonnonvarakeskuksen sivuilta löytyy paljon tietoa luonnon virkistyskäyttöä koskien. (12).

Suomen upeat kansallispuistot tarjoavat myös hyvän kentän toiminnalle. Metsähallitus vastaa kansallispuistoista ja niiden internet- sivuilta löytyy paljon hyödyllistä tietoa kansallispuistojen käytöstä luontomatkailussa. (13).

Vesistöjen läheisyys lisää esimerkiksi patikointi- ja pyöräreittien kiinnostavuutta. Vesistöjen rannoilla voidaan tuottaa esimerkiksi patikointeja, polkupyöräilyä tai ratsastusta luonto-ohjauksella.

Itse vesistöissä taas voidaan tarjota muun muassa uintia, sukellusta, melontaa, suppailua, koskenlaskua, flyboardingia sekä muiden vesiliikuntavälineiden, kuten vesikirppujen, vesipolkupyörien ohjattua käyttöä tai vuokrausta. Toimintaa voidaan laajentaa tarjoamalla esimerkiksi ryhmien virkistyspalveluita lisäohjelmineen. (2).

Palveluiden tarjoajan tulee huolehtia, että aktiviteetin ohjaajalla on hyvä tieto-taito ja osaaminen kyseisten välineiden käytöstä sekä ensiapukoulutukset kunnossa. Hyvä paikallistuntemus alueesta on myös syytä olla kunnossa vesillä toimiessa.

Tuotteistamisprosessin aikana aktiviteettipalveluita on syytä harjoitella testiasiakkaiden avulla. Harjoiteltu ja sen pohjalta hiottu tuote on turvallisempaa myydä asiakkaille. (6).

Hyvinvointimatkailu

Hyvinvointimatkailu on edelleen nouseva ala. Suomea tavoitellaan FinRelax- kasvuoajelmassa hyvinvointimatkailun kärkimaaksi. Ylivoimaisen vahvan saunakulttuurin vuoksi Suomella on tähän hyvät mahdollisuudet joita tulisi hyödyntää laajemminkin. Suomen puhdas luonto tarjoaa upeat puitteet hyvinvointimatkailua ajatellen.

Hyvinvointiin voidaan sisällyttää ruoka, elämäntapa, paikalliskulttuuri sekä useat erilaiset hoitomuodot.

Hyvinvointimatkailun osalta Suomessa on tällä hetkellä tarjolla muun muassa saunalauttojen vuokrausta, erilaisia pienimuotoisia spa- hoitoja luonnontuotteilla sekä Blue Care- toimintaa. (2).

Blue Care luetaan Green Caren alalajiksi. Se on tavoitteellista toimintaa, jossa vesistöjen hyvinvointivaikutuksia hyödynnetään kaikkien aistien avulla. Blue Caresta voi saada apua esimerkiksi oppimisvaikeuksien hoidossa. (7).

Kulttuuri- ja perinnematkailu

Vesistöt tarjoavat ympäristön useille eri kulttuuripalveluiden tuottajille. Tuote voi olla perinteitä kunnioittava tai moderni, korkean tason tuote ja sitä voidaan tarjota ympärivuotisesti. Visit Finland on määritellyt ydinkohderyhmäkseen ”modernit humanistit”, jotka odottavat saavansa Suomesta kokemuksia etenkin suomalaisista elämäntavoista, ruokakulttuurista, kulttuuriperinnöstä sekä ylipäätään suomalaisuudesta.

Tuotteistamisvaiheessa on tärkeää luoda hyvät tiedonjakelukanavat, joista asiakkaat voivat tutustua palvelun tarjoajaan ja tuotteeseen jo etukäteen. (2). Tämä onnistuu hyvin esimerkiksi tarinallistamalla toimintaympäristön historiaa.

Kalastus

Suomen vesistöt ovat kalastusta ajatellen Euroopan parhaimpia. Ne ovat laaja-alaisia, monimuotoisia, puhtaita ja suuri saarien määrä luo kaloille paljon suojaisia paikkoja. Kalastuksen lupakäytännöt ova Suomessa yksinkertaisia verrattuna moneen muuhun maahan. Kalastusta voidaan tarjota niin vesillä kuin vesistöjen rannoillakin. (2).

Tuotteistamisen yhteydessä tulee miettiä tarkoin, aikooko tarjota kalastusmatkailua vai matkailukalastusta. Kalastusmatkailun asiakkaat ovat määrätietoisesti tiettyä kalalajia kalastavia, tavoitteellisia alan harrastajia. Matkailukalastuksen asiakkaat taas ovat satunnaisia matkailijoita, jotka haluavat kalastuksesta lisäaktiviteetteja lomalleen. (6).

Kalastusmatkailun haasteena on suuri vertailupohja eri maiden kalastuskohteista, saalisvarmuudesta, hinnoittelusta ja opaspalveluista. Kansainvälistymistä jarruttavat osaavien oppaiden ja hyvän kaluston saatavuus. Kansainvälisiä kalastusmatkailijoita kiinnostaa kalalajeista etenkin harjus, arktinen kuha sekä suurhauki. (2).

Kalastusmatkailua tarjoavan yrittäjän tulee tuntea tarkoin toimintaympäristönsä ja alueella saatavat kalat. Taitoja tulee myös harjoitella säännöllisesti. Matkailukalastuksen tarjoaja pärjää

hieman vähemmällä harjoittelulla, mutta samat asiat tulee kuitenkin hallita hyvin. Asiakkaan tulee saada reissusta positiivinen kokemus ja mielellään myös jonkinlaista saalista. (6).

Vesistöihin liittyvät talviaktiviteetit

Talven lumi ja pakkaset tarjoavat sekä uhkia että mahdollisuuksia. Jääpeite tarjoaa paljon mahdollisuuksia vesistöjen hyödyntämiseen. Talviaikaan palveluiden tarve on suurempaa kuin kesällä, jolloin matkailijat ovat omatoimisempia. Suomessa on jo nyt tarjolla varsin kilpailukykyinen palveluvalikoima talviaktiviteetteja.

Suomessa tarjotaan tällä hetkellä esimerkiksi jääsurffausta, ilmatyynyalusfareja, jäälinnoja, retkiluistelu- ja talvivaellusreittejä sekä potkukelkkailuratoja. Vesistöissä, jotka eivät jäädy, on tarjolla lisäksi esimerkiksi talvimelontaa.

Maaillalla palvelutarjonnassa on myös talvipolkupyöräilyä, niin jäällä kuin rannoillakin, sekä Segwaysafareita, eli sähköisellä henkilökuljettimella tehtyjä safareita. (2).

Talviaktiviteettien tarjoamisen haasteena on saavutettavuus sekä etenkin jäällä liikuttaessa turvallisuus.

Tapahtumat

Tapahtumat tarjoavat hyvän keinon esitellä vesistömatkailun toimintaympäristöä niin kansainvälisille kuin kotimaisillekin vieraille. Vesistöjen äärellä on jo nyt suuri määrä tapahtumia, kuten Pori Jazz, Ruisrock sekä Sulkavan soudut.

Tapahtumissa kannattaa tuoda esiin paikallista historiaa ja tapoja. Tapahtumien ei aina tarvitse olla kooltaan suuria, vaan pienemmälläkin voi saada jopa kansainvälistäkin näkyvyyttä, etenkin sosiaalisessa mediassa. (2).

Lähteet

1. Suomen saaristo- ja vesistömatkailusta eurooppalainen vetovoimatekijä. 2017. Maa- ja metsätalousministeriön julkaisu 3/2017.
http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79421/03_17_Suomen_saaristo_ja_vesistomatkaailusta_FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
2. Komo, H. & Selkälä, S. 2018. Saaristo- ja vesistömatkailun Hyvät tuotteet- projektin loppuraportti. Maa- ja metsätalousministeriön julkaisu 5/2018.
http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160844/05_18_Saaristo_Hyvattuotteet_loppuraportti.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
3. Kotimajoittajan opas. N.d. Homestay- kotimajoituskonseptin kehittäminen maaseudulla-hankkeen julkaisu.
http://ruralfinland.karelia.fi/images/Tiedostot/Julkaisut/Homestay_Kotimajoitusopas.pdf.
4. Maaseutumatkailun majoitustilojen valtakunnallinen luokitus. N.d. Maa- ja kotitalousnaisten keskuksen julkaisu.
<https://www.maajakotitalousnaiset.fi/sites/default/files/attachment/luokitusohjeisto-1.doc>.
5. Aittokoski, V. N.d. Sertifiointit ja ohjelmat.
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sertifiointit-ohjelmat/>.
6. Happonen, J. & Toikkanen, A. 2019. Vesistöistä virtaa palveluliiketoimintaan. Päämäärätietoisesti uutta liiketoimintaa pohjoiseen Keski-Suomeen- hankkeen infotilaisuuden tallenne. <https://www.youtube.com/watch?v=JNjDhtEVk0>.
7. Mitä Blue Care on? N.d. Artikkelit Green Care- tiedotushanke Satakunnassa- internet sivuilla. <http://www.gcsatakuntasamk.fi/blue-care>.
8. Kestävä matkailu. N.d. Green tourism for tourism for Europe Erasmus+- projektin internet- sivut. <http://www.greentourism.eu/fi/Post/Name/SustainableTourism>.
9. Yrityksen rahoitus. N.d. Yrityksen-perustaminen.net- internet sivut. <https://yrityksen-perustaminen.net/rahoitus/>.

10. Suomen matkailustrategia 2020. 2010. Visit Finland. http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/Matkailustrategia_020610.pdf .
11. Matkailu yksi Keski-Suomen kehittämiskärjistä. N.d. Keski-Suomen liiton internet- sivut. https://www.keskisuomi.fi/matkailu_2 .
12. Luonnon virkistyskäyttö. N.d. Luonnonvarakeskuksen internet- sivut. <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/virkistyskaytto/> .
13. Luontomatkailun yritystoiminta valtion alueilla. 2016. Metsähallituksen internet- sivut. <http://www.metsa.fi/fi/luontomatkailun-yritystoiminta> .
14. Lainsäädäntö. N.d. <https://www.finlex.fi/fi/>.