

**OPINNÄYTETYÖ**

**ASTA UOTILA 2012**

**MAATILAMATKAILUYRITYSTEN**

**VERKOSTOITUMINEN**

**Selvitys ECEAT Suomi ry:n jäsenyrityksille**



**Rovaniemen  
ammattikorkeakoulu**  
University of Applied Sciences  
LUC

**MATKAILUN KOULUTUSOHJELMA**

ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU  
MATKAILU-. RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

Matkailualojen Koulutusohjelma

Opinnäytetyö

**MAATILAMATKAILUYRITYSTEN  
VERKOSTOITUMINEN**  
**Selvitys ECEAT suomi ry:n jäsenyrityksille**

Asta Uotila

2012

Toimeksiantaja ECEAT Suomi ry

Ohjaajat Marja Tolonen-Martikainen ja Minna Sipponen

Työ on luettavissa THESEUS -tietokannassa.

Hyväksytty \_\_\_\_\_ 2012. \_\_\_\_\_

<b>Tekijä</b>	AstaUotila	Vuosi	2012
<b>Toimeksiantaja Työn nimi</b>	ECEAT Suomi ry MAATILAMATKAILUYRITYSTEN VERKOSTOITUMINEN. Selvitys ECEAT Suomi ry:n jäsenyrityksille		
<b>Sivu- ja liitemäärä</b>	48+6		

---

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää pienten matkailuyritysten – tässä tapauksessa kestävän kehityksen luomumaatilamatkailuyritysten – toiminnan verkostoitumista Suomen luomumatkailuliitto ECEAT Suomi ry:n jäsenyritysten kannalta.

Tavoitteena on selvittää kyselytutkimuksen avulla, millaista yhteistoimintaa jäsenyritysten välillä jo on, sekä millaisia toiveita ja ehdotuksia yrittäjillä itsellään on yhteistoiminnan lisäämiseksi. Kysymyksenasettelu antaa mahdollisuuden tietysti myös negatiivisen kannanoton esittämiseen, jolloin yrittäjä pitää yhteistyötä tarpeettomana.

Teoriaosassa käsitellään keskeisiä käsitteitä, toimeksiantajan toimintaperiaatteita sekä luomutuotantoa. Verkostoituminen ja yhteistyö verkostossa muodostavat oman teoriaosuutensa. Viitekehyksessä tuodaan esille myös maatilamatkailua yleisellä tasolla sekä vastuullisuutta ja elämyksellisyyttä matkailussa.

Kestävän kehityksen raamittama matkailu on uusi haaste sekä matkailijoille että matkapalvelujen tuottajille. Matkailijan on valittava matkustustapansa ja liikennevälineensä matkan tarkoitusta vastaaviksi. Matkailupalvelun tuottajan on toteutettava palvelunsa luontoa ja perinnettä kunnioittaen. Molempien tulee ottaa huomioon ympäristön kuormitus ja jäljelle jäävän jätteen kierrätys. Vastuullista on olla jättämättä käynnistään jälkiä luontoon. Matkustusmuoto ja elintavat ovat keskeisiä nimittäjiä tässä asiassa.

Webropol -kyselyn tekeminen näin pienelle joukolle (35 yrittäjää) oli haasteellista. Vastausprosentti oli kuitenkin kohtuullisen korkea, yli 27 prosenttia. Kyselytutkimus tuotti aineistoa riittävästi pohdittavaksi. Erityisesti vapaamuotoisiin kysymyksiin vastaajilta tuli monipuolisia ehdotuksia ja kannanottoja. Valmis työ tullaan toimittamaan yhdistyksen käyttöön jatkotoimenpiteitä sekä lisäselvityksiä varten.

**Avainsanat** maatilamatkailu, verkostoituminen, luomutuotanto, vastuullinen matkailu, kyselytutkimus, webropol

---

<b>Author</b>	Asta Uotila	<b>Year</b>	2012
<b>Commissioned by</b>	ECEAT Suomi ry.		
<b>Subject of thesis</b>	NETWORKING OF AGROTOURISM		
<b>Number of pages</b>	50+1		

---

The purpose of this Thesis is to find out the capability and willingness of networking among small agro-tourism companies, which are members of ECEAT Suomi ry. ECEAT comes from the words European Centre for Ecological and Agricultural Tourism. ECEAT Suomi ry is a Finnish national member of ECEAT International Association.

The focus of this work is by questionnaire to find out what kind of cooperation the 35 member companies of ECEAT Suomi ry already have and what kind of wishes and proposals they have of tighter networking with each other. The setting of questions gives them, of course, also a possibility to give negative opinion of networking if they see networking useless.

In theory part there are key concepts of the thesis and the principals of the association and organic agriculture. Networking and cooperation in net make another part of the theory. In the frame of reference presents agro-tourism on general level and sustainability experiences in tourism.

Sustainable tourism is a new challenge both for tourists and tourism producer. A tourist has to make his way to travel, whether it is a plane or self energized bicycling, rowing or walking, and everything between them. A traveler has to choose between big and small coal footprint in his margin and target to travel. The producer of travel services has to respect nature and traditions of the area he is producing his services. The way of moving from a place to another and the way of living in the target place are the key approach in this situation.

Webropol-questionnaire for such a small group, only 35 companies was quite challenging. The response, although, was reasonably good, over 27 percentage. The questionnaire produced enough material to work with. Especially informal questions produced versatile suggestions and opinions.

The ready thesis will be delivered to the association for their use and possible follow-up to reasons.

**Key words** agro-tourism, networking, organic production, sustainable tourism, questionnaire, webropol

# SISÄLTÖ

<b>1JOHDANTO .....</b>	<b>1</b>
<b>2TYÖN TAVOITE JA KESKEISIÄ ONGELMIA .....</b>	<b>2</b>
<b>3KESKEISIÄ KÄSITTEITÄ.....</b>	<b>3</b>
<b>4TOIMEKSIANTAJANA ECEAT SUOMI RY .....</b>	<b>5</b>
4.1ECEAT INTERNATIONAL .....	5
4.2ECEAT SUOMI RY .....	7
4.3LUOMUSUUNTAUTUNEET MATKAILIJAT .....	8
4.4ECEAT -PERIAATTEIDEN MUKAINEN MAATALOUS .....	9
4.5LUOMUTUOTANTO .....	11
<b>5VERKOSTOITUMINEN JA YHTEISTYÖ .....</b>	<b>14</b>
5.1VERKOSTOTALOUS JA YRITTÄJYYS VERKOSTOSSA.....	14
5.2VERKOSTOITUMISEN HYÖDYT PIENYRITYKSELLE .....	17
5.3SITOUTUMINEN VERKOSTOON.....	18
<b>6MAATILAMATKAILU.....</b>	<b>19</b>
6.1MAASEUDUN LUONTOARVOT .....	19
6.2VASTUULLINEN MATKAILU JA VASTUUTON MATKAILU.....	21
<b>7ELÄMYKSELLISYYS MAASEUTUMATKAILUSSA.....</b>	<b>25</b>
7.1ELÄMYKSELLISYDEN ULOTTUVUUKSIA .....	25
7.2ELÄMYKSIÄ LAPISSA .....	26
7.3HYVINVOINTIMATKAILUA .....	26
<b>8TUTKIMUSMENETELMÄT .....</b>	<b>28</b>
8.1MÄÄRÄLLINEN JA LAADULLINEN TUTKIMUS.....	28
8.2TUTKIMUSETIIKKA .....	29
<b>9KYSELYN VALMISTELU JA TOTEUTTAMINEN.....</b>	<b>31</b>
<b>10KYSELYN TULOKSET.....</b>	<b>32</b>
<b>11TULOSTEN POHDINTAA JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....</b>	<b>42</b>
<b>LÄHTEET .....</b>	<b>46</b>
<b>LIITTEET .....</b>	<b>49</b>

## 1 JOHDANTO

ECEAT Suomi ry on luomutuotannon ja kestävän kehityksen sekä kestävän matkailun perustalle rakentuva kansallinen yhdistys, joka kuuluu ECEAT International -yhdistykseen, joka toimii kymmenissä maissa Euroopassa.

Olen saanut ECEAT Suomi ry:ltä suostumuksen selvityksen tekemiseen. Joten tässä työssä on tietoperustana liiketoiminnan verkostoituminen. Selvitys itsessään keskittyy jäsenyrityksille tehtävään webropol -kyselyyn. Kyselyssä avainasemassa on yritysten nykyisen yhteistoiminnan kartoittaminen sekä verkostoitumishalukkuuden selvittäminen.

Tutkimusaiheeni kiinnostavuus ja ajankohtaisuus lähtivät elämäntapamuutoksen tarpeesta matkailun viitekehityksessä. Matkailu kaikkiaan on globaalisti lisääntyvä teollisuudenala. Nykyaikainen ja koko ajan voimakkaasti kehittyvä teknologia antaa matkailulle ja matkailijoille lukemattomia uusia ulottuvuuksia, jolloin arvokeskustelu matkailun ympärillä pakostikin lisääntyy ja vaihtaa välillä suuntaa.

Keskityttyäni ekologisen tuotannon ja matkailun konteksteihin, huomasin että aiheesta voisi kirjoittaa koko maailmaa syleilevän teossarjan sen sijaan, että nyt olen tekemässä ammattikorkeakouluasteen opinnäytetyötä. Aiheen rajaaminen ja tutkimusongelman määrittäminen olivat alkuun suuri mysteeri. Kuten alussa olen esittänyt löysin tutkimuskohteeksi luonnonmukaista tuotantoa ja maaseutumatkailua elinkeinonaan harjoittavan yhdistyksen, jolla on Suomessa 35 jäsenyritystä. Näiden yritysten yhteisiä päämääriä ovat luomutuotanto ja luomuelämysten tarjoaminen matkailijoille, kestävän kehityksen mukaisen lomailun ja matkailun kehittäminen, luonnonarvojen ja perinteiden vaaliminen sekä perinneympäristön säilyttäminen. (ECEAT Suomi ry. 2011.)

## 2 TYÖN TAVOITE JA KESKEISIÄ ONGELMIA

Opinnäytetyöni tavoitteena on käsitellä liiketoimintojen verkostoitumista ja sen etuja pienille yrityksille ECEAT Suomi ry:n jäsenyritysten kannalta. Verkostotalous edellyttää yrityksiltä uudenlaista tapaa organisoida liiketoimintaa keskittymällä omaan ydinosaaamiseensa ja hankkimalla täydentävää osaamista verkostosta. Verkostomainen toimintatapa asettaa sekä yritykselle että yrittäjälle haasteita. Yrittäjän keskeisiä ominaisuuksia ovat kyky rakentaa, kehittää ja johtaa verkostoa. Yrityksen haasteina ovat erikoisosaamisen kasvattaminen ja uusien liiketoimintamallien hyödyntäminen. (Toivola 2006, takakansi.)

ECEAT Suomi ry:n toiminnasta on ainakin kahdesta näkökulmasta tehty tutkimuksia vuosina 2008 ja 2010. Sanna Erosen tekemä ”Opas ekologisesti kestävämpään matkailuyritykseen” sisältää ohjeita kestävän matkailun kehittämiseen esimerkkinä kolme erilaista ekomatkailukohdetta Suomessa (Eronen 2008, 5). Marika Fagerin opinnäytetyön kohde on Luomutila Gaija Ähtäriässä. Tutkimusote on osallistuva ja tutkimusmenetelmä kävijäkysely (Fager 2010, 1). Oman tutkimukseni tavoitteena on selvittää ECEAT Suomi ry:n jäsenyritysten toimintaa, verkostoitumismahdollisuuksia ja tulevaisuudennäkymiä eri näkökulmista.

Kohdeyritykseni ovat pieniä, pääosin mikroyrityksiä, luonnollisesti kuin paikalleen syntyneitä ja kehittyneitä toimijoita. Kohdeyritykset kuuluvat kansalliseen ECEAT Suomi ry:hyn, joka on osa kasainvälisempää ECEAT INTERNATIONAL -yhdistystä. Näillä pienillä yrityksillä on monipuolista osaamista ja eriytynyttä ydinosaaamista. Yrityksen sijainnista riippuen myös ympäristö luomintakeisia resursseja kullekin yritykselle.

### 3 KESKEISIÄ KÄSITTEITÄ

**Luomutuotantoon** luonnonmukaista maataloutta, jota kutsutaan myös ekologisiksi, biologisiksi tai orgaanisiksi maataloudeksi (Rajala 2006, 20).

**Ekotehokkuus** on sitä, että vähemmästä tuotetaan enemmän ympäristöä säästäen. Tavoitteena on käyttää mahdollisimman vähän uusia materiaaleja ja kierrättää käytettyjä raaka-aineita ja energiaa (Vanamo-hanke 2008).

**Maaseutumatkailu** on taajaan asuttujen alueiden ja matkailukeskusten ulkopuolelle suuntautuvaa matkailua, joka perustuu luontoon, maatalouteen ja/tai luontoaktiviteetteihin sekä paikalliseen perinteeseen, maisemaan, kulttuuriin ja ihmisiin, jota leimaa perhe- ja pienyrittäjäisyys (Komppula – Heikkinen 2006, 7).

**Hyvinvointimatkailu**, wellness-matkailu verrattuna wellb-being-matkailuun: wellness-matkailu painottuu urheiluun, tekniseen suoritukseen, rakennettuun ympäristöön, kylpylöihin ja erilaisiin kosmeettisiin ynnä muihin vastaaviin hoitoihin (MEK 2005, 54–55.), kun taas well-being on lähinnä luonnon kokemista siitä nauttimista elämyksien tuntemista ja aistimista.

**Elämys** voidaan määritellä moniaistiseksi, positiiviseksi ja kokonaisvaltaiseksi tunnekokemukseksi, joka voi tuottaa kokijalleen henkilökohtaisen muutoskokemuksen ja muistijäljen (Heikkanen 2007, 8).

**Matkailun ja matkustamisen eroja:** Matkustaminen on siirtymistä paikasta toiseen esim. päivittäinen työmatka, kun taas matkailu on matkustamista johonkin paikkaan kohteeseen tutustumisen tai jonkun asian kokemisen vuoksi.

**”Mikroyritys** määritellään yritykseksi, jonka palveluksessa on vähemmän kuin 10 työntekijää. Pienet ja keskisuuret yritykset (Pk-yritykset) määritellään yrityksiksi, joiden palveluksessa on vähemmän kuin 250 työntekijää ja joiden vuosiliikevaihto on enintään 50 miljoonaa euroa”. (Tilastokeskus 2003).



**Verkostotaloudella** tarkoitetaan globaaleita, kansainvälisiä markkinoita, jossa keskeisinä tekijöinä ovat keskittyminen ydinosaan, yritysten välisen yhteistyön kasvu sekä luottamus ja kumppanuus. (Toivola 2006, 12.)

**Verkostoyrittäjyys** on sitä, että verkostoilla on keskeinen rooli yrityksen liiketoiminnassa. Yrittäjyys kehittyy vuorovaikutteiseksi ja verkostoyrittäjyys tuo yrittäjälle uusia rooleja ja yritykselle uusia toimintamalleja. (Toivola 2006, 12.)

**Verkostoyritys** voi rakentua yritysten välisestä kumppanuudesta tai veturiyrityksen johtamasta yritysten muodostamasta ketjusta. Tiivistä yhteistyötä tekevät yritykset toimivat näin kuvattuna verkostoyrityksenä. (Toivola 2006, 12.)

## 4 TOIMEKSIANTAJANA ECEAT SUOMI RY

# Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT Suomi ry



Kuva 1: Aidot elämykset tuoksuvat metsältä ja mullalta. Ekologinen matkaja nauttii pyörä-, kanootti- tai ratsastusretkestä, oppii luomuviljelystä ja kompostoinnista, osallistuu heinätöihin, kokee palasen kadonnutta maalaismummoa, seikkailee viljan ja vehnästen synty lähteille. (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011.)

### 4.1 ECEAT International

ECEAT on lyhennys sanoista: European Centre for Ecological and Agricultural Tourism. Yhdistys on satojen pienimuotoisten majoitus- matkailupalvelujen verkostoituma Euroopassa. Termi verkostoituma saattaa olla tässä tilanteessa hiukan harhaanjohtava, koska en ole perehtynyt koko Euroopan laajuisen yhdistyksen jäsenyritysten yhteistyöhön tai varsinaiseen verkostoitumiseen.

1990-luvun alussa Puolassa, kun Berliinin muuri kaatui, itäpuolen pienet perhevillelmät joutuivat tilanteeseen, jossa niillä ei ollut mahdollisuutta pärjätä vapaassa markkinataloudessa samoin kuin läntiset maatilat. ECEAT International perustettiin 1992 tarkoituksena edistää ekologista matkailua Puolan, Tsekkoslovakian ja Unkarin pientiloille sekä tukea niiden siirtymistä luomutuotantoon. Samalla lännestä tuleville vieraille, jotka halusivat tutustua aitoon maaseutukulttuuriin, tarjoutui siihen tilaisuus ECEAT:in tiloilla (Arell 2002,12).

ECEAT International on sopinut yhteisistä perusvaatimuksista, joita kaikkien jäsenmaiden majoitusyritysten ja matkakohteiden tulee noudattaa, jotta ne voivat olla mukana yhteisessä markkinoinnissa. Laadun arviointi perustuu majoitus- tai matkailukohteen omistajan omavalvontaan sekä matkailijoilta

saatavaan palautteeseen. Myös ECEAT:in edustajat saattavat käydä tarkastusvierailulla auditoimassa yrityksen laadunhallintaa yhdistyksen sääntöjen mukaan (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011.)

ECEAT-laaturjestelmä on jaoteltu neljään kestävyiden osa-alueeseen, joihin jäsenyritykset voivat keskittyä. Tietysti ekologisesti kestävä kehityksen suuntauksen valinneet yrittäjät voivat toimia kaikilla osa-alueilla.

Taulukko 1. Kestävyiden osa-alueet ECEAT-luokituksella (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011.)

Kestävä maatalous	eko -sertifikaatti, tilan valvotulla tuotannolla toimiva ravintohuolto matkailijoille
Luonnonsuojelu	Kompostointi, kierrätys ja luontoarvot
Luonnonvarojen kestävä käyttö	Marjat, sienet, puusto, riistaeläinten hyödyntäminen kestäväällä tavalla
Sosiaalinen ja taloudellinen vastuu sekä kulttuuriin liittyvä toiminta	Paikalliseen kulttuuriin ja luomutuotantoon perustuva kulutus

## 4.2 ECEAT Suomi ry

ECEAT Suomi ry on sitoutunut noudattamaan ekologisen ja kulttuurisen kestävyyskriteereitä ECEAT Internationalin vaatimusten mukaan. Laatuvaatimukset perustuvat ekologiseen ja kulttuuriseen kestävyyskriteeriin, joilla taataan matkailijoille tietty perustaso ekologisisissa majoitus-, toiminta- ja ruokailupalveluissa. Kulttuurien, lakien ja olosuhteiden vuoksi kullakin jäsenmaalla on vielä mahdollisuus asettaa omia lisäsuosituksia laadunvalvontaan. ECEAT Suomi ry:llä on lista omia lisäsuosituksia, jotka tullaan aikanaan lisäämään valmistumassa olevaan laatujärjestelmään (ECEAT 2011).

ECEAT-verkoston kuuluvien yritysten on pyrittävä toiminnassaan seuraaviin 10 tavoitteeseen:

1. Ympäristöystävällisen maatalouden tukeminen
2. Vastuullinen ja säästeliäs veden ja energian käyttö
3. Ympäristöön liittyvän tiedon tarjoaminen matkailijoille
4. Ekologinen rakentaminen
5. Jättemäärien vähentäminen
6. Ekologinen liikkuminen
7. Luonnon ja elinympäristöjen monimuotoisuuden sekä paikallisen maiseman vaaliminen
8. Kulttuuriperinnön säilyttäminen
9. Paikallistalouden tukeminen
10. Pyrkimys kehittyä yllä mainituissa tavoitteissa. (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011).

Helmikuussa 2005 perustettu **Suomen luomumatkailuyhdistys – ECEAT Suomi ry** ylläpitää ja kehittää *Luomua ja kestävyttä matkailuun* -hankkeen verkostoa, johon kuuluu matkailupalveluja tarjoavia: *luomu- ja biodynaamisia tiloja ja ympäristövastuullisia majataloja ja ekokyläjä sekä muita majoitus- ja vierailukohteita, joissa panostetaan ympäristönsuojeluun ja paikalliseen kulttuuriin.* (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011.)

Tarjolla on majoitusta telttapaikasta täysihitoon ja yksinkertaisesta ylelliseen, Oman mökin rauhaa tai aktiivista tutustumista maatalon elämään ja

ympäröivään luontoon. Monissa kohteissa voit myös osallistua tilan töihin kuten hoitaa kotieläimiä, kitkeä rikkaruohoja tai vaikka poimia hukkakauraa sekä ostaa luomutuotteita. (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011.)



Kuva 2. ECEAT -tilat tarjoavat myös aktiivista tutustumista tilan elämään ja osallistumista tilan töihin. Luomutiloilla kasvatetaan myös eläimiä.

### **Kansainvälinen yhteistyö**

ECEAT Suomi ry on mukana eurooppalaisessa ECEAT -yhdistyksessä (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism), joka aloitti toimintansa Itä-Euroopassa 1990-luvun alussa. Tavoitteena oli tukea matkailun avulla perinteisiä pienviljelijöitä ja kannustaa heitä jatkamaan ammattiaan ja suojelemaan samalla ympäristöä ja arvokasta kulttuurimaisemaa. (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011.)

ECEAT:in kohteista muodostui ihannekohteita länsieurooppalaisille vierailijoille, jotka halusivat tutustua aitoon ja perinteiseen maaseutukulttuuriin. ECEAT:in "eko-agro" -matkailun suosio kasvoi nopeasti ja tällä hetkellä verkostoon kuuluu yli 1500 luomu- ja biodynaamista tilaa ja muuta ekologista majoituspaikkaa 22 Euroopan maassa (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011).

### **4.3 Luomusuuntautuneet matkailijat**

Jäsenyritysten tulee osoittaa matkailijoille kohteen "ekologinen status" ECEAT:in todistuksella, jonka myöntää laadusta vastaava kansallinen järjestö. Todistus on määräaikainen, joten sen tarkoituksenmukaisuus ja noudattaminen tarkastetaan säännöllisesti. Matkailijoille tarjotaan tietoa paikallisesta

luonnosta, luomuviljelystä ja kulttuurista, jolla yritys lisää vieraidensa ymmärtämystä ja kunnioitusta näitä asioita kohtaan. Yrittäjän tulee valistaa matkailijoita ekologisesti kestävämmästä toiminnasta, kuten harvinaisten kasvien keräämisestä, uhanalaisista lajeista epäeettisten matkamunistojen ostamisesta tai sääntelemättömästä metsästyksestä ja kalastuksesta (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011.)

Suomen lisäsuosituksena on että matkakohteessa ollaan halukkaita keskustelemaan matkailijoiden kanssa ekologisesta kestävydestä. (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011.) Matkailijoilla saattaa olla yllättäviäkin kysymyksiä yrittäjälle esimerkiksi yrityksen jätehuollosta tai kompostoinnista sekä luomutuotannon pieneliötoiminnasta.

#### **4.4 ECEAT -periaatteiden mukainen maatalous**

**ECEAT: -ideologiaan kuuluu ympäristöystävällisen maatalouden tukeminen**, jolloin kemiallisia torjunta-aineita tai lannoitteita ei käytetä puutarhasa, pelloilla tai kasvihuoneissa. Matkakohteessa panostetaan eläinten hyvinvointiin, hyvään kohteluun ja luontaiseen käyttäytymiseen. Ruokapalveluja tarjoavissa yrityksissä käytetään mahdollisuuksien mukaan luomutuotteita ja lähiruokaa. (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011.)

Suomen lisäsuosituksia tuotannon osalta on välttää geenimanipuloituja tuotteita tai peitattuja siemeniä. Ruokapalveluja tarjoavissa matkakohteissa tulee olla vähintään kaksi luomutuotetta jokapäiväisessä käytössä. Geenimanipuloituja elintarvikkeita ei myöskään käytetä ruokapalveluissa. Itsepalvelumökeissä on oltava nähtävillä alueen luomupalveluluettelo, jos sellainen on olemassa. (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011).

**Veden ja energian käyttö säästeliäästi ja tiedostavasti** kuuluvat osana vastuulliseen maatalouteen ja luomutuotantoon. Matkakohteissa tulee pyrkiä säästämään vettä ja energiaa sekä käyttämään uusiutuvia energianlähteitä paikallisten olosuhteiden mukaisesti. Vesijohtojen ja -hanojen kunnosta on pidettävä huolta. Liinavaatteet vaihdetaan vain asiakkaan pyynnöstä, jolloin voidaan päästä isoihinkin säästöihin pyykinpesussa.

Suomen lisäsuosituksia ovat matkakohteessa käytettävien energiamuotojen sekä pesu- ja puhdistusaineiden ekologisuus. Bioenergian käytössä suositeltavia ovat puu, hake, pelletti maalämpö ynnä muut sellaiset ratkaisut. Yrityksessä käytetään pääosin ekologisia pesu- ja puhdistusaineita. Vihreä joutsenmerkki ja ympäristötuotemerkintä kaupan hyllyssä kertovat tuotteiden tutkitusta ekologisuudesta. Matkakohteessa matkailijoilla tulee olla saatavilla tietoa näistä seikoista. (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011.)

Matkakohteen ekologiseen rakentamiseen kuuluu tahto investoida kestäväan rakentamis- ja huoltoteknologiaan. Pyrkimyksenä on käyttää kaikkea jo olemassa olevaa rakennuskantaa peruskorjaamalla sitä luonnonmukaisin keinoin. (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011.)

Jättemäärät puhuttavat tahoja eri tasoilla tänä päivänä. Matkakohteissa tulee noudattaa kansallisia jätehuoltolakeja. Matkailijoille tarjotaan mahdollisuus ja ohjeet kiinteän jätteen lajitteluun ja kohteessa noudatetaan kansallisia jätevesien käsittelyyn liittyviä lakeja. Ympäristöministeriö ja sen sisällä Suomen ympäristökeskus julkaisee sivustoa nimeltä [www.ymparisto.fi](http://www.ymparisto.fi), josta löytyvät mm. tähän aiheeseen liittyvät, päivitettyt haja-asutusalueiden jätevesiasetukset ja -määräykset. (Ympäristöministeriö 2012.)

ECEAT Suomi ry pyrkii vähentämään jättemääriä mm. välttämällä kertakäyttöastioita ja minimoimalla turhien pakkausten ja tavaroiden kuljetusten määrää. Biojäte kompostoidaan tai toimitetaan paikalliseen biojätekeräykseen. Hyötyjäte lajitellaan ja kierrätetään paikallisten olosuhteiden mukaan. Ongelmajätteiden toimittaminen kierrätykseen on pakollista. (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011.) Tilastokeskuksen määritelmien mukaan ECEAT Suomi -yritykset ovat lähinnä mikroyrityksiä. Yleensä yritykset ovat perheyri-tyksiä, jotka työllistävät yrittäjien lisäksi ulkopuolisia työntekijöitä sesonkiaikoina. Käsittelen siis yritysten yhteistyön kehittämistä ja verkostoitumista tässä työssä mikroyritysten näkökulmasta. Kaikki tämän työn sivulla 16 mainitut verkostoitumistyytit sopisivat mielestäni kohdeyritysteni yhteistyömaileiksi. Niinpä kyselyssä tulen ottamaan huomioon kaikki erilaiset mahdollisuudet.

Yrityksissä on perinteisiä maatilamatkailuyrityksiä mökkimajoituksineen ja leirintämahdollisuuksineen. Joukossa on myös johonkin ideologiaan perustuva yhteisöllinen yritys, ohjelmapalveluyrityksiä ja kulttuurikohteita. Yritykset ovat yrittäjän näköisiä ja persoonaan ja paikallisiin perinteisiin tukeutuvia ”yksilöitä”, joten verkostoitumis- ja yhteistoimintahaasteen sovittaminen webropol -kyselyyn kaikkia kiinnostavalla tavalla tulee olemaan erittäin haasteellinen osa työtäni.

#### **4.5 Luomutuotanto**

Luomutuotanto on luonnonmukaista maataloutta, johon sisältyy erilaisia käsitteitä kuten luonto, eri eliöiden elinolosuhteet ja niiden vuorovaikutukset toisiinsa, eri aineiden kierrot ja ympäristö. Luonnonmukaista maataloutta kutsutaan myös ekologiseksi, biologiseksi tai orgaaniseksi maataloudeksi (Rajala 2006, 20). Maataloustuotannon luomuvalvontaan on tänä vuonna (2012) siirtynyt jo 365 luomutilaa. Suomessa on nyt n. 4300 luomuviljelijää. (Lapin Kansa 11.9.2012, A4.) Tässä jutussa kerrottiin vain luomuviljelijöistä. Luomutuotteena on Suomessa, kotimaisena saatavilla myös naudanlihaa, siipikarjan lihaa ja kananmunia sekä maitotuotteita. Osa tuotetaan varmasti samoilla tiloilla viljelytuotannon kanssa. Viljelytuotanto sisältää viljakasvien lisäksi palkokasveja, vihanneksia, juureksia marjoja ja hedelmiä. (Rajala 2006, 399).

Luomutuotannon lähtökohtana on tuottaa mahdollisimman vähän jätettä ja kuormittaa luontoa niin vähän kuin suinkin. Luomutuotannossa toimitaan luonnon kanssa sopusoinnussa, ja niin molemminpuolisesta toiminnasta saadaan hyötyä myös taloudellisesti. Taloudellinen hyöty koostuu siitä, että luomutilalle ei hankita kalliita lannoitteita tai kemiallisia torjunta-aineita (Mattiila, T. 2011.)

Tutustuessani usean viikon aikana tänä kesänä luomumaatilan toimintaan osallistumalla itsekkin tekemiseen, totesin, että kyse ei ole vain maatilatalouden harjoittamisesta luonnon ehdoilla, vaan kysymys on kokonaisesta elämäntavasta. Luomutuottajan täytyy uskoa asiaansa ja kunnioittaa ideologiaansa vaikka sitten isompien tehotuotantotilojen puristuksessa. Ilokseni totesin, että nuoren yrityksen luomutuotteet suorastaan viedään käsistä. Enemmänkin menekkiä olisi, mutta jakelukanavat olivat selvästi haussa. Kantava-



na voimana työssä näkyy ekologinen ajattelu. ”Ekologia”= oppi luonnontaloudesta / luonnon taloudenhoidosta. ”Luomuviljely”= luonnon omia tuotantotapahtumia hyväksi käyttävä viljely (Rajala 2006, 23). Tätä ekologista ajattelua maatilayrittäjäpariskunta, jossa olin tutustumassa luomutuotantoon osana työharjoittelua, käyttää viitekehysenään kaikessa toiminnassaan.

Luonnonmukainen maatalous perustuu ekologiseen näkemykseen kestävän kehityksen periaatteista. Se toimii avainajatteluna luonnonmukaisessa viljelyssä ja muussa luomutuotannossa. Luonnonmukainen viljely perustuu luonnonmukaiseen perusnäkemukseen ja kokonaisvaltaiseen ajatteluun luonnon ja ihmisen välisestä suhteesta. Tämä ekosysteemin olemassaolo ja ekologinen ajattelu leimaa kaikilta osin luomuviljelyn viitekehystä. (Rajala 2004, 19.)

Ekotehokkuus on sitä, että vähemmästä tuotetaan enemmän ympäristöä säästäen. Tavoitteena on käyttää mahdollisimman vähän uusia materiaaleja ja kierrättää käytettyjä raaka-aineita ja energiaa (Vanamo-hanke 2008). Ekotehokkuusajattelun matkailuelinkeinon kannalta keskeiset periaatteet ovat:

- Palvelutehon lisääminen
- Materiaalien ja energian käytön minimointi
- Päästöjen minimointi ja
- Uusiutuvien luonnonvarojen kestävä käyttö (Borg, P.– Kivi, E.– Partti, M. 2002, 53).

Keskusteluissani työharjoittelun puitteissa luomutilan isännän kanssa kävi ilmi, että hän ja moni muu luomutuottaja ovat koko ajan kehittelemässä myös uusien energiamuotojen tuotantoa luomutuotannon ohessa. Erilaisten bioenergiamuotojen kehittäminen on koko ajan luomuviljelijän työprosessissa mukana.

Teoksesta Elämyksestä elinkeinoksi (Borg jne. 2002) on mielestäni paikallaan lainata seuraavan luettelon mukaiset kriteerit. Tekijöiden mukaan erityisesti maaseudun luonto- ja kulttuuriperintöön perustuva matkailu tukee erinomaisesti ekotehokkuusajattelua, koska se

- pohjautuu aineettomiin palveluihin sekä luonto- ja kulttuurielämyksiin, ei niinkään fyysisiin tuotteisiin (paitsi monipuolisiin ruokailupalveluihin)
- hyödyntää jo olemassa olevia rakennuksia (maatilamatkailu)
- vaatii harvoin mittavia uusia rakennelmia (ECEAT – suosituksissa kunnostetaan kaikkea vanha perinnettä vaalien)
- perustuu itse valmistettuihin, paikallisiin oheistuotteisiin, luonnonmateriaaleihin ja lähi/luomuruokaan
- lisää välineiden vuokrausta (mökit, veneet, kanootit, polkupyörät yms.), jolloin paikallisten välineiden ja majoituskohteiden ylläpito on järkevää ja hyödyllistä
- voi tuottaa elämyksiä erinomaisesti ilman saastuttavia tai meluavia välineitä (Borg jne. 2002, 54).

## 5 VERKOSTOITUMINEN JA YHTEISTYÖ

### 5.1 Verkostotalous ja yrittäjyys verkostossa

Yritysmaailman jatkuva muuttuminen sekä globalisoituminen on vaikuttanut asiakkaiden kykyyn toivoa sekä pysyvyyttä että uusia tuotteita ja palveluja (Lipasti 2007, 19). Tosin maatilamatkailijat arvostavat luontevimmin pysyvyyttä. Mutta perinteitä vaalien vaikkapa rakennusten uusimisessa lienee toivottavaa ottaa ainakin jossain määrin huomioon nykyajan asumismahdollisuudet vanhoissa, perinteitä vaalien korjatuissa rakennuksissa.

Pysyvyyttä tässä aineistossa edustavat mielestäni perinteiden vaaliminen, luonnon kunnioittaminen ja säästäminen. Siihen kuuluvat luomutuotanto ja muut ECEAT:in ohjesääntöjen mukaiset toiminnot.

Uusiutumista taas ovat esimerkiksi uudenlaisten harrastusmahdollisuuksien luominen, yhä paremmat mahdollisuudet tuottaa matkailijoille heidän toiveidensa mukaisia palveluja esim. tiedustelemalla niitä ennen asiakkaiden saapumista nykyisillä viestintävälineillä ajantasaisesti. Voihan olla, että matkalle on lähdössä esim. liikuntaesteinen henkilö tai allergikko, josta ei ole varauksen mukana huomattu ilmoittaa. Tällöin yrittäjällä on mahdollisuus esim. verkoston jonkun muun jäsenyrityksen kautta saada tilanne hallintaan.

Verkostot ja yhteistyö vaikuttavat olevan varsin ajankohtainen teema matkailualalla kuten monilla muillakin sektoreilla. Käsitteet verkko, verkosto, verkottuminen ja verkostoituminen sekoitetaan helposti, mutta käytännössä niillä näytetään tarkoitettavan yritysten välistä yhteistyötä eri muodoissaan. Verkostoitumisesta on tullut arkikielessä yhteistyön synonyymi ja liikkeenjohdon muoti-ilmaisua. (Komppula 2000, 18-19: Alkuperäinen lähde Alajoutsijärvi, K 1996, 238.)

Yrittäjyyteen liittyy oleellisia ulottuvuuksia kuten riskin ottaminen, johtajuus ja kehittäminen ja luovuus. Yrittäjä ottaa riskin liittyen yrityksen perustamiseen, rahoittamiseen ja omistamiseen. ”Johtajuus on yrityksen kehittämistä, päätöksentekoa ja organisointia.” Yrittäjä on innovaatioiden kehittäjä, joka havaitsee mahdollisuuksia ja kykenee tarttumaan uusiin tilaisuuksiin. Yrittäjyy-

den riskinottoon liittyy olennaisena osana epävarmuus ja kokonaisvaltainen vastuu. (Toivola 2006, 31.)

Edellä luetellut yrittäjän ja yrittäjyyden piirteet tulevat verkostoitumisessa mielestäni esiin esimerkiksi luottamuksena yhteistyökumppanin lojaalisuuteen ja rehellisyyteen. Yrittäjällä täytyy olla tietynlaisia ominaisuuksia ottaessaan riskiä yrityksen perustamisessa tai kehittämisessä. Tietynlainen luova hulluus liittyy yrittäjän riskinottokykyyn. Yritysverkostoissa yrittäjien persoonallisilla ominaisuuksilla on varsinkin pienissä yrityksissä iso merkitys.

Verkostotalouden toiminta-ajatuksena on, että yhdessä toimimalla saavutetaan jotain sellaista, mihin yritys ei yksin pystyisi. Nykyään harva, varsinkaan pieni tai mikroyritys, pystyy yksin globaalissa toimintaympäristössä ja kiristyvässä kilpailussa toimimaan tehokkaasti ja taloudellisesti kannattavasti omin voimin. Kilpailun sijasta yrittäjältä odotetaan nyky-yhteiskunnassa vuorovaiikutuskykyä ja taitoa toimia yhdessä muiden yrittäjien kanssa. Uudessa kilpailutilanteessa yritysten välisen yhteistyön kehittäminen ja yhteistoimintaverkostojen muodostaminen korostuu. Tuotteiden laatu, asiakaslähtöinen toimintatapa, joustavuus ja jatkuva uuden kehittäminen ovat tunnusomaisia vaatimuksia tänä päivänä. (Toivola 2006, 9-10.)

Verkosto on kahden tai useamman yrityksen pitkäaikainen yhteistyösuhde. Verkostossa yritykset toteuttavat yhteistyössä liiketoimintaa saavuttaakseen paremman kilpailuaseman toisiin samoja asiakkaita palveleviin ja heistä kilpaileviin yrityksiin. Verkosto on työväline liiketoiminnan kehittämiseen, koska verkostoon kukin yrittäjä tuo omia vahvoja osaamisalueitaan sekä hiljaista tietotaitoa, jolloin kunkin verkostossa toimivan yrityksen sidos verkostoon on voimavara, ei kilpailutekijä (Toivola 2006, 22 – 24).

Toivola määrittelee pienten yritysten verkostot viiteen eri verkostotyyppiin riippuen siitä, millä tavalla yritykset tukevat toistensa liiketoimintaa ja sen kehittämistä. Seuraava taulukko on Toivolan kirjasta lainattu kooste verkostotyypeistä ja niiden yhteistoiminnan ulottuvuuksista.

Taulukko 2. Verkostotyypit (Toivola 2006, 25).

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

**Vaihdantaverkostossa** yritysten välinen yhteistyö voi perustua tuotantoon tai kaupankäyntiin. Vaihdantaverkoston toiminnassa vaikuttavat sekä vuorovaikutusverkostot että sosiaaliset verkostot. **Vuorovaikutusverkostoihin** voidaan luokitella esimerkiksi konsultit, tilitoimistot ja pankit, joiden kanssa tehdään kauppaa saamalla ja vaihtamalla tietotaitoa. Tämä ei ole varsinaista tuottavaa liiketoimintaa, vaan liiketoiminnat tuottamisen tukemista ja ohjaimista. **Vertikaalisilla verkostoilla** on samat tuotteet tai arvot, jotka täydentävät toisiaan. **Horisontaaliset verkostot** muodostuvat saman toimialan sisällä toimivista yritysverkostoista, joissa kilpailijat toimivat yhteistyössä toisiaan tukien. (Toivola 2006, 23–24.) Jäljempänä tuloksissa tarkastelen tähän tapukseen mielestäni sopivinta verkostomuotoa saamieni vastausten perusteella.

Tilastokeskuksen (2009) määritelmien mukaan ECEAT Suomi -yritykset ovat lähinnä mikroyrityksiä. Yleensä yritykset ovat perheyrityksiä, jotka työllistävät yrittäjien lisäksi ulkopuolisia työntekijöitä sesonkiaikoina (Tilastokeskus 2003). Käsittelen siis yritysten yhteistyön kehittämistä ja verkostoitumista tässä työssä mikroyritysten näkökulmasta. Kaikki edellä mainitut verkostoi-

tumistyyppit sopisivat mielestäni kohdeyritysteni yhteistyömalleiksi. Niinpä kyselyssä tulee ottaa huomioon kaikki erilaiset mahdollisuudet.

## 5.2 Verkostoitumisen hyödyt pienyritykselle

Verkostojen keskeisiä hyötyjä pienelle yritykselle ovat esimerkiksi:

- verkostot parantavat yrityksen sisäistä suorituskykyä ja toiminnan tehokkuutta
- verkostoitumalla yritys saavuttaa resursseja, joihin sillä ei muuten olisi mahdollisuuksia
- verkostojen avulla voidaan keskittyä kilpailukyvyn kannalta oleellisiin toimintoihin
- verkostot edistävät uuden yrityksen kasvupotentiaalia ja joustavuutta
- verkostoissa pienet yritykset täydentävät toinen toisensa osaamista
- verkostot tarjoavat mahdollisuuksia oppimiselle ja uuden tiedon hankkimiselle
- verkostot voivat parantaa yrityksen kilpailukykyä, mahdollistavat pääsyn uusille, erilaisille markkinoille ja nopeuttavat usein uusiin markkinoihin tutustumista ja niiden oppimista (Toivola 2006, 77).

Verkostoituminen tarkoittaa strategista kumppanuutta, joka on tavallista yhteistyötä syvempää ja monitasoisempaa. Verkostoitumisprosessissa yritysten tietotaidot, arvot ja osaamiset yhdistetään lisäarvoa synnyttäväksi toiminnaksi. Tässä työssä pyrin selvittämään yritysten potentiaalisia haluja ja ymmärrystä yhteistyöhön toisten samaan yhdistykseen kuuluvien yritysten kanssa. Toivon saavani ehdotuksia, joiden pohjalta voin esittää yhteistyön kehittämismahdollisuuksia yhdistykselle.

Komppulan väitöskirjassaan esittämien verkostoitumisen motiivien taustalla on hedelmällisimpänä lähtökohtana tilanteet, joissa verkosto syntyy yrittäjien omasta tarpeesta. Merkityksellisinä tekijöinä, kuten yhteistyössä yleensä, verkostojen synnyssä pidettiin toisten yritysten täydentäviä resursseja ja tuotteita sekä maantieteellistä sijaintia. (Komppula 2000, 169–170.)

Omassa työssäni näen yritysten maantieteellisen sijainnin saattavan olla merkittävä yhteistyöetu tai kilpailua estävä tekijä. Näihin kysymyksiin olen kiinnittänyt huomiota. Ja niihin on myös tullut vastauksia puoleen ja toiseen.

### **5.3 Sitoutuminen verkostoon**

Sitoutumisessa verkostoon entisenä yrittäjänä tulee aluksi mieleen luottamussuhde yhteistyökumppaniin. Jos henkilökemiat liiketoiminnan tasolla toimivat, voi yrittäjä persoonallisilla ominaisuuksillaan, käytöksellään ja vaistoillaan todeta yhteistyökumppanin luotettavuuden.

Verkostoituminen on yksi yrityksen menestymiskeinoista ja sen sopivuus omaan toimintaan selviää prosessin edetessä. Eteneminen edellyttää oman tulevaisuuden ja toiminnan pohdintaa: Miten varmistan kilpailukykyäni? Miten varmistan asiakassuhteeni? Miten kehitän omaa toimintaani? Millä osuudella sitoudun verkostoon?

## 6 MAATILAMATKAILU

### 6.1 Maaseudun luontoarvot

Maaseutumatkailun teemaryhmä (1996) määrittelee maaseutumatkailun maaseudun luontaisiin edellytyksiin ja voimavaroihin (luonto, maisema, kulttuuri, ihminen) perustuvaksi perhe- ja pienyrittäjyyden matkailumalliksi. Maaseutumatkailussa yhdistyy vastuullisen matkailun periaatteita noudattaen ja sopusoinnussa paikallisen elämäntavan kanssa suomalaisen väljän ja rauhallisen maaseutuasutuksen hyödyntäminen matkailussa ja sen arvokäsityksissä. Sama koskee puhdasta luontoa metsineen, vesistöineen ja saaristoinneen. Tärkeä osa-alue on maaseudun ihmisten monipuolinen osaaminen. Yhteistyöllä ja elinkeinorajat ylittäen (verkostoitumisella) ja maaseudun kaikkia voimavaroja monipuolisesti hyödyntämällä kootaan myyntikelpoisia ja laadukkaita tuotteita ja matkailupaketteja. Kokonaisuuden tulee tietysti perustua yhteiseen käsitykseen tuotteiden ja palveluiden laadusta. (Turunen ja Valakari 1998,8.)

Luomumatkailutuote on sidottu paikkaan, palveluihin, vuodenaikaan ja paikallisiin olosuhteisiin ja kulttuuriin. Matkailukohde paikkaan perustuvana tuotteena rakentuu monipuolisesta tarjonnasta.(Komppula ja Boxberg 2002, 15.)



Taulukko 3. Matkailutuote paikkaan perustuvana tuotteena (Komppula-Boxberg 2002, 15.)

PAIKKA	<ul style="list-style-type: none"> <li>-luomumaatila</li> <li>- luonnonpuiston läheisyys (retkeily)</li> <li>-vesielementti (kalastus, koskenlasku)</li> </ul>
VIERAANVARAISUUS	<ul style="list-style-type: none"> <li>-maatilan antimet</li> <li>-mahdollisuus rauhoittumiseen</li> <li>-mahdollisuus osallistumiseen</li> </ul>
VALINNAN VAPAUS	<ul style="list-style-type: none"> <li>-vapaus levätä ja rentoutua</li> <li>-mahdollisuus harrastaa</li> <li>-mahdollisuus kulttuurikokemuksiin</li> </ul>
ASIAKKAAN OSALLISTUMINEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>-maatilan askareisiin</li> <li>- isännän/emännän kalastusretkiin</li> <li>-erilaisille kursseille</li> </ul>
PALVELUT	<ul style="list-style-type: none"> <li>-täysihoito, puolihoito, B&amp;B</li> <li>-harrastusten ohjaus (ratsastus...)</li> <li>-kuljetuspalvelut paikallisiin kulttuurikohteisiin</li> <li>-kurssit ja leirit</li> </ul>
ELÄMYKSET	<ul style="list-style-type: none"> <li>-hiljaisuus, rauhallisuus</li> <li>-puhtaus</li> <li>- luonnon äänet</li> <li>-henkilökohtainen tunnetila</li> <li>-kokemuksen tuoma muutos</li> </ul>

Monica Lühje (2005) on väitöskirjassaan Lapin yliopistossa käsitellyt maa-seutumatkailua kokemusten, mielikuvien ja markkinoinnin kohteena. Pyrin tässä tietoperustassa keskittymään juuri kokemuksiin ja mielikuviin sekä nii-

den liittämiseen myöhemmin luomumatkailun kontekstiin. Teoksen avainsanat: maaseutumatkailu, kulttuurintutkimus, markkinointi, kokemus, elämys, mielikuva, diskurssi, maisema, luonto ja autenttisuus avaavat monia kiinnostavia elementtejä työhöni. Niistä vain täytyy karsia oleellisimmat. Tällä hetkellä ne ovat: maaseutumatkailu, luonto, elämys ja kokemus (Lüthje 2005, 5-6). Lisäisin listaan kestävän kehityksen aihepiirit: matkustustapa, kierrätys, kulttuuri-sosiaalinen kestävyys (=paikallisen palvelun ja tuotannon suosiminen) ja taloudellinen kestävyys.

## **6.2 Vastuullinen matkailu ja vastuuton matkailu**

**Vastuullinen matkailu** käsitteenä on ollut ajankohtainen jo pitkään. Lähteenä käyttämäni teos on julkaistu jo vuonna 1998 (Turunen–Valakari 1998), mutta tutkiessani nyt vuonna 2012 vastuullisen matkailun käsitettä ja sitä käsittelevää tutkimusta ja kirjallisuutta, huomaan että asiassa ollaan menossa monimuotoisempaan ja kestävämpään suuntaan koko ajan. Matkailijoiden omatunto ja kunnioitus luontoarvoja kohtaan lisääntyy koko ajan.

Mökinvuokraamisesta ja maatilamatkailusta on kehittymässä monia uudenlaisia matkailumuotoja ja kokonaisuuksia tarjolle erialisille matkailijoille. Hyvä näin siksi, että monet kotimaiset ja ulkomaiset tutkimukset ja selvitykset ovat todenneet, että matkailijat arvostavat tulevaisuudessa entistä enemmän juuri vastuullisen matkailun periaatteilla toimivaa matkailuelinkeinoa. (Turunen ja Valakari 1998, 8.) Jo vuonna 1998 ollaan tultu tähän tulokseen. Suunta näyttää olevan kestävämmän ja luonnonmukaisemman matkailun edistämiseen ja kehittämiseen.

Vastuullisen matkailijan käsikirja kehottaa, ettei matkailua kannata lopettaa, vaan tehdä se eettisesti ja ekologisesti. Valitsemalla vastuullisempia ratkaisuja matkustamiseen ja matkakohteeseen matkailija voi nauttia matkastaan paremmalla omallatunnolla. Vastuullinen matkailu tarjoaa enemmän mahdollisuuksia tutustua matkakohteen kulttuuriin ja paikallisiin ihmisiin, jolloin elämykset ovat muistettavampia ja niistä jää hyvä mieli puolin ja toisin. Kannattaa siis miettiä, mitä voi tehdä eikä suinkaan pyrkiä johonkin, mitä ei voi saavuttaa. (Kalmari ja Kelola 2009, 7-9.)

Julkisia ja ekologisia kuljetusmuotoja tuetaan matkakohteessa pitämällä saatavilla esimerkiksi paikallisten bussilinjojen aikatauluja ja tietoja pyörävuokraamoista tai patikkaretkien järjestäjistä, melonta- ja soutumahdollisuuksista, ratsastustalleista ja kulttuurinähtävyyksistä. ECEAT Suomi ry suosittaa lisäksi oman auton sijasta julkisilla kulkuneuvoilla tai esim. polkupyörillä perille saapuville tilakohtaisia etuisuuksia kuten ilmainen aamiainen, alennus majoitushinnasta, ylimääräinen saunavuoro, nouto bussipysäkiltä tms. (Suomen luomumatkailuyhdistys 2011.)

Vastuullinen matkailu esimerkiksi pyöräilemällä pitkin kaunista Saaristomeren rengastietä (ABONISOS – Rengastietä Turun saaristoon. 2012.) antaa matkailijalle myös vaikuttavan liikunnallisen ja terveydellisen kokemuksen. (Suomen luomumatkailuyhdistys 2012.) Lapin laajat luonnonpuistot avartavat matkailijan aisteja ja luonnontuntemusta, jos matkailijalla on aikaa itselleen ja luonnon läheisyydelle. Kaiken ei tarvitse olla glamouria! Todellisen elämyksen voi kokea väsyneenä vaeltajana, kun puolikesy riekko lähestyy leirinuotiota tai Saaristomeren suolaisenraikas tuuli hyväilee ahavoitunutta ihoa ennen leirytymistä vieraanvaraiseen ECEAT -lomahuoneistoon saunomaan ja nauttimaan herkullista luomuillallista.

Ekologinen liikkuminen ja matkustaminen tarkoittavat siirtymistä paikasta toiseen mahdollisimman vähän luontoa kuluttaen ja saastuttaen. Liikkuahan ei voi täysin kuluttamatta mitään, mutta aina voi harkita tavan, jolla liikkuu. Jos lähdet lentokoneella, matkusta kauas ja ole perillä pidemmän aikaa. (Kalmari–Kelola 2009, 19.)

Edellä mainitut kirjoittajat antavat ohjeita matkustaa eri aikaan kuin muut. Sesonkien ulkopuolella matkailevat saavat hyvän majoitushinnan lisäksi varmasti parempaa palvelua ja eksoottisempia kokemuksia kuin sesonkiaikaan matkailevat. Jos taas matkailet lähialueella, voit valita matkustustavaksi julkiset kulkuneuvot, kuten linja-auto, juna, tai oma polkupyörä. (Kalmari–Kelola 2009, 60.) Nykyisin muodikas potkupyörä on myös oivallinen matkustusväline. Se vain rajoittaa hieman kuljetettavan varustuksen määrää. Kuntoilu- muotona se on pettämättömän hyvä esim. selkävaivoista kärsiville. Siis jos

majoituspaikassa on tarjolla mahdollisuus potkupyörän vuokraamiseen/lainaamiseen, sitä kannattaa kokeilla.

**Vastuutonta matkailua** esiintyy maailman teknistymisen ja motorisoitumisen myötä. Motoristien aiheuttama saastuttaminen ilman hyötyä on luontoa tuhoavaa matkustamista. Moottoriurheiluksi voidaan luokitella moottoriuistelu kymmenellä vavalla ja vaikkapa pikamoottoriveneily, puhumattakaan formuloista ja kaikenlaisista ralleista ja motocrosseista, jotka massatapahtumina aiheuttavat paljon lento- sekä muuta matkustamista vain hektiseksi hetkeksi vaikka toiselle puolelle maapalloa. Lisäksi tällaisten massatapahtumien eroosiovaikutus luontoon on monesti vaikeasti korjattavissa.

Kaikki maaseudulla matkailu ei ole vastuullista ja luontoa säästävää. Esimerkiksi Lapissa kovin suosittu moottorikelkkasafarit ja mönkijällä tai muulla moottoriajoneuvoilla tapahtuva luonnossa liikkuminen eivät ole kestävä matkailua alkuunkaan. ”Festinalente” on latinaa ja tarkoittaa kiihdyttämistä hitaasti. Mielestäni se sopisi hyvin Suomen Lapin herkän luonnon ehdolla matkailemiseen ohjenuoraksi.

Esimerkiksi kalastus on osa perinteistä kulttuuria, jonka varaan voidaan rakentaa monenlaisia matkailupalveluita. Luontoa kunnioittavalle maaseutukulttuurille ja -elämäntavalle kuitenkin vieras muoto on nykyään suosituksi tullut moottoriveneuistelu, joka pohjimmiltaan on pitkälle erikoistunutta välineurheilua (Turunen ja Valakari 1998, 8). Tässä urheilumuodossa pääosaa näyttelivät hienot veneet ja jopa kymmenet perässä tulevat uistinvat, jotka harvoivat veneen vanaa leveämpää vesistön aluetta antamatta saaliskaloille paljon mahdollisuuksia (Turunen ja Valakari 1998, 8). Tässä ”urheilumuodossa” käytetään apuna myös erilaisia tutkia kalaparvien paikallistamiseksi, jolloin kaloille jää vähemmän mahdollisuuksia ja kalastajille saaliin saanti on vähemmän haasteellista.

Luontomatkailun nimissä mainostetaan myös ns. piilokojumatkailua eli suurpetojen tarkkailua piilokojusta haaskalla. Lapin Kansassa oli kirjoitus otsikolla ”elämys”, jota luonnosta vieraantuneet ihmiset hakevat varsin arveluttavalla tavalla. Karhu, susi tai kettu, ehkä myös ilves, houkuttelee haaskan avulla näköetäisyydelle piilokojusta, jolloin lehden mukaan turistit voivat tarkkailla

otuksia niiden luonnollisessa ympäristössä. Lehti hehkuttaa myös lentomat-  
kustajien lisääntymistä Itä-Suomeen ja Lappiin tämä ”elämys” tavoitteenaan.  
Vastoin vastuullisen matkailun periaatteita turistit lentävät hetkeksi Suomeen  
ja jättävät ison hiilijalanjäljen vain kokeakseen hetkellisen hurmion petoeläi-  
men näkemisestä keinotekoisella ruokintapaikalla. Lehden mukaan 60 %  
matkailijoista näissä kohteissa on ulkomaalaisia. (Kekki, S. 2011, A11.)

## 7 ELÄMYKSELLISYYS MAASEUTUMATKAILUSSA

### 7.1 Elämyksellisyiden ulottuvuuksia

Elämyksellisyys ennen kaikkea luomupainotteisessa maatila-matkailussa on luonnonläheisyyden ja lapsuuden kokemista. Matkoja tarjotaan lupaamalla matkailijoille elämyksiä ja muita mahdollisia kokemuksia. Matkailutoimijat eivät kuitenkaan voi toimittaa matkailijoille jotakin tiettyä kokemusta. Ne tarjoavat puitteet ja mahdollisuuden kokemiseen. Kukin matkailija kokee omalla tavallaan, sen mitä matkailuyrittäjä tarjoaa. Aiemmat kokemukset ja odotukset muokkaavat sitä, miten matkailija henkilökohtaisesti kokee tarjotun elämyksen. (Lüthje 2005, 16.) Kaikki aistit huomioivana hyvinvointimatkailutuote tuottaa elämyksiä. Keskeisiä avainsanoja ovat kaikkien aistien huomiointi ja stimulointi, yhteistyö eri toimijoiden kesken, innovatiivisuus ja ympärivuotisuus. (Suontausta ja Tyni 2005, 245). Aisteja ohjaavat mielikuvien ja tunteusten virta, jotka perustuvat aiemmin kokemaamme, mielikuvaamme matkakohteen kulttuurista sekä odotuksistamme.

Nykysuomen sanakirjan (2003) mukaan elämys on ”voimakkaasti vaikuttava kokemus, tapahtuma tai muu sellainen, joka tekee voimakkaan vaikutuksen”. Elämys voidaan määritellä moniaistiseksi, positiiviseksi ja kokonaisvaltaiseksi tunnekokemukseksi, joka voi tuottaa kokijalleen henkilökohtaisen muutoskokemuksen. Elämystuote on tuote, jonka ostamalla, käyttämällä, kuluttamalla tai kokemalla henkilö voi kokea elämyksiä. Koska elämys on omakohtainen tunnetila, sen takaaminen on mahdotonta. Parhaimmillaan hyvinvointimatkailutuote on elämys, joka syntyy kaikkien aistien välityksellä. Elämys voi vaikuttaa kokijaan hyvin syvästi ja johtaa kokijan persoonan kehittymiseen. Elämyksestä saatu kokemus ja oppi voivat muuttaa myös henkilön arkikäyttäytymistä. (Heikkanen 2007, 8-9).

Heidi Lautala kirjoittaa opinnäytetyössään hyvinvointimatkailusta, aistielämyksistä ja ekopsykologiasta tarkastellen hyvinvointimatkailun suunnittelu-prosessia. Suunnittelussa ja tuotekehityksessä hän käyttää termiä ekopsykologia, jonka mukaan ihmisten pahoinvointi johtuu luontoyhteyden häviämisestä. Tästä kontekstista katsottuna luomumatkailu on oiva mahdollisuus toteuttaa ihmisten hyvinvoinnin lisäämistä ja ylläpitämistä sekä pahoinvoinnin ja

stressin purkamista luonnonmukaisin menetelmin ja tuottein. (Lautala 2010, 3.)

## 7.2 Elämyksiä Lapissa

Vaikka opinnäytetyöni aihe ei varsinaisesti kosketa juuri Lapin matkailua, mielestäni tässä vaiheessa on kuitenkin aiheellista sivuta aihepiiriä sen näkökulmasta, koska olemme opiskelemassa nimenomaan pohjoisen matkailua. Lapin matkailulla ja elämyksillä on omat erityispiirteensä verrattuna esim. Etelä-Suomen matkailun elämyksiin.

Lapin elämystuotteet ja eksotiikka kumpuavat lappilaisista tarinoista, luonnosta, kulttuurista ja perinteestä. Lappilainen tarina: luonto, alueen historia satuolennot (joulupukki, Staalo, maahiset ja muut) ja ihmiset sekä poronhoito ovat teemoja, jotka myyvät 2000-luvulla. Ihmisillä on halu palata juurilleen, luontoon, pois kaupungin melusta ja kiireestä. Käsitteinä Lapin elämymatkailussa ovat hiljaisuus, tarina, etnisuus, identiteetti, luonto, kulttuuri ja perinne. (Lehtola–Kylänen 2004, 11.)

Seuraavassa kappaleessa vertailen hyvinvointimatkailun kahta eri käsitettä, wellness ja well-being, joista jälkimmäinen on nimenomaan kuvaavaa Lapin matkailulle.

## 7.3 Hyvinvointimatkailua

**Wellness-matkailun** käsite painottuu urheiluun, tekniseen suoritukseen, rakennettuun ympäristöön, kylpylöihin ja erilaisiin kosmeettisiin ja muihin hoitoihin. Matkailunedistämiskeskuksen julkaiseman taulukon mukaan ulkomaisista wellness -matkailijoista (Ruotsi, Saksa, Norja, Venäjä, Ranska) suurin osa matkustaa mieluiten Helsingin seudulla ja muualla Etelä-Suomessa sekä Keski-Suomen järvialueelle toiveinaan urheilu, hieronnat, hoidot, toipuminen ynnä muut aktiviteetit (MEK A144 2005, 52.)

**Well-being**-termi on matkailun kontekstissa lähinnä luonnon kokemista siitä nauttimista elämyksien tuntemista ja aistimista. En löytänyt well-being -termille muuta erityistä eroavuutta wellness -termiin verrattuna kuin, että se (well-being) vivahtaa enemmän elämyksellisyyteen, kokemuksen ja aistimuk-

sen henkiseen hyvinvointiin sekä lappilaisittain tarunhohtoihin ja jopa maagisiin matkailukokemuksiin.

Molemmilla termeillä on lähtökohtana hyvinvointimatkailu. Lapin osalta painotus on vähemmän tekninen ja enemmän luontoa lähellä oleva kokemus. Toisin matkailijan kulttuurista määrää myös termien käsittämisen. Esimerkiksi Britanniassa wellness ymmärretään usein kielteisenä sanana (kirjoittajan päätelmä: well on hyvä ja hyvin, mutta ess- pääte viittaa puutteeseen), jolloin siellä käytetäänkin termejä healthfarm, spas ja wellbeing kuvaamaan hyvinvointimatkailua. (MEK 2005, 10.)



## 8 TUTKIMUSMENETELMÄT

### 8.1 Määrällinen ja laadullinen tutkimus

Määrällisessä tutkimuksessa aineisto kerätään joko kyselylomakkeella, systemaattisella havainnoinnilla tai valmiista rekistereistä ja tilastoista. Tämä aineiston keräämisen tapa soveltuu isolle, hajallaan olevalle ja anonyymille joukolle ihmisiä. Kyselylomakkeen etu on, että vastaaja jää tuntemattomaksi, mutta haittapuolena on vastausprosentin alhaisuus. Myös kustannukset nousevat, jos joudutaan lähettämään uusintakyselyjä vastausprosentin jäädessä liian pieniksi tutkimuksen validiteetin ja reliabiliteetin kannalta. (Vilkkä 2007, 73–74.) Tosin tänä päivänä tutkimuskyselyn toistettavuus sähköisesti vähentää kustannuksia ja työmäärää. Huonona puolena näen kuitenkin sen informaatiotulvan, joka saa monen potentiaalisen vastaajan painamaan delete -painiketta heti, kun näkee, että kyseessä on jokin massahaastattelu.

Määrällisen tutkimuksen keskeisiä asiakokonaisuuksia ovat tiedon hankinta, sen keinot ja vaiheet, valintojen perustelut sekä aineiston kuvaamisen ja analysoinnin tekniikat. Menetelmät on selitettävä niin huolellisesti, että lukija pystyy arvioimaan aineistojen asianmukaisuutta ja edustavuutta sekä tulosten luotettavuutta. Tutkimuksessa valitaan tutkimuskohde sekä määritellään sen perustelut. Seuraavaksi etsitään sopiva tutkimusvälineistö, jonka luotettavuus ja pätevyys todistetaan. Sitten esitetään tutkimuksen kulku vaiheittain sekä aineiston analyysimenetelmät. (Hirsjärvi jne. 2005, 242–243). Määrälliseen tutkimukseen tullaan tässä työssä käyttämään webropol -kyselyä koko tutkimuskohteelle.

Koska tutkimusaineistoni on niinkin suppea, niin ei voida puhua varsinaisesti määrällisestä tutkimuksesta, vaikka yleisimmin webropol -kyselymenetelmää käytetään juuri isoihin aineistoihin. Tämä tekee tutkimuksestani ennemminkin laadullisen.

Tutkimusmenetelmäni on tavallaan laadullinen, määrällisen tutkimuksen täytävien kriteerien vähyyden vuoksi, vaikka käyttämäni tutkimusmenetelmää käytetään yleisimmin määrällisessä tutkimuksessa. Pyrin selvittämään yrittäjien toiveita yritystenvälisestä verkostoitumisesta ja yhteistyöstä. Laadullisella

menetelmällä voidaan tutkimuksessa saavuttaa merkityksiä henkilön/yrityksen näkökulmasta ja merkitykselliseksi koettuja tapahtumia sekä pidemmälle ajalle suuntautuvia toiveita ja kehitysehdotuksia. (Vilkkä 2007, 97.)

Laadullinen tutkimus eroaa määrällisestä tutkimuksesta tutkimusmenetelmänä hyvinkin paljon. Sen sijaan sen raportointi (selostus) noudattelee samaa kaavaa määrällisen tutkimuksen kanssa. Myös laadullisessa tutkimuksessa edetään perustellun johdannon kautta reliaabeliin ja validiin menetelmään. Aineiston keruun jälkeen seuraa analyysi / tulokset ja pohdinta. (Hirsjärvi jne. 247 – 249.)

Laadullisen tutkimuksen arviointi on huomattavasti määrällisen tutkimuksen arviointia mutkikkaampaa. Sen reliabiliteettia ja validiteettia ohjaavat tulkinnan tutkimusaineiston ja teorian välisen vuoropuhelun luotettavuus. Tutkijalla on vastuu aineiston käsittelemisestä mahdollisimman objektiivisella tasolla. Tutkijan on osoitettava taitoa yleistää tutkimustuloksia eli tarkastella tutkittavaa aineistoa yksittäistapausta yleisemmällä tasolla (Vilkkä 2005, 30.)

Laadullisella tutkimusmenetelmällä tehdyn tutkimuksen luotettavuuden kriteeri on viime kädessä tutkija itse ja tutkijan eettinen asenne, rehellisyys, koska arvioinnin kohteena ovat tutkijan tekemät teot, valinnat ja ratkaisut (Vilkkä 2005, 30.)

## **8.2 Tutkimusetiikka**

Tutkimuksen tekemisen ja raportoinnin edellytyksenä on noudattaa hyvää tieteellistä käytäntöä eli tutkimusetiikkaa. Tutkimuksen tulee tuottaa uutta tietoa tai käyttää jo aiemmin tuotettua tietoa selkeästi uudella tavalla, esimerkiksi uudella tavalla tietojen yhdistämisellä. (Vilkkä 2007, 21 – 23.) Tutkimusetiikassa oleellista on myös alkuperäisen tietolähteen tuominen esiin, jolloin kunnia tiedon tuottamisesta menee oikealle tekijälle.

Tutkimuksen luotettavuus (reliabelius) tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta eli tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Toinen oleellinen tutkimuksen arviointiin liittyvä käsite on sen pätevyys (validius), joka tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin

mitata. (Hirsjärvi jne. 2005, 216.) Tällä tutkimuksella pyritään eettisesti luotettavaan ja pätevään tulokseen, josta on toimeksiantajalle hänen toivomaansa hyötyä.

## 9 KYSELYN VALMISTELU JA TOTEUTTAMINEN

Aloitin kyselyn valmistelun hyvissä ajoin tammikuussa pyytämällä kirjallisen suostumuksen ECEAT Suomi ry:n toiminnanjohtajalta Terhi Arellilta. Olin häneen yhteydessä jo syksyllä useampaan otteeseen sähköpostilla ja puhelimitse. Yhdistyksen toimitilojen muutto kuitenkin työllisti sekä häntä että koko hallitusta, joten aikataulu venähti joulun yli. Saatuani vahvistuksen ryhdyin tutustumaan paljon kehitetty webropolin toimintaan ja mahdollisuuksiin. Se osoittautui niin mutkikkaaksi, että jouduin useamman kerran pyytämään ohjausta ATK-tukihenkilöltä.

Kysely toteutettiin webropol -kyselynä. Tässä vaiheessa tein valitettavan virheen, enkä testannut kyselyä yhdelläkään potentiaalisella vastaajalla. Tuolloin olisin voinut lähestyä jotakin vastaajista puhelimitse ja pyytää lupaa ja suostumusta sekä kommentteja koekyselyyn. Kyselyn sisältö olisi voinut tulla vastaajille mielenkiintoisemmaksi ja hyödyllisemmäksi. Kyselyn tulos osoitti, että näille yrittäjille, jotka vastasivat, olisi ehkä kannattanut esittää vain vapaamuotoisia kysymyksiä.

Aineistoni, ECEAT Suomi ry ja sen 35 jäsenyriystä tarjoaa oivan paletin mieltä lähestymistapaa, jolla saan tällä opinnäytetyöllä lisäarvoa tilaajan liiketoiminnalle ja toisaalta uutta näkökulmaa autoituvan maaseudun vetovoimaiseen matkailutuotteeseen. Olemme alustavasti vaihtaneet ajatuksia yhdistyksen toiminnanjohtajan kanssa. Päädyimme verkostoitumisen ja yhteistyön kehittämisen selvittämiseen. Käytin tutkimusaineiston keräämiseksi webropol-kyselyä, jonka tein sähköpostilla kaikille 35 jäsenyriykselle.

Kysymykset ovat työn liitteenä.

## 10 KYSELYN TULOKSET

Kyselyyn tuli 9 vastausta 35:stä. Monivalintakysymyksiin tuli kaksi vastausta, joissa toinen yritys kertoo ostavansa toiselta ECEAT -yritykseltä tapahtumien järjestämispalvelua toinen taas pitopalvelua.

Yrityksensä erityispiirteitä koskevaan kysymykseen vastasi kahdeksan yrittäjää. Siinä kysymyksessä oli selvästi elementtejä, jotka ovat tyypillisiä ECEAT -yritysten toiminnalle. Myös kysymykseen erikoisosaamisesta tuli 8 vastausta ja vapaamuotoisia ehdotuksia. ECEAT:in koettiin tuovan lisäarvoa yrityksen toiminnalle 7 vastauksessa. Muita ajatuksia tuli mieleen neljällä vastaajalla.

Kysyin alkuun vastaajien ikää ja sukupuolta, koska neuvottiin aloittamaan helpoilla kysymyksillä. Yllätyksekseni nopeina ja helppoina pidetyt monivalintatehtävät tuottivat todella vähän informaatiota työtäni ajatellen.

**Vastaajan ikä** voi kertoa monta asiaa. Vastaajissa ei ollut yhtään alle 20-vuotiasta, joten se kategoria jätetään tässä käsittelemättä.

20 – 35-vuotiaat vastaajat voivat olla samassa tilanteessa kuin edellinen ikäryhmä, mutta koulutusta ja kokemusta ”viisaampia”. Heissä voi olla jo sukutilan perijöitä, jotka ovat päättäneet suuntautua luomutuotantoon ja maatilamatkailuun vanhempiensa perinteisen maatilayrittäjyyden jälkeen.

51 – 60-vuotiaat, joita vastanneista oli eniten, ovat todennäköisesti joko oman tilansa maatilamatkailun kehittäneitä tai jopa maatilalan ostaneita ja sen matkailukäyttöön kunnostaneita perheyrittäjiä. Tämä ikäluokka on myös potentiaalinen edellisten ikäluokkien kasvattaja sukupolvenvaihdokseen.

Yli 65-vuotiaat maatilamatkailuyrittäjät, jotka ovat sopeutuneet luomuajatteluun, ovat edistyksellisiä perinteiden vaalijoita ja varmasti myös osaavat perinteisten oheispalvelujen tuottamisen. Heillä myös varmaan on mahdollisuus palkata nuorempaa työvoimaa tai ostaa alihankintana uusia kehittämisideoita ja tarvittavia muita palveluita ulkopuolelta.

Vastaajista kahdeksan oli naisia ja yksi mies. Tämä kertoo mielestäni sen, että perinteisissä maatalousammateissa kirjalliset tehtävät ovat ”naisten hommia”. Tosin kirjallistenkin tehtävien teknistyttyä ottavat miehet varmasti osaa

myös näihin töihin. Tosin juuri esimerkiksi toimistotöiden teknistyminen vapauttaa yrityksen henkilöstöä vaihtelevampaan toimintaan yrityksessä sekä luo jokaiselle yrityksessä työskentelevälle mahdollisuuden seurata yrityksen kehitystä ajan tasaisena.

Kysyttäessä ECEAT -jäsenyritysten alihankinta-asioista yksi yritys kertoi käyttäneensä toisia yrityksiä (alihankintaa) tapahtuman järjestämisessä. Elin-  
tarvikkeiden hankintaa tai ohjelmapalveluja ei ollut käyttänyt yksikään. Koska on kysymys pitkälti maatalousvaltaisesta yrittäjäkunnasta, osa elintarvikkeista tuotetaan tietysti itse.

Kysyttäessä minkälaisien tapahtumien järjestämisessä yrityksenne käyttää muita ECEAT -jäsenyrityksiä tai heidän palveluitaan yksi vastaajista kertoi käyttävänsä toisen jäsenyrityksen retkeilytuotteita tapahtumien järjestämisessä. Kysymyksen vaihtoehdot olivat: 1) Perhejuhlat, 2) Leirit, 3) Kurssit, 4) Kokoukset, 5) Ulkomaalaisryhmät (tulkkaus) 6) Muut, mitkä?.

Tässä kysymyksessä olisi ollut paikallaan täsmentää, millaisia retkeilypalveluita he käyttävät. Siis vapaamuotoiseen kysymykseen olisi pitänyt antaa vaihtoehtoja sekä ehkä enemmän vastaustilaa. Vapaaseen kysymykseen (kysymys 6) tuli yksi vastaus, joka oli retkeily

Seuraavaksi kysyttiin: Minkälaisia ohjelmapalveluita ostate muilta jäsenyrityksiltä? Vaihtoehdot olivat: 1) Pitopalvelua, 2) Opaspalvelua, 3) Kursseja (asiantuntijapalvelua) 4) Muuta, mitä? Tarkoituksena oli selvittää, onko jo olemassa olevaa yhteistyötä tällä sektorilla.

Yksi yrittäjä kertoi ostavansa pitopalveluita toiselta tai toisilta ECEAT -jäsenyrityksiltä. Pitopalvelua voidaan ostaa tietysti erilaisiin perhejuhliin, kursseille, kokouksiin ynnä muihin vastaaviin tilanteisiin osapalveluna. Tä-  
hänkin vastaukseen täydentävä kysymys jollekin olisi paikallaan. Tämä ei kuitenkaan kerro, miten paljon ohjelmapalveluita ostetaan muilta kuin ECE-  
AT-jäsenyrityksiltä.

Yksikään vastaajista ei kertonut toimivansa itse **alihankinnan tuottajana** muille jäsenyrityksille. Vastausvaihtoehtoina alihankinnan tuottamiselle olivat:

1) elintarvikkeet, 2) tapahtumien järjestäminen, 3) ohjelmapalveluiden tuottaminen sekä 4) joku muu vaihtoehto.

Elintarvikkeiden myynti ja osto toisilta ECEAT -jäsenyrityksiltä on näköjään olematonta. Jäljempänä vapaamuotoisista vastauksista ilmenee ainakin yksi syy, miksi näin on: Yritykset sijaitsevat sen verran kaukana toisistaan, että tuotteiden laadun ja tuoreuden sekä kuljetuskustannusten kannalta muuten kuin luomutuotettu lähiruoka on edullisempaa hankkia.

Kukaan vastaajista ei kertonut myyvänsä ohjelmapalveluita toisille jäsenyrityksille. Yksi yritys kuitenkin kertoi ostavansa pitopalvelua toiselta jäsenyritykseltä. Lisäkysymyksenä voisi esittää: Missä muodossa ja millaisiin tapahtumiin ostate pitopalveluita?

Kukaan vastaajista ei kuitenkaan ollut sen palvelun tuottaja ja myyjä, joten se yritys, joka myy pitopalvelua tälle vastaajalle, ei kaikei itse vastannut kyselyyn. Näin ollen tässäkin kohdassa tulisin siihen, että ajan puitteissa olisi ollut hyvä syventää vastauksia teemahaastattelulla. Siinä on hyvä jatkotutkimusaihe kiinnostuneelle.

Kaiken kaikkiaan osto ja myynti puolin ja toisin jäsenyritysten välillä tuntuu mielestäni tämän kyselyn perusteella liiankin konkreettiselta ”utelemiselta”. Sen sijaan vapaasti vastattaviin kysymyksiin tuli paljon vastauksia ja ehdotuksia. Vaikuttaisi siltä, että osallistuva yhteistyö olisi oikea muoto näiden yritysten verkostoitumiselle.

**Vapaamuotoisiin kysymyksiin, 11-17,** tuli yllättäen paljon ja monipuolisia vastauksia, toivomuksia ja ehdotuksia. Omasta yrityksestä on helpompi kertoa vapaasti, ja ehkä korostaen yrityksensä hyviä puolia. Vastauksesta voi muotoilla mieleisensä.

Ensin kysyttiin yrityksen erityispiirteitä. Tähän kysymykseen oli näennäisen helppo vastata, koska se liittyy olennaisena osana yrityksen markkinointiin, jokaisen omaan näkemykseen oman yrityksen erinomaisuudesta ja vetovoimaisuudesta.

- a) Luonnonkaunis ympäristö: 6 vastaajaa piti luonnonkaunista ympäristöään vetovoimaisena. Yleensäkin tällaiset yritykset usein ovat sijainniltaan joko vesistöjen, vaarojen tai tuntureiden läheisyydessä.
- b) Kalastusmahdollisuudet: 5:llä vastaajista oli selkeästi vesistö lähellä, koska kalastamiseen on mahdollisuus. Tässä olisin voinut kysyä tarkemmin, kalastetaanko tilalla ruokapöytään, matkailijoille kotiin viemiseksi vai ehkä kyseenalaisella ”pyydystä ja vapauta” menetelmällä, jossa kala kärsii siitä, että se ensin joutuu koukkuun, vedetään maalle, valokuvataan ja päästetään sitten haavoittuneena takaisin veteen (Kourilehto2012.)
- c) Retkeilymahdollisuudet: 7 vastaajaa piti retkeilyä yhtenä hyvänä lomailumuotona tilallaan. Uskoisin, että tähän vastaukseen vastanneet ovat paljolti myös sitä mieltä, että heillä on ensimmäisen kysymyksen elementti, luonnonkaunis ympäristö, joka houkuttelee ihmisiä retkeilemään. Tässä kohti olisi ollut paikallaan kysyä myös esteettömistä retkeilyreiteistä.
- d) Upea majoitus: 7 vastaajalla, ja varmaan monella vastaamattomallakin ECEAT -yrittäjällä on jo ECEAT -suositusten mukaan perinteitä vaalien hoidetut kauniit pihapiirit ja sisäinen innostus majoitustilojensa ja rakennustensa näyttävyyteen ja viihtyisyyteen.
- e) Mahdollisuus hiljentymiseen: 7 paikkaa ilmoittaa mahdollisuudesta hiljentymiseen. Sen voi kuvitella olevan luonnon rauhaa, hengellistä hiljentyismahdollisuutta, retriittiä, tai vain omissa oloissaan pohdiskelua kaukana arjesta.
- f) Vaihtoehtoiset ruokailumahdollisuudet: 4 ECEAT matkailutilalla painotettiin vaihtoehtoihin ruokailumahdollisuuksiin. Vaihtoehtoina lienee ainakin kasvis- tai sekaruoka sekä maidoton ja gluteiiniton ateria. Täsmenävänä kysymyksenä voisin esittää, onko mahdollisuutta aitoon vegaaniruokailuun, jolloin aterioissa on vaihtoehtona kokonaan ilman eläinperäisiä tuotteita valmistettua ruokaa.
- g) Osallistuminen tilan toimintaan: Neljällä tilalla on mahdollisuus osallistua tilan toimintaan. Tässäkin olisi täsmenäville kysymyksille tilaisuus. Voin kysyä, miten voi osallistua? Siihen löytyy vastauksia seuraavasta avoimet vastaukset osasta.
- h) Muuta, mitä: Neljä vastaajaa esitti mahdollisuuksiksi ratsastuksen, kärriillä ajelun, hevosten ja ponin hoitamisen. Lisäksi hyvänä kokouspaikka-



na savu- ja rantasaunoineen mainittiin myös yksi paikka. Jollakin tilalla on lisäksi oma lähdejärvi (järvi, josta joki saa alkunsa).

Yrityksensä **erikoisosaamisen** esille tuomista ja mainostamista voi edellisen kysymyksen tavoin pitää osana yrityksen markkinointia. Ehdotin tarkoituksella tiettyjä erikoisosaamisen alueita, jotka ovat tunnusomaisia ECEAT -toiminnalle. Lisäksi viimeisenä kysymyksenä oli mahdollista lisätä vastaajan mielestä tärkeitä ja oleellisia asioita liittyen seuraaviin erikoisosaamisen alueisiin: a) – h).

- a) Luomutuotanto: Viidellä vastaajalla tuli ensisijaisena mieleen luomutuotanto, joka on tämän opinnäytetyön keskeinen osaamisala.
- b) Erikoisruokavaliot: kolme vastaajaa piti erikoisosaamisenaan erikoisruokavalioita. Olisi mielenkiintoista tietää, mitä vastaajien mielestä erikoisruokavaliot ovat. Vastaus voi käsittää kasvisruoan, gluteenittoman, maidottoman, sokerittoman ja kokonaan vegaani ruoan.
- c) Käden taitojen opettaminen: Kolme tilaa mainitsee opettavansa käden taitoja. Tutustuessani ECEAT Suomi ry:n jäsenyritysten kotisivuille löysin sieltä perinnekäsitöiden, piirustuksen ja maalauksen opettamista, huovuttamista ja puukäsitöiden tekemistä
- d) Henkilökunnan kielitaito: viidellä tilalla on vahvuutena henkilökunnan kielitaito. Liikuttaessa ruotsinkielisellä rannikkoalueella on ruotsin kieli varmasti ehdoton. Suomi on erityisen hyvin tunnettu siitä, että täällä lähes kaikkialla matkailualalla hallitaan tarvittava määrä englannin kieltä. Itä-Suomen matkailutiloilla venäjän kieli lienee kallisarvoinen taito.
- e) Perinnetieto: Kuusi vastaajaa koki merkittäväksi perinnetiedon osuuden yrityksensä toiminnassa. Paikallisten kulttuuriperinteiden vaaliminen onkin osa ECEAT -ohjeistusta.
- f) Kalastus ja kalan käsittely: Yksi vastaaja uskaltanut vastaamaan tähän kysymykseen, jossa kalan käsittely pyyntivälineestä pakasteeseen tai ruokapöytään varmaan mietitytti joitakin kalastukseen muuten keskittyneitä matkailukohteita. Voi olla, että kokemuksena osallistuminen kalastusmatkaan liittyy tilan ohjelmatarjontaan, mutta kalojen jälkikäsittely on sitten eri tekijöiden alaa.

- g) Luonto-opastus: Luonto-opastusta oli yhden vastaajan yrityksessä. Opastus voi olla opasvetoisia retkiä, opaskarttoja ja neuvontaa luonnossa liikkumiseen. Luonto-opastus voi pitää sisällään myös paikallisten eläinten, lintujen ja kasvien tuntemuksen opastusta.
- h) Muu, mikä: Ruisleivän leivonta perinteisin menetelmin ja muun ruokaleivän leipominen olivat osana tilan töihin osallistumista. Nettisivuston mukaan eräs yrittäjä leipoo kerran kuukaudessa talon käyttämää ruokaleipää perinteisellä menetelmällä. Hän myös järjestää ryhmille tilauksesta leivontakursseja (Suomen luomumatkailuyhdistys 2012.)
- Muita erikoisosaamisalueita vastauksissa olivat pianonsoitto, piirustus, maalaus, ratsastustunnit sekä rakennusperinnetietous ja miljöö sekä sisustustietous.

Kysyttäessä **tämänhetkisestä yhteistyöstä** muiden ECEAT -jäsenyritysten kanssa kaksi yritystä kertoi tekevänsä satunnaisesti yhteistyötä toisten jäsenyritysten kanssa. Tämäkin kysymys ja vastausvaihtoehdot kaipaavat täsmennystä. Onko satunnainen johonkin tiettyyn tapahtumaan, vuodenaikaan tai vaikka aktiviteettiin sidottua? Kahdeksan vastaajaa ei tee yhteistyötä muiden ECEAT -jäsenyritysten kanssa. Tämä ei silti kerro, ettei halukkuutta siihen olisi.

**Toivomuksia monipuolisempaan yhteistyöhön** muiden ECEAT -jäsenyritysten kanssa kertyi seuraavasti:

Avoimissa vastauksissa toivottiin yhteistyötä saman alueen tai samantyyppisten toimijoiden kanssa. Vastauksista ei voi päätellä tarkoittavatko samantyyppiset toimijat juuri ECEAT-yrityksiä vai yhdistykseen kuulumattomia saman alueen (esimerkiksi Keski-Suomi, majoittajat) toimijoita

Yhden vastaajan mielestä yhteistyötä on riittävästi. Mutta mikä on riittävästi, ei ilmennyt vastauksesta. Riittävä on tämän kaltaisessa kyselyssä määrittämätön suure, joten sen lisäksi pitäisi esittää selventäviä kysymyksiä.

Yksi vastaajista ei toivo yhteistyötä muiden jäsenyritysten kanssa: Tämä vastaaja saattaa kokea yhteistyön uhkana yritystoiminnalleen, eikä näin ollen

ymmärrä verkostoitumisen hyötyjä. Voi myös olla, että hänen mielestään alueella on liikaa kilpailua ECEAT -yritysten kesken.

Kysyttäessä **ehdotuksia** yhteistyön lisäämiseksi toivottiin tuotetietouden lisäämistä muiden tuotteista. Tuotetietoutta voisi jakaa säännöllisillä tiedotteilla yhdistyksen suunnasta käsin. Esimerkiksi kausitiedotteessa voisi kertoa kunkin yrityksen satonäkymistä ja tuloksista, esim. juuresten ylituotannosta, jota voisi näin markkinoida toisille ECEAT -yrittäjille.

**Toiveisiin** yhteistyön muodoista tuli seuraavanlaisia vastauksia:

Yrittäjä Pohjois-Karjalasta piti tilannettaan ECEAT -yrittäjänä sijainniltaan kaukaisena muihin jäsenyrityksiin verrattuna. Paikallaan olisi uusien jäsenten hankinta yhdistykseen lähialueella. Pohjois-Karjalassa on varmasti potentiaallisia yrityksiä liittymään ECEAT Suomi ry:n jäsenyritykseksi (Pohjois-Karjalan maakuntaliitto 2012.)

Toisaalla toivottiin keskustelua ja kokemusten vaihtoa, tutustumista muihin jäsenyrityksiin, mahdollisesti yhteistä markkinointia sekä ristiin linkitystä kotisivuille. Hyvin pienenä toimijana ekologisuuden korostaminen erityispiirteenä markkinoinnissa on kallista ja luomusta kiinnostuneiden asiakkaiden tavoittaminen yksin vaatii ponnisteluja. Tutkimustenkin mukaan luonto- ja luomumatkailun hyödyntäminen matkailumarkkinoinnissa on vielä hyvin vähäistä. Yhteistyö näkyvyyden lisäämiseksi olisi hyvä asia.

Joku esitti kiertomatkailua jäsenyrityksestä toiseen, jolloin voitaisiin tutustua sekä yrittäjiin että yrityksen toimintaan. Siinä voisi oppi puolin ja toisin.

*Matkailutilojen verkostoituminen* on tämän työni pääaihe ja sydäntäni lähellä. Ongelmana tuntuvat kyselyn perusteella olevan suuret välimatkat tuotteiden välityksessä, jolloin kyseeseen tulee tuotteiden tuoreus ja säilyvyys

Jälleen yksi yrittäjä vetoaa kaukaiseen sijaintiinsa Etelä-Suomen lukuisista ECEAT -yrityksistä. Välimatkojen pituuden vuoksi toiveita tai tavoitteita yhteistyöstä ei osata sanoa, joten verkostoitumisen tiiviys ja tiheys koko Suomen alueella olisi yhdistykselle näennäisen hyödyllinen tavoite.

Esimerkiksi yhteismarkkinointi, tuotepaketointi, retkireitit toivelistalla kuulostaa jälleen verkostoitumishalukkuudelta.

Ruoka ja hyvinvointi ovat maatilamatkailuyritysten peruskiviä. Esimerkkeinä mainitaan muun muassa ihonhoito sekä saunatuotteet ja luomuruoka, joita voitaisiin käyttää verkostoitumisen markkinoinnissa tehokeinoina ja houkuttimina.

Edelleen vastauksiin sisältyy toive saada lisää jäseniä lähelle, että yhteistyö olisi mahdollista – siis uusjäsenhankintaa toivotaan tehostettavan.

Kysymykseen, **miten jäsenyys ECEAT Suomi ry:ssä** koetaan vaikuttavan yrityksen toimintaan, tuli hyvinkin positiivisia vastauksia:

Kuuden vastaajan mielestä jäsenyys lisää näkyvyyttä ja tunnettuutta ulkomailla. Heidän mielestään ECEAT auttaa ulkomaan markkinoinnissa, mikä mielestäni on osoitus siitä, että verkostoitumisen tehostamiselle on tarvetta.

Myös täällä kotimaassa ECEAT -jäsenyys lisää useiden vastaajien mielestä yrityksen tunnettuutta luomu- ja maatilamatkailuyrityksenä. Ja auttaa siten myös markkinoinnissa.

**Jäsenyys on avuksi markkinoinnissa.** Tämän vastauksen pohjalla lienee yhdistyksen nettisivut, joilla on jokaisen ECEAT-yrityksen omille sivuille suorat linkitykset. (Suomen luomuliitto 2012.) Näillä omilla sivuilla kukin yritys kertoo sivun verran toiminnastaan, tilan sijainnista, kulkuyhteyksistä ja mahdollisista oheispalveluista sekä ympäristön tarjoamista mahdollisuuksista. Yhdistys julkaisee harvakseltaan myös ”Matkalle luomuun” -nimistä jäsenlehteä.

**Jäsenyys lisää uskottavuutta.** Neljän vastaajan mielestä kuuluminen yhdistykseen lisää uskottavuutta. Kun taustalla on kansainvälinen yhdistys, jolla on tietty normisto ja status, niin pienikin yritys vaikuttaa luotettavalta ja asianmukaiselta ulkopuolisen silmissä.

**Jäsenyys antaa yritykselle lisäarvoa** tukemalla kestävän kehityksen ja luomujattelun esilletuomista sekä antaa näkyvyyttä yrityksen ekologisille rat-

kaisuille. Se lisää ympäristöystävällisyyden ja eettisten arvojen näkyvyyttä yrityksessä ja sen markkinoinnissa.

**Muiksi mainittavaksi yritysten välisessä yhteistyössä ECEAT Suomi ry:ssä**vastaajat kokivat seuraavia asioita:

- Saavat enemmän tietoa toistensa yrityksistä.
- Toivoisivat yhdistyksen mahdollisuuksien mukaan järjestävän koulutusta tai ainakin välittävän hyödyllisiä linkkejä ja antavan vinkkejä, kuinka lisätä ekologisuutta yrityksen toiminnassa.
- Jäsenten kesken voisi perustaa keskusteluryhmän tai -ryhmiä nettiin, jossa voisi vaihtaa ajatuksia, jakaa iloja ja murheita muiden ekoyrittäjien kesken.
- Jäsenyritysten välinen kaikenlainen yhteistyö sai kannatusta. Ja ECEAT Suomi ry:n toivottiin avustavan yritysten tutustumista toisiinsa.
- Myös vertaistukea yritystoimintaan tällä sektorilla toivottiin. Joten verkostoitumisen kehittäminen nousi jälleen esiin.

Näistä vastauksista vaistoan vastaajien halukkuutta yhteistyöhön ja verkostoitumiseen. Lähinnä tulee mieleeni, että markkinointi ja vertaistuki olisivat aihepiirejä ennemminkin kuin tuotteiden ja palveluiden myynti. Tosin jossain kohti vilahti sopivasti kyllä halukkuutta myös ohjelmapalveluiden vaihtoon.

En kysynyt, olisivatko yritykset halukkaita markkinoimaan muita ECEAT -yrityksiä vierailukohteiksi asiakkailleen. Ajattelin, että toki itse kukin yrittäjä toivoo asiakkaansa olevan niin tyytyväinen omaan palveluunsa, että mieluummin ottaa asiakkaan vastaan uudelleen omassa yrityksessään. Kuitenkin voisin kuvitella, että jos/kun kiinnostusta ECEAT -toimintaan on, niin asiakkaat saattaisivat yhteen yritykseen tutustuttuaan olla kiinnostuneita muistakin samaan yhdistykseen kuuluvista yrityksistä eri puolilla Suomea.

Mielestäni monet ECEAT -periaatteet sopisivatkin hyvin esimerkiksi lapin matkailukohteisiin. En tarkoita tällä hiihtokeskuksia, vaan Lapin rauhaa, ekostiikkaa ja lappilaista perinnettä tarjoavia yrityksiä.

**Sähköpostilla** tuli hiukan selvennystä vastausmäärän vähyyteen. Yksi vastaajista on juuri lopettelemassa matkailuyritystoimintaa, joten he eivät vastaa

matkailutoimintaan liittyviin kyselyihin. Toinen vastaa, ettei yritys ole enää ECEAT ry:n jäsen. Ja varmasti matkailuyritysten sesonkiajan läheisyys verotti vastaajien aikaa.

Kysyttäessä lisäkysymyksen arkaluontoisuudesta jäsenyydestä luopumisen suhteen, tuli vastaukseksi, ettei ole arkaluontoinen kysymys. Selityksenä oli, että joka vuoden alussa tulee paljon erilaisia jäsenmaksuja, joihin kaikkiin ei voi osallistua. Täytyy valita, mistä on eniten yritykselle hyötyä ajatellen yrityksen liiketoimintaa kokonaisuudessaan.

## 11 TULOSTEN POHDINTAA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

**Tulokset** verrattuna tutkimusongelmaani ovat pienen vastausmäärän vuoksi lähinnä suuntaa-antavia (vaikka paradoksaalisesti vastausprosentti oli kohtuullinen  $9/35=25,7\%$ ). Kuitenkin kiinnostusta verkostoitumiseen ja yhteistyöhön tuntuu olevan muodossa tai toisessa. Koska ajoitin kyselyni kiireisimpään sesonkiaikaan, kesälomien alkuun ja maatalousyrittäjien viljelysesongin ruuhka-aikaan, ei vastauksia tullut odotettua määrää. En kuitenkaan halunnut siirtää kyselyn jatkamista syksyyn, jolloin se olisi mennyt parhaiten lokamarraskuun puolelle ja venyttänyt työni valmistumista kohtuuttomasti.

Olen esitellyt edellä kyselyn vastauksia siinä valossa kuin niistä sain irti aineistoa verkostoitumishalukkuuteen ja sen muotojen kehittämiseen vastaajien kannalta. Mielestäni tällä pohjalla työstäni on kuitenkin luettavissa uudistusmahdollisuuksia ECEAT Suomi ry:n toiminnan kiinteyttämiseksi ja yhtenäistämiseksi. Yksi vastaajista ehdotti jäsenhankintaa, joka minunkin mielestäni olisi yhdistykselle vetovoimainen uusi tekijä. Siinä verkostoituminen helpottuisi, kun yhdistyksen jäsenyrityksiä olisi lähempänä toisiaan.

Eriyisesti sydäntäni lähellä olisi saada Lapin pieniä perinne ja elämysmatkailutuottajia mukaan ECEAT -toimintaan. Täällä yrityksillä on edellytyksiä ECEAT -arvojen mukaiseen toimintaan luonnollisesti, koska pienten matkailuyritysten vetovoimatekijänä ovat luonnonkauneus ja -ilmiöt (esim. revontulet ja yötön yö), voimakas saamelaiskulttuuri ja luonnontuotteiden puhtaus.

**Horisontaaliset verkostot** muodostuvat saman toimialan sisällä toimivista yritysverkostoista, joissa kilpailijat toimivat yhteistyössä toisiaan tukien. (Toivola 2006, 23 – 24.)Tässä yhteydessä ja näiden vastausten perusteella voisin kuvitella ECEAT Suomi ry:n jäsenyritysten toimivan nyky muodossaan (Toivolan 2006) määrittelemän horisontaalisen verkoston periaatteella.

Myös Kompula (1996) tarkastelee tutkimuksessaan yritysten välisen horisontaalisen verkostoitumisen edellytyksiä ja myös esteitä. Jotta voitaisiin selvittää yhteistyön esteitä, on tarkasteltava yhteistyön syntyyn vaikuttavia tekijöitä, joista hän mainitsee:

- Yhteistyön determinantit (päämäärät, hyötyodotus)

- Operatiiviset sidokset, joilla yhteistyö konkretisoituu
- Vetovoima ja luottamus, jotka vaikuttavat kumppanin valintaan
- Luottamus, sitoutuminen, hyödyt ja esteet, jotka kaikki vaikuttavat yhteistyön jatkumiseen (Komppula 1996, 14).

**ECEAT Suomi ry:n** jäsenyritykset voisivat mahdollisesti harkita tällaista horisontaalista verkostoitumista, joka koostuu asiapohjaisesta yhteistyöstä (esimerkiksi Suomen jokamiehen oikeudet ulkomaalaisille matkailijoille), joka syntyy sellaisten toimijoiden välillä, joilla on yhteinen intressiperusta yritystensä toiminnassa (luomu, kestävä kehitys, perinne ja luontoarvot). Verkostoituminen vaatii pitkän aikavälin yhteistoimintaa ja sitoutumista siihen (Komppula 2000, 248.)

Verkostoitumisen horisontaalisuutta puolustaa mielestäni esimerkiksi se, että Suomi on laaja maa ja välimatkat pitkiä. Kuitenkin Suomi on maantieteellisesti jakaantunut maakuntiin muun muassa ”Maakuntien parhaat – laatua läheltä” -laatujärjestelmän puitteissa. (ProAgria Keskusten liitto 2012.) ECEAT Suomi ry. Voisi lähestyä yhteistyötarkoituksessa muun muassa mainittua liittoa, koska Maakuntien Parhaat -osa-alueita ovat elintarvikkeet, käsityöt palvelut ja matkailureitit. Ainakin yhdellä ECEAT Suomi ry:n jäsenyrityksellä on Maakuntien Parhaat -sertifikaatti.

**Prosessin** alussa koin luomisen tuskaa, kun en millään olisi halunnut rajata alkuperäistä ajatustani luomusta maatilamatkailun vetovoimatekijänä. Aloitin työn kurssien mukana jo syksyllä 2011, jolloin löysin ECEAT Suomi ry:n, jonka toimintaperiaatteet vastasivat alkuperäistä tutkimusongelmaani. Työstä tuntui kuitenkin kehittyvän maailmoja syleilevä päättymätön jatkumo ja kirjo erilaisia yksittäisiä kohteita ja haasteita. Ei millään löytynyt rajattua tutkimusongelmaa.

Onneksi apuun tuli syventävän harjoittelun puitteissa opettaja, joka määrätietoisesti opastaen suorastaan ”pakotti valitsemaan” kaidemman tien. Yksi aiheistani, joista olin keskustellut ECEAT Suomi ry:n toiminnanjohtajan, ja hänen kauttaan hallituksen kanssa, oli yritysten yhteistyön tiivistäminen, siis verkostoituminen.



Verkostoitumisesta yritysmaailmassa ja sen erilaisista muodoista oli opintojen aikana monella kurssilla ollut esillä materiaalia, jota käsiteltiin monipuolisesti. Siitä oli helppoa lähteä etsimään teoriataustaa. Sen sovittaminen tutkimusongelmaani oli viilausta viilauksen jälkeen, mutta mielestäni se kannatti. Nyt minulla on esittää tämän työn valossa yhdistykselle joitakin ehdotuksia. Ehdotukset pohjautuvat jäsenyrityskyselyyn, jäsenyritysten toiveisiin yhteistyöstä sekä omiin ehdotuksiini ja pohdintoihini (kuten lappilaisten yritysten värvääminen verkostoon). Verkostoituminen voisi ja laajentua kattamaan mielellään koko Suomen alueen. Tällaisen suunnitelman toteuttaminen vaatisi kuitenkin osaavaa markkinointia, ja siis myös taloudellista ja henkilöresursipanostusta yhdistykseltä.

Tästä voisi poikia markkinointipainotteinen, ECEAT Suomi -yhdistykseen ja sen toimintaperiaatteisiin rajoittuva oma tutkimuksensa, jolla pyrittäisiin etsimään koko Suomen alueelta lisää potentiaalisia jäsenyrityksiä. Silloin jäsenmaksuihin perustuvat yhdistyksen tulot kasvaisivat ja tuottaisivat mahdollisuuden uusiin, tehokkaampiin markkinointiponnistuksiin, jotka taas toisivat tunnettuutta ECEAT Suomi ry:n toimintamallista.

Siitä hyötyisi sitten varmasti jokainen yritys tahollaan. Ja kuin lumipalloefekti se visioissani kasvattaisi ECEAT -jäsenyritysten markkina-asemaa Suomessa. Ja koska Suomen yhdistys on osa kansainvälistä luomumaatilatmatkailuyhdistystä, niin tunnettuus myös ulkomaan markkinoilla kasvaisi. Ja palatakseeni Lapin matkailun eksotiikkaan ja omaleimaisuuteen, eurooppalaisetkin matkailijat tulisivat tietoisemmiksi näistä Lapin ominaisuuksista. Nythän esim. aasialaiset ovat juuri sellainen matkailijaryhmä, jonka mieli vetää katsomaan revontulia ja yötöntä yötä sekä lappilaista avaraa luontoa.

Ensimmäisenä **uuden oppimisesta** tulee mieleeni ajankäytön hallinta. Työhön keskittymiseen nyt loppuvaiheessa on antanut erinomaiset puitteet MTI kirjaston hiljainen opiskelutila, jossa voi tehdä työtä omalla tietokoneella kenenkään häiritsemättä. Siellä on aina paikalla osaavaa henkilökuntaa ja useimmiten talossa myös ohjaavia opettajia, joilta saa apua juuri silloin, kun se on tarpeen. Kirjaston teokset ovat käden ulottuvilla; myös opinnäytetyöt ja pro gradu-tutkielmat, joita ei voi lainata kotiin.

Realistisen **aikataulun** laatiminen ja siinä pysyminen helpottavat asian etenemistä ja muiden tehtävien lomittamista niiden kanssa. Myös työpari tai työryhmä on kullan arvoinen ”piiskuri” aikataulussa pysymiseksi. Meitä muistaakseni neuvottiin, että jos on opintojen aikana tehnyt kaikki työt parin kanssa tai ryhmässä, niin viimeistään tässä vaiheessa kannattaa tehdä työ yksin.

Muutamissa vaiheissa olisin kaivannut kipeästi yhteistyöparia työhöni, mutta nyt jälkikäteen ajatellen moni asia olisi jäänyt opettelematta esimerkiksi tietokoneen käytössä. Myös tutkimuskäytänteisiin perehtyminen olisi ollut varmaan ositettavissa, jolloin siihenkin olisi jäänyt enemmän aukkoja. Nyt ei pelottaisi aloittaa vaikka uutta tutkimusta, jos taloudellinen tilanne sen sallisi.

Rajaaminen ja taas rajaaminen olivat alussa opettelemisen arvoisia asioita. Jos nyt pääsisin pitämään puhetta juuri opinnäytetyötään aloittaville opiskelijoille, kehottaisin ensi tilassa nimenomaan rajamaan tutkimusongelman mahdollisimman tarkasti, jotta välttyttäisiin turhalta hapuilulta jossakin aihepiirissä.

## LÄHTEET

- Aaltonen, M. 2011. Image 2011. Kasvukausi. Luomuviljelijä Tuomas Mattilan haastattelu. Image 8/2011, 62–67).
- Abonisos – Rengastietä Turun saaristoon. 2012. Osoitteessa <http://www.saaristonrengastie.fi>
- Alajoutsijärvi, K 1996. Rautainen pari – Kymmenen ja Valmetin suhde, lähi-verkostot ja makrovoimat 1984–90 Jyväskylä Studies in Computer Science, Economics and Statistics 31.
- Aho, S. – Honkanen, A. – Saarinen, J. 2001. Matkailuelämykset tutkimuskoh-teina. Rovaniemi.
- Arell, T. 2002. Suomen Vihreä Lomaopas. Helsinki: Sarmala Oy. Rakennus-alan kustantajat. RAK.
- Borg, P. – Kivi, E. – Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuun-nittelun periaatteet ja käytäntö. 1. Painos. Helsinki: Werner Sö-derström Osakeyhtiö.
- Eronen, S. 2008. Opinnäytetyö. Turun ammattikorkeakoulu. Opas ekologi-esti kestävämpään matkailuyrittäjyyteen. <http://www.eceat.fi>.
- Fager, M. 2010. Vaihtoehtoinen matkailukohde–vastuullinen matkailija. Luo-mutila Gaijan kävijätutkimus. Opinnäytetyö. Mikkelin ammatti-korkeakoulu. Osoitteessa <http://urn.fi/URN:NBN:fi:AMK-201004297274>
- Fennell, D. 2007. Ecotourism. 3rd edition. London, New York: Routledge.
- Heikkanen, S. 2007. Henkiseen hyvinvointiin tähtäävien elämyspalveluiden tulevaisuudennäkymiä. Pro gradu-tutkielma. Rovaniemi. Lapin yliopisto. Matkailututkimus.
- Heiskanen, I. – Kailo, K. 2007. Ekopsykologia ja perinnetieto. Helsinki: Greenspot.
- Hirsjärvi, S. – Remes, P. – Sajavaara, P. 2005. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kus-tannus Oy Tammi.
- Hirsjärvi, S. – Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teo-ria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.
- Jokimäki, J. – Kaisanlahti-Jokimäki M-L (toim.). 2007. Matkailualueiden kes-tävyyden indikaattorit. Rovaniemi: Arktisen keskuksen tiedotteita 52.
- Hyvinvointi- ja wellness -matkailun peruskartoitus. 2005. Helsinki. Matkailun edistämiskeskus.

- Kalmari, H. – Kelola, K. 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Helsinki: Image Kustannus Oy.
- Kekki, S. 2011. Piilokojumatkailusta koko kansan huvia. Lapin Kansa 31.10.2011, A11. Rovaniemi.
- Komppula, R. 1996. Matkailuyritysten horisontaalinen yhteistyö ja yhteistyön esteet. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.
- Komppula, R. 2000. Matkailuyritysten sitoutuminen verkostoon. Tapaustutkimus Pohjois-Karjalan maakunnallinen matkailuverkosto. Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Komppula, R. 2000, Matkailuyritysten sitoutuminen verkostoon. Tapaustutkimus: Pohjois-Karjalan maakunnallinen matkailuverkosto. Rovaniemi: Lapin yliopisto. Alkuperäinen lähde Alajoutsijärvi, K 1996. Rautainen pari – Kymmenen ja Valmetin suhde, lähi-verkostot ja makrovoimat 1984-90. Jyväskylä Studies in Computer Science, Economics and Statistics 31.
- Komppula, R. – Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Komppula, R. – Heikkinen, M. 2006. Maaseutumatkailu: Palvelua ja yrittäjyyttä. Joensuu: Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. Osoitteessa <http://www.ncp.fi>
- Kourilehto, T. 2012. Lohikesä kuumentaa kalamiehiä. Lapin kansa 31.8.2012, A24. Rovaniemi.
- Lapin Kansa 2012. STT:n tiedote. Lapin Kansa 11.9.2011, A4. Rovaniemi.
- Lautala, H. 2007. Aistielämysten metsä – Hyvinvointimatkailutuotteen suunnittelun ja toteutuksen opas. Case: Elämystalli Aventuro. Opin näytetyö: Lahden ammattikorkeakoulu.
- Lehtola, M. – Kylänen, M. 2004. Elämysteollisuus osana lapin Elinkeinoelämää. Rovaniemi: Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.
- Lipasti, I. 2007. Johda yli rajojen – verkostotaloudessa. Helsinki. WSOY pro.
- Lüthje, M. 2005. Se mukava maaseutu siellä jossain. Maaseutumatkailu kokemusten, mielikuvien ja markkinoinnin kohteena Rovaniemi. Lapin Yliopistopaino.
- Maaseutumatkailun teemaryhmä. 1996. Laatuseminaarimuistio 29.10.1996 ja Laatuseminaarimuistio 18.12.1996.
- Matilainen, A. 2010. Mikä luomumatkailussa kiinnostaa? Asiakkaiden näkemyksiä luomumatkailun vetovoimatekijöistä. Pro gradu-tutkielma. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

- Mattila, T. 2012. Keskustelu. Institutionaalinen. Asiantuntija Tuomas Mattila, luomutuottaja. Maallikko Asta Uotila, opiskelija. 23.8.2011. Kilpiän tila. Pusula.
- ProAgria Keskusten Liitto 2012. Maakuntien Parhaat – laatua läheltä. Osoitteessa: <http://www.maakuntienparhaat.fi>.
- Pohjois-Karjalan maakuntaliitto 2012. Osoitteessa <http://www.visitkarelia.fi/yritysrekisteri.josek.fi>.
- Puupponen, A. 2009. Maaseutuyrittäjyys, verkostot ja paikallisuus. Tapaustutkimus pienimuotoisen elintarviketuotannon kestävydestä Keski-Suomessa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Rajala, J. 2006. Luonnonmukainen maatalous. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Suomen luomumatkailuyhdistys. 2011. – ECEAT Suomi ry:n ekokriteerit. 27.4.2011. Osoitteessa: <http://www.luomuliitto.fi/luomumatkailu>.
- Suomen luomumatkailuyhdistys. 2012. ECEAT Suomi ry:n laatuasiaa. 26.6.2012. Osoitteessa: <http://www.luomuliitto.fi/luomumatkailu>.
- Suomen luomumatkailuyhdistys. 2012. ECEAT Suomi ry:n kotisivut 12.9.2012. Osoitteessa: <http://www.luomuliitto.fi/luomumatkailu>.
- Suontausta, H. – Tyni, M. 2005. Wellness -matkailu – hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki. Edita Publishing Oy.
- Tilastokeskus. 2009. Osoitteessa <http://www.stat.fi/meta/kas/mikroyritys.html>
- Toivola, T. 2006. Verkostoituva yrittäjyys – Strategiana kumppanuus. Edita Publishing. Helsinki.
- Turunen, M. – Valakari, P. 1998. Maaseutumatkailu – Yrittäjän opas. Maaseutumatkailun teemaryhmä. Helsinki.
- Vilka, H. 2007. Tutki ja kehitä 1.-2. Painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- VANAMO –hanke. Osoitteessa [http://www.4lahti.fi/ee\\_tehokkuus.html](http://www.4lahti.fi/ee_tehokkuus.html).
- Vuoristo, K-V. 2002. Matkailun muodot. Helsinki: Werner Söderström Oy.

**LIITE 1****Saatekirje**

Tervehdys!

Teen opinnäytetyötäni luomumaatilamatkailuyritysten yhteistyö- ja verkostoitumismahdollisuuksista ja -edellytyksistä. Tämän kyselyn tarkoitus on kartoittaa ECEAT Suomi ry:n jäsenyritysten toiveita ja mahdollisuuksia yhteistyön tiivistämiseen. Lähestyn Teitä uudelleen, koska en ole saanut vastaustanne. Vastauksenne on työlleni erittäin arvokas!

Ystävällisin terveisin Asta Uotila [asta.uotila@edu.ramk.fi](mailto:asta.uotila@edu.ramk.fi)

# MATKAILUYRITYSTEN VERKOSTOITUMINEN

Tähdellä merkityt (\*) kohdat ovat pakollisia

Kaikki vastauksenne käsitellään luottamuksellisena

## TAUSTATIETOJA

### 1. Vastaajan ikä \*

- alle 20
- 20-35
- 36-50
- 51-65
- yli 65

### 2. Vastaajan sukupuoli \*

- Mies
- Nainen

## ALIHANKINTA

### 3. Käytettekö muita ECEAT -jäsenyrityksiä alihankkijoina?

- Elintarvikkeiden hankinnassa
- Tapahtumien järjestämisessä
- Ohjelmapalveluiden ostamisessa
- Jossain muussa, missä?

**4. Jos ostatte elintarvikkeita muilta jäsenyrityksiltä, niin mitä ostatte?**

- Kausivihanneksia
- Leivonnaisia
- Maitotuotteita
- Kanamunia
- Muuta, mitä?

**5. Minkälaisen tapahtumien järjestämiseen käytätte muiden jäsenyritysten tuotteita ja palveluita?**

- Perhejuhlat
- Leirit
- Kurssit
- Kokoukset
- Ulkomaalaisryhmät (tulkkaus)
- Muut, mitkä?

**6. Minkälaisia ohjelmapalveluita ostatte muilta ECEAT -jäsenyrityksiltä?**

- Pitopalvelua
- Opaspalvelua
- Kurseja (asiantuntijapalvelua)
- Muuta, mitä?

**7. Toimitteko alihankkijana muille jäsenyrityksille?**

- Elintarvikkeiden tuotannossa
- Tapahtumien järjestämisessä
- Ohjelmapalveluiden tuottajana
- Jokin muu, mikä?

**8. Jos myytte elintarvikkeita muille ECEAT -jäsenyrityksille, niin mitä myytte?**

- Kausivihanneksia
- Leivonnaisia
- Maitotuotteita
- Kanamunia



**9. Minkälaisia ohjelmapalveluita myytte muille ECEAT -jäsenyrityksille?**

- Pitopalvelua
- Opaspalvelua
- Kurseja (asiantuntijapalvelua)
- Muuta, mitä?

**10. Minkäläisten tapahtumien järjestämiseen myytte tuotteita tai palveluita muille ECEAT -jäsenyrityksille?**

- Perhejuhlat
- Leirit
- Kurssit
- Kokoukset
- Ulkomaalaisryhmät (tulkkaus)
- Muut, mitkä?

**YRITYKSENNE ERITYISOOSAAMINEN****11. Miten kuvailisitte yrityksenne erityispiirteitä?**

Voitte valita useita vaihtoehtoja.

- Luonnonkaunis ympäristö
- Kalastusmahdollisuudet
- Retkeilymahdollisuudet
- Upea majoitus
- Mahdollisuus hiljentymiseen
- Vaihtoehtoiset ruokailumahdollisuudet
- Osallistuminen tilan toimintaan
- Muuta, mitä

**12. Miten kuvailisitte erikoisosaamista (taitoja) yrityksessänne?**

Voitte valita useita vaihtoehtoja.

- Luomutuotanto

- Käden taitojen opettaminen
- Henkilökunnan kielitaito
- Perinnetieto
- Kalastus ja kalankäsittely
- Luonto-opastus
- Muu, mikä?

## YHTEISTYÖ MUIDEN ECEAT -JÄSENYRITYSTEN KANSSA

### 13. Teettekö yhteistyötä muiden ECEAT Suomi ry:n jäsenyritysten kanssa?

Vastatkaa vapaamuotoisesti millaista yhteistyötä ja kuinka usein

- Teemme tiivistä yhteistyötä joidenkin yritysten kanssa
- Teemme yhteistyötä satunnaisesti
- Teemme yhteistyötä yhdistyksen kautta
- Emme tee yhteistyötä muiden jäsenyritysten kanssa

### 14. Toivoisitteko monipuolisempaa yhteistyötä muiden ECEAT -jäsenyritysten kanssa?

- Toivoisimme monipuolisempaa yhteistyötä
- Yhteistyötä on mielestämme riittävästi
- Emme toivo yhteistyötä muiden jäsenyritysten kanssa
- Ehdotuksenne yhteistyön lisäämiseksi

### 15. Kuvailkaa lyhyesti, millaista yhteistyötä toivoisitte muiden ECEAT -jäsenyritysten kanssa.

### 16. Miten jäsenyys ECEAT Suomi ry:ssä mielestänne vaikuttaa yrityksenne toimintaan?

- Lisää näkyvyyttä ja tunnettuutta ulkomailla
- Lisää näkyvyyttä ja tunnettuutta Suomessa
- Auttaa markkinoinnissa

- Antaa yritykselle lisäarvoa, mitä
- Muuta, mitä

**17. Mitä muuta tulee mieleenne yritysten välisestä yhteistyöstä ECEAT Suomi ry:ssä?**

**Paljon kiitoksia arvokkaista vastauksistanne** 

**Antoisaa lomakautta!**