

**LUONNONYRTTIEN JA ERIKOISLUONNONTUOTTEIDEN
HYÖDYNTÄMINEN MATKAILUN OHJELMA- JA
HYVINVOINTIPALVELUISSA**

Nykytilanne ja kehittämismahdollisuuksia Suomessa



[YAMK] opinnäytetyö

Biotalousliiketoiminnan kehittäminen

syksy 2022

Tero Bister

Biotalous liiketoiminnan kehittäminen

Tiivistelmä

Tekijä Tero Bister

2022

Työn nimi Luonnonyrteiden ja erikoisluonnontuotteiden hyödyntäminen matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluissa – nykytilanne Suomessa ja kehittämismahdollisuuksia

Ohjaaja Tuija Pirttijärvi

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli 1) selvittää luonnonyrtejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntävien matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluiden nykytilanne Suomessa sekä etsiä hyviä esimerkkejä niiden kehittämisestä kotimaasta ja ulkomailta ja 2) arvioida luonnonyrtejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntävien matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluiden kehittämismahdollisuuksia, kehittämisen edellytyksiä ja kehittämishankkeiden tarvetta Suomessa vastuullisen ja uudistavan matkailun näkökulmasta.

Tutkimuskysymyksiin haettiin vastauksia luonnontuote- ja matkailualan asiantuntijoiden teemahaastatteluilla sekä selvittämällä kirjallisuus- ja verkkosivulähteistä tuotteiden ja palveluiden sekä kehittämishankkeiden tilannetta Suomessa ja ulkomailla.

Luonnonyrtejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntäviä matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluyrityksiä on Suomessa muutamia kymmeniä. Eniten palveluita on Lapissa ja Itä-Suomessa.

Teemahaastatteluilla selvitettiin asiantuntijoiden näkemyksiä kehittämismahdollisuuksista, yhteistyön ja kehittämishankkeiden tilanteesta sekä vastuullisen ja uudistavan matkailun mahdollisuuksista.

Luonnonyrtejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntävien matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluiden potentiaali nähtiin suurena ja kasvavana. Eniten mahdollisuuksia on hyvinvointipuolella ja työpajatyypisissä palveluissa, joissa tehdään itse tuotteita. Yhteistyöverkoston avulla kannattaa muotoilla hyvin paketoituja palvelukokonaisuuksia.

Haasteina nähtiin lainsäädännölliset asiat ja arvoketjujen järjestäytymättömyys. Luonnontuote- ja matkailualan yhteistyötä tarvitaan matkailupalveluiden kehittämisessä. Hanketoiminnan koordinaatiota kaivattiin vahvistettavaksi valtakunnantasolla.

Luonnontuotteita hyödyntävän matkailutoiminnan nähtiin olevan tällä hetkellä enimmäkseen kestävä ja vastuullista. Uudistavassa matkailussa nähtiin mahdollisuuksia seuraavana askeleena vastuullisuudessa ja hyödyn tuojana paikallisyhteisöille.

Avainsanat luonnonyrteet, erikoisluonnontuotteet, uudistava matkailu, hyvinvointipalvelut, ohjelmapalvelut

Sivut 57 sivua ja liitteitä 4 sivua

Name of Degree Programme

Abstract

Author Tero Bister

Year 2022

Subject Utilization of natural herbs and special natural products in tourism program and wellness services - current situation in Finland and development opportunities

Supervisors Tuija Pirttijärvi

The purpose of this study was 1) to find out the current situation of tourism program and wellness services utilizing natural herbs and special natural products in Finland and to look for good examples of their development from home and abroad and 2) to evaluate the development possibilities of tourism program and wellness services utilizing natural herbs and special natural products, the prerequisites for development and the need for development projects in Finland from the point of view of responsible and regenerative tourism.

Answers to the research questions were sought through thematic interviews of experts in the natural product and tourism industry, and by finding out from literature and website sources the situation of products and services and development projects in Finland and abroad. There are a few dozen tourism program and wellness service companies in Finland that utilize natural herbs and special natural products. The most services are in Lapland and Eastern Finland. With thematic interviews, the views of experts on development opportunities, the situation of cooperation and development projects, and the possibilities of responsible and regenerative tourism were clarified.

The potential of tourism programs and wellness services utilizing natural herbs and special natural products was felt to be great and growing. The most opportunities were seen on the wellness services and in workshop-type services. It is essential to design well-packaged services with the help of a cooperation network.

Legislative issues and the disorganization of value chains were seen as challenges. Cooperation between the natural product and tourism industries is needed in the development of tourism services. The coordination of development project activities was hoped to be strengthened at the national level.

Tourism activities utilizing natural products were seen to be mostly sustainable and responsible today in Finland. Good opportunities were seen in regenerative tourism as the next step in responsibility and bringing benefits to local communities.

Keywords natural herbs, special natural products, regenerative tourism, wellness services, program services

Pages 57 pages and 4 appendices pages

Sisälllys

1	Johdanto	1
2	Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset	2
2.1	Tutkimuksen tarkoitus	2
2.2	Tutkimuskysymykset	3
3	Tutkimuksen teoreettinen tausta ja käsitteet.....	4
3.1	Luonnontuotteet.....	4
3.1.1	Marjat ja sienet	4
3.1.2	Luonnonyrteet.....	4
3.1.3	Erikoisluonnontuotteet	6
3.2	Luonnontuoteala ja sen merkitys Suomessa	7
3.2.1	Luonnontuotealan kehitysnäkymiä.....	7
3.2.2	Luonnontuotealan yhdistykset	8
3.2.3	Luonnontuoteyrityksiä eri toimialoilla	9
3.3	Matkailu ja sen merkitys Suomessa	10
3.3.1	Mitä matkailu on?	10
3.3.2	Matkailu Suomessa	11
3.3.3	Matkailun ohjelmapalvelut	13
3.3.4	Hyvinvointipalvelut matkailussa	13
3.4	Kestävä ja vastuullinen matkailu.....	14
3.5	Uudistava matkailu – uusi näkökulma	15
4	Menetelmät ja toteutus	16
4.1	Teemahaastattelut.....	19
4.2	Taustatietojen kartoitus.....	22
5	Nykytilanne ja kehittämismahdollisuuksia	23
5.1	Luonnonyrtejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntävä matkailu Suomessa – missä mennään nyt	23
5.2	Nykytilanne Suomessa – esimerkkejä kehittämistyöstä.....	25
5.2.1	Lapissa luxusta ja törmäyttämistä.....	25
5.2.2	Esimerkkejä kehittämishankkeista.....	29
5.3	Ulkomaisia esimerkkejä	32

5.3.1	Itävalta – yrttimatkailua elämyksin ja tarinoin	32
5.3.2	Tietoja muista maista	33
5.4	Kehittämismahdollisuuksia ja kehittämisen haasteita Suomessa	34
5.4.1	Kehittämismahdollisuuksista yleisesti	34
5.4.2	Millaisia tuotteita ja palveluita tarvitaan?	35
5.4.3	Kohderyhmiä	37
5.4.4	Haasteita ja huomioonotettavaa	38
5.4.5	Yhteistyön kehittämistarpeita ja -mahdollisuuksia.....	39
5.4.6	Kehittämishankkeiden haasteita ja hankeideoita.....	41
5.5	Kestävyys, vastuullisuus ja uudistavan matkailun mahdollisuudet	44
5.5.1	Kestävyden ja vastuullisuuden toteutuminen.....	44
5.5.2	Uudistavan matkailun mahdollisuudet ja edellytykset.....	47
6	Yhteenvetoa tuloksista ja kehittämissuhteista	49
7	Pohdintaa.....	51

Liitteet

Liite 1 Haastattelurunko

Liite 2 Muokattu haastattelurunko (haastattelut 6 ja 7)

1 Johdanto

Luonnontuoteala vaikuttaa olevan voimakkaassa kasvussa ja nähdään Wacklinin (2021, s.8) mukaan tulevaisuuden alana, jolla voi olla merkittävä osa biotaloudessa ja osana Euroopan ”vihreää siirtymää”. Biotalousella tarkoitetaan uusiutuvien luonnonvarojen käyttöä ravinnon, energian, tuotteiden ja palveluiden tuottamiseen (Ristioja, 2016, s.21).

Toisaalta luonnon ja luonnontuotteiden rooli Suomen matkailustrategiassa ja Suomen matkailun kehittämisessä näyttää viime vuosina edelleen vahvistuneen.

Opinnäytetyön aihe nousi esiin näistä trendeistä ja tekijän omasta kiinnostuksesta. Aihe vaikuttaa entistä ajankohtaisemmalta korona-ajan korostettua ihmisten tarvetta turvallisuuteen, terveellisyteen ja aitouteen.

Luonnontuotteet voidaan jakaa neljään ryhmään: marjat, sienet, luonnonyrtit ja erikoisluonnontuotteet. Tarkempi rajaus esitetään luvussa 3.1. Luonnontuotealaan kuuluu luonnontuotteita käyttävä toiminta raaka-aineiden keruusta jatkojalostukseen, myös luonnontuotteiden käyttö palveluissa hyvinvointi- ja matkailualoilla. (Ristioja, 2016, s. 7) Luonnontuotealan tilanteesta Suomessa kerrotaan tarkemmin luvussa 3.2.

Luonnontuotteiden tuoma arvonlisä matkailulle näyttää olevan vielä pääosin hyödyntämättä (Siltovuori & Rutanen, 2021, s.40). Siksi onkin tarpeellista tutkia, miten tätä arvonlisää voitaisiin tuottaa enemmän: tarkastella nykytilannetta, etsiä hyviä esimerkkejä kehittämisestä ja pohtia tulevaisuuden mahdollisuuksia ja kehittämistarpeita.

Tutkimusta suunnitellessa kävi selväksi, että luonnontuotteiden kohdalla marjoja ja sieniä on tutkittu enemmän ja niiden markkinat ovat järjestäytyneemmät kuin luonnonyrttien ja erikoisluonnontuotteiden, ja oli luontevaa rajata aihe koskemaan jälkimmäisiä.

Hyvinvointitrendi matkailussa on myös ollut pinnalla viime aikoina, ja matkailun osalta oli tarvetta myös syytä tehdä vastaavasti rajausta tutkimustehtävän muodostamiseksi sopivan kokoiseksi. Näin päädyttiin tutkimaan nimenomaan ohjelma- ja hyvinvointipalveluita, joiden kehittämisen katsottiin myös liittyvän luonnonyrttien ja erikoisluonnontuotteiden kanssa luontevasti samaan viitekehykseen ja arveltiin nousevan esiin mielenkiintoisia kehittämisenäkökohtia.

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan luonnontuotteiden kestävä hyödyntämisen mahdollisuuksia. Tutkimusaihe liittyy siten kiinteästi biotalouden liiketoiminnan kehittämiseen. Opinnäytetyön tilaajana on Suomen Luontoyrittäjyysverkosto ry.

2 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset

2.1 Tutkimuksen tarkoitus

Tutkimuksen tarkoituksena on:

1. selvittää luonnonyrttejä ja erikoisluonnontuotteita (mm. turve, pihka...) hyödyntävien matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluiden nykytilanne Suomessa sekä etsiä hyviä esimerkkejä niiden kehittämisestä kotimaasta ja ulkomailta
2. arvioida luonnonyrttejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntävien matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluiden kehittämismahdollisuuksia, kehittämisen edellytyksiä ja kehittämishankkeiden tarvetta Suomessa vastuullisen ja uudistavan matkailun näkökulmasta

2.2 Tutkimuskysymykset

Tutkimuksen tarkoitukseen liittyvät tarkemmat tutkimuskysymykset ovat:

1. Millaisia luonnonyrtejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntäviä matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluita Suomessa on tarjolla?
2. Millaisia hyviä esimerkkejä näiden tuotteiden ja palveluiden kehittamisestä on kotimaassa ja miten näitä kokemuksia voidaan soveltaa muissa kohteissa ja alueilla?
3. Millaisia hyviä esimerkkejä luonnonyrtejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntävistä matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluista ja niiden kehittamisestä on ulkomailla ja miten näitä kokemuksia voidaan soveltaa Suomeen?
4. Millaiset ovat luonnonyrteihin ja erikoisluonnontuotteisiin perustuvien matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluiden kehittämisen mahdollisuudet sekä yhteistyön ja kehittämishankkeiden tarpeet?
5. Miten luonnonyrteihin ja erikoisluonnontuotteisiin perustuva matkailu olla kestävä, vastuullista ja jopa uudistavaa ja miten tämä on otettava huomioon kehittämistyössä?

Tutkimuksen teoreettinen tausta koostuu luonnontuotealan, matkailun ja kestävän matkailun käsitteistä, jotka määritellään tarkemmin luvussa 3.

Tutkimuskysymyksiin etsittiin vastauksia kirjallisista lähteistä, verkkosivuilta sekä haastatteluin. Tärkeä osa oli teemahaastatteluilla, joihin haastateltaviksi valittiin luonnontuote- ja matkailualan asiantuntijoita ja kehittäjiä.

Tutkimuksen menetelmistä, niiden valinnasta ja tutkimuksen suorittamisesta kerrotaan tarkemmin luvussa 4.

3 Tutkimuksen teoreettinen tausta ja käsitteet

3.1 Luonnontuotteet

3.1.1 Marjat ja sienet

Luonnontuotteista eniten hyötykäytettyjä ovat marjat ja sienet. Puolukka on marjoista kaupallisesti Suomen tärkein ja mustikka toiseksi tärkein luonnonmarja. Näitä poimitaan määrällisesti eniten ja käytetään paljon kotimaisessa elintarviketeollisuudessa: vuonna 2020 puolukkaa poimittiin myyntiin noin 7,7 miljoonaa kiloa ja mustikkaa 4,7 miljoonaa kiloa. Muiden marjojen osuus on paljon pienempi: lakkaa kerättiin kolmanneksi eniten (93 500 kiloa) ja lisäksi myytäväksi kerätään jonkin verran myös karpaloo, pihlajanmarjaa, variksenmarjaa, tyrniä ja villivadelmaa. Kokonaisuudessaan metsämarjojen sadon arvioidaan olevan yli 500 miljoonaa kiloa. Kerätyimpien marjojen puolukan ja mustikan sadostakin otetaan talteen vain 3–10 %. (Wacklin, 2021, ss.32-33)

Syötävien sienien sato voi olla parhaimmillaan jopa 1 000 miljoonaa kiloa, mutta vuosittain poimitaan talteen vain arviolta 3,3–15 miljoonaa kiloa sieniä, josta ylivoimaisesti suurin osa (85–90 %) kotitalouskäyttöön. Myytäväksi päätyy noin miljoona kiloa sieniä ja vuosivaihtelu on suurta. (Wacklin, 2021, s.33)

Luonnonmarjojen ja -sienien yhteenlaskettu poimintatulo oli vuonna 2020 noin 20,7 miljoonaa euroa, josta suurin osa oli marjoja (n. 19 miljoonaa euroa), sienistä saatiin noin 1,7 miljoonaa euroa. Eniten poimittiin herkkutattia (osuus 1,2 miljoonaa euroa), joka on myös vientisienenä tärkeä sieni (Wacklin, 2021, s.33)

3.1.2 Luonnonyrtilt

Suomessa kasvaa noin 200 kasvilajia, joiden jotakin osaa tai osia voidaan käyttää ravinnoksi. Ravinnoksi käytetään lehtiä, kukkia, marjoja, siemeniä tai juuria. Marjakasvien lisäksi on siis paljon muitakin syötäviä kasveja, joista suurin osa kasvaa metsissä. (Arktiset Aromit, 2022a)

Luonnonyrteiksi lasketaan karkeasti määriteltynä ruohovartisten kasvien vihreät osat. Niiden käyttö on lisääntynyt viime vuosina melko voimakkaasti. Luonnonyrtejä voidaan hyödyntää villivihanneksina, yrttiteenä, mausteena tai vaikka koristeina, kuten syötäviä kukkia. Luonnonvaraisten kasvien keräily omaan käyttöön on jokamiehenoikeuksien puitteissa sallittua. Keräily kaupalliseen käyttöön kuuluu jo elintarvikelainsäädännön piiriin ja kasvien elintarvikikäytössä on huomioitava niiden käyttöhistoria. (ProAgria, 2021; Wacklin, 2021, s.48)

Jos jollain kasvilla tai kasvin osalla on ollut merkittävää käyttöä elintarvikkeena EU:n alueella ennen vuotta 1997, se ei ole uuselintarvike. Silloin sitä saa vapaasti käyttää kaikissa elintarvikkeissa kaupallisestikin. Jos tällaista merkittävää käyttöä ei löydy, kyseessä on uuselintarvike, ja sen käyttö kaupallisesti vaatii Ruokaviraston myöntämän uuselintarvikeluvan. Käyttötarkoitukset ravintolisänä, mausteena, yrttiteenä ja annoskoristeena ja muu vastaava pienimuotoinen käyttö eritellään käytöstä elintarvikkeena, ja joidenkin kasvien kohdalla tällaisista käyttötarkoituksista on löytynyt historiaa ja käyttö onkin sallittu jonkin näistä osalta. Esimerkiksi jos jollain kasvilla tai kasvin osalla on todistetusti ollut käyttöä ravintolisänä ennen vuotta 1997, on sen käyttö ravintolisissä edelleen sallittua. (Ruokavirasto 2019, Ruokavirasto 2022)

Tiedot keskeisimpien luonnonvaraisten kasvien erityyppisestä elintarvikikäytöstä ja niiden uuselintarvikestatus EU:ssa on koottu ”Luonnonvaraisten kasvien elintarvikikäyttö” - taulukkoon (Ruokavirasto n.d.) Lokakuussa 2022 saatiin muutamia uusia kasveja lisää listalle eli hyväksytyä elintarvikikäyttöön niiden käyttöhistoriatietojen perusteella (Arktiset Aromit 2022a). Ruokaviraston verkkosivulla olevaan taulukkoon ne eivät vielä tätä kirjoitettaessa marraskuussa 2022 olleet päivittyneet.

Luonnonyrteistä saadaan myös monenlaisia perinteisesti lääkinnällisesti käytettäviä tai kosmetiikkakäyttöön soveltuvia ainesosia. Luonnonyrtejä ja niistä saatavia ainesosia voitaisiin hyödyntää paljon enemmän näihin tarkoituksiin. Suurin osa Suomessa myytävistä yrttivalmisteista tuodaan Keski-Euroopasta. (Wacklin, 2021, ss.34-35; Wacklin, 2022, s.18) Luonnontuotteiden käyttöä hyvinvointi- ja kosmetiikkatuotteissa Suomessa ovat selvittäneet mm Kinnunen, Manninen ja Peltola (2014).

Lääketeollisuuskin käyttää luonnonyrteistä ja erikoisluonnontuotteista saatavia ainesosia. Luonnontuotepohjaisten lääkeaineiden kehittäminen on kuitenkin hidasta ja työlästä. Lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus Fimea myöntää itsehoitoon tarkoitetuille kasvirohdosvalmisteille rekisteröinnin lääkevalmisteena sekä myyntiluvat. (Wacklin, 2022, s.18)

3.1.3 Erikoisluonnontuotteet

Erikoisluonnontuotteita ovat mm. turve, terva ja puuhiili, pihka, mahla, pakuri, pettu, puumaiset kasvinosat (puunkuori, tuohi, oksat), sammal ja jäkälä sekä (luonnon) koristekasvit. (Arktiset Aromit, n.d.-a)

Wacklinin (2021, s. 35) mukaan erikoisluonnontuotteiden käyttö on lisääntynyt viime vuosina erityisesti elintarvike- ja juomateollisuudessa, mutta myös muilla teollisuuden aloilla ja hyvinvointipalveluissa. Käytön lisääntymiseen vaikuttaa kuluttajien kiinnostuksen nousu luonnon raaka-aineita sisältävien tuotteiden käyttämiseen. Alalle onkin kehitymässä uutta yritystoimintaa ja tarjontaa. (Wacklin, 2021, s.35)

Hyvinvointialan yritykset käyttävät erityisesti erilaisia turvetuotteita. Turvetta käytetään kylvyissä ja muissa hoitomuodoissa sekä lisäksi mm. saippuoissa ja shampoissa. Turpeen terapeuttinen vaikutus perustuu turpeen hyvään lämmönsitomiskykyyn, antibakteerisiin ominaisuuksiin ja biologisesti aktiivisiin yhdisteisiin (Arktiset Aromit, n.d.-b; Wacklin 2021, s.35)

Erikoisluonnontuotteista myös mm. kuusenpihkasta ja tervasta tehdään niiden vaikuttaviin aineisiin perustuvia lääkinnällisiä hoitotuotteita. Mahlaa käytetään keväisenä voimajuomana sen sisältämien ravintoaineiden vuoksi ja pakurin käyttö ravintolisissä ja yrttiteenä on ollut pinnalla viime vuosina ja sen ympärille on syntynyt uutta liiketoimintaa.

3.2 Luonnontuoteala ja sen merkitys Suomessa

Luonnontuoteala sisältää luonnontuotteisiin liittyvän toiminnan raaka-aineen talteenotosta jatkojalostukseen, luonnontuotteiden ja jatkojalosteiden kaupan ja hyödyntämisen erilaisissa matkailu- ja hyvinvointipalveluissa. Luonnontuotealaan kuuluvat myös alan koulutus, neuvonta, kehittämistyö ja tutkimus (Wacklin, 2022, s.10)

Luonnontuotealalla toimii noin 770 yritystä, joiden yhteinen liikevaihto vuonna 2020 oli arviolta 780 miljoonaa euroa. Alan yrityksistä reilu 70 prosenttia on mikroyrityksiä, joista suurin osa työllistää yhdestä viiteen henkilöä. Luonnontuotealan yrityksissä on yhteensä noin 2700 työntekijää. Luonnontuotteiden ulkomaiset kerääjiä on lisäksi ollut viime vuosina noin 2500 – 4000/vuosi. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2021)

3.2.1 Luonnontuotealan kehitysnäkymiä

Luonnontuoteala on vahvassa kasvussa: luonnonmukaisuutta ja terveysvaikutteisuutta korostavat trendit tukevat tätä ja suomalaiset luonnontuotteet kiinnostavat kansainvälisesti korkean laadun ja arvoaineiden runsaiden pitoisuuksien takia. Luonnontuotealalle onkin syntynyt vireää kehittämistyötä ja perustettu uusia, kansainvälisille markkinoille tähtääviä yrityksiä. (Siltovuori & Rutanen, 2022, s.5)

Wacklinin (2022, s.10) mukaan luonnontuotealalla onkin poikkeuksellisen korkea vientivolyymien verrattuna maatalous- ja puutarha-aloihin: kaupalliseen käyttöön poimituista metsämarjoista ja -sienistä menee vientiin jopa puolet.

Luonnontuotealalle laadittiin vuonna 2014 toimintaohjelma (Luonnontuotteet monipuolistuvissa arvoverkoissa – Luonnontuotealan toimintaohjelma 2020), jossa esitettyjä toimenpiteitä on viety eteenpäin lähinnä hanketoiminnalla. (Siltovuori & Rutanen, 2022, s.5)

Toimintaohjelman painopisteinä olivat: kestävän, markkinavetoisen raaka-ainetuotannon kehittäminen, innovatiivinen ja jalostusarvoa lisäävä tuotekehitys, lisäarvon tuottaminen matkailu- ja hyvinvointipalveluihin sekä tutkimuksen, teknologian ja osaamiseen kehittäminen (Siltovuori & Rutanen, 2022, s.14). Toimintaohjelmaa ollaan parhaillaan päivittämässä ja uusi toimintaohjelma on lausuntokierroksella tätä kirjoitettaessa

3.2.2 Luonnontuotealan yhdistykset

Arktiset Aromit ry on luonnontuotealan valtakunnallinen toimialajärjestö, joka edistää luonnontuotteiden talteenottoa, jatkojalostusta ja käyttöä sekä pyrkii parantamaan tuotteiden laatua. Yhdistyksen perustavia arvoja ovat terveellisyys, ympäristöystävällisyys, pohjoisuus, aitous ja turvallisuus. Arktiset Aromit ry:n tehtävinä ovat mm. luonnontuotteisiin liittyvää tiedotus, alan koulutuksen kehittäminen ja koulutusmateriaalin tuottaminen, tutkimustoiminnan tukeminen ja alan kehityksen seuraaminen kotimaassa ja kansainvälisesti. Yhdistys toteuttaa myös alaan liittyviä hankkeita ja auttaa yrityksiä yhteistyöverkostojen kehittämisessä. (Arktiset Aromit, n.d.-c)

Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry on vuonna 2001 perustettu valtakunnallinen luontoalan yhteistyöjärjestö, joka edistää luontoyrittäjyyttä mm. tiedonvälityksellä ja edunvalvonnalla keinoin ja korostaa yrityksille asiakaslähtöistä, ammattimaista ja vastuullista luontoyrittäjyyttä. Jäsenenä on mm. luontoalan yrityksiä, toimialajärjestöjä ja koulutusorganisaatioita. Tuotekehitystä ja alan näkyvyyttä edistetään yhteistyöllä eri toimialojen kesken, kuten luontoon tukeutuva matkailu, elintarvike- ja käsityöalat (Aitoluonto, n.d.-a)

Yhdistyksen www.aitoluonto.fi -verkkosivuilta löytyy tietoa luontoyrittäjyydestä ja alan tuoreimpia uutisia. Yritykset -sivuille on koottu luontoalan yritysten palveluita ja tuotteita. Verkkosivujen tavoitteena on lisätä paitsi jäsenyritysten näkyvyyttä myös yhteistyömahdollisuuksia. (Aitoluonto, n.d.-a)

3.2.3 Luonnontuoteyrityksiä eri toimialoilla

Luonnontuotealan yrityksistä 20% toimii alkutuotannossa, johon luetaan luonnonmarjojen, -sienten ja -yrttien sekä erikoisluonnontuotteiden keruu ja puoliviljely. Alkutuotantoon sisältyy myös hunajantuotanto. Isoin osa luonnontuotealan yrityksistä, 36 %, toimii elintarvikealalla eli elintarvikkeiden valmistuksessa luonnontuotteista (Wacklin, 2021, s.14-15)

Hyvinvointialalla vaikuttaa 15 % luonnontuotealan yrityksistä. Luonnontuotteet ovat raaka-aineina ekologisia ja puhtaita ja niiden vaikuttavista ainesosista on tullut uutta tutkimustietoa. Tämän pohjalta on ryhdytty valmistamaan yhä enemmän mm. erilaisia hoitavia voiteita, kosmetiikkaa ja muita hoitotuotteita. Myös eläimille suunnatuille hyvinvointituotteille ja luonnontuotepohjaisille rehuille on kasvavaa kysyntää. (Wacklin, 2021, s.15-16)

Luonnontuotealan yrityksistä 10 % toimii päätoimisesti matkailualalla. (Wacklin 2021, s.17) Matkailussa luonnontuotteita voidaan tarjota asiakkaille paitsi ruokapalveluissa aterian osina ja koristeina myös matkamuistoina, kuten käsitöinä ja elintarvikkeina sekä hyvinvointipaketteina, kuten turve- ja yrttihoitoina ja ohjelmalveluissa esim. opastettuina marjastus-, sienestys- ja yrttiretkinä sekä kokkaus- ja käsityökursseina. (Aitoluonto, n.d.-b)

Matkailuyrittäjät voivat tuoda esille omassa markkinoinnissaan mm. luonnontuotteiden puhtautta, luonnollisuutta, terveellisyyttä ja ekologisuutta. Lähiruuan arvostuksen kasvu tukee myös luonnontuotteiden käyttöä, kuten hyvinvointimatkailun nousukin. Green Care -palveluita, joissa kiinnitetään huomiota luonnon hyvinvointia edistäviin vaikutuksiin, voidaan myös liittää luonto- ja hyvinvointimatkailuun. (Aitoluonto n.d.-b)

Luonnontuotealan yrityksistä hyvinvointialalla toimivia on eniten Pohjois-Pohjanmaan, Uudenmaan ja Lapin ELY-keskusten alueilla. Suurin osa matkailualan yrityksistä sijaitsee Pohjois-Pohjanmaalla ja Lapissa. (Wacklin 2021, s.22)

3.3 Matkailu ja sen merkitys Suomessa

3.3.1 Mitä matkailu on?

Matkailu on Tilastokeskuksen teknisen määritelmän mukaan ”toimintaa, jossa ihmiset matkustavat tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan (12 kuukautta) vapaa ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa (Tilastokeskus n.d.). Tätä määritelmää käytetään matkailutilastojen laadinnassa.

Matkailu on liikkumista paikasta toiseen, mutta siihen liittyy Saarisen (2017, s.44) mukaan myös kokemus – matkailijana oleminen, mikä erottaa sen pelkästä liikkumisesta. Matkailu on yksi keskeinen talouden muoto maailmassa - matkailija ostaa tai vaihtaa matkallaan palveluja, tuotteita ja tavaroita ja liikkuminen on myös osa tätä kuluttamista. (Saarinen, 2017, s. 44)

Matkailijat ovat määritelmällisesti alueen ulkopuolista väestöä, jotka ovat saapuneet kohdealueelle sen **vetovoimatekijöiden** vuoksi. Vetovoimatekijät voivat olla jotain konkreettisia nähtävyyksiä tai palveluita tai enemmän mielikuvallisia. Vetovoima voi liittyä luontoon tai maisemaan, kulttuuriin, palveluihin, harrastusmahdollisuuksiin, hintatasoon jne. Kohdealueen vetovoimaisuuteen vaikuttaa myös sen kyky vastaanottaa matkailijoita: infrastruktuuri, palveluiden saatavuus jne. ja alueen taloudellisen, poliittisen ja yhteiskunnallisen tilanteen tulee olla matkailua mahdollistava ja sitä edistävä sekä riittävän turvallinen. (Järviluoma 1994, s. 38-41, Saarinen 2017, s. 44)

Toisaalta matkailijoilla täytyy olla myös tarve tai halu vieraillla tietyn tyyppisissä kohteissa. **Työntövoimatekijät** taas ovat matkustamisen motiiveja – miksi matkalle lähdetään? Ne konkretisoituvat erilaisten matkailukohteiden ja matkailutuotteiden kysynnäksi: minkä tyyppistä lomaa tai matkaa halutaan? Usein useat motiivit vaikuttavat samanaikaisesti. (Järviluoma 1994, s. 32-37, 43-44).

Veto- ja työntövoimatekijät vaihtelevat eri alueilta tulevien tai eri matkailun kohderyhmien mukaan: esim. Suomen Lappi näyttäytyy vetovoimatekijöiltään osin erilaisena kohteena kotimaisille ja kansainvälisille matkailijoille (Saarinen 2017, s. 44).

Matkailun kehittäminen varsinkin alueen ulkopuolisten toimesta saattaa aiheuttaa ongelmia paikallisväestölle, luonnolle ja kulttuurille sekä resurssien käytön kestävyydelle. Matkailuun liittyy usein myös sesonkiluonteisuutta esim. vuodenaikojen mukaan ja pidemmän syklin muutoksia taloudellisten suhdanteiden mukaan, joten toimialaan liittyy epävarmuustekijöitä ja ratkaistavia ongelmia. (Saarinen 2017, ss. 43-44)

3.3.2 Matkailu Suomessa

Business Finlandin alla toimiva Visit Finland on suomen matkailun valtakunnallinen kehittäjäorganisaatio, joka vastaa ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun edistämisestä. Sen visiona on, että Suomi on johtava kestävä matkailun kohdema ja tiedostavan matkailijan ykkösvalinta. (Business Finland, n.d.-a)

Visit Finland tuottaa laajasti tilasto- ja tutkimustietoa Suomeen suuntautuvasta matkailusta yritysten ja matkailuelinkeinon toiminnan suunnittelun ja päätöksenteon tueksi. Seuraavassa esitetään kokonaiskuvan saamiseksi matkailun taloudellisesta merkityksestä Suomessa tuoreimpia saatavilla olevia vertailukelpoisia lukuja eli koronapandemiaa edeltäneiltä vuosilta 2018 ja 2019.

Kotimaiset ja ulkomaiset matkailijat kuluttivat Suomessa vuonna 2019 matkailuun liittyviin palveluihin yhteensä 16,3 miljardia euroa. Ulkomaisten kulutus kasvoi 9% vuodesta 2018 vuoteen 2019 ja oli noin 5,3 miljardia euroa. (Business Finland, n.d.-b)

Matkailusta kertynyt arvonlisäys eli jalostusarvo v. 2018 oli n. 5,4 miljardia euroa – noin 2,7 % Suomen bruttokansantuotteesta ja vuonna 2019 n. 5,7 miljardia eli jonkin verran kasvussa. Näiden lukujen valossa matkailu on alana samassa kokoluokassa kuin metsäteollisuus ja suurempi kuin elintarviketeollisuus. (Business Finland, n.d.-b)

Matkailualalla toimi vuonna 2019 lähes 29 000 yritystä ja työskenteli yhteensä noin 154 000 henkilöä. Henkilötyövuosissa mitattuna työllisyysvaikutus oli Suomessa vuonna 2019 noin 121 000 henkilötyövuotta – pienempi luku kuin työntekijöiden määrä johtuu alan sesonkiluonteisuudesta, kaikki työpaikat eivät suinkaan ole ympärivuotisia eivätkä kokoaikaisia. (Harju-Myllyaho ym, 2022, s. 18)

Suurin työllistäjä matkailualan sisällä oli ravitsemistoiminta, joka työllisti noin 55 000 henkilötyövuotta, henkilöliikenne yli 40 000 ja majoituspalvelut reilu 10 000 henkilötyövuotta. Ohjelmapalveluiden osuus oli noin 13 000 henkilötyövuotta. (Harju-Myllyaho ym, 2022, s. 18)

Matkailualan liikevaihto ja työntekijöiden määrä eivät olleet palautuneet pandemiaa edeltävälle tasolle vuoden 2021 loppuun mennessä, mutta odotukset vuoden 2022 kehityksestä olivat positiivisia – nähtäväksi jää mikä on lopputulos, koska epävarmuustekijöitä on kertynyt lisää. Tarvetta muutokselle on, kun matkailu Venäjältä on pysähtynyt ja Suomen saavutettavuus Aasiasta heikentynyt. Korvaavaa kasvua etsitään Yhdysvaltojen markkinoilta ja Euroopasta jalansijaa vahvistamalla. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2022a)

Suomeen suuntautuvan kansainvälisen matkailun arvioidaan elpyvän korona-aikaa edeltävälle tasolle vuoden 2024 loppuun mennessä. Kotimarkkina tuo vakautta epävarmana aikana, ja siltä odotetaan maltillista kasvua vuonna 2022. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2022a)

Tässä opinnäytetyössä keskitytään matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluihin ja luonnonnähtävyyksien ja erikoisluonnontuotteiden käyttöön niissä.

3.3.3 Matkailun ohjelmapalvelut

Matkailun ohjelmapalvelujen määrittelyssä on varsin paljon kirjavuutta, vaikka käsitettä käytetään hyvin yleisesti.

Ryyminin (2006) melko usein siteeratun määritelmän mukaan matkailun ohjelmapalvelut ovat matkailutuotteeseen liittyviä, ohjattuja aktiviteetteja kuten moottorikelkkasafareita, kanoottiretkiä tai esim. kalastustapahtumia eli ns. luontoyrittäjyyttä. Ohjelmapalveluiksi voidaan katsoa myös harrastus- ja virkistyspalvelut, rakennetut aktiviteetti- ja huvikohteet, kilpailutapahtumat sekä kulttuuri- ja taidetapahtumat.

Matkailun ohjelmapalveluiden tuoreimmassa toimialaraportissa (Jänkälä, 2016) käytetään Tilastokeskuksen luokittelua, jossa ohjelmapalvelut muodostuvat kymmenestä alatoimialasta. Tämä kokonaisuus työllisti v. 2015 noin 12000 henkilöä noin 6000 yrityksessä. Alan liikevaihdosta (noin 2,5 miljardia euroa) puolet muodostui suurimmalta alatoimialalta eli matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien palveluista. Seuraavaksi suurimpia olivat matkaoppaiden palvelut, urheilulaitosten toiminta, esittäviä taiteita palveleva toiminta ja muu harrastustoiminta. (Jänkälä, 2016, ss.8-9) Vuonna 2019 ohjelmapalveluiden työvoima oli hiukan kasvussa eli noin 13000 työntekijää noin 6700 yrityksessä. (Marski, 2021, s.12)

Tässä matkailun ohjelmapalveluilla ymmärretään matkailuun liittyviä ohjattuja aktiviteetteja tai tapahtumia, joissa matkailija on mukana enemmän tai vähemmän aktiivisena osallistujana ja palveluiden kohteena.

3.3.4 Hyvinvointipalvelut matkailussa

Suomen matkailustrategiassa on nostettu vahvasti esille luonto- ja liikunta-aktiviteetit: puhtaassa luonnossa liikkuminen, eri aktiviteettien ja lajien harrastaminen sekä omasta hyvinvoinnista huolehtiminen. Hyvinvointimatkailu on kansainvälisesti tarkasteltuna yksi matkailun merkittävimpiä kasvualoja. Suomalaisessa hyvinvointimatkailussa painottuvat perinteisen kylpylämatkailun sijaan luontoon liittyvät aktiviteetit sekä sauna ja sen oheispalvelut. (Business Finland n.d.-c).

Kansainvälinen hyvinvointimatkailuala kasvaa Global Wellness Tourism Economy Reportin mukaan 9 % vuodessa, n. puolet nopeammin kuin matkailuala yleensä. Hyvinvointimatkailija myös kuluttaa tavallista matkailijaa enemmän. (Global Wellness Institute 2022)

Konu (2017) mainitsee, että monissa tutkimuksissa on todettu luonnon edistävän fyysistä ja psyykkistä hyvinvointia ja näitä tutkimustuloksia hyödynnetään myös hyvinvointimatkailussa. Esimerkiksi Japanista lähtöisin olevat metsäkylvyt ovat suosittuja – niissä keskitytään luonnon terapeuttisiin vaikutuksiin ja luonnon kokemiseen luonto moniaistillisesti sekä ammentamaan luonnosta energiaa. Luonnon ”parantavaa voimaa” hyödynnetään myös muissa henkisissä harjoitteissa sekä stressiterapiassa. Myös paikallisuuden merkitys hyvinvointimatkailussa on lisääntymässä. (Konu H. 2017, s. 79-80)

Suomen kannattaa erottautua kansainvälisestä hyvinvointimatkailun tarjonnasta omilla luontaisilla luonnon tarjoamilla vahvuuksillamme – ne näyttävätkin vastaavan erinomaisesti tämän hetken kysyntään. Merkittävänä vetovoimatekijöinä Suomelle voivat olla järvet ja metsät, pohjoinen eksotiikka, sauna ja luonnonrauha. (Business Finland n.d.-c)

Luonnontuotteiden hyödyntämisellä saatava arvonlisä hyvinvointimatkailulle on Suomessa vielä pitkälti hyödyntämättä.

3.4 Kestävä ja vastuullinen matkailu

Kestävän kehityksen käsitteen lanseerasi Ympäristön ja kehityksen maailmankomissio (”Brundtlandin komissio”) raportissaan (1987). Kestävä kehitys määriteltiin raportissa ”kehitykseksi, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa”. Kestävän kehityksen ulottuvuudet ovat ekologinen, sosiaalinen ja taloudellinen kestävyys. Taloudellista kasvua haetaan ekologisen kantokyvyn rajoissa ja sosiaalisesti kestävästi. (Brundtland, G.H. 1987)

Samat ulottuvuudet kuvaavat kestävästä matkailusta: matkailun tulee olla sekä ekologisesti, taloudellisesti että sosiaalisesti kestävä. Usein tähän lisätään vielä kulttuurinen ulottuvuus, joka nivoutuu varsinkin sosiaaliseen kestävyyskäsitteeseen, joka nojaa samoihin periaatteisiin kuin vastuullinen matkailu. Tai yhdistetään sosiaalinen ja kulttuurinen sosiokulttuuriseksi, kuten Saarinen (2017, s.43), jonka mukaan ”matkailuun liittyvillä liikkuvuudella ja kulutuksella on aina vaikutuksia, jotka tutkimuksessa tyypillisesti jaotellaan ympäristöllisiin (ekologisiin), taloudellisiin ja sosiokulttuurisiin.”

Puhutaan myös vastuullisesta matkailusta, reilusta matkailusta jne. Käsitteiden käyttö on tässäkin hiukan monitulkintaista.

Garcia-Rosell (2017) tarjoaa tähän ratkaisun, jonka mukaan kestävä matkailu voidaan määrittellä tavoitteeksi ja vastuullinen matkailu puolestaan prosessiksi, jonka kautta tavoitteeseen päästään. Tai voidaan ajatella, että vastuullisessa matkailussa on kyse käytännöistä ja toiminnasta, kestävässä matkailussa tavoitteista ja suunnitelmista. (Garcia-Rosell 2017, s. 229-230)

Jatkossa käytetään kestävästä matkailun käsitettä, joka on yleisesti käytössä oleva ja laajasti ymmärretty, mutta määritellään ja otetaan tarkasteltavaksi vielä yksi uudempi kestävästä tai vastuullista matkailua syvemmälle menevä käsite: uudistava matkailu.

3.5 Uudistava matkailu – uusi näkökulma

Uudistavan matkailun käsite on noussut muiden kestävästä matkailun käsitteiden rinnalle aivan viime vuosina. Sitä on tuonut esiin mm. Iniciativa Global de Turismo Regenerativo - kansainvälinen uudistavan matkailun aloite. (Jaakkola, 2022) Uudistava matkailu nostettiin tässä tutkimuksessa tarkastelun kohteeksi ja tutkimuksen edetessä isompaan rooliin, kun kävi kirjallisuusselvityksessä ja asiantuntijakontakteissa ilmeiseksi että se on varsin ajankohtainen nousemassa oleva tutkimuksen ja kehittämisen kohde.

Uudistavan matkailun päätavoitteena on, että matkailijat tuovat positiivisen vaikutuksen matkakohteeseensa. Tarkoituksena on, että kohde jätetään pois lähtiessä parempaan tilaan kuin se oli sinne saapuessa – annamme enemmän kuin otamme. Kun kestävässä matkailussa keskitytään vähentämään haittoja, uudistavassa matkailussa halutaan lisätä hyötyjä ja tuottaa enemmän asioita, joilla on merkitystä ja sen avulla voidaan säilyttää ja elvyttää kohteen luontoa ja kulttuuria. Käsite menee siis paljon pidemmälle kuin ”ei vahingoiteta” – tarkoituksena on uudistaa ja elävöittää, tuottaen positiivisia tuloksia paikallisyhteisölle ja paikalliselle taloudelle. (Jaakkola, 2022, Sostenibilidad para todos, 2021, Southerden, 2022)

Uudistavan ajattelun tunnetuin esimerkki on tuttu maataloudesta. Uudistava viljely parantaa maaperän hyvinvointia ja kasvukuntoa sekä tuottaa ilmastohyötyjä edistämällä maaperän kykyä sitoa hiiltä sekä parantamalla luonnon monimuotoisuutta. Hyvinvoiva kasvualusta tuottaa myös varmemmin satoa, mikä tuo lopulta hyötyä myös tuottajalle. Uudistava viljely saa kasvualustan kukoistamaan. (Jaakkola, 2022) Tämä toimii hyvin vertauskuvana uudistavalle matkailulle, jolla ajatellaan saatava paikallisyhteisö kukoistamaan.

Uudistavassa ajattelussa perinteinen kysymys - mitä kohde tarjoaa matkailijalle - käännetään siis toisinpäin. Onkin kysyttävä, mitä matkailu voisi antaa kohteelle, jotta kohde ja siellä elävät ihmiset voisivat paremmin ja kohde hyötyisi matkailijoista. Ei riitä, että matkailutoiminta aiheuttaa mahdollisimman vähän haittaa kohteelle ja siellä asuville ihmisille, kuten kestävän ja vastuullisen matkailun teesit opastavat. (Jaakkola, 2022)

4 Menetelmät ja toteutus

Tutkimuksen pääasiallisena menetelmänä olivat teemahaastattelut (7kpl) joilla haettiin kokemusperäistä tietoa ja näkemyksiä aiheesta alalla toimivilta asiantuntijoilta. Lisäksi tehtiin kartoitusta luonnonyrttien ja erikoisluonnontuotteiden käytön tilanteesta kirjallisten lähteiden ja verkkosivustojen avulla sekä suorilla pääpainopisteenä sekä yksittäisillä suorilla sähköpostiviesteillä

Seuraavassa käydään läpi tarkemmin millä menetelmillä eri tutkimuskysymyksiin haetaan vastauksia.

Tutkimuskysymykseen 1) Millaisia luonnonyrttejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntäviä matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluita Suomessa on tarjolla? vastaamiseksi tehtiin kartoitusta selvittämällä yrityksiä ja niiden toimintaa sekä lukumäärää sekä koko alan taloudellista merkitystä

- kirjallisuuslähteistä (matkailu- ja luonnontuotealan toimialaraportit, matkailutilastot)
- alan yhdistysten verkkosivuilta (Suomen luonnontuoteyrittäjyysverkosto ry, Arktiset Aromit ry)
- matkailuorganisaatioiden ja viranomaisten sekä matkailuhankkeiden verkkosivuilta
- kysymällä myös teemahaastatteluissa Suomen/oman alueen palveluiden tilanteesta

Tutkimuskysymykseen 2) millaisia hyviä esimerkkejä näiden tuotteiden ja palveluiden kehittämisestä on kotimaassa ja miten näitä kokemuksia voidaan soveltaa muissa kohteissa ja alueilla? haettiin vastauksia tutkimuksen alkuvaiheessa asiantuntijoilta kysymällä mahdollisia parhaita esimerkkejä sekä tilannekartoituksessa kirjallisuuslähteistä ja verkkosivuilta. Haastateltavia valittiin mm täten esiin tulleilta alueilta. Haastattelujen edetessä saatiin lisää vinkkejä mahdollisista hyvistä esimerkeistä ja mahdollisista hyvistä haastateltavista. Kehittämishankkeita ja niiden tuloksia selviteltiin kirjallisuuslähteistä, mm. luonnontuotealan hankekoosteesta koittaen löytää myös hyviä esimerkkejä ja kehittämistulosten soveltamisesta kysyttiin teemahaastatteluissa.

Tutkimuskysymykseen 3) Millaisia hyviä esimerkkejä luonnonyrttejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntävistä matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluista ja niiden kehittämisestä löytyy vastaavasti ulkomailta ja miten näitä kokemuksia voidaan soveltaa Suomeen? vastaamiseksi

- etsittiin ulkomaisia kohteita kirjallisuuslähteistä ja verkkosivuilta
- kysyttiin sähköpostilla tietoja ulkomaisista esimerkeistä valituilta asiantuntijoilta
- kysyttiin myös teemahaastatteluissa haastateltavilta
- lähetettiin vielä yhteydenotot näistä saatujen vihjeiden perusteella yrttien käytön osalta potentiaalisiksi arvioitujen maiden (Itävalta, Sveitsi) matkailuinfoihin sekä sauna- ja hyvinvointipalveluita kehittäneille toimijoille Baltian maihin (Liettua, Latvia, Viro)

Tutkimuskysymykseen 4) Millaiset ovat luonnonyrtteihin ja erikoisluonnontuotteisiin perustuvien matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluiden kehittämisen mahdollisuudet sekä yhteistyön ja kehittämishankkeiden tarpeet? haettiin vastauksia erityisesti teemahaastatteluista peilaten kirjallisuuslähteistä saatuun tietoon

Tutkimuskysymykseen 5) Miten luonnonyrtteihin ja erikoisluonnontuotteisiin perustuva matkailu olla kestävä, vastuullista ja jopa uudistavaa ja miten tämä on otettava huomioon kehittämistyössä? etsittiin vastauksia myös teemahaastatteluissa peilaten alan kirjallisuuslähteisiin

Tutkimuksen edetessä löytyi runsaasti lisää materiaalia ja tahoja, joihin vielä voisi olla yhteydessä tai haastatellakin. Seitsemän haastatellun lisäksi yksi suunniteltu ei kiireiden takia ehtinyt haastateltavaksi eikä ehtinyt vastaamaan perusteellisesti mutta vastasi sähköpostitse koskien omaa toimintaa. Yhden kanssa oli jo sovittu haastatteluaika mutta se peruuntui haastateltavan kiireiden takia kokonaan ja kahta muutakin siirrettiin viime hetkillä mutta uusi aika onnistui, jolloin haastatteluja saatiin lopulta 7kpl.

4.1 Teemahaastattelut

Muotio (2022) mukaan haastattelu on hyvä tiedonhankintamenetelmä, kun halutaan saada tietoa henkilöiden asenteista, mielipiteistä, kokemuksista ja havainnoista. Haastateltava ja haastattelija ovat useimmiten samassa tilassa tai videoyhteydessä toisiinsa. Haastatteluna voidaan pitää myös esimerkiksi sähköpostitse tai puhelimitse suoritettavaa kysymysten ja vastausten esittämistä, mutta tällöin menetetään lähikontaktissa nähtäviä vivahteita kuten eleet, ilmeet ja muu oheisviestintä. Haastattelu on vapaaehtoista yhteistoimintaa, jonka jälkeen haastattelija tai hänen edustamansa taho analysoi haastattelun sisällön ja myös haastattelun etenemisen. (Muotio, 2022)

Haastattelut voidaan karkeasti jaotella seuraavasti: 1) Strukturoitu eli tarkkaan edeltä käsin suunniteltu haastattelu, 2) teemahaastattelu eli puolistrukturoitu haastattelu, jossa keskitytään tiettyihin aiheisiin ja kysymyksiin ja 3) syvähaastattelu eli avoimet haastattelutilanteet (Muotio, 2022)

- ➔ Tässä tutkimuksessa tehtiin teemahaastatteluita aikavälillä 26.10. - 21.11. 2022 (7kpl). Niillä pyrittiin saamaan käytännönläheistä ja kokemukseen pohjautuvaa näkemystä jonka avulla on paras arvioida varsinkin kehittämistarpeita ja vastuullisuuden toteutumista (tutkimuskysymykset 4 ja 5) mutta niillä saatiin myös lisätietoa ja näkemystä nykytilanteen kartoitukseen (tutkimuskysymykset 1-3).

Puolistrukturoiduissa asiantuntijoiden teemahaastatteluissa Muotio (2022) neuvoo haastattelijaa miettimään etukäteen vähintään viisi pääkysymystä, joihin hän haluaa mahdollisimman kattavat vastaukset sekä tarpeen mukaan täsmentäviä kysymyksiä. Haastattelun teemat jäsentävät, ohjaavat ja konkretisoivat haastattelua. Ne muodostetaan usein tutkimuskysymysten ja teoriataustan pohjalta.

- ➔ Tässä tutkimuksessa muodostettiin teemahaastatteluita varten haastattelurunko (liite 1) tutkimuksen tarkoituksen ja tutkimuskysymysten pohjalta. Sen isojen otsikoiden alle tehtiin melko yksityiskohtaisia tarkempia alakysymyksiä. Niitä ei kuitenkaan ollut tarkoitus kysyä välttämättä juuri siinä muodossa vaan rungon tehtävänä oli ohjata keskustelua ja toimia muistilistana, jotta kaikki tutkimuksen kannalta olennaiset aiheet tulevat käytyä läpi.
- ➔ Ensimmäisten haastattelujen jälkeen haastattelurunkoa muokattiin hiukan selkeämmäksi ja yksinkertaisemmaksi muotoillen kysymyksiä kokonaisista lauseista enemmän luettelomaisiksi, jotta ne on selkeämpi hahmottaa sekä itselle että haastateltaville. Haastattelurunko lähetettiin haastateltaville etukäteen sähköpostilla. Muokattu haastattelurunko (liite 2) oli käytössä haastatteluissa 6 ja 7.

Muotio (2022) toteaa, että puolistrukturoidussa haastattelussa on varioinnin varaa ja myös mahdollisuus esittää alkuperäiseen suunnitelmaan kuulumattomia kysymyksiä.

- ➔ Haastattelurunkoa käytettiin soveltaen niin, että koska haastateltavana oli luonnontuote- ja matkailualalta ihmisiä erilaisista taustoista ja tehtävistä, kaikki kysymykset eivät olleet kaikkien kohdalla yhtä relevantteja vaan painottaen niitä aiheita mistä kyseisellä haastateltavalla oli erityisesti asiantuntemusta, kokemusta ja näkemystä.

Haastattelu voidaan haastateltavan luvalla nauhoittaa, sillä vastauksen kuunteleminen ja kirjoittaminen yhtä aikaa on haasteellista. Haastateltavalle tulee myös kertoa, mihin tarkoitukseen haastattelu tehdään ja missä sen sisältö ja analyysi julkaistaan. (Muotio, 2022)

- ➔ Tässä tutkimuksessa haastatteluja ei nauhoitettu, vaan haastattelija teki käsin nopeita muistiinpanoja haastattelun aikana pysähtyen välillä tarkistamaan, mikäli tuntui että ei ehtinyt saada kaikkea olennaista ylös. Tämän jälkeen haastattelija kirjoitti muistiinpanot puhtaaksi koneelle, osan heti haastattelun jälkeen silloin kun se oli mahdollista, ja osan kuitenkin mahdollisimman pian. Haastateltavien kommentit kirjoitettiin mahdollisimman tarkasti lauseiksi tai parin lauseen kokonaisuuksiksi, joissa sama aihe esiintyi.

Haastatteluaineiston analyysissä hyödynnettiin KvaliMOTV – menetelmäopetuksen tietovarannon (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006) ohjeita, joiden mukaan aineistoa voidaan käsittelyvaiheessa esimerkiksi teemoitella etsimällä siitä usein toistuvia teemoja sekä yhtäläisyyksiä eroja.

- ➔ Tässä tutkimuksessa haastatteluaineistoa käsiteltiin teemoittamalla eli ryhmittelemällä tutkimuskysymyskohtaisten teemojen ja alakysymysten mukaan pyrkien etsimään teemakohtaisesti yhteisiä tekijöitä, joita useampi haastateltava maininnut. Puhtaaksi kirjoitettu haastatteluaineisto käsiteltiin niin, että ensin yksittäisten haastateltavien lausumat ryhmiteltiin tutkimuskysymysten mukaisten teemojen alle omaan tiedostoonsa, johon yhdistettiin eri haastateltavilta saadut tiedot yhteen.
- ➔ Aineistosta etsittiin yhtäläisyyksiä ja eroja sekä negatiivisia ja positiivisia asioita mutta lähinnä toistuvasti esiin nousevia asioita ja miten haastateltavat ne näkivät. Etsittiin sitä, saatiinko selkeästi samansuuntaista näkemystä useammalta haastateltavalta ja myös minkälaisia eroja ja vivahteita mahdollisesti olisi nähtävissä eri taustojen ja näkökulmien mukaan. Näin mahdollisten yhtäläisyyksien ja erojen pohjalta ja usein toistuvista näkemyksistä sekä niiden suhteesta muuhun taustakartoitukseen olisi mahdollista koostaa mahdollisimman hyviä kehittämisehdotuksia.
- ➔ Jos joku asia esiintyi hyvin usein, tätä tietoa kuvattiin sanallisesti esimerkiksi näin: *”useimpien haastateltavien mielestä” tai ”nousi voimakkaasti esiin”*. Tarkkoja lukumääriä ei kuitenkaan etsitty eikä esitetä analyysissä. Myös yksittäiset ilmaisut huomioitiin, sillä nekin voivat olla olennaisia.

Haastateltavista yrittäjänä, yhdistyksessä ja tutkimusorganisaatiossa toimivia oli 2kpl kutakin sekä hankevetäjänä, aluekehitysorganisaatiossa ja oppilaitoksessa toimivia 1kpl jokaisessa. Osalla oli tuplarooli. Tarkkoja organisaatioita ja nimiä ei mainita, jotta henkilöt eivät olisi täysin tunnistettavissa. Haastatteluihin viitataan tekstissä numerolla.

4.2 Taustatietojen kartoitus

Pohjatietoja tutkimusta varten kerättiin:

- kysymällä sähköpostilla tai puhelimitse muutamilta luonnontuotealan asiantuntijoilta mahdollisia hyviä kotimaisia ja ulkomaisia esimerkkikohteita
- perehtymällä aihepiiriin yleensä ja alan palvelutarjontaan kirjallisuudesta ja verkkosivustoilta

Tutkimuksen alkuvaiheessa lähetettiin sähköpostia kahdelle alustavan selvityksen mukaan keskeiseksi katsotulle asiantuntijalle, joilta saatiinkin lisää yhteyksiä ja linkkejä ulkomaisiin opintomatkoihin sekä mahdollisia uusia tahoja, joilta tiedustella. Sähköpostikirjeenvaihtoa jatkettiin tutkimuksen aikana ja saatiin lisää vinkkejä.

Kotimaisia kohteita ja palveluita löytyi runsaasti, vaikka tieto on melko hajallaan ja kaikkia suunniteltuja yhteystahoja ei tavoitettu. Tutkimuksen loppuvaiheessa tehtiin kuitenkin rajausta niin, että kattavia listoja ja taulukoita yrityksistä ja palveluista ei ryhdytty tekemään ja painopistettä siirrettiin haastatteluaineistoon.

Ulkomaisia kohteita ei kuitenkaan tuntunut löytyvän helposti nettisivuhauillakaan. Tutkimuksia, jotka jollain lailla liittyivät luonnonyrtytien käyttöön ja matkailuun löydettiin myös varsin niukasti. Hyvinvointimatkailuun liittyviä ulkomaisia yhteyksiä saatiin yhdeltä haastateltavalta. Näitä ei kuitenkaan enää tavoiteltu lisähaastateltaviksi aineiston pitämiseksi rajallisena, kun keskityttiin haastatteluiden loppuun saattamiseen.

Luonnonyrtytien matkailukäytöstä saatiin eniten vihjeitä Itävallasta ja perinteisestä lääkinnällisestä käytöstä sekä joitain matkailuaiheisia viitteitä Sveitsistä, joten tutkimuksen loppuvaiheessa lähetettiin vielä näiden maiden matkailuorganisaatioille sähköpostia (Itävalta) ja yhteydenotto verkkosivun chat-toiminnon kautta (Sveitsi). Itävallasta saatiin vastauksena lista noin 20 verkkosivulinkistä ja Sveitsissä keskustelu käännettiin sähköpostiin ja luvattiin palata asiaan sähköpostitse mutta vastausta ei koskaan tullut.

5 Nykytilanne ja kehittämismahdollisuuksia

Seuraavassa esitetään luonnonyrtejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntävien ohjelma- ja hyvinvointipalveluiden nykytilannetta ja kehittämissuhteita tutkimuskysymysten mukaisesti jaoteltuna taustakartoituksen ja haastatteluiden perusteella, vetäen yhteen haastatteluaineistoista saatuja näkemyksiä muuhun aineistoon.

Haastatteluihin viitataan numeroilla esim (1) tai (2,3 ja 4). Kommentteja on ryhmitelty aihekokonaisuuden mukaan niin, ettei yksittäisen haastateltavan kommenttiin yleensä viitata.

5.1 Luonnonyrtejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntävä matkailu Suomessa – missä mennään nyt

Luonnonyrtejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntävien matkailuyritysten määrää on vaikea arvioida kovin täsmällisesti. Täysin kattavia tietokantoja ei löydy ja yrityskehitys myös elää koko ajan uusien tullessa ja joidenkin lopettaessa ja yritykset myös jatkuvasti muokkaavat toimintaansa. Onkin ehkä hiukan haastavaa eritellä erityyppisiä luonnontuotteita hyödyntävät ja erilaisia palveluita tarjoavat yritykset tarkkoihin kategorioihin.

Suomen Luontoyrittäjyysverkosto ry:n verkkosivulle on koottu luonnontuotealan yritysrekisteriä. Sieltä löytyy 8.11.2022 matkailualan ohjelmapalveluita tarjoavia yrityksiä 30kpl, ravintolapalveluita tarjoavia 5kpl sekä muita luontoon tukeutuvia matkailualan palveluita tuottavia yrityksiä 27kpl. Hyvinvointipalveluita ihmisille tuottavia yrityksiä oli 25kpl ja eläimille 5kpl. (Aitoluonto n.d. -c)

Arktiset aromit ry:n nettisivujen yritysrekisteristä löytyy noin 30kpl yrttejä ja erikoisluonnontuotteita ohjelmapalveluissa käyttäviä yritystä. (Arktiset Aromit n.d. -d) Sivulta pystyy hakemaan yritykset maakunnittain, toimialansa tai tarjoamiensa luonnontuotteisiin liittyvien palveluiden mukaan.

Nykytilanteen kartoituksessa osana olleita matkailualan ja luonnontuotealan yritysten määriä ja lukuja on esitetty aiemmin luvuissa 2. ja 3. tutkimuksen teoriaosassa. Yksityiskohtaisempaa yritysten ja palveluiden kartoitusta ei tehty koska tutkimuksen useammista tutkimuskysymyksistä piti käytännön syistä valita painopistealueita tutkimuksen näyttäessä laajenevan ja aikaresurssinkin tullessa vastaan.

Päädettiin painottamaan alan tilanteen ja jatkokehittämisen kannalta olennaisimpina tutkimuskysymysten 4 ja 5 kehittämismahdollisuuksia ja yhteistyön ja hankkeiden tarpeita sekä kestävän ja uudistavan matkailun näkökulmia. Näihin saatiin runsaasti aineistoa haastatteluissa ja painopistettä siirrettiinkin siis tutkimuksen aikana yritysten ja niiden toimintojen luetteloinnin sijasta kehittämisenäkökohtien puolelle.

Seuraavassa joitakin haastatteluiden perusteella saatuja havaintoja alan tilanteesta.

Haastateltavien yleisen havainnon mukaan kiinnostus luonnonyrttien ja erikoisluonnontuotteiden käyttöön matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluissa näyttää olevan selvästi nousussa. Ennen koronaa näitä tuotteita hyödynnettiin jo paljon, ja järjestettiin ohjelmia kuten yrttien keräämistä ja erilaisia työpajoja. Korona-aika toi haasteita mutta nyt näyttäisi olevan uuden nousun aika. (1, 5, 6)

Hyvinvointipalveluiden nousu voidaan ajoittaa vuosien 2016-2017 paikkeille: Visit Finlandin FinnRelax (2017-2018) - hoitoihin ja saunaan liittynyt teema - toi nostetta hyvinvointimatkailuun. Visit Finlandin sivuilla luonto ja kasvit ovat esillä näkyvästi mutta otettaisiinko luonnontuotteet esimerkiksi vastuullisuudesta? Ne eivät ainakaan vielä näy markkinoinnissa kestävän matkailun valtteina. (1, 4)

Luonnontuotteissa luonnonyrtit ja erikoisluonnontuotteet ovat vielä määrällisesti marginaalinen juttu, mutta isot volyymit eivät välttämättä ole tavoite vaan olennaisempaa on niillä mahdollisesti saatava hyvinkin juhlava arvonnousu (esim. kosmetiikkatuotteissa). Arvonnousu on parhaimmillaan yhdistettynä aineettomaan palveluun kuten luonnossa tapahtuviin ohjelmiin ja hyvinvointipalveluihin. Näillä aloilla onkin kiinnostusta luonnonyrttien käyttöön (3, 5)

Raaka-aineen saatavuus koettiin kuitenkin luonnonyrttien ja erikoisluonnontuotteiden käytössä ongelmaksi. Sesonkiluontoisuus on haaste tuotannolle ja kerääjäverkosto ei ole organisoitunut eikä tukkuja juurikaan ole. Keruutoiminta on yleensä pienimuotoista: esim. ravintolapuolella jotkut keräävät itse tai joku tuttu kerää yrttejä. Kysyntäkin kasvaisi, jos olisi tukkuporras varmistamassa tasaisempaa raaka-aineen saantia. (2, 4, 5)

5.2 Nykytilanne Suomessa – esimerkkejä kehittämistyöstä

5.2.1 Lapissa luxusta ja törmäyttämistä

Alustavassa selvityksessä havaittiin pian että erityisesti Lapissa on kehitetty luonnonyrttien ja erikoisluonnontuotteiden käyttöä ja niiden hyödyntämistä matkailussa. Siksi etsittiinkin haastateltavaksi myös Lapin alueen kehittämisen parissa työskenteleviä toimijoita, joita on kaksi haastateltavista. Asiantuntijatahoilta saatiin kommentteja alustavissa keskusteluissa, että Lappi on pisimmällä oleva alue Suomessa, ja omassa kartoituksessa käsitys vahvistui. Myöhemmin saatiin mm. haastateltavilta lisätietoja muualla olevista hyvistä esimerkeistä, mutta tässä käsitellään enimmäkseen Lapin tilannetta haastatteluiden ja muun materiaalin pohjalta ja lopussa viitataan lyhyesti muihin.

Lapin matkailussa luonnontuotteilla on jo kohtalaisen vahva rooli ja se on vahvistumassa matkailun trendien myötä. Pohjoisen matkailu on pyörinyt volyymien ympärillä mutta nyt ollaan kiinnittämässä enemmän huomiota palvelun sisältöön ja ulkomaisten matkailijoiden kiinnostuksen kohteena on yhä enemmän luonto, puhtaus, aitous ja alkuperäisyys, ja niihin tukeutuvia palveluita on kehitettävä ja kehitetty. (2, 3, 5, 7)

Etukäteisselvityksessä mainittiin esimerkkinä Lappi Luxus -hanke (2019-2021), jossa kehitettiin uudenlaista toimintamallia jossa haettiin luonnontuotteista lisäarvoa hyvinvointimatkailuun. Hankkeessa tuettiin lappilaisten luonnontuote-, hyvinvointi- ja matkailualan yritysten yhteistyötä ja elinvoimaa sekä kehitettiin matkailun ympärivuotisuutta. (REDU konserni 2022)

Lappilaista luksusta edustivat puhdas luonto, vuodenajat, hiljaisuus, yötön yö tai tähtitaivas, ja tavoitteena oli luonnonmukaista hyvinvointia edistäviä palveluita ja tuotteita tuottavat yritykset verkostoituvat ja kehittävät palveluja sekä konkreettisia tuotteita hyvinvointi- ja matkailualan yrityksille paikallisuutta, terveellisyyttä ja ekologisuutta korostaen sekä tarinallistaen. Verkostolle kehitettiin yhtenäistä luonnontuote- ja matkailualan LAPPI LUXUS -liiketoimintamallia, jossa huomioitiin paikallisuus, ympärivuotisuus, kansanperinne- ja tutkimustieto, luonnontuotteet, raaka-aineet sekä toiminnan kannattavuus. (REDU konserni 2022)

Myös haastateltavat mainitsivat tästä jo päättyneestä hankkeesta, ja osa mainitsi luonnontuotteista kehitetyistä kosmetiikkatuotteista (Saivo Naturals), joita on kehitetty markkinoille, mutta kaikilla ei kuitenkaan ollut tarkempaa tietoa hankkeen tuloksista, vaikka sen tiesivätkin (2, 3, 5, 7).

Etukäteisselvityksen perusteella saatiin vihjeitä myös Levin ja Länsi-Lapin suunnan vahvasta kehittämistyöstä, ja tähän perehdyttiinkin tarkemmin. Yhden haastateltavan mukaan Levillä on yhteistyöverkostoa, jollaista muualla ei ole: yhteistyön perinnettä on, ja verkosto toimii itse itseään ohjaten niin että yrittäjät osaavat tehdä toisilleen ja homma toimii.

Yhteistyöhankkeita on Levin suunnalla ollut runsaasti ja myös villiyrteihin liittyen, mm. Tonttulassa on villiyrttipuutarha, ja saunapalveluita ja niiden yhteyteen hyvinvointipaketteja on tuotteistettu monessa paikassa (mm. Taivaan Valkeat, Arctic Frontier). Alueella on isona matkailukohteena myös suuria toimijoita, joilla on vahva tahto ja näyttöä mitä voi saada aikaan aluetasolla (Hullu Poro). Digitaalisista työvälineistä ja verkostoista etsitään jatkuvasti ratkaisuja (3, 7)

Kittilän KIDEVE -elinkeinoyhtiön hallinnoimana on meneillään monia eri hankkeita matkailuun liittyen kuten Kasvua Kestävästä Matkailusta- ja Kohti Kestävää Saavutettavuutta -hankkeet.

Luonnontuotealan kasvukoordinaattorihanke (2021-2024) on Kolarin kunnan hallinnoima viiden kunnan yhteishanke, jonka päätavoitteena on luoda Länsi-Lappiin elinvoimainen luonnontuotealan osaamiskeskittymä. Tavoitteena on verkosto, joka kehittää ja kasvattaa alueen luonnontuotealan osaamista ja liiketoimintaa monialaisesti Enontekiön, Muonion, Kolarin, Kittilän ja Pellon alueella. Sitä edelsi kartoitushanke, jossa selvitettiin alueen mahdollisuuksia luonnontuotteisiin liittyen. Hankkeessa pyritään luomaan pysyvä toimintamalli alueen luonnontuotetoiminnalle, toimijoiden ”törmäyttäminen” eli verkostointi pienin askelin, luonnontuotteiden tukkutoiminnan, viennin, jalostuksen ja markkinoinnin edistäminen sekä toimintamallin pilotointi. Hankkeessa järjestetään erilaisia tiedotus- ja yhteistyötilaisuuksia, jotka tähtäävät monialaisen ja konkreettisen yhteistyön syntymiseen.

Törmäyttäminen on toiminut Kasvukoordinaattorihankkeessa hyvin ja kehittämistyö edennyt konkreettisin pienin askelin oikeaan suuntaan. Verkostoituminen ja tiedonvälitys ovat hankkeessa kulmakivenä Kyse voi olla niin pienistä asioista kuin neuvoa toiselle yrittäjälle keneltä saat ostaa nokkosta, luodaan yhteyksiä ja tutustutetaan toisiinsa. (2,7)

Kyseessä ei ole pelkästään matkailuhanke mutta mukana noin 60 toimijaa monen toiminta kytkeytyy matkailuun. Palveluala vastaa alueella noin 70% työvoimasta ja siinä matkailu on pääosassa, joten jokseenkin kaikki toimijat ovat tekemisissä matkailualan kanssa.

Hankkeessa vahvassa roolissa on erilaisten digitaalisten apuvälineiden kehittäminen yhteistoiminnan ja markkinoinnin tueksi, mm lähiruoka-alusta on kehitteillä (2, 7)

Luonnontuotteita käytetään Länsi-Lapissa elämyksissä ja hyvinvointipalveluissa, ja yhä enemmän myös osallistetaan osallistujaa enemmän ohjelmissa. Elämispalveluihin liittyy useimmiten ruoka, ja järjestetään marjanpoimintaretkiä ja käsityöpuolta sekä erilaisia kursseja esim. sienistä ruuanlaitossa tai muuta jatkojalostusta.

Luonnonyrteihin ja erikoisluonnontuotteisiin liittyvää aktiviteettia alueella on mm. yrttiretkien ja koulutettujen yrttineuvojien ohjaamien kurssien muodossa. Kerääjien ja jatkojalostajien sekä ohjelmien tuottajien yhteistyössä on vielä tekemistä, esim. ravintolat saattavat joskus tarvita sellaisia määriä yrttejä, että saatavuus on muodostunut ongelmaksi. Vastaavaa hanketta ei tällä hetkellä ole ainakaan Lapin alueella. Yhteistyöllä on havaittu saatavan enemmän aikaan, kun yritykset ovat kaukana toisistaan ja resurssit vähäisiä. (2,7)

Haastatteluissa mainittiin muina runsaan tarjonnan ja toimivan yhteistyön alueina erityisesti Kainuu (Sotkamon ja Kajaanin välinen alue, Hossa) ja Etelä-Savo sekä yleisesti Itä-Suomi. Frantsilan yrttitilan ympärille Hämeenkyrön seudulle on myös kehittynyt verkostoa. (2, 4, 5, 6) Myös Pohjois-Karjalassa on rakennettu hyvinvoinnin ja luonnon ympärille rakentuvia tuotepaketteja Visit Karelian toimesta yhteistyössä yrittäjien kanssa mm kansallispuistojen yhteyteen.

Laajempaa selvitystä eri alueilta ei kuitenkaan tämän tutkimuksen puitteissa enää tehty, vaikka ehdotuksia ja ideoita haastateltaviksi tuli lisää, jotta aineisto pysyy sopivan kokoisena ja haastatteluaineistosta katsottiin saatavan jo koko Suomen tilanteesta riittävän hyvä kokonaiskuva.

5.2.2 Esimerkkejä kehittämishankkeista

Helsingin yliopiston Ruralia-insituutissa on tehty laaja katsaus (Luonnontuotealan hankkeet alan toimintaohjelman toteuttajina), jossa on tarkasteltu luonnontuotealalla tehdyn kehittämistyön sisältöä ja vaikuttavuutta. Sen tarkoituksena oli arvioida Luonnontuotealan vuonna 2014 laaditun toimintaohjelman (Luonnontuotteet monipuolistuvissa arvoverkkoissa – Luonnontuotealan toimintaohjelma 2020) toteutumista ja siinä tarkasteltiin alan kehittämistyön painotuksia ja mahdollisia aukkoja. (Siltovuori & Rutanen, 2022)

Samalla saatiin tietoa siitä, mihin osa-alueisiin luonnontuotealalla tulisi jatkossa panostaa – tätä tietoa hyödynnetään toimintaohjelman päivittämisessä (Siltovuori & Rutanen, 2022, s.5) Päivitystyö on tätä kirjoitettaessa vielä hiukan kesken: uusi toimintaohjelma on lausuntokierroksella.

Luonnontuotealan kehittämishankkeita oli vuosien 2015-2021 aikana kaiken kaikkiaan toiminnassa 149kpl. Niissä toteutettiin kehittämisen ohella usein tiedonvälitystä, koulutusta ja tutkimusta. Eniten hankkeita oli Lapissa, jossa toteutuksessa oli 29 hanketta, Pohjois-Pohjanmaalla (25 hanketta), Pohjois-Karjalassa (20 hanketta) ja Kainuussa (17 hanketta). (Siltovuori & Rutanen, 2022, s. 10, 18-19)

Hankkeiden rahoittajia olivat mm. Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma ELY-keskusten ja Leader-yhdistysten kautta, Euroopan aluekehitysrahasto ja Euroopan sosiaalirahasto, kansainväliset rahoitusohjelmat ja Maa- ja metsätalousministeriö. (Siltovuori & Rutanen, J. 2022, s.20)

Hankkeiden päätoteuttajia olivat vuosina 2015–2021 Luonnonvarakeskus (21 hanketta), kunnalliset toimijat 20, yliopistot 18, ammattikorkeakoulut 18, 4H-järjestö 16, Suomen metsäkeskus 13, ProAgria/Maa- ja kotitalousnaiset 11, ammatilliset oppilaitokset 9 sekä Arktiset Aromit ry 7 hanketta. Muille toteuttajille jäi 16 hanketta 149:stä. (Siltovuori & Rutanen. 2022, ss.21-22)

Vuosina 2019–2021 toimi 90 luonnontuotealan kehittämishanketta, joissa edistettiin eniten innovatiivista ja jalostusarvoa lisäävää tuotekehitystä (49 hanketta) sekä lähes yhtä monessa kestävässä, markkinavetoista raaka-ainetuotantoa (42 hanketta). Moniin hankkeisiin sisältyi tutkimusta sekä teknologian ja osaamisen kehittämistä (24 hanketta), mutta harvassa keskityttiin lisäarvon tuottamiseen matkailu- ja hyvinvointipalveluissa (9 hanketta). (Siltovuori & Rutanen, ss.21-22)

Matkailuun liittyviä hankkeita olivat mm. Lappi Luxus - palveluja ja tuotteita lappilaiseen hyvinvointimatkailuun (päärahoittaja EAKR) sekä Luonnontuotteiden vientivalmiuksien ja matkailukytkennän kehittäminen 2018–2019 III -hanke (rahoittaja maa- ja metsätalousministeriö). (Siltovuori & Rutanen, 2022, ss.14-15)

Arktiset Aromit ry:n Luonnontuotteiden vientivalmiuksien ja matkailukytkennän kehittäminen – hankkeissa (3 hanketta, 2016-2019) oli tavoitteina mm. luonnontuotteiden terveystieteellisen ja kansainvälisen tunnettuuden edistäminen, jalostusasteen kehittäminen ja jalostettujen tuotteiden menekin edistäminen. Hankkeissa koottiin yhteistyöverkostoja ja edistettiin luonnontuotteisiin kytkeytyvää matkailua sekä tuotettiin materiaalia yritysten menekinedistämisen ja markkinoinnin tueksi. (Arktiset Aromit n.d.-e)

Vuosina 2015-2018 lisäarvon tuottamista matkailu- ja hyvinvointipalveluihin oli kehittämässä 18 hanketta, ja tältä ajalta on eritelty mihin Luonnontuotealan toimintaohjelman toimenpiteeseen ne liittyivät. Toimenpiteen 15 mukaisesti kehitettiin kahdeksassa hankkeessa *tuotekokonaisuuksia ja palvelukonsepteja yhteistyössä matkailu- ja hyvinvointialan palveluntuottajien kanssa esimerkiksi koulutusten, eri elinkeinoalojen yhteisten innovaatiopajojen ja tiedotuksen avulla.*

Tässäkin on esimerkkinä *Lappi Luxus*, jota oli aloitettu jo tällä kaudella sekä Elintarvikkeista ja luonnosta elinvoimaa Koillismaalle -hanke (EAKR), jossa pyrittiin luomaan pysyvää toimintamallia ruoka- ja hyvinvointimatkailuun liittyen. Lähde luomun matkaan! – Luomun lisäarvon hyödyntäminen Etelä-Savon matkailuyritysten liiketoiminnassa -hankkeen (EAKR) tavoitteena oli synnyttää uusia luomua hyödyntäviä tuote- ja palveluinnovaatioita ja edistää luomukeruualueiden hyödyntämistä matkailussa. (Siltovuori & Rutanen, 2022, ss.35-36)

Toimenpiteen 16 mukaisesti kehitettiin 8 hankkeessa *palvelumahdollisuuksia pilotoimalla ja kehittämällä esimerkkejä luonnontuotteet huomioon ottavista matkailu- ja hyvinvointipalvelukokonaisuuksista*. Näitä hankkeita oli pääosin Lapissa, Kainuussa ja Pohjois-Pohjanmaalla. Luonto- ja luonnontuotepainotteinen kansainvälinen leirikoulu, LuoPaLe-hankkeessa (EMR) selvitettiin mahdollisuuksia luoda leirikoulukonsepti, jonka keskiössä olisivat luonto ja luonnontuotteet. Hankkeessa Voimametsistä viherrakentamisiin - Ekosysteemipalveluista ja ympäristöystävällisestä viherrakentamisesta lisäarvoa matkailuun (EAKR) edistettiin ekosysteemipalveluiden hyödyntämistä matkailussa ja pilotoitiin luonnontuotteisiin pohjautuvia palvelukokonaisuuksia, joita olivat esimerkiksi villiyrttitarha ja puolukkaviljelmä. (Siltovuori & Rutanen, 2022, s.36)

Toimenpiteen 17 mukaisesti *luonnontuotteisiin liittyviä mobiileja ja sosiaalisen median sovelluksia muun muassa matkailu- ja hyvinvointipalvelujen asiakkaille* kehittäneitä hankkeita ei ollut joten tämä toimenpide jäi täysin toteuttamatta. Osa hankkeista edisti matkailu- ja hyvinvointipalveluita yleisellä tasolla (8 hanketta) – niissä pyrittiin esimerkiksi lisäämään luonnontuotteiden käyttöä matkailun ohessa tiedotuksen ja yhteistyön avulla. (Siltovuori & Rutanen 2022, ss.35-36)

Hyvinvointipalveluita toteutettiin vain harvoissa hankkeissa, mutta esimerkiksi Kantri & Co. – Yhteistyöllä valmiuksia ja kasvua elintarvike- ja luontoaloille -hankkeessa (EMR) järjestettiin koulutuksia, joiden yhtenä teemana oli luonnontuotteiden hyödyntäminen hyvinvointituotteissa -ja palveluissa. (Siltovuori & Rutanen, 2022, s.36)

Luonnontuotepohjaista kosmetiikkaa ja sen hyödyntämistä matkailun oheispalveluissa kehitettiin Ranuan luonnonvaratoimijoiden liiketoiminnan ja verkoston kehittäminen - hankkeessa. (Siltovuori & Rutanen, 2022, s.24)

Runsaasti alueellisia luonnontuotealan kehittämishankkeita, joista osassa on sivuttu myös matkailun kehittämistä, on ollut ja on meneillään Suomen Metsäkeskuksella, jonka tulevaisuuskatsauksessa II: Luonnontuoteala (Suomen Metsäkeskus 2022) todetaan, että uutta liiketoimintaa voisi syntyä erityisesti metsä- ja luonnontuotealan voimat yhdistämällä.

Alueelliset metsäohjelmat (2021–2025) tukevat metsien hyödyntämistä monipuolisesti ja kestävästi, paikalliset olosuhteet huomioiden, ja niitä ovat laatimassa myös metsä- ja luontopalveluyritykset. (Suomen Metsäkeskus 2022)

ProAgria Etelä-Suomi ry/Etelä-Suomen Maa- ja Kotitalousnaisten hankkeessa Luonnonyrteistä Lautaselle on koottu ideoita luonnonyrteiden käytöstä ohjelmapalveluissa listaksi, jossa on konkreettisia esimerkkejä eri vuodenaikoihin sopivista ohjelmapalvelutuotteista. (ProAgria 2021)

5.3 Ulkomaisia esimerkkejä

5.3.1 Itävalta – yrttimatkailua elämyksin ja tarinoin

Ulkomaista vertailukohdetta etsittäessä parhaiten saatiin tietoa Itävallasta. Sähköposti maan matkailuinfon osoitteeseen tuotti vastauksena listan linkkejä (n 20kpl) Itävallan matkailun pääsivun www.austria.info/ alaisille verkkosivuille, joissa esitellään luonnonyrteihin liittyvää tuote- ja palvelutarjontaa.

Itävalta näyttää käyttävän samantapaisia markkinointiargumentteja kuin Suomikin. Verkkosivuston mukaan luonnonyrteillä viihtyvät parhaiten maan terveessä ympäristössä. Yrttiasiantuntija Andrea Riederin sanoin: ”elämme paratiisissa”, jonka hyvä ilma, puhdas vesi, vuodenajat ja ympäristötietoisuus auttavat tekemään luonnonyrteistä ja yrteistä yleensä erityisen laadukkaita. Karu ympäristö lisää kasvien vastustuskykyä ja tuottaa erityisen intensiivisen maun, vahvan aromin ja runsaan vitamiinisisällön. (Austria Info 2022 (a))

Itävallan matkailun yrttisivuilta löytyy mm. vinkkejä hotelleista/majataloista, joissa yrteillä ovat mukana toiminnassa tavalla tai toisella ” 7 yrteihotellia”, ravintoloista jotka käyttävät luonnonyrteitä ”7 yrteiravintolavinkkiä”, ja aktiviteettien järjestäjistä: yrteiretket ja -vaellukset, kurssit ym. Tuotteita ja palveluita on paljon, mutta ne eivät aukea mihinkään luettelomaiseen näkymään vaan on haettu elämyksellistä vaikutelmaa. (mm. Austria Info 2022a)

Sivuilla on myös laajoja haastatteluita ja henkilökuvia yrttialan asiantuntijoista: yrttiviljelijä, ”yrttitietäjä”, apteekkari/perinteisen lääketieteen harjoittaja, metsäpedagogi, ravintoloitsijoita, kokkeja ja luodaan heidän tarinoidensa kautta vahvaa mielikuvaa yrttparatiisista. Itävallan yrttisivuilta löytyy myös paljon tietoa eri yrteistä ja yrttien käytöstä eri tarkoituksiin, kuten erilaisten sairauksien ennaltaehkäisyyn ja terveydenhoitoon, kauneudenhoitoon ja vaikka rakkausyrttejäkin. (Austria Info 2022b, Austria Info 2022c)

Itävallan matkailun virallisen sivuston kautta aukeaa näin laaja näkymä maan luonnonyrtteihin liittyvään matkailulliseen tarjontaan. Suurin osa sivuista aukeaa kuitenkin vain saksankielisinä – englanniksi ei ole paljonkaan yrteihin liittyvää sisältöä, joten syntyy vaikutelma, että Itävallassa ei ole erityisesti panostettu kuin saksankielisten maiden matkailijoiden houkutteluun. Sinänsä panostus näyttää huomattavalta mutta kohderyhmä toistaiseksi rajoitetulta.

5.3.2 Tietoja muista maista

Saunaan liittyviä hyvinvointipalveluita on tuotteistettu Baltiassa: Liettua, Latvia, Viro. Näissä maissa kuten myös Venäjällä on tutkittu Suomea enemmän perinnesaunottamista jossa käytetään luonnonyrttejä ja esim tervaa ja pihkaa erikoisluonnontuotteista.

Sveitsissä yrttien käyttö lääkinnässä on perinteisesti ollut ehkä kaikkein vahvinta ja ajateltiin sieltä löydettävän myös matkailuun liittyvää toimintaa. Löydettiin yksittäisiä palveluntarjoajia mutta ei mitään kattavampaa teemaa maan matkailusivustolta, ja yhteydenotto matkailuorganisaation VisitSwitzerlandin kautta ei tuottanut tulosta kun kysymys todettiin vaikeaksi ja lähetettiin eteenpäin ja vastaussähköpostia ei tullut.

Saksaan viitattiin haastatteluissa luonnonlääkintätuotteiden osalta myyntituotteena, matkailukytkentää ei niinkään löydetty.

Muiden Pohjoismaiden tilanteesta Lapin alueen haastateltavilta kysyttiin erikseen, tietävätkö miten siellä on kehitetty luonnontuotteisiin liittyvää matkailua. He eivät osanneet sanoa paljonkaan luonnonyrttien ja erikoisluonnontuotteiden tilanteesta, mutta saatiin kuitenkin arvioita, että yleisesti ottaen matkailun tuotteistaminen ja brändäys on vahvempaa Ruotsissa ja varsinkin ehkä Norjassa, jossa on erityisen viimeisteltyä. Islannissa on panostettu luontoon perustuvaan matkailuun ja uudistavaa matkailua on myös lähdetty kehittämään.

5.4 Kehittämismahdollisuuksia ja kehittämisen haasteita Suomessa

5.4.1 Kehittämismahdollisuuksista yleisesti

Kaikki haastateltavat näkivät luonnonyrtteihin ja erikoisluonnontuotteisiin pohjautuvien matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluiden kehittämisessä joko hyvin paljon potentiaalia ja/tai sen olevan kasvussa. Tässä esimerkkejä sanamuodoista kuvatessa alan mahdollisuuksia yleensä: *”hyvin paljon potentiaalia”, ”valtava potentiaali, ihme ettei ole hyödynnetty enempää”, potentiaali on kasvussa, kiinnostus nousussa näitä asioita kohtaan”, ”potentiaalia lienee, määrätietoisempi käyttö!” ”ihmisiä kiinnostaa nyt kasvit ja luonnontuotteet ja niiden käyttö”*

Mahdollisuuksia nähtiin sekä lisäarvotekijänä että ohjelma- ja hyvinvointipalveluiden keskeisenä sisältönä – pääasiana - riippuen tuotteista ja kohderyhmistä. Myös muiden matkailupalveluiden lisämausteena luonnonyrttien ja erikoisluonnontuotteiden käyttö toimii matkailukokemusta syventävänä, esim. lähiruokateemaan sopien ja lisäarvoa nähtiin nyt jo monessa tuotteessa ja jatkossa vielä enemmän. (2, 4, 7)

Omaleimaisuutta ja paikallisista ominaispiirteistä ammentamista painotettiin yleensäkin matkailun kehittämisessä ja mm. juuri paikallisten luonnontuotteiden hyödyntämisellä haastateltavat näkivät tässä olevan hyvät mahdollisuudet sopien matkailun kehityssuuntiin. Varsinkin pohjoisen matkailu on pyörinyt volyymien ympärillä ja nyt olisi aika kiinnittää huomiota enemmän palvelun sisältöön ja laatuun ja mennä arvonlisä edellä, ja luonnonyrtit ja erikoisluonnontuotteet nähtiin erottautumistapana. (2, 3, 5, 7)

Mahdollisuudet nähtiin suurina myös osana vastuullisuusajattelua ja kestävän matkailun kehittämistä. Tuotekehitystä on syytä tehdä kestävyysasiat huomioiden, jolloin yrityksen omassa markkinoinnissa voi tehdä helposti pieniä asioita jotka peilaavat hyvin kestävyteen, esim. tuotemarkkinointi kannattaa tehdä imagollisesti linjassa Visit Finlandin ja alueellisen matkailuorganisaation kanssa (2, 3, 4, 7).

5.4.2 Millaisia tuotteita ja palveluita tarvitaan?

Tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä nähtiin yleisesti ottaen hyvin keskeisenä asiana verkostotoiminta ja yhteistyö, jolla saadaan aikaan enemmän ja houkuttelevampia tuotepaketteja. Palveluita voidaan paketoita vaikka teemoittain: toivottiin teemaretkiä ja kokonaisuuksia sekä valmiita suunniteltuja matkoja erilaisten luontoon liittyvien teemojen ympärille. Ohjelmapalveluiden yhteyteen voisi räätälöidä myös sopivia myyntituotteita: viemisiä kotiin. (2, 5, 6)

Palveluiden olisi syytä olla ”paketoituna niin että homma pysyy hanskassa ja kaikki toimii”. Yhteistyöverkostot nähtiin mahdollisuutena: ”kaikki tekee pikkuisen jotain ja myy toistensa tuotteita”.

Erityisen voimakkaasti nousivat esiin sellaiset tuotteet ja palvelut joissa matkailijat osallistuvat toimintaan ja tekevät itse jotain vaikkapa keräämistään luonnonyrteistä. Voidaan vaikka valmistaa ruokaa itse kerätyistä villivihanneksista ja yrteistä tai vastaavasti hyvinvointipuolella joidenkin kosmeettisten tuotteiden esim. saippuan valmistamista: mennään ensin luontoon keräämään jotakin ja sitten valmistetaan niistä tuotteita, joita myös itse käytetään palvelun seuraavassa osassa jne. Tuotepakettien kokoaminen kiinnostaviksi ja itse tekemisen elämyksiä tarjoaviksi kokonaisuuksiksi nähtiin tämän päivän keskeisenä asiana. Samalla voidaan jakaa tietoa luonnontuotteiden perinteisistä käyttötavoista. Toiminnallisuudella ja asiakkaiden osallistamisella saadaan heille aikaan enemmän elämyksiä (1, 2, 4, 5, 6) *”asiakkaat kyselee työpajajuttuja”, ”niin että itse tehdään jotakin”,*

Sen suhteen mielipiteet menivät vähän ristiin, voivatko luonnonyrtit ja erikoisluonnontuotteet olla matkailutuotteen pääasiana vai ennemmin vain lisämausteena. Yhteinen mielipide oli nähtävästi kuitenkin, että kun kiinnostus on nousussa, niin jatkossa yhä enemmän myös pääasiana kumpienkin osalta ja sekä ohjelma- että hyvinvointipuolella. Tällä hetkellä osa näki luonnontuotteiden voivan olla enemmän ykkössyynä ohjelmapalveluissa mutta lisämausteena hyvinvointipalveluissa, mutta toisaalta osa painotti mahdollisuuksia olevan erityisesti hyvinvointipuolella.

Hyvinvointipalveluissa nähtiinkin valtavasti mahdollisuuksia. Luonnonyrttien ja erikoisluonnontuotteiden hyödyntäminen näissä nähtiin useasti hyvin luontevana ja helpponakin: *”hyvinvointityyppisiin palveluihin saisi tungettua vaikka kuinka paljon tätä”, ”hoitopaikkakonsepti olisi hieno”, ”olisi tilaa varsinkin brändäämiselle”.*

Haastateltavat näkivät potentiaalisina tuotteina monenlaiset hoitopalvelut, joissa ovat perustana luonnonyrtit sekä ohjelmapalvelut joissa sauna ja yrtti- ja turvehoidot ovat mukana paketissa. Tässäkin voisi hyödyntää asiakkaiden itse keräämiä yrtejä ja myös niin, että hyvinvointipalveluiden yhteydessä tarjottavat ruoka- ja juomapuolen tarjottavat ovat lähituotantoa. (1, 4, 5, 6, 7)

Myös kotimaisten ja paikallisten yrttien käyttö kylpylöiden hoitopalveluissa nousi esiin, ja muistuteltiin ettei hyvinvointipalveluissa kannata lähteä massatuotantoon, joka pilaisi konseptia ja söisi kestävyyttä. (3, 4)

Tässä yhteydessä viitattiin myös kansainväliseen luonnonkosmetiikan buumiin, jossa olemme vähän jäljessä Suomessa, mutta mitä ilmeisemmin trendi on nouseva, ja jopa metsämikrobituotteisiin kosmetiikassa. Yrttien kosmetiikkakäytössä nähtiin paljon mahdollisuuksia, vaikka kosmetiikkalainsäädäntö tuo siihen omat haasteensa, miten mitäkin yrttiä saa käyttää ja kaupallisessa käytössä yrittäjän itse keräämistä yrteistä tehty kosmetiikkatuotekin pitäisi olla turvallisuusarvioitu. (1, 5, 6)

Tuotteista kaivattiin myös kokonaisvaltaisia, pehmeään arvomaailmaan sopivia tuotteita, korostettiin vastuullisuuden huomioimista ja toisaalta nähtiin suurena mahdollisuutena ja markkinoinnillisesti hyödynnettävissä olevana asiana luontomme puhtaus. (1, 2, 4, 7) *”kaikki voisi sertifioida luomualueeksi (omalla alueella)”*

Luonnonyrtytien ja erikoisluonnontuotteisiin liittyviä palveluita voitaisiin paketoita myös muilla teemoilla myytävien ohjelmanpalveluiden ympärille. Esimerkiksi Suomen metsät ja metsäisyys sinänsä nähtiin valttina, ja metsäteeman ympärille voisi koostaa kohdennettuja matkapaketteja esim. asiantuntijaryhmille – näissä luonnontuotteet osana pakettia. Myös liikuntamatkailun yhdistämistä luonnontuotteisiin pohdittiin, esim. pyöräilyn ympärille rakennettavat tuotepaketit. (3, 6)

5.4.3 Kohderyhmiä

Kotimaisista matkailijoista yleisin ajatus haastatteluissa oli se, että mahdollisuuksia kyllä on, mutta on tarjottava kohdennetusti ja melko pitkälle suunniteltuja ja ”jalostettuja” tuotteita jotta kiinnostusta ja maksuvalmiutta löytyy. Pelkkä perusluontoretki tai metsäkävely ei riitä, koska suomalaiset eivät ole tottuneet maksamaan metsään menemisestä, vaan retkessä on oltava joku spesiaalimpi juju tai sitten tuotteista muodostuva isompi palvelukokonaisuus on riittävän erityislaatuinen ja elämyksellinen houkutelakseen asiakasta. Luonnonyrteistä ja erikoisluonnontuotteista toki saadaan tällaisia tuotteita aikaan, mutta esim. ohjelmanpalveluissa oppaalla on oltava jotain erikoistietoja tai retkeen tai ohjelmaan pitää sisältyä jotain mitä ei itse osaa tehdä, tai johon ei ole valmiutta ostaa välineitä, jolloin asiakkaalla on mahdollisuus kokea jotain erityistä ja/tai oppia jotain uutta. (1, 2, 4, 5, 6)

Palveluun voisi sisältyä itse tekemistä: työpajatyypistä, pidempiä vaikka viikonlopun kurseja esim. yrteistä ja vaikka ruuan ja hyvinvointituotteiden valmistusta. Yritysten TYHY-päivät ja pikkujoulutkin nähtiin myös mahdollisuuksina tuoda alan erityispiirteitä laajemmalle asiakasryhmälle esiin, ja niitä onkin jonkin verran hyödynnetty. (1, 5, 6)

Vielä kotimaista matkailua enemmän potentiaalia nähtiin nimenomaan kansainvälisessä matkailussa, mutta hyödyntäen paikallisuutta ja omaleimaisuutta. Ulkomaisille matkailijoille kiinnostavana nähtiin erityisesti kaikki saunaan liittyvä ja kansanperinteen ja mytologian yhdistäminen siihen ja luonnontuotteisiin. Mutta myös ihan tavallinen metsäretki pienillä elämyksillä höystettynä voi ulkomaisille riittää, kun meille liian tavallisista ja pienistä asioista voidaan tehdä erikoisia ja suuria elämyksiä. (1, 2, 4, 5, 6)

Kovin moni haastateltava ei eritellyt potentiaalisia kohderyhmiä ulkomaisista matkailijoista kysyttäessä. Erikseen mainittiin erityisesti japanilaiset ja lisäksi Keski-Euroopan maat (Saksa, Ranska, Benelux-maat, Iso-Britannia) mutta myös USA (suomensukuiset). Japanissa on iso aitousbuumi ja Suomi sekä suomalaiset luonnontuotteet kiinnostavat.

Yleisesti ottaenkin aitous nähtiin tärkeänä kuten yksilöllisyys ja tarinallisuus sekä käytettävien tuotteiden alkuperästä kertominen. Myös täydentävistä hoitomuodoista kiinnostuneet maasta riippumatta nähtiin kohderyhmänä.

5.4.4 Haasteita ja huomioonotettavaa

Keskeisenä haasteena alan tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä nousivat haastatteluissa esiin lainsäädännölliset asiat, erityisesti uuselinparvikeasetus ja kosmetiikkalainsäädäntö sekä luomukeruualueisiin liittyvät säännökset. Toisaalta palveluiden laatu ja turvallisuus nousi esiin haastatteluissa keskeisenä huolenaiheena. (4, 5, 6)

Uuselinparvikeasetuksella avulla valvotaan luonnontuotteiden käyttöä elintarvikkeena ja toisaalta kyllä jotkut näkivät sinänsä hyvänä, että kontrollia on, mutta käytännössä tämä tuo huomattavia haasteita tuotekehitykseen. Myös ohjelma- ja hyvinvointipalveluyrittäjien olisi tunnettava nämä säännökset, jotta osaavat toimia oikein, ja kehittämishankkeissa järjestetään näistä lainsäädäntöasioista työpajoja. (2, 4, 5, 6, 7)

Hankaloittavana jotkut kokivat sen, että joitain kasveja voidaan kaupallisesti käyttää vain tiettyihin tarkoituksiin esim. ravintolisissä tai yrttiteenä, vaikka olisi iät ja ajat käytetty muutenkin ja monen mielestä pitäisi olla sallittujen listalla. Niiden, joista löytyy käyttöhistoriaa EU:n alueelta, pitäisi olla sallittuja myös Suomessa, mutta käyttöhistoriatietojen osoittaminen Suomesta on osoittautunut monesti vaikeaksi, historiaa on voinut löytyäkin mutta sitä ei ole katsottu riittäväksi. Lokakuussa 2022 Ruokaviraston ylläpitämään luetteloon saatujen uusien kasvien käyttöhistoriatiedot olivat peräisin Tanskasta. (4, 5, 6)

Kosmetiikkalainsäädäntö on toinen vastaavasti tuotekehityksessä ja käytännön toimissa huomioon otettava luonnonyrttien käyttöä rajoittava tekijä. Esimerkiksi nokkonen, jolla on pitkää käyttöhistoriaa elintarvikkeena on sallittu yrttiteenä mutta ei esim. hiushuuhteena ilman siitä tehdyn tuotteen turvallisuusarviointia. Tässä rajanveto on taas mielenkiintoista - ovatko asiakkaan ohjelmapalvelun yhteydessä itse tekemät tuotteet sallitumpia (omaan käyttöön) kuin yrittäjän tekemät (kaupallista toimintaa), ja jälkimmäiset vaatisivat turvallisuusarvion. (4, 5, 6)

5.4.5 Yhteistyön kehittämistarpeita ja -mahdollisuuksia

Yhtenä teemana haastatteluissa oli yhteistyö. Kysyttiin onko sitä, miten toimii ja mihin suuntaan: yrittäjien kesken, luonnontuote- ja matkailutoimijoiden välillä ja muiden tahojen kanssa – minkä tahojen kanssa ja minkälaista on nyt ja mitä pitäisi olla.

Keskeiseksi koettiin raaka-ainetuottajien ja ohjelma- ja hyvinvointipalveluyritysten välinen yhteistyö. Palveluyrittäjän ei yleensä kannata itse lähteä keräämään, jotta voi keskittyä palveluunsa, ellei sitten vie asiakkaita itse poimimaan ja tekemään itse niistä. Aina ei kuitenkaan ole ymmärretty, että voisi ostaa alihankintana. Arvoketju ei ole hyvin järjestäytynyt luonnonyrteissä ja erikoisluonnontuotteissa. Oman haasteensa tuo myös alan sesonkiluonteisuus – keruu juuri parhaaseen aikaan riittävässä määrin voi olla haaste, jos tuotteita ajatus käyttää ympäri vuoden. Tämä koskee varsinkin ravintoloille toimitettavia yrtejä mutta voi koskea myös muita tuotteita. (1, 2, 3, 4)

Luonnontuotealan ja matkailualan yhteistyö ei ole vielä sillä tasolla mitä voisi olla, mutta matkailu on ehkä heräämässä siihen, että yrteillä voisi saada jotain uniikkia aikaiseksi. Luonnontuoteala tarvitsisi matkailupuolelta apua tuotteistamiseen ja markkinointiin, näkemystä mikä menee kaupaksi. (1, 3, 4, 5, 6) ”*tarvitaan keskustelua miten pitäisi tehdä, millaisia tuotteita, miten konseptoitu, brändätty, paketoitu*”

Yrittäjien keskinäinen yhteistyö koettiin tärkeäksi: koko matkailupaketti pitäisi olla samalla toiminta-ajatuksella yritysten yhdessä rakentama, yhteensopivista tuotteista niin että sama teema kulkisi läpi ja uskottavasti kohderyhmä huomioiden. Matkailun julkisia tahoja kannattaa myös hyödyntää brändäyksessä ja linjata imagohyödyn saamiseksi tuotteet yhteensopiviksi alueen ja valtakunnan markkinointiin sekä vaikka lähteä mukaan Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -polulle ja hakea sertifikaattia. (1, 3, 4)

Metsäalan järjestöt mainittiin myös useammassa haastattelussa tärkeinä yhteistyökumppaneina. Haluttaessa volyyymiä luonnontuotteiden tuotantoon ja käyttöön tarvitaan maanomistajia: voisiko esimerkiksi hakkuiden yhteydessä korjata yrtejä ja puiden lehtiä ja oksia, vaiheessa kun ei enää vaikuta puun kasvuun. Metsien monikäyttö on syytä ymmärtää ylätasoina konseptina, jonka alla yhtenä osana on puuntuotanto ja muina osina marjat, sienet, metsästys, aineettomat hyödyt, elämispalvelut jne. (3, 4)

Hyvinvointipuolella koettiin yhteistyön tarpeita – esimerkiksi Green Care Finland - yhdistyksen suuntaan väläyteltiin yhteistyön tarvetta eli mielenkiintoa olisi matkailun puolelta mutta tästä haastateltavilla ei oikein ollut omaa kokemusta vaan oli jäänyt vähän etäiseksi. (1, 4)

Tarpeellista toki on yhteistyön sujuminen myös viranomaisten suuntaan – tässäkin kohtaa viitattiin uuselintarvikkeita koskevaan ja kosmetiikkalainsäädäntöön. Lainsäädännöllisesti mietittiin joidenkin asioiden ehkä olevien helpompia ulkomailla. (2, 3, 4, 5, 6)

Kansallispuistojen läheisyydessä toimivilla myös niitä hoitava Metsähallitus on tärkeä yhteistyökumppani. Muina yhteistyötahoina ehdotettiin marjayrityksiä, joilla pakastimet ovat tyhjänä keväällä ennen marjasesongin alkamista, voisiko yrteipuu käyttää niitä tällöin? Samoin erilaisten yhdistysten kanssa voi rakentaa yhteistyötä. (2, 6)

Kysyttäessä yhteistyön muodoista pohdittiin verkostoitumisen käytäntöjä. Ennen koronaa oli useampien haastateltavien mukaan ollut vireää yhteistyötä, eri alojen yrittäjiä koolla ja syntynyt toimivia kontakteja, joista ainakin osan ajateltiin ehkä menneen ohi. (1, 4, 5, 6)

Verkostointia ja ”törmäyttämisestä” katsottiin olevan paljonkin hyötyä: voi lähteä ihan niinkin yksinkertaisista asioista kuin kertoa yrittäjälle keneltä hän saa yrttejä tai yrittäjäille nimen, jolle myydä. Tämän törmäyttämisen toteuttajaksi tunnutaan usein tarvitsevan ulkopuolista vetäjää tai kehittäjää, kun pienillä yrityksillä resurssit ovat tiukassa eivätkä aina yksinkertaisesti tunne toisiaan, vaikka toimivat samalla alueella. (2, 3, 5, 7)

5.4.6 Kehittämishankkeiden haasteita ja hankeideoita

Kehittämishankkeista kysyttäessä nousi esiin jo edellisessä luvussa mainittuja yhteistyöhön liittyviä asioita ja erityisesti luonnontuotealan ja matkailun kehittäjien yhteistyö.

Haastatteluista nousi esiin myös muutamia konkreettisia ideoita kehittämisen kohteiksi tai kehittämishankkeiksi. Tässä kohtaa ei viitata numeroin yksittäisiin haastatteluihin.

Useammassa haastattelussa esitettiin, että luonnontuotteisiin pohjautuvan matkailun kehittämisessä pitäisi olla matkailuasiantuntija vetämässä hanketta, koska luonnontuotealan ihmisillä ei välttämättä ole näkemystä siitä, mitä matkailutuotteessa pitää olla.

Luonnontuotepuolelta olisi ”myytävä ideat tuotteista matkailuosajille”. Tuotekehitykseen tarvitaan vahvaa toki yhteistyötä luonnontuote- ja matkailupuolen kesken ja markkinoinnissa on syytä hyödyntää matkailun markkinointiorganisaatioiden asiantuntemusta. (4, 5, 6)

Myös hankemaailman lyhytjännitteisyydestä puhuttiin. Hankekuvioissa voi käydä niin, että kehitetään kovasti mutta kun ihmiset vaihtuvat tai hanke loppuu, verkostot eivät pysy kasassa ja yhteistoiminta hiipuu, jolloin hankkeessa saadut tulokset eivät jää elämään. Tämä tuntuu resurssien haaskaukselta. Pysyvää rahoitusta kehittämistyöhön ei ole monellakaan taholla ja jopa alan keskeisimmistä toimijoista osa tekee luonnontuotealaa muun toimen ohessa, kuten alan toimialapäällikkökin.

Lyhytjännitteisyyttä voisi korjata yhteistoiminnan vahvistamisella hankkeiden kesken. Tähän tuli ehdotus, että suuralueiden yhteyshenkilöt katsoisivat kehittämistilannetta esimerkiksi viiden vuoden jaksoissa ettei tehdä turhaa ja päällekkäistä työtä vaan koordinoitaisiin kehittämistä yhdessä. Suomen luontoyrittäjyysverkosto koordinoi minkä ehtii, mutta monesti senkään työtä ei tunneta eikä osata etsiä ja käyttää saatavilla olevaa tietoa jo tehdyistä ja meneillään olevista hankkeista – tietoa kyllä sinänsä on helppo saada, mutta onko sitä liikaa vai koordinointia kuitenkin liian vähän.

Luonnontuotealan koordinaatiota kaivattiin siis vielä vahvistettavaksi, niin että ei tehtäisi maakunnissa päällekkäisiä asioita tietämättä siitä, mitä toisaalla on jo tehty. Jotkut asiat ovat maakunnallisia, mutta vaikkapa kasvien arvoaineiden tutkiminen ei ole – *”jotkut asiat voi copy-paste joka maakuntaan”*.

→ *valtakunnallinen luonnontuotealan hankkeiden koordinointi?*

Luonnonryttien ja erikoisluonnontuotteiden käyttöhistorian selvittämistä koordinoitusti ehdotettiin myös. Mikäli yhdessä alan toimijoiden kesken olisi havaittu joku luonnontuote, joka pitäisi saada käyttöön, voitaisiinko sitä selvittää yhdessä ja vaikka hankemuodossa? Tai selvitettäisiinkö valtakunnallisesti käyttöhistorioita kootumminkin? Yksittäisellä yrittäjällä ei hirveästi rahkeet riitä lähteä raskaaseen prosessiin, mutta jos tätä tehtäisiinkin valtakunnan tasolla. Toinen haastateltava totesi kuitenkin, että on yritettykin kerätä historioita mutta näyttö ei ole riittänyt ja ehdotti että oikeastaan pitäisi käydä läpi eri EU-maiden listoja.

→ *käyttöhistorioiden selvittäminen kootusti hankkeena, EU-maiden listojen avulla?*

Eräässä haastattelussa nousi esiin myös kylpylöiden hoidoissa käytettävät yrtit, ovatko ja voisivatko olla kotimaisia/lähituotantoa? Saunapalveluiden yhteydessä onkin jo yleisempää paketoita mukaan paikallisista perinteistä ammentavia yrttihoitoja, mutta pitäisikö kokonaisvaltaisesti tutkia tätä asiaa myös kylpylöiden näkökulmasta.

Toisaalta toisessa haastattelussa nousi esiin, että hyvinvointipalveluissa ei kannata lähteä massatuotantoon, joka pilaa konseptia ja tuo kestävyysongelmia (esim. Viron kylpylöissä tällaista massatuotantoa). Tämäkin vahvistaa ideaa kotimaisista luonnontuotteista hoitotuotteissa, ovatko ne laajasti jo käytössä ja mitä yrtejä voisi käyttää minkälaiseen tarkoitukseen – tästä voisi tehdä uudemman selvityksen.

➔ *kotimaiset luonnonyrtit ulkomaisten yrttien korvaajina kylpylä- ja muissa hyvinvointihoidoissa?*

Edellä mainittujen toteutukseltaan valtakunnallisten hankkeiden lisäksi tuli pari tietyn tahon tai alueen ideaa, joissa on myös kytkentää luonnonyrtteihin ja erikoisluonnontuotteisiin.

Salpausselkä Geopark -alueeseen liittyen mietittiin matkailun kehittämistä luonnon erityispiirteiden ja luonnontuotteiden pohjalta. Geopark-alueiden ohjelmalvelutoiminnan kehittämisen pitää tapahtua kestävästi luonnon ehdoilla ja Salpausselällä tarvittaisiin kokemuksia mm. luonnontuotteiden käytöstä muilta Geopark-alueilta (Rokua, Lauhanvuori, Saimaa, vireillä oleva Lappajärvi) ja niiden selvittämiseen saatettaisiin kaivata apua – mitä he voivat hyödyntää omalla alueella?

➔ *Salpausselkä Geopark: ohjelmalveluiden kehittäminen ja kokemuksia muilta Geopark-alueilta*

Arktisten Aromien vientivalmiuksien kehittäminen ja matkailukytkentä - hankkeiden jatkoa pohdittiin myös, voisiko niissä tehtyä työtä päivittää ja jatkaa.

5.5 Kestävyys, vastuullisuus ja uudistavan matkailun mahdollisuudet

5.5.1 Kestävyyden ja vastuullisuuden toteutuminen

Luonnonyrteihin ja erikoisluonnontuotteisiin pohjautuvan matkailun kestävyttä tällä hetkellä arvioitiin haastatteluissa omana teemanaan ja lisäksi avattiin haastateltaville uudistavan matkailun käsitettä, mikäli se ei ollut tuttu, ja pyydettiin arvioimaan sen mahdollisuuksia.

Matkailun kehittämisessä kestävyden nähtiin lähteneen suorastaan lentoon viime vuosina: kestävyys on alettu nähdä lisäarvona ja sen tuottajana eikä kustannuksia tuovana tekijänä. Varsinkin ulkomaiset asiakkaat ovat myös alkaneet vaatia vastuullisuustekoja ja kestävyden osoittamista. Visit Finlandin alueorganisaatioilla nähtiin olevan jopa kilpajuoksu käynnissä mikä kohde ehtii seuraavana saavuttaa Sustainable Tourism Finland -kohteen statuksen. (1, 2, 4, 7)

Toisaalta parissa haastattelussa nähtiin kyllä ristiriita, joka matkailussa sisäisesti on. Yksi haastateltava pohti, että matkailu voi olla kestävä vain: 1) jos se korvaa jotain elinkeinoa, joka on vielä kestävämpi, tai 2) jos matkailijat jotenkin lisäävät kestävyttä kompensoinneilla tai vielä 3) jos eivät olisi juuri tällä matkalla he tekisivät jotakin vielä tuhoisampaa, joka pilaa maapalloa enemmän.

Pohdittiin myös matkailun aiheuttamien päästöjen kompensatioita, koska varsinkin pohjoisen matkailu on ollut paljon lentoliikenteen varassa, joka sinänsä on hyvin kestävämpi. Hiilipäästöjen kompensointi ei kuitenkaan kovin monelle avaudu kovin konkreettisesti, mutta tähän suuntaan ollaan menossa. Raideliikenteen kehittäminen nousi esille vaihtoehtona lentämiselle. Liikkumistavat itse ohjelmalveluissa myös vaikuttavat kestävyteen, ja useamman haastateltavan mielestä luonnontuotteista ammentavan yrityksen toiminnan olisi oltava linjassa kauttaaltaan, niin että kestävyttä ilmennetään kaikessa oppaiden pukeutumisesta lähtien. (1, 3, 4, 5) *”moottorikelkkatyypin ja hyvinvointi-/luontomatkailua vetävän tyypin pitäisikin näyttää erilaiselta”*

Arvioitiin myös, että voisi kuvitella luonnontuotteisiin liittyvän matkailun pariin tulevien asiakkaiden olevan kiinnostuneita kestävydestä, mutta näin ei aina ole. Monen pienen yrittäjän arvomaailma on kuitenkin kestävyteen liittyvää, mutta vastuullisuusviestintä puuttuu. Usein voisi hyvinkin vastuullisen mielikuvan antamiseksi toiminnasta riittää sen kertominen, mitä jo on tehty ja myös mitä ei vielä ole tehty ja mihin suuntaan pyritään. (1, 2, 4)

Kestävyden nähtiin luonnonyrteihin ja erikoisluonnontuotteisiin pohjautuvissa matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluissa tällä hetkellä Suomessa yleisesti ottaen toteutuvan varsin hyvin. (1, 4, 5, 6) *”ei mitään hätää tällä hetkellä, mutta eihän vaaranneta resurssia” ”on varmaankin kestäväällä pohjalla, tuotepuoli on varmasti”*

Ekologisen kestävyden osalta yleisesti arvioitiin toiminnan olevan pääosin kestävää.

Ohjelma- ja hyvinvointipalveluissa, joissa käytetään luonnontuotteita, täytyy kestävyden useimpien haastateltavien näkemyksen mukaan ollakin keskiössä ja tämä toimii nykyisellään varsin hyvin. Esiin nousi kuitenkin mm. huoli jokamiehenoikeuksien noudattamisesta – siinä on voinut tulla joitain ylilyöntejä. Toisaalta myös villiyrttien kanssa on syytä noudattaa varovaisuutta, jotta ei käytettäisi sellaisia, jotka voi sekoittaa uhanalaisiin lajeihin. (1, 3, 5, 6) *”keräämällä ei loppu”, ”varovaisuutta yli-innokkaiden villiyrttikokkien kanssa” ”ei riskialttiille hifistelytuotteille”*

Luonnonyrteiden käytössä huomiota toivottiin kiinnitettävän ihan yleisimpiin ja hyvin monipuolisesti käytettäviin ”perusyrteihin”, joiden kaupallinen keruu pystyttäisiin järjestämään ja saataisiin suuria määriä keruujärjestelmään ja jatkojalostukseen. Tämä on onnistunut sienilläkin pienessä ajassa.

Yhdessä haastattelussa ehdotettiin, että ekologisen kestävyden osalta voisi nostaa esiin sitä, että villinä kasvaessaan käytettävät luonnontuotteet kasvavat ilman tuotantopanoksia, joten siinä mielessä niiden käyttö on hyvinkin kestävä ja luonnonvaroja kuluttamatonta.

Villinä luonnossa kasvaminen olikin kuitenkin kaksipiippuinen juttu: joidenkin mielestä ulkomaisille (Keski-Eurooppa) ei välttämättä villiys näyttäydäkään lisäarvona, vaan voidaan epäröidä ovatko villit luonnonyrtit puhtaita ja turvallisia tai vaarannetaanko kasvikannat, kun kerätään luonnosta - onko otettu talteen kestävästi? Näitä asioita on ehkä hiukan avattava asiakkaille, jolloin toki saavutetaan parhaassa tapauksessa vahva positiivinen asiakaskokemus, mutta tähän on kiinnitettävä huomiota. (4, 5, 6)

Kulttuurisen ja sosiaalisen kestävyden näkökulmasta luonnonyrttien ja erikoisluonnontuotteiden käytön edistämiseksi nähtiin monessa haastattelussa hyvinkin suotuisia vaikutuksia. Esimerkiksi opetuksellinen ja valistuksellinen näkökulma tuotiin esiin: asiakkaat voivat oppia uutta kasvien tunnistamisesta, jokamiehen oikeuksista, käyttäytymistä luonnossa ja kestäviä keruutekniikoita. (1, 2, 6)

Luonnontuotteiden perinteisiä käyttötapoja ylläpitämällä ja elvyttämällä tuodaan perinteitä eläväksi ja omia kulttuurisia tapoja esille. Tällä voidaan nostaa oman kulttuurin ja myös oman luonnon arvostusta. Varsinkin ulkomaiset matkailijat ovat kiinnostuneita tuotteiden alkuperästä ja aitousasioista. (1, 2, 6, 7)

Yhdessä tekemisen, joka moniin matkailutuotteisiin liittyy ja on nousussa, nähtiin myös olevan sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävä kehitys edistävää. Yhdessä tekeminen voi olla se isoin juttu matkailutuotteessakin. Yhteisöllisyydellä ja eri sukupolvien vuorovaikutuksella voimme oppia pitämään huolta toisistamme ja samalla itsestämme. Esimerkiksi sauna niin kuin se meillä Suomessa ymmärretään on lähtökohtaisesti tasa-arvoinen, kehopositiivinen ja yhdenvertaisuutta tukeva. (1, 5, 6) *”vihdan kosketus on hyväksyvä, lämmin ja lempeä kaikille”*

Hyvinvointimatkailuun liittyvä ajattelutapa ja luonnon hyvinvointivaikutuksen hyödyntäminen nähtiin myös suotuisina sosiaalisen kestävyden kannalta. Samoin lähiruoan ja luomun korostaminen yleisesti kestävyteen yhteensopivana. (1, 2, 6)

5.5.2 Uudistavan matkailun mahdollisuudet ja edellytykset

Uudistava matkailu ei ollut vielä kaikille tuttu käsite, mutta useimmille kuitenkin jossain määrin. Tutkimusta tehdessä vahvistui käsitys, että tätä näkökulmaa kannattaa tutkia, koska se tuntuu olevan nyt voimakkaasti tulossa, ja luonnontuotteisiin liittyen ehkä erityisen hyvä ja tärkeä näkökulma, kun kyse on luonnon raaka-aineiden käytöstä, joiden elinvoimaisten kantojen säilyttäminen ja uudistuminen on hyvin tärkeää elinkeinon kannalta. Uudistava matkailu alkoi näyttäytyä yhä järkevämpänä lähtökohtana varsinkin tällaisen matkailun kehittämisessä.

Uudistavan matkailun nähtiin yleisesti olevan tulossa, seuraavana askeleena kestävän matkailun jo saatua jo hyvin jalansijaa. Tätä matkailuyritykset ja alueorganisaatiot eivät vielä ole ottaneet haastateltavien mukaan haltuun, mutta osa haastateltavista oli kuitenkin jo perehtynyt asiaan, toiset varsin innostuneita ja toiset ainakin kiinnostuneita. (1, 2, 4, 7)

Uudistavaan matkailuun liittyy se, että annetaan enemmän kuin otetaan – tehdään alueelle jotain hyvää, josta jää jälki. Mietittiin sitä, tarvitseeko sen olla selkeästi konkreettista, jotain hyväähän tulojen muodossa aina kaikesta matkailusta tulee mutta se ei vielä riittäne uudistavuuteen. Tarvitaan osallistumista paikalliseen elämään, auttamista tai ympäristönhoitoa tai vastaavia toimia, joilla on vaikutusta ja hyödytetään kohdealuetta mahdollisimman monipuolisesti. (2, 4, 7)

Esimerkkejä mahdollisuuksista kuitenkin löydettiin. Lammaspaimennuslomat ovat olleet valtavan suosittuja – voisiko jotain vastaavaa keksiä yrttialalle/yrttitarhoille? Entä soiden ennallistamista, muuta elinympäristöjen hoitamista? Tai sitten vapaaehtoislomina kuten Etelä-Euroopan viinitiloilla, farmille töihin kuten Islannissa unohtamatta toki erilaisia haittojen kompensointejakaan. (2, 4, 6)

Uudistavuutta nähtiin myös perinteiden elvyttämisessä, kun matkailuohjelmissa ja vaikka saunottamisessa hyödynnetään esim. luonnonyrttien perinteisiä käyttötapoja. Tällöin saadaan paikallista kulttuuria elvyttävä ja uudistava vaikutus. Uudistaminen ja uudistavuus ei tarkoita tässä siis perinteen muuttamista vaan sen vahvistamista, tuomista uudelleen eläväksi. Perinnetiedosta ammentaminen nähtiin paitsi kulttuurisesti kestäväenä myös uudistavaan matkailuun sopivana. (1, 7)

Vapaaehtoistyötä ympäristönhoidossa tai luonnonympäristöjen ennallistamisessa/hoidossa tai muuta paikallisyhteisöä auttavaa toimintaa sisältävät ohjelmat nähtiin helpostikin osana uudistavaa matkailua. Näillä toimilla kuten em. lammaspaimenlomia vastaavat saadaan vaikuttavuutta paikalliseen elämään ja voidaan antaa alueelle jotain takaisin – enemmän kuin otetaan ja jätetään parempana kuin se oli tullessamme. (1, 2, 4, 6, 7)

Myös muuten yhdessä tekemistä sisältävät, työpajatyypiset palvelut, joissa on opetuksellista näkökulmaa nähtiin myös uudistavina. Tällaisia elementtejä voidaan sisällyttää kokonaisvaltaisiin matkailupaketteihin toki helpommin kuin yksittäisiin tuotteisiin, tämä vaatii ajattelutavan muutosta. (1, 2, 4, 6, 7)

Haittojen kompensatioita mietittiin myös, mutta todettiin että se ei ehkä kuitenkaan riitä vaan pitäisi kompensoida yli oman vaikutuksensa jolloin käytännön tekeminen josta on hyötyä on vaikuttavampaa.

Yleisesti ottaen uudistavan matkailun nähtiin parhaimmillaan voivan hyödyttää aluetta monipuolisesti. Uudistava matkailu nähtiin kaiken kaikkiaan haastatteluissa mahdollisena tulevaisuuden kuvana ja luonnontuotteiden kohdalla sen hyödynnettävyys näyttäytyi myös konkreettisena.

6 Yhteenvetoa tuloksista ja kehittämisehdotuksia

Kiinnostus luonnonyrteiden ja erikoisluonnontuotteiden hyödyntämiseen matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluissa on tutkimuksen tulosten perusteella selvästi nousussa. Alan volyymi ei ole vielä suuri, mutta kasvumahdollisuuksia on, ja lisäarvon tuottamisessa matkailupalveluille on suuret mahdollisuudet.

Luonnontuotealan yrityksiä on Suomessa noin 770 kpl, joista noin 10% toimii päätoimisesti matkailualalla. Ohjelmopalveluita ja hyvinvointipalveluita päätoimisesti tuottavia yrityksiä on Suomessa muutamia kymmeniä, ja sivutoimisesti näitä palveluita tuottaa muun matkailu- tai muun toiminnan ohella huomattavasti suurempi määrä. Alueellisesti yrityksiä on jokseenkin kaikissa maakunnissa mutta eniten Pohjois- ja Itä-Suomessa.

Matkailuun liittyviä luonnontuotealan kehittämishankkeita on ollut vuosina 2015-2021 eniten Lapissa, Kainuussa ja Pohjois-Pohjanmaalla. Lapissa on kehitetty voimakkaimmin luonnonyrteihin ja erikoisluonnontuotteisiin pohjautuvaa matkailua. Levin alueelta löytyy luonnontuotteita hyödyntävää matkailuverkostoa ja Länsi-Lapissa viiden kunnan alueella toimiva Luonnontuotealan Kasvukoordinaattorihanke on verkostoinut luonnontuotealan yrittäjiä törmäyttämällä ja matkailukytkentä on alueella vahva.

Ulkomailla varsinkin Itävallassa on kehitetty luonnonyrteihin perustuvaa matkailua ja sitä markkinoidaan elämispainotteisesti ja tarinoiden voimalla, kohderyhmänä näyttävät olevan lähinnä saksankieliset maat. Suomen mahdollisuudet profiloitua edelläkävijäksi näyttävät tämän valossa suotuisilta.

Luonnonyrteiden ja erikoisluonnontuotteiden hyödyntämisessä matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluissa nähtiin olevan hyvin paljon potentiaalia ja sen olevan vielä kasvussa. Tuotteiden ja palveluiden on perustuttava omaleimaisuuteen ja vastuullisuuteen.

Kysyntää näyttää olevan erityisesti saunaan ja hyvinvointiin liittyville tuotteille ja palveluille sekä tuotepaketeille, joissa on mukana itse tekemistä: kerätään itse luonnosta, valmistetaan ruoka- tai kosmetiikkatuotetta työpajana ja vielä käytetäänkin ja lähituotetta oheispalveluna. Olennaista on verkostoyhteistyön avulla saatavat toimivat tuote- ja palvelukokonaisuudet.

Keskeisiä kehittämisen haasteita ovat elintarvike- ja kosmetiikkalainsäädäntö ja arvoketjujen järjestäytymättömyys. Yhteistyössä keskeiseksi koettiin raaka-ainetuottajien ja ohjelma- ja hyvinvointipalveluyritysten yhteistyö. Luonnontuoteala tarvitsee matkailun kehittäjien panosta erityisesti tuotteistamisessa ja markkinoinnissa. Hyvinvointi- ja metsäalat koettiin myös jatkossa tärkeinä yhteistyötahoina. Verkostoinnista ja ”törmäyttämisestä” nähtiin olevan hyötyä, mutta hankkeiden avulla luotujen verkostojen pitäminen koossa on ongelma.

Kehittämishankkeisiin kaivattiin pitkäjänteisyyttä ja valtakunnallista kehittämishankkeiden koordinoitua vielä vahvemmassa ja ehdotettiin hankeideoita mm. luonnonyrttien käyttöhistorioiden selvittämistä kootusti EU:n alueen listoista ja kotimaisten luonnonyrttien käytön selvittämistä ulkomaisten yrttien korvaajina kylpylöissä.

Luonnonyrtteihin ja erikoisluonnontuotteisiin perustuvan matkailun nähtiin olevan tällä hetkellä kestävä ja vastuullista, mutta on kiinnitettävä huomiota resurssien säilyttämiseen ja jokamiehen oikeuksien noudattamiseen.

Uudistavassa matkailussa nähtiin hyviä mahdollisuuksia. Luonnonyrttejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntävä matkailu voi olla uudistavaa, kun se ammentaa kulttuuriperinnöstä ja yhteisöllisyydestä niitä ja sisältää luonnonympäristöä ja paikallisyhteisöä hyödyttäviä elementtejä. Toisaalta uudistavuus on luonnontuotteisiin pohjautuvalle matkailulle erinomainen lähtökohta, koska sen raaka-aineenkin on uudistuttava jatkuvasti.

7 Pohdintaa

Tutkimuksessa tarkasteltiin luonnonyrttejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntävien matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluiden nykytilannetta Suomessa ja kehittämismahdollisuuksia. Alan toimijoiden teemahaastatteluilla etsittiin näkemyksiä kehittämisen tilanteesta ja mahdollisuuksista. Haastatteluiden lisäksi tehtiin taustatyötä ja kartoitusta palveluiden tilanteesta ja etsittiin kirjallisuudesta ja hankekokemuksista vastaavaa näkemystä.

Teoreettista taustaa luonnontuotteista ja matkailusta löytyi runsaasti mutta runsauden edessä rajanveto tuntui jossain vaiheessa ongelmalliselta. Tutkimuksen edetessä rajaukseksi muotoutui luonnonyrtit ja erikoisluonnontuotteet, joita on vähemmän tutkittu ja joiden kohdalla on enemmän kehitettävää jo tukkumarkkinoista lähtien kuin enemmän hyödynnetyissä marjoissa ja sienissä.

Toisaalta luonnonyrttien ja erikoisluonnontuotteiden käyttö ateriapalveluissa ja myyntituotteena rajattiin tutkimuksen keskiöstä, jotta aihe pysyy paremmin kasassa ja jälleen lisätutkimustarve nähtiin suurempana ohjelma- ja hyvinvointipalveluissa. Näiden rajausten järkevyyttä vahvistui työn edetessä, kun varsinkin hyvinvointipalvelut ja hyvinvointimatkailu näyttivät olevan erikoisen kovassa nosteessa. Toisekseen aineisto olisi paisunut kuin pullataikina, mitä se yritti tehdä tälläkin rajauksella.

Työn edetessä ja aika loppuvaiheessa vielä tehtiin menetelmien osalta painopisteen siirtoa haastatteluaineiston analyysin suuntaan. Taustatietoa oli kartoitettu hyvinkin paljon, mutta lukumääräisten analyysien sijaan siitä, kuinka paljon minkäkin tyyppisiä luonnonyrttejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntäviä matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluita tuottavia yrityksiä missäkin on, näytti tarpeellisemmalta keskittyä asiantuntijatahojen näkemysten valossa pohtimaan sitä, miltä tilanne tällä hetkellä kokonaisvaltaisesti näyttää.

Teemahaastatteluista saatiin melko samansuuntaisia näkemyksiä kehittämisen mahdollisuuksista, yhteistyön tarpeista ja uudistavan matkailun mahdollisuuksista sekä myös konkreettisia hankeideoita.

Aineiston keruumenetelmänä käytettiin siten pääasiallisesti teemahaastatteluita.

Haastattelutilanteet sujuivat hyvin ja osa haastateltavista oli selvästi ehtinyt tutustua haastattelurunkoon etukäteen, mutta sitä olisi voinut pelkistää otsikkomaisemmaksi, jotta tämä olisi ollut vielä helpompaa. Haastateltavia saatiin lopulta 7kpl, mikä määrää pidettiin riittävänä johtopäätösten vetämiseksi.

Haastateltavat olivat riittävän erilaisilta taustoilta, jotta täydensivät toisiaan näkemyksiltään ja aiheeseen löytyi monipuolista asiantuntemusta. Enemmän haastateltavia olisi toki voinut olla, mutta aiheen rajauksen ja resurssien käytön kannalta tämän katsottiin riittävän. Haastateltavien edustamia tahoja ei kerrottu tarkkaan raportissa, mikä toisi vielä lisää uskottavuutta, mutta tässä haluttiin toiveestakin hiukan suojata yksityisyyttä.

Hyviä esimerkkejä luonnonyrtejä ja erikoisluonnontuotteita hyödyntävistä ohjelma- ja hyvinvointipalveluyrityksistä ja kehittämishankkeista ja niiden tuloksista kotimaasta ja ulkomailta kartoitettiin myös, mutta tässä olisikin ehkä ollut ainakin kahden ellei kolmen eri tutkimuksen aihe – toinen olisi ollut tarkempi selvitys alan yritystoiminnasta alueittain ja hyvien esimerkkien ja oppien etsiminen sieltä, toinen se mitä tässä päädyttiin pääasiassa tekemään, kolmas ehkä hankkeiden tulosten kartoitus. Hankekatsausta toisaalta oli jo tehtykin, mutta konkreettisia tuloksia olisi ehkä hyvä kartoittaa.

Tarkempi yritysten ja palveluiden kartoitus valtakunnallisesti ja sen pohjalta palveluiden kokoaminen yhteen markkinointia varten olisi sekin tarpeellista. Ulkomaisia esimerkkejä ei löytynyt odotetusti mitä ehkä voidaan pitää jonkinlaisena tuloksena sitäkin, mutta tässäkin voisi olla tarkemman tutkimuksen tarvetta. Jatkotutkimustarpeita ja kehittämishankkeiden tarpeita löytyi muutenkin runsaasti ja niiden vieminen eteenpäin idea-asteelta jää kehiteltäväksi.

Lähteet

Aitoluonto. (n.d.-a) *Yhdistys* <https://www.aitoluonto.fi/yhdistys/>

Aitoluonto. (n.d.-b). *Matkailuala*. <https://www.aitoluonto.fi/toimialat/matkailuala/>

Aitoluonto (n.d.-c) *Yritykset* <https://www.aitoluonto.fi/yritykset/yritykset/>

Arktiset Aromit (n.d.-a) Ravinto- ja koristekäyttöön kerättävät erikoisluonnontuotteet
<https://www.arktisetaromit.fi/fi/erikoisluonnontuotteet/>

Arktiset Aromit (n.d.-b) *Turve* <https://www.arktisetaromit.fi/fi/erikoisluonnontuotteet/turve/>

Arktiset Aromit (n.d.-c) *Arktiset Aromit ry* <https://www.arktisetaromit.fi/fi/yhdistys/>

Arktiset Aromit (n.d.-d) *Luontomatkailuyritykset*
<https://www.arktisetaromit.fi/fi/luontomatkailuyritykset/>

Arktiset Aromit (n.d.-e) *Arktiset Aromit ry toteuttaa valtakunnallisia ja alueellisia hankkeita*
<https://www.arktisetaromit.fi/fi/hankkeet/>

Arktiset Aromit (2022a) *Tutkimukset 13.10.2022: Syötävien luonnonkasvien runsaus ja monimuotoisuus hoidetuissa boreaalisissa metsissä.*
<https://www.arktisetaromit.fi/sitenews/view/-/nid/579/ngid/9>

Arktiset Aromit (2022b) *Tiedotteet 19.10.2022: Lisää luonnonkasveja on hyväksytty elintarvikekäyttöön - myös juomateollisuuteen uusia mahdollisuuksia.*
<https://www.arktisetaromit.fi/sitenews/view/-/nid/580/ngid/1>

Austria Info 2022 (a) *Sehnsucht nach dem Erdigen: Die Welt der Kräuter.*
<https://www.austria.info/de/erholung/leben-in-der-natur/die-welt-der-kraeuter>

Austria Info 2022 (b) *Die Wildkräuter am Wegesrand.*
<https://www.austria.info/de/aktivitaeten/wellness/kraeuter-in-oesterreich>

Austria Info 2022 (c) *365 Tage Waldapotheke*
<https://www.austria.info/de/erholung/wald/365-tage-waldapotheke>

Business Finland (n.d.-a) *Vastuullisuus.* <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti>

Business Finland (n.d. -b) *Tutkimukset ja tilastot.*
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tutkimukset-ja-tilastot/tutkimukset-ja-tilastot-lyhyesti>

Business Finland (n.d.-c) *Hyvinvointimatkailu. Luonnon luksusta ja harmoniaa.*
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/hyvinvointimatkailu>

Business Finland 2022a. *Visit Finland kehittää matkailua koko Suomessa.*

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/visit-finland>

Business Finland 2022b. *Hyvinvointimatkailun tuotesuosituksset 2020.*

<https://www.businessfinland.fi/4a81f0/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/hyvinvointimatkailun-tuotesuosituksset-2020.pdf>

García-Rosell, J. 2017. *Vastuullinen matkailu.* Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.) *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*, s. 229-334. Lapin yliopistokustannus. Rovaniemi.

Global Wellness Institute 2022. *Wellness Tourism.* <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/what-is-wellness-tourism/>

Harju-Myllyaho, A., Satokangas, P. , Vieru.M, Vähäkuopus, M. , Lindström, V. ja Paavola, J-M. 2022. *Matkailualan työllisyys muuttuvassa toimintaympäristössä.* Toimialapalveluiden teemaraportti. Työ- ja elinkeinoministeriö. 134 s. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164064/TEM_2022_3_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jaakkola, S. 2022. *Vastuullisuus on saanut rinnalleen uudistavan termin, mutta mitä uudistava matkailu oikein tarkoittaa?*

<https://valpas.media/artikkelit/ymparisto-ja-ilmasto/vastuullisuus-on-saanut-rinnalleen-uudistavan-termin-mita-uudistava-matkailu-tarkoittaa/>

Jänkälä, S. 2016. *Matkailun Ohjelmapalvelut.* Toimialaraportti 4/2016. Työ- ja elinkeinoministeriö.

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79842/Matkailun_ohjelmapalvelut_2016.pdf

Järviluoma, J. 1994. *Matkailun työntö- ja vetovoimatekijät ja niiden heijastuminen matkailukohteen valintaan.* Julkaisussa: Aho, S. (toim.) *Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteina.* ss.31-48. Oulun Yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos. Oulu.

Kinnunen, J., Manninen, O. ja Peltola, R. 2014. *Luonnontuotteet hyvinvointi- ja kosmetiikka-alalla.* Helsingin Yliopisto, Ruralia-instituutti. Julkaisuja 130.

Konu, H. 2017. *Hyvinvointimatkailu.* Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.) *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*, s.76-81. Lapin yliopistokustannus. Rovaniemi.

Marski, L. (2021). *Matkailun suuntana kestävä ja turvallinen tulevaisuus.* TEM Toimialaraportit 2021:1. Työ- ja elinkeinoministeriö.

<https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/162841>

- Metsäkeskus (2022). *Tulevaisuuskatsaus: Luonnontuotteet*. Suomen Metsäkeskus.
<https://www.metsakeskus.fi/sites/default/files/document/tulevaisuuskatsaus-luonnontuotteet.pdf>
- Muotio, L. (2022). *Teemahaastattelu tutkimusmenetelmänä*. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu – XAMK. 19.1.2022.
<http://www.muotoilu.info/index.php/tutkiva-muotoilu/menetelmat/teemahaastattelu-tutkimusmenetelmana/>
- ProAgria (2021). ProAgria Etelä-Suomi ry/Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset. *Luonnonyrtit ohjelmapalveluissa*. Luonnonyrteistä lautaselle -hanke 2021.
https://www.proagria.fi/uploads/luonnonyrtit_ohjelmapalveluissa_2022-06-13-113332_ismz.pdf
- REDU konserni (2022). *Lappi Luxus. Palveluja ja tuotteita lappilaiseen hyvinvointimatkailuun*.
<https://www.redu.fi/fi/redu/hankkeet/lappiluxus>
- Ristioja, A. (2016). *Luonnontuoteala*. Toimialaraportti 2016:2. TEM:n ja ELY-keskusten julkaisu.
https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79835/5_2016_Luonnontuoteala.pdf
- Ruokavirasto (2019). *Suomalaisten luonnonvaraisten kasvien elintarvikekäyttö*.
<https://www.ruokavirasto.fi/elintarvikkeet/elintarvikeala/ainesosat-ja-sisalto/uuselintarvikkeet-ja-uudet-prosessit/suomalaisten-luonnonvaraisten-kasvien-elintarvikekaytto/>
- Ruokavirasto (2022). *Uuselintarvikkeet ja uudet prosessit*. Elintarvikkeiden ainesosien käytön turvallisuuden ja lainmukaisuuden varmistaminen - Ruokaviraston koulutus uuselintarvikkeista, lisäaineista, aromeista ja entsyymeistä 3.11.2022
https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/elintarvikkeet/elintarvikeala/ainesosat-ja-sisalto/uuselintarvikkeet/uuselintarvikkeet_03112022_final.pdf
- Ruokavirasto (n.d.) *Suomalaisten luonnonvaraisten kasvien elintarvikekäyttöhistoriatietoja*.
https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/yritykset/elintarvikeala/valmistus/yhteiset-koostumusvaatimukset/uuselintarvikkeet/luonnonvaraisten-kasvien-elintarvikekaytto_29092016.pdf
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka A. (2006). *Haastatteluaineiston analyysiin liittyvät sivut sivustolla: KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto* [verkkójulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietovarasto [ylläpitäjä ja tuottaja]. Saatavissa:
https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3.html [viitattu 12.11.2022].

- Saarinen, Jarkko. (2017). *Matkailun maantiede*. Teoksessa: Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.). Matkailututkimuksen avainkäsitteet, s.42-47. Lapin yliopistokustannus. Rovaniemi.
- Southerden, L. (2022). *How Regenerative Tourism Can Make You a Better Traveler*. World Nomads. <https://www.worldnomads.com/responsible-travel/make-a-difference/participation/how-regenerative-tourism-can-make-you-a-better-traveler>
- Sostenibilidad para todos (2021). *Turismo regenerativo: conocer el mundo de forma sostenible*. Sostenibilidad para todos/Sustainability for All. https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/turismo-regenerativo/?_adin=02021864894
- Tilastokeskus (n.d.) *Matkailu*. Tilastokeskus. Haettu 1.11.2022 osoitteesta <https://www.stat.fi/meta/kas/matkailu.html>
- Tuohino, A. (2017). *Maaseutumatkailu*. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.). Matkailututkimuksen avainkäsitteet, s. 82-87. Lapland University Press. Turenki. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-310-952-0>. Luettu: 15.1.2020.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi* (5. p.). Helsinki: Tammi.
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2019a). *Yhdessä enemmän –kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun*. Suomen matkailustrategia 2019-2028 ja toimenpiteet 2019-2023. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. 2019:60. Luettavissa: <https://tem.fi/suomen-matkailustrategia>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2021). *Toimialaraportti: Luonnontuotealan kasvua tukevat trendit ovat vahvistumassa*. Työ- ja elinkeinoministeriö. Tiedote 8.12.2021. <https://tem.fi/-/toimialaraportti-luonnontuotealan-kasvua-tukevat-trendit-ovat-vahvistumassa>
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2022a). *Toimialojen näkymät : Matkailuala*. Työ- ja elinkeinoministeriö 08.06.2022. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2022060844641>
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2022b). *Pk-toimialabarometri : Matkailu, syksy 2022*. Toimialaraportti, matkailu. Työ- ja elinkeinoministeriö 14.10.2022. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2022101361895>
- Wacklin, Sirkku (2021). *Tulevaisuuden luonnontuoteala*. TEM Toimialaraportit 2021:6. Työ- ja elinkeinoministeriö https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/163669/TEM_2021_6.pdf

Wacklin, Sirkku (2022). *Arvoketjuja vahvistamalla volyymia luonnontuotealalle*. TEM Toimialaraportit 2022:5. Työ- ja elinkeinoministeriö 9.11.2022.
<https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/164433>

Liite 1: Haastattelurunko

Miten näette tilanteen luonnonyrttien ja erikoisluonnontuotteiden hyödyntämisessä matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluissa? (oma alue, Suomi)

- ohjelman pääsisältönä
- lisäarvoa tuovana tekijänä

Nykytilanne ja mahdollisuudet?

- taloudellinen hyöty: onko mahdollisuuksia päätulona vai vain ”lisämausteena”?
- mitkä tuotteet ja palvelut potentiaalisia?
- esimerkkejä hyvistä tuotteista ja tuotekokonaisuuksista?

Ulkomaiset vertailukohteet

- tiedättekö hyviä esimerkkejä ulkomailta?
- kohteet joissa hyödynnetty luonnonyrttejä/erikoisluonnontuotteita matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluissa?
- minkälaisia tuotteita/tuotekokonaisuuksia?
- mitä voimme oppia/mitä voisi kehittää Suomessa/omalla alueella?

Luonnonyrtteihin perustuvia ohjelma- ja hyvinvointipalveluita tarjoavien yritysten yhteistyö ja verkostoituminen?

- onko yhteistyötä?
- kenen kanssa: keskinäinen yhteistyö, muiden matkailualan yritysten/hyvinvointialan/muiden yritysten?
- mitä mahdollisuuksia olisi?
- yhteistyön tarpeet, kehittäminen?

Kehittämishankkeet

- minkälaisia luonnontuotealan kehittämishankkeita on/on ollut alueellanne/muuten tiedossanne? (luonnonyrtit/erikoisluonnontuotteet/muut luonnontuotteet)
- onko näissä ollut mukana kytkentää matkailuun? ohjelma- ja hyvinvointipalveluita tarjoavia tai kehittäviä yrityksiä?
- miten kehittämishankkeissa on onnistuttu?
- konkreettisia tuloksia? matkailuun ja erityisesti ohjelma- ja hyvinvointipalveluihin liittyen?
- minkälaisia hankkeita tarvittaisiin jatkossa (mm uuden ohjelmakauden hyödyntäminen)?

Kestävyys ja vastuullisuus matkailussa

- miten näette luonnonyrtteihin perustuvien ohjelma- ja hyvinvointipalveluiden roolin osana kestävää/vastuullista/uudistavaa matkailua?
- onko hyödyntäminen kestävällä pohjalla/kestävyyden, vastuullisen, uudistavuuden edellytykset?
- taloudellinen hyöty? yritykselle, paikallistaloudelle, laajemmin?
- sosiaalinen ja kulttuurinen näkökulma? paikallisyhteisöt, perinteinen käyttö
- ekologinen kestävyys? kasviensiintymien uusiutuminen, matkailijoiden vaikutukset luontoon, jne

Kytkenät muille aloille (tämä ei esiinny suoraan tutkimuskysymyksissä mutta taustaksi ja kehittämiseen tietoa)

- minkä muiden alojen kanssa luonnonyrtteihin pohjautuva matkailu kytkeytyy?
- mitä pitäisi ottaa huomioon? mitä voisi hyödyntää?
- luonnonyrttien kauppa, vienti ulkomaille?
- muiden luonnontuotteiden hyödyntäminen?
- hyvinvointipalvelut/Green care?

Liite 2: Haastattelurunko II (haastateltavat 6- >)

HAMK/YAMK-opinnäytetyö, Biotalousliiketoiminnan kehittäminen

Tero Bister

Luonnonnyrttien ja erikoisluonnontuotteiden hyödyntäminen matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluissa – nykytilanne Suomessa ja kehittämismahdollisuuksia

Haastattelurunko

(haastattelun teemat, ja niiden alakysymyksiä muistilistaksi: sovelletaan haastateltavan toimialan ja -alueen mukaan)

Nykytilanne: luonnonnyrttien ja erikoisluonnontuotteiden hyödyntäminen matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluissa Suomessa

- oma alue, koko maa
- ohjelman pääsisältönä
- lisäarvoa tuovana tekijänä

Hyvät esimerkit/Suomi?

- mikä yritys/kohde/alue?
- millaisia palveluita?
- miten tuotteistettu/kehitetty?
- sovellettavuus: muut kohteet/alueet?

Tulevaisuuden mahdollisuudet?

- kehittämismahdollisuudet osana Suomen matkailua
- kotimaiset/ulkomaiset matkailijat?
- tarkemmat kohderyhmät?
- päätulona vai ”lisämausteena”?
- mitkä tuotteet ja palvelut potentiaalisia, millä alueilla?

Hyviä esimerkkejä ulkomailta?

- yrityksiä/tuotteita/kohteita/alueita?
- minkälaisia tuotteita/palveluita/tuotekokonaisuuksia?
- miten tuotteistettu/kehitetty?
- opittavaa Suomeen? sovellettavuus?

Yhteistyö ja verkostoituminen: nykytilanne, kehittämismahdollisuudet ja haasteet?

- luonnonnyrtteihin ja erikoisluonnontuotteisiin perustuvia ohjelma- ja hyvinvointipalveluita tarjoavat yrittäjät keskenään?
- muiden matkailuyritysten kanssa: majoitus- ja ravintolapalvelut, muut?
- luonnontuotealan toimijoiden kanssa: luonnontuotteiden kerääjät/myyntituotteita valmistavat/muut?
- hyvinvointialan yritykset ja muut toimijat?
- muut yritykset/yhdistykset/viranomaiset/....
- uusia mahdollisuuksia?
- yhteistyötarpeet, ongelmakohtat ja miten voisi kehittää?

Kehittämishankkeet

- millaisia hankkeita meneillään/ollut alueellanne/Suomessa? (joissa mukana luonnonyrtyt/erikoisluonnontuotteet)
- erityisesti matkailun ohjelma- ja hyvinvointipalveluihin liittyviä?
- miten kehittämishankkeissa on onnistuttu?
- konkreettisia tuloksia?
- kestävän/vastuullisen/uudistavan matkailun näkökulma hankkeissa?
- minkälaisia hankkeita tarvittaisiin jatkossa?

Kestävyys, vastuullisuus, uudistavuus matkailussa

- luonnonyrteihin ja erikoisluonnontuotteisiin perustuvien ohjelma- ja hyvinvointipalveluiden rooli osana kestävää/vastuullista/uudistavaa matkailua?
- nykytilanne: kestäväällä pohjalla?
- uudistavan matkailun näkökulma? positiivinen vaikutus kohteeseen/muu vaikuttavuus?
- taloudellinen hyöty? yritykselle, paikallistaloudelle, laajemmin?
- sosiaalinen ja kulttuurinen näkökulma? paikallisyhteisöt, perinteinen käyttö
- ekologinen kestävyys? kasviesiintymien uusiutuminen, matkailijoiden vaikutukset luontoon, jne