

SAVONIA

ammattikorkeakoulu

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

GLAMPINGTOIMINNAN SUUNNITTELU KEHITTÄVÄN MATKAILUN PERIAATTEILLA

TEKIJÄ Outi Kinnunen

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja ravitsemisalalan tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä(t) Outi Kinnunen	
Työn nimi Glampingtoiminnan suunnittelu kehittävän matkailun periaatteilla	
Päiväys 14.12.2023	Sivumäärä/Liitteet 56/2
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Joroisten kunta	
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön alkuidea lähti halusta tutkia kehittävää matkailua. Se yhdistettynä työn tilaajan eli Joroisten kunnan alueen tarpeelle lisämajoituskapasiteetin suunnitteluun loi edellytykset tehdä opinnäytetyö, joka hyödyttää molempia osapuolia tasapuolisesti. Nykypäivän standardeina voidaan pitää kestävän matkailun toimenpiteitä. Pienen paikkakunnan erottuvuusasteena on helppo nähdä edelläkävijän rooli kestävän matkailun suhteen ja askel kehittävän matkailun suuntaan toimii sellaisena. Kunnan kylämäinen yhteisö on omiaan yhdessä matkailijoiden kanssa tuottamaan kulttuurin jakamista, paikallisiin nähtävyyksiin sekä ympäröivän luonnon vaalimista. Opinnäytetyön tavoitteena on toimia ohjaavana ja aihetta esittävänä tietoperustana kunnalle sekä tulevalle glampingtoimijalle.</p> <p>Opinnäytetyö oli käytännönläheinen kehitystyö, johon oli yhdistetty tutkimuksellisuutta. Teoriaosuudessa perehdyttiin kestävään ja kehittävään matkailuun, glampingtoimintaan ja sen aloittamiseen. Kehittävään matkailuun olennaisesti liittyy paikallisten osallistaminen toimintaan ja heidän mielipiteidensä huomioiminen. Kehittävää otetta tukemaan päätettiin järjestää Elävä Maaseutu 2023 -messuilla kvantitatiivinen kyselytutkimus, jolla kartoitettiin vastaajien mielipiteitä liittyen glampingtoimintaan, mahdolliseen osallistumiseen talkootoimintaan sekä vaikuttamiseen matkailun saralla.</p> <p>Kyselyn tuloksien avulla saatiin selville paikallisten ajatuksia ja niiden avulla pystyttiin suunnittelemaan käytännön toimien suosituksia glampingalueen suhteen niin sijoituspaikan kuin ohjelmalveluiden myötä. Ehdotettuina jatkotoimenpiteinä suositellaan mahdollista jatkoa oppilaitosyhteistyölle rakennus- ja ympäristöpuolelle käytännön suunnittelutarpeiden täyttämiseen. Glampingia ja kehittävää matkailua hyödyttää läpinäkyvyys, tasa-arvoisuus ja yleinen tiedottaminen hankkeen suhteen. Opinnäytetyössä suunniteltiin liiketoiminnallinen kokonaisuus ottamatta kuitenkaan liikaa kantaa yksittäisiin tai tulevan toimijan valintoihin.</p>	
Avainsanat glamping, kehittävä matkailu, kestävä matkailu, matkailu, luontomatkailu	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services	
Degree Programme Degree Programme in Tourism and Hospitality Management	
Author(s) Outi Kinnunen	
Title of Thesis Planning a glamping project on principles of regenerative tourism	
Date 14.12.2023	Pages/Appendices 56/2
Client Organisation /Partners Municipality of Joroinen	
<p>Abstract</p> <p>The thesis was driven by the desire to explore regenerative tourism. That combined with the need of the client organization, the municipality of Joroinen, to plan additional accommodation capacity created prerequisites for the thesis to benefit both the client and the author of the thesis. The measures taken in sustainable tourism can be regarded as current standards. As a small community, Joroinen can be seen as an actor with a pioneering role in sustainable tourism and they have taken a step towards regenerative tourism. The village-like community of the municipality together with the tourists can advance the sharing of cultures and nurturing of the local attractions and the surrounding nature. The aim of the thesis was to be a guiding tool for future glamping operators.</p> <p>The thesis is a practical development work that combines elements of research. The theory section focuses on sustainable and regenerative tourism, glamping and planning on starting glamping operations. Regenerative tourism comprises involvement of locals and taking their opinions into account. To support the regenerative approach, it was decided to do a quantitative survey at the trade fair Elävä Maaseutu 2023 to gather respondents' opinions on glamping, possible participation in voluntary activities, and opportunities and willingness to influence a local tourism scene.</p> <p>The research collected the thoughts of locals, based on which it was possible to plan recommendations for actions regarding the glamping area from the viewpoint of the location and the program services. The proposed follow-up measures recommend a continuation of co-operation with educational institutions regarding construction and environmental issues. Glamping and regenerative tourism benefit from transparency, equality and sharing information on projects. The thesis was designed as a business entity without considering in detail the choices of individuals or a future business operator.</p>	
<p>Keywords glamping, regenerative tourism, sustainable tourism, tourism, travel, nature tourism</p>	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
1.1	Työn tilaaja Joroisten kunta	7
2	KESKEISIMMÄT KÄSITTEET	9
2.1	Kestävä matkailu	9
2.2	Kehittävä matkailu	11
2.2.1	Esimerkkejä kehittävän matkailun kohteista	13
2.3	Glamping ilmiönä	14
2.3.1	Määritelmä	14
2.3.2	Kehitys nykymuotoon.....	14
2.3.3	Erlaisia glamping muotoja Suomessa.....	15
3	GLAMPING MATKAILUTOIMINNAN SUUNNITTELU.....	20
3.1	Liiketoiminnan suunnittelu	20
3.2	Markkina-analyysi	21
3.2.1	Asiakassegmentointi	21
3.2.2	Sosiaalitetut lomat mahdollisena yhteistyön muotona.....	24
3.2.3	Kilpailijat	24
3.3	Rakennusratkaisut	25
3.3.1	LEED-sertifiointi	25
3.3.2	Joutsenmerkki	25
3.4	Saavutettavuuden eri näkökulmat	26
3.5	Sidosryhmätoiminta	27
3.6	Business model canvas.....	27
3.7	Hyödyllisiä sertifikaatteja suunnittelun ja markkinoinnin avuksi	28
3.7.1	Sustainable Travel Finland.....	28
3.7.2	Muita esimerkkejä sertifikaateista	31
4	PAIKALLISTEN OSALLISTAMINEN KYSELYN AVULLA	34
4.1	Määrällinen tutkimus	34
4.2	Hyvän tutkimuksen vaatimukset.....	34
4.3	Messuilla toteutettu kysely.....	35
4.4	Tulosten läpikäynti	35
5	GLAMPINGTOIMINNAN SUUNNITTELU JOROISISSA.....	38

5.1	Tuki kunnalta ja toimijan löytäminen	38
5.2	Sustainable Travel Finland -sertifikaatin ohjaamalle tielle.....	38
5.3	Glampingaluetta tukeva toiminta.....	39
5.4	Saavutettavuuden kautta toimintaan	40
5.5	Jatkotoimenpiteet	41
6	POHDINTA	42
6.1	Tekoälyn käyttö opinnäytetyössä	42
6.2	Luotettavuus ja eettisyys.....	42
6.3	Itsearviointi	42
	LÄHTEET	44
	LIITE 1: ELÄVÄ MAASEUTU 2023 -MESSUILLA JÄRJESTETYN KYSELYN MATERIAALEISTA	49
	LIITE 2: KYSELY ELÄVÄ MAASEUTU 2023 -MESSUILLA.....	50

KUVALUETTELO

KUVA 1.	Kestävyydonitsi mukailtu Kate Raworthin Doughnut Economics. (Kestavakehitys.fi julkaisuaika tuntematon)	10
KUVA 2.	Kehittävän matkailun pyörre	12
KUVA 3.	Glampingmajoitus Haltia Lake Lodgessa Nuuksiossa (Haltia Lake Lodge julkaisuaika tuntematonb).16	
KUVA 4.	MajaLuxin domettelta sisältä (MajaLux julkaisuaika tuntematonb).	17
KUVA 5.	Kuvaleike AuroraHutin Instagram-sivulta. AuroraHut Kylpylähotelli Kunnonpaikassa Siilinjärvellä. (AuroraHut Instagram 2023.)	18
KUVA 6.	Lasi-igluja Kakslauttanen Arctic Resortissa. (Kakslauttanen Arctic Resort julkaisuaika tuntematon.)19	
KUVA 7.	Visit Finlandin segmentit (Visit Finland 2023a.)	22
KUVA 8.	Business Model Canvas -mallinnos glampingtoiminnasta Joroisissa	28

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössä kehitetään Joroisten kuntaan glampingtoimintaa kehittävän matkailun periaatteilla. Joroisten kunta on työntilaaaja. Työssä kuvataan mitä on glamping, kehittävän matkailun periaatteita ja mistä lähteä liikenteeseen toimintaa aloittaessa. Opinnäytetyön tarkoitus on luoda tietoperusta glampingtoiminnan aloittamiseen Joroisissa. Työssä esitellään markkina-analyysin kautta muun muassa saavutettavuutta ja asiakassegmenttejä. Työhön sisällytettiin tietoa sertifi kaateista, jotka luovat asiakkaille informatiivista pohjaa käytännön toteutuksesta ja palveluista. Opinnäytetyön perusidea on tullut yhteistyönä Joroinen - vihreän teknologian ja kestävän matkailun edelläkävijä -hankkeen projektikoordinaattorilta Anna Kaasiselta ja opiskelijalta huhtikuun 2023 lopulla.

Opinnäytetyön tekemistä puolsivat Joroisten kunnan majoituspaikkojen vähyy s eli konkreettinen tarve majoituskapasiteetin lisäämiselle kenties matalammalla kynnyksellä. Aiheiden ajankohtaisuus havaittiin jo suunnitteluvaiheessa eri lähteiden toimesta.

OECD eli Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestö on listannut vuonna 2018 neljä matkailun megatrendiä, jotka tulevat muokkaamaan matkailukenttää vuoteen 2040. Väestön ikääntyminen vaikuttaa siihen, kuinka halutaan matkailla ja mitä matkoilta odotetaan. 1980-luvun jälkeen syntyneillä on eri kriteeristöt matkustamiselle kuin aiemmilla sukupolvilla. Uudemmat sukupolvet ovat kiinni teknologioissa ja niitä toivotaan hyödynnettävän myös matkailussa. Ne voivat liittyä nopeisiin yhdellä klikkauksella tehtäviin varauksiin, saavutettavuuteen internetin välityksellä tai matkailukirjanpidon tiedon saamiseen digitaalisesti, jonka perusteella voidaan kehittää uusia toimintoja liike-elämälle. Kestävän matkailun suosio tulee kasvamaan huomioiden erilaisia näkökulmia. (Matkailuun vaikuttavat megatrendit 2018.)

Sitra ennustaa vuonna 2023 tulevien megatrendien painottuvan viiden asian ympärille. Luonnon kantokyvyn oletetaan murenevan, yleisen hyvinvoinnin heikkenevän, demokratian kamppailun kove nevan, kilpailu digivallasta lisääntyvän ja talouden perustan rakoilevan. (Megatrendit 2023.)

Sekä OECD:n että Sitran megatrendeissä tuodaan julki asioita, joita otetaan huomioon kehittävän matkailun periaatteissa. Varsinkin Sitran negatiivissävytteinen kerronta luo minimilähtökohdat nykyaikaiselle liiketoiminnalle. Ottamalla näitä huomioon ja parantamalla kokonaisvaltaisesti toimintaa positiivissävytteiseksi pystytään toimimaan esimerkkeinä ja jopa terveen kilpailun mittatikkuna muille toimijoille. Jo nämä megatrendit luovat hienot edellytykset opinnäytetyön inspiraationa olevalle glampingmajoitukselle, joka kunnioittaa ja edesauttaa kestävää ja kehittävää toimintamallia.

Uusimpana julkaisuna Sitran toimesta tullut Kohti uusintavaa taloutta, osoittaa kiinnostuksen uusintavan mallin soveltamisen eri toimialoilla. Tämä raportti pyrkii tuomaan käsitettä uusintava tutumaksi ja tiivistää sen sanomaa siihen, miten toimitaan yhteistyössä luonnon ja muiden ihmisten kanssa. (Hellström 2023.)

Pohjois-Savo Lakeland 2-hanke keräsi 1.4.2021-31.12.2022 välisenä aikana kyselytietoa maakuntaan kohdistuvasta matkailusta. Kyselyyn osallistujat olivat Pohjois-Savoon maakunnan ulkopuolelta tulevat matkailijat. 60,7 prosenttia matkailijoista tulivat yön yli kestäville matkoille ja heidän viipymät

olivat useimmiten yhden vuorokauden ja viikon välillä. Matkoille tultiin eniten suuremmista kaupungeista ja luonnollisesti pääkaupunkiseudulta. Useimmiten matkailtiin perheen tai puolison kanssa. Majoitusmuotoina kärkeä pitivät vuokramökkit 33,7 prosentin osuudella ja leirintäalueet olivat neljäntenä yhdeksän prosentin osuudella, kun mukaan ei oteta yksityismajoitusta tai omaa mökkiä. Näiden tilastojen valossa glampingiin osuva kiinnostus maakunnan matkailusta on hyvinkin relevanttia. (Pohjois-Savo Lakeland 2 -hanke 2023.)

Matkailulla ja sen kehittämisellä on suuri potentiaali paikalliseen hyvinvointiin niin taloudellisten, ekologisten kuin sosiaalisten vaikutusten myötä. Matkailu tuottaa kerrannaisvaikutuksia muille elinkeinoille kuten rakennus- ja elintarviketeollisuudelle. Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan jokainen matkailueuro tuottaa noin 56 senttiä lisäarvoa muille toimialoille. Matkailuala on yksi suurimmista kasvu-aloista ja sen kasvu on koko maailmassa noin viiden prosentin vuosivauhtia. Matkailun kasvun myötä voidaan kasvattaa myös muita lisäarvopalveluita kuten liikunta- ja hyvinvointipalveluita. Matkailuala on myös merkittävä työllistäjä. Siihen liittyvät toiminnot ovat usein liitoksissa tiettyyn paikkaan, jolloin sen työllisyyttä parantavat näkymät ja paikallisesti tehtävät kehitystyöt ovat myös paikkasidonnaisia. Matkailu luo monipuolisempia ja parempia palveluita niin paikallisille kuin turisteille sekä parantaa yhteiskunnan perusrakenteita, joiden myötä myös muut elinkeinot saavat parempia perusedellytyksiä toimintaansa. Kulttuurillisen ympäristön ja perinnön ympärille luotu matkailu on omiaan vahvistamaan paikallisten tapoja ja alueen omaa kulttuuria. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019.)

1.1 Työn tilaaja Joroisten kunta

Joroinen on Pohjois-Savon eteläpäässä sijaitseva kunta. Se on perustettu 1651 ja kuului ennen Etelä-Savon maakuntaan, kunnes siirtyi osaksi Pohjois-Savoa 2021 vuoden alusta. Joroinen koostuu useammasta kylästä ja perinteisestä maalaismaisemasta peltoineen. Peltomaiseman rikkoo suuri harjuketju, jonne on sijoittuneena kolme pohjavesialuetta. Näistä Kotkatharju on tunnetuin ja sinne on rakennettu kunnan ulkoilualue, jonka kehitys jatkuu edelleen. Joroisten läpi kulkee valtatie 5, joka tuo ohikulkevaa liikennettä ja liittyy olennaisesti fyysiseen saavutettavuuteen. (Joroisten kunta julkaisuaika tuntematon.)

Joroisissa toimii aktiivinen paikallisyhteisö, joka järjestää tapahtumia iltatoreista maaseutumessuihin ja kesäteattereista musiikki- ja urheilutapahtumiin. Matkailuun liittyvä tietoutta jaetaan eri foorumeissa, joista Visit Joroinen ry:n ylläpitämä verkkosivusto toimii kattavimpana ja kokoaa laajasti kokonaisuuden alleen. Majoitustoimintaa on kunnan alueella enemmän määriin mökkimajoituksena ja maatilamajoituksen saralla. Kunnassa toimii kaksi hotellia Hotelli Ravintola Joronjärvi sekä Pihlas Resort, joista jäljempi luetaan luksusta tarjoavaksi ekoresortiksi. Alueella majoitutaan yksityisvilloissa ja palveluita löytyy hemmotteluista urheiluun sekä ravintolaan. Joroisten alueella toimii useampi ravintola sekä kahvila-leipomoita. Kunnassa löytyy nähtävää ja koettavaa moneen makuun. Historiallisia kartanoita, joihin järjestetään erilaisia tutustumiskierroksia. Lisää arkkitehtuurista ja kulttuurista nähtävää tarjoilevat kirkot, joista esimerkiksi Pyhän Georgios Voittajan kirkko luo katsauksen Karjalan ja pohjoisen Venäjän rakennuskulttuuriin. Kirkko on suosittu kohde pyhiinvaeltajien ja matkailijoiden keskuudessa. Siellä pääsee kesäisin nauttimaan kirkon kahvilasta ja muista antimista. (Visit Joroinen ry. julkaisuaika tuntematon a.) Joroisissa järjestetään tapahtumia, joista erityyppisinä esimerkkeinä

toimii FinnTriathlon ja Joroisten Musiikkipäivät kesäisin. Ensimmäinen on kansallinen triathlonkilpailu ja jälkimmäinen neljän kunnan alueella järjestettävät konsertteihin keskittyneet kulttuuripäivät.

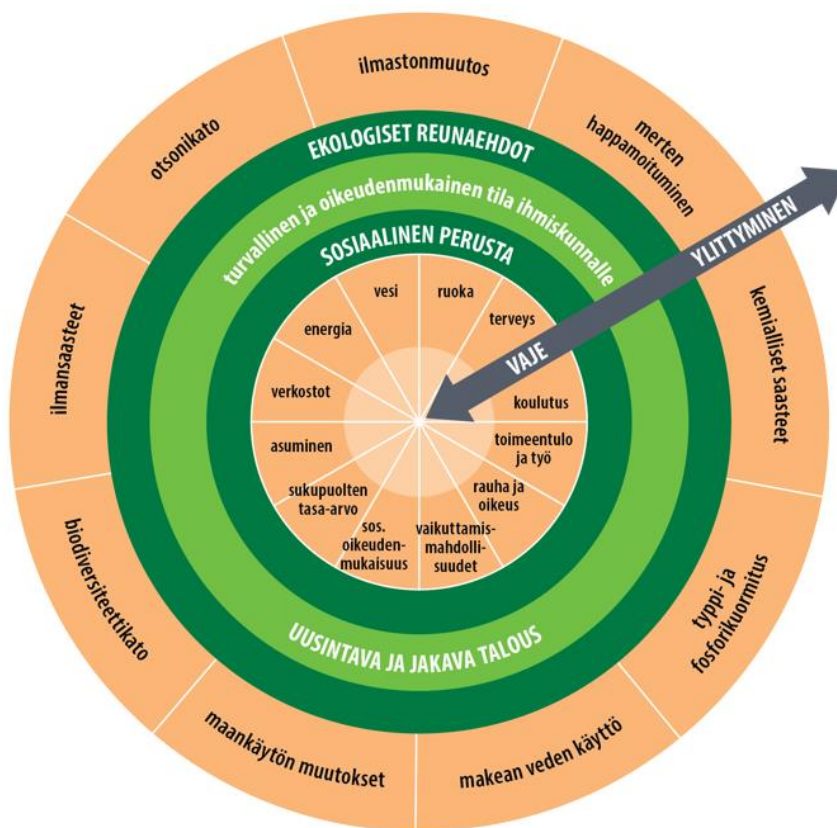
Visit Joroinen on rekisteröity yhdistys, joka kehittää Joroisten matkailutoimintaa. Sen tarkoitus on toimia paikallisten yritysten kesken ja yhteistyöelimenä kansallisten ja kansainvälisten toimijoiden kanssa. Keskeisinä tavoitteina on lisätä Joroisten tunnettuutta ja vetovoimaisuutta matkailijoiden ja toimijoiden keskuudessa sekä parantaa Joroisten seudun yritysten, yhdistysten ja asukkaisen eduksi toimivien yhteistyöverkostoiden kehitys, kunnan matkailutuotetarjonnan lisääminen ja yrityksiä tiedotaidon kehittäminen. Matkailutuotteiden kehitys ja markkinointi hoidetaan erilaisten hankkeiden kautta. (Visit Joroinen ry. julkaisuaika tuntematon b.)

2 KESKEISIMMÄT KÄSITTEET

2.1 Kestävä matkailu

Jotta voidaan ymmärtää ero kestävän ja kehittävän matkailun välillä, tulee ymmärtää mitä on kestävä kehitys. Kestävän kehityksen termi koostuu neljästä eri ulottuvuudesta: ekologisesta, taloudellisesta, sosiaalisesta ja kulttuurisesta. Kestävän kehityksen tarkoituksena on turvata hyvät elämän edellytykset nykyisille ja tuleville sukupolville. Luonnon kantokyvyn ja moninaisuuden ylläpitämisessä tulee huomioida jokainen ulottuvuus keskenään yhdenvertaisina sekä balanssissa toisiinsa nähden. Kestävä kehitys tulee nähdä globaalisti, alueellisesti ja paikallisesti. (Opetushallitus 2023.)

Kestävää kehitystä kuvataan Kate Raworthin kehittämässä mallinnuksessa (ks. kuva 1.) eli kestävyysdonitsissa, jonka sisin kuvaa ihmisten kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin vaikuttavia yhteiskunnallisia tekijöitä kuten vesi, terveys, toimeentulo ja työ. Keskellä olevat vihreät alueet kuvaavat aluetta missä ihmiskunta voi parhaiten. Siinä on otettava huomioon sosiaaliset ja yhteiskunnalliset elementit rajattuina ekologisilla reunaehdoilla. Ulkoreunalla on kuvattuna maapallon kantokyvyssä korostuvia asioita kuten ilmastonmuutos, makeanvedenkäyttö ja luonnon moninaisuuden häviäminen. Ihmisen käyttäytyminen on vaikuttanut monella tavalla planeettamme kantokykyyn ja näin ollen vaikuttaa myös ihmiskunnan hyvinvointiin. Nykyisillä teoilla ratkotaan tulevaisuuden ongelmia, jotka ovat suoraan seurauksia eletystä elämästä. Talouselämä toimii erilaisten asioiden edesauttajana, se luo edellytyksiä palveluille ja yhteiskunnan toimimiselle. Jotta sosiaalinen perusta voi olla stabiili, tarvitaan taloudellisia edellytyksiä sen toiminnalle. Toisaalta talouselämän luodessa mahdollisuuksia, se luo ympäristökuormaa ja kestävän kehityksen tavoitteena on nimenomaan tuon kuorman minimointi ja ihmisten ohjaus kohti järkevämpiä ja ympäristöä säästävämpiä tuotantotapojen ja kulutustottumusten piiriin. Donitsissa on kuvattuna lukuisia eri asioita ja niiden suhteita toisiinsa kuten kestävyys ulottuvuuksien lähtökohdat toistensa rinnalla. (Valtioneuvoston kanslia julkaisuaika tuntematon.)



KUVA 1. Kestävyydonitsi mukailtu Kate Raworthin Doughnut Economics. (Kestavakehitys.fi julkaisu-aika tuntematon)

Kuvassa nähtävissä olevissa suhteista voidaan käyttää nimitystä keskinäisriippuvaisuus. Talous, ekologia ja sosiaalinen perusta ovat keskenään kytköksissä ja siten muuttuvia elementtejä toisiinsa peilautuen. Suurin kysymys onkin, kuinka kehittää osa-alueita tasa-arvoisesti ja saavuttaa balanssi ilman jonkun osan kärsimistä toisen menestyksestä.

Yhdistyneiden kansakuntien yleiskokouksessa vuonna 2015 on julkistettu 17 tavoitetta ja 169 alataavoitetta, jotka koostuvat kestävä kehityksen ala-alueista; taloudellisesta, ympäristöllisestä ja sosiaalisesta. Tämän tavoitteisto ja lupaus kulkee nimellä Agenda 2030. Jokainen YK:n maa ja sen hallitus asettaa kullekin maalle sopivat ja realistiset tavoitteet, jotka toimivat ohjeistuksena tulevaisuudelle. (Yhdistyneet kansakunnat 2015.) Agenda2030 tavoitteet huomioivat keskinäisriippuvuutta kestävä kehityksen osa-alueiden kesken.

Visit Finland on Suomen matkailua edistävä toimielin. Se keskittyy pääasiassa kansainvälisen matkailun kehittämiseen ja se kokoaa sivustolleen alati laajenevan kokoelman ohjeistuksia, raportteja ja dataa matkailuun liittyen. Se järjestää workshoppeja, antaa aluekohtaista apua ja edistää Suomikuvaa maailmalla sekä maansisäisesti. Vaikka Visit Finland koetaan Suomea vievänä elimenä, se tuottaa erinomaista materiaalia matkailutoiminnan ylläpitoon ja kehittämiseen myös kotimaan asiakkaita ajatellen. Globalisoituminen koskee koko maapallon asukkaita ja moderni ihminen niin kotimaassa kuin kansainvälisellä tasolla haluaa usein samoja asioita matkakohteiltaan, kenties eksotiikan käsitteen muutoksen erolla. (Visit Finland 2023c.)

Visit Finland on sitoutunut YK:n Agenda2030 periaatteisiin ja on päivittänyt kestävä kehityksen periaatteitaan vuonna 2019 sidosryhmiensä kanssa. Se sitoutuu tekemään reilua yhteistyötä yhdessä

muiden alueiden ja alansa toimijoiden kanssa. Yhdessä tekemisessä on voimaa luoda parhaat lähtökohdat alueille asuttaa ja vieraila nyt ja tulevaisuudessa. Visit Finland toimijoinen sitoutuu huolehtimaan luonnosta ja pyrkii edesauttamaan luonnon kantokyvyn säilymisessä. Se kunnioittaa kulttuuriperintöä, edesauttaa sen säilymistä, elpymistä ja vahvistamista. Se sitoutuu edistämään hyvinvointia, ihmisoikeuksia ja tasa-arvoa. He lupautuvat suosimaan paikallisuutta, panostamaan turvallisuuteen ja laatuun, olemaan avoin viestinnässään ja kehittämään yrityskulttuuriaan. He huomioivat ilmastovaikutukset ja sitoutuvat kestävän matkailun periaatteisiin. Kaikki tämä sitoutuneisuus ja lupauksen lunastus toimii esimerkkinä suomalaisille ja kansainvälisille yritys- ja aluematkailutoimijoille. Visit Finland on kehittänyt oman kestävän matkailun sertifikaatin eli Sustainable Travel Finland -sertifioinnin. Siihen tutustutaan tässä opinnäytetyössä myöhemmin kohdassa 3.6.1. (Visit Finland julkaisuaika tuntematon.)

2.2 Kehittävä matkailu

Kestävän matkailun huomioiminen on Suomessa suhteellisen yleistä. Yhteiskunta toimii kestävästä näkökulmasta ja tuottaa erinomaiset puitteet luoda kestäviä ratkaisuja elinkeinoille. Jos kestävä matkailu lähtee siitä, että otetaan huomioon taloudellinen, ekologinen ja sosiaalinen näkökulma niin ettei matkailu tuottaisi negatiivisia vaikutuksia osa-alueille, kehittävä matkailun taustalla on hieman toisenlainen mallinnus.

Kehittävä matkailu tai uudistava matkailu tai turismi tulee englanninkielisestä termistä regenerative travel tai tourism. Cambridgen tietosanakirja määrittelee sanan regenerative tarkoittavan kasvamista tai jonkin paikan tai asian kunnon parantamista, erityisesti sen tekemistä aktiivisemmaksi ja menestyneemmäksi jopa kukoistavaksi tai henkilön tekemistä iloisemmaksi ja onnellisemmaksi. (Cambridge Dictionary 2023.)

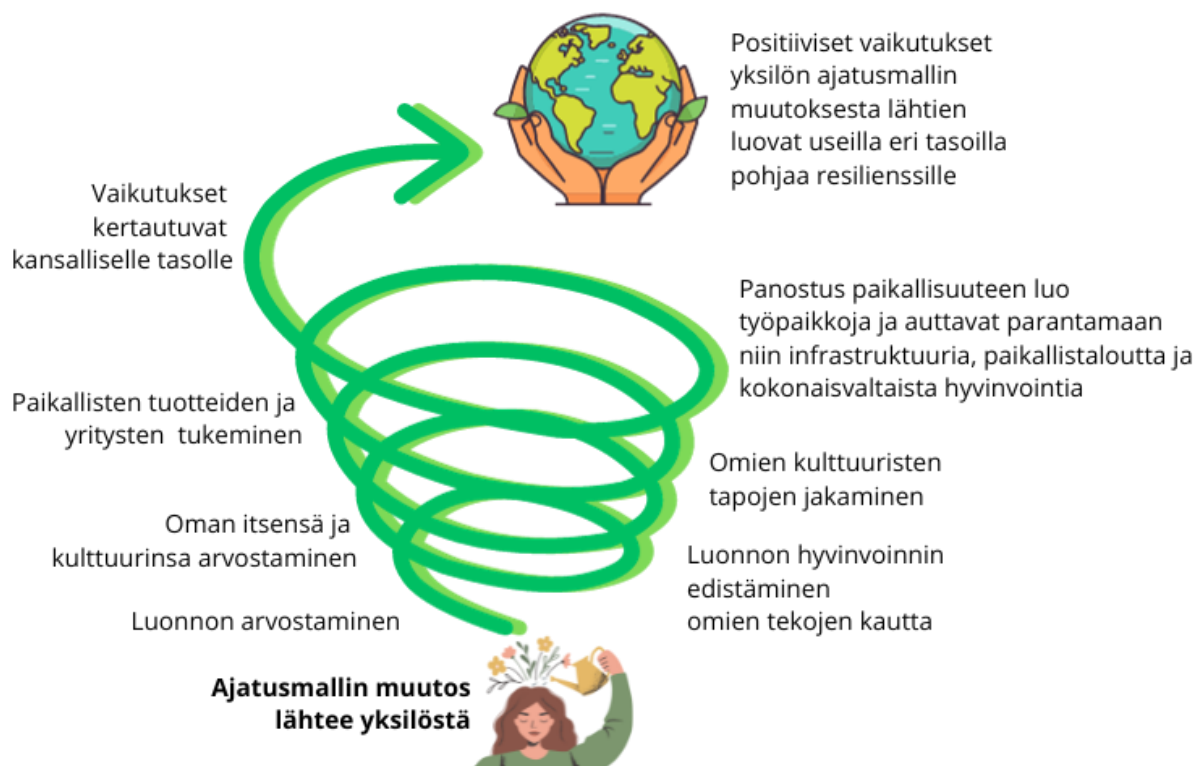
Kehittävä ajattelumalli eli regeneratiivinen malli on lähtöisin maanviljelystä mutta sen on huomattu pätevän myös muihin yhteyksiin. Lähtökohtana kehittävä ajatteluun käytetään usein kestävä kehityksen mallia, joskin eroavaisuutta löytyy. Kehittävän ajatusmallin pohjalta löytyy omien tekojen tiedostaminen ja suunnitelmallisuus, joiden avulla pyritään luomaan ympäristöystävällistä ja elinvoimaa niin biologiseen, taloudelliseen kuin sosiaaliseen ympäristön parantamiseen samalla edistäen maapallon palautuminen ja uudistuminen. (Jussila & Siintoharju 2023.)

Kehittävä matkailu pyrkii tuottamaan positiivisia vaikutuksia niin matkailijoiden kuin matkakohteiden paikallisyhteisöiden kehitykselle. Se pitää sisällään kulttuurien vuorovaikutusta, kestävä kehityksen ja ympäristön arvostusta, uuden oppimista ja opettamista, unohtamatta sosiaalisen vastuun kantoa osallistamalla ihmisiä mukaan. Kehittävän matkailun voisi sanoa lähteväksi ajatuksesta. Ideologiassa pyritään kehittämään paikallista talouskasvua ja hyvinvointia keskittymällä paikallisuuteen työpaikoissa, perinteiden ja kulttuurin jakamisessa sekä yritysten tarjoamissa palveluissa. Tämä tulee toteuttaa ympäristöä ja luontoa kunnioittaen, samalla vähentäen matkailun negatiivisia vaikutuksia ja pitämällä kestävä kehityksen arvoja toiminnan vähimmäisvaatimuksina. Kehittävää matkailua ei kannata pitää rajoittavana tekijänä kuten usein esimerkiksi kestävä kehityksen ratkaisuja pidetään vaan ajatella sitä keinona, jolla päästään paremmin yhteyteen maailman kanssa. Se antaa niin matkailijoille kuin destinaatioille mahdollisuuksia oppia uusia asioita kulttuureista, elämäntyyleistä ja

edistää kulttuurien välistä toimintaa. Se voi tuoda rohkeutta osallistua paikallisyhteisöjen projekteihin ja tukea paikallisia yrityksiä ja yhdistyksiä. Kehittävän matkailun ideologia pyrkii luomaan jatkumon, joka ruokkii yhteisöllisyyttä, ekologisuutta, kulttuurien arvostusta, talouden osa-alueita ja holistisesti ajateltuna näiden täydentävän toisiaan. Se luo lähtökohtia kasvulle ja resilienssin kehitykselle jokaiselle osa-alueelle. (CBI ministry of foreign affairs 2022, Diane Dredge 2022.)

Resilienssi voidaan määritellä useilla eri tavoilla. Useimmiten se määritellään olevan kyky imeä itseensä muutoksien vaikutusta ja uudelleen organisoitua sekä sopeutua niin, että voidaan säilyttää olemassa olleet alkuperäiset toiminnot, rakenteet, identiteetti ja palautteet, jotka ovat olleet olemassa ennen kuin häiriötekijöitä on alkanut muodostumaan. (Hall, C. M., Prayag, G. & Amore, A. 2018, 2.)

Kehittävän matkailun perusidea voidaan esittää yksinkertaistettuna pyörremäiseen kuvioon (ks. kuva 2.). Alkuideasta tiedon jakamisen kautta päästävään positiivisten vaikutusten maailmaan, jossa tiedostetaan tehdyt huonommat valinnat ja koetetaan parantaa toimintamalleja, tavoitteenaan tie kohti resilienssiä ja yhdessä kukoistavaa maailmaa.



KUVA 2. Kehittävän matkailun pyörre

2.2.1 Esimerkkejä kehittävän matkailun kohteista

HAWKHILL

Hawkhill on Nuuksion kansallispuiston ympäröimänä Vihdissä toimiva perheyritys. Se on tarjonnut mökkilomia jo vuodesta 1963. Se palvelee asiakkaitaan yksityisellä sektorilla sekä yritysmaailmassa järjestäen muun muassa mökkilomia, tyky-päiviä, ravintolapalveluita ja vuokraten kokoustiloja. Yritys on päättänyt ottaa huomioon luonnon kaikissa päätöksissä, joita tehdään. Heillä on asetettu tavoitteet ja lähdetty tekemään konkreettisia ja jopa suurilta kuulostavia tekoja edesauttaakseen luonnon monimuotoisuuden säilymistä. Tulevaisuuden kestävyysajattelu otetaan huomioon niin mökkien rakentamisessa kuin vieraiden opastamisessa ekologiseen ja kestävään toimintaan. Vieraita otetaan mukaan luonnon ennallistamistöihin mukaan muun muassa tiedonjaossa, vedenkulutuksen seurannassa ja tarjoamalla konkreettisia, itse omilla käsillä tehtäviä askareita kuten linnunpönttöjen, ötökkähotellien ja lahoppuaitojen teossa. (Hawkhill 2023a, Hawkhill 2023b.)

SEIKKAILUAPINAT

Seikkailuapinat on kuusamolainen matkailualan yritys, joka tarjoaa majoitus- ja ohjelmapalveluita yksityiselle ja yrityssektorille. Yritykselle luonnon ja ihmisten yhteen saattaminen on ollut tärkeänä osana jo alkuvaiheista lähtien. Jo perustamisvuonna 2014, he ovat tarjonneet ryhmämatkapalveluita pienimuotoisesti konseptinaan "Asu kuin paikallinen - kotimajoituspaketti Orivedellä". Visit Finland on palkinnut konseptin yhtenä autenttisimpana suomalaisena tuotteena. Seikkailuapinat tekevät yhteistyötä Metsähallituksen kanssa ja ovat sitoutuneita noudattamaan sen ohjeistuksia luonnon suojelemiseksi. Seikkailuapinoiden majatalossa on rakennusvaiheessa jo otettu huomioon kierrättäminen ja rakentamiseen on käytettykin mahdollisimman paljon uusiomateriaaleja ja paikallista työvoimaa. Käytännön toimissaan he pyrkivät käyttämään paikallisia raaka-aineita ruoanlaittoon, opastavat energian- ja vedensäästämisessä ja hävikin minimoinnissa. Matkailijoilla on myös mahdollisuus päästä rakentamaan linnunpönttöjä ja ötökkähotelleja. (Adventure Apes julkaisuaika tuntematon.)

FÄRSAARET

Färssaaret on Tanskalle kuuluva itsehallinnollinen saariryhmä Skotlannin ja Islannin välissä. Se koostuu 18 vuorimaisesta saaresta ja on suosittu matkakohde luontomatkajien ja rauhaa etsivien turistien keskuudessa. Färssaaret halutaan säilytettävän jatkossakin yhtä vehreinä ja hyvinvoivana alueena, joten se eteen on alettu tekemään töitä. (Visit Faroe Islands julkaisuaika tuntematon)

Kerran vuodessa yhtenä huhtikuuisena viikonloppuna saarien 11 matkakohdetta ovat kiinni turisteilta. Tuona aikana paikan päälle tulee turisteja varustettuna talkoomentaliteetilla. Osanottajat valikoidaan tarkoin ja heidät jaetaan ryhmiin, jotka sijoittuvat eri puolille saaria tekemään töitä yhteisen hyvän puolesta yhdessä koordinaattoreiden ja färssaarelaisten vapaaehtoisten kanssa. Palkakseen vapaaehtoiset talkoolaiset saavat ruoan ja majoituksen kolmen vuorokauden ajaksi ja seuraavana lauantaina on juhlat kaikkien osallistujien kesken. Talkoina tehtävät urakat tunnustetaan paikallisten ja turistikeskusten kanssa ja niiden tarkoituksena on parantaa turvallisuutta ja infrastruktuuria, jotta se kestää koko ajan kasvavan turismimäärän. Projekteina ovat muun muassa polkujen rakentaminen suosituille alueille, näköalapisteen rakennus lintujen pesimäalueiden ja luonnon suojelemiseksi ja kyltien pystytys osoittamaan reitistöjä ja ohjeistusta. (Visit Faroe Islands julkaisuaika tuntematon.)

2.3 Glamping ilmiönä

2.3.1 Määritelmä

Glamping tulee sanoista glamorous camping. Nämä sanat kuvailevat sen perusluonteen eli luksuksen omaisen retkeilyn, missä ei tarvitse tinkiä koetun majoituselämyksen laadusta. Glamping on kehittynyt ajansaatossa telttailusta campingiin, johon kuuluu niin matkailuautoissa ja -vaunuissa majoittujat, modernit telttailijat ja luksuksempaa varustelutasoa havittelevat kokonaiset alueet, joille pääsee majoittumaan. Erityisesti caravanalueet tarjoavat vierailijoilleen erilaisia mukavuuspalveluita, kuten kodinomaiset saniteettitilat, keittiöt, ravintolat, vapaa-ajan viettomahdollisuudet vesiurheilusta maalla tapahtuviin ajanvietteisiin kuten esimerkiksi frisbeegolf. Nämä mukavuudet madaltavat ihmisten kynnystä lähteä majoittumaan erilaisiin vaihtoehtomajoittumisiin luoden yhteyden luontoon ja kanssaihmiin lomakohdemaisissa olosuhteissa. (Brochado & Pereira 2017, 77-83.)

Glampingissä päästään kokemaan hotellinomaisen majoituksen helppous, jota nykypäivänä suoraan vaaditaan, luonnon rauhoittavassa ilmapiirissä. Glampingalueet vievät tavanomaisen telttailun askeleen pidemmälle luksuksen tunnun suhteen. Majoituksessa panostetaan viihtyvyyteen tuomalla muun muassa makuualustan sijaan paikalle oikeat sängyt ylellisillä petivaatteilla, joissa vietetty aika auttaa lepäämään ja kokemaan elämyksen uusilla silmillä. Nykypäivän modernit ihmiset kaipaavat ympärilleen kodinkaltaisia elementtejä kuten internetyhteyttä, keittiötä, siistejä ja toimivia saniteettitiloja, suihkua, elektroniikkaa kuten televisiota ja siivouspalveluita. Glampingtoiminta luo mahdollisuuden uuteen asiakaskuntaan, korkeampiin hintoihin ja korkeampiin käyttöasteisiin verratuna tavalliseen campingtoimintaan. (Brochado & Pereira 2017, 77-83.)

2.3.2 Kehitys nykymuotoon

Glampingtoiminnan historian voidaan katsoa alkaneen jo muinaisten heimojen ja sotajoukkojen myötä. Muun muassa ottomaanit jo 1000-luvulla retkillään toivat mukanaan telttoihinsa mukavuuksia kuten keittiöitä ja oleskelutiloja tai kuninkaalliset satoja vuosia sitten Englannista lähtiessään pyhiinvaellusmatkoilleen esimerkiksi Roomaan veivät mukanaan tutut tavaransa sekä palveluskuntansa. Varsinkin ottomaanien mukanaan kuljettamat telttakylät olivat vertaansa vailla olevia luksusmajoituksia laadukkaine sisustuselementteineen kuten mattoineen ja silkkikankaineen puhumattaakaan huonekalusteista. Ottomaanien telttöjen prameus luo standardeja moderneille glamping majoituksille. Pohjoismaisiin sääolosuhteisiin esimerkkinä laadukkaasta ja säänkestävästä glampingista voitaisiin pitää Tsingiskhanin ajalta tuttuja sota-airueiden teltoja. Näitä kutsutaan jurteksiksi ja niistä luotiin lämmönpitäviä suojia lampaanvillan ja eläinten nahkojen avulla. (Hrgović, Bonifačić & Licul 2018.)

Telttailu otti jalansijaa maailmalla 1900-luvun alussa, jolloin safareista tuli suosittuja aktiviteetteja Afrikassa rikkaiden brittien ja amerikkalaisten keskuudessa. He halusivat kokea Afrikan savannin ja luonnon originaaleina kokemuksina ja kuitenkin pitää kiinni kotona totutuista mukavuuksista höystettynä itämaisella eksotiikalla persialaisine mattoineen, luksuspetivaatteineen ja henkilökohtaisine kokkeineen. 1920- ja 1930-luvuilla alettiin keskittymään terveellisempään elämäntapaan ja retkeily tuli suosioon luonnon läheisyyden myönteisten vaikutteiden myötä. Maailmansotien ja Suomen sotien jälkeen luontomatkat ja telttailu loivat erinomaiset pakomahdollisuudet sodan runtelemien

kaupunkien keskeltä. Kupoliteltat yleistyivät ja tulivat kaupallisena tuotteena markkinoille. Telttailu jatkoi nousuaan 1950-luvulla, telttojen myynnin kasvu johti niiden hintojen alenemiseen ja se mahdollisti vähempiosaiselle kansanosalle mahdollisuuksia erilaisiin luontoelämyksiin. Tämän myötä telttailusta tuli tavallista aktiviteettia koko kansakunnalle eikä vain parempiosaisien luksusleirintää savannilla. (Hrgović ym. 2018.)

Retkeilyn muutos alkoi tulemaan 1900-luvun lopulla, jolloin teollistumisen ja tekniikan yleistyminen alkoi vaikuttamaan. Jos ennen telttailtiin, niin tästä lähtien tuotiin mukana asuntovaunut ja -vaunut. Näiden yleistymisen myötä tarvittiin lisää uudenlaisia alustoja retkeilylle. Tarvittiin luoda paikkoja, jonne autot ja vaunut voitiin sijoittaa ja alettiin perustamaan campingalueita ja palvelukokonaisuuksia, joissa oli paikoitusta myös näille. Tämä loi uuden kategorian myös matkailun saralle eli karavaanarit. Voitaisiin jopa karrikoiden sanoa karavaanarien olevan nykyaikaisia ottomaanienkaltaisia valloittajia kulkien modernien varustuksien kera kumipyörien päällä. (Hrgović ym. 2018.)

2000-luvulla retkeilyn ja campingin rinnalle on noussut uutena glamping, jossa haetaan moderneja normaalielämään kuuluvia elementtejä osana luonnossa olemista. Vuodesta 2008 lähtien glampingin suosio on noussut huimasti osasyynään huoli luonnosta ja ajatus kestävän kehityksen vaikutuksesta siihen. Luontokokemusta pidetään jopa etuoikeutena ja luonto pakopaikkana kaupungeista nostaa profiiliaan alati. Glamping toiminnalle nykyään ominaista on Word-of-Mouth markkinointi. Milleniaalit ovat löytäneet glampingin ja siitä jaetaan informaatiota hyödyntäen sosiaalista mediaa omille verkostoille. Milleniaaleilla eli Y-sukupolvella tarkoitetaan vuosina 1981-1996 -syntyneitä ihmisiä. Glamping on tehnyt voimakkaan kasvun matkailumarkkinoille parin vuosikymmenen aikana ja varsinkin Euroopassa idästä länteen ja etelästä pohjoiseen erilaisin muodoin toteutettuna luksusteltoista lasiigluihin. (Hrgović ym. 2018, Kirjastot.fi 2022.)

2.3.3 Erilaisia glamping muotoja Suomessa

HALTIA LAKE LODGE

Haltia Lake Lodge on Espoossa Nuuksion kansallispuistossa Suomen luontokeskus Haltian vieressä sijaitseva ekologinen designhotelli. Uutuutena heillä on hotellin lisäksi tullut valikoimaan glampingteltoja (ks. kuva 3.). Niissä on panostettu erityisesti vuoteiden ja vuodevaatteiden laadukkuuteen kotimaisilla tuotteilla. Teltat on tehty pingottamalla puukehikon päälle telttakangasta, jolloin asiakas pääsee suoraan luonnon äänimaailman vietäväksi sekä luontoa pääsee katselemaan telttojen sisältä käsin seinän kokoisesta ikkunasta. Kooltaan huoneet ovat 18 neliöisiä ja mukavuuksiin kuuluu ilmastointi, lämmitys, vedetön pakastava WC, vettä käsien ja hampaidenpesuun, jääkaappi, vedenkeitin ja terassi, joka suuntautuu metsään. Majoittujille on käytössä peseytymismahdollisuus erikseen mainittuina aikoina hotellin saunaosastolla. Myös saunomismahdollisuus on aamuisin rajattuina aikoina. Yhteensä glampingteltoja on viisi kappaletta ja ne on tarkoitettu maksimissaan kahden henkilön käyttöön. Majoitukseen kuuluu myös aamiainen sekä Wi-Fi -yhteys. Kohde on varattavissa ympäri vuotuisesti ja hinnat alkavat noin 250 eurosta per yö ylöspäin. Haltia Lake Lodgella on Sustainable Travel Finland sertifiointi. (Haltia Lake Lodge julkaisuaika tuntematon.)



KUVA 3. Glampingmajoitus Haltia Lake Lodgessa Nuuksiossa (Haltia Lake Lodge julkaisuaika tuntematonb).

MAJALUX

MajaLux on Mäntyharjulla sijaitseva perheyritys. Yritksellä on käytössään iglun muotoisia kupolitelttoja (ks. kuva 4.). Pinta-alaltaan ne ovat 20-28 neliömetriä ja sisäkorkeutta on 3-3,5 metriä. Telttoissa on panoramaikkuna, jonka saa halutessaan peitettyä pimennysverhoilla. Sisustus on tehty hotellihuonemaiseksi käyttäen huonekaluja ja riippuen telttamallista löytyy takka tai kattoikkuna. Mukavuuksina löytyy myös lämmitys, ilmalämpöpumppu sekä aromadiffuseri. Sisä-wc ja suihkut ovat majoittujien käytössä lähistöllä sijaitsevassa piharakennuksessa. Piharakennuksessa on myös oleskelutila, josta löytyy TV, jääkaappi sekä kahvin ja teen keittomahdollisuudet. Majoitukseen kuuluu myös monia aktiviteettimahdollisuuksia kuten SUP-lauta, kävelysauvat tai palju. Hinnat ovat alkaen 225 euro per yö sisältäen aamiaisen. (MajaLux julkaisuaika tuntematona.)



KUVA 4. MajaLuxin domettelta sisältä (MajaLux julkaisuaika tuntematonb).

AURORAHUT

AuroraHut konsepti voidaan lukea myös glampingtoiminnaksi. AuroraHut on iglune, joka voidaan sijoittaa veteen, jäälle tai maalle (ks. kuva 5.). Se on lasiseinäinen ja -kattoinen luksus iglune kahdelle hengelle. Perusvarustukseen kuuluu parisänky, minikeittiö, ruokakellari, kompostoiva wc ja pilkkireikä lattiassa. Käytösähkö tulee aurinko- ja biopolttokennoista ja lämmityksestä vastaa uusiutuva polttoaine. AuroraHut ei tarvitse rakennuslupaa ollessaan alle 10 neliön kokoinen, liikuteltavissa oleva veneeksi luettava laite. Sen voi ajaa järvellä haluttuun paikkaan jokamiehen oikeuksien puitteissa. AuroraHut kohteita on sijoittuneena ympäri Suomen, ja ne ovat yritysten omia toimintojaan. Omaksi ostettuna AuroraHutin lähtöhinnat ovat alkaen 49500 € ja majoituksen lähtöhinnat per yö ovat 200 eurosta ylöspäin. (AuroraHut julkaisuaika tuntematon.)



KUVA 5. Kuvaleike AuroraHutin Instagram-sivulta. AuroraHut Kylpylähotelli Kunnonpaikassa Siilinjärvellä. (AuroraHut Instagram 2023.)

KAKSLAUTTANEN ARCTIC RESORT

Saariselän kupeessa sijaitsee Kakslauttanen Arctic Resort, joka on yksi ensimmäisistä yrityksistä, jotka rakensivat lasi-igluja Lappiin (ks. kuva 6.). Igluja on lomakylässä erilaisia kahden hengen majoituksista perhemajoituksiin. Igluja on lasisia, kelosta tehtyjä ja talviaikaan myös lumisia. Majoitukset ovat varattavissa elokuun lopulta huhtikuun loppuun eli revontulisesongin ajan. Sen pääasiallista asiakaskuntaa ovat ulkomaalaiset turistit. Hinnat alkavat noin 450 eurosta per yö yöspäin. (Räihä 2017; Kakslauttanen julkaisuaika tuntematon.)



KUVA 6. Lasi-igluja Kakslauttanen Arctic Resortissa. (Kakslauttanen Arctic Resort julkaisuaika tuntematon.)

3 GLAMPING MATKAILUTOIMINNAN SUUNNITTELU

3.1 Liiketoiminnan suunnittelu

Tässä opinnäytetyössä glamping matkailutoimintaan viitataan hankkeena ja käsitellään yritystoimintana. Yrityksen perustamisen lähtökohtana on ratkaisun luominen tarpeeseen. Ratkaisusta kehittyi yritysidea, johon toiminta pohjautuu. Kuten aiemmin on jo mainittu, Joroisissa on tapahtumia ja elämyksiä tarjolla varsinkin kesäaikoina. Ongelmaksi näyttäisi tulleen majoituskapasiteetin puute. Glampingtoiminta tuo lisää majoituskapasiteettia jopa ympärivuotiseen tarpeeseen. Hankkeen toteuttajan tulee olla valmis sitoutumaan niin rahallisesti kuin aikapanoksella toteutukseen. Yritysvetoisena yksikkönä sen tavoitteena on tuottaa voittoa, kun taasen yleishyödyllinen yhdistys voi hoitaa yritysmäistä toimintaa mutta voitonjakoa ja verotusta käsitellään eri tavalla.

Ensitöikseen kannattaa alkaa muodostamaan omaa liiketoimintasuunnitelmaa. Se konkretisoi liikeidean suunnitelmaksi, jossa käsitellään, kuinka yritys tulee toteuttamaan ideoitua, kenelle sitä toteutetaan, millaisille segmenteille palvelut osoitetaan, tutkaillaan kilpailijatilannetta ja yritystoimintaan liittyviä riskejä. Tämä opinnäytetyö auttaa sen luomisessa osaltaan mutta tulevan toimijan omien päätösten mukaan lopullinen matkailutuote tulee kehittää. Liiketoimintasuunnitelma auttaa rahoittajia, sidosryhmiä ja kumppaneita analysoimaan liiketoimintaa, kannattavuutta ja toimintaedellytyksiä. (Suomi.fi 2019.) Näihin perehdytään opinnäytetyössä kappaleessa 3.2 Markkina-analyysi.

Liiketoimintaan kannattaa olla yhtiö. Yhtiömuodon valintaan ja sen suunnitteluun kannattaa pyytää apua paikalliselta yritysasiamieheltä. Yhtiömuodon valintaan vaikuttaa suunnitellun liiketoiminnan laajuus ja jo mahdollisesti olemassa oleva liiketoiminta. Myös erilaiset rahoitusmuodot asettavat omat rajansa liiketoiminnan muodoille. Opinnäytetyö ei tule ottamaan enempää kantaa yhtiömuodon valintaan.

Toimiakseen glamping tarvitsee toimipisteen eli alueen, jonne tuleva liiketoiminta sijoitetaan. Tässä opinnäytetyössä ei tulla ottamaan kantaa, minne toiminta tulisi sijoittaa. Opinnäytetyön osana oli kysely, jonka tuloksia käydään läpi myöhemmin kappaleessa 4. Kysely antaa osviittaa siitä, kuinka paikalliset ajattelisivat toiminnan sijoittuvan. Hankkeen alkutaipaleella tulee määrittää, onko kyseessä ympärivuotisesti toimiva kohde vai rajoittuuko sen toiminta esimerkiksi vain kesäaikaan. Ympärivuotinen toiminta vaatii eristetyn majoituskohteen sekä lämmityksen. Tässä vaiheessa on hyvä päättää, tehdäänkö vain yksi vai useampien majoitusten kokonaisuus. Useampien majoitusten kokonaisuuteen kannattaa lähteä suunnittelemaan mahdollista huoltorakennusta, jonne voisi sijoittaa wc-tilat ja peseytymismahdollisuudet sekä ruoanlaittutilan. Tietenkin määrittelevää on se, haetaanko majoituksella luksuusempaa täysin hotellimaista olemusta vai maanläheisempää luontomatkailua hienomman telttailun hengessä. Kehittävää matkailua ajatellen tulee ottaa huomioon rakennusmateriaalit, vanhojen materiaalien uusiokäyttö on tärkeää mutta osaltaan myös rakennuksen sulauttaminen maisemaan. Molempien käytännöt tulevat riippumaan useista asioista sijoituspaikasta budjettiin ja toimijan omiin mieltymyksiin.

3.2 Markkina-analyysi

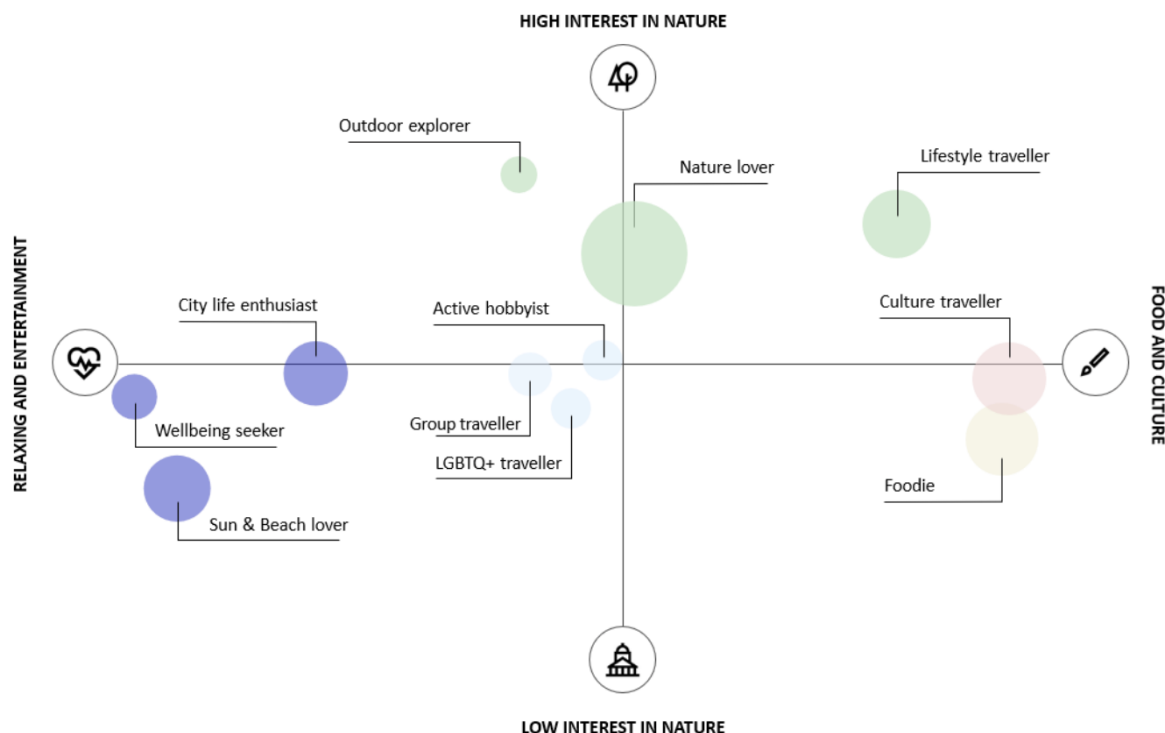
Markkina-analyysissa tutustutaan muun muassa markkinoiden nykytilanteeseen, asiakassegmentteihin ja kilpailijoihin. Sen avulla voidaan nähdä oma asema muihin nähden, löytää yhteistyökumppaneita ja päästä tekemään päätöksiä perustuen faktaan ja tilastoihin. Tiedolla johtamalla tehtyjen päätösten ja havaintojen voidaan olettaa olevan valideja. (Komulainen 2023.)

Tilastokeskuksen tilastoissa glampingtoiminta luettaisiin leirintäalueeksi. Leirintä-alueilla tehtiin syyskuun 2022 ja elokuun 2023 välisenä aikana yhteensä 2,1 miljoonaa vapaa-ajan yöpymistä. Aktiivisin majoittumisaika on selkeästi heinä- ja elokuu ja talvikuukausina ei majoittumisia ollut tilastoitavaksi saakka. Tästä voidaan tehdä johtopäätös suurimman sesongin olevan kesällä mutta myös sen, ettei glamping ole verrattavissa välttämättä campingtoimintaan, jolloin yöpymisiä ei rekisteröidä leirintä-alueella tehdyiksi. (Tilastokeskus 2024.)

3.2.1 Asiakassegmentointi

Mahdollisten asiakasryhmien segmentointi on yritystoiminnalle tärkeä voimavara. Se auttaa tiedostamaan asiakkaiden halut, tarpeet sekä määrittelemään mihin omat voimavarat riittävät ja minne päin niitä kannattaa suunnata. Tutkiessa segmenttejä on hyvä huomioida, ettei asiakkaiden karkea ryhmittely ole absoluuttinen totuus vaan pikemminkin tietä viitoittava ennakko-oletus. Usein arkkityypit eivät rajoitu ihmisissä vain yhteen vaan persoona voi olla yhdistelmä useampia profiileja.

Visit Finland on julkaissut datan analysointien pohjalta 11 matkailijaprofiilia. Datana on käytetty matkailijoiden tarpeita sekä arvoja ja niitä on ryhmitelty tutkimuksessa tilastollisen menetelmin. Analysoinnin lopputulema voidaan esittää kaksiakselisesti kiinnostuksien ja motivaatioiden mukaan (ks. kuva 7.). Vaikka segmentit on kehitetty vastaamaan ulkomaalaisten vastausten perusteella, pätevät samat lainalaisuudet ihmisistä ja ihmisyydestä myös kotimaan matkailijoihin. (Visit Finland 2023b.)



KUVA 7. Visit Finlandin segmentit (Visit Finland 2023a.)

Kuvassa on esitetty kaikki Visit Finlandin tuottamaa 11 segmenttiä. Tässä opinnäytetyössä perehdytään segmenttejä yhdistäviin tekijöihin ja saadaan sitä myötä tärkeää informaatiota siitä mitä kannattaa lähteä yhdistelemään glampingtoimintaa suunniteltaessa. Osaa profiileista nostetaan enemmän esiin ja esimerkiksi kaupunkimatkailijat jätetään sivurooliin johtuen Joroisten kylämäisestä olemuksesta, johon lähtökohtaisesti kaupunkimatkailija ei suoraan suuntaa. (Visit Finland 2023b.)

Keskeisimpinä yhdistävinä kiinnostuksen kohteina valtaosalla segmenteistä on kiinnostus paikalliseen ruokakulttuuriin sekä luonnonilmiöihin. Vaihtuvat vuodenaajat tarjoavat eri aikoihin erilaisia viihdykkeitä pimeän taivaan matkailusta yöttömään yöhön ja lämpimistä loppukesän jopa trooppisista illoista hyisen kauniisiin pakkaspäiviin helmikuussa. Paikallisen ruoan läpileikkaus kenties tuoreesta ruisleivästä nokipannukahviin tulistellen kertoillen tarinoita hyvässä seurassa. Myös luonto ja löytäminen, kulttuuri ja oppiminen sekä urheilu ja aktiviteetit ovat matkailijoiden suosiossa. (Visit Finland 2023b.)

Lifestyle travellerit etsivät uusia näkökulmia elämään ja he ovat kiinnostuneita paikalliskulttuurista ja -historiasta. He ovat myös useimmiten yli 45-vuotiaita. Heille arvot matkailussa eivät ole niin tärkeitä kuin jollekin toiselle segmentille, mutta kiinnostus uusista asioista kohtaan arvona määrittelee heitä. He etsivät informaatiota verkosta mutteivät sosiaalisesta mediasta kuten uudempi sukupolvi vaan haku-koneiden avulla ja varaavat matkoja ilman matkatoimistoa itsenäisesti esimerkiksi Airbnb:n tai Booking.comin kautta. (Visit Finland 2023b.)

Culture travellerit ovat yli 55-vuotiaita ja erityisen kiinnostuneita historiallisista nähtävyyksistä, arkkitehtuurista ja uskonnollisista kohteista. He varaavat myös itse matkansa ja he käyttävät onlinevarausalustoja kuten Booking.comia ahkerasti. Informaatiota matkailijat saavat esimerkiksi lehdistä ja matkailusivustoilta. Tämä segmentti on vähemmän aktiivinen sosiaalisessa mediassa. Joroisissa on heille varmasti paljon mielenkiintoista koettavaa kirkoista kartanoihin. Myös Varkauden, Kuopion ja Mikkelin läheisyys on selkeä etu ja näihin kohteisiin voisi suunnitella matkoja esimerkiksi raiteita pitkin Varkaudesta käsin tai valtatie 5 varrelta linja-autolla, jolloin saataisiin yhdistettyä myös kaupunkikulttuurista nähtävää lomalle. (Visit Finland 2023b.)

Nature lover -tyyppiset matkailijat ovat kiinnostuneita luonnosta, sen ihmeistä, eläimistä sekä niiden arktisuudesta. He ovat jossain määrin kiinnostuneita vaelluksista ilman suurempaa urheiluaktiiviteetteihin osallistumista. He suunnittelevat matkojaan etukäteen ja saattavat olla vähemmän kokeneita matkailun saralla. He ovat myös enemmän arvojensa ohjaamia ja kohteiden valinnassa painaa muun muassa niiden ekologisuus. Tälle matkailijatyypille glampingtyyppinen majoitus on helppo ratkaisu mennä luonnon äärelle. Osallistettaessa matkailijoita toimimaan luonnossa ja luoden uutta esimerkiksi linnunpönttöjen ja ötökkähotellien merkeissä, he kokevat pääsevänsä kosketukseen suoraan luonnon kanssa. Tai tarjoten heille varhaisen aamun metsän eläinten tarkkailua niiden syöttöpaikoilla voi luoda vertaansa vailla olevia elämyksiä. Majoituksen he varaavat ilman matkatoimistoja ja ovat kiinnostuneita mökkeilystä, resortmajoituksesta ja leirintäalueista. (Visit Finland 2023b.)

Outdoor travellerit haluavat elää luonnosta. He haluavat seikkailla ja olla aktiivisia. He tekevät päätökset nopeasti ja ovat spontaaneja ennemmin kuin suunnittelijoita niin matkassa kuin aktiviteeteissä. He matkustavat perheen kanssa tai yksin. He inspiroituvat sosiaalisen median myötä ja jakavat omia kokemuksiaan myös useille alustoille. He eivät halua lähteä tunnetuimpiin ja itsestään selvimpiin matkakohteisiin. He pitävät mökkeilystä, resortelämästä ja innostuvat pyöräilystä, patikoinnista ja muusta aktiivisesta toiminnasta. Joroisissa matalan kynnyksen aktiivilomailijalle löytyy muun muassa pyöräilyä, patikointireittejä, luolastoja ja frisbeegolfia. (Visit Finland 2023b.)

Active hobbyistit ovat aktiivisia, jännitystä ja seikkailua etsiviä yksilöitä, jotka ovat kiinnostuneita urheilusta ja aktiivisista harrastuksista. He ovat pitävät hiihtämisestä sekä eräharrasteista kuten metsästyksestä ja kalastuksesta. Erityisesti vesi- ja talviurheilulajit ovat lähellä heidän sydäntänsä. Matkailuinspiraatiota aktiiviharrastajat etsivät uudemmissa sosiaalisen median kanavista ja jakavat keskimääräistä enemmän omia kokemuksiaan sinne. He ovat useimmiten alle 45-vuotiaita miehiä, mutta kolmasosa heistä on naisia. He ovat kokeneita matkailijoita ja varaavat matkan itse mutta saattavat käyttää myös matkatoimistoa. He pitävät boutiquehotelleista, hostelleista sekä lomaosakkeista. He kokevat eniten omantunnon tuskia matkailun päästöistä, ovat kiinnostuneimpia kestävästä valinnoista ja kompensoivat matkailun tuottamia päästöjä ahkerimmin. Heillä on varaa maksaa palveluista ja laadusta. Aktiiviharrastajat voivat olla jopa potentiaalisin arkkityyppi viettämään aktiivista glampinglomaa vesiurheillen tai kalastusta opetellen Joroisissa. (Visit Finland 2023b.)

Wellbeing seekerit ovat hinta- ja budjettitietoisia matkailijoita, jotka haluavat keskittyä hyvinvointiin. He osallistuvat retriitteihin ja muihin hyvinvointia edistäviin ohjelmiin kuten hierontoihin ja hemmotteluhoitoihin. He suunnittelevat matkansa etukäteen ja etsivät halvimpia tarjouksia käyttöönsä. He eivät käytä matkaillessaan lisäostoksiin paljoa rahaa. He ovat turvallisuushakuisia ja etsivät mukavia

ja helposti lähestyttäviä kohteita. Useimmiten he matkustavat puolison tai ystävien kanssa. He suosivat hotelleja mutta ovat valmiita joustamaan sopivan atmosfäärin tai tarjouksen osuessa kohdalle. Yleensä hyvinvointimatkailijat ovat keski-ikäisiä naisia. Matkailuinspiraatio heille tulee perheeltä, ystäviltä ja matkatoimistoista. He luottavat arvosteluihin esimerkiksi Tripadvisorissa. Joroisissa esimerkiksi retriittityyppinen pakettimatkailu voisi houkutella matkailijatyypin ystävineen vierailulle luonnon keskelle rauhoittumaan ja nauttimaan esimerkiksi saunomisesta ja perinteisistä yrteihoidoista vuoden ajasta riippumatta. (Visit Finland 2023b.)

3.2.2 Sosiaalitetut lomat mahdollisena yhteistyön muotona

Aiemmassa kappaleessa on tuotu esiin erilaisia segmenttejä. Kestävään ja kehittävään matkailuun kuuluu olennaisena osana sosiaalinen vastuu. Toiminnan alkaessa ja jos havaitaan aikoja, jolloin organinen asiakasvirta on pienempi, voitaisiin hyödyntää glampingaluetta muun muassa sosiaalitetutujen lomien pitopaikkana.

Sosiaalitetutuja lomia järjestävät 1.1.2023 alkaen hyvinvointialueiden sosiaalihuollot sekä monet yhdistykset kuten Solaris-lomat, Maaseudun terveys- ja lomahuolto ry, Pienperheyhdistys ry ja Autismlitto. Yhdistyksillä on yhteistyökumppaneina lomanjärjestäjiä, joille lomantarpeessa oleva pääsee majoittumaan murto-osan omakustannehintaan ja loppurahoitus tulee yleisimmin yhdistyksiltä, jotka taasen hakevat tuen STEA:lta eli Sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskuksesta. STEA on sosiaali- ja terveysministeriön yhteydessä toimiva valtionapuviranomainen. Myös hyvinvointialueen oman sosiaalitoimen kontaktointi voi tuoda lisää asiakkaita suuremman sesongin ulkopuolelle ja tarjotessa mahdollisuus irtiottoon arjesta sosiaalitoimen asiakkaalle on osakseen sosiaalisen vastuun kantoa. (Sosiaali- ja terveysjärjestöjen avustuskeskus julkaisuaika tuntematon.)

3.2.3 Kilpailijat

Glampingtoiminnan kilpailijoiksi voidaan määritellä kaikenlainen majoitustoiminta. Kunnan rajojen sisällä toimii erilaisia bed&breakfast -majoituksia, muutama hotelli sekä luontokohteita kuten laavuja. Glamping erottuu näistä majoituksista uniikkiudellaan. Joroisen lähikunnissa sijaitsee useampia glampingtoiminnaksi luettavia toimijoita.

Rantasalmella toimiva Järvisydän tarjoaa majoitusta ympärivuotisesti lasi-igluissa kaikilla mukavuuksilla hotellihuoneiden lisäksi. Se edustaa majoituksena hinnakkaampaa päätä yli 200 euron lähtöhinnoinaan. Hidden Island Laukanharjulla on kupolimaisessa teltassa olevaa majoitusta. Kupoleissa on erikseen olevat ulkokäymälät ja peseytymistilat. Ilmalämpöpumppu tuottaa lämpöä mutta erityksittäin kyseiset majoitukset eivät ole ympärivuotisessa käytössä. Laukanharjussa on myös mökki- ja tentsileyöpymisiä tarjolla. Hinnoinaan domemajoitukset ovat noin 150 eurosta ylöspäin dynaamisesti hinnoiteltuna. Kinkamon aalto Varkaudessa tarjoaa luksustelttailulle mahdollisuuden. Yrityksellä on tarjottavanaan kaksi 19 neliön telttaa, joihin mahtuu yhteensä 8 henkilöä. Kahden hengen perushinta on 110 euroa per vuorokausi ja lisähenkilöistä menee maksu. Huoltorakennuksena toimii rantasauna, josta löytyy hygieniapalvelut sekä pieni ruoanlaittomahdollisuus. Telttaillemaan pääsee kesäkuun puolesta välistä elokuun loppuun. (Järvisydän julkaisuaika tuntematon, Kinkamon Aalto julkaisuaika tuntematon, Laukanharju oy julkaisuaika tuntematon.)

3.3 Rakennusratkaisut

Kokonaisvaltaisesti ajateltuna kehittävän matkailun ja majoittamisen pohjalta tulee ottaa huomioon vähintäänkin kestävä mallin ratkaisut myös toiminnan rakentamisvaiheessa. Toisaalta rakentamisessa voi hyödyntää jo suoraan paikallisosaamista ja perinnerakentamisen ratkaisuja, jolloin sen pohjalta voi saada aikaan esimerkiksi kurssin ja talkootöinä rakennuksen glampingtoiminnalle. Tämä on taas liitoksissa ratkaisuun siitä, tuleeko rakennelmien olla ympärivuotiset vai vain kevyttä telttailua kesäisin. Näitä ratkaisuja tulee suunnitella itse tutkien. Sisustuksellisissa elementeissä kannattaa hyödyntää kierrätysmallia ja perinteikkäitä ratkaisuja.

Neuvontaa haluttaessa kunnan sekä paikallisyhteisön tuki ja ohjeistus on elintärkeässä roolissa. Laajemmin ajateltuna tulee ottaa huomioon myös mahdollisten rakennussertifikaattien mukainen rakentaminen. Ne ovat omiaan ohjaamaan toimintoja toimien ohjenuorina erilaisten ratkaisujen tekemisessä. Rakennussertifikaattien haku osoittaa alueen rakentamisen toteutuvan ympäristöystävällisesti, kestävillä ratkaisuilla ja kulttuurilla sekä luontoa kunnioittaen. Näillä on merkitystä niin toimijalle, sidosryhmille kuin asiakkaille.

3.3.1 LEED-sertifiointi

LEED eli Leadership in Energy and Environmental Design on ympäri maailman tunnistettu ja käytetyin vihreän rakentamisen sertifiointijärjestelmä. LEED on holistinen järjestelmä, joka ottaa huomioon rakentamisen kokonaisuutena eikä vain mittaa yhtä osa-alueita. LEED-sertifioitujen rakennusten päämääränä on vähentää rakennuksen vaikutuksia ilmastonmuutokseen, suojella ja ennallistaa vesivaroja, edistää kestävien ja uusiutuvien materiaalien rakennusmateriaalien käyttöä, parantaa yksilön terveyttä, suojella ja parantaa biodiversiteetin ja ekosysteemin toimintaa, parantaa yhteisöiden elämänlaatua. Se ottaa huomioon jokaisen vaiheen kriittiset pisteet, joiden avulla päästään luomaan paras mahdollinen loppuratkaisu hankkeeseen. LEED on sitoutunut YK:n kestävä kehityksen tavoitteisiin. Sertifikaatin saadakseen hanke kerää pisteitä eri osa-alueilta kuten energia-, vesi- ja jäteratkaisut. Hanke tarkastetaan ja osa-alueiden pisteiden yhteenlasketun määrän mukaan sertifioituaan neljän eri tason mukaan alimman ollessa Certified pistemäärän ylittäessä 40 ja ylimmän ollessa Platinum pistemäärän ylittäessä 80. (U.S. Green Building Council, Inc. 2023.)

Suomessa LEED-sertifiointi on myös käytössä. Esimerkiksi Matkus Shopping Center on saavuttanut Silver-tason LEED-sertifikaatin (Matkus Shopping Center 2023).

3.3.2 Joutsenmerkki

Joutsenmerkki eli pohjoismainen ympäristömerkki on yksi tunnistetuimmista sertifikaateista Pohjoismaissa. 94 prosenttia pohjoismaalaisista kuluttajista tunnistaa sen ja ymmärtää laadun sen takana. Merkki koetaan olevan uskottava tapa viestiä ympäristövastuullisuudesta. (Ympäristömerkintä Suomi Oy julkaisuaika tuntematon a.)

Joutsenmerkki tarkastelee yrityksen toimintoja useilta eri alueilta ja erityyppiset yritykset kohtaavat erilaiset sertifikaatin täyttymiskriteerit. Hotelli- ja majoituspalveluissa tarkastellaan muun muassa energia- ja lämmitysmuotoja, veden ja jätteiden kulutusta sekä kierrätystä, ympäristöjalanjälkeä,

biodiversiteetin suojelemista ja henkilöstön sitouttamista tehtyihin päätöksiin ja toimiin. (Ympäristömerkintä Suomi Oy julkaisuaika tuntematon b.)

3.4 Saavutettavuuden eri näkökulmat

Saavutettavuutta käsitellessä voidaan se yhdistää perinteisesti käsitykseen siitä, kuinka paikan päälle saavutaan. Nykyaikana saavutettavuus lähtee digitaalisesti saavutettavuudesta eli siitä, kun ihminen alkaa etsimään tietoa kohteesta. Siitä kuinka tehdä varaus, mitä paikan päällä voidaan tehdä ja ennakkotieto eri saapumismahdollisuuksista. Näkyvyys niin perinteisessä painetussa mediassa kuin digimaailmassa esimerkiksi hakukoneissa, nettisivuilla ja sosiaalisessa mediassa ovat elintärkeitä toimintoja yritykselle. Helppona peruspohjana on käyttää informatiivista nettisivua, jota ylläpidetään säännöllisesti. Sinne pääsee ohjaamaan muilta kanavilta potentiaaliset asiakkaat oikeellisen tiedon pariin. Sosiaalisessa mediassa läsnä oleminen ja hakukone optimointi ovat ensiaskeleita asiakkaiden ja sidosryhmien ohjaamiseen yrityksen palveluiden pariin.

Myyntillisesti saavutettavuutta voidaan edistää suoramyynnillä asiakkaille niin kuluttajille kuin yrityksille tai ottaen mukaan matkanjärjestäjiä. Myynti voidaan organisoida sisäisesti, ulkoiselle toimijalle tai molempia. Myös alueorganisaation hyödyt maakunnallisesti tulee ottaa huomioon, samoin kuin esimerkiksi Visit Finlandin Datahubin rajapinta näkyvyyden. Nykyisin suurimpia varausalustoja suoraan kuluttajille ovat OTA-kanavat eli online travel agentit kuten Airbnb, Booking.com. Näitä voi käyttää yhdessä erikseen tai mahdollisesti esimerkiksi Johku -palvelun kautta yhdistetyn varaus-, myynti- ja hallinnointikanavan. Johkun kautta saa toimintaan varauskalenterin, joka synkronoi useiden OTA-kanavien kanssa rajapintojen kautta. Sen avulla voi muun muassa tehdä ristiin myyntiä yhteistyöyritysten kanssa tai olla yhteydessä asiakkaisiin käyttöliittymän kautta. (Johku julkaisuaika tuntematon.)

Fyysiseen saavutettavuuteen vaikuttaa suoraan kohteen sijainti. Tuolloin mahdolliset juna-, lento-, auto- ja vesiteitse tapahtuvat matkustusvaihtoehdot tulee huomioida. Kuntana Joroinen haluaa kehittää lentokenttätoimintaa, josta osakseen kertoo 15.11.2023 julkaistu Varkauden lentopaikan kehittämissuunnitelma 2023. Juna-asema on lähimmillään parinkymmenen kilometrin päässä Varkaudessa ja Joroinen sijoittuu Pieksämäki-Joensuu ja Pieksämäki-Rantasalmi ratojen varrelle. Joroisissa on kaksi satamaa, joista molemmista on yhteys Saimaan vesistöön. Tieyhteyksien merkitys toiminnalle niin yleisesti kuin Joroisissa on olennaista. Joroista halkoo valtatie 5 ja kunta panostaa tulevaisuudessa toimien kehittämiseen sen varrelle. Kunta on hankkinut maata keskustan lähetyviltä viitostien varrelta ja aloittanut asemakaavasuunnittelun paikalle. (Calculus.com julkaisuaika tuntematon, Joroinen - vihreän teknologian ja kestävä matkailun edelläkävijä -hanke 2023.)

Asiakkaiden fyysiset rajoitteet vaikuttavat saavutettavuuteen. Tällöin voidaan puhua esteettömyydestä. Esteettömyydessä tulee ottaa monia erilaisia rajoitteita ja ensisijaisen tärkeää on taata turvallisuus kaikille asiakkaille. Huomioimattomien arvoisia esteettömyyteen liittyviä haasteita voi olla ruumiillisten, älyllisten tai henkisten vammojen kanssa kuten esimerkiksi liikuntarajoitteet, näkövamma tai kuulovamma. (Business Finland 2021.)

Inklusiivisuus matkailussa tarkoittaa sitä, että annetaan samat mahdollisuudet kaikille osallistua riippumatta yksilön ominaisuuksista. Käytännössä se on asiakkaan tarpeiden huomioimista. Se on syrjimätöntä palveluntuottamista, jotta saadaan asiakas tuntemaan olevansa yhtä tärkeä ja kokemaan matkailuelämykset jokainen tasavertaisina toisiinsa nähden. Inklusiivisuus voidaan käsittää omalla käsitteellä, joka pitää sisällään sekä saavutettavuuden että esteettömyyden käsitteet. Inklusiivisuus antaa laajemman ymmärryksen hyväksynnästä olla oma itsensä. Tällaisen osoituksena voi olla esimerkiksi eri uskontojen asettamien rajoitusten huomioiminen kuten halal-ystävällisyys tai LGBTQ-yhteisöä huomioiva We Speak Gay -sertifiointi, jota esitellään opinnäytetyössä luvussa 3.6.2. (Business Finland 2021.)

3.5 Sidosryhmätoiminta

Ilman sidosryhmiä ei yksinään yritys voi toimia. Sitoutuminen eri sidosryhmiin on myös ensimmäisiä asioita, joita tehdään yrityksen liiketoimintaa ajatellen. Sidosryhmiin voidaan ajatella kuuluviksi asiakkaat, työntekijät ja eri alojen yhteistyökumppanit kuten ruokapalvelut, puhtaanapito tai ohjelmapalvelut. Yritys pyrkii luomaan sidosryhmien keskuudessa tyytyväisyyttä, joka johtaa korkeatasoiseen palveluun ja kokonaiskehitykseen. (Kotler, Bowen & Makens 2010, 59.)

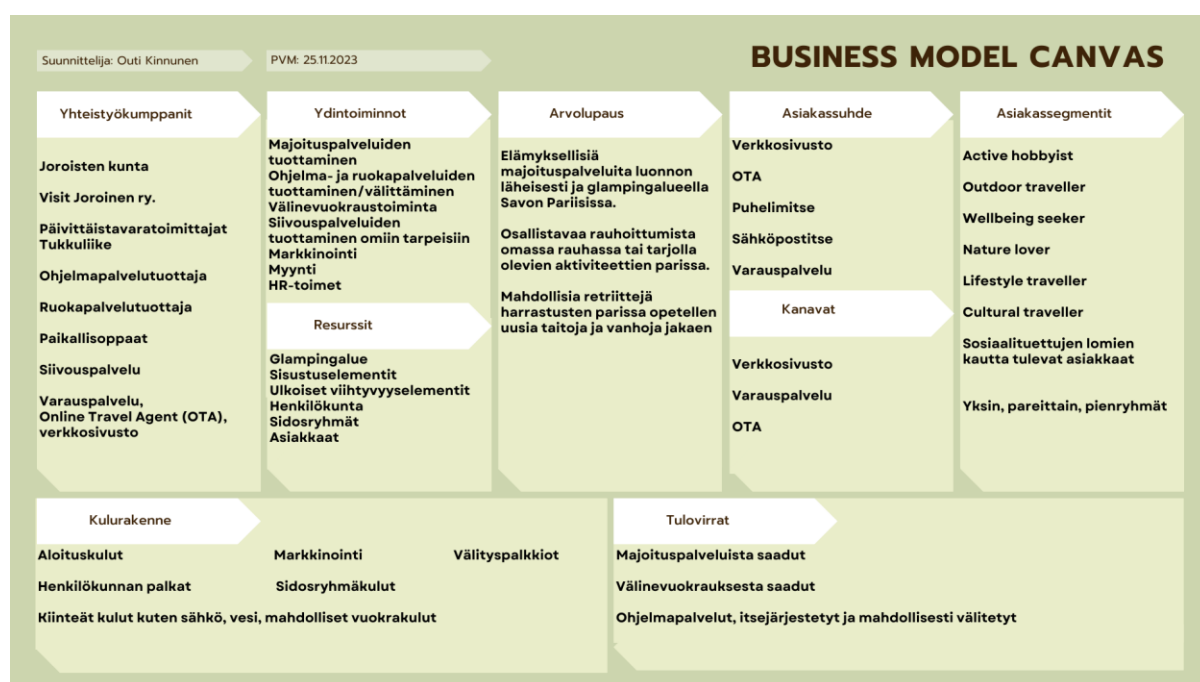
Matkailija hyötyy toimivasta sidosryhmäyhteistyöstä. Saumaton ja hyvin suunniteltu yhteistyö voi koostua esimerkiksi varauksesta, ennakkotiedotuksesta esimerkiksi tapahtumiin tai ruokailuihin liittyen, kyyditysten hoitumisesta appeen äärelle ja saunan lauteiden kautta puhtaisiin lakanoihin odotamaan aamupalaa ja päivän aktiviteetteja. Asiakaskokemukseen vaikuttaa jokainen piste, jossa asiakas on yhteydessä yritykseen tai sen yhteistyökumppanin palveluun. Pienimmillään asioilla on merkitystä joko asiakaskokemusta vahvistavana tai heikentävänä toimena. Asiakaskokemusta voidaan lähteä muokkaamaan asiakasta ymmärtämällä, visualisoimalla itsensä asiakkaan asemaan ja kulkevana asiakaspistepolun päästä häntään ensikosketuksesta jälkihoitoon luoden lisäarvoa systemaattisesti polun varrella.

Järjestettäessä oheispalveluita majoittujille, myös yleinen kiinnostus kannattaa ottaa huomioon. Jos paikallinen viihtyy samankaltaisten aktiviteetin parissa, nostaa se käyttöastetta suuremmaksi ja edesauttaa oheispalvelun kannattavuutta tarkastellessa tuloksia. Paikallisten kokemaa mielihyvää ja positiivisia vaikutuksia oheispalveluista ei tule unohtaa. Ohjelmapalveluita suunniteltaessa tulee tuottaa monille sopivia, helposti toteutettavia askareita. Askareet voivat olla halkojen hakkuuta, mahdollisia ruoanvalmistukseen tai käsitöihin liittyviä töitä. Ne voivat toimia kulttuurin jakamisen toimintoina ja elämyksellisyyttä lisäävänä vaikuttajana. Ohjelmapalveluihin kannattaa hyödyntää paikallisosaamista yrityksiltä ja yhdistyksiltä, näin ohjelmapalvelukattaus on laajempaa kuin mitä itse toimija voi tuottaa.

3.6 Business model canvas

Business model canvas eli BMC on yrityksen liiketoiminnan suunnitteluun suunnattu työkalu. Sen kehittäjinä ovat olleet Alexander Osterwalder, Christeine Parent ja Yves Pigneur. Mallia voidaan käyttää muun muassa aivoriihitoiminnoissa, tiimityöskentelyn tehostamisessa ja innovaatioiden ja uusien ideoiden järjeistämässä. Mallia voidaan muunnella tarpeisiin sopivaksi, sen tarkoituksena on selkeyttää päämääriä ja tavoitteita. (Business Models Inc. 2022.)

BMC tiivistetään yhdelle A4-kokoiselle arkille yhdeksän pääotsikon alle. Kumppanit -otsikon alle tuodaan julki ne yhteistyökumppanit, joita ilman yritystä ei olisi. Ydintoiminnot kertovat päivittäisen toiminnan keskeiset mallit. Resursseina käsitellään niitä asioita ja järjestelyjä, jotka mahdollistavat toiminnat. Arvolupaus kiteyttää tarjotun palvelun tai tuotteen ja sen mitä se tuottaa asiakkaalle. Asiakassuhteissa mietitään mistä asiakassuhteet tulevat ja kuinka niitä ylläpidetään. Kanavat -osiossa kohdennetaan sitä, kuinka asiakkaiden kanssa kommunikoidaan ja kuinka arvolupaus saadaan toteutettua. Asiakasryhmiin koostetaan ne potentiaalisimmat segmentit, joiden oletetaan tuottavan eniten tuottoa mutta tässä mallinnuksessa nostetaan esiin myös arvopohjaisuus segmenteissä. Kulurakenteissa listataan suurimpien kulueriä aktiiviteettien ja resurssien näkökulmasta. Tulovirroilla tarkoitetaan kolmea tärkeintä tulonlähdettä ja jos jotain tehdään ilmaiseksi, listataan sekin tähän. Alla olevassa kuvassa (ks. kuva 8.) on esitetty Business Model Canvas -mallinnos glampingtoiminnasta Joroisissa. (Business Models Inc. 2022.)



KUVA 8. Business Model Canvas -mallinnos glampingtoiminnasta Joroisissa

3.7 Hyödyllisiä sertifikaatteja suunnittelun ja markkinoinnin avuksi

Yritystoiminnan sertifiointit kannustavat siirtämään vastuullista toimintaa suunnittelun tasolta käytäntöön. Sertifikaatit tuottavat tietoa toiminnasta ja osoittavat yrityksen toimineen hyväksytyllä tavalla. Ne ovat toisin sanoen viestinviejiä ja edesauttavat tulkitsemaan muun muassa arvoja sekä tekoja. Niitä voidaan hyödyntää markkinointiin tai ne saattavat toimia ohjeistajina kohti haluttuja tavoitteita. (Harmaala & Jallinoja 2012, 90–102.)

3.7.1 Sustainable Travel Finland

Sustainable Travel Finland eli STF on matalan kynnyksen kehittämisohjelma matkailualan yrityksille ja kohteille. Sen avulla voidaan kehittää omaa toimintaa kohti kestävämmän kehityksen ratkaisuja. Kun ohjelmassa määritetyt kriteerit on saavutettu, saa oikeuden käyttää Sustainable Travel Finland -

sertifikaattia, joka on niin kutsuttu sateenvarjomerkki, minkä alla yhdistyvät jo olemassa olevat kestävä matkailua edistävät sertifikaatit. Merkin saaminen edistää kestävä matkailua ja siitä viestimistä, edesauttaa kuluttajia valitsemaan matkakohteitaan ja luo sekä ylläpitää kestävä matkailun yhteistyötä muiden tahojen kuten kuntien, julkisten toimijoiden, alueorganisaatioiden sekä yritysten välillä. (Visit Finland 2023d.)

Sustainable Travel Finland -polku on netissä todennettava seitsemän askeleen ohjelma, joka lähtee liikkeelle perustaidoista, joilla varmistetaan yrityksen tai matkailukohteen eli destinaation ymmärrys kestävästä matkailusta. Yrityksille sekä destinaatioille on olemassa omat polut, jotka eroavat toisistaan jonkin verran toisen ollessa suurempi yksikkö. (Visit Finland 2023e.) Tässä opinnäytetyössä tullaan keskittymään yrityksen läpikäymään osioon Sustainable Travel Finland -merkin saavuttaakseen.

STF-polulle lähtö tapahtuu nolla tasolta, jolloin yritys tiedostaa mitä on kestävä kehitys ja kuinka se vaikuttaa matkailussa. Tämän tietoisuuden tason voi saavuttaa tutustumalla Visit Finlandin luomaan Sustainable Travel Finland onlineoppaan osiossa Johdatus kestävä matkailuun. Toisin sanoen ollaan selvillä siitä mitä kestävä matkailu on ja mitä se terminä tarkoittaa Visit Finlandin organisaatiossa.

Ensimmäisellä virallisella tasolla eli askeleessa 1 varmistetaan, että yritys on sitoutunut kestävä matkailun edistämiseen. Virallinen päätös tehdään tapaamisessa, jossa kokoontuu ylempi johto kuten yhtiökokous tai yhtiön hallituksen kokous. Siinä tehty päätös on osoitus vastuullisuuteen sitoutumisen tärkeydestä kaikilla tasoilla. Täytyy ottaa huomioon, millaisia sidosryhmiä yrityksellä on kuten muun muassa kunta, matkailun alueorganisaatio, siivouspalvelut ja julkinen liikenne. Sidosryhmien osallistaminen luo yhteistyötä ja tukiverkostoja tavoitteiden saavuttamiseksi. Yrityksessä tulee olla nimetty ryhmä, joka vastaa muun muassa kestävä matkailun tavoitteita kohti kulkemisesta, viestinnästä ja aikataulutuksesta. Ryhmässä voi toimia erikseen nimetty vastuuhenkilö, joka ottaa päävastuun yrityksen sisällä viestimiseen sekä sidosryhmille että luo tunnukset ja kommunikoi Visit Finlandin suuntaan. Henkilökunnan sitouttaminen kestäviin menettelyihin luo pohjaa läpinäkyvyydelle toiminnassa. Henkilökunnalta saadaan ideoita käytännön toimimiseen ja se luo keskusteluyhteyden johdon sekä henkilökunnan välille. Kestävä matkailun periaatteiden tulisi olla tärkeitä koko yritykselle. Kun nämä on päätetty tulee tuoda julki yrityksen ulkopuolisessa tiedottamisessa, että hankkeeseen on lähdetty ja se koetaan tärkeäksi. Kaikista tehdyistä toimenpiteistä toimitetaan dokumentti STF-alustalle ja allekirjoitetaan sitoutuminen Visit Finlandin kestävä matkailun periaatteisiin. (Visit Finland 2023f.)

Toisessa askeleessa edistetään osaamista kestävä matkailun saralla. Osaamista voi kartuttaa osallistamalla Visit Finland Akatemian -koulutukseen, mikä on yrityksille suositeltavaa ja destinaatioille pakollista. Tämän askeleen aikana tutustutaan yrityksen omiin voimavaroihin ja siihen missä pisteessä ollaan sekä mitä kohti ollaan menossa. Tämä tehdään itsearviointin myötä, joka on tärkeä osa yrityksen omaa kehitystä ja tunnistaessa kehityskohteita niin itsessään kuin sidosryhmissään. Itsearviointi toimii myös keinona osallistaa henkilökuntaa sekä yritysjohtoa kestävyysmatkalla. Itsearviointista havainnoidun tiedon perusteella voidaan selkeyttää akuuteimmat kehityskohteet ja loogisin lähestymistapa kohti STF-sertifikaattia. (Visit Finland 2023g.)

Kun on tunnistettu oman toiminnan elementtejä, kolmannessa vaiheessa luodaan kehityssuunnitelma. Kehityssuunnitelman tulee sisältää myös toimenpidesuunnitelma ja sen tulee kattaa kaikki kestävyuden ulottuvuudet eli taloudellinen, ekologinen ja sosiokulttuurillinen. Taloudellisen ulottuvuuden tarkastelussa tulee ottaa kantaa vierailijakokemuksen kehittämiseen, matkailun inklusiivisuuteen ja yhdenvertaisuuden edistämiseen, kuinka paikallisyhteisö otetaan huomioon yritystoiminnassa ja kuinka vastuullisuusviestintä käytännössä toimii asiakkaille. Ekologista ulottuvuutta käsitellessä vinkataan, kuinka oman yritystoiminnan negatiivisten vaikutusten olemassaolo saadaan minimoitua ja taas positiivisten vaikutusten maksimoitua, kuinka oma toiminta vaikuttaa yhteiskunnan perusrakenteisiin ja palveluihin eritoten kestäväen kehityksen näkökannalta. Tuodaan ilmi, kuinka yrityksen toiminta vaikuttaa luontoon ja ilmastoon, kuinka sen vaikutuksia saadaan minimoitua käytännön tasolla joka päivässä toiminnassa. Taloudellisen kestävyuden analysoinnissa pohditaan kannattavuutta sekä matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia enimmäistämistarkoituksessa. Pohdittaessa taloudellista vastuuta otetaan kantaa myös tuotekehityksen, markkinoinnin ja sidosryhmäviestinnän kehittämiseen. Samoin investointeja ja hankintoja sekä henkilöresursseja on hyvä huomioida. Toimenpidesuunnitelmaan tulee kirjata myös toimenpiteiden lisäksi, tavoitteet, aikataulut, vastuuhenkilöt, budjetti, raportointi sekä mittarit ja indikaattorit. (Visit Finland 2023h.)

Sustainable Travel Finland -sertifiointi vaatii toimia myös vastuullisuusviestinnän eteen. Neljännessä vaiheessa keskitytään sen toteuttamiseen. Viestinnän tulee olla läpinäkyvää ja todenmukaista sekä sen tulee olla osoitettua sekä kotimaiselle, että ulkomaiselle kohdeyleisölle. Viestinnässä kannattaa ottaa huomioon oma asiakaskunta ja yritykselle tärkeät arvot. Glampingalueelle tärkeänä voidaan pitää luonnonläheisyyttä, paikalliskulttuuria ja -historiaa sekä vastuullisuutta. Pienten viestien merkitystä ei voida riittävästi korostaa ja usein vastuullisuusviestiminen voi johtaa jopa pieneen ryhtiliikkeeseen myös kotona. Viestimisessä kannattaa tehdä valinnat tarkoin sen mukaan mitä laitetaan ulkoisiin kanaviin kuten sosiaaliseen mediaan ja sisäiseen viestintään kuten ohjenuoriksi majoitukseen muun muassa kierrätyksen merkityksestä. Matkailijoita kiinnostaa yleiselläkin tasolla jo se, mitä toimia yritys tekee edistääkseen kestäväää kehitystä. Siitä voi kertoa hiilijalanjäljen tuloksella, käytettyjen raaka-aineiden paikallisuuden kannalta, millaista työvoimaa käytetään, kuinka energia tuotetaan ja muun muassa millaisia vaikutuksia on matkailijan valinnalla juuri matkata valitsemaansa paikkaan. (Visit Finland 2023i.)

Viides askel koskee sertifiointia. Yrityksellä, jonka tähtäimessä on STF-merkintä, tulee olla jokin ohjelmaan hyväksytty sertifikaatti. Näitä on esimerkiksi LEED, Ekokompassi, Good Travel Seal (GTS), Ecolabel, Joutsenmerkki tai vaikka Kirkon ympäristödiplomi. Osaan edellä mainituista perehdytään tässä opinnäytetyössä. Sertifiointi tuo struktuuria päivittäiseen toimintaan ja prosesseihin kohti haluttua tavoitetta. Sertifiointi auttaa hahmottamaan kehityskohteita, luo merkityksellisyyttä henkilökunnalle toimien veto- ja pitovoimatekijänä. Näin ollen se vaikuttaa työnantajakuvaan. Matkailijoille sertifikaatit auttavat päätöksen teossa, niiden avulla hän pääsee navigoimaan juuri hänen arvojaan ja valintojaan tukevia yrityksiä kohti. Sertifikaatit luovat pohjaa yhteiskunnallisten asioiden huomiointiin muun muassa paikallisuuden, inklusiivisuuden ja luonnon suhteen. Paikallisuusväestö hyötyy sertifiointeista muun muassa työllistymisaspektissa, paikallistuotteiden kuluttamisessa ja yhteistöiden muodossa. Kun sertifikaatin haun yhteydessä on kiinnitetty huomiota energia- ja vedenkulutukseen,

luo se edellytyksiä paikallisväestön perustoimien ylläpitoon. Matkailuyritysten sertifioinneissa kiinnitetty huomio luontoon ja sen monimuotoisuuteen edesauttaa esimerkiksi luonnon tai jopa perinnetäydellisen ylläpidossa. Koottuna ajatuksena sertifioinnit luovat edellytyksiä luonnolle, ihmisille ja taloudelle kehittymään tiedostettuna kokonaisuutena yhteiseen suuntaan yhtenä rintamana. (Visit Finland 2023j, Visit Finland 2023k.)

Kuudennessa askeleessa syvennyttään toiminnan ja sen vaikutusten mitattavuuteen, joiden avulla todennetaan toimien vaikutuksia niin hyvässä kuin huonossa. Mittaaminen luo läpinäkyvyyttä ja luotettavuutta tekoihin ja niiden oikeellisuuteen, ehkäisten viherpesua ja luoden perustaa tulevaisuuden vertailukohdille. Tilastotietoutta hyödynnetään tiedolla johtamiseen ja sitä myöden uusien suunnitelmien ohjaukseen. Tällöin päätöksiä tehdään pohjautuen faktaan eikä fiktion. Kohti STF-sertifiointia mennessä tulee täyttää indikaattorien seurantatietolomake, joka tuottaa vertailu- ja julkaisukelpoista tietoa Suomen kestävän matkailun tilasta ja luo raportteja hyödynnettäväksi omassa toiminnassa. Indikaattorilomake kyselyssä ilmoitetaan muun muassa yrityksen toiminnasta työntekijöiden työsuhteiden luonne ja niiden lukumäärä sekä sukupuolijakaumaa erityisesti esihenkilö- ja johtotasolla. Ilmastomuutoksen hillitsemiskohdassa kerrotaan toimenpiteet mitä ollaan tehty asian hyväksi esimerkiksi hiilijalanjäljen, hankintojen ja käytettyjen materiaalien tai jätehuollon ja kierrätyksen suhteen. Toimitilojen arvioinnissa kiinnitetään huomiota veden ja energian kulutukseen sekä toimenpiteisiin niiden minimoimiseksi. Monimuotoisuuden suojelemista koskevalla osa-alueella yritys vastaa siihen, onko sillä toimenpiteitä monimuotoisuutta ajatellen. Kenties biodiversiteettiohjelmaa, osallistumista haittakasvien hävitykseen tai ennallistamistoimenpiteisiin tai aktiivista toimintaa eläinten hyvinvoinnin edesauttamiseen. Majoituspalveluiden osalta seurataan kuukausitasolla majoittujamääriä sekä heidän viipymiään kohteessa. Ruokapalveluissa luomu ja kestävästi tuotetut ruokatuotteet ovat keskiössä. Ohjelmalveluita järjestävissä kohteissa seurataan kävijämääriä. (Visit Finland 2023l.)

Viimeinen vaihe on sopimuksen tekeminen Business Finlandin/Visit Finlandin kanssa STF-merkin käytöstä, hyväksytään käytösäännöt ja sitoudutaan visuaalisen ohjeistuksen noudattamiseen. Sopimus tehdään Sustainable Travel Finland -onlinealustalla. Saatuaan STF-merkinnän yrityksen tulee uusia merkki samalla aikataululla kuin auditoitu sertifiointi, joka yrityksellä on esimerkiksi Joutsenmerkki. Uusittaessa STF-merkkiä tehdään itsearviointi, jossa pohditaan omia kehittymisiä ja heikkouksia, jotka vaativat lisäsatsauksia. Samalla voi päivittää kestävän matkailun toimenpidesuunnitelman. (Visit Finland 2023m.)

3.7.2 Muita esimerkkejä sertifikaateista

Sertifikaatteja on olemassa paljon erilaisia ja alla esitellään erilaisia glampingtoimintaan soveltuvia niistä. Siihen millaisia sertifiointeja yritys hakee, vaikuttaa muun muassa toimijan omat mielipiteet ja arvomaailma.

WE SPEAK GAY

Sateenkaariystävällisyydellä matkailussa tarkoitetaan sitä, että sateenkaarivähemmistöihin eli LGBTQ-vähemmistöihin kuuluvat ihmiset toivotaan turvallisesti tervetulleiksi matkakohteisiin. Tätä varten on kehitetty Suomessa käytetty sertifikaatti We Speak Gay. Sertifiointi ei ainoastaan luo asiakkaille osoitusta inklusiivisuuden huomioinnista vaan myös työntekijöille ja sidosryhmille viestin

siitä, että kyseinen yritys tukee ajatusta siitä, että kuka vaan saa olla juuri sitä mitä on ja tulee nähdyksi sellaisena. Kehittävän matkailun toimiessa tiedon jakamisen perustalta ja voidaan murtaa ihmisten epätietoisuutta, joka aiheuttaa suvaitsemattomuutta esimerkiksi seksuaalivähemmistöjä kohtaan. (We Speak Gay julkaisuaika tuntematon.)

Sertifioitu yritys on saanut koulutusta siihen, kuinka huomioida sateenkaariasiakkaat palveluiden suunnittelussa ja viestinnässä. Yritys pääsee liittymään We Speak Gay -yhteisöön, josta saa lisätukea muun muassa hashtagien käyttöön, tietoa tärkeimmistä merkkipäivistä sekä näkyvyyttä Gay Travel Finland -sivustolle ja oman sijainnin sateenkaarimatkailijan karttaan. (We Speak Gay julkaisuaika tuntematonb.)

EKOKOMPASSI

Ekokompassi on ympäristöasioiden hallintaan keskittynyt ympäristöjärjestelmä. Se auttaa organisaatioita saavuttamaan käytännön hyötyjä ympäristövastuun organisoinnissa, riskienhallinnassa, lainsäädännön, sidosryhmäviestinnän ja näiden kaikkien yhteen saattamana organisaation profiilin nostamisena. Ympäristöjärjestelmä on ympäristöjohtamisen työkalu. Järjestelmänä Ekokompassi auttaa huomioimaan, että merkittävimmät näkökohdat otetaan huomioon. Yritys itse määrittelee omat tavoitteet ja toimenpiteet. Itse määritettyjen tavoitteiden taustalla on jatkuva kehittyminen. Vähimmäiskriteereinä on saavutettujen tavoitteiden taso. (Ekokompassi julkaisuaika tuntematon, Ekokompassi 2022.)

Kun organisaatio on rakentanut ympäristöjärjestelmän ja läpäissyt auditoinnin, se saa käyttöönsä Ekokompassi-sertifikaatin, joka todentaa sen kantavan ympäristövastuun asiakkaille, yhteistyökumppaneille ja työntekijöille. Ekokompassi on verrattavissa kansainvälisten ISO-14001 ja EMAS-standardien kanssa. (Ekokompassi julkaisuaika tuntematonb, Ekokompassi 2022.)

Ekokompassi kotimaisena sertifikaattina on erinomainen vaihtoehto kehittävää matkailua ajatellen. Ekokompassin ymmärrys suomalaisen yrityksen tarpeista ja toimista asettaa sen eri asemaan, jos vertaa ulkomaisia sertifiointeja.

GOOD TRAVEL SEAL

Good Travel Seal eli GTS on nelitasoinen vastuullisuussertifikaatti, joka on suunnattu matkailuyrityksille ja matkailuorganisaatioille. Se on voimassa kaksi vuotta kerrallaan ja sen hinnoittelu on riippuvainen yrityksen tai organisaation koosta. Arviointi on tuloskorttipohjainen ja arvioitavia teemoja on 12 kappaletta. Teemoja ovat muun muassa saavutettavuus, vesi, jätehuolto, kulttuuriperinnöllinen vaaliminen ja luonto, maisemointi sekä viheralueet. (Green destinations julkaisuaika tuntematon.)

Ensimmäisen tason vastuullisuussertifiointi on tarkoitettu pienille ja keskikokoisille yrityksille. Tasolta on helppo lähteä etenemään GTS-tasoilla. Ensimmäisellä tasolla yritystä haastatellaan kriteeristön täyttymisestä ja yritys voi ansaita sertifikaatin. Seuraavilla tasoilla arviointeja tekevät asiantuntijatiimi sekä yritys itse. Auditoinnit tehdään virtuaalisesti, samoin itsearviointi ja raportointi ympäristötoimista. (Green destinations julkaisuaika tuntematon.)

Etuja osallistumisesta Good Travel Seal -ohjelmaan ovat muun muassa toiminnan läpinäkyvyyden tehostaminen, veden ja energian säästäminen sekä markkinoinnillinen näkyvyys useissa eri rajapintojen kautta (Green destinations julkaisuaika tuntematon).

WELCOME CYCLIST

Welcome Cyclist -tunnus on Pyöräilymatkailukeskuksen suunnittelema merkki helpottamaan pyöräilijöiden matkustusta. Pyöräilijä ystävällinen -organisaatio tuottaa palveluita myös ajatellen polkupyöräileviä matkailijoita. Welcome Cyclist -tunnus on ilmainen ja vastineeksi saa kasvavan pyöräilijäyhteisön tietoisuuteen yrityksensä. (Bikeland 2021.)

Tunnus on helppo saada, kriteeristö saadaksesen sen käyttöön on yksilöitu eri palvelu kategorialle. Majoituspalveluiden kriteeristön mukaan paikassa tulee löytyä muun muassa jalkapumppu, turvallinen paikka pyörälle, perushuoltomahdollisuudet ja pyörän sekä vaatteiden pesu- tai huuhtelumahdollisuus. (Bikeland 2021.)

Pyöräily on ollut trendinä jo useamman vuoden ajan Suomessa. Kaupungeissa tuetaan pyöräilyä eri tavoin ja sähköpyörien yleistyminen luo edellytyksiä pidempien matkojen pyöräilemiseen olematta kilpapyöräilijä. Joroisten lähetyvillä menee pienempiä teitä paljon, jotka soveltuvat matkapyöräilyyn, jolloin tunnuksen käytölle on selkeästi perusteita.

4 PAIKALLISTEN OSALLISTAMINEN KYSELYN AVULLA

4.1 Määrällinen tutkimus

Tässä opinnäytetyössä on mukana teoreettista tutkimusta, tiedon yhdistämistä käytäntöön ja sitä täydentävänä osana on tutkimus, jossa on käytetty empiirisen tutkimuksen menetelmiä. Täydentävä osa on kysely kvantitatiivisin menetelmin toteutettuna, johon päädyttiin ajankäytöllisistä syistä kyselyä toteutettaessa. Kyselyn toteutusajankohtana oli elokuu 2023 ja paikkana Elävä Maaseutu 2023 -messut. Messut nousivat luonnollisena vaihtoehtona kyselyn pitopaikkana esiin ensitapaamisessa tilaajan kanssa. Messuilla tutkimukseen oli mahdollista saada laajin perusjoukko.

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa hyödynnetään prosenttiosuuksien ja lukujen avulla vastauksia tutkimuskysymyksiin. Apuna tulkinnoissa voidaan käyttää taulukoita ja kuvioita. Tavanomaisesti tilastollisessa tutkimuksessa tutkitaan nykytilanteita, asioiden riippuvuuksia tai tapahtuneita muutoksia. Tyypillisiä kysymyksiä määrällisessä tutkimuksessa ovat mikä, missä, paljonko ja kuinka usein. Määrällisen tutkimuksen materiaaleja saadaan suoraan muun muassa Tilastokeskuksesta mutta usein tutkimus toteutetaan esimerkiksi itse tehdyn lomakkeen avulla kuten tässä opinnäytetyössä tehtiin. (Heikkilä 2014, 15-17)

Tutkimusongelman perusteella valitaan tiedonkeruumenetelmä, jonka avulla saadaan koostettua kattava otanta. Otantamenetelmää valittaessa otetaan huomioon tavoitteet, perusjoukon sijainti, sen samankaltaisuus tai keskinäinen erilaisuus, mahdollinen budjetti ja jo valmiina olevat rekisterit ja luettelot. Otosjoukon homogeenisuudella tarkoitetaan sitä, ettei vaihtelua tutkituissa ominaisuuksissa juuri ole ja heterogeenisissa vaihteluita taasen on runsaasti. (Heikkilä 2014, 33-34.)

4.2 Hyvän tutkimuksen vaatimukset

Hyvä tutkimus on luotettava, pätevä, puolueeton, tehokas sekä taloudellinen. Sen tulee olla avointa sekä tuoda julki hyödyllisiä ja käyttökelpoisia tuloksia. Tuodessaan uusia asioita esiin sen voidaan sanoa olleen myös relevantti. Relevanttiuteen liittyy tutkimusmenetelmän valinta ja kysytyjen kysymysten tarpeellisuus. Tehokkuus ja taloudellisuus voidaan mitata hyötysuhteena, joka voi ilmetä tutkimuksen julkaisun jälkeen. Puolueettomuus on tärkeä elementti tutkimuksessa. Tutkijan tulee olla objektiivinen omien mielipiteiden sekä tutkimustulosten suhteen. Vääristely tutkimustulos vesittää koko tutkimuksen antaen virheellistä tietoa. Luotettava tutkimus ei ole sattumanvarainen vaan tarpeeksi kattavasti tehdyn tutkimuksen vastausten perusteella voidaan tehdä johtopäätöksiä. Kyselyn pätevyys eli validius tarkoittaa, että oikeilla kysymyksillä on saatu mitattua vastauksia juuri haluttuihin kysymyksiin. Tutkimuksessa perusjoukon määrittely tarkoin, tarpeeksi suuren otoksen saaminen sekä korkea vastausprosentti ilman suurta katoa auttavat validiuden todentamista. (Heikkilä 2014, 27- 30)

Hyvän tutkimuksen tulee noudattaa eettisyysohjeita. Tutkijan tulee kunnioittaa tutkimukseen osallistuneiden ihmisarvoa ja itsemääräämisoikeutta kuten perustuslaissa määrätään. Tutkijan tulee myös kunnioittaa kulttuuriperintöä ja luonnon monimuotoisuutta. Tutkimuksesta ei tule aiheutua haittaa tai vahinkoa sitä toteutettaessa tutkimuskohteena oleville ihmisille tai yhteisöille. Tutkimukseen osal-

listumisen tulee olla vapaaehtoista ja siihen liittyvää tietoa tulee saatavilla tarvittaessa. Tutkijan tulee ilmoittaa etukäteen tavoitteistaan ja tutkimuskäytännöistä osallistujille. Yksilöiviä henkilötietoja käsiteltäessä tulee ottaa huomioon tietosuojasetusten määräykset. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019, 7-12)

4.3 Messuilla toteutettu kysely

Opinnäytetyötä suunnitellessa esille nousi kehittävästä matkailusta paikallisten kuunteleminen ja huomioonottaminen. Tähän löytyi mahdollisuus kyselyn muodossa. Otantamenetelmäksi valikoitui yksinkertainen satunnaisotanta, jolla haluttiin varmistaa vastaajien maksimimäärä. Tutkimuksen otoskooksi jäi 42. Tämä osoittautui ennakoitua pienemmäksi ja ei välttämättä korreloi yleistä mielipidettä. Tutkimuksen validiteetti saattoi jäädä otoskoon vuoksi vajaaksi. Toisaalta tutkimuksella ei ollut tarkoitus selvittää absoluuttisia mielipiteitä vaan tuoda julki ehdotuksia ja vallitsevaa mielipidettä glampingtoimintaa ja kestävän kehityksen arvoja kohtaan. Myös otosjoukko oli homogeeninen iän mukaan arvioituna ja taasen tarpeeksi heterogeeninen asuinpaikan suhteen eli perustietoa Joroisten matkailun nykytilasta oli kyselyyn vastataksaan.

Kysely toteutettiin Webropol -kyselynä. Kysely toteutettiin pääasiassa tilastollisilla kysymyksillä. Kyselyyn pääsi QR-koodin kautta, joka sisällytettiin käyntikorttikokoiseen jaettavaan materiaaliin. Näitä jaettiin 180 kappaletta yhteensä Savonia-ammattikorkeakoulun, Joroisten kunnan sekä opinnäytetyön tekijän yhteistyöllä. Kunnan omalla messuosastolla oli suurempi esittäytyminen opinnäytetyöhön a3-kokoisessa julisteessa (ks. liite 1.).

Kysely koostui maksimissaan 21 kysymyksestä. Osa kysymyksistä tuli esiin vasta tietyn vastauksen annettua niin sanotusti täsmentävänä kysymyksenä ja jokaisen niin sanotun osa-alueen jälkeen oli mahdollista vastata avoimeen kysymykseen, jos mieleen tuli enemmän asioita. Kysely suunnattiin täysi-ikäisille. Kysely oli auki kaksi viikkoa messujen jälkeen, jolloin se meni automaattisesti kiinni (ks. liite 2.).

4.4 Tulosten läpikäynti

Ensimmäiset kysymykset olivat vastaajien demografisiin tekijöihin liittyviä. Näiden perusteella saatiin tietoa, onko vastaajan asema millainen suhteessa paikkakuntaan ja siitä kuinka eri-ikäiset lähestyvät asiaa. Vastaajista 58 prosenttia oli naapurikuntalaisia, 37 prosenttia joroislaisia ja loput satunnaisia kävijöitä. Ikäprofiilina vastauksista erottui selkeästi 51–62-vuotiaat prosentin enemmistöllä.

Seuraavana hahmotettiin vastaajien tietoisuutta siitä mitä glamping on. Puolet vastaajista tiesivät mitä se on. Riippumatta vastauksesta seuraavalla sivulla tuli tietoisuus siitä mitä glamping tässä tapauksessa tarkoittaa sanoin ja kuvituskuvin. Kysymyksen takana oli kartoittaa sanan tunnettuutta. Glamping on tullut viime vuosina useissa medioissa esille erilaisissa asiayhteyksissä. Toisin sanoen kysymyksessä oli vastaajien yleistiedon tasoa kapealla otannalla korreloiva kysymys.

Kysymyspatteristo jatkoi eteenpäin mahdollisen glampingalueen sijoituspaikasta. Haluttiin kartoittaa vastaajilta, millaisessa ympäristössä he toivoisivat majoituksen olevan. 55 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että järvenranta olisi sopiva paikka glampingille. Harjumasema miellyttäisi 40 pro-

senttia vastaajista. Kysymyksen voisi olettaa olevan johdatteleva ottaen huomioon sen valmiiksi annetut vastausvaihtoehdot. Ennakoivasti oletettiin vastaajien valitsevan harjumaiseman enemmistönä. Kunnassa on harjumaisemissa jo entuudestaan toteutettua aktiviteetti- ja majoitustoimintaa ja niiden vetovoiman olisi voinut olla suurempi. Järvenrannan todettiin olevan mielekkäämpi kohde glampinglomalle.

Vastaajista 75 prosenttia toivoisi toiminnan olevan yritys vetoista ja loput melko tasaisesti yhdistystai työpajapainotteista. Kysymyksellä haettiin suoran vastauksen lisäksi sitä, löytyykö syvempää yhteisöllistä ajatusmallia. Yrityksen odotetaan tuottavan tulosta mutta yhdistykset eivät saa olla tuottavia, voitonjakoa harjoittavia yksiköitä. Sen tuotot ohjataan toimintaan, näin ollen ruokkien lisää toiminnan edellytyksiä.

95 prosenttia vastaajista toivoo glampingtoiminnan tekevän yritys yhteistyötä paikallisella tasolla. Erityisesti yhteistyötä toivottiin olevan ravitsemiseen ja retkeilyyn liittyen, toiveina myös luoda laajoja kokonaisuuksia yhdessä muiden kanssa, jotta saataisiin enemmän yhteistyötä, asiakkaita ja näkyvyyttä. Kysymys on helpommin tulkittavissa oleva yhteisöllisyyttä mittaava ja uudistavaa ajatusmallia todentava. Toive yritys yhteistyöstä antaa olettaa sen, ettei sijaa toisen yrityksen yksin menestyvälle mallille ole.

Glampingmajoituksen rakentamiseen toivotaan käytettävän kierrätysmateriaaleja. Vain 20 prosenttia vastaajista toivoi uusien materiaalien käyttöä. Myös paikallisesti tuotettu uusiutuva energia herätti mielenkiinnon 85 prosentista vastaajista. Aurinko- ja tuulienergian toivottiin olevan pääasiallisia energianlähteitä ja eritoten paikallisesti tuotettuna. Molemmissa kysymyksissä voitiin tulkita ihmisten mielipiteitä ekologisuutta kohtaan.

32 % vastaajista kuvittelee voivansa olla mukana esimerkiksi talkoopäivässä, jossa voitaisiin edistää hanketta maansiivousteiden, rakentamisen tai toimintaan liittyvän ylläpidon merkeissä. Osallistujat toivoisivat talkoita liittyen korjauksiin ja energiantuotannon toimiin. 68 prosenttia ei halua osallistua toimintaan. Yhteisöllisyyttä ja vapaaehtoistoimintaa varten ei tarvita välttämättä erikoistaitoja. Kysymyksessä haettiin halukkuutta asettaa itseään epäitsekäseen asemaan.

Kysymykseen oheispalveluista esimerkiksi välinevuokraukseen liittyen 63 prosenttia vastaajista voisivat vuokrata esimerkiksi sähköpyöriä, SUP-lautoja, kanootteja sekä lautapelejä ja käsityötarvikkeita. Vain 37 prosenttia ilmoitti, ettei ole kiinnostunut vuokrauksesta ja osa täydensi vastaustaan, ettei vuokraisi, koska omistaa jo itse välineitä. Kysymyksellä kartoitettiin oheispalveluiden tarpeita ja syitä sille, mikä mahdollisesti kiinnostaa vuokrattavissa laitteissa.

Kysymykseen kulttuurisesta jakamisesta, joka oli itse täydennettävä, ihmiset toivoisivat pääsemään jakamaan paikallista kartanokulttuuria, ruoanlaitto taitoja laavuilla ja nuotiolla tulistellen. Myös perinteisten käsityötekniikoiden jakaminen nousi esiin. Vapaassa sanassa koettiin, ettei heillä ollut perinteitä jaettavaksi. Yksinkertainen kysymys, jonka vastauksista toivottiin voivan tulkita erilaisia kulttuurisia tapoja ja mahdollisesti löytää Joroisissa olevia perinteitä. Kulttuuriset perinteet voidaan kokea haastaviksi ja niiden olemassa olemisen tunnistamiseen voidaan kaivata erillistä tutkiskelua.

Toiveissa olevista matkailijoista suurin osa olisi suomalaisia, sen jälkeen eurooppalaisia, pohjoismaalaisia ja lopuksi tasaisesti aasialaisia ja muita kansainvälisiä. Kukaan ei vastannut, ettei halua lisää

matkailijoita Joroisiin. 84 prosenttia vastaajista toivoisi, että paikallisten mielipiteitä ja ideoita otettaisiin huomioon liittyen matkailutoimintaan. Nettiportaalissa olisi vastaajien mielestä mielekästä jakaa ajatuksia. Oltiin myös sitä mieltä, että tällaisten kyselyiden kautta olisi mukavaa ja helppoa vastata. Osa oli tyytyväinen jo nyt käytyyn osallistavaan keskusteluun. Mahdollista glampingtoimintaa pidettiin hyvänä ideana sekä sitä, että kysytään ihmisiltä suoraan tiedontasoa ja mielipiteitä.

Edellävät kysymykset matkailijoista ja paikallisten huomioimisesta kokoavat alleen kehittävään matkailuun suuntautuvaa ajatusmallia. Vastauksissa toivotaan matkailijoita olevan enemmän ja ollaan kiinnostuneita oman vaikuttamisen mahdollisuuksista. Nämä yhdessä tarjoavat erinomaiset lähtökohdat matkailutuotteille ja -palveluille sekä matkailun tulevaisuudelle Joroisissa.

5 GLAMPINGTOIMINNAN SUUNNITTELU JOROISISSA

5.1 Tuki kunnalta ja toimijan löytäminen

Aloitettaessa glampingtoimintaa tulee perehtyä käsitteisiin liittyen yritystoimintaan sekä matkailutoimintaan. Menestyäkseen toiminta vaatii runsaasti toimenpiteitä niin toimijalta, tukea kunnan puolelta sekä suunnitelman perusteella tehtyjä päätöksiä useiden asioiden suhteen. Sitoutumista toimintaan odotetaan useilta tahoilta ja vastuun kantoa erityisesti toimijalta. Ensiaskeleina lähdetään etsimään toimijaa mahdollisesti jo ennakkoon osoitetulle alueelle, jossa toiminnan oletetaan käynnistyvän. Toisaalta ennakoivaa sijaintipäätöstä ei välttämättä tarvita mutta sopivan toimijan löytyminen asettaa lähtökohdat esimerkiksi Joroisen kunnan puolelta odotetulle tuelle. Tukena kunnasta voidaan osoittaa asiantuntijuutta rakennustoimelta esimerkiksi kaavoituksen suhteen, yritystoimintaan yritysasiainmieheltä esimerkiksi rahoituksen ja sopivien yhteistyökumppanien löytämiseksi ja mahdollisesti matkailuasiantuntijan palveluita kokonaisuuden ymmärtämiseen ja kehitykseen. Edesauttaakseen glampingtoiminnan aloitusta voidaan jo etukäteen selvittää mahdollisuuksia erilaisten rahoitustukien mahdollisuuksiin eri tahoilta niin lainan kuin kehittämistukien muodoissa.

Toimijan löytymiseen kannattaa panostaa esimerkiksi yleisellä haulla, jolla saadaan edistettyä inklusiivisuutta ja näin toimii kehittävän matkailun toiminnan edistäjänä. Inklusiivisen haun kautta tasa-arvoinen kohtelu ja syrjimättömyys toimijan valitsemisessa antaa mahdollisuuden yllättävällekin taholle ilmaista tahtoa aloittaa yritystoiminta Joroisissa. Valittaessa toimijaa otetaan huomioon millaisella panostuksella halukkaat pystyvät olemaan kokonaisuudessaan mukana. Muun muassa tasapainoinen taloustilanne, ajankäytön mahdollisuudet, referenssit mahdollisista edellisistä toiminnoista, käytännön kokonaisuuksien hahmottaminen, sopeutumiskyky eri tilanteissa ja yhteistyökyvykkyys ovat tärkeitä selvitettäviä ominaisuuksia. Toimijan löytymisen myötä täsmentyy myös toiminnan painottuminen joko tiettyihin vuodenaikoihin tai ympärivuotiseksi toiminnaksi. Tähän olennaisesti liittyy taloudellisen panostuksen kyky ja se mitä toiminnalta oikeastaan tarvitaan.

Kunnan rakennusviraston asiantuntijuutta kannattaa hyödyntää niin rakennuslupa-asioissa, energia-tekniikassa kuin kaavasuunnittelussa. Tässä opinnäytetyössä ei oteta kantaa eri lupien saantiin tai kriteeristöihin tämän enempää vaan niistä ohjataan kysymään kunnan omilta asiantuntijoilta.

5.2 Sustainable Travel Finland -sertifikaatin ohjaamalle tielle

Tässä opinnäytetyössä suositellaan suunnittelemaan toiminta suoraan Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -sertifioinnin pohjalta. Jo aiemmin esitelty sertifiointi luo perusedellytykset kestävän kehityksen polulle. STF-merkki koostaa alleen myös kehittävän matkailun periaatteita osakseen eikä Visit Finland tässä vaiheessa ole eriyttänyt sitä erikseen omaksi luvukseen. Merkinnän alleen kokoamia tietoja ja taitoja jalostamalla eteenpäin päästään etenemään kehittävän matkailun polulla. Aiemmassa kappaleessa jo todettiin, että toimijan tulee tutustua käsitteisiin toiminnan suhteen. Myös tutustuminen kestäväan matkailuun on tarpeen ja siihen tutustuminen kannattaa aloittaa Johdatus kestäväan matkailuun -oppaasta. Päätöksen kestäväan matkailuun sitoutumiseen pystyy tekemään sen perusteella. Opas ja sertifiointipolku eivät tuo suoria vastauksia vaan ne tulee jokaisen löytää itsenäisesti ja omin tavoin toimimalla. Sitoutuminen tulee tehdä virallisena päätöksenä ja se kannattaa tuoda julki myös yhteistyökumppaneille. Päätös saattaa rajata tietynlaisia kumppaneita

pois yhteistyökumppaneista mutta toisaalta se voi tuoda uusia mukaan ja toimia rohkeana esimerkkinä muille toimijoille.

Alkujaan tulee huomioida paikallisten toimijoiden hyödyntäminen toteutettaessa esimerkiksi rakentamista ja siihen liittyviä maansiirtotöitä. Suunnittelutyössä kannattaa hyödyntää mahdollisesti oppilaitosyhteistyötä kuten insinööriopiskelijoiden asiantuntijuutta rakentamisen, energiasuunnittelun ja ympäristörakentamisen suhteen muun muassa opinnäytetyön merkeissä. Rakentamisen, energian, jätehuollon ja muiden infraratkaisuiden suunnittelussa tulee ottaa huomioon kestävät ratkaisut ja mahdollisuuksien mukaan hyödyntää materiaalien uusiokäyttöä. Jos toimintaa suunnataan pääasiassa kotimaisille matkailijoille, Joutsenmerkin kriteeristö on erittäin pätevä tuomaan näkökulmaa eri ratkaisuihin. Olennaisesti rakennusratkaisuihin vaikuttavat ympärivuotisuus sekä se onko kyseessä useampien glampingmajoitusten yhdistelmä vai onko paikalla vain yksi majoitus. Huoltorakennus, jonne sijoitetaan wc-tilat, peseytymismahdollisuudet sekä ruoanlaitto mahdollisuus, on hyvä toteuttaa laadukkaasti. Näiden ominaisuuksien myötä asiakaskokemus useimmiten paranee. Alueen rakentamisessa tulee ottaa huomioon myös sen sulautuminen ympäröivään maisemaan.

Yhteisön apua ja yhteisöllisyyttä voidaan hyödyntää alusta alkaen. Rakennusvaiheessa mahdollisten talkoiden järjestämistä kannattaa pitää vaihtoehtona, esimerkiksi urheiluseurojen ja vanhempainyhdistysten tukemisen kautta hyödytään paikallisesti ja toiminta voi saada näkyvyyttä varhaisesta vaiheesta lähtien. Mietittävänä tulee olla kuitenkin talkootyön vaatavuusaste, siihen liittyvät turvallisuusasiat ja korvauspolitiikka. Vaikka työ olisi talkoopohjaista ja vapaaehtoisuuteen perustuvaa, voi toimija tukea esimerkiksi yhdistystä taloudellisesti.

Edetessä STF-ohjeistuksen viitoittamalla polulla toimija itsearvioi toimintaansa tunnistaen kestävyystekojaan, samalla huomaten millaisia toimia olisi vielä mahdollista toteuttaa ja mitä kehittää edelleen. Kannattaa hyödyntää tehtävää kehityssuunnitelmaa tiedon välittämisessä. Suunnitelmissa otetaan kantaa vastuullisuuden eri ulottuvuuksiin ja niiden eteen tehtäviin toimiin. Edelleen eteenpäin kehittävään suuntaan etenevänä toimena voidaan nostaa läpinäkyvyys. Glampingalueella tulee panostaa tehtyjen tekojen tuomiseen julki, se konkretisoi toiminnan hyötyjä. Esimerkiksi jätehuollosta voidaan asiakkaille informoida. Kerrotaan kuinka kierrättää, miksi sitä tehdään, mahdollisesti jopa kertoa kulkeeko roska-auto biopolttoaineella, missä jätehuoltolaitos sijaitsee ja keitä ovat ne henkilöt, jotka jätteet hakevat. Näillä toimilla voidaan saada aktivoitua asiakas huolehtimaan kierrätyksestä ja opitaan itse tuntemaan oman toiminnan mahdollistajat vaihe vaiheelta.

Sosiaalisesta vastuusta viestiminen on osa-alue, joka saattaa hämmästyttää monisäikeisyydellään. Vastuualue ei ole yksioikoinen vaan leviää työnantajavastuusta globaaliin tasoon ja siitä viestiminen kannattaa aloittaa pienin askelin esimerkiksi tiedottamalla lähiruoan käytöstä tai paikallisen juniori urheilutoiminnan tukemisella. Aiemmin esitelty sertifikaatti We Speak Gay puhuttelevat inklusiivisuuden tukemisellaan toivottamaan tervetulleiksi jokaisen omana itsenään turvalliseen ilmapiiriin.

5.3 Glampingaluetta tukeva toiminta

Glampingtoimintaa ei voi toteuttaa ainoastaan rakentamalla sopivat olosuhteet. Sen lisäksi tarvitaan palvelutarjoajien verkostoa. Kannattaa huomioida mahdollisten ruokapalvelutarjoajien kontaktointi.

Laadukas paikallinen ruokakulttuuri on omiaan luomaan edellytyksiä ikimuistettavalle lomalle. Ohjelmapalveluita voi järjestää itse ja niitä kannattaa myös hyödyntää paikallisen tarjonnan mukaan. Kehittävän matkailuun voisi tuoda esimerkiksi hyötykalastuksen kokonaisuuden, matkailija oppii ja viihtyy kalastaessaan ja voi jatkaa elämystään kokkaamalla saaliinsa illalliseksi. Helppoja tapoja osallistaa matkailijoita kehittämään ympäröivää luontoa ovat ötökkähotellien tai linnunpönttöjen rakentaminen. Niittyjen ja puiden istuttaminen saattaa olla jollekin ainutlaatuinen tilaisuus ja jopa syy palata vuosittain takaisin katsomaan kuinka itse istuttama puu voi. Nämä teot ovat myös osa luonnon monimuotoisuuden vaalimista ja jos näiden tuottamiseen päädytään, kannattaa miettiä suunnitelmallisuutta etenemisen suhteen. Voisiko puiden istutus toimia maisemointina tietyssä kohteessa tai taide-teosmaisena työnä, jonka lopputulos nähdään vuosien päästä puiden kasvettua.

Edellä mainitut asiat ovat myös kulttuuritekoja. Glampingaluetta voi hyödyntää myös retriittien järjestämispaikkana. Se onko retriitin intohimona käsityöt, jooga tai hiljeneminen on järjestävän tahon päätännässä. Kurseja voisi järjestää myös yhdessä paikallisen kansalaisopiston kanssa. Usein opistojen järjestämiselle kurseille vaaditaan tietty osallistujamäärä ja matkailijat voisivat olla hyvä kohde-ryhmä esimerkiksi kukkiensidonnalle tai savenvalannan intensiiviviikonlopulle. Tällä keinoin voitaisiin saada erikoisempiakin kurseja yhdessä järjestettyä osanottajinaan matkailijat ja paikalliset.

Opinnäytetyössä tehty tutkimus osoitti, että matkailijoita varten mahdollisesti hankittava vuokrakalusto tulisi käyttöön myös paikallisten kesken. Kalustoon voisi kuulua sup-lauta, kanootti, polkupyörä, erilaiset pihapelit ja jopa retkeilyyn tarvittavia varusteita kuten trangia, kompassi ja kartta. Käyttäjämäärien mukaan kalustoa voi kasvattaa tarpeen mukaan ja niissäkin päätöksissä kannattaa hyödyntää paikallisten asukkaiden mielipiteitä, heidän ollessa myös vuokrakaluston käyttäjiä. Kalustohankinnoissa tulee huomioida käyttäjäkunta eikä omat mieltymykset niiden suhteen.

5.4 Saavutettavuuden kautta toimintaan

Tärkeimpinä elementteinä on saavutettavuuden suunnittelu. Fyysinen saavutettavuus tulee ottaa huomioon niin markkinoinnissa kuin suosituksissa saapua paikalle sekä hiilijalanjäljen laskemisessa. Joroinen sijaitsee haastavasti ajatellen julkisen liikenteen palveluita. Riippuen sijoituspaikasta autokyydityksen tarve kannattaa ratkaista muun muassa paikallisesti esimerkiksi kimpakkyytejä sopien takseilla tai mahdollisten vuokrattavia kulkuneuvoja hyödyntäen.

Digitaalisen saavutettavuuden keskiössä on toimivat internetsivut, sosiaalisen median hyödyntäminen sekä sujuvasti hoidettu varausmahdollisuus. Kaikki nämä tulee linkittää toisiinsa saumattomasti asiakaskokemuksen alkaessa jo ensikosketuksesta. Mahdollisuuksien mukaan Johku-palvelun käytön hyödyt ilmenevät sen kautta avautuvien rajapintakosketusten kautta. Toisaalta Johkun avulla voidaan luoda koko kunnan matkailupalvelut kattava ekosysteemi, jonka kautta voidaan varata majoi-tus- ja matkailupalvelut saaden koko palvelun hyödyt.

Markkinointi ja mainostus tulee suunnitella täsmällisesti, jotta siitä voidaan saada irti mahdollisimman suuri potentiaali. Kun glampingalueen toteutuminen on varmistunut, markkinoinnin voi aloittaa. Tuolloin tiedetään, millaisena kokonaisuutena se toteutetaan. Siinä vaiheessa päästään kertomaan paikallisyhteisölle jo millaista on odotettavissa ja kenties pyytämään vinkkejä mitä toiveita saattaisi

heillä olla. Kehitysvaiheita kannattaa dokumentoida ja etenkin rakentamisvaiheiden julkituonti kannattaa hyödyntää esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Nämä toiminnot lisäävät läpinäkyvyyttä toimien huomioonottavina tekoina muille.

Lopulliset päätökset toiminnan suhteen tulee tehdä itse toimijan. Vaikka opinnäytetyössä annetaan joitain ehdotuksia, tulee toimijan kerätä toiminnan tueksi omaa näkemystä vastaavat toimenpiteet, sidosryhmät sekä oheispalvelut. Ohjaavia toimia tulee pyytää tarpeen tullen paikallisväestöltä, kunnalta, matkailuorganisaatioilta ja Visit Finlandilta mielipiteiden, ohjeistusten ja tilastotiedon muodossa. Glampingtoiminnalle Joroisissa on olemassa täydet edellytykset menestyä omintakeisella otteella höystettynä. Majoitustoiminta ratkaisee osakseen kunnassa puutetta ja tuo sille lisäarvoa matkailijoita houkutellen.

5.5 Jatkotoimenpiteet

Kuten jo aiemmin on mainittu oppilaitosyhteistyön hyödyntäminen jatkosuunnitelmia tehdessä, tukisi kehittävän matkailun otetta sosiaalisen vastuun merkeissä. Esimerkiksi opinnäytetyönä tehtävä suunnittelutyö teknisen alan opiskelijalle voisi olla esimerkki yhteistyöstä. Tällainen luottamuksen osoitus voisi edesauttaa julkisuuskuvan rakentamista positiiviseen suuntaan niin paikkakunnan kuin glampingtoiminnan suhteen.

Kehittävää matkailua voi ilmentää ylipäätään osallistamalla matkailijoita kunnassa järjestettäviin tapahtumiin. Talkootyö Joroisten Musiikkpäivillä, Triathlonilla tai museon eläimiä hoitaen ovat pieniä mutta tärkeitä tehtäviä, joita hoitaessa päästään yhteyteen matkailijoiden ja paikallisten kesken.

Messuilla kyselyä pitäessä saatiin suoria kontakteja paikallisiin ihmisiin. Puheissa havaittiin enemmän tietämättömyyttä matkailun hyödyistä, niin suorista kuin epäsuorista. Matkailun vaikutuksia koettiin pikemminkin negatiivisina kuin positiivisina. Tämän voi olettaa kertovan enemmän tiedon puutteesta kuin yleisestä asenteesta. Informaatiota jakamalla ja läpinäkyvyydellä saadaan mahdollisesti myönteisempiä asenteita tulevaisuuden toimijoita kohtaan.

Myös tutkimuksessa hankalana koetun kulttuuriperinnön ja nimenomaan joroislaisuuden tutkiminen voisi olla silmiä avaavaa myös matkailun saralla. Kuinka hyödyntää aineetonta ja aineellista kulttuuriperintöä sitä vahingoittamatta ja tarpeeksi sensitiivisesti. Jokainen kulttuuri niin pienemmät ja suuremmat ovat vaalimisen arvoisia, varsinkin tässä alati muuttuvassa ja yhteen sulautuvassa maailmassa.

Matkailutoiminnan järjestäytymiseen ja sen koordinointiin kannattaa edelleen panostaa. Yhdessä suunnitellut paketit sisältäen majoitukset, ruokailut ja ohjelmapalvelut ovat erinomaisia helpommin tarjottavia kohteita asiakkaille. Myös markkinointia saadaan laajemmin hyödynnettyä yhteistyöllä, jolloin käytävissä oleva summa ja aika ovat suurempia. Näiden hedelmällisyydestä pääsee nauttimaan pitkään ja toimimalla yhdessä pidetään Joroisen kunnan matkailutoiminta virkeänä.

6 POHDINTA

6.1 Tekoälyn käyttö opinnäytetyössä

Tekoälyä on käytetty opinnäytetyön tekemiseen vähäisesti. Suunniteltuna ei ollut sen käyttämistä. Kuitenkin havahduin keskustelun puutteeseen kesän aikana ja niinpä päätin kokeilla, voisinko hyötyä siitä. Työn alkuvaiheessa tietoa kerätessä keskustelin ChatGPT:n kanssa muun muassa tiedon laadusta ja kyselin tekoälyltä mitä termistöt tarkoittivat tai millä tavalla se ymmärsi lauseyhteyden. Huomioon tuli ottaa sen antamat vastaukset ja yhtäkään vastausta ei mielestäni voinut käyttää lähdetietoutena. Suurimmalta osalta tekoäly ymmärsi asiayhteyden väärin. Koin saaneeni keskustelusta kuitenkin luottamusta omaan tekemiseen.

6.2 Luotettavuus ja eettisyys

Olin mielestäni oivassa asemassa tekemään Joroisten kunnalle opinnäytetyötä. Oma kosketukseni kuntaan oli pintapuolinen, jolloin pääsin tutustumaan siihen objektiivisesti, joskin pienet kunnat ovat lähellä sydäntä. Tutkimusta tehdessä puolueettomuus oli selkeä etu, mutta ihmisille tuttua henkilöä olisin voinut saada enemmän vastauksia kerättyä, jolloin keskinäinen luottamus olisi ollut jo valmiina. Tutkimuksessa ei tullut katoa kuin yhden vastauksen verran. Kyselyyn vastauksia olisi voinut kerätä kuka vaan ja siksi delegoinkin kyselystä tiedottamista messuilla myös muille. Tutkimuksessa ei kerätty henkilötietoja.

Aiheina molemmat sekä glamping että kehittävä matkailu ovat suhteellisen uusia eikä luotettavia tutkimuksia kummastakaan aiheesta ollut runsaasti toteutettu. Kehittävä matkailu on tulevaisuudessa esiin nouseva trendi, jota tullaan tutkimaan mutta tässä vaiheessa enemmän oli löydettävissä mielipiteisiin pohjautuvia kirjoituksia ja uutisoiteja. Haastavuutta loi materiaalien validius ja sen arviointi. Hyödynsin kirjaston ohjausta tiedonhakuun ja se toi hyvin uusia lähteitä tukemaan tietopohjaa. Olisin halunnut tutkia asioita vielä syvemmin ja eri lähteistä mutta opinnäytetyönä tehdyn projektin laajuus ja ajankäyttö olisi tullut vastaan hyvin äkkiä. Koin useiden aiheiden jäävän pintaraapaisuksi mutta toisaalta suurin osa asioista on tulevan toimijan käsissä ja vaihtoehtoisia toimintatapoja on valtavat määrät.

6.3 Itsearviointi

Olen onnistunut mielestäni kokonaisuuden hallinnassa suhteellisen hyvin. Alkuidean jalostumisen jälkeen opinnäytetyö on edennyt omalla painollaan, vaikka välillä on täytynyt ottaa etäisyyttä ja selkeyttää aihetta. Ensimmäisenä tehty mindmap-tyylinen hahmottelu laajeni pikkuhiljaa suureksi kartastoksi ja siitä oli hyötyä asioiden jäsentelyyn. Myös palaverien dokumentointi kirjallisena muistiin edesauttoi ohjauksen ja toimeksiantajan hyödyntämisessä.

Tutkimuksen totesin jo heti olevan sivuroolissa mutta halusin toteuttaa sen omana osana kehittävän matkailun tukemiseksi. Myös oman oppimisen kannalta tutkimuksen teko tuli tarpeeseen. Webropol-kyselynä toteutettu tutkimus kiinnitti yllättävän paljon itseäni vastaajien tueksi. Messuilla käyneen väestön tietoteknisten taitojen vuoksi, jouduin opastamaan paljon esimerkiksi QR-koodin käytössä sekä kyselyn etenemisessä. Aiemmin järjestämäni kyselyiden pohjalta olin valinnut QR-koodin olevan näppärin vaihtoehto kyselyn internetsivun jakamiselle mutta jäin miettimään olisiko paperinen

kysely ollut tehokkaampi. Toisaalta ne olisivat sitoneet yhtä lailla ja tulosten syöttäminen erikseen olisi vienyt aikaa vielä enemmän.

Olen saanut kartuttaa omaa tietopohjaa paljon erilaisten teosten ja artikkelien parissa, niin kotimaisten kuin ulkomaisten. Se on pitänyt työn tekemisen mielekkäänä. Työn aikana kiinnitin huomiota uusiin uutisointeihin liittyen kehittäviin eli uusintaviin aihealueisiin kuten Sitran elokuussa tekemään julkaisuun Kohti uusintavaa taloutta. On ilo huomata kehittävyden kiinnostavan yleisemmällä tasolla myös. Samalla tiedon hallinta ja vain olennaisimman käyttäminen on ollut haastavaa.

Opinnäytetyössä pääsin käyttämään laajasti omia vahvuuksiani sekä visuaaliselta puolelta että opiskeliani tietopohjia. Sain tukea niin opinahjon kuin työn tilaajan puolelta tarvittaessa. Eikä suuria ongelmia työtä tehdessä ollut. Vain oman yksityiselämän vaatimukset asettivat oman rimansa esimerkiksi aikataulutukselle, jonka lipsumisessa viime metreillä hieman koin pettymyksen tunteita. Siihen on varmasti sekoittunut luopumisen tuskaa ja lopullisuutta koko tutkintoa ajatellen.

Opinnäytetyöllä olen toivottavasti herättänyt ajatuksia uusista toimintamalleista ja vastuullisuuden huomioimisesta pienin askelin etenemällä. Kokonaisuuden suunnittelun toivon helpottavan uuden majoitustoimijan löytymistä. Toivon opinnäytetyöni osoittavan yhteistyönvoiman toiminnan laajenemisessa pienen kunnan alueella jokaisella osa-alueella.

LÄHTEET

- Adventure Apes julkaisuaika tuntematon. Vastuullista ja kestävä matkailua. Verkkajulkaisu. <https://www.adventureapes.fi/sustainable-tourism-finland/>. Viitattu 7.8.2023.
- AuroraHut julkaisuaika tuntematon. AuroraHut on igluvene. Verkkajulkaisu. <https://aurorahut.com/aurorahut-on-vene/>. Viitattu 7.8.2023.
- AuroraHut Instagram 2023. AuroraHut Kylpylähotelli Kunnanpaikassa Siilinjärvellä. Valokuva. <https://www.instagram.com/p/CyOdVMbMRYW/>. Viitattu 14.12.2023.
- Bikeland 2021. Welcome Cyclist-ohjelma. Verkkajulkaisu. <https://www.bikeland.fi/tervetuloapyorailijatunnus>. Viitattu 10.12.2023.
- Brochado, Ana & Pereira, Cristina 2017. Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in Glamping. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* 17, 77-83. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2017.01.00>. Viitattu 7.8.2023.
- Business Finland 2021. Inklusiivisen matkailun opas. Verkkajulkaisu. https://www.businessfinland.fi/4af114/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/inklusiivisen_matkailun_opas-2021.pdf. Viitattu 9.12.2023.
- Business Models Inc. 2022. Business Model Canvas. Verkkajulkaisu. <https://www.businessmodel-sinc.com/en/inspiration/tools/business-model-canvas>. Viitattu 20.11.2023.
- Cambridge Dictionary 2023. Dictionary. Verkkajulkaisu. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/regenerative>. Viitattu 7.8.2023.
- Calculus.com julkaisuaika tuntematon. Aurinkoinen ja logistisesti loistava Joroinen. Verkkajulkaisu. <https://www.calculus.com/julkaisu/aurinkoinen-ja-logistisesti-loistava-joroinen>. Viitattu 9.12.2023.
- CBI Ministry of foreign affairs 2022. Regenerative tourism: moving beyond sustainable and responsible tourism. Verkkajulkaisu. Päivitetty 2.5.2023. Viitattu 7.6.2023.
- Diane Dredge 2022. Regenerative tourism: transforming mindsets, systems and practices. Verkkajulkaisu. *Journal of Tourism*. Päivitetty 22.9.2022. Viitattu 7.6.2023.
- Ekokompassi julkaisuaika tuntematon. Ympäristöjärjestelmä. Verkkajulkaisu. <https://ekokompassi.fi/ymparistojarjestelma/>. Viitattu 10.12.2023.
- Ekokompassi julkaisuaika tuntematon. Sertifikaatti. Verkkajulkaisu. <https://ekokompassi.fi/sertifikaatti/>. Viitattu 10.12.2023.
- Ekokompassi 2022. Ekokompassi ja ympäristöjohtaminen. Verkkajulkaisu. Ekokompassi opas. https://drive.google.com/file/d/1dUj-ot1in-LiFHRpS3NwSAf0uLsRH4orb/view?_hsmi=212669717&_hsenc=p2ANqtz-_EZAjeyGg-mPaG8IKVzBO4XoUhkLofzArYSITce1YnutnWz25R8F0WzXfRrEdHV6PiG0Zd80cSjXIYTFtw2ecobOILWWhpCUei6ns7zInYTXSIxrR8U. Viitattu 10.12.2023.
- Green destinations julkaisuaika tuntematon. Good Travel Seal. Verkkajulkaisu. <https://www.green-destinations.org/home/what-we-do/solutions-for-businesses/good-travel-seal/>. Viitattu 10.12.2023.
- Hall, C. M., Prayag, G. & Amore, A. 2018. *Tourism and resilience: Individual, organisational and destination perspectives*. Bristol ; Blue Ridge Summit: Channel View Publications.
- Haltia Lake Lodge julkaisuaika tuntematon. Varaa majoitus. Verkkajulkaisu. <https://haltialake-lodge.com/fi/nest-living>. Viitattu 7.8.2023.

Haltia Lake Lodge julkaisuaika tuntematon. Glampingmajoitus Haltia Lake Lodgessa Nuuksiossa. Valokuva. Kuvagalleria. <https://haltialakelodge.com/fi/photo-gallery>. Viitattu 14.02.2023.

Hawkhill 2023a. Perheyrytyksemme. Verkkajulkaisu. <https://www.hawkhill.fi/meista/perheyrytyksemme/>. Viitattu 9.9.2023.

Hawkhill 2023b. Ympäristö ja vähähiilisyys. Verkkajulkaisu. <https://www.hawkhill.fi/vastuullisuus/ymparisto-ja-vahahiilisyys/>. Viitattu 9.9.2023.

Harmaala, Minna-Maari & Jallinoja, Niina. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Talentum Media.

Heikkilä, Tarja 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hellström, Eeva 2023. Kohti uusintavaa taloutta. Sitran selvityksiä 235. Sitra. https://media.sitra.fi/app/uploads/2023/08/sitra_kohti_uusintavaa_taloutta_310823.pdf. Viitattu 20.11.2023.

Hrgović, Ana-Marija Vrtodušić, Bonifačić, Josipa Cvelić & Licul, Ivana 2018. Glamping - NEW OUTDOOR ACCOMMODATION. Ekonomiska misao i praksa 27 (2), 621. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/glamping-new-outdoor-accommodation/docview/2161030615/se-2>. Viitattu 7.8.2023.

Johku julkaisuaika tuntematon. Johku majoitusyrittäjille. Verkkajulkaisu. <https://www.johku.fi/fi/ratkaisut/majoitusyrittajat>. Viitattu 20.11.2023.

Joroinen - vihreän teknologian ja kestävän matkailun edelläkävijä -hanke. Varkauden lentopaikan kehittämissuunnitelma 2023. Verkkajulkaisu. <https://www.joroinen.fi/uploads/EAKR-hanke%202023/Varkauden%20lentopaikan%20kehittämissuunnitelma%202023.pdf>. Viitattu 9.12.2023.

Joroisten kunta julkaisuaika tuntematon. Kuntatieto ja hallinto. Verkkajulkaisu. <https://www.joroinen.fi/kuntatieto-ja-hallinto/>. Viitattu 7.6.2023.

Jussila, Jari & Siintoharju, Sanna-Maaria 2023. Humanistisesta ihmiskäsityksestä regeneratiiviseen. Hämeen ammattikorkeakoulun open access -julkaisuportaali. 10.5.2023. <https://unlimited.hamk.fi/ammattillinen-osaaminen-ja-opetus/humanistisesta-ihmiskasityksesta-regeneratiiviseen-ihmiskasitykseen>. Viitattu 7.8.2023.

Järvisydän julkaisuaika tuntematon. Majoitus. Majoitusvaihtoehdot. Verkkajulkaisu. <https://www.jarvisydan.com/majoitus/majoitusvaihtoehdot/>. Viitattu 2.11.2023.

Kakslauttanen Arctic Resort julkaisuaika tuntematon. Majoitus. Verkkajulkaisu. <https://www.kakslauttanen.fi/fi/majoitus>. Viitattu 7.8.2023.

Kakslauttanen Arctic Resort julkaisuaika tuntematon. Lasi-igluja Kakslauttanen Arctic Resortissa. Valokuva. <https://www.kakslauttanen.fi/fi/majoitus>. Viitattu 14.12.2023.

Kestavakehitys.fi. Valtioneuvoston kanslia julkaisuaika tuntematon. Kestävyydonitsi mukailtu Kate Raworthin Doughnut Economics. Suomennos ja muokkaus: Valtioneuvoston kanslia. Kuva. <https://kestavakehitys.fi/kestava-kehitys>. Viitattu 7.8.2023.

Kinkamon Aalto julkaisuaika tuntematon. Luksusteltoa. Verkkajulkaisu. https://kinkamonaalto.johku.com/fi_FI/kinkamon-aalto-majoitus/luksusteltoa. Viitattu 2.11.2023.

Kirjastot.fi 2022. Kysy kirjastonhoitajalta. Verkkajulkaisu. Kirjastojen valtakunnallinen verkkopalvelu. Päivitetty 20.10.2022. https://www.kirjastot.fi/kysy/mita-muita-sukupolvia-on-kuin?language_content_entity=fi. Viitattu 14.12.2023.

Komulainen, Minna 2023. Menesty digimarkkinoilla 2.0. Verkkokirja. 3., uudistettu painos. Helsinki: Kauppakamari

KOTLER, Philip & BOWEN, John T. & MAKENS James C. 2010. Marketing for Hospitality and Tourism. 5. painos. New Jersey: Pearson.

Laukanharju Oy julkaisuaika tuntematon. Majoitus. Verkkojulkaisu. <https://higlamping.com/booking/dome-blackbird/>. Viitattu 2.11.2023.

MajaLux julkaisuaika tuntematon. Majoituselämys. Verkkojulkaisu. <https://www.majalux.fi/#majoituselamys>. Viitattu 7.8.2023.

MajaLux julkaisuaika tuntematon. MajaLuxin domettelta sisältä. Valokuva. Glamping. <https://www.majalux.fi/#glamping>. Viitattu 14.12.2023.

Matkailuun vaikuttavat megatrendit 2018. Ely-keskus. Pdf-tiedosto. <https://www.ely-keskus.fi/documents/10191/37577758/matkailun+megatrendit+oecd/619cafe4-543a-45f1-af20-73296042899a>. Viitattu 7.6.2023.

Matkus Shopping Center 2023. Vastuullisuus valintoja. Verkkojulkaisu. <https://www.matkushoppingcenter.fi/vastuullisuus>. Viitattu 20.10.2023.

Megatrendit 2023. Sitra. Pdf-tiedosto. Julkaistu tammikuu 2023. https://www.sitra.fi/app/uploads/2023/01/sitra_megatrendit-2023_ymarrysta-yllatysten-ai-kaan.pdf. Viitattu 7.6.2023.

Opetushallitus 2023. Kestävän kehityksen keskeiset käsitteet. Verkkojulkaisu. <https://www.oph.fi/fi/opettajat-ja-kasvattajat/kestavan-kehityksen-keskeiset-kasitteet>. Viitattu 7.8.2023.

Pohjois-Savo Lakeland 2 -hanke 2023. Matkailu Pohjois-Savossa 2021-2022. Verkkojulkaisu. https://www.savogrow.fi/wp-content/uploads/2023/03/Pohjois-Savo-Lakeland-2_-matkailun-vaikutustietoja-2021-2022.pdf. Viitattu 2.11.2023.

Räihä, Tapio 2017. Tämän valokuvan on nähnyt yli miljardi ihmistä - ja sen avulla Kasklanttaseen kasvaa 500 hehtaarin matkailualue. Verkkojulkaisu. Yle Uutiset. Päivitetty 4.11.2017. <https://yle.fi/a/3-9893221>. Viitattu 7.8.2023.

Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimuskeskus julkaisuaika tuntematon. Mitä STEA tekee. Verkkojulkaisu. <https://www.stea.fi/tietoa-steasta/mita-stea-tekee/>. Viitattu 2.11.2023.

Suomi.fi 2019. Liiketoimintasuunnitelma. Verkkojulkaisu. Päivitetty 22.3.2019. <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritystoiminnan-suunnittelu/opus/yritysideasta-liiketoiminnaksi/liiketoimintasuunnitelma>. Viitattu 2.11.2023.

Tilastokeskus 2023. Suomalaisten matkailu. Yöpymiset majoitusmuodoittain ja kuukausittain. Julkaistu 19.10.2023. Helsinki: Tilastokeskus. https://pxdata.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__smat/statfin_smat_pxt_13q9.px/table/tableViewLayout1/. Viitattu 2.11.2023.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen periaatteet ja ihmistieteiden eettinen arviointi Suomessa. Verkkojulkaisu. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisu 3/2019. https://tenk.fi/sites/default/files/2021-01/Ihmistieteiden_eettisen_ennakkoarvioinnin_ohje_2020.pdf. Viitattu 10.12.2023.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2019. Yhdessä enemmän - kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Verkkojulkaisu. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2019:60. <https://tem.fi/documents/1410877/90165564/Suomen+matkailustrategia+2019-2028.pdf/8954accc-f137-58b9-bd67-e07e01e8d10c/Suomen+matkailustrategia+2019-2028.pdf?t=1630913852082>. Viitattu 8.8.2023.

U.S. Green Building Council, Inc. 2023. LEED rating system. Verkkojulkaisu. Päivitetty 2023. <https://www.usgbc.org/leed>. Viitattu 20.10.2023.

- Valtioneuvoston kanslia julkaisuaika tuntematon. Mitä on kestävä kehitys?. Verkkojulkaisu. Kestävä-kehitys.fi verkkopalvelu. <https://kestavakehitys.fi/kestava-kehitys>. Viitattu 7.8.2023.
- Visit Faroe Islands julkaisuaika tuntematon. The Faror Islands in a seashell. Verkkojulkaisu. <https://visitfaroeislands.com/en/about1/about0/the-faroe-islands-in-a-seashell>. Viitattu 7.8.2023.
- Visit Faroe Islands julkaisuaika tuntematon. PROJECTS - How, what & where. Verkkojulkaisu. <https://visitfaroeislands.com/en/closed/how-what-where>. Viitattu 7.8.2023.
- Visit Finland 2023a. Kaksiulotteinen akselisto segmenteistä. Screenshot, 31.10.2023. <https://www.visitfinland.fi/suomen-matkailudata/matkailun-kohderyhmat>. Viitattu 31.10.2023.
- Visit Finland 2023b. Tunnista kohderyhmäsi, asiakkaasi ja vahvuutesi. Verkkojulkaisu. <https://www.visitfinland.fi/4a5481/globalassets/visitfinland.fi/vf-julkaisut/2023/tunnista-kohderyhmasi-asiakkaasi-ja-vahvuutesi.pdf>. Viitattu 31.10.2023.
- Visit Finland 2023c. Visit Finland kehittää matkailua koko Suomessa. Verkkojulkaisu. <https://www.visitfinland.fi/etusivu/visit-finlandin-tehtava>. Viitattu 2.11.2023.
- Visit Finland 2023d. Tervetuloa. STF Hub. Verkkojulkaisu. <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/1-tervetuloa>. Viitattu 21.10.2023.
- Visit Finland 2023e. Sustainable Travel Finland -polku. Verkkojulkaisu. STF Hub. <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/aloita-tasta>. Viitattu 21.10.2023.
- Visit Finland 2023f. Askel 1: päätös kestävän matkailun edistämisestä ja toimitsijoiden sitouttaminen. Verkkojulkaisu. STF Hub. <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-1-sitoutuminen>. Viitattu 21.10.2023.
- Visit Finland 2023g. Askel 2: Osaamisen kasvattaminen. Verkkojulkaisu. STF Hub. <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-2-osaamisen-kasvattaminen>. Viitattu 21.10.2023.
- Visit Finland 2023h. Askel 3: Kehittämissuunnitelman laatiminen. Verkkojulkaisu. STF Hub. <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-3-kehittamissuunnitelman-laatiminen>. Viitattu 21.10.2023.
- Visit Finland 2023i. Askel 4: Vastuullisuusviestintä. Verkkojulkaisu. STF Hub. <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-4-vastuullisuusviestinta>. Viitattu 21.10.2023.
- Visit Finland 2023j. 2.6. Kestävän matkailun sertifiointeja, järjestelmiä ja ohjelmia. Verkkojulkaisu. STF Hub. <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/26-kestavan-matkailun-sertifiointeja-jarjestelmia-ja-ohjelmia>. Viitattu 21.10.2023.
- Visit Finland 2023k. Askel 5: Sertifiointi. Verkkojulkaisu. STF Hub. <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-5-sertifiointi>. Viitattu 21.10.2023.
- Visit Finland 2023l. Mittaaminen, seuranta ja indikaattorit. Verkkojulkaisu. STF Hub. <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-6-todentaminen-ja-mittattavuus>. Viitattu 21.10.2023.
- Visit Finland 2023m. Askel 7: Sopimus. Verkkojulkaisu. STF Hub. <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/askel-7-sopimus>. Viitattu 21.20.2023.
- Visit Finland julkaisuaika tuntematon. Kestävän matkailun periaatteet. Verkkojulkaisu. <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/kestavan-matkailun-periaatteet>. Viitattu 2.11.2023.
- Visit Joroinen ry. julkaisuaika tuntematon a. Etusivu. Verkkojulkaisu. <https://visitjoroinen.fi>. Viitattu 24.10.2023.

Visit Joroinen ry. julkaisuaika tuntematon b. Meistä. Verkkojulkaisu. <https://visitjoroinen.fi/meista/>. Viitattu 24.10.2023.

We Speak Gay julkaisuaika tuntematon a. We Speak Gay - yrityskulttuurin uusi kieli. Verkkojulkaisu. <https://www.wespeakgay.com/sateenkaarisertifiointi>. Viitattu 10.8.2023.

We Speak Gay julkaisuaika tuntematon b. We Speak Gay yhteisö sateenkaariystävällisen Suomen puolesta. Verkkojulkaisu. <https://www.wespeakgay.com/member>. Viitattu 9.12.2023.

Yhdistyneet kansakunnat 2015. Yleiskokous. Verkkojulkaisu. Yleiskokouksen päätöslauselma. https://kestavakehitys.fi/documents/2167391/2186383/Agenda2030_epavirallinen+suomennos.pdf/707fe444-6540-49d6-86a3-fd6bee1cf345/Agenda2030_epavirallinen+suomennos.pdf.pdf Päivitetty 21.10.2015. Viitattu 7.8.2023.

Ympäristömerkintä Suomi Oy julkaisuaika tuntematon a. Tutkittua tietoa. Verkkojulkaisu. Joutsenmerkki. <https://joutsenmerkki.fi/yrityksille/tutkittua-tietoa/>. Viitattu 21.10.2023.

Ympäristömerkintä Suomi Oy julkaisuaika tuntematon b. Kriteerit. Hotelli- ja majoituspalvelut. Verkkojulkaisu. Joutsenmerkki. <https://joutsenmerkki.fi/kriteerit/055-hotellit-ja-majoituspalvelut-5/>. Viitattu 21.10.2023.

LIITE 1: ELÄVÄ MAASEUTU 2023 -MESSUILLA JÄRJESTETYN KYSELYN MATERIAALEISTA



KUKA?

OUTI KINNUNEN

**MATKAILU- JA RAVITSEMISALAN
OPISKELIJA, RESTONOMI**

**SAVONIA-
AMMATTIKORKEAKOULU**



MITÄ?

Opinnäytetyö

AIHE:
lampingoiminta kehittävä matkailun
periaatteilla

TYÖN TILAAJA:
Joroisten Kunta

TYÖN VALMISTUMINEN:
Marraskuu 2023

Kyselyn toteutus
Elävä Maaseutu 2023 -messuilla

MIKSI?

Olen kotoisin pienemmältä paikkakunnalta ja se on varmasti suurin vaikuttaja mielenkiintoni kehittää pienten paikkakuntien potentiaaleja.

Joroisten kunnan panostaminen pienempänä kuntana kestävään kehitykseen teki vaikutuksen. Sen perusteella otin yhteyttä ja ehdotin yhteistyötä.

MISTÄ AIHE?

Opiskelussani olin päässyt tutustumaan pintapuolisesti kehittävään matkailuun. Joroisten kunnan puolelta tuli aiheeseen mukaan glampingmatkailu ja sen kehittäminen.

Nykyajan majoitusilmiön luominen kehittäväällä tavalla luovat erinomaisen uudisarvon sekä pitteet tehdä omintakeinen opinnäytetyö, joka hyödyttää niin tilaajaa kuin tekijää.

KEHITTÄVÄ MATKAILU

Kehittävä matkailu on askel eteenpäin kestävästä matkailusta. Molemmat painottavat vastuullisuutta mutta kehittävä matkailu keskittyy enemmän matkailijoiden omaan kasvuun, paikallisyhteisöjen ja kulttuurin kunnioittamiseen ja vuorovaikutukseen. Se korostaa paikallisten yhteisöjen ja ympäristön kunnioittamista tarjoten matkailijoille merkityksellisiä kokemuksia ja mahdollisuuksia osallistua paikalliseen elämään ja aktiviteetteihin.

GLAMPING

Glamping on majoitusmuoto, jossa yhdistyvät luonnonläheisyys ja mukavuudet. Glampingtoimintaan voidaan lukea luksusteltat, iglut, puumajat ja monet muunlaiset majoitusmuodot. Majoitukset ovat usein varusteltu mukavilla sängyillä, sähköllä, lämmityksellä sekä muilla mukavuuksilla, jotka luovat luksuksen tuntu.

LOPPUTULEMA

Opinnäytetyössä perehdyttiin kehittävä matkailuun, glampingtoimintaan ja kuinka nämä toimisivat yhdessä. Opinnäytetyö toimii konseptinomaisena oppaana glampingtoiminnan suunnitteluun ja aloitukseen.

Matkailun kehittäminen muun muassa tuo kuntaan matkailutuloja, luo työpaikkoja, vahvistaa paikalliskulttuurin ja perinteiden säilymistä, parantaa peruspalveluita ja mahdollistaa paikallisille runsaamman määrän erilaisia palveluita.

**OSALLISTUMALLA
OPINNÄYTETYÖN
KYSELYYN, EDISTÄT
MATKAILUN
KEHITTÄMISTÄ
JOROISISSA**

QR-koodia osoittamalla puhelimen kameralla pääsee siirtymään kyselyyn, jossa pääsee jakamaan ajatuksiaan glampingistä ja matkailusta.



SAVONIA

**Glampingtoiminta kehittävän matkailun periaatteilla
Opinnäytetyöhön liittyvä kysely
Elävä Maaseutu 2023 -messut 19.8.2023
Kyselyn tekijä: Outi Kinnunen**

Mikä on kytköksenne Joroisiin?

- Asun Joroisissa
- Mökkiläinen
- Syntyperäinen mutta asun muualla
- Naapurikuntalainen
- Satunnainen kävijä

Ikä

- 18-30
- 31-40
- 41-50
- 51-62
- 63 tai yli

Seuraava

SAVONIA

Tiedättekö mitä on glamping?

- Ei
- Kyllä

Edellinen

Seuraava

SAVONIA

Glamping on majoitusmuoto, jossa yhdistyvät luonnonläheisyys ja mukavuudet. Glampingtoimintaan voidaan lukea luksusteltat, iglut, puumajat ja monet muunlaiset majoitusmuodot. Majoitukset ovat usein varusteltu mukavilla sängyillä, sähköllä, lämmityksellä sekä muilla mukavuuksilla, jotka luovat luksuksen tuntua.





Edellinen

Seuraava

SAVONIA**Millainen olisi mielestänne hyvä sijoituspaikka glampingtoiminnalle?**

- Järvenranta
- Peltomaisema
- Harjumaisema
- Keskustan läheisyydessä
- Muu, mikä?

Toivoisitteko glampingtoiminnan olevan

- Yritysvetoista
- Yhdistysvetoista
- Mahdollisesti työpajatoimintaan liitoksissa

Tuleeko mieleesi ajatuksia aiheeseen liittyen?

Edellinen

Seuraava

SAVONIA

Toivoisitteko glampingtoiminnan tekevän yritys yhteistyötä paikallisten yritysten kanssa?

- Ei
 Kyllä

Millaisten yritysten kanssa toivoisitte yhteistyötä?

Toivoisitteko glampingmajoituksen rakentamisessa käytettävän

- Uusia materiaaleja
 Kierrätysmateriaaleja

Millaisella energialla toivoisitte glampingin toimivan

- Ydinvoimalla
 Paikallisesti tuotetulla uusiutuvalla energialla
 Ostetulla uusiutuvalla energialla
 Halvimmalla mahdollisella

Toivoisitte käytettävän paikallisesti tuotettua uusiutuvaa energiaa, millaista se voisi olla

- Aurinkopaneeleilla tuotettua
 Tuulivoimaa
 Muuta, mitä?

Tuleeko mieleenne muuta liittyen yritys yhteistyöhön, rakentamiseen tai energiantuotantoon?

Edellinen

Seuraava

SAVONIA

Olisitteko halukas olemaan mukana esimerkiksi talkoopäivässä liittyen glampingalueen maansiivoustyöhön, rakentamiseen tai ylläpitoon?

- Ei
 Kyllä

Millaiseen vapaaehtoistoimintaan voisitte kuvitella osallistuvanne?

Jos oheispalveluina matkailijoille vuokrattaisiin esimerkiksi sähköpyöriä, SUP-lautoja, frisbeegolfkiekkoja ja muita harrastusvälineitä, olisitteko myös itse halukas vuokraamaan niitä käyttöönnne?

- Ei
 Kyllä

Millaisia harrastusvälineitä toivoisitte olevan vuokralla?

Millaisia perinteitä ja kulttuurisia tapoja haluaisitte jakaa matkailijoiden kanssa?

[Edellinen](#)[Seuraava](#)

SAVONIA**Millaisia matkailijoita toivoisitte Joroisiin?
Valittavissa useita vaihtoehtoja**

- Kotimaisia
- Pohjoismaisia
- Eurooppalaisia
- Aasialaisia
- Muita kansainvälisiä
- Ei, en halua lisää matkailijoita

**Toivoisitteko Joroisissa otettavan enemmän huomioon asukkaiden
mielipiteitä ja ideoita liittyen matkailutoimintaan?**

- Ei
- Kyllä

**Kuinka haluaisitte jakaa mielipiteitänne ja ideoitanne
matkailutoiminnasta?**

Edellinen

Seuraava

SAVONIA**Haluaisitteko jakaa ajatuksianne liittyen aiheeseen?**

Edellinen

Lähetä