

# Luontomatkailun sidosryhmäkyselyn tuloksia

VirKein: Uudet keinot metsä- ja vesialueiden kestävän virkistys- ja matkailukäytön kehittämiseksi ja turvaamiseksi (2016-2017)

Liisa Tyrväinen, Tuomas Nummelin, Henna Konu, Seija Tuulentie, Helsinki, 13.10.2017

# Kyselyn toteutus ja sisältö

- Sidosryhmille (erityisesti yrittäjille) keväällä 2017 suunnattu ja toteutettu kysely, jota jaettiin Visit Finlandin ja UEF:n (Rural Finland) yritysverkostoille sekä alueellisiin työpajoihin kutsutuille.
- Tietoa kerättiin erityisesti miellekarttatyökalun ja avoimien kysymysten avulla
- Linkki: <https://liiketoimintaaluonnosta.luke.fi/>
- Vastauksia yhteensä 102 kpl, tulosten analysointi kesken.

## Pääkysymykset:

- Millaista uutta liiketoimintaa luontomatkailuun?
- Miten liiketoiminnan kehittämistavoitteeseen päästään?
  - mitkä ovat tärkeimmät keinot ideoiden toteuttamiseen?
  - miten julkinen sektori voi parhaiten tukea uuden luontomatkailuliiketoiminnan kehittymistä?

# Vastaajien taustatiedot (n=102)

Taustatieto		Lisätietoja
<b>Sukupuoli</b>		
nainen	51% (52)	
mies	48% (49)	
tyhjä	1% (1)	

Taustatieto		Lisätietoja
<b>Vastaajien ikä</b>		alaraja ei kuulu joukkoon vastaavasti yläraja kuuluu.
45-55 vuotta	37.3% (38)	
35-45 vuotta	20.6% (21)	
55-65 vuotta	18.6% (19)	
25-35 vuotta	11.8% (12)	
65-75 vuotta	7.8% (8)	
Tyhjä	2% (2)	
alle 25 vuotta	1% (1)	
yli 75 vuotta	1% (1)	

Taustatieto		Lisätietoja
<b>Jos olet yrittäjä kuinka tärkeä rooli luonnolla on liikeitminnassasi</b>		
En ole yrittäjä	63.7% (65)	
Erittäin tärkeä	25.5% (26)	
Hyvin tärkeä	9.8% (10)	
Melko tärkeä	1% (1)	

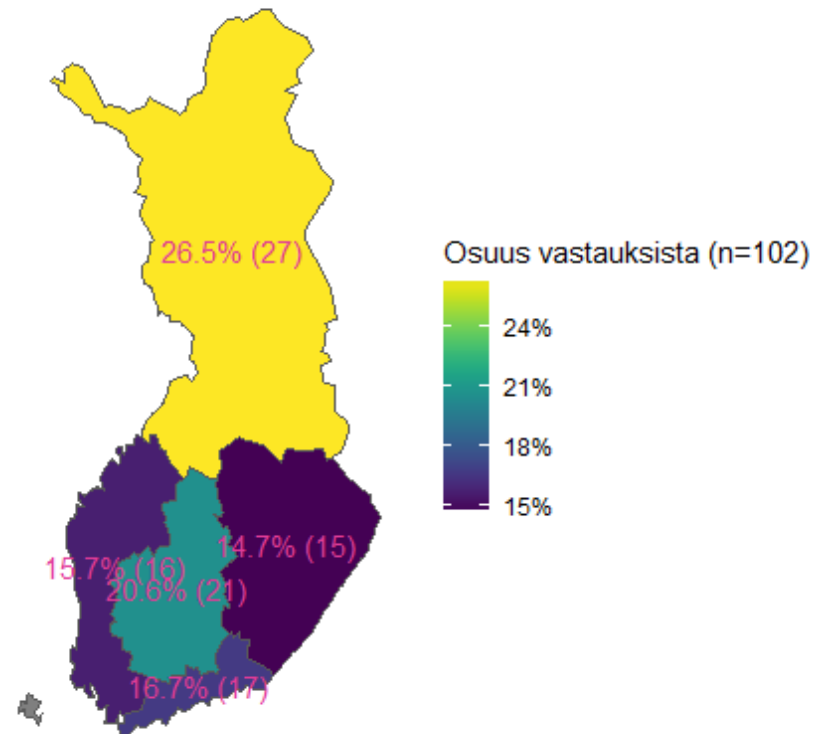
Taustatieto		Lisätietoja
<b>Pääasiallinen toimintaympäristö</b>		
Maaseutu	53.9% (55)	
Kaupunki	36.3% (37)	
Matkailukeskus	8.8% (9)	
Tyhjä	1% (1)	

Taustatieto		Lisätietoja
<b>Missä maakunnassa toimit</b>		
Pohjois-Suomi	26.5% (27)	Pohjois-Pohjanmaa, Kainuu, Lappi
Keski-Suomi	20.6% (21)	Kanta-Häme, Päijät-Häme, Keski-Suomi, Pirkanmaa
Etelä-Suomi	16.7% (17)	Uusimaa, Kymenlaakso
Länsi-Suomi	15.7% (16)	Etelä-Pohjanmaa, Varsinais-Suomi, Satakunta
Itä-Suomi	14.7% (15)	Etelä-Karjala, Pohjois-Karjala, Pohjois-Savo, Etelä-savo
Tyhjä	5.9% (6)	

# Kyselyyn osallistuminen alueittain

- Kyselyyn saatiin yhteensä 102 vastausta
- Eniten kyselyyn saatiin vastauksia Pohjois-Suomesta 26,5 %.
- Vähiten vastauksia saatiin Itä-Suomesta 14,7, % ja Länsi-Suomesta 15,7 %.

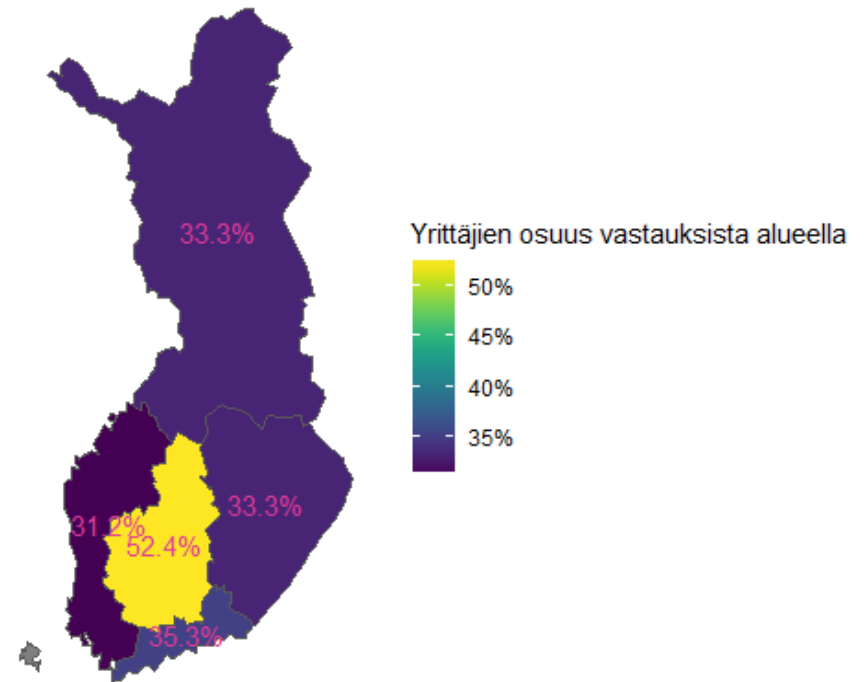
Vastausten maantieteellinen jakauma



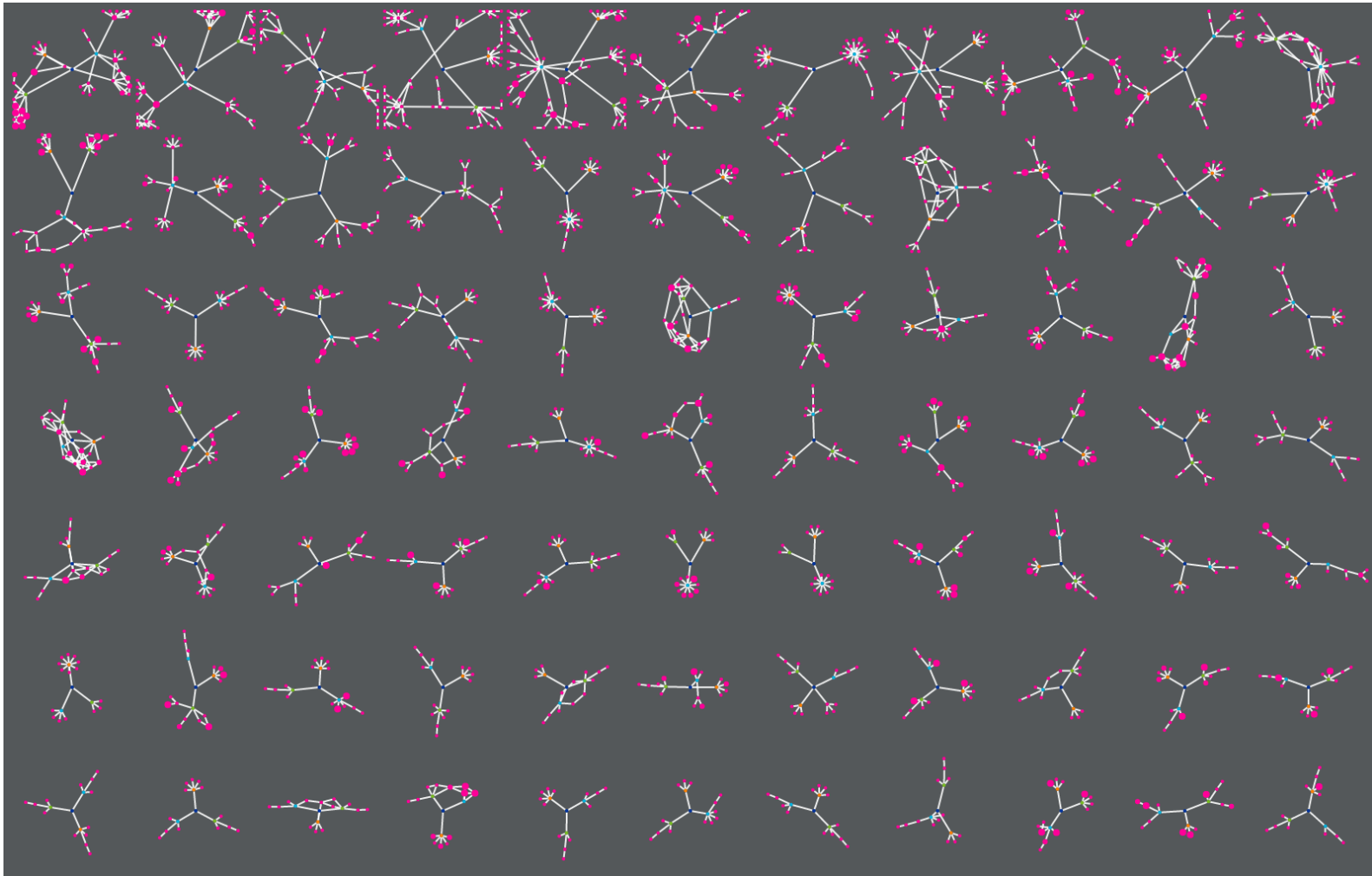
# Yrittäjien osallistuminen kyselyyn

- Vastaajista 36,3% oli yrittäjiä.
- Suhteellisesti eniten yrittäjiä oli vastaajissa Keski-Suomessa 52,4 % ja vähiten Länsi-Suomessa 31,2 %

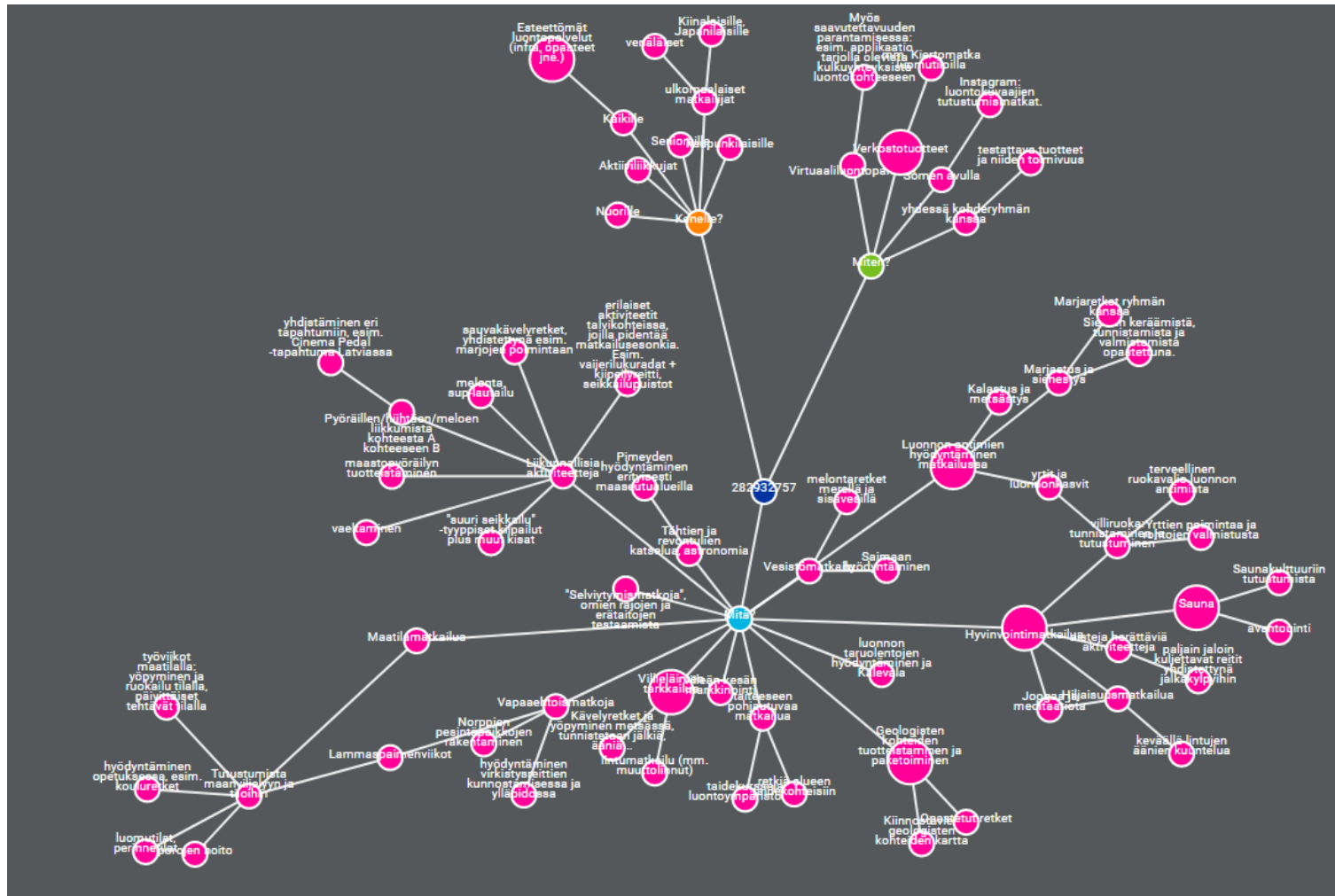
Yrittäjien maantieteellinen jakauma



# Vastaukset vaihtelivat yksinkertaisista miellekartoista moniulotteisiin



# Esimerkkivastaus – laaja miellekartta



# Mindmap-kyselyn tuloksia: Mitä tuotteita?

1)Toimintaympäristö	Mainintojen määrä	Teemoja ja kommentteja
METSÄ	49	Metsäjooga, -terapia, hiljentyminen (12); metsänhoitoon, metsätalouteen tutustuminen (10); metsäretki (4), ruokaan liittyvää (2) <ul style="list-style-type: none"><li>• Esim. metsäsynttärarit lapsille, ”metsätalouden kauhisteluretki luonnonsuojelijoille”, metsäparkour, konsertti metsässä</li></ul>
VESI (sis. meri, järvi, joki, koski)	31	Vesistöt tehokkaammin mukaan luontomatkailuun <ul style="list-style-type: none"><li>• Kalastus ,purjehdus, melonta, suplautailu</li></ul>
KAUPUNKI	10	Kaupunkiluonnon ja luontoloman yhdistäminen, kaupunkiluonnon ja mm. kaupunkipuistojen hyödyntäminen
SAARISTO	3	”Kehitettävä saaristotriathlon ym kisa, myös syksy, talvi ja kevät”
MUUT YMPÄRISTÖT	4	Suosta kaksi mainintaa, yksi kosteikoista. Tunturista yksi maininta



2) Teematuotteet	Mainintojen määrä	Teemat ja kommentit
HYVINVOINTI	92	<p>Hiljaisuus 28, hyvinvointi 26, terveys 14, jooga ja mindfulness 12, sauna 5, digipaasto 3, slow-tuotteet 4</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobiiliteknologian kehittäminen osana konseptia</li> <li>• Mielenterveys, metsäjooga, terveismetsä, luontojooga, zen, keskittyminen, pimeys</li> </ul>
RUOKA	26	<p>Lähiruoka, metsäruoka, villiruoka, paikallinen ruoka, retkiruoka, kalasta ruokaa, maaseuturavintola, mustikka eri muodoissaan.</p>
ELÄIMIIN LIITTYVÄT TUOTTEET	33	<p>Poro, hevonen ja ratsastus, koira, lintubongaus, saimaannorppa, karhun herääminen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poronhoito ja poropaimennus</li> <li>• Eläinten tarkkailutuotteita peuroista ja hirvistä muurahaisiin ja oraviin</li> <li>• Oma eläin (tai puu)</li> <li>• Keväinen linnunsoidinretki</li> <li>• ”Lintubongaus lisääntyy koko ajan”</li> <li>• Kasvi- ja eläintunnistus</li> </ul>

3) Aktiviteetit	Mainintojen määrä	Teemoja ja kommentteja
PYÖRÄILY	26	<p>Maastopyöräily (sis. Fatbike) (11), pyöräretkeily (8), myös opastettuna; eri liikkumistapojen yhdistelmät (pyöräily, melonta, kävely)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pyöräilytuotteet monipuolistuneet, osa hitaan matkanteon trendiä</li> <li>• Maastopyöräily aktiivista, tapahtumiin liittyvää, lisää reittejä kaivataan, myös kansallispuistoihin</li> <li>• Potentiaalia myös talvilajina</li> </ul>
VAELLUS (sis. patikointi, kävely, polkujuoksu, hiihto)	30	<p>Majatalosta majataloon vaellukset (4); sauvakävelyretki, hevosvaellus, huollettu hyvinvointivaellus</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ”Avojaloin kierrettävä reitti”, ”talvinen täysikuu – vaellukset öisessä luonnossa”, ”talvinen retki”</li> </ul>
ERÄELÄMÄ, SELVIITYMINEN (sis. luonnontuotteet, kalastus, metsästys)	58	<p>Marjastus (10), sienestys (10), kalastus (9), survival/selviytyminen (7), eräily (5), metsästys (5), villiyrtilt (4), luonnontuotteiden keruu (5)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ”Miten elää viikko pelkillä luonnontuotteilla”, ”winter survival”, päivä hirvijahdissa; tunnistus, opastus ja tuotteiden käyttö</li> </ul>

3) Aktiviteetit jatkuu	Mainintojen määrä	Teemoja ja kommentteja
YÖPYMINEN	8	<p>Yöpyminen luonnon helmassa (3) ja luksustelttailu (3), mökkielämä, mummolamatkailu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ”Yksilöllisiä ja laadukkaita luontomajoituspalveluita: glamping ja pienet designmökkit palveluiden läheisyydessä”, luksuspiilokoju</li> </ul>
MELONTA JA VENEILY	21	<p>Melonnassa ”valtavasti mahdollisuuksia”; pyöräretkeily-melonta –yhdistelmä; multiaktiiviteettituotteet, joissa melonta osana</p>
TYÖSKENTELY ERI KOHTEISSA	12	<p>Maatilalla, metsätöissä, työleiri, luonnonsuojelun vapaaehtoistyö, saimaannorppien keinopesien teko</p>
MUITA AKTIVITEETTEJA	10	<p>Valokuvaus (4), tähdet ja revontulet (3), avantouinti, shamanismi, lumenveisto</p>

# Mindmap-kyselyn tuloksia: Miten toteutetaan?

Toteutustapa	Mainintojen määrä	Teemat ja kommentit
Markkinointi ja myynti	31	Eri segmenteille, vanhat markkinat huomioon, kv. suoramarkkinointi, yhteismarkkinointi, sähköinen <ul style="list-style-type: none"><li>”Todella hyvät sähköiset markkinointikanavat ja –sivut; vuorovaikutteisuus: asiakkaat tekevät myös sivuja”</li></ul>
Tuotekehitys	40	Aito vastuullisuus, kestävä tuote, ekomatkailu <ul style="list-style-type: none"><li>”Elämyseskeisyys suorituskeskeisyyden tilalle”</li></ul>
Yhteistyö	12	Markkinointiyhteistyö, kuljetusyhteistyö, yhteistyö metsähallituksen, kuntien ja Visit Finlandin kanssa
Reitit	7	Reittien lisääminen, merkitseminen, palvelut, tiedon digitalisointi, ympyräreitit
Ammattitaito ja osaaminen, koulutus	6	Moniosaaminen; ”Oltava ammattitaitoisten yrittäjien toimintaa, eläkkeellä olevat harrastelijat sekä yhdistykset pilaavat vääristävät hintamielikuvaa ja pilaavat markkinaa”
Infra	3	Kunto, esteettömyys, rahoitus

# Mindmap-kyselyn tuloksia: Kenelle?

Kohderyhmä	Mainintojen määrä	Kommentteja
Aasia	11	Aasialaiset, kiinalaiset, japanilaiset <ul style="list-style-type: none"><li>• Vauraat aasialaiset</li><li>• Ei kuitenkaan massoille</li></ul>
Eurooppa	21	Keskieurooppalaiset, saksalaiset, britit, venäläiset, Belgia, Hollanti, ”länsimainen”
Aktiiviset	11	Myös ei-aktiivisille (2) (”laiska, arka, huonokuntoinen, kokematon”)
Kansainvälinen/ulkomaalainen ja/tai kotimainen	13/8	Kotim. ja kv perheet, kotimaan kaupunkilaiset, ”Jokamiehen oikeudet poistettava ulkomaalaisilta” ja ”Yöpyminen luonnossa maksulliseksi ulkomaalaisille”
Muut		Eläkeläiset/ikäntyvät/seniorit/vanhukset, erityisryhmät, harrasteryhmät, hyvinvointimatkailijat, kaupungistuneet, tyhy, terveystietoiset, jne = hyvin laaja kirjo erilaisia kohderyhmiä.

# Avoimet vastaukset – sanapilvitiivistys kysymyksestä ”Mitä pitäisi tehdä, että luontomatkailun kasvupotentiaali saadaan toteutettua?”



# Avoimet vastaukset: kooste ja havaintoja

- **Markkinointi ja yhteistyön kehittäminen** nousevat päällimmäisiksi teemoiksi
  - Tyypillinen kommentti aiheesta: ” Yritysten yhteenliittymät ja julkinen sektori yhteistyössä. Vahva markkinointi.”
  - VF on mennyt eteenpäin, valtakunnalliseen koordinointia ja ohjausta pitää resursoida paremmin, yhteistyötä pitää edelleen kehittää
  - Tuotteiden paketointi ja asiakasryhmien löytäminen pullonkauloina
  - Markkinointitukea hankkeiden ja esiselvitysten tilalle
  - ”Eri toimialojen välinen yhteistyö tuotteistamisessa ja palveluiden markkinoinnissa > uusien kumppanuuksien etsiminen.
  - ”Yhteistyö A ja O”
  - ” Kun muutama vuosi on laitettu "paikkoja kuntoon", iso ja näyttävä markkinointi kohderyhmille. Lupaukset on myös lunastettava ja oltava niiden arvoinen. Ei tusinatuotteita vaan korkeatasoisia tuotteita”
  - Starttirahat ja innovatiivisuus tärkeitä; markkinoille kuitenkin vasta valmiilla tuotteella; VF valmentajana

- **Somen** merkitystä ja sen kasvua korostettiin, hyödyntämistä pitää parantaa
- **Julkisen sektorin** roolina alueellinen markkinointi, saavutettavuudesta ja sellaisista rakenteista huolehtiminen, joita ei yrittäjien voimin pysty tekemään
  - ” Kehittämällä omia puitteitaan luontomatkailutoiminnalle otolliseksi ja arvostamalla omia yrityksiään, myös ihan pieniä.
  - antamalla markkinointiin tukea esim. omien sosiaalisten kanaviensa kautta tai tarjoamalla tiloja edullisesti käyttöön.
  - tukemalla henkisesti, seisomalla yritysten takana niiden toiminnassa.”
  - Tuotekehitys, laatutyö, markkinointi
  - ”Panostuksia pitää etenkin alussa laittaa markkinointiin ja myyntiin. nykyiset julkisen puolen rahoitusinstrumentit eivät tue markkinointia vaan enemmänkin tuotteistusta. moni projekti pysähtyykin tuotteistusvaiheeseen. (asiakaskokemuksia taas ei saa ilman asiakaskontakteja mikä taas edellyttää markkinointia).”
  - Maabrändistä ja alueellisista brändeistä huolehtiminen



- **Muita huomioita:**
- Paljon kommentoidaan Lappi vastaan muu Suomi asetelmaa; jotkut kehuvat sitä, että Lapissa asiat on hoidettu, toiset taas kritisoivat, että Lappiin panostetaan, mutta muuhun Suomeen ei
- Luonnon monimuotoisuudesta ja luontomaisemien säilymisestä huolehdittava
  - Julkisen sektorin pitäisi toimia ” ennen kaikkea arvottamalla luonnon ja luontomatkailun metsäteollisuuden yläpuolelle ja suojelemalla maisemaa ja satsaamalla siihen. Kukaan ei halua tulla tänne katsomaan raiskioita.
  - Myös satsaamalla luontomatkailun edellytyksiin kuten reitteihin ja reittien varrella oleviin palveluihin. Markkinoimalla näyttävästi luontomatkailua.”