

SANNA-MARI RENFORS

Maaseutumatkailu kasvaa toimialojen rajapinnoilla

Maaseutumatkailussa uusia liiketoimintamahdollisuuksia on tunnistettavissa erityisesti luovien alojen, kulttuurin, hyvinvoinnin ja matkailun innovatiivisissa yhdistelmissä. Luontolähtöisten palvelujen määrä ja hyvinvointiliiketoiminta maaseudulla lisääntyvät. Matkailualalla yrityksiä syntyy ohjelmalveluihin, jotka hyödyntävät maaseudun luontoa ja kulttuuria toimintaympäristönään (Niemi & Ahlstedt 2014; Mahdollisuuksien maaseutu 2014). Erilaisista ohjelmalveluista, kuten ohjatuista aktiviteeteista ja harrastus- sekä virkistyspalveluista, onkin tullut merkittävä osa matkailuelämästä, joiden sisällön tuottamiseksi tarvitaan toimialarajat ylittävää osaamista.

Samalla palvelujen uudistamista tukevat yleiset kulutustrendit. Matkailija hakee lomaltaan yhä enemmän henkistä hyvinvointia sekä itsensä toteuttamista ja -kehittämistä. Vapaa-ajalla halutaan osallistua aktiivisesti luovan toimintaympäristön tarjoamiin mahdollisuuksiin ja oppia uusia taitoja. Maaseutu ympäristö tarjoaa matkailijalle juuri näitä: se edustaa monipuolista ihmisten hyvinvoinnin ja elämysten lähdeä, stressivapaata vyöhykettä ja hyvän elämän elementtejä (Maaseutu ja hyvinvoiva Suomi 2009; Maaseutubarometri 2014).

Perinteisesti luonto ja kulttuuri on nostettu

esiin maaseudulle suuntautuvan matkailun voimavaroina. Matkailijan tarpeisiin vastaamiseksi on nyt syntymässä uudenlaisia, toimialarajat ylittäviä tapoja yhdistää luontoa ja kulttuuria uudenlaisiksi matkailupalveluiksi. Tässä puheenvuorossa esitellään kaksi nousevaa ja hyvinvointia tuottavaa maaseutumatkailun muotoa: käsityömatkailu ja luontolähtöinen hyvinvointimatkailu.

Käsityömatkailu on luovaa matkailua

Yksi toimialojen rajapinnoille kehittyneistä yhdistelmistä on luova matkailu, joka mahdollistaa matkailijan luovan potentiaalin kehittämisen hänen osallistuessaan aktiivisesti matkakohteelle tyypillisiin oppimiskokemuksiin (Richards & Raymond 2000, 18). Luovan matkailun painopiste onkin luovassa prosessissa, aktiivisessa kulutuskokemuksessa, joka samalla kehittää matkailijan taitoja (Richard & Wilson 2006, 1217). Luovuus voi olla tässä yhteydessä joko matkailijan toimintaa tai osallistumista luovan toimintaympäristön tarjoamiin mahdollisuuksiin. Luova matkailu mielletään myös osallistuvaksi matkailuksi (Miettinen 2006), jolloin taidon oppimisesta tulee matkan keskeisin asia.

Yksi luovan matkailun muodoista on käsityömatkailu. Käsityötä on hyödynnetty matkailussa

suhteellisen vähän, vaikka käsillä tekemiseen on suuri kiinnostus matkailun ohjelmapalveluna. Taito-trendit kyselyn (2012) mukaan käsityön harrastaminen on trendikkäämpää kuin koskaan, ja harrastajien määrä on kasvussa. Varsinkin nopeiden käsitöiden ja lyhyiden kurssien suosion uskotaan vain lisääntyvän vahvan itsetekemisen kulttuurin myötä (Taito-trendit kysely 2012). Hyvinvointitrendin ollessa pinnalla käsityötuotteen tekemiseen osallistuminen nähdään myös hyvinvoinnin välineeksi, joka antaa onnistumisen tunteita, vastapainoa työlle ja lievittää stressiä.

Käsityömatkailu tarjoaa matkailijalle erityyppisiä, käsityöhön liittyviä kokemuksia, joissa matkailijan osallistumisen aste vaihtelee. Käsityömatkailu on näin ollen käsityöllistä kohdematkailua tai käsityöllistä toimintamatkailua. Käsityömatkailu voidaan jakaa 1) valmiiden käsitöiden ostomahdollisuuteen torilta, kaupasta tai tehtaanmyymälästä, 2) valmiisiin käsityötuotteisiin tutustumiseen näyttelyissä, museossa tai messuilla sekä muissa käsityöhön liittyvissä nähtävyyksissä, 3) käsityötuotteiden valmistuksen seuraamiseen työnäytöksissä tai yritysesityksissä ja 4) käsityöllisiin ohjelmapalveluihin, jossa matkailijalle tarjotaan käsityön harrastusmahdollisuutta muutaman tunnin mittaisista tuokioista pidempikestoisiin, muutaman päivän kurssiin (Pitkänen 2005). Kaksi ensin mainittua käsityömatkailun tyyppiä ovat käsityöllistä kohdematkailua ja kaksi jälkimmäistä käsityöllistä toimintamatkailua.

Käsityöllisessä toimintamatkailussa keskiössä on käsityö ns. immateriaalisena tuotteena kuten palveluna tai toimintana, jonka tuloksena syntyy kokemus. Käsityön elämyksellisyyttä korostettaessa käsityöhön liittyvät erityisesti lyhyet käsityökokemukset, jotka voivat olla esimerkiksi jonkin käsityöläisen työvaiheen seuraamista työpajoissa, tutustumista toimintaan yritysesityksessä, materiaalien kokeilemistä tai jonkin pienen tuotteen tekemistä. Käsityöyrittäjien tulisi tarjota matkailijoille juuri verkostajayhteistyä, työnäytöksiä sekä ohjausta ja opastusta erikestoilla kursseilla. Matkailijat ovat kiinnostuneita kokemisesta. Siksi käsityön ympärille olisi rakennettava elämys, jossa matkailija voi aktiivisesti osallistua tuotteen luomiseen.



FT Sanna-Mari Renfors vetää tutkimusryhmää Satakunnan ammattikorkeakoulussa.

Matkailija voi saada käsityöhön liittyviä kokemuksia maaseudulla myös laajemmasta verkostosta koostuvassa käsityömatkailukohteessa, joka verkostomaisesti toimiessaan tarjoaa matkailijalle moninaisia toimintoja. Käsityömatkailuun liittyvät kulttuurikeskukset kokoavat yhteen alueelliset kulttuuri- ja käsityöalan toimijat ja tarjoavat käsityöyrittäjille konkreettisia liiketoimintamahdollisuuksia tuotemyynnin, markkinoinnin, palvelutuotannon ja tapahtumien kautta (Soini-Salomaa 2006). Käsityömatkailukohteen tarjonta voi perustua erikestoisiin palvelupaketteihin kuten lyhyt- ja pitkäkestoisiin taitokursseihin, työpajoihin, sesonkitapahtumiin ja näyttelyihin, teemapastuksiin sekä tuotteiden ostomahdollisuuksiin myymälästä.

Tuotteistaessaan palveluja matkailijoille käsityöyrittäjän tulisi pohtia omaa osaamistaan, vahvuuksiaan ja valmiuksiaan matkailijoiden tarpeiden näkökulmasta. Samalla huomiota tulisi kiinnittää ohjelman sisältöön, aitouteen ja elämyksellisyyteen sekä tuotteen hinnoitteluun ja turvallisuuteen. Näiden lisäksi tuotteen tulisi olla helposti ostettavissa ja toteutettavissa. Jotta tuote soveltuisi matkailijalle, sen tulee myös olla realistinen toteuttamiseen vaadittavien taitojen osalta.

Luontolähtöinen hyvinvointimatkailu parantaa elämänlaatua

Suomessa luontolähtöinen hyvinvointimatkailu nähdään nousevaksi matkailun muodoksi maaseudulla. Koska luontolähtöisen hyvinvointimatkailu on maassamme suhteellisen uutta, sitä koskeva käsitteistö ei ole vielä vakiintunut. Sitran ja MTT:n mukaan *Green Wellbeing* tarkoittaa toimintaa, jolla edistetään ihmisten hyvinvointia ja elämänlaatua luontolähtöisesti. *Green Health* -tyyppiset, terveyttä ylläpitävät tai edistävät palvelut tukevat ihmisten hyvinvointia elämän eri vaiheissa. Luontolähtöinen hyvinvointimatkailu liitetään tällöin luonnon virkistyskäyttöön sekä elämys- ja matkailupalveluihin, joihin asiakkaat hakeutuvat omaehtoisesti ja omakustanteisesti. *Green Care* -palvelut ovat palveluita, jotka ovat usein julkisen sektorin järjestämisvastuulla. Ne käsittelevät myös yksityisillä palvelumarkkinoilla tuotettavia hyvinvointi- ja virkistyspalveluja, joissa luontoa hyödynnetään tietoisesti ja tavoitteellisesti palvelun käyttäjien tarpeiden mukaan. (Kestävää hyvinvointia luonnosta 2013.)

Liikunnalliset harjoitteet luonnonympäristössä, saunan terveysvaikutukset, hiljaisuus ja rauhoittava maisema on nyt tiedostettu matkailun resursseiksi. Metsäohjelmat hyvinvointimatkailutuotteena edesauttavat henkistä hyvinvointia, ja tuote itsessään mahdollistaa kaikkien viiden aistin käyttämisen, elämyksen kokemisen ja itseen syventymisen metsän ja luonnon kautta. Tällöin luonnon voimaannuttava vaikutus on otettu tuotteissa huomioon, ja luontoon liittyvää mytologiaa käytetään osana tuotetta. (Matkailun edistämiskeskus 2014a.) Uudet trendit kuten luonnossa harjoitettavat *mindfulness* ja *earthing* ovat myös rantautumassa Suomeen (Matkailun edistämiskeskus 2014b).

Koska suomalaisilla on ollut aina mahdollisuus nauttia luonnosta vapaasti ja elpyä mökeillä, haasteena on luoda liiketaloudellisesti kannattavia luontoon pohjautuvia palveluja – siis palveluja, joita suomalaisetkin ostavat. Tämä edellyttää yrittäjiltä innovatiivista ajattelua, kykyä tunnistaa kannattavia asiakasryhmiä ja heidän tarpeitaan

sekä luoda sellaisia palveluita, joita asiakkaat ovat oikeasti valmiita ostamaan. Mahdollisuuksia on, sillä kaupungistuneet ihmiset eivät välttämättä osaa enää lähteä luontoon yksin ja kiireinen elämänrytmi vaatii elpymistä. Luonnossa oleskelu on entistä enemmän ohjattua ja tuotteistettua palvelua.

Luontolähtöisten hyvinvointimatkailupalveluiden käytön arvioidaankin edelleen kasvavan monissa kohderyhmissä elämäntapojen jatkuvan kaupungistumisen ja teknistymisen myötä. Erityisesti hyvinvoinnistaan kiinnostuneet työyhteisöt ovat tulevaisuuden asiakasryhmä, jonka tarpeisiin ollaan kehittämässä uusia palveluja. (Yli-Viikari 2014.) Asian uutuuden vuoksi yrittäjät tarvitsevat kuitenkin vielä lisää tietoa ja osaamista luontolähtöisiin hyvinvointipalveluihin liittyvistä menetelmistä, niiden vaikuttavuudesta ja luonnon hyvinvointivaikutuksista. Lisäksi matkailijan luontokokemusta tulisi ymmärtää tarkemmin, jotta palvelut osattaisiin tuotteistaa oikeille asiakasryhmille heidän tarpeidensa mukaisiksi ja markkinoida oikeissa kanavissa. Palvelut ovat vielä suhteellisen tuntemattomia, minkä vuoksi näiden tuottamista hyödyistä viestimiseen tulisi myös panostaa.

Pohdinta

Toimialojen rajapinnoille syntyvien maaseutumatkailupalvelujen myötä voidaan kysyä: miten nykyään määritellään maaseutumatkailuyrittäjä? Onko maaseutumatkailuyrittäjä luovan alan osaja, joka tuottaa myös matkailijoille käsityöllisiä ohjelmalveluja? Onko hän fysioterapeutti, jonka tuloista suuri osa koostuu lähimaakuntien kaupunkien työyhteisöille tuotettavista luontolähtöisistä hyvinvointipalveluista? Yhteistä kaikille näille maaseudulla toimiville yrittäjille on se, että yksi asiakasryhmistä, joita he palvelevat, ovat matkailijat.

Oli sitten kyseessä matkailu-, luonto-, hyvinvointi- tai luovan alan yrittäjä, hän kohtaa samoja yritystoiminnan kehittämisen haasteita. Kaikkia kyseisiä toimialoja leimaa pienyritystoiminta, ja yrittäjät kärsivät usein resurssipulasta eli ajan ja rahan puutteesta. Yrittäjillä on myös samat osaamistarpeet. Nämä koskevat yleensä asiakasryhmien

tunnistamista ja saavuttamista, palvelujen tuotteistamista ja näistä viestimistä sekä hinnoittelua ja kannattavuutta.

Pitkällä aikavälillä maaseudun menestyksen salaisuutena voi olla se, että yritykset toimivat entistä tiiviimmin yhteistyössä keskenään ja erityisesti suhteessa asiakkaisiinsa. Matkailu tarvitsee kehittyäkseen uusia sisältöjä, koska matkailija hakee lomaltaan yhä enemmän henkistä ja fyysistä hyvinvointia. Matkailu puolestaan laajentaa

luovien alojen ja hyvinvointialan yrittäjien asiakasryhmiä ja mahdollistaa palvelujen myynnin yhä moninaisemmissa kanavissa. Tämän seurauksena myyntivolyymit kasvavat ja toiminnan kannattavuus paranee. Maaseudulla eri alojen välisillä rajapinnoilla on todellakin kasvupotentiaalia, ja on tärkeää edistää uudenlaisten palveluinnovaatioiden syntymistä (Kaunisharju 2009; Talvitie 2010; Mahdollisuuksien maaseutu 2014).

Lähteet

- Kaunisharju, Kirsi 2009. Luova maaseutu. Luovan talouden ja kulttuurin kehittäminen maaseudulla. Opetusministeriön julkaisu 2009/25. Yliopistopaino, Helsinki. Saatavissa: <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2009/liitteet/opm25.pdf?lang=fi>. [Viitattu 30.1.2015].
- Maaseutubarometri 2014. Taloustutkimus Oy. Saatavissa: http://www.tem.fi/files/38647/Maaseutubarometri_2014_LOPPURAPORTTI.pdf. [Viitattu 30.1.2015].
- Maaseutu ja hyvinvoiva Suomi. 2009. Maaseutupoliittinen kokonaisohjelma 2009–2013. Maaseutupoliittikan yhteistyöryhmä YTR. Maaseutupoliittikan yhteistyöryhmän julkaisu 5/2009. Saatavissa: http://www.maaseutupoliittikka.fi/files/976/YTR5_2009_Maaseutupoliittinen_kokonaisohjelma_2009_2013.pdf. [Viitattu 30.1.2015].
- Mahdollisuuksien maaseutu 2014. Maaseutupoliittinen kokonaisohjelma 2014–2020. Maaseutupoliittikan yhteistyöryhmä YTR. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 9/2014. Saatavissa: https://www.tem.fi/files/38887/TEMjul_9_2014_web_25022014.pdf. [Viitattu 30.1.2015].
- Matkailun edistämiskeskus 2014a. Hyvinvointiteeman tuotesuosituksat. Saatavissa: <http://www.mek.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/tuoteteemat/hyvinvointimatkailu/tuotesuosituksat/>. [Viitattu 30.1.2015].
- Matkailun edistämiskeskus 2014b. Matkailun trendejä maailmalta. Saatavissa: <http://www.mek.fi/tutkimukset-ja-tilastot/trendit/>. [Viitattu 30.1.2015].
- Miettinen, Satu 2006. Merkitykset, tuotteet ja luovuus matkailussa. Teoksessa: Vehkasalo, Jaana (toim.). Käsiyön ja matkailun verkostot. Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry. 24–27. Saatavissa: http://www.taito.fi/fileadmin/TaitoGroup/yrityspalvelut/yrityspalvelu_pdf tiedostot/KjaMverkostot.pdf. [Viitattu 30.1.2015].
- Niemi Jyrki & Jaana Ahlstedt (toim.) 2014. Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2014. Maa- ja elintarviketutkimuskeskuksen julkaisuja 115. MTT, Helsinki. Saatavissa: https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/mtt/mtt/julkaisut/suomenmaatalousjamaaseutuelinkeinot/jul115_SM2014.pdf. [Viitattu 30.1.2015].
- Pitkänen, Anne 2005. Matkailu käsityöllisen hyvinvointitoiminnan mahdollisuutena. Teoksessa: Kälviäinen, Mirja (toim.). Käsiyö–yrittäjyys–hyvinvointi. Uusia liiketoimintapolkuja. Kauppa- ja teollisuusministeriö, Helsinki. 82–91. Saatavissa: [http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/7387C9AE067D33D0C2256FF1003FCDCB/\\$file/jul9touko_2005_nettti.pdf](http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/7387C9AE067D33D0C2256FF1003FCDCB/$file/jul9touko_2005_nettti.pdf). [Viitattu 30.1.2015].
- Richards, Greg & Crispin Raymond 2000. Creative Tourism. ATLAS News 23: 16–20.
- Richards, Greg & Julie Wilson 2006. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? Tourism Management 27 (6): 1209–1223.
- Sitra & MTT 2013. Kestävää hyvinvointia luonnosta. Keskustelupaperi. Saatavissa: <http://www.scribd.com/doc/148717783/Keskustelupaperi-Kestavaa-Hyvinvointia-Luonnosta-2013-6-12>. [Viitattu 30.1.2015].

- Soini-Salomaa, Kristiina 2006. Käsityöalan yhteistyö. Teoksessa: Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito Ry. Taito Innovaatiot 2001–2006 -projektin toiminta ja tulokset. 5. Saatavissa: <http://www.taito.fi/fileadmin/TaitoGroup/tiedostot/loppuraportti.pdf>. [Viitattu 30.1.2015].
- Taito-trendit kysely 2012. Käsi- ja taideteollisuusliitto taito ry. Saatavissa: <http://www.taito.fi/toimintaa/taito-trendit-ja-kaesityoen-tulevaisuus/>. [Viitattu 30.1.2015].
- Talvitie, Heli 2010. Luovien vastakohtaisuuksien maaseutu. Maaseudun kulttuuriohjelma 2010–2014. Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän julkaisu 3/2010. Yliopistopaino, Helsinki. Saatavissa: http://www.maaseutupolitiikka.fi/files/1400/Luovien_vastakohtaisuuksien_maaseutu_Maaseudun_kulttuuriohjelma_2010-2014.pdf. [Viitattu 30.1.2015].
- Yli-Viikari, Anja 2014. Green Care avaa kasvun mahdollisuuksia monilla alueilla. Teoksessa: Iijolainen, Maarika & Jaana Ruoho (toim.). Luonto & hyvinvointi yrittäjyyden mahdollisuutena. Green Care Satakunnassa. Satakunnan ammattikorkeakoulu, Pori. 14–19. Saatavissa: <http://www.theseus.fi/handle/10024/80892>. [Viitattu 30.1.2015].