

Matkailututkimus 11: 1, 79–83 (2015)

©Suomen matkailututkimuksen seura



Puheenvuoroja

Luonto matkailijan hyvinvoinnin lähteenä: Green Care -toiminnan mahdollisuudet Satakunnassa

Sanna-Mari Renfors ja Jaana Ruoho
Satakunnan ammattikorkeakoulu

Luontolähtöiset hyvinvointipalvelut lisääntyvät

Maaseudulla toimii yhä enemmän palvelualojen pienyrityksiä, joilla ei ole kytköstä maatalaan. Yrityksiä syntyy varsinkin matkailussa ohjelmapalveluihin, jotka hyödyntävät maaseudun luontoa toimintaympäristönään (Niemi & Ahlstedt, 2014; Maaseutupoliittinen kokonaisuohjelma 2014–2020). Erilaisista ohjelmapalveluista on tullut merkittävä osa matkailuelämystä, jonka sisällön tuottamiseksi tarvitaan toimialarajat ylittävää osaamista. Maaseudulla tulisikin vahvistaa monialaista yrittäjyyttä lisäämällä luontolähtöisten hyvinvointipalveluiden määrää (Maaseutupoliittinen kokonaisuohjelma 2014–2020). Uutta liiketoimintaa maaseudulle saadaan siten aikaan hyvinvoinnin sekä matkailun tuotteiden ja palvelujen kehittämisen avulla (Maaseutupoliittinen kokonaisuohjelma 2014–2020).

Tätä kasvua tukee se, että luonnon monimuotoisuudesta saatavien palvelujen ja hyötyjen merkitys kuluttajille on lisääntymässä. Näille syntyy markkinoita, koska vapaa-ajalta haetaan yhä enemmän henkistä hyvinvointia. Maaseutu ympäristö ja luonto edustavat stressivapaata vyöhykettä ja hyvän elämän elementtejä (Maaseutubarometri, 2014; Maaseutupoliittinen kokonaisuohjelma 2009–2013). Luontoympäristössä oleskelu tuottaa vahvoja virkistyskokemuksia ja vaikuttaa kokonaisvaltaisesti ihmisen hyvinvointiin. Maaseutua olisi näin ollen kehitettävä yhä enemmän matkailijan hyvinvoinnin lähteenä (Hienonen, 2011).

Luontolähtöisiin hyvinvointipalveluihin liittyvä käsitteistö ei ole vielä vakiintunutta. Luontolähtöisistä hyvinvointipalveluista puhuttaessa Suomessa käytetään käsitteitä Green Wellbeing, Green Health ja Green Care. Sitran ja MTT:n (2013) mukaan *Green Wellbeing* tarkoittaa toimintaa, jolla edistetään ihmisten hyvinvointia ja elämänlaatua luontolähtöisesti. Suurimmat markkinat ovat *Green Health* -tyyppi-

sillä, terveyttä ylläpitävillä tai edistävillä palveluilla, jotka tukevat ihmisten hyvinvointia elämän eri vaiheissa. Luontolähtöinen hyvinvointimatkailu liitetään tällöin luonnon virkistyskäyttöön sekä elämys- ja matkailupalveluihin, joihin asiakkaat hakeutuvat omaehtoisesti ja kustantavat palvelut itse. (Sitra & MTT, 2013.)

Green Care -käsitteen yhteydessä tuodaan esille *luontovoiman* palvelut, jotka tähtäävät voimaantumiseen ja aktivointiin (Vehmasto, 2014). *Green Care* -palvelut sisältävät yksityisillä palvelumarkkinoilla tuotettavia hyvinvointi- ja virkistyspalveluja, joissa *luontoa hyödynnetään tietoisesti ja tavoitteellisesti* palvelun käyttäjien tarpeiden mukaan (Sitra & MTT, 2013). Vehmaston (2014) mukaan luontovoiman eli virkistys- ja hyvinvoinnin palveluissa luontolähtöisiä toimintamuotoja ovat *luonnon voimaannuttava käyttö ja luontolähtöinen tavoitteellinen hyvinvointitoiminta*. Luonnon voimaannuttava käyttö voidaan tuotteistaa esimerkiksi työhyvinvointi -palveluksi, jolloin tavoitteena on työhyvinvoinnin lisääntyminen, voimaantuminen ja virkistyminen. Erilaiset luontoretkipalvelut voivat sisältää *Green Care*- toiminnan elementtejä ja edellytyksiä, jolloin tavoitteena on elpyminen, virkistyminen ja elämyksellisyyden kokeminen. Muista hyvinvointimatkailupalveluista luontovoiman palvelut erottuvat erityisesti tavoitteellisuuden ja vaikuttavuuden arvioinnin perusteella. (Vehmasto, 2014.)

Suomessa hyvinvointimatkailutuotteeseen yhdistetään vahvasti luonto. Liikunnalliset harjoitteet luonnonympäristössä, saunan terveysvaikutukset, hiljaisuus ja rauhoittava maisema on tiedostettu matkailun resursseina. Metsäohjelmat hyvinvointimatkailutuotteena edesauttavat henkistä hyvinvointia, ja tuote itsessään mahdollistaa kaikkien viiden aistin ja elämyksen kokemisen sekä itseensä 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).

Luontolähtöisten hyvinvointimatkailupalveluiden käytön arvioidaan edelleen kasvavan monissa kohderyhmissä elämäntapojen jatkuvan kaupungistumisen ja teknistymisen myötä. Erityisesti hyvinvoinnistaan kiinnostuneet työyhteisöt ovat tulevaisuuden asiakasryhmä, jonka tarpeisiin ollaan parhaillaan kehittämässä uusia palvelutuotteita. Luontoteemojen avulla voidaan tasapainottaa työelämän kiireisyyttä ja suorituskeskeisyyttä. (Yli-Viikari, 2014.)

Satakunnan luonto tarjoaa liiketoimintamahdollisuuksia

Satakunnassa kiinnitetään yhä enemmän huomiota luonnon tarjoamiin moninlaisiin liiketoimintamahdollisuuksiin. Puhdas ympäristö ja satakuntalainen luonto ovat merkittäviä resursseja, joiden kestävä liiketaloudellinen käyttö synnyttää lisää työpaikkoja ja tuo maakuntaan tuloja. Luonto tuodaan esille myös Satakunnan uudessa maakuntaohjelmassa 2014–2017, jossa puhdas ympäristö nähdään maakunnan vetoimatekijäksi ja luonto tuotekehityksen merkittäväksi lähteeksi. Lisäksi Satakunnan alueellisessa maaseudun kehittämissstrategiassa 2014–2020 tulevaisuuden nousevaksi liiketoimintamahdollisuudeksi maaseudulla luetaan erityyppisten hyvinvointipalve-

lujen lisääntyminen. Green Care -toiminta on jäänyt kuitenkin maakunnassa vähemmälle, vaikka luonto on tulevaisuudessa maakunnan suurimpia valttjeja.

Koska luontolähtöisten hyvinvointipalvelujen mahdollisuuksista Satakunnassa haluttiin saada enemmän tietoa, Satakunnan ammattikorkeakoulu toteutti maakunnassa Green Care esiselvitys- ja tiedotushankkeen (1.9.2013–30.10.2014, Maaseuturahasto). Tämän Satakunnan ensimmäisen Green Care -hankkeen tavoitteena oli selvittää Green Care toiminnan mahdollisuudet ja painopistealueet maakunnassa, kartoittaa olemassa oleva toiminta sekä tuoda aihe tutuksi yrittäjille sekä muille asiasta kiinnostuneille (ks. tarkemmin M. Iijolainen & J. Ruoho).

Esiselvityksen mukaan Satakunnassa toimii runsaasti vapaa-aika-, virkistys- ja hyvinvointialan yrityksiä, joiden tarjonnasta löytyy matkailijoille suunnattuja Green Care palveluja. Satakunnassa on hiljentymiseen, rauhoittumiseen ja voimaantumiseen liittyviä palveluja: metsäterapiaa, joogaa luonnonympäristössä, hiljentymispolkuja sekä luonnon elvyttävään voimaan perustuvia elämyspalveluita: naisten voimapäiviä luonnossa ja alpakkapatikoita metsän hiljaisuudessa. Voidaankin todeta, että Satakunnan maaseudulla yritykset kehittävät palvelujaan yhä enemmän matkailun, luonnon ja hyvinvoinnin rajapinnoille.

Green Care -toiminnan mahdollisuudet nähdään maakunnassa myönteisinä ja osana yritysten tulevaisuutta. Maaseudun yrittäjät haluavat siten edelleen kehittää satakuntalaisia Green Care -palveluja ja näkevät niille olevan kysyntää tulevaisuudessa. Maaseudulta löytyy runsaasti osaamista, monipuolinen toimintaympäristö, eläimiä ja tiloja. Uusia yrittäjiä kiinnostuu aiheesta tasaiseen tahtiin, ja heiltä tulee yhteydenottoja nykyisen toiminnan suuntaamiseksi uudelleen. Tulevaisuudessa maakunnan Green Care -yritykset haluaisivatkin tuottaa yhä laajemmin työhyvinvointipalveluja yritysryhmille sekä tavoittaa myös erityisryhmiä asiakkaiden (Koivisto, 2014).

Yhteinen teema yhdistää yrittäjiä. Yrittäjiä kiinnostaa verkostoyhteistyö, joka mahdollistaa yhteisiä toimenpiteitä ja resurssien jakamista. Yritykset ovat valmiita antamaan verkostolle paljon. He haluaisivat jakaa omien kokemustensa myötä saavuttamaansa erityisosaamista ja kontaktejaan sekä antaa vertaistukea ja konsultointiapua toisilleen (Koivisto, 2014). Hankkeen aikana syntyikin luonnollisesti verkosto alan yrittäjien välille. Verkostoon kuuluvien yrittäjien taustat ovat monipuoliset: mukana on yrittäjiä, joilla on psykologin, sairaanhoitajan tai lähihoitajan koulutus. Lisäksi verkostoon kuuluu majoitus-, retki- ja ohjelmalveluita sekä yksilö- tai työyhteisövalmennusta tarjoavia yrittäjiä. Yrittäjien kirjo on hyvin laaja, mikä on osoitus Green Care -toiminnan toimialarajat ylittävästä voimasta.

Asian uutuuden vuoksi yrittäjät maakunnassa tarvitsevat vielä lisää tietoa ja osaamista Green Care -menetelmistä, niiden vaikuttavuudesta, luonnon hyvinvointivaikutuksista sekä Green Care -palvelujen tuotteistamisesta ja markkinoinnista. Tärkeää olisi myös kartoittaa tarkoin potentiaaliset asiakasryhmät. 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 tuottamien hyötyjen viestimiseen tulisi myös panostaa.

Koska suomalaisilla on aina ollut mahdollisuus nauttia luonnosta vapaasti ja elpyä mökeillä, haasteena on luoda liiketaloudellisesta 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. Mikäli Green Caren mukaiset arvot ja toimintamallit istuvat luontevaksi osaksi matkailuyrityksen toimintaa, on Green Care toiminnalla paljon annettavaa (Liikonen, 2014). Mahdollisuuksia on, sillä kaupungistuneet ihmiset eivät välttämättä osaa läheteä luontoon yksin, ja kiireinen elämänrytmi vaatii elpymistä.

Lähteet

- Hienonen, K. (2011). Maaseutu tulevaisuuden merkitysyhteiskunnassa. Trendianalyysi. Sitran selvityksiä 52. Helsinki: Sitra. Viitattu 11.11.2014 <http://www.sitra.fi/julkaisut/Selvityksi%C3%A4-sarja/Selvityksi%C3%A4%2052.pdf>
- Iijolainen, M., & Ruoho, J. (2014). (Toim.) Luonto & hyvinvointi yrittäjyyden mahdollisuutena. Green Care Satakunnassa. Pori: Satakunnan ammattikorkeakoulu. Viitattu 11.11.2014 <http://www.theseus.fi/handle/10024/80892>
- Koivisto, E. (2014). Satakunnan alueen potentiaalisten Green Care -yritysten haastattelututkimus. AMK-opinnäytetyö. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Viitattu 11.11.2014 <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2014060511986>
- Liikonen, K. (2014). Green Care matkailuyrityksen strategisena valintana. Teoksessa: M. Iijolainen & J. Ruoho (Toim.), Luonto & hyvinvointi yrittäjyyden mahdollisuutena. Green Care Satakunnassa. (ss. 34–44). Pori: Satakunnan ammattikorkeakoulu.
- Maaseutubarometri 2014 (2014). Taloustutkimus Oy. Viitattu 16.10.2014. http://www.tem.fi/files/38647/Maaseutubarometri_2014_LOPPURAPORTTI.pdf
- Maaseutupoliittinen kokonaisuohjelma 2009–2013 (2009). Helsinki:Maaseutupoliitiikan yhteistyöryhmä. Maaseutupoliitiikan yhteistyöryhmän julkaisuja 5/2009. Viitattu 16.4.2014. http://www.maaseutupoliitikka.fi/files/976/YTR5_2009_Maaseutupoliittinen_kokonaisuohjelma_2009_2013.pdf
- Maaseutupoliittinen kokonaisuohjelma 2014–2020 (2014). Työ- ja elinkeinoministeriö, Maaseutupoliitiikan yhteisryhmä YTR. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 9/2014. Helsinki: Edita. Viitattu 11.11.2014. http://www.tem.fi/files/38887/TEMjul_9_2014_web_25022014.pdf
- Matkailun edistämiskeskus (2014a). Hyvinvointiteeman tuotesuosituksset. Viitattu 29.10.2014. <http://www.mek.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/tuoteteemat/hyvinvointimatkailu/tuotesuosituksset/>
- Matkailun edistämiskeskus (2014b). Matkailun trendejä maailmalta. Viitattu 29.10.2014. <http://www.mek.fi/tutkimukset-ja-tilastot/trendit/>
- Niemi, J. & J. Ahlstedt (2014). (Toim.) Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2014. MTT:n julkaisuja 115. Helsinki: Vammalan kirjapaino Oy. Viitattu 11.11.2014. https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/mtt/mtt/julkaisut/suomenmaatalousjamaaseutuelinkeinot/jul115_SM2014.pdf
- Satakunnan alueellinen maaseudun kehittämisstrategia 2014–2020 (2014). ELY-keskus. Viitattu 16.10.2014. http://www.ely-keskus.fi/documents/10191/58383/Strategia_web.pdf/21f34cf5-cda6-4a05-a1e1-783eacc79688
- Satakunnan maakuntaohjelma 2014–2017 (2014). Satakuntaliitto. Viitattu 2.10.2014 http://www.satakuntaliitto.fi/sites/satakuntaliitto.fi/files/tiedostot/Aluekehitys/2014-05-28_

Mako.pdf

- Sitra & MTT (2013). Kestävää hyvinvointia luonnosta. Keskustelupaperi. Viitattu 28.10.2014. <http://www.scribd.com/doc/148717783/Keskustelupaperi-Kestavaa-Hyvinvointia-Luonnosta-2013-6-12>
- Vehmasto, E. (2014). Green Care-palvelutyypit Suomessa. Teoksessa: E. Vehmasto (Toim.), Green Care -toimintatavan suuntaviivat Suomessa (ss. 29–48). MTT: Jokioinen. Viitattu 9.10.2014 <http://jukuri.mtt.fi/bitstream/handle/10024/482161/mttkasvu20.pdf>
- Yli-Viikari, A. (2014). Green Care avaa kasvun mahdollisuuksia monilla alueilla. Teoksessa: M. Iijolainen & J. Ruoho (Toim.), Luonto & hyvinvointi yrittäjyyden mahdollisuutena. Green Care Satakunnassa. (ss. 14–19). Pori: Satakunnan ammattikorkeakoulu.