

*Matkailututkimus 11: 1, 84–87 (2015)*

©Suomen matkailututkimuksen seura



## Puheenvuoroja

### Lappilainen elämäntapa hyvinvointimatkailuksi

*Maria Hakkarainen<sup>a</sup>, Salla Jutila<sup>a</sup> ja Mervi Angeria<sup>b</sup>*

<sup>a</sup>*Lapin yliopisto,*

*Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)*

<sup>b</sup>*Lapin ammattikorkeakoulu,*

*Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)*

Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutin hanke *Hyvinvointimatkailun ja sen osaamisen edistäminen eurooppalaisena yhteistyönä* herätti pohtimaan hyvinvointimatkailun rajoja ja erityisesti arjen ja hyvinvointimatkailun yhdistämistä. Paikallisuus ja paikalliset elämäntavat viehättävät matkailijoita, ja ne ovat kautta aikojen olleet – ja ovat yhä – matkailun tärkeimpiä vetovoimatekijöitä (ks. esim. Järviuoma, 1994; Pearce, 2005). Paikallisuuden kokeminen sekä lähiruuan ja kausituotteiden kysyntä kasvaa koko ajan (Suomen matkailustrategia 2020; Työ- ja elinkeinoministeriö, 2014). Modernit humanistit, jotka Visit Finland (entinen MEK) on tutkimusten perusteella määritellyt markkinoinnin merkittävimäksi kohderyhmäksi, eivät odota Suomen matkaltaan mitään ihmeellistä, vaan haluavat kokea suomalaisen elämäntavan sellaisena kuin se on (Visit Finland, 2014).

Arkielämästä tuttujen elämäntapojen esittäminen ja tarjoaminen osana matkailutarjontaa ei kuitenkaan ole itsestään selvyyttä. Matkailun näkökulmasta on tarpeen pysähtyä tarkastelemaan tekemisen ja olemisen muotojamme: mitkä asiat arjessamme voivat tarjota matkailijoille elämyksiä? Lappilaisille arkipäiväiset asiat, kuten luonnossa ja metsässä liikkuminen ja oleminen, talvipyöräily, marjojen ja sienten poimiminen ja käyttö ruuanvalmistuksessa, saunominen sekä puhdas ja hyvänmakuinen kraanavesi, voivat muualta tuleville matkailijoille olla todellisia matkailuelämyksiä. Lisäksi yllämainitut ja monet muut elementit elämäntavassamme edistävät hyvinvointia ja terveyttä (Tyrväinen, Korpela, & Ojala, 2014).

### Paikallisen arjen tuotteistaminen

Lappilainen elämäntapa on mahdollista tuotteistaa hyvinvointia tuottaviksi elämyksiksi, jotka samalla edistävät matkailun ympärivuotisuutta ja vähähiilisyyttä.

Tuotteistaminen edellyttää arjen kaupallistamisen mahdollisuuksien tunnistamista. Hyvinvointimatkailuhankkeen benchmarkingmatkat Italiaan, Itävaltaan, Unkariin, Ruotsiin ja Ranskaan herättivät pohtimaan lappilaisen arjen tuotteistamisen mahdollisuuksia. Erityisesti Ranskaan suuntautuneella matkalla nousi esiin eräitä suomalaisen pyöräilyn piirteitä ja mahdollisuuksia sen hyödyntämiseen matkailussa. Pyöräily on suomalaisille harrastus ja liikkumismuoto, joka opitaan yleensä jo lapsena ja jota harrastetaan läpi vuoden. Pyöräilymatkailu on kuitenkin usein extreme- tai kilpailutoimintaan yhdistettävää maasto- ja maantiepyöräilyä. Niiden ohella kevyttä kuntoilua tarjoavat pyöräilyretket sekä opastetut kiertoajelut kaupungeissa mahdollistaisivat tutustumisen paikalliseen luontoon ja kulttuuriin helposti, turvallisesti ja ekologisesti. Nykyiset, seikkailua tarjoavat ja fyysistä kuntoa vaativat pyöräilymatkailutuotteet eivät siis kohtaa arjen pyöräilykäytäntöjä. Nämä, kuten myös talvipyöräily, voivat kuitenkin hyvin kiinnostaa matkailijoita.

Myös hankkeen järjestämä työpaja *Lappilainen elämäntapa hyvinvointimatkailuksi* (Rovaniemellä 20.11.2014) nosti esiin lukuisia konkreettisia ideoita siitä, miten paikallisuutta ja arkea voitaisiin tuotteistaa. Pohjoisen ihmiset, heidän perinteensä ja kulttuurinsa, puhdas luonto (kasvit, eläimet ja luonnonilmiöt) sekä keinot sopeutua arktisessa ympäristössä toimimiseen tarjoavat tähän lähes ehtymättömän resurssin. Tuotteistamisesta on jo olemassa hyviä esimerkkejä. Erilaiset vaellukset ovat kotimaisten matkailijoiden suosiossa, mutta enimmäkseen kansainvälisten matkailijoiden ulottumattomissa. Vaellusten haastavuutta ja luonnon arvaamattomuutta on viime vuosina Lapissa vähennetty järjestämällä esimerkiksi huoltojoukot sisältäviä ohjattuja vaelluksia (Lapland Classic). Myös perinteisiä luonnonkäyttömuotoja, kuten marjanpoimintaa, on tuotteistettu matkailuelämyksiksi. Elämäntapaa tuotteistettaessa erilaisen tekemisen rinnalla huomioita pitäisi kiinnittää myös erilaisiin olemisen tapoihin. Aktiviteettien lisäksi niin luonnossa oleminen kuin luonnontuotteet sekä niiden terveyttä edistävät vaikutukset (ks. esim. Tyrväinen ym., 2014) voivat toimia matkailuelämyksinä.

Lappilaisen arjen tarjoamista lukuisista elämismahdollisuuksista huolimatta arjen tuotteistamiseen liittyy monia haasteita. Hyvinvointimatkailuhankkeen työpajassa nousi esille eri yrittäjien ja organisaatioiden välisen yhteistyön puute. Arki koostuu useista pienistä elementeistä, joita yhdistämällä on mahdollista luoda matkailuelämyksiä. Ilman eri toimijoiden välistä yhteistyötä ja verkostoitumista arjen elementit jäävät toisistaan irralleen ja yksittäisen matkailijan ulottumattomiin. Yhteistyön puute lisää myös pienyrittäjien usein kokemaa resurssipulaa: yksittäiset toimijat eivät välttämättä voi toteuttaa hyväkään ideaa, jos markkinoinnin tai oheispalvelujen, kuten kuljetuksen, järjestäminen ei ole mahdollista.

## Jaettua arkea matkailijoille

Jakamistaloudesta puhutaan nykyisin paljon, ja se avaa monia mahdollisuuksia myös paikallisuuteen ja arkeen pohjautuvien matkailuelämysten tuottamiselle. Keskeisiä piirteitä jakamistaloudessa ovat verkostoitunut vieraanvaraisuus sekä paikallisten ihmisten arjen ja elämäntyylin tuominen matkailijoiden ulottuville (Germann Molz, 2014). Jakamistalouden monet muodot vastaavat matkailijoiden tarpeeseen tutustua

suomalaiseen elämäntapaan ja omaperäiseen kulttuuriin tarjoamalla esimerkiksi mahdollisuuksia iltapäiväkahvihetkeen suomalaisessa kodissa tai majoituksen paikallisen kotona (Näkemyksestä menestystä, 2014, s. 63). Hyvinvointimatkailuhankkeen työpajassa yhtenä pääteemana oli jakamistalouden rooli alueen hyvinvointimatkailun kehittämisessä, sillä Lapissa paikallisuus on vahvasti kytköksissä hyvinvointiin, kuten edellä todettiin.

Jakamistalous voi olla vapaaehtoisuuteen perustuvaa, jolloin kyse on yhteisöllisyydestä sekä paikallisasukkaan ja matkailijan halusta jakaa jotain keskenään. Jakamistalous voi saada myös kaupallisia piirteitä, jolloin asukas antaa palan arjestaan, kuten kotinsa tai autonsa, yleensä varsin pientä rahasummaa vastaan matkailijan käyttöön. Tällöin mukana on usein kolmaskin osapuoli, paikallisasukkaiden tarjoamia palveluita välittävä yritys. Jakamistalouden eri muodot niin kaupallisina kuin vapaaehtoisuuteen perustuvinkin tarjoavat mahdollisuuksia paikallisen elämäntavan tuotteistamiselle, mutta jakamistalouteen liittyvät haasteet on huomioitava. (ks. esim. Lahti & Selosmaa, 2013; vert. Eckhardt & Bardhi, 2015.)

Matkailutoimialojen yhtenä haasteena on valmistautua ja vastata jakamistalouden suosion kasvuun ja sen aiheuttamaan alan muutokseen. Alan ja yritystoiminnan uudistumisessa tarvitaan uutta ajattelutapaa ja avoimuutta, hallinnollisia ja lainsäädännöllisiä ulottuvuuksia unohtamatta. (Näkemyksestä menestystä, 2014, s. 63.) Jakamistalouden menestyneimmät yritykset, kuten Airbnb ja Uber, kilpailevat jo markkinaosuuksista ns. perinteisten majoitus- ja kuljetusalan yritysten kanssa. Yhteisölliset verkostot, kuten majoitusta jakava Couch surfing ja yhteisöllistä ruuanlaittoa tarjoava Cookening, ovat yhä suosituimpia.

Jakamistaloustrendiin liittyy kuitenkin monia käytännön haasteita, esimerkiksi veroihin, turvallisuuteen ja erilaisiin lupiin liittyen (esim. Malhotra & Van Alstyne, 2014, s. 24–25). Miten varmistaa laatu, jos mukana on paljon yksityishenkilöitä tai yksittäisiä tahoja? Entä miten yksityisten tarjoamat matkailupalvelut saadaan hyödyttämään aluetaloutta? Haasteita aiheuttavat myös tiedonpuute tarvittavista luvista ja toimintaa ohjaavasta lainsäädännöstä sekä arjen kaupallistamisen mahdollisuuksien tunnistaminen. Olisi hyvä olla yksi koordinoiva taho, joka kehittää lappilaisen elämäntavan tuotteistamista hyvinvointimatkailuksi kooten samalla yksityiset henkilöt ja pienet yritykset yhteen. Tämä helpottaisi matkailijaa, kun tieto kaikista palveluista ja tuotteista löytyisi yhdestä paikasta. Myös palveluntarjoajat hyötyisivät, kun omaa tuotetta täydentävät palvelut löytyisivät helposti. Koordinoiva taho voisi hoitaa markkinoinnin ja osan rahaliikenteestä sekä huolehtia tarvittavien lupien hankinnasta ja lakien noudattamisesta erityisesti, kun kyse on perinteisestä yritystoiminnasta poikkeavista matkailupalveluista. Vapaaehtoisuuteen perustuvat palvelut voivat tukea kaupallista toimintaa, mutta yhteistyön toteutumiseen tarvitaan selkeät pelisäännöt.

## Yhteenveto

Hyvinvointimatkailuhankkeen tulokset vahvistivat näkemystä siitä, että hyvinvointimatkailu on paljon muutakin kuin ”kylpylässä lillumista”. Lapissa paikallisuus on vahvasti kytköksissä hyvinvointiin: monet lappilaisen elämäntavan tekemisen ja olemisen muodot edistävät hyvinvointia. Oikein tarjottuna ja tuotteistettuna lappilainen

elämäntapa tarjoaa parhaimmillaan autenttisia hyvinvointielämyksiä matkailijoille. Yhtenä kanava tähän toimii jakamistalous. Selkeimmin jakamistalouden suosion kasvu ilmenee vaihtoehtoisten majoitusmuotojen, kuten sohvaurffauksen ja kodin vuokrauksen, lisääntymisenä. Paikallinen elämäntyyli tarjoaa kuitenkin monia muitakin mahdollisuuksia matkailuelämysten tuottamiseen. Nämä matkailun uudet muodot voivat tarjota yrityksille keinoja tuottaa uusia aidosti paikallisia ja yksilöllisiä palveluita.

## Lähteet

- Eckhardt, G. & Bardhi, F. (2015). The sharing economy isn't about sharing at all. *Harvard Business Review*, January 28.
- Germann Molz, J. (2014). Toward a network hospitality. *First Monday*, 19(3). DOI: <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v19i3.4824>
- Järviluoma, J. (1994). Matkailun työntö- ja vetovoimatekijät ja niiden heijastuminen lomakohteen valintaan. Teoksessa S. Aho (toim.), *Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteena* (s. 31–48). Oulu: Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos.
- Lahti, V.-M. & Selosmaa, J. (2013). *Kaikki jakoon! Kohti uutta yhteisöllistä taloutta*. (Sitra 304) Keuruu: Otava.
- Lapland Classic. Haettu osoitteesta <http://www.safartica.com/fi/Safarit/Yllaksen-Erikoiset/Lapland-Classic>
- Malhotra, A. & Van Alstyne, M. (2014). The dark side of the sharing economy ... and How to Lighten It. *Communications of the ACM*, 57(11), 24–27.
- Näkemyksestä menestystä (2014). Toimialaraportit, matkailu. Työ- ja elinkeinoministeriö. Haettu osoitteesta [http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2274/Matkailu\\_joulukuu\\_2014.pdf](http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2274/Matkailu_joulukuu_2014.pdf)
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist behaviour: Themes and conceptual schemes*. Channel View Publications.
- Tyrväinen, L., Korpela, K. & Ojala, A. (2014) Luonnon virkistyskäytön terveys ja hyvinvointihyödyt. L. Tyrväinen, M. Kurttila., T. Sievänen & S. Tuulentie (toim.), *Hyvinvointia metsästä* (s. 48–58). Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Suomen matkailustrategia 2020. Haettu osoitteesta [https://www.tem.fi/files/36953/Suomen\\_matkailustrategia\\_2020.pdf](https://www.tem.fi/files/36953/Suomen_matkailustrategia_2020.pdf)
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2014). *Suomen matkailun tulevaisuudennäkymät: katse vuoteen 2030*. Haettu osoitteesta [https://www.tem.fi/files/38503/TEMrap\\_4\\_2014\\_web\\_17012014.pdf](https://www.tem.fi/files/38503/TEMrap_4_2014_web_17012014.pdf)
- Visit Finland (2014). *Hyvinvointimatkailustrategia kansainvälisille markkinoille 2014-2018*.