

Kunta luontomatkailun kehittäjänä

Leena Petäjistö ja Ashley Selby

Metlan työraportteja / Working Papers of the Finnish Forest Research Institute -sarjassa julkaistaan tutkimusten ennakkotuloksia ja ennakkotulosten luonteisia selvityksiä. Sarjassa voidaan julkaista myös esitelmiä ja kokouskoosteita yms.

Sarjan julkaisut ovat saatavissa pdf-muodossa sarjan Internet-sivuilta.

<http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/>
ISSN 1795-150X

Toimitus

PL 18
01301 Vantaa
puh. 029 532 2111
faksi 029 532 2103
sähköposti julkaisutoimitus@metla.fi

Julkaisija

Metsäntutkimuslaitos
PL 18
01301 Vantaa
puh. 029 532 2111
faksi 029 532 2103
sähköposti info@metla.fi
<http://www.metla.fi/>

Tekijät Leena Petäjistö ja Ashley Selby			
Nimeke Kunta luontomatkailun kehittäjänä			
Vuosi 2013	Sivumäärä 25	ISBN 978-951-40-2454-2 (PDF)	ISSN 1795-150X
Alueyksikkö / Tutkimusohjelma / Hankkeet Etelä-Suomen alueyksikkö / Metsästä hyvinvointia HYV-ohjelma/ 3481/3529			
Hyväksynyt Tuija Sievänen, HYV-tutkimusohjelman varakoordinaattori, 17.12.2013			
Tiivistelmä <p>Luontomatkailua on pidetty matkailun nopeasti kasvavana osa-alueena. Kunnalliset elinkeinoelämän vaikuttajat, virkamiehet ja päättäjät, voivat osallistua elinkeinoelämän, matkailun ja myös luontomatkailun kehittämiseen, sillä he ovat toimijoita, joilla on keskeinen asema alueen kehityksen ohjaamisessa. He voivat osallistua erilaisten strategioiden laatimiseen alueellaan, he voivat edesauttaa kehityshankkeiden toteuttamista, tukea erilaisia toimenpiteitä tai myötävaikuttaa yksittäisten yritysten toiminnan kehittämisessä.</p> <p>Kyselytutkimuksella selvitettiin kunnallisten päätöksentekijöiden käsityksiä luontomatkailusta ja sen kehittämistarpeesta. Siinä selvitettiin matkailun asemaa kunnan elinkeinoelämässä ja erityisesti luontomatkailun merkitystä ja kehittämistarpeita.</p> <p>Luonto on tärkeässä asemassa matkailussa. Sen merkitys on erityisen suuri Lapissa ja Itä-Suomessa, mutta myös Etelä-Suomessa luonto on keskeisessä asemassa. Erityisesti Lapissa uskotaan olevan paljon kehittämismahdollisuuksia ja potentiaalia luonto-olosuhteiden hyödyntämiseksi. Asiantuntija-arvioiden mukaan yrittäjät eivät ole vielä havainneet kaikkia luonnon tarjoamia mahdollisuuksia yritystoiminnalle.</p> <p>Vaikka luontomatkailu koetaan tärkeäksi, ei sitä ole kaikkialla sisällytetty esimerkiksi matkailustrategiaan, ja luontomatkailun kehittäminen ja luonnon tuotteistaminen näyttää olevan vielä monin tavoin keskenään. Kaikilla alueilla ei ole edes matkailustrategiaa.</p> <p>Luontomatkailuyritysten puutteina nähdään erityisesti verkostoitumisen ja yhteistyön puute. Markkinoinnin ja tuotteistamisen osaamattomuus nähdään myös suurina puutteina. Suuri osa luontomatkailuyrityksistä on pieniä, ja niiden resurssit eivät riitä toiminnan kehittämiseen ja yhteistyöverkoston luomiseen tai alaan liittyvän infrastruktuurin kehittämiseen. Tässä juuri kunnilla ja kuntayhtymillä on mahdollisuus parantaa yritysten toimintamahdollisuuksia. Paikallishallinto voisi ottaa vastuuta alueen matkailuyritysten yhteen saattamisesta ja markkinoinnista. Yritysten on yksin vaikea löytää yhteistyökumppaneita ja yrittäjät kokevat edelleenkin usein naapuriryttäjän vain kilpailijaksi, eikä yhteistyön ja verkostoitumisen etuja silloin nähdä.</p>			
Asiasanat Matkailu, luontomatkailu, yritystoiminta, elinkeinoelämä			
Julkaisun verkko-osoite http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2013/mwp265.htm			
Tämä julkaisu korvaa julkaisun			
Tämä julkaisu on korvattu julkaisulla			
Yhteydenotot Leena Petäjistö, Sähköposti leena.petajisto@metla.fi			
Muita tietoja taitto: Anne Siika/Metla			

Sisällys

1 Johdanto	5
1.1 Tausta.....	5
1.2 Tutkimuksen tarkoitus.....	6
2 Luontomatkailun julkiset toimijat	7
2.1 Valtakunnallisia ja maakunnallisia toimijoita.....	7
2.2 Kunta luontomatkailun edistäjänä.....	8
3 Aineisto ja menetelmät	9
4 Luontomatkailu kunnassa	10
4.1 Matkailuelinkeinon merkitys.....	10
4.2 Luonto ympäristönä.....	13
4.2.1 <i>Luonnon merkitys matkailussa</i>	13
4.2.2 <i>Luontomatkailun edistäminen</i>	15
4.2.3 <i>Alueiden matkailustrategia</i>	15
4.3 Luontomatkailuyritykset.....	17
4.3.1 <i>Yritysten puutteet ja ongelmat</i>	17
4.3.2 <i>Yhteistyö yritysten ja kunnan välillä – kehittäjän näkökulma</i>	20
4.3.3 <i>Yhteistyö yritysten ja kunnan välillä – yrittäjien näkökulma</i>	21
5 Johtopäätökset	21
Kirjallisuus	24

1 Johdanto

1.1 Tausta

Suomessa huomattava osa matkailusta perustuu luontoon, ja luontomatkailun kasvumahdollisuudet on arvioitu usein erittäin hyviksi (esim. Koivula & Saastamoinen 2005). Luonnon merkitys matkailussa onkin kasvanut (esim. Silvennoinen ym. 1998, Tyrväinen ym. 2001, Koivula & Saastamoinen 2005) ja esimerkiksi ulkomaalaisille vapaa-ajan matkailijoille luonto ja luontoon liittyvät aktiviteetit ovat merkittävin syy valita Suomi matkailukohteeksi (MEK 2010a).

Matkailun absoluuttiset tulo- ja työllisyysvaikutukset ovat Suomessa keskittyneet ennen kaikkea alueille, jonne myös väestö ja tuotanto ovat keskittyneet. Luontomatkailun kehittämällä katsotaan kuitenkin voitavan edistää myös syrjäisten alueiden elinvoimaisena pitämistä (esim. Koivula & Saastamoinen 2005), ja luontomatkailulla voidaan nähdä olevan muuta matkailua vahvempi yhteys paikalliseen talouteen ja kulttuuriin. Siitä on myös tullut selkeästi aluekehityksen väline. Elinkeinojen merkitys korostuu juuri erityisesti syrjäisillä alueilla sijaitsevien matkailukeskusten yhteydessä. Pääosa Suomen matkailukeskuksista sijaitsee taajamien tai kasvukeskusten ulkopuolella. Erityisesti Pohjois- ja Itä-Suomessa luonnolla on matkailussa keskeinen sija. Luonnolla on suuri merkitys mökkimatkailussa, ja se on oleellinen tekijä retkeilyssä, moottorikelkkailussa, veneilyssä, kalastuksessa tai metsästyksessä. Joillakin alueilla matkailu on lähes ainoa vaihtoehto säilyttää alueen elinvoimaisuus (KTM 2006).

Metsäntutkimuslaitoksessa on tutkittu matkailuyrityksiä ja niiden merkitystä kansallispuistojen lähiympäristössä (esim. Selby & Petäjäistö 2008, 2009, Selby ym. 2011). Tutkimuksissa havaittiin, että matkailun kehittyminen niin, että alueelle syntyy uusia työpaikkoja ja taloudellisia hyötyjä on ilmeisen hidas prosessi ja vuosien kehittämisen tulos. Tutkimuksissa todettiin myös, että matkailuyrittäjät, niin kuin usein muutkin pienyrittäjät, ovat yrittäjyysasenteiltaan tyytymättömiä, eli ovat usein tyytyväisiä nykytilaan, eivätkä siten ole kovin kasvuhakuisia tai halukkaita kehittämään yritystään.

Alueen päättäjät ja virkamiehet ovat osa paikallisväestöä. Toisaalta virkamiehet ja päättäjät ovat myös toimijoita, joilla on keskeinen asema alueen kehityksen ohjaamisessa. He voivat osallistua erilaisten strategioiden laatimiseen alueellaan, he voivat edesauttaa erilaisten kehityshankkeiden toteuttamista, tukea erilaisia toimenpiteitä tai myötävaikuttaa yksittäisten yritysten toiminnan kehittämiseksi.

Suomessa kuntien luottamushenkilöiden tai viranhaltijoiden tutkiminen ainakin matkailututkimusten yhteydessä on ollut suhteellisen harvinaista. Kuitenkin esimerkiksi Rämetsä ym. (2003) ovat tutkineet kaupungin ja kunnan valtuutettujen asennoitumista matkailua kohtaan Koillis-Suomessa. Tämän tutkimuksen mukaan lähes kaikki kuntien avainhenkilöt pitivät matkailun positiivisia vaikutuksia negatiivisia suurempina.

Petäjäistö ja Selby (2009) selvittivät kolmen kansallispuiston sijaintikuntien päättäjien ja virkamiesten, – ”avainhenkilöiden” – mielipiteitä kansallispuiston merkityksestä alueella. Avainhenkilöiksi valittiin kuntien ja kaupunkien kunnanvaltuutetut, hallitusten jäsenet, maaseutu- ja elinkeinosihteerit sekä metsänhoitoyhdistysten neuvotat. Tutkimuksen mukaan kuntien avainhenkilöt näkevät kansallispuistomatkailun tuottavan taloudellisia hyötyjä, kuten uusia työpaikkoja ja tulovirtoja paikkakunnalle. Lisäksi kansallispuistolla uskottiin olevan suuri merkitys kunnan tunnet-

tuuden ja imagon kannalta. Yksi tutkimuksen keskeisiä tuloksia oli, että kansallispuiston merkitys matkailulle nähdään erityisen tärkeänä siellä, missä matkailulla on jo nykyisellään suuri merkitys. Toisaalta alueilla, joilla muiden elinkeinojen merkitys on aikaisemmin ollut tärkeä, ei matkailua nähdä yhtä tärkeäksi kohteeksi kehittämispäätöksiä tehtäessä. Toisin sanoen tulosten perusteella oli todettavissa, että matkailuelinkeinon ja matkailuyritysten kehittämisedellytykset vaihtelevat alueittain ja, että alueiden aiemmat elinkeinot vaikuttavat matkailun mahdollisuuksien havaitsemiseen ja matkailun kehittämistoimenpiteisiin ja arvostukseen. Tutkimuksessa todettiin myös, että matkailun kehittyminen vaatii sekä päätöksentekijöiden, yrittäjien että alueen asukkaiden asenteiden muutosta.

Luontomatkailuyrityksistä on ollut tietoa vain suhteellisen vähän, sillä luontomatkailun määrittely elinkeinotoimintana on puuttunut ja se ollut eräs syy siihen, että luontomatkailuyritysten lukumäärää tai niiden merkitystä ei ole tunnettu. Petäjistö ja Selby (2011) arvioivat luontomatkailuyritystoiminnan laajuutta 112 kunnasta kerätyn aineiston perusteella. Kun aiemmissa tutkimuksissa luontomatkailua on määritelty lähinnä matkailijan näkökulmasta, yritystutkimuksessa luontomatkailuyritys määriteltiin yrittäjän näkökulmasta matkailuyritykseksi, jonka toiminta tukeutuu luonnon tarjoamaan ympäristöön, tai yritykseksi, jolle luonnon läheisyys tuo yrittäjän näkemyksen mukaan kilpailuetua. Internet-sivuilta kerättyjen tietojen ja kirjekyselyn perusteella tutkimuksessa arvioitiin Suomessa olevan eri toimialoilla yhteensä noin 6 700 luontomatkailuyritystä, kun ravitsemusyrityksiä ei lueta mukaan.

Petäjistö ja Selby (2012) tutkivat kirjekyselyyn perustuvassa tutkimuksessaan myös tarkemmin näiden yritysten toiminnan liittymistä luontoon, yritysten toimintaa, niiden tuottamia palveluja, asiakkaita ja työpaikkoja sekä erityisesti yritysten yhteistyötä muiden yritysten sekä myös julkisten tahojen kanssa. Tutkimuksessa todettiin, että yritysten keskinäisessä yhteistyössä olisi vielä paljon parantamisen varaa ja että yhteistyö rajoittuu pääasiassa yhteisiin markkinointiponnisteluihin. Lisäksi tutkimustulosten mukaan yritysten yhteistyö julkisten tahojen kanssa oli vain hyvin vähäistä. Jos yhteistyötä oli, sitä ei pidetty aina ongelmattomana. Suurella osalla luontomatkailuyrityksiä ei ollut kuitenkaan ollenkaan kokemuksia yhteistyöstä julkisten tahojen kanssa ja yrittäjät kokivat, että yhteistyön esteenä oli arvostuksen puute viranomaistaholta. Myös Tyrväinen ym. (2002) ovat todenneet, että julkinen kehittämistyö koetaan yrittäjien keskuudessa tehottomaksi ja kehittämistyön tulokset vaatimattomiksi.

Hemmi (2005) on todennut kuntien olevan keskeisessä asemassa luontomatkailun kehittämisessä ja myös monipuolisia toimijoita alalla. Kunnat hoitavat luontomatkailun edellytyksiä maankäytön suunnittelulla, rakennus- ja yleiskaavoituksella sekä omistamalla ja ylläpitämällä luonnonsuojelu- ja virkistysalueita. Hemmin mukaan luontomatkailuelinkeino ei riittävästi hyödynnä kunnan tuottamia perusrakenteita, mutta toisaalta kunnatkaan eivät aina tue alan yritystoimintaa.

Kuntien elinkeinotoiminnasta vastuullisten käsityksiä luontomatkailun merkityksestä elinkeinotoimintana tai sen ongelmista ja kehittämistarpeista ei kuitenkaan tunneta, sillä niitä ei ole aikaisemmin tutkittu luontomatkailuyritystutkimusten yhteydessä.

1.2 Tutkimuksen tarkoitus

Tässä raportissa tarkastellaan kunnallisten tai seutukunnallisten toimijoiden, päättäjien ja viranhaltijoiden näkemyksiä luontomatkailusta. Siinä selvitetään luonnon merkitystä matkailussa, luon-

tomatkailua elinkeinona, elinkeinon kehittämistarpeita, luontomatkailuyritysten toimintaa, ongelmia ja puutteita sekä yritysten tulevaisuutta ja kehittämismahdollisuuksia päätöksentekijöiden näkökulmasta. Lisäksi raportissa tarkastellaan luontomatkailun suhdetta muihin elinkeinoihin ja matkailuun yleensä sekä sen asemaa kunnan tai kaupungin kehittämistoimenpiteiden suunnittelussa. Siinä selvitetään myös kunnan ja luontomatkailuyritysten yhteistyötä ja asiantuntijoiden ajatuksia toiminnan kehittämistä. Lopuksi verrataan myös tuloksia luontomatkailuyrityksille tehdyn kyselytutkimuksen (Petäjistö & Selby 2012) tuloksiin. Tutkimus on osa tutkimushanketta ”Metsän matkailu- ja virkistyskäyttö liiketoimintamahdollisuutena”, jossa on aikaisemmin tutkittu luontomatkailuyritysten toimintaa ja toimintaympäristöä yrittäjän näkökulmasta.

2 Luontomatkailun julkiset toimijat

2.1 Valtakunnallisia ja maakunnallisia toimijoita

Valtio toimii Suomessa sekä matkailun edistäjänä, kehittäjänä, rahoittajana että markkinoijana. Suuri osa valtion toimista on yleistä yritystoiminnan kehittämistä, työllisyys- tai alue-, esimerkiksi maaseutupolitiikan, tai valtion maa- ja vesioikeuden hoitoa. Näiden tehtävien lisäksi valtio on toiminut vuoteen 2012 saakka itse myös matkailuyrittäjänä Villin Pohjolan osalta.

Ministeriöistä erityisesti ympäristöministeriö, maa- ja metsätalousministeriö ja työ- ja elinkeinoministeriö vaikuttavat luontomatkailun kehittämisedellytyksiin. Työ- ja elinkeinoministeriö vastaa työllisyys ja yrittäjyysasioista, työelämän kehittämisestä, yrittäjyyden ja innovaatiotoiminnan toimintaympäristöstä ja alueiden kehittymisestä (TEM 2013a).

Matkailun edistämiskeskus (MEK) on työ- ja elinkeinoministeriön alainen virasto, joka vastaa valtakunnallisena matkailualan asiantuntijana matkailun kansainvälisestä edistämisestä. Sen toiminta rahoitetaan valtion budjetista. Matkailun edistämiskeskus tukee alan yrityksiä ja yritysyhmiä kansainvälisille markkinoille tarkoitettujen matkailupalvelujen kehittämisessä ja markkinoinnissa (MEK 2013). MEKin päätehtävänä on Suomen matkailullisen imagon kehittäminen maailmalla. Käytännössä tämä tarkoittaa markkinointia. Eri markkinoilla painotetaan eri toimenpiteitä riippuen esimerkiksi siitä, mikä on Suomen tunnettuus kyseisessä maassa. MEK ei toimi aina yksin, vaan markkinointikampanjoihin osallistuvat tapauskohtaisesti eri alan yritykset, muut vienninedistäjät, lähetystöt sekä esimerkiksi Finpro (joka on kansallinen suomalaisyritysten vientiä ja kansainvälistymistä edistävä ja ulkomaisia investointeja Suomeen hankkiva organisaatio) (MEK 2013).

Maakunnallisia toimijoita ovat maakuntien liitot. Maakunnan liitot ovat kunnallisen itsehallinnon periaatteiden mukaan toimivia lakisääteisiä kuntayhtymiä, joissa jokaisen kunnan on oltava jäsen. Niiden tehtäviin kuuluu elinkeinoelämän ja matkailun edistäminen. Liitot toimivat lakisääteisinä aluekehittämis- ja maakuntakaavoitusviranomaisena ja ovat siten maakunnan johtavia suunnitellu- ja edunvalvontayksikköjä (Suomen kuntaliitto 2013).

Valtion aiempien keskeisten aluehallintoviranomaisten, lääninhallitusten, työ- ja elinkeinokeskusten, alueellisten ympäristökeskusten, ympäristölupavirastojen, tiepiirien ja työsuojelupiirien

työsuojelutoimistojen tehtävät on nykyisin koottu kahteen monitoimialaiseen viranomaiskoko-
naisuuteen, nimittäin aluehallintovirastoihin ja elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksiin.

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus (ELY) hoitaa valtionhallinnon toimeenpano- ja kehittä-
mistehtäviä alueellaan. Keskus edistää mm. yrittäjyyttä, työmarkkinoiden toimintaa, hyvää
ympäristöä sekä luonnon ja luonnonvarojen kestävää käyttöä. ELY-keskuksia on yhteensä 15
(ELY-keskus 2013). Pk-yritykset voivat hakea tukea yritystoimintansa kehittämiseen oman alu-
eensa ELY-keskuksesta. Palvelujen tavoitteena on edistää pk-yritysten perustamista, laajentamis-
ta ja kasvua niin kotimaisilla kuin kansainvälisilläkin markkinoilla ulkopuolisten asiantuntijoiden
avustuksella (TEM 2013a).

Alan toimijoiksi voidaan lukea myös Suomen metsäkeskus, joka edistää metsien kestävää hoitoa
ja käyttöä ja metsien monimuotoisuutta. Sen tehtäviin kuuluu myös metsiin perustuvien elinkeino-
jen edistäminen (Metsäkeskus 2013).

2.2 Kunta luontomatkailun edistäjänä

Seudullisen hallinnan keskeisiä toimijoita ovat kunnat ja kuntalain (365/1995) 1.3 § mukaan
”Kunnan on pyrittävä edistämään asukkaidensa hyvinvointia ja kestävää kehitystä alueellaan”.
Lakisääteisten palvelujen ja yhdyskuntatekniikkaan liittyvien tehtävien lisäksi kunnat hoitavat
myös vapaaehtoisia, itsehallintoon kuuluvia tehtäviä. Niiden tarkoituksena on mm. asuinympä-
ristön viihtyvyyden lisääminen sekä työllisyyden ja alueellisen kilpailukyvyn edistäminen. Tämä
lainkohta ilmaisee kunnan itsehallinnolliset ykköstehtävät; kunnan on toimittava edistääkseen
asukkaidensa hyvinvointia ja kestävää kehitystä. Kohdan mukaan voidaan sanoa, että kunnalla on
vastuu alueensa ympäristöstä, yhdyskuntakehityksestä sekä asumisolojen ja elinkeinotoiminnan
edellytysten järjestämisestä (Anttiroiko ym. 2007).

Kunnat ovat osallisia sekä ns. laajan maaseutupolitiikan, eli eri hallinnonalojen sisällä ja niiden
toimesta toteutettavien politiikkojen toimeenpanossa, että suppean maaseutupolitiikan toteutta-
misessa. Kunnat laativat ja toteuttavat erilaisia kehittämisstrategioita ja ohjelmia. Tämä tapahtuu
usein yhteistyössä muiden kuntien, koulujen tai muiden kehittäjäorganisaatioiden kanssa. Kun-
nat muodostavat siten hallinnolliset puitteet, joissa myös muut kehittäjätahot toimivat. Kunnat
ovat keskeisessä asemassa siten myös matkailun ja luontomatkailun kehittämisessä. Esimerkiksi
maankäytön suunnittelun, yleis- ja rakennuskaavoituksen avulla kunnat voivat vaikuttaa olennai-
sesti luontomatkailun kehittämiseen ja kehittämisen edellytyksiin.

Kunnat pyrkivät turvaamaan elinvoimaansa ja kuntalaistensa työllisyyttä ja sovittamaan yhteen
elinkeinojen kehittämistä alueillaan yhteistyössä seutukuntien ja maakunnallisten liittojen kanssa.
Kunnat ovat yhä enenevässä määrin perustaneet myös nk. yrityspalvelu- ja kehittämisyrityksiä ja
-yhtymiä. Nämä ovat joko osakeyhtiöitä tai kuntayhtymiä, jotka hoitavat kunnan elinkeinoasia-
miesten toimenkuvaan kuuluvia tehtäviä tai ainakin merkittävän osan niistä. Tällaisia tehtäviä
ovat mm. yritysneuvonta, kunnan markkinointi, elinkeinoprojektien organisointi ja yrittäjäkou-
lutuksen järjestäminen. Jotkut yrityspalveluyhtiöt perivät palveluistaan pieniä palvelumaksuja,
mutta yleensä ns. normaalit elinkeinoasiamiespalvelut ovat maksuttomia (Suomen kuntaliitto
2013). Kunnat ja seutukunnat vastaavat myös luontomatkailuprojektien hakemisesta ja rahoit-
tamisesta esimerkiksi EU-hankkeina (Hemmi 2005). Kunnan ja siellä toimivien yritysten yhte-
yshenkilönä on usein toiminut elinkeinoasiamies, joka on kunnan virkamies. Suomen noin 230

kunnassa toimii elinkeinoasiamiehiä tai vastaavia yritysasiamiehiä tai yritysneuvoja (Suomen kuntaliitto 2013). Elinkeinoasiat kuuluvat useassa kunnassa myös kunnanjohtajan toimenkuvaan. Erityisesti maatilamatkailun osalta yritystoiminnan edistämistehtävät saattavat kuulua myös maatalousneuvojen toimenkuvaan.

3 Aineisto ja menetelmät

Aineiston keruu

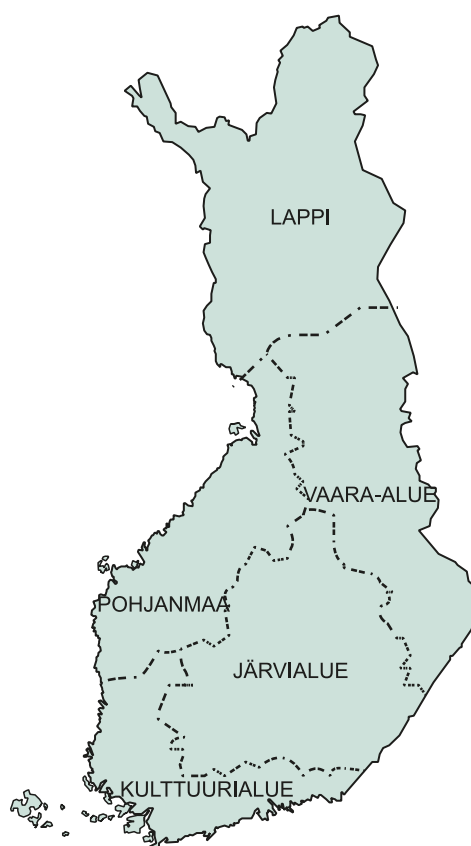
Aineisto kerättiin sähköisellä Webropol-kyselyllä keväällä 2012. Tutkimukseen valittiin mukaan samat 112 kuntaa ja kaupunkia, jotka olivat tutkimuskohteina luontomatkailuyrityksiä koskevissa tutkimuksissa (ks. myös Petäjistö & Selby 2011 ja Petäjistö & Selby 2012). Näiden kuntien ja kaupunkien maantieteellinen jakauma peitti suhteellisen tasaisesti koko maan. Kysely kohdennettiin näiden kuntien tai kaupunkien johtajille, elinkeinoasiamiehille, kunnallisen kehitysyrityksen elinkeinoasioista päättävälle, yritysneuvojille, matkailualan asiantuntijoille ja erityisesti henkilöille, jotka toimivat matkailualan yritysten kehittämistyössä. Yhteensä sähköisen kyselylomakkeen sai 357 elinkeino- ja/tai matkailuasioiden kanssa tekemisissä olevaa henkilöä. Vastauksia saatiin kahden karhuamiskierroksen jälkeen yhteensä 87. Vastausprosentti oli siten 24.

Joidenkin vastaajien (esimerkiksi kehitysyritysten edustajien tai elinkeinoasiamiehen) toiminta-alue kattoi useampien kuntien alueen. Tästä syystä vastaajat edustivat yhteensä 119 Suomen kuntaa.

Alueittainen tarkastelu

Koska aiemmissä tutkimuksissa on todettu yrityskulttuurin, yrittäjyyden ja myös matkailuyritysten kehittämisedellytysten vaihtelevan alueittain, tehtiin tarkasteluja matkailun suuralueittain.

Suomi on jaettu matkailullisesti viiteen (kuva 1), tai kuuteen matkailualueeseen (Vuoristo 2001). Jaottelu on tehty alueiden ominaispiirteiden perusteella. Alueet ovat: Kulttuurialue (Kulttuurinen maaseutumatkailualue), Järvialue (Järvialueen maaseutu- ja luontomatkailualue), Vaara-alue (Vaara-alueen luontomatkailualue), Pohjanmaa (Pohjanmaan maaseutumatkailualue), Lappi (Lapin luontomatkailualue) ja Saaristomerен luonto- ja maaseutumatkailualue. Tässä työssä aluejakona käytettiin matkailun viittä suuraluetta. Samaa aluejakoa käytettiin myös luontomatkailuyrityksiä koskevissa tutkimuksissa, sillä Saaristomerен alueelta vastauksia tutkimusaineistossa oli mukana vain muutama (Petäjistö & Selby 2011, 2012).



Kuva 1. Suomen matkailun suuralueet. Lähde: Artman ym. 1978.

Kulttuurialueella on muita alueita enemmän kulttuurikohteita ja kulttuuritarjontaa. Alueelta löytyy myös luontokohteita, kuten erityisesti saaristo ja rannikko sekä järvi- ja metsäalueita. Kulttuurialueeseen kuuluva pääkaupunkiseutu on Suomen matkailun tärkein lähtö- ja kohdealue. *Järvialue* on tärkeä loma-asutusalue. Alueella on runsaasti vesistöjä. Alueella on runsaasti myös kulttuuri-, taide- ja matkailuhistoriallisesti tärkeitä kohteita (esim. Hemmi 2005). *Pohjanmaan* suuralueella on runsaasti viljelysmaita, metsiä ja soita, rannikkoa ja saaristoa sekä jokimaisemia. Luonnon vetovoimaa pidetään kuitenkin vaatimattomana verrattuna muihin alueisiin (esim. Hemmi 2005). *Vaara-alueella* hallitsevat vaarat ja laajat vesistöt sekä myös suuret erämaat. Alue soveltuu sekä kesä- että talvimatkailuun. Alueella on kansallismaisemakohteita, kansallispuistoja, luonnonpuistoja ja retkeilykohteita. *Lapin* matkailualue muodostuu Lapin maakunnasta ja se on erämaisän ja harvaanasutuinen alue maassamme. Siellä sijaitsevat myös Suomen suurimmat kansallispuistot, useita luonnonpuistoja ja suuria soiden suojelualueita. Matkailulla on erityisen tärkeä rooli alueen taloudelle ja majoitus- ja ravitsemusalan arvioitiin työllistäneen vuonna 2004 lähes kahdeksan prosenttia kokonaistyövoimasta (esim. Tuulentie & Sarkki 2009).

Vastaajat

Vastaajien toiminta-alueen muodosti joko yksi kunta, tai useita kuntia tai kaupunkeja, sillä monesti kunnilla ja kaupungeilla on yhteisiä vastuuhenkilöitä joillakin elinkeinoelämän osa-alueilla. Tästä syystä osasta kuntia tai kaupunkeja saatiin useita vastauksia. Vastaajista reilu kolmannes (29 kpl) edusti Kulttuurialuetta. He vastasivat yhteensä 47 kunnan tai kaupungin elinkeinoasioista. Neljännes, eli 20 vastaajaa edusti Järvi-aluetta ja siellä yhteensä 28 eri kuntaa tai kaupunkia. Pohjanmaan matkailun suuralueelta tuli 19 prosenttia (16 vastaajaa) vastaajista. He edustivat 15 kuntaa tai kaupunkia. Vaara-alueelta vastaajia oli ainoastaan seitsemän, he edustivat kuitenkin 16 kuntaa tai kaupunkia. Lapin matkailun suuralueelta vastaajia oli yhteensä 13. He edustivat yhteensä 13 eri kuntaa tai kaupunkia.

Runas kolmannes (37 %) vastanneista toimi kunnan tai kuntien yhteisessä kehitysyhtiössä. Puolet vastaajista edusti kuntaa tai kaupunkia ja loput vastaajat edustivat säätiöitä, yhdistystä tai jostain muuta organisaatiota, kuten esimerkiksi uusyrittäjäkeskuksia, maakuntaliittoa tms.

Menetelmät

Aineisto analysoitiin SPSS-tilasto-ohjelmalla käyttäen ennen kaikkea frekvenssianalyysiä ja ristiintaulukointeja. Täten tulokset esitetään pääasiassa jakaumina ja keskiarvoina. Muuttujien välistä riippuvuutta ristiintaulukoinneissa testattiin χ^2 -testillä.

4 Luontomatkat kunnassa

4.1 Matkailuelinkeinon merkitys

Aluksi vastaajia pyydettiin arvioimaan maa- ja metsätalouden, teollisuuden, matkailupalveluiden, julkisen sektorin palveluiden ja muiden palveluiden merkitystä toimialueellaan sen elinkeinoelämän ja kehityksen kannalta. Elinkeinojen merkitystä arvioitiin kolmen vastausvaihtoehdon avulla. Vaihtoehdot olivat: hyvin tärkeä, tärkeä, ja melko merkityksetön.

Teollisuuden merkitys on suuri kaikkialla elinkeinoelämän ja sen kehityksen kannalta. Kaikista vastaajista reippaasti yli puolet piti teollisuutta alueellaan hyvin tärkeänä (taulukko 1). Erityisesti Kulttuurialueella, Pohjanmaalla samoin kuin Järvi-alueella teollisuudella on suuri merkitys alueen elinkeinoelämän ja alueen kehityksen kannalta. Kulttuurialueella melkein kolme neljästä ja Järvi-alueella 60 prosenttia vastaajista arvioi teollisuuden merkityksen olevan alueellaan sen elinkeinoelämän kannalta hyvin tärkeä. Myös Pohjanmaan matkailualueella teollisuuden merkitys arviointiin hyvin tärkeäksi, mutta siellä vielä useammin katsottiin maa- ja metsätalouden olevan hyvin tärkeää elinkeinoelämän kannalta.

Kaikista vastaajista 46 prosenttia piti matkailupalvelujen merkitystä alueellaan hyvin tärkeänä. Tärkeänä sitä piti 47 prosenttia vastaajista. Matkailupalveluiden merkitys korostui Vaara-alueella ja erityisesti Lapissa. Lapissa useampi kuin kolme neljästä vastaajasta piti matkailupalveluita alueen kehityksen kannalta hyvin tärkeinä ja loputkin pitivät sitä tärkeänä.

Pohjanmaan matkailualueella maa- ja metsätalouden merkitys korostui ja 81 prosenttia vastaajasta arvioi sen hyvin tärkeäksi. Myös Järvi- ja Vaara-alueella maa- ja metsätaloudella on tärkeä asema. Kulttuurialueella vajaa kolmannes vastaajista katsoi, että maa- ja metsätalous on alueen elinkeinoelämän ja sen kehityksen kannalta hyvin tärkeässä asemassa. Lapissa maa- ja metsätalouden merkityksen arvioi ainoastaan 15 prosenttia vastaajista hyvin tärkeäksi.

Julkisten palvelujen merkitystä piti kolmannes vastaajista ja muiden palvelujen merkitystä joka kymmenes vastaaja hyvin tärkeänä. Kulttuurialueen suurissa kaupungeissa palvelujen merkitys korostui.

Matkailuelinkeinon merkityksen ja tulevaisuuden kehittämistoimenpiteiden suuntaamisen hahmottamiseksi vastaajia pyydettiin myös arvioimaan matkailun kehittämistarvetta suhteessa muihin elinkeinoihin ja toimialoihin. Kukin sai vastattavakseen pienen kysymyspatteriston, jossa matkailun kehittämistä suhteutettiin maa- ja metsätalouden, teollisuuden ja palvelualueen (muiden kuin matkailu) kehittämiseen.

Kun matkailun kehittämistarvetta koko maassa verrattiin maa- ja metsätalouden kehittämistarpeeseen, kahdeksan prosenttia vastaajista piti matkailun kehittämistä niin tärkeänä, että he kehittäisivät ainoastaan matkailua. Kolmannes vastaajista kehittäisi matkailua enemmän kuin maa- ja metsätaloutta. Molempia yhtäläillä kehittäisi 44 prosenttia vastanneista. Maa- ja metsätalouden kehittämisen näki 14 prosenttia tärkeämmäksi kuin matkailun kehittämisen.

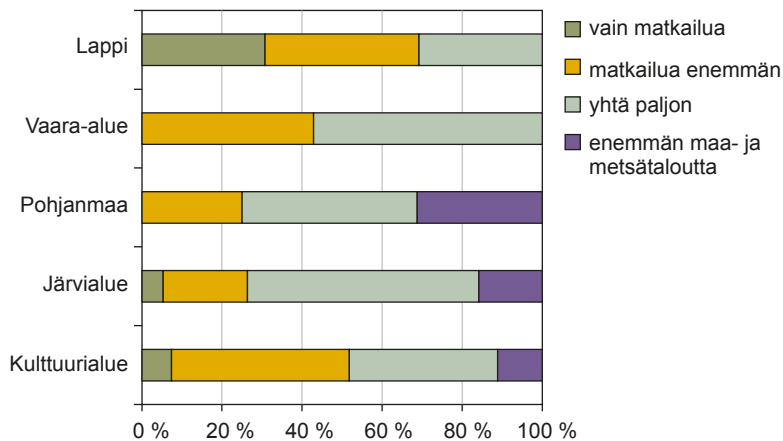
Taulukko 1. Eri toimialojen merkitys elinkeinoelämän ja sen kehityksen kannalta matkailun suuralueittain, % vastaajista arvioi hyvin tärkeäksi tai tärkeäksi.

Toimiala	Kaikki		Kulttuurialue		Järvi-alue		Pohjanmaa		Vaara-alue		Lappi		p
	hyvin tärkeä	tärkeä	hyvin tärkeä	tärkeä	hyvin tärkeä	tärkeä	hyvin tärkeä	tärkeä	hyvin tärkeä	tärkeä	hyvin tärkeä	tärkeä	
Teollisuus	55	23	72	24	60	35	75	25	22	17	46	23	0.122 ($\chi^2=12.720$, df=8)
Matkailu- palvelut	46	47	24	66	55	45	44	38	57	43	77	23	0.033 ($\chi^2=16.699$, df=8)
Maa- ja metsätalous	46	39	31	55	60	30	81	19	43	43	15	39	0.002 ($\chi^2=24.317$, df=8)
Julkiset palvelut	33	60	31	62	30	60	38	56	28	58	38	62	0.977 ($\chi^2=2.116$, df=8)
Muut palvelut	9	24	14	69	30	65	25	69	14	71	39	42	0.784 ($\chi^2=8.015$, df=12)

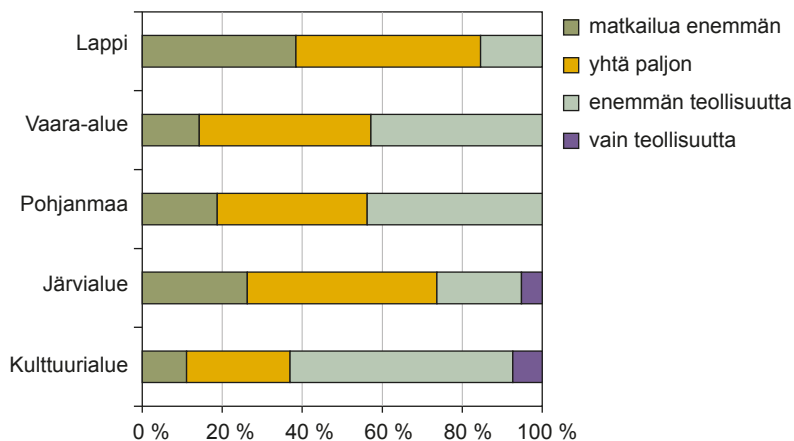
Matkailun ja maa- ja metsätalouden keskinäinen kehittämistarve vaihteli tilastollisesti merkittävästi matkailun suuralueittain. Lapissa kehittäminen painottuisi muita alueita voimakkaammin matkailun kehittämiseen ja siellä vastaajista melkein kolmannes kehittäisi vain matkailua (kuva 2). Myös Kulttuuri- ja Vaara-alueilla matkailun kehittäminen nähtiin useammin tärkeäksi kuin maa- ja metsätalouden kehittäminen. Vastaavasti Pohjanmaan alueella maa- ja metsätalouden kehittämistä pidetään tärkeämpänä. Siellä melkein kolmannes vastaajista kehittäisi maa- ja metsätaloutta matkailua enemmän. Matkailua kehittäisi neljännes vastaajista maa- ja metsätaloutta enemmän.

Kun matkailun kehittäminen suhteutettiin teollisuuden kehittämiseen, nähtiin teollisuuden kehittäminen koko maassa matkailun kehittämistä tärkeämpänä. Muutama vastaaja kehittäisi ainoastaan teollisuutta ja kaikista vastaajista reilu kolmannes (39 %) kehittäisi teollisuutta matkailua enemmän.

Lapin alueella matkailun kehittämistä pidetään myös teollisuuden kehittämistä tärkeämpänä, mutta muilla alueilla teollisuutta kehitettäisiin mieluusti usein enemmän kuin matkailua. Tämä on erityisesti havaittavissa Kulttuurialueen edustajien vastauksista (kuva 3). Siellä reippaasti yli 60 prosenttia vastaajista kehittäisi teollisuutta matkailua enemmän.

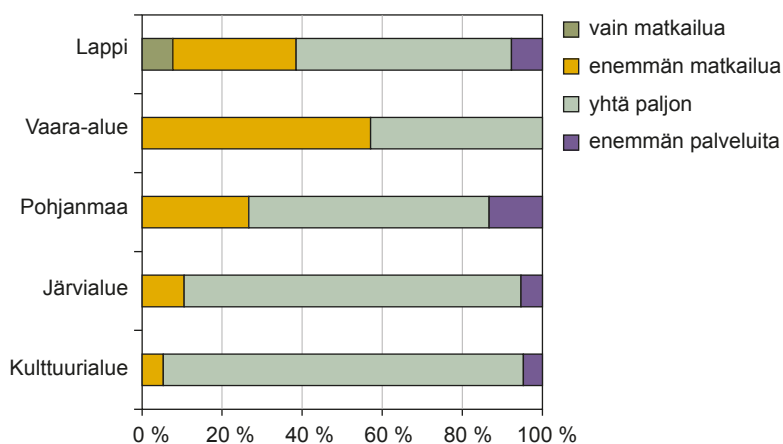


Kuva 2. Elinkeinoelämän asiantuntijoiden näkemys matkailun kehittämistarpeesta suhteessa maa- ja metsätalouden kehittämiseen, matkailun suuralueittain.



Kuva 3. Elinkeinoelämän asiantuntijoiden näkemys matkailun kehittämistarpeesta suhteessa teollisuuden kehittämiseen, matkailun suuralueittain.

Matkailupalveluiden kehittämistä pidettiin koko maassa hiukan tärkeämpänä kuin muiden palveluiden kehittämistä. Erityisesti Lapin, Vaara- ja Järvialueella matkailun kehittäminen priorisoitiin muiden palveluiden kehittämistä tärkeämmäksi. Alueittaiset erot eivät olleet tilastollisesti merkitseviä.



Kuva 4. Elinkeinoelämän asiantuntijoiden näkemys matkailun kehittämistarpeesta suhteessa muiden palveluiden kehittämiseen, matkailun suuralueittain.

4.2 Luonto ympäristönä

4.2.1 Luonnon merkitys matkailussa

Luonto on yksi Suomen matkailun keskeisistä vahvuuksista. Se tarjoaa mahdollisuuksia erilaisille palveluille ja uusien matkailutuotteiden kehittämiseksi ja sillä on erityinen merkitys matkailukeskuksille. Luonto voi olla keskeinen elementti matkailuyritysten toiminnassa, jolloin lähes kaikki toiminta tapahtuu luonnossa, mutta luonto voi toimia yrityksille myös vain välillisenä kilpailukeinona.

Elinkeinoelämän kehittäjiä ja asiantuntijoita pyydettiin arvioimaan luonnon merkitystä toiminta-alueensa matkailulle. Yli puolet kaikista vastaajista katsoi, että alueen matkailu perustuu pääasiassa luontoon (taulukko 3). Mutta suuri osa vastaajista arvioi matkailun alueellaan perustuvan myös muihin vetovoimatekijöihin. Tällaisia vetovoimatekijöitä ovat esimerkiksi kulttuurikohteet, kylpylät, huvipuistot, urheilu- tai muut tapahtumat. Vaara-alueella nähtiin luonnon merkitys matkailulle hyvin tärkeänä, mutta sitä vastoin Pohjanmaan matkailualueen vastaajat arvioivat oman alueensa matkailun perustuvan usein muihin vetovoimatekijöihin. Lapissa ja Järvialueella reilu puolet vastaajista arvioi matkailun pääasiassa perustuvan luontoon. Kulttuurialueella jopa 61 prosenttia vastaajista näki luonnon muita vetovoimatekijöitä tärkeämmäksi. Alueittaiset erot eivät kuitenkaan olleet tilastollisesti merkitseviä.

Taulukko 3. Vastaajien arvio luonnon merkityksestä alueen matkailulle alueittain, % vastanneista.

	Kulttuurialue	Järvialue	Pohjanmaa	Vaara-alue	Lappi	Kaikki
Matkailu perustuu pääasiallisesti luontoon	61	55	31	86	54	55
Matkailu perustuu muihin vetovoimatekijöihin	39	45	69	14	46	45

Ne lappilaiset vastaajat, jotka arvioivat alueensa matkailun perustuvan pikemminkin muihin veto-voimatekijöihin kuin luontoon edustivat kaikki Kemiä, Keminmaata, tai Kemijärveä.

Luonto tarjoaa Suomessa pääsääntöisesti erittäin hyvät mahdollisuudet myös kehittää matkailua. Vain muutama vastaaja näkee kehittämismahdollisuudet omalla alueellaan rajoitetuiksi. Järvialueella kehittämisen potentiaalin näkee 85 prosenttia vastanneista erittäin hyvänä (taulukko 4), mutta Pohjanmaan matkailualueella on havaittavissa myös epäilyjä kehittämismahdollisuuksia kohtaan.

Avainhenkilöt arvioivat myös oman vaikutusalueensa matkailuyrittäjien suhtautumista luontomatkailuun. Arvio toi esiin tilastollisesti merkitseviä alueittaisia eroja ($p=0,073$). Lapin matkailualueella arvioitiin matkailuyrittäjien muita alueita useimmin suhtautuvan luontomatkailuun erittäin myönteisesti (taulukko 5). Myös Järvialueella uskottiin yrittäjien suhtautumisen olevan myönteistä. Pohjanmaa muodosti tässä suhteessa poikkeuksen, siellä uskottiin yrittäjien suhtautumisen olevan muuta maata varauksellisempaa.

Luonnon tarjoamia mahdollisuuksia ei kuitenkaan hyödynnetä riittävästi yritystoiminnassa. Erytisesti Lapissa nähdään paljon kehittämismahdollisuuksia ja potentiaalia luonto-olosuhteiden hyödyntämiseksi (taulukko 6). Parhaiten luonto-olosuhteita on hyödynnetty arvioiden mukaan Järvialueella. Tämä saattaa johtua siitä että Järvialueella valtaosa maa-alueesta on yksityisomistuksessa, joka voi rajoittaa absoluuttisia mahdollisuuksia. Lapissa sen sijaan on paljon valtion maita, joiden matkailullista potentiaalia ei vielä täysimääräisesti ole hyödynnetty. Toisaalta tämä voi johtua Lapissa myös siitä että kokemukset ovat olleet positiivisia ja ne ovat myös lisänneet luonnon hyödyntämisen potentiaalin havaitsemista asiantuntijan näkökulmasta.

Taulukko 4. Luonnon tarjoamat mahdollisuudet matkailun kehittämiseksi alueittain, % vastanneista.

Mahdollisuudet kehittää matkailua	Kulttuurialue	Järvialue	Pohjanmaa	Vaara-alue	Lappi	Kaikki
Erittäin hyvät	66	85	43	71	77	68
Kohtuulliset	31	15	50	29	15	28
Rajoitetut	3	-	6	-	7	4
n	29	20	16	7	13	85

Taulukko 5. Elinkeinoelämän asiantuntijoiden arvio matkailuyrittäjien suhtautumisesta luontomatkailuun vastaajien toiminta-alueella, % vastanneista.

Suhtautuminen	Kulttuurialue	Järvialue	Pohjanmaa	Vaara-alue	Lappi	Kaikki
Erittäin myönteistä	45	60	19	43	77	48
Varauksellisen myönteistä	41	40	75	57	15	45
Ei myönt/ ei kielteistä	3	-	6	-	7	4
Kielteistä		-				
Eos	10	-				3
Yhteensä	100	100	100	100	100	100
n	29	20	16	7	13	85

Taulukko 6. Elinkeinoelämän asiantuntijoiden arvio matkailuyrittäjien luonto-olosuhteiden hyödyntämisestä vastaajien toiminta-alueella, % vastanneista.

Hyödyntäneet	Kulttuurialue	Järvialue	Pohjanmaa	Vaara-alue	Lappi	Kaikki
Hyvin	14	45	25	29	15	25
Ei hyvin/ei huonosti	45	25	32	43	23	34
Ei riittävästi	41	30	44	29	62	41
Yhteensä	100	100	100	100	100	100

4.2.2 Luontomatkailun edistäminen

Kyselyssä selvitettiin myös, mitä toimenpiteitä alueella oli tehty, jotta luontoa voitaisiin hyödyntää matkailussa enemmän. Tätä kartoitettiin 7-kohtaisen kysymyksen avulla. Vastaajilta kysyttiin:

Oliko toiminta-alueella

1. luontomatkailun kehittäminen sisällytetty matkailustrategiaan
2. perustettu kehitysorganisaatio, joka tuo esiin luonnon tarjoamia mahdollisuuksia
3. kehitetty luontomatkailua palvelevia kotisivuja
4. edistetty luontomatkailuyritysten verkostoitumista
5. neuvoteltu maanomistajien kanssa luontomatkailun edistämiseksi
6. edistetty yhteistyötä metsähallituksen kanssa
7. tehty muita edistämistoimenpiteitä?

Luontomatkailun kehittäminen on sisällytetty matkailustrategiaan erityisesti Lapissa, Vaara- ja Järvialueella. Tämä on tehty painottamalla matkailustrategiassa luonnon tuotteistamisen ja markkinoinnin merkitystä, matkailun infrastruktuurin kehittämistä, yritysten neuvontaa ja parannustoimenpiteitä sekä luonnon korostamista. Luonnon merkitystä matkailustrategiassa ei vastaajien mielestä korosteta kuitenkaan riittävästi. Vain joka kymmenes vastaaja piti luonnon merkityksen korostamista strategiassa riittävänä. Koko maassa kolme neljästä vastaajasta korostaisi sitä nykyistä enemmän.

Vaikka luontomatkailun kehittäminen sisältyykin matkailustrategiaan Lapin alueella, suuri osa (yli puolet) vastaajista Lapin alueelta korostaisi luonnon merkitystä strategiassa paljon nykyistä enemmän. Järvialueellakin, muutamaa vastaajaa lukuun ottamatta, kaikki korostaisivat luonnon merkitystä nykyistä enemmän strategiassa. Kulttuurialueella melkein kolme neljästä vastaajasta korostaisi luonnon merkitystä nykyistä enemmän, mutta noin 14 prosenttia vastaajista uskoi, ettei luonnon lisäkorostaminen olisi enää tarpeen. Perusteina luonnon merkityksen korostamiselle mainittiin erityisesti luonnon ja kesämatkailun tuotteistamisen tarpeellisuus. Monet panostaisivat myös infrastruktuurin ja markkinoinnin kehittämiseen.

Paljon on myös jo tehty, sillä esimerkiksi luontomatkailuyritysten verkostoitumista oli edistetty lähes kaikkien vastaajien toiminta-alueilla. Luontomatkailua palvelevia kotisivuja oli myös kehitetty kaikilla alueilla, Pohjanmaata lukuun ottamatta. Maanomistajien kanssa oli neuvoteltu erityisesti Järvialueella ja Pohjanmaalla. Yhteistyötä Metsähallituksen kanssa oli tehty samoilla alueilla. Mielenkiintoista oli, että Pohjanmaan alueella kehitysorganisaatioita oli perustettu useita. Tämä antaa vaikutelman, että luontomatkailualan mahdollisuudet on Pohjanmaallakin havaittu, mutta myös sen, että ala on siellä vasta kehityksensä alkuvaiheessa.

Muina luontomatkailun edistämistoimenpiteinä vastauksissa mainittiin erilaisten kehittämishankkeiden käynnistäminen (yhteensä 18 mainintaa), markkinointi- ja tuotekehitysavun antaminen (5 mainintaa). Näiden lisäksi oli perustettu yksi verkostoitumishanke ja edistetty matkailuyritysten toimintaa muillakin tavoin.

4.2.3 Alueiden matkailustrategia

Matkailustrategiassa, joka luo alueelle pitkän aikavälin suunnan matkailun kehittämiseen, määritetään kasvun painopistealueita, kehittämisen teemoja sekä erilaisia keinoja ja toimenpiteitä, joil-

la tavoitteet ja päämäärät saavutetaan. Suomen matkailustrategia ulottuu vuoteen 2020 ja siihen liittyvä toimenpideohjelma koskee vuosia 2007–2013 (KTM 2006, TEM 2013b). Maakunnittaiset matkailustrategiat on laadittu toisistaan poikkeavilla tavoin ja ne koskevat myös eri ajanjaksoja. Matkailun edistämiskeskus on koonnut ne tiivistelmäksi (MEK 2010b). Maakuntien välillä on eroja sen suhteen, kuinka perusteellisesti matkailustrategia on tehty (MEK 2010b). Useilla kunnilla ja kaupungeilla on lisäksi omat matkailustrategiansa.

Reilulla puolella tutkimuksen kunnalla ja kaupungilla oli oma, tai muiden kuntien kanssa yhteinen matkailustrategia. Matkailun ”master plan” oli noin joka kymmenennellä kunnalla tai kaupungilla, mutta vajaalla kolmanneksella ei ollut kumpaakaan, ainakaan vastaajan tietojen perusteella. Kaikki vastaajat eivät tunteneet tilannetta, ja osa samaa aluetta edustavista vastasi tähän kysymykseen toisistaan poikkeavasti. Joissakin tapauksissa matkailustrategia tai matkailun ”master plan” oli suunnitteilla ja juuri valmistumassa ja joissakin kunnissa matkailustrategia oli sisällytetty osaksi kunta- ja elinkeinostrategiaa. Osa vastaajista ilmoitti myös, että matkailu ei ole painopistealue kunnassa, tai että strategiaa tai matkailun ”master plania” ei ole ennetetty tehdä.

Maakunnallisen matkailustrategian laadintaan oli osallistunut edustaja lähes kaikkien vastaajien toiminta-alueelta. Tosin muutamien kuntien edustajat vastasivat tähän kysymykseen ristiriitaisesti ja jotkut ihmettelivät, miksi he eivät ole saaneet kutsua strategian laadintaan. Tämä tulos viittaisi siihen että maakunnallisen strategian laadintaorganisaatio ei kaikilta osin ole täysin selkeä ja läpinäkyvä. Tätä tulosta ja johtopäätöstä tukee se, että hyvin moni vastaaja ei täsmällisesti tiennyt, ketkä osallistuvat strategian laadintaan.

Matkailustrategian tärkeimpiä tavoitteita vastaajan näkökulmasta kartoitettiin avoimen kysymyksen avulla. Siinä vastaajat esittivät omasta mielestään kolme tärkeintä alueensa matkailustrategian tavoitetta. Vastaukset luokiteltiin tutkijoiden toimesta viiteen luokkaan. Ne olivat: yleisen kehityssuunnan määrittäminen, matkailun määrällinen lisääminen, yritysten toiminnan kehittäminen, alueen brändin rakentaminen ja luontomatkailun kehittäminen.

Yleisen kehityssuunnan määrittelyä koskevat vastaukset olivat yleisluonteisia ja kvalitatiivisia. Sellaisina voidaan mainita vaikkapa ”yleisten tulostavoitteiden määrittäminen” tai ”oikeanlaisen kehitystavoitteen asettaminen” tai ”yleisen suunnan määrittäminen”.

Matkailustrategian tärkeimpinä tavoitteina esitettiin ennen kaikkea matkailun määrällisten tavoitteiden lisääminen. Kaiken kaikkiaan erilaisia määrällisiä tavoitteita esitettiin yhteensä 72 kertaa. Tavoitteena oli sekä matkailijoiden että matkailuyritysten määrien nostaminen. Määrälliset tavoitteet koskivat useimmiten yöpymisten lisäämistä. Useimmiten odotettiin hallittua kasvua, kasvuprosentin ollessa alle kymmenen prosenttia vuotta kohti, mutta osa näki strategian tavoitteena olevan esimerkiksi majoituskapasiteetin tai matkailijoiden jättämän rahamäärän lisäämistavoitteen olevan jopa 100 prosenttia.

Yritysten toiminnan kehittäminen nähtiin myös matkailustrategian tärkeäksi tavoitteeksi. Tähän liittyviä mainintoja oli yhteensä 46. Osa ehdotuksista ja maininnoista koski yritysten tai yritystoiminnan yleistä kehittämistä, mutta osa vastaajista oli yksilöinyt kehittämistä paljon tarkemmin. Näistä tärkeimpiä olivat verkostoitumisen kehittäminen ja markkinoinnin parantaminen. Verkostojen kehittämisen yhteydessä nousi esiin myös matkakokonaisuuksien rakentaminen verkostoitumisen avulla.

Alueen brändin rakentaminen tuotiin esille kymmenessä vastauksessa. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota esimerkiksi kunnan ja sen omaleimaisuuden kehittämiseen tai alueen mielikuvan kiilloittamiseen. Myös luontomatkailu sinänsä nostettiin esiin ”brändinä”, jolloin luonnosta ja ekologisuudesta saadaan kunnalle matkailuimago. Strategian tärkeänä tavoitteena esitettiin lisäksi luontoon perustuvien aktiviteettien, vesistöreittien ja tapahtumamatkailun vetovoimaisuus. Tavoite on myös herättää yrittäjät näkemään luonnon suomat mahdollisuudet yritystoiminnalle.

Vastaajien mukaan luontomatkailu on otettu huomioon matkailustrategiassa eri tavoin. Vastaukset osoittautuivat monipuolisiksi ja ne luokiteltiin eri lähestymistapojen perusteella. Perustelut vaihtelivat sen mukaan millaiset edellytykset paikkakunta luontomatkailulle tarjosi. Vastausten perusteella voitiin löytää viisi selkeää toimenpideluokkaa. Ne perustuivat luonnon vetovoimaisuuden kehittämiseen (sisältäen kansallispuistot), vesistöjen kehittämiseen, palveluiden kehittämiseen, maastoreittien kehittämiseen sekä yritysten markkinoinnin ja verkostoitumisen kehittämiseen. Kun kysyttiin, miten luonnon tärkeyttä tulisi strategiassa korostaa, vastaukset painottuivat ennen kaikkea luonnon tuotteistamisen tärkeyden korostamiseen sekä yritysten ja markkinoinnin kehittämiseen.

4.3 Luontomatkailuyritykset

4.3.1 Yritysten puutteet ja ongelmat

Asiantuntijat pohtivat myös syitä, miksi yrittäjät eivät olleet hyödyntäneet riittävästi luonnon tarjoamia mahdollisuuksia. Vastaukset olivat avoimia. Avoimet vastaukset luokiteltiin jälkikäteen viiteen luokkaan (taulukko 7). Tuloksista on nähtävissä, että mahdollisuuksien havaitsemisen ja yrittäjien osaamisen puutteet olivat vakavimmat puutteet koko maan tasolla. Erityisesti Järvialueella ja myös Pohjanmaalla arveltiin, että yrittäjät eivät ole havainneet luonnon tarjoamia mahdollisuuksia. Sekä Pohjanmaan alueella että Lapin matkailualueella arvioitiin että luonnon tarjoamia mahdollisuuksia ei ole hyödynnetty riittävästi (ks. taulukko 6).

Yrittäjien osaamisessa on vastaajien mielestä heikkouksia ja puutteita ja siksi myös parantamisen varaa. Puutteita on erityisesti markkinoinnin ja tuotteistamisen osaamisessa. Vastaajien mielestä osaamisvajae vaikuttaa myös siihen, että luontoa ei osata hyödyntää riittävästi. Yritysten osaamisessa nähtiin erityisesti Järvialueella, ja myös Kulttuuri- ja Pohjanmaan alueilla parannettavaa. Yrittäjien yhteistyö oli puutteellista erityisesti Kulttuurialueella. Kuitenkaan yhteistyötä ei tehdä riittävästi muuallakaan. Lapissa nousivat esiin myös alueen heikko saavutettavuus ja esimerkiksi suojelun ja muiden tiukkojen sääntöjen vaikutukset yritysten kehittymiseen ja toimintaan. Lapissa toiminnan arvioitiin lisäksi liian paljon keskittyvän rinteiden, hiihdon ja matkailukeskusten ympärille.

Taulukko 7. Elinkeinoelämän asiantuntijoiden näkemys syistä, miksi yrittäjät eivät ole hyödyntäneet riittävästi alueen luonto-olosuhteita, alueittain.

Syy	Kulttuurialue	Järvialue	Pohjanmaa	Vaara-alue	Lappi	Kaikki
Osaamisen puute	8	5	4	-	4	21 (23%)
Yrittäjien puute	4	1	-	1	6	12 (13%)
Yhteistyön puute	7	-	3	2	4	16 (18%)
Havaitsemisen puute	6	6	5	1	1	19 (21%)
Muu syy	5	5	5	2	6	23 (25%)
Vastausten lkm.	30	17	17	6	21	91

Jotta kehittämistoimenpiteitä voitaisiin paremmin kohdentaa, on tunnettava tarkemmin, mitkä yrittäjään tai yrittäjyyteen liittyvät tekijät sitten haittaavat luontomatkailualan ja yritysten kehittämistä? Vastaajille esitettiin yhdeksän yrittäjän toimintaan liittyvää tekijää ja pyydettiin arvioimaan näiden tekijöiden vaikutusta yritystoiminnan kehittämisessä. Yrittäjien osaamista koskevat haittatekijät voitiin tausta-analyysien perusteella jakaa kahteen pääluokkaan, joista ensimmäisen muodostivat rahoitukseen ja riskinottoon liittyvät tekijät ja toisen yrittäjien osaamiseen liittyvät tekijät. Yrittäjien osaamiseen liittyvät markkinointi-, verkostoitumisen ja liiketoimintaosaamisen puute haittaavat elinkeinoelämän kehittäjien mielestä usein paljonkin yritysten toiminnan kehittämistä (taulukko 8). Mutta kolmannes vastaajista ei nähnyt esimerkiksi yritysten rahoitusongelmia oleellisena haittana yritystoiminnan kehittämiselle. Positiivista on myös se, että elinkeinoelämän asiantuntijat näkevät, että luontomatkailuyrittäjillä asenne ei ole suuri haitta, joskin 43 prosenttia vastaajista piti yrittäjien asenteita jonkinasteisena haittana. Lainsäädäntö ilmeisesti tunnetaan yrittäjien keskuudessa suhteellisen hyvin. Tässä yhteydessä on otettava huomioon, että arviot ovat ulkopuolisen tarkkailijan arvioita yrittäjien osaamisesta. Kuitenkin ne näyttäisivät olevan suhteellisen osuvia aikaisempiin pienyritysten tutkimustuloksiin nähden.

Vastaajat toivat esiin ennalta esitettyjen ongelmakohtien lisäksi myös itse havaitsemiaan ongelmia. Tärkeimpänä mainittakoon luonnon tuotteistamisen puute. Tässä yhteydessä jälleen kunnilla voisi olla mahdollisuus panostaa yritysten kanssa ongelmien ratkaisuun.

Kunnissa oli yritysten ja yrittäjien puutteiden korjaamiseksi tehty jo monenlaisia toimenpiteitä. Ennen kaikkea kunnat olivat panostaneet yleiseen yritysten neuvontaan ja yrittäjien koulutukseen. Useilla alueilla oli järjestetty koulutusta markkinoinnista ja myös yrittäjien verkostoitumista oli pyritty edistämään. Lisäksi oli perustettu erilaisia kehityshankkeita. Toisin sanoen havaittuihin ongelmiin oli useilla alueilla jo puututtu. Kuitenkin joukossa oli myös kuntia, joissa vastausten perusteella ei vielä ole tehty mitään näiden havaittujen ongelmien korjaamiseksi.

Entä miten luontomatkailun kehittämistä haittaavia puutteita voitaisiin jatkossa korjata? Yleisellä tasolla nousi vastauksista esiin tietoisuuden lisääminen luontomatkailusta ja asennemuutosten tarve. Toisaalta pääosa vastauksista liittyi yleisesti yritysten kehittämiseen ja yrittäjien kouluttamiseen. Esille nostettiin kaikenlainen yritysneuvonta ja täsmäkoulutus. Erityisen painokkaasti monessa vastauksessa tuotiin esiin yritysten verkostoitumisen tarve veturiyritysten ja myös kaupungin avulla. Verkostoitumisen edut tulisi osoittaa yrityksille pilotoinnilla ja korostamalla edelleen verkostoitumisen hyötyjä ja yhteistyön vahvistamista. Lisäksi tässäkin yhteydessä painotet-

Taulukko 8. Vastaajien arvio yrittäjiä ja yrityksiä koskevien puutteiden vaikutuksesta yritystoiminnan kehittämiseen vastaajan toiminta-alueella, % vastanneista.

	Suuri haitta	Haitta	Ei oleellinen haitta	Eos	Yhteensä
Liiketoimintaosaamisen puute	15	62	20	3	100
Markkinointiosaamisen puute	38	50	11	1	100
Verkostoitumisen puute	24	59	16	1	100
Rahoitusongelmat	22	38	33	7	100
Informaation heikko hyödyntäminen	7	63	26	5	100
Heikko riskinottokyky	16	48	28	8	100
Ei riskinottohalua	12	53	25	10	100
Yrittäjien asenteet	6	43	46	5	100
Lainsäädännön puutteellinen ymmärtäminen	2	21	63	14	100

tiin yritysten yhteisen markkinoinnin (verkkokauppa) ja koulutuksen tärkeyttä. Esiin tuotiin myös esimerkkiyrityksiin tutustuminen. Ehdotuksia on koottu myös erilliseen ikkunaan.

Yritysten kehittämisessä luontomatkailua ei ole vielä nostettu painoalaksi. Kehittämistoimenpiteissä luontomatkailu oli otettu huomioon vain osin. Vain joka kuudes vastaaja katsoi, että luontomatkailu oli otettu huomioon yritysten kehittämis-toimenpiteissä erittäin hyvin.

Erityisen tärkeänä luontomatkailuyritysten toiminnan kehittämisessä vastaajat näkivät yritysten verkostoitumisen ja yhteistyön edistämisen kaikilla matkailun suuralueilla. Yritysten tulisi myös panostaa voimakkaasti yhteiseen myyntityöhön, markkinointiin, tuotteen laatuun ja tuotteistami-

Millä tavoin luontomatkailun kehittämistä haittaavia puutteita tulisi korjata?

- Lisäämällä asian tietoisuutta, tiedottamalla.
- Lisäämällä koulutusta ja asennemuokkausta.
- Lisäämällä täsmäkoulutusta.
- Asennekasvatusta käytännön esimerkein ja onnistunein pilotein. Hyvät käytännöt muualta voisivat auttaa yrittäjiä ymmärtämään kehittämisasioiden tärkeyttä.
- Lisäämällä yhteistyötä sekä verkostoitumista yrittäjien kesken (mm. markkinointi ja pake-tointi).
- Saatava liikkeelle veturiyritysten verkostoja erityisesti ohjelmapalveluissa, verkostoitu-malla veturiyrityksen ja kaupungin avulla.
- Korostamalla edelleen verkostoitumisen hyötyä -> jos toinen saa majoitusvieraita, voi toi-nen tarjota jotakin muuta. Yhteinen hyöty pitäisi sisäistää.
- Verkostoitumista edistämällä, vierellä kulkemalla ja kertomalla koulutuksista ja kehittä-mismahdollisuuksista.
- Esittelemällä hyviä esimerkkejä muualta ja yhteistyön hakemista valtakunnallisesti.
- Verkostoimalla yrittäjiä keskenään (kaikkea ei kannata tehdä itse).
- Järjestämällä lisää aiheeseen liittyviä kohtauttamistyöpajoja – huomiot strategiaan, tavoit-teet ja toimenpiteet.
- Luontomatkailuun liittyvä innovointi, yhteistyöhankkeet, hyvät esimerkit muualta.
- Vahvistamalla markkinointi- ja myyntiosaamista.
- Yrittäjiä ja palveluita pitäisi koota saman sateenvarjon alle.
- Perustaa seudullinen matkailutoimija.
- Kaikille matkailuyrityksille yhteinen verkkokauppa, markkinointiyhteistyön tiivistäminen alueella.
- Sähköisen liiketoiminnan ja uusien medioiden hyödyntäminen.
- Matkailumarkkinointiin ja markkinointimateriaaleihin panostaminen (ajantasaisuus, kat-tavuus, luontomatkailu, ulkomaan markkinointi, yhteinen aluemarkkinointi ja -myynti).
- Markkinoinnissa tarvitaan ammattilaisia apuna (esim. Karelia Expert Oy).
- Rahoitusongelmissa omistus pohjaa tulisi laajentaa hakemalla ulkopuolisia sijoittajia/rahoit-tajia.
- Liiketoimintaosaamista, verkostoitumistaitoja ja ymmärrystä markkinoinnin tärkeydestä lisättävä. Markkinointi pitää osata tehdä oikein, tehokkaasti ja tuloksellisesti ja siinä voisi käyttää niitä, jotka sen asian osaavat oikeasti.
- Tapahtumien ja tapahtumakalenterin kehittäminen ja sitä kautta aluetunnettuuden ja pal-velukokemuksen laadun lisääminen.

Taulukko 9. Eri toimenpiteiden merkitys luontomatkailuyritysten kehittämisessä, % vastanneista.

	Olisi hyvin tärkeää	Olisi melko tärkeää	Ei tarpeen	Eos	Yhteensä
Yritysten verkostoitumisen edistäminen	87	11	1	1	100
Yhteiseen myyntityöhön ja markkinointiin panostaminen	79	15	2	4	100
Yhteiseen tuotekehitykseen ja laatuun panostaminen	77	20	1	2	100
Aktiivinen toiminta yrittäjien ja kehittäjien yhteen saattamiseksi	77	19	1	3	100
Yhteiseen tuotemerkkiin ja brändiin panostaminen	68	24	4	4	100
Yhteisten tietokantojen ja verkkopalvelun kehittäminen	62	31	5	2	100
Luontomatkailukoulutuksen järjestäminen	56	36	3	5	100
Maanomistajien ja yrittäjien yhteistyön edistäminen	51	43	4	2	100
Seutukuntien eri viranomaistahojen yhteistyöhön panostaminen	47	44	6	3	100
Yritystoiminnan tukien lisääminen	40	40	16	4	100
Yrityshautomojen ja työpajojen perustaminen	37	42	16	5	100
Matkailukeskuksen perustaminen	37	27	24	12	100
Informaation lisääminen EU-tuista	30	63	6	1	100

seen yleensä. Yritystoiminnan edellytysten tulisi myös olla kunnossa. Sen sijaan yrityshautomoitten ja työpajojen perustaminen tai yritystukien lisääminen ei kaikkien vastaajien mielestä ole aina kovin tarpeellista. Yrityshautomoitten ja työpajojen perustaminen sekä yritystukien lisääminen ja myös informaation lisääminen yritystuista katsottiin kuitenkin Pohjanmaan alueella muita alueita huomattavasti useammin hyvin tärkeäksi. Pohjanmaalla (87 %), mutta myös muilla alueilla, hyvin moni vastaaja piti myös tuotemerkkiin tai brändiin panostamista alueella tärkeänä. Lapissa ja Vaara-alueella nähtiin tilausta tietokantojen ja verkkopalvelujen kehittämiselle.

Verkostoitumisen ja muun yhteistyön tärkeys toiminnan kehittämisessä on ymmärrettävästi tärkeää kaikkialla, sillä nykymuotoisessa yhteistyössä nähdään vielä useita ongelmia. Yrittäjien keskinäinen yhteistyö raportoitiin ei-toimivaksi ja myös yhteistyö eri viranomaisten välillä osoittautui puutteelliseksi monen vastaajan mielestä.

4.3.2 Yhteistyö yritysten ja kunnan välillä – kehittäjän näkökulma

Yritysten ja kuntien välistä yhteistyön toimivuutta selvitettiin myös suunnittelun ja päätöksenteon näkökulmasta. Noin puolet vastaajista piti yhteistyötä hyvänä. Kuitenkin noin kolmannes ei ottanut kantaa yhteistyön toimivuuteen ja valitsi neutraalin vastausvaihtoehdon. Positiivista oli se, että vain muutama vastaaja katsoi yhteistyön olevan huonoa.

Yhtenä syynä yhteistyön toimimattomuudelle yrittäjien ja viranomaisten välillä pidettiin matkailuyrittäjien keskinäisen yhteistyön puutetta. Melkein kaikki vastaajat (90 %) uskoivat yrittäjien keskinäisen yhteistyön puutteen heikentävän yrittäjien ja kunnallisten päättäjien välistä yhteistyön toimivuutta. Mutta puutteita nähtiin myös viranomaistahojen keskinäisessä yhteistyössä. Moni (melkein 70 %) uskoi tämän vaikuttavan heikentävästi myös yrittäjien ja kunnallisten päät-

täjien väliseen yhteistyön toimivuuteen. Myös yrittäjien kielteinen suhtautuminen maankäytön suunnittelua (54 % vastaajista) ja elinkeinosuunnittelua (41 %) kohtaan vaikuttaa vastaajien mielestä yhteistyötä heikentävästi.

4.3.3 Yhteistyö yritysten ja kunnan välillä – yrittäjien näkökulma

Luontomatkailuyritysten toimintaa ja toimintaedellytyksiä tutkittiin aikaisemmin laajasti samassa tutkimushankkeessa yrittäjien näkökulmasta. Työssä selvitettiin yritysten toimintaa, liikevaihtoa, yritysten palveluita, asiakkaita, sekä yritysten liittymistä luontoon eri toimialoilla. Tutkimuksessa tarkasteltiin myös yrittäjien yhteistyötä eri tahojen, mm. julkisten tahojen kanssa (Petäjäistö & Selby 2012).

Tutkimuksen vastanneista yrityksistä noin puolet oli tehnyt kehittämissyhteistyötä yritysverkoston kanssa. Yhteistyössä pankkien ja matkailualan oppilaitosten kanssa oli ollut vajaa puolet (44 %). Matkailun edistämiskeskuksen kanssa yhteistyötä oli ollut noin kolmanneksella vastanneista yrityksistä. Useampi kuin kaksi kolmesta yrityksestä raportoi hakeneensa yrityksensä kehittämissyhteistyössä neuvoja kunnan viranomaisilta tai neuvojilta tai ilmoitti osallistuneensa johonkin kunnan kehittämissuunnitelmaan. Lähes yhtä usein yhteistyötä oli tehty ELY-keskuksen kanssa.

Viidennes kaikista vastanneista piti yhteistyötä alueellisten julkisten tahojen ja luontomatkailuyritysten välillä toimivana. Mutta toisaalta myös viidennes vastanneista luontomatkailuyrityksistä ilmaisi, että yhteistyö esimerkiksi kunnan tai seutukunnan ja matkailuyritysten välillä ei toimi. Sen arveltiin johtuvan siitä, että kunnassa ei arvosteta matkailua – saati luontomatkailua – eikä ymmärretä sitä. Lisäksi syinä mainittiin täydellinen yhteistyön puute ja haluttomuus siihen. Kriittikissä tuotiin esiin myös, että kunta/seutukunta tukee joitakin hankkeita ja yrityksiä, mutta yhteinen kunnan ja seutukunnan matkailustrategia on puutteellinen ja epäammattillinen.

Tulokset osoittavat, että yhteistyössä on parantamisen varaa. Näin, sekä yhteistyössä yrittäjien että eri viranomaisten välillä. Lisäksi yrittäjien kielteinen asenne suunnittelua kohtaan hankaloittaa selkeästi alan kehitystä. Tämä osoittaa myös että yrittäjien mukaan ottaminen suunnitteluun on epäonnistunut.

5 Johtopäätökset

Tässä tutkimuksessa tarkasteltiin kunnallisten päättäjien ja viranhaltijoiden, eli kunnan elinkeinoelämän ”avainhenkilöiden” näkemyksiä luontomatkailusta. Siinä selvitettiin matkailuelinkeinon ja erityisesti luontomatkailun merkitystä eri alueilla ja suhteessa muihin elinkeinoihin. Työssä tarkasteltiin myös luontomatkailun kehittämistarpeita, alan yritysten toimintaa, ongelmia ja puutteita sekä yritysten tulevaisuutta ja kehittämismahdollisuuksia. Lisäksi siinä selvitettiin kunnan ja luontomatkailuyritysten yhteistyötä ja sen toimivuutta ja verrattiin tuloksia luontomatkailualan yritystutkimuksen tuloksiin. Tarkasteluja tehtiin matkailun suuralueittain.

Luonto ja kulttuuri ovat Suomen matkailun keskeisiä vahvuuksia ja voimavaroja. Matkailupalveluilla on kuntien elinkeinoelämälle nykyisin suuri merkitys kaikkialla Suomessa. Tämä on sel-

keästi nähtävissä tämän kyselytutkimuksen tuloksista. Matkailupalveluiden merkitys korostuu Lapissa ja itäisessä Suomessa, Vaara-alueella. Näillä alueilla matkailua halutaan jatkossakin kehittää muita alueita voimakkaammin ja matkailun kehittäminen priorisoidaan erityisen tärkeäksi ja muiden elinkeinojen kehittämisen edelle. Pohjanmaalla sen sijaan maa- ja metsätalouden sekä teollisuuden kehittämistä pidetään matkailun kehittämistä tärkeämpänä.

Luonto tarjoaa myös kaikkialla erittäin hyvät mahdollisuudet kehittää matkailua. Luonnon merkitys on suuri myös eteläisessä ja tiheään asutuilla alueilla. Elinkeinoelämän avainhenkilöt arvioivat luonnon merkityksen matkailussa Kulttuurialueella jopa suuremmaksi kuin Järvi-alueella tai Lapissa. Tämä selittyy osin sillä, että Kulttuurialueen vastaajista vain pieni osa edusti suuria kaupunkeja. On myös muistettava, että sekä Espoossa että Kouvolan läheisyydessä sijaitsevat kansallispuistot (Nuuksio ja Repovesi), joiden kävijämäärät ovat jo nykyiselläänkin huomattavat. Lisäksi voidaan ajatella, että luonto on laaja määritelmä, sillä luonto on kuitenkin kaikkialla läsnä, mutta sen tärkeyden arviointi matkailulle on subjektiivista.

Luonnon tarjoamia mahdollisuuksia ei vielä nykyisellään ole hyödynnetty riittävästi yritystoiminnassa. Myös Lapissa uskotaan olevan paljon kehittämismahdollisuuksia ja potentiaalia luontolosuhteiden hyödyntämiseksi. Asiantuntija-arvioiden mukaan yrittäjät eivät ole vielä havainneet kaikkia luonnon tarjoamia mahdollisuuksia yritystoiminnalle. Tähän havaintoon asiantuntijan näkökulmasta voi vaikuttaa vastaajan omat positiiviset kokemukset luonnon hyödyntämisen mahdollisuuksista, jotka osaltaan voivat lisätä luonnon hyödyntämisen potentiaalin havaitsemista. Tämänkaltaisen prosessi on havaittu jo aikaisemmissa matkailuyrityksiä koskevista tutkimuksissa. Esimerkiksi kansallispuistoja koskevissa tutkimuksissa on todettu, että kansallispuistojen ikä heijastuu yrittäjien ja myös julkisten tahojen kykyyn havaita toiminta- ja kehittämismahdollisuuksia (Selby ym. 2010). Kansallispuistoja koskevissa tutkimuksissa on myös todettu, että alueiden aiempi elinkeinovalikoima vaikuttaa matkailun ja luontomatkailun kehittämishalukkuuteen ja siihen kuinka paljon matkailua arvostetaan päätöksentekijöiden keskuudessa. Erityisesti aiemmin teollisuus- tai maatalousvaltaisilla alueilla ei aina haluta kehittää matkailua, koska sitä ei ole pidetty tärkeänä toimialana. Myös Mustakangas ym. (2004) ovat tutkimuksessaan todenneet, että aiempi elinkeinorakenne saattaa vaikuttaa kunnan, kylien ja jopa yksittäisten ihmistenkin valmiuteen sopeutua muuttuvaan ja muuttuneeseen toimintaympäristöön.

Alueen aikaisempien elinkeinojen merkitys heijastuu myös matkailustrategiaan. Matkailustrategia laaditaan herkemmin alueille, joilla matkailulla on jo suuri merkitys, ja nihkeämmin alueille, joilla vallitsevana elinkeinona on jokin muu kuin matkailu. Matkailustrategian laatiminen liittyy siten myös osin viranomaisten omaan passiivisuuteen, vaikka matkailun kehittämisen kannalta matkailustrategian laatiminen on ensimmäinen matkailun systemaattisen kehittämisen edellytys alueella. Myös luontomatkailu nostetaan strategiassa enemmän esille siellä, missä luontomatkailulla on vahva sija jo ennestään. Luontomatkailu on sisällytetty tulosten mukaan matkailustrategiaan erityisesti Lapissa ja Vaara- ja Järvi-alueella. Luontomatkailun merkitystä ei korosteta kuitenkaan näilläkään alueilla vielä riittävästi, vaikka sen mahdollisuudet nähdään päättäjätasolla. Koko maassa kolme neljästä elinkeinoelämän kehittäjästä korostaisi luonnon tärkeyttä matkailustrategiassa vielä nykyisestään ja vain joka kymmenes piti luonnon merkitystä nykyisellään toiminta-alueensa strategiassa riittävänä. Myös Lapissa luontomatkailua toivottiin korostettavan vielä nykyistä enemmän.

Jos luontomatkailu on ylipäättään otettu huomioon matkailustrategiassa, on se tehty painottamalla tuotteistuksen ja markkinoinnin merkitystä. Mutta tuotteistaminen ja erityisesti kesämatkailun

tuotteistaminen vaatii vielä runsaasti toimenpiteitä. Siksi luontomatkailua tulisi jatkossakin korostaa matkailustrategiassa, ja esimerkiksi infrastuktuuriin tulisi jatkossa panostaa. Usein yritysten päätuotteena ovat majoituspalvelut ja luontomatkailuinfrastuktuuri puuttuu. Ei ole olemassa esimerkiksi riittävästi reitistöjä, tai luontopolkuja, tai ne ovat huonosti hoidettuja. Ei ole olemassa myöskään riittävästi kokemusta ja osaamista, miten luontoa voidaan tuotteistaa ja hyödyntää liiketoiminnassa. Nämä ovat erityisesti alueita, joihin julkinen sektori voi vaikuttaa. Luonnon tärkeyttä matkailussa ei vielä tuoda matkailustrategioissa tarpeeksi voimakkaasti esiin. Yksi tärkeä matkailustrategian tavoite on matkailuyritysten toiminnan kehittäminen.

Yritysten kehittämisessäkin luontomatkailua ei ole nostettu kovin tärkeäksi painoalaksi. Kehittämistoimenpiteissä luonto ja luontomatkailu oli otettu huomioon vain osin tai ei ollenkaan. Sen kehittäminen ei siten ole vielä keskeisellä sijalla matkailun osa-alueena, vaikka sen mahdollisuudet nähdäänkin hyvinä. Kehittämistoimenpiteet keskittyvät yleiseen yritystoiminnan kehittämiseen, mikä tulosten perusteella on tarpeellistakin.

Tärkeimpiä toimenpiteitä yritysten kehittämisessä ovat verkostoitumisen kehittäminen ja markkinoinnin parantaminen. Yrittäjien keskinäinen yhteistyö on usein vielä kehittämätöntä ja puutteellista, sillä esimerkiksi luontomatkailuyrittäjille suunnatun kyselytutkimuksen tulokset osoittavat, että yritysten välinen yhteistyö ei luontomatkailuyritysten kesken toimi. Yhteistyö perustuu vain harvoin verkostoihin, jossa arvontuotantoon osallistuvat kaikki verkoston osat ja jossa palveluitten tai hyödykkeiden tarjoaminen tapahtuu usean toimijan yhteistyönä. Yhteistyö on valitettavan usein vain informaation vaihtoa. Yhteistyön ja verkostojen kehittämisen yhteydessä pitäisi nostaa voimakkaasti esiin matkakokonaisuuksien rakentaminen. Laajassa yhteistyöverkostossa voivat pienetkin matkailuyritykset tarjota asiakkaalle kokonaisvaltaisen matkapaketin majoituksineen, kuljetuksineen ja ohjelmapalveluineen.

Suuri osa luontomatkailuyrityksistä on pieniä, ja niiden resurssit eivät riitä toiminnan kehittämiseen ja yhteistyöverkostojen luomiseen tai alaan liittyvän infrastruktuurin kehittämiseen. Tässä juuri kunnilla ja kuntayhtymillä on mahdollisuus parantaa yritysten toimintamahdollisuuksia. Myös esim. Saarinen ja Kask (2008) ovat esittäneet, että julkisella sektorilla on tärkeä rooli matkailun kehittämisessä ja, että keskeisessä asemassa on paikallishallinto. Paikallishallinto voisi ottaa vastuuta alueen matkailuyritysten yhteen saattamisesta ja markkinoinnista. Yritysten on yksin vaikea löytää yhteistyökumppaneita ja yrittäjät kokevat edelleenkin usein naapuriryrittäjän vain kilpailijaksi, eikä yhteistyön ja verkostoitumisen etuja silloin nähdä. On myös muistettava, että suuri osa luontomatkailuyrittäjistä, niin kuin muistakin pienyrittäjistä, on asenteiltaan ”riskejä kaihtavia luontoyrittäjiä” ja ”elintapayrittäjiä”, eli yrittäjiä, jotka eivät ole kasvuorientoituneita. Siksi myös asennekasvatus ja yrittäjyyden kuvan kiilloittaminen olisi nähtävä nykyistä tärkeämpänä tehtävänä kunnissa.

Kehitystyötä saattaa haitata viranomaistahojen keskinäisen yhteistyön vähäisyys ja ongelmat. Yhteistyön puute heikentää myös kunnallisen suunnittelun ja päätöksenteon toimivuutta. Yrittäjät näkevät, että luontomatkailua ei päätöksentekijöiden keskuudessa arvosteta eikä ymmärretä. Näin, vaikka luonnon merkitys ja luontomatkailun mahdollisuudet tämänkin työn perusteella arvioidaan suureksi matkailussa. Kehittämistyötä on kuitenkin tehty jo paljon ja erilaisia hankkeita on perustettu viime vuosina runsaasti. Luontomatkailun strategian sisällyttäminen matkailustrategiaan toisi useille alueille kuitenkin suunnitelmallisuutta ja jäntevyyttä toimintaan ja silloin voitaisiin myös kehittää luonnon tuotteistamista ja luontomatkailuyritysten markkinointia.

Juuri nyt kuntien on säästettävä menoissaan leikkaamalla palveluja ja todennäköisesti myös työpaikkoja. Samanaikaisesti monet kunnat joutuvat muokkaamaan talouttaan uudelle pohjalle, muun muassa etsimällä uusia korvaavia elinkeinoja. Matkailun ja luontomatkailun on todettu olevan kansainvälisesti ja kansallisesti kasvuala, joka tarjoaa paljon potentiaalia uudelle yrittäjyydelle. Olisi ironista säästää tukipalveluissa juuri sellaisella alalla, joka on juuri päässyt hyvään kasvuvauhtiin.

Kirjallisuus

- Anttiroiko, A-V., Haveri, A., Karhu, V., Ryyänen, A. & Siitonen, P. 2007. Kuntien toiminta, johtaminen ja hallintasuhteet. Kunnallistutkimuksia. Tampereen yliopistopaino. 393 s.
- Artman, H., Helle, R. & Vuoristo, K-V. 1978. Suomen matkailun aluerakenne. Matkailun edistämiskeskus. A:12. 75 s.
- ELY-keskus 2013. Elinkeino- liikenne ja ympäristökeskus. Luettu 05.06.2013. <http://www.ely-keskus.fi>.
- Hemmi, J. 2005. Matkailu, Ympäristö, Luonto. Osa 2. Jyväskylä. 646 s.
- Koivula, E. & Saastamoinen, O. 2005. Näkökulmia luontomatkailuun ja sen tulevaisuuteen. Joensuun Metsätieteellinen tiedekunta. Tiedonantoja 165. 80 s.
- KTM 2006. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020. Toimenpideohjelma vuosille 2007–2019. KTM Julkaisuja 21/2006.
- MEK 2010a. Kansainvälinen luontomatkailututkimus. MEK A 169. 2010. 49 s.
- MEK 2010b. Maakunnalliset matkailustrategiat. Tiivistelmä. 46 s. Luettu 28.02.2013. http://www.mek.fi/RELIS/REL_LIB/NSF/0/774c51389e406b2f.
- MEK 2013. Mekin ydintehtävät. Luettu 05.06.2013. [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/MEK](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/MEK).
- Metsäkeskus 2013. Metsäkeskus ja alueet. Luettu 05.06.2013. <http://www.metsakeskus.fi/metsakeskus-ja-alueet>
- Mustakangas, E., Kiviniemi, M. & Vihinen, H. 2004. Kunta maaseudun kehittämisessä – maaseutu kunnan kehittämisessä. MTT. Maa- ja elintarviketalous 57. 202 s + liite.
- Petäjäistö, L. & Selby, A. 2009. Kansallispuisto kunnan matkailukohteena: paikkakunnan avainhenkilöiden näkemys kolmen eri kansallispuiston merkityksestä lähialueelle. Metlan työraportteja 106. <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2009/mwp106.htm>.
- & Selby, A. 2011. Luontomatkailuyritystoiminnan laajuus: Internet-aineistoon pohjautuva selvitys. Metlan työraportteja 217. <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2011/mwp217.htm>.
- & Selby, A. 2012. Luontomatkailun yritystoiminta Suomessa. Metlan työraportteja 246. <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2012/mwp246.htm>.
- Rämet, J., Kauppila, P. & Saarinen, J. 2003. Paikallisväestö ja matkailu. Kaupungin-/kunnanvaltuutettujen ja johtavien viranhaltijoiden asennoituminen matkailuun Koillis-Suomessa. Naturpolis Kuusamo. Koulutus- ja kehittämisspalvelut. Tutkimuksia 3/2003. 57 s.
- Silvennoinen, H., Tahvanainen, L. & Tyrväinen, L. 1998. Luonto ja maisema lomakohteen vetovoimatekijöinä: maatala- ja luontomatkailun erityisvaatimukset. Julkaisussa: Saarinen, J. & Järviluoma, J. (toim). Kestävyys luonnon virkistys- ja matkailukäytössä. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 671. s. 109–127.
- Selby, A. & Petäjäistö, L. 2008. Entrepreneurial activity adjacent to small national parks in Southern Finland: Are business opportunities being realised? <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2008/mwp096.htm>

- & Petäjistö, L. 2009. Uneven entrepreneurial responses to demands for tourism-related services adjacent to three national parks in southern Finland. <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2009/mwp127.htm>
- , Neuvonen, M. Petäjistö, L. & Sievänen, T. 2010. Kansallispuistojen merkitys maaseutumatkailulle. <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2010/mwp.161.htm>.
- , Petäjistö, L. & Huhtala, M. 2011. The realisation of tourism business opportunities adjacent to three national parks in southern Finland: entrepreneurs and local decision-makers matter. *Forest Policy and Economics* 13 (2011) 446–455.
- Suomen kuntaliitto 2013. Maakuntien liittojen erityistehtävät. Luettu 05.06.2013. <http://www.kunnat.net/fi/kunnat/maakunnat/erityistehtavat/Sivut/default.aspx>
- TEM 2013a. Työ- ja elinkeinoministeriö. Luettu 05.06.2013. <http://www.tem.fi>.
- TEM 2013b. Suomen matkailustrategia 2020. Luettu: 28.02.2013. http://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia_020610.pdf.
- Tuulentie, S. & Sarkki, S. 2009. Kun kylästä tulee keskus. Teoksessa: Tuulentie, S. (toim.) 2009. Turisti tulee kylään. Matkailukeskukset ja lappilainen arki. s. 9–28.
- Tyrväinen, L., Silvennoinen, H., Nousiainen, I. & Tahvanainen, L. 2001. Rural tourism in Finland: Tourists' expectation of landscape and environment. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism Research*. Vol 1. No.2.
- , Silvennoinen, H. & Nousiainen, I. 2002. Luontomatkailusta yritystoimintaa. Tutkimushankkeen loppuraportti. 31.05.2002. Joensuun yliopisto, metsätieteellinen tiedekunta 74 s.
- Vuoristo, K-V. 2001. Lumen ja suven maa. WS Bookwell. Oy Porvoo.