

**OPINNÄYTETYÖ
AMK**

HENNA-EMILIA VETELÄINEN 2013

**SENIORI-ikäisille matkailijoille
suunnatut luontolähtöiset
hyvinvointipalvelut Rovaniemen
alueella**



**Rovaniemen
ammattikorkeakoulu**
University of Applied Sciences
LUC

MATKAILUN KOULUTUSOHJELMA



Rovaniemen
ammattikorkeakoulu
University of Applied Sciences
LUC

ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU

MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

Matkailun koulutusohjelma
Ammattikorkeakoulututkinto

Opinnäytetyö

**SENIORI-ikäisille matkailijoille suunnatut
luontolähtöiset hyvinvointipalvelut
Rovaniemen alueella**

Henna-Emilia Veteläinen

2013

Toimeksiantaja Green Care Lapland

Ohjaaja Marja Tolonen-Martikainen, Minna Sipponen

Hyväksytty _____ 2013 _____



Rovaniemen
ammattikorkeakoulu
University of Applied Sciences
LUC

Matkailu-, ravitsemis- ja
talousala
Matkailun koulutusoh-
jelma

Opinnäytetyön
tiivistelmä AMK

Tekijä	Henna-Emilia Veteläinen	Vuosi	2013
Toimeksiantaja Työn nimi	Green Care Lapland Seniори-ikäisille matkailijoille suunnatut luontolähtöiset hyvinvointipalvelut Rovaniemen alueella		
Sivu- ja liitemäärä	37 + 4		

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millaisia luontolähtöisiä hyvinvointipalveluita on tarjolla ja voidaan tarjota seniори-ikäisille matkailijoille Rovaniemen alueella. Opinnäytetyössä keskitytään matkailun talviesonkiajan ulkopuoliseen aikaan, sillä tätä aikaa tulisi kehittää. Seniори-ikäisillä matkailijoilla viitataan koti- ja ulkomaan matkailijoihin, jotka ovat yli 60-vuotiaita ja joiden toimintakyky on riittävä matkustamaan itsenäisesti.

Keräsin aineistoa Webropol-kyselyllä. Kyselyssä selvitin yritysten nykyistä luontolähtöisten hyvinvointipalveluiden tarjontaa ja kiinnostusta kehittää kyseisiä palveluita, sekä heidän yhteistyötään muiden toimijoiden ja kunnan kanssa. Lähetin kyselyn sähköpostin välityksellä Rovaniemen alueen luontolähtöisiä hyvinvointipalveluita tarjoaville yrityksille.

Toimeksiantajana toimi Green Care Lapland -hanke, ja sen toiminta ja arvot näkyvätkin vahvasti opinnäytetyössä. Opinnäytetyön tietoperustassa käsitellään Green Carea, Rovaniemen matkailua, seniори-ikäisiä kasvavana matkailijaryhmänä, luontolähtöistä hyvinvointia ja hyvinvointimatkailua, tuotekehitystä sekä Saksaa hyvinvointimatkailun edelläkävijänä. Lisäksi annoin kehitysideoita ja kerroin case-esimerkkejä saadakseni työstä konkreettisemmän.

Kyselyn tuloksien perusteella voidaan päätellä, että Rovaniemeltä löytyy monien eri toimialojen ja koulutustaustojen omaavia ammattilaisia, jotka tuottavat luontolähtöisiä hyvinvointipalveluita. Yrityksillä on kiinnostusta luontolähtöisten hyvinvointipalveluiden kehittämiseen ja yhteistyöverkoston luomiseen. Palveluita tuottaessa nähdään haasteita, joihin olisi mahdollista löytää ratkaisut Green Care -hankkeen avulla. Palveluiden kehittäminen hyödyntäisi niin yrityksiä, hanketta, kuntaa kuin koko Lapin matkailuakin.

Avainsanat

hyvinvointipalvelut, luontolähtöisyys, seniorit, Rovaniemi, Green Care, tuotekehittely



Author	Henna-Emilia Veteläinen	Year	2013
Commissioned by	Green Care Lapland		
Subject of thesis	Nature-Oriented Wellness Services for Senior Age Travellers in the Region of Rovaniemi		
Number of pages	37 + 4		

The aim of the thesis was to determine what kind of nature-oriented wellness services are served and could be served in the region of Rovaniemi for senior age travellers. The thesis focuses on the period outside the winter season. Senior age travellers can be defined as people at the age of over 60 years who still have a sufficient functional capacity for travelling independently.

This thesis was carried out by using a Webropol survey. In the survey, the nature-oriented wellness services provided by the companies in Rovaniemi and their interest in developing those services were clarified. Also the type and level of co-operation the companies have with other companies of the industry and the municipality of Rovaniemi and their interest towards developing it were clarified. The survey was sent via email to the companies who offer nature-oriented wellness services in the region of Rovaniemi.

The research target of this thesis was to clarify the future demand for nature-based services that have wellness influences and are aimed at senior age people. For development ideas and case examples the author used German wellness services as an example.

The theoretical part of the thesis is based on Green Care, the tourism of Rovaniemi, seniors as a growing group of travellers, nature-oriented wellness and wellness tourism, product development and Germany as a forerunner of wellness tourism. Also the most important concepts of this thesis are elaborated.

According to the results of the thesis, it can be said that there are professionals from many areas of industries and educational backgrounds who produce nature-oriented wellness services. The companies are interested in developing their nature-oriented services as also evolving the co-operation. While producing the services, challenges are seen. Developing and promoting the services would bring significant benefits for companies, the Green Care project, the municipality and even the whole tourism of Lapland.

Key words wellness, nature-oriented, seniors, Rovaniemi, Green Care, product development

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	2
2	GREEN CARESTA ROVANIEMEN MATKAILUVALTTI	4
2.1	GREEN CARE	4
2.1.1	<i>Mitä Green Carella tarkoitetaan?</i>	4
2.1.2	<i>Maslow'n tarvehierarkian heijastaminen Green Care –toimintaan</i>	7
2.2	ROVANIEMEN HYVINVOINTIMATKAILUN KEHITTÄMINEN	9
3	SENIORI-IKÄISET KASVAVANA MATKAILIJARYHMÄNÄ	12
3.1	MATKAILIJAN MÄÄRITELMÄ	12
3.2	VÄESTÖN RAKENTEEN MUUTOS	13
3.3	SENIORI-IKÄISET MATKAILIJAT	15
3.3.1	<i>Seniori-ikäiset merkittävänä matkailijaryhmänä</i>	15
3.3.2	<i>Seniori-ikäisten matkailijoiden trendit</i>	15
4	HYVINVOINTIA LUONNOSTA	17
4.1	LUONTOLÄHTÖINEN HYVINVOINTI	17
4.1.1	<i>Hyvinvointi käsitteenä</i>	17
4.1.2	<i>Luontolähtöinen hyvinvointimatkailu</i>	18
4.2	LUONTOLÄHTÖISTEN HYVINVOINTIPALVELUIDEN KEHITTÄMINEN	20
4.2.1	<i>Tuotekehitys pähkinäkuoressa</i>	20
4.2.2	<i>Saksa hyvinvointimatkailun edelläkävijänä</i>	21
4.2.3	<i>Kehitysideoita ja Case-esimerkkejä</i>	24
5	LUONTOLÄHTÖISTEN HYVINVOINTIPALVELUT ROVANIEMELLÄ	28
5.1	WEBROPOL-KYSELY TIEDONKERUUMENETELMÄNÄ	28
5.2	HYVINVOINTIMATKAILUN KARTOITUKSEN TULOKSET	29
6	POHDINTA	35
6.1	JOHTOPÄÄTÖKSET	35
6.2	OPINNÄYTETYÖPROSESSI	37
	LÄHTEET	38
	LIITTEET	43

TAULUKKOLUETTELO

TAULUKKO 1. HAASTEELLISINA KOETUT ASIAT TUOTTAESSA PALVELUITA SENIORI- IKÄISILLE (N=7).	32
TAULUKKO 2. YRITYSTEN YHTEISTYÖ MUIDEN TOIMIJOIDEN JA KUNNAN KANSSA (N=7)..	33

KUVALUETTELO

KUVA 1. NAPAPIIRIN RETKEILYALUE VAATTUNKIKÖNGÄS.....	27
--	----

KUVIOLUETTELO

KUVIO 1. GREEN CAREN ELEMENTIT JA EHDOT	6
KUVIO 2. MASLOW'N TARVEHIERARKIA.....	8
KUVIO 3. IKÄRAKENNE VÄESTÖENNUSTEEN MUKAAN VUONNA 2030.....	14
KUVIO 4. LOMAMATKOJEN MÄÄRIEN MUUTOKSET VUOTEEN 2020 MENNESSÄ	23
KUVIO 5. KYSELYYN OSALLISTUNEIDEN YRITYSTEN TOIMIALAT (N=7).	29
KUVIO 6. HYVINVOINTIPALVELUITA TARJOAVIEN HENKILÖIDEN KOULUTUSTAUSTAT (N=7)..	31
KUVIO 7. YRITYSTEN TARJOAMAT HYVINVOINTIPALVELUT SENIORI-IKÄISILLE (N=7)... ..	31

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää, millaisia luontolähtöisiä hyvinvointipalveluita seniori-ikäisille matkailijoille on tarjolla ja voidaan tarjota Rovaniemen alueella. Tutkimusongelmana oli kartoittaa seniori-ikäisille suunnattujen luontoon ja sen hyvinvointivaikutuksiin perustuvien palveluiden tulevaisuuden kysyntää. Selvitin kysyntää aikaisempien tutkimusten ja muun opinnäytetyöni kannalta olennaisen teorian pohjalta. Keskityin työssäni sesonkiajan ulkopuoliseen aikaan, eli kevät-syksyyn, sillä Rovaniemen alueen matkailu painottuu tällä hetkellä vahvasti talvimatkailuun.

Tutkimuksellisenä työnä opinnäytetyöni kehittää Rovaniemen matkailua sesongin ulkopuolella ja nostaa esiin seniori-ikäisten merkityksen matkailussa. Palvelut voivat olla tarkoitettu niin kotimaan kuin ulkomaankin matkailijoille. Selvitin Webropol-kyselyn avulla rovaniemeläisten yritysten luontolähtöisten hyvinvointipalveluiden tarjontaa seniori-ikäisille sekä heidän kiinnostustaan palveluiden kehittämiseen. Lisäksi selvitin yritysten nykyistä yhteistyötilannetta ja kiinnostusta kehittää yhteistyötä muiden toimijoiden ja kunnan kanssa. Tarkoitukseni oli saada opinnäytetyöstä konkreettisempi ottamalla mukaan myös case-esimerkkejä.

Green Care -toiminta on Suomessa vasta uutta, eikä hankkeessa ole vielä mukana paljon Rovaniemen alueen yrityksiä. Tämän takia opinnäytetyöni kyselyyn osallistui yleisesti yrityksiä, joiden palvelut sisältävät luontolähtöisiä hyvinvointipalveluita ja joiden arvot vastaavat parhaiten Green Caren arvoja. Tekemäni kysely sisälsi monivalintakysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä ja lähetin sen sähköpostin välityksellä valitsemilleni yrityksille. Muun tarvitsemani tiedon olen hankkinut kirjallisuudesta, Internetistä, aikaisemmista opinnäytetöistä, artikkeleista sekä muista opinnäytetyön kannalta hyödyllisistä lähteistä. Suomalaisten lähteiden lisäksi halusin hyödyntää kansainvälistä kirjallisuutta.

Keräämäni teorian ja Webropol-kyselyssä saatujen tuloksien perusteella pohdin, millaisille seniori-ikäisille suunnatuille, luontoon ja sen hyvinvointivaikutuksiin perustuville palveluille voisi olla tulevaisuudessa kysyntää. Hyödyn-

sin kehitysideoissa ja case-esimerkeissä hyvinvointimatkailun edelläkävijää Saksaa ja sen palvelutarjontaa. Lisäksi saksalaisten asiakkaiden merkitys Lapin matkailussa on merkittävä, joten heidän tarpeisiinsa tulisi osata myös vastata. Opinnäytetyön johtopäätökset -osiossa pyrin ratkaisemaan kyselyssä saatujen tulosten perusteella palveluiden tuottamisessa nähtyjä ongelma-kohtia hyödyntäen Green Care -hanketta. Palveluiden kehittämisen kannalta on tärkeää myös yhteistyöverkoston kehittäminen, sillä yhteistyö on tällä hetkellä vielä puutteellista. Kun luontolähtöisten hyvinvointipalveluiden tuottaminen seniori-ikäisille nähtäisiin yrityksen kannalta hyödyllisenä, voitaisiin siihen panostaa enemmän ja näin Rovaniemen ympärivuotinen matkailu kehittyisi.

Yhdessä toimeksiantajani kanssa valitsema aihe on ajankohtainen, sillä ikääntyvien määrä kasvaa kokoajan ja seniori-ikäiset ovat vuosi vuodelta potentiaalisempia matkailijoita. Mielestäni matkailualan tulisi huomioida seniori-ikäiset entistä paremmin ja selvittää, millaisia matkailupalveluita he olisivat halukkaita käyttämään. Keskityin luontolähtöisiin hyvinvointipalveluihin, sillä niiden arvot vastaavat hyvin Green Care Lapland -hankkeen arvoja sekä siksi, että hyvinvointipalveluiden kysyntä näyttää kasvavan tulevaisuutta kohti.

Seniori-ikäisillä tarkoitetaan opinnäytetyössäni yli 60-vuotiaita henkilöitä, joiden toimintakyky on riittävä matkustamaan itsenäisesti. Tämän jatkuvasti kasvavan kohderyhmän resurssit matkustamiseen ja matkailupalveluiden käyttöön ovat erinomaiset. Luontolähtöisillä hyvinvointipalveluilla viitataan luontoon ja sen hyvinvointivaikutuksiin perustuviin palveluihin, jotka ylläpitävät ja edistävät henkilön terveyttä ja antavat matkailijalle niin fyysistä kuin psyykkistäkin hyvää oloa.

2 GREEN CARESTA ROVANIEMEN MATKAILUVALTTI

2.1 Green Care

2.1.1 Mitä Green Carella tarkoitetaan?

Green Care Finland ry on valtakunnallisesti toimiva yhdistys, jonka tavoitteena on lisätä Green Care -toiminnan tunnettuutta ja parantaa toimialan yleisiä edellytyksiä. Yhdistys pyrkii edistämään alan yhteistoimintaa sekä on mukana tutkimuksessa ja kehittämistoiminnassa. (Green Care Finland 2013d.) Green Care Finland ry toimii Suomessa luonto-, eläin- ja maatala-avusteisten menetelmien käyttöönoton edistämässä hyvinvointi- ja terveystalouden yhteydessä. Yhdistyksen tavoitteena on myös tuoda esille liikuntakyvyttään heikentyneiden oikeus luontoon, liikuntaan, sosiaalisuuteen ja yhteisöllisyyteen. (Green Care Finland 2013a.)

Rovaniemen ammattikorkeakoulun hallinnoima Green Care Lapland -hanke toimii yhteistyössä Maa- ja elintarviketalouden tutkimuslaitoksen, MTK Lapin piirin, ProAgria Lapin piirin, 4H-piirin, Lapin kuntien ja yrittäjien sekä hankkeiden ja koulutusorganisaatioiden kanssa. Hankkeen tukena toimii valtakunnallinen Green Care Finland -yhdistys. (Green Care Lapland 2013a.) Lapin alueella hankkeessa oli vuoden 2013 toukokuuhun mennessä mukana yhteensä seitsemän matkailu- ja hyvinvointiyritystä (Green Care Lapland 2013b).

Lappilaisen Green Care -esiselvityshankkeen toiminta-aika oli vuodesta 2011 vuoteen 2012 ja sen tuloksena muodostettiin monialainen lappilainen toimijaverkosto, tuotettiin selvitys ja julkaisu sekä suunnitelma Green Care -toiminnan kehittämisestä ja hyödyntämisestä Lapissa (Green Care Lapland 2013a). Vuonna 2012 käynnistyneen Green Care Lapland -hankkeen tavoitteena on Green Care käsitteen ja toiminnan tunnetuksi tekeminen, alueellisen kehittämistoiminnan käynnistäminen, toiminnan käytänteiden ja mallien etsiminen ja kriteerisointi, palvelutuotteiden syntyminen sekä pysyvän Green Care -toimintatavan saavuttaminen Lapissa. (Seita-säätiö 2013.) Hankkeella on paikallisia kehittämisryhmiä eri puolilla Lappia ja niiden tavoitteena on tukea luontolähtöisiä palveluja tuottavaa yritystoimintaa ja kunnallisia palveluita

yhteisellä pienryhmissä tapahtuvalla kehittämistoiminnalla. Lisäksi hankkeen tavoitteena on vahvistaa lappilaisten kylien elinvoimaisuutta, asukkaiden hyvinvointia ja sosiaalista turvallisuutta sekä kehittää hyvinvointimatkailun tuotekehitystä. (RAMK 2013.)

Green Care on käsitteenä Suomessa vielä uusi, mutta toimintana se tarkoittaa osittain palaamista vanhaan. Luontoon ja maaseudun elementteihin tukeutuvaa hyvinvointi- ja kuntoutustoimintaa on käytetty muun muassa vanhus-, kasvatusta- ja kehitysvammaistyössä. Näitä luonnon elementtejä sovelletaan nyt myös hyvinvointimatkailuun. Green Care ei ole kuitenkaan toimintana mitä tahansa luontoon liittyvää toimintaa, vaan sen vahvana osana on aina ammattilaisuus, tavoitteellisuus ja vastuullinen palvelutoiminta, jonka tavoitteena on lisätä ihmisten fyysistä sekä henkistä hyvinvointia. (Jankkila 2012, 11.)

Ammattilaisuudella tarkoitetaan sitä, että toiminta on alan eettisten ohjeiden mukaista ja noudattaa toimintaa harjoittavan henkilön ammattiin liittyvää keskeistä lainsäädäntöä. Palvelun tarjoajalla täytyy olla riittävä ammatillinen koulutus tarjottavaan palveluun ja sen menetelmiin. Ammattilaisuus ei välttämättä tarkoita pelkästään alan tutkintojen suorittamista vaan osaamisen tulee olla suhteessa tarjottavaan palveluun tai ammattilaisuus voidaan hankkia yhteistyössä muiden toimialojen kanssa. Green Care -toiminnan tavoitteellisuus tarkoittaa sitä, että toiminnan tulee olla suunnitelmallista. Vastuullisuudella tarkoitetaan palveluiden laatu-olottuvuutta, eli yleensä sitä, että palveluiden odotukset ja vaatimukset täyttyvät. Vastuullisuudella myös viitataan niihin tekijöihin, jotka määrittävät toiminnan puitteet ja toimintaprosessit. (Tulkki 2012, 22–23.)

Green Care -toiminta on aina jollain tavalla sidoksissa luontoon, oli kyseessä sitten luonnon keskellä harjoitettavasta toiminnasta tai luonnon elementtien soveltamisesta kaupunkiympäristöön. Luonto voi olla tekemisen ja toiminnan tausta, mutta se voi toimia myös toiminnan kohteena tai välineenä. Luonto määräytyy tiettyjen sosiaalisten ja kulttuurisen kontekstin välityksellä, jota kautta ihmiset luovat ja rakentavat suhdettaan siihen. Ihmiset kiinnittävät tämän käsityksen mukaan ympäristössään huomiota eri asioihin ja määrittävät

2.1.2 Maslow'n tarvehierarkian heijastaminen Green Care -toimintaan

Maslow'n tarvehierarkia on suosittu ihmisten tarpeita käsittelevä teoria. Maslow'n tarvehierarkiaa kuvataan usein viisitasoisen pyramidin avulla, jossa alemmat tasot edustavat perustarpeita ja ylemmät tasot koostuvat niin sanotuista korkeammista tarpeista, joista ylimpänä on itsensä toteuttamisen tarve (Kuvio 2.). Teorian mukaan korkeammat tarpeet hierarkiassa saavutetaan vasta, kun alemmat tarpeet ovat täyttyneet. (Mindtools 2013.) Minkä tahansa tarpeen täyttymisestä seuraa, että tämä tarve siirtyy syrjään ja tilalle syntyy uusi ja suurempi tarve (Maslow 1987, 33).

Vaikka ihmisten tarpeet matkustaa vaihtelevat, voidaan Maslow'n tarvehierarkiaa soveltaa myös ihmisten matkustusmotiveihin. Motivaatio ohjaa, mitä ihminen kulloinkin tekee (Kookas 2013). Green Caren arvojen mukaiset palvelut täyttävät useita tarpeita ja ovatpa matkailijan matkustusmotiivit hierarkian miltä tasolta tahansa, on Green Care -toiminnan mukaisella matkailulla mahdollisuus vastata jokaiseen tasoista.

Hierarkian alimmalla tasolla ovat fysiologiset tarpeet, jotka ovat ihmisen perustarpeita ja niihin kuuluu muun muassa hengittäminen, ruoka, vesi ja vaatteet. Toinen taso koostuu turvallisuuden tarpeista, kuten terveydestä, perheestä ja taloudellisesta vakaudesta. Sosiaaliset tarpeet ilmenevät johonkin kuulumisen ja itsensä hyväksytyksi tuntemisen kautta kuten rakkauden, hellyyden, huolenpidon ja ystävyysväilyksellä. Arvostuksen tarpeet voidaan jaotella kahteen luokkaan: sisäisen arvostuksen tarpeisiin ja ulkoisen arvostuksen tarpeisiin. Niihin kuuluvat muun muassa itsekunnioitus, luottamus, saavutus, huomio ja ihailu. Korkeimpana pyramidissa on itsensä toteuttamisen tarve. Tässä tasossa ihminen näkee kykynsä saavuttaa päämääränsä ja kasvaa ihmisenä. Itsensä toteuttamisen tarve ei ole koskaan täysin täyttynyt, koska yksilön kasvaessa henkisesti hänen mahdollisuutensa myös kasvavat. (Management Study Guide 2013.)



Kuvio 2. Maslow'n tarvehierarkia (Internetix opinnot 2013)

Green Care -toiminta vastaa jo itsessään Maslow'n tarvehierarkian tarpeisiin, mutta yhdistettynä Lapin matkailuun voidaan hierarkian mahdollisia tarpeita täyttää entisestään. Motivaatioita voivat olla esimerkiksi terveydestä huolehtiminen, jolloin henkilö matkustaa Lappiin vaeltamaan. Myös turvallisuuden tarve täyttyy matkustaessa Lappiin, sillä Suomi on matkakohteena maailman turvallisimman (Suomen suurlähetystö, Washington, D.C. 2005). Laadukkaiden luontolähtöisten hyvinvointipalveluiden tarjoaminen voisi tuoda monia asiakkaita, joiden motiivina ovat terveydelliset syyt. Terveys kuuluu hierarkiassa toiseksi alimpaan tasoon, eikä tämän tarpeen saavuttamiseen Maslow'n tarvehierarkian mukaan tarvita muuta kuin perustarpeiden täyttymisen.

Ikääntyessä henkilön vointi ja jaksaminen eivät ole enää itsestään selviä. Elämäntavat ja terveystottumukset vaikuttavat kykyyn selvitä iän mukana tuomista vaivoista ja sairauksista. Ikääntymisen aiheuttamia muutoksia kehossa ja mielessä voi kuitenkin hidastaa, jolloin kyky elää aktiivista elämää kasvaa. (Helsingin kaupunki 2013.) Väestön ikääntyminen on nykypäivänä myös suuri haaste. Terveystarpeilla on lisää kysyntää ja ikääntyvän väestön hyvä terveydentila vähentäisi terveydenhuoltojärjestelmiin kohdistuvaa

rasitusta. (Euroopan komissio 2013.) Matkailualan hyvinvointipalvelut voisivat vastata tähän kysyntään ja vähentää myös omilla palveluillaan terveydenhuoltojärjestelmän kuormittumista. Tällä tavoin myös työstä pois jäävien määrä pienenesi, joka vaikuttaisi positiivisesti Euroopan talouteen (Euroopan komissio 2013).

Matkustusmotiivina voi olla myös sosiaaliset syyt, kuten sukujuhlat tai uusien ihmisten tapaaminen. Seniori-ikäisillä liittymisen tarpeet voivat olla arjessa hankala täyttää. Ikääntyneistä joka kolmas kokee yksinäisyyttä ja vuonna 2002 tehdyn kyselytutkimuksen mukaan yli 75-vuotiaista 39 prosenttia koki itsensä toisinaan, usein tai aina yksinäiseksi. Yksinäisyys voi laskea ihmisen elämänlaatua ja terveyttä huomattavasti. (Yle 2012.)

Green Care toiminta pyrkii lisäämään ihmisten hyvinvointia ja yhteisön rooli kaikessa sen toiminnassa on merkittävä (Green Care Finland 2013a). Turvallisuuden tarpeen Green Care toiminta täyttää ammatillisuudellaan ja arvostuksen tarpeeseen vastataan yksilöidyllä toiminnalla. Kaikki Green Care -toiminta on myös tavoitteellista ja tiettyyn päämäärään pyrkivää, joka vastaa Maslow'n tarvehierarkian korkeinta tasoa. Ihmisten tarpeet matkustaa vaihtelevat siis suuresti, mutta Green Caren arvojen mukaisilla palveluilla voidaan vastata merkittävään osaan niistä.

2.2 Rovaniemen hyvinvointimatkailun kehittäminen

Lapin pääkaupunki Rovaniemi sijaitsee pohjoisella napapiirillä Kemijoen varrella. Matkailukaupunkina Rovaniemi tunnetaan Joulupukin kotipaikkana ja matkailun pääpaino onkin talvikaudessa. (Lapin liitto 2013, 46; Visit Rovaniemi 2013a.) Rovaniemellä arvioidaan käyvän vuosittain yli puoli miljoonaa matkailijaa, joista noin 60 prosenttia vierailee marraskuun ja huhtikuun välisenä aikana. Joulupukin lisäksi vetovoimatekijöitä ovat erilaiset jouluohjelmat ja -tapahtumat, hiihto, moottorikelkkailu, poro- ja huskysafarit, talviajokoulut sekä jokiveneristeilyt. (Visit Rovaniemi 2013b.)

Kotimaan matkailijoiden lisäksi yli puolet kesäajan matkailijoista on ulkomalaisia, joista suurin osa on 30–70-vuotiaita saksalaisia ja hollantilaisia. Toi-

seksi suurimpina matkailijaryhminä ovat ranskalaiset, espanjalaiset, norjalaiset, sveitsiläiset sekä italialaiset. Rovaniemi on matkakohteena usein osa kiertomatkaa Skandinaaveissa ja kiinnostuksen kohteena ovat erilaiset käynti- ja luontokohteet. (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy 2006, 9, 23.)

Sesonkivaihtelut ovat todella voimakkaat koko Lapissa ja kesäsesongin kysynnän kasvattaminen onkin suuri haaste koko Lapille. Matkailun sesonkiluonteisuus on myös yksi syy matkailuyritysten heikkoon taloudelliseen kehitykseen. Jos kehitys jatkuu näin jatkossakin, eivät velkaantumis- ja omavaraisuusasteet anna enää mahdollisuuksia toiminnan kehittämiseen lainapääomalla. Sesonkivaihtelujen kannalta merkittävää on kesäajan kotimaisen kysynnän kasvattaminen. Matkailijamäärän jakautuminen tasaisemmin koko vuodelle edellyttää tuotekehitystä sekä olemassa olevien tuotteiden tuotteistamista. Tuotekehityksessä tulee siis panostaa vahvasti kevään, kesän ja syksyn tuotteisiin ja palveluihin, ja yksi tärkeimmistä kehitettävistä segmenteistä on hyvinvointimatkailu. (Rovaniemen matkailu ja markkinointi Oy 2006, 21, 23, 26, 32, 38, 53.)

Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy arvioi yli 50-vuotiaiden pariskuntien, pienryhmien ja sinkkujen tuoteryhmäksi tulevaisuudessa hyvinvointituotteet. Hyvinvointimatkailusta kiinnostuneiden määrä kasvaakin kokoajan. Senioreiden arvioidut tuoteryhmät koostuvat hemmottelusta, terveysliikunnasta ja ravitsemuksesta. Nämä asiakasryhmät tulevat Rovaniemelle muualta Suomesta, Pohjoismaista sekä Venäjältä. (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy 2006, 51,57.) Rovaniemen ja koko Pohjois-Suomen matkailun vetovoimatekijöitä kansainvälisesti ovat luonto, vesi, metsät sekä erämaat ja näiden aktiviteetit. Luonnon merkitys korostuu myös hyvinvointimatkailun laadukkaita ja kokonaisvaltaisia elämystuotteita etsiessä. (MEK 2008, 3.)

Tuotteistaessa uusia tuotteita ja palveluita tulee ottaa huomioon jo olemassa olevat rovaniemeläiset palvelut. Rovaniemellä on jo nyt oman alueen erikoistuotteita kuten lappilaisuutta, markkina-, uitto- ja jätkäkulttuuria, kansanparannusta, poronhoitoa, vuodenajat sekä omaleimainen luonto. Ravitsemipuolen tuotteista löytyy puolestaan esimerkiksi aidot lappilaiset ja terveelliset ravintoaineet. Nykyisten palveluntuottajien tulisi verkostoitua ja tuotteistaa

palvelunsa niin, että ne ovat helposti asiakkaiden saatavilla ja kulutettavissa. (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy 2006, 51–52.) Asiakkaat saavutetaan oikeiden jakelukanavien kautta, jolloin he löytävät tarjottavat palvelut ja tuotteet helposti (MEK 2008, 7).

Rovaniemen luontolähtöistä hyvinvointimatkailua kehittäessä voidaan miettiä, mitä Rovaniemi tarjoaa jo tällä hetkellä. Hyvinvointipalveluita kuten aromaterapiaa sekä kansanparantajia löytyy eri puolilta Rovaniemeä. Kulttuurimatkailu on tärkeä osa hyvinvointimatkailua ja Rovaniemellä onkin hyvin vilkas kulttuurielämä. Esimerkkejä tästä ovat teatteri, museot, kamariorkesteri sekä eri osa-alueiden harrastajaryhmät. Ohjelmapalveluyritysten tuotteista löytyy monia yhteisöllisyyttä tukevia tuotteita, jotka tarjoavat samalla lappilaisia elämyksiä. Ounasvaaran liikuntapuisto tarjoaa virkistäytymistä ja erilaisia terveyttä tukevia liikuntamuotoja. Niin Ounasvaaralta kuin muualtakin Rovaniemeä löytää rauhoittavia maisemia, hiljaisuutta ja luontoa, joka tukee yksilön hyvinvointia. Esimerkkinä tästä on hiidenkirnut, melonta ja vaellus. (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy 2006, 51.)

3 SENIORI-IKÄISET KASVAVANA MATKAILIJARYHMÄNÄ

3.1 Matkailijan määritelmä

Matkailija määritellään Tilastokeskuksen mukaan yöpyväksi matkailijaksi, joka viettää vähintään yhden yön maksullisessa tai maksuttomassa majoituksessa matkakohteessa. Kansainvälisellä matkailijalla tarkoitetaan matkailijaa, joka viettää ainakin yhden yön maassa, joka on matkan kohteena. Kotimaanmatkailija on puolestaan matkailija, joka viettää vähintään yhden yön matkan kohteena olevassa paikassa. Päiväkävijä on matkailija, joka ei yövy matkansa aikana kertaakaan. (Tilastokeskus 2013a.)

WTO määrittelee matkailijan henkilöksi, joka matkustaa tavanomaisesta elinpiiristään muualle korkeintaan yhden vuoden ajaksi vapaa-ajan, työn tai jonkin muun syyn vuoksi. Määritelmän mukaan henkilö ei harjoita matkan kohteessa sellaista toimintaa, josta hän saa palkkaa. Tavanomaisella elinpiirillä tarkoitetaan henkilön koti-, työ- ja opiskelupaikkakuntaa tai muuten säännöllisesti vierailtua paikkaa. (United Nations and World Tourism Organization 1994, 7.)

Muut matkustajat, joita ei voida määritellä matkailijoiksi edellä mainittujen kriteereiden mukaisesti, eivät kuulu matkailutilastointiin, esimerkkinä tästä pakolaiset ja siirtotyöläiset. Matkailija voidaan jakaa kahteen pääryhmään joita ovat kansainväliset matkailijat sekä kotimaan matkailijat. Kansainväliset matkailijat matkustavat toiseen maahan, joka ei ole heidän tavanomaista elinympäristöään. Kotimaan matkailijat matkustavat asuinmaansa rajojen sisällä. (United Nations and World Tourism Organization 1994, 7.)

Vuonna 1950 kansainvälisiä matkailijoita oli koko maailmassa vain 50 miljoonaa. Vuoteen 2010 mennessä matkailijoiden määrä oli ylittänyt 940 miljoonaa ja määrän uskotaan kasvavan vuoteen 2020 mennessä 1,6 miljardiin. Tänä päivänä matkailun osuus maailman bruttokansantuotteesta on viisi prosenttia. Matkailualasta on tullut yksi maailmanlaajuisen työllisyyden kantavista voimista sekä taloudellisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin tukipilareista. Tänä päivänä maailma tarvitsee entistä enemmän matkailun tuomaa voimaa lukuisten maailmanlaajuiset haasteiden kuten työttömyyden takia. Vaikka mat-

kailu luo paljon mahdollisuuksia, tulee sen mukana myös paljon haasteita, miten tehdä siitä kestävää ja vastuullista. (Conrady–Buck 2012, 201.)

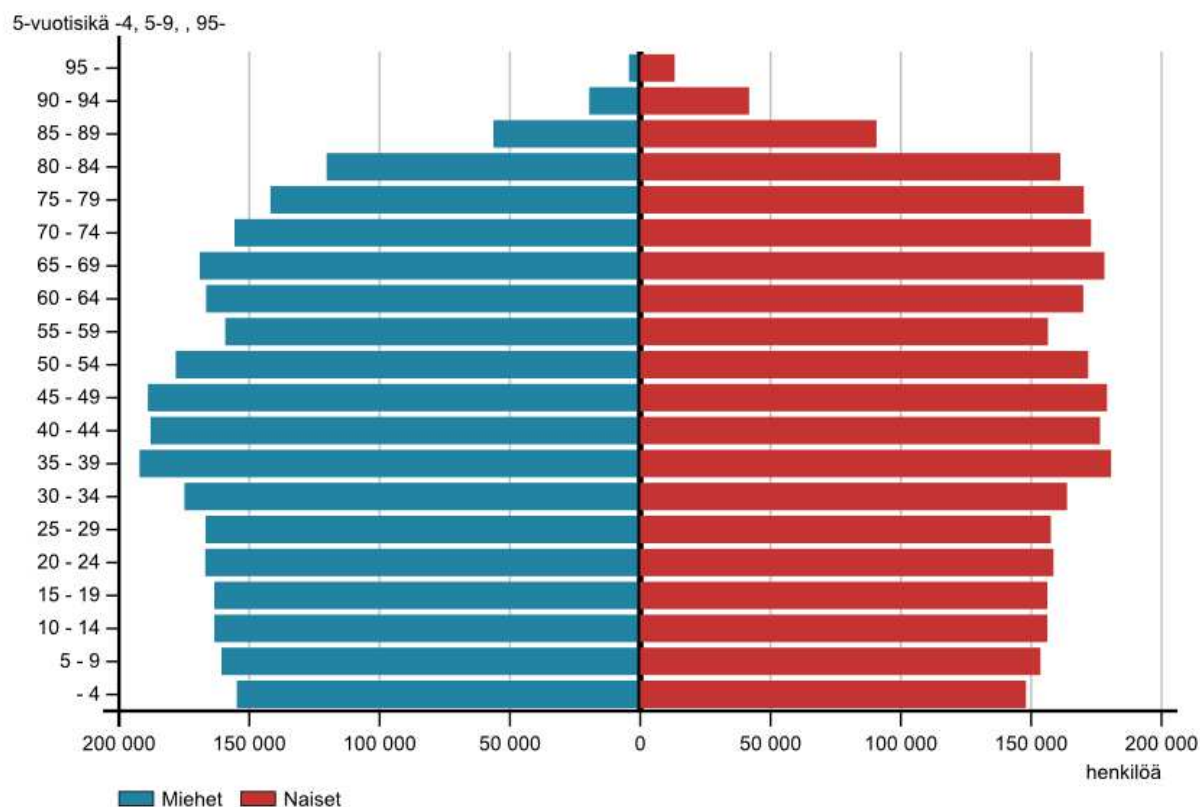
Opinnäytetyössäni matkailijan määritelmä täyttää edellä mainittujen määritelmien kriteerit ja matkailija voi olla sekä päivämatkasija että yöpyvä matkasija. En ole rajannut matkailijan määritelmää kansainväliseen tai kotimaan matkailijoihin, mutta työssäni painottuu Euroopan sisäinen matkailu sekä kotimaan matkailu.

3.2 Väestön rakenteen muutos

Väestöllä tarkoitetaan tietyllä alueella vakinaisesti asuvaa väestöä (Tilastokeskus 2013b). Väestörakenteen merkittävin muutos on sen vanheneminen niin Suomessa kuin koko Euroopassakin. Työikäisten osuus on vähentynyt jokaisessa maakunnassa samaan aikaan, kun eläkeikäisten määrä on kasvanut. Esimerkiksi Etelä-Savossa yli 64-vuotiaita on jo 25 prosenttia väestöstä. (Suomen Kuntaliitto 2012.) Seuraavalla sivulla olevassa väestöpyramidissa on kuvattu Suomen väestöennustetta vuonna 2030 (Kuvio 3.). Ennusteesta näkee, kuinka merkittävän osan väestöstä seniori-ikäiset muodostavat myös vuonna 2030.

Ikärakenne väestöennusteen mukaan 2030

Koko maa



Tilastokeskus / Väestöennuste

Kuvio 3. Ikärakenne väestöennusteen mukaan vuonna 2030 (Suomen Kuntaliitto 2012)

Elinajanodote eli aika, jonka ihmisen voidaan olettaa elävän, on noussut viimeisen 50 vuoden ajan noin kymmenellä vuodella. Syynä tähän on terveydenhuollon, sosioekonomisten ja ympäristöolosuhteiden paraneminen. Syntymähetken elinajanodotteen merkittävä ja jatkuva nousu, syntyvyyden lasku ja toisen maailmansodan jälkeisten suurten ikäluokkien eläkeiän lähestyminen ovat saaneet aikaan väestön ikääntymisen. (Eurostat 2011.)

Matkailun edistämiskeskuksen raportti Matkailu vuonna 2020 - faktaa ja fiktiota (2006) väittää, että lähes mikään Euroopan maista ei ole varustautunut eläkepommiin hyvin ja osa jopa erittäin huonosti. Jos tämä väite pitää paikkansa, tulee monilla mailla tarve leikata eläkkeitä ja nostaa eläkeikää, mikä voi pienentää suureksi arvioitua matkailevien eläkeläisten määrää. Vaikka Euroopan taloudellinen tulevaisuus ei näytäkään täysin valoisalta, on myönteisellekin kehitykselle niin sanottuja tukijalkoja. Yksi merkittävästä tukijaloista on myös matkailualalla suurena rahanlähteenä olevat hyvinvointipalvelut,

sillä ihmisten kiinnostus omaan terveyteensä kasvaa. Ikääntyminen tukee tätä ja tuo hyvinvointipalveluille lisäarvoa. (MEK 2006, 7, 12–13.)

3.3 Seniori-ikäiset matkailijat

3.3.1 Seniori-ikäiset merkittävänä matkailijaryhmänä

Seniori-ikäiset matkailijat on yleensä määritelty yli 55-vuotiaiksi henkilöiksi, mutta ikäkynnyksenä voidaan pitää myös ikää 50, 60, 62 ja 65. Matkailualalla seniorimatkailua pidetään markkinoiden uutena mahdollisuutena. Väestön rakenne muuttuu, sillä ikääntyvien ihmisten määrä nousee kokoajan. (Lominé–Edmunds 2007, 167.) Tulevaisuuden senioreilla on entistä enemmän resursseja, niin ajallisesti kuin rahallisestikin (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy 2006, 51). Seniori-ikäisten käytettävissä olevien tulojen kasvu mahdollistaa heidän matkustamisen aikaisempia sukupolvia paremmin. Parantunut terveydentila ja terveydenhuolto lisäävät niiden senioreiden määrää, joilla on terveytensä ansiosta parempi mahdollisuus matkustaa. Lisäksi tulevana vuosikymmeninä monet seniori-ikäiset matkailijat ovat jo matkustaneet paljon ja heille matkailun merkitys on suurempi. (Lominé–Edmunds 2007, 167.)

Maailmassa on tällä hetkellä yli miljardi yli 60-vuotiasta. Suomessa on yli 2 miljoonaa yli 50-vuotiasta ja yli miljoona yli 65-vuotiasta. Tällä ikäluokalla on entistä enemmän vapaa-aikaa ja varallisuutta ja näin on syntynyt uusia matkailijaryhmiä. Uusi seniori-ikäluokka on huomioitu myös Tilastokeskuksessa. Vuodesta 2012 lähtien matkailutilastotutkimuksen kohdejoukon ovat muodostaneet 15–84-vuotiaat, kun aikaisemmin tietoja kerättiin 15–74-vuotialta. (Helsingin Messukeskus 2013.)

3.3.2 Seniori-ikäisten matkailijoiden trendit

Keskimääräinen elinikä on pidentynyt sekä terveydentila kohentunut, joten senioriväestö jaksaa nykyään matkustaa entistä enemmän. Seniorimatkailu on ympärivuotista ja monimuotoista. Monet eläkeikään siirtyneet henkilöt ovat matkustelleet jo ympäri maailmaa ja he hakevatkin nyt omantyyppisiään kokemuksia. Matkojen teemoina ovat muun muassa luonto, historia, kulttuuri, puutarhanhoito, viinit ja ruoka. (Helsingin Messukeskus 2013.)

Syksyllä 2011 suoritettuun kvantitatiivisen tutkimukseen vastasi 130 yli 50-vuotiasta suomalaista, joista 72 prosenttia oli yli 60-vuotiaita. Kyselyn mukaan nykypäivän seniori on ahkera kotimaan matkailija, joka haluaa panostaa omaan hyvään oloon virkistäytymisen ja rentoutumisen kautta. 66 prosenttia vastaajista ilmoitti matkustavansa kotimaassa useamman kerran vuodesta ja useat vastanneet matkustavat kuukausittain. Seniorit suosivat noin 2–7 päivän lomiam, joista he ovat valmiita maksamaan keskimäärin 100–500 euroa. Matkakohde valitaan ensisijaisesti sijainnin ja hinnan perusteella. Suosituimmaksi ajankohdaksi nousi kesä ja vastanneista 86 prosenttia matkustaakin talviajan ulkopuolella. Matkakohteista saadaan tietoa lehtien ja Internetin välityksellä ja tärkeimpinä ominaisuuksina kohteissa pidetään asiakaspalvelua ja sen laatua. Kyselyn vastauksista myös selvisi, että tärkeimmät matkustusmotiivit ovat kotimaassa matkustaessa virkistyminen ja rentoutuminen, sosiaalisten suhteiden ylläpito, lomailu sekä liikunta. Suosituimmiksi tuotepaketeiksi nousivat rentoutus- ja hyvinvointipaketit, kulttuuripaketit, liikunta- ja aktiivilomapaketit sekä elämyspaketit. (Isohanni–Vihavainen 2011, 2, 17, 39, 43–45, 47–53.)

Myös monet matkailualan asiantuntijat puhuvat senioreiden merkityksestä tulevaisuuden matkailussa. Oloshotellin johtaja Pertti Yliniemi kertoo koko Euroopan vanhenevan, joka näkyy kysynnässä ja palvelujen lisääntyneestä tarjonnasta. Yliniemen mukaan terveydenhuollosta ja hyvinvoinnista tulee suuri osa matkailupalveluista. Kuitenkin Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutin projektipäällikkö Päivi Ouellen sanoo seniorimatkailijoiden olevan vielä täysin tutkimatonta ryhmä ja kun tietoa ei ole, tuotteistaminen ei edisty. (Talouselämä 2009, 33–34.)

Kestävä kehitys, ikääntyminen ja talouskriisit ovat 2020-luvulla matkailualaa haastavia megatrendejä, jotka voivat vähentää kaukomatkoja, mutta lisätä lähimatkailua. Ikääntyvä väestö nousee vieläkin tärkeämmäksi kohde-ryhmäksi niin kotimaisessa kuin kansainvälisessä matkailussa. Suurin lomamatkailijoiden määrän kasvu länsimaissa tapahtuu yli 55-vuotiaiden keskuudessa seuraavan 20 vuoden aikana (MEK 2004a; 2004b.)

4 HYVINVOINTIA LUONNOSTA

4.1 Luontolähtöinen hyvinvointi

4.1.1 Hyvinvointi käsitteenä

Käsitteet "wellbeing" ja "wellness" ovat melko laajalti käytössä muun muassa terveys-, hyvinvointi- ja matkailualalla. Näitä käsitteitä käytetään paljon synonyymeina, vaikka niiden välillä on eroavaisuuksia. (Komppula–Konu–Tuohino 2010, 127.) Suomessa käsitteiden erottaminen on tuottanut ongelmia, koska sanat "wellness", "wellbeing" sekä "welfare" kaikki käännetään sanaksi "hyvinvointi" (Komppula ym. 2010, 127), eivätkä termit ole vielä vakiinnuttaneet sisältöään (MEK 2005, 3).

Wellbeing voidaan määritellä siten, että ihminen kokee elämällään olevan tarkoituksen. Wellbeing koostuu elämän perusasioista kuten ihmissuhteista ja kiinnostuksista, kuten perheestä, ystäväistä, työstä ja harrastuksista. Vasta tämän jälkeen tulevat materiaaliset mukavuudet. (The Australia Institute 2013.) Wellbeing voidaan kuvata objektiivisesti, kokemalla ja mittaamalla ja se on osa terveyttä. Wellness puolestaan kuvaa enemmän terveydentilaa ja se on alati muuttuvaa. Terveellä henkilöllä on yleensä jonkin asteen sairaus ja sairaalla henkilöllä jonkin asteen wellness. (Batiha 2013.)

Yleisenä käsitteenä hyvinvointi on laaja ja voi merkitä eri henkilöille eri asioita. Hyvinvointitekijät vaihtelevat yksilön elämänvaiheiden mukaan, sekä hyvinvointi voidaan nähdä aika-, paikka- ja kulttuurisidonnaisena. Hyvinvointi voidaan tulkita materiaalisena sekä ei-materiaalisena hyvinvointina. Se voidaan mitata tai ymmärtää tyytyväisyytenä ja onnellisuutena. Hyvinvoinnin resurssit muodostuvat taloudellisesta pääomasta, luonnon pääomasta, inhimillisestä pääomasta sekä sosiaalisesta pääomasta. Nämä resurssit ovat toisistaan riippuvaisia ja niiden muodostumiseen vaikuttavat kulttuuriset, lailliset, poliittiset ja institutionaaliset ehdot. Hyvinvointiin vaikuttaa siis esimerkiksi luonnonvarat, ihmisen omat ominaisuudet, taloudelliset tekijät sekä sosiaaliset verkostot. Kestävän kehityksen käsite painottaa näiden pääomien vuorovaikutusta, sillä resursseja tarkkaillaessa voidaan huomata, että ne kaikki voivat kadota ajan kuluessa. (Suontausta–Tyni 2005, 26–28.)

Hyvinvoinnilla on kaksi puolta; terveys ja nautinto. Hyvinvointi ei ole ohime-nevä trendi vaan käsite, joka koostuu erilaisista osista, jotka tukevat ihmistä fyysisesti, henkisesti ja hengellisesti. Hyvinvointikonseptin tärkeys löytyy mahdollisuudessa saada aikaan käännekohta tämän päivän teknologiapainotteiseen terveydenhuoltojärjestelmään. Se siirtää vastuun terveydestä takaisin yksilöille, saaden ihmiset näkemään oman terveyden parantamisen ja suojaamisen positiivisena asiana, johon kannattaa pyrkiä. Niin sanotut modernit krooniset sairaudet, kuten diabetes esiintyvät tänä päivänä pääasiassa ihmisten elämäntavan takia. Hyvinvointi kannustaa yksilöä ottamaan vastuun omasta elämäntavasta. Parannukset väestön yleisessä terveydentilassa voidaan saavuttaa hyvinvoinnin kautta. (GNTB 2011, 8–9.)

Kuusi vuotta kestäneestä Metsäntutkimuslaitoksen Luontomatkailu, metsät ja hyvinvointi -luontomatkailuhankkeesta selvisi, että luonnon merkitys korostuu nykyään henkisen hyvinvoinnin lisäämisenä ja stressistä palautumisena (METLA 2009). Luonto lisää tutkitusti ihmisten hyvinvointia ja sen rauhoittavia vaikutuksia voidaan mitata muun muassa sydämen sykkeessä, stressihormonien määrässä, lihasten jännittyneisyydessä ja verenpaineessa. Jo muutama minuutti luonnossa saa aikaan muutoksia ja tutkimukset ovat myös todistaneet tällöin aivojen keskittymiskyvyn palautuvan. Luonnon edesauttaessa myönteisten mielialojen voimistumista ja vähentäessä stressiä, myös monien sairauksien riskit pienenevät. (Green Care Finland 2013c.)

4.1.2 Luontolähtöinen hyvinvointimatkailu

Hyvinvointimatkailulla tarkoitetaan Matkailun edistämiskeskuksen mukaan matkailua, joka suuntautuu kylpylöihin ja muihin vastaaviin virkistäytymis- ja rentoutumispalveluita tarjoaviin matkakohteisiin. Esimerkkinä hyvinvointimatkailutuotteista ovat sauna, terveelliset ja hyvät ateriat sekä harrastepalvelut (MEK 2005.) Jyväskylän ammattikorkeakoulu painottaa hyvinvointimatkailun määrittelyssä sen tuomaa hyvää oloa matkailijoille. Tämän määritelmän mukaan hyvinvointimatkailu on terveydentilaa ylläpitävää ja edistävää, sekä fyysistä että psyykkistä vireyttä antavaa matkailua. (Jyväskylän ammattikorkeakoulu 2013.) On tärkeää erottaa, että hyvinvointimatkailija poikkeaa aktiivilomailijasta motiivien perusteella. Aktiivilomailijan päämotiivina ovat itse

aktiviteetit, kun hyvinvointimatkailija haluaa keskittyä omaan itseensä ja kuntonsa hoitamiseen. (MEK 2008, 4–5.)

Megatrendien mukaan paikallisten tuotteiden, lähi- ja villiruoan, luonnon, hiljaisuuden, hyvinvoinnin ja yksilöllisyyden arvostus on nousussa (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013, 1). Tulevaisuudessa matkailijan päämotiivina on myös se, että mieli ja keho saavat tavanomaista lomaa enemmän. Tämä saavutetaan hyvinvointimatkailun avulla, kuten rauhan, nautinnon, liikunnan ja stressin poiston kautta. Hyvinvointimatkailu pitää sisällään laajan kirjon eri toimintoja ja lähtökohta näille toiminnoille on matkailijan oma halu hyvinvointiin. Hyvinvointimatkailuun liitetään usein käsite ”luksus” ja vaikka toiminnan ja palveluiden tuleekin olla tasokkaita, ei matkailu itsestään tarkoita luksusta. (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy 2006, 51.)

Lähes puolet matkailualan toimijoista uskoo puhtaan luonnon ja luontomatkailun tarjoavan matkailualalla parhaat mahdollisuudet (Iltasanomat 2013). Luonto ja maisema voivat toimia toimintaympäristönä ja niihin voidaan yhdistää useita palveluita. Luonto mahdollistaa monia aktiviteetteja, inspiroi sekä edistää hyvinvointia. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013, 1.) Green Care Lapland -kehittämishankkeessa mukana oleva sodankyläläinen yrittäjä Sari Raaterova tarjoaa asiakkailleen luontashoitoja, Lapin yrtejä ja muita luontoon perustuvia palveluja. Lapin luonto on täynnä mahdollisuuksia sekä matkailu- että hyvinvointipalveluihin. Lapin yrtit ja luontashoidot voivat toimia myös matkailupalveluina ja niillä riittää Raaterovan mukaan kysyntää. Esimerkkejä hyvinvointia edistävästä matkailupalveluista ovat muun muassa opastetut retket, joissa luonnosta vieraantuneet kaupunkilaiset uskaltavat nauttia maisemista ja luonnon antimista. Myös paikalliset raaka-aineet ovat arvostettuja etenkin ulkomaalaisten keskuudessa. (Hakala 2012, 14.)

Kysyntää hyvinvointimatkailutuotteille luovat myös yleiset yhteiskunnan suuntauksukset ja trendit. Väestön vanheneminen, pitkät työpäivät, liikalihavuus, vaihtoehdot lääketieteen parantunut asema sekä stressintäyteinen elämäntyyliluovat pohjan hyvinvointimatkailutuotteiden tarpeelle. Kiinnostus hyvinvointiin näkyy myös arkipäivän lisääntyneessä hyvinvointipalveluiden kasvussa ja

matkailun suuntautumisessa maihin, joissa hyvinvointi on ollut osa matkailua jo pidempään. (MEK 2005.)

Hyvinvointimatkailun suosio kasvaa kokoajan (Conrady–Buck 2012, 79) ja se on tärkeä kehittyvä matkailun osa-alue (MEK 2005, 3). Lapin markkinointi Oy:n Mika Meriläinen kertoo perustuotteiden, kuten joulupukin ja lumen pysyvän ja kehittyvän, mutta niiden rinnalle tarvitaan hyvinvointituotteita. Keski-Eurooppa on hyvinvointituotteiden tarjonnassa selvästi Lappia edellä. Hyvinvointipalvelut olisivat myös mahdollisuus Lapin sesonkien tasoittamiseen. Lapin ulkomaiden matkailijoista 75 prosenttia tulee Lappiin talviaikaan. Myös Lapin urheiluopiston rehtori Heikki Keskitalo uskoo hyvinvointimatkailun merkitykseen, sillä nykyinen elämyksiin ja olosuhteisiin painottuva matkailu tarvitsee rinnalleen vahvempia sisältöjä. Matkailijat haluavat oppia ja edistyä myös lomalla. (Talouselämä 2009, 34.)

4.2 Luontolähtöisten hyvinvointipalveluiden kehittäminen

4.2.1 Tuotekehitys pähkinänkuoressa

Jääkiekkoilija Wayne Gretzkyn sanoin on luisteltava sinne, minne kiekko on menossa, eikä sinne missä se on jo ollut. Myös matkailussa tulisi ajatella, mitä matkailupalvelut ja -tuotteet tulevat olemaan, eikä mitä ne ovat jo olleet. Matkailupalveluyrityksen on tärkeää pysyä mukana kilpailussa säilyttääkseen menestyksen aseman. Pystyäkseen tähän, täytyy yrityksellä olla jatkuvaa tuotekehitystä. Uudet tuotteet voidaan suunnata joko entisille asiakkaille tai uusille kohderyhmille. (Boxberg–Komppula 2002, 94.) Kehitettävät tuotteet voivat olla jo yrityksen olemassa olevia tai täysin uusia tuotteita tai palveluita (Agronet 2013).

Uutta tuotetta luodessa sen lähtökohtana täytyy olla markkinoiden tarve, jotta tuote voisi menestyä (Agronet 2013). Vahvin pohja kaikelle tulevaisuuden markkinoinnille on tieto nykyisten ja tulevien asiakkaiden arvoista, tarpeista ja toiveista (Conrady–Buck 2012, 99). Tavoitteena ei ole siis pelkästään vastata asiakkaiden nykyisiä tarpeita, vaan hahmottaa myös heidän tulevat tarpeensa (Agronet 2013). Yritykset voivat pysyä mukana kilpailussa tunnistamalla hyvinvointimatkailun asiakasprofiileja, trendejä sekä merkkejä tulevista tren-

deistä. (MEK 2008, 8). Lisäksi tuotekehityksessä tulee huomioida tuotteen asettamat vaatimukset, hinnoitteluun liittyvät edellytykset ja muut tuotteen odotukset. Onnistuakseen tuotekehitys vaatii, että yrityksellä on siihen riittävät resurssit, selkeät päämäärät sekä alan asiantuntemus. (Agronet 2013.)

Asiakkaiden palaute on tärkeää, sillä asiakkaat toimivat tuotekehityksen tietolähteenä. Palautetta voidaan saada muun muassa kyselemällä, palautelomakkeilla, haastatteluilla sekä sähköpostilla. Pelkkä palautteen saanti ei kuitenkaan itsessään riitä, vaan siihen tulee myös osata vastata esimerkiksi muuttamalla tarjottavia palveluita. (Agronet 2013.) Tällä hetkellä Suomen matkailun hyvinvointisegmentin potentiaalisille asiakkaille ei muodostu kokonaiskäsitystä siitä, miten Suomi voi vastata heidän tarpeisiinsa, joten hyvinvointiteemaa tulee selventää ja kehittää. Hyvinvointimatkailu sopii hyvin Suomen matkailutarjontaan, ja nykyisten perusmatkailutarjonnan muuntaminen hyvinvointitarjonnaksi ei vaadi suuria ponnistuksia. (MEK 2008, 3, 5.)

4.2.2 Saksa hyvinvointimatkailun edelläkävijänä

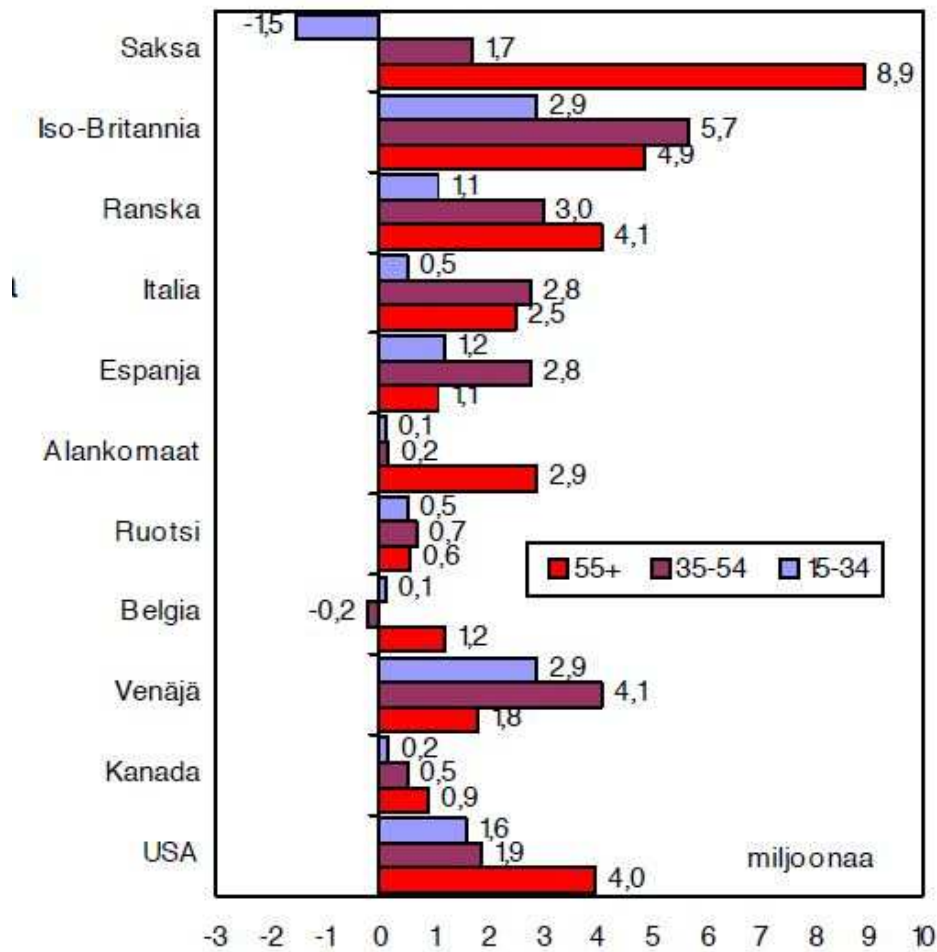
Saksaa voidaan pitää Euroopassa edelläkävijänä, kun puhutaan terveys-, hyvinvointi- ja wellnessmatkailun tutkimuksesta ja kehittämisestä. Institut für Freizeitwirtschaftin vuonna 2003 tehdyssä terveysmatkailun markkina-tutkimuksessa terveysmatkailu jaetaan neljään osaan, jotka ovat terveydenhoito-, ikääntymisen ehkäisy-, wellness- ja kauneuslomiin. Terveystarjontaan kuuluvat erilaiset terveyshoidot ja -kuurit monenlaisten terveysongelmien ja sairauksien ehkäisemiseksi, poistamiseksi ja helpottamiseksi. Kokonaisuudessaan terveysmatkailun osuus matkailumenoista nousi vuodesta 2002 2,9 prosentista 4,2 prosenttiin vuonna 2010. Vuosina 1999–2002 wellnesspalveluiden tarjonta nousi 125 prosentista ollen vuonna 2004 jo noin 16 prosenttia matkailun kokonaistarjonnasta. Tutkimukset osoittivat, että wellness tuotteissa laatu nousee hintaa tärkeämmäksi. (MEK 2005, 14.) Koska Saksa on hyvinvointimatkailun edelläkävijä, tulisi Suomen ottaa siitä esimerkkiä ja saavuttaa näin parempi asema hyvinvointimatkailun saralla.

Saksassa on yli 300 nykyaikaista terveyskylpylää ja kymmeniä wellnessiin erikoistuneita hotelleja ja keskuksia ja niiden tarjonta nousee jatkuvasti. Nä-

mä tuotteet ovat tarjolla ympärivuotisesti ja palvelujen kesto voi vaihdella päivästä kahteenkin viikkoon. Wellnesskohteissa tärkeäksi nousee ympäristön viihtyisyys ja useat palvelut tarjotaankin ylellisessä ympäristössä. Koska laatu nousee hintaa tärkeämmäksi, on laadun mittaukselle kehitetty myös oma järjestelmänsä. Laatujärjestelmän avulla asiakas saa tietoa wellnesspalveluita tarjoavan yrityksen hinta-laatusuhteesta. (MEK 2005, 14–15.)

Saksa on tällä hetkellä koko maailman suurin markkina-alue lähes 60 miljoonalla vuotuisella ulkomaille suuntautuvalla lomamatkallaan. Vuonna 2010 Saksasta ulkomaille tehtävien lomamatkojen määrän arvioidaan edelleen kasvavan 9,1 miljoonaa matkaa enemmän kuin nyt. Saksa tulee siis säilyttämään asemansa suurimpana matkailijoiden lähtömaana. Seuraavan sivun kuviossa on kuvattu lomamatkan määrien muutoksia eri ikäryhmissä vuoteen 2020 mennessä (Kuvio 4.). Kuvion mukaan saksalaiset tulevat tekemään vuonna 2020 eniten matkoja ikäryhmästä riippumatta. 14–34-vuotiaiden keskuudessa matkojen määrä näyttää pienenevän, kun taas yli 55-vuotiaiden matkailijoiden määrä kasvaa merkittävästi. (MEK 2006, 38–40.)

Lomamatkojen määrien muutokset eri ikäryhmissä vuoteen 2020 mennessä



Kuvio 4. Lomamatkojen määrien muutokset vuoteen 2020 mennessä (MEK 2006)

Saksa on myös suomalaisten hyvinvointimatkatuotteiden yksi kansainvälisistä päämarkkina-alueista. Jotta saksalaisten asiakkaiden tarpeisiin osataan vastata, on tärkeä ymmärtää, millaisille palveluille ja tuotteille on kysyntää. Saksalaiset toivovat suomalaiselta hyvinvointilomalta hyvää henkilökohtaista palvelua, terveellistä ruokaa sekä laadukasta majoitusta miellyttävässä ympäristössä. Palveluista tulisi löytyä kylpyjä, suomalainen sauna, kulttuuri-tarjontaa, suomalaisen kansanperinteeseen tutustumista sekä luontolähtöisiä aktiviteetteja. Lisäksi kokonaisuuteen tulisi kuulua rauhaa ja rentoutumista. (MEK 2008, 8–9.) Saksan käyttämä laatuluokitus Suomessa voisi myös helpottaa saksalaisten asiakkaiden ostopäätöstä ja saada heidät valitsemaan juuri Suomen matkakohteekseen.

Vaikka terveys- ja hyvinvointilomat eivät ole vielä suurimpia tuoteryhmiä ja niiden suosio on olennaisinta Saksassa, on saksalaisten merkitys itse matkailussa todella merkittävä. Esimerkiksi vuoteen 2020 mennessä terveystuotteiden määrän arvioidaan kaksinkertaistuvan Saksan markkinoilla vuoden 2006 1,2 miljoonasta terveyslomasta. (MEK 2006, 42.)

4.2.3 Kehitysideoita ja Case-esimerkkejä

Tuotekehityksessä tulisi luoda yhteisten linjausten mukaisesti ryhmiteltyjä tuotteita. Tuotteistamisessa voitaisiin korostaa suomalaisia luontoelementtejä sekä Suomen omia vahvuuksia ja ominaispiirteitä. Tällä hetkellä Suomen matkailu tarjoaa erilaisia luontopohjaisia aktiviteettejä, rauhoittumista ja hiljaisuutta. Suomi houkuttelee matkailijoita mökkilomille, kylpylöihin ja luonnon äärellä oleviin hotelleihin. Herkullinen ja puhdas kotimainen lähi- ja luomuruoka sekä laaja-alainen osaaminen erikoisruokavalioiden osalta on Suomen yksi vahvuuksista. Tämän takia ruoan alkuperää tulisi korostaa enemmän ja sen esillepanoon ja tuotteistamiseen tulisi kiinnittää parempaa huomiota. (MEK 2008, 4, 7, 9.)

Luontolähtöisiä hyvinvointituotteita kehittäessä on selvää, että niiden tulee painottua kesäaikaan. Näin matkailuyritysten taloudellinen kehitys paranee ja yrityksillä on paremmat mahdollisuudet menestyä. Toinen kehitysideoita ohjaava tekijä on niiden soveltuvuus seniori-ikäisille asiakkaille. Seniori-ikäisten tuoteryhmäksi tulevaisuudessa on arvioitu hyvinvointituotteet ja tämän kohderyhmän tärkeys perusteltiin aikaisemmin opinnäytetyössä. Koska saksalaiset ovat suurin ulkomainen kohderyhmä, myös heidän tarpeensa tulee huomioida. Keskityn tuotekehittäessä Green Caren arvojen mukaisiin palveluihin, sillä vaikka ihmisten matkustustarpeet vaihtelevat, näiden arvojen mukaisilla tuotteilla ja palveluilla voidaan vastata parhaiten tulevaisuuden kysyntään.

Tuotekehittelyn kannalta on tärkeää hahmottaa nykyiset Rovaniemen alueen palvelut ja pystyä hyödyntämään alueen omia erikoisuuksia. Kuten aikaisemmin todettiin, seniori-ikäiset suosivat alle viikon mittaisia lomia, jotka ovat hinnaltaan alle 500 euron luokkaa, joten palveluita kehittäessä tulisi huomioida

da nämä rajaukset (Isohanni–Vihavainen 2011, 46). Kehittäessä palveluita tulisi myös ottaa huomioon saksalaisten asiakkaiden odotukset suomalaiselta hyvinvointilomalta.

Saksalaiset kiinnittävät palveluissaan huomiota niiden yksityiskohtiin. Esimerkiksi yksinkertaisia palveluita tarjotessa voidaan asiakkaalle tarjota lisäksi rauhoittavaa teetä tai vaikkapa tuoreista hedelmistä valmistettu smoothie. Tällaiset pienet yksityiskohdat jäävät usein asiakkaan mieleen ja asiakas voi kokea itsensä tärkeäksi. Luontaistuotteet ja luontolähtöisyys ovat nyt muotia. Ihmiset valitsevat yhä useammin vain luonnon aineksista valmistettuja tuotteita. Vaatimukset nousevat jatkuvasti ja tuotteiden pitää olla hyviä niin keholle kuin ympäristöllekin. (Germany – the travel destination 2013a.) Esimerkiksi kylpylä- ja luontaishoitoja tarjotessa voitaisiin keskittyä juuri näihin yksityiskohtiin ja henkilökohtaiseen palveluun. Hoidoissa voitaisiin myös hyödyntää lappilaisia erikoisuuksia kuten hillaa, karpaloa, hunajaa, turvetta ja niiden terveysvaikutuksia.

Ihmiset käyttävät yhä lisääntyvässä määrin fyysistä liikuntaa ja urheilua torjumaan työelämästä johtuvan stressin ja pysyäkseen terveinä ja aktiivisina. Jotkut harrastavat liikuntaa yksinkertaisesti sen takia, koska siitä tulee hyvä olo. Tämä tuokin esille hyvinvoinnin tarkoituksen; terveyden ylläpitämisen ja edistämisen, joka antaa myös asiakkaalle niin fyysistä kuin psyykkistäkin hyvää oloa. (Germany – the travel destination 2013b.) Jos seniori-ikäisellä henkilöllä on jokin liikuntakykyyn vaikuttava ongelma tai vaiva, voidaan apua yrittää hakea kalevalaisesta jäsenkorjauksesta. Kalevalainen jäsenkorjaus perustuu koko kehon tukirakenteen kineettisen ketjun tasapainottamiseen liikkeeseen perustuvan käsittelyn avulla aina jalkapohjista kallonrajaan saakka. Lihastasapainoista sekä hermoheijasteista voidaan lukea ongelmien aiheuttajat, jolloin pelkän kipukohdan hoitamisen lisäksi hoidetaan myös ongelman aiheuttajaa. Jäsenkorjaus parantaa siis vaivoja vaikuttaen kipuun ja sen aiheuttamaan haittaan, toimintakykyyn ja koko elämänlaatuun. (Kansanlääkintäseura 2013.)

Esimerkkinä mahdollisesta luontolähtöisestä hyvinvointipalvelusta, joka koostuu monista eri hyvinvointipalveluista, on luontoretki Rovaniemen Vaattunki-

könkäälle. Se on helposti saavutettavissa, esteetön kulkea sekä muutenkin upea luontokohde, kuten luvun lopussa olevasta kuvasta (Kuva 1.) voi nähdä. Napapiirin retkeilyalue on ympärivuotiseen retkeilyyn soveltuva erämainen luontokohde vajaan puolen tunnin ajomatkan päässä Rovaniemen kaupungista. Maiseman erityispiirteinä ovat karut peräpohjalaiset vaarat, rannattomat ja vetiset aapasuot sekä Raudanjoki komeine koskineen ja rehevine rantametsineen. Retkeilyalueilla harjoitetaan myös metsätaloutta ottaen kuitenkin huomioon luonnon virkistyskäytön tarpeet. Retkeilyalueella on monipuolinen reitistö taukopaikkoineen, joka tarjoaa kaikenikäisille hyviä retkeilykohteita ja -mahdollisuuksia. Vika- ja Vaattunkikönkään seutu kuuluu Napapiirin retkeilyalueen parhaiten varusteltuun osaan. (Metsähallitus 2013.)

Vikakönkään pysäköintialueen välittömässä läheisyydestä lähtevä lankkutie on liikuntaesteisille soveltuva reitti riippusillan luota laavupihalle. Reitti on noin 2 metriä leveä ja joen puolella on kaide. Lankkutie on luokiteltu helpoksi reitiksi ja helpoksi pyörätuolireitiksi, jossa voi liikkua pyörätuolilla omatoimisesti kelaten. Vikakönkään laavupiha, kuivakäymälä ja laituri soveltuvat myös liikuntaesteisille. (Metsähallitus 2013.)

Vaattunkikönkäälle voitaisiin järjestää ohjattuja retkiä, joissa tarjotaan lisäksi hyvinvointiruokaa. Hyvinvointiruoka on erityisen hyvää vatsan toiminnalle. Yhtä tärkeäksi nousee sen tuoreus ja valmistus raaoista aineksista, jotka on hankittu paikallisilta tuottajilta. Luontaistuotteitten salaisuus piilee siinä, että ainesosat ovat niin lähellä alkuperäistä tilaa kuin mahdollista. Suurin osa ruoista voidaan valmistaa luontaisesti. Ruoka-annoksista on mahdollista saada värikkäitä ja monipuolisia ja suolan tilalla voi olla esimerkiksi tuoreita paikallisia yrttejä. (Germany – the travel destination 2013c.) Rovaniemeltä löytyy monia villiyrtteihin erikoistuneita ravintola-alan työntekijöitä ja tätä osaamista voitaisiin hyödyntää esimerkiksi ravitsemispalveluissa suunnitellussa. Syksyisin metsät ovat täynnä herkullisia marjoja ja niitä voitaisiin myös käyttää retkiä järjestäessä. Luontoretki voisi päättyä suomalaiseen saunaan, jossa hyödynnettäisiin luontaistuotteita kuten turvetta. Tällaisessa luontoretkessä yhdistyisi yhteisöllisyys henkilökohtaisella palvelulla, suomalaisuus, lappilainen laadukas ja luonnonmukainen ruoka sekä fyysinen tekeminen, joka kokonaisuudessaan edistäisi terveyttä ja toisi asiakkaalle hyvää oloa.



Kuva 1. Napapiirin retkeilyalue Vaattunkiköngäs (Metsähallitus 2013)

5 Luontolähtöisten hyvinvointipalvelut Rovaniemellä

5.1 Webropol-kysely tiedonkeruumenetelmänä

Tutkimusongelmien ratkaisemiseksi käytin aineistonkeruussa Webropol-kyselyä, sekä aiheen tietoperustaa. Syynä Webropol-kyselyn käyttöön oli se, että yrityksillä on näin aikaa vastata kysymyksiin heille parhaiten sopivana ajankohtana ja he voivat tarvittaessa miettiä vastauksia kauemmin kuin esimerkiksi haastattelun aikana. Kysely oli helppo toteuttaa ilmaisen Webropol-käyttöliittymän avulla. Webropol-kyselyn pystyi lähettämään suoraan vastaajien sähköpostiin, kyselyä pystyi testaamaan ennen käyttöönottoa ja kyselystä saadut vastaukset voitiin muuttaa nopeasti raportiksi. (Webropol 2013.)

Tein kyselyn Rovaniemen alueen luontolähtöisiä hyvinvointipalveluita tarjoaville yrityksille ja sovelsin sen avulla saamaani tietoa jo olemassa olevaan tietoon. Pyrin selvittämään yritysten nykyiset kriteerieni mukaiset palvelut sekä tutkimaan yritysten resursseja uusien palveluiden tuottamiseen. Aikaisempaa tietoperustaa soveltaen minulla oli mahdollista selvittää, millaisille palveluille tulevaisuudessa voisi olla kysyntää. Hyödynsin Saksaa koskevia tutkimuksia ja sen tarjoamia hyvinvointipalveluita, sillä Saksa voidaan nähdä hyvinvointimatkailun edelläkävijänä.

Tekemäni Webropol-kysely löytyy opinnäytetyöni liitteistä. Webropol-kyselyni tavoitteena oli hahmottaa rovaniemeläisten yritysten luontolähtöisten hyvinvointipalveluiden tarjontaa seniori-ikäisille ja kiinnostusta kyseisten palveluiden kehittämiseen. Halusin myös saada tietoa, millaisina asiakkaina seniori-ikäiset koetaan ja mitkä asiat ovat erityisen haasteellisia tuottaessa heille palveluita. Lisäksi kyselyni tarkoituksena oli kartoittaa yritysten yhteistyötä ja kiinnostusta yhteistyön kehittämiseen muiden yritysten sekä kunnan kanssa.

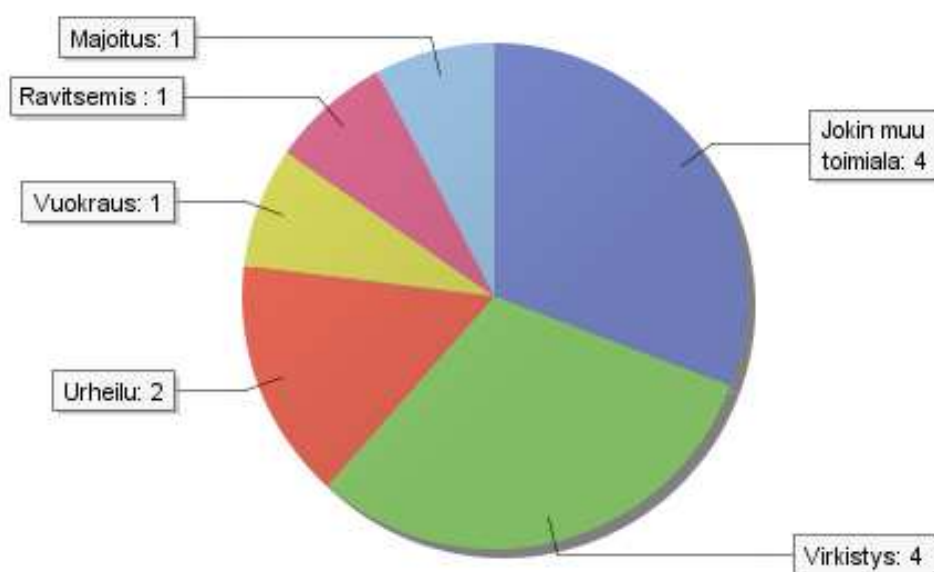
Kyselyssäni määrittelin palvelut tarkoittamaan luontolähtöisiä terveyttä edistäviä tai ylläpitäviä palveluita. Avasin seniori-ikäisten käsitteen opinnäytetyöni määrittelyn mukaisesti ja liikuntarajoitteiset henkilöiksi, jotka eivät pysty normaalista poikkeavan liikkumiskyvyn takia toimimaan ympäristössä, jossa puitteet vastaavat täysin liikuntaesteettömiä palveluita (SIT UP! 2013). Halusin tehdä kyselyyn vastaamisesta mahdollisimman helppoa, joten selitin

osaan kysymyksistä, mitä vastauksillani hain. Selitin esimerkiksi, mitä Rovaniemen kunnan tehtäviin kuuluu ja millaista yhteistyö kunnan kanssa voi olla.

Webropol-kyselyni vastausaika aika oli ensin kaksi viikkoa, mutta pidensin sitä viikolla lähettäessäni muistutusviestin yrityksille, jotka eivät olleet vielä vastanneet kyselyyn. Kysely tehtiin syys- ja lokakuun aikana vuonna 2013 ja siihen vastasi yhteensä seitsemän rovaniemeläistä yritystä. Lähetin kyselyni useille hyvinvointipalveluita tarjoaville yrityksille, joiden arvot vastasivat mielestäni hyvin Green Care -hankkeen asettamia arvoja. Osa yrityksistä koki, etteivät heidän tuotteensa olleet luontolähtöisiä ja jättivät näin vastaamatta siihen. Mielestäni saamani vastausmäärä oli kuitenkin riittävä ottaen huomioon, kuinka kiireisiä monet yrittäjät ovat. Kysely sisälsi kokonaisuudessaan kolme monivalintakysymystä, kuusi avointa kysymystä sekä kaksi asteikkokysymystä. (Liite 1.)

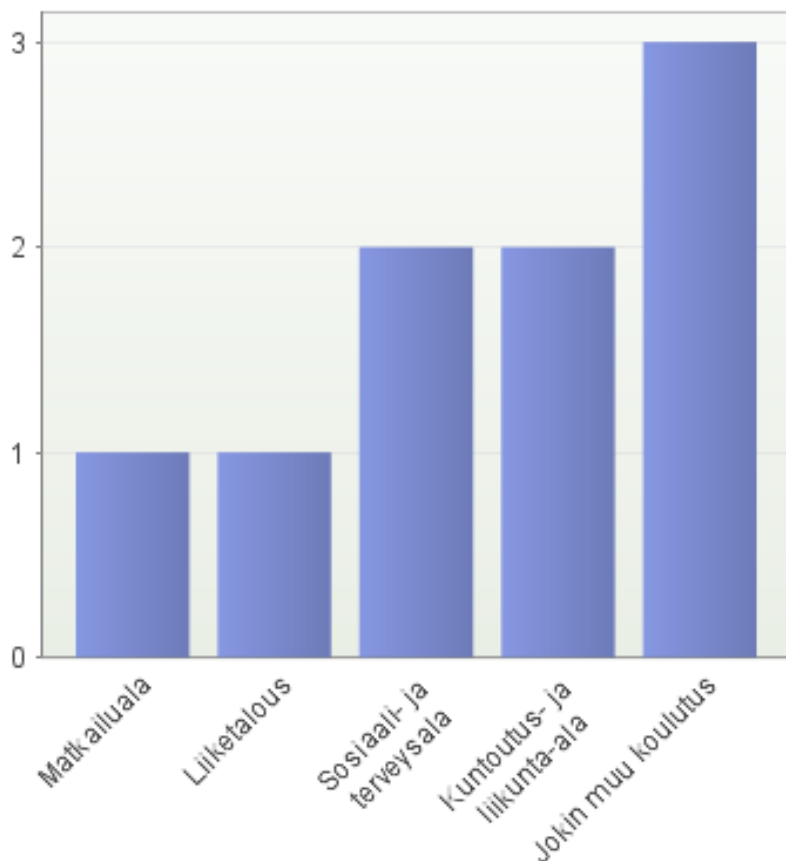
5.2 Hyvinvointimatkailun kartoituksen tulokset

Kyselyyn vastanneet yritykset kuuluivat toimialaltaan useisiin eri kategorioihin (Kuvio 5.). Mukana kyselyssä oli majoitus-, ravitsemis-, vuokraus-, urheilu- ja virkistyspalveluita tuottavia yrityksiä. Lisäksi yritykset kokivat kuuluvansa myös muihin toimialoihin, joita olivat hieronta (2), kauneus (1) sekä vapaa sivistystyö/ kansalaisopisto (1).



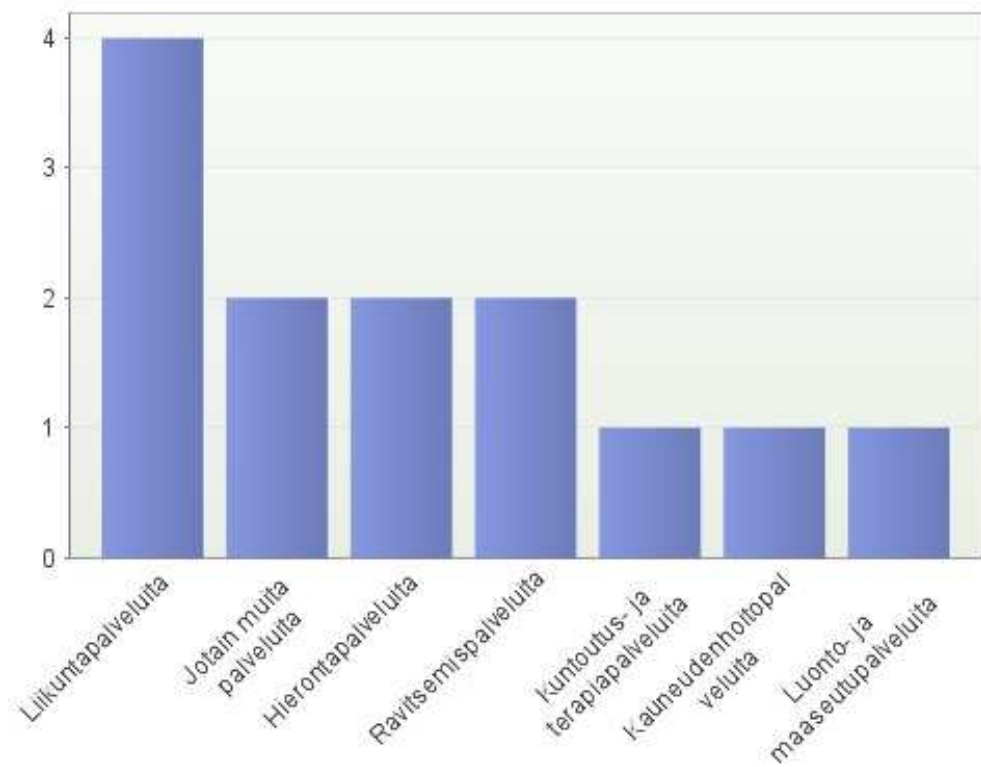
Kuvio 5. Kyselyyn osallistuneiden yritysten toimialat (n=7)

Luontolähtöisiä hyvinvointipalveluita tarjoavien henkilöiden koulutustaustat vaihtelivat myös suuresti (Kuvio 6.). Koulutusta on hankittu matkailun, liiketalouden, sosiaali- ja terveystieteiden, kuntoutus- ja liikunta-alan puolelta sekä muista koulutuksista. Muihin koulutuksiin vastaajat olivat luokitelleet hierojan ammattitutkinnon (1), oman ohjaustaustan (1), ohjaajakoulutuksen (1) sekä kauneudenhoitoalan (1).



Kuvio 6. Hyvinvointipalveluita tarjoavien henkilöiden koulutustaustat (n=7)

Kyselyn kolmannessa kysymyksessä kysyin, millaisia terveyttä ylläpitäviä tai edistäviä palveluita yrityksillä on tarjota seniori-ikäisille (Kuvio 7.). Yritysten tarjonta sisältää liikunta-, hieronta-, ravitsemis-, kuntoutus- ja terapia-, kauneudenhoito- sekä luonto- ja maaseutupalveluita. Esimerkkejä tarjottavista palveluista olivat muun muassa mökkivuokraus luonnon rauhassa, erilaiset kädentaidot sekä kuntoutusopastus.



Kuvio 7. Yritysten tarjoamat hyvinvointipalvelut seniori-ikäisille (n=7)

Halusin selvittää yritysten suhtautumista ja kokemuksia palveluiden tuottamiseen seniori-ikäisille (Taulukko 1.). Seniori-ikäisten saavutettavuudessa ei koettu olevan juurikaan haasteita, kun taas palveluiden kysynnän ylläpitämisessä, palveluiden soveltuvuudessa seniori-ikäisille sopiviksi sekä mahdolliset sairaudet ja niiden huomiointi on osalle yrityksistä hyvin haasteellista.

Taulukko 1. Haasteellisina koetut asiat tuottaessa palveluita seniori-ikäisille (n=7)

	1	2	3	4	Keskiarvo
Seniori-ikäisten saavutettavuus	2	5	0	0	1,71
Liikuntarajoitteisten huomiointi	2	3	2	0	2
Mahdolliset sairaudet ja niiden huomioiminen	2	3	1	1	2,14
Henkilöstön riittävän ammattitaidon takaaminen	3	3	1	0	1,71
Palveluiden sovellettavuus seniori-ikäisille sopiviksi	2	3	1	1	2,14
Palveluiden riittävän kysynnän ylläpitäminen	1	4	1	1	2,29

1= Ei ollenkaan haasteellista, 2= Hieman haasteellista, 3= Haasteellista, 4= Hyvin haasteellista

Saadakseni enemmän tietoa haasteellisina koetuista asioista tuottaessa palveluita seniori-ikäisille, käytin avointa kysymystä. Kaksi yritystä piti esteettömyyttä erityisen haasteellisena, sillä luonnossa kulkemisen tulisi olla esteetömäksi suunniteltua, sekä liikuntarajoitteisille helppokulkuista. Yksi kyselyyn vastanneista yrityksistä koki haasteellisena palvelutarjonnan kirjavuuden, jolloin asiakkaiden on vaikea erottaa terveydenhuollon ammattilaiset muista palveluista. Muita erityisen haasteellisena koettuja asioita olivat riittävän kysynnän varmistaminen, jotta palveluiden ympärille voisi kehittää kannattavaa liiketoimintaa sekä palveluiden maksullisuus.

Toisessa avoimessa kysymyksessä selvitin, millaisia palveluita yrityksillä olisi kiinnostusta tuottaa seniori-ikäisille asiakkaille. Yrityksiltä löytyi kiinnostusta lihashuoltoa tukevien palveluiden tuottoon, hierontaan, joogatunteihin harjoittelijan oman toimintakyvyn mahdollistamissa rajoissa, luontoliikuntaan, luontolähtöiseen virkistystoimintaan, virkistyspäiviin asiakkaiden omissa tiloissa, ulkoiluun osaavien oppaiden kanssa, elämyksiin ja yhteiseen aikaan, liikuntapalveluiden tuottamiseen sekä mökkimajoitukseen.

Yritysten yhteistyön nykytilannetta selvittääkseni kysyin, kuinka paljon yritykset tekevät yhteistyötä muiden matkailualan toimijoiden kanssa, muiden alojen toimijoiden kanssa sekä kunnan kanssa (Taulukko 2.). Ainoastaan yksi vastanneista yrityksistä teki muiden matkailualan toimijoiden kanssa yhteistyötä ja kunnan kanssa yhteistyötä oli vain kahdella yrityksellä. Muiden alojen toimijoiden kanssa suurimmalla osalla yrityksillä oli hieman yhteistyötä.

Taulukko 2. Yritysten yhteistyö muiden toimijoiden ja kunnan kanssa (n=7)

	1	2	3	4	Keskiarvo
Muiden matkailualan toimijoiden kanssa	6	0	1	0	1,29
Muiden alojen toimijoiden kanssa	1	5	1	0	2
Kunnan kanssa	5	2	0	0	1,29

1= Ei ollenkaan, 2= Vähän, 3= Aika paljon, 4= Todella paljon

Kiinnostusta yhteistyön kehittämiseen kysyin kolmella avoimella kysymyksellä, jotka jaoin yhteistyöhön kehittämiseen muiden matkailualan toimijoiden kanssa, muiden alojen toimijoiden kanssa sekä kunnan kanssa. Muiden matkailualan toimijoiden kanssa yhteistyötä toivottiin varauspalveluiden kehittämisellä, eli yrityksen oman kapasiteetin loppuessa asiakkaat ohjattaisiin muille palveluita tarjoaville yrityksille. Lisäksi yritykset toivoivat informaation välittämistä, sponsorointisopimuksia, työvoiman käytön harmonisointia, yhteistyön kehittämistä hotellien ja muiden majoitusta tuottavien yritysten kanssa sekä palveluiden tuottamista enemmän ristiin.

Muiden alojen toimijoiden kanssa toivottiin myös parempaa informaation vaihtoa, sponsorointia, mutta myös yhteismarkkinoinnin ja osatyötoteuttajan toimimista sekä yritysten asiakkaiden välisten alennussopimusten kehittämistä. Kunnan kanssa yhteistyötä haluttiin kehittää palvelusetelien kautta, henkilöstökoulutuksen järjestämisellä, liikuntatilojen käyttöön saamisella, sopimuksilla palveluiden tarjoamisesta ja hyödyntämisestä sekä Rovaniemen kunnan työntekijöiden työjaksamista edistävillä virkistysseteleillä, jotka työn-

tekijät saisivat kunnalta ja voisivat käyttää hyvinvointipalveluja tuottavaan yritykseen.

Kyselyn lopussa oli mahdollista jättää lisäkommentteja kyselyyn ja kyselyn vastauksiin liittyen. Osa yrityksistä kertoi olleensa kiinnostuneita luontolähtöisten ”erityispalveluiden“ kuten virkistys- ja terveystalveluiden tuottamisesta omien palveluidensa rinnalla. Lisäksi toiveena oli tiedon välittäminen kunnalle, jotta yhteistyötä saataisiin kehitettyä.

6 POHDINTA

6.1 Johtopäätökset

On selvää, että luontolähtöisten hyvinvointipalveluiden kysyntä kasvaa tulevaisuudessa entisestään. Näiden palveluiden tuotteistaminen ja kehittäminen voisi taata Rovaniemelle kilpailukyisen aseman kansainvälisillä matkailumarkkinoilla. Rovaniemeltä löytyy monien eri toimialojen ja koulutustaustojen omaavia ammattilaisia, jotka tuottavat luontolähtöisiä hyvinvointipalveluita. Luontolähtöisiä hyvinvointipalveluita löytyy esimerkiksi liikunta-, ravitsemis- ja terapiapalveluista. Yrityksillä on lisäksi kiinnostusta kyseisten palveluiden kehittämiseen ja uusien palveluiden tuottamiseen. Kiinnostusta löytyi erityisesti luontoon liittyvien palveluiden tuottamiseen, kuten moniin eri luontoliikuntaan liittyviin palveluihin.

Osa yrityksistä koki haasteena liikuntarajoitteisten huomioon ottamisen, mahdolliset sairaudet ja niiden huomioinnin, henkilöstön riittävän ammattitaidon takaamisen ja palveluiden soveltuvuuden seniori-ikäisille. Kaikki nämä haasteena koetut asiat voitaisiin välttää riittävällä koulutuksella. Green Care -yhdistyksen tavoitteena on tuoda esille liikuntakyvyltään heikentyneiden oikeus luontoon, liikuntaan, sosiaalisuuteen ja yhteisöllisyyteen (Green Care Finland 2013a), joten Green Care voisi olla mukana koulutuksen järjestämisessä. Jos yrittäjät tietäisivät, miten eri sairaudet ja liikuntarajoitteisuus vaikuttavat palveluiden tuottamiseen, olisi henkilöstö ammattitaitoisempaa tuottamaan niitä. Palvelut olisivat tällöin helpommin sovellettavissa seniori-ikäisille asiakkaille sopiviksi. Kun palvelut ovat räätälöity myös seniori-ikäisille sopiviksi, muodostuu yhdeksi yrityksen asiakassegmenteistä suuri potentiaalinen matkailijaryhmä – seniorit.

Seniori-ikäisten kasvava merkitys asiakkaina tulisi ymmärtää ja tähän kohde-ryhmään pitäisi panostaa enemmän. Yrityksillä on selvästi kiinnostusta kehittää seniori-ikäisille suunnattuja hyvinvointipalveluita ja luomalla esimerkiksi esteettömiä luontopolkuja, olisi palveluiden tuottamiselle paremmat mahdollisuudet. Yksi yrityksistä piti haasteena palvelutarjonnan kirjavuutta, jolloin asiakkaiden on vaikea erottaa ammattilaiset. Hyvänä esimerkkinä palveluiden tuottajien ammattilaisuuden takaamisesta on Saksassa käytettävää laa-

tujärjestelmä, jonka avulla asiakkaat saavat tietoa yrityksen hinta-laatusuhteesta. Lisäksi suomenkielisiä hyvinvointipalveluiden käsitteitä tulisi määritellä yhtenäisesti niin, että kaikki yritykset ovat tietoisia, mitä palvelulla tarkoitetaan. Yhtenäiset käsitteet helpottaisivat myös asiakkaiden ostopäätösprosessia.

Kyselyyn osallistuneiden yritysten yhteistyö muiden toimijoiden ja kunnan kanssa oli hyvin vähäistä. Vähäisintä yhteistyö oli muiden matkailualojen toimijoiden kanssa, joka voi johtua esimerkiksi saman alan yritysten näkemisenä kilpailijoina. Useimmat yrityksistä kuitenkin toivoivat yhteistyön kehittämistä myös matkailualan toimijoiden kanssa. Koska palveluita tarjoavien koulutustaustat ja toimialat poikkeavat toisistaan, he voisivat yhdistää voimavaroja ja saada näin kattavamman palveluverkoston. Yrityksillä oli mielestäni todella hyviä ideoita yhteistyön kehittämisen suhteen ja yhteistyöhön lisäämiseen olisi hyvät mahdollisuudet. Koska yhteistyötä ei tällä hetkellä juuri ole, eivät yritykset luultavasti tiedä, miten yhteistyön saisi käynnistettyä. Green Care -hanke voisi toimia yhteistyön käynnistymisen tukena, sillä sen pyrkimyksenä on edistää alan yhteistoimintaa.

Mielestäni kunnan tulisi myös ottaa enemmän osaa luontolähtöisten hyvinvointipalveluiden järjestämiseen, sillä näillä palveluilla voitaisiin vähentää terveydenhuoltojärjestelmän kuormitusta ja vähentää terveydenhoidosta ja lääkkeistä syntyviä kuluja. Seniori-ikäisten luontolähtöiset hyvinvointipalvelut edistäisivät ja ylläpitäisivät heidän terveyttään ja saisivat seniori-ikäiset henkilöt näkemään oman terveytensä parantamisen ja suojaamisen asiana, johon tulee pyrkiä. Monet elämäntavoista johtuvat krooniset sairaudet vähenisivät, monien sairauksien riskit pienenisivät ja seniori-ikäisten yleinen terveydentila kohenisi. Tällöin seniori-ikäiset olisivat myös työkykyisiä pidemmän aikaa, joka myös olisi taloudellisesti merkittävää. Kunnallisessa päätöksenteossa keskeistä on myös luonnonvarojen kestävä ja tasapuolisen käytön hallinta, jota Green Caren arvojen mukaiset palvelut myös tukevat.

Kyselyyn osallistuneilla yrityksillä olisi kiinnostusta yhteistyön kehittämiseen muiden toimijoiden ja kunnan kanssa ja kyselyssä saadut kehitysideat antavat hyvän kuvan, kuinka moninaista yhteistyö voisi olla. Green Care -hanke

voisi toimia tukena luontolähtöisten palveluiden kehittämisessä seniori-ikäisille sopiviksi, sekä olla mukana kehittämässä parempaa yhteistyöverkostoa. Näiden palveluiden kehittäminen hyödyntäisi niin yrityksiä, hanketta, kuntaa kuin koko Lapin matkailuakin.

6.2 Opinnäytetyöprosessi

Opinnäytetyön aihetta pohtiessa minulle oli selvää, että sen tulisi käsitellä jollain tapaa hyvinvointipalveluita. Olin opintojeni aikana tutustunut Green Care -hankkeeseen ja sen toimintaan. Toimeksiantajaa miettiessä muistinkin juuri kyseisen hankkeen ja luontolähtöisyys osana opinnäytetyötä syntyi sitä kautta. Green Care on toimintana vielä uutta, joten sen kehittäminen tuntui mieltuisalta. Seniori-ikäiset kohderyhmänä tuntui luonnolliselta rajaukselta, koska minulla oli paljon mielipiteitä tämän kohderyhmän huomioimisesta matkailussa.

Tein opinnäytetyön yksin, sillä asuin sitä tehdessäni Saksassa. Tukea työhön sain kuitenkin opinnäytetyöryhmältä, toimeksiantajalta sekä opinnäytetyöohjaajilta. Vertaisarviointi ja ryhmissä tapahtunut keskustelu auttoi paljon oman opinnäytetyön kirjoittamisessa ja kehittämisessä. Oma työ oli hyvä nähdä muiden opiskelijoiden näkökulmasta ja saada näin uusia ajatuksia aiheeseen liittyen.

Opinnäytetyöprosessin aikana opin hyödyntämään omaa tietämystäni ja tukemaan sitä eri lähteistä saatavan teorian avulla. Lisäksi sain opinnäytetyön aiheesta paljon uutta tietoa, jota pystyin käyttämään teoriaa kirjoittaessa. Webropol-kyselyn tekeminen oli myös oma prosessinsa, jota työstin usean viikon ajan. Sain toteuttamani kyselyn avulla laadukkaita vastauksia juuri niihin kysymyksiin, joihin halusinkin. Lisäksi kyselyn vastausmäärä oli mielestäni riittävä, ottaen huomioon luontolähtöisten hyvinvointipalveluiden tarjonnan Rovaniemellä. Tein opinnäytetyöni siihen varatussa ajassa Rovaniemen ammattikorkeakoulun opinnäytetyön ohjeistuksen mukaisesti. Opinnäytetyöprosessissa haastavinta oli sovittaa saamani opinnäytetyötä koskevat neuvot yhteen, sillä ne poikkesivat usein toisistaan. Myös muutokset opinnäytetyön ohjauksessa toivat työhön omat haasteensa.

LÄHTEET

- Agronet 2013. Yritys. Tuotekehitys. Osoitteessa <https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/agronet/Yritys/Tuotekehitys>. 2.8.2013.
- Batiha, A.-M. 2013. Concepts of Health, Wellness & Wellbeing. Philadelphian yliopiston luento. Osoitteessa <http://www.philadelphia.edu.jo/academics/abatiha/uploads/Concepts of Health,.ppt>. 12.8.2013.
- Boxberg, M. – Komppula, R. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.
- Conrady, R. – Buck, M. 2012. Trends and Issues in Global Tourism. Berliini: Springer.
- Eskola, J. – Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Euroopan komissio 2013. Terveys-EU. Terveys. Ikääntyneet. Osoitteessa http://ec.europa.eu/health-eu/my_health/elderly/index_fi.htm. 2.8.2013.
- Eurostat 2013. Statistics Explained. Categories. Archive. Population and population change statistics. http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Population_change_at_regional_level. 31.7.2013.
- Germany – The travel destination 2013a. Leisure and recreation. Health & Wellness. Wellness. Beauty therapy & spas. Osoitteessa <http://www.germany.travel/en/leisure-and-recreation/health-wellness/wellness/beauty-therapy-spas.html>. 17.10.2013.
- 2013b. Leisure and recreation. Health & Wellness. Wellness. Fit and active. Osoitteessa <http://www.germany.travel/en/leisure-and-recreation/health-wellness/wellness/fit-and-active.html>. 17.10.2013.
- 2013c. Leisure and recreation. Health & Wellness. Wellness. Food for body and soul. Osoitteessa <http://www.germany.travel/en/leisure-and-recreation/health-wellness/wellness/food-for-body-and-soul.html>. 17.10.2013.
- GNTB 2011. The German National Tourist Board. Wellness holidays. Germany – a land of well-being. Frankfurt/Main: Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. Osoitteessa <http://www.germany.travel/en/ebrochures.html>. 12.7.2013.
- Green Care Finland 2013a. Osoitteessa <http://www.gcfinland.fi/>. 28.8.2013.
- 2013b. Green Care. Green Care. Osoitteessa <http://www.gcfinland.fi/>

MitaOnGreenCare?parent=MitaOnGreenCarePaavalikko.
31.7.2013.

– 2013c. Green Care. Luonto parantaa. Luonnon hyvinvointivaikutukset. Osoitteessa <http://www.gcfinland.fi/luonto?parent=MitaOnGreenCarePaavalikko>. 30.7.2013.

– 2013d. Kehittäminen. Yhdistys. Osoitteessa <http://www.gcfinland.fi/yhdistys?parent=Kehittaminen>. 28.8.2013.

Green Care Lapland 2013a. Osoitteessa <http://www.greencarelapland.fi/page/etusivu/>. 26.5.2013.

– 2013b. Kumppanit. Osoitteessa <http://www.greencarelapland.fi/page/kumppanit/>. 26.5.2013.

Hakala, P. 2012. Hyvinvointia Lapin luonnosta. Lapin Kansa, 014 Päivyri, 20.2.2012.

Hatakka, H. 2009. Lappi vonkaa vanhoja. Talouselämä 33/2009, ilmiöt, 33–34.

Helsingin kaupunki 2013. Sosiaali- ja terveysvirasto. Itsehoito. Ikääntyvät. Osoitteessa http://www.hel.fi/hki/terke/fi/Itsehoito/lk__ntyv_t. 11.7.2013.

Helsingin Messukeskus 2013. Suomen Messut. Sites1. Matka 2013. Matkailu on aktiivisten senioreiden elämäntapa. Osoitteessa <http://www.finnexpo.fi/Sites1/Matka/Sivut/News.aspx?url=/Sites1/Matka/ExhibitorPressReleases/1900625605/Matkailuonaktiivistenenioreidenelamantapa.aspx>. 8.1.2013.

Iltasanomat 2013. Luontomatkailun uskotaan nousevan Suomen veto-
naulaksi. Osoitteessa <http://www.iltasanomat.fi/matkat/art-1288582481707.html>. 15.7.2013.

Internetix opinnot 2013. Oppimateriaalit. Lukiokurssit. PS4 - Motivaatio, tunteet ja älykäs toiminta. 3. Motivaation, emootioiden ja älykkyiden perusteoria ja tutkimus. Maslowin tarvehierarkia. Osoitteessa http://opinnot.internetix.fi/fi/materiaalit/ps/ps4/03_motivaation_emootioiden/04_3.4_maslowin_tarvehierarkia?C:D=gjtb.e7S7. 2.8.2013.

Isohanni, J.-M. – Vihavainen, V. 2011. Seniori-ikäisten matkustuskäyttäytyminen. Case: Lomakeskus Revontuli. Opinnäytetyö. Vaasan ammattikorkeakoulu: Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma.

Jankkila, H. 2012. Green Care. Hyvinvointia pohjoisen luonnosta. Julkaisusarja C 30 – tutkimus- ja kehittämisprojektien selvityksiä, tuloksia ja raportteja. Rovaniemi: Rovaniemen ammattikorkeakoulu.

- Jyväskylän ammattikorkeakoulu 2012. Tutkimus- ja kehitystyö. Malako. Osoitteessa <http://www.jamk.fi/tutkimus/projekteja/malako>. 19.9.2012.
- Kansanlääkintäseura 2013. Seuran esittely. Osoitteessa <http://www.kansanlaakintaseura.fi/esittely.php>. 19.10.2013.
- Komppula, R. – Konu, H. – Tuohino, A. 2010. Journal Of Vacation Marketing. Lake Wellness – a practical example of a new service development (NSD) concept in tourism. Academic Paper. London: SAGE.
- Kookas 2013. Yrittäjäyys. Johtaminen ja henkilöstö. Motivaatio. Mitä on motivaatio? Osoitteessa <http://www.kookas.fi/articles/read/253>. 28.8.2013.
- Lapin liitto 2013. Tilastot ja julkaisut . Tilastot. Matkailu. Lapin Matkailutilastollinen vuosikirja 2011. Osoitteessa http://www.lapinliitto.fi/julkaisut_ja_tilastot/matkailu. 2.8.2013.
- Lominé, L – Edmunds, J. 2007. Key Concepts in Tourism. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Management Study Guide 2013. Organizational Behaviour. Motivation. Maslow's Hierarchy of Needs Theory. Osoitteessa <http://www.managementstudyguide.com/maslows-hierarchy-needs-theory.htm>. 29.8.2013.
- Maslow, A. 1987. Motivation and Personality. Kolmas painos. New York: Harper & Row.
- MEK 2005. Matkailun edistämiskeskus. Hyvinvointi- ja wellness-matkailun peruskartoitus. Osoitteessa [http://www.mek.fi/w5/mek-fi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/d86764d4e91dde64c225735b0032a957/\\$FILE/A144%20Hyvinvointimatkailu_peruskartoitus.pdf](http://www.mek.fi/w5/mek-fi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/d86764d4e91dde64c225735b0032a957/$FILE/A144%20Hyvinvointimatkailu_peruskartoitus.pdf). 4.3.2005.
- MEK 2006. Matkailun edistämiskeskus. Tutkimukset ja tilastot. Tutkimukset. Tulevaisuus. Matkailu vuonna 2020 – faktaa ja fiktiota (2. Painos). Osoitteessa [http://mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/19d25ec89c7e822dc225735b0032a966/\\$FILE/MEK2020_nettiin.pdf](http://mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/19d25ec89c7e822dc225735b0032a966/$FILE/MEK2020_nettiin.pdf). 26.9.2006.
- MEK 2008. Matkailun edistämiskeskus. Tutkimukset ja tilastot. Tutkimukset. MEKin matkailututkimukset. Aiheena hyvinvointimatkailu. Suomalaisen hyvinvointimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisillä markkinoilla 2008-2013. Osoitteessa: <http://www.mek.fi/tutkimukset-ja-tilastot/tutkimukset/page/3/>. 12.12.2008.

- METLA 2009. Metsäntutkimuslaitos. Julkaisut. Metlan työraportteja. 2007. Metlan työraportteja 52. Osoitteessa <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2007/mwp052.htm>. 7.1.2009.
- Metsähallitus 2013. Luontoon.fi. Retkikohteet. Retkeilyalueet. Napapiiri. Napapiirin retkeilyalue. Osoitteessa <http://www.luontoon.fi/Retkikohteet/retkeilyalueet/napapiiri/Sivut/Default.aspx>. 19.10.2013.
- Mindtools 2013. Toolkit. Team management. Maslow's Hierarchy of Needs. Osoitteessa http://www.mindtools.com/pages/article/newLDR_92.htm. 29.8.2013.
- RAMK 2013. Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Tutkimus ja kehitys. Käynnissä olevat hankkeet. Hankkeet vanhalla sivustolla. Green Care osana lappilaisia elinkeinoja. Osoitteessa http://vanha.ramk.fi/?hanke_id=1174&deptid=16194&languageid=3&NAYTA=2&showmodul=. 28.8.2013.
- Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy. 2006. Rovaniemen matkailustrategia. Rovaniemi: Oy Sevenprint LTD. Osoitteessa <http://www.visitrovaniemi.fi/loader.aspx?id=12b387b1-a846-40afb300-525b4efbde45>. 12.8.2013.
- Salonen, K. Ihminen on luontoa. Luonnon hyvinvointivaikutukset. Esitelmä valtakunnallisilla Green Care päivillä. Tampere 8.-9.9.2011.
- SIT UP! 2013. Ylpeät ennakkoluulot osa 29: Liikuntarajoitteisille riittää erityistarpeisiin vastaaminen. Osoitteessa <http://sit-up.blogspot.fi/2013/07/ylpeat-ennakkoluulot-osa-29.html>. 7.7.2013.
- Seita-Säätiö 2013. Hankkeet. Green Care Lappi -kehittämishanke. Osoitteessa <http://www.seitasaatio.fi/hankkeet/green-care-lappi-kehittamishanke/>. 12.9.2013.
- Suomen Kuntaliitto 2012. Tietopankit ja tuotteet. Tilastotaulukot ja -kuviot. Kuntakuvaaja. Väestö. Väestörakenne 2011 ja 2030. Osoitteessa <http://www.kunnat.net/fi/tietopankit/tilastot/indikaatori/Sivut/theme.aspx?th=800>. 20.6.2012.
- Suomen suurlähetystö, Washington, D.C. 2005. Ajankohtaista. Uutiset. Suomi maailman turvallisin maa. Osoitteessa <http://www.finland.org/public/default.aspx?contentid=147873&nodeid=35833&contentlan=1&culture=fi-FI>. 7.1.2005.
- Suontausta, H. – Tyni, M. 2005. Wellness-matkailu. Helsinki: Edita Prima Oy. Osoitteessa <https://arkki.ramk.fi/RAMK/julkaisutoiminta/Julkaisut/RAMK%20C%2030%20Green%20Care%20hyvinvointia%20pohjoisen%20luonnosta.pdf>. 12.8.2013.
- The Australia Institute 2013. The Wellbeing Manifesto. Manifesto. A

Manifesto for wellbeing. Osoitteessa http://www.wellbeingmanifesto.net/wellbieng_manifesto.pdf. 12.8.2013.

Tilastokeskus 2013a. Tietoa tilastoista. Käsitteet ja määritelmät. Matkailija. Osoitteessa <http://www.tilastokeskus.fi/meta/kas/matkailija.html>. 26.5.2013.

– 2013b. Tilastot. Väestö. Väestörakenne. Käsitteet ja määritelmät. Osoitteessa <http://www.tilastokeskus.fi/til/vaerak/kas.html>. 26.5.2013.

Tulkki, A. 2012. Green Care – hyvinvointia pohjoisen luonnosta. Julkaisusarja C 30 – tutkimus- ja kehittämisprojektien selvityksiä, tuloksia ja raportteja. Rovaniemi: Rovaniemen ammattikorkeakoulu.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2013. Maaseutupolitiikka. Haku: Luonto ja maisema. Luonto ja maisema matkailussa. Osoitteessa <http://www.maaseutupolitiikka.fi/haku?searchterms=luonto+ja+maisema>. 6.6.2013.

United Nations and World Tourism Organization 1994. Recommendations on Tourism statistics. Julkaisusarja M 83. New York: United Nations.

Visit Rovaniemi 2013a. Hyvä tietää. Osoitteessa <http://www.visitrovaniemi.fi/Suomeksi/Hyva-tietaa>. 12.8.2013.

Webropol 2013. Ratkaisut. Kyselyt. Osoitteessa <http://www.webropol.fi/ratkaisut/kyselyt/>. 28.8.2013.

– 2013b. Yhteystiedot ja media. Matkailufaktaa. Osoitteessa <http://www.visitrovaniemi.fi/Suomeksi/Yhteystiedot-ja-media/Matkailufaktaa>. 12.8.2013

Yle 2012. Akuutti. Arkisto. 2012. Vanhusten yksinäisyys on valitettavan yleistä. Osoitteessa http://ohjelmat.yle.fi/akuutti/arkisto/vanhusten_yksinaisyys_valitettavan_yleista. 2.8.2013.

LIITE 1***Seniори-ikäisten matkailijoiden luontolähtöiset hyvinvointipalvelut
Rovaniemen alueella***

Kysely tehdään Rovaniemen ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä varten. Kyselyyn vastaamalla autat Rovaniemen alueen seniори-ikäisille suunnattujen luontolähtöisten hyvinvointipalveluiden kehittämistä. Kyselyn seniори-ikäisistä puhuttaessa viitataan yli 60-vuotiaisiin henkilöihin ja palveluilla tarkoitetaan luontolähtöisiä terveyttä edistäviä tai ylläpitäviä palveluita.

1. Mihin toimialaan yrityksenne kuuluu? *

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- Majoitus
- Ravitsemis
- Vuokraus
- Virkistys
- Urheilu
- Kulttuuri
- Muu, mikä?
-

2. Mitkä ovat yrityksen terveyttä ylläpitäviä tai edistäviä palveluita tarjoavan henkilöstön koulutustaustat? *

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- Hotelli -ja ravintola-ala
- Matkailuala
- Liiketalous
- Sosiaali- ja terveysala
- Kuntoutus- ja liikunta-ala
- Muu, mikä?
-

3. Millaisia terveyttä ylläpitäviä tai edistäviä palveluita yrityksellänne on tarjota seniори-ikäisille? *

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- Terveystenhoitopalveluita
- Liikuntapalveluita
- Luonto- ja maaseutupalveluita
- Ravitsemispalveluita
- Hierontapalveluita
- Kauneushoitopalveluita
- Kuntoutus- ja terapiapalveluita

Muita, mitä?

Lisätietoa palveluista

4. Miten koette alla mainitut asiat tuottaessanne palveluita seniori-ikäisille? *

1 = Ei ollenkaan haasteellista, 2 = Hieman haasteellista, 3 = Haasteellista, 4 = Hyvin haasteellista

Liikuntarajoitteisella tarkoitetaan henkilöä, joka ei pysty normaalista poikkeavan liikkumiskyvyn takia toimimaan ympäristössä, jossa puitteet vastaavat täysin liikuntaesteettömiä palveluita.

	1	2	3	4
Seniori-ikäisten saavutettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liikuntarajoitteisten huomiointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdolliset sairaudet ja niiden huomioiminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilöstön riittävän ammattitaidon takaaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palveluiden sovellettavuus seniori-ikäisille sopiviksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palveluiden riittävän kysynnän ylläpitäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Mitkä asiat koette erityisen haasteellisina tuottaessanne palveluita seniori-ikäisille? *

Perustelkaa vastauksenne (esimerkiksi ohjelmapalveluiden tuottaminen, sillä retkien reitit eivät ole esteettömiä)

—

—

—

6. Millaisia palveluita yrityksellänne olisi kiinnostusta tuottaa seniori-ikäisille asiakkaille? *

—

—

—

7. Kuinka paljon yrityksenne tekee yhteistyötä alla mainittujen tahojen kanssa? *

1 = Ei ollenkaan, 2 = Vähän, 3 = Aika paljon, 4 = Todella paljon

1 2 3 4

Muiden matkailualan toimijoiden kanssa ○ ○ ○ ○

Muiden alojen toimijoiden kanssa ○ ○ ○ ○

Kunnan kanssa ○ ○ ○ ○

8. Millä tavoin haluaisitte kehittää yhteistyötä muiden matkailualan toimijoiden kanssa? *

—

—

—

9. Millä tavoin haluaisitte kehittää yhteistyötä muiden alojen toimijoiden kanssa?

—

—

—

10. Millä tavoin haluaisitte kehittää yhteistyötä kunnan kanssa?

Rovaniemen kunta järjestää ja tuottaa palveluita kunnan asukkaille, mutta palveluita tuotetaan myös yhteistyössä yritysten kanssa. Yrityksenne voi esimerkiksi myydä tarjoamiaan palveluita kunnan sosiaali- ja terveyspalveluille.

11. Vapaat kommentit ja lisätietoa kyselyn vastauksiin liittyen

Kiitos ajastanne!



Rovaniemen
ammattikorkeakoulu
University of Applied Sciences
LUC