

Jani Haaranen

**OULUJÄRVEN VESISTÖMATKAILUN KEHITTÄMISTARPEET -TUTKIMUS – YRIT-
TÄJIEN NÄKÖKULMA**

Opinnäytetyö
Kajaanin ammattikorkeakoulu
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala
Matkailun koulutusohjelma
Kevät 2013



| | |
|--|--|
| Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala | Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma |
| Tekijä(t) Jani Haaranen | |
| Työn nimi Oulujärven vesistömatkailun kehittämistarpeet -tutkimus – yrittäjien näkökulma | |
| Vaihtoehtoiset ammattiopinnot | Ohjaaja(t) Pasi Korhonen ja Pekka Oikarinen |
| | Toimeksiantaja Oulujärvi LEADER ry Pirjo Oikarinen |
| Aika Kevät 2013 | Sivumäärä ja liitteet 40 + 10 |
| <p>Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Oulujärvi LEADER ry. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tuoda tietoon Oulujärven vesistömatkailuyrittäjien mielipiteet alueen nykyisestä tilasta, esimerkiksi infrastruktuurin ja yritysten toimintaedellytyksien täyttymisestä.</p> <p>Opinnäytteen viitekehystenä toimii Oulujärven alueen matkailun strateginen suunnittelu ja kehittäminen. Alueen vetovoimaisen luonnon huomioiminen kehittämisessä liittyy myös kestävän kehittäminen oleellisesti työn teoriaan. Alueella toimii matkailun kehittämiseen liittyen yhteistyö tahoja, joita on teoriaosuudessa kuvattu. Näitä ovat Kainuun Etu oy, Oulujärven Jättiläiset ry ja Oulujärvi LEADER ry.</p> <p>Tutkimuksen toteutustapana toimi puolistrukturoitu temahaastattelu. Haastatteluihin tavoitettiin viisi yrittäjää, joiden pääasiallinen toiminta-alue on Oulujärvi. Kerätty tutkimusmateriaali analysoitiin ja sen pohjalta on pohdinnassa tuotu esille anonyymeja näkökantoja alueen kehittämistä varten. Lopuksi tuodaan esille myös yleistä alueen kehittämiseen liittyvää pohdintaa.</p> <p>Kehitysehdotukset pohjautuvat pääasiassa tutkimuksessa esiin nousseisiin ongelmiin alueella. Näitä ovat alueen infrastruktuurin nykytila, myynnin ja markkinoinnin organisointi sekä tarjonnan ympärivuotisuus ja ainutlaatuisuus. Alueella on havaittavissa tahtoa ja halua kehittää aluetta, mutta yrittäjien omien resurssien rajallisuus osaltaan vaikuttanee asiaan.</p> | |
| Kieli | Suomi |
| Asiasanat | Oulujärvi, Oulujärvi LEADER ry, kehittäminen, kestävä kehitys, infrastruktuuri, vesistömatkailu, kestävä matkailu, |
| Säilytyspaikka | <input checked="" type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus <input type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto |



| | |
|--|--|
| School School of Tourism | Degree Programme Bachelor of Hospitality Management |
| Author(s) Jani Haaranen | |
| Title Research on the Development Needs of Water-Based Tourism in Lake Oulujärvi – Entrepreneurs' Point of View | |
| Optional Professional Studies | Instructor(s) Pasi Korhonen and Pekka Oikarinen |
| | Commissioned by Oulujärvi LEADER ry Pirjo Oikarinen |
| Date Spring 2013 | Total Number of Pages and Appendices 40 + 10 |
| <p>The thesis was commissioned by Oulujärvi LEADER ry. The aim of the thesis was to adduce the opinions among entrepreneurs at Lake Oulujärvi about the present state of the region, for example the infrastructure and the prerequisites for business.</p> <p>The theoretical framework of this thesis consists of the strategic planning and developing in the tourism field of Lake Oulujärvi. Attention towards nature, which acts as an important part in the attractiveness of the area, binds the idea of the sustainable development to the thesis. The co-operatives in the area which are operating in developing the region, are also introduced. The co-operatives are Kainuun Etu oy, Oulujärven Jättiläiset ry and Oulujärvi LEADER ry.</p> <p>The method used in the research was a semi-structured theme interview. The five interviewees, whose main priority of action is located in Lake Oulujärvi, were reached. The collected material was analyzed and the analyzed data was used to summarize the anonymous opinions on regional-development. Conclusion includes also common ponder about the possibilities in the area.</p> <p>The development suggestions are primarily based on the issues found through the research. These are the state of the infrastructure, organizing sales and marketing and providing unique products all year-round. Enterprises in the area have obtained the spirit of self development, but the lack of resources might cause some problems.</p> | |
| Language of Thesis | Finnish |
| Keywords | Lake Oulujärvi, Oulujärvi LEADER ry, development, sustainable development, infrastructure, water-based tourism, sustainable tourism |
| Deposited at | <input checked="" type="checkbox"/> Electronic library Theseus <input type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences |

SISÄLLYS

| | |
|---|----|
| 1 JOHDANTO | 1 |
| 2 TOIMINTAYMPÄRISTÖN ESITTELY | 4 |
| 2.1 Oulujärven erikoispiirteitä | 4 |
| 2.2 Matkailun merkitys Oulujärveä ympäröivissä kunnissa | 5 |
| 2.3 Oulujärven matkailu kehityssuunnitelmissa | 6 |
| 2.4 Valtion yleiset kehitysstrategiat | 7 |
| 2.5 Maakunnallinen kehitystyö | 8 |
| 3 ALUEELLINEN JA KESTÄVÄ KEHITYS | 9 |
| 3.1 Kestävä kehitys | 9 |
| 3.2 Kestävä kehitys ja matkailun yhteistyössä | 10 |
| 3.3 Alueellinen kehitystyö | 11 |
| 3.3.1 Kainuun alueellinen elinkeinojen kehitystyö: Case Kainuun Etu Oy..... | 12 |
| 3.3.2 Matkailun ja yhteistyön kehittäminen: Case Oulujärven Jättiläiset ry | 13 |
| 3.3.3 Hankkeiden rahoitus ja neuvonta: Case Oulujärvi LEADER ry | 14 |
| 4 TUTKIMUSTYÖ | 16 |
| 4.1 Tutkimuksen kohde | 16 |
| 4.2 Tutkimusongelmia | 17 |
| 4.3 Tutkimusmenetelmät | 18 |
| 4.4 Tutkimuksen toteutus | 19 |
| 4.5 Oulujärven vesistömatkailun infrastruktuurin nykytila | 20 |
| 4.6 Haastattelun teemat | 22 |
| 4.7 Tutkimustulosten analysointi | 23 |
| 4.7.1 Ympäristön nykytila ja keskeiset kehittämistarpeet | 23 |
| 4.7.2 Oulujärven yrittäjien verkostoituminen | 24 |
| 4.7.3 Yrittäjien tietoisuus kestävästä kehityksestä | 25 |
| 4.7.4 Oulujärven alueella oleva infrastruktuuri | 26 |
| 4.7.5 Tuet ja kehittämishankkeet | 27 |
| 4.7.6 Muuta esiin tullutta | 28 |
| 5 POHDINTA | 29 |

LÄHTEET..... 36

LIITTEET

OULUJÄRVEN KARTTA
LISTA OULUJÄRVEN VENELAITUREISTA JA NIIDEN LUOKITTELU

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä oli tarkoitus tutkia, mitä kehittämistarpeita Oulujärven matkailussa on alueen yrittäjien näkökulmasta. Alueen matkailun hyvinvointi on heille ja heidän yrityksilleen elinarvoisen tärkeää ja heidän elantonsa tulee siitä. Matkailun vaikutukset ovat parhaimmillaan alueen kannalta ajateltuna silloin, kun se onnistuu tuomaan alueelle lisää kasvua, joka puolestaan toimii vetovoimana alueen markkinoinnissa. Hyvin onnistuneena se saattaisi tuoda lisää työpaikkoja, mikä lisäisi alueelle kohdistuvaa muuttoa.

Tutkimukselle on tarvetta alueen kehittämistä suunnitellessa. Alueen yritysten hyvinvoinnilla on merkitystä niin alueen liiketoiminnan kuin vetovoiman kannalta tarkasteltuna. Alueen vetovoimaisuus on merkittävä tekijä etenkin nykyisille yrittäjille ja tulevaisuudessa myös mahdollisten uusien yrittäjien liiketoiminnan suuntaamisessa alueelle.

Haastattelututkimukselle asetettiin alussa hypoteeseja, joissa arveltiin yrittäjien toimivan aktiivisesti alueen verkostoissa. Lisäksi hypoteesina oli yrittäjien asenne alueelle saapuviin uusiin yrittäjiin olevan negatiivinen ja asetelman olevan varsin kilpailupainotteinen. Toimintaympäristön kannalta hypoteesiin vaikuttavin kommentti infrastruktuurin huonokuntoisuudesta ja riittämättömyydestä (YLE 2012). Samoin rahoitus ja investointitukien käyttämistä epäiltiin alhaiseksi. Kestävästä kehityksestä kysyttäessä odotettiin saatavan vastauksia, jotka kuvaavat tietoisuuden tason yrityksissä rajoittuvan vain ympäristön kannalta ajatteluun.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Oulujärvi LEADER ry. Sen tavoitteena on kartoittaa Oulujärvellä toimivien vesistömatkailuyritysten toimintaan ja ympäristöön liittyviä kehitystä ja rahoitusta vaativia toimenpiteitä. Erityisenä intressinä on saattaa tietoisuuteen tiedonkeruun ohessa mahdollisiin hankerahoituksiin ja yrittäjien toimintaa tukevien toimintojen rahoittamiseen liittyvät palvelut, joita yhdistys tarjoaa.

Vesistöt aktiviteetteineen ovat yksi Suomen merkittävimpiä vetovoimatekijöitä kansainvälisesti ajateltuna. Suomi tunnetaan maailmalla nykyään ennen kaikkea Nokian matkapuhelinten ja Rovion synnyttämän Angry Birdsin kotimaana. Matkailun edistämiskeskus (MEK) yhdessä Suomen maabrändivaltuuskunnan kanssa ovat yrittäneet tuoda Suomea esille myös matkailullisesti vaikuttavan luonnon vetovoimaisuutta ja osaamista korostaen (Maakuva 2012).

Matkailun merkitys Suomelle on hyvin tiedostettu. Matkailu määritellään yleisesti toiminnaksi, jossa henkilö matkustaa hänen normaalin elinympäristönsä ulkopuolelle erikseen määritellyksi ajaksi (Jennings 2007, 9). Matkailu on maailman suurin teollisuuden ala, joka työllistää eniten ihmisiä maailmassa (McIntosh, Goeldner & Ritchie 1995, 4).

Suomen luonto tarjoaa mitä monimuotoisimpia vaihtoehtoja ympärivuotiseen matkailutoimintaan. Lapin talven lisäksi on alettu panostaa ympärivuotiseen toimintaan. Suomen valtion bipolaarisuus on pyritty häivyttämään ja luomaan yhtenäisen Suomen matkailualue. Lapissa on alettu keskittyä talven lisäksi kesän ja yöttömän yön tuotteistamiseen, ja muun muassa Levin Matkailu Oy on luonut Lapissa kokonaisen kesämatkailutuotepaketin.

Kesä on erityisesti tärkeä matkailullisesti kotimaan matkailulle. Kesälomakauden aikana suomalaiset matkailevat mielellään mökeillä ja kotimaan kulttuuritapahtumissa. Erityistä matkailullista vetovoimaa luovat vesistöt ja niiden aktiviteetit. Suomalaisen ihanne, kesämökki järven rannalla, kuvastaa tyypillistä toimintaympäristöä kesälomalaisille.

Vesistömatkailu onkin yksi Suomen kulmakivistä, joita on aktiivisesti kehitettävä, sillä se lisää tietoisuutta ympäristöstä. Tähän ottavat kantaa muun muassa Kauppa- ja teollisuusministeriön (KTM) luoma Suomen matkailustrategia vuodelle 2020 ja siitä inspiraatiota ottaneet eri toimijat. Vesistömatkailun nykytilaa on parannettava ja sen tarvitsemaa infrastruktuuria on kunnostettava ja pidettävä yllä. (KTM 2006, 44; MEK 2009b, 3 – 5.)

Vesistömatkailulla tarkoitetaan matkailun toimintaa, joka suuntautuu tai on muuten välittömässä asiayhteydessä veden tai siinä suoritettavien aktiviteettien kanssa. Tällöin vesistö on yksi matkaan vaikuttavista päävetovoimatekijöistä. Vesistömatkailussa ja vesistöön pohjautuvissa aktiviteeteissa toiminta voi sijoittua niin sisävesistöihin, kuten Oulujärvi ja Pyhäjoki, kuin merialueille, kuten Pohjanlahti ja Saaristomeri. (Jennings 2007, 10.)

Kestävä kehitys nivoutuu opinnäytetyöhöni keskeisesti, koska käsittelen työssäni luonto- ja erityisesti vesistömatkailua. Luonto on vetovoimainen silloin, kun se voi hyvin, ja matkailussa myös pitkän ajan kestävyys on tärkeää. Tätä pohjaan liiketoiminnan kasvun hakemiseen, joka kestää joskus jopa useita vuosia. Tuotteen elinkaari on yksi perustavanlainen näkökulma kestävän kehityksen kannalta. Olisihan se ikävää huomata, että hyvin markkinoihin uppoava tuote onkin kertakäyttöinen tai sen toteuttaminen muuttuu lähes mahdottomaksi resurssien puutteen, esimerkiksi ympäristön takia.

Vesistömatkailu on erittäin riippuvainen ympäristön hyvinvoinnista. Tämän takia vesistömatkailussa tulisi kiinnittää erityisesti huomiota ympäristön kestävyteen ja hyvinvointiin matkailua suunnitellessa ja yritysten liiketoimintaa kehitettäessä. Tämänkaltaisissa kohteissa, kuten Oulujärvi, on erityisen tärkeää pitää ympäristön kulttuuri vireänä ja huomioida alueen ympäristön omat kulttuurihistorialliset vaikutteet. Näitä hyödyntämällä voidaan liiketoimintaan saada uusia näkökulmia ja mahdollisesti uusia ideoita esimerkiksi tuotteistamisen kohdalla.

Hankkeet ja kehitysprojektit ovat yleistyneet nykypäivänä kehitysmuotona yritysten keskuudessa. Niiden rahoittamiseen on monia erilaisia tapoja, joista Euroopan Unionin LEADER-toiminta on varsin hyvä ratkaisu moniin esimerkkeihin.

2 TOIMINTAYMPÄRISTÖN ESITTELY

Luontomatkailun vetovoimaisuus on lähtöisin ennen kaikkea luonnosta ja sen saavutettavuudesta. Tätä osaltaan helpottaa alueen infrastruktuurin rakentaminen ja sen kehittäminen. Matkailu nojaa voimakkaasti rakentamattoman luonnon vetovoimaisuuteen sen taloudellisuuden takia. Kuitenkin matkailijalle on oltava tarjolla infrastruktuurin tarjoamia mahdollisuuksia muun muassa liikkumiseen ja majoittumiseen. (Kainuun maakunta -kuntayhtymä 2007, 10 – 11.)

Suomessa on 187 888 yli puolen hehtaarin kokoista järveä ja 647 jokea. Yhdessä joet ja järvet peittävät Suomen pinta-alasta noin 10 % makealla vedellä, jolloin ei ole ihme, miksi Suomi on maailmankuulu omista järvistään. Järvien vaikutus matkailullisena vetovoimana on vaikuttava niin yleisesti kuin myös Suomessa. (Kolari 2012.)

Oulujärvi on Suomen neljänneksi suurin järvi Suomessa. Se on pinta-alaltaan 900 neliökilometriä ja vettä järvessä on arvion mukaan viisi miljardia kuutiota keskiyvyden ollessa noin seitsemän metriä. Syvin kohta kuitenkin ylettyy jopa 39 metriin. Yli aarin kokoisia maa-alueita, eli saaria, järvessä on yli 650 kappaletta ja rantaviivaa kertyy noin 580 kilometriä. (Oulujärven Jättiläiset ry ja Kajaanin Matkailu Oy 2012.) Oulujärven kartta on liitteessä 1.

2.1 Oulujärven erikoispiirteitä

Suomen suurin sisävesiselkä, Ärjänselkä, sijaitsee Oulujärvellä, kuten myös toiseksi suurin, Niskaselkä. Oulujärvi rajoittuu idässä ja etelässä Kajaanin kaupunkiin, pohjoisessa Paltamon kuntaan ja lännessä Vaalan kuntaan. Järven rannoilla ja vesillä on kulkenut niin Suomen tärkeitä historiallisia henkilöitä kuin alueen hengissä pitänyttä tervaa. (Oulujärven Jättiläiset ry ja Kajaanin Matkailu Oy 2012.)

Oulujärven historiaan liittyy voimakkaasti tervan kuljetus. Tervaa käytettiin vanhaan aikaan erityisesti laivojen ja veneiden kyllästykseen, etteivät laivojen puiset osat lahoaisi, vaan säilyisivät hyväkuntoisina ja näin lisäisivät laivan käyttöikä. Kainuu oli yksi Euroopan tärkeimmistä tervantuotantoalueista 1800-luvulla. Terva oli tuohon aikaan Suomen tärkein vientitavara. Terva kuljetettiin Kainuusta pääasiassa Oulujärveä hyväksi käyttäen Ouluun, jolla oli tullioikeudet. Oulusta käsin terva lähetettiin sitten Englantiin ja Hollantiin, niiden laivastojensa tarpeisiin. (Löytynoja n.d.) 1800-luvun lopulla kalastusmatkailun vetovoimaisuus alkoi nosta päätään. Niin venäläisten ja kuin myös muiden Euroopan aatelisten kalastusmatkat Oulujärvellä ovat osa alueen historiaa. (Kalastusmatkailun teemapäivä 2012.)

Nykyään Oulujärvi toimii lähinnä matkailullisena vetovoimana Kainuulle ja siellä sijaitsevien yritysten toimintaympäristönä. Oulujärvellä on lähihistoriassa toiminut vahva ammattikalastuskulttuuri, mutta se koki pienen notkahduksen 1990-luvun lopulla. Kalaleader-toiminta on kuitenkin saanut ammattikalastuksen toiminnan nostamaan uudelleen päätään ja onnistunut tuomaan alueelle runsaasti uusia nuoria yrittäjiä aiheen pariin. Kuitenkin Oulujärven selällä seilaa edelleenkin ammattikalastajien troolareita tuomassa toreille sitä kuuluisaa Oulujärven muikkua. (Oikarinen 2012b.)

2.2 Matkailun merkitys Oulujärveä ympäröivissä kunnissa

Kainuu ja Järvi-Suomi ovat valtakunnallisella mittakaavalla ajateltuna yksi Suomen vetovoimaisimmista alueista. Kainuu ja Järvi-Suomi vetivät ulkomaalaisia matkailijoita toiseksi eniten alueena, lähes 900 000 ulkomaalaista matkustajaa matkusti sinne vuonna 2008. (MEK 2008, 35 – 36.)

Matkailu yksistään toi vuonna 2009 Oulujärven ympäröivälle alueelle mukaan luettuna Kajaani (45 259 000 €), Paltamo (7 076 000 €) ja Vaala (3 300 000 €) yhteensä yli 55 miljoonaa euroa välitöntä matkailutuloa, kun se koko Kainuussa oli 138 miljoonaa euroa. *Välitön matkailutulo* on rahamäärä, jonka alueelle saapuvat matkailijat käyttävät alueella palveluihin ja ostoksiin. (Järviluoma 2012, 21 – 22.)

Matkailun työllistämisaikutus 2009 vuoden tietojen (kokonaismatkailutyöllisyys) mukaan oli Kajaanissa 389 henkilötyövuotta (htv), Paltamossa 50 htv ja Vaalassa 24 htv. Tällöin Oulujärven alueen ympäristössä matkailun työllistävyys on yhteensä 463 htv. (Järviluoma 2012, 21.)

Oulujärven retkeilyalueen kävijämäärä on vuoden 2009 jälkeen lisääntynyt lähes 20 000 kävijällä vuoteen 2011 mennessä. Tämä harppaus on huomattava, ja sitä selittää osaltaan kävijälaskennan kattavuuden tehostaminen, joka nykyisellään ulottuu entisten lisäksi vesistöalueille ja saariin. (Järviluoma 2012, 27). Tämä tarkoittaa sitä, että aiemmissa tilastoinneissa on jäänyt tilastoimatta juuri vesistömatkailua harrastanut ryhmä, jonka huomioiminen tässä nyt nostaa kasvun tavanomaiseen trendiin.

Keskimäärin matkailijat viiptyvät Kainuussa 3,07 vuorokautta, kun vertailtava koko maan keskimääräinen matkailijoiden viipymä vuonna 2008 oli 4,2 vuorokautta (Kainuun Etu 2010; MEK 2008, 30). Tällainen pidempiä aikoja kohteessa viettävä matkailija tarvitsee ajallensa toimintaa ja aktiviteetteja. Näitä tarjoavia yrityksiä löytyy muun muassa Oulujärven rannoilta.

2.3 Oulujärven matkailu kehityssuunnitelmissa

Oulujärvi ja sen lähialueet ovat olleet useasti erinäisten kehitystoimien ja kehityssuunnitelmien kohteena. Oulujärven ohitse kulkeva valtatie 22 muun muassa on vuoden 2009 aikana toteutetun projektin myötä saanut matkailutiestatuksen, Tervantie. (Kajaanin AMK.) Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan yhdistävänä valtavyylänä valtatielle 22 on myös tehty esiselvitys vuonna 2011 sen kehittämistä koskien (Ramboll Finland 2011).

Oulujärven rannalla sijaitsee tällä hetkellä Suomen ainoa ja samalla maailman pohjoisin geopark. Rokua Geopark liitettiin Euroopan Geopark verkostoon vuonna 2010. Rokuan Geoparkille ominaisluontoinen jääkauden muodostelmien säilyminen on vaikuttava. Rokua Geopark Yrittäjyysshanke on Rokualla sijaitsevan Humanpolis Oy:n vetämä hanke, jonka tarkoituksena on selvittää alueen matkailun ja yrittäjyyden vaatimia palveluita. Lisäksi tavoitteena on lisätä alueella toimivien yrittäjien verkostoitumista ja yhteistyötä sekä rohkaista yrittäjiä tarjoamaan niitä palveluita, joista havaitaan puutosta. Hankkeen ajanjakso on 1.1.2012 - 30.6.2014. (Humanpolis 2012.)

Oulujärven alue on haasteellinen, ottaen huomioon sen fyysinen sijainti. Laajana alueena se ulottuu Kainuusta aina Pohjois-Pohjanmaan rajoille asti. Tämän takia sille on koettu tarvetta luoda erillinen Rokua – Oulujärvi -matkailun masterplan 2020. Suunnitelmassa käydään hyvin kattavasti läpi huomioon otettavia asioita matkailun alueellisessa kehittämisessä. Suunnitelmassa on myös vastuutettu konkreettisia toimenpiteitä ja on listattu "kärkihankkeita" toimintakaudelle. Yhteistyön organisoinnistakin on suunnitelmassa luotu malli, joka pohjustaa maakuntien välistä yhteistyötä. (Oulu – Kajaani -kehittämisyöhyke 2010.)

2.4 Valtion yleiset kehitysstrategiat

Suomen valtiolla on osansa matkailun alueellisessa kehittämisessä. Valtion eri periaatepäätökset ja valtion eri elinten strategiat ja toiminta- ja kehittämissuunnitelmat ohjaavat julkisen rahoituksen suuntautumisperiaatteita (Oikarinen 2012b).

Kauppa- ja teollisuusministeriön valmisteleva (KTM) Suomen matkailustrategia 2020 (2006, 26 – 30) merkitsee vesistömatkailun yhdeksi tuoteteemaksi, jota on kehitettävä. Strategian mukaan Suomen yhtenä tärkeimpänä vetovoimatekijänä toimivat vesistöalueet ovat heikosti tuotteistettuja ja niiden mahdolliset potentiaalit ovat huonosti tiedostettuja alueen yrittäjien keskuudessa (KTM 2006, 28).

Kuitenkin Suomen matkailustrategian toimintasuunnitelmassa esiin otetut asiat ovat poikineet erityistä kiinnostusta Suomen vesistömatkailua kohtaan eri tahojen kautta. Muun muassa Maa- ja metsätalousministeriö (MMM) ja Matkailun edistämiskeskus (MEK) ovat tehneet julkaisuja muun muassa Kalastusmatkailun kehittämisen valtakunnallinen toimenpideohjelman (MMM 2008) ja Melontamatkailun kehittämisstrategian toimenpidesuunnitelmineen (MEK 2009a).

2.5 Maakunnallinen kehitystyö

Maakunnissa on lakiin kirjatun säädöksen (Finlex 2012a) mukaan tehtävä aktiivista kehitystyötä alueen hyvinvoinnin, tasapainoisen kasvun ja taloudellisen kasvun takaamiseksi. Maakunnalla tarkoitetaan tässä laissa maakuntajakolakiin (Finlex 2012b) perustuen määräytyvää aluetta.

Kainuun maakunta -kuntayhtymä ja Kainuun Etu Oy tekevät jatkuvaa työtä Kainuun kilpailukyvyyn ylläpitämiseksi ja kehittämiseksi. Kainuun Etu Oy:n esittely on opinnäytetyön kohdassa 3.3.1. Kainuun maakunta -kuntayhtymä tekee matkailun kehitystyötä erityisesti palveluiden ja strategian osalla. Suurin merkitys kuntayhtymällä on aluetalouden suunnittelussa yhdessä muiden alueen toimijoiden kanssa. (Kainuun maakunta -kuntayhtymä 2011, 1 – 5.)

KTM:n tekemä Suomen matkailustrategia on vaikuttanut Kainuun maakunnassa Kainuun Edun tekemään Kainuun luontomatkailun teemaohjelmaan. Teemaohjelmassa paneudutaan Kainuun luontomatkailun kehittämisenäkökulmiin ja otetaan esille vesistömatkailun tila ja kehittämistarpeet. Ohjelmaa rahoittaa Ely -keskus. (Kainuun maakunta -kuntayhtymä 2007, 7, 28; Oikarinen 2012b.)

Tuomo Tahvanainen on kirjoittanut yhteistyössä Kainuun matkailuyrittäjien ja Kainuun kuntien kanssa Kainuun matkailustrategian. Kainuun matkailustrategia 2010 – 2020 visioi Kainuun olevan Euroopassa tunnettu luonto- ja vapaa-ajan matkailukohde, jossa yhdistyvät laatu, turvallisuus, monipuolisuus ja ympärivuotisuus. Kainuun matkailun kehittämistä ohjaavana strategiana Kainuun matkailustrategia 2010 – 2020 linjaa, ettei kehittäminen voi pohjautua muuhun kuin kestävään kehitykseen. Erityisesti Kainuun vahvuudet koskematon, villi ja puhdas luonto on pystyttävä turvaamaan. (Tahvanainen 2011, 22.)

Matkailun maakunnalliselle kehitykselle on luotu oma työkalu, lähinnä keskittyen tiedottamiseen, mutta erityisesti keskustelutyökaluksi. Kainuun matkailufoorumiksi nimetty tapahtuma kerää tärkeimpiä Kainuun maakunnan matkailun vaikuttajia saman katon alle noin 3 – 5 kertaa vuodessa. Foorumi on kaikille avoin ja siellä keskustellaan Kainuun matkailun kehittämisestä ja jaetaan tietoa alaan vaikuttavista muutoksista yhteiskuntapolitiikassa. Vetovastuu foorumissa on Kainuun Etu oy:llä, joka koolle kutsuu foorumin ja toimii puheenjohtajana. (Tahvanainen 2012.)

3 ALUEELLINEN JA KESTÄVÄ KEHITYS

Matkailun aluetaloudellisilla vaikutuksilla on monenlaisia eri tarkastelulähtökohtia. Näihin lukeutuu muun muassa työllistäminen, palvelutaso ja julkinen infrastruktuuri. (Kemppainen 2012; Saarinen 2006, 69 – 70.)

3.1 Kestävä kehitys

Kestävä kehitys on nykypäivänä varsin yleinen aspekti yrityksissä ja yhteisöissä, etenkin tutkimus- ja kehitystoiminnan saralla. Kestävän kehityksen juuret kuitenkin ylettyvät jo muutamaa kymmenen vuoden takaisin aikoihin. (Jennings 2007, 223 – 228.)

Kestävän kehityksen termin alkuperä sijoittuu YK:n Bruntlandin komission vuonna 1987 kirjoittamaan raporttiin, jonka liitteenä oli 22 kohtaa sisältävä ehdotus kestävän kehityksen ja ympäristönsuojelun nostamisesta oikeudellisen periaatteen tasolle. (Hemmi 2005, 75; Jennings 2007, 223 – 224; Vuoristo 2003, 44; Ympäristöministeriö 2012.)

Bruntlandin komission ehdotuksiin pohjautuen ratifioitiin Agenda 21 vuonna 1992 Yhdistyneiden Kansakuntien (YK) Rion konferenssissa, jossa sitoumuksen allekirjoitti yli 178 valtiota (UN 2009). Sitoumus sisältää pääpiirteissään toimintaohjeet kestävän kehityksen ajamiseen valtioissa. (Jennings 2007, 223 – 224; Weaver 2007, 10.)

Kestävän kehityksen politiikka sisältää nykypäivänä kolme eri ulottuvuutta: sosiaalinen kestävyys, ekologinen kestävyys ja ekonominen kestävyys. Nämä kolme ulottuvuutta nivoutuvat toisiinsa ja muodostavat yhdessä kokonaisuuden. (Hemmi 2005, 76 – 78.)

Useimmiten kuvataan kestävän kehityksen monimutkaisuutta ja sitä, miten se on vaikeasti tulkittavissa. Kuitenkin se, mitä tällä halutaan kuvata, on että jokaisella on vastuu kehityksen hallinnassa. Tällä pyritään kehittämään järjestelmä, joka säilyy ja pysyy hyvinvoivana saavuttaen kuitenkin asetetut kasvu- ja kehitystavoitteet. (Hemmi 2005, 76 – 78.)

Toisin sanottuna kestävän kehityksen tarkoituksena on edistää ajattelumallia, jossa kehitys- ja edistämissuunnitelmissa otetaan huomioon tavoitteiden toteuttamiseen johtavien keinojen suunnittelua siten, että tavoitteet saavutetaan vaarantamatta tulevaisuuden sukupolvien tavoitteiden saavuttamista (Weaver 2007, 10).

3.2 Kestävä kehitys ja matkailun yhteistyössä

Matkailun vaikutuksista ympäristöön, alueen talouteen ja kulttuuriin puhutaan useasti. Matkailulla on monesti hyvien vaikutusten lisäksi varsin negatiivisiakin vaikutuksia. Näihin luokituvat muun muassa alueen ympäristöön kohdistuva paine. Kuten Soili Valkama (1997, 97 – 102) kirjoituksessaan toteaa, luontomatkailu verottaa koskemattoman luonnon käsitystä niin meillä Suomessa kuin muuallakin maailmassa.

Tämän ja muiden matkailun asettamien hättävien vaikutusten torjumiseksi on matkailun saralle noussut yleismaailmallisen kestävän kehityksen ajattelumalli, kestävä matkailun kehitys tai yleisemmin kestävä matkailu. Kestävä matkailu alueellisena kehittäjänä nostaa kuitenkin monia ristiriitoja matkailun perimmäisestä luonteesta johtuen. Osa keskustelun osallisista onkin luopunut kestävä matkailu -termin käytöstä kokonaan. (Saarinen 2006, 69 – 70.)

KTM:n (2006, 18) laatima Suomen matkailustrategia 2020 pohjaa arvonsa kestävän matkailun periaatteelle. Suomen kulttuuri, luonto ja ympärivuotinen kestävä talous on mainittu arvoissa, joihin matkailustrategia rakentuu. Näiden asioiden tuominen esiin matkailustrategiasa lisää kestävän kehityksen painoarvoa matkailussa, jolloin sen tutkiminen, kuinka sitä otetaan huomioon arkielämän toiminnassa, on ajankohtainen osa opinnäytetyötäni.

Kestävä matkailu koostuu esikuvansa tavoin kolmesta osa-alueesta, joiden varaan kestävän kehityksen tapahtuminen matkailussa rakentuu. Sosiaalinen näkökulma koostuu yhteisön huomioimisesta kehitysohjelmassa. Tärkeimpänä osana lienee se, mitä kehitys aiheuttaa yhteisölle ja mitä yhteisö mahdollisesti saavuttaa. Yhteisön osallistuminen kehittämiseen on tärkeää. Tällöin koko yhteisön mielipiteet ja odotukset koskien kehitysprosessia tulevat esille. Tämä yleensä saa yhteisön yhdessä tekemään toimia, jotka helpottavat osaltaan kehittämisprosessin kulkua. Sosiaaliseen näkökulmaan liitetään hyvin oleellisena osana kulttuurin näkökulman. Tämä muodostaa kokonaisuuden sosiokulttuuri, jolla tarkoitetaan yleensä paikallisen kulttuurin ja kulttuuri identiteetin säilymistä. (Hemmi 2005, 82; Jennings 2007, 231.)

Ekologinen näkökulma tuo kehitysprosessiin ympäristön huomioimisen. On tärkeää huomioida mahdolliset ympäristölliset tekijät kehitysprosessia suunnitellessa. Luonnon ja sen kantokyvyn ottaminen huomioon parantaa tulevaisuudessa tapahtuvaa kehitystyötä ja mahdollistaa toiminnan jatkumisen pitkään, vaarantamatta pääasiallista vetovoimaa eli hyvinvoivaa luontoa. (Hemmi 2005, 82; Holden 2008, 187 – 189.)

Ekonominen näkökulma tuo tärkeimmän ajatuksen yrittäjiä ajatellen kuvioon mukaan. Sen, miten liiketoimintaa saadaan kasvatettua ja siitä saadaan kerättyä mahdollisimman suuri voitto vielä myöhemminkin. Suunnitelmallisuus tässäkin osa-alueessa maksaa yleensä itsensä takaisin. (Hemmi 2005, 82.)

Etenkin luontomatkailussa langetaan helposti yhden kauden varaan, varsinkin kun kyse on vesistömatkailusta. Kuitenkin suunnittelemalla ympärivuotista toimintaa voidaan turvata rahavirrat sulakausien ulkopuolella, mikä tuo kestävyttä ja jatkuvuutta yrityksen talouteen. (Silva 2012.)

Kestävä kehitys ja siitä keskustelu on vaikuttanut erityisesti matkailijoiden kulutustottumuksiin. Brittiläisen Tearfundin tekemän tutkimuksen mukaan yli puolet englantilaisista olisi valmis varaamaan matkansa matkanjärjestäjältä, jonka toiminta pohjautuu kestäville ja ympäristöä kunnioittaville arvoille. (Vuoristo 2003, 44; KTM 2006, 13 – 14.)

Kuluttaja tottumuksien lisäksi kestävä kehityksen näkyvyys on vaikuttanut myös yrityksiin. Matkailun saralle on alkanut nousta mitä moninaisempia erilaisia kestävä matkailun muotoja, kuten ekomatkailu, vihreä matkailu, geomatkailu, sosiaalinen matkailu ja muut vaihtoehtoiset matkailutuotteet.

3.3 Alueellinen kehitystyö

Matkailun tehokkain kehittämistoiminta lieneekin alueellisesti painottuva kehittämistoiminta. Tätä toteutetaan useimmiten järjestöpohjaisilla kehittämisprojekteilla ja hankkeilla. Järjestöt ovat usein alueen matkailuyritysten omia järjestöjä, joiden pääasiallisen kehittämistoiminnan ja alueen markkinoinnin lisänä on toimintasuunnitelmaan ja projektien suunnitelmiin merkittävihin tavoitteiden lisäksi alueellinen yrittäjien välisen yhteistyön vahvistaminen. (Nuottimäki & Piippo 2012; Oikarinen 2012b.)

Yritysten pienuus ja hajanaisuus on uhka matkailun kehitykselle. Yhteistyön ja sen tuomien etujen vaikutusta ei pidä väheksyä. Matkailu on paljon resursseja vaativa ala. Yhteistyöllä pienilläkin yrityksillä on yhdessä mahdollisuus toimia ja saavuttaa kannattavuus helpommin kuin yksinään ahertamalla. (MEK 2009a, 5.)

Yritysten välinen yhteistyö ja verkottuminen ovatkin nykypäivänä alueellisen kehittymisen yksi peruslähtökohdista. Tämä perustuu vanhaan väitteeseen, jonka mukaan ”yhdessä olemme vahvempia”. Yhteistyö alueellisesti tuo muutenkin mahdollisuuksia oppia uutta ja vaihtaa tietotaitoa ja saada apua. (Tahvanainen 2012; Taina 2012; Siivonen 2002, 16 – 22.)

3.3.1 Kainuun alueellinen elinkeinojen kehitystyö: Case Kainuun Etu Oy

Kainuun Etu Oy on Kainuun kuntien yhteisomistuksessa oleva yhtiö, jonka tarkoitus on alueellisesti tehtävä työ elinkeinojen kehittämiseksi ja hyödyksi. Kehittämistyötä toteutetaan avaintoimialojen liiketoimintaosaamista, verkostoitumista, kilpailukykyä ja kansainvälistymistä tukien. (Kainuun Etu Oy 2012.) Kainuun Etu oy on perustettu vuonna 2000 ja vuosittainen hankekanta on noin 10 – 12 miljoonaa euroa. Voittoa tavoittelemattomana yhtiönä Kainuun Etu Oy työllistää tällä hetkellä noin 35 henkilöä, mutta parhaimmillaan luku on kivunnut jopa 50 henkilöön. (Tahvanainen 2013.)

Yhtiön toiminta koostuu hankkeista, niiden suunnittelusta ja toteutuksesta. Hankkeet ovat aina aitoihin tarpeisiin pohjautuvia. Yhtiö toteuttaa hankkeensa ensisijaisesti toiminta-alueensa yritysten toiveiden ja tarpeiden pohjalta. Kainuun Etu Oy toteuttaa myös maakuntaohjelmaa yritysten näkökulmasta. Painopisteenä toiminnassa on Kainuun kansainvälistäminen. Työtä tehdään, jotta Kainuu alueena tulee olemaan helpommin saavutettavissa, helpommin löydettävissä ja ostettavissa muun muassa ulkomaisten sijoittajien toimesta. (Tahvanainen 2013.)

Kainuun Etu oy toimii kaikilla Kainuun toimialoilla, jotka on jaettu yhtiön toimintaan selkeiksi avaintoimialoihin. Avaintoimialoihin kuuluu kivi- ja puutoimiala, ICT, elektroniikka ja metallitoimiala sekä elämysteollisuus, johon lukeutuu Kainuun matkailu, luovat alat ja elintarviketeollisuus. (Kainuun Etu 2012a; Kainuun Etu 2012b; Tahvanainen 2013.)

Elämysteollisuus-toimialan päätehtävä on toimia Kainuun matkailun kehittäjänä. Alueen yritykset ovatkin antaneet Kainuun Etu Oy:lle päävastuun matkailun kehittämisessä. Matkailun kehittäminen Kainuussa tapahtuu Kainuun matkailukeskittymien omien matkailuyhdistysten tukemana. Näitä Kainuussa on yhteensä kuusi kappaletta. Oulujärven matkailuyhdistyksen nimi on Oulujärven Jättiläiset ry., joka on esitelty myöhemmin kohdassa 3.3.2. (Tahvanainen 2013.)

Kainuun Etu oy toimii yhdyskäytävänä MEK:een. Keskeisimpinä tavoitteina Kainuun Etu Oy näkee matkailun saralla kansainvälistymisen ja matkailukeskittymien sisäisen ja keskinäisen yhteistyön nostamisen. Kainuun Etu Oy:ssä työskentelevä elämysteollisuus toimialan johtaja Tuomo Tahvanainen on kirjoittanut Kainuun matkailustrategian yhteistyössä Kainuun matkailuyrittäjien ja kuntien kanssa. (Tahvanainen 2013.)

3.3.2 Matkailun ja yhteistyön kehittäminen: Case Oulujärven Jättiläiset ry

Oulujärven Jättiläiset ry on Oulujärven alueella toimivien yritysten yhteistyö- ja edunvalvontajärjestö (Oulujärvi.fi 2012). Oulujärven Jättiläiset ry:n toiminta koostuu pääasiassa jäsenyritysten ja alueen yhteismarkkinoinnista. Toimintaa pyörittää osa-aikaisesti projektipäällikkönä toimiva Pirjo Nuottimäki. Hallituksen puheenjohtajana on Esko Piippo. (Nuottimäki & Piippo 2012.)

10-vuotias yhdistys vaikuttaa yhteismarkkinoinnin ohella alueellisena edunvalvojana muun muassa kuntien ja maakunnan elinkeinotoimissa. Näissä piireissä Oulujärven Jättiläiset ry:llä on pyrkimys kasvattaa alueen matkailun tunnettuutta ja asemaa. Tähän pyritään esimerkiksi kuntien matkailuresurssien yhteiskäytön edistämisenä alueen hyväksi. (Nuottimäki & Piippo 2012.)

Yhdistyksen jäsenistö koostuu 45 alueen yhdistyksestä ja yrityksestä. Oulujärven Jättiläiset ry:n uskotaan vielä joskus nousevan yhteiseksi Oulujärven alueen matkailun koordinaattoriksi. Kaikki alueen yritykset eivät kuitenkaan ole jäsenenä yhdistyksessä. Tätä perustellaan esimerkiksi ketjun ohjeistuksilla. (Nuottimäki & Piippo 2012.)

Oulujärven Jättiläiset ry:n saavutuksiin voidaan lukea yhteisen alueen matkailuportaalin julkaisu Internetissä. Myös alueen palvelukartan päivittäminen ja painattaminen on tuonut alueen yrityksille lisää näkyvyyttä. Lisäksi edunvalvontaan lukeutuvia asiain edistämisiä on kertynyt vuosien varrella. Yrityksen kannalta myös erittäin arvokkaan verkottuminen muiden alueen yrittäjien kanssa on tullut helpommaksi tällaisen yhdistyksen kautta. (Nuottimäki & Piippo 2012.)

Yhteistyötä yhdistys tekee muun muassa Pohjois-Pohjanmaan liiton, Kainuun Liiton ja MEK:n kanssa. Lisäksi tällä hetkellä kansainvälinen yhteistyö on aluillaan mittavassa mittakaavassa, kun Oulujärvi on yhtenä jäsenenä kansainvälisessä sisävesistöjen verkostossa. Tässä yhdistyksen tavoitteet tulevat konkreettisiksi. Kansainvälinen verkosto luo Oulujärvelle nimeä ulkomailla ja aikaansaa toivon mukaan myös kansainvälistä vetovoimaa, joka lisääisi matkailijoiden löytämistä Oulujärvelle. (Nuottimäki & Piippo 2012.)

3.3.3 Hankkeiden rahoitus ja neuvonta: Case Oulujärvi LEADER ry

LEADER toimintaperiaate on rantautunut Suomeen 1996. Se on osa Euroopan Unionin maaseutujen kehittämisohjelmaa, jota rahoittaa Euroopan Unionin maaseudun kehittämisen maatalousrahasto (Maaseuturahasto). LEADER periaate on alhaalta ylös suuntautuva paikallisten tarpeisiin pohjautuva kehittämistyö. LEADER sana tulee ranskankielisestä ilmaisusta Liaisons Entre Actions Developpement l'Economie Rurale, jotka suomennettuna tarkoittavat yhdyssiteitä maaseudun talouden kehittämiseen tähtäävien toimenpiteiden välillä. (Kahelein 2011, 11; Korhonen 2007, 5.)

LEADER toiminnan yleisiä tavoitteita ovat maaseudun kilpailukyvyyn ja vetovoimaisuuden turvaaminen ja alueen asukkaiden elinolosuhteiden parantaminen. Manner-Suomessa toimii yhteensä 55 LEADER-toimintaryhmää, jotka toimivat rekisteröityjen yhdistysten kautta. Näiden toimintaryhmien rahoitusta koordinoi Maa- ja metsätalousministeriö (MMM). (Kahelein 2011, 11; MMM 2011.) Näistä yksi on Oulujärvi LEADER ry.

Oulujärvi LEADER ry on vuonna 1996 perustettu kehittämissyhdystys, joka toimii Paltamon, Vaalan ja Puolangan kuntien lisäksi Kajaanin maaseutualueella. Oulujärvi LEADER toimii toiminta-alueellaan maaseutualueen hyvinvoinnin ja kehittymisen edistäjänä. Toiminta koostuu niin hankeneuvonnasta ja niiden rahoituksesta kuin koulutus- ja luentopalveluiden tarjoamisesta. Lisäksi Oulujärvi LEADER toimii kehitysrahoittajana yrityksille, joiden toiminta ohjautuu Oulujärvi LEADER:n toiminta-alueelle. (Oikarinen 2012a; Oulujärvi LEADER ry 2012.)

Oulujärvi LEADER:n toimintaa ohjaa alueen yrittäjien, yhdistysten ja asukkaiden kanssa yhdessä laadittu kehittämissuunnitelma. Jäsenistöön kuuluu toiminta-alueen kuntien lisäksi paikallisia yrityksiä, yhdistyksiä, yhteisöjä ja yksityisiä henkilöitä. Jäsenistöön voi liittyä kuka vain, kunhan kiinnostusta riittää alueen yhteiseen kehittämiseen. (Oikarinen 2012a; Oulujärvi LEADER ry 2012.)

Oulujärvi LEADER ry:n toimintakaudelle 2000 – 2006 varattu julkisen rahan osuus 3,3 miljoonaa euroa saatiin nostettua seuraavalle toimintakaudelle 2007 – 2013 5,25 miljoonaa euroon. Rahoittajan mielestä maaseutu tarvitsee Oulujärvi LEADERin toimintaa kehittääkseen ja pitääkseen maaseutujen toimintaa virkeänä ja pyrkiäkseen lisäämään vetovoimaisuutta erilaisen hanketoiminnan ja alueella toimivien yritysten kehittämisen tukemisella. (Oulujärvi LEADER 2012.)

Kehittämissuunnitelman keskeisin piirre on se, että se on alueen toimijoiden itse luoma, jolloin hankkeet ja kehitysapu ohjautuu suoraan tarpeisiin. LEADER -toiminnan perusajatus onkin alueen omatoiminen kehittäminen (MMM 2011). Suurin kehitettävä yksittäinen elinkeinoala Oulujärvi LEADER:n toiminta-alueella on ollut matkailu. Yrityksillä on hyvät mahdollisuudet valita runsaasta tukivaihtoehdoista. Tukimuotoja ovat investointituki, kehittämistuki, käynnistystuki ja yritysryhmätuki. Tukien määrä vaihtelee 35 %:sta aina 75 %:iin asti. (Oikarinen 2012a.)

4 TUTKIMUSTYÖ

Tässä osassa tarkoituksena on tuoda julki erilaisia vaihtoehtoja yritysten toiminnan kehittämiseen. Nämä vaihtoehdot perustuvat kvalitatiiviseen tutkimussuuntauksen perusteella tehtyyn tutkimukseen yritysten omista mielipiteistä investointi- ja kehitystarpeisiin.

Tutkimuksessa on kaksi osaa. Ensimmäinen osa sisältää selvityksen yleisesti käytössä olevasta infrastruktuurista, jonka puitteita käyttävät niin yksityiset omatoimiset matkailijat kuin alueen yritykset. Toinen osa sisältää yrittäjien mielipiteet haastattelututkimuksen kautta saaduista tuloksista alueen infrastruktuurin kehittämiseen tarvittavista investointi- ja toimintatarpeista, joita tarvitaan liiketoiminnan nopeampaan kehittämiseen alueella.

Varsinaista haastattelututkimusta suunnitellessani käytettiin keräämääni pohjatietoa alueesta ja alueen yrityksistä, kuten kestävästä kehityksestä erityisesti matkailun saralla. Selvitystyössä kerätty informaatio alueen vesistömatkailuun käytettävästä infrastruktuurista oli pohjustusta teemahaastattelulle, jossa käydään läpi muun muassa niiden yritysten käyttöastetta.

Haastattelututkimuksen luonteelle ominaisin piirre on, että se pohjautuu nimenomaisesti tutkittavien yritysten ja heidän edustajiensa mielipiteisiin, ei niinkään tilastollisiin lukuihin vaan niin sanottuihin laadullisiin määrittäjiin. Näillä määrittäjillä saadaan syvällisempi kuva alueen ongelmista ja siitä mihin pitää keskittyä.

4.1 Tutkimuksen kohde

Selvitystyön kohteena toimi alue Oulunjärvi sen rantoineen ja saarineen. Oulujärven alueella oleva infrastruktuurin selvittäminen itselle oli osa selvitystyötä, jotta niistä keskusteleminen myöhemmässä haastattelututkimuksessa olisi helpompaa.

Tutkimuksen kohderyhmänä toimivien vesistömatkailuyritysten määrä Oulujärvellä on Oulujärven Jättiläiset ry:n ja Kainuun matkailu Oy:n mukaan (2012) kymmenen kappaletta. Näissä yrityksissä on toimijoita sekä kalastusmatkailun että vesistökuljetuksen, melonnan ja ohjelmapalveluiden tarjoajista.

Tutkimuksen kohteena ovat Oulujärvellä toimivat vesistömatkailuyritykset. Vesistömatkailun kehittäminen on ajankohtainen puheenaihe, ja Kainuun maakunta -kuntayhtymä ottaa kantaa siihen, ettei sen nykytila ole riittävä ja että parannettavaa on (Kainuun maakunta -kuntayhtymä 2006). Tutkittavan ryhmän koko oli viisi yritystä, joiden maantieteellinen sijainti tai välitön toiminta-alue on Oulujärvi. Alkuperäisen suunnitelman mukaan tarkoituksena oli tavoittaa kaikki alueella toimivat yrittäjät tutkimukseen mukaan. Kuitenkin osa yrittäjistä oli muuttanut pääasiallista toiminta-alueitaan, lopettanut liiketoimintansa tällä saralla tai muutoin estynyt tutkimukseen osallistumiseen.

Tutkimukseen osallistuneiden yrittäjien tiedot ja vastaukset käsiteltiin luottamuksellisina. Tällä pyrittiin saamaan mahdollisimman avoin ilmapiiri aikaan teemahaastattelutilanteessa.

4.2 Tutkimusongelmia

Selvitystyön päällimmäisenä ongelmana oli: Miten paljon infrastruktuuria on, ja kuinka sen levittäytyminen Oulujärven alueella on jakautunut?

Tutkimuksen toimeksiantaja haluaa tietää vesistömatkailuyritysten nykytilan, tarpeet ja ongelmat. Lisäksi haluttiin tietää, onko yritysten toiminnassa tarvetta kehitykselle tai investoinneille tai löytyykö jotain kehitettävää, johon olisi tarvetta saada esimerkiksi hankerahoitusta.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää alueen yritysten tarve alueen matkailulliseen infrastruktuuriin ja yritysten toimintaan kohdistuvista kehitysrahojen investoinneista. Tarkoituksena oli selvittää tutkimuksen ohessa, millainen yritysten nykyinen tilanne on ja onko yrityksillä on muita kehittämisehdotuksia tai hankeintressejä aluetta ajatellen. Lisäksi tavoitteena oli tutkia, miten Oulujärvellä toimivat yritykset ovat verkostoituneet ja millainen tietämys heillä on kestävästä kehityksestä.

4.3 Tutkimusmenetelmät

Kvalitatiivinen tutkimussuuntaus on yleensä mielletty enemmän ilmiöiden kuvaamiseen ja niiden ymmärtämiseen. Siinä missä kvantitatiivinen tutkimussuuntaus kuvaa tai selittää ilmiötä numeroin tai muutoin määrällisin ilmaisumenetelmin, kvalitatiivinen tutkimussuuntaus kuvaa ilmiön syitä tai selityksiä monipuolisemmin. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006a.)

Kvalitatiivinen tutkimussuuntaus on varsinkin sosiaalisen tieteenalalla käytetty tutkimussuuntaus, jolla pyritään luotaamaan syvällisemmin tutkimusongelman tavoitteita. Vaikka tulokset pohjautuvatkin kvalitatiivisiin menetelmin toteutettuun tutkimukseen, ovat tulokset silti myös analysoitavissa, osissa tapauksissa, myös kvantitatiivisiin menetelmin. Näin ollen tutkimusmenetodit ovatkin toisiaan täydentäviä paremminkin kuin toisensa pois sulkevia. Muun muassa tästä syystä kvantitatiivinen - kvalitatiivinen -vastakkainasettelua kritisoidaankin. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 126 – 155.)

Opinnäytetyönä tehtyyn tutkimukseen valittiin käytettäväksi kvalitatiivinen tutkimusmetodi perinteisen survey-metodin sijasta, jotta alueella tiedostamattomat ongelmat saatiin julki. Kvalitatiivinen tutkimus sopiikin tähän tutkimukseen, kun tarkastellaan vaikutusten sijasta syitä siihen, miksi näin on.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin puolistrukturoitua teemahaastattelua, koska tutkimuksen tavoitteena on tarkoitus saada juuri yrittäjien suorat mielipiteet esiin. Tutkimuksen luonteelle ominaista on, ettei tulosten luonnetta voitu tietää etukäteen, jolloin strukturoidun rakenteen ja kvantitatiivisen tutkimuksen toteuttaminen olisi ollut haastavaa.

Sen sijaan puolistrukturoitu teemahaastattelu antoi mahdollisuuden tehdä haastattelua varten valmiit aihealueet, joista voitiin keskustella avoimesti ilman kysymys – vastaus asettelua. Haastateltavien anonymiteetti pidettiin tarkoituksella tutkimusalueen ollessa niinkin pieni ja yritysten toistensa tunteminen tiedettiin etukäteen. Tällöin liiketoimintaan vaikuttavat paljastukset eivät aiheuttaisi vajetta tutkimuksen tuloksissa. Tulosten käsittely on eritoten tärkeässä asemassa ja niiden muotoilu siten, ettei niissä paljastetettu mitään arkaluonteista tietoa yrityksistä.

Teemahaastattelu on varsin avoin ja yleisesti käytetty kvalitatiivisen tiedon keräysmuoto. Teemahaastattelu sopii tilanteeseen, jossa tutkitaan vähemmän tiedostettuja olosuhteita ja joissa tutkimus hypoteesia ei välttämättä ole. Teemahaastattelun ominaisin piirre on sen keskustelunomaisuus. Tässä kuitenkin poiketaan avoimesta haastattelusta siten, että haastattelijalla on valmiit aihealueet, joista on tarkoitus kerätä informaatiota. Apukysymykset tai keskustelun teemat ovat sitä varten, että voidaan ruokkia keskustelua. Oleellisin kohta teemahaastattelun onnistumisessa on haastateltavan substanssieto, eli kohteet on valikoitava siten, että keskustelua on mahdollista saavuttaa haastateltavan tietojen pohjalta. (Saaranen – Kauppinen & Puusniekka 2006b.)

Puolistrukturoidulla menetelmällä tarkoitetaan menetelmää, jossa jokaiselle haastateltavalle käydään samat aihealueet siinä järjestyksessä ja laajuudessa kuin haastattelutilanteessa koetaan parhaaksi. Tällä pyritään keskittymään juuri siihen informaatioon, joka on tarpeellista tutkimuksen kannalta. Puolistrukturoitu haastattelu näin ollen kohdentaa keskustelun juuri siihen aiheeseen, josta tietoa halutaan kerätä, jolloin keskustelu ei lähde kovin pahasti sivuraiteille. Tässä säästetään sekä haastateltavien että haastattelijan aikaa. (Saaranen – Kauppinen & Puusniekka 2006c.)

4.4 Tutkimuksen toteutus

Ensimmäinen osa tutkimuksesta, selvitystyö, toteutettiin pohjautuen materiaaliin, jota on saatavilla. Mainos- ja markkinointimateriaali (Oulujärven Jättiläiset ry. ja Kajaanin Matkailu Oy 2012), kuten karttaesite Oulujärven matkailukohteista, yhdistettynä Internetistä saataviin online-karttapalveluihin, kuten Retkikartta- (Metsähallitus 2012) ja Kainuun ulkoilukartta - Kainuun ulkoilukartta 2012) karttapalvelut, toimivat pääasiallisina tietolähteinä. Infrastruktuurin selvittämiseen liitin myös listan satamapaikoista Oulujärvellä.

Haastattelututkimus toteutettiin avoimena teemahaastatteluna, jossa yrittäjien kanssa keskusteltiin valmiiksi asetetuista teemoista. Tällä teemahaastattelulla pyrittiin keräämään mahdollisimman subjektiivinen näkemys tilasta, joka alueella vallitsee. Yrittäjien mielipiteiden ja omien havainnointien ja halujen kerääminen oli tutkimuksen tavoitteena.

Keskustelut nauhoitettiin ja niistä saatu aineisto kirjoitettiin puhtaaksi, eli litteroitiin, analysointia varten. Tällöin analyysin tekeminen helpottui huomattavasti ja myös haastattelutilanteessa vapautui aikaa enemmän keskittyä keskusteluun, kuin jos haastattelija olisi yrittänyt kirjoittaa kaiken ylös. Näin ollen päästiin pureutumaan teemahaastattelun omaisesti keskustelussa nouseviin mielenkiintoisiin sivuhuomautuksiin.

Haastatteluille sovittiin ajat etukäteen ja sopimisen yhteydessä haastateltaville lähetettiin haastattelun teemat, joista tultiin keskustelemaan. Näin ollen haastateltavilla oli aikaa perehtyä aihealueisiin ja miettiä, mitä he haluavat kertoa aiheesta. Haastattelulle varattiin reilusti aikaa, jotta keskustelusta saatiin kiireettömän oloinen. Haastattelut toteutettiin lokakuussa - marraskuussa 2012, jolloin yrittäjillä on ollut aikaa palautua edellisestä 'high seasonista' eli kaudesta, jolloin asiakkaita on eniten liikkeellä, ja haastateltavilla on ollut mahdollisuus jo tutustua ja suunnitella seuraavan kesän toimintaa.

Litteroitu aineisto analysoitiin myöhemmin, kun kaikki litteroinnit oli saatu valmiiksi. Litterointeja ei käsitelty tietokoneen aineiston käsittelyohjelmilla, koska siihen ei nähty tarvetta haastattelun rakenteen ja litterointien perustuessa valmiiseen teemapohjaiseen runkoon. Aineiston analysointimenetelmänä toimi aineiston purkaminen teema-alueittain (Hirsjärvi & Hurme 2000, 141 - 143, 173), jossa hyväksikäytettiin jo valmiina luotua teemarunkoa haastatteluista.

4.5 Oulujärven vesistömatkailun infrastruktuurin nykytila

Metsähallitus tarjoaa yleisesti käyttöön erilaista infrastruktuuria Oulujärvellä ja sen saarissa. Metsähallituksen ylläpitämän ja huoltaman infrastruktuurin käyttöä ohjaavat Luontoon.fi -nettisivuilta saatavat säännöt, joiden mukaan infrastruktuuri on ennen kaikkea tarkoitettu yksityisten, omatoimisten matkailijoiden käyttöön. Tämä ei kuitenkaan poissulje mahdollista käyttöä osana yritysten tarjoamaa päiväretkitoimintaa levähdyspaikkana. Tällöin kuitenkin on tehtävä erillinen sopimus Metsähallituksen kanssa infrastruktuurin käytöstä liiketoimintaan. Yritysten yöpymiskäyttöön Metsähallitus ohjaa käyttämään varaus- ja vuokratupia. (Metsähallitus 2011.) Kartta Oulujärven retkeilyinfrastruktuurista on liitteessä 1.

Oulujärven alueella Metsähallitus tarjoaa matkailuyrittäjille päiväretki ja taukopaikkakäyttöön laavuja, kotia ja vuokratupia. Niiden yhteydessä on joillakin laavuilla ja kodilla kuivakäymälöitä, opastustauluja ja tulentekopaikkoja (Metsähallitus 2012.) Jätteiden lajittelupisteitä ja roskien jättämispaikkoja löytyy, mutta niihin yrittäjän ei mielestäni kuulu turvautua, vaan yrittäjän kuuluisi huolehtia itse omasta toiminnastaan aiheutuvat jätteet pois.

Metsähallituksen tarjoamien tauko- ja tulipaikkojen lisäksi on tärkeää huomioida se, miten yrittäjät kuljettavat asiakkaitaan Oulujärvellä. Tämä on varsinkin kesäisin, mutta myös muulloin sulanveden aikaan yleensä vene tai muu yleinen vesistömatkailuun soveltuva kulkuneuvo. Tällöin on oleellista huomioida mahdollisuus rantautua saariin ja ”mantereelle”.

Vesistömatkailullinen infrastruktuurin tilasta saadaan monenlaista tietoa. Osaltaan Ylelle kommentoinut Esko Piippo (Yle 2012) on sitä mieltä, ettei alueen infrastruktuuri ole riittävä nykyisellään alueen matkailullista kehittämistä silmällä pitäen. Piippo tuo esille tarvetta eritoten majoituskapasiteetin suhteen. Toisaltaan Oulujärven Jättiläiset ry:n tuottaman karttaesityksen (2012) mukaan veneilijöille on tarjolla mahdollisuuksia varsin monipuolisesti ja venepaikkoja on tasaisin välein ympäri rantaviivaa.

Oulujärvellä on varsin sopivasti veneilijöiden ja yritysten tarpeisiin sopivia venesatamia ja -laitureita. Lisäksi veneenlaskupaikkoja ja sitä varten rakennettuja liuskoja on. Kuitenkin mitä Oulujärveltä puuttuu, joka osassa suuremmissa vesistöissä on otettu huomioon, on vesistöreitit. Kyseisenlainen vesistöreitti on otettu käyttöön esimerkiksi Mikkelissä, jossa Puula – Kyyvesi -vesistöreitin tavoitteena on alueen yrittäjien tuotesuunnittelun ja investointien helpottaminen (Lehtolainen 2003).

Oulujärvellä virallisia melontareittejä ei ole, mutta Oulujärveä ympäröivissä joissa melontareittejä on Kainuun ulkoilukartan (2012) mukaan kolme. Näiden lisäksi Oulujärven läpi on mahdollista kulkea Tervareitti-nimistä reittiä pitkin. Virallisesti reitti päättyy Ontojärvelle, jossa reitin vapaana virtaava osuus päättyy. Ontojärveltä alaspäin, Ouluun saakka kulkee vesiyhteys, mutta sen varrella on voimalaitoksia. (Meloen Järvisuomessa n.d.)

Rakennettuja eritasoisia käyntisatamia Oulujärvellä on 47 kappaletta. Käyntisatamien luonne vaihtelee suuresti. Joukko koostuu vieraslaitureista, retkisatamista, palvelusatamista ja kotisatamista. Oulujärvellä on yksi vierassataman kriteerit täyttävä venesatama. Se sijaitsee Paltamon kunnassa. (Puranen 2008; Oikarinen 2012b.) Lista Oulujärven käyntisatamista on liitteessä 2.

Venesatamat on luokiteltu entisen Merenkulkulaitoksen alaisena toimivan venesatamaryhmän toimesta pääasiassa matkaveneilijöitä ajatellen luodun luokittelun mukaan. Luokittelu kuitenkin palvelee venesatamien ylläpitäjiä ja viranomaisia. (Puranen 2008.)

4.6 Haastattelun teemat

Tässä kohdassa tuon esille millaisilla teemoilla teemahaastattelussa keskusteltiin. Haastattelu toteutettiin kuitenkin vapaan keskustelun periaatetta käyttäen, jolloin keskustelulle ei laadittu valmista kehystä vaan keskustelussa edettiin sillä tahdilla, mikä sopi haastateltaville.

- Mitä yritys tekee tai tarjoaa? Onko Oulujärvi osa toimintaympäristöä (low priority) vai pääasiallinen toimintaympäristö? Markkinointikeinot mitä yritykset käyttävät? Liikevaihto ja sen kehitys? Asiakkaiden luonne yritys-/yksityisasiakkaat? Asiakkaiden tuloalue, mistä, Suomi/ ulkomaat/alueet?
- Kestävä kehitys. Miten yritykset ovat ottaneet huomioon kestävän kehityksen periaatteet yritystoiminnassaan? Onko yrityksillä tietoa kestävästä kehityksestä ja sen vaikutuksista? Mitä kestävä kehitys merkitsee yrityksille? Onko yrityksille tarjolla tietoa kestävästä kehityksestä?
- Verkostoituminen. Yritysten mielipiteet verkostoitumisen tuomista hyödyistä ja haitoista? Millainen mielikuva yrityksillä on esimerkiksi yritysten yhdistyksistä? Ovatko yritykset mukana yhteistyössä ja/tai yhdistyksen toiminnassa – kokemuksia tästä? Ovatko nykyiset yhteistyökuviot sopivat/vähäiset/liikaa? Yhteistyön laatu kilpailija/tuoteyhteistyö/täydentävä/avustava/yms.?
- Tarjolla olevan infrastruktuurin merkitys yritysten toiminnassa. Tarvitaanko valmista jo olemassa olevaa infrastruktuuria? Olisiko nykyiseen infrastruktuuriin tarvetta kunnostukselle/laajennukselle/monipuolistamiselle? Yleisen infrastruktuurin käyttö, mihin, miten, milloin ja miksi/miksi ei? Millaista infrastruktuuria yritykset tarvitsevat?

- Kehittämishankkeiden ja yritys-/investointitukien merkitys yrityksille? Ovatko olleet kehityshankkeissa, miksi ei? Olisiko alueella tarvetta kehityshankkeelle (mihin liittyen)? Ovatko yritykset tietoisia yrityksille tarjottavista tukivaihtoehdoista, yritystuki/investointituki/toiminnan kehittämistuki? Onko yrityksissä tarvetta kehittämislle/investoinneille?
- Toimialan tilanne Oulujärvellä. Onko Oulujärvellä tilaa uusille vesistö-/kalastusmatkailuyrityksille, millaisille/mille/kyllä/ei->miksi? Mitä toimialan kasvattaminen alueella vaatisi?

4.7 Tutkimustulosten analysointi

Tässä kappaleessa on tuotu esille se, mistä haastatteluissa keskusteltiin. Aineiston analysoinnissa on myös jaoteltu materiaali eri aihekokonaisuuksiin, joita ovat toimintaympäristö, verkostoituminen, kestävä kehitys, infrastruktuuri, Oulujärvi LEADERin tarjoamat tuet ja hankkeet sekä muut asiat, joita tuli esille haastatteluissa. Tulosten analysointi on esitelty kohdassa 4.4.

4.7.1 Ympäristön nykytila ja keskeiset kehittämistarpeet

Matkailun merkityksestä yrityksille oli monenlaista eri mielipidettä. Valtaosalle tutkimukseen osallistuneista yrittäjistä matkailun tämänhetkinen tulorakenne ei riitä yrityksen päätoimisuuteen matkailun saralla, jolloin yrityksellä tai yrittäjällä on muutakin liiketoimintaa tai työtä.

Haastatellut kokivat vaikeaksi erityisesti asiakkaiden saavuttamisen. Alueen nykytila ei ole suopea matkailun kehittymiselle ja se vaatii paljon työtä. Vesistömatkailun luontainen kausittaisuus on myös oma haasteensa. Kuitenkin osa yrityksistä on haastanut kausittaisuuden ja pyrkinyt laajentamaan tarjontaansa ympärivuotiseksi lisäämällä tuotteitaan. Yrittäjät toimivat yleisesti omissa lokeroissaan. Tätä perustellaan sillä, että välimatkat Oulujärvellä ovat niin pitkiä.

Yritysten asiakaskunta muodostuu pääasiallisesti Oulun ympäristön, Kainuun ja Kokkola – Kajaani tien varren yritysasiakkaista. Kuitenkin arviolta noin 20 – 40 %:n osuudella seuraavat perheet ja muut kotimaiset yksityiset matkailijat. Ulkomaisten matkailijoiden osuutta alueen yrityksissä arvioidaan olevan alle 10 %. Ulkomaiset asiakkaat koetaan tärkeiksi, koska sieltä on mahdollista kerätä oikeasti tulosta. Kotimaiset matkailijat osaavat hyödyntää mahdollisuudet kyllä omatoimisesti varsinkin näillä korkeuksilla.

”Alueen laajuus ja harvakseltaan hyödynnetyt mahdollisuudet vaikeuttavat mahdollisesti markkinointia ja asiakkaiden saavuttamista.”

”Alueelta puuttuu asiakkaita vetävä tekijä.”

”Oulujärven ympäristön palvelut eivät tue omatoimisia matkailijoita ollenkaan, jolloin liikettä ei synny. Sopivan 'keskuspaikan' myötä asiakkaita saataisiin mahdollisesti lisää.”

”Oulujärven tartuntakyky asiakkaisiin on vielä lapsen kengissä. Esim. venäläisturistit Vuokatissa ja ohiajo välillä Kajaani – Oulu ovat ongelma.”

”Painotutaan siihen, ettei viedä markkinoille viimeistelemättömiä ja keskeneräisiä tuotteita.”

4.7.2 Oulujärven yrittäjien verkostoituminen

Verkostoituminen Oulujärven yrittäjien kesken on aktiivista. Jokainen yritys oli ainakin jollain asteella mukana vähintään yhdessä alueella toimivassa verkostossa. Yleisin verkosto, josta valtaosa oli tietoinen, on tutkimuksen mukaan Oulujärven Jättiläiset ry.

Yritykset ovat myös aktiivisia verkostoitumaan keskenään. Tutkimuksen tulosten mukaan kaikilla yrityksillä on tai on ollut jonkin asteista yhteistyötä alueen muiden yrittäjien kesken. Alueen yhteistyö koettiin ensiarvoisen tärkeäksi ja sitä tarvittaisiin lisää.

Oulujärven Jättiläiset ry:n rooli verkostoitumisessa koettiin tärkeäksi. Myös sen tarjoama yhteismarkkinointi nousi keskusteluissa esiin. Yritykset olivat yhtenäisesti sitä mieltä, että se on hyvä asia.

Alueella tapahtuva toiminta matkailun kehittämisen parissa luo uskoa alueen yrittäjiin ja tällöin myös nostaa alueen vetovoimaisuutta yrittäjien silmissä. Lähes kaikkien tutkimukseen osallistuneiden yrittäjien mielestä alue tarvitsee lisää yrittäjiä. Tämänhetkiset yritykset eivät pysty tarjoamaan palveluita suuremmille asiakasryhmille. Alueella toimivat yritykset luovat myös alueelle ominaista vetovoimaa. Samalla kommentoidaan kuitenkin sitä, että jokainen yrittäjä on oman maineensa seppä.

Alueella toimivat yritykset eivät koe toisiaan ensisijaisesti kilpailijoiksi, mutta pelkäävät toisen hyötyvän mahdollisesta yhteistyöstä enemmän kuin he itse. Siksi yhteistyö tunnetaan tutkimuksen mukaan jäävän joissain tapauksissa hyvin pinnalliseksi.

”Yhteismarkkinoinnissa tulisi keskittyä tuotteistamisen sijasta alueen brändin luomiseen ja sen markkinointiin.”

”Markkinoinnissa tulisi kerätä alueen yrittäjien tarjoamista tuotteista ikään kuin 'tuotekeihäs', jolla sitten lähdetään sorkkimaan asiakkaita.”

”Verkostoitumista ja yhteistyötä ei voi olla liikaa ja sitä olisi hyvä aina lisätä tai kehittää.”

”... verkostoitumisesta sen verran, että se on hieman puutteellista. Siitä on paljon puhetta, mutta harmittavan vähän tekoja.”

4.7.3 Yrittäjien tietoisuus kestävästä kehityksestä

Oulujärven yrityksissä kestävä kehitys tarkoittaa, tutkimuksen mukaan, pääosin luonnon säästämistä ja ilmaston huomioimista liiketoiminnan ohessa. Tutkimukseen osallistuneista yrityksistä kaikilla oli yhtenäinen mielipide siitä, että luonto on tärkeä heidän liiketoimintansa kannalta. Luonnon ja sen eliöstön turhaa rasittamista pyritään säästämään ja sen hyvinvointia edistämään. Muista osa-alueista, kuten sosiaalinen ja taloudellinen kestävyys, tietoisuutta oli suhteellisen vähän, jos ollenkaan.

4.7.4 Oulujärven alueella oleva infrastruktuuri

Yleisesti Oulujärven infrastruktuuri todetaan tutkimuksessa riittämättömäksi ja huonokuntoiseksi. Eritoten kalastus-, veneily-, ja risteilymatkailussa tarvittavat veneenlaskupaikat, laiturit ja satamat polttoainejakeluineen ovat erittäin huonossa kunnossa tai puuttuvat kokonaan. Tämä on johtanut siihen, että yrittäjien on täytynyt tehdä erityisjärjestelyjä esimerkiksi polttoaineen kuljettamisessa ja tankkaamisessa.

Infrastruktuurin kunnossapito on osalla yrittäjillä itsellään vastuulla. Kuitenkin laajentamisen ja/tai päivittämisen tarpeessa olevia kohteita on silti erinäisistä syistä johtuen lähes mahdoton kunnostaa.

Veneily-, risteilyalus-, ja vesitaksiliikenteessä erityistä harmia on aiheuttanut Renforssin yritysalueelta joen ylittävä ponttoonisilta. Sen kauko-ohjaus, josta yritykset maksavat vuosittain, ei toimi odotetusti. Tämä sulkee pois Kalkkisillan sataman käytön ja etäännyttää toimintaa kaupungista, jossa asiakkaita olisi. Tämän lisäksi Kalkkisillan sataman edustalla olevan tunnelivoimalan virtaukset vaikeuttavat varsinkin suurempien alusten ohjaamista liian paljon.

Yleisesti metsähallituksen tarjoamat pääosin omatoimiseen retkeilyyn ja virkistäytymiseen tarjoamat kodat, laavut, nuotiopaikat, opastukset ja autiotuvat, sisältäen yritysten käyttämät vuokratuvat, nähdään hyväkuntoisina. Riittävyys kuitenkin kuivakäymälöiden ja Oulujärven saarissa sijaitsevat infrastruktuurin osalta nähdään vähäisenä. Tutkimus osoitti, että yritykset käyttävät aktiivisesti metsähallituksen tarjoamaa infrastruktuuria ja osallistuvat myös niiden siisteyden huolehtimiseen. Kuitenkin yrittäjien joukosta nousi myös esiin esitys, että yritysten pitäisi kyetä tarjoamaan itse tarvittava infrastruktuuri.

”...jo olemassa olevalla ja rakennetulla fasiliteetilla on tärkeä merkitys yritykselle.”

”Fasiliteetin ja infrastruktuurin määrä ja taso pitäisi nostaa sille tasolle, että sitä voi myydä.”

”Ihmisille pitäisi olla jotain rakennettua, jota ne voivat tulla katsomaan ja päällistele-
mään. Myös taukopaikkoja (laitureita) pitäisi olla enemmän.”

4.7.5 Tuet ja kehittämishankkeet

Oulujärvi LEADER ry. on haastatelluille yrittäjille kaikille tuttu vähintään nimeltä. Lähes kaikki ovat käyttäneet, käyttävät tai suunnittelevat käyttävänsä yrityksille tarjolla olevia erilaisia tukivaihtoehtoja. Oulujärvi LEADER ry:n tarjoamista tukimuodoista löytyi yhteinen mielipide, jonka mukaan ne ovat välttämättömiä alueella yrityksen alkutaipaleella ja myös tarpeellisia yrityksen kehittämisessä.

Yrityksille tarjottavan investointituen ehdot kaipaavat kuitenkin päivittämistä. Haastatteluissa ilmeni viiden vuoden investointikohteen sijoittaminen vain ja yksinomaan yhdelle alueelle rajaavan liiketoimintaa liialti.

Erityisesti yritykset ovat käyttäneet yrityksen alkutaipaleella tukia investointeihin ja koulutautumiseen. Nyt yrityksissä on alkanut kehittyä tarve kehittää liiketoimintaa, minkä seurauksena osa yrityksistä onkin perehtynyt tukimahdollisuuksiin esimerkiksi kehittämisen ja konsultoinnin osalla. Osaamista tarvitaan enemmän mm. markkinoinnin, Internetin ja sosiaalisen median saralla.

Kehittämishankkeiden kohdalla mielipide on kaksijakoinen. Haastatteluista selvisi osan yrittäjistä oleva sitä mieltä, että hankkeita tehdään vain hankkeiden takia. Tällöin hankkeiden tavoitteiden tavoittelu jää toisarvoiseksi. Kuitenkin myös näillä yrittäjillä on uskoa ja halua olla mukana mahdollisissa yhteishankkeissa. Yleisesti alueen yrittäjät ovat valmiita ja kiinnostuneita mahdollisiin kehittämishankkeisiin. Tällä hetkellä tapahtuva 'pikku puuhastelu' on yrittäjien mielestä saatava takaisin siihen pisteeseen, että tulosta alkaa syntyä.

”LEADERin tarjoamat tuet ovat elintärkeitä alkaville ja pienille yrityksille alueella.”

”Oulujärvi LEADER:lla on tärkeä merkitys alueen matkailun kannalta.”

4.7.6 Muuta esiin tullutta

Haastattelututkimuksen aikana yrittäjiltä nousi esiin ajatuksia liiketoiminnan jatkon suunnitelmista. Osa yrittäjistä aikoo kehittää toimintaansa ja alkaa painottaa tarjonnassaan ympäri- vuotisuutta ja laajentaa tarjontaansa, myös vesistömatkailun ulkopuolelle. Toiset yrittäjät taas ovat lopettamassa toimintaansa välittömästi, kun se on mahdollista. Liiketoiminnan kuivat- tamista on pohdittu alueella jo jonkin aikaa. Ainoa tällä hetkellä toiminnan lopettamista ly- kännyt tekijä on rahoitussopimuksen säännöt. Toiminnan lopettamista perustellaan sillä, ettei sen eteen tehty työ elätä yritystä itseään.

"Kyllä se on niin, että tästäkin hommasta on tullut helvetin kallis harrastus. Työstä kuuluis minun mielestä saaja omasa takasin vielä jossain vaiheessa, mutta täällä ei tule. Se on jo nähty."

5 POHDINTA

Ajatus lähteä tutkimaan kehittämistarpeita Oulujärven vesistömatkailun parissa lähti omasta mielenkiinnostani luonto- ja vesistömatkailua kohtaan. Vesistömatkailu on Suomen kannalta ajateltuna yksi tärkeimmistä kehittämiskohteista, myös MEK:n mielestä.

Suomen järvet ovat tunnettuja niin lähinaapureissa Venäjällä ja Ruotsissa kuin kauempana Keski-Euroopassa. Suomen runsaat vesistöt ja puhdas vesi ovat yksi parhaimmista vetovoimatekijöistä vesistömatkailussa. Kuitenkin vesistömatkailun ongelmana mielestäni on sen kehittymättömyys. Vesistömatkailu on varsinkin tutkimuksen kohdealueella, Oulujärvellä, vielä lapsenkengissä.

Tutkimukselle asetetut hypoteesit toteutuivat vaihtelevasti. Ensimmäinen hypoteesi koski yritysten verkostoitumista. Ja ajateltiin yrittäjien toimivan aktiivisesti alueensa verkostoissa. Hypoteesi kävi toteen. Yritykset toimivat aktiivisesti lähinnä Oulujärven Jättiläiset ry:n piirissä ja sen toteuttamassa yhteismarkkinoinnissa. Osalla yrittäjistä oli myös omia verkostoja, joissa he toimivat aktiivisesti.

Toinen asetettu hypoteesi koski yrittäjien asennetta alueen muihin toimijoihin. Suhtautumista eritoten uusiin yrittäjiin alueella arveltiin negatiiviseksi. Hypoteesi ei käynyt toteen. Alueen yrittäjillä on terveet suhteet muihin yrittäjiin ja yhteistyötä tehdään yrittäjien kesken ajoittain. Haastatteluissa kävi ilmi, että alueen yrittäjät toivoisivat alueelle lisää ja uusia yrittäjiä. Heidän mielestään se toisi lisää väriä alueelle ja saattaisi toimia piristeenä muullekin toiminnalle.

Kolmas asetettu hypoteesi kävi toteen. Sen pääasiallinen väite oli, ettei Oulujärven alueen infrastruktuuri ole riittävä alueen matkailua ajatellen. Alueen yrittäjien mielestä infrastruktuuri on tärkeä osalta heidän toiminnassaan, mutta tärkeässä osassa myös alueen omatoimisten matkailijoiden kohteena. Omatoimiset matkailijat nähdään Oulujärven alueella vähälukuisena, johon toivottaisiin parannusta. Oulujärven vetovoimaa heitä kohti olisi syytä kohentaa, sillä asiakasvirta omatoimisella puolella toimisi kaikupohjana suuremmille asiakasryhmille.

Neljäs asetettu hypoteesi luonnehti Oulujärvi LEADER ry:n tarjoamien tuki- ja rahoitusmahdollisuuksien olevan tiedostamattomia, tämä hypoteesi ei käynyt toteen. Yrittäjät alueella ovat hyvin tietoisia niistä mahdollisuuksista, joita Oulujärvi LEADER ry. tarjoaa. Suurin osa yrittäjistä on käyttänyt tai vähintään on suunnitellut käyttävänsä hyödykseen Oulujärvi LEADERin tarjoamia rahoitus- ja tukimuotoja.

Viides asetettu hypoteesi koski yrittäjien tietoisuutta kestävästä kehityksestä. Hypoteesissa arvioitiin, etteivät yrittäjät omaa tietopohjaa kestävästä kehityksestä tai omattu tieto on hyvin pinnallista ja rajoittuu ympäristö osa-alueeseen. Hypoteesi kävi osaksi toteen. Yrittäjät omaavat tietoutta ympäristöstä ja pohjaavat yrityksiensä arvomaailmaan ympäristön kunnioittamista ja säästämistä. Tietous ympäristöä säästävästä toiminnasta on yrittäjillä erittäin kattava ja se on otettu yrityksissä käyttöön ja sitä toteutetaan antaumuksella. Tällöin kestävä kehitys ympäristön kannalta on turvattu Oulujärven matkailussa. Kuitenkin se hypoteesi kävi toteen ja tietous rajoittuu vain ympäristö osa-alueeseen.

Oulujärven vesistömatkailun kehittäminen on tällä hetkellä yksi keskeneräinen asia. Oulujärven ympärille onkin kuluneina vuosina palattu useaan kertaan. Alueellinen yhteistyö on kerännyt niin yrittäjiä kuin yhdistyksiä saman pöydän ääreen. Tällainen työskentely on hyväksi alueen kestävästä kehityksen näkökulmasta. Yhdessä tehdystä työstä tulee kannettua usein yhteinen vastuu. Kuitenkin on vaarana se, että työskentely alueen yhteisen hyvän eteen rajoittuu liian usein puuhasteluksi. Tällainen mielipide on myös havaittu tehdyssä tutkimuksessa.

Pienten toimijoiden ongelma on usein kapasiteetin riittämättömyys. Tällöin liiketoiminnan kasvattamiseen tarvitaan lisärahoitusta. Tällainen mahdollisuus on tarjolla Oulujärvi LEADER:n toimesta. Rahoitus tulee tarpeeseen varsinkin toimittaessa vesistömatkailun kaltaisilla kausittaisilla liiketoiminta-aloilla. Kausittaisuus tuo mukanaan valitettavan usein sen, etteivät yrittäjät ja yritykset tule toimeen pelkästään lyhyen kauden tuottamalla tuotoilla, vaan heidän tulee ottaa vastaan myös muita töitä, jotka usein vievät aikaa ja energiaa itse liiketoiminnan kehittämisestä.

Positiivista on alueella vaikuttava kehittämishenki, joka mainitaan useissa masterplaneissa ja suunnitelmissa yhteisenä tahtotilana. Myös opinnäytetyönä tehdyssä tutkimuksessa huomasin kyseisenlaisen tahtotilan, mutta sen nimittämistä yhteiseksi varoisin käyttämästä. Jokainen yritys kuitenkin oli jokseenkin erilaisilla kehittämiseen liittyvillä mielipiteillä varustettu, mutta selvästi kuitenkin yhteinen tavoite alueen kehittämisestä löytyy. Tutkimuksessa havaittiin kuitenkin, että yrittäjät odottavat jotakin tahoja, jotka tulevat ja keräävät kaikki kehittämään. Toisin sanottuna yrittäjät eivät ole valmiita lähtemään itse nostamaan asioita pöydälle, mutta ovat valmiita tulemaan mukaan, kun joku sen uskaltaa tehdä.

Muutoksen toteutumisen ja kehityksen tapahtumisen takaamiseksi on erittäin tärkeää saada alueen toimijat sitoutumaan yhteiseen tavoitteeseen. Tällöin muutoksen läpivieminen onnistuu vähimmällä vaivalla. Ei voi sanoa, ettei muutos aina herättäisi minkäänlaista muutosvastarintaa. Muutosvastarinta on myös positiivista, ja sen käyttäminen vahvuutena muutos- ja kehitysprosessissa on mahdollista. Ylimääräistä muutosvastarintaa voidaan vähentää yhteisillä tavoitteilla ja nopeilla pienillä, konkreettisilla teoilla ja päätöksillä. Tällöin sitoutuminen yhteiseen tavoitteeseen tuntuu merkitykselliseltä.

Oulujärven vesistömatkailussa tulisi kiinnittää huomiota yritysten tarjonnan ympärivuotisuuden kehittämiseen. Ympärivuotisuus toisi taloudellista kannattavuutta liiketoimintaan, joka tällä hetkellä pitäytyy matkailun saralla vain kesäkuukausissa. Taloudellinen kannattavuus on yritystoiminnassa se pääasiallinen tavoittelun kohde. Yritystoiminnan kasvu mahdollistaa myös suuremman työllistämisaikutuksen alueelle, joka näin ollen luo hyvinvointia alueen asukkaille. Huomion arvoista on myös se, että matkailun palvelut alueella lisäävät myös alueen asukkaiden käytössä olevia palveluita.

Taloudellisen kestävyuden lisäksi kestävyuden huomioiminen sosiaalisella osa-alueella on tärkeää. Tämä onnistutaan osaltaan säilyttämään yhdistystoiminnan kautta. Alueen oman kulttuurin säilyttämisen kannalta olisi eriarvoisen tärkeää mahdollinen perinneyhdistysten perustaminen tai olemassa olevien yhdistysten toiminnan virkistäminen. Tämä toimii myös yrityselämän puolella. Yritykset voisivat käyttää tehokkaammin alueen perinteitä, kulttuuria ja historiaa osana tuotteitaan. Tämä tekee tuotteista uniikkeja ja tuo oman viehätöksensä tuotteille, koska niitä ei voida viedä pois alueelta. Tämä on perusteellinen aspekti tuo lisäarvoa tuotteille ja alueelle.

Ekologinen kestävyys on Oulujärven vesistömatkailussa hyvin huomioitu. Se onkin tärkein yrityksen jatkuvuuden kannalta ajateltu asia. Luontoon pohjautuvia tuotteita tarjotessa on tärkeää ottaa huomioon se, että tuotteita voidaan tarjota myös jatkossa. Myös tuotteiden suunnittelussa on oltava tarkkoja siitä, miten tuotteet kuormittavat käytettäviä resursseja, ja pitääkö tuotteiden myynnissä ottaa huomioon mahdollisia rajoitteita, joita on asetettava, jotta tuote voidaan myydä kaikille samanlaisena ilman sisällön ja laadun muuttumista.

Tuotteiden suunnittelu ja kehittäminen on tutkimuksessa osoitettu olevan yhtä tärkeässä asemassa kuin niiden myynti. Tärkeää on se, ettei markkinoille pyritä menemään vauhdilla, vaan on pidettävä huoli siitä että markkinoille menevä tuote on viimeistelty ja valmis. Muutoin asiakkaille muodostunutta kuvaa keskeneräisestä tuotteesta on vaikea saada pois.

Tutkimuksessa esille tullut alueen houkuttelevuus, tai paremmin nimetty tartuntakyky, on vielä kehittämistä vailla. Alueen näkyvyys potentiaalisille asiakkaille on tässä yhteydessä varsin tärkeässä asemassa. Se, kuinka asiakkaat löytävät alueella sijaitsevat palvelut, on lähtökoh- ta myynnin toteutumiseksi. Kritisoin alueen palveluiden näkyvyyttä. Se ei ole tarpeeksi riit- tävä vielä, vaikka työtä sen eteen on tehty muun muassa Oulujärven Jättiläiset ry:n toimesta. Edes paikallisetkaan eivät välttämättä tiedä alueen yritysten olemassaolosta. Erityisesti lii- kenne Oulujärven ympäristössä liikkuu valitettavasti ohi tietämättömänä alueella sijaitsevista palveluista.

Tutustuessani Oulujärvellä toimiviin yrityksiin huomasin heidän myynnissään erään puut- teen. Yrityksillä myynti on lähestulkoon painottunut tilaustoimintaan. Osaltaan tätä selittänee individual-matkailijoiden vähäisyys alueella, jolloin yritykset ovat päättäneet kohdentua tilaus- tuotteisiin. Kuitenkin on tärkeää ottaa huomioon myös, hotellitermistöä käyttäen, 'walk in' asiakkaat, jolloin alueen matkailullisuutta saadaan korostettua. Tämä kuitenkin vaatii alueelta suurempaa kapasiteettia ja organisointia myynnin suhteen, jotta esimerkiksi yhteisen myynti- pisteen järjestäminen onnistuu. Tällä hetkellä lähes jokainen yritys hoitaa itse oman myyntin- sä.

Tutkimuksessa esiin tulleen mahdollisen keskuspaikan tai keskuspaikkojen perustaminen tukisi alueen individual-matkailijoiden asemaa ja näin saisi aikaan liikettä alueella ja nostettua esiin alueen matkailullisia mahdollisuuksia. Se kohentaisi myös matkailijoille suunnattujen palveluiden saatavuutta. Näihin kohteisiin voidaan liittää myös esimerkiksi alueella toimivien muiden yritysten tuotteiden myynti, joka muuten on aika lailla hajallaan.

Oulujärven vesistömatkailun kehittäminen tarvitsee aktiivista otetta. Tutkimuksen mukaan tarvetta on esimerkiksi Oulujärven alueen vesistömatkailun tuotteiden organisoidussa myynnissä. Alueella ei tällä hetkellä ole keskusvaraamo-tyyppistä ratkaisua eivätkä tuotteet ole omatoimisten matkailijoiden saatavilla. Organisoidussa myynnissä tuotteet tulisivat helpommin saavutettaviksi niin omatoimisten asiakkaiden kuin myös yritysasiakkaiden toimesta. Vesistömatkailun kauden ollessa niin lyhyt, on sen aikana pyrittävä ottamaan kaikki mahdollinen irti, kuitenkin pois sulkeutumatta ympärivuotisuuden kehittämistä.

Alueellisen kehitystyön merkitys korostuu lähinnä siinä, että kuka tai mikä sitä tekee. Tällä hetkellä yritysten mielestä Oulujärven jättiläiset ry on tehnyt enemmän kuin hyvää työtä markkinoinnin suhteen. Sitä kieltämättä tutkimuksessa esiin tullut alueen brändin luominen kuulostaa erittäin houkuttelevalta. Alueelle yhtenäisen brändiin liittyy myös mahdollisia konflikteja. Yhtenäisen brändin pitäminen kasassa voi olla vaikeaa, mikäli alueen yrittäjät eivät sitoudu siihen tai jos alueelle alkaa virrata lisää yrittäjiä myöhemmin. Tämä voi johtaa varsinaiseen brändien sekoittumiseen, mikäli brändin luomisvaiheessa ei kiinnitetä tähän huomiota ja jätetä yrityksille tilaa hengittää.

Kuten tutkimus osoitti, Oulujärven infrastruktuuri kaipaa päivitystä. Siinä missä yritysten on kasvettava ja kehityttävä on myös niiden toimintaympäristön oltava niille sopiva. Tällä hetkellä tarjolla oleva infrastruktuurin tarjonta on matkailijoita ajatellen varsin vähäinen ja vanhahtava. Infrastruktuuri on sijoittunut Oulujärvellä lähinnä Manamansaloon ja sen pohjoispuolelle Vaalan puoleiseen päähän. Kuitenkin tämä alue on varsin vähän hyödynnetty matkailuyritysten parissa.

Tuotteistamisessa ja tuotesuunnittelussa on otettu liian vähän huomioon alueen omaa kulttuuria ja perinteitä. Tuotteiden kilpailukyky kasvaa niiden ollessa uniikkeja, ja tämä taas houkuttelee asiakkaita saapumaan Oulujärven alueelle. Aidot hetket voidaan kokea vain siellä mistä kulttuuri ja perinteet aidosti ovat peräisin. Nykyaikana aitous ja kokemusten laatu on vaikuttavia tekijöitä ostokäyttäytymiseen vaikuttavina tekijöinä. Oulujärven alueen tuotetarjonnan tarinallistaminen tai muu perinteitä ja kulttuurihistoriaa esiintuova menetelmä voisi olla varteenotettava vaihtoehto tuotteita esiin tuotaessa.

Alueen yritysten hyvinvointia ei pidä unohtaa. Tärkeää on huolehtia niin alueen kokonaisvaltaisesta ja tasapainoisesta kehittämisestä kuin yrittäjien yleisestä hyvinvoinnista. Oulujärven Jättiläiset ry voisi tukea alueen yrittäjien hyvinvointia ja tarjota alueen yrittäjille mahdollisuuksia esimerkiksi erilaisiin kursseihin, koulutuksiin tai perinteisiin virkistystapahtumiin.

Opinnäytteenä tehty tutkimus onnistui hyvin. Tutkimusongelmana tutkimuksessa oli selvittää alueen yrittäjien mielipiteet alueen kehittämistä ja nykytilaa koskevissa aihealueissa. Ongelmaan saatiin kerättyä tuloksia varsin monipuolisesti. Kohderyhmä oli monipuolinen ajateltuna vesistömatkailun laajaa toimintapiiriä. Tutkimukseen osallistui niin kalastus-, risteily-, vesistöaktiiviteetti- ja vesitaksipalveluita tarjoavia yrityksiä. Tutkimuksen toteuttamisessa ollut ongelma tavoittaa yrittäjät haastattelua varten, ei mielestäni vaikuta tuloksiin merkittävästi. Alkuperäisen suunnitelman mukaan oli tarkoitus haastatella kymmenen yritystä. Tämä kuitenkin kutistui viiteen yritykseen heidän muuttojensa ja liiketoiminnan lakkauttamisensa myötä.

Tutkimuksen validiteettiä arvioitaessa on otettava huomioon se, että tulokset perustuvat yrittäjien sillä hetkellä omaaviin mielipiteisiin. Tällöin tutkimuksen toistettavuus on kyseenalainen, koska se on hyvin paljon riippuvainen siitä, miten yrittäjät kokevat oman tilansa ja asemansa juuri sillä hetkellä.

Tutkimuksen reliabiliteettiä sitä vastoin on pyritty säilyttämään tulosten mahdollisimman vähän käsittelyn turvin. Reliabiliteetin säilyttämiseen liittyy myös keskustelujen nauhoittaminen, jolloin keskustelut ja täten tulokset ovat tarkistettavissa niitä analysoitaessa. Tällöin analyysissä ei tarvitse pitäytyä vain omissa muistiinpanoissa vaan voi keskusteluja kuunnella digitaalisessa muodossa uudelleen.

Onnistuin tavoitteessani tuoda esiin yrittäjien mielipiteitä alueesta ja sen kehittämistarpeista. Kuitenkin on muistettava se, ettei yhdellä tutkimuksella voida saada täydellistä kuvaa alueen tilanteesta. Tutkimus kuitenkin onnistuu avaamaan sen suorittamishetkellä ilmentyviä yrittäjien mielipiteitä. Tavoitteenani oli myös oppia ja kerätä tietoa itselleni tämänhetkisestä tilanteesta Oulujärvellä ja yleisesti vesistömatkailusta. Näitä tietoja tarvitsen muun muassa arvioi-
dessa sitä, perustaisinko yritystä Oulujärvelle ja millaiselle yritykselle Oulujärvellä olisi tarvetta.

Opinnäytetyönä tehty tutkimus ja sen raportointi oli varsin opettavainen ja haastava tehtävä. Aikaisempaa kokemusta ei ollut vastaavanlaisesta tutkimuksen toteuttamisesta. Lisäksi aihe-
alue ei ollut sieltä tutuimmasta päästä, mutta mielenkiintoa aiheeseen kyllä oli sitäkin enemmän.

LÄHTEET

- Dickinson, J. & Lumsdon L. 2010. Slow travel and tourism. Iso-Britannia, Cornwall: TJ International
- Finlex. 2012a. Laki alueiden kehittämisestä 29.12.2009/1651. Saatavilla: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2009/20091651> (luettu:15.10.2012).
- Finlex. 2012b. Maakuntajakolaki 11.12.1997/1159. Saatavilla: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971159> (luettu:15.10.2012).
- Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö ja luonto, osa 1. Jyväskylä: Gummerus.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Helsingin Yliopisto.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. ja Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Holden, A. 2008. Environment and tourism. Iso-Britannia, Cornwall: TJ international.
- Honey, M. 1999. Ecotourism and sustainable development: Who owns the paradise?. Yhdysvallat, Washington: Island Press.
- Humanpolis Oy. 2012. Rokua Geopark yrittäjyysshanke. Saatavilla: http://www.rokuageopark.fi/upload/docs/tiedote_rgp_yrittajyysshanke_%282%29.pdf (luettu: 26.1.2013).
- Järviluoma, J. 2012. Kainuun matkailutilastollinen vuosikirja 2011. Kajaani: Kajaani AMK. Saatavilla: http://www.kainuunetu.fi/UserFiles/d763e312-4069-4815-82bd-f6886b1871ca/Web/EI%C3%A4mystuotanto%20ja%20elintarvike/Kainuun_matkailutilastollinen_vuosikirja_2011.pdf (luettu:29.9.2012).
- Jennings, G. 2007. Water-based tourism, sport, leisure and recreation experiences. Iso-Britannia, Lontoo: Elsevier Butterwoth-Heinemann.
- Kahelin, A. 2011. LEADER-hankkeiden taloudellisten vaikutusten arviointi kolmen toimintaryhmän alueella. Laurea Ammattikorkeakoulu. Amk-opinnäytetyö. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2011053010329> (luettu:30.9.2012).
- Kainuun Etu Oy. 2010. Viipymä asuinmaittain. Saatavilla: www.kainuunetu.fi/UserFiles/d763e312-4069-4815-82bd-f6886b1871ca/Web/Kainuun%2520Etu%2FKv-matkailumarkkinointi%2FViipyma_1010.pdf&ei=QPpmUPOHE4Gn4gTDvYGGCg&usg=AFQjCNHzT38vupMGdXcP80KXoQjYNJz-g&cad=rja (luettu:29.9.2012).
- Kainuun Etu Oy. 2012a. Kainuun Etu Oy. Saatavilla: <http://www.kainuunetu.fi/Default.aspx> (luettu:2.9.2012).

Kainuun Etu Oy. 2012b. Matkailu, luovat alat, elintarviketeollisuus. Saatavilla: <http://www.kainuunetu.fi/fi/81f289d8-b873-48f9-8997-864c9216f5dd/ad9645fe-cc0a-4b2f-977a-a53dc80074ff> (luettu (2.9.2012)).

Kainuun maakunta -kuntayhtymä. 2007. Kainuun luontomatkailun teemaohjelma. Saatavilla: www.kainuunetu.fi/UserFiles/d763e312-4069-4815-82bd-f6886b1871ca/Web/pdf/luontomatkailun_teemaohjelma.pdf (luettu:2.9.2012).

Kainuun maakunta -kuntayhtymä. 2011. Kainuun maakunta -kuntayhtymän strateginen suunnitelmavuosille 2007-2015. Saatavilla: http://maakunta.kainuu.fi/general/Uploads_files/Suunnitelmat_strategiat/Strateginen_suunnitelma_2007_2015.pdf (luettu:8.9.2012).

Kainuun ulkoilukartta. 2012. Saatavilla: <http://www.infokartta.fi/infogis-kainuu/> (luettu:2.9.2012).

Kajaanin AMK. 2009. Tervan tie -matkailuhanke (Kainuun maakunta) Saatavilla: <http://www.kamk.fi/loader.aspx?id=317130bb-4a06-4f3f-a80f-87becca14a9> (luettu:26.1.2013).

Kempainen, Simo. 2012. Puheenvuoro: Kalastusmatkailun teemapäivä. 16.10.2012.

Kolari, Ismo. 2012. Puheenvuoro: Kalastusmatkailun teemapäivä. 16.10.2012.

Korhonen, P. 2007. Oulujärvi-LEADER+-ohjelman Paltamon alueen hankkeiden hyödyt kunnan näkökulmasta. Savonia Ammattikorkeakoulu. Amk-opinnäytetyö. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-200910275134> (luettu:30.9.2012).

KTM. 2006. Suomen matkailustrategia 2020. Saatavilla: http://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia_020610.pdf (luettu: 29.9.2012).

Lehtolainen, M. 2003. Public infrastructure investments and their role in tourism development in the finnish lake region. Saatavilla: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20zonal/europa/PUBLIC%20INFRAESTRUCTURE%20AND%20TOURISM%20IN%20LAKE%20REGION%20FINLAND.PDF> (luettu:26.9.2012).

Löytynoja, T. n.d. Terva, Suomen ensimmäinen vientituote. Saatavilla: http://www.kainuunterva.com/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=40 (Luettu:26.9.2012).

Maakuva 2012. Maabrändivaltuuskunta. Saatavilla: <http://www.maakuva.fi/> (luettu: 18.10.2012).

McIntosh, Goeldner ja Ritchie. 1995. Tourism: Principles, prectises, philosophies: 7th edition. Yhdysvallat, New York: John Wiley & Sons

MEK. 2008. A:164 Rajahaastattelututkimus 2008. Saatavilla: [www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/c1464a11d9a91af1c22575df00433b31/\\$FILE/A164%20Rajahaastattelututkimus%202008.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/c1464a11d9a91af1c22575df00433b31/$FILE/A164%20Rajahaastattelututkimus%202008.pdf) (luettu:17.10.2012).

MEK. 2009a. Melontamatkailun kehittämisstrategia 2009 – 2013. Saatavilla:
[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6d8e7db571ccef1cc225678b004e73ed/0213d8047db0a63dc2257524002beb3a/\\$FILE/Melontamatkailun_kehitt%C3%A4misstrategia_2009-2013%20vrs%202.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6d8e7db571ccef1cc225678b004e73ed/0213d8047db0a63dc2257524002beb3a/$FILE/Melontamatkailun_kehitt%C3%A4misstrategia_2009-2013%20vrs%202.pdf) (luettu:29.9.2012).

MEK. 2009b. Melontamatkailun toimenpidesuunnitelma 2009 – 2013. Saatavilla:
[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6d8e7db571ccef1cc225678b004e73ed/0213d8047db0a63dc2257524002beb3a/\\$FILE/Melontamatkailun%20toimenpidesuunnitelma%202009-2013.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6d8e7db571ccef1cc225678b004e73ed/0213d8047db0a63dc2257524002beb3a/$FILE/Melontamatkailun%20toimenpidesuunnitelma%202009-2013.pdf) (luettu:29.9.2012).

Meloen Järvisuomessa. n.d. 8.Tervareitti. Saatavilla:
<http://www.canoeinfinland.com/fi/?ID=1943> (luettu:26.1.2013).

Metsähallitus. 2011. Ohjeita autiotupien käyttöön. Saatavilla:
<http://www.luontoon.fi/tuvat/tupatyypit/ohjeitaautiotupa/Sivut/Default.aspx> (Luettu:23.9.2012).

Metsähallitus. 2012. Retkikartta. Saatavilla: <http://www.retkikartta.fi/retkikartta.php> (Luettu:23.9.2012).

MMM. 2008. Kalastusmatkailun kehittämisen valtakunnallinen toimenpide ohjelma 2008 – 2013. Saatavilla:
<http://www.mmm.fi/attachments/mmm/julkaisut/kronjulkaisusarja/5vUWwHqbn/Kalastusmatkailunkehitt.pdf> (luettu:29.9.2012).

MMM. 2011. LEADER-toimintaryhmät. Saatavilla:
http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/maaseudun_kehittaminen/leader.html (luettu:30.9.2012).

Nuottimäki, Pirjo & Piippo, Eino. 2012. Haastattelu 18.10.2012: Oulujärven Jättiläiset ry.

Nuottimäki, Pirjo. 2012. Sihteeri, Oulujärven Jättiläiset ry. Puheenvuoro: Kalastusmatkailun teemapäivä. 16.10.2012.

Oikarinen, Pirjo. 2012a. Toiminnanjohtaja, Oulujärvi LEADER. Haastattelu kevät 2012: Oulujärvi LEADER ry.

Oikarinen, Pirjo. 2012b. Toiminnanjohtaja, Oulujärvi LEADER. Haastattelu 18.10.2012: Oulujärvi LEADER ry.

Oulu - Kajaani -kehittämisyöhyke. 2010. Rokua - Oulujärvi -matkailun masterplan 2020. Saatavilla: <http://www.vaala.fi/tiedostot/Matkailu/Rokua-OulujrviMasterplanpainettuversio.pdf> (luettu:26.1.2013).

Oulujärven Jättiläiset ry ja Kajaanin Matkailu Oy. 2012. Oulujärven karttaesite.

Oulujärvi LEADER ry. 2012. Yhdistys. Saatavilla:
<http://oulujarvileader.com/2011/index.php/yhdistys/yhdistys> (luettu:30.9.2012).

Puranen, J. 2007. Oulujärven käyntisatamat palvelutietoineen. Saatavilla: vanha.kajaanipurjehtijat.net/satamat.htm#Yleist%C3%A4_satamatiedoista (luettu:25.9.2012).

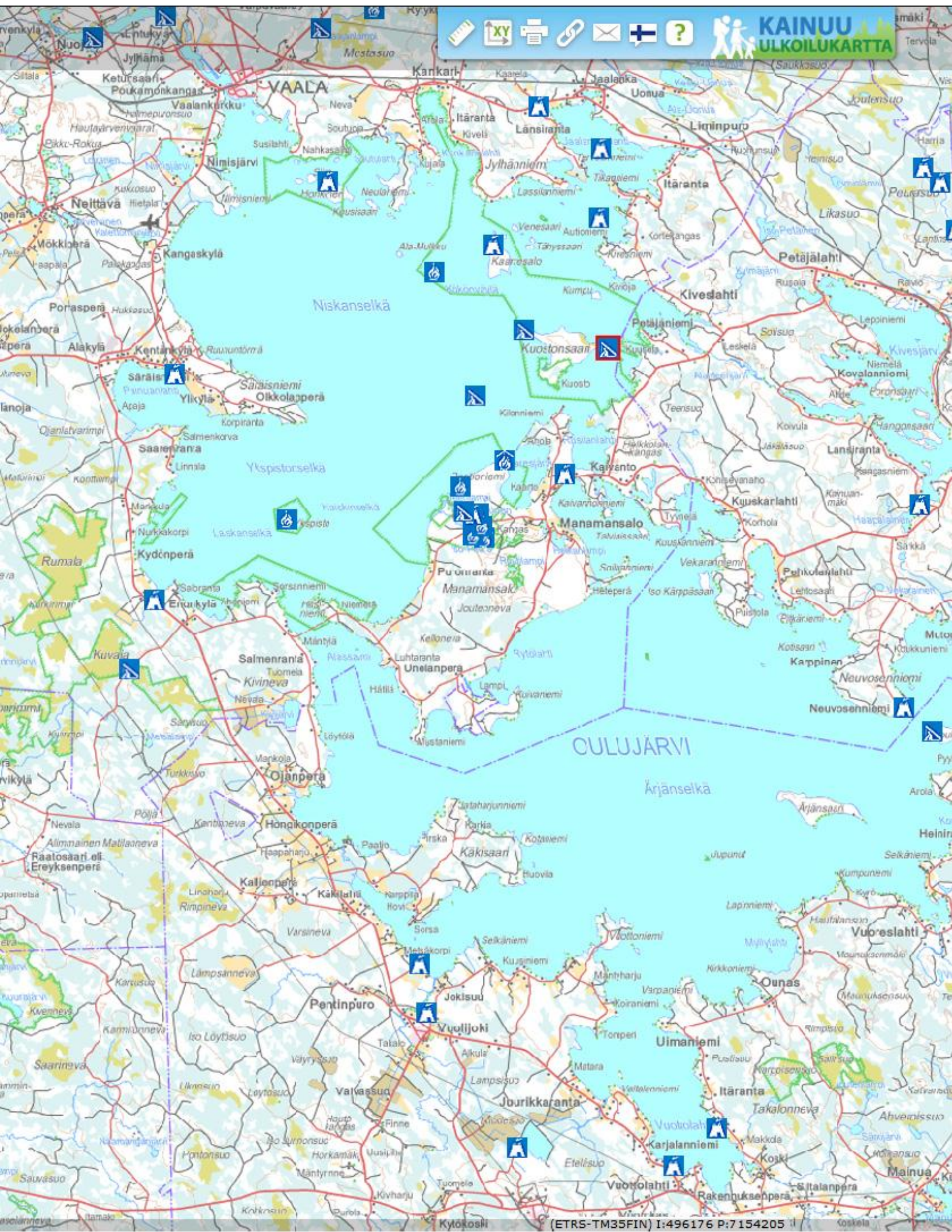
- Ramboll Finland oy. 2011. Valtatien 22 kehittäminen välillä Oulu - Kajaani, esiselvitys. Oulu: Pohjois-Pohjanmaan ELY. Saatavilla: www.ely-keskus.fi/fi/Liikenne/tiehankkeet/pohjoispohjanmaa/Valtatien_22_Oulu_-_Kajaani_kehittamisselvitys_valmistui/Documents/Esiselvitys_Rapo_vt22_Oulu_Kajaani_2011.pdf (luettu:26.1.2013).
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006a. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Saatavilla <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L1.html> (Luettu: 11.01.2013).
- Saaranen – Kauppinen, A & Puusniekka, A. 2006b. KvaliMOTV – menetelmäopetuksen tietovaranto: Teemahaastattelu. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Saatavilla: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html (luettu:28.10.2012).
- Saaranen – Kauppinen, A & Puusniekka, A. 2006c. KvaliMOTV – menetelmäopetuksen tietovaranto: Struktuoitu ja puolistruktuoitu haastattelu. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Saatavilla: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html (luettu:28.10.2012).
- Saarinen, J. 2006. Matkailu ja paikallisuus: Matkailukehityksen, paikallisuuden ja kestävyuden yhteensovittamisen haasteet Suomen Lapissa. Saatavilla: http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=0CDoQFjAF&url=http%3A%2F%2Fwww.ays.fi%2Faluejajymparisto%2Fpdf%2Faluejajymp_2006_2_s69-78.pdf&ei=jiFwUJA9xqLiBLbRgIAL&usq=AFQjCNGZBsp0RPMm79hY-MzNtHcAZ0ywEg&sig2=b5dW2ScabHvTEw0icnBgpQ&cad=rja (luettu:6.9.2012).
- Siivonen, J. 2002. Muuttuva matkailu: Teemana järvet ja matkailu; Yhteistyö matkailuelinkeinon kehittämisingelmana. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Silva, Danny. 2012. Projektin johtaja. Puheenvuoro: Kainuun matkailufoorumi. 26.9.2012.
- Tahvanainen, Tuomo. 2013. Elämysteollisuus johtaja, Kainuun Etu. Haastattelu. 25.1.2013
- Tahvanainen, Tuomo. 2012. Puheenjohtaja. Puheenvuoro: Kainuun matkailufoorumi. 26.9.2012.
- Tahvanainen, T. 2011. Kainuun matkailustrategia 2012 – 2020. Kajaani: Kainuun Etu. Saatavilla: http://www.kainuu.fi/UserFiles/Kainuun_Matkailustrategia_2010-2020.pdf (luettu: 27.1.2013)
- Taina, Lea. 2012. Hotellin johtaja, Kalevala hotelli. Puheenvuoro: Kainuun matkailufoorumi. 26.9.2012.
- UN. 2009. Agenda 21. Saatavilla: http://www.un.org/esa/dsd/agenda21/res_agenda21_00.shtml (luettu 24.9.2012).
- Valkama, S. 1997. Kestävä matkailu: Kestävän matkailun julkaisuja 1; Luontomatkailun ja ympäristön suojelun kohtaaminen 97 – 102. Mynämäki: Mynäprint
- Vuoristo, K-V. 2003. Matkailun maailma: Kansainvälisen matkailun maantiede. Porvoo: WS Bookwell.

Weaver, D. 2007. Sustainable tourism: theory and practice. Iso-Britannia, Lontoo: Elsevier Butterwoth-Heinemann.

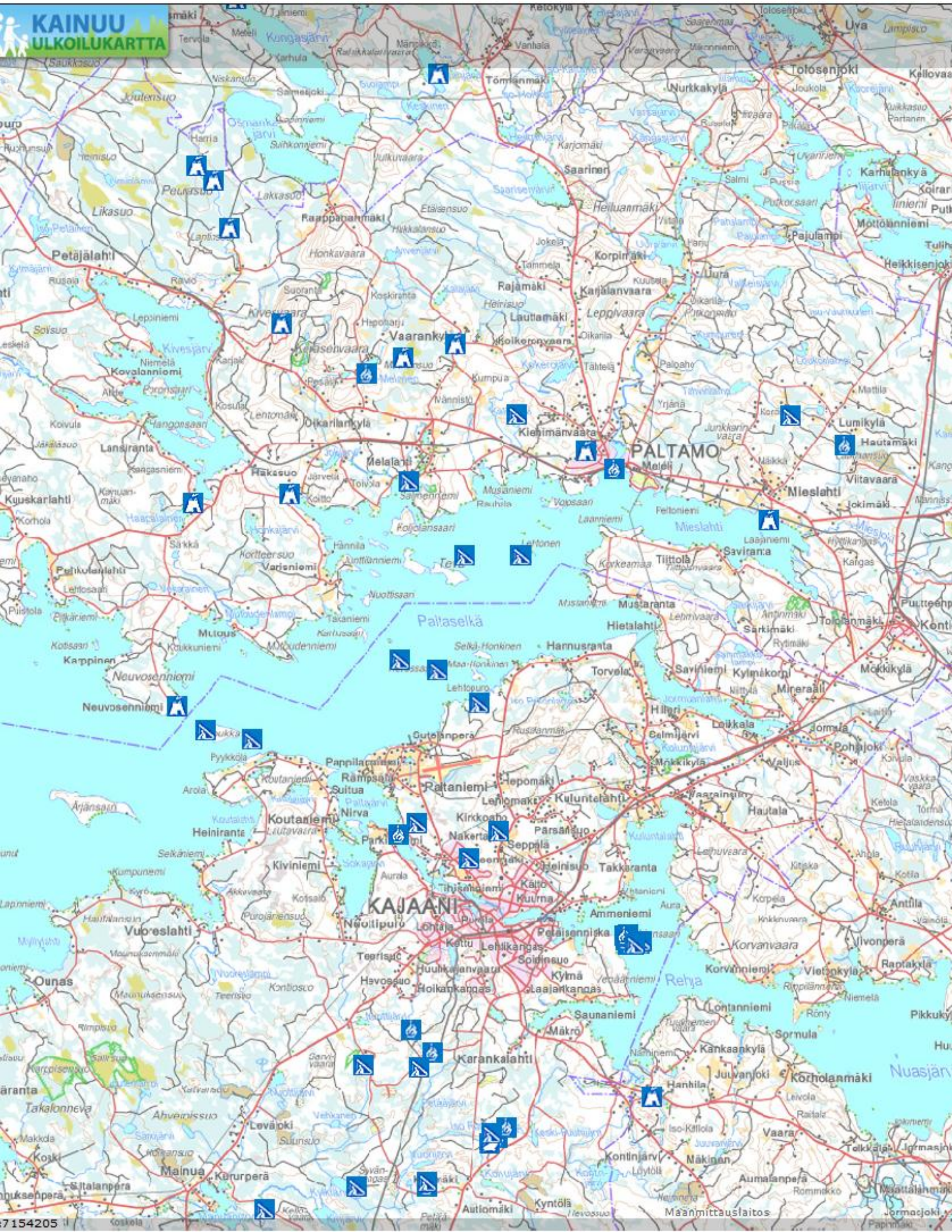
Yle. 2012. Kulttuuri ja matkailu lyövät kättä Oulunjärvellä. Saatavilla:
http://yle.fi/uutiset/kulttuuri_ja_matkailu_lyovat_katta_oulujarvella/5060685 (Luettu:26.9.2012).

Ympäristöministeriö. 2012. Kestävä kehitys. Saatavilla:
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=94236> (Luettu 23.9.2012).

OULUJÄRVEN KARTTA



KAINUU ULKOILUKARTTA



LISTA OULUJÄRVEN VENELAITUREISTA JA NIIDEN LUOKITTELU

Listan lähde:

Puranen, J. 2007. Oulujärven käyntisatamat palvelutietoineen. Saatavilla: [vanha.kajaaninpurjehtijat.net/satamat.htm#Yleistä satamatiedoista](http://vanha.kajaaninpurjehtijat.net/satamat.htm#Yleistä_satamatiedoista) (luettu 25.9.2012)

Satamatietojen järjestys on seuraava:

numero ja nimi (nron jälk. s=suojasatama ja r=rajoitettu vain pursiseuralippujen alla purjehtiville)

luokitus

sijainti (KKJ), vieraspaikkojen lukumäärä (p), syvyys (m)

| |
|--|
| Niskanselkä |
| 5050 Jylhämä vieraslaituri 64°34,0' 26°47,5',2-4 p |
| 5052 Vaalankurkku vieraslaituri 64°33,1' 26°49,8' |
| 5053 Saharanta vieraslaituri 64°33,0' 26°50,4', 12 p 1,5-3,1 m |
| 5057 Honkinen (Vaala) retkisarutama 64°31,1' 26°55,2', 4 p, 1,2 m |
| 5061 Reimiluoto retkisarutama 64°28,9' 26°52,8', 1,2 m |
| 5065 Ylä-Mulkku retkisarutama 64°29,0' 27°01,1', 4 p |

| |
|--|
| <p>5069 Kaarresalo retkisaatama 64°29,6' 27°04,3', 4 p, 3,5 m</p> |
| <p>5073 Ruununtörmä vieraslaituri 64°27,2' 26°48,7', 2-4 p, 1,5-3,1 m</p> |
| <p>5075 Aittoniemi retkisaatama 64°26,8' 26°49,8', 2 p, 1,6-3,2 m</p> |
| <p>5077 Äpäntinniemi (Saunaniemi) retkisaatama 64°25,9' 26°53,5'</p> |
| <p>5081 Karhusaari retkisaatama 64°26,0' 27°03,3', 11 p, 1,2 m</p> |
| <p>5085 Kiloniemi vieraslaituri 64°25,7' 27°08,1', 4 p, 1,5-2,0 m</p> |
| <p>5089 Kuostonsaari retkisaatama 64°27,6' / 64°27,1' 27°06,1' / 27°10,6'</p> |

| |
|---|
| 5092 Kuhapuro vieraslaituri 64°32,9' 27°07,0', 4 p, 1,2-2,8 m |
| 5104 Teeriniemi vieraslaituri 64°23,3' 27°01,4', 12 p, 1,5-2,0 m |
| 5107 Ykspisto retkisaatama 64°23,1' 26°53,1' |
| Ärjänselkä |
| 5097r Kaivanto retkisaatama 64°24,0' 27°10,2' |
| 5100 Martinlahti palvelusatama 64°23,7' 27°07,8' 30 p 1,6-2,6 m |
| 5110 Vähäoja vieraslaituri 64°21,0' 26°47,8' 4 p 1,6-3,2 m |

| |
|--|
| 5118 Alassalmi vieraslaituri 64°20,4' 26°54,0', 3 p, 1,2-3,0 m |
| 5123 Rytölahti vieraslaituri 64°19,9' 27°05,2' , 3 p, 1,5-2,0 m |
| 5125 Honkinen (Kajaani) retkisarjama 64°14,9' 27°06,4', 5 p, 1,5 m |
| 5130 Kuusiranta vieraslaituri 64°12,3' 27°06,7', 2,0 m |
| 5135 Vuottolahti vieraslaituri 64°07,7' 27°15,7', 6 p, 2,0-3,0 m |
| 5140s Ärjänsaari 64°15,8' 27°21,9' 2,0 m |
| 5142s Lehtonen 64°19,7' 27°19,1' 4 m |
| 5145 Koutalahti kotisarjama 64°15,9' 27°31,1' ei vieraspaikkoja 1,7 m |

| |
|---|
| 5150 Toukkasaari retkisaatama 64°18,1' 27°28,2' |
| Paltaselkä |
| 5160r Poiju retkisaatama 64°16,8' 27°35,0' 1,8-2,0 m |
| 5162 Kajaani, telakka kotsaatama 64°14,4' 27°40,3' |
| 5164 Kajaani, Tihisenniemi vieraslaituri 64°14,0' 27°42,8' 6 p |
| 5165 Kajaani, Tullikallio vieraslaituri 64°13,8' 27°43,1' 2-4 p |
| 5166 Kajaani, Kalkkisilta vieraslaituri 64°13,9' 27°43,6' 15 p |
| 5167 Paltaniemi kotsaatama 64°17,8' 27°39,5' ei vieraspaikkoja 2,0 m |

| |
|--|
| 5168 Iso-Pihlainen retkisaatama 64°19,7' 27°39,0' |
| 5170 Hevossaari retkisaatama 64°19,4' 27°41,0' |
| 5171s Selkä-Honkinen 64°19,8' 27°42,7' |
| 5172 Varislahti retkisaatama 64°23,5' 27°32,0' |
| 5174 Melalahti vieraslaituri 64°24,0' 27°39,6' 4 p |
| 5178 Mulkkusaaret retkisaatama 64°22,1' 27°42,5' |
| 5179 Ukkosaari retkisaatama 64°23,4' 27°44,5' 2,0-3,0 m |

| |
|---|
| 5180 Lehtonen retkisaatama 64°22,0' 27°45,6' |
| 5188 Käärmeniemi vieraslaituri 64°24,1' 27°50,8' 2-4 p |
| 5186 Paltamo, Värjännranta vieraslaituri 64°24,2' 27°50,7' 4-5 p |
| 5189 Metelinniemi vieraslaituri 64°24,0' 27°51,7' 10 p 1,5-3,0 m |
| 5195 Mieslahti vieraslaituri 64°22,8' 27°59,3' |
| 5198 Saviranta vieraslaituri 64°21,7' 27°59,2' 2-3 p 2,5 m |