

---

**SUOMALAISEN HEVOSMATKAILUN  
MAHDOLLISUUDET**



Opinnäytetyö

Matkailun koulutusohjelma

Forssa 30.1.2007

Katriina Kaskinen



Matkailun koulutusohjelma  
Wahreninkatu 11  
30100 FORSSA

Työn nimi                      Suomalaisen hevosmatkailun mahdollisuudet

Tekijä                              Katriina Kaskinen  
   Myllypellontie 1  
   21490 Marttila

Ohjaava opettaja              Monna Alatalo

Hyväksytty                      \_\_\_\_\_ . \_\_\_\_\_ .20 \_\_\_\_\_ arvosanalla \_\_\_\_\_

Hyväksyjä

Arvosana-asteikko              5 = kiitettävä, 4–3 = hyvä, 2–1 = tyydyttävä

FORSSA

Matkailun koulutusohjelma

---

<b>Tekijä</b>	Katriina Kaskinen	<b>Vuosi</b> 2007
<b>Työn nimi</b>	Suomalaisen hevosmatkailun mahdollisuudet	
<b>Työn säilytyspaikka</b>	HAMK, Forssa	

---

## TIIVISTELMÄ

Suomalainen hevosmatkailu kasvaa ja kehittyy. Hevosmatkailu on erikoistunut käyttämään hevosia osana matkailutuotetta, eli hevonen on olennainen osa matkailuaktiviteettia sekä matkailuelämyksen tuottamista. Tyypillisiä hevosmatkailutuotteita ovat vaellusratsastus ja reki- ja valjakko-ajopalvelut. Hevosteeman yhdistäminen matkailuun kiinnostaa ihmisiä. Hevosmatkailu on alana varsin nuori, ja sen tulevaisuudessa riittää haasteita. Tällä hetkellä Suomessa toimii noin 100 hevosmatkailuyritystä.

Tutkimukseen liittyvä kysely osoitettiin suomalaisille hevosmatkailuyrittäjille ja kysely lähetettiin sähköpostitse 108 yritykselle. Kyselyyn vastasi 39 hevosmatkailuyrittäjää, joten vastausprosentiksi muodostui 36 %. Kysely toteutettiin keväällä 2006 ja sen tavoitteena oli kartoittaa alan profiilia ja saada perustietoa yritysten liiketoiminnasta.

Tuloksista kävi ilmi, että suurin osa vastanneista aikoo laajentaa liiketoimintaansa. Noin puolet yrityksistä ei kuitenkaan kokenut liiketoimintansa kannattavuuslukuja tuottaviksi. Vastausten perusteella tyypillisin hevosmatkailuyritys on perustettu toiminimellä 4–7 vuotta sitten ja sijaitsee Etelä-Suomessa. Sesonki painottuu kesäkuukausille ja yksityisasiakkaat ovat suurin asiakasryhmä. Perheyrittäjäyys on hyvin yleistä.

Suomalaisen hevosmatkailun tärkeimmät vahvuudet ovat kaunis luonto toimintaympäristönä, suomenhevonen ja alalla pitkään olleet kokeneet yrittäjät. Alan heikkouksia ovat mm. verkostoitumisen puute, osaamattomuus markkinoinnissa ja tuotteiden samankaltaisuus. Kehitystarpeisiin tulisi vastata nopeasti, koska kysyntä kasvaa edelleen. Lisäksi kansainväliset markkinat ovat vielä lähes hyödyntämättä. Hevosmatkailun mahdollisuuksia löytyy yhteistyön parantamisesta, tuotteistuksen kehittamisestä ja laatuun panostamisesta.

**Asiasanat** Hevosmatkailu, vaellusratsastus, hevostalous

**Sivut** 52 s. + liitteet 11 s.

FORSSA  
Degree Programme in Tourism

---

<b>Author</b>	Katriina Kaskinen	<b>Year</b> 2007
<b>Subject of Bachelor's thesis</b>	The Possibilities of Finnish Horse Tourism	
<b>Archives</b>	HAMK University of Applied Sciences, your own unit	

---

## ABSTRACT

Finnish horse tourism is growing and developing. Horse tourism is specialized in using horses as a part of a tourism product. The horse is a very relevant part of the product to produce an experience for the tourists. The typical products of horse tourism are trail riding and sleigh and carriage driving. The horse tourism business is quite young and there will be lots of challenges in the future. At the moment, there are about 100 horse tourism businesses in Finland.

The inquiry of the research was made for the owners of the horse tourism businesses and sent by e-mail to 108 entrepreneurs. There were 39 entrepreneurs who replied to and thus the response rate was 36. The inquiry was carried out in spring 2006 and the aim was to map out the horse tourism branch and to get some basic information about the horse tourism business activity.

According to the study results, most of the respondents intended to expand their business. About half of the respondents didn't find the profitability of the business good enough. The most typical horse tourism business had been established 4–7 years ago and was situated in Southern Finland. The best season was the summer and the largest group of customers were private customers. Family business was very common in horse tourism.

The most important strengths of the Finnish horse tourism business are beautiful nature, Finnhorses and experienced entrepreneurs. The weaknesses of the business are lack of networking, unskilled marketing and the similarity of the products. The needs for development should be met fast, because the demand is increasing. In addition the international markets have not been exploited yet. The possibilities of the horse tourism business are in improving cooperation, development of new products and better quality.

**Keywords** Horse tourism, trail riding, horse industry

**Pages** 52 p. + appendices 11 p.

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	HEVOSMATKAILU .....	2
2.1	Hevosmatkailu terminä .....	2
2.1.1	Vaellusratsastus.....	2
2.1.2	Maastoratsastusretki.....	3
2.2	Suomalaisen hevosmatkailun nykytila.....	4
2.3	Hevosmatkailun kiinnostavuus .....	5
2.4	Hevosmatkailun turvallisuusnäkökohdat .....	6
2.4.1	Yleiset vaatimukset ratsastuspalveluiden turvallisuudelle.....	7
2.4.2	Turvallisuusasiakirja .....	8
2.5	Hevosmatkailu maaseutu- ja luontomatkailun osana.....	9
2.6	Kestävä kehitys hevosmatkailussa .....	10
2.7	Hevosmatkailu kansainvälisesti tarkasteltuna.....	10
3	HEVOSALAN HANKKEITA JA LAATUJÄRJESTELMIÄ.....	10
3.1	Hevosalan hankkeista yleisesti.....	11
3.1.1	Vaellusratsastuksen kehittämisprojekti 2.....	11
3.1.2	Hevosten maaseutu 3.....	12
3.1.3	Hevosalan yrittäjyyden kehittämisshanke .....	12
3.1.4	Valtakunnallinen hevosalan osaamiskeskus Hippolis.....	13
3.1.5	Hevoskehä .....	13
3.2	Hevosmatkailun laatujärjestelmät .....	14
3.3	FinnHorseTours-laatuluokitus.....	15
4	RATSASTUS JA HEVOSTALOUS SUOMESSA .....	16
4.1	Suomalaisen ratsastuksen historiaa .....	16
4.2	Ratsastus Suomessa.....	17
4.3	Kulutus ratsastuksessa.....	18
4.4	Suomalaisen hevostalouden tila lyhyesti .....	18
4.4.1	Hevostalouden yritystoiminnan faktoja .....	19
4.4.2	Hevonen ja ympäristö .....	19
5	TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN .....	20
5.1	Tutkimusmenetelmät.....	20
5.2	Tutkimuksen otos .....	20
5.3	Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelmat .....	21
5.4	Tutkimustulokset.....	21
5.4.1	Hevosmatkailuyrityksen sijainti ja yritysmuoto.....	22
5.4.2	Yrityksen perustamisvuosi .....	23
5.4.3	Hevosten lukumäärä yrityksessä .....	24
5.4.4	Liiketoiminnan tarkoitus ja laajuus.....	25
5.4.5	Yrityksen kolme parasta kuukautta liiketoiminnan kannalta .....	27
5.4.6	Työntekijöiden määrä yrityksessä.....	28
5.4.7	Liiketoimintaan liittyvät lähitulevaisuuden suunnitelmat.....	30
5.4.8	Yrityksen perusratsastustunnin hinta ja asiakastunnit.....	31

5.4.9 Asiakkaat yrityksissä.....	33
5.4.10 Hevosmatkailuyrityksen yhteistyökumppanit .....	37
5.4.11 Liikevaihto ja liikevoitto vuosina 2003-2005.....	38
5.4.12 Kehitysehdotuksia ja kommentteja yrittäjiltä.....	42
6 YHTEENVETO JA POHDINTA.....	43
6.1 Tutkimuksen luotettavuus .....	43
6.2 Johtopäätökset tutkimustuloksista.....	44
6.2.1 Halua yrittämiseen kannattavuudesta huolimatta.....	44
6.2.2 Tyypillinen hevosmatkailuyritys.....	44
6.2.3 Perheyrittäjäyys.....	46
6.2.4 Yhteistyö ja liiketoiminnan tulos .....	46
6.2.5 Yrittäjien mielipiteitä hevosmatkailusta .....	47
6.3 Suomalaisen hevosmatkailun SWOT-analyysi tutkimuksen pohjalta .....	48
7 YHTEENVETO .....	49
LÄHTEET .....	50

LIITE 1. Turvallisuusasiakirja-malli

LIITE 2. Turvallisuussuunnitelma-malli

LIITE 3. Tapausilmoituslomake-malli

LIITE 4. Kyselylomake hevosmatkailuyrittäjille

LIITE 5. Saatekirje

LIITE 6. Muokattu saatekirje toiselle kyselykierrokselle

## 1 JOHDANTO

Hevosmatkailuala on yhtenä matkailun osa-alueena varsin nuori, mutta alan kiinnostuksen kasvu on ollut viime vuosina voimakasta. Kysyntä kasvaa ja asiakkaat vaativat alan hevosyrittäjiltä yhä enemmän palveluissa ja tuotteissa. Esimerkiksi ratsastuksenharrastajia Suomessa on tällä hetkellä noin 135 000, mikä osaltaan kertoo myös paljon potentiaalisten asiakkaiden joukosta unohtamatta kuitenkin muita hevosista kiinnostuneita matkailijoita.

Hevosmatkailusta alana pitää saada selville enemmän perusfaktoja, jotta hevosmatkailualaa pystyttäisiin kehittämään edelleen sekä voitaisiin pureutua myös alalla vallitseviin haasteisiin. Hevosmatkailusta kaivataan lisää tietoa etenkin alan taloudellisista tunnusluvuihin, yritysten määrästä ja asiakasprofiilista sekä yleisesti alan kiinnostavuudesta matkailun yhtenä osa-alueena. Hevosmatkailu tulee kasvattamaan suosiotaan tulevaisuudessa.

Suomalainen hevostalous on myös nousussa ja se luo lähivuosina lisää työpaikkoja, mikä tarkoittaa myös panostusta hevosmatkailuyrittäjien kannalta. Hevosalan yrittäjyyteen on kiinnostusta yhä enemmän. Hevostalous käsittelee suuria rahavirtoja, esimerkiksi vuoden 2003 kokonaisrahavirta on arvioitu olleen noin 720 miljoonaa euroa ja kasvupotentiaalia riittää edelleen. Hevosmatkailun kehityksen ja tulevaisuuden näkymien arvioimiseksi tarvitaan tutkittua tietoa investoinneista, liikevaihdosta ja yritystoiminnan kannattavuudesta. Näin saadaan myös mittareita toteutettavien toimenpiteiden vaikuttavuudesta.

Opinnäytetyö pyrkii tuottamaan mahdollisimman monipuolista ja käytännöllistä tietoa suomalaisesta hevosmatkailusta ja alan yrityksistä. Opinnäytetyön tarkoituksena on myös luoda hyvä pohja mahdollisille jatkotutkimuksille aiheesta.

Opinnäytetyö jakaantuu kahteen eri osa-alueeseen, teoriaosuuteen ja hevosmatkailuyrittäjille suunnatun tutkimuksen tulosten esittelyosuuteen. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää hevosmatkailuyritysten taloudellista tilaa ja asiakasjakaumia. Teoriaosuus käsittelee lähdeaineiston avulla suomalaista hevosmatkailua, hevosalan hankkeita, hevostaloutta ja ratsastusharrastusta.

Opinnäytetyö tehdään yhteistyössä Vaellusratsastuksen kehittämisprojekti 2:n kanssa. Vaellusratsastuksen kehittämisprojektin kautta valittiin opinnäytetyön aihe ja tutkimuksen kyselyyn osallistuvat hevosmatkailuyritykset, jotka toimivat yhteistyössä kehittämisprojektin kanssa.

## 2 HEVOSMATKAILU

### 2.1 Hevosmatkailu terminä

Hevosmatkailu on erikoistunut käyttämään hevosia osana matkailutuotetta, eli missä hevonen kuuluu olennaisena osana matkailuaktiviteettiin (Vaellustalliin liitto Ry 2006a). Hevosmatkailuun voidaan määritellä kuuluvaksi vaellusratsastus, maastoratsastus, reki- ja kärryajelu, valjakkoajelu, työhevosnäytökset, ratsastusvalmennuslomat, hiihtoratsastus ja esimerkiksi lännenratsastus. Hevosmatkailuun kuuluu useita eri tuotteita, miltei kaikkea mihin voidaan yhdistää hevonen olennaisena osana eli hevosmatkailun käsite on varsin laaja. (Martin-Päivä 2006, 4.)

On muistettava, että käsitteenä hevosmatkailu ei ole yhtä kuin vaellusratsastus vaan nimenomaan se käsittää matkailua, mihin hevonen kuuluu olennaisena osana matkailuelämyksen tuottamiseen. Ratsastuksen ei myöskään tarvitse kuulua ollenkaan hevosmatkailutuotteeseen vaan tuote voi olla esimerkiksi hevosen käyttö metsätoissa tai vaikkapa wossikka-ajelu. (Martin-Päivä 2006, 4.)

Hevosmatkailu kuuluu luonto- ja maaseutumatkailun kategoriaan, koska suurin osa hevosmatkailuaktiviteeteista tapahtuu maaseudun luonnossa. Luonto ja maaseutu kuuluvat olennaisena osana hevosmatkailun vetovoimatekijöihin.

Hevosmatkailu tarjoaa asiakkailleen elämyksiä ja seikkailuja, eikä asiakkaan tarvitse olla kokenut hevosalan tuntija vaan monet hevosmatkailun tuotteet on tarkoitettu myös ensikertalaisille. Tyypillisin hevosmatkailun asiakas on iältään 35–40-vuotias nainen, jolla on hevosista kokemusta ratsastusharrastuksen kautta. Hevosmatkailutuotteen ideana on yhdistää hevonen, luonto ja jokin aktiviteetti sekä mahdollisesti ruokailu ja majoitus, eli tarjota asiakkaalle monipuolinen matkailuelämys. Hevosmatkailun tuotteet sisältävät usein myös mahdollisuuden majoitukseen, ruokailuun, erilaisten ohjelmalveluiden ja kokouspalveluiden käyttöön. Tietysti jokainen hevosmatkailuyritys ei tarjoa näitä kaikkia palveluita, mutta osalla on mahdollisuus tarjota kaikkia edellä mainittuja palveluita joko omasta takaa tai yhteistyökumppanien avulla. (Martin-Päivä 2006, 6.)

#### 2.1.1 Vaellusratsastus

Vaellusratsastus terminä tarkoittaa hevosen kanssa liikkumista maastossa. Vaellusratsastus on ohjattua ammattimaista toimintaa asianmukaisin varustein sekä kaikki turvallisuusnäkökohdat huomioon otettuna. Maastoratsastus yleisesti tarkoittaa hevosen kanssa liikkumista maastossa ilman oheispalveluita. Vaellusratsastuksen kriteeri täyttyy, mikäli se sisältää yhden tai useamman yöpymisen. Vaelluksen järjestäjä vastaa



majoituksesta ja ruokailusta vaelluksen aikana. Vaellusratsastus-termiä tosin käytetään melko kirjavasti ja usein sitä käytetään myös muutaman tunnin kestävästä retkistä vaikka se on virheellinen ilmaisu (oikea termi on siis maastoratsastusretki). Vaellusratsastuksen sesonki painottuu kesäaikaan, talvella mm. sääolosuhteet aiheuttavat kysynnän vähenemistä. (Hemmi 2005, 339.)

Vaellusratsastusta järjestetään eritasoisille ratsastajille ja lajin vasta-alkajillakin on myös mahdollista osallistua vaellukselle. Ohjatut islanninhevosvaellukset sopivat hyvin vaellusratsastusta ensikertaa kokeileville. Vaellukset toteutetaan siis ratsastajien taitojen mukaan ja samalle vaellukselle osallistuvat omaavat aina suurin piirtein saman taitotason ratsastuksessa. Perusvaatimuksena muutaman tunnin maastoratsastukselle on kuitenkin ratsastuksen perustaidot ja hevosen hallitseminen maastossa eri askellajeissa. Useamman päivän kestävä vaellus on sekä hevosille että ratsastajille fyysisesti melko vaativa, joten pidempään vaellukseen vaaditaan jo melko paljon kokemusta ratsastuksesta. Pidemmällä vaelluksella sopivan päivätaipaleen pituus ratsain on 20–25 kilometriä ja levähdyspaikkoja tarvitaan noin puolentoista tunnin ratsastuksen jälkeen. Vaelluksen aikana päivätauko on vähintään tunnin mittainen, minkä aikana ruokaillaan ja hevoset juotetaan sekä ruokitaan. (Hemmi 2005, 340.)

Perushuollettu vaellus sisältää siihen kuuluvat johtamis- ja turvapalvelut, majoituksen ja sovitut ruokailut aikataulujen mukaisesti. Täyshuollettu vaellus pitää sisällään edellä mainitun lisäksi myös varusteiden kuljetuksen ja niiden huollon vaelluksen aikana. (Hemmi 2005, 341.)

Vaellusratsastuksessa käytetään rauhallisia ja kestäviä sekä vankkarakenteisia hevosrotuja kuten islanninhevosia, eestin hevosia, amerikkalaisia morgan- hevosia ja Suomessa usein tietysti suomenhevosia. Vaellushevoselta vaaditaan melko paljon asiakaskäytössä, mutta rauhallisuus ja liikennevarmuus ovat sen tärkeimpiä ominaisuuksia. (Hemmi 2005, 341.)

Vaellusratsastustuote voidaan MoNo- projektin (Matkailun ohjelmanpalveluiden normisto) mukaan määrittää eri vaativuustasoihin, joka helpottaa asiakasta valitsemaan oikean tuotteen omaan taitotasoonsa nähden. Vaativuustasoja on neljä MoNon määrittämisen mukaan: helppo- ei edellytä aikaisempaa kokemusta aktiviteetista, normaali- edellyttää jonkin verran kokemusta aktiviteetista, vaativa- edellyttää aktiviteetin mukaisia erityistaitoja ja erittäin vaativa- edellyttää erityistaitoja ja pitkää kokemusta aktiviteetista. (Matkailun ohjelmanpalvelujen normiston raportti 4: 2004, 7.)

### 2.1.2 Maastoratsastusretki

Maastoratsastusretki eroaa siltä osin vaellusratsastus-termistä, että retken kesto on lyhyempi eikä retkellä yövytä. Maastoratsastusretki voi olla puolipäiväretki, joka on kestoltaan noin 4–6 tuntia tai hieman pidempi

kokopäiväretki, jonka kesto on 6–7 tuntia tai enemmän. Retkiin usein sisältyy välipala tai kunnan retkilounas, joka tarjoillaan taukopaikalla kuten esimerkiksi laavulla tai kodalla. Suosituin ratsastustuote hevosmatkailuyrityksillä on puolenpäivän retki, ja kesäisin kysyntä on suurinta. Maastoratsastus määritetään 2–3 tunnin kestäväksi maastoratsastukseksi, jonka aikana ei pysähdytä tauolle eikä maastoratsastustuotteeseen kuulu järjestettyä ruokailua. (Hemmi 2005, 339–341.)

### 2.2 Suomalaisen hevosmatkailun nykytila

Suomessa hevosmatkailuala on vielä melko nuori ja suurin osa hevosmatkailuyrityksistä on perustettu vasta 2000-luvulla. Kaupallinen vaellusratsastustoiminta alkoi 1970-luvulla eli tältä ajalta suomalainen hevosmatkailu juontaa juurensa. (Martin-Päivä 2006, 5.)

Hevosmatkailuyritysten määrästä Suomessa ei ole tarkkaa tietoa, koska yritykset itsekään eivät välttämättä tiedä mihin ryhmään hevosyritys tulisi ensisijaisesti kategorioida. Näin ollen hevosmatkailuyritysten tallitietorekisteriä ei ole vielä olemassa, missä olisivat kaikki Suomen hevosmatkailuyritykset. Suomalaisia hevosmatkailuyrityksiä kuitenkin arvioidaan olevan noin hieman 100. Rekisteri helpottaisi asiakkaita etsimään tietoa eri yrityksistä ja niiden tarjonnasta. (Martin-Päivä 2006, 5.)

Hevosmatkailuyritykset markkinoivat palveluitaan usein ”kaikkea kaikille” ja erittäin yleinen tuote on lyhytkestoinen eli muutaman tunnin kestoinen maastoratsastusretki. Markkinointi pitäisi ehkä keskittää paremmin ja ottaa selkeämmät kohderyhmät, jotta myös tulos alkaisi parantua. Kaikkea kaikille -markkinointitapa ei kuitenkaan ole välttämättä se tehokkain tapa löytää avainasiakasryhmää. Markkinointia tulisi siis tehostaa ja löytää oikeat kohderyhmät. (Martin-Päivä 2006, 5.)

Hevosmatkailussa riittää kehitettävää tulevaisuuden varalle. Turvallisuus on hyvin tärkeä kriteeri hevosmatkailussa, mihin pitää kiinnittää huomiota, joka vaikuttaa suurelta osin hevosmatkailun imagoon. (Martin-Päivä 2006, 13.)

Hevosteeman yhdistäminen matkailuun kiinnostaa ihmisiä, asiasta on tehty tutkimus, joka vahvistaa edelleen ajatusta siitä, kuinka hevonen koetaan elämyksen tuottajana matkailussa. Potentiaalisten asiakkaiden joukko ei rajoitu siis pelkästään hevosalan ihmisiin vaan nimenomaan ns. kultajyvä-asiakkaat löytyvät ei-hevosalan harrastajista.

Hevosmatkailussa vetovoimatekijöinä ovat luonto ja hevonen. ”Luonto on edelleen Suomen paras kilpailuvaltti”, Matkailun edistämiskeskuksen ylijohtaja Jaakko Lehtonen kertoo Turun Sanomien artikkelissa 19.1.2007. Nämä kaksi tekijää mahdollistavat siis laajentaa ja kehittää hevosmatkailua edelleen myös ulkomaille markkinoitaessa. Potentiaalisten asiakkaiden joukkoa voidaan kartoittaa kertomalla seuraavia tietoja:

ulkomailta saapuneita matkailijoita Suomeen vuonna 2006 oli 2,4 miljoonaa ja kaikkien Suomen eri kävijäkohteiden määrä oli vuonna 2005 kaiken kaikkiaan 34,7 miljoonaa. (MEK 2007b). Hevosmatkailu on yksi matkailun osa-alue, ja potentiaalisia asiakkaita voivat olla kaikki Suomen matkailijat, kunhan tuoteistus saadaan hevosmatkailun alalla monipuolisemmaksi. Matkailullista palvelutoimintaa tulisi korostaa hevosmatkailussa enemmän.

### 2.3 Hevosmatkailun kiinnostavuus

Matkamessuilla vuonna 1999 haluttiin selvittää matkailijoiden kiinnostusta hevosmatkailua kohtaan. Samalla haluttiin saada tietoa siitä, minkä tyyppiset tuotteet kiinnostavat asiakkaita, esimerkiksi vaellukset, valjakko-ajelut vai ehkäpä tilaisuudet, joissa voidaan passiivisesti seurata hevosten kanssa toimimista. Kysely tehtiin Vihreän Kolmion (Loimaan seutukunnan matkailualue) osastolla ja kyselykaavake suunniteltiin sellaiseksi, että vastauksia saataisiin myös muilta kuin aktiivisilta hevosharrastajilta. Ideana oli lähinnä saada arvokasta tietoa potentiaalijoukosta, jonka kautta voitaisiin kehittää uusia hevosmatkailun tuotteita myös hevosista tietämättömille. Kertynyttä tietoa oli tarkoitus hyödyntää ja jatkojalostaa Loimaan alueen hevoselinkeino- ja matkailuyrittäjien kanssa, jotta saataisiin kehitettyä kysyntää vastaavia tuotteita.

Vastauksia kertyi neljän päivän aikana 1020 kappaletta ja vastanneet olivat pääasiassa aikuisia. Kyselyyn vastasi 55 % hevosihmisiä (hevosharrastajat), 35 % hevosista kiinnostuneita (mutta eivät ole tutustunut hevosiin lähemmin) ja 10 % vastasi, että hevoset eivät kiinnosta ollenkaan. Vastauksista kävi ilmi, että hevosteema matkailussa herätti yllättävänkin paljon kiinnostusta varsinkin ei-hevosharrastajien joukossa. Vaikka kysely tehtiin vuosia sitten, tuloksista voidaan kuitenkin varovaisesti päätellä, että potentiaalinen joukko olisi silti vielä olemassa. Kyselyyn vastanneiden joukko on suhteellisen suuri (1020), joten tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus on melko hyvä. Tutkimukseen liitettiin myös jatkokysely, jossa selvitettiin tarkemmin kiinnostusta hevosteemaan ensimmäiseksi toteutetun kyselyn pohjalta.

Hevosihmisistä vastasi 53 %, että matkailussa (ja lomalla) hevoset ovat tuovat mukavan lisän ja hevosista kiinnostuneista 52 % vastasi samoin. Suurin osa hevosihmisistä hakee tietoa alan kohteista hevoslehdistä ja tapahtumista sekä esitteistä. Hevosista kiinnostuneet hakevat tietoa kohteista pääosin sanoma/paikallislehdistä ja esitteistä. Hevosmatkailun tuotteista olivat kiinnostavimmat hevosihmisten mielestä hevosvaellukset, ratsastuskilpailut ja hevostapahtumat/näytökset. Hevosista kiinnostuneiden ryhmästä suurin osa ilmoitti kiinnostaviksi tuotteiksi kärry- ja rekiäjelut, ravit, hevostapahtumat/näytökset ja ratsastuskilpailut. Varsinkin vuosittain järjestettävät Kuninkuusravit ovat saaneet merkittävän ja suosituksen aseman pohjoismaisena kilpailutapahtumana. Hevosista kiinnostuneet olivat valmiita maksamaan tuotteista enemmän kuin hevosalan ihmiset, joka on myös merkittävä tulos tutkimuksen kannalta. Ihmiset ovat valmiita myös

maksamaan tuotteista, koska yleensä on helppo vastata olevansa kiinnostunut jostakin teemasta, mutta siitä ei olla valmiita maksamaan.

Kiinnostavin tulos kyselyssä oli, että yli puolet hevosista kiinnostuneiden ryhmästä mielsivät hevosteeman olevan mukava lisä matkailussa. Tuotteista mielenkiintoisen heidän mielestä oli kärry/rekiajelu, jonka voisi tuotteistaa pidemmälle melko helposti matkailussa. Yllättävää ei sinänsä ollut hevosihmisten kiinnostus (53 %) hevosmatkailuun. Hevosmatkailuyrittäjille on siis merkityksellisintä tietää, että kiinnostusta löytyy, joka auttaa kehittämään tuotteita sen mukaan.

Jatkotutkimuksen merkittävin tulos oli se, että nimenomaan hevoseen tutustuminen passiivisesti seuraamalla kiinnosti ja siitä oltiin valmiita maksamaan. Koko tutkimuksen johtopäätös oli se, että hevosista kiinnostuneet ovat ns. kultajyvä-potentiaalia hevosmatkailuyrityksille. Tuotteiden tulee olla melko yksinkertaisia ja siihen voisi yhdistää esimerkiksi hevosen hoitoon tutustumista ja kärry/rekiajelua. Eli ainoastaan hevosihmiset eivät ole kiinnostuneita yhdistämään hevosteemaa matkailuun vaan myös muutkin matkailijat. Tutkimus vahvistaa ajatusta siitä, että hevosmatkailussa kaivataan lisää tuotteita erityisesti ei-hevosalan ihmiselle eli hevosista kiinnostuneille matkailijoille. (Sulonen&Pajula, 1999.)

### 2.4 Hevosmatkailun turvallisuusnäkökohdat

Hevosmatkailun pääosassa oleva hevonen on eläin, joka käyttäytyy vaistojaan mukaisesti ja tämän vuoksi turvallisuusasiat asiakaspalvelussa on oltava kunnossa. Hevonen saattaa hermostua, säikähtää tai kompuroida etenkin maastossa ratsastaessa, joka voi aiheuttaa vaaratilanteita, ja myös asiakkaan on ymmärrettävä se. (van Damsen 2002, 6.)

Kuluttajavirasto on laatinut ohjeet ratsastuspalveluiden turvallisuuden edistämiseksi. Ohjeiden tarkoituksena on määrittää ratsastuspalveluiden turvallisuutta koskevat vähimmäisvaatimukset, lisätä turvallisuutta ratsastuspalveluissa, tehostaa tuoteturvallisuuslainsäädännön mukaista turvallisuuden valvontaa ja ennaltaehkäistä onnettomuuksia sekä tapaturmia. Ohjeen soveltamisalaan kuuluvat esimerkiksi kentällä, maastossa ja muissa ympäristöissä tapahtuva ratsastaminen, ratsastuskoulut, muut ratsastuspalvelut, ravileirit, poniravikoulut, tallitoiminta, erilaiset tapahtumat, henkilöille tarjottavat hevoskuljetukset sekä muu tuoteturvallisuuslainsäädännön mukainen hevosiin liittyvä toiminta. Laki kulutustavaroiden ja kuluttajapalvelusten turvallisuudesta koskee elinkeinoharjoittajan kuluttajille elinkeinotoimintansa yhteydessä tarjoamia palveluita ja muita palvelun tarjoajia, jotka luovuttavat muussa kuin elinkeinotoiminnassa palveluita kuluttajiin rinnastettavien henkilöiden käytettäväksi. Toisin sanoen laki kulutustavaroiden ja kuluttajapalvelusten turvallisuudesta koskee siis kaikkia niitä, jotka myyvät palveluitaan maksuja vastaan. (Kuluttajaviraston julkaisusarja 4/2004, 4.)

#### 2.4.1 Yleiset vaatimukset ratsastuspalveluiden turvallisuudelle

Ratsastuspalvelu tai siihen osallistuminen ei saa olla kulutustavaroiden ja kulutuspalvelusten turvallisuudesta annetun lain 6 §:ssä tarkoitetulla tavalla vaarallista palveluun osallistuvan kuluttajan terveydelle tai omaisuudelle. Ratsastuspalvelu ei myöskään saa aiheuttaa haittaa tai vaaraa esimerkiksi katsojille tai ohikulkijoille. Toiminnanharjoittaja vastaa ratsastuspalveluiden turvallisuudesta koko ajan. (Kuluttajaviraston julkaisusarja 4/2004, 6.)

Tuoteturvallisuuslainsäädännön mukaiset kuluttajapalveluiden valvontaviranomaiset ovat Kuluttajavirasto, lääninhallitukset ja kuntien viranomaiset. Jos palvelu aiheuttaa vaaraa kuluttajan terveydelle voi viranomainen kieltää tarjottavan palvelun määrääjäksi tai ääritapauksissa asettaa kokonaan toimintakieltoon. (Kuluttajaviraston julkaisusarja 4/2004, 6.)

Toiminnanharjoittajan tulee ottaa kaikille työntekijöilleen lakisääteinen henkilövakuutus. Vakuutus on hyvä ottaa myös tilapäistyöntekijöille, mutta jollei sitä ole, siitä tulee ilmoittaa selkeästi. Toiminnanharjoittajan on hyvä myös vakuuttaa itsensä ja henkilökuntansa vapaaehtoisella tapaturmavakuutuksella ja lisäksi myös toiminnan vastuuvakuutuksella. Asiakkaat ovat vakuutettu ryhmävakuutuksen piiriin ainakin Suomen Ratsastajainliiton hyväksymissä ratsastuskouluissa, ja jos asiakkaita ei olekaan tapaturmavakuutettu toiminnanharjoittajan puolesta, on siitä ilmoitettava asiakkaalle selkeästi. Myös yrityksen irtain omaisuus ja rakennukset olisi hyvä vakuuttaa. (Kuluttajaviraston julkaisusarja 4/2004, 21.)

Toiminnanharjoittajan on määritettävä turvallisuuden kannalta tarpeelliset ikä-, taito-, tai muut vaatimukset ja rajoitukset sekä määritettävä myös ratsastuspalveluun yhtäaikaisesti osallistuvien asiakkaiden enimmäismäärä. Ratsastuspalvelulle tulee myös tarvittaessa asettaa olosuherajat, jos toiminta ei ole turvallista olosuhteista riippuen (esimerkiksi kova pakkanen tai lumimyrsky) sitä ei tule suorittaa ollenkaan. Toiminnanharjoittajalla tulee olla selkeät ohjeet, miten toimitaan, jos olosuhteet muuttuvat ratkaisevasti toiminnan aikana. (Kuluttajaviraston julkaisusarja 4/2004, sivu 6.)

Turun Sanomien artikkelissa 5.12.2006 käsiteltiin vuoden 2006 turvallisuustarkastuksia, jotka suoritettiin Länsi-Suomen läänin 84 ratsastustallilla. Ensimmäisen kerran Länsi-Suomen lääninhallitus ja kunnat selvittivät ratsastustallien turvallisuusasioita virallisissa terveystarkastajien tekemissä tarkastuksissa vuonna 2005. Vuoden 2006 tarkastuksissa yksikään Länsi-Suomen ratsastustalleista ei joutunut toimintakieltoon, mutta esimerkiksi henkilöstön ensiapukoulutuksesta löytyi puutteita. Turun kaupungin terveystarkastaja Satu Ylhäinen kertoi artikkelissa, että turvallisuusasiakirja puuttui kokonaan muutamalta hänen tarkastamaltaan tallilta. Suurimpana ongelmana on ettei ns. villejä hevostalleja ei valvo kukaan virallisella tasolla ja turvallisuusasiat näillä talleilla eivät välttämättä ole kunnossa. Villeillä hevostalleilla tarkoitetaan

talleja, jotka eivät ole Suomen Ratsastajainliiton hyväksymiä. (Ihatsu, 2006.) Suomen Ratsastajainliiton hyväksymiltä talleilta vaaditaan, että siellä on koulutettu henkilökunta, sopivat opetushevokset ja turvalliset puitteet ratsastamiselle sekä tallin vakuutus korvaa aina harrastajille sattuneet vahingot. Suomen Ratsastajainliiton hyväksymiä talleja Suomessa toimii 207 kappaletta. (Suomen Ratsastajainliitto Ry 2006a.)

### 2.4.2 Turvallisuusasiakirja

Turvallisuusasiakirjan laatimisen avulla pyritään siihen, että yrittäjät tiedostaisivat asiakkaiden ja henkilökunnan turvallisuuden ensisijaisen tärkeyden ja vastuuntunnon toiminnassaan. Toiminnanharjoittajan tulee laatia kirjallinen turvallisuusasiakirja, joka sisältää ainakin mallin (liite 1) mukaiset vähimmäistiedot ratsastuspalvelun turvallisuuden varmistamisesta. Vaellus- ja maastoratsastuspalvelun harjoittajilta vaaditaan turvallisuusasiakirja, johon liitetään myös turvallisuussuunnitelma (liite 2). (Kuluttajaviraston julkaisusarja 4/2004, 8.)

Turvallisuusasiakirja tulee käydä läpi henkilökunnan kanssa, ja uudet työntekijät perehdytetään aina myös turvallisuusasiakirjan sisältöön. Sisältöä tulee päivittää aika ajoin, jotta tärkeät tiedot pysyvät ajan tasalla. Turvallisuusasiakirjaan voidaan myös yhdistää pelastussuunnitelma, ja toiminnanharjoittajan tulee varautua omatoimisesti vaaratilanteisiin. Vaaratilanteita, johon voidaan varautua ja kiinnittää enemmän huomiota pelastussuunnitelman kautta ovat tulipalon varhainen havaitseminen, ihmisten ja eläinten pelastaminen ja alkusammutustyöt. Koko henkilökunnalla tulee olla ensiapu-, pelastus- ja alkusammutustaidot toiminnan laatuun ja luonteeseen suhteuttaen. Rakennusten tulee olla paloturvallisia sekä sopivia käyttötarkoitukseensa. (Kuluttajaviraston julkaisusarja 4/2004, 8.)

Toiminnanharjoittajan tulee arvioida mahdolliset riskit, jotka liittyvät tarjottavaan ratsastuspalveluun. Riskit kirjataan turvallisuusasiakirjaan, ja riskien tiedostaminen ennaltaehkäisee myös osaltaan tapaturmia ja onnettomuuksia. Riskejä arvioitaessa tulee miettiä, mistä vaaroista saattaa aiheutua vakavimmat tapaturmat ja onnettomuudet. Kun riskit on tiedostettu, tulee pohtia ennaltaehkäiseviä keinoja tapaturmien välttämiseksi tai millä tavoin voidaan minimoida riskit. Turvallisuusasiakirjaan tulee merkitä myös turvallisuusvastaava ja varahenkilö toiminnanharjoittajan puolesta. (Kuluttajaviraston julkaisusarja 4/2004, 8-9.)

Toiminnanharjoittajan on pidettävä onnettomuustilanteista kirjanpitoa, joka sisältää onnettomuuksien lisäksi myös vakavat läheltä piti -tilanteet. Apuna voidaan käyttää erillistä tapausilmoituslomaketta (liite 3), joka on tarkoitettu toiminnanharjoittajan omaan käyttöön. Erityisen vakavista sattuneista onnettomuuksista velvoitetaan ilmoittamaan tuoteturvallisuusvalvontaviranomaiselle (terveystarkastaja), lääninhallitukselle tai Kuluttajavirastoon. Häätötilanteita varten tulee olla

kirjalliset toimintaohjeet, jotka ovat kaikkien nähtävissä. (Kuluttajaviraston julkaisusarja 4/2004, 9.)

Turvallisuusasiakirjassa tulee olla turvallisuusohjeita asiakkaille ja opastaa asiakkaita talliyrityksen turvallisuusasioissa. Vaellusratsastuksessa täytyy kiinnittää huomiota asiakkaiden turvallisuuteen ratsastusreitistöllä ja minimoida riskit maastossa mahdollisuuksien mukaan sekä olla koko ajan ensiapuvalmiudessa. Hevosten tulee olla käyttötarkoitukseensa sopivia eli asiakaskäytössä toimivia opetushevosia. (Kuluttajaviraston julkaisusarja 4/2004, 11&20.)

### 2.5 Hevosmatkailu maaseutu- ja luontomatkailun osana

Hevosmatkailu kuuluu yhtenä osa-alueena maaseutumatkailun piiriin ja sen rooli on kehittymässä edelleen tulevina vuosina. Jo vuonna 1994 OECD:n (Organisation for Economic Co-operation and Development) laatiman listauksen mukaan maaseutumatkailun aktiviteetteihin kuuluvat muun muassa ratsastus, hevosretket ja valjakkoajo. Suurin osa hevosmatkailuyrityksistä sijaitsee maaseudulla, koska lähellä taajama-alueita on vaikeampi saada käyttöön hyviä maastoratsastusreittejä ja laidunmaita hevosille. Vaikkakin myös taajamien tuntumassa on nykyään joitakin hevosmatkailuyrityksiä ja lähitulevaisuudessa hevosityritykset taajamissa voivat lisääntyä, koska kysyntä on suurta kasvukeskusten läheisyydessä. Maaseutumatkailu määritellään maaseudulla perheyrittäjäpohjalta tapahtuvaksi ja usein sivutoimisesti harjoitetuksi yritystoiminnaksi. Monet hevosmatkailuyritykset tarjoavat myös maatilamajoitusta, kun sesonki ei ole hevosmatkailun osalta vielä lähtenyt käyntiin. Tulevaisuuden näkymistä maaseutumatkailussa tulevat korostumaan tuotteen yksilöllisyys ja matkailu tulee painottumaan aktiviteetti- ja teemalomiin. Ihmiset haluavat yhä enemmän lyhytlomia. Maaseutumatkailulle tulevaisuus näyttää positiiviselta ja aktiviteettilomien sekä yksilöllisten tuotteiden avulla hevosmatkailu saa todella hyvän mahdollisuuden kasvattaa suosiotaan laajemmassa asiakaskunnassa. (Ryymin 2005, 37.)

Hevosmatkailun ehdottomia vetovoimatekijöitä ovat luonto ja (maaseudun) rauha sekä tietysti hevonen itsessään. Esimerkiksi vaellusratsastus-tuotteessa asiakas voi rentoutua ja irtaantua arjesta hevosen selässä luonnon helmassa. Kiire ja stressi unohtuvat. (Vaellustalliin liitto Ry 2006b.)

Maaseutumatkailu voidaan vielä kategorioida kuuluvan luontomatkailuun, joka on suurempi kokonaisuus. Näin ollen myös hevosmatkailu kuuluu luontomatkailuun kiinteästi, koska hevosmatkailutuotteeseen kuuluu luonnossa liikkuminen olennaisena osana. Suomen matkailusta noin neljäsosa on luontomatkailua. Luontomatkailu on luonnossa tapahtuvaa matkailua, esimerkiksi perinteiset vaellukset ja melontaretket kuuluvat luontomatkailuun. Luontomatkailun keskeinen elementti on luonto ja sen kiinnostavuus, minkä ympärille tuotteet rakennetaan. Luontomatkailu on saavuttanut suuren suosion matkailun alalla ja suosio on edelleen

kasvussa. Luonto on hyvin tärkeä elementti matkailijalle ja etenkin Suomi hyötyy luonto-trendistä matkailussa, koska Suomi tunnetaan pääasiassa sen kauniista ja puhtaasta luonnosta. (Valtion ympäristöhallinto 2006.)

## 2.6 Kestävä kehitys hevosmatkailussa

Luontomatkailusta puhuttaessa tullaan myös aiheeseen kestävä kehitys. Hevosmatkailussa kestävä kehityksen tulisi olla mukana etenkin reittivalinnoissa ja asiakkaiden oikeanlaisessa opastamisessa. Hevosmatkailutuotteissa tulee muistaa ennen kaikkea kestävä kehitykseen kuuluva eettinen vastuu sekä ympäristön-, luonnon- ja eläinsuojelulainsäädännön periaatteet. Asiakkaille tulisi korostaa, että luontoa pitää kunnioittaa. Vaellusratsastustuotteen koko elinkaari tulee siis suunnitella ja toteuttaa niin, että mahdolliset haitalliset ympäristövaikutukset minimoidaan noudattamalla lainsäädännön yleisiä periaatteita. Ratsastuksesta aiheutuvat mahdolliset ympäristöhaitat ovat esimerkiksi vesistöjen likaantuminen, reittien ja taukopaikkojen maaperän kuluminen ja tiivistyminen, roskaaminen sekä eläimistön häiriintyminen. Edellä mainittujen haittojen ehkäisemiseksi hevosmatkailuyritys sitoutuu muun muassa seuraamaan ja estämään toiminnasta aiheutuvaa maan kulumista ja liikkumaan luvallisilla reiteillä, huolehtimaan jätteen kuljetuksesta pois luonnosta ja välttämään meluhaittojen syntymistä luonnon eläimistön häiriintymisen takia. (Matkailun ohjelmapalvelujen normiston raportti 4: 2004, 11–12.)

## 2.7 Hevosmatkailu kansainvälisesti tarkasteltuna

Hevosmatkailulla on pitkät perinteet etenkin Euroopan maissa. Hevostalous yleisesti omaa suuret puitteet Euroopassa, eurooppalainen hevoskasvatus ja hevosurheilu ovat edelläkävijöitä. Hevosharrastajia Keski-Euroopasta löytyy noin kaksi miljoonaa, ja kysyntä hevosmatkailun alalla ylittää tarjonnan. Hevosmatkailumaina Italia ja Ranska ovat johtavia maita hevosmatkailun alalla, joilla on pitkät perinteet ja loistavat puitteet harjoittaa täysipainoista hevosmatkailuyrittäjyyttä. Keskieurooppalaiset harrastavat paljon aktiviteettilomia, mihin myös ratsastus luetaan kuuluvaksi. Hevosmatkailun alalla menee tällä hetkellä hyvin kansainvälisesti ja kasvuodotukset ovat hyvät. Hevosmatkailun tuotteita pitäisi kehittää kansainvälisempään suuntaan joka maassa, ajatellen incoming-ratsastusmatkailijoita. Jos keskieurooppalaisista kaksi miljoonaa harrastaa ratsastusta, ryhmästä saattaisi löytyä varmasti paljon potentiaalisia asiakkaita monen eri maiden hevosmatkailuyrittäjille. (Martin-Päivä 2006, 17.)

# 3 HEVOSALAN HANKKEITA JA LAATUJÄRJESTELMIÄ



### 3.1 Hevosalan hankkeista yleisesti

Hevosala on siis kasvusuunnassa ja tähän on vastattu erilaisilla hankkeilla, jotta alan kasvusuunnan mukana kehitystä tapahtuisi ja pystyttäisiin tulevaisuudessa vastaamaan alan kasvun mukanaan tuomiin haasteisiin. Ylimaakunnallisiin kehityshankkeisiin ohjelmakaudella 2000–2006 ALMA-alueella on myönnetty rahoitusta EU:n, valtion ja kuntien puolesta yli 30 miljoonaa euroa. Tästä summasta viiteen hevosalan kehityshankkeeseen on myönnetty tukea 700 000 euroa ja yksityistä rahoitusta on saatu 96 000 euroa julkisen rahoituksen lisäksi. (Korhonen, Pussinen, Saastamoinen & Vuorema 2006, 5.)

Kaikkien hevosalan kehityshankkeiden pääasiallisena tavoitteena on ollut yhteistyön, tiedon ja osaamisen lisääminen sekä hevosalan yritysten kilpailukyvyyn parantaminen. Infotilaisuuksilla, koulutuksilla, erilaisilla alaan liittyvillä tutkimuksilla ja selvityksillä sekä materiaalin tuottamisella on pyritty hankkeiden puolesta vastaamaan tavoitteisiin. (Korhonen, Pussinen, Saastamoinen & Vuorema 2006, 25.)

Hanketoiminnasta tehtiin kysely hevoshankkeiden tilaisuuksiin osallistuneille hevosalan yrittäjille, harrastajille ja muille alasta kiinnostuneille. Kyselyn avulla hankittiin tietoa hanketoiminnan onnistumisesta ja siitä, että saavutettiin hevosalan hankkeiden tavoitteet. Kyselyyn vastanneet olivat varsin tyytyväisiä hanketoiminnan onnistumisesta. Kouluarvosanaksi hankkeille toimijat antoivat 8,5 ja tilaisuuksiin osallistuneet 8, mikä on melko hyvä tulos. Mielenkiintoisinta kyselyn tuloksissa oli ehkä se, että hanketoiminta on vaikuttanut päätökseen harkita harjoittamaan hevosalan yritystoimintaa 27 % vastaajista. Tämä tulos kertoo alan positiivisista kasvunäkymistä paljon. Arvioidaan, että seuraavan viiden vuoden aikana tulee syntyään yli 1000 uutta hevosalan yritystä. Seuraavista esittelyissä olevista hankkeista olivat Hevosten maaseutu 3 sekä hevosalan yrittäjyyden kehittämishanke mukana hevosalan hankearviointi-kyselyssä. (Korhonen, Pussinen, Saastamoinen & Vuorema 2006, 24.)

#### 3.1.1 Vaellusratsastuksen kehittämisprojekti 2

Vaellusratsastuksen kehittämisprojekti on EU-rahoitteinen ja hanke toteutetaan vuosina 2004–2006 Rautalammilla. Vaellusratsastuksen kehittämisprojekti tekee yhteistyötä maakunnassa toimivien hevosmatkailuyrittäjien kanssa. Hanke toimii tiiviissä yhteistyössä Suomen Vaellustalliin Liiton eli SUOVA ry:n kanssa, jonka päätavoitteena on myös kehittää yhteistyötoimintaa yrittäjien välillä ja kehittää vaellusratsastuksen laatuja järjestelmää. Hankkeen tavoitteena on kehittää yhteistyötä koko maan hevosmatkailuyrittäjien välillä, jotta saataisiin entistä parempaa, monipuolisempaa tarjontaa ja palvelua matkailijoille.

Vaellusratsastuksen kehittämisprojektin tärkeänä tavoitteena on myös kerätä tietoa hevosmatkailusta ja vaellusratsastuksesta

hevosmatkailuyrittäjiä ja vaellusratsastajia varten. Tietopankkiin kerätään hevosmatkailuun ja vaellusratsastukseen liittyviä tutkimuksia, artikkeleita ja luentomateriaalia, jotka ovat kaikkien saatavilla hankkeen kotisivuilla. Lisäksi kotisivuille kerätään kategorioitu valtakunnallinen linkkilista hankkeen kanssa toimivista hevosmatkailuyrityksistä, josta pääsee suoraan tutustumaan yritysten tarjontaan. Hevosmatkailuyrityksiä on tällä hetkellä linkkilistalla hieman yli 100 kappaletta.

Vaellusratsastuksen kehittämisprojektin puolesta järjestetään yhteistyössä Suomen Vaellustalliin liiton kanssa erilaisia koulutuspäiviä hevosmatkailutoimintaan liittyen ja pyritään näin myös nostamaan hevosmatkailukoulutuksen tasoa. (Vaellusratsastuksen kehittämisprojekti 2004–2006.)

### 3.1.2 Hevosten maaseutu 3

Hevosten maaseutu 3-hanke käynnistettiin keväällä 2005 ja jatkuu keväälle 2006. Hanketta edelsi myös Hevosten maaseutu 2-hanke. Hanke on rahoitettu maa- ja metsätalousministeriön maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän eli YTR:n kautta ja hankkeen hallinnoijana toimii Laurea-ammattikorkeakoulu.

Tavoitteena on kehittää hevosmatkailutuotteen turvallisuusasioiden tärkeyttä ja palvelun laadun merkitystä suomalaisessa hevosmatkailussa. Hankkeen tavoitteena on myös vahvistaa kokonaisvaltaista käsitystä hevosmatkailun kehittämistarpeista ja edistää hevosalan yritysten ja matkailualan tahojen yhteistyötä sekä edistää verkostoitumista koko maan hevosmatkailuyrittäjien välillä.

Tärkeinä toimenpiteinä hankkeelle ovat hevosmatkailun nykytilan ja kehittämistarpeiden kartoitus, hevosreittien edistäminen kunnallisella tasolla ja osallistuminen hevosmatkailualan seminaari- ja erilaisille hevosalan ammattipäiville sekä yleisiin matkailualan tilaisuuksiin ja tapaamisiin. Myös tallien paikkatietokannan täydentäminen kuuluu hankkeen tavoitteisiin. (Luentomateriaali vuoden 2006 hevosmatkailuseminaarista.)

### 3.1.3 Hevosalan yrittäjyyden kehittämishanke

Hevosalan yrittäjyyden kehittämishanke toteutettiin vuosina 2004–2005. Hankkeen tavoitteena on lisätä hevosalan yritysten ja hevosalojen yritysosaamista sekä edistää alan neuvontaa järjestämällä erilaisia koulutus- ja luentopäiviä. Tavoitteena hankkeelle on myös tiedonkulun ja yhteistyön parantaminen hevosalan yrittäjien kesken sekä eri matkailualan tahojen välillä.

Hankkeen järjestämiin koulutus- ja muihin tilaisuuksiin osallistui yhteensä 1532 kävijää, ja osanottajien lukumäärät menivät yli odotusten. Tilaisuuksia järjestettiin hankkeen puitteissa kaiken kaikkiaan 63

kappaletta eri puolella Suomea. Koulutustilaisuuksien luentomateriaalin pohjalta on koottu tietopaketteja, jotka on kerätty hankkeen kotisivuille. Kotisivuilla kävijöitä on ollut noin 112 000 hankkeen toteutusaikana, mikä tarkoittaa, että näkyvyyttä hankkeelle on saavutettu.

Laurea-ammattikorkeakoulu toteutti hankkeen yhteistyössä alan eri organisaatioiden kanssa, muun muassa Suomen Hippoksen, Suomen Ratsastajainliiton ja MTT Hevostalouden osaston kanssa sekä monien muiden tärkeiden tahojen kanssa. Rahoitus hankkeelle on tullut TE-keskusten alueellisesta maaseutuohjelmasta, ALMA:sta, jonka rahoituslähteenä toimii Euroopan ohjaus- ja tukirahasto. (Hevosalan yrittäjyyden kehittämishanke 2004–2006.)

### 3.1.4 Valtakunnallinen hevosalan osaamiskeskus Hippolis

Keväällä 2006 käynnistettiin Ypäjän kunnan hallinnoima valtakunnallinen hevosalan osaamiskeskus-hanke, joka on kirjattu osaksi Forssan seudun aluekeskus-ohjelmaa. Kohdealueena on ensisijaisesti Lounais-Häme, mutta hanke palvelee silti kokonaisuudessaan kaikkia hevosalan ammattilaisia, harrastajia, hevosen omistajia ja hevosia sekä alalle kouluttautuvia.

Hanke pyrkii vahvistamaan kokonaisvaltaista ajattelua hevosalan kehittämisestä. Lisäksi pyritään edistämään verkostoitumista ja vahvistamaan hevosalan koulutusta alan tulevaisuuden kasvuodotuksia varten sekä täsmentämään liiketoimintasuunnitelmaa ja maksuohjelmaa yrittäjiä varten. Hankkeen puitteissa tullaan järjestämään infotilaisuuksia ja ns. tutkimus- ja opinnäytetyöpäiviä. Hanke tarkoituksena on käynnistää hevosyrityshautomointipilotti-mallia ja luoda hevosalan neuvontaverkostomatriisia sekä talli/yritysneuvontapilotti-mallia. Hankkeen toiminta painottuu myös suurelta osin neuvontatyöhön, jolle on varmasti tarvetta tulevaisuutta ajatellen hevosalan yritysten lisääntyessä. (Valtakunnallinen hevosalan osaamiskeskus-hanke 2006.)

### 3.1.5 Hevoskehä

Suomen Ratsastajainliitto perusti valtakunnallisen hevoskehä-hankkeen kehittämään ja yhdistämään koko maan ratsastusreitistöjä. Hankkeen tavoitteena on yhtenäistää merkintöjä, käytäntöjä, sopimusmalleja koota yhteen tietoa jo olemassa olevasta reitistöstä. Tärkeänä tavoitteena oli myös tehdä kattava ja laaja tallitietorekisteri koko Suomen talleista, millä on suuri tarve jo alan kasvua ajatellen. Tallitietorekisteri on kaikkien saatavilla Nouse ratsaille-internetsivustolla, ja tärkeätä olisi, että jokainen hevosmatkailuyrittäjä saataisiin rekisteriin mukaan ja näin myös ratsastuspalveluiden saatavuus paranisi. (Nouse Ratsaille 2006.)

Hankkeen tarkoituksena on varmistaa, että hevosen kanssa liikkuminen luonnossa olisi turvallista juuri ratsastusta varten tarkoitetuilla reiteillä, jotta voidaan liikkua luonnossa paikallisesti ja yhdistää reittejä edelleen

kuntien välillä toimivaksi verkostoksi. Hevoskehä-hankkeen perimmäisenä ideana on kehittää maan kattava ratsastusreitistö, ja näin olisi tulevaisuudessa mahdollista kulkea Suomi päästä päähän ratsain reitistöä pitkin. Hevoskehä-hanke edesauttaa reittien ylläpitämistä ja myös reitistön rakennuskustannuksille on mahdollista hakea EU-rahoitusta. (Nouse Ratsaille 2006.)

Koska ratsastus kiellettiin kuntopoluilla ja yleiseen käyttöön tarkoitetuilla hiihtoladuilla valtakunnallisesti vuoden 2003 lopulla järjestyslaililla, laajalla ratsastusreitistöllä on entistä enemmän tarvetta. Ratsastus maastossa kuuluu kuitenkin jokamiehen oikeuksien piiriin ja sitä ei voida kieltää esimerkiksi yksityisteillä. Tosin jokainen maanomistaja ei ole osaansa tyytyväinen, koska osa kokee ratsastuksen kuluttavan hiekkateitä melko paljon, joka taas nostaa teiden ylläpitokustannuksia. (Suomalainen 2003.)

Tiekunta voi kuitenkin rajoittaa ratsastamista tiellä esimerkiksi kelirikon aikaan, eli tällöin eivät ratsastajan jokamiehen oikeudet tältä osin päde. Ratsastus maastossa kuuluu siis yksityisten henkilöiden jokamiehen oikeuksiin ja se tarkoittaa oikeutta oleskella tai liikkua toisen maalla tilapäisesti aiheuttamatta harmia tai vahinkoa. (Liikenneturva-organisaatio 2006.)

Hevosmatkailuyritysten tulee kuitenkin huomioida etteivät kaupalliset ohjelmopalvelut kuulu jokamiehen oikeuksien piiriin. Eli yritystoiminta täytyy tapahtua luvanlaisilla alueilla. (Matkailun ohjelmopalvelujen normiston raportti 4:2004, 3.)

Hevoskehä-hanke on hevosmatkailuyrittäjille tärkeä, koska toimivan ja kattavan reitistön laajeneminen on mahdollisuus liiketoiminnan kasvulle. Yritykset pystyisivät kehittämään edelleen tuotetarjontaansa monipuolisemmaksi. Hevoskehä-hanke on myös siltä osin tärkeä kaikkia ratsastajia ajatellen, ja etenkin hevosmatkailuyrittäjiä, koska ruuhkaiseen Etelä-Suomeen on sijoittunut suurin osa koko maan talleista ja urbanisoituminen leviää, mikä taas pienentää mahdollisuutta ratsastaa luonnon läheisyydessä. Hevostietokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan hevosten määrä Suomessa on noin 60 000 yksilöä, ja tästä määrästä yli puolet on keskittynyt Etelä-Suomen alueelle vuoden 1999 tehdyn tutkimuksen perusteella. (Etelä-Suomen hevosalan esiselvitys 2003, 17.)

### 3.2 Hevosmatkailun laatujärjestelmät

Hevosmatkailun alalla laatuluokitusten käyttö on vielä suhteellisen uutta. Hevosmatkailuyrityksiä ei ole juurikaan vielä rekisteröity laatujärjestelmämerkkien alle, mutta laatumerkintä voi olla rekisteröity esimerkiksi maatilamatkailun tai majoitustoiminnan toiminnan alle, muttei varsinaisesti hevosmatkailuyrityksen nimiin. Hevosmatkailuyrityksillä on mahdollisuus kuitenkin saada käyttöoikeudet käyttäen esimerkiksi Laatutonni-merkintää, Maakuntien Parhaat-laatumerkkiä tai ISO-

standardeja, jos yritys täyttää laatumerkeille vaadittavat kriteerit. Syy sille ettei laatumerkkejä ole hevosmatkailuyrittäjillä käytössään, on että laatumerkinnät ovat vuosimaksuiltaan melko kalliita, ja etenkin pienyrittäjillä on miltei mahdotonta maksaa suuria summia laatumerkinnästä. Esimerkiksi Laatutonni-yritysvalmennus, jonka kesto on kuusi päivää ja sisältää koulutuksen koko henkilöstölle, maksaa 3 900 euroa ja laatuvalmennus yritysryhmille maksaa noin 1 400 euroa. Koulutus tulee käydä, jotta yritys on kelpoinen käyttämään Laatutonni-merkintää. Lisäksi vuosimaksut ovat liikevaihdosta riippuen 100–1 200 euroa. Eli pienyrittäjän hevosmatkailun alalla on melko mahdotonta sijoittaa kyseisiä summia laatumerkintään. Ennen kaikkea huomioitavaa kaikkia laatujärjestelmiä tarkasteltaessa on se, etteivät ne välttämättä tuo osaltaan yhtään lisää asiakkaita yritykselle. Laatumerkin käyttöoikeuden saamiseen kuuluvat myös ulkopuolisen tekemät tarkastukset kriteerien täyttymisen ja ylläpitämisen osalta sekä yrityksen pitää hakea laatumerkilleen standardisoimista. (Matkailun edistämiskeskus 2006a.)

Laatujärjestelmien käyttö olisi hevosmatkailun alalla tarpeen, jotta laadun tasoa saataisiin nostettua, missä olisi paljon parannettavan varaa yleisellä tasolla. Toimivista ja edullisista laatumerkinnöistä on suuri pula tämän hetken hevosmatkailussa. Etenkin kansainväliset asiakkaat vaativat parempaa laatutasoa myös hevosmatkailupalveluissa. (Martin-Päivä 2006, 13.)

### 3.3 FinnHorseTours-laatulokitus

FinnHorseTours on Forssan Seudun Kehittämiskeskuksen omistama laatulokituksen tuotemerkki suomenhevosvaelluksille. Laatulokituksen tuotemerkki on tarkoitettu suomenhevosvaellusyrittäjille, vaellusten vetäjille, majoitus- ja ruokapalveluiden tarjoajien muodostamaan koko maan kattavan yrittäjäverkoston käyttöön markkinointi- ja laatumerkinä. Tällä hetkellä FinnHorseTours-laatumerkin on saanut käyttöönsä yhdeksän hevosmatkailuyrittäjää Lounais-Hämeen seudulta. (FinnHorseTours 2006.)

Laatumerkki voidaan myöntää ainoastaan niille yrityksille, mitkä täyttävät kaikki laatukriteerit. Yrityksen tarjoamalla maatalo- ja mökkimajoituksen tulee noudattaa MALO-luokitusta (Maaseutumatkailun majoitustilojen valtakunnallinen luokitus) sekä ”kämpillä” ja laavuilla tulee noudattaa FinnHorseTours:n vaatimaa hevosenkenkäluokitusta ja nokipannuluokitusta. (Hemmi 2005, 339.)

Hevosenkenkäluokitus on jaoteltu neljään eri kategoriaan, jossa laatu määritellään antamalla tietty määrä hevosenkenkiä vaellus- ja savottakämpälle. Jos yöpymispaikalle on määritelty neljä hevosenkenkää, siellä on peruslämpö ja peseytymistilat sekä erillinen keittiö, kun yöpymispaikka mikä on saanut yhden hevosenkengän, siellä ei ole esimerkiksi sähköä ja eikä erillistä keittiötä. Nokipannu-luokitus toimii samalla periaatteella, joka sisältää myös neljä kategoriaa. Hevosten majoitus- ja taukopaikat luokitellaan tuotemerkin omalla

satulaluokituksella, mihin kuuluu myös neljä laatuluokitusryhmää kuten edellisissä. (FinnHorseTours 2006.)

Majoitus-, ruokailu- ja taukopaikkojen tulee täyttää yleiset siisteysvaatimukset ja ruokapalvelujen tarjoajalla tulee olla hygieniapassi sekä omavalvontajärjestelmä. (FinnHorseTours 2006.)

Vaellusten vetäjältä vaaditaan vähintään hevosharrasteohjaajan tutkintoa ja ensiaputaitoa. Vaelluksilla tulee noudattaa laatu/turvallisuusohjeistoa, jonka pohjalla on Matkailun ohjelmapalvelujen normisto-MoNo ja vaelluksia saa järjestää ainoastaan luvanvaraisilla reiteillä. Vaellustallilla tulee olla vähintään SRL:n harrastetalliluokitus. Vaellushevosten tulee koulutettuja ja maastovarmoja suomenhevosia. Yrittäjällä täytyy olla vähintään asiakas- ja vastuuvakuutus. FinnHorseTours laatumerkin saa kolmeksi vuodeksi kerrallaan käyttöönsä ja siitä peritään 50 euron vuosimaksu, eli hinnaltaan se on mahdollisimman monelle yrittäjälle sopiva. Selkeää laatuluokitusta kaivataan mahdollisimman monen hevosmatkailuyrityksen käyttöön, koska se nostaisi tuotteiden laatutasoa ja kehittäisi edelleen laatutietoisuutta yrityksissä. (FinnHorseTours 2006.)

FinnHorseTours laatuluokituksen tuotemerkin ylläpitäminen ja kehittäminen on vuoden 2006 loppupuolella lopetettu, koska hankeaika on päättynyt. Nähtäväksi jää jatkuuko hankkeen toiminta edelleen jonkun muun tahon puolesta. Hyvä taustatyö laatuluokituksen tuotemerkillä on tehty, mutta sitä ei ylläpidetä eikä jatketa, joka on sinänsä todella harmillista. Monella hevosalan hankkeella onkin se ongelma, että hankeajan päättyessä toiminta lopetetaan kokonaan vaikka on tehty paljon työtä, jota ei voida kuitenkaan kehittää edelleen hankeajan umpeuduttua. (Noromies 2007)

## 4 RATSASTUS JA HEVOSTALOUS SUOMESSA

### 4.1 Suomalaisen ratsastuksen historiaa

Suomalaisilla ei ole yhtä pitkää perinnettä ratsastuksen parissa kuin keskieuropalaisilla, esimerkiksi italialaiset ratsastivat jo 1500-luvulla Ratsastusakatemiassa. Pääsääntöisesti Suomessa ratsastusta harjoitettiin vain puolustuslaitoksen piirissä 1800-luvulla ja siviiliväestölle ratsastus harrastuksena avautui vuonna 1873. Tuolloin ruotsalainen tallimestari aloitti ratsastuksenopettajan roolissa Helsingin Santarmimaneesissa ja ratsastus harrastuksena kasvatti suosiotaan. Ratsuhevosten määrä lisääntyi 1800-luvun lopulla merkittävästi, kun ratsuväkirykmentti alkoi tuoda hevosia enemmän maahan ja mukana oli myös yksityishevosia. Rakuunarykmentin hajoaminen vuonna 1901 taannutti ratsastusta siviiliväestön parissa, kuten myös ensimmäinen maailmansota. (Jalkanen & Saarinen 1986, 9&16.)

1920-luvulla suomalaiset saivat myös kansainvälistä kilpailumenestystä, paras saavutus suomalaisessa ratsastusurheilussa oli esteratsastaja H.O von Essenin viides sija olympialaisissa 1928. Tällä aikakaudella perustettiin useita ratsastusalan järjestöjä ja seuroja ja muun muassa Suomen Ratsastajainliitto (SRL) perustettiin 1920-luvun alussa. Suomessa aloitettiin järjestämään myös laukkakilpailuja, jotka olivat myös yleisön suosiossa. Ratsastajien hevosenkäsittelytaitoa pidettiin parempana 1930-luvulla ja tällä ajalla suomalaiset myös kilpailivat menestyksekkäästi. Pohjoismaiset esteratsastuskilpailut järjestettiin Helsingissä 1937. Ratsastushallien määrä lisääntyi samaa vauhtia, kun hevosten määrä kasvoi. (Jalkanen & Saarinen 1986, 20–31.)

Talvisota taannutti taas ratsastuksen suosion kasvua, ja esimerkiksi Helsingin olympialaiset peruuntuivat vuonna 1940 sodan takia. Monet hevoset olivat puolustusvoimien käytössä talvi- ja jatkosodan aikaan ja hevosten määrä väheni merkittävästi sotien aikana. Suomenhevonen nousi tuolloin kunniaansa kestävyytensä ja sisukkuutensa ansiosta sotatantereella. 1940-luvulla kilpailtiin menestyksekkäästi ja esimerkiksi Torsten Elfving voitti PM-kilpailuissa maastoratsastuksen vuonna 1946. Vuonna 1952 olympialaiset järjestettiin Helsingissä ja ratsastuksen osalta menestystä ei suomalaisratsukoille tullut. Lamakausi alkoi 50-luvulla, joka vaikutti rajusti myös hevosalaan, hevosten määrä väheni huomattavasti ja jalostustoiminta oli vaikeuksissa. Kilparatsastajien taso oli melko heikko, mutta ratsastusharrastuksen suosio oli taas 60-luvun lopulla nousussa sekä ratsastuksenopettajien kouluttajakurssi järjestettiin ensimmäisen kerran Ypäjällä vuonna 1967. (Jalkanen & Saarinen 1986, 84.)

Ratsastuksen suosio alkoi näkyä hevosten määrän kasvussa 1973, ratsuja tuotiin maahan enemmän kuin vuosiin ja eniten hevosia tuli Puolasta. Suomalaiset ratsukot kilpailivat enemmän kansainvälisissä kilpailuissa. Menestyneimpiä ratsastajia olivat Kyra Kyrklund kouluratsastuksessa ja Christopher Wegelius esteratsastuksessa. 80-luvulla kansainvälinen menestys oli kasvamassa ja tuloksia alkoi todella syntyä. Suomessa järjestettiin 1985 Helsinki International Horse Show ja tapahtuma käänsi uuden lehden ratsastuksemme historiassa. Kansainvälinen kilpailu nosti Suomen maailman kartalle ratsastuksessa. Merkittävää oli myös vuonna 1986 Suomen Ratsastusopiston laajennus Ypäjällä. (Jalkanen & Saarinen 1986, 113&119.) Vuonna 1993 Ypäjän hevosopistolaitos ja Suomen Ratsastusopisto yhtiöitettiin Ypäjän Hevosopistoksi jatkamaan ja kehittämään edeltäjiensä työtä hevosalan koulutuksessa. Hevosopisto on edelleen Suomen suurin hevosalan keskus. (Ypäjän Hevosopisto Oy 2006).

### 4.2 Ratsastus Suomessa

Ratsastus on harrastuksena noin 135 000 suomalaisella. Suurin osa lajin harrastajista on naisia, esimerkiksi Suomen ratsastajainliiton jäsenistä on 93,5 % naisia ja miehiä on 6,5 % jäsenistä. Aikuisten harrastajien määrä on kasvanut 31 % viimeisen kolmen vuoden aikana.

Ratsastusseuroja on Suomessa 380 kappaletta. (Suomen Ratsastajainliitto Ry 2006b.)

Suomessa ratsastus on 13. suosituin harrastus 3–18-vuotiaiden lasten ja nuorten keskuudessa kansallisen liikuntatutkimuksen 2005–2006 mukaan, ja lajin harrastajia löytyy tästä ikäryhmästä 53 000. Vuonna 1994 samainen luku oli 46 500 ratsastuksen harrastajaa, mikä tarkoittaa noin 14 % kasvua viimeisen 12 vuoden aikana. (Liikuntatutkimus 2005–2006-lapset ja nuoret.)

Aikuisten ikäryhmän 19–65-vuotiaiden lajina ratsastus oli 21. suosituin urheilulaji. Ratsastusta ikäryhmässä harrastaa 64 000 liikuntatutkimuksen 2005–2006 mukaan. Vastaava luku vuoden 1994 tutkimuksen mukaan oli 22 000 ratsastusharrastajaa, eli harrastajamäärät aikuisissa ovat siis miltei kolminkertaistuneet viimeisen 12 vuoden aikana. Kasvuprosentit ratsastuslajin suosiossa ovat olleet huimia etenkin siis aikuisten harrastajien parissa. Vuosittain lajin harrastajamäärät kasvavat keskimäärin noin 10 %. Liikuntatutkimuksen mukaan jopa 54 000 aikuista haluaisi aloittaa harrastamaan ratsastusta, joka kertoo paljon suuresta potentiaalista lajin kehityksen ja kasvun parissa. Suomessa ratsastusta harrastaa keskimäärin 2 % koko väestöstä. (Liikuntatutkimus 2005–2006-aikuiset)

Vertailtaessa naapurimaa Ruotsissa ratsastusta harrastaa yli kymmenkertainen määrä Suomen lukuihin verrattuna. Ruotsissa hevosurheilu on maan toiseksi suosituin urheilulaji. (Antinluoma 2006.)

### 4.3 Kulutus ratsastuksessa

TNS Gallupin tekemän vuoden 2005 liikuntatutkimuksen mukaan ratsastuksen harrastaja käyttää harrastukseensa keskimäärin 1 628 euroa vuodessa. Koko aikuisväestö käyttää liikuntaharrastuksiinsa keskimäärin 427 euroa vuodessa, joten ratsastus poikkeaa keskiarvosta paljon. Vaikka ratsastajien käyttämä summa tuntuu melko suurelta verraten keskiarvoon, niin on muistettava, että ratsastustunti on ammattilaisen ohjaama ja ns. harrastusvälineenä oleva hevonen on kallis eläin ylläpitää. Yleensä ratsastuskouluissa ratsastustunnin hintaan kuuluu myös varusteiden lainaus. Nämä ovat pääasiallisia syitä, miksi rahaa kuluu ratsastukseen harrastuksena enemmän kuin keskimääräisesti aikuisväestöllä muissa lajeissa. (Ruuska 2006.)

### 4.4 Suomalaisen hevostalouden tila lyhyesti

Suomalainen hevostalous on näyttänyt kasvun merkkejä viime vuosina, harrastajamäärät lisääntyvät, yritystoiminta hevosten parissa laajenee ja hevosalan yrittäjiksi haluavia on yhä enemmän. Yritystoiminnan lisääntyminen ja riskinotto kyvyn kasvaminen hevosalan yrityksissä kertoo paljon nykytilasta hevostaloudessa. Hevosala kokonaisuudessaan kaipaisi huomiota enemmän jo siihen nähden, kuinka paljon hevostalous vaikuttaa



esimerkiksi maaseudun elinvoimaisuuden kasvuun. Hevosenomistajia on tällä hetkellä noin 35 000, ravihevosten parissa harrastajia on 50 000 ja raveissa käy vuosittain yleisöä noin 800 000. (Korhonen, Pussinen, Peltonen, Saastamoinen & Soini 2005)

Tukipolitiikan ja erilaisten rahoitusmahdollisuuksien hyödyntämistä pitäisi tulevaisuudessa kehittää edelleen, jotta hevostalous pystyisi edelleen nostattamaan hyviä kasvumahdollisuuksiaan. (Holmen & Mäenpää 2004, 3.) Tällä hetkellä suomalainen hevostalous työllistää noin 5 000 kokopäiväistä ja 10 000 osa-aikaista työntekijää. Ennustetaan, että hevostalous luo lähivuosina tuhansia uusia työpaikkoja eli vuositasolla noin 250–500 uutta työpaikkaa. (Antinluoma 2006.)

### 4.4.1 Hevostalouden yritystoiminnan faktoja

Suomessa on noin 15 000 tallia, ja tästä luvusta noin 3 500 tallia harjoittaa yritystoimintaa. Hämeessä ja Varsinais-Suomessa on 2 900 tallia, joista yli 700 harjoittaa yritystoimintaa. Jos hevosia on tallissa on 8–10, niin tämän kokoinen talli työllistää yhden henkilön. Työllistäminen näkyy myös kulutuksessa, esimerkiksi hevonen syö rehua päivittäin 1,40 eurolla ja hevoselle ostetaan tarvikkeita ja palveluita keskimäärin 1 300 euron edestä vuosittain. Viimeisen viiden vuoden aikana hevostalouteen on investoitu 80 miljoonaa euroa ja seuraavien viiden vuoden aikana arvioidaan investoitavan hevosiin ja toimintaympäristöön 115 miljoonaa euroa, eli kasvua on 30 % edellisiin vuosiin verrattuna. (Suojanen 2006.) Esimerkkejä investointien määrästä hevosalalla: uuden tallin rakentaminen 72 000 euroa, hevosten ulkoilu-alueet 4 200 euroa ja maneesin rakentaminen 147 000 euroa. (Korhonen, Pussinen, Peltonen, Saastamoinen & Soini 2005).

Hevosia Suomessa on tällä hetkellä noin 70 000 (Ala-Nissilä 2006), josta 37 % lämminveri-ravihevosiä, noin 33 % on suomenhevosiä, 18 % ratsuja ja 12 % poneja. Eli suurin osa hevosista on ravureita. Mutta etenkin ratsujen osuus koko hevosmäärästä on noussut vuodesta 1980 huomattavasti. Hevosten lukumäärä on kaksinkertaistunut vuodesta 1980 vuoteen 2006, hevosten lukumäärä vuonna 1980 oli noin 31 000. Hevosten määrän arvioidaan lisääntyvän vuosittain noin tuhannella hevosella. (Holmen & Mäenpää 2004, liite 1.)

### 4.4.2 Hevonen ja ympäristö

Hevostalleja arvioidaan olevan Suomessa jo enemmän kuin navettoja ja sikaloita, joten hevonen on tärkeä osa myös maataloutta. Hevostalouden ympäristöfoorumissa pohdittiin tätä suurta hevosalan kasvua ympäristöllisestä näkökulmasta syksyllä 2006. Foorumissa keskusteltiin siitä, että hevonen on myös ympäristön ongelma ja ongelma on kasvanut hevosten ja tallien määrän lisääntyessä. Projektiassistentti ja asiantuntija Kirsi Rajala Hätsam-hankkeesta kertoi konflikteista koskien hevosten liikkumista reiteillä tai yksityisteillä sekä lannan hajusta, mistä aiheutuu

paljon riitoja naapurustojen välille. Hevosharrastus on tulossa myös kasvukeskuksien lähelle ja hevonen ei ole välttämättä mieluinen naapuri pienten tonttien kasvukeskuksissa. Hevosten tarhaus aiheuttaa ympäristölle kuormitusta, esimerkiksi rehevöitymistä ja maaperän pilaantumista. Hevostaloudessa tulisi kierrättää enemmän ja muutenkin kiinnittää huomiota paremmin ympäristöasioihin. Hevostalleilla ei välttämättä rikota tahallaan ympäristömääräyksiä, tietoa ei vain ole tarpeeksi. Hevosalan kohtalonkysymys onkin ympäristöön kohdistuva rasitus ja kuormitus sekä yhteiskunnan suhtautuminen näihin asioihin MTT:n hevostutkimuksen tutkimuspäällikkö Markku Saastamoisen mukaan. (Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus-MTT 2006.)

Hevostalli tarvitsee myös ympäristöluvan, jos se on tarkoitettu vähintään 60 hevoselle tai ponille. Myös tätä pienempikin voi olla luvanvarainen, jos siitä saattaa aiheutua kohtuutonta haittaa naapureille. Ympäristöluvan myöntämisessä tallitoiminnan sijoittuminen ja lupamääräykset luovat yhdessä edellytykset sille, ettei hankkeesta aiheudu terveystahaittaa, merkittävää ympäristön pilaantumista eikä naapuruussuhdelaisissa tarkoitettua rasitusta. Pääsääntöisesti hevostallien ympäristöluva haetaan kunnan ympäristöviranomaiselta. Hevostalouden negatiiviset ympäristövaikutukset aiheutuvat useimmiten siitä, että hevostalliyrittäjällä on liian pienet maa-alueet käytössään tallin hevosmäärään nähden. Muita ympäristöä kuormittavia tekijöitä ovat erityisesti lantala sekä hoitamattomat ja kasvipeitteettömät ulkoilutarhat. (Ympäristöministeriö 2003, 9.)

## 5 TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN

### 5.1 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytteeseen liittyvä tutkimus suoritettiin kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimusmenetelmän avulla ja kysely toteutettiin valtakunnallisella tasolla hevosmatkailuyrittäjille sähköpostin avulla. Tutkimus suoritettiin yhteistyössä Rautalammilla toimivan Vaellusratsastuksen kehittämisprojekti 2:n kanssa, eli tutkimuksen toteuttaja sai käyttää kehittämisprojektin kontakteja ja toimia projektin nimissä tutkimusta tehtäessä. Kyselylomake (liite 4) tehtiin Webropol-työkalulla, jonka avulla saatiin tehtyä suora linkki lähetetyistä sähköposteista kyselylomakkeelle. Sähköpostin alkuun oli liitetty yrittäjiä puhutteleva ja vastaamaan kannustava saatekirje (liite 5).

### 5.2 Tutkimuksen otos

Tutkimuksen vastaajat olivat hevosmatkailuyrittäjiä eri puolilta Suomea, ja tutkimuksen otoskoko oli 108 kappaletta. Tutkimus toteutettiin kokonaistutkimuksena ja tutkimukseen vastaajat valittiin siis

kokonaisotantana Vaellusratsastuksen kehittämisprojekti 2:n hevosmatkailuyrittäjälialta. Kokonaistutkimus katsottiin ehdottaman tarpeelliseksi, jotta vastauksia saataisiin mahdollisimman paljon ja näin ollen tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus ei kärsisi.

### 5.3 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelmat

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää hevosmatkailuyritysten taloudellista tilaa, asiakasmääriä sekä käytännöllistä perustietoa yrityksiä tämän hetkisestä tilasta sekä hieman tulevaisuuden näkymiä hevosmatkailun alakehityksestä. Hevosmatkailusta on tuotettu hyvin vähän tietoa ja siksi tämänkaltaiselle tutkimukselle on tarvetta. Tutkimuksen tarkoituksena on tuottaa tietoa hevosmatkailuyrityksistä, josta saataisiin myös hyvä pohja mahdollisille jatkotutkimuksille.

Tutkimuksen avulla pyritään saamaan vastauksia seuraaviin tutkimusongelmiin:

- Mitä on hevosmatkailu kokonaisuutena?
- Mikä on suomalaisen hevosmatkailun nykytila yleisesti?
- Minkälaisia tulevaisuuden näkymiä on hevosmatkailun alalla?
- Mikä on hevosmatkailuyritysten taloudellinen nykytila ja mitä tulevaisuuden suunnitelmia yrittäjillä on yrityksensä suhteen?
- Mitä tulisi kehittää alalla nyt ja lähitulevaisuudessa?
- Hevosmatkailualan haasteet?

### 5.4 Tutkimustulokset

Lopulliseksi vastausprosentiksi muodostui 36 %, mikä oli tutkijaa tyydyttävä tulos eli vastauksia tuli yhteensä 39 kappaletta, ja kysely lähetettiin 108 hevosmatkailuyrittäjälle. Sähköpostitse tehty kysely koettiin parhaaksi tavaksi tavoittaa vastaajat. Kysely piti toteuttaa nopeasti ennen hevosmatkailuyrittäjien kesäsesongin alkua, jotta vastausprosentti saataisiin mahdollisimman korkeaksi. Viimeiset vastaukset saatiin toukokuun 2006 loppupuolella.

Kyselylomakkeella oli 24 kysymystä, joista neljä oli avoimia kysymyksiä ja loput olivat monivalintakysymyksiä eli vastaajan tuli valita yksi vastausvaihtoehto. Kysymykset numero 8 a&b, 11, 23 ja 24 olivat lomakkeen avoimia kysymyksiä. Vastaajat jäivät kyselyssä anonyymeiksi, jolla yritettiin edesauttaa saamaan vastausprosenttia mahdollisimman korkeaksi. Taloudellisia tunnuslukuja olisi ollut miltei mahdoton saada vastaajilta, jos vastaukset olisi voitu yhdistää yrityksen nimeen.

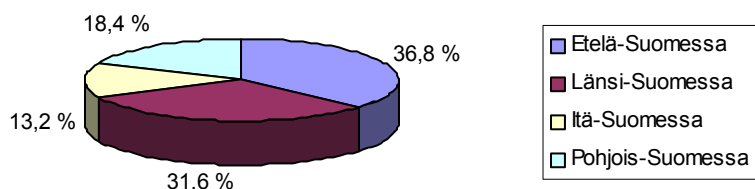
Kyselylomake lähetettiin sähköpostin välityksellä vastaajille toukokuun puolivälissä ja vastausaika annettiin viikko. Vastauksia ensimmäisellä kyselykierroksella tuli 24 kappaletta, mutta vastauksia haluttiin kuitenkin lisää. Sähköposti lähetettiin toisen kerran muokatun saatekirjeen kera (liite 6) hevosmatkailuyrittäjille ja otoskoko pysyi samana eli 108

hevosmatkailuyrittäjää. Saatekirjeessä siis kehoitettiin ei-vastanneita vastaamaan kyselyyn, koska ei-vastanneita ei pystytty jäljittämään, koska vastaajat pysyivät anonyymeina. Vastausaikaa annettiin jälleen yksi viikko. Webropol-työkalun avulla saatiin koko tutkimuksen tuloksista analysoidut vastaukset kuvineen.

### 5.4.1 Hevosmatkailuyrityksen sijainti ja yritysmuoto

Kyselyyn vastanneilta kysyttiin missä hevosmatkailuyritys toimii. Vastausvaihtoehtoja oli neljä: Etelä-Suomi, Länsi-Suomi, Itä-Suomi ja Pohjois-Suomi. Vastauksia yrityksen sijainti -kysymykseen saatiin 38 kappaletta. Suurin osa eli 36,8 % yrityksistä vastasi toimivansa Etelä-Suomessa, siis kaiken kaikkiaan 14 yritystä toimii Etelä-Suomen alueella. Länsi-Suomessa ilmoitti toimivansa 31,6 % yrityksistä eli 12 ja Pohjois-Suomessa 18,4 % eli seitsemän yritystä. Pienin ryhmä vastaajista kertoi toimivansa Itä-Suomessa eli 13,2 % vastaajista, toisin sanoen vastanneista viisi. Pääasiassa hevosmatkailuyritykset toimivat siis Etelä- ja Länsi-Suomen alueilla eli ns. ruuhka-Suomessa, koska kysyntä on kyseisillä alueilla kaikkein suurinta. Kuva 1 havainnollistaa tarkemmin kysymyksen tulokset.

**Hevosmatkailuyrityksenne sijaitsee...**

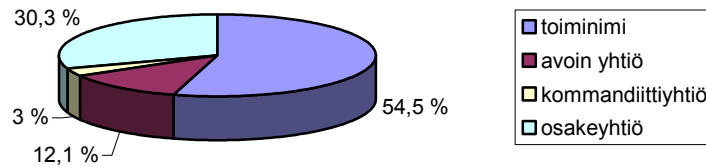


**KUVA 1** Hevosmatkailuyrityksien sijainti

Toisena kysymyksenä kyselyssä oli, että mikä on yrityksen yritysmuoto (kuva 2). Kysymykseen vastasi 33 vastaajaa. Vastausvaihtoehtoina olivat toiminimi, avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö ja osakeyhtiö. Suurin osa eli 54,5 %, toisin sanoen 18 vastaajista kertoi, että yrityksellä on käytössään toiminimi. Osakeyhtiö oli yritysmuotona 30,3 % vastaajista eli 10 vastaajalla. Avoin yhtiö oli 12,1 % yrittäjillä käytössään yritysmuotona eli neljällä vastaajalla ja 3 % vastaajista oli yritysmuotona kommandiittiyhtiö eli yhdellä vastaajalla.

Toiminimi yritysmuotona on yksinkertaisin käyttää ja toiminimen perustaminen on helpompaa kuin ehkäpä muiden yritysmuotojen. Tämän vuoksi luultavasti myös suurin osa vastanneista on valinnut toiminimen yritysmuodokseen.

Mikä on yritysmuoto?

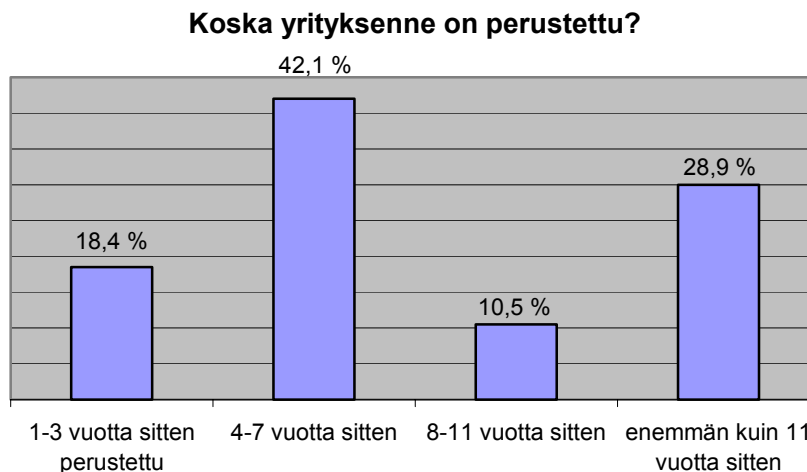


KUVA 2 Yritysmuoto

#### 5.4.2 Yrityksen perustamisvuosi

Kyselylomakkeella vastaajilta kysyttiin, koska hevosmatkailuyritys on perustettu (kuva 3). Kysymykseen vastasi 38 yrittäjää. Vastausvaihtoehtoina olivat 1–3 vuotta sitten, 4–7 vuotta sitten, 8–11 vuotta sitten tai enemmän 11 vuotta sitten. Suurin osa yrittäjistä eli 42,1 % ilmoitti perustaneensa yrityksen 4–7 vuotta sitten, toisin sanoen 16 yrittäjää vastasi näin. Vastaajista 28,9 % ilmoitti perustaneensa yrityksensä enemmän kuin 11 vuotta sitten eli 11 vastaajista ja 18,4 % eli seitsemän vastaaja perusti yrityksensä 1–3 vuotta sitten. Yritys oli perustettu 8–11 vuotta sitten 10,5 % eli 4 vastaajista.

Suurin osa yrityksistä on vielä melko uusia, koska melkein puolet yrityksistä on perustettu 4–7 vuotta sitten. Yritys ei ole välttämättä tässä vaiheessa vielä saanut liiketoiminnan kannattavuutta maksimoitua eikä tavoittanut haluamaansa vakioasiakkaiden määrää. Toiseksi eniten hevosmatkailuyrityksiä on perustettu yli 11 vuotta sitten, eli yrittäjillä on paljon kokemusta alalta. Alalla kaikkein kauemmin toimineet yrittäjät tietävät miten hevosmatkailualalla toimitaan vankan kokemuksensa kautta, koska yrityksen liiketoiminta on jatkunut jo pitkään ja yritys on pysynyt kilpailussa mukana. Tätä tietotaitoa ja kokemusta tulisi hyödyntää esimerkiksi osallistumalla alan koulutuksiin eli hyödyntää kokemusta jakamalla sitä alan uusille yrittäjille.



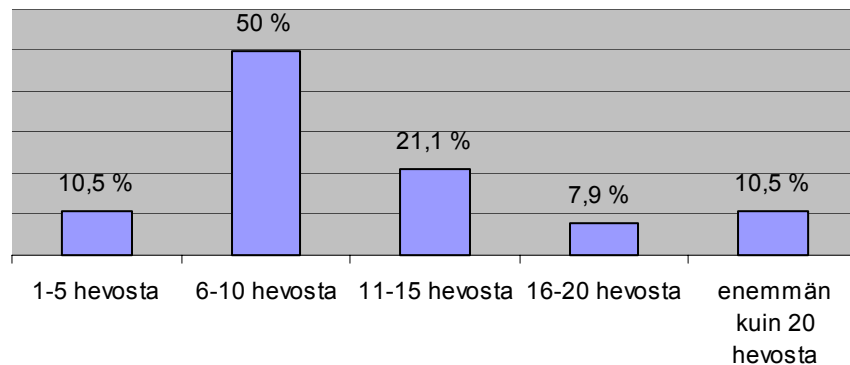
KUVA 3 Yrityksen perustamisvuosi

#### 5.4.3 Hevosten lukumäärä yrityksessä

Vastaajilta kysyttiin kuinka monta hevosta on yrityksen asiakaskäytössä (kuva 4). Kysymykseen tuli vastauksia 38 kappaletta. Vastausvaihtoehtoina olivat, että yrityksessä on asiakaskäytössä 1–5 hevosta, 6–10 hevosta, 11–15 hevosta, 16–20 hevosta tai enemmän kuin 20 hevosta. Suurimmalla osalla oli käytössään 6–10 hevosta eli 50 % vastaajista, siis 19 yrittäjällä. Toiseksi eniten yritykset ilmoittivat, että asiakaskäytössä on 11–15 hevosta eli 21,1 % vastaajista ja näin vastasi kahdeksan yrittäjää. Kolmantena ryhmänä olivat yrittäjät, joilla oli asiakaskäytössä 1–5 hevosta ja enemmän kuin 20 hevosta eli vastaukset jakautuivat tasan, molempiin vastausvaihtoehtoihin vastasi 10,5 % vastaajista, siis neljä vastaajaa kummallekin vaihtoehdolle. Vähiten vastauksia tuli vaihtoehdolle, että asiakaskäytössä on 16–20 hevosta eli ainoastaan 7,9 % vastaajista kertoi näin.

Hevosten määrä yrityksessä kertoo paljon myös yrityksen koosta ja sen asiakasmäärästä. Yleisin määrä hevosia yrityksissä oli 6–10 hevosta eli yrittäjätoiminta on verrattavissa keskikokoisen hevosmatkailuyrityksen toimintaan. Viidesosalla yrittäjistä oli kuitenkin enemmän kuin 20 hevosta asiakaskäytössä, jolloin voidaan puhua jo melko suurimuotoisesta liiketoiminnasta. Aloittelevan yrityksen on kuitenkin helpompi aloittaa toimintansa pienemmällä määrällä hevosia, koska investoinnit yrittäjätoiminnan alkaessa ovat muutenkin melko suuria rahallisesti. Asiakaskäyttöön soveltuva ja koulutettu hevonen iästä ja rodusta riippuen maksaa noin 4 000–6 000 euroa tai siitä ylöspäin. Alkuinvestoinnit usein sisältävät hevosten hankinnan lisäksi tarvittavien rakennusten pystytyksen/remontoinnin käyttötarkoitukseensa, hevosten rehun hankkimisen, hevosten ulkoilualueiden sekä ratsastusalueiden rakentamisen ja mahdollisesti asiakkaille tarvittavien tilojen rakentaminen.

### Kuinka monta hevosta on yrityksenne asiakaskäytössä?



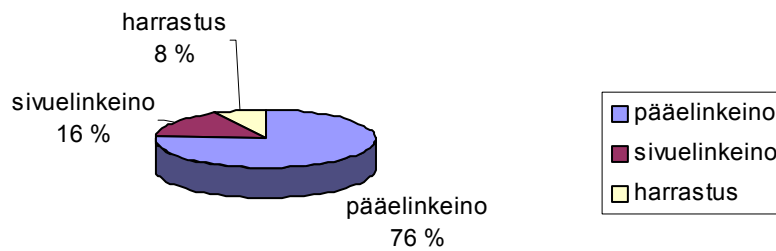
KUVA 4 Hevosten lukumäärä yrityksessä

#### 5.4.4 Liiketoiminnan tarkoitus ja laajuus

Vastaajilta kysyttiin, minkälaista liiketoimintaa on hevosmatkailuyrittäjälle. Vastausvaihtoehtoja oli kolme: onko kyseinen hevosmatkailuyritys liiketoimintana pääelinkeino, sivuelinkeino vai harrastustoimintaan perustuvaa. Kysymykseen saatiin vastauksia kokonaisuudessaan 38 kappaletta. Suurin osa eli 76,3 % vastaajista ilmoitti liiketoimintansa olevan heille pääelinkeino eli 29 yrittäjällä. Sivuelinkeinonaan liiketoimintaa harjoitti 15,8 % vastaajista eli kuusi hevosmatkailuyrittäjää. Harrastustoimintaan perustuvaa liiketoimintaa harjoitti 7,9 % vastaajista eli kolme yrittäjää kokonaisvastaajamäärästä. Kuvassa 5 kerrotaan kysymyksen tulokset pyöristetysti.

Kolmella neljästä hevosmatkailuyrittäjästä liiketoiminta on pääelinkeino, mutta lopuille yrittäjistä se joko sivuelinkeino tai harrastus. Sivuelinkeinona hevosmatkailuyrittäjäys tarkoittaa usein, että päätoiminnan kohteena voi olla esimerkiksi hevosten myynti tai täysihoito, ja hevosia halutaan hyödyntää myös muussa käytössä kuten hevosmatkailu-tuotteissa. Kysymys onkin siinä, että kuinka ammattitaitoisia yrittäjät ovat silloin, kun yrittäminen on sivutoimista ja onko toiminnassa otettu turvallisuusasiat huomioon tarkasti? Sivutoiminen tai harrastustoimintaan perustava hevosmatkailuyrittäminen tuskin on kovinkaan kannattavaa, jollei päätoiminen yritystoiminta hyödynnä muulla tavoin samoja hevosia täysin liiketoiminnassaan.

### Onko kyseinen liiketoiminta yrittäjälle...



KUVA 5 Liiketoiminnan tarkoitus

Vastaajilta kysyttiin miten hevosmatkailuyritys toimii ja vastausvaihtoehtoja oli kolme: toimiiko yritys ympäri vuoden, sesonkiluontoisesti vai ainoataan tilauksesta. Vastauksia kysymykseen tuli 36 kappaletta. Melkein jokainen vastaaja ilmoitti yrityksen toimivan ympäri vuoden eli 97,2 %, siis 35 vastaajaa. Ainoastaan yksi yrittäjä ilmoitti yrityksen toimivan vain tilauksesta eli 2,8 % vastaajista ja yksikään yrityksistä ei toimi sesonkiluontoisesti. Kuva 6 kertoo kysymyksen tulokset pyöristetysti.

Vastaukset kertovat yllättävän vähän hevosmatkailun sesonkiluontoisuudesta. Hevosmatkailun kysyntä on voimakkainta kesäisin ja muina aikoina on selkeästi vähemmän asiakkaita. Sääolosuhteet vaikuttavat vahvasti hevosmatkailussa, koska suurimpaan osaan tuotteisiin liittyy ulkoilma-aktiiviteetti. Tutkija arvioi, että hevosmatkailuyritykset toimivat ympärivuotisesti, koska usein hevosmatkailuyritykset ovat ratsastuskoulujen yhteydessä olevia yrityksiä. Näin hevoset saadaan hyödynnettyä liiketoiminnassa mahdollisimman monipuolisesti ja ympärivuotisesti. Hevosmatkailupaketteja tulisi kuitenkin tuotteistaa niin pitkälle, että saataisiin erilaisia ja muista tarjoajista erottuvia tuotteita jokaiselle vuodenajalle.



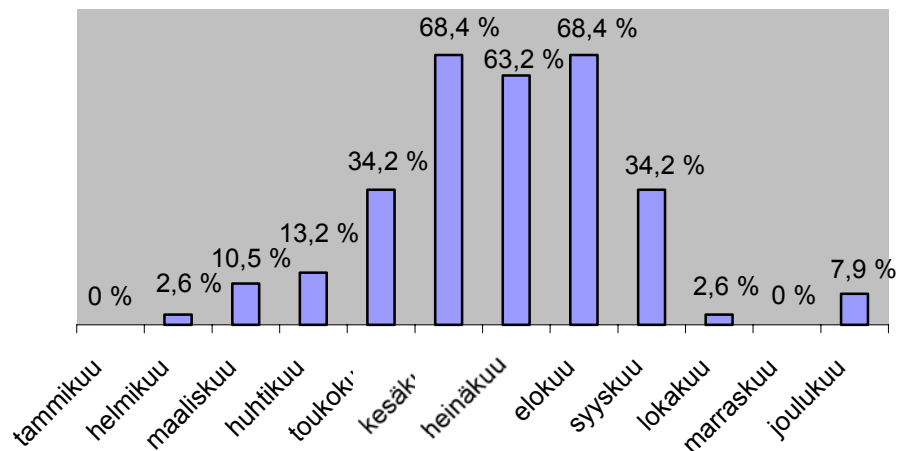


KUVA 6 Liiketoiminnan laajuus

#### 5.4.5 Yrityksen kolme parasta kuukautta liiketoiminnan kannalta

Kyselyyn osallistuneilta pyydettiin kertomaan mitkä ovat kolme parasta kuukautta oman liiketoiminnan kannalta (kuva 7) eli toisin sanoen, koska on eniten asiakkaita ja milloin kysyntä on suurinta. Kysymykseen tuli vastata siis kolmeen kohtaan eli mitkä ovat kolme parhaita kuukautta liiketoiminnan kannalta. Kysymykseen vastasi 38 yrittäjää. Sesonki hevosmatkailuyrittäjille on kesä, kuten myös monelle muulle luonto- tai maaseutumatkailualan yrittäjälle Suomessa. Parhaimmat kuukaudet vuoden aikana liiketoiminnalle vastausten mukaan olivat kesäkuu, elokuu ja heinäkuu. Vastaajista 68,4 % eli 26 vastaajaa ilmoitti kesäkuun olevan kolmen parhaan kuukauden joukossa liiketoiminnan kannalta ja samoin 68,4 % vastaajista eli 26 kyselyyn osallistuneista ilmoitti elokuun olevan kolmen parhaan kuukauden joukossa. Heinäkuu oli kolmen parhaan kuukauden joukossa 63,2 % vastaajista eli 24 yrittäjällä. Seuraavaksi olivat syyskuu ja toukokuu samalla vastausprosentilla, jotka olivat parhaat kuukaudet 34,2 % vastaajista eli 13 vastanneelle yrittäjälle. Seuraavaksi tulivat huhtikuu vastausprosentilla 13,2 %, maaliskuu 10,5 %, joulukuu 7,9 %, helmikuu 2,6 % ja lokakuu samoin 2,6 %. Tammikuuta ja marraskuuta yksikään vastaajista ei ilmoittanut kuuluvan kolmen parhaan kuukauden joukkoon liiketoimintansa kannalta eli vastausprosentti kyseisille kuukausille oli 0 %.

### Mitkä ovat kolme parasta kuukautta liiketoimintanne kannalta?



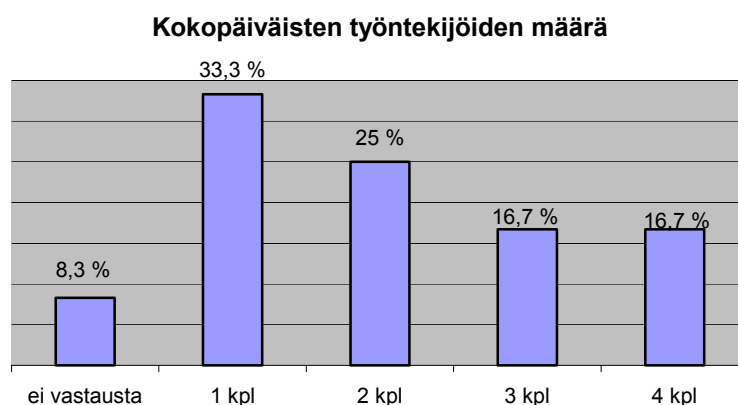
KUVA 7 Vuoden parhaat kuukaudet liiketoiminnan kannalta

#### 5.4.6 Työntekijöiden määrä yrityksessä

Kyselyyn osallistuneilta yrittäjiltä kysyttiin, kuinka monta palkattua työntekijää yritys työllistää tällä hetkellä eli toukokuussa 2006. Kysymykseen vastauksia tuli 38 yrittäjältä. Kysymykseen kokonaisuudessaan tuli vastauksia 43 kappaletta, eli muutama vastaaja vastasi siis useampaan kohtaan. Vastausvaihtoehdot jakaantuivat kolmeen eli kysyttiin kuinka monta kappaletta oli kokopäiväisiä työntekijöitä, kuinka monta kappaletta oli osa-aikaisia työntekijöitä tai ei palkattua henkilöstöä ollenkaan eli vain yrittäjä/yrittäjät itse ja perheenjäsenet. Kysymys oli avoin kahden ensimmäisen vaihtoehdon osalta koskien kokopäiväisten ja osa-aikaisten työntekijöiden määrää ja ei henkilöstöä -vaihtoehdon kohdalla monivalintakysymys. Kysymykseen pystyi siis vastaamaan useampaan kohtaan. Kuva 10 havainnollistaa kysymyksen tulokset koko henkilöstön määrän osalta yrityksessä.

Kokopäiväisten työntekijöiden määräksi ilmoitettiin 1–4 kappaletta per yritys. Vastausvaihtoehdon vastausprosentti oli 26,3 % eli kymmenen vastausta. Kokopäiväisten työntekijöiden määrää koskevaan kysymykseen (kuva 8) tuli vastauksia kokonaisuudessaan 12 kappaletta. Vastauksien vähäisestä määrästä johtuen, tuloksia ei voida kuitenkaan yleistää koko alaa koskevaksi. Vastaajista 33,3 % eli neljä vastaajaa ilmoitti yrityksessään työskentelevän yhden kokopäiväisen työntekijän. Yhdellä yrittäjällä eli 8,3 % vastaajista oli yksi kokopäiväinen oppisopimustyöntekijä ja tätä vastausta ei voitu analysoida muiden vastausten tavoin, joten vastaus jätettiin huomioimatta. 25 % vastaajista eli kolme vastaajaa ilmoitti yrityksessä työskentelevän kaksi kokopäiväistä työntekijää. Kokopäiväisiä työntekijöitä kolme kappaletta työskenteleviä kerrottiin olevan 16,7 % eli kahdella vastaajalla

hevosmatkailuyrityksessään. Vastaajista myös kahdella eli 16,7 %, työskenteli neljä kokopäiväisesti palkattua työntekijää.



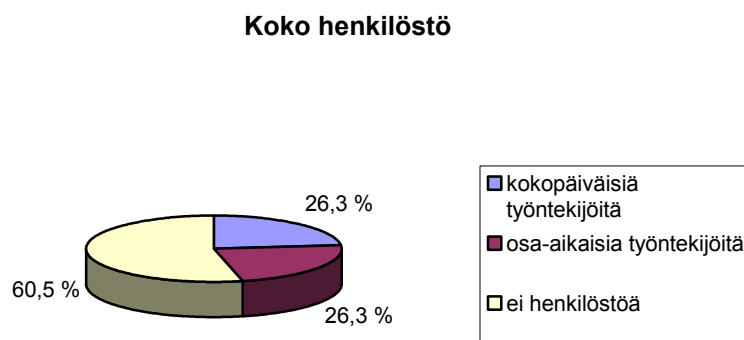
KUVA 8 Kokopäiväisten työntekijöiden määrä

Osa-aikaisten työntekijöiden määrää koskevassa kysymyksessä (kuva 9) vastauksia tuli kymmenen kappaletta eli 26,3 % vastaajista. Vastauksia tuli kokonaisuudessaan 13 eli melko vähän, toisin sanoen tuloksia ei voida vahvasti yleistää koko alaa koskevaksi. Vastaajista 38,4 % eli viisi kappaletta kertoi yrityksessä olevan yhden palkatun osa-aikatyöntekijän. Vastaajista suurin osa eli 46,2 %, toisin sanoen kuusi yrittäjää kertoi osa-aikaisia työntekijöitä olevan kaksi. Kyselyyn osallistuneista 7,7 % eli yksi vastaaja ilmoitti työskentelevän neljän osa-aikaisen työntekijän. Myös yksi vastaaja koko vastaajien määrästä eli 7,7 %, ilmoitti kuuden osa-aikaisen työntekijän työskentelevän yrityksessään. Osa-aikaisten työntekijöitä on siis useimmissa yrityksissä siis kaksi kappaletta ja suurin osa työskentelee sesongin aikana eli kesäkuukausina. Osa-aikaisten työntekijöiden määrä on yleisestikin lisääntymässä työmarkkinoilla ja vakituisen henkilökunnan määrä on laskemassa.



KUVA 9 Osa-aikaisten työntekijöiden määrä

Viimeiseen vaihtoehtoon tuli eniten vastauksia, jossa vaihtoehtona oli ei palkattua henkilöstä yrityksessä eli vain yrittäjä/yrittäjät itse ja perheenjäsenet. Vastaajista 60,5 % eli 23 vastasi tähän kohtaan. Hyvin arvattavaa oli, että vastaukset muodostuivat juuri näin, että suurimmalla osalla ei ole ollenkaan henkilökuntaa. Hevosmatkailuyrityksessä on paljon työtä, mutta usein yrityksen toimintaan on sitoutunut koko perhe. Palkattu henkilökunta on suuri kustannus yrittäjälle.



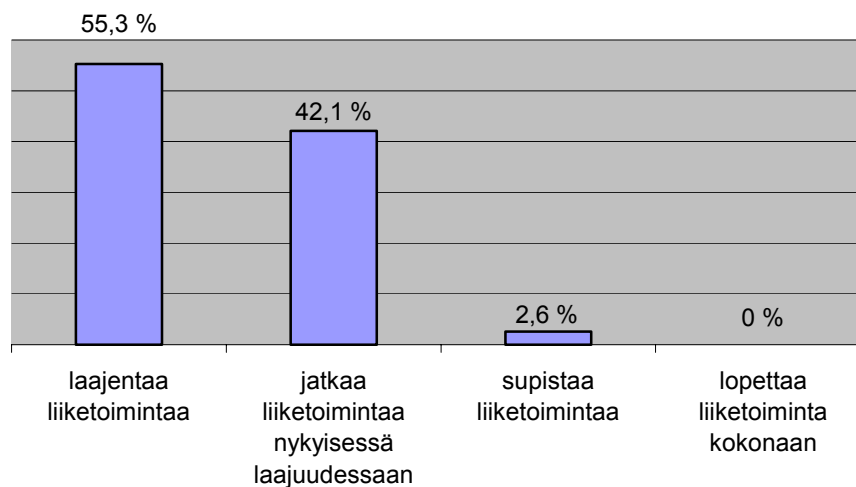
KUVA 10 Henkilöstön jakauma

### 5.4.7 Liiketoimintaan liittyvät lähitulevaisuuden suunnitelmat

Kysymyksessä tiedusteltiin hevosmatkailuyrittäjien arviota, mitä lähitulevaisuuden suunnitelmia heillä on liiketoimintansa suhteen (kuva 11). Vastausvaihtoehtoja oli neljä: laajentaa liiketoimintaa, jatkaa liiketoimintaa nykyisessä laajuudessaan, supistaa liiketoimintaansa tai lopettaa kokonaan liiketoiminta. Vastauksia kysymykseen saatiin 38 kappaletta. Suurin osa vastaajista 55,3 % eli 21 vastaajaa kertoi laajentavansa liiketoimintaansa. Seuraavaksi eniten vastauksia eli 42,1 % toisin sanoen 16 vastaajaa ilmoitti, että liiketoiminta jatkuu nykyisessä laajuudessaan. Vastaajista 2,6 % eli yksi vastaajaa ilmoitti supistavansa liiketoimintaansa. Kukaan vastaajista eli 0 % ei kertonut lopettavansa liiketoimintaansa.

Vastauksissa oli hyvin mielenkiintoista ja positiivista se, että suurin osa yrittäjistä haluaa laajentaa liiketoimintaansa. Tämä tulos osoittaa hyviä alan kehittymismahdollisuuksia. Toisaalta yrittäjät ovat nyt tiedostaneet sen, että kysyntä kasvaa koko ajan ja asiakkaat vaativat yhä enemmän. Yritystoiminnassa tämä kannattaa huomata laajentamalla omaa tarjontaa.

### Minkälaisia lähitulevaisuuden suunnitelmia teillä on yritykseenne liittyen?

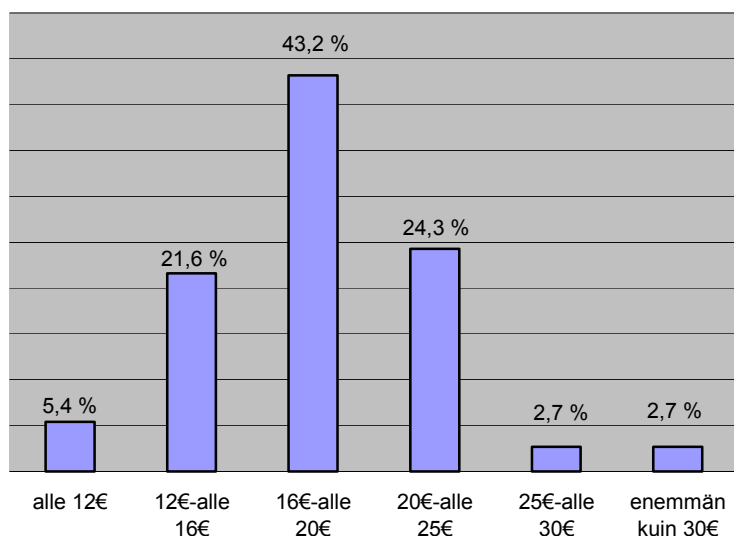


KUVA 11 Yrityksien lähitulevaisuuden suunnitelmat

#### 5.4.8 Yrityksen perusratsastustunnin hinta ja asiakastunnit

Hevosmatkailuyrittäjiltä tiedusteltiin, mikä on yrityksen ohjatun ratsastustunnin hinta keskimäärin (eli jos ratsastustunnit kuuluvat yrityksen tarjontaan). Vastausvaihtoehdot jakaantuivat kuuteen: ratsastustunnin keskimääräinen hinta alle 12 euroa, 12–alle 16 euroa, 16 – alle 20 euroa, 20–alle 25 euroa, 25–alle 30 euroa tai enemmän kuin 30 euroa. Kysymykseen tuli vastauksia kokonaisuudessaan 37 kappaletta. Suurin osa vastaajista eli 43,2 % kertoi ohjatun ratsastustunnin hinnan olevan keskimäärin 16–alle 20 euroa, tähän vastausvaihtoehtoon tuli 16 vastausta. Seuraavaksi eniten vastauksia tuli vaihtoehtoon 20–alle 25 euroa, johon vastasi 24,3 % eli 9 vastaajaa. Kyselyyn osallistuneista vastasi 21,6 % eli kahdeksan yrittäjää ratsastustunnin keskimääräiseksi hinnaksi 12–alle 16 euroa. Vastaajista 5,4 % eli kaksi vastasi hinnan olevan alle 12 euroa, vastaajista 2,7 % eli yksi ilmoitti hinnaksi 25–alle 30 euroa ja enemmän kuin 30 euroa vastasi 2,7 % eli yksi vastaaja. Kuvassa 12 on esitelty kysymyksen tulokset tarkemmin.

**Mikä on yrityksenne yhden ohjatun perusratsastustunnin hinta keskimäärin?**

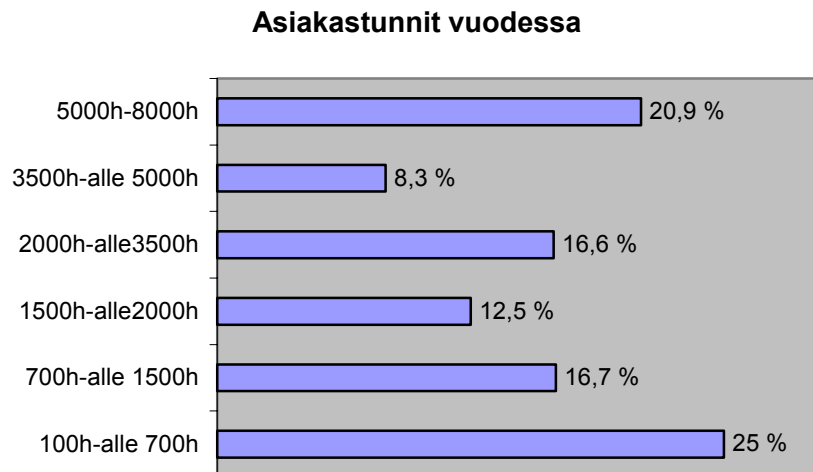


KUVA 12 Ratsastustunnin keskimääräinen hinta

Kyselyyn osallistuneilta kysyttiin, että mikä oli asiakastuntien määrä kokonaisuudessaan viime vuodelta (kuva 13) ja kysymys oli avoin eli yrittäjä sai itse määrittää luvun. Kysymys jätettiin avoimeksi, koska arvioitiin, että näin tuloksista saadaan totuuden mukaisempia ja asteikkoja tuntien määrälle oli vaikea määrittää. Jako luokkiin tehtiin vasta kysymystä analysoidessa, jotta selkeytettäisiin tuloksia. Asiakastuntien määrällä tarkoitetaan asiakkaiden ratsastamia tunteja yhdessä vuodessa.

Vastauksia saatiin kysymykseen 28 kappaletta ja neljässä vastauksessa oli puutteita ja näin ollen niitä ei voitu analysoida. Vastaukset olivat vaihtelevia ja tulokset ovat tutkijan mielestä melko suuntaa antavia, koska yrittäjät tekivät oman arvionsa tuntien määrästä vuodessa. Suurin osa vastaajista eli 25 % (kuusi vastaajista) vastasi, että asiakastunteja yrityksessä viime vuonna oli noin 100–alle 700 tuntia. Vastaajista 20,9 % eli viisi kappaletta ilmoitti asiakastunteiksi 5 000–8 000 tuntia. Vastaajista 16,7 % eli neljä yrittäjää kertoi, että asiakastunteja yrityksessä ratsastetaan vuosittain 700–alle 1 500 tuntia. Kuva 13 havainnollistaa tarkemmin yrittäjien arvioimat asiakastuntimäärät hevosmatkailuyrityksissä vuoden aikana.

Vastaukset eroavat hyvin paljon toisistaan, joka kertoo myös siitä, että luvut ovat tutkimuksen kannalta melko suuntaa antavia. Pienemmät yritykset eivät pysty resurssiensa puitteissa tarjoamaan niin paljon asiakastunteja, koska henkilökuntaa ja hevosia ei ole riittävästi. Suuret yritykset, joilla on esimerkiksi asiakaskäytössään enemmän kuin 20 hevosta, pystyvät tarjoamaan enemmän tuotteita ja asiakastuntimäärät yrityksessä on melko suuret vuosittain katsottuna.



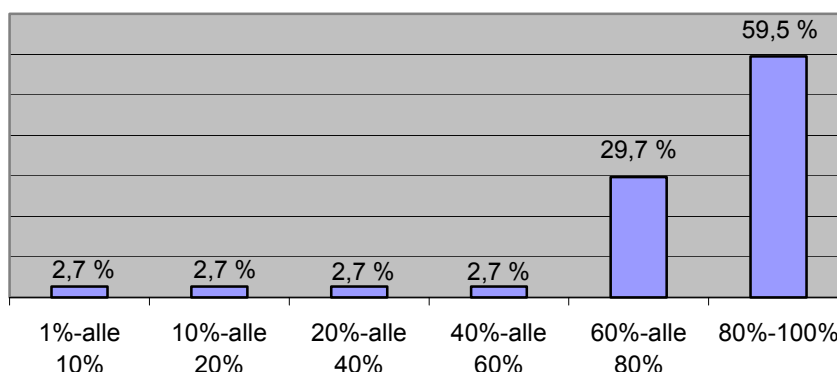
KUVA 13 Vuosittainen asiakastuntimäärä

#### 5.4.9 Asiakkaat yrityksissä

Kysymyslomakkeella hevosmatkailuyrittäjiltä kysyttiin, että mikä on yksityisasiakkaiden suhteellinen prosentuaalinen osuus kokonaisasiakasmäärästä (kuva 14). Kysymykseen vastauksia tuli 37 kappaletta. Prosentuaaliset osuudet olivat jaettu kuuteen eri luokkaan. Ehdottomasti eniten ilmoitettiin, että yksityisasiakkaiden osuus oli 80–100 % kokonaisasiakasmäärästä eli 59,5 % vastaajista kertoi näin ja vastanneita tähän vaihtoehtoon oli 22. Seuraava luokka oli 60–alle 80 % yksityisasiakkaita, johon vastasi 29,7 % eli 11 vastaajaa. Vain 10,8 % vastaajista ilmoitti yksityisasiakkaiden prosentuaaliseksi osuudeksi kokonaisasiakasmäärästä vähemmän kuin 60 %.

Yksityisasiakkaiden osuus hevosmatkailuyrityksissä on todella korkea. Yksityisasiakkaille on räätälöity sopivat tuotteet hevosmatkailuyrityksissä, ja ne on koettu myös yrityksen puolesta ilmeisen toimiviksi. Mutta selkeästi seuraavan toimenpiteen tulisi olla se, että tuotteistamisen tulisi keskittyä vielä enemmän yritysasiakkaisiin kuin yksityisasiakkaisiin.

**Mikä on yksityisasiakkaiden osuus kokonaisasiakasmäärästä?**



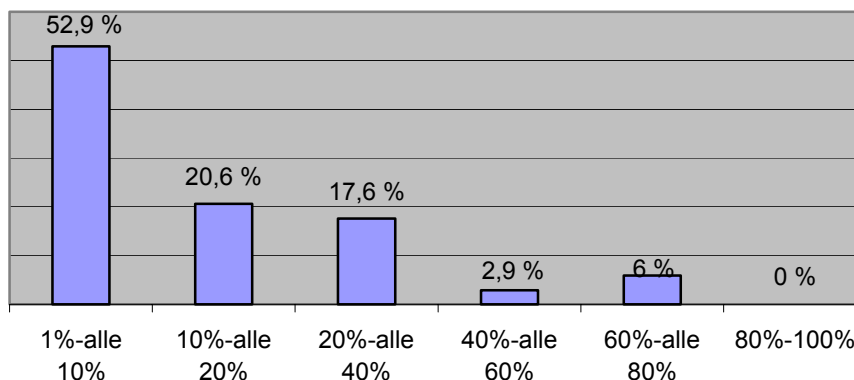
KUVA 14 Yksityisasiakkaiden osuus

Kyselylomakkeella kysyttiin myös yritysasiakkaiden prosentuaalista osuutta kokonaisasiakasmäärästä (kuva 15). Kysymykseen vastasi 34 vastaajaa. Prosentuaaliset osuudet olivat myös jaettu samoin kuuteen eri luokkaan kuten edellisessäkin kysymyksessä. Eniten vastauksia annettiin vaihtoehdolle, että yritysasiakkaiden osuus kokonaisasiakasmäärästä on 1–alle 10 % ja näin vastasi 52,9 % eli 18 vastaajaa. Toiseksi eniten kerrottiin, että yritysasiakkaiden osuus on 10–alle 20 %, johon vastasi 20,6 % eli seitsemän yrittäjää. Kolmanneksi eniten ilmoitettiin, että yritysasiakkaiden osuus on 20–alle 40 % koko asiakasmäärästä ja näin vastasi 17,6 % eli 6 vastaajaa.

Hevosmatkailuyritysten tulisi hyvin pian tehdä parannusta yritysasiakkaiden tuotteisiin ja markkinointiin tulisi tältä osin tehdä uudistuksia, eli pitäisi markkinoida suoraan yrityksiin omilla tuotteillaan. Yritysasiakkaat ovat tuottavampi asiakasryhmä kuin yksityisasiakkaat. Yrityksien virkistyspäivät, seminaarit ja kokouspaketit tarjoavat mahdollisuuksia luoda ja kehittää uudenlaisia tuotteita yritysasiakkaille. Vaikka hevosmatkailuyrittäjällä ei olisikaan tarjota esimerkiksi kokoustiloja, tässä kohtaa tulee muistaa yhteistyön merkitys. Eli tulisi tehdä yhteistyötä kokoustilojen tarjoajan kanssa, sillä tavoitin, että kokouspäivän ohjelma ja aktiviteetit järjestetään hevosmatkailuyrittäjän puolesta. Yhteistyökumppanien avulla voidaan saada ensinnäkin lisää asiakkaita ja monipuolisempia tuotteita tarjottavaksi.



### Mikä on yritysasiakkaiden osuus kokonaisasiakasmäärästä?

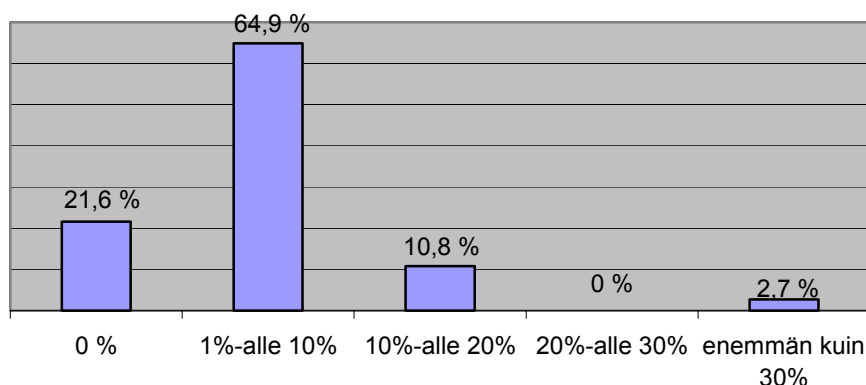


KUVA 15 Yritysasiakkaiden osuus

Kysymyksessä hevosmatkailuyrittäjiä pyydettiin arvioimaan, mikä oli ulkomaalaisten asiakkaiden prosentuaalinen osuus kokonaisasiakasmäärästä vuonna 2005 (kuva 16). Kysymykseen vastasi 37 yrittäjää. Kysymykseen oli asetettu viisi eri luokitusta vastauksia varten. Suurin osa ilmoitti ulkomaalaisten asiakkaiden osuudeksi 1–alle 10 % ja näin vastasi 64,9 % eli 24 kappaletta vastaajista. Toiseksi eniten kerrottiin, että ulkomaalaisten asiakkaiden osuus on kokonaisasiakasmäärästä 0 % eli ei ollenkaan ulkomaalaisia asiakkaita ja 21,6 % eli 8 vastaajista ilmoitti näin. Kolmanneksi eniten vastauksia tuli vaihtoehdolle, että ulkomaalaisten asiakkaiden osuus on 10–alle 20 % ja näin vastasi 10,8 % eli neljä vastaajaa.

Ulkomaalaisten asiakkaiden osuus on melko pieni, ja suurin osuus jakaantuu pääasiassa Pohjois-Suomen hevosmatkailuyrityksille. Ulkomaalaiset asiakkaat matkailevat Lapin matkailukeskuksissa, joiden kautta hevosmatkailuyrittäjät useimmiten saavat omat ulkomaalaiset asiakkaansa. Markkinointi ulkomaille suomalaisesta hevosmatkailusta on todella pienimuotoista ja Suomen matkailun tunnettuus yleisesti ulkomaisten matkailumarkkinoilla on melko huono, joka ei ainakaan helpota tilannetta. Suomen tunnettuutta tulisi saada nostettua, ja pitäisi löytää oikeat ulkomaan markkinointikanavat. Suomalaisella hevosmatkailulla on oma valtinsa ulkomaisille asiakkaille: suomenhevonen ja Suomen kaunis luonto. Ulkomaan markkinointi vaatii yritykseltä tosin melkoista panostusta, ja kaikkien hevosmatkailuyritysten resurssit eivät siihen riitä. Mutta yritykset, joilta löytyy edes pienikin mahdollisuus ulkomaan markkinointiin, kehittäisi kotimaista hevosmatkailua alana valtavasti eteenpäin onnistuessaan tavoitteissaan.

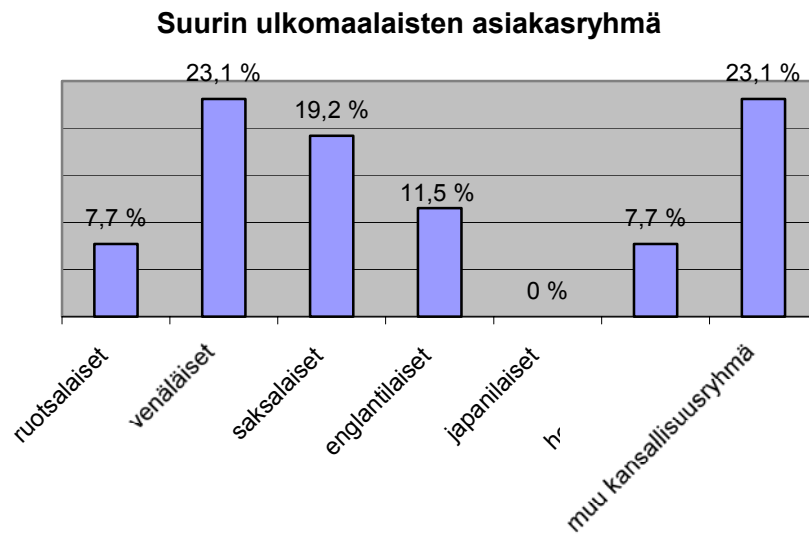
### Mikä on ulkomaalaisten asiakkaiden osuus kokonaisasiakasmäärästä?



KUVA 16 *Ulkomaalaisten asiakkaiden osuus*

Kysymyksessä tiedusteltiin, mikä on suurin ulkomaalaisten asiakkaiden kansallisuusryhmä hevosmatkailuyrittäjien mielestä (kuva 17). Vaihtoehtoina suurimmaksi kansallisuusryhmäksi olivat ruotsalaiset, venäläiset, saksalaiset, englantilaiset, japanilaiset, hollantilaiset tai jokin muu kansallisuus (vastaaja määrittä itse). Vastauksia kysymykseen tuli 26 kappaletta. Suurin osa vastaajista ilmoitti, että suurin kansallisuusryhmä ulkomaalaisissa asiakkaissa ovat venäläiset ja näin vastasi 23,1 % eli kuusi vastaajaa. Myös 23,1 % vastaajista vastasi kohtaan jokin muu kansallisuusryhmä, joka määritettiin itse avoimen kysymyksen tapaan ja vastauksia tuli kahdeksan kappaletta, mutta kahta vastausta ei analysoitu epäselvän vastauksen vuoksi. Kohtaan muu kansallisuusryhmä kerrottiin yhdysvaltalaisen olevan suurin ulkomaalaisten asiakkaiden ryhmä ja näin vastasi 33,3 % kuudesta vastaajasta. Vastaajista 33,3 % kaikista kuudesta vastaajasta kohdassa muu kansallisuus, ilmoitti suurimmaksi ulkomaalaisten asiakasryhmäksi italialaiset. Vastaajista 16,7 % ilmoitti norjalaisten olevan suurin ryhmä ja ranskalaiset olivat suurin ryhmä 16,7 % vastaajista. Suurimmaksi kansallisuusryhmäksi ulkomaalaisissa asiakkaissa ilmoitettiin saksalaiset, johon vastasi 19,2 % eli 5 yrittäjää.

Ulkomaalaisia matkailijoita saapui Suomeen eniten vuonna 2005 Venäjältä, seuraavaksi Ruotsista ja Virosta. (Matkailun edistämiskeskus 2006b). Venäläiset matkailijat ovat siis suurin ryhmä ulkomaalaisissa matkailijoissa, ja näin on myös hevosmatkailussa. Venäläiset ovat varmasti sellainen ryhmä, joihin kannattaisi alkaa panostaa myös hevosmatkailun puolella. Venäläiset ovat valmiita kuluttamaan ja myös maksamaan hyvän hinnan erilaisista matkailun elämyksistä, esimerkiksi reki/valjakkoajelu kauniissa maaseudun perinnemaisemassa olisi varmasti venäläiselle uudenlainen kokemus.



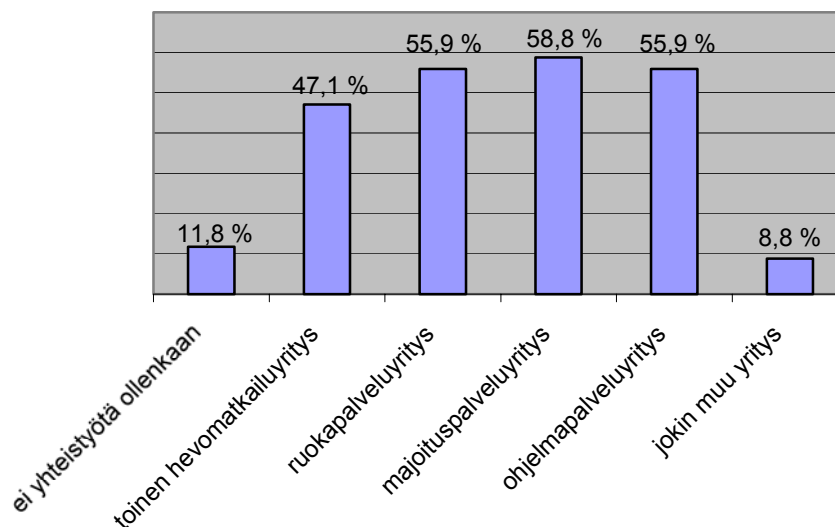
KUVA 17 Ulkomaalaisten asiakkaiden suurin ryhmä

#### 5.4.10 Hevosmatkailuyrityksen yhteistyökumppanit

Kysymyksellä tiedusteltiin, minkä alan yritysten kanssa hevosmatkailuyrittäjä toimii yhteistyössä (kuva 18). Kysymyksessä vastausvaihtoehtoja oli kuusi: ei yhteistyötä minkään yrityksen kanssa, yhteistyötä toisen hevosmatkailuyrityksen kanssa, ruokapalveluyrityksen kanssa, majoituspalveluyrityksen kanssa, ohjelmapalveluyrityksen kanssa tai jonkin muun yrityksen kanssa. Vastauksia tuli kaiken kaikkiaan 34 kappaletta. Kysymyksessä voi vastata useampaan kohtaan. Suurin osa ilmoitti toimivansa yhteistyössä majoituspalvelu-yrityksen kanssa ja näin vastasi 58,8 % eli 20 vastaajaa. Toiseksi eniten ilmoitettiin tehtävän yhteistyötä liiketoiminnassa ruokapalveluyrityksen kanssa ja näin ilmoitti 55,9 % eli 19 vastaajista, samoin 55,9 % vastaajista kertoi toimivansa yhteistyössä ohjelmapalvelu-yrityksen kanssa. Toisen hevosmatkailuyrityksen yhteistyössä toimi 47,1 % eli 16 vastaajista. Vastaajista 11,8 % eli neljä kertoi, ettei tee yhteistyötä minkään yrityksen kanssa. Vaihtoehtoon yhteistyötä jonkin muun yrityksen kanssa, joka määritettiin itse avoimen kysymyksen tapaan ja tähän vastasi 8,8 % eli kolme vastaajista. Muita mainittuja yhteistyöyrityksiä olivat matkatoimistot, lasten suojelulaitos, eräoppaat ja hierojat.

Huolestuttavinta on huomata, että vastaajista noin 12 % ei ollut ollenkaan yhteistyötä minkään yrityksen kanssa. Hevosmatkailun alalla verkostoituminen ja yhteistyökumppanit auttavat liiketoiminnassa paljon. Alan kehityksen kannalta yhteistyötä tarvitaan. Positiivista oli huomata, että eniten oltiin yhteistyössä majoitus-, ruoka- ja ohjelmapalveluyritysten kanssa. Usein onkin järkevintä hakea luotettava yhteistyökumppani sen sijaan, että sitoo lisää omaa pääomaa varsinaisen ydinliiketoimintansa ulkopuolelle, esimerkiksi majoitustiloihin.

**Minkä alan yrityksen kanssa toimitte yhteistyössä liiketoimintanne kannalta?**

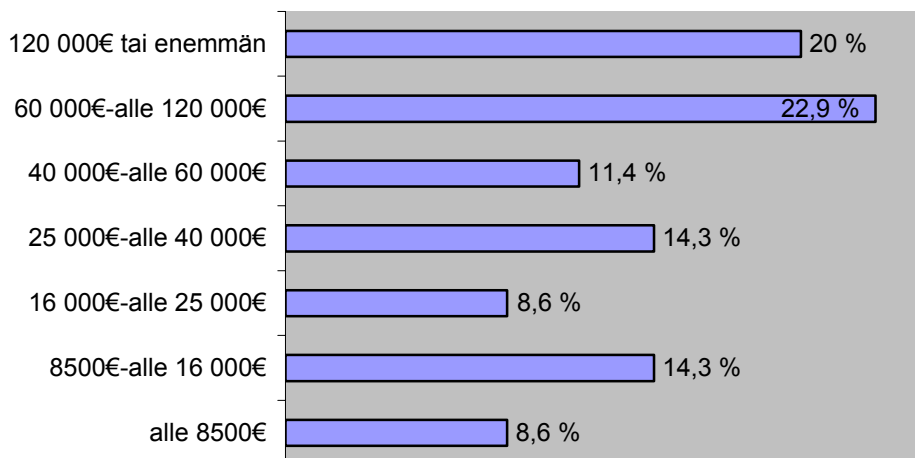


KUVA 18 Yhteistyökumppanit

5.4.11 Liikevaihto ja liikevoitto vuosina 2003–2005

Kyselyyn osallistuneilta hevosmatkailuyrittäjiltä kysyttiin mikä oli yrityksen liikevaihto vuosina 2003, 2004 ja 2005. Liikevaihto tarkoittaa yrityksen myyntiä tietyssä tilikautena ja liikevaihdosta ei ole vähennetty myyntitoiminnan aiheuttamia kuluja. Vaihtoehdot vastauksille olivat luokiteltu seitsemään eri kategoriaan. Ensimmäisessä liikevaihtoa koskevassa kysymyksessä tiedusteltiin, mikä oli yrityksen liikevaihto vuonna 2005 (kuva 19). Kysymykseen vastasi 35 vastaajista. Suurin osa vastaajista ilmoitti liikevaihdon vuonna 2005 olleen 60 000–alle 120 000 euroa ja näin vastasi 22,9 % eli kahdeksan yrittäjistä. Toiseksi eniten ilmoitettiin, että liikevaihto oli 120 000 euroa tai enemmän, johon vastasi 20 % eli seitsemän. Vastaajista 14,3 % eli viisi yrittäjää ilmoitti liikevaihdon olleen 25 000–alle 40 000 euroa ja myös vastaajista 14,3 % kertoi liikevaihdon olleen 8 500–alle 16 000 euroa.

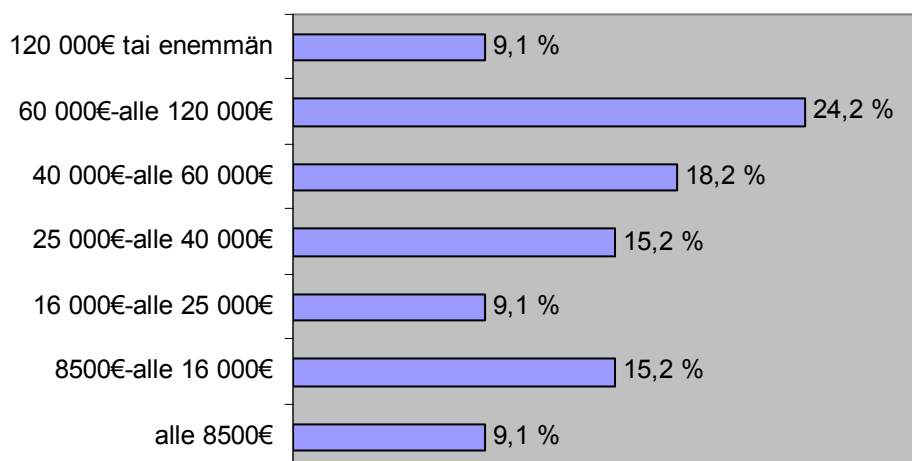
### Liikevaihto 2005



KUVA 19 *Liikevaihto 2005*

Kysyttäessä liikevaihtoa vuonna 2004 (kuva 20), vastauksia tuli yhteensä 33 kappaletta. Vuoden 2004 liikevaihdoksi suurin osa ilmoitti sen olevan 60 000–alle 120 000 euroa ja näin vastasi 24,2 % eli kahdeksan yrittäjää. Vastaajista 18,2 % eli kuusi yrittäjää kertoi liikevaihdon olleen 40 000–alle 60 000 euroa. Liikevaihto oli 25 000–alle 40 000 euroa vuotena 2004 15,2 % eli viidellä, samoin 15,2 % vastaajista oli liikevaihto 8 500–alle 16 000 euroa.

### Liikevaihto 2004

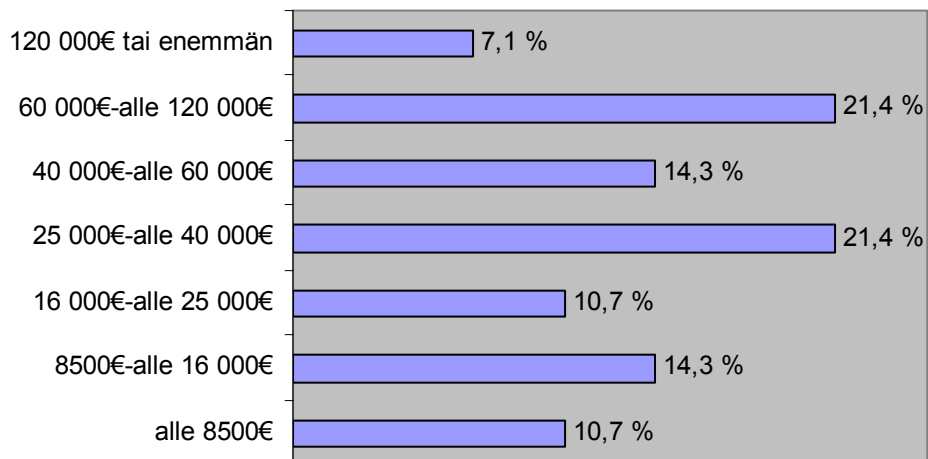


KUVA 20 *Liikevaihto 2004*

Liikevaihto vuonna 2003 -kysymykseen (kuva 21) vastauksia tuli 28 kappaletta. Eniten ilmoitettiin, että liikevaihto oli 60 000–alle 120 000 euroa, johon vastasi 21,4 % eli kuusi vastaajista. Myös 21,4 % vastaajista liikevaihdon kertoi vuonna 2003 olleen 25 000–alle 40 000 euroa.

Vastaajista 14,3 % eli kuusi yrittäjää vastasi liikevaihdon olleen 40 000–alle 60 000 euroa ja samoin 14,3 % vastaajista kertoi liikevaihdokseen 8 500–alle 16 000 euroa.

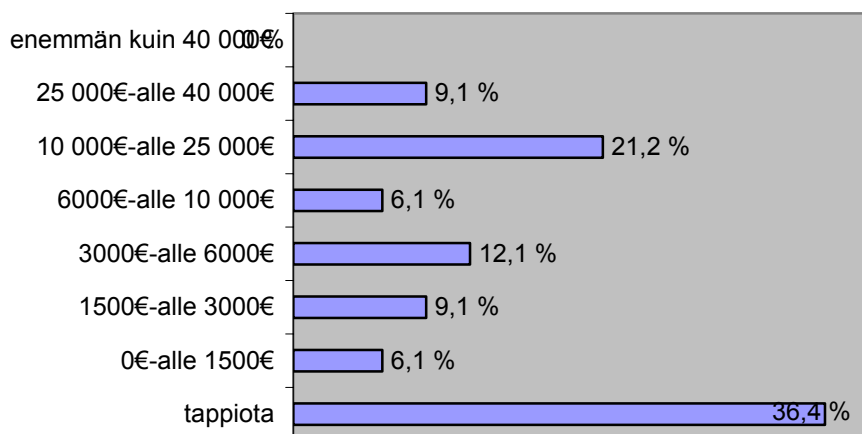
### Liikevaihto 2003



KUVA 21 *Liikevaihto 2003*

Hevosmatkailuyrittäjiltä tiedusteltiin myös yrityksen liikevoittoa vuosina 2003, 2004 ja 2005. Kysymyksen vaihtoehdot olivat jaoteltu kahdeksaan eri luokkaan. Vuoden 2005 liikevoittoa kysyttäessä (kuva 22) vastauksia tuli 33 kappaletta. Suurin osa ilmoitti, että liikevoitto oli tappiollista ja näin vastasi 36,4 % eli 12 vastaajaa. Liikevoittoa 10 000–alle 25 000 euroa oli 21,2 % eli seitsemällä vastaajista. Vastaajilla 12,1 % eli neljälle vastaajalla oli liikevoittoa kertynyt 3 000–alle 6 000 euroa.

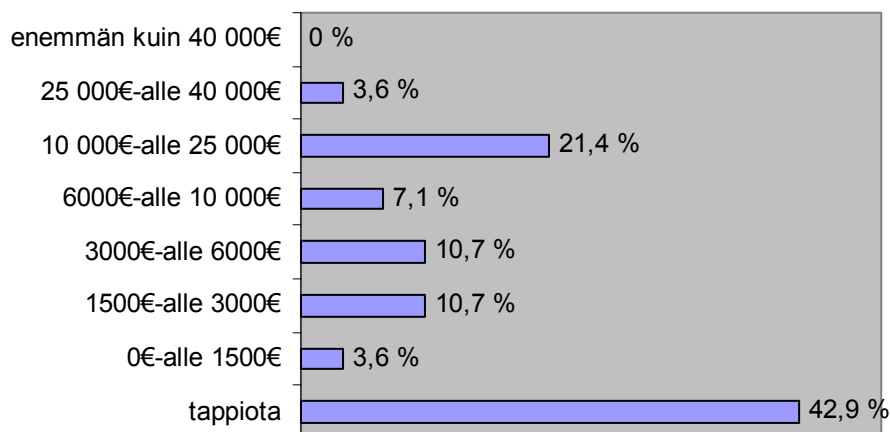
### Liikevoitto 2005



KUVA 22 *Liikevoitto 2005*

Vuoden 2004 liikevoittoa kysyttäessä (kuva 23) vastauksia tuli 28 kappaletta. Vuonna 2004 liikevoitto oli ollut suurimmalla tappiollista ja näin vastasi 42,9 % eli 12 vastaajista ja 21,4 % eli kuusi vastaajaa kertoi liikevoiton olleen 10 000–alle 25 000 euroa. 10,7 % vastaajista eli kolmelle yrittäjälle liikevoittoa oli kertynyt 3 000–alle 6 000 euroa ja samoin 10,7 % vastaajista liikevoittoa vuonna 2004 oli 1 500–alle 3 000 euroa.

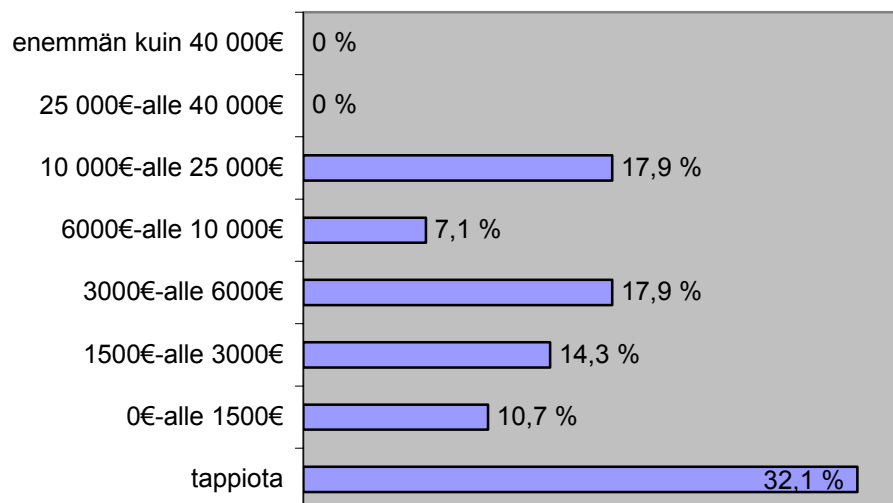
### Liikevoitto 2004



KUVA 23 Liikevoitto 2004

Vuoden 2003 yritysten liikevoittoa tiedusteltaessa (kuva 24) vastauksia tuli 28 kappaletta. Suurin osa ilmoitti jälleen, että liikevoitto oli tappiollista ja näin vastasi 32,1 % eli yhdeksän vastaajaa. Liikevoitokseen 10 000–alle 25 000 euroa ilmoitti 17,9 % eli viisi vastaajaa ja samoin 17,9 % vastaajista kertoi liikevoitoksi kertyneen 3 000–alle 6 000 euroa. Liikevoittoa oli 1 500–alle 3 000 euroa 14,3 % eli neljällä yrittäjällä.

### Liikevoitto 2003



#### 5.4.12 Kehitysehdotuksia ja kommentteja yrittäjiltä

Kaksi viimeistä kysymystä olivat avoimia kysymyksiä, joihin yrittäjät saivat vapaasti kommentoida. Toisena kysymyksenä oli, että mitä kehitysehdotuksia yrittäjillä on tarjota hevosmatkailun alalle. Vastauksia tuli yhteensä 15 kappaletta. Kehitysehdotuksina neljällä yrittäjällä oli yhteismarkkinoinnin parantaminen hevosmatkailualalla ja myös kansainvälinen markkinointi tulisi heidän mielestään hoitaa yhteismarkkinoinnin kautta, ja hyväksi kotimaan mediaksi ehdotettiin valtakunnallista Maaseudun Tulevaisuus-sanomalehteä. Tutkijan mielipide media-valinnasta on, että Maaseudun Tulevaisuus ei välttämättä tavoita potentiaalisinta kohderyhmää, joka on 35–40-vuotiaiden naisten ryhmä.

Yhteismarkkinoinnin lisäksi yhtä tärkeäksi kehitysehdotukseksi mainittiin alan turvallisuuden parantaminen ja, että ns. villit yrittäjät pitäisi saada kuriin. Osa alan yrittäjistä on ammattitaidottomia, joilta puuttuu myös hevosmiestaito neljän vastaajan mielestä. Eräässä mielipiteessä kerrottiin, että kaikki hevosmatkailu-yritykset pitäisi saada valvonnan piiriin, jotta turvallisuusasiat parantuisivat. Kattavasta reitistöistä ja Hevoskehä-hankkeesta annettiin kommentteja, että reitistöt pitäisi saada toimivimmiksi ja Hevoskehä-hankkeen valtakunnallinen reitistö käyttöön mahdollisimman pian. Reitistöt koettiin erittäin tärkeiksi, jotta saataisiin toimintaa kehitettyä hevosmatkailualalla.

Ratsastuksen mainetta ja lajin imagoa pitäisi saada nostettua muutaman vastaajan mielestä ja laatuluokitus tulisi saada kehittymään. Yrittäjien koulutusta tulisi parantaa ja EU-hankkeiden avulla pitäisi kehittää enemmän toimintaa sekä tulisi saada apua EU-tukien hakemiselle esimerkiksi reitistöille. Eräs myös mielenkiintoinen ja huomioitava kommentti oli: ”Erilaisia ideoita, jotka eroavat toiminnaltaan enemmän toisistaan. Liikaa samanlaista tarjolla joka puolella.”

Viimeisessä kyselylomakkeen kysymyksessä yrittäjät saivat vapaasti kertoa omia mielipiteitä ja kommentteja hevosmatkailualasta. Vastauksia tuli 15 kappaletta. Useimmat kommentit koskivat alan yrittäjien ammattitaidottomuutta ja turvallisuuden parantamista hevosmatkailu-yrityksissä. Muutaman vastaajan mielestä asiakaspalvelua tulisi kehittää ja eräs asiaa koskeva mielenkiintoa herättävä kommentti oli: ”Ala vaatii tolkkottomasti työtä ja omaa innovatiivista asennetta. Asiakaspalveluun on panostettava- hehän tämän rahoittavat. Rankkaa on, mutten päivääkään vaihtaisi pois!” Kasvuodotukset olivat mielipiteissä positiiviset ja hevosmatkailun kasvuun uskotaan vahvasti. Alan arvostusta tulisi parantaa yrittäjien mielestä. Hevosmatkailualan kerrottiin eräässä kommentissa olevan vasta nuori kulttuuri ja SRL:n (Suomen Ratsastajainliitto) olevan täysin muodollinen sekä, että alalla ei tunnu olevan riittävää kontrollia. Muutamassa kommentissa kerrottiin, että valvontaa tulisi alalla parantaa ja laatuun tulisi panostaa enemmän hevosmatkailu-yrityksissä sekä alihinnoittelu alalla on myös ongelma.



## 6 YHTEENVETO JA POHDINTA

### 6.1 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus on aiheen kannalta tyydyttävä. Otokoko oli 108, ja kyselyyn vastasi 39 kappaletta hevosmatkailuyrittäjiä eli vastausprosentiksi muodostui 36 %. Vastauksia analysoitaessa täytyy olla varovainen tekemästä vahvoja olettamuksia tutkimuksen tuloksista, koska kuitenkin noin  $\frac{2}{3}$  jätti vastaamatta kyselyyn. Eli vastauksia ei saa yleistää liikaa koko alaa koskevaksi. Vastauksia olisi saanut tulla tietenkin enemmän, ja ajankohta olisi voinut olla parempi tutkimuksen kyselyä tehtäessä. Hevosmatkailuyrittäjille suunnattu kysely lähetettiin toukokuussa juuri ennen hevosmatkailun kesäsesongin alkua. Tutkijan mielestä paras vastausprosentti olisi luultavasti saatu talvikuukausina, mutta opinnäytetyön aikataulun kannalta se olisi ollut mahdotonta toteuttaa kyseisenä ajankohtana. Hevosmatkailu on melko vähän tutkittu aihe, ja myös tämän vuoksi tutkija oli kuitenkin melko tyytyväinen saamaansa vastausprosenttiin.

Luotettavuus kärsi osaltaan siitä, että osa vastaajista ei ollut vastannut jokaiseen kysymykseen kyselylomakkeella, vastaajien määrä vaihteli kysymyksittäin melko paljon. Tutkimuksen luotettavuuteen vaikutti myös se, että vastaajat jäivät anonyymeiksi, ei voida tietää minkä tyyppisistä hevosmatkailuyrityksistä on kyse. Se miten kukin kategorioi oman yrityksen, vaihtelee merkittävästi. Eli kaikki vastanneet eivät välttämättä ole toimi ainoastaan hevosmatkailun alalla vaan toimintaan voi liittyä myös joitakin muita hevospalveluita, kuten esimerkiksi hevosten täysihoito-palveluita ja ratsastuskoulupalveluita. Ja muut lisäpalvelut hevosmatkailun lisäksi saattavat vaikuttaa osaltaan myös muutamien kysymyksiä vastaustuloksiin, kuten työntekijämääriin ja taloudellisiin tunnuslukuihin, koska kyseessä ei ole välttämättä 'puhtaasti' hevosmatkailuyritys. Tutkija kuitenkin pyrki valitsemaan ainoastaan hevosmatkailuyrityksiä tutkimukseen valittavaan otokseen.

Kaikki vastaustulokset pystyttiin kuitenkin analysoimaan, lukuun ottamatta avoimia kysymyksiä, joissa muutamissa vastauksissa oli puutteita. Lähinnä kahden viimeisen avoimen kysymyksen kohdalla oli muutamia vastauksia, mitä ei voitu analysoida.

Tutkimuksen validiteetti tarkoittaa sitä, että tutkimus mittaa niitä asioita mitä sen oli tarkoituskin selvittää. Validiteettia voidaan selvittää tutkimusongelmilla, jonka tutkimuksen olisi tarkoitus siis selvittää, jotta validiteetti olisi hyvä. Opinnäytetyön tutkimusongelmat pystyttiin ratkaisemaan hyvin tutkimuksen avulla, joten tämän tutkimuksen validiteetin voidaan sanoa olevan melko hyvä.

## 6.2 Johtopäätökset tutkimustuloksista

### 6.2.1 Halua yrittämiseen kannattavuudesta huolimatta

Tutkimustuloksissa oli merkittävintä se, että suurin osa (yli 50 %) hevosmatkailuyrityksistä aikoo laajentaa liiketoimintaansa lähitulevaisuudessa. Liiketoiminnan kasvattaminen kertoo paljon alan positiivisista tulevaisuuden näkymistä ja siitä, että hevosmatkailuyrittäjät uskovat vahvasti hevosmatkailun suosion kasvuun. Tärkeä huomio oli tutkimustuloksissa myös se, että hevosmatkailuyritysten taloudelliset tunnusluvut eivät olleet kovinkaan mairittelevia. Suurin osa yrityksistä ilmoitti tuottavansa tappiota vuosina 2003–2005 liikeluoksessaan. Kuitenkin vastauksista voidaan huomata, että vuonna 2005 liikeluosto on parantunut edellisistä vuosista eli noin 6,5 % vastaajista tulos oli vähemmän tappiollista kuin edellisinä vuosina.

Liiketoiminnan kasvattaminen ja tappiollinen liikeluosto eivät todellakaan kulje käsi kädessä ja tilanne on osaltaan melko erikoinen, että tulokset ovat tappiollisia ja silti liiketoimintaa halutaan edelleen kasvattaa samanaikaisesti. Yksi syy tappiolliseen tulokseen voi olla se, että yritykset ovat liiketoiminnassaan melko uusia. Suurin osa yrityksistä on ollut mukana alalla vasta keskimäärin noin 4–7 vuotta ja velkaa on suurien alkuinvestointien takia vielä jäljellä. Yrityksen voitot katoavat lainojen maksuun ja hevosmatkailuyrityksen melko suuriin jokapäiväisiin kuluihin, kuten hevosten ylläpitoon jne. Yritystoiminnasta tulee olla tietoa ja liiketoiminnan johtamisen ei voida sanoa olevan helppoa. Koulutusta alalla kaivataan etenkin tuloksien perusteella mm. yritykseen johtamiseen liittyvissä asioissa. On siis erittäin huolestuttavaa, jos melkein puolet näki hevosmatkailuyrityksensä tuloksen olevan tappiollista.

### 6.2.2 Tyypillinen hevosmatkailuyritys

Tuloksista ilmenee, että suurin osa hevosmatkailuyrityksistä toimii Etelä-Suomessa (ns. ruuhka-Suomi) toiminimellä ja yritys on perustettu 4–7 vuotta sitten. Voidaan siis sanoa, että yritykset ovat melko uusia. Seuraavaksi eniten yritykset ovat toimineet alalla enemmän kuin 11 vuotta, joten alalta löytyy myös erittäin kokeneita hevosmatkailuyrittäjiä uudempien yrittäjien joukosta. Hevosmatkailuyritykset ovat myös siirtymässä tulevaisuudessa lähemmäksi taajama-alueita, koska eteläisen Suomen eli ns. ruuhka-Suomen alueella kysyntä on kasvamassa ja tallien halutaan olevan kohtuullisen ajomatkan päässä myös kaupunkialueilta. Eli myös hevosmatkailun voidaan sanoa urbanisoituvan tulevaisuudessa.

Suurin osa hevosmatkailuyrityksistä, joissa tarjotaan ainoastaan hevosmatkailutuotteita eli esimerkiksi yrityksen yhteydessä ei toimi ratsastuskoulua, toimivat varmasti suurelta osin Savon seudulla ja Pohjois-Suomessa. Pohjoisen Suomen alueella olevista hevosmatkailuyrityksistä voidaan sanoa olevan ns. puhtaasti hevosmatkailuyrityksiä. Pohjois-

Suomen alueella hevosmatkailulla on muutenkin merkittävämpi rooli, koska matkailu on siellä yleisempää pääasiallisena elinkeinona. Siellä matkailuyrittäjillä on enemmän kokemusta, ja siellä luultavammin osataan paremmin harjoittaa matkailun liiketoimintaa kokemuksen kautta kuin Etelä-Suomessa.

Enemmistölle yrittäjistä hevosmatkailun liiketoiminta on pääelinkeino ja yritys toimii melkein kaikilla (97 %) ympäri vuoden. Yritysmuotona toiminimi on hieman yli puolella vastaajista, joka on ns. yksinkertainen yritysmuoto Suomessa. Osakeyhtiöiden määrä tulee luultavasti kasvamaan, koska yksityisen osakeyhtiön vähimmäisosakepääoma on muuttunut 8 000 eurosta 2 500 euroon vuonna 2006 heinäkuussa (osakeyhtiölaki 624/2006 1. luku, 3.§). Suurella osalla hevosmatkailuyrityksistä on asiakaskäytössä 6–10 hevosta. Aloittavilla yrityksillä ei ole varaa heti panostaa useaan asiakaskäyttöiseen hevoseen, mutta 6–10 hevosta on riittävä yrityksen aloittaessa liiketoimintaansa. Aloittelevat yritykset eivät voi ottaa suuria riskejä toiminnan vasta alkaessa. hevosten määrä liittyy kuitenkin siis kiinteästi kysyntään ja asiakkaiden erilaisiin tarpeisiin. Jo kauemmin alalla olleet yritykset voivat lisätä hevosten määrää, jos toiminta on havaittu kannattavaksi ja, että kysyntää riittää myös tulevaisuudessa. Ratsastustunnin keskimääräinen hinta Suomessa on 16–20 euroa, joka on melko kohtuullinen hinta puhuttaessa harrastajan tai matkailijan näkökulmasta.

Asiakastunteja vuodessa arvioitiin noin neljäsosalla vastaajista olevan noin 100–700 h, mikä tarkoittaa 700 tunnilla karkeasti jaettuna kahta asiakastuntia päivässä vuoden aikana. Asiakastunteja on tällöin melko vähän verrattuna siihen, että toiseksi eniten ilmoitettiin asiakastunteja vuosittain olevan 5 000–8 000 h. Asiakastunti- luvut kertovat paljon siitä, miten yrityksellä menee ja mikä on sen suosio markkinoilla. Eli siinä tapauksessa, kun asiakastunteja todella on 5 000–8 000 h, yrityksellä riittää asiakkaita. Tutkija haluaa kuitenkin korostaa, että luvut olivat yrittäjien arvioita ja tulokset vaihtelivat paljon, joten tuloksista ei voida tehdä varmoja johtopäätöksiä.

Liiketoiminnan kannalta parasta aikaa on ehdottomasti kesä, parhaat kuukaudet ovat kesäkuu, heinäkuu ja elokuu. Tämän tuloksen aiheuttavat tietysti parhaat keliolosuhteet ja kesälomat. Jonkin verran on saatu ns. laajennettua kesäsesonkia myös toukokuulle ja syyskuulle. Lomien aikana (kesä- ja hiihtoloma) kysyntä on suurinta, mutta millä tavoin saataisiin myös muut vuodenaajat hyödynnettyä hevosmatkailutuotteissa? Erilaisia tuotteita kaivataan ja etenkin hiljaisempien aikojen hyödyntäminen tuotteistuksessa helpottaisi hevosmatkailuyrittäjän arkea. Esimerkiksi yrityksiä tyky-toiminta (työhyvinvoinnin edistäminen) on ympärivuotista ja myös hevosmatkailussa kannattaisi panostaa vielä enemmän yrityksiä virkistyspäivä-asiakkaisiin.

Hevosen voi tuotteistaa moneen muuhun tarkoitukseen hevosmatkailussa kuin pelkästään ratsastuskäyttöön. Reki- ja valjakkoajopalvelut ovat mahdollisuuksia tuotteistuksen osalta. Segmentoinnin tärkeyden

muistaminen, eli tarjottavat ja markkinoitavat tuotteet jaoteltaisiin yksinkertaisesti esimerkiksi ikäryhmittäin. Vanhemmalle sukupolvelle nostalgiset reki/valjakkoajo-retket ja aikuisille naisille vaellusratsastushemmotteluloma sisältäen erilaisia palveluita kuten hieronta, erilaisia kauneusalan hoitoja jne. Monet yrittäjät ovat olleet jo pitkään tietoisia monimuotoisista tuotteista, johon on yhdistetty jotakin muuta vastapainoksi kuin pelkästään hevonen ja se tekee tuotteesta mielenkiintoisemman.

### 6.2.3 Perheyrittäjäisyys

Palkattua henkilöstöä suurimmalla osalla eli yli puolella vastanneista ei ollut ollenkaan. Kokopäiväisiä työntekijöitä oli yleensä yksi henkilö ja kysymykseen vastasi näin neljännes vastaajista. Osa-aikaisten työntekijöiden määräksi eniten ilmoitettiin olevan kaksi henkilöä ja kysymykseen noin neljäsosa vastaajista. Palkattua henkilöstöä on siis melko vähän hevosmatkailuyrityksissä, tämä johtuu kovasta verotuksesta ja korkeista työntekijöiden vakuutusmaksuista. Yksityisasiakkaiden osuus kokonaisasiakasmäärästä on noin 80–100 % suurimmalla osalla yrittäjistä ja näin yritysasiakkaiden osuudeksi jää ainoastaan 1–10 %. Yritysasiakkaiden osuutta kokonaisasiakasmäärässä olisi hyvä saada kasvatettua, koska kyseinen ryhmä on tuottoisa asiakasryhmä yritykselle.

Ulkomaalaisten asiakkaiden prosentuaalinen osuus kokonaisasiakasmäärästä on suurimmalle osalle noin 1–10 %, joka on melko vähän. Ulkomaalaisille asiakkaille yrityksissä ei ole välttämättä riittävästi resursseja tuotteiden laadun suhteen (ulkomaalaiset ovat erittäin laatu-tietoisia) ja kielitaidon riittämättömyyden vuoksi sekä suomalaisen hevosmatkailun markkinointi ulkomailla ei ole löytänyt vielä sopivaa kanavaa. Pohjois-Suomessa ulkomaalaisten asiakkaiden osuus hevosmatkailussa verrattuna muihin Suomen alueisiin, on luultavasti korkein Lapin matkailukeskusten ansiosta. Suurin ulkomaalaisten asiakasryhmä ovat venäläiset. Venäläiset matkailijat kuluttavat eniten eli 134 € päivässä, kun keskimäärin kulutettiin 46 €. (MEK 2007b). Venäläisiin matkailijoihin kannattaisi yrityksessä panostaa, koska myös tulevaisuudessa venäläiset ovat erittäin tärkeä ryhmä koko Suomen matkailun kannalta. Ulkomaan markkinointi on todella vähäistä hevosmatkailun osalta, mutta siihen vaaditaankin paljon esityötä ja hyviä yhteistyökumppaneita sekä tehokas jakelukanava. Taustatyötä pitäisi tehdä nyt, ja valtina Suomen hevosmatkailussa on ehdottomasti suomenhevonen, joka on uniikki ja erilainen kokemus ulkomaalaisille hevosmatkailijoille.

### 6.2.4 Yhteistyö ja liiketoiminnan tulos

Yhteistyökumppaneina suurimmalla osalla hevosmatkailuyrityksistä ovat majoitus-, ruokapalvelu- ja ohjelmapalveluyritykset. Kuitenkin noin 12 % ilmoitti, ettei yhteistyötä ole minkään yrityksen kanssa, joka on hieman huolestuttavaa. Yhteistyötä tulee tulevaisuudessa kehittää, jotta palveluja

saadaan tehostettua ja verkostoitumista edistettyä hevosmatkailun maailmassa.

Liikevaihto vuosina 2003–2005 suurimmalla osalla vastaajista (24,2 %) oli noin 60 000–120 000 euroa, joka kertoo siitä, että liiketoiminta ei ole kovinkaan kannattavaa eikä suurimuotoista. Liikevaihtoa koskevassa kysymyksessä oli jonkin verran hajontaa, mutta jokaisen vuoden liikevaihtoa kysyttäessä noin viidesosa vastasi samoin eli liikevaihdon olleen noin 60 000–120 000 euroa. Vuonna 2005 liikevaihto oli parempi verrattaessa vuoteen 2003. Tästä voidaan päätellä, että kasvusuunta on kuitenkin tulevina vuosina ylöspäin. Kun tarkastellaan yleisesti maaseutumatkailuyritysten kannattavuutta, vuoden 2005 liikevaihto oli keskimäärin noin 30 000 euroa/yritys. Vertailtaessa hevosmatkailuyrityksien ja maaseutumatkailuyrityksien liikevaihtoja, hevosmatkailun liikevaihto huomattavasti parempi. Jos hevosmatkailuyrityksen liikevaihto on vuosittain noin 60 000, se on keskimäärin 50 % parempi kuin maaseutumatkailuyrityksen.

Liikevoitoksi vuosina 2003–2005 suurin osa vastaajista (noin kolmasosa) ilmoitti yrityksen tuottavan tappiota. Kuitenkin pitää muistaa, että vastaustuloksia ei voida varmasti yleistää koko alaa koskeväksi, koska  $\frac{2}{3}$  hevosmatkailuyrittäjistä jätti vastaamatta kyselyyn. Eli jatkotutkimukselle on aihetta varsinkin mietittäessä tämän kysymyksen tuloksia miksi tulos on ollut tappiollista vuonna 2005 yli puolella vastaajista. Tuotteistamalla uusia tuotteita hiljaisemmille kausille ja hintadifferoinnin sekä verkostoitumisen avulla voitaisiin saada parempia tuloksia. Mutta hevosmatkailun alalla kustannukset ovat melko korkeat. Hevonen kuluttaa joka päivä ja jo ostettaessa hevonen on kallis investointi. Tarvittavien rakennusten rakentaminen/remontointi, eläinlääkärikulut ja kaikki varusteet, ruuat sekä muut investoinnit muodostavat erittäin suuret kustannukset hevosmatkailuyrittäjälle. Yrityksen menot pitäisi saada minimoitua ja kehittää enemmän tuotteita, joissa on parempi kate - tulisi olla rohkeampi hinnoittelussa ja panostaa laatuun.

### 6.2.5 Yrittäjien mielipiteitä hevosmatkailusta

Vapaamuotoisissa kommentteissaan hevosmatkailuyrittäjät painottivat yhteismarkkinoinnin tärkeyttä, asiakaspalveluun panostamista sekä hevosreitistöjen parantamista. Laatuasioihin tulisi vastaajien mielestä kiinnittää enemmän huomiota, ja mielipiteissä tuli myös esiin, että ammattitaidottomia yrittäjiä on alalla liikaa. Valvontaa hevosmatkailun alalla tulisi parantaa, jotta yrityksiä laatuun ja turvallisuutta saataisiin parempaan suuntaan. Hevosmiestaitoa arvostettiin ja sitä pidettiin tärkeänä osana hevosmatkailuyrittäjien liiketoiminnassa. Esille nousi myös se, että alan arvostusta tulisi saada nostettua ylöspäin. Muutamissa mielipiteissä kerrottiin, että samanlaisia tuotteita on liikaa markkinoilla ja ne ovat alihinnoiteltuja. Hevosmatkailuyrittäjät ovat hyvin tietoisia siitä, mitä kehitettävää alalla on tällä hetkellä. Laatuun ja turvallisuuteen panostaminen sekä tuotetarjonnan monipuolistaminen ovat tärkeitä asioita,

joihin pitäisi kiinnittää enemmän huomiota hevosmatkailuyrittäjien mielestä.

### 6.3 Suomalaisen hevosmatkailun SWOT-analyysi tutkimuksen pohjalta

Seuraavassa listauksessa esitellään tutkimusten tulosten pohjalta suomalaisen hevosmatkailun vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia.

#### *Vahvuudet (Strengths)*

- kauniit ja vaihtelevat maastot
- erilaiset vuodenaajat
- luonto ja sen tuoma hiljaisuus
- oma hevosrotu-suomenhevonen
- hevonen on kiinnostava elementti matkailun alalla
- luontomatkailuun liittyvät aktiviteetit kasvattavat edelleen suosiotaan
- paljon potentiaalisia asiakkaita
- kokeneet hevosmatkailuyrittäjät

#### *Heikkoudet (Weaknesses)*

- markkinointi
- yhteistyö hevosmatkailuyritysten välillä
- turvallisuusasioiden laiminlyönti
- laatuun panostaminen
- suuret kustannukset (esim. investoinnit asiakaskäyttöisiin hevosiin)
- hevosmatkailun näkyvyys julkisuudessa
- tuotteistaminen- liikaa samankaltaisia tuotteita
- sesonkiluontoisuus
- ei resursseja panostaa kv-markkinoille
- hevosmatkailuhankkeiden toiminta loppuu täysin, kun hankeaika on täyttynyt
- liian vähän tutkittu ala
- yritysasiakkaiden määrän vähyys

#### *Mahdollisuudet (Opportunities)*

- tuotteistuksen monipuolistaminen
- verkostoituminen
- yhteismarkkinointi
- yritysten yhteistyön kehittäminen
- koulutuksen lisääminen alalla
- kaikkien vuodenaikojen parempi hyödyntäminen liiketoiminnassa
- ratsastusreitistöjen laajentaminen

- suomenhevonen
- kokeneet hevosmatkailuyrittäjät
- yhtenäisen laatuluokituksen saaminen hevosmatkailualalle
- EU-tuet
- uusien kohderyhmien rakentaminen
- erilaisten hevosmatkailutuotteiden tuominen markkinoille
- ulkomaalaiset matkailijat

### *Uhat (Threats)*

- ammattitaidottomat yrittäjät
- vaikeat sääolosuhteet (jäätiköt, kelirikot)
- turvallisuusasioiden laiminlyönti
- tallien valvonnan laiminlyönti- ns. villit yrittäjät
- yleinen talouden heikkeneminen- vaikuttaa matkailuun negatiivisesti

## 7 YHTEENVETO

Hevosmatkailu Suomessa on alan varsin nuori, mutta kasvunäkymät ovat korkealla. Alan yrityksiä on tällä hetkellä hieman yli sata, ja suurin osa kyselyyn vastanneista yrittäjistä aikoo laajentaa liiketoimintaansa tulevaisuudessa. Hevonen on kiinnostava elementti matkailussa, ja tätä ajatusta pitäisi viedä pidemmällä myös markkinoinnissa. Hevosmatkailussa tulisi panostaa ehdottomasti yritysasiakkaiden ja ei-hevosharrastajien ryhmiin eli tuotteistuksen monipuolistamiseen. Yhteistyökumppanien löytyminen ja laaja verkostoituminen auttavat ideoimaan ja kehittämään uusia monipuolisempia tuotteita hevosmatkailuun. Suomalaisella hevosmatkailulla on erittäin hyvät mahdollisuudet kasvuun yhtenä matkailun osa-alueena, matkailijat hakevat uusia ja erilaisia elämyksiä matkailussa, mitä myös hevosmatkailu pystyy tarjoamaan.

Hanketoiminnan tavoitteena on pyrkiä kehittämään yhteistyötä ja nimenomaan painottamaan sen tärkeyttä. Hevosalan yrittäjät kaipaavat koulutusta ja erilaisia info-tilaisuuksia, joita hanketoiminta pyrkii järjestämään alan kehittämistä varten. Hanketoiminnan loppuessa usein käy niin, että kerätty tieto ja aikaansaadut tulokset eivät jatka jo hyvin alkanutta kehitystään. Hanketoiminnan jatkumoon tulisi panostaa, jotta kehitystä saataisiin alalla aikaan. Hanketoiminnan avulla kuitenkin voidaan saada aikaan merkittäviä tuloksia yrittäjien hyödyksi. Hevostalous on myös kasvava ala, joka lisää myös työllisyyttä. Työpaikkojen arvioidaan lisääntyvän 250–500 vuosittain. Selvityksessä on tullut ilmi, että hevosenomistajista 27 % on aikeissa todennäköisesti tai mahdollisesti aloittaa yritystoimintaa seuraavan viiden vuoden aikana, mikä kertoo suuresta kiinnostuksesta yrittäjyyttä kohtaan. Hevosia on tällä hetkellä Suomessa noin 70 000, ja hevosten määrän arvioidaan lisääntyvän noin tuhannella hevosella vuosittain.

## LÄHTEET

Ala-Nissilä, H. 2006 Osaamiskeskus edistää hevosalan kehittymistä. Turun Sanomat 30.9.2006.

Antinluoma, I. 2006. Hevostalous tuo lähivuosina tuhansia uusia työpaikkoja. Turun Sanomat (Talous- liite) 19.6.2006.

van Damsen, B. 2002. Turvallisesti maastossa. (Suomennos ja sovellus Mahal, K. 2005) Vantaa: KM-Yhtymä Oy Suomen Painotuote.

Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto osa 2. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Ihatsu, K. 2006. Kukaan ei valvo vilttejä hevosalleja. Turun Sanomat 5.12.2006.

Jalkanen, L.&Saarinen, A. 1986. Vuosisata ratsain. Rauma: Kirjapaino Oy.

Noromies, M. Forssan Seudun Kehittämiskeskus. Puhelinhaastattelu 8.1.2007 Helena Prepulan toimesta.

Ruuska, A-M. 2006. Suomalainen aikuinen käyttää liikuntaan 427 euroa vuodessa. Turun Sanomat 19.9.2006

Sulonen, K.(&Pajula M.) Hevosmatkailun kiinnostavuus-tutkimuksen materiaali.1999.

Suojanen, E. 2006. Hevonen on myös ympäristöongelma. Turun Sanomat 11.11.2006.

Etelä-Suomen hevosalan esiselvitys. 2003. Laurea ammattikorkeakoulu.  
[www-dokumentti]  
<http://www.hevosyrittaja.fi/ep/tiedostot/hevoset.pdf>  
luettu 15.11.2006

FinnHorseTours 2006. [www-dokumentti]  
[www.finnhorsetours.fi/kriteerit.php](http://www.finnhorsetours.fi/kriteerit.php)  
luettu 15.11.2006

Finlex. Osakeyhtiölaki 624/2006 1. luku, 3.§ [www-dokumentti]  
<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2006/20060624>  
luettu 20.12.2006

Hevosalan yrittäjyyden kehittämishanke 2004-2006. [www-dokumentti]



[http://www.hevosyrittaja.fi/hevosalan\\_yrittajyyden\\_kehittamishanke.asp?LID=16](http://www.hevosyrittaja.fi/hevosalan_yrittajyyden_kehittamishanke.asp?LID=16)

luettu 1.11.2006

Holmen M. & Mäenpää M. 2004. Hevosalan haasteet. Suomen Hippos Ry. [pdf-dokumentti]

[http://www.hippos.fi/hippos/suomen\\_hippos/hevosalan\\_haasteet/dokumentit/hevosalan\\_haasteet.pdf](http://www.hippos.fi/hippos/suomen_hippos/hevosalan_haasteet/dokumentit/hevosalan_haasteet.pdf)

luettu 20.11.2006

Korhonen J., Pussinen S., Peltonen T., Saastamoinen M. & Soini P. Hevosalan investointitarpeet ja yrittäjyyden muutokset lähitulevaisuudessa- selvitys. 2005. Laurea ammattikorkeakoulu. [pdf-dokumentti]

<http://www.hevosyrittaja.fi/ep/tiedostot/hevostiivistelma.pdf>

luettu 13.1.2006

Korhonen J., Pussinen S., Saastamoinen M. & Vuorema A-M. 2006. Hevosalan ylimaakunnalliset kehittämishankkeet- arviointiraportti. [pdf-dokumentti]

[http://www.hevosyrittaja.fi/ep/tiedostot/Hevosalan\\_hankearviointiraportti.pdf](http://www.hevosyrittaja.fi/ep/tiedostot/Hevosalan_hankearviointiraportti.pdf)

luettu 20.11.2006

Kuluttajaviraston ohjeet ratsastuspalveluiden turvallisuuden edistämiseksi. Kuluttajaviraston julkaisusarja 4/2004. [www-dokumentti]

<http://www.kuluttajavirasto.fi/user/loadFile.asp?id=5579>

luettu 29.11.2006

Liikenneturva-organisaatio 2006. [www-dokumentti]

<http://www.liikenneturva.fi/fi/turvatieto/elaimet/index.php>

luettu 1.11.2006

Liikuntatutkimus 2005-2006. SLU:n julkaisusarja 4/06. Lasten ja nuorten liikunta. [pdf-dokumentti]

[http://www.slu.fi/mp/db/file\\_library/x/IMG/36702/file/Kansallinenliikuntatutkimus%5f2005%5f2006lapsetjanuoret.pdf](http://www.slu.fi/mp/db/file_library/x/IMG/36702/file/Kansallinenliikuntatutkimus%5f2005%5f2006lapsetjanuoret.pdf)

luettu 10.11.2006

Liikuntatutkimus 2005-2006. SLU:n julkaisusarja 5/06. Aikuisliikunta. [pdf-dokumentti]

[http://www.slu.fi/mp/db/file\\_library/x/IMG/36701/file/Kansallinen%5fliikuntatutkimus%5f2005%5f2006%5fAikuiset%5ftaitettu.pdf](http://www.slu.fi/mp/db/file_library/x/IMG/36701/file/Kansallinen%5fliikuntatutkimus%5f2005%5f2006%5fAikuiset%5ftaitettu.pdf)

luettu 10.11.2006

Luentomateriaali vuoden 2006 hevosmatkailuseminaarista Kuopiossa. [pdf-dokumentti]

<http://www.vaellusratsastus.fi/ver10/pdf/hevosmatkailuseminaari06.pdf>

luettu 1.11.2006

Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus (MTT). 2006. [www-dokumentti]

<http://www.mtt.fi/ajankohtaista/uutiset/uutinen091106.html>

luettu 15.11.2006

Martin-Päivä, M. 2006. Hevosmatkailun nykytilan ja kehittämistarpeiden kartoitus 2006- raportti. [pdf-dokumentti]

[http://www.hevosyrittaja.fi/ep/tiedostot/hevosten\\_maaseutu.pdf](http://www.hevosyrittaja.fi/ep/tiedostot/hevosten_maaseutu.pdf)

luettu 20.11.2006

Matkailun ohjelmopalvelujen normiston raportti 4: ratsastus ja pyöräily kaupallisena ohjelmopalvelutuotteena. 2004. Imatran seudun kehitysyritys Oy. [pdf-dokumentti]

[http://keyeast.imatra.fi/images/stories/mono/media/ratsastus\\_ja\\_pyoraily.pdf](http://keyeast.imatra.fi/images/stories/mono/media/ratsastus_ja_pyoraily.pdf)

luettu 13.11.2006

Matkailun edistämiskeskus (MEK) 2006a. [www-dokumentti]

[http://www.visitfinland.com/web/laatu/index.nsf/\(pages\)/Hinnasto?OpenDocument](http://www.visitfinland.com/web/laatu/index.nsf/(pages)/Hinnasto?OpenDocument)

luettu 20.11.2006

Matkailun edistämiskeskus (MEK) 2007b. [www-dokumentti]

[http://www.mek.fi/WEB/MekFi/publish.nsf/\(News\)/2D30F35E499A3F33C2257266003B2CE8?opendocument](http://www.mek.fi/WEB/MekFi/publish.nsf/(News)/2D30F35E499A3F33C2257266003B2CE8?opendocument)

luettu 20.1.2007

Nouse Ratsaille 2006. [www-dokumentti]

<http://www.nouseratsaille.fi/index.php?mid=73>

luettu 21.11.2006

Ryymin, J. 2005. Maaseutumatkailun toimialaraportti 15/2005. Kauppa- ja teollisuusministeriö. Edita Publishing Oy. [pdf-dokumentti]

[www.toimialaraportit.fi/files/120/Maaseutumatkailu.pdf](http://www.toimialaraportit.fi/files/120/Maaseutumatkailu.pdf)

luettu 19.11.2006

Suomalainen, M-L. SLU, Liikunnan ja urheilun maailma 14/03- verkkolehti. [www-dokumentti]

[http://www.slu.fi/verkkolehti/artikkeli/?ARTIKKELI\\_NUM=16310](http://www.slu.fi/verkkolehti/artikkeli/?ARTIKKELI_NUM=16310)

luettu 31.10.2006

Suomen Ratsastajainliitto Ry 2006a. [www-dokumentti]

<http://www.ratsastus.fi/asp/system/empty.asp?P=47&VID=default&SID=905963543744817&S=1&C=24492>

luettu 29.9.2006

Suomen Ratsastajainliitto Ry 2006b. [www-dokumentti]

<http://www.ratsastus.fi/asp/system/empty.asp?P=128&VID=default&SID=619239208767690&S=0&C=25174>

luettu 22.12.2006

Suomen Vaellustalliin liitto Ry 2006a. [www-dokumentti]  
<http://www.vaellustallit.fi/suova.html>  
luettu 10.11.2006

Suomen Vaellustalliin liitto Ry 2006b. [www-dokumentti]  
<http://www.vaellustallit.fi/vaellusratsastus.html>  
luettu 10.11.2006

Vaellusratsastuksen kehittämisprojekti II 2004-2006. [www-dokumentti]  
<http://www.vaellusratsastus.fi/ver10/projekti.php>  
luettu 1.11.2006

Valtakunnallinen hevosalan osaamiskeskus-hanke 2006. [www-dokumentti]  
<http://www.ypaja.fi/index.php?mid=148>  
luettu 15.11.2006

Valtion ympäristöhallinnon verkkopalvelu. [www-dokumentti]  
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=700&lan=fi>  
luettu 8.11.2006

Ympäristöministeriö. 2003. Hevostalliin suojeleuohje. Edita Prima Oy.  
[www-dokumentti]  
<http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=6313>  
luettu 25.11.2006

Ypäjän Hevosopisto Oy 2007. [www-dokumentti]  
[http://www.hevosopisto.fi/index.phtml?page\\_id=123242&navi\\_id=123242&](http://www.hevosopisto.fi/index.phtml?page_id=123242&navi_id=123242&)  
luettu 8.1.2007

TURVALLISUUSASIAKIRJA-MALLI



TURVALLISUUSUUNNITELMA-MALLI

TAPAUSILMOITUSLOMAKE-MALLI

KYSELYLOMAKE HEVOSMATKAILUYRITTÄJILLE











SAATEKIRJE

## Arvoisa hevosmatkailuyrittäjä

Hevosmatkailualalla kysyntä on ollut viime vuosina voimakkaassa kasvussa. Suomalaista hevosmatkailua tulisi kehittää ja viedä eteenpäin. Hevosmatkailua alana on tutkittu melko vähän, joten tutkimukselle on nyt siis tarvetta.

Olen Hämeen ammattikorkeakoulun matkailualan restonomi-opiskelija, ja teen opinnäytetyötä aiheesta suomalainen hevosmatkailu. Tutkimus toteutetaan yhteistyössä Vaellusratsastuksen kehittämisprojekti II:n kanssa. Vaellusratsastuksen kehittämisprojekti II:n tavoitteina on mm. kerätä, tuottaa ja jakaa tietoa hevosmatkailun ja vaellusratsastuksen kehittämisen tueksi, kehittää matkailua ja lisätä suuren yleisön tietoisuutta vaellusratsastuksen mahdollisuuksista.

Tarkoitus on saada perustietoa hevosmatkailuyrityksistä, jotta saataisiin luotua peruskuva suomalaisesta hevosmatkailusta ja sen tämän hetkisestä tilasta sekä alan tulevaisuudesta. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää myös hevosmatkailua taloudellisesta näkökulmasta, jotta pystyttäisiin pohtimaan kehityssuunnitelmaa hevosmatkailun alalle. Hevosmatkailusta kaivataan tutkimuksia, jotta alaa pystyttäisiin kehittämään ja saataisiin lisää arvostusta tälle tärkeälle matkailun osa-alueelle.

*Kaikkien yrittäjien vastaukset ovat erittäin tärkeitä luotettavan tutkimustuloksen saamiseksi sekä jokainen vastaus on arvokas tutkimuksen toteuttamisen kannalta. Vastaukset käsitellään ehdottoman luottamuksellisesti ja vastauksista ei käy ilmi yrityksen nimeä, joten vastaukset ja näin ollen myös tutkimuksen tulokset ovat anonyymejä. Alla olevasta linkistä pääsette helposti ja nopeasti vastaamaan kyselyyn, vastaamiseen menee noin 10 minuuttia. Vastausaikaa on viikko. Jollei vastuksia tule tarpeeksi tutkimuksen kannalta, tulen ottamaan uudelleen yhteyttä.*

**On ensiarvoisen tärkeää saada Teidän vastaus kyselyyn hevosmatkailun kehityksen ja kasvun kannalta! Kiitos!**

*Klikkaa linkkiä, pääset suoraan kyselylomakkeelle:*

<http://www.webropol.com/P.aspx?id=93356&cid=7672533>

Kunnioittavasti ja yhteistyöstä jo etukäteen kiittäen; Katriina Kaskinen

Mahdolliset lisätiedustelut sähköpostitse tai puhelimitse:

katriina.kaskinen@forssa.hamk.fi / 044- 012 11 21

MUOKATTU SAATEKIRJE TOISELLE KYSELYKIERROKSELLE

Arvoisa hevosmatkailuyrittäjä

Kiitoksia jo tutkimukseen vastanneille! Vielä muistutuksena ei vastanneille suomalainen hevosmatkailu-kyselyyn, olisi erittäin tärkeää saada tutkimuksen tulosten luotettavuuden kannalta vielä noin kymmenen kappaletta vastauksia. Teen tutkimuksesta artikkelin Hippokseen, jotta saataisiin tärkeälle matkailun osa-alueelle suomalaiselle hevosmatkailulle lisää huomiota. Korostan, että tutkimuksen vastaukset pysyvät anonyymeinä, eli yrityksen nimi ei tule missään ilmi. Olisi siis erittäin tärkeää saada alan kehityksen kannalta vielä muutama vastaus teiltä arvoisat yrittäjät! Kyselyyn vastaamiseen menee noin 10 min. Alla olevasta linkistä pääsette suoraan vastauslomakkeelle:

<http://www.webropol.com/P.aspx?id=93356&cid=7672533>

Oikein mukavaa kesänjatkoa toivotellen ja kiittäen jo etukäteen;

Katriina Kaskinen

Kiitoksia vastauksistanne!

Tiedustelut sähköpostitse tai puhelimitse:

katriina.kaskinen@forssa.hamk.fi / 044-012 11 21