

Kansallinen hevosmatkailututkimus 2009

MATKAILUN EDISTÄMISKESKUS MEK
Helsinki 2009

MEK A:165

ISBN 978-952-5682-28-1 (PDF)
ISSN 0355-6204

SISÄLLYSLUETTELO

1. YLEISTÄ TUTKIMUKSESTA.....	4
2. TUTKIMUSAINESTON KUVAUS.....	5
3. HEVOSMATKAILUPALVELUJEN TUOTTAMISEN PUITTEET YRITYKSESSÄ.....	6
3.1. Tuottaako yritys hevosmatkailupalveluja	6
3.2. Hevosmatkailupalvelujen tuottamisen päätoimisuus	7
3.3. Kuinka kauan hevosmatkailupalveluja tarjottu	8
3.4. Toiminnan itsenäisyys / yhteistyösopimus jonkin ketjun kanssa	9
3.5. Palveluntarjontaketju/yhteenliittymä, johon kuuluu	10
3.6. Yrityksen toimintamuoto	11
3.7. Hevosten määrä yrityksessä	12
3.8. Onko yrityksessä suomenhevosia	13
3.9. Hevosmatkailupalveluissa käytössä olevat vaellus-/ratsastusreitit.....	14
3.10. (Edellä mainittujen) vaellus- ja ratsastusreittien ylläpitäjä.....	15
3.11. Yrityksen vakituinen työntekijämäärä	16
3.12. Yrityksen liikevaihto	17
3.13. Yrityksen www-sivut	18
3.14. Yrityksen mukanaolo laatujärjestelmässä.....	19
3.15. Laatujärjestelmä, jossa yritys on mukana	20
4. HEVOSMATKAILUTUOTTEET/-PALVELUT	21
4.1. Yritysten tuottamat tärkeimmät hevosmatkailutuotteet/-palvelut	21
4.2. Tuotteen kesto	22
4.3. Tuotteen näkyminen www-sivuilla.....	23
4.4. Suomenhevosten käyttö tuotteissa.....	24
5. MUUT YRITYKSEN ITSENÄISESTI TARJOAMAT PALVELUT	25
6. YHTEISTYÖ MUIDEN YRITYSTEN KANSSA LIIKETOIMINTAAN LIITTYEN	26
7. HEVOSMATKAILUPALVELUT LIIKETOIMINTANA	27
7.1. Hevosmatkailupalvelujen arvioitu osuus yrityksen liikevaihdosta	27
7.2. Tyytyväisyys yrityksen hevosmatkailupalvelujen käyttöasteeseen.....	28
7.3. Hevosmatkailun kannattavuus liiketoimintana yritykselle	29

8. HEVOSMATKAILUPALVELUJEN MYYNTI JA MARKKINOINTI	30
8.1. Hevosmatkailupalvelujen myynti itsenäisesti / jälleenmyyjien kautta	30
8.2. Markkinoidaanko hevosmatkailupalveluja	31
8.3. Pääasialliset markkinointikanavat	32
8.4. Hevosmatkailupalvelujen markkinointi kansainvälisille kohderyhmille.....	33
8.5. Markkinoinnin tavat kansainvälisille kohderyhmille	34
9. HEVOSMATKAILUASIAKKAAT YRITYKSESSÄ	35
9.1. Tyypillisin hevosmatkailuasiakas yrityksessä	35
9.2. Hevosmatkailun yksityisasiakkaiden määrä vuositasolla	36
9.3. Ryhmien määrät vuosittain (hevosmatkailun vapaa-ajanryhmät + yritysryhmät)...	37
9.4. Keskimääräisen asiakkaan rahankäyttö hevosmatkailupalveluihin per vierailu	38
9.5. Ulkomaalaisten asiakkaiden osuus asiakkaista	39
9.6. Maat, joista yritykseen on suuntautunut matkailua.....	40
10. HEVOSMATKAILUN TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT YRITYKSESSÄ	41
10.1. Arvioitu yrityksen hevosmatkailun liikevaihdon kehitys	41
10.2. Investointiaikeet hevosmatkailun kasvattamiseen	42
10.3. Yrityksen kiinnostus panostaa ulkomaalaisten asiakkaiden hankintaan.....	43
10.4. Yrityksen mukanaolo matkailun tuotekehityshankkeissa	44
11. ULKOPUOLISEN AVUN JA TUEN TARPEET HEVOSMATKAILUN KEHITTÄJÄORGANISAATIOILTA	45
11.1. Lähitulevaisuuden hankkeet, joihin toivoo tukea	45
11.2. Matkailullisen osaamisen kehittämistarpeet, joihin toivoo tukea	46
12. KESKEISIÄ TULOKSIA	47

LIITE 1: Hevosmatkailutuotteet yrityskohtaisesti

LIITE 2: Tutkimuksen alkuperäinen kohderyhmäkisteri

LIITE 3: Alkuperäisen kohderyhmäkisterin vastaajat, jotka eivät tuottaneet hevosmatkailupalveluja

1. YLEISTÄ TUTKIMUKSESTA

Tämä on Matkailun edistämiskeskus MEK:in Kansallisen hevosmatkailututkimuksen tutkimusraportti. Tutkimuksen toteutti Matkailun edistämiskeskus MEK:in toimeksiannosta Innolink Research Oy.

Tutkimuksen tavoitteena oli

- kartoittaa hevosmatkailupalvelujen tuottamisen puitteita hevosmatkailupalveluja tarjoavissa yrityksissä
- Kartoittaa tärkeimmät yritysten tarjoamat hevosmatkailutuotteet / -palvelut
- selvittää hevosmatkailupalveluja tuottavien yritysten muuta palvelun tarjontaa ja yhteistyötä muiden yritysten kanssa
- tarkastella hevosmatkailupalveluja liiketoimintana
- selvittää hevosmatkailupalvelujen myyntiin, markkinointiin sekä asiakaskuntaan liittyviä tekijöitä
- tarkastella hevosmatkailun tulevaisuuden näkymiä
- kartoittaa ulkopuolisen avun ja tuen tarpeita hevosmatkailupalvelujen kehittämisessä
- kerätä vastaajilta vapaamuotoista palautetta

Tutkimus toteutettiin puhelinrekrytoituna kyselynä touko-kesäkuussa 2009 ja vastaukset saapuivat pääosin puhelinhaastatteluina ja osin sähköpostikyselynä. Kohderyhmän muodostivat hevosmatkailupalveluja ulkopaikkakuntalaisille vierailijoille tuottavat yritykset. Innolink Research Oy muodosti kyselyn kohderyhmärekisterin, joka hyväksyttiin toimeksiantajalla ennen tiedonkeruun käynnistämistä. Alkuperäiseen kohderyhmään kuului 262 hevosityritystä. Näistä 94 ei kuitenkaan tuottanut hevosmatkailupalveluita. Lopulliseen kohderyhmään kuului siten 168 hevosmatkailupalveluja tuottavaa yritystä. Tutkimus perustuu 97 vastaajan antamiin vastauksiin, joten tutkimuksen vastausprosentiksi muodostui 58.

Tutkimuksen tulokset on esitetty tässä raportissa taulukoina ja kuvina selityksineen. Lisäksi tuloksia voi tarkastella MarketMix[®]-ohjelmistolla.

2. TUTKIMUSAINEISTON KUVAUS

Tutkimusaineistoa kuvataan prosenttijakaumilla, jolloin saadaan kokonaiskuva vastaajista.

Tutkimusajankohta	2009 (% , N)
2009	100% (97)

Vastaustapa	2009 (% , N)
Puhelinhaastattelu	79,4% (77)
Sähköposti	20,6% (20)

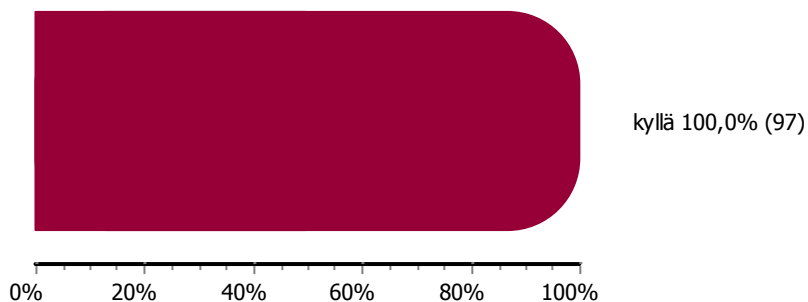
Vastaajan tehtävänimike	2009 (% , N)
Yrittäjä tai pääosakas	86,6% (84)
Toimitusjohtaja	3,1% (3)
Muu	10,3% (10)

Vaihtoehto 'Jokin muu' esitetään MarketMix[®]-järjestelmässä.

Yrityksen sijaintipaikka	2009 (% , N)
Eteläinen Suomi	24,7% (24)
Finwest	19,6% (19)
Lakeland	51,5% (50)
Kuusamo	1,0% (1)
Lappi	3,1% (3)

3. HEVOSMATKAILUPALVELUJEN TUOTTAMISEN PUITTEET YRITYKSESSÄ

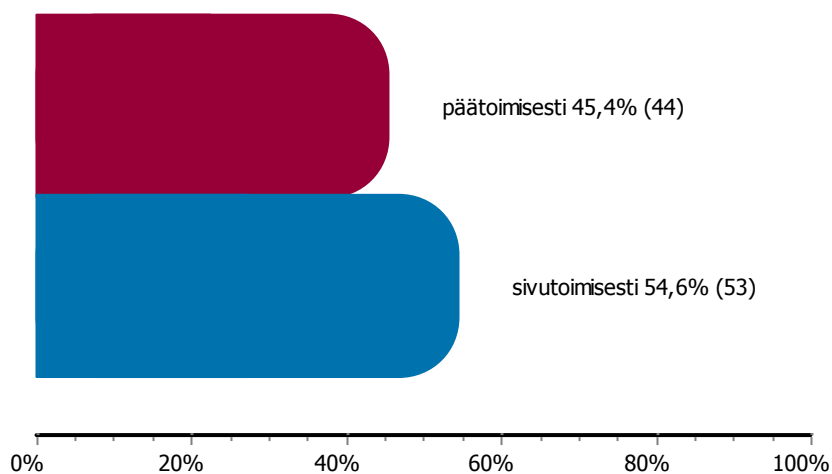
3.1. Tuottaako yritys hevosmatkailupalveluja



Kuva 1. Tuottaako yrityksenne hevosmatkailupalveluja?

Kaikki vastaajayritykset tuottavat hevosmatkailupalveluja ulkopaikkakuntalaisille vierailijoille.

3.2. Hevosmatkailupalvelujen tuottamisen päätoimisuus

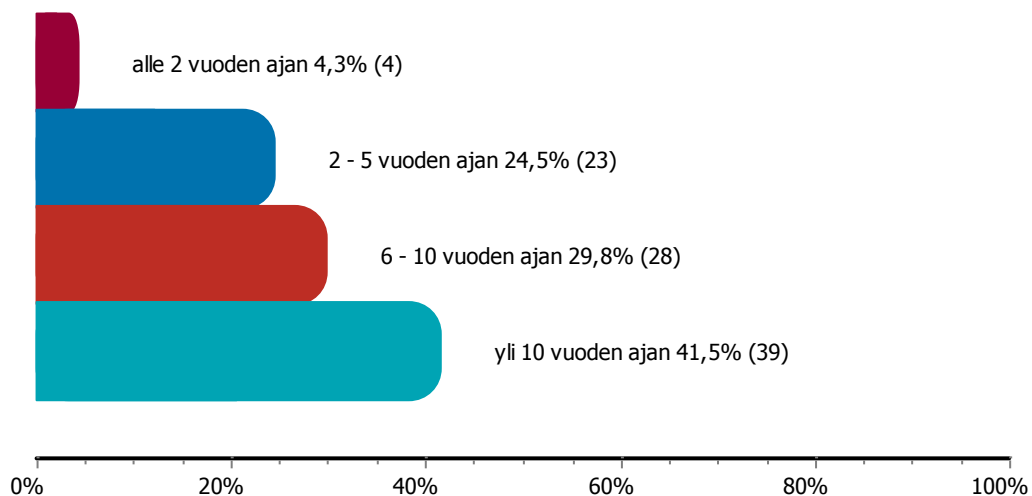


Kuva 2. Tuotatteko hevosmatkailupalveluja...

45 prosenttia vastanneista yrityksistä tuottaa hevosmatkailupalveluja päätoimisesti ja 55 prosenttia sivutoimisesti.

Yrityksen päätoimiala (mikäli hevosmatkailupalvelujen tuottaminen sivutoimista) esitetään MarketMix®-järjestelmässä.

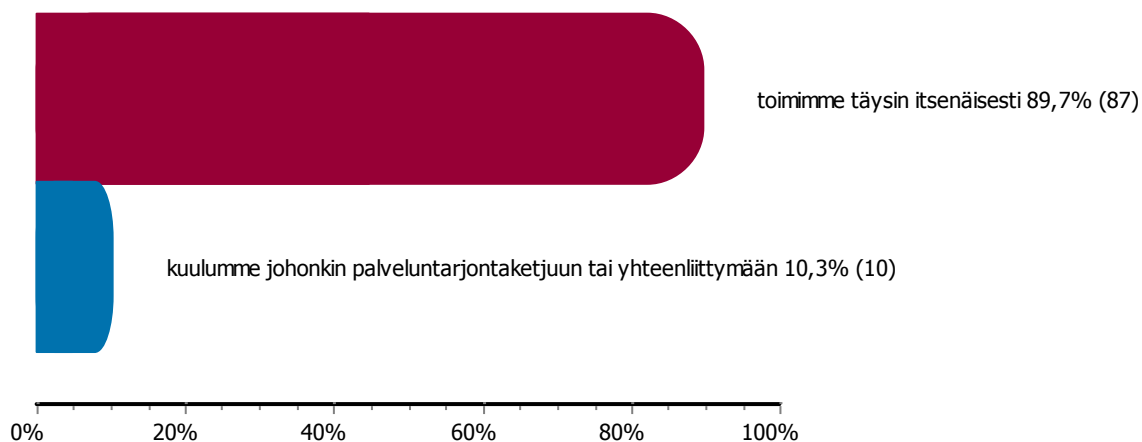
3.3. Kuinka kauan hevosmatkailupalveluja tarjottu



Kuva 3. Kuinka kauan olette tarjonneet hevosmatkailupalveluja?

42 prosenttia vastanneista yrityksistä on tarjonnut hevosmatkailupalveluja jo yli kymmenen vuoden ajan ja 30 prosenttia vastanneista kuudesta kymmeneen vuotta. 29 prosenttia vastanneista sen sijaan on tarjonnut hevosmatkailupalveluja vähemmän kuin kuusi vuotta.

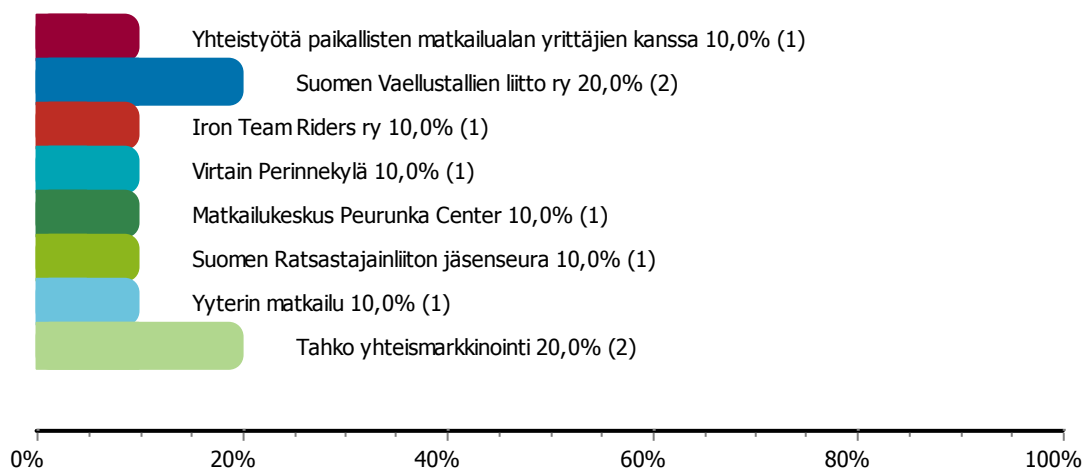
3.4. Toiminnan itsenäisyys / yhteistyösopimus jonkin ketjun kanssa



Kuva 4. Toimitteko täysin itsenäisesti vai kuulutteko juridisesti johonkin palveluntarjontaketjuun tai yhteenliittymään? (eli onko yrityksellänne virallista yhteistyösopimusta jonkun ketjun kanssa)

Pääosin vastaajayritykset toimivat täysin itsenäisesti (90%). Kymmenen prosenttia ilmoittaa kuuluvansa johonkin palveluntarjontaketjuun tai yhteenliittymään.

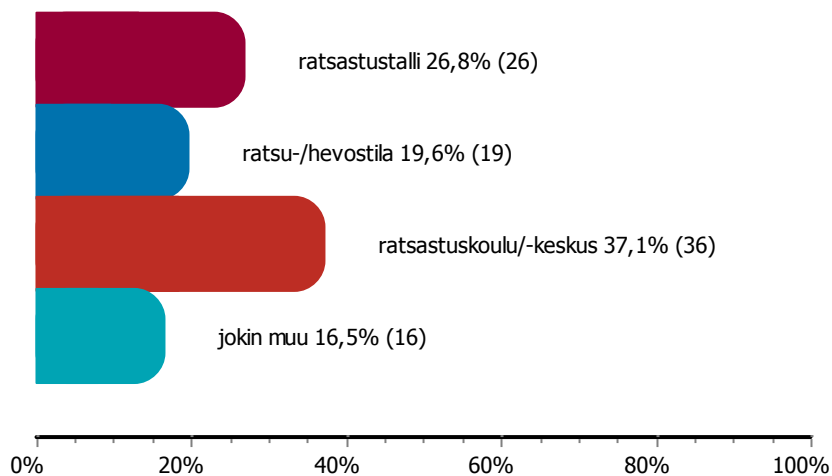
3.5. Palveluntarjontaketju/yhteenliittymä, johon kuuluu



Kuva 5. Mihin palveluntarjontaketjuun tai yhteenliittymään kuuluu?

Useimmiten palveluntarjontaketjuna / yhteenliittymänä mainitaan Suomen Vaellustallien liitto ry ja Tahko yhteismarkkinointi (2 mainintaa kumpikin).

3.6. Yrityksen toimintamuoto

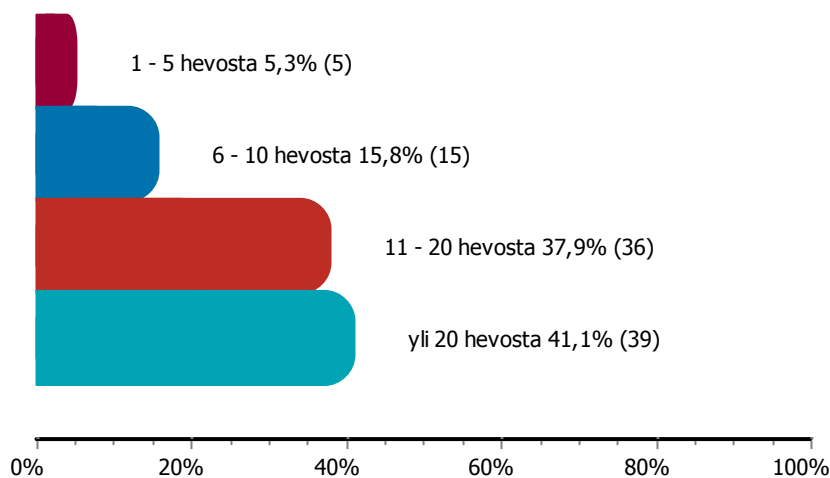


Kuva 6. Mikä seuraavista kuvaa parhaiten yrityksenne toimintamuotoa?

Vastaajayrityksen toimintamuoto on tavallisimmin ratsastuskoulu/-keskus (37 prosenttia vastanneista).

Vaihtoehto 'Jokin muu' esitetään MarketMix®-järjestelmässä.

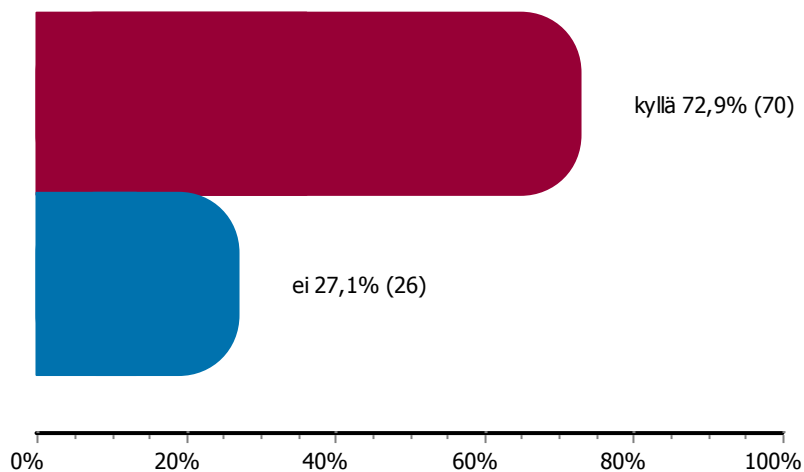
3.7. Hevosten määrä yrityksessä



Kuva 7. Montako hevosta yrityksessänne on? (ponit lasketaan lukumäärään mukaan)

Vastaajayrityksillä on tyypillisimmin yli 20 hevosta (41 prosenttia vastanneista). Lähes yhtä suurella osalla (38%) on 11-20 hevosta. Enintään kymmenen hevosta sen sijaan on 21 prosentilla vastanneista.

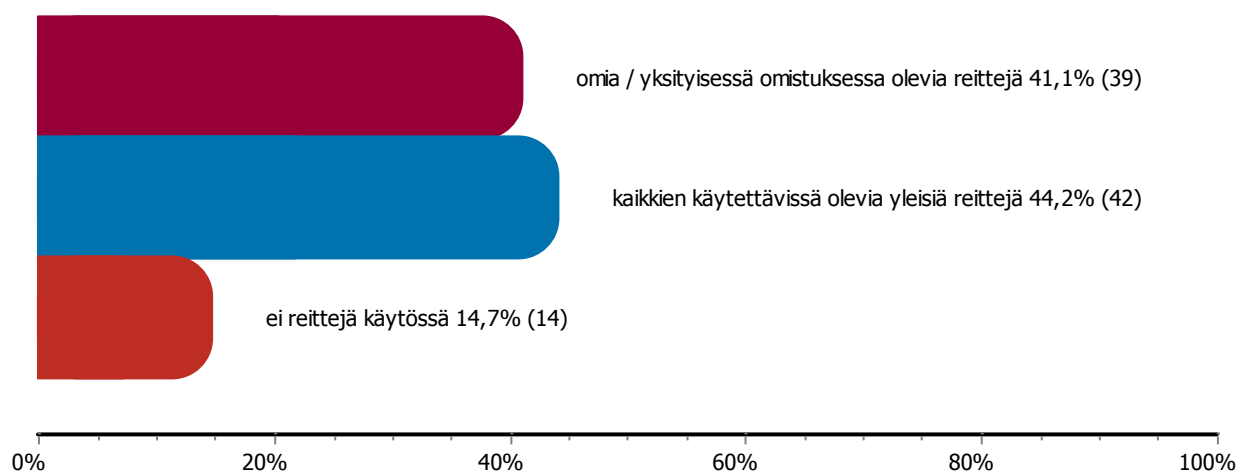
3.8. Onko yrityksessä suomenhevosiä



Kuva 8. Löytyykö yrityksestänne suomenhevosiä?

Valtaosassa vastaajayrityksiä (73%) on suomenhevosiä.

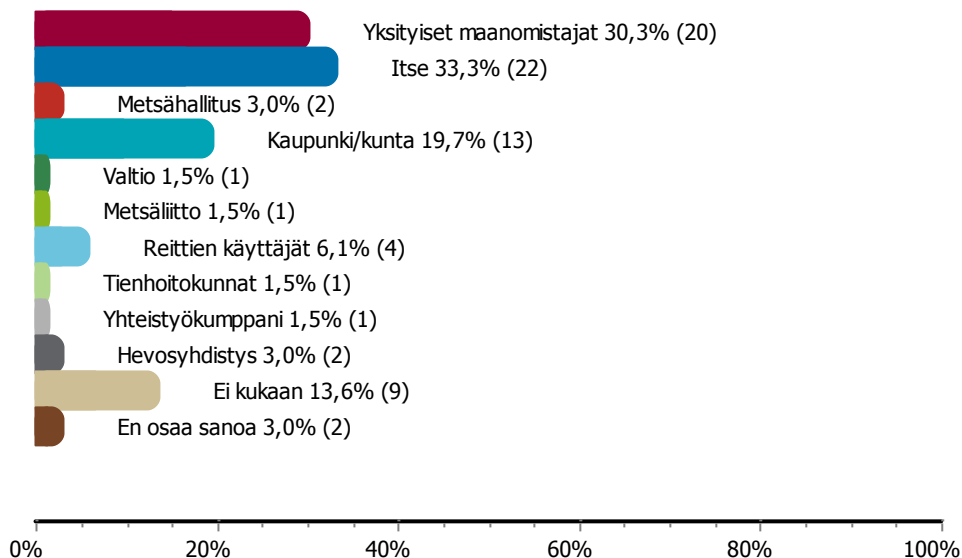
3.9. Hevosmatkailupalveluissa käytössä olevat vaellus-/ratsastusreitit



Kuva 9. Jos teillä on hevosmatkailupalveluissanne käytössä vaellus-/ratsastusreittejä, niin ovatko nämä... ?

Valtaosalla vastaajayrityksistä on hevosmatkailupalveluissa käytössä vaellus-/ratsastusreittejä, sillä vain 15 prosentilla reittejä ei ole käytössä. 41 prosentilla vastanneista reitit ovat omia/yksityisessä omistuksessa olevia. 44 prosentilla vastanneista taas reitit ovat kaikkien käytettävissä olevia yleisiä reittejä.

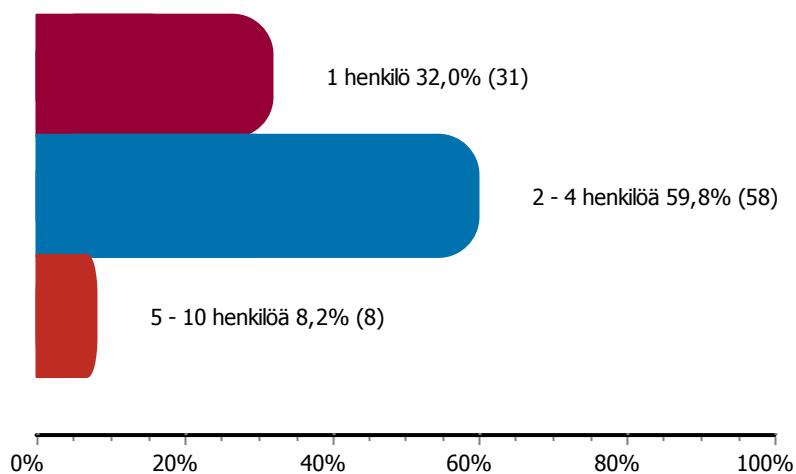
3.10. (Edellä mainittujen) vaellus- ja ratsastusreittien ylläpitäjä



Kuva 10. Kuka ylläpitää näitä edellä mainittuja reittejä?

Ratsastusreittejä ylläpidetään tavallisimmin itse (33%) tai yksityisten maanomistajien toimesta (30%). Seuraavaksi eniten reittejä ylläpitävät kaupungit/kunnat (20%).

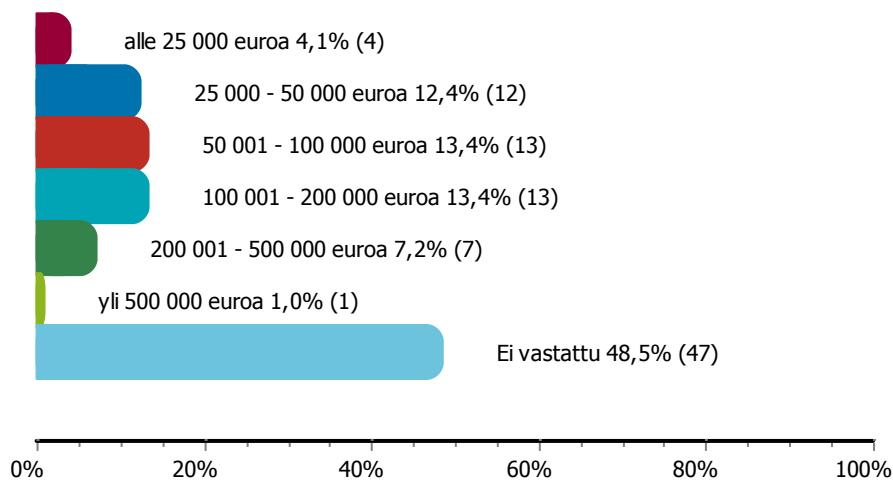
3.11. Yrityksen vakituinen työntekijämäärä



Kuva 11. Yrityksenne vakituinen työntekijämäärä?

Vastaajayritykset ovat pääosin pieniä, sillä 32 prosentissa vastaajayrityksiä on vakituisesti töissä vain yksi henkilö ja 60 prosentissa yrityksiä 2-4 henkilöä. 5-10 henkilöä työllistäviä yrityksiä on kahdeksan prosenttia.

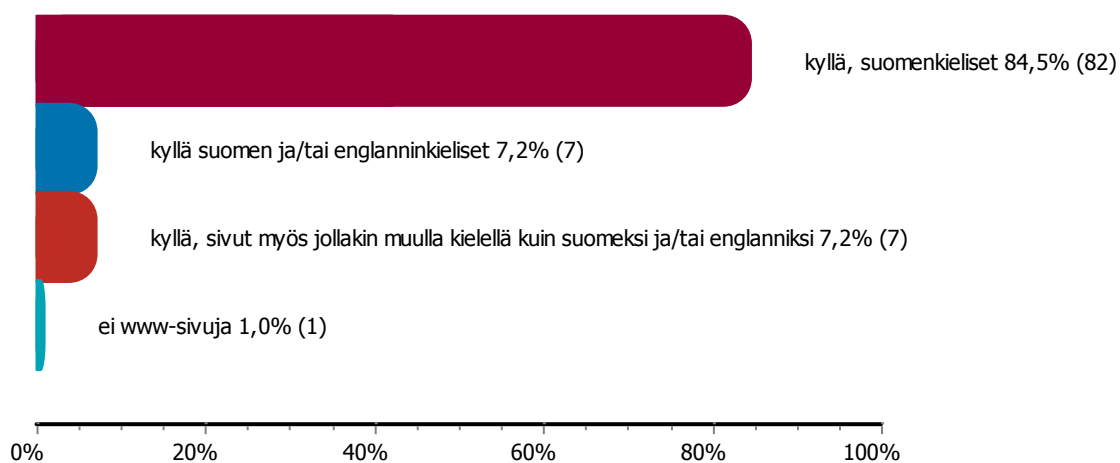
3.12. Yrityksen liikevaihto



Kuva 12. Yrityksenne liikevaihto?

Lähes puolet kyselyyn vastanneista (49%) ei osannut/halunnut sanoa yrityksen liikevaihtoa. Useimmiten vastaajayritykset kuuluvat liikevaihtoluokkiin 25 000 – 50 000 euroa (12%), 50 001 – 100 000 euroa (13%) ja 100 001 – 200 000 euroa (13%).

3.13. Yrityksen www-sivut

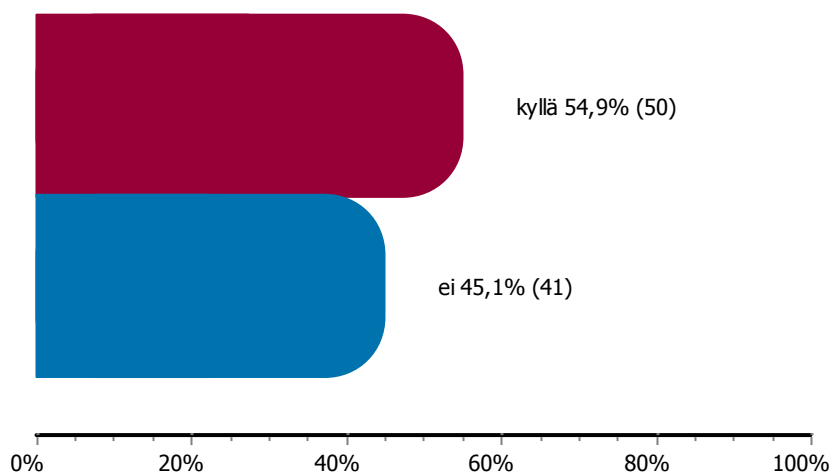


Kuva 13. Onko yrityksellänne www-sivut?

Enemmistöllä vastaajayrityksistä (85%) on suomenkieliset www-sivut. Vain yhdellä vastaajayrityksellä ei ole www-sivuja.

Yrityksen www-sivujen osoite esitetään MarketMix[®]-järjestelmässä.

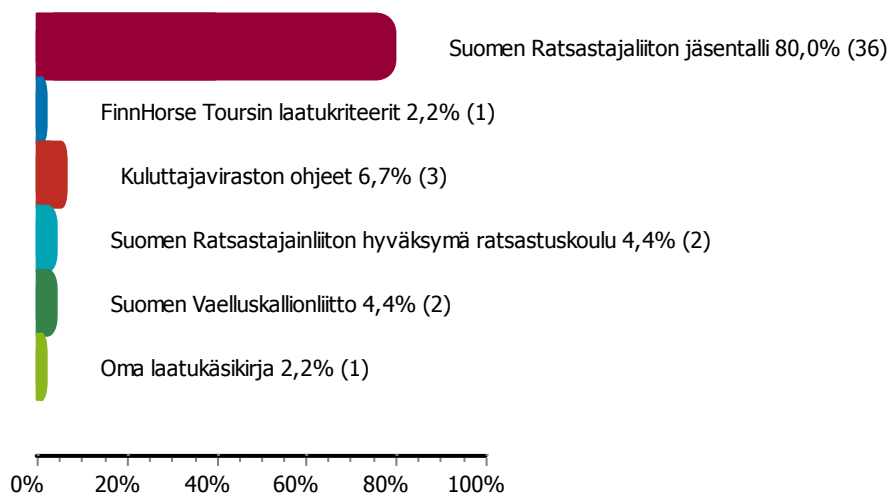
3.14. Yrityksen mukanaolo laatujärjestelmässä



Kuva 14. Oletteko mukana jossakin laatujärjestelmässä? (Eli seurataanko palvelunne laatua ja tasoa järjestelmällisesti) Esimerkkejä laatujärjestelmistä: Suomen Ratsastajaliiton jäsentalli, FinnHorse Toursin laatukriteerit, Kuluttajaviraston ohjeet ratsastuspalveluiden turvallisuuden edistämiseksi, Matkailun ohjelmapalvelujen normiston raportointi, MEKin matkailutuotteiden Laatutonni laatujärjestelmä.

55 prosenttia vastanneista on mukana jossakin laatujärjestelmässä.

3.15. Laatujärjestelmä, jossa yritys on mukana

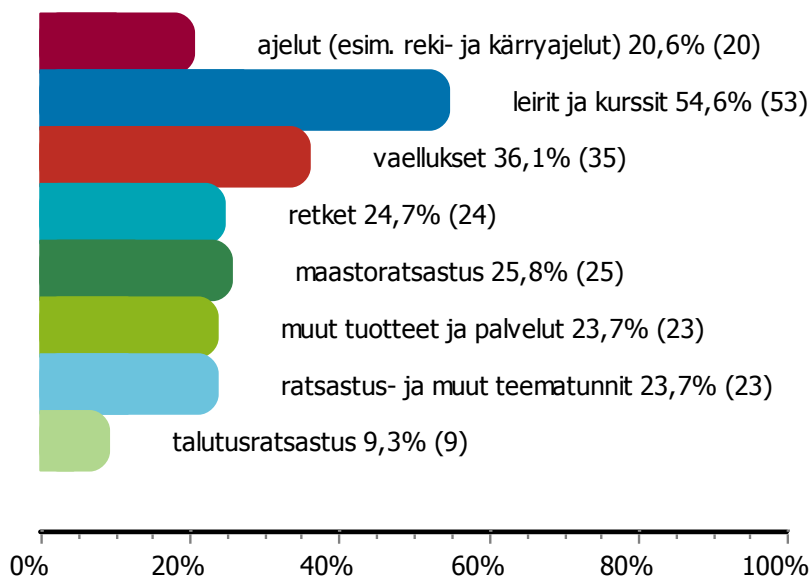


Kuva 15. Laatujärjestelmä, jossa yritys on mukana

Kysyttäessä laatujärjestelmää, jossa ollaan mukana, useimmat vastanneista (80%) mainitsivat Suomen Ratsastajaliiton jäsentallin.

4. HEVOSMATKAILUTUOTTEET / -PALVELUT

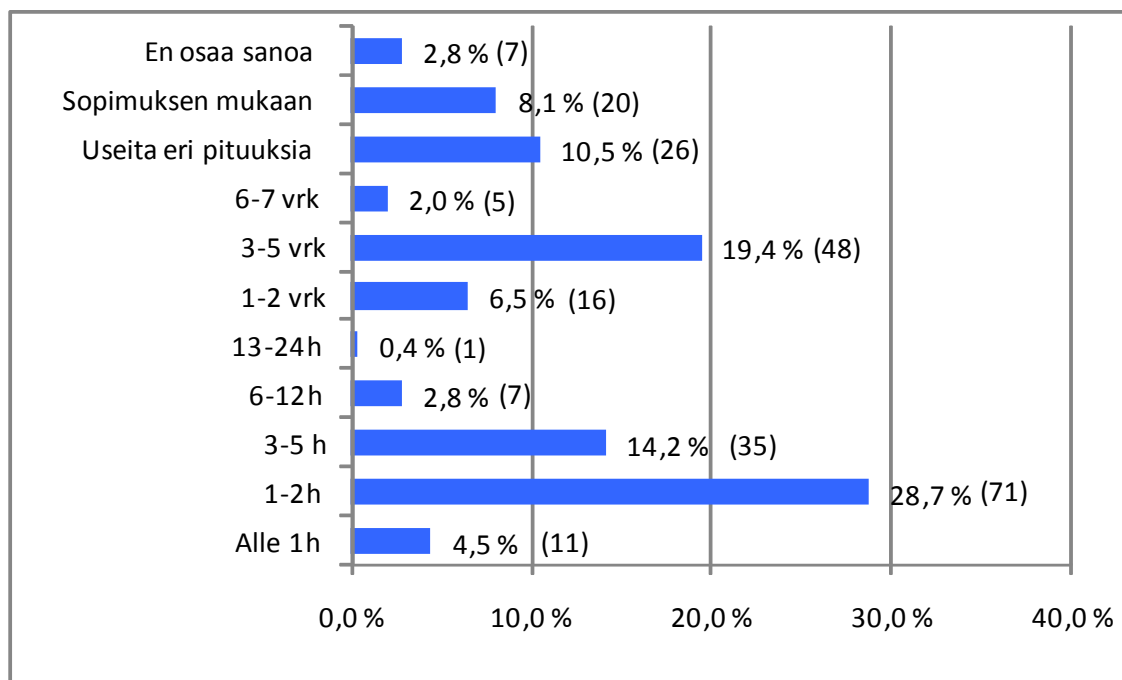
4.1. Yritysten tuottamat tärkeimmät hevosmatkailutuotteet / -palvelut



Kuva 16. Luetelkaa ja kuvaillkaa enintään viisi tärkeintä tuottamaanne hevosmatkailutuotetta / -palvelua.

Tyypillisimpiä hevosmatkailutuotteita / -palveluita ovat erilaiset leirit ja kurssit, joita tuottaa 55 prosenttia vastaajayrityksistä. Toiseksi useimmiten mainittu tuote / palvelu ovat vaellukset, jonka mainitsee 36 prosenttia vastaajayrityksistä.

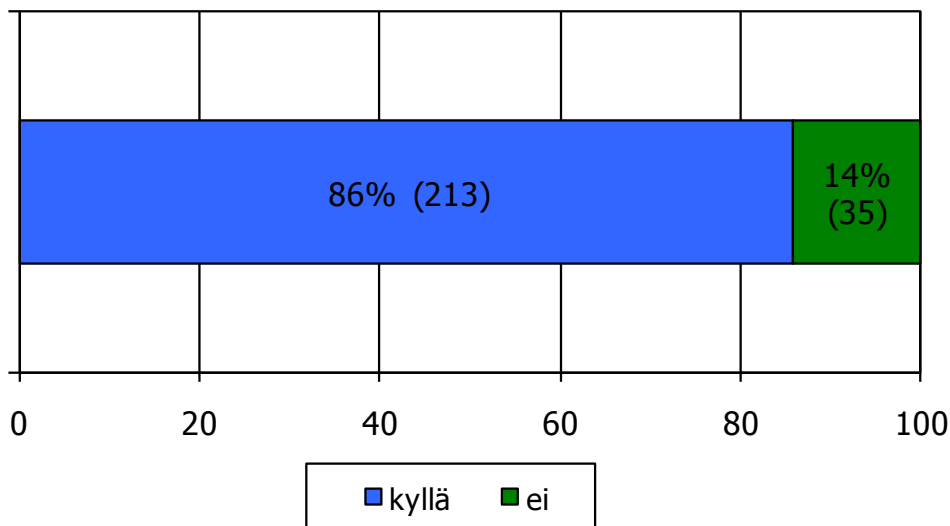
4.2. Tuotteen kesto



Kuva 17. Tuotteen kesto (tuntia/vuorokautta)

Tuotteiden kestot ovat vaihtelevia. Useimpien tuotteiden kesto on 1-2 tuntia (29% mainituista tuotteista). Tuotteiden keston laskennassa on huomioitu vastaajien kaikki eri tuotteina mainitsevat tuotteet (esim. saman vastaajan mainitsevat vaellus 4 h, vaellus 1 vrk ja vaellus 2 vrk on huomioitu kaikki eri tuotteina). Sen sijaan edellisessä kappaleessa (4.1.) edellä mainitut vaellukset on huomioitu vain yhtenä tuotteena. Siten lukumäärissä voi olla eroja kappaleen 4.1. kuvaan verrattuna.

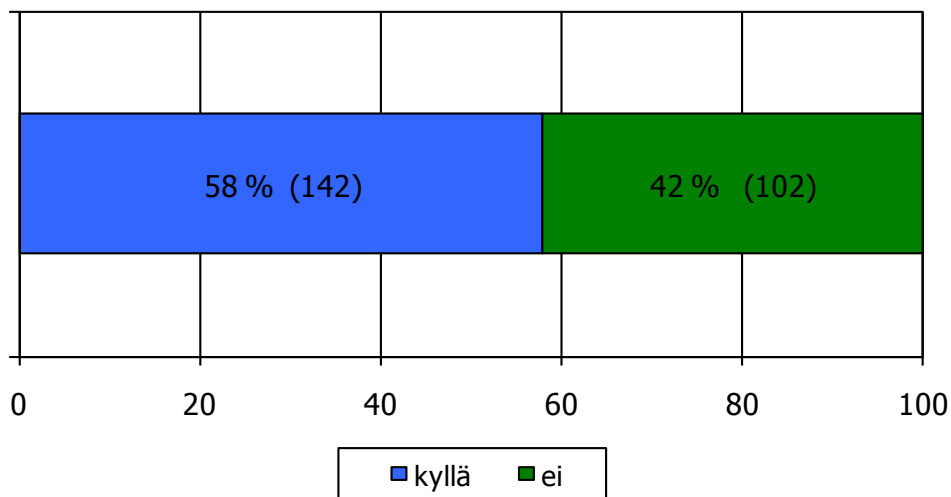
4.3. Tuotteen näkyminen www-sivuilla



Kuva 18. Onko tuote nähtävissä www-sivuillanne?

Valtaosin yritysten mainitsemat tuotteet näkyvät yrityksen www-sivulla (86% yritysten mainitsemista eri tuotteista). Tuotteiden näkymisessä www-sivulla on huomioitu vastaajien kaikki eri tuotteina mainitsemat tuotteet (esim. saman vastaajan mainitsemat vaellus 4 h, vaellus 1 vrk ja vaellus 2 vrk on huomioitu kaikki eri tuotteina). Sen sijaan edellisessä kappaleessa (4.1.) edellä mainitut vaellukset on huomioitu vain yhtenä tuotteena. Siten lukumäärissä voi olla eroja kappaleen 4.1. kuvaan verrattuna.

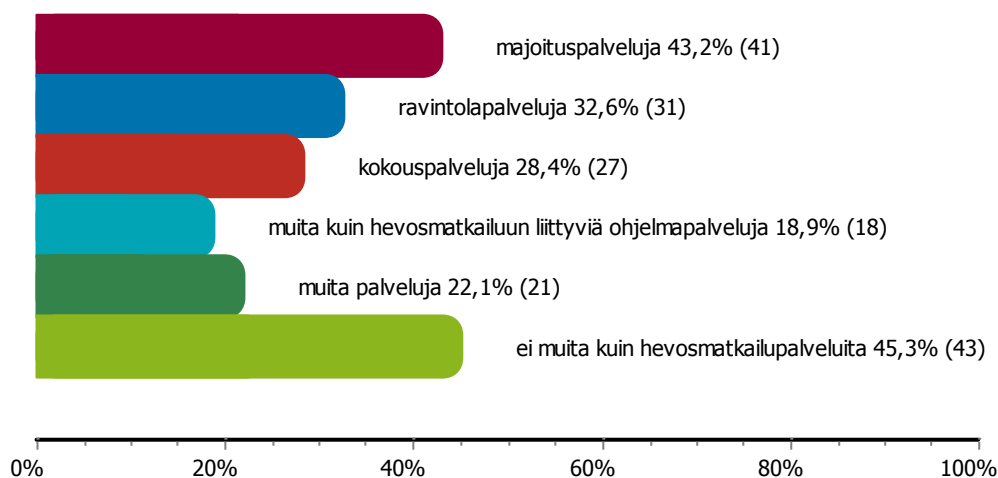
4.4. Suomenhevosten käyttö tuotteissa



Kuva 19. Käytetäänkö tuotteessa suomenhevosta?

Suurimmassa osassa tuotteita käytetään suomenhevosta (58% yritysten mainitsemista eri tuotteista). Suomenhevosten käytössä tuotteissa on huomioitu vastaajien kaikki eri tuotteina mainitsevat tuotteet (esim. saman vastaajan mainitsevat vaellus 4 h, vaellus 1 vrk ja vaellus 2 vrk on huomioitu kaikki eri tuotteina). Sen sijaan edellisessä kappaleessa (4.1.) edellä mainitut vaellukset on huomioitu vain yhtenä tuotteena. Siten lukumäärissä voi olla eroja kappaleen 4.1. kuvaan verrattuna.

5. MUUT YRITYKSEN ITSENÄISESTI TARJOAMAT PALVELUT

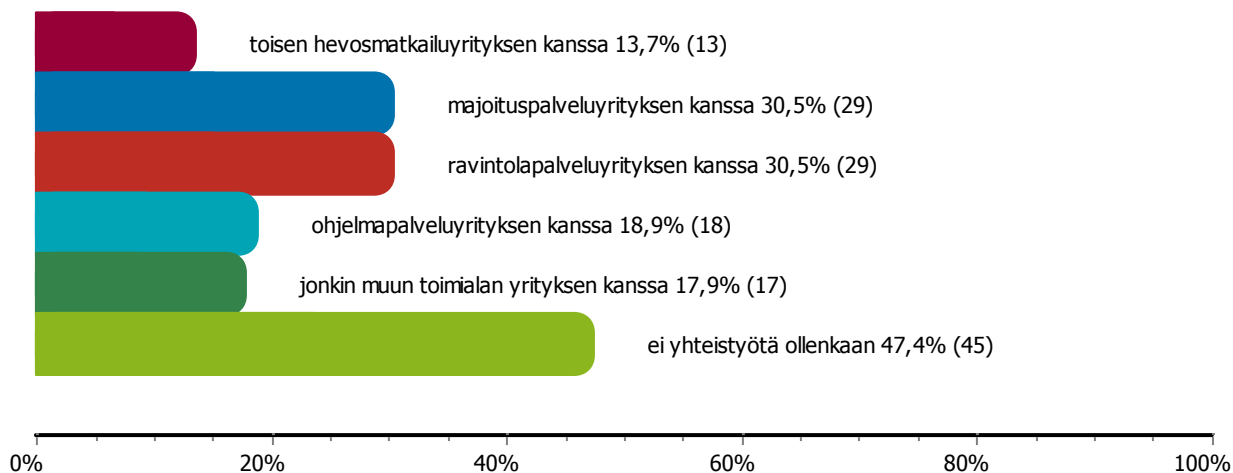


Kuva 20. Millaisia muita kuin hevosmatkailupalveluja yrityksenne tarjoaa itsenäisesti (edellä mainittuja mahdollista yhteistyökuvioita ei lasketa mukaan)? Rastittakaa kaikki sopivat vaihtoehdot.

Hieman yli puolet vastaajayrityksistä tuottaa myös muita kuin hevosmatkailupalveluita. Tavallisimmin tuotetaan majoituspalveluita (43% vastanneista) ja ravintolapalveluita (33%). Seuraavaksi eniten tuotetaan kokouspalveluja (28%).

Vaihtoehto 'Muita palveluja' esitetään MarketMix®-järjestelmässä.

6. YHTEISTYÖ MUIDEN YRITYSTEN KANSSA LIIKETOIMINTAAN LIITTYEN



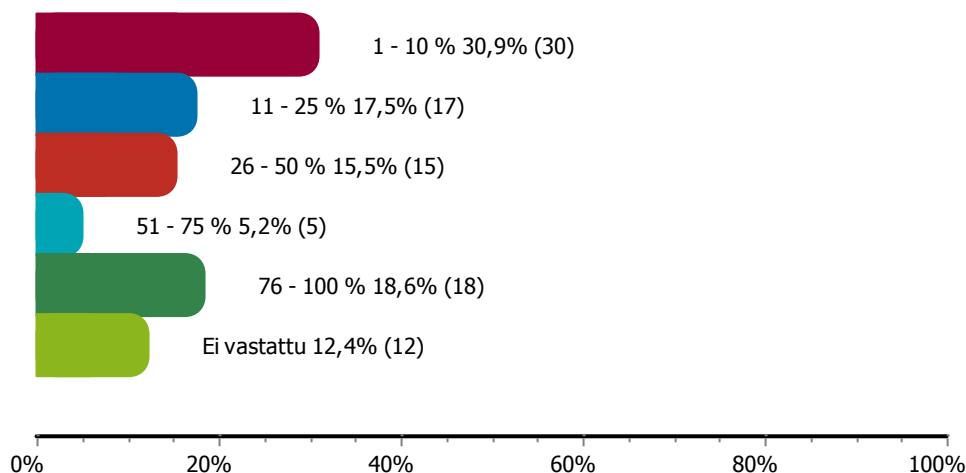
Kuva 21. Teettekö jonkin alan yrityksen kanssa yhteistyötä liiketoimintaanne liittyen? Esimerkiksi käytännön toiminnallista yhteistyötä tai ketjuihin liittyvä yhteistyötä. Rastittakaa kaikki sopivat vaihtoehdot.

Hieman yli puolet vastaajayrityksistä tekee liiketoimintaan liittyen yhteistyötä jonkin muun yrityksen kanssa. Useimmiten yhteistyötä tehdään majoituspalveluyrityksen kanssa (31% vastanneista) ja ravintolapalveluyrityksen kanssa (31%).

Vaihtoehto 'Jonkin muun toimialan yrityksen kanssa' esitetään MarketMix®-järjestelmässä.

7. HEVOSMATKAILUPALVELUT LIIKETOIMINTANA

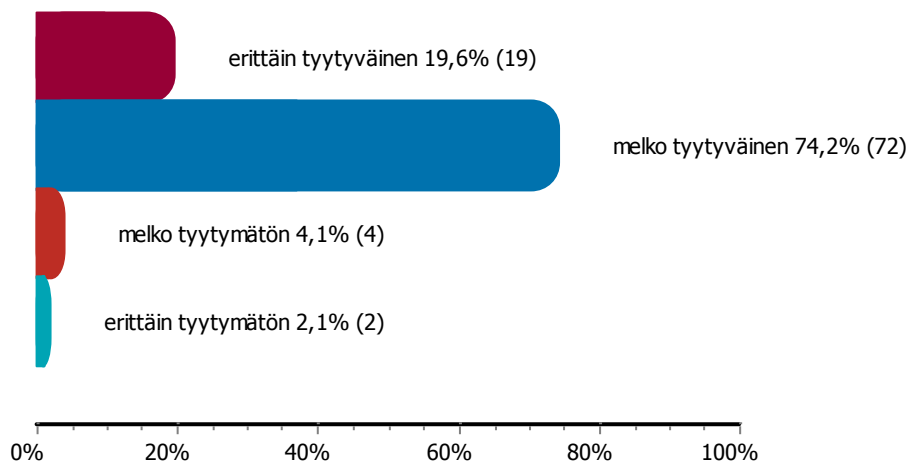
7.1. Hevosmatkailupalvelujen arvioitu osuus yrityksen liikevaihdosta



Kuva 22. Arvioikaa kuinka monta prosenttia hevosmatkailu muodostaa yrityksenne liikevaihdosta?

12 prosenttia kyselyyn vastanneista ei arvioinut hevosmatkailupalvelujen osuutta liikevaihdosta. Hieman vajaalla puolella kyselyyn vastanneista (48%) hevosmatkailupalvelut muodostavat liikevaihdosta enintään 25 prosenttia. Yhteensä 24 prosentilla kyselyyn vastanneista hevosmatkailun osuus liikevaihdosta puolestaan on yli 50 prosenttia.

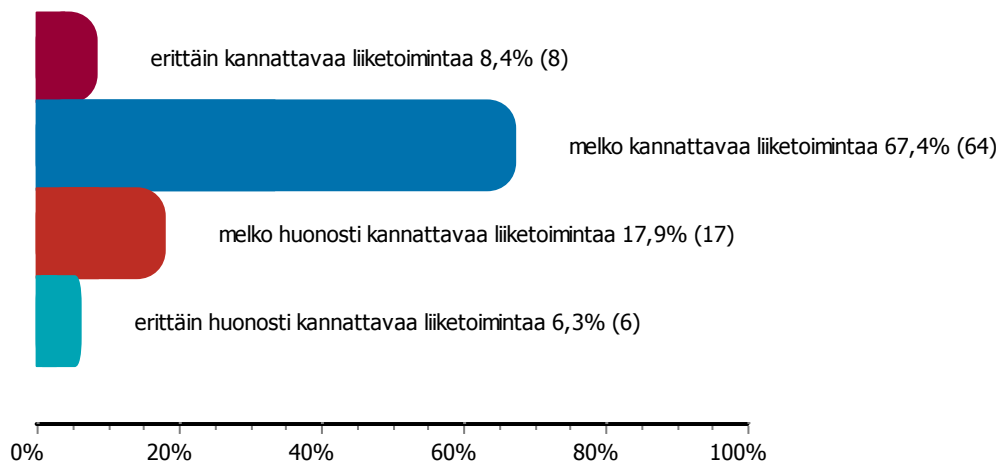
7.2. Tyytyväisyys yrityksen hevosmatkailupalvelujen käyttöasteeseen



Kuva 23. Oletteko tyytyväinen hevosmatkailupalvelujen käyttöasteeseen yrityksessänne?

20 prosenttia vastanneista on erittäin tyytyväisiä yrityksensä hevosmatkailupalvelujen käyttöasteeseen ja lisäksi 74 prosenttia on melko tyytyväisiä. Ainoastaan yhteensä kuusi prosenttia vastanneista on joko melko tai erittäin tyytymättömiä.

7.3. Hevosmatkailun kannattavuus liiketoimintana yritykselle

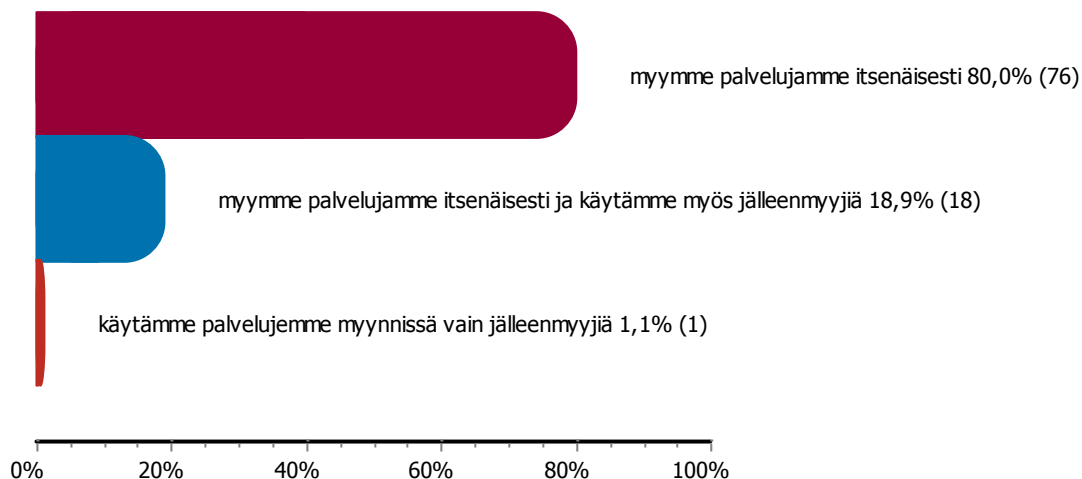


Kuva 24. Hevosmatkailu on yrityksellenne...

Yhteensä 76 prosentille vastanneista hevosmatkailu on joko erittäin tai melko kannattavaa liiketoimintaa.

8. HEVOSMATKAILUPALVELUJEN MYYNTI JA MARKKINOINTI

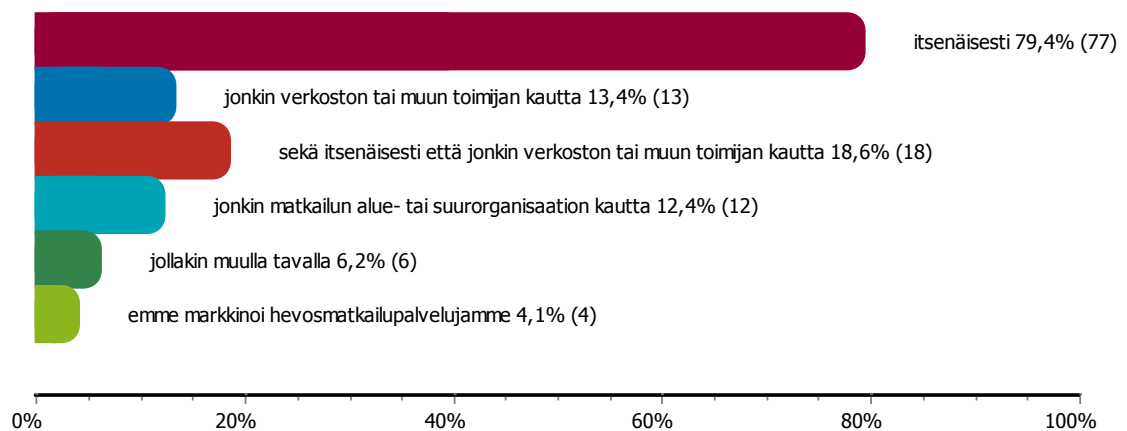
8.1. Hevosmatkailupalvelujen myynti itsenäisesti / jälleenmyyjien kautta



Kuva 25. Myyttekö hevosmatkailupalveluja itsenäisesti vai käytättekö jälleenmyyjä?

Enemmistö vastaajayrityksistä (80%) myy hevosmatkailupalveluja itsenäisesti. 19 prosenttia myy sekä itsenäisesti että jälleenmyyjien kautta, kun sen sijaan vain yksi vastaaja käyttää ainoastaan jälleenmyyjä.

8.2. Markkinoidaanko hevosmatkailupalveluja

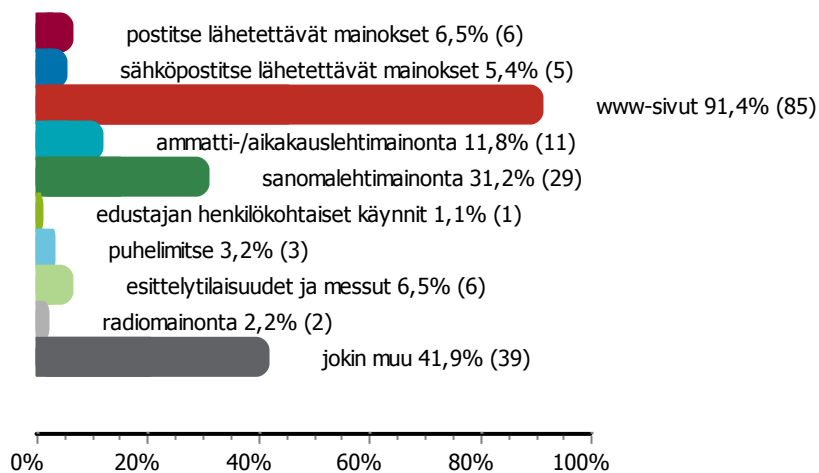


Kuva 26. Markkinoitteko hevosmatkailupalvelujanne? Rastittakaa kaikki sopivat vaihtoehdot.

79 prosenttia vastaajayrityksistä markkinoi hevosmatkailupalveluja itsenäisesti. Osa vastaajista mainitsee myös muita markkinoinnin toteuttajatahoja. Neljä prosenttia vastanneista ei markkinoi hevosmatkailupalveluitaan.

Vaihtoehto 'Jollakin muulla tavalla' esitetään MarketMix[®]-järjestelmässä.

8.3. Pääasialliset markkinointikanavat

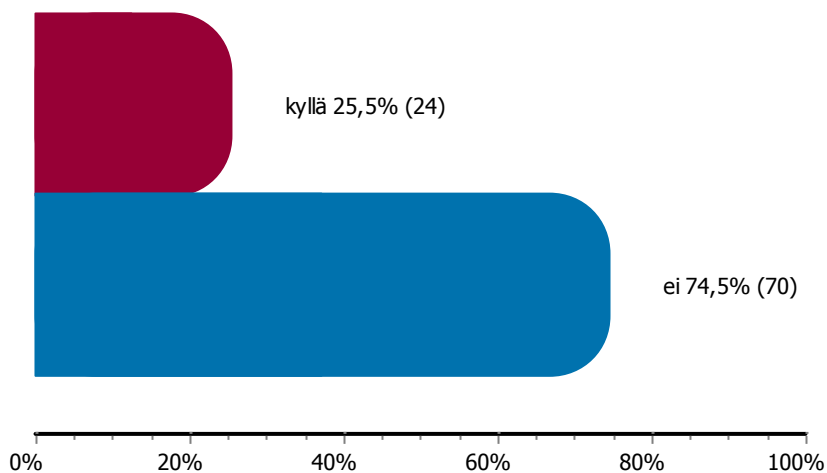


Kuva 27. Mitkä ovat pääasialliset markkinointikanavanne (valitkaa kaksi tärkeintä)?

Kysyttäessä kahta pääasiallista tärkeintä markkinointikanavaa, useimmiten mainitaan www-sivut (91 prosenttia vastanneista). Seuraavaksi eniten mainitaan sanomalehtimainonta (31%).

Vaihtoehto 'Jokin muu' esitetään MarketMix®-järjestelmässä.

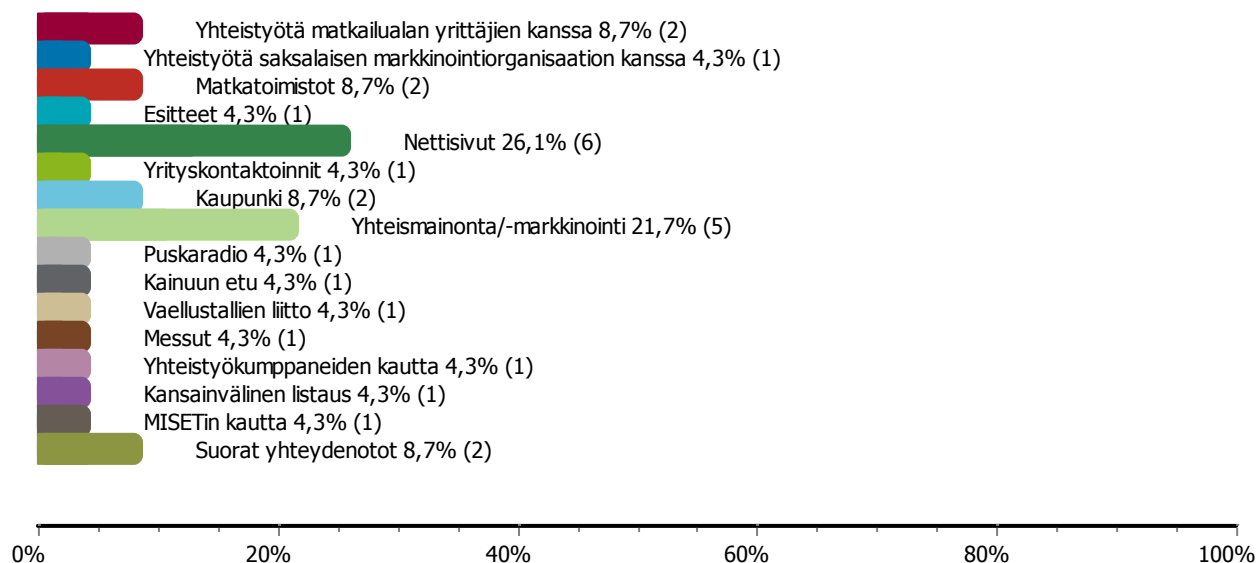
8.4. Hevosmatkailupalvelujen markkinointi kansainvälisille kohderyhmille



Kuva 28. Markkinoitteko hevosmatkailupalveluja kansainvälisille kohderyhmille?

Noin neljäsosa vastanneista (26%) markkinoi hevosmatkailupalveluja kansainvälisille kohderyhmille.

8.5. Markkinoinnin tavat kansainvälisille kohderyhmille

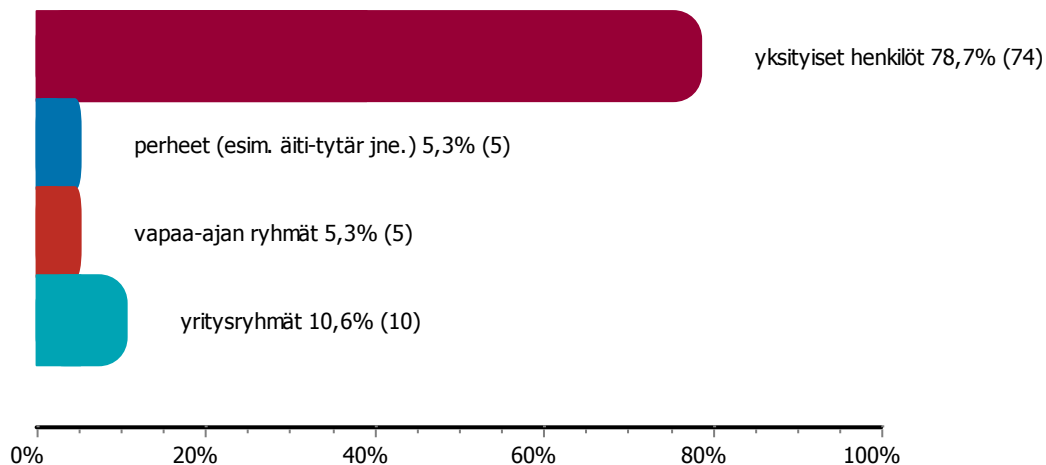


Kuva 29. Hevosmatkailupalvelujen markkinoinnin tavat/kanavat kansainvälisille kohderyhmille.

Kansainvälistä markkinointia tekevillä markkinoinnin tapoina/kanavina kansainvälisille kohderyhmille ovat useimmiten nettisivut (26 prosenttia vastanneista) ja yhteismainonta/-markkinointi (22%).

9. HEVOSMATKAILUASIAKKAAT YRITYKSESSÄ

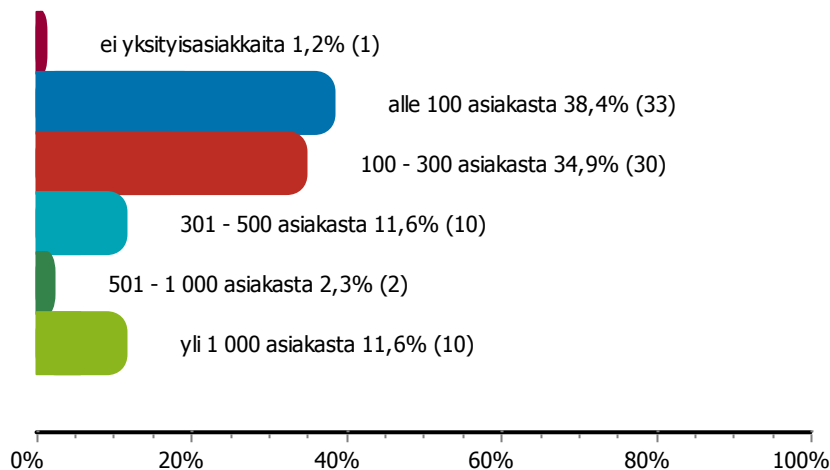
9.1. Tyypillisin hevosmatkailuasiakas yrityksessä



Kuva 30. Millainen on tyypillisin hevosmatkailuasiakkaanne?

Vastaajayrityksissä tyypillisin hevosmatkailuasiakas on yksityishenkilö, jonka mainitsee 79 prosenttia vastanneista. Perhe on tyypillisin hevosmatkailuasiakas viidellä prosentilla vastanneista ja ryhmät yhteensä 16 prosentilla vastanneista.

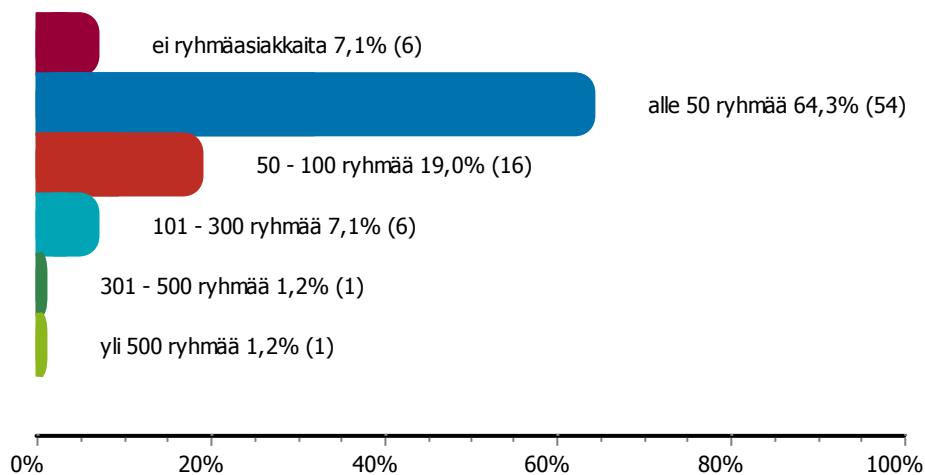
9.2. Hevosmatkailun yksityisasiakkaiden määrä vuositasolla



Kuva 31. Arvioi, kuinka paljon yrityksellänne on hevosmatkailuasiakkaita (yksityisasiakkaat) vuositasolla? (Ryhmiä ei lasketa yksityisasiakkaiden joukkoon)

Tavallisimmin vastaajayrityksillä on yksityisasiakkaita alle 100 asiakasta vuodessa (38% vastanneista) tai 100-300 asiakasta vuodessa (35%). Yhteensä 26 prosentilla vastanneista yksityisasiakkaita on enemmän kuin 300 vuodessa.

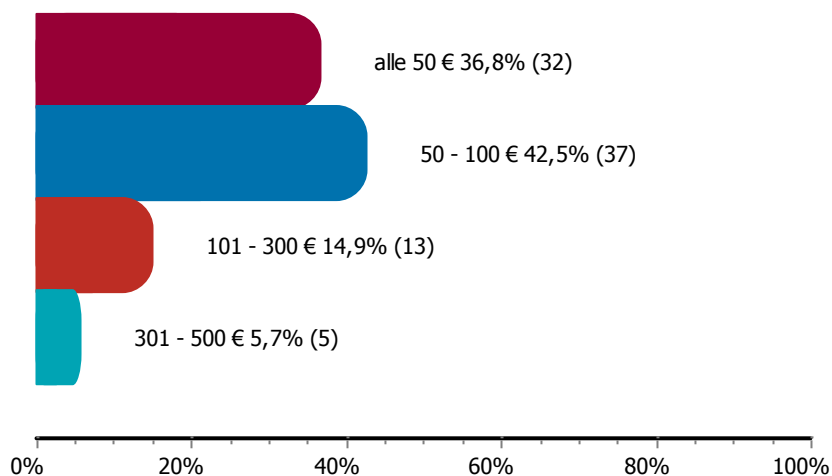
9.3. Ryhmien määrät vuosittain (hevosmatkailun vapaa-ajanryhmät + yritysryhmät)



Kuva 32. Arvioi, kuinka paljon yrityksellänne on hevosmatkailuasiakkaita vuositasolla? (Vapaa-ajan -ryhmä- ja yritysryhmäasiakkaat; ryhmien määrät)

Seitsemän prosenttia vastanneista ilmoittaa, että yrityksellä ei ole ryhmäasiakkaita. Suurimmalla osalla vastanneista (64%) ryhmiä on alle 50 vuodessa. 19 prosentilla asiakkaina on 50-100 ryhmää ja kymmenellä prosentilla yli 100 ryhmää.

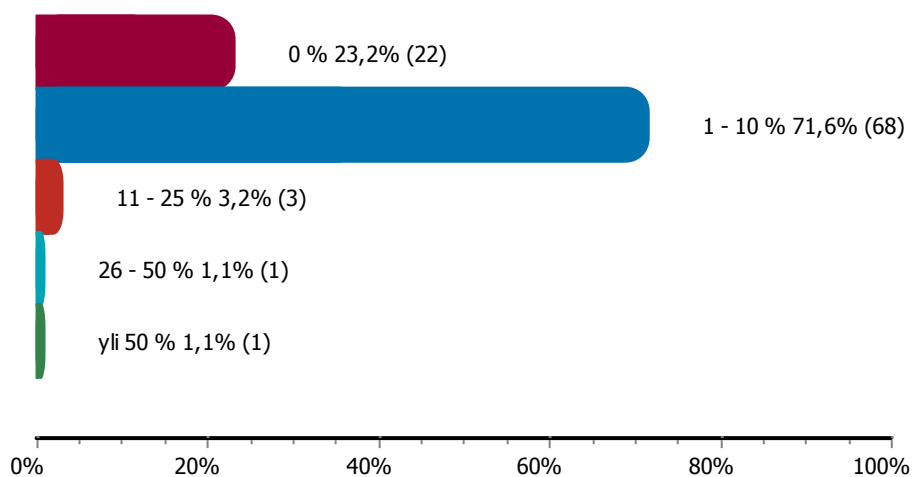
9.4. Keskimääräisen asiakkaan rahankäyttö hevosmatkailupalveluihin per vierailu



Kuva 33. Arvioi, kuinka paljon keskimääräinen asiakkaanne käyttää rahaa hevosmatkailupalveluihinne yhtä vierailua kohden?

Keskimääräinen hevosmatkailuasiakas käyttää rahaa enintään 100 euroa vierailua kohden (79 prosenttia vastanneista). 21 prosentilla vastanneista keskimääräinen asiakas käyttää vierailulla enemmän kuin sata euroa.

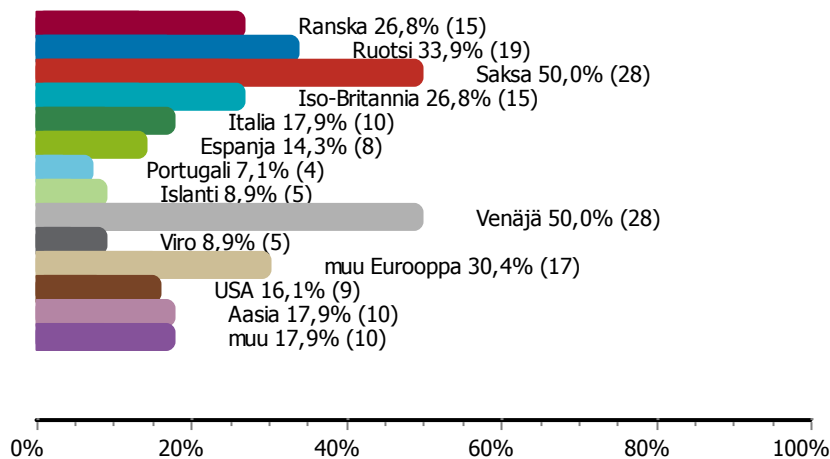
9.5. Ulkomaalaisten asiakkaiden osuus asiakkaista



Kuva 34. Kuinka suuri osuus asiakkaistanne tulee ulkomailta?

Vain suhteellisen pieni osuus hevosmatkailuasiakkaista tulee ulkomailta. 23 prosentilla vastanneista ei ole asiakkaita ulkomailta lainkaan. Valtaosalla (72%) ulkomaalaisia asiakkaita on yhdestä kymmeneen prosenttia asiakaskunnasta. Ainoastaan viidellä prosentilla vastanneista yli kymmenen prosenttia asiakkaista tulee ulkomailta.

9.6. Maat, joista yritykseen on suuntautunut matkailua



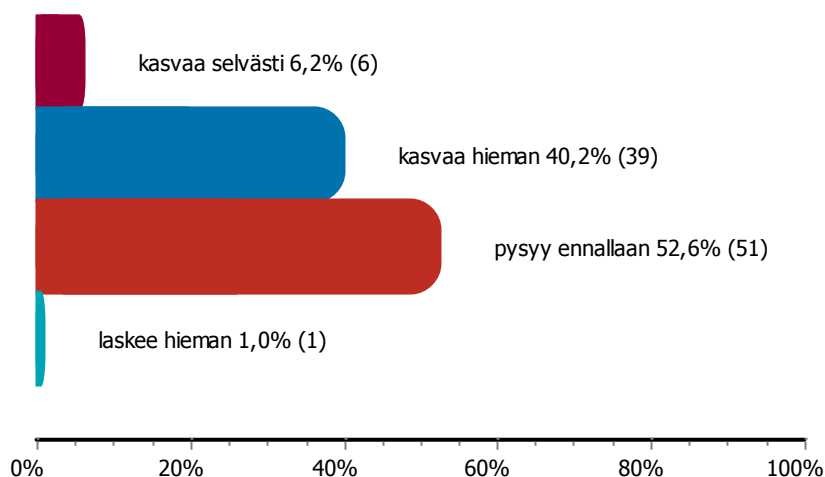
Kuva 35. Mistä maista yritykseenne on suuntautunut matkailua? (rastittakaa, jos maasta on käynyt asiakkaita viimeisen kahden vuoden aikana)

Useimmiten matkailijoita on tullut Saksasta ja Venäjältä (50 prosenttia kysymykseen vastanneista yrityksistä).

Maat kohdista 'muu Eurooppa', 'Aasia' ja 'Muu' luetellaan MarketMix®-järjestelmässä.

10. HEVOSMATKAILUN TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT YRITYKSESSÄ

10.1. Arvioitu yrityksen hevosmatkailun liikevaihdon kehitys

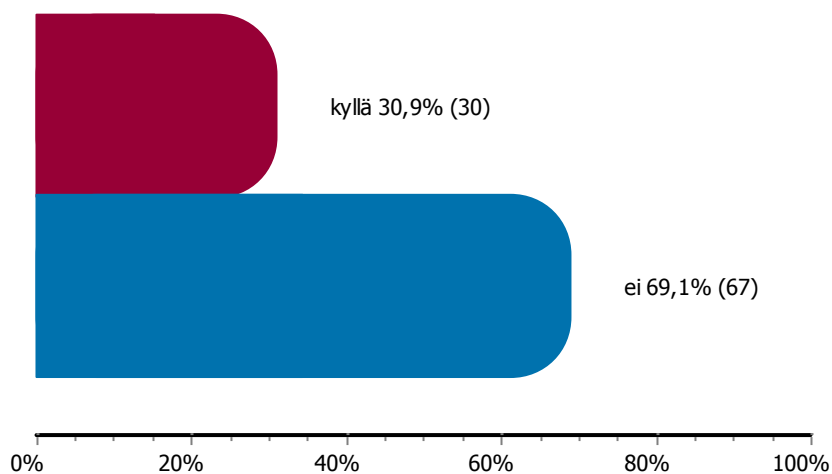


Kuva 36. Miten arvioitte hevosmatkailun liikevaihdon kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana yrityksessänne?

46 prosenttia vastanneista arvioi hevosmatkailun liikevaihdon kasvavan ja 53 prosenttia pysyvän ennallaan seuraavien kahden vuoden aikana.

Vastaajien esittämät perustelut esitetään MarketMix®-järjestelmässä.

10.2. Investointiaikeet hevosmatkailun kasvattamiseen

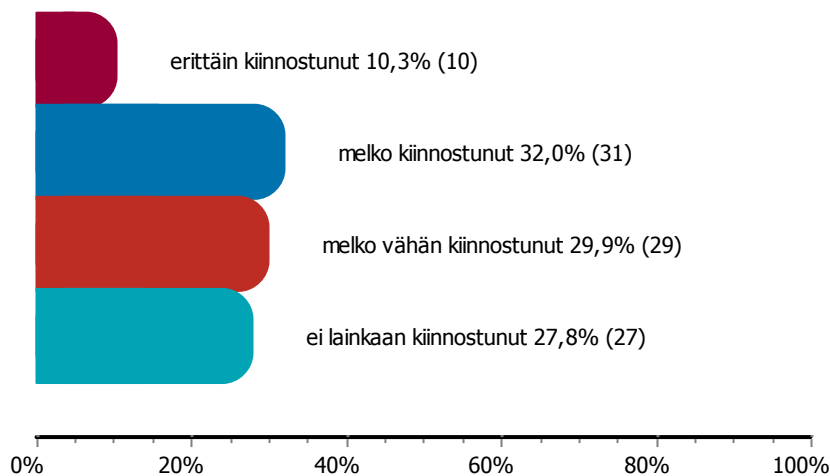


Kuva 37. Onko yrityksellänne investointiaikeita hevosmatkailun kasvattamiseen liittyen seuraavan kahden vuoden aikana?

31 prosentilla vastanneista on investointiaikeita hevosmatkailun kasvattamiseen liittyen seuraavien kahden vuoden aikana.

Investointiaikeet vastaajakohtaisesti esitetään MarketMix®-järjestelmässä.

10.3. Yrityksen kiinnostus panostaa ulkomaalaisten asiakkaiden hankintaan

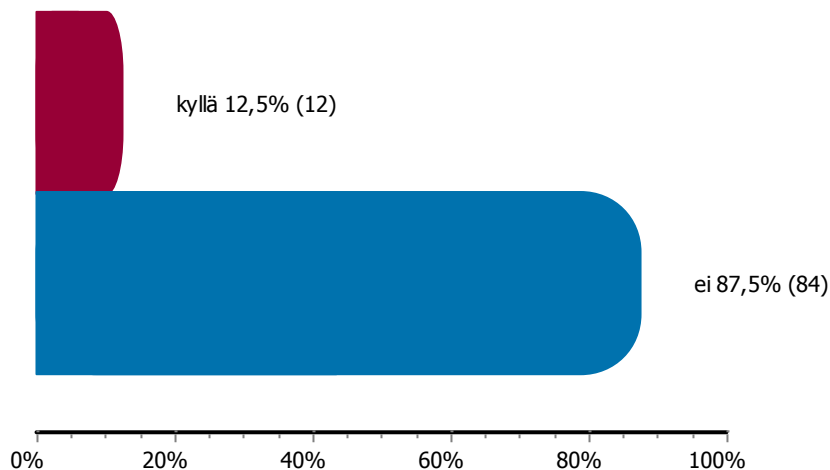


Kuva 38. Kuinka kiinnostunut yrityksenne olisi panostamaan ulkomaalaisten asiakkaiden hankkimiseen?

Yhteensä 42 prosenttia vastanneista on erittäin tai melko kiinnostuneita panostamaan ulkomaalaisten asiakkaiden hankkimiseen. 30 prosentilla sen sijaan kiinnostusta on melko vähän ja 28 prosentilla ei lainkaan.

Vastaajakohtaiset perustelut esitetään MarketMix®-järjestelmässä.

10.4. Yrityksen mukanaolo matkailun tuotekehityshankkeissa



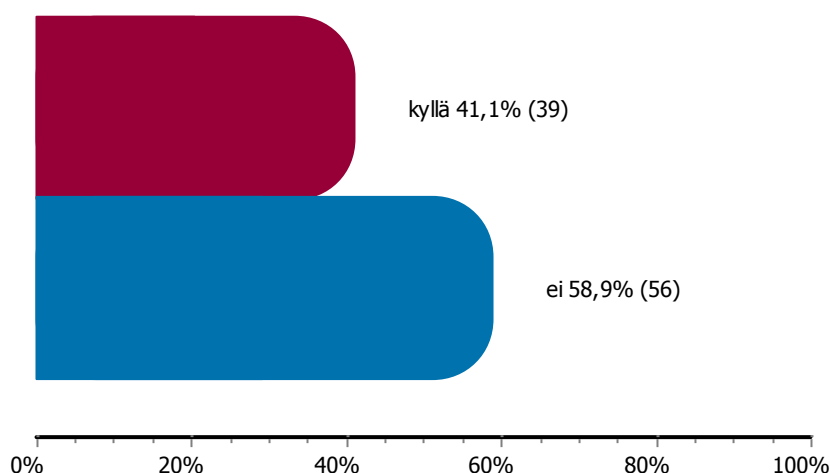
Kuva 39. Oletteko mukana tällä hetkellä jossakin matkailun tuotekehityshankkeessa?

13 prosenttia vastaajayrityksistä on tällä hetkellä mukana jossain matkailun tuotekehityshankkeessa.

Vastaajakohtainen luettelo hankkeista, joissa ollaan mukana tällä hetkellä, esitetään MarketMix®-järjestelmässä.

11. ULKOPUOLISEN AVUN JA TUEN TARPEET HEVOSMATKAILUN KEHITTÄJÄORGANISAATIOILTA

11.1. Lähitulevaisuuden hankkeet, joihin toivoo tukea

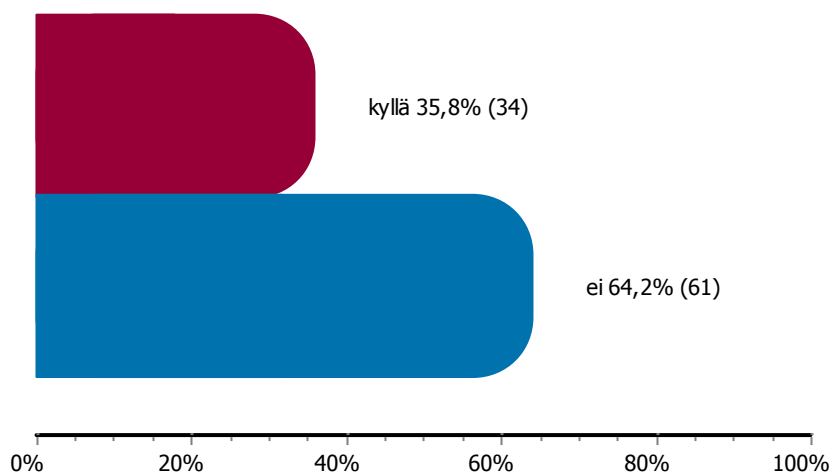


Kuva 40. Onko yrityksessänne lähitulevaisuudessa suunnitteilla hankkeita, joihin toivoisitte tukea hevosmatkailua kehittävilä organisaatioilta/toimijoilta?

41 prosentilla vastanneista yrityksistä on lähitulevaisuudessa suunnitteilla hankkeita, joihin toivotaan tukea hevosmatkailua kehittävilä organisaatioilta/toimijoilta.

Vastaajien esittämät perustelut sekä luettelo tuesta kiinnostuneista vastaajista esitetään MarketMix®-järjestelmässä.

11.2. Matkailullisen osaamisen kehittämistarpeet, joihin toivoo tukea



Kuva 41. Onko yrityksessänne lähitulevaisuudessa tarpeita matkailullisen osaamisen kehittämiseen, johon toivoisitte tukea hevosmatkailua kehittävilä organisaatioilta/toimijoilta?

36 prosentilla vastanneista on matkailullisen osaamisen kehittämistarpeita lähitulevaisuudessa, joihin toivotaan tukea hevosmatkailua kehittävilä organisaatioilta/toimijoilta.

Vastaajien esittämät perustelut sekä luettelo tuesta kiinnostuneista vastaajista esitetään MarketMix[®]-järjestelmässä.

Avoimen palautteen perusteella hevosmatkailupalveluja tarjoavat yritykset toivovat jatkossa hevosmatkailua kehittävilä organisaatioilta tukea erityisesti reitistöjen laajentamiseen ja kehittämiseen sekä palvelujen markkinointiin. Lisäksi kaivataan myös enemmän tietoa olemassa olevista tuki- ja kehittämishankemahdollisuuksista.

12. KESKEISIÄ TULOKSIA

Vastaajayritykset edustavat seuraavia tahoja: ratsastuskoulut/-keskukset (37%), ratsastustallit (27%), ratsu-/hevostilat (20%) ja muu toimintamuoto (17%). Vastaajayritykset ovat pääosin pieniä, sillä 32 prosentissa vastaajayrityksiä on vakituisesti töissä vain yksi henkilö ja 60 prosentissa yrityksiä 2-4 henkilöä. 5-10 henkilöä työllistäviä yrityksiä on kahdeksan prosenttia.

45 prosenttia vastanneista yrityksistä tuottaa hevosmatkailupalveluja päätoimisesti ja 55 prosenttia sivutoimisesti. Pääosin vastaajayritykset toimivat täysin itsenäisesti (90%). Kymmenen prosenttia ilmoittaa kuuluvansa johonkin palveluntarjoajajärjestöön tai yhteenliittymään.

Tyypillisimpiä hevosmatkailutuotteita/-palveluita ovat erilaiset leirit ja kurssit, joita tuottaa 55 prosenttia vastaajayrityksistä. Toiseksi useimmiten mainittu tuote/palvelu ovat vaellukset, jonka mainitsee 36 prosenttia vastaajayrityksistä.

Hieman yli puolet vastaajayrityksistä tuottaa myös muita kuin hevosmatkailupalveluita. Tavallisimmin tuotetaan majoituspalveluita (43% vastanneista) ja ravintolapalveluita (33%). Seuraavaksi eniten tuotetaan kokouspalveluita (28%).

Hieman yli puolet vastaajayrityksistä tekee liiketoimintaan liittyen yhteistyötä jonkin muun yrityksen kanssa. Useimmiten yhteistyötä tehdään majoituspalveluyrityksen kanssa (31% vastanneista) ja ravintolapalveluyrityksen kanssa (31%).

Vastaajayrityksissä tyypillisin hevosmatkailuasiakas on yksityishenkilö, jonka mainitsee 79 prosenttia vastanneista. Perhe on tyypillisin hevosmatkailuasiakas viidellä prosentilla vastanneista ja ryhmät yhteensä 16 prosentilla vastanneista.

Keskimääräinen hevosmatkailuasiakas käyttää rahaa enintään 100 euroa vierailua kohden (79 prosenttia vastanneista). 21 prosentilla vastanneista keskimääräinen asiakas käyttää vierailulla enemmän kuin sata euroa.

Vain suhteellisen pieni osuus hevosmatkailuasiakkaista tulee ulkomailta. 23 prosentilla vastanneista ei ole asiakkaita ulkomailta lainkaan. Valtaosalla (72%) ulkomaalaisia asiakkaita on yhdestä kymmeneen prosenttia asiakaskunnasta. Ainoastaan viidellä prosentilla vastanneista yli kymmenen prosenttia asiakkaista tulee ulkomailta.

46 prosenttia vastanneista arvioi hevosmatkailun liikevaihdon kasvavan ja 53 prosenttia pysyvän ennallaan seuraavien kahden vuoden aikana. 31 prosentilla vastanneista on myös investointiaikeita hevosmatkailun kasvattamiseen liittyen seuraavien kahden vuoden aikana.

Avoimen palautteen perusteella hevosmatkailupalveluja tarjoavat yritykset toivovat jatkossa hevosmatkailua kehittävilta organisaatioilta tukea erityisesti reitistöjen laajentamiseen ja kehittämiseen sekä palvelujen markkinointiin. Lisäksi kaivataan myös enemmän tietoa olemassa olevista tuki- ja kehittämishankemahdollisuuksista.

Vastaajat antoivat myös vapaamuotoista palautetta. Vapaamuotoinen palaute on kokonaisuudessaan raportin liitteenä ja selattavissa MarketMix®-ohjelmistolla.

~~MarketMix®-ohjelmistolla voidaan myös tarkemmin tutkia ja analysoida eri vastaajaryhmiä.~~