

Annastina Sarlin, Sabine Nygrund och Anna Meriruoho

Företagsundersökning i världsarvet Kvarkens skärgård 2009



Annastina Sarlin

Sabine Nygrund

Anna Meriruoho

Forststyrelsen
Österbottens naturtjänster
PB 475
65200 Vasa

Korrekturläsning: Translatinki Oy
Kuvailulehden käännös: Translatinki Oy

Pärbild: Valsörarna passar bra som besöksmål för kortare seglatser.
Foto: Forststyrelsen / Tuija Warén



© Forststyrelsen 2010

ISSN 1235-8983
ISBN 978-952-446-826-8 (pdf)

Annastina Sarlin, Sabine Nygrund och Anna Meriruoho

Företagsundersökning i världsarvet Kvarkens skärgård 2009



Europeiska jordbruksfonden för
landsbygdsutveckling: Europa
investerar i landsbygdsområden



Närings-, trafik- och
miljöcentralen



METSÄHALLITUS
FORSTSTYRELSEN

PRESENTATIONSBLAD

UTGIVARE	Forststyrelsen	UTGIVNINGSDATUM	8.9.2010
UPPDRAGSGIVARE	Forststyrelsen	DATUM FÖR GODKÄNNANDE	
SEKRETESSGRAD	Offentlig	DIARIENUMMER	3849/52/2010
TYP AV SKYDDSSOMRÅDE/ SKYDDSPROGRAM	världsarv (naturobjekt), Natura 2000-område (SPA, SCI), privatägt naturskyddsområde, säl-skyddsområde, skyddsområde för gamla skogar, strandskyddsprogrammet, skyddsprogrammet för gamla skogar, skyddsprogrammet för fågelsjöar och fågelrika havsvikar, statsrådets principbeslut om skyddandet av Mickelsörarna, Baltic Sea Protective area, Ramsar-område, Finlands nationallandskap, nationellt värdefullt landskapsområde		
OMRÅDETS NAMN	Världsarvet Kvarkens skärgård		
NATURA 2000-OMRÅDETS NAMN OCH KOD	Kvarkens skärgård FI0800130, Ängesholmen F10800160		
REGIONENHET	Österbottens naturtjänster		
FÖRFATTARE	Annastina Sarlin, Sabine Nygrund och Anna Meriruoho		
PUBLIKATION	Företagsundersökning i världsarvet Kvarkens skärgård 2009		
SAMMANDRAG	<p>Världsarvet Kvarkens skärgård finns i Korsholm, Korsnäs, Malax, Vasa och Vörå-Maxmo kommuner i västra Finland. Kvarkenområdet upptogs på Unescos världsarvslista år 2006. De unika geologiska formationerna och miljöerna i Kvarkens skärgård skapas genom den kraftiga landhöjningen som har pågått sedan istidens avsmältning.</p> <p>Företagsundersökningen 2009 var den första undersökningen som har genomförts inom världsarvet Kvarkens skärgård. De 33 företag som deltog i undersökningen hade antingen ingått ett så kallat samarbetsavtal med Forststyrelsen eller hade rätt att använda Kvarkens världsarvslogo. Avsikten med företagsundersökningen var att utreda företagens verksamhetsområden och världsarvet Kvarkens skärgårds betydelse för företagens verksamhet. Resultaten kommer att användas vid planeringen av världsarvets skötsel och användning samt vid sammanställningen av en turismplan för området.</p> <p>Företagens vanligaste verksamhetsområden utgjordes av rekreations- och nöjestjänster, guidning och inkvartering. Världsarvet Kvarkens skärgård ansågs vara viktig för företagens verksamhet. De populäraste aktiviteterna som företagen hade att erbjuda var möjligheten att bekanta sig med världsarvet, friluftsliv och fiske. Sommaren var den mest aktiva turistsäsongen i världsarvet Kvarkens skärgård. Majoriteten av kunderna var privatpersoner, även om vissa företag enbart hade företagskunder. Största delen av kunderna var finländare, de vanligaste utländska kundgrupperna var svenskar och tyskar. Andelen asiatiska kunder hade ökat betydligt. 17 företag uppskattade att de sammanlagt hade 123 anställda, av vilka 54 var fastanställda.</p> <p>Turistföretagarna var relativt nöjda med infrastrukturen och servicen inom världsarvsområdet. Det bästa betyget fick Café Kummelskär på Mickelsörarnas naturstation, informationsmaterial och samarbetet med Forststyrelsen. Företagen tyckte att förverkligandet av principerna för hållbar naturturism var godtagbara och genomförbara.</p> <p>Resultaten visar att företagen förhåller sig positivt till framtiden. 93 % av företagen tror att turismen kommer att öka inom världsarvet Kvarkens skärgård och företagen tror även på det egna företagets tillväxt.</p>		
NYCKELORD	Kvarkens skärgård, världsarvet, naturturism, företagsundersökning		
ÖVRIGA UPPGIFTER	Undersökningen är en del av projektet ”Utvecklingen av naturturismen i världsarvet Kvarkens skärgård” (Unik 3384), som hör till ”Programmet för utveckling av landsbygden i Fastlandsfinland 2007–2013” och finansieras av Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling.		
SERIENS NAMN OCH NUMMER	Metsähallituksen luonnonuojelujulkaisuja. Sarja B 142		
ISSN	1235-8983	ISBN (PDF)	978-952-446-826-8
SIDANTAL	46 s.	SPRÅK	svenska
FÖRLAG	Forststyrelsen	TRYCKERI	
DISTRIBUTION	Forststyrelsen, naturtjänster	PRIS	

KUVAILULEHTI

JULKAISIJA	Metsähallitus	JULKAISUAIKA	8.9.2010
TOIMEKSIANTAJA	Metsähallitus	HYVÄKSYMISPÄIVÄMÄÄRÄ	
LUOTTAMUKSELLISUUS	Julkinen	DIAARINUMERO	3849/52/2010
SUOJELUALUETYYPPI/ SUOJELUOHJELMA	maailmanperintö (luontokohde), Natura 2000 -alue (SPA ja SCI), yksityinen luonnonsuojelualue, hylkeidensuojelualue, vanhojen metsien suojelualue, rantojensuojelualue, vanhojen metsien suoje- luohjelma, lintuvesien suojeluohjelma, valtioneuvoston periaatepäätös Mikkeliisaarten suojelusta, BSPA, Ramsar-alue, Suomen kansallismaisema, kansallisesti arvokas maisema-alue		
ALUEEN NIMI	Merenkurkun saariston maailmanperintöalue		
NATURA 2000 -ALUEEN NIMI JA KOODI	Merenkurkun saaristo FI0800130, Ängesholmen F10800160		
ALUEYKSIKKÖ	Pohjanmaan luontopalvelut		
TEKIJÄT	Annastina Sarlin, Sabine Nygrund ja Anna Meriruoho		
JULKAISUN NIMI	Merenkurkun saariston maailmanperintöalueen yritystutkimus 2009		
TIIVISTELMÄ	<p>Merenkurkun saariston maailmanperintöalue sijaitsee Länsi-Suomessa Mustasaaren, Korsnäsin, Maalahden, Vaasan ja Vöyri-Maksamaan kuntien alueella. Merenkurkun alue on liitetty Unescon maailmanperintöluetteloon vuonna 2006. Merenkurkun ainutlaatuiset geologiset muodostelmat ja ympäristöt ovat muovautuneet jääkauden päättymisestä jatkuneen maankohoamisilmiön seuraukse- na.</p> <p>Vuonna 2009 tehty yritystutkimus oli ensimmäinen laatuaan Merenkurkun saariston maailmanpe- rintöalueella. Tutkimukseen osallistuneet 33 yritystä olivat joko tehneet yhteistyösopimuksen Met- sähallituksen kanssa tai niillä oli oikeus käyttää Merenkurkun maailmanperintölogoa. Yritystutki- muksen tarkoituksena oli kartoittaa yritysten toimintaa ja Merenkurkun saariston maailmanperintö- alueen merkitystä yritysten toiminnalle. Tuloksia hyödynnetään maailmanperintöalueen hoidon ja käytön suunnittelussa sekä alueen matkailusuunnitelmassa.</p> <p>Yritysten yleisimmät toimialat olivat virkistys- ja viihde-, matkaopas- ja majoituspalvelut. Meren- kurkun saariston maailmanperintöarvoa pidettiin tärkeänä yritysten toiminnalle. Yleisimpiä yritys- ten tarjoamia toimintoja olivat mahdollisuus tutustua maailmanperintöön, retkeily ja kalastus. Kesä oli Merenkurkun saariston maailmanperintöalueen vilkkain matkailukausi. Suurimman osan yritys- ten asiakkaista muodostivat yksityishenkilöt, vaikka osa yrityksistä tarjosi palveluitaan ainoastaan yrityksiä asiakkaille. Enemmistö asiakkaista oli suomalaisia, yleisimmät ulkomaiset asiakasryhmät koostuivat puolestaan ruotsalaisista ja saksalaisista. Aasialaisten asiakkaiden osuus oli kasvanut merkittävästi. 17 yrityksellä oli yhteensä 123 työntekijää, joista 54 vakituisessa työsuhteessa.</p> <p>Matkailualan yritykset olivat suhteellisen tyytyväisiä maailmanperintöalueen infrastruktuuriin ja palveluihin. Parhaan arvosanan saivat Mikkeliisaarten luontoaseman Café Kummelskär, opastusai- neisto sekä yhteistyö Metsähallituksen kanssa. Yritysten mielestä kestävän luontomatkailun peri- aatteet olivat hyväksyttäviä ja toteuttamiskelpoisia.</p> <p>Tulosten perusteella yritykset suhtautuivat myönteisesti tulevaisuuteen. Yrityksistä 93 % uskoo, että matkailu Merenkurkun saariston maailmanperintöalueella tulee lisääntymään ja yritykset usko- vat myös oman liiketoiminnan kasvuun.</p>		
AVAINSANAT	Merenkurkun saaristo, maailmanperintöalue, luontomatkailu, yritystutkimus		
MUUT TIEDOT	Selvitys on tehty osana Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahaston rahoittamaa, Man- ner-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelmaan 2007–2013 kuuluvaa hanketta ”Luontomatkailun edellytysten kehittäminen Merenkurkun saariston maailmanperintöalueella” (Unik 3384).		
SARJAN NIMI JA NUMERO	Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja. Sarja B 142		
ISSN	1235-8983	ISBN (PDF)	978-952-446-826-8
SIVUMÄÄRÄ	46 s.	KIELI	ruotsi
KUSTANTAJA	Metsähallitus	PAINOPAIKKA	
JAKAJA	Metsähallitus, luontopalvelut	HINTA	

Innehåll

1 INLEDNING.....	7
2 GENOMFÖRANDET AV UNDERSÖKNINGEN.....	8
2.1 Presentation av området.....	8
2.2 Material och metoder.....	10
3 RESULTAT.....	13
3.1 Företagens bakgrundsuppgifter.....	13
3.1.1 Företagens verksamhetsområden och huvudbranscher.....	13
3.1.2 Företagens kunder.....	14
3.1.3 Företagens personal.....	15
3.2 Nyttjandet av världsarvet Kvarkens skärgård.....	16
3.2.1 Områdets nyttjandeformer.....	16
3.2.2 Möjligheter som området erbjuder.....	17
3.2.3 Användning och bedömning av servicen.....	19
3.2.4 Kurser och världsarvsmaterial.....	21
3.3 Verksamhetsmiljö och samarbete.....	23
3.3.1 Verksamhetsmiljö.....	23
3.3.2 Samarbetet mellan företag.....	23
3.4 Hållbar naturturism.....	25
3.5 Turismens framtid i världsarvsområdet.....	26
3.6 Feedback och önskemål till Forststyrelsen.....	28
4 ANALYS AV RESULTATEN OCH SAMMANFATTNING.....	29
TACKORD.....	32
KÄLLOR.....	32
BILAGOR	
Bilaga 1 Frågeformulär.....	33
Bilaga 2 Principer för hållbar naturturism.....	45

1 Inledning

Kvarkens skärgård utsågs till Unescos världsarvsområde år 2006. Kvarkens skärgård bildar ett gemensamt världsarv tillsammans med Höga kusten i Sverige som har varit med på världsarvslistan sedan år 2000. Världsarvet Kvarkens skärgård är det första och enda världsarvsområdet i Finland.

Världsarvsområdet består av både privata områden och statsägda mark- och havsområden. Skärgårds- och kustområdena presenterar vanligen en stor mångfald då det gäller naturen, men ofta är också näringslivet mångsidigt. Företagsundersökningens avsikt var att ta reda på hur turistbranschen utnyttjar världsarvsstatusen i sin verksamhet och vilka turistföretagens önskemål är angående utvecklingen av området. I samband med projektet Unik – Utvecklingen av naturturismen i världsarvet Kvarkens skärgård – hade Forststyrelsen även möjlighet att genomföra en besökarundersökning sommaren 2009. Företagsundersökningen utgör ett komplement till besökarundersökningen. I projektet ingår även finansiering av verkställandet av en turismplan för världsarvet Kvarkens skärgård. Turismplanen kommer att komplettera förvaltnings- och utvecklingsplanen för världsarvet Kvarkens skärgård (Forststyrelsen 2009a). Förvaltnings- och utvecklingsplanen är sammanställd av Kvarkens världsarvsdelegation. Turismplanen kommer att vara ett verktyg för privatföretag, turismutvecklare och andra administratörer.

Tidigare har ingen motsvarande företagsundersökning genomförts i Kvarkens skärgård. Inom Finlands nationalparker och statens rekreationsområden, som är viktiga för naturturismen, görs liknande undersökningar. Avsikten med företagsundersökningen var att utreda företagets verksamhetsområden och världsarvet Kvarkens skärgårds betydelse för företagets verksamhet. Företagsundersökningen belyser både praktiska och teoretiska problem och utmaningar. Undersökningen introducerar turistföretagarna i utvecklingen av världsarvsområdet. Ett fungerande nätverk behövs mellan företag, Forststyrelsen och turismutvecklare för att en gemensam turismplan ska kunna sammanfattas och genomföras. Resultaten kommer att användas vid planeringen av världsarvets skötsel och användning och vid sammanställningen av en turismplan för området.

Företagsundersökningen genomfördes med hjälp av intervjuer med sammanlagt 33 företag som på något sätt drog nytta av världsarvsstatusen i sin turismverksamhet. Dessa företag är antingen samarbetsföretagare med Forststyrelsen eller företag som har rätt att använda Kvarkens världsarvslogo. Annastina Sarlin intervjuade majoriteten av företagen samt analyserade och sammanställde materialet. Sabine Nygrund bearbetade texten och färdigställde den slutgiltiga versionen av företagsundersökningen. Anna Meriruoho ansvarade för besökarundersökningen (Meriruoho 2010) och för utformningen av frågeformuläret som användes i företagsundersökningen. Hon gav även handledningen under arbetets gång.

2 GENOMFÖRANDET AV UNDERSÖKNINGEN

2.1 Presentation av området

Världsarvet Kvarkens skärgård finns i Västra Finland i Österbotten, inom Korsholm, Korsnäs, Malax och Vörå-Maxmo kommuners och Vasa stads kustområden. Världsarvet Kvarkens skärgårds totala areal är 194 400 hektar (Forststyrelsen 2009 a). 85 % av den totala arealen är vattenområden och världsarvet består sammanlagt av 5 600 holmar och skär. Hälften av världsarvsområdet hör till Natura 2000-nätverket eller till andra nationella skyddsprogram. Därtill har vissa områden under lång tid varit privata natur- eller fågelskyddsområden.

Världsarvet Kvarkens skärgård består av två delar (bild 1). Det norra delområdet omfattar holmarna Replot och Björkö. Till denna del leder en landsväg över Finlands längsta bro, Replotbron, som invigdes 1997 (Meriruoho 2010). Till de yttre holmarna Valsörarna, Mickelsörarna och Norrskär finns inga regelbundna båtförbindelser. Världsarvets södra del tillhör Korsnäs och Malax kommuner och består av holmgrupperna Rönnskären, Bergö gaddarna, Molpehällorna och den västra delen av Halsön. I det södra området finns inga vägförbindelser eller regelbundna båtförbindelser.

Kvarkenområdet är unikt på grund av att det fortfarande pågår en av världens största landhöjningar efter istidens slut i området (Forststyrelsen 2009b). Under istiden pressades jordskorpan 800 m lägre ner än där den är idag. Jordens yta stiger nu till sin ursprungliga nivå och landskapet förändras i snabb takt, detta eftersom landhöjningen är ca 8 mm per år. Landhöjningen skapar varierande livsmiljöer för flora och fauna. Spåren av inlandsisen är också de tydliga i terrängen. Dessa geologiska fenomen är orsaken till att området utsågs till världsarv. Både stora stenblock och kastblock finns utspridda i omgivningen, men det finns även formationer som är kvarlevor från istiden, de s.k. De Geer-moränerna (Forststyrelsen 2009a). Moränerna bildades när ismassorna rörde på sig och smalt ner. I området förekommer även större moränryggar av Rogen-typ som har bildats vinkelrätt mot de forna ismassornas rörelseriktning.

Skärgården är i ständig förändring och vikarna blir allt grundare – de förändras till flador och senare till glosjöar (Forststyrelsen 2009b). I den marina miljön råder speciella förhållanden och de lokala variationerna är stora. Havet består av bräckt vatten (Forststyrelsen 2009a). Salthalten i vattnet är högst 6 ‰, men i skyddade områden kan den ofta vara bara 3–4 ‰ på grund av att vattenutbytet är litet och ingen exponering förekommer. Världsarvsområdet är speciellt viktigt som lek- och förekomstområde för olika fiskarter; bl.a. gädda, abborre och mört. Stora stenpartier och moränrev bildar ett speciellt habitat för marina arter. Forststyrelsen inledde en inventering av den marina miljön år 2007. I motsats till det svenska världsarvet vid Höga kusten är Kvarkens topografi låg, områdets högsta punkt är endast 17,5 m över havet. Om 2 500 år kommer landhöjningen slutligen att ha bundit ihop den svenska och den finska kusten. Samtidigt skapas Europas största sjö, Bottensjön.

Det bor cirka 2 500 invånare inom världsarvsområdet (Forststyrelsen 2009a). Kvarkens skärgård har under en lång tid varit ett populärt rekreationsområde för såväl invånare, semesterfirare som båtfolk. Turismen i området ökar speciellt sommartid, då antalet säsongsinvånare blir fler. På Replot har det funnits flera småindustrier, men i dag har turismen en allt större betydelse. Besökarna har många matställen att välja mellan och i synnerhet under sommaren finns det även gott om in-kvarteringsmöjligheter. Allt fler företag erbjuder programtjänster i världsarvet.

Ett av de populäraste besöksmålen i världsarvet Kvarkens skärgård är Svedjehamn i Björköby. I Svedjehamn finns ett högt utsiktstorn från vilket man kan bekanta sig med moränlandskapet. Från Svedjehamn startar den fyra kilometer långa naturstigen Bodvattnet runt. Svedjehamn fungerar även som en av startpunkterna för Björkö–Panike vandringsled. I det gamla fisksalteriet i Svedjehamn, Salteriet, finns i dag ett café och en utställning. Andra populära besöksmål i världsarvet är Sommarö fortområde i Södra Vallgrund och byarna Björköby, Köklot, Norra Vallgrund, Replot, Söderudden och Södra Vallgrund, där man kan besöka caféer, museer och badstränder. Turistföretagarna i området använder sig bland annat av Mickelsörarnas, Molpehällornas och Rönnskärens naturstationer samt Björkörens, Wargis och Sommarös stugor i sin verksamhet. Till en av de mest besökta platserna i den yttre skärgården hör Mickelsörarnas naturstation. Där finns inkvarterings-, mötes-, café- och bastumöjligheter. Valsörarna, Rönnskär, Storskär, Molpehällorna och Norrskär är andra besöksmål som är tillgängliga med båt. På de flesta besöksmålen i skärgården finns båtbygga, naturstig, eldplats, avfallshantering och torrdass.

Kvarkens naturcentrum Terranova ligger i Vasa centrum i anslutning till Österbottens museum och upprätthålls av Forststyrelsen och Österbottens museum. Forststyrelsen har en kundservicepunkt i Terranova. Det finns också en kundservicepunkt i Havets Hus vid Replotbron och information om världsarvet finns även att tillgå i Molpe och på Bergö.

I tabell 1 finns basinformation om världsarvet Kvarkens skärgård. Noggrannare information finns på adressen www.kvarken.fi och www.utinaturen.fi/kvarken.

Tabell 1. Basinformation om världsarvet Kvarkens skärgård år 2009.

VÄRLDSARVET KVARKENS SKÄRGÅRD	
Grundad	2006
Läge	Korsholm, Korsnäs, Malax, Vasa och Vörå-Maxmo kommuner
Världsarvets areal och ägandeförhållanden	<ul style="list-style-type: none"> – 194 400 ha – 85 % av området består av vatten – statens allmänna vattenområden 48 %, privata vattenområden 36 %, privata landområden 14 %, statens landområden 1 % och statens privata vattenområden 1 % – 100 ha nytt land uppkommer årligen p.g.a. landhöjningen
Invånarantal	2 500
Bebyggda byar	Björköby, Köklot, Norra Vallgrund, Replot, Södra Vallgrund och Söderudden
Besöksmål	<ul style="list-style-type: none"> – Svedjehamn – Valsörarna – Mickelsörarnas, Molpehällornas och Rönnskärens naturstationer med möjlighet att ta iland med båt samt bl.a. naturstigar, mötes- och inkvarteringsutrymmen – naturstigar och vaktbyggnad i Sommarö fortområde – museer: bl.a. Björköby hembygdsmuseum, Replot hembygdsmuseum och Granösunds fiskemuseum – Björkörens och Wargis stugor samt en naturstig i Kvicksundsområdet – Kikanbergets naturstig i Klobbskat – Terranova – Kvarkens naturcentrum i Vasa centrum – Havets hus; kundservicepunkt vid Replot bro
Turisttjänster	<ul style="list-style-type: none"> – naturstigar och vandringsled – café- och restaurangtjänster – inkvarterings-tjänster, bl.a. stugor – program- och guidningstjänster – charterbåtstjänster – världsarvskryssningar – utsiktstornet i Svedjehamn



Bild 1. Läge och gränser för världsarvet Kvarkens skärgård. © Forststyrelsen 2010, © Karttakeskus 2010, Tillstånd L5293.

2.2 Material och metoder

Undersökningens avsikt var framför allt att intervjua företag som bedriver verksamhet inom världsarvet Kvarkens skärgård med närområden. Företagen som deltog i undersökningen har ingått ett så kallat samarbetsavtal med Forststyrelsen. Forststyrelsen upprätthåller ett nationellt system för företag som önskar samarbeta, samt använda områden för rekreation och turism som förvaltas av Forststyrelsen. Forststyrelsens Vasa parkområde hade under 2009 ingått avtal med 30 företagare och föreningar. I undersökningen deltog även företag eller föreningar som har ett avtal med rätt att använda Kvarkens världsarvslogo. Dessa företag är inte alltid aktiva inom världsarvsområdet, utan kan till exempel tillverka produkter eller tjänster utanför området, men ändå på något sätt dra nytta av världsarvsstatusen i sin verksamhet. År 2009 hade 36 företag eller föreningar denna rätt inom världsarvet Kvarkens skärgård. Av dessa kontaktades följande:

- 20 företag som har ingått samarbetsavtal med Forststyrelsen intervjuades. Föreningar som hade ingått avtal noterades inte i undersökningen eller i statistikprogrammet eftersom de inte har samma ekonomiska intressen eller avsikter med sin verksamhet som företag. Föreningarnas synpunkter tas i beaktande då själva turismplanen för världsarvet Kvarkens skärgård sammanställs. Totalt 4 av de ursprungligen utvalda företagen hade inte möjlighet att delta i en intervju eller kunde inte nås.
- 13 av 36 företag som använder Kvarkens världsarvslogo intervjuades. De företag som valdes ut idkar turistverksamhet inom världsarvsområdet eller har på något annat sätt betydande inflytande inom världsarvet.
- Denna undersökning baserar sig på intervjuer med 33 företag. Som underlag för intervjuerna användes ett frågeformulär. Svarsprocenten var 90 % och antalet företag var tillräckligt stort för att få ett användbart material. Företagarna som deltog i undersökningen fick vara anonyma och svaren behandlades konfidentiellt för att information om ett enskilt företag inte skulle kunna urskiljas.
- Intervjuerna utfördes under perioden 11.11.–8.12.2009. Annastina Sarlin intervjuade 25 turistföretagare och Anna Meriruoho gjorde åtta intervjuer.

Ett frågeformulär och information om undersökningen (bilaga 1) skickades ut till företagen innan man kom överens om en tidpunkt för själva intervjun. Principerna för hållbar naturturism (bilaga 2) skickades till de turistföretagare som har rätt att använda Kvarkens världsarvslogo. Företagarna hade med andra ord hunnit bekanta sig med frågorna före intervjutillfället. Intervjun utfördes på företagarens eget modersmål och intervjun skedde oftast hos företagaren eller på Forststyrelsens kontor i Vasa. Intervjuaren fyllde i formuläret under intervjun och antecknade kommentarer och företagarens åsikter. Intervjuernas längd varierade mellan en halv timme och fyra timmar.

Svaren sammanställdes i Forststyrelsens programvara för hantering av besökarundersökningar och feedback (ASTA = Asiakastietojärjestelmä, kunddatasystem). Företagsundersökningar har genomförts i otaliga nationalparker enligt Forststyrelsens modell och resultaten har analyserats med ASTA. En stor del av frågorna i företagsundersökningen var obligatoriska för att det ska gå att jämföra resultaten mellan olika områden i Finland. För att bättre fylla behoven för själva turismplanen hade företagsundersökningen för Kvarkens skärgård flera egna, områdesspecifika frågor. Merparten av specialfrågorna och de fria kommentarerna sparades i Excel-format och resten av frågorna sparades i ASTA-programmet, som kan producera färdiga rapportsammanställningar ämnesvis.

Undersökningen involverade en stor del av områdets turistföretag. Materialet som insamlades med hjälp av formulären är användbart tack vare att majoriteten av frågeformulären fylldes i under intervjuerna. Dessutom hade man många bra diskussioner under intervjutillfällena. En del av frågorna upplevdes som svåra att besvara. Dels för att den intervjuade inte hade konkreta erfarenheter av till exempel principerna för hållbar naturturism, dels för att företaget inte konkret använde sig av ifrågavarande område i sin affärsverksamhet (fråga 15a, Utvärdera tjänsternas kvalitet). Även kundprofilen var svår att uppskatta, både andelen företagskunder och privata kunder samt indelningen av kunder enligt nationalitet (fråga 6a och 6b).

De flesta av företagen var småskaliga och hade startat sin verksamhet ganska nyligen, dvs. efter att Kvarkens skärgård tilldelats världsarvsstatus. Antagligen har nästa företagsundersökning bättre möjlighet att analysera företagets erfarenheter.

Materialet analyserades med hjälp av funktioner i ASTA-programmet. Programmet har förhandsinställda basrapporter. Bland annat följande värden har använts i analysen:

- Typvärdet anger materialets mest allmänna värde och förekommer flest gånger i observationsmaterialet.
- Medianen beskriver medelvärdet efter att man delat in materialet i två lika stora delar.
- Percentil 25 beskriver det gränsvärde som en fjärdedel av materialet eller iakttagelserna kan grupperas under och percentil 75 motsvarar det gränsvärde under vilket tre fjärdedelar av materialet placeras.

3 RESULTAT

3.1 Företagens bakgrundsuppgifter

3.1.1 Företagens verksamhetsområden och huvudbranscher

Majoriteten av dem som svarade på företagsundersökningen i världsarvet Kvarkens skärgård, dvs. 70 %, hade Korsholm som sitt verksamhetsområde (tabell 2). Detta beror på att många, i synnerhet mindre företag, är verksamma på Replot som tillhör Korsholms kommun. 27 % av företagen hade hela Finland som sitt verksamhetsområde. Även om marknadsföringen av affärsverksamheten sträckte sig över hela Finland och en del av företagens kunder kom från andra delar av Finland, så skedde den konkreta affärsverksamheten lokalt. Ett av företagen i undersökningen bedrev verksamhet utomlands.

Företagens huvudsakliga branscher uppvisade stor variation. Många företag erbjöd både service- och programpaket inom världsarvet. Företagen hade ofta turismen som bisyssla, vilket påverkade valet av huvudbransch. Hela 39 % av företagen uppgav rekreations- och nöjestjänster som huvudsyssla (tabell 3). Den verksamhet som kategoriserades under rubriken övriga passade in på 39 % av företagen. Inkvartering (29 %) samt resebyrå-, researrangörs- och guidetjänster (29 %) utgjorde en stor del av företagens vanligaste verksamhetsbranscher.

Tabell 2. Företagens verksamhetsområden. Ett företag kan vara verksamt inom flera regioner.

Verksamhetsområde	Antal	%
Hela Finland som verksamhetsområde	9	27
Satakunda	1	3
Birkaland	1	3
Österbotten	6	18
Västra Finlands län	2	6
Korsnäs	6	18
Malax	5	15
Vörå-Maxmo	4	12
Korsholm	23	70
Vasa	12	36
Totalt	33	

Tabell 3. Företagens huvudbranscher. Företagen kan ha flera huvudbranscher.

Bransch	Antal	%
Inkvartering	9	29
Restaurangtjänster	8	26
Persontrafik	7	23
Resebyrå-, researrangörs- och guidetjänster	9	29
Kulturtjänster	3	10
Rekreations- och nöjestjänster	12	39
Diverse turisttjänster	8	26
Övriga	12	39
Totalt	31	

3.1.2 Företagens kunder

Enkäten visar att ca 35 % av de 31 företag som hade besvarat frågan om kundernas sammansättning uppskattade att drygt hälften av deras kunder var privata kunder och andra hälften var företagskunder (tabell 4 och 5). Till kategorin företagskunder räknas förbund, föreningar och myndighetsgrupper. I övrigt dominerade andelen företagskunder eftersom hela 32 % av företagen ansåg att 75–100 % av deras kunder var företagskunder. En del företag ansåg att världsarvsstatusen hade bidragit till att antalet kunder hade ökat, speciellt företagskunder, myndigheter och föreningar. Många turistföretag drog nytta av de stora företagen och industrierna i regionen som arrangerar program och inkvartering åt sina företagskunder och samarbetspartner.

Utländska turister gjorde vanligtvis ett längre besök i världsarvsområdet än de inhemska turisterna. Största andelen av turistföretagens kunder var emellertid finländare, 63 % av företagarna ansåg att antalet kunder från Finland befann sig i intervallet 75–100 % (tabell 6). 48 % av företagarna uppskattade att deras utländska kunders andel låg i intervallet 0–24 % av företagets totala antal kunder (tabell 7). Eftersom turistföretagen inte hade bokfört sina kunders nationaliteter, blev kundindelningen enbart en grov uppskattning. Frågan om de utländska turisternas nationaliteter var svår att besvara, då en stor del av just företagskunderna kom från hela världen. Det som turistföretagen i allmänhet hade kunnat konstatera var att de flesta utländska turisterna kom från Sverige och från Tyskland. Antalet företagskunder från flertalet asiatiska länder och från Ryssland hade även ökat. Britter, fransmän, italienare och holländare utgjorde sinsemellan en lika stor mängd av de utländska turisternas antal. Det gäller att hålla i minnet att en stor del av företagen rätt nyligen hade påbörjat sin verksamhet, vilket påverkade både kundantalet och kundkretsen.

Tabell 4. Fördelning av turistföretagens privata kunder (n = 31).

Privata kundernas andel av alla kunder, %	n	Andel %
0–24	8	26
25–49	4	13
50–74	11	35
75–100	8	26
Totalt	31	

Tabell 5. Fördelning av turistföretagens företagskunder (n = 31).

Företagskundernas andel av alla kunder, %	n	Andel %
0–24	6	19
25–49	4	13
50–74	11	36
75–100	10	32
Totalt	31	

Tabell 6. Fördelning av företagens inhemska kunder (n = 30).

De inhemska kundernas andel av alla kunder, %	n	Andel %
0–24	3	10
25–49	2	7
50–74	6	20
75–100	19	63
Totalt	30	

Tabell 7. Fördelning av företagens utländska kunder (n = 27).

De utländska kundernas andel av alla kunder, %	n	Andel %
0–24	13	48
25–49	4	15
50–74	6	22
75–100	4	15
Totalt	27	

Sommaren är högsäsong i Kvarkens skärgård. Hälften av världsarvsföretagens kunder anlände under sommarperioden 1.6–31.8. Majoriteten av kunderna under sommarmånaderna var privatpersoner. Som tidigare konstaterats var många av företagen mångsysslare och de planerade sina övriga arbeten eller yrken för att kunna driva turistverksamhet på sommaren. Enligt enkäten hade företagen nästan lika stor andel kunder under våren som under hösten, även om våren kanske var aningen livligare. Vintern var den lugnaste perioden under året. Under våren och hösten var det främst företagskunder som anlätade tjänsterna. Ett undantag utgjorde fisketurismen som lockade både privatpersoner och företagskunder. Många företag har kapacitet att ta emot kunder även under vintern. Programpaket med till exempel fiske och snöskovandring går att ordna, men det ansågs vara en stor utmaning att marknadsföra världsarvets specialiteter också under vintersäsongen. Klimatet eller väderleken har stor betydelse då det gäller vinterturismen. Utan snö eller goda isförhållanden är det svårt att genomföra aktiviteter. Enkäten preciserade inte kundantalet eller antalet besökare per månad, men under intervjutillfällena beskrev de flesta turistföretagen skillnaderna i kundsammansättningen mellan de olika säsongerna.

3.1.3 Företagens personal

De flesta företagen i området är småskaliga och turismen är ofta en bisyssla. Trots detta hade många företag för avsikt att utveckla verksamheten och anställa mer personal, alternativt öka samarbetet eller använda inköpta tjänster från andra företag.

Ungefär hälften av företagen hade besvarat frågan angående personalens storlek i frågeformuläret, men de flesta företagen var små företag och hade därför inte någon personal överhuvudtaget. Många av företagen hade även grundats rätt nyligen och hade därför inte ännu utvecklats till fullo. Här bör man komma ihåg att resultaten inte ger en total helhetsbild över mängden anställda och inte heller över antalet årsverken inom turismbranschen. Detta beror på att undersökningsresultaten om företagets personal baserar sig på svar från 17 respektive 13 svarare.

I medeltal hade företagen 2,5 fastanställda personer och en av dessa var oftast företagaren själv (tabell 8). Eftersom många företag var beroende av säsongsarbetare, var även antalet visstidsanställda högt. Företagen anställde i medeltal 3,6 personer för säsongsarbete. Högsta antalet fastanställda var 8 personer och högsta antalet visstidsanställda var 20 personer. Totalt hade de svarande företagen 123 anställda, av vilka 54 var fastanställda.

Många företag lät bli att svara på frågan där man skulle uppskatta personalens årsverken. I medeltal producerade företagen 2,7 årsverken för fastanställda och 3,9 årsverken för visstidsanställda (tabell 9). Högsta antalet årsverken bland den fastanställda personalen uppgick till 8 och motsvarande tal bland de visstidsanställda var högst 12 årsverken. De 13 företag som svarade på frågan producerade tillsammans 60,5 årsverken.

Tabell 8. Företagens personal.

Form av anställning	n	Personer	Medeltal	Standardavvikelse	Percentil				
					Min	25 %	Med	75 %	Max
Fastanställda	16	54	2,45	2,09	1	1	2	3	8
Visstidsanställda	13	69	3,63	4,59	1	1	2	5	20
Totalt	17	123	3,00	3,48	1	1	2	4	20

Tabell 9. Företagens anställda enligt årsverken.

Form av anställning	n	Årsverken	Medeltal	Standardavvikelse	Percentil				
					Min	25 %	Med	75 %	Max
Fastanställda	13	41,00	2,73	2,26	1	1	2	4	8
Visstidsanställda	5	19,50	3,90	4,87	1	1	1	3	12
Totalt	13	60,50	3,02	3,00	1	1	2	3	12

3.2 Nyttjandet av världsarvet Kvarkens skärgård

3.2.1 Områdets nyttjandeformer

De flesta företagen, 82 % av svararna, ansåg att världsarvsområdet var mycket viktigt eller ganska viktigt för deras verksamhet (tabell 10). Största delen av företagen ansåg även att grundandet av Unescos världsarv hade påverkat deras företagsverksamhet i någon form. Världsarvsstatusen har vanligtvis varit orsaken till att man har grundat ett företag eftersom världsarvet har gett mer innehåll till företagets produkter. Turistföretagarna ansåg även att kundernas antal hade ökat och att områdets marknadsföring hade förenhetligats sedan världsarvsstatusen.

Tabell 10. Användandet av världsarvet Kvarkens skärgård och områdets betydelse för företagets verksamhet (1 = inte alls viktigt, ... 5 = mycket viktigt).

Bedömt ämne	Svar		Bedömning, %					Medeltal	Standardavvikelse
			inte alls viktigt	inte särskilt viktigt	ingen-dera	ganska viktigt	mycket viktigt		
	n	%							
Områdets betydelse för företaget	29	88	3	10	3	41	41	4,07	1,10

Företagen gjorde en separat uppskattning av vilka besöksmål de använde inom världsarvet Kvarrens skärgård och på vilket sätt de använde områdena. Resultaten visar att Svedjehamn med naturstigen Bodvattnet runt och Björkö–Panike vandringsled var det överlägset mest använda området. En anledning till detta kan vara att guidade båtturer oftast startar och slutar i Svedjehamn och att vandringsleden har ökat i popularitet. Sommarö fortområde var enligt företagen ett mångsidigt område som dock ännu kunde utvecklas. Fortområdet är viktigt med tanke på vandringar. Dessutom ordnas olika evenemang som till exempel orienteringar, lägerskolor och scoutläger på Sommarö fortområde och Forststyrelsen hyr ut inkvarterings- och köksutrymmen där.

De senaste åren har Forststyrelsen hyrt ut fastigheterna vid Mickelsörarnas naturstation till ett företag under sommarsäsongen. På naturstationen finns numera Café Kummelskär, övernattningsmöjligheter och en bastu. På Mickelsörarnas naturstation kan man även ordna möten och andra evenemang. Turistföretagen uppgav sig använda Mickelsörarnas naturstation som slutdestination för kryssningar för diverse aktiviteter. Även Valsörarna har blivit ett allt viktigare resmål för charterbåtsverksamhet tack vare guidade naturutflykter och att det finns en fyr på ön. Rönnskärens och Molpehällornas naturstationer samt Norrskär besöktes mer sällan på grund av att de är svårare att nå. Molpehällorna besöktes för att man ville ta del av guidade utflykter eller bekanta sig med den före detta sjöbevakningsstationen. Rönnskären besöktes främst av grupper som deltog i guidade utflykter till Fäliskäret, där det finns en före detta lotsstation.

3.2.2 Möjligheter som området erbjuder

Tabell 11 ger en översikt över de aktiviteter som företagen erbjuder inom världsarvet eller i dess närområde. En del av de erbjudna aktiviteterna överlappar varandra, vilket innebär att en aktivitet inte nödvändigtvis utesluter någon annan aktivitet. Man bekantade sig till exempel med världsarvet i samband med en paddlingstur eller en fågelutflykt. Nästan hälften av företagen erbjöd möjligheten att bekanta sig med världsarvet (53 %), friluftsliv (47 %), fiske (47 %), rekreations- och utbildningsdagar för företag (43 %). Guidningar utgjorde den dominerande produkten, men även transporttjänster med båt var viktiga. Ett annat minst lika populärt specialområde var rekreations- och utbildningsdagar för företag och för företag inom industrin. Turistföretagen konstaterade att efterfrågan på rekreations- och utbildningsdagar för företagspersonal inte hade minskat trots lågkonjunkturen. Denna verksamhet kunde kanske till och med utökas eftersom det finns flera större företag, orter och kommuner som kunde vara potentiella kunder inom en lämplig radie från världsarvet. Vissa företag nämnde även helt andra specialaktiviteter som exempel på övriga aktiviteter. Dessa var orientering, lägerskolor, studieresor, kryssningar och handarbete.

Något förvånande var att alla turistföretag inte hade en officiellt godkänd säkerhetsplan. I många fall hade företagen visserligen gjort upp en plan, men den hade inte lämnats in för godkännande till räddningsmyndigheterna.

Nästan hälften av turistföretagen erbjöd 1–3 aktiviteter (tabell 12). Ungefär en fjärdedel, dvs. 27 % av företagen erbjöd 4–6 aktiviteter. Åtta företag erbjöd 7 eller fler aktiviteter. Med andra ord finns det ett stort och varierande utbud av aktiviteter inom världsarvsområdet, speciellt i proportion till antalet företag som besvarade enkäten.

Tabell 11. Aktiviteter som företagen erbjuder inom världsarvet och företagens gällande säkerhetsplan för verksamheten.

Aktivitet	Utövat		Gällande säkerhetsplan	
	antal	%	antal	%
Stavgång	4	13	3	75
Friluftsliv	14	47	8	57
Fiske	14	47	9	64
Fågelutflykter	8	27	3	38
Undervisningsrelaterat besök	9	30	7	78
Skidturer	3	10	3	100
Snöskogång	2	7	2	100
Snöskoteråkning	2	7	2	100
Hundspanssåkning	3	10	1	33
Paddling	4	13	3	75
Charterbåtstrafik	12	40	7	58
Ruttbåtstrafik	3	10	3	100
Bekanta sig med kulturarv	11	37	6	55
Hyrning av utrustning	4	13	2	50
Bekanta sig med världsarvet	16	53	10	62
Caféverksamhet	4	13	1	25
Mat- och restaurangtjänster	9	30	4	44
Rekreations- och utbildningsdagar för företag	13	43	8	62
Inkvartering	9	30	4	44
Hyseslokaler	4	13	1	25
Annat	4	13	0	0
Totalt	30		19	

Tabell 12. Antalet aktiviteter som företagen arrangerar inom världsarvet Kvarkens skärgård.

Antalet aktiviteter/företag	antal	%
1-3	14	47
4-6	8	27
7-9	4	13
10 eller mer	4	13
Svarare totalt	30	100

3.2.3 Användning och bedömning av servicen

En väsentlig del av enkäten bestod av att de utvärdera kvaliteten på tjänsterna inom världsarvet Kvarkens skärgård (tabell 13). Tjänsterna bedömdes på en skala från ett till fem, där nummer ett stod för mycket dålig och nummer fem stod för mycket bra. Alla företag kände inte till tjänsterna eller området. Dessa företag fyllde i kolumnen ”Har inte använt tjänsten”. Det totala medelvärdet för tjänsternas kvalitet i världsarvsområdet var 3,57, vilket ansågs vara rätt bra.

Bästa betyget fick Café Kummelskär på Mickelsörarnas naturstation. Caféet hade använts av 39 % av svarama och hela 92 % av dem tyckte att kvaliteten där var ganska bra eller mycket bra. Även informationsmaterialets kvalitet bedömdes som ganska bra eller mycket bra av 84 % av företagen. Samarbetet med Forststyrelsen fick ett gott betyg, 80 % ansåg att samarbetet fungerade ganska eller mycket bra. Överlag var resultatet väldigt jämnt, men tjänsterna för rörelsehindrade fick märkbart lägre betyg än de andra. Drygt hälften av svarama bedömde att servicen för rörelsehindrade var mycket eller ganska dålig. Orsaken till detta är att det bara finns en naturstig i området, Bodvattnet runt, som är anpassad för rörelsehindrade och av denna 4 kilometer långa naturstig är endast 700 meter anpassade för rörelsehindrade. Här finns en utmaning för att man så småningom ska hitta på nya och bättre lösningar. Det är inte alltid nödvändigt med stora investeringar och omfattande konstruktioner, i stället kan man använda andra hjälpmedel som att exempelvis erbjuda landstigningsmöjlighet från en båt.

Svaren på frågorna om avfallshantering och säkerhet uppvisade variationer. Under intervjuutifrågningarna framgick det att dessa frågor var svåra att besvara. I Svedjehamn var avfallshandlingen enligt flera svarare bristfällig, medan avfallet inte utgjorde ett bekymmer på andra ställen. Under korta, intensiva säsonger överbelastas sopstationerna. Långgrundets rastplats vid Björkö–Panike vandringsled är populär och av kommentarerna framkom att det brukar samlas skräp på marken där under högsäsongen. Forststyrelsen tillämpar ”sopfritt friluftsliv”, vilket innebär att det man tar med sig under utflykten ska man också bära med sig hem. På detta sätt vill man minska på utgifterna och avfallshantering vid de otaliga rastplatserna.

Säkerheten ansågs ställvis vara dålig vid Björkö–Panike vandringsled, medan man generellt sett ansåg att säkerheten var god. Vissa partier av vandringslederna behöver förnyade spångar och förstärkta övergångsställen. Svedjehamn får som sagt ett gott betyg, medan till exempel skyltningen på Mickelsörarna borde förbättras. I de mest besökta områdena saknas till exempel en brygga eller en ramp som skulle underlätta och göra ombordstigningen på båtarna tryggare för kunderna. Det ansågs inte finnas tillräckligt många utedass och även utedass anpassade för rörelsehindrade efterlystes. Många ansåg att det var en ojämn kvalitet mellan utbud av tjänster och konstruktioner inom världsarvet.

Turistföretagens allmänna bedömning av mängden tjänster och konstruktioner i världsarvsområdet var god (tabell 14). Hela 65 % var mycket nöjda eller ganska nöjda med tjänsterna. 10 % av företagen var ganska missnöjda med mängden tjänster och konstruktioner i världsarvet Kvarkens skärgård.

Tabell 13. Bedömning av servicens och konstruktionernas kvalitet inom världsarvet Kvarkens skärgård (1 = mycket dålig, ... 5 = mycket bra).

Service	Använt och utvärderat		Bedömning, %					Medeltal	Har inte använt tjänsten n
	n	%	mycket dålig	ganska dålig	medelmåttig	ganska bra	mycket bra		
Servicekonstruktioner vid infartslederna till området (parkeringsplatser, bryggor och landstigningsplatser osv.)	28	90	0	11	39	39	11	3,50	4
Servicekonstruktioner i terrängen (eldplatser, stigar, bryggor, broar, vindskydd, toaletter)	28	90	4	11	43	36	7	3,32	4
Konstruktionernas och ledernas säkerhet	29	94	3	14	34	41	7	3,34	3
Skyltning i terrängen (informationstavlor, vägvisare)	29	94	3	14	24	52	7	3,45	3
Vedförsörjning	21	68	5	5	24	38	29	3,81	11
Avfallshantering (toaletter, sopstationer, allmän ordning)	27	87	7	11	33	30	19	3,41	5
Tjänster för personer med särskilda behov (t.ex. rörelsehindrade)	23	74	26	30	30	13	0	2,30	9
Samarbetet mellan Forststyrelsens anställda och företagarna	30	97	3	0	17	30	50	4,23	2
Informationsmaterial (broschyrer och annat material)	30	97	0	0	17	47	37	4,20	1
Webbplatserna www.utinaturen.fi och www.kvarken.fi	30	97	0	7	20	57	17	3,83	2
Utbildning som erbjuds av Forststyrelsen	21	68	0	10	19	67	5	3,67	11
Café Kummelskär	12	39	0	8	0	50	42	4,25	18
Annat, vad?	1	3	0	0	0	100	0	4,00	0
Svarare totalt	31								
Områdesvist medeltal								3,60	
Jämförelsebart medeltal								3,57	

Tabell 14. Företagens bedömning av mängden tjänster och konstruktioner i världsarvet Kvarkens skärgård (1 = mycket missnöjd, ... 5 = mycket nöjd).

Service	Använt och bedömt		Bedömning, %					Medeltal	Har inte använt tjänsten n
	n	%	mycket missnöjd	ganska missnöjd	ingen-dera	ganska nöjd	mycket nöjd		
Belåtenhet vad gäller mängden service i området	29	88	0	10	24	55	10	3,7	0
Svarare totalt	29								

3.2.4. Kurser och världsarvsmaterial

Forststyrelsen arrangerar i allmänhet sammankomster för turistföretag som har ingått samarbetsavtal med Forststyrelsen 1–2 gånger per år. Om det finns resurser och efterfrågan kan olika specialkurser eller utbildningsdagar med varierande teman arrangeras. Företagsundersökningen visar att företagen var intresserade av att delta i kurser eller informationsdagar (tabell 15). Enligt resultatet var de mest efterfrågade ämnesområdena världsarvets kulturarv och historia (62 % av svararna), säkerhetsfrågor (54 %) samt geologi (50 %) (tabell 15). Flera företagare önskade gå en världsarvsguideutbildning eftersom de inte hade haft tillfälle att delta då den föregående utbildningen ordnades. Många av företagen har existerande säkerhetsplaner, men de är inte godkända av myndigheterna. Företagarna vill gärna uppdatera sina kunskaper och sin behörighet i säkerhetsfrågor. Under intervjutillfällena framgick det att företagarna har en mycket bra kännedom om världsarvsområdet. Orsaken till detta är att de har bott i området, att de har följt med områdets utveckling och att de känner till innebörden av till exempel Unescos världsarv. En stor del av företagarna är även guider och har en bred kunskap om områdets speciella egenskaper.

Tabell 15. Utbildningar som intresserar företagen.

Tema för utbildning	n	%
Områdets geologi	13	50
Världsarvet	9	35
Områdets natur och arter	11	42
Områdets kulturarv och historia	16	62
Guideutbildning	6	23
Säkerhetsfrågor	14	54
Kvalitetsfrågor	10	38
Miljö- och klimatfrågor	9	35
Annat, vad	6	23
Svarare totalt	26	100

Informationsmaterial är viktigt för företagare, kunder och förvaltare av världsarvet Kvarkens skärgård. För att kunna utveckla bättre informationsmaterial hade undersökningen två delfrågor om informationsmaterialets innehåll och utformning som upprätthålls av Forststyrelsen. Av tabell 16 framgår vilka webbplatser eller andra informationskällor som används i turistinformationsmanhang. Företagen använde vanligtvis Forststyrelsens webbtjänst Utinaturen.fi (www.utinaturen.fi) (84 % av svararna), broschyrer eller guidematerial (72 %) och webbplatsen www.kvarken.fi (69 %) som informationskälla.

Tabell 17 presenterar företagarnas åsikter om kvaliteten på det tillgängliga informationsmaterialet. Bästa betyget fick det tryckta materialet. Hela 45 % av turistföretagarna ansåg att materialet var mycket nyttigt och 35 % att det var ganska nyttigt. Företagarna ansåg att webbtjänsten www.utinaturen.fi var ganska nyttig (39 %) eller mycket nyttig (29 %). För webbplatsen www.kvarken.fi var fördelningen i stort sett densamma. Över hälften av företagarna ansåg att Terranova – Kvarkens naturcentrum var ganska nyttigt och 19 % att det var mycket nyttigt. En femtedel av företagarna hade inte besökt Terranova (23 %). Ingen av företagarna svarade att informationskällorna inte alls var nyttiga.

Det framkom en del önskemål från företagarnas sida som till exempel nya paddlingskartor och kartor över naturstigar som kunde delas ut åt kunderna. Företagarna önskade att kartorna skulle vara tillverkade av ett hållbart material för att klara alla sorters väderförhållanden.

I samband med undersökningen av turistföretagarnas åsikter om informationsmaterialet tillfrågades företagen även om hur de förhåller sig till användningen av Kvarkens världsarvslogo i deras verksamhet. Två tredjedelar använde redan Kvarkens världsarvslogo, medan 30 % var intresserade av att ansöka om rätt att använda logon (tabell 18). Endast ett företag svarade att det inte hade något intresse av att använda Kvarkens världsarvslogo. Vid tolkningen av resultaten bör man observera, att resultaten gällande företagets förhållningssätt till användningen av Kvarkens världsarvslogo endast kan generaliseras bland de intervjuade företag som har samarbetsavtal med Forststyrelsen och företag som redan använder Kvarkens världsarvslogo, inte bland områdets turistföretagare i sin helhet.

Tabell 16. Informationskällor om världsarvet Kvarkens skärgård.

Alternativ	n	%
Utinauren.fi-webbtjänst (www.utinauren.fi)	27	84
Forststyrelsens allmänna webbplats (www.metsa.fi)	13	41
Forststyrelsens webbplats www.kvarken.fi	22	69
Utflyktskarta.fi-karttjänst (www.utflyktskarta.fi)	15	47
Regionala webbplatser (www.turismosterbotten.fi, matkailu.vaasa.fi, etc.)	16	50
Övriga webbplatser	6	19
Broschyrer eller guider (t.ex. besöksguide)	23	72
Andra källor	11	34
Svarare totalt	32	100

Tabell 17. Företagens åsikt om nyttigheten hos informationsmaterialet (1 = inte alls nyttigt, ... 5 = mycket nyttigt).

Bedömd informationskälla	Använt och utvärderat		Bedömning, %					Medeltal	Har inte använt tjänsten
	n	%	inte alls nyttigt	inte så nyttigt	medelmåttigt	ganska nyttigt	mycket nyttigt		n
www.utinauren.fi	31	100	0	10	19	39	29	3,9	1
www.kvarken.fi	32	100	0	6	25	38	22	3,8	3
Terranova – Kvarkens naturcentrum	31	100	0	3	3	52	19	4,1	7
Broschyrer och annat tryckt material	31	100	0	0	16	35	45	4,3	1
Totalt	32								

Tabell 18. Fördelning av användningen av Kvarkens världsarvslogo.

Logo	n	%
Vårt företag använder redan Kvarkens världsarvslogo	20	67
Vi är intresserade av att ansöka om rätt att använda Kvarkens världsarvslogo	9	30
Vi använder inte Kvarkens världsarvslogo och har inget intresse av att göra det	1	3
Totalt	32	100

3.3 Verksamhetsmiljö och samarbete

3.3.1 Verksamhetsmiljö

Företagen fick i uppgift att bedöma verksamhetsmiljön och samarbetet med andra företag inom samma bransch (tabell 19). 84 % av företagen ansåg att förutsättningarna för verksamheten fungerade ganska bra eller mycket bra i det egna företaget. 77 % av svararna tyckte att verksamhetsmiljön var ganska bra eller mycket bra i samarbetet med Forststyrelsen och 75 % ansåg detsamma om verksamhetsmiljön bland företagarna i området. Det svagaste resultatet fick verksamhetsförutsättningarna inom turismbranschen i hela Finland, endast 57 % bedömde att verksamhetsmiljön var ganska bra eller mycket bra.

Tabell 19. Företagens åsikter om verksamhetsmiljön år 2009 (1 = mycket dålig, ... 5 = mycket bra).

Verksamhetsmiljön är enligt min åsikt	Svarare		Bedömning, %					Medeltal	Standardavvikelse
	n	%	mycket dålig	ganska dålig	medelmåttig	ganska bra	mycket bra		
Jämfört med verksamhetsförutsättningarna för turismföretagandet i Finland	28	90	0	4	39	50	7	3,61	0,69
Jämfört med verksamhetsförutsättningarna för turismföretagandet i landskapet eller regionen	28	90	0	4	39	46	11	3,64	0,73
Jämfört med verksamhetsförutsättningarna för turismföretagande i företagets kommun eller kommuner	30	97	3	3	23	47	23	3,83	0,95
Bland företagarna i området	28	90	0	0	25	50	25	4,00	0,72
I samarbetet med Forststyrelsen	31	100	3	0	19	48	29	4,00	0,89
I det egna företaget	30	97	0	0	17	43	40	4,23	0,73
Svarare totalt	31								

3.3.2 Samarbetet mellan företag

Turistföretagen fick bedöma sitt samarbete med andra företag inom världsarvet Kvarkens skärgård (tabell 20). Över hälften av företagen ansåg att de samarbetade särskilt mycket eller ganska mycket med andra företag. En dryg fjärdedel av företagen ansåg att samarbetet var måttligt och 12 % samarbetade ganska litet eller inte alls.

Av tabell 20 framgår även svarsfördelningen angående samarbetet med världsarvet Höga kusten. De flesta företag som samarbetade med det svenska världsarvet hade fått kontakt med företagen via projektarbeten såsom Visit Kvarken och Gastro Botnia. Majoriteten av företagen ansåg dock att avståndet är för långt för att man ska kunna förverkliga gemensamma turistprodukter i praktiken. Av denna anledning hade 67 % av företagen inget samarbete med Höga kusten, 4 % hade ganska mycket samarbete eller planerade att utöka sitt samarbete, särskilt i projektsammanhang.

Mest samarbetade företagen i världsarvet Kvarkens skärgård med varandra inom transporter (78 %), inkvartering (53 %), catering (50 %) och program (50 %) (tabell 21). Företagen samarbetade allt som allt inom ungefär 11 olika branscher. Övriga samsamarbetsområden ansågs mer eller mindre viktiga, andelen varierade mellan 44 % och 22 %.

I undersökningen frågade man inte direkt hur samarbetet inom turismen har utvecklats under de senaste åren, men under intervjuerna framkom det delade åsikter om samarbetet på dessa punkter. Många var nöjda med situationen, medan en del ansåg att samarbetet haltar. Företagarna såg möjligheter att utveckla turismen genom en bättre dialog och samverkan företagen emellan. Turistföretag utanför världsarvet samarbetade även aktivt med företag inom världsarvet, till exempel inom transporter och inkvartering. En del företag var helt oberoende av andra företag och arbetade enbart med sin egen verksamhet. Detta gällde oftast företag som använder Kvarkens världsarvslogo.

Företagens samarbete mättes genom antalet underleverantörer och samarbetspartner (tabell 22). Resultatet blev att företagen i medeltal hade ungefär sex samarbetspartner och underleverantörer. Företagen själva var i medeltal underleverantör till fyra företag. Företagen samarbetade sinsemellan som likvärdiga samarbetspartner eller som underleverantörer.

Tabell 20. Företagens samarbete med andra turistföretag inom världsarvet Kvarkens skärgård eller inom världsarvet Höga kusten (1 = inte alls, ... 5 = särskilt mycket).

Typ av samarbete som bedöms	Svarare		Bedömning, %					Medeltal	Standardavvikelse
	n	%	inte alls	ganska litet	måttligt	ganska mycket	särskilt mycket		
Samarbetar med andra företag för tillfället	32	100	6	6	28	31	28	3,69	1,15
Samarbetar med företagare inom Höga kusten	24	75	67	17	13	4	-	1,54	0,88
Blanketter totalt	32	100							

Tabell 21. Branscher och områden inom vilka företagen samarbetar med andra företag.

Samarbetsområde	antal	%
Marknadsföring	14	44
Försäljning	13	41
Utrustning	10	31
Evenemang	11	34
Produkter	11	34
Produktutveckling	9	28
Inkvartering	17	53
Catering	16	50
Program	16	50
Transporter	25	78
Annat	7	22
Svarare totalt	32	

Tabell 22. Typ av samarbete med andra turistföretag.

Typ av samarbete	n	Summa	Medeltal	Standardavvikelse	Percentil				
					Min	25 %	Med	75 %	Max
Företaget har underleverantörer	17	105	6,18	6,38	1	2	4	8	23
Företaget har samarbetspartner	22	134	6,09	5,57	1	2	4	10	20
Företaget är underleverantör	13	52	4,00	3,81	1	1	2	7	10
Totalt	52	291	5,60	5,46	1	2	3	8	23

3.4 Hållbar naturturism

Forststyrelsen gynnar hållbar naturturism inom skyddsområden. Forststyrelsen beaktar även miljö vid utvecklandet av infrastrukturen och servicen i områdena samt genom att samarbeta med företag och andra intressegrupper. Forststyrelsen har ingått samarbetsavtal med de turistföretagare som i sin verksamhet nyttjar Forststyrelsens skyddsområden som finns runt om i Finland. Genom avtalet förbinder sig företagaren att följa nio principer för hållbar naturturism. Dessa principer fungerar som riktlinjer för besökare, företagare och Forststyrelsen själv. Förutom att principerna tar naturvärden i beaktande vill man även ta hänsyn till exempelvis kulturvärden samt lokala produkter. En del av undersökningen bestod av en utredning om på vilket sätt företagen tillämpar principerna för hållbar naturturism i sin verksamhet (bilaga 2).

Tabell 23 visar hur användbara principerna för hållbar naturturism är innehållsmässigt och i praktiken. Resultaten är positivare då turistföretagen skulle utvärdera principerna för hållbar naturturism, än då de skulle uppskatta hur bra förverkligandet av principerna hade gått. I allmänhet var företagens åsikter om principerna för hållbar naturturism mycket positiva. Av 25 svarare ansåg 52 % att principerna går mycket bra att acceptera och 48 % ansåg att de går ganska bra att acceptera i företagsverksamheten. När uppgiften var att avgöra om principerna är lämpliga för företagets verksamhet blev resultatet så gott som detsamma, enda skillnaden var att 4 % av företagen ansåg att principerna gick ganska dåligt att tillämpa i verksamheten. Principerna för den hållbara naturturismens genomförbarhet och begriplighet var enligt företagarna mycket bra eller ganska bra. Resultatet var överlag mycket positivt, medelvärdet rörde sig omkring 4,4–4,5 på skalan 1–5 i alla delfrågor. Det goda resultatet gynnar sannolikt en fortsatt utveckling av den hållbara naturturismen inom världsarvet Kvarkens skärgård.

Avsikten med denna del av undersökningen var att få en helhetsbild över hur principerna för den hållbara naturturismens förverkligande hade gått i praktiken. Överlag var resultatet mycket positivt. Medelvärdet låg över 4 för alla sektorer. Det bästa resultatet hade förverkligandet av principerna för hållbar naturturism mellan företaget och kunderna. Hela 65 % av svararna tyckte att förverkligandet hade gått ganska bra och 35 % ansåg att det hade gått mycket bra i det egna företaget och med kunderna. När företagen bedömde förverkligandet av principerna med sina intressegrupper var det en större spridning i resultaten. Företagarna ansåg att förverkligandet hade gått ganska bra (74 %) och mycket bra (17 %) med intressegrupperna. Turistföretagen upplevde att principerna för hållbar naturturism går att tillämpa i en vidare utsträckning i företagsnätverket i området. Detta trots att dessa företag inte alltid ens känner till innehållet i principerna. Antagligen är principerna på en allmän nivå och företagen har en likadan syn på kundservice och miljömål. Hela 61 % av företagen ansåg att förverkligandet av principerna för hållbar naturturism genom företagsnätverket inom världsarvsområdet hade gått ganska bra och 26 % att det hade gått mycket bra. Resultatet är nästan identiskt i frågan om hur företagen bedömde att Forststyrelsen förverkligar principerna för hållbar naturturism.

Tabell 23. Utvärdering av principerna för hållbar naturturism utgående från olika egenskaper (1 = mycket dåligt, ... 5 = mycket bra).

Principerna för hållbar naturturism	Svaranden		Uppskattning, %					Medeltal	Standardavvikelse
	n	%	mycket dåligt	ganska dåligt	medelmåttigt	ganska bra	mycket bra		
Acceptabilitet	25	100	-	-	-	48	52	4,52	0,51
Lämplighet för företagets verksamhet	25	100	-	4	-	48	48	4,40	0,71
Genomförbarhet	25	100	-	-	-	56	44	4,44	0,51
Tydlighet och begriplighet	24	96	-	-	-	50	50	4,50	0,51
Svarare totalt	25								

Tabell 24. Förverkligandet av principerna för hållbar naturturism (1 = mycket dåligt, ... 5 = mycket bra).

Sektor	Svarare		Bedömning, %					Medel-tal	Stan-dardavvi-kelse
			mycket dåligt	ganska dåligt	medel-måttigt	ganska bra	mycket bra		
	n	%							
Företaget och kunderna	23	96	-	-	-	65	35	4,35	0,49
Företagets intressegrupper	23	96	-	4	4	74	17	4,04	0,64
Företagsnätverket i området	23	96	-	-	13	61	26	4,13	0,63
Forststyrelsen	24	100	-	-	17	58	25	4,08	0,65
Svarare totalt	24								

3.5 Turismens framtid i världsarvsområdet

De intervjuade företagen skulle bedöma hur framtiden kan komma att se ut för deras verksamhet och hur betydelsefullt världsarvsområdet kommer att vara för deras företag i fortsättningen. I det stora hela ser framtiden ljus ut för turismen. Tabell 25 visar att 66 % av företagen trodde att företaget kommer att växa i någon mån under de närmaste fem åren, medan 19 % antog att företaget kommer att hållas oförändrat. Resterande 16 % trodde att företaget kommer att växa betydligt. Utgående från detta bedömde så många som 69 % att det egna företagets personalmängd kommer att hållas oförändrad. En orsak till denna bedömning är att majoriteten av företagen var enmansföretag som inte hade för avsikt att utvidga sin verksamhet och framförallt inte ville anställa personal. Trots detta var de övriga företagen positiva till utvecklingen av personalens tillväxt i företaget. 25 % trodde att personalen kommer att växa i någon mån och 6 % var av den åsikten att personalen kommer att växa betydligt.

Företagen trodde att turismen i världsarvet skulle utvecklas mest. 83 % av svararna ansåg att turismen kommer att växa i någon mån och 10 % trodde att den kommer att växa betydligt (tabell 25).

Majoriteten av företagen såg positivt på en utbredning av turismen i världsarvsområdet samt på Kvarkens skärgårds betydelse för företagets verksamhet de närmaste fem åren (tabell 26). Över hälften (56 %) av företagen ansåg att världsarvet kommer att ha en ganska viktig betydelse och en fjärdedel av företagen trodde att världsarvet kommer att ha en mycket viktig betydelse för verksamheten.

Generellt kan man konstatera att företagen hade en optimistisk syn både på sin egen verksamhet och på turismens fortsatta utveckling i världsarvsområdet. Företagen ansåg att världsarvet har potential att utvecklas. De större företagen hade planer på att öka såväl sin verksamhet som sin personal, medan de mindre företagen i allmänhet höll en lägre profil. En orsak till detta är att de flesta mindre företagen är enmansföretag, som nyligen har påbörjat sin verksamhet och därför inte ännu har utrett alla möjligheter som står till buds. Som tidigare konstaterats är turistföretagen ofta en bisyssla och företagarna själva har varken kapacitet eller intresse att expandera sitt företag. På vilket sätt turismen i området växer och hur efterfrågan på tjänster och produkter utvecklas, inverkar också på företagets verksamhet och utbud.

Tabell 25. Företagens framtidsutsikter gällande turismens och de egna företagens utveckling de närmaste fem åren (1 = minskar betydligt, ... 5 = växer betydligt).

Bedömt ämne	Svarare		Bedömning, %					Medeltal	Standardavvikelse
			minskar betydligt	minskar i någon mån	hålls oförändrad	växer i någon mån	växer betydligt		
	n	%							
Företagets verksamhet	32	100	-	-	19	66	16	3,97	0,59
Företagets personal	32	100	-	-	69	25	6	3,38	0,61
Områdets turism	30	94	-	-	7	83	10	4,03	0,41

Tabell 26. Världsarvet Kvarkens skärgårds betydelse för företagens verksamhet i framtiden (1 = ingen alls, ... 5 = mycket stor).

Bedömt ämne	Svarare		Bedömning, %					Medeltal	Standardavvikelse
			inte alls viktigt	inte så viktigt	måttlig	ganska viktigt	mycket viktigt		
	n	%							
Områdets betydelse	32	100	3	9	6	56	25	3,91	1,00

Förutom att företagen intervjuades om sina framtidsutsikter, ville man genom undersökningen även ta reda på hur företagen utnyttjar världsarvet Kvarkens skärgård i turismen i området (tabell 27). Frågan bestod av tre delar: finns det outnyttjade möjligheter för turismen inom världsarvet, skapar världsarvet mervärde för företaget och kommer företaget att utnyttja världsarvet i den framtida verksamheten. De flesta företagen (86 %) ansåg att det finns många eller särskilt många outnyttjade möjligheter inom turismbranschen i världsarvsområdet. Tyvärr finns ingen information att tillgå om vilka dessa möjligheter är. Några exempel på verksamhet som kunde utvecklas är inkvarteringen på Replot, fisketurismen och det faktum att det finns potential att ta emot utländska besökare inom världsarvet. Frågan om huruvida världsarvet ger mervärde för företaget eller dess produkter besvarades positivt. Hela 78 % av svararna ansåg att världsarvet ger mervärde för deras företag eller produkter. I framtiden kommer samtliga företag att utnyttja världsarvet i sin verksamhet, 58 % ganska mycket, 29 % särskilt mycket och 13 % i en måttlig mängd.

Tabell 27. Företagens uppfattning om världsarvet Kvarkens skärgårds inverkan på deras verksamhet i framtiden (1 = inte alls, ... 5 = ganska mycket).

Bedömt ämne	Svarare		Bedömning, %				
			inte alls	ganska litet	måttligt	ganska mycket	särskilt mycket
	n	%					
Tror ni att det finns outnyttjade möjligheter för turismen inom världsarvet?	29	100	-	7	7	69	17
Skapar kännedom om världsarvet mervärde för ert företag eller dess produkter?	32	100	3	3	16	47	31
Kommer ert företag att utnyttja världsarvet i sin verksamhet i framtiden?	31	100	-	-	13	58	29
Svarare totalt	32						

3.6 Feedback och önskemål till Forststyrelsen

Företagarna som deltog i företagsundersökningen gav gärna feedback, önskemål och idéer om hur världsarvsområdet och turismsamarbetet kunde utvecklas. Kommentarer antecknades under intervjuernas lopp och i samband med vissa ämnen tillfrågades företagaren om önskemål eller framtidsplaner.

De konkreta förbättringsförslagen gällde världsarvsområdets service, till exempel bättre och fler bryggor, naturstig och landstigningsmöjligheter. Det finns även behov av muddring och förbättring av inloppet till Svedjehamn. Vid Långgrundets rastplats vid Björkö–Panike vandringsled saknas goda landstigningsmöjligheter. Många av kommentarerna hade att göra med förbättring av säkerheten inom världsarvsområdet. Angående naturstigarna fanns det många önskemål. Lederna kunde märkas ut enligt svårighetsgrad och längs med stigarna borde det finnas information om hur lång sträcka det är kvar att vandra innan stigen är slut. Överlag borde lederna ses över eftersom vissa etapper är bristfälliga och farliga. Spångar borde bytas ut och svåråtkomliga etapper med stora stenar behöver mera skötsel. Underhåll av konstruktionerna är a och o. Några rastplatser är skräpiga och borde rengöras. Avfallshanteringen haltar även under högsäsongen. Båttransporten mellan Panike och Björkö ansågs vara för dyr för enskilda resenärer och för komplicerad att genomföra.

På det stora hela var företagarna nöjda med broschyrerna med information om världsarvet, men de hoppades att materialet skulle publiceras i god tid och att det skulle finnas fler språkalternativ.

Havets Hus fick blandad respons. Generellt ansågs informationsstället som en bra och emotsedd satsning på världsarvets kundservice. Dess synliga läge är viktigt med tanke på att turister lätt ska kunna hitta information om världsarvet Kvarkens skärgård. Företagarna tyckte dock att själva byggnaden är för liten för att ta emot turistgrupper och de önskade att kundservicen skulle uppnå en god nivå.

Under intervjuerna framgick det att företagen skulle vilja få mer information av Forststyrelsen och andra ansvariga gällande pågående verksamhet och framförallt om planerade åtgärder. Någon form av kontinuerlig kontakt, eventuellt via e-post, med aktuell information önskades. De pågående diskussionerna om anläggandet av en vindkraftspark har gjort att företagen upplever ett behov av att få så mycket information som möjligt om världsarvet, både vad gäller planer och verksamhet inom området.

Utsiktstornet i Svedjehamn väckte blandade känslor. Tornet är enligt en del företagare för dominerande och för högt och vägen till utsiktstornet ansågs komma att öka trafiken i det känsliga området. Forststyrelsen kritiserades för att satsa för mycket resurser på planering och för lite på konkreta investeringar och förbättringar i världsarvet.

4 Analys av resultaten och sammanfattning

I företagsundersökningen intervjuades 33 företag som antingen har ingått samarbetsavtal med Forststyrelsen eller har rätt att använda Kvarkens världsarvslogo. Dessa företag drar på något sätt nytt av världsarvsstatusen i sin turismverksamhet. Totalt 90 % av de planerade intervjuerna genomfördes, vilket innebär att svarsprocenten blev mycket hög. Största delen av företagen bedrev sin verksamhet på lokal nivå. Hela 70 % hade Korsholms kommun som sitt verksamhetsområde, 18 % var verksamma inom Korsnäs kommun och 15 % inom Malax kommuns gränser. De intervjuade hade en mycket god lokalkännedom och sakkunnighet om världsarvet Kvarkens skärgård.

Företagen hade inriktat sig på varierande huvudbranscher inom turismen. De vanligaste huvudbranscherna var rekreations- och nöjestjänster (39 %), resebyrå-, researrangörs- och guidetjänster (29 %) samt inkvartering (29 %). 39 % av företagen kategoriserade rubriken övriga som deras huvudbransch eftersom de ofta hade turismen som bisyssla.

Sommaren var den överlägset livligaste säsongen. Företagarna bedömde att både våren och hösten var ungefär lika aktiva perioder. Vintern var lågsäsong även om företagen har kapacitet att ta emot kunder även då. På vintern arrangerar turistföretagen olika aktiviteter, men dessa är mycket beroende av väderleken. I många fall är den ojämna fördelningen av kunder under verksamhetsårets lopp en bidragande orsak till att många företag har valt att driva sin turismverksamhet som bisyssla.

Frågan i företagsundersökningen som gällde kundkretsen besvarades av 31 företag. Svaren hade stor spridning, men cirka 35 % av företagen ansåg att drygt hälften av deras kunder var privata kunder och att hälften var företagskunder. Företagen skulle även göra en uppskattning av fördelningen mellan utländska och inhemska kunder. Största delen av företagarna (63 %) uppgav att antalet inhemska kunder utgjorde 75–100 % av alla kunder. Hälften av företagarna gjorde bedömningen att andelen utländska turister ligger inom 0–24 %. Företagen hade svårt att bedöma andelen kunder och framförallt från vilka länder kunderna kom. De vanligaste nationaliteterna bland de utländska kunderna var emellertid svenskar och tyskar. Många industriföretag i Vasaregionen har kunder som kommer från olika håll i världen i och med olika utländska projekt och orderbeställningar. Dessa utländska kunder besöker ofta också världsarvet Kvarkens skärgård och betjänas då till stor del av turistföretagarna i världsarvet. Generellt sett ansåg företagen att kunderna från ett flertal asiatiska länder hade ökat. Turistföretagens företagskunder från Finland utgjorde en mycket betydande del av verksamheten för många företag.

Världsarvsstatusen har bidragit till att myndigheter, kommuner och andra representanter har besökt världsarvet Kvarkens skärgård å arbetets vägnar. Detta har i sin tur haft en positiv inverkan på kundunderlaget. Även andra typer av företag och verksamheter i regionen har valt världsarvet Kvarkens skärgård som destination för sina rekreationsdagar (TYKY-verksamhet).

Enligt undersökningen var företagen nöjda med sin verksamhet. Ungefär hälften av företagen besvarade frågan om företagets personal. I medeltal hade företagen 2,5 fastanställda personer. De flesta av företagarna i enmansföretagen räknade sig själva som anställda. Företagen hade anställt mer visstidsanställdpersonal (i medeltal 3,6 personer) på grund av att de behövde tillfällig personal under den ofta intensiva sommarsäsongen. De 17 företag som besvarade frågan hade sammanlagt 123 anställda, av vilka 54 var fastanställda.

Företagen använde kontinuerligt världsarvets områden och hade många konstruktiva idéer och synpunkter. Majoriteten av företagen (82 %) ansåg att världsarvet Kvarkens skärgård var ganska

viktigt eller mycket viktigt för deras verksamhet. Detta innebär antagligen att företagen har ett stort intresse av att delta i utvecklingen av området. De tre populäraste aktiviteterna företagen erbjöd sina kunder var möjligheten att bekanta sig med världsarvet (53 %), friluftsliv (47 %) samt fiske (47 %).

Det finns förbättringsförslag och önskemål angående både servicen och säkerheten inom världsarvet. Verksamheten har potential att öka, men infrastrukturen kommer inte att kunna leva upp till turismens behov. Det sämsta betyget fick tjänsterna för personer med särskilda behov. Detta på grund av att det än i dag finns endast en naturstig som är delvis anpassad för rörelsehindrade i området. Många goda förbättringsförslag lades fram, bland annat föreslogs en ramp för att rörelsehindrade ska kunna gå ombord på båtar samt att sevärigheter eller motsvarande kunde planeras så att de redan för början är tillgängliga för alla besökare. Toaletter, sopstationer och bryggor kunde förbättras eller byggas ut på motsvarande sätt. Vissa sträckor längs vandringslederna är i dåligt skick och i behov av en ansiktslyftning. Forststyrelsens informationsmaterial och samarbetet med Forststyrelsen fick bra betyg, vilket underlättar arbetet i fortsättningen. Trots detta finns ett missnöje i och med att företagen tidvis upplever brist på information om saker som gäller området. Företagen vill veta vad som är aktuellt angående planer och åtgärder i världsarvsområdet.

Företagen som deltog i undersökningen var nöjda med sin verksamhetsmiljö och de hade även en positiv syn på samarbetet med andra företag i branschen. De flesta företagen samarbetade i någon mån med varandra, främst inom transporter, program och inkvartering. Trots det goda resultatet, fanns det ändå önskemål om utökat samarbete inom turismnäringen. Bättre interaktion mellan olika företag kunde till exempel gynna programutbudet för barnfamiljer. I dag har man inte heller något större samarbete med Höga kusten i Sverige, även om några projekt har fallit ut positivt. Möjligheterna att samarbeta med Höga kusten är än så länge begränsade. Företagen ansåg att avståndet är för långt och att det är en utmaning att skapa attraktiva, prisvärda produkter.

En ny världsarvsguidekurs för företagare hade stor efterfrågan, trots att en betydande del av företagen har bott eller bor inom världsarvsområdet och deras kunskapsnivå om världsarvet Kvarkens skärgård är hög. Guider och övriga företagare ansåg även att det skulle vara värdefullt att få tillgång till mer information om områdets geologiska särdrag, om lokal- och kulturhistoria samt om till exempel fiske, traditioner och anekdoter. Kunderna frågar allt oftare efter vad som är specifikt för just detta resmål. Åsikterna om kvaliteten på informationsmaterialet var positiva. Mest uppskattning fick broschyrer och annat tryckt material. Webbplatserna användes antingen väldigt mycket eller inte alls. Av intervjuerna framgick att företagen utanför världsarvet Kvarkens skärgård kunde ha bättre marknadsföringsmaterial om världsarvet. I många fall har det inte funnits material att ge till potentiella kunder. Som förslag nämndes bildspel av foton som kunde användas under flera års tid av bland annat företag inom hotell- och inkvarteringsbranschen.

Principerna för hållbar naturturism verkade inte orsaka bekymmer eller utmaningar för företagen. Enligt svaren kan företagen tillämpa principerna tillsammans med olika samarbetspartner, med kunder, företagsnätverket och Forststyrelsen. Principernas innehåll fick ännu bättre betyg, vilket betyder att företagen inte borde ha några problem att delge och följa principerna för hållbar naturturism i praktiken.

Framtiden ser ljus ut. 83 % av svaren ansåg att turismen inom området kommer att växa i någon mån och 10 % trodde att turismen kommer att växa betydligt. Samma optimism fanns beträffande företagens verksamhet och tillväxt. Antalet anställda kommer dock att hållas oförändrat enligt 69 % av svaren eftersom många företag är beroende av sin egen insats. Världsarvet Kvarkens skärgård förutspås ha en stor betydelse för företagen även i framtiden. 81 % av företagen ansåg att världsarvet kommer att ha en rätt stor eller en mycket stor betydelse för deras framtida verksamhet. Undersökningen försökte även ta reda på hur och i vilken utsträckning världsarvet kommer att på-

verka verksamheten inom turismen. De flesta (86 %) bedömde att det fortfarande finns outnyttjade möjligheter inom världsarvet Kvarkens skärgård. Företagen hade planer på och en önskan om att utveckla sina produkter. Detta vill man göra med hjälp av mera samarbete och bättre koordinering av vissa delar av verksamheten, såsom marknadsföring, samt genom en turismplan för världsarvet Kvarkens skärgård. Som förslag nämndes en gemensam bokningscentral för företagens produkter.

Kännedom om världsarvet Kvarkens skärgård skapar mervärde åt företagen och dess produkter enligt 78 % av svaren. Något förvånansvärt är det att hela 87 % av företagen kommer att utnyttja världsarvet mycket eller skärskilt mycket i sin verksamhet.

Kombinationen av ett glesbefolkat område, ett rikt kulturarv, en ren miljö och unika geologiska formationer ger världsarvet Kvarkens skärgård goda förutsättningar att profilera sig inom naturturismen. Dessutom har Kvarkens skärgård alla möjligheter att bli ett rese-mål, som baserar sig på hållbar utveckling och som bevarar sina natur- och kulturarv för invånare, besökare och framtida generationer.

Tackord

Tack till alla företagare som ställde upp på en intervju och delgav oss era värdefulla åsikter och erfarenheter. Utan er flexibilitet skulle undersökningen inte ha fått ett bra underlag. Ett stort tack även till alla som har gett värdefulla kommentarer under arbetet med undersökningen.

Källor

Forststyrelsen 2009a: Förvaltnings- och utvecklingsplan för världsarvet Kvarkens skärgård.
– Forststyrelsens naturskyddspublikationer. Serie C 59. 77 s.

Forststyrelsen 2009b: Webbplatsen för Kvarkens skärgård. –
<www.kvarken.fi/Link.aspx?id=550790>, 7.12.2009.

Meriruoho, A. 2010: Besökarundersökning på världsarvet Kvarkens skärgård 2009. – Forststyrelsens naturskyddspublikationer. Serie B 135. 50 s.

Frågeformulär

Forststyrelsen

Österbottens naturtjänster Konfidentiellt

Frågeblankett nr _____

Svarsdatum _____



FÖRETAGSUNDERSÖKNING FÖR VÄRLDSARVET KVARKENS SKÄRGÅRD

Anvisningar för ifyllande:

Informationen som samlas in genom denna företagsundersökning kommer att utnyttjas för utveckling av världsarvet Kvarkens skärgård. De insamlade uppgifterna behandlas strikt konfidentiellt och rapporteras så att det inte är möjligt att ta reda på uppgifter om enskilda företag från rapporten.

Vi hoppas att ni svarar omsorgsfullt på alla frågor på blanketten och vi ber er beakta följande anvisningar:

1. Läs frågorna noggrant.
2. Svara på frågorna **separat för varje företag** genom att kryssa för ett alternativ i frågorna med svars_cirkel (○). Flervalfrågor har rutor (□) där man kan välja flera alternativ. För vissa frågor ber vi er skriva ett fritt formulerat svar.
3. Vi kommer överens om en särskild intervjutid med er och det inte är nödvändigt att fylla i blanketten på förhand, men vi hoppas att ni har tid att bekanta er med frågorna före intervjun.
4. För mer information vänligen kontakta Annastina Sarlin, tfn 040 195 8589, annastina.sarlin@metsa.fi eller Anna Meriruoho, tfn 0205 64 6029, anna.meriruoho@metsa.fi.

TACK!

FÖRETAGETS BAKGRUND

1. Företaget

Företagets namn _____

Grundat år _____

Samarbetsavtalets nummer _____

FO-nummer _____

2. Svararen

Namn _____

Position eller uppgift i företaget _____

Svarsdatum _____ . _____ . 20 _____

3. Företagets verksamhetsområde (välj vid behov flera alternativ)

hela Finland

ett eller flera län, vilket eller vilka? _____

ett eller flera landskap, vilket eller vilka? _____

Vasa stad

Korsholms kommun

Malax kommun

Vörå-Maxmo kommun

Korsnäs kommun

någon annan kommun, vilken? _____

4. Företagets huvudbransch(er) i prioritetsordning (1 = den viktigaste, 2 = den näst viktigaste etc.)

___ inkvartering

___ restaurangtjänster

___ persontrafik

___ resebyrå-, researrangörs- och
guidetjänster

___ kulturtjänster

___ rekreations- och nöjestjänster

___ diverse turisttjänster

___ annan, vilken? _____

5. Vilka är de viktigaste tjänsterna och aktiviteterna som ert företag erbjuder? (nämna högst tre)

a) överlag: _____

b) inom världsarvet Kvarkens skärgård: _____

KUNDER

6a. Hur stor andel av era kunder är			
finländare	_____ %	privatpersoner	_____ %
utlänningar	_____ %	företagskunder	_____ %
sammanlagt	100 %	sammanlagt	100 %
6b. Hur fördelar sig era kunder mellan olika nationaliteter? Fyll i de viktigaste nationaliteterna och deras andel av era utländska kunder totalt.			
svenskar	_____ %	annan, vad?	_____ %
tyskar	_____ %	annan, vad?	_____ %
britter	_____ %	annan, vad?	_____ %
fransmän	_____ %	övriga	_____ %
		sammanlagt	100 %
6c. Har er kundkrets förändrats på senare tid eller uppskattar ni att förändringar kommer att ske inom den närmaste framtiden? Om ni svarar ja, varför tror ni att förändringen sker?			

7a. Hur fördelar sig era kunder på olika årstider?		
sommaren (1.6–31.8.)	_____ %	
hösten (1.9–30.11)	_____ %	
vintern (1.12–28.2.)	_____ %	
våren (1.3–31.5.)	_____ %	
sammanlagt	100 %	
7b. Har kundernas fördelning i säsonger förändrats? Finns det skillnader mellan antalet privatpersoner och företagskunder under olika säsonger?		

PERSONAL

8. Antalet anställda och årsverken i ert företag år 2008.

fast anställda på heltid	_____ personer och cirka	_____ årsverken
fast anställda på deltid	_____ personer och cirka	_____ årsverken
visstidsanställda på heltid	_____ personer och cirka	_____ årsverken
visstidsanställda på deltid	_____ personer och cirka	_____ årsverken

9. Vilka typer av utbildning skulle ert företag vara intresserat av under de fem följande åren?

- områdets geologi
- världsarvet
- områdets natur och arter
- områdets kulturarv och historia
- guideutbildning
- säkerhetsfrågor
- kvalitetsfrågor
- miljö- och klimatfrågor
- annat, vad? _____

KVARKENS SKÄRGÅRD

10a. Utnyttjar företaget följande områden i affärsverksamheten? (se karta)

Världsarvet

Kvarkens skärgård

Svedjehamn/ Björkö-	På vilket sätt?	_____
Panike/ Bodbacken	antal kunder om året	_____
Sommarö	På vilket sätt?	_____
	antal kunder om året	_____
Rönnskär/ Storskär	På vilket sätt?	_____
	antal kunder om året	_____
Mickelsörarna	På vilket sätt?	_____
	antal kunder om året	_____
Valsörarna	På vilket sätt?	_____
	antal kunder om året	_____
Björkören	På vilket sätt?	_____
	antal kunder om året	_____
Molpehällorna	På vilket sätt?	_____
	antal kunder om året	_____
Norrskär	På vilket sätt?	_____
	antal kunder om året	_____
Annat	(se karta)	
naturskyddsområde		
Annat	På vilket sätt?	_____
_____	antal kunder om året	_____
Annat	På vilket sätt?	_____
_____	antal kunder om året	_____

10b. Har ni för avsikt att utöka verksamheten eller era produkter till andra naturskyddsområden utanför världsarvet och i så fall vilka?

11. Vilka aktiviteter erbjuder företaget (själv, inte som inköpt tjänst) inom världsarvet eller naturskyddsområdena? För vilka aktiviteter har företaget en gällande säkerhetsplan som är godkänd av räddningsmyndigheterna enligt konsument säkerhetslagen (2004)

	säkerhetsplan		säkerhetsplan
<input type="checkbox"/> stavgång	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> bekanta sig med kulturarv	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> friluftsliv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> hyrning av utrustning	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> fiske	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> caféverksamhet	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> undervisningsrelaterade besök	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> mat- och restaurangtjänster	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> skidturer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> rekreations- och utbildningsdagar för företag	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> snöskogång	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> inkvartering	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> snökoteråkning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> hyreslokaler	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> hundspanssåkning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> kryssningar	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> paddling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> fågelutflykter	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> uthyrning av båtar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> bekanta sig med världsarvet	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> charterbåtstrafik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ruttbåtstrafik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/>

12. Uppskattningsvis hur många gånger har ert företag utnyttjat världsarvet Kvarkens skärgård i verksamheten under de senaste 12 månaderna.

_____ gånger

13. Hur viktigt anser ni världsarvet Kvarkens skärgård vara för företagets verksamhet?

(5= mycket viktigt, 4= ganska viktigt, 3= ingen åsikt, 2= inte särskilt viktigt, 1=inte alls viktigt)

5 4 3 2 1
 mycket viktigt ○ ○ ○ ○ ○ inte alls viktigt

14. Hur stor del av era kunder uppskattar ni att även besöker världsarvet?

_____ %

15a. Utvärdera följande tjänsters kvalitet inom världsarvet Kvarkens skärgård.								
(5 = mycket bra, 4 = ganska bra, 3 = medelmåttig, 2 = ganska dålig, 1 = mycket dålig)								
	mycket bra	5	4	3	2	1	mycket dålig	vi har inte använt tjänsten
servicekonstruktioner vid infartslederna till området (parkeringsplatser, bryggor och landstigningsplatser osv.)		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
servicekonstruktioner i terrängen (eldplatser, stigar, bryggor, broar, vindskydd, toaletter)		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
konstruktionernas och ledernas säkerhet		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
skyltning i terrängen (informationstavlor, vägvisare)		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
vedförsörjning		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
avfallshantering (toaletter, sopstationer, allmän ordning)		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
tjänster för personer med särskilda behov (t.ex. rörelsehindrade)		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
samarbetet mellan Forststyrelsens anställda och företagarna		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
informationsmaterial (broschyrer och annat material)		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
webbplatserna utinaturen.fi och kvarken.fi		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
utbildning som erbjuds av Forststyrelsen		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Café Kummelskär		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Annat, vad? _____		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>

Finns det något som är särskilt bra eller dåligt?

15b. Hur nöjda är ni allmänt taget med mängden tjänster och konstruktioner i världsarvet Kvarkens skärgård?

(5= mycket nöjd, 4=ganska nöjd, 3= ingen åsikt, 2= ganska missnöjd, 1= mycket missnöjd)

5 4 3 2 1
 mycket nöjd mycket missnöjd

Motivering:

16. Vilka önskemål har ni när det gäller utvecklingen av världsarvet Kvarkens skärgård (tjänster, konstruktioner och miljö) för att bättre motsvara ert företags behov?

ALLMÄN VERKSAMHETSMILJÖ OCH SAMARBETET MELLAN TURISTFÖRETAGEN

17. Verksamhetsmiljön var enligt min åsikt

(5 = mycket bra, 4 = ganska bra, 3 = medelmåttig, 2 = ganska dålig, 1 = mycket dålig)

	mycket bra	5	4	3	2	1	mycket dålig
jämfört med verksamhetsförutsättningarna för turismföretagande i Finland överlag		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
jämfört med verksamhetsförutsättningarna för turismföretagande i landskapet eller regionen		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
jämfört med verksamhetsförutsättningarna för turismföretagande i företagets kommun eller kommuner		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
bland företagarna i området		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
i samarbetet med Forststyrelsen		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
i det egna företaget		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

18. Samarbetar ni med andra företag inom världsarvet Kvarkens skärgård?

(5=särskilt mycket, 4=ganska mycket, 3=måttligt, 2=ganska litet, 1=inte alls)

5 4 3 2 1
särskilt mycket inte alls

19. Inom vilka områden samarbetar ni med andra företag inom världsarvet Kvarkens skärgård?

- | | | |
|---|--|--|
| 1 <input type="checkbox"/> marknadsföring | 6 <input type="checkbox"/> produktutveckling | 11 <input type="checkbox"/> annat, vad?
_____ |
| 2 <input type="checkbox"/> försäljning | 7 <input type="checkbox"/> inkvartering | |
| 3 <input type="checkbox"/> utrustning | 8 <input type="checkbox"/> catering | |
| 4 <input type="checkbox"/> evenemang | 9 <input type="checkbox"/> program | 12 <input type="checkbox"/> annat, vad?
_____ |
| 5 <input type="checkbox"/> produkter | 10 <input type="checkbox"/> transporter | |

20. Hur mycket samarbetar ni inom turism i världsarvet Kvarkens skärgård?

Företaget har _____ underleverantörer.

Företaget har _____ samarbetspartners (dvs. kunder betalar direkt till företagaren i fråga)

Företaget är underleverantör till _____ företag.

21a. Samarbetar ni med något turistföretag eller någon organisation inom världsarvet Höga Kusten?

(5= särskilt mycket, 4=ganska mycket, 3=måttligt, 2=ganska litet, 1= inte alls)

5 4 3 2 1
särskilt mycket ○ ○ ○ ○ ○ inte alls

21b. Vilken typ av samarbete har ni eller är intresserade av med Höga Kustens företag eller organisationer?

22. På vilket sätt har utnämningen Kvarkens skärgård till Unescos världsarv påverkat företagets verksamhet?

FORSTSTYRELSENS MATERIAL

23. Var söker ni information om världsarvet Kvarkens skärgård? (vid behov välj flera alternativ)

- Forststyrelsens webbplats www.utinaturen.fi
- Forststyrelsens allmänna webbplats (www.metsa.fi)
- Forststyrelsens webbplats www.kvarken.fi
- webbplatsen www.utflyktskarta.fi
- regionala webbplatser (www.turismosterbotten.fi, matkailu.vaasa.fi etc.)
- andra webbplatser, vilka: _____
- broschyrer eller guider (t.ex. [retkeilyopas](http://retkeilyopas.fi))
- andra källor, vilka? _____

24a. Hur nyttigt anser ni att Forststyrelsens material om världsarvet Kvarkens skärgårds och dess natur- och kulturvärden är?

(5=mycket nyttigt, 4=ganska nyttigt, 3=medelmåttigt, 2=inte så nyttigt, 1=inte alls nyttigt)

	mycket nyttigt	5	4	3	2	1	inte alls nyttigt	vi har inte använt materialet
utinaturen.fi (t.ex. beskrivningar av utflyktsmål)		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
webbplatsen www.kvarken.fi		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
Terranova – Kvarkens naturcentrum		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
broschyrer och annat tryckt material		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>

24b. Vilken typ av information om världsarvet och dess unika egenskaper och i vilken form skulle ni behöva i marknadsföringssyfte?

25. Hur ställer ni er till möjligheten att använda Kvarkens logotyp?

- Vårt företag använder redan Kvarkens logotyp
- Vi är intresserade av att ansöka om rätt att använda Kvarkens logotyp
- Vi använder inte logotypen och har inget intresse av att göra det. Motivering:

HÅLLBAR NATURTURISM

26a. Utvärdera de bifogade principerna för hållbar naturturism inom Forststyrelsens naturskyddsområden utgående från följande egenskaper. Svara på varje punkt.							
(5 = mycket god, 4 = ganska god, 3 =ingen åsikt, 2 =ganska dålig, 1 = mycket dålig)							
	mycket god	5	4	3	2	1	mycket dålig
principernas acceptabilitet i stort sett		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
principernas lämplighet för företagets verksamhet		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
principernas genomförbarhet		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
principernas tydlighet och begriplighet		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
26b. Bedöm hur man har lyckats med att förverkliga principerna för hållbar naturturism.							
(5 = mycket bra 4 = ganska bra, 3 =ingen åsikt, 2 =ganska dåligt, 1 = mycket dåligt)							
	mycket bra	5	4	3	2	1	mycket dåligt
företaget och kunderna		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
företagets intressegrupper		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
företagsnätverket i området		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Forststyrelsen		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

FRAMTIDEN

Tidsperioden som avses i detta avsnitt är fem år.

27. Vilka framtidsutsikter har ert företag när det gäller verksamhetens utveckling?							
(5= växer betydligt, 4 = växer i någon mån, 3 = hålls oförändrad, 2 = minskar i någon mån, 1 = minskar betydligt)							
		5	4	3	2	1	
Företagets verksamhet	växer betydligt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	minskar betydligt

28. Vilka framtidsutsikter har ert företag när det gäller antalet personal?							
(5= ökar betydligt, 4 = ökar i någon mån, 3 = hålls oförändrat, 2 = minskar i någon mån, 1 = minskar betydligt)							
		5	4	3	2	1	
Företagets personalantal	ökar betydligt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	minskar betydligt

29. Hur viktigt anser ni att världsarvet Kvarkens skärgård är för företagets verksamhet de kommande åren?

(5 = mycket stor, 4 = rätt stor, 3 = ingen åsikt, 2 = rätt liten, 1= ingen alls)

5 4 3 2 1
mycket stor ingen alls

30. Hur kommer turismen i området att utvecklas under de fem följande åren enligt er uppskattning?

(5= växer betydligt, 4 = växer i någon mån, 3 = hålls som förut, 2 = minskar i någon mån, 1 = minskar betydligt)

	växer betydligt	5	4	3	2	1	minskar betydligt
turismen i världsarvets kommuner		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
turismen inom världsarvet Kvarkens skärgård		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

31. Är ni intresserade av att utöka företagets verksamhet eller utveckla nya produkter inom världsarvet Kvarkens skärgård? Tror ni att det finns outnyttjade möjligheter inom världsarvet? Vilka förutsättningar saknas inom världsarvet/verksamhetsmiljön?

VÄRLDSARVET

32a. Utnyttjar man världsarvet i områdets turism?

(5= särskilt mycket, 4=ganska mycket, 3=måttligt, 2=ganska litet, 1= inte alls)

	särskilt mycket	5	4	3	2	1	inte alls
Tror ni att det fortfarande finns outnyttjade möjligheter för turism inom världsarvet?		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Skapar kännedom om världsarvet mervärde för ert företag eller dess produkter?		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Kommer ert företag att utnyttja världsarvet i sin verksamhet i framtiden?		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

32b. Behöver ni material om världsarvet? Vilken typ av material skulle ni vilja ha och i vilken form? (t.ex. elektroniskt eller tryckt material)

Principer för hållbar naturturism

Forststyrelsen lanserade 2004 Principerna för hållbar naturturism, som man försöker främja i all egen verksamhet samt i samarbetet med turistföretagarna. Nedan presenteras dessa nio principer för hållbar naturturism och exempel på vad de innebär på naturskyddsområdena, ödemarksområdena och objekt som ingår i skyddsprogrammen.

På våra naturskydds- och ödemarksområden samt områden som ingår i skyddsprogrammen utövas hållbar naturturism så att...

1. Naturvärden bevaras och verksamheten stöder naturskyddet

- Naturen är resans viktigaste syfte.
- Besökare informeras om naturen och naturskydd.
- Turismen stör inte naturen och alla områden är inte lämplig för turism.
- Grupperna är små och när det är möjligt används stigar.
- Turismen styrs med hjälp av placeringen av serviceutrustning och anvisningar.
- Byggnader anpassas till omgivningen, natursköna områden bevaras obebyggda.
- Slitage på naturen och annan miljöpåverkan uppföljs och vid behov vidtas åtgärder.

2. Miljön belastas så lite som möjligt

- Man fungerar på naturens villkor och undviker all slags belastning på miljön.
- Målsättningen är miljövänlig friluftsliv och utan sopor.
- Ved används sparsamt.
- Utsläpp i vatten och luft minimeras och förnyelsebara energikällor prioriteras.
- Forststyrelsen och företagare föregår som gott exempel i miljöfrågor.

3. Den lokala kulturen och traditioner respekteras

- Man bekantar sig med den lokala kulturen med öppna sinnen.
- Den lokala kulturen beaktas i mån av möjlighet i utbudet av information och upplevelser.
- Guiderna har bra lokalkännedom

4. Besökarnas uppskattning av och kunskap om naturen och kulturen ökar

- Man söker information om området i förväg.
- Informationen är lättillgänglig och intressant.
- Besökarna erbjuds möjlighet att delta i skötseln av området.
- Guiderna är välutbildade.

5. Besökarnas möjligheter till rekreation i naturen förbättras

- Man tar i beaktande också övriga som rör sig i naturen.
- Tjänsterna anpassas efter efterfrågan och besöksmålet.
- Inom områdena erbjuds naturens lugn och ro samt guideade turer.
- Turismprodukter utvecklas tillsammans med företagare.

6. Besökarnas psykiska och fysiska välmående förstärks

- Besökare uppmanas till fysisk aktivitet.
- Vandringsutrustningen är ändamålsenlig.
- Både lätta och krävande utflyktsmål står till buds.
- Det erbjuds möjligheter till naturupplevelser.
- Konstruktionerna, lederna och de erbjudna programservicen är trygga.

7. En positiv inverkan på den lokala ekonomin och sysselsättningen

- Lokala företagares produkter och tjänster används i mån av möjlighet.
- Lokalbefolkningen erbjuds arbete om möjligt, men samtidigt beaktas också att människor och idéer utifrån kan vara en resurs vid utvecklingen av hembygden.

8. Informationen och marknadsföringen är kvalitativ och ansvarsfull

- Sakuppgifterna är tillförlitliga.
- Informationsverksamheten grundar sig på öppenhet och växelverkan.
- Marknadsföringen står ej i strid med naturskyddet.

9. Verksamheten planeras och förverkligas genom samarbete

- Besökares åsikter är viktiga.
- Fortbildning ordnas tillsammans med företagare.
- Alla intresserade är välkomna att delta i planeringen.
- I samarbetet prioriteras de som förbinder sig till dessa principer för hållbar naturturism.

Uusimmat Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisut

Sarja A

- No 185 Hyvärinen, E. & Sulkava, P. (toim.) 2009: Hyönteiskartoitukset Annjaloanjilla ja Toskaljärven ympäristössä Käsivarren erämaa-alueella 2007 ja 2008. 78 s.
- No 186 Mattus, I. 2010: Itä-Inarin paikannimistö. 278 s.
- No 187 Rantala, O. & Haanpää, M. (toim.) 2010: Luontolomia kaupunkikohteessa – luontomatkailun kehittäminen Rovaniemellä. 69 s.
- No 188 Haanpää, M. & Rantala, O. (toim.) 2010: Vieraskirjat palvelujen kehittämisen välineenä – ulkomaiset matkailijat Urho Kekkosen kansallispuistossa. 66 s.

Sarja B

- No 136 Kuivinen, A. 2010: Lauhanvuoren kansallispuiston kävijätutkimus 2007. 59 s.
- No 137 Kuivinen, A. 2010: Kauhanevan–Pohjankankaan kansallispuiston kävijätutkimus 2007. 53 s.
- No 138 Kuivinen, A. 2010: Lauhanvuoren ja Kauhanevan–Pohjankankaan kansallispuistojen yritystutkimus 2007. 71 s.
- No 139 Ohenoja, A. 2010: Käsivarren erämaan ja Kilpisjärven alueen yritystutkimus 2009. 68 s.
- No 140 Ohenoja, A. & Leppänen, T. 2010: Käsivarren erämaan ja Kilpisjärven alueen kävijätutkimus 2009–2010. 106 s.
- No 141 Laakso, J. 2010: Kilpisjärven luontotalon asiakastutkimus 2009. 44 s.
- No 142 Sarlin, A., Nygrund, S. & Meriruoho, A. 2010: Företagsundersökning i världsarvet Kvarkens skärgård 2009. 46 s.
- No 143 Sarlin, A., Nygrund, S. & Meriruoho, A. 2010: Merenkurkun saariston maailmanperintöalueen yritystutkimus 2009. 48 s.

Sarja C

- No 75 Metsähallitus 2010: Vorlokin Natura 2000 -alueen hoito- ja käyttösuunnitelma. 48 s.
- No 79 Metsähallitus 2010: Aatsinki-Onkamon, Peuratunturin ja Suksenpaistama-Miehinkävaaran Natura 2000 -alueiden hoito- ja käyttösuunnitelma. 61 s.
- No 80 Metsähallitus 2010: Kolvananuuro ja lähialueet Natura 2000 -alueen hoito- ja käyttösuunnitelma. 77 s.
- No 82 Metsähallitus 2010: Metsäkylän Natura 2000 -alueen hoito- ja käyttösuunnitelma 2009–2018. 41 s.
- No 85 Kyöstilä, M., Erkkonen, J., Sulkava, P. & Lohiniva, S. 2010: Pallas–Yllästunturin kansallispuiston luontomatkailusuunnitelma. 82 s.
- No 86 Pulkkinen, P., Partanen, T., Kiiskinen, A. & Laakkonen, M. 2010: Pallas–Yllästunturin kansallispuiston kalavesien hoito- ja käyttösuunnitelma. 40 s.

ISSN 1235-8983
ISBN 978-952-446-826-8 (pdf)

www.metsa.fi/julkaisut
www.kvarken.fi