

Taina Olkkola

KESÄMATKAILUN VETOVOIMATEKIJÄT – CASE SAIJAN LOMAKARTANO



Tradenomi

Syksy 2016



KAJAANIN
AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

TIIVISTELMÄ

Tekijä(t): Olkkola Taina

Työn nimi: Kesämatkailun vetovoimatekijät – case Saijan Lomakartano

Tutkintonimike: tradenomi, liiketalous

Asiasanat: matkailu, matkailija, turisti, attraktiot, vapaa-aika, työntö- ja vetovoimatekijät, matkailupalvelut

Opinnäytetyön aiheena on vapaa-ajan kesämatkailuun liittyvät vetovoimatekijät. Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana oli Saijan Lomakartano. Opinnäytetyön teoriaosuus käsittelee matkailuun vaikuttavia tekijöitä, työntö- ja vetovoimatekijöitä sekä luonnon ja kulttuurin vetovoimatekijöitä. Teoriaosuudessa käsitellään myös Taivalkosken matkailua ja Suomea matkailumaana.

Työn empiirinen osuus muodostuu kesämatkailijoille tehtyyn kyselyyn. Kyselytutkimus toteutettiin Oulun Erämessuilla toukokuussa 2015 ja Saijan Lomakartanossa sekä Kallioniemessä kesä- ja elokuun 2015 välisenä aikana. Kyselylomakkeet olivat kaikkien paikalla olleiden matkailijoiden täytettävissä. Tutkimuksessa selvitettiin matkailun vetovoimatekijöitä, mitkä kiinnostavat kesämatkailijoita. Tavoitteena oli löytää tuotteita/palveluja, joita tuottamalla saataisiin kesämatkailijoita kiinnostumaan Saijan Lomakartanosta ja tulemaan sinne loman viettoon.

Tutkimustulosten perusteella suurimmat vetovoimatekijät kesämatkailijoiden keskuudessa ovat luontoon ja ympäristöön liittyvät tekijät sekä luontoon liittyvien retkien saatavuus. Tärkeitä tekijöitä ovat myös ravintola- ja majoituspalveluiden laatu. Saijan Lomakartanossa on hyvät edellytykset luontoon liittyvien retkien järjestämiseen sijaintinsa takia. Ympäröivät metsät, järvet ja joet ovat käytettävissä vaellukseen, pyöräilyyn, melontaan ja kalastukseen. Ravintola- ja majoituspalvelut ovat hyvällä tasolla Saijan Lomakartanossa, pieniä kehityskohteita saatiin tutkimuksen tuloksena. Opastettujen ja omatoimisten retkien monimuotoisuus ja palveluiden parantaminen nousi esille kehityskohteiksi tutkimuksen seurauksena. Paikan tunnettuutta tulee parantaa varsinkin internetin välityksellä, koska se on yleisin tietolähde matkailijoille kesälomakohteen valinnassa.

ABSTRACT

Author(s): Olkkola Taina

Title of the Publication: Attractions in the Summer Tourism – Case Saija Lodge

Degree Title: Bachelor of Business Administration

Keywords: tourism, tourist, attractions, free-time, push and pull factors, tourism services

The subject of this Bachelor's thesis are the pulling factors in summer-time tourism. This thesis was commissioned by Saija Lodge. Theory part of the thesis addresses factors affecting tourism, push and pull factors and nature and culture attractions. The theory part also addresses tourism in Taivalkoski and Finland.

The empiric part of this thesis consists of a questionnaire which was distributed to summer tourists. The survey was carried out in Erämessut-fair in Oulu in May 2015, in Saija Lodge and Kallioniemi in June-August 2015. The questionnaire was available for all tourists to fill in. The survey investigated the pulling factors which summer travellers are interested in. The objective was to find products/services which would attract summer tourists to Saija Lodge and spend their holiday there.

On the grounds of the results the biggest pulling factors among summer tourists are factors linked to nature and environment and the availability of treks related to nature, too. Other meaningful factors are the quality of restaurant and accommodation services. Because of its location, Saija Lodge has good conditions for organising nature-related treks. The surrounding forests, lakes and rivers are available for hiking, biking, paddling and fishing. Also, the restaurant and accommodation services in Saija Lodge are in a good level. As a result, some minor areas of development were found during the survey. The versatility of both independent and guided treks and enhancing the services were brought up as areas to be developed. The conspicuousness of the place should be enhanced especially via the Internet because it is the most common information source tourists use when choosing their summer holiday attraction.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
2 MATKAILUN MÄÄRITELMÄT	2
3 TAIVALKOSKEN KUNTA JA MATKAILU	4
3.1 Taivalkosken matkailun aluerakenne	5
3.2 Taustaa Taivalkosken matkailun vetovoimatekijöistä	5
4 SUOMI MATKAILUMAANA	8
4.1 Suomen matkailurakenne.....	9
4.2 Suomalaisten matkustus	9
4.3 Ulkomaiset matkailijat Suomessa.....	10
5 MATKAILUUN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT.....	12
5.1 Elämys	12
5.2 Luonnon vetovoima	13
5.3 Kulttuurin vetovoima.....	14
5.4 Matkailun työntö- ja vetovoimatekijät.....	14
5.5 Matkailuun vaikuttavat vetovoimatekijät	17
5.6 Matkailuun vaikuttavat työntövoimatekijät	18
6 TUTKIMUS	21
6.1 Tutkimuksen tausta	21
6.2 Tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoite.....	22
6.3 Tutkimuksen toteutus	22
6.4 Tutkimustulokset	24
7. POHDINTA.....	40
LÄHTEET	44
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Saijan Lomakartano sijaitsee Taivalkosken Jokijärvellä, kirjailija – professori Kalle Pääntalon lapsuudenkodin Kallioniemen naapurissa. Saijan Lomakartanon isäntäpari on Helena ja Asko Karppinen. Saijan Lomakartano on rakennettu vuonna 1992, ja alun perin toiminta-ajatuksena oli tarjota majoitus-, ravintola- ja ohjelmapalveluja kesämatkailijoille. Kesämatkailijoita Taivalkoskelle ja Jokijärvelle houkuttelee Kallioniemi, Kalle Pääntalon lapsuudenkoti. Muutamassa vuodessa isäntäpari huomasi, että kesäkausi on liian lyhyt yritystoiminnan kannattavuuden kannalta, joten toimintaa laajennettiin talvikaudelle. Viimeisen 15 vuoden ajan pääsesonki on ollut talvi, ja kohderyhmänä ovat keskieurooppalaiset matkailijat. Vuonna 2015 yöpymisvuorokausia Saijan Lomakartanossa oli 6300, ja 75 % näistä yöpymisistä tapahtui talvisesonkina (joulukuu – huhtikuu).

Kesäaikana majoitustilat ja muut palvelut ovat vajaakäytöllä. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitkä ovat ne kesämatkailun vetovoimatekijät, jotka kiinnostavat kesämatkailijoita. Tutkimusongelmana oli selvittää, mitkä tuotteet tai palvelut voisivat kiinnostaa kesämatkailijoita ja miten tätä kautta kesämatkailua saataisiin lisättyä.

Tutkimus rajattiin koskemaan vapaa-ajan matkustamista. Tutkimuksen aineisto kerättiin kyselylomakkeella. Kyselylomake oli jaossa Oulun Erämessuilla 23. – 24.5.2015 ja Kallioniemessä sekä Saijan Lomakartanossa kesä – elokuun 2015.

Varsinainen matkailu eli turismi tapahtuu vapaa-aikana, ja se on matkailun keskeinen voimavara. Vapaa-aika mahdollistaa ihmisten liikkumisen vakinaisen asuin- ja työpaikan ulkopuolelle. Kehittyneiden yhteiskuntien ja vahvojen kansantalouksien tunnusmerkki on juuri vapaa-ajan runsaus. Kehittyneiden maiden pidentyneet vuosilomat ovat luoneet suuren potentiaalisten matkailijoiden joukon, jonka ulottuvilla on kaikki maapallon suomat attraktiot. (Vuoristo 2003, 26 – 27.)

2 MATKAILUN MÄÄRITELMÄT

Matkailun määritelmiä on useita erilaisia, ja määritelmät sisältävät lähes kaiken tilapäisen liikkumisen kodin ja työpaikan ulkopuolella. Matkailu on tärkeä toimiala kansantaloudelle, ja matkailuun kuuluu monta toimialaa. Lisäksi useat matkailuun liittyvät toimialat ovat työvoimapainotteisia.

Matkailu toimialana on varsin laaja kokonaisuus, joka sisältää useita toimialaluokituksen mukaisia toimialoja. TOL 2008-luokitus on tilastokeskuksen toimialaluokitus, jossa toimialat jaetaan pääluokkiin ja tarkempiin tasoihin sekä määritellään luokat (Tilastokeskus 2006, a). Matkailulle tyypillisiä toimialoja ovat majoitus, ravitsemistoiminta, matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta (varauspalvelut), urheilutoiminta, huvi- ja virkistyspalvelut ja muut henkilökohtaiset palvelut, kulttuuri ja viihdetoiminta sekä henkilöliikenne ja liikennettä palveleva toiminta (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015, 7).

Matkailu on toimintaa, jossa ihmiset matkustavat tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan (12 kuukautta) vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa (Tilastokeskus 2006 b.).

Matkailua tapahtuu sekä kotimaassa että ulkomailla. Kotimaanmatkailussa ihmiset matkustavat omassa asuinmaassaan, mutta tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan (1 vuosi) vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa (Tilastokeskus 2006, c.). Ulkomaanmatkailusta on kyse, kun tarkastelun kohteena olevan maan asukkaat matkustavat toiseen maahan tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella sijaitsevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan (1 vuosi) vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa (Tilastokeskus 2006 d.).

Matkailijat jaetaan kahteen kategoriaan helpottamaan matkailijoiden liikkumisen ja taloudellisten vaikutusten mittausta. Ensimmäisessä kategoriassa ovat turistit, jotka ovat vähintään yhden yön pysähdyksen tekeviä matkailijoita matkakohteessa. Toinen kategoria on retkeilijät, he ovat matkailijoita, jotka eivät tee yöpymistä matkakohteessa. Tämä kategoria, retkeilijät, sisältää päiväkävijät ja läpikulku-matkailijat. (Murphy 1985, 5.)

Vapaa-ajanmatka viittaa matkan tarkoitukseen ja motiiviin. Vapaa-ajanmatka on tavanomaisen elinpiirin ulkopuolelle tehty matka, jonka päätarkoituksena on ajanviete, lomavietto, virkistys, rentoutuminen, harrastukset jne. Matkan tekijä yleensä maksaa itse matkasta aiheutuneet kustannukset. Suomalaisten matkatutkimuksessa vapaa-ajanmatkaksi luokitellaan kaikki ne matkat, jotka eivät ole työ- tai kokousmatkoja. Näitä matkoja ovat mökkimatkat, vierailumatkat sukulais-ten ja tuttavien luo sekä vapaa-ajan risteilyt ja päivämatkat. (Tilastokeskus 2006, e.)

Matkailun toimialaan kuuluvaksi majoituspalveluksi määritellään lyhytaikaista majoitusta matkailijoille ja muille vierailijoille majoitusta tarjoava majoitusliike. Myös pitempiaikaiseen käyttöön, esim. komennustyöntekijöille majoittumistiloja tarjoavat majoitusliikkeet kuuluvat tähän ryhmään. Jotkut majoitusliikkeet tarjoavat vain majoitusta, kun taas toiset tarjoavat yhdistettyjä majoitus- ravitsemis- ja/tai virkistyspalveluja. (Tilastokeskus 2006, f.)

Ravitsemispalveluun kuuluvat välittömästi nautittaviksi tarkoitettujen aterioiden ja juomien tarjoilu ravintoloissa, itsepalvelu- ja noutoravintoloissa, pikaruuan myyntipisteissä ja muissa sen kaltaisissa paikoissa, joissa on asiakaspaikkoja (Tilastokeskus 2006, g.).

3 TAIVALKOSKEN KUNTA JA MATKAILU

Taivalkosken kunta sijaitsee Koillismaalla, Vaara-Suomessa, ja rajanaapureina ovat Kuusamo, Pudasjärvi, Posio, Suomussalmi ja Puolanka. Vaara-Suomen maisema-alue on saanut nimensä yli 50 metriä korkeista mäistä, ja se kuuluu laajalti yläköön sijaitessaan yli 200 metriä merenpinnan yläpuolella (Suomen maantieto).

Matkailullisesti Vaara-alue muodostuu luonnonmaantieteellisen aluejaon mukaan Vaara-Karjalasta sekä Kainuun ja Koillismaan vaaramaasta. Vaara-aluetta voidaan pitää hyvin lupaavana matkailun kasvualueena luontaisten matkailuedellytysten ja sijaintinsa vuoksi lähellä Venäjää. Vaara-alueen monipuolinen luonto soveltuu erinomaisesti sekä kesä- että talvimatkailuun, ja alueella on useita vetovoimaisia kansallispuistoja ja sotahistoriallisia kohteita. Myös Kainuusta alkava porotalous on Vaara-alueen ominaispiirre. (Vuoristo 2002, 100.)

Taivalkosken kunnan asukasmäärä vuoden 2013 lopussa oli 4251 asukasta (Tilastokeskus, 2013, i). Taivalkosken elinvoimaohjelman 2015 – 2021 (Taivalkoski 2015, 12) mukaan vuonna 2011 työpaikkoja oli 56 majoitus- ja ravitsemustoiminnassa, mikä on 4 % Taivalkosken kunnan työpaikoista.

Koillismaan seutukunnan matkailun aluetaloudellisista vaikutuksista ja kehittämisen lähtökohdista on tehty tutkimus vuonna 1997. Tutkimuksessa selvisi, että Taivalkoskella välitöntä matkailutuloa kevään ja kesän aikana saivat eniten majoitus- ja ravitsemisyriykset, huoltamot ja korjaamot sekä vähittäiskaupat. Talven ja kevään aikana välitön matkailutulo kertyi liikenteelle sekä virkistys- ja muille palveluyrityksille. (Hätälä 1997, 55.)

Taivalkosken kunnalle on tehty matkailustrategia vuonna 2005 Taivalvaara 2010-hankkeeseen liittyen. Hankkeen puitteissa on selvitetty matkailun kehittämisen tavoite. Tuolloin, vuonna 2005, Taivalkosken matkailun kehittämisen visio vuoteen 2010 oli: pienet toimijat yhdessä tarjoavat laadukkaita, opastettuja ja

Taivalkosken omiin vahvuuksiin, erityisesti luontoon ja kulttuuriin, perustuvia palveluita tarkoin valituille myös ulkomaalaisille kohderyhmille. (Taivalkoski 2005)

3.1 Taivalkosken matkailun aluerakenne

Taivalkoski sijoittuu vuonna 2005 tehdyssä Suomen matkailun aluerakennetutkimuksessa luonnonvetovoimaltaan korkeimpaan luokkaan, kulttuurivetovoimaltaan heikoimpaan eli neljänteen luokkaan, majoitus-, ravitsemis- ja liikennepalveluiltaan kolmanteen, keskitason luokkaan ja ohjelmapalveluiden ja tapahtumien osalta kolmanteen, keskitason, luokkaan. Kuntaluokittelussa Taivalkoski sijoittuu C-kuntaryhmään, eli keskitason matkailukuntiin. Keskitason matkailukunnat ovat matkailuvetovoimaltaan varteenotettavia, mutta niiden vetovoima ja palvelutarjonta vaihtelevat kuitenkin suuresti. Taivalkoski kuitenkin selkeästi ylittää C-tason vähimmäisvaatimukset luonnonvetovoimallaan. (MEK 2007)

3.2 Taustaa Taivalkosken matkailun vetovoimatekijöistä

Taivalkoskella on syntynyt ja lapsuutensa viettänyt Suomessa hyvin tunnettu kirjailija-professori Kalle Päätalo, ja hänen lapsuudenkotinsa Kallioniemi on nykyään museo. Kallioniemi sijaitsee Jokijärven rannalla, Saijan Lomakartanon naapurissa. Joka vuosi Taivalkoskella heinäkuussa vietetään Päätaloviikkoa, johon osallistuu matkailijoita ympäri Suomen.

Kalle Päätaloon liittyen on tehty tutkimus, tutkimuksen aiheena oli kirjallisuusmatkailu Kalle Päätalon maisemissa Jokijärvellä. Kalle Päätalon vetovoimaisuudesta matkailijoiden parissa kuvataan seuraavasti:

Päätalon luoma kuva suomalaisesta maaseudusta 1900-luvun alkupuoliskolla ei kaunistele, vaan tuo esiin kaikki elämän eri puolet, myös sen vaikeat ja epämiellyttävät asiat. Kirjojen tarinoissa ihmisten elämä ei ole aina ruusuista maaseudun todellisuuden keskellä. Eräs syy kirjojen suosioon

on se, että ne tuovat lukijoiden mieleen muistot omasta menneisyydestä; he voivat löytää niistä yhtymäkohtia omaan elämäänsä ja huomata, että muillakin on ollut samanlaisia vaikeuksia. Nykypäivän Jokijärvellä matkailija voi irrottautua kiireisestä kaupunkielämästä ja siirtyä sekä konkreettisesti että ajatuksissaan maaseudulle ja menneeseen aikaan. (Hiltula, 2003, 26 – 27)

Kulttuurimatkailuun liittyen Taivalkoskella on merkittävä toisen maailmansodan aikainen kapearaiteinen kenttärautatie, jonka Saksan armeija rakensi pääosin vankityövoimalla syyskuun 1942 ja tammikuun 1944 välisenä aikana. Kenttärautatie, Kenttärata, rakennettiin Hyrynsalmelta Kuusamoon. (Hyrynsalmen Vanha Asema.)

Taivalkosken kenttäratakohdetta on tutkittu, mutta tutkimusta Kenttäradan mahdollisuudesta matkailukohteena Taivalkoskella ei ole. Taivalkosken Isokummussa sijaitsee asema, jonne on pystytetty muistokivi kenttäradan uhreille vuonna 1994. Vuonna 2012 on maastoon merkitty kenttäratareittejä, jotka ovat käytännössä kohteilla kierteleviä opastettuja polkuja. Taivalkoskella on jo pidemmän aikaa haluttu perustaa Isokumpuun kenttäratakeskus, johon paikallisten keräämä muistoesineistö voitaisiin tallettaa asianmukaisesti. Hanke elää hiljaiseloa. (Kangasniemi 2012, 78.)

Kenttäratakohde voisi olla potentiaalinen matkailukohde kesämatkailijoille. Saijan Lomakartanosta tulee matkaa Isokummun asemalle n. 15 kilometriä. Taivalkosken kunnan itäpuolella, Etelä-Kuusamossa, sijaitsevat Julma Ölkyn kalliomaalaukset. Taivalkosken keskustasta matkaa kalliomaalauksille tulee n. 70 kilometriä ja Saijan Lomakartanosta n. 50 kilometriä.

Julma Ölkyn kalliomaalauksien vetovoimaisuudesta löytyy tutkimustuloksia. Kuusamon kulttuurimatkailusta on tehty tutkimus, tutkimuksessa tutkittiin mm. vetovoimamuuttujia. Tutkimustuloksena saatiin keskiarvolla mitattuna Kuusamon vetovoimaisimmaksi muuttujaksi Julma Ölkyn maalaukset (keskiarvo 3,5, jossa 1 = min ja 5 = max). (Raivo, Pyörnilä & Sepponen 2003, 61.)

Kuusamon matkailun kesävetovoimatekijöistä on tehty tutkimus v. 1997. Tutkimuksessa selvisi, että Kuusamon paikanvalintaan vaikuttaneista kesävetovoimatekijöistä keskiarvoltaan suurimmat muuttajat ovat kauniit maisemat, luonnon puhtaus, monipuolinen luonto, hiljaisuus ja rauhallisuus ja vaellus- ja retkeilymahdollisuudet. Myös kalastusmahdollisuudet, harrastusmahdollisuudet ja majoituspalvelut saivat yli 3 keskiarvon, muuttujan arvot välillä 1 – 5. (Kauppila 1997, 19.)

4 SUOMI MATKAILUMAANA

Suomen matkailukuva on luotu ja reititetty 1880-luvulla. Matkailureitti sisälsi Helsingin, Lappeenrannan, Imatran, Viipurin, Saimaan, Savonlinnan, Pielisen ja Kolin, Mikkelin, Kuopion, Iisalmen, Kajaanin, Oulun, Oulujoen kosket, Aava-saksan ja koko rannikkoseudun. Tämän reitin avulla levitettiin suomikuvaa maailmalla yli puoli vuosisataa. Matkailun avulla Suomi on etsinyt itseään ja juuriaan. Ensin kansallisen heräämisen ja itsetunnon rakentamiselle, ja sitten kansallisromantiikan avulla itsenäisyyden vahvistamiselle. Matkailua käytettiin niin poliittisena kuin sivistyksellisenä työkaluna. (Partanen 2009, 9.)

Suomen matkailun keskeneräisenä toiminta-ajatuksena voidaan tilastojen valossa pitää "luontaisten" edellytysten Suomea eli luontopainotteista, aktiivilomailun maana vahvistettuna liikematkailulla ja eräillä alueellisilla kulttuuriattractioilla. Tämä toiminta-ajatus ei ole toteutunut, vaikka toiminta-ajatus sinänsä onkin oikea ja vakiintunut aikojen saatossa. Suurin osa ulkomaisista matkailijoista suunnistaa "tuhansien järvien" ja tarunhoitoisen Lapin ulkopuolelle, kaupunkeihin. Ulkomaisista matkailijoista merkittävä osa on työmatkailijoita. Myös kotimaiset matkailijat viettävät vapaa-aikaansa maan eteläpuoliskolla, varsinkin rannikolla ja järvialueen eteläosissa. (Vuoristo 2002, 120)

Suomen matkailun kehitysnäkymien lähtökohtina on pidettävä Suomen matkailun luontaisiin edellytyksiin perustuvaa toiminta-ajatusta ja yleismaallisten trendien suhdetta Suomen oloihin ja kyseiseen toiminta-ajatukseseen. Yleismaailmallinen trendi on oletus matkailun määrällisen kasvun suuntautuminen Euroopan suhteellisen väljille reuna-alueille. Todennäköisesti halu viettää loma-ajat luonnon keskellä kasvaa voimakkaasti kaupungistuneissa Euroopan maissa ja myös eräissä muissa maissa, kuten Japanissa. Mikäli Suomessa on tarjolla kestävään kehitykseen pohjautuvia tuotteita ja palveluja, niin Suomen luonnon ja "tilan" markkina-arvo kasvavat entisestään. (Vuoristo 2002, 234)

4.1 Suomen matkailurakenne

Suomen matkailun aluerakenteesta on tehty tutkimusta vuodesta 1978 lähtien. Matkailun edistämiskeskus (MEK) on teettänyt tutkimukset neljä kertaa, vuosina 1978 (MEK A:12), 1985 (MEK A:54), 1991 (MEK A:74) (MEK, 2000) ja viimeisin on vuodelta 2005 (MEK, 2007).

Tutkimuksissa matkailun tarjonta jaetaan muuttujiin: luonnon- ja kulttuuriveto-voimaan, majoitus-, ravitsemis- ja liikennepalveluihin sekä ohjelmanpalveluihin ja tapahtumiin. Nämä muuttujat on vielä jaettu indikaattoreihin, joiden vetovoimaisuutta kunnissa on tutkittu. Tutkimuksen tuloksena on luokiteltu kunnat vetovoimaisuuksien mukaan kuuteen matkailukuntaluokkaan A, B, C, D1, D2, D3. Vaativimmiksi, potentiaalisiksi matkailukunniksi luokitellaan D1, D2 ja D3 luokkaan kuuluvat kunnat. Ylimmän tason matkailukunnat ovat A-luokkaa ja keskitason matkailukunnat ovat B ja C-luokkaa. Vetovoimaluokittelu jakaantuu neljään kategoriaan. (MEK 2007, 5)

4.2 Suomalaisten matkustus

Vuodesta 2003 lähtien on tilastoitu tammi – huhtikuulta suomalaisten vapaa-ajanmatkustusta. Vapaa-ajanmatkustus jakaantuu ulkomaanmatkoihin ja kotimaan matkoihin. Ulkomaan matkat jakaantuvat kolmeen ryhmään: päivämatkat (mukaan lukien päiväristeilyt), risteilyt ja yöpyminen kohdemaassa. Kotimaan matkat sisältävät maksullisen yöpymisen. Keväällä 2015 suomalaisten matkustus kotimaassa oli vilkkaampaa kuin vuotta aiemmin. Maksullisen majoituksen sisältäneitä matkoja oli 18 % enemmän kuin edellisellä vuotena. Tammi – huhtikuussa 2015 maksullisen majoituksen sisältäneitä kotimaanmatkoja suomalaiset tekivät 1,8 milj. matkaa. Tammi – huhtikuussa 2015 suomalaiset tekivät eniten ulkomaanmatkoja, jotka sisälsivät yöpymisen kohdemaassa. Näitä matkoja oli hieman yli 1,8 miljoonaa matkaa. Vastaavalla ajalla suomalaiset tekivät risteilyjä,

jotka sisältävät yöpymisen laivalla, vajaa 400 000 matkaa. Päivämatkoja suomalaiset tekivät yli 250 000 matkaa. (Tilastokeskus 2015, g)

4.3 Ulkomaiset matkailijat Suomessa

Tarkkoja lukumääriä ulkomaisista matkailijoista ei ole tiedossa, koska Suomi kuuluu Euroopan Unioniin ja Schengen-alueeseen, ja EU-kansalaisilla ei ole pasintarkastusta liikkeessään sisärajattomaan Schengen-alueeseen kuuluvasta EU-maasta toiseen (Euroopan Unioni 2016). Tilastokeskus kerää majoitusliikkeiltä tietoa yöpymisistä niin kotimaisten kuin ulkomaisten matkailijoiden osalta. Ulkomaisista matkailijoista Suomessa on saatavilla tietoa Matkailun edistämiskeskuksen teettämistä tutkimuksista, ja näitä tutkimuksia on tehty 1980-luvulta lähtien.

Kesäkaudella 2015 toukokuusta lokakuun loppuun suurin yöpyjäryhmä olivat ruotsalaiset, yli 248 000 yöpymisvuorokautta. Venäläisillä yöpymisiä oli reilu 240 000 vuorokautta, ja saksalaisilla oli yli 237 000 yöpymisvuorokautta. Nämä kolme maata ovat huomattavia maita yöpyjien suhteen, sillä seuraavaksi eniten yöpymisiä on Kiinasta ja Hong Kongista sekä Britannian, mutta näiden maiden yöpymiset jäivät reilusti alle 100 000 vuorokauden. (VisitFinland n.d.)

Ulkomaiset matkailijaryhmät ovat pysyneet lähes samoina vuosikymmenten ajan. Suurin muutos kesällä 1993 tehtyyn matkailijatutkimukseen verrattuna on, että ulkomaisista matkailijoista Suomessa suurimpien matkailijaryhmien joukkoon kuuluu näinä päivinä Ruotsin ja Saksan lisäksi Venäjä. Vuonna 1993 saapui paljon matkailijoista myös USA:sta. Vuonna 1993 matkailijoista 80 % saapui Suomeen lomamatkalle tai muulle vapaa-ajanmatkalle. Näiden lomamatkailijoiden kansallisuuksien osuudet olivat lähellä 90 prosenttia ruotsalaisten, norjalaisten, saksalaisten, sveitsiläisten, itävaltalaisien, italialaisten ja espanjalaisten kohdalla. (Matkailun edistämiskeskus 1994, 7 – 8)

Matkaseurana lomamatkalla noin puolella oli perhe, tai perheeseen kuuluva henkilö, viidesosalla oli ystävä, 15 % matkusti ryhmässä ja yksin matkusti runsas kymmenesosa (Matkailun edistämiskeskus 1994, 13). Kaksi tärkeintä syytä, joiden takia lomamatkailijat saapuivat Suomeen, olivat "luonnonläheisyys" ja "uusi matkakohde" (Matkailun edistämiskeskus 1994, 25). Seuraavaksi tärkeimmät syyt, jotka lomamatkailijat valitsivat matkakohteensa valintaan vaikuttaneeksi tekijäksi olivat "tuttu kohde", "ruuhkattomuus", "suomalainen yhteiskunta/kulttuuri", "saastettomuus" ja "siisteys" (Matkailun edistämiskeskus 1994, 25).

Samassa kesällä 1993 tehdyssä matkailijakyselyssä kysyttiin matkailijoilta myös lomamatkoilla harrastetuista aktiviteeteista, ja suosituin aktiviteettimuoto oli liikuminen luonnossa (40%). Viidennes lomamatkailijoista ilmoitti harrastaneensa uintia, ja seuraavaksi suosituimmat aktiviteetit olivat kalastus, marjastus/sienestys, soutu, erävaellus ja pyöräily. (Matkailun edistämiskeskus 1994, 39)

Ulkomaalaisten lomamatkailijoiden keskuudessa Suomi koetaan puhtaana ja luonnonläheisenä lomamatkailukohteena. Suomen luonto tarjoaa monenlaisia harrastusmahdollisuuksia lukuisten vesistöjen ja metsän antamissa puitteissa, kuten uinti, soutu, vaeltaminen, marjastus/sienestys ja pyöräily.

5 MATKAILUUN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

Vuoriston (2002, 15 - 17) mukaan matkailu tapahtuu alueellisessa ympäristössä, jonka peruselementit ovat lähtöalue, kohdealue ja matkailureitit. Lähtöalue antaa matkailuun vaikuttavat työntövoimatekijät eli kysyntärakenteet, joita ovat fyysinen ympäristö, yhteiskunnallinen ympäristö ja "lähtövalmius". Lähtövalmiuteen kuuluvat mm. motivaatio, tarpeet ja edellytykset. Kohdealueessa on lähtöalueella muodostuneen kysynnän tyydyttävä tarjonta, tarjontarakenteet eli vetovoimatekijät. Tarjontarakenteisiin kuuluvat fyysinen ympäristö, yhteiskunnallinen ympäristö ja "vastaanottovalmius" joka on vetovoimaa/attractiota. Vetovoimatekijöiden ilmenemismuotoja ovat mm. Lew (1987) tekemän määritelmän mukaan maisemat, aktiviteetit ja kokemukset. Matkailureitit ovat jo sinällään vetovoimatekijöitä; matkailija on liikkeellä, vaihtaa kohdetta ja saa elämyksiä matkustaessaan. Matkailureitit ovat joko kohdealueen ja lähtöalueen sisäisiä reittejä tai lähtö- ja kohdealueen välisiä reittejä.

Motivaatiolla tarkoitetaan päämäärään suuntautuvaa eli tavoitteellista käyttäytymistä ohjaavien vaikuttumien kokonaisuutta, ja tarpeella puolestaan tarkoitetaan sisäistä voimaa, jonka ihminen kokee halutessaan korjata epätydyttävän tilanteen, elämyksien puutteen tai ohjaavana tekijänä toiminnalle (Vuoristo 2002, 41).

5.1 Elämys

Matkailija hakee yleensä matkallaan elämyksiä, jotka hän voi saavuttaa kohdealueella tai matkallaan sinne. Elämyksestä on monta määritelmää, ja lisäksi sanoja kokemus sekä emotio käytetään kuvaamaan samaa asiaa. Elämyksen kokeminen on yksilön omista lähtökohdista syntyvää kokemista (Hemmi 2005, 388).

Hemmi (2005, 393- 394) toteaa yleistäen, että elämys on positiivinen tunnetila (emootio). Kokemus voi puolestaan olla joko positiivinen tai negatiivinen. Myönteinen, positiivinen kokemus ja tunteen synteesi, emootio, joka synnyttää muistijälkiä, muodostavat elämyksen.

Pinen ja Gilmoren (1999) sekä Mossbergin (2001) mukaan elämystä ei voi tilata, varata eikä noutaa. Muista tuotteista elämyksen erottaa se, että se on mieleenpainuva. Elämykseen liittyy myös tilannesidonnaisuus ja ainutkertaisuus. Elämyksen erityispiirre on se, että ne voivat olla yksittäisiä tapahtumia, tai pitkään jatkuvia, kuten esimerkiksi matkaelämys. Toteutuakseen elämys vaatii sekä fyysisen että mentaalisen läsnäolon. (Komppula 2002, 45)

5.2 Luonnon vetovoima

Luonnon vetovoima perustuu maisemallisten elämysten (esteettisen vetovoiman) lisäksi vapaa-ajan harrastuksiin (aktiiviteetteihin). Luonnonympäristö voi olla matkailun sallivaa, vaikka selkeästi erottuvia vetovoimatekijöitä ei olisikaan. Luonnonmaantieteelliset seikat vaikuttavat matkailuun, eli ilmasto, maanpinnan korkokuva, rannikot ja vesistöt sekä kasvisto ja kasvillisuus. Myös eläimistöllä on oma merkityksensä. Maantieteellinen sijainti voi muuntua matkailuvetovoimaksi, kuten valoisuus (kesäyön aurinko/kaamos) ja korkokuva (korkeusvyöhykkeet). (Hemmi & Vuoristo 1993, 76)

Matkailun tärkeimpiä tarkoituksia on ollut jo ennen massaturismin kehittymistä luonnon kokeminen, ja luonto on merkittävimpiä matkakohteita (Hemmi 2005, 333). Biologisesti luonto määritellään muodostuvaksi elollisesta luonnosta, kuten valosta, lämmöstä, vedestä, ilmakehästä, maaperästä ja kallioperästä (Hemmi 2005, 321). Vetovoimatekijät, jotka muodostavat luontomatkailun vetovoiman, ovat luonnon oma monimuotoisuus (villi luonto), ja etenkin luonnossa esiintyvien lajien monimuotoisuus sekä luonnonmaisemat, jotka koetaan miellyttäväksi (Hemmi 2005, 340).

Matkailijan suhde luontoon on pääosin tunnesuhde, luonnolla on uutuusarvoa varsinkin kaupungistuneelle ihmiselle ja luonto koetaan ”aitona”. Matkailijan suhde luontoon on myös tilannesidonnainen, muuttuva ja jopa tilapäinen. Luonnossa liikkueensa matkailija on lähempänä luontoa. (Hemmi 2005, 320)

5.3 Kulttuurin vetovoima

Ihmisten halu tutustua vieraisiin kulttuureihin ja niiden aikaansaannoksiin sekä myös oman kulttuuripiirin tarjoamiin nähtävyyksiin ja elämyksiin on kulttuurin vetovoimatekijä (Hemmi & Vuoristo 1993, 79). Kulttuurilla tarkoitetaan Vuoriston & Vesterisen (2002, 49) mukaan

1. ihmisen, kansan tai ryhmän toimintaa ja saavutuksia uskonnossa, tieteessä ja taiteessa (henkinen kulttuuri)
2. ihmisen, kansan tai ryhmän toimintaa tekniikassa ja elinkeinossa (aineellinen kulttuuri) ja
3. ihmisen, kansan tai ryhmän saavutusten kokonaisuutta (esim. saamelaiskulttuuri)

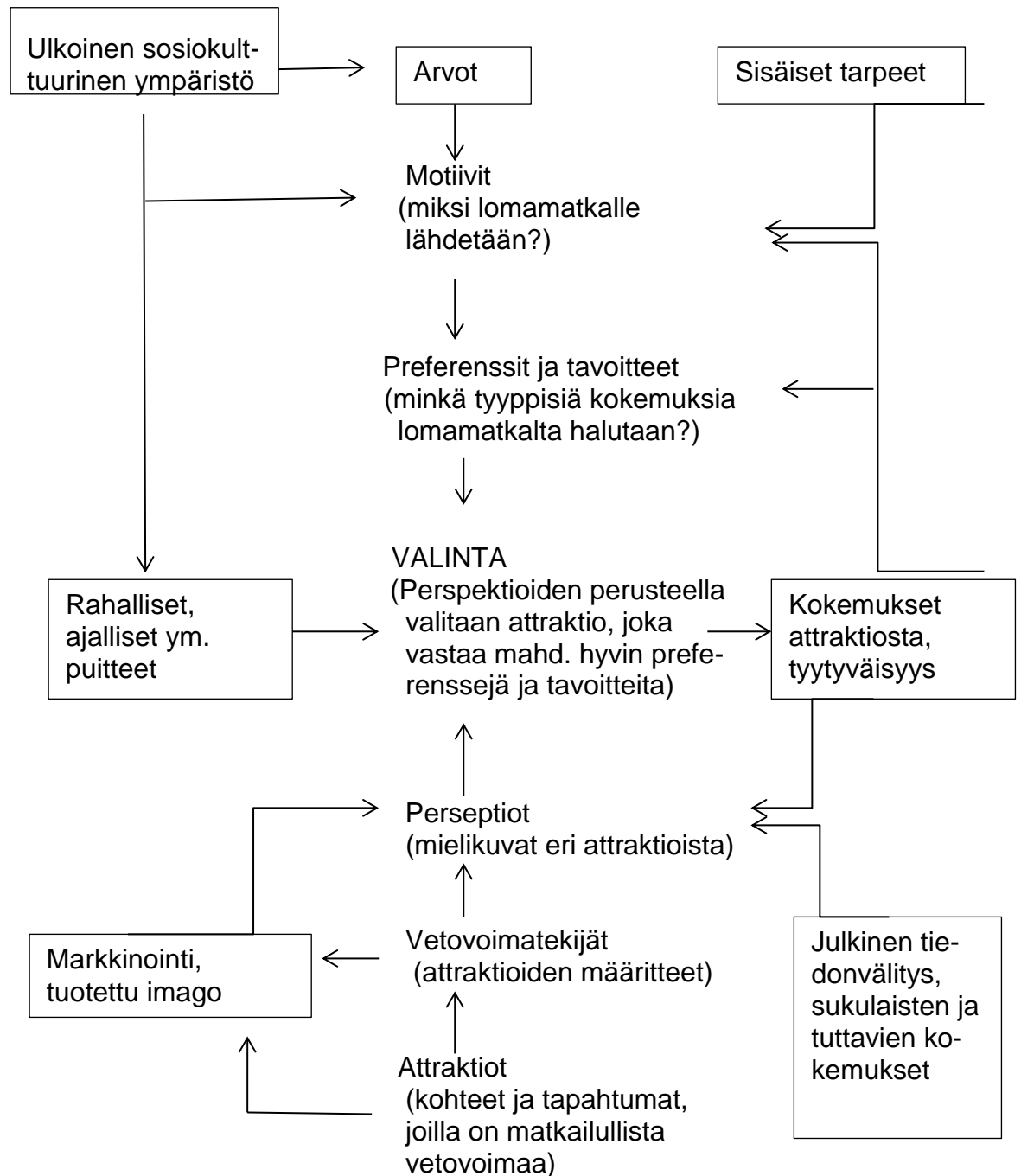
Kulttuurin matkailuvetovoimasta suuri osa on lähtöisin aineelliseen ja henkiseen kulttuuriin liittyvistä piirteistä.

5.4 Matkailun työntö- ja vetovoimatekijät

Työntö- ja vetovoimatekijöitä kuvataan kaaviossa lomakohteen valinta (kuva 1). Kaavio lähtee kysynnän/työntövoiman näkökulmasta, jossa motiivit saavat aikaan yleisen matkustuspäätöksen. Prosessin edetessä motiivit yksilöityvät preferensseiksi ja tavoitteiksi, mitkä ilmaisevat, minkä tyyppisiä kokemuksia/elämyksiä lomamatkalta halutaan. Tarjonta/vetovoimapuolelle sijoittuvat attraktiot, jotka ovat paikkaan sidottuja kohteita tai tapahtumia. Kaaviossa vetovoimatekijät ovat

attraktioiden määritteitä, kuten esimerkiksi luonto ja maisema, kulttuuri, matkailupalvelut ja saavutettavuus. Näistä vetovoimatekijöistä ihmisillä on erilaisia mielikuvia eli perspektioita. Perspektiot voivat olla myönteisiä tai kielteisiä. Lopullisen valinnan matkailija tekee taloudellisten, terveydellisten ym. reunaehtojen puitteissa siten, että henkilö vertailee eri attraktioita ja niiden vetovoimatekijöitä koskevia mielikuviaan lomalle asetettuihin preferensseihin ja tavoitteisiin ja valitsee sen attraktion, jossa vastaavuus on mahdollisimman hyvä. (Järviluoma 2006, 106 – 107.)

KYSYNTÄ/TYÖNTÖVOIMA



Kuva 1. Lomakohteen valintaprosessi (Järviluoma 2006, 106 – 107.)

5.5 Matkailuun vaikuttavat vetovoimatekijät

Matkailun vetovoimatekijöitä tutkittaessa selvitetään, mitkä ovat ne tekijät, jotka saavat matkailijat tulemaan juuri tiettyyn paikkaan.

Matkailun vetovoima määritellään yleisesti kaikkien niiden tekijöiden summaksi, jotka tuottavat erilaisiin muilla paikkakunnilla sijaitseviin kohteisiin suoranaisesti liittyvää vierailuhalukkuutta. Matkailun tyypit jaetaan neljään motivaatioiden päätyyppiin:

1. pyhän tai muun syvähenkisen kokemisen tarve,
2. levon, rentoutumisen tai huvittelun halu,
3. uuden oppimisen ja itsensä kehittämisen halu ja
4. työtehtävien suorittamiseen liittyvät matkustustarpeet.

Tämä tyyppijako on käyttökelpoinen apuväline matkakohteiden vetovoimatekijöitä tarkasteltaessa. (Aho 1994, 172 – 173.)

Vetovoimatekijöitä tarkasteltaessa tulee huomioida myös attraktiot. Attraktiolla tarkoitetaan paikkaan sidottuja kohteita tai tapahtumia, joilla on erinäinen määrä vetovoimatekijöitä. Attraktiot voidaan siis käsittää matkakohteiksi (vrt. Swarbrooke 1995, 7). (Järviluoma 2006, 97.)

Attraktio on siis paikka tai tapahtuma, kuten esimerkiksi Himalajan vuoristo tai Sodankylän filmifestivaalit. Näissä paikoissa ja tapahtumissa on itsessään veto-voimaa, ja se saa matkailijat tulemaan paikan päälle.

Attraktiot voidaan vielä jakaa primäärisiin ja sekundäärisiin kohteisiin. Mill & Morrisonin 1985 esittämän jaon mukaisesti primääriset kohteet ovat pääasiallisia matkakohteita, joissa matkailijat yleensä viipyvät useiden päivien ajan tai kauemmin. Sekundääriset kohteet ovat välitappikohteita, joihin on kiinnostavaa tai tarpeellista pysähtyä matkan varrella. (Järviluoma 2006, 97)

Myös elämykset kuuluvat attraktioihin, ja elämysten alaryhmään kuuluvat kulttuurielämykset. Kulttuurielämykset pohjautuvat sosiaalisen elämän yleiseen ilmapiiriin, kuten elokuvaan, kaunokirjallisuuteen, poliittiseen retoriikkaan, keskusteluihin, sarjakuviin, näyttelyihin ja käyttäytymiseen. Kulttuurielämyksissä on kaksi osaa, joiden tulee esiintyä järjestyksessä elämyksen tuottamiseksi. Ensimmäinen osa on näkökulman esiintyminen esim. näyttelyssä tai elokuvissa. Tämä osa on nimeltään malli, joka käsittää fyysisen osan elämästä. Toinen osa elämyksestä on muuttunut, luotu tai tehostettu uskomus tai tunne, joka perustuu malliin. Tämä toinen osa elämyksestä on nimeltään vaikutus. (MacCannell 1999, 23 – 24)

Luontoon perustuva matkailu on kokenut rakenteellisen kysynnän ja tarjonnan muutoksen viime vuosikymmeninä. Kyseessä on ns. uusi matkailu, ja matkailukohteiden valinnassa painottuvat joustavuus, yksilöllisyys, kuluttajavetoisuus ja ympäristökysymykset ja -arvot. Vaativimmat asiakkaat haluavat uusia kohteita ja uusia matkailutuotteita. Tämä ei kuitenkaan tarkoita omaa, itsenäistä matkailumuotoa omine aktiviteetteineen, vaan se on laadullinen ja toimintakulttuurinen piirre ja kehityssuuntaus nykyiseen matkailutuotantoon. (Saarinen 2002, 15)

Vuoristo (2002, 70) luokittelee Suomen sijaintiin liittyvinä vetovoimatekijöinä napapiirin, yöttömät yöt ja päivättömät päivät (kaamos). Nämä vetovoimatekijät luovat edellytykset yhdessä muun luonnonmaantieteellisen ympäristön ja vuodenaikojen vaihtelun kanssa kesä- ja talvimatkailulle. Lisäksi luontoon liittyvänä erikoisena vetovoimatekijänä tai ainakin matkailupotentiaalia lisäävänä seikkana on se, että Suomi on harvaan asuttu maa. Suomessa on muuhun Eurooppaan verrattuna tilaa henkeä kohti poikkeuksellisen runsaasti.

5.6 Matkailuun vaikuttavat työntövoimatekijät

Matkailuun liittyy tärkeänä osana myös tekijät, jotka saavat matkailijat lähtemään liikkeelle eli motivaatitekijät. Vaikka kohde olisi mielenkiintoinen ja vetovoimainen, niin matkalle lähtöön tarvitaan lisäksi jokin muukin syy. Näitä matkailun työntövoimatekijöitä on tutkittu paljon.

Crompton (1979) jakaa motiivit kahteen pääryhmään: sosiopsykologisiin ja kulttuurisiin. Sosiopsykologiset motiivit ovat luonteeltaan yleisiä ja kohderiippumattomia, kun taas kulttuuriset motiivit ovat ainakin osittain kohdesidonnaisia. Crompton jakaa vielä sosiopsykologiset motiivit seitsemään ryhmään, jotka ovat: 1) pako arkiympäristöstä, 2) itsetutkiskelu ja -arviointi, 3) rentoutuminen, 4) statuksen kohottaminen, 5) mahdollisuus käyttäytyä ilman arkiroolien asettamia rajoitteita, 6) perhesiteiden tiivistäminen ja 7) sosiaalisten kontaktien lisääminen. (Aho 1994, 33 – 34.)

Matkailun työntövoimatekijöitä käsiteltäessä käytetään myös tarkastelua tarjonnan näkökulmasta. Tarjontatekijät edustavat niitä resursseja, mitkä saavat matkailijat lähtemään matkalle.

Matkailumarkkinoiden rakenne jaetaan tarjonnan ja kysynnän näkökulmiin. Tarjonta jakaantuu motivaatioon, havainnointiin ja odotuksiin ja kysyntä kokemukseen, pääomaan ja resursseihin. Jotta matkailumarkkinat pystyisivät täyttämään matkailijoiden tarpeet, täytyy ensin ymmärtää perusasiat tarjonnan motivaatiotekijöistä. Tarjonnan perusmotivaatiotekijöitä on tunnistettu matkailussa, ja ne ovat:

1. fyysiset tekijät, kuten rentoutuminen ja lääketieteelliset hoidot, jolloin nämä ovat pääsyy loman viettoon. Tähän liittyy myös ruoan ja juoman laatu sekä mukavuus, jotka usein edustavat tärkeää kriteeriä arvioitaessa matkailukokemusta.
2. kulttuuritekijät, ja tämä tekijä on pitkään arvioitu haluksi tietää enemmän uusista maista ja kulttuureista.
3. sosiaaliset tekijät. Tämä sisältää vierailut sukulaisten ja ystävien luona, kokousmatkailun ja matkailun aseman ja arvovallan kohottamiseksi.
4. fantasia tekijät, jotka muodostavat tärkeän osan matkailijan vaatimuksista ja kuvaavat matkailijan persoonallisuutta. (Murphy 1985, 10 – 12.)

Tutkittaessa matkailun työntövoimatekijöitä, käänköpuoli motivaatiotekijöille on matkustamisen estävät tekijät. Eli syyt, miksi ei lähdetä matkalle. Näitä syitä ovat

tutkineet mm. McIntosh & Goeldner (1986), he erottavat karkeasti kuusi syytä, miksi ihmiset eivät tee lomamatkoja. Nämä syyt ovat: 1) taloudellisten resurssien puuttuminen, 2) vapaa-ajan niukkuus, 3) terveydelliset esteet, 4) perhesyyt (esim. pienet lapset), 5) kiinnostuksen puuttuminen ja 6) matkailuun liittyvät pelot tai riskit. (Aho 1994, 37.)

6 TUTKIMUS

Tutkimuksen toimeksiantajana oli Saijan Lomakartano. Saijan Lomakartano on 26 vuotta toiminut matkailuyritys Jokijärven rannalla, Taivalkoskella. Pääsesonki on talviaika (joulukuusta huhtikuun puoleenväliin), jolloin vuoden aikaisista yöpymisistä kertyy 75 %. Kesäaikana matkailijoita on vähemmän, neljännes yöpymisistä tapahtuu touko – lokakuun välillä. Kesäaikana majoitus- ja ohjelmalvelut ovat vajaakäytöllä. Tutkimuksella haluttiin selvittää, mitkä ovat ne vetovoimatekijät, jotka houkuttelisivat kesämatkailijoita lisää Saijan Lomakartanoon.

6.1 Tutkimuksen tausta

Saijan Lomakartano tarjoaa majoitus-, ravintola- ja ohjelmalveluja. Majoittumiseen on käytettävissä 20 huoneistoa ja kaksi mökkiä. Ravintolassa on reilu 100 asiakaspaikkaa. Kesäaikana tarjotaan ohjelmalveluja melontaan, vaellukseen, pyöräilyyn ja kalastukseen. Lisäksi omatoimiseen retkeilyyn vuokrataan veneitä, kanootteja, pyöriä ja teltoja. Yrityksen sijainti Jokijärven rannalla, ja järven läpi virtaava lijoki mahdollistavat melonnan, soutamisen, kalastuksen ja uinnin. Vaellukseen on erinomaiset mahdollisuudet: pihapiiristä lähtee Simosen polku ja Kylmäluoman retkeilyalue sijaitsee reilun 20 km:n päässä. Lisäksi neljä kansallispuistoa sijaitsee n. 100 km:n säteellä Saijan Lomakartanosta: Hossa, Syöte, Oulanka ja Riisitunturi.

Taivalkosken kunnalle Oulun talousalue on merkittävä kohdealue kesämatkailijoissa. Siksi tutkimuksen kannalta oli oleellista saada tietoa kerättyä Oulun erämessuilta. Kallioniemessä vierailee matkailijoita kesän aikana vajaa 10 000, ja he ovat jo valmiiksi lähellä Saijan Lomakartanoa. Kallioniemessä vierailevilta saadaan tietoja niistä tekijöistä, joilla heidät saataisiin käymään/yöpymään Saijan Lomakartanossa. Saijan Lomakartanossa vierailee kesän aikana kotimaisia ja ulkomaisia matkailijoita, ja heillä on jo tietoa tarjolla olevista palveluista.

6.2 Tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoite

Tutkimusongelmana oli selvittää, mitkä tuotteet tai palvelut voisivat kiinnostaa kesämatkailijoita. Kohderyhmänä kesämatkailijoista olivat vapaa-ajan matkailijat.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitkä ovat ne kesämatkailun vetovoimatekijät, jotka kiinnostavat kesämatkailijoita. Nämä vetovoimatekijät selvittämällä on mahdollista tuottaa sellaisia tuotteita ja palveluja, joilla voitaisiin saada lisää kesämatkailijoita Saijan Lomakartanoon.

6.3 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena. Matkailijoilta kerättiin tietoja strukturoidulla kyselylomakkeella, jossa kysyttiin kiinnostuksen kohteita ja motivaatiotekijöitä perustuen teoriaosuuteen. Kyselylomakkeessa oli sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä. Monivalintakysymyksissä vastauksiin käytettiin Likert-asteikkoa. Tutkimustulokset analysoitiin PSPP-ohjelmalla ja kuvaajat laadittiin Excel-ohjelmalla.

Kyselylomakkeen alussa oli kysymyksiä liittyen taustatietoihin: sukupuoli, ikä, kotipaikkakunta, ruokakunnan koko ja ruokakunnan vuositulot. Lisäksi kysyttiin vastaajien matkustustapaa kesälomakohteeseen. Kysymykset 6 ja 8 liittyivät motivaatio- eli työntövoimatekijöihin, miksi matkalle lähdetään ja millä kokoonpanolla. Kysymykset 9 – 11 liittyivät matkailun vetovoimatekijöihin, kesälomakohteen palveluiden tärkeyttä ja kesä/syysaktiviteettien sekä kulttuuripalveluiden kiinnostavuutta. Seuraava kysymys liittyi tietolähteisiin, mistä tietoa haetaan kun valitaan kesälomakohte. Taivalkosken kunnan kulttuurikohteiden ja -tapahtumien kiinnostavuutta kysyttiin kysymyksessä 13. Viimeinen kysymys oli avoin kysymys, millaisia tuotteita/palveluja kesälomakohteessa toivottaisiin olevan. Kyselylomaketta testattiin kahdella testaajalla, ennen kuin ne otettiin käyttöön.

Kyselylomaketta jaettiin Erämessuilla, Oulussa 23. – 24.5.2015 ja kesä – elokuun välisenä aikana vuonna 2015 Saijan Lomakartanossa sekä Kallioniemessä. Kaikilla näissä paikoissa olleilla matkailijoilla oli mahdollisuus osallistua kyselyyn, eli kyseessä oli otantatutkimus. Vastaukset kyselylomakkeeseen annettiin nimettömänä ja tulokset käsiteltiin siten, että yksittäiset vastaukset eivät erotu tutkimustuloksissa. Halutessaan kotimaiset vastaajat saivat antaa yhteystietonsa, ja yhteystietojen antajien kesken arvottiin 50 euron arvoinen S-ryhmän lahjakortti.

Erämessuilla ja Kallioniemessä käytettiin pelkästään suomenkielistä kyselylomaketta. Saijan Lomakartanossa käy kotimaisten matkailijoiden lisäksi myös ulkomaisia matkailijoita, ja heitä varten kyselylomake oli myös englanniksi.

Jotta tutkimustulos olisi luotettava, vastauksia kyselylomakkeeseen tulisi saada riittävän paljon ja vastaajia mahdollisimman laajalta maantieteelliseltä alueelta. Tavoitteena oli saada kyselylomakkeeseen vastauksia n. 150 kpl kesän aikana, jotta voitaisiin varmentaa tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys.

Tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus liittyy erityisesti kvantitatiiviseen tutkimukseen. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimusmenetelmän ja käytettyjen mitta-reiden kykyä saavuttaa luotettavia tuloksia, eli käytetyn tutkimusmenetelmän kykyä antaa muita kuin sattumanvaraisia tuloksia. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään myös termiä toistettavuus tarkasteltaessa tutkimuksen reliabiliteettia. Toistettavuudella voidaan arvioida, että mikäli tutkimus toteutettaisiin toisen tahon toimesta noudattaen samaa tutkimusaineiston keruu- ja analyysimenetelmää, päätyisikö hän samoihin tuloksiin. (Mäntyneva, Heinonen & Wrangle 2003, 34 – 35).

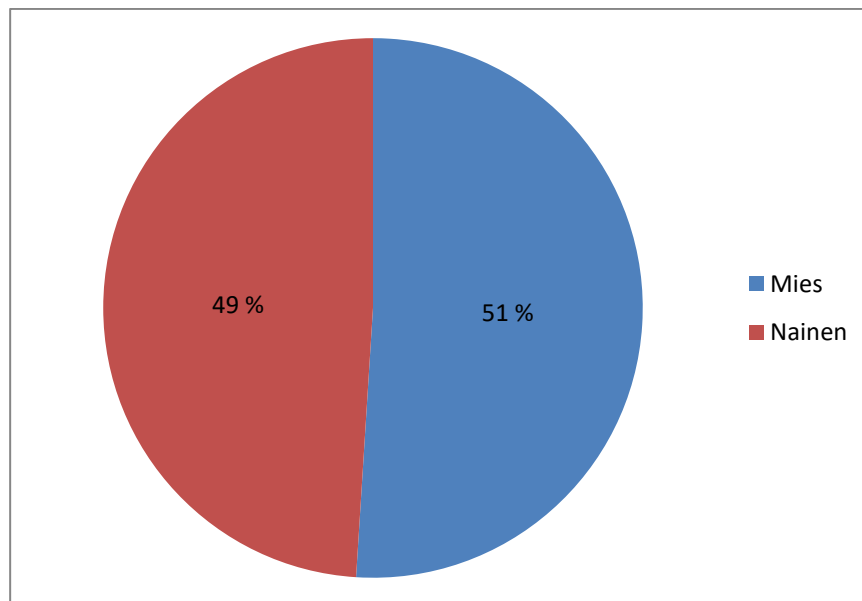
Tutkimuksen validiteetti eli pätevyys tarkoittaa sitä, että mittari tai tutkimusmenetelmä mittaa juuri sitä, mitä sillä on tarkoituskin mitata. Eli kuinka hyvin käytetyt mittarit ja tutkimusmenetelmä vastaavat ilmiötä, jota halutaan tutkia. (Mäntyneva ym. 2003, 34). Hirsjärven Remeksen & Sajavaaran (2010, 231 – 232) mukaan mittareiden ja menetelmien ongelma on siinä, että ne eivät aina vastaa sitä todellisuutta, jota tutkija kuvittelee tutkivansa. Esimerkiksi vastaajat voivat käsittää

kyselylomakkeen kysymykset väärin, ja tutkija käsittelee tuloksia oman ajattelumallin mukaisesti. Toisin sanoen mittari siis aiheuttaa tuloksiin virheen.

6.4 Tutkimustulokset

Vastauksia kyselylomakkeeseen saatiin 89 kappaletta. Oulun Erämessuilla vastauksia tuli 23 kpl, Kallioniemestä 8 kpl ja Saijan Lomakartanosta 58 kpl. Kotimaisia vastaajia oli 51 ja ulkomaisia 38. Kyselylomakkeet, suomen ja englannin kielellä ovat liitteinä (liite 1) sekä frekvenssijakaumat ovat liitteinä (liite 2).

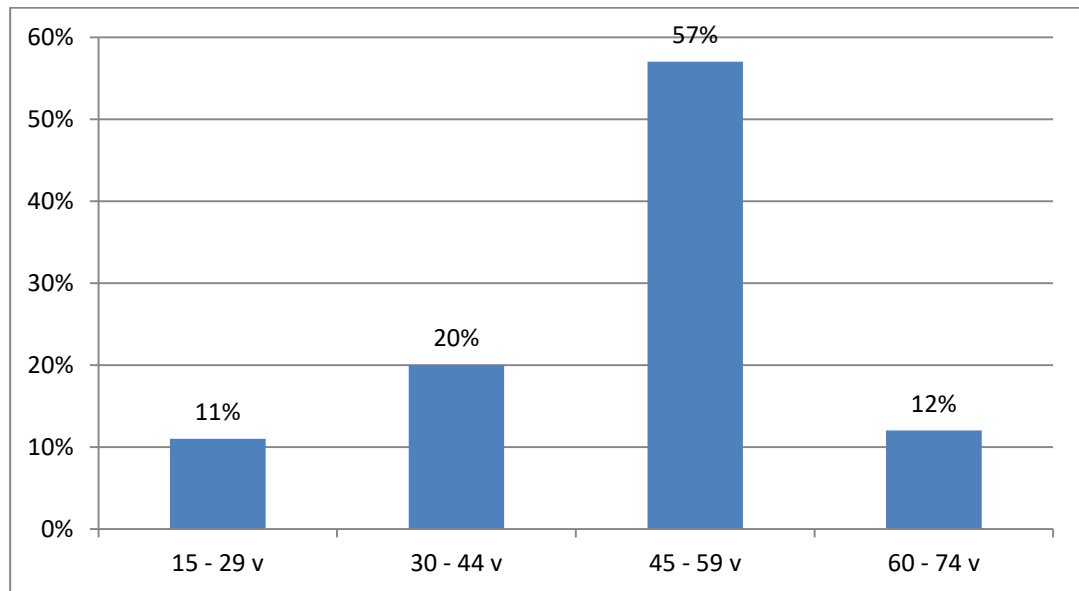
Sukupuolijakauma vastaajien kesken oli tasainen, vastaajista naisia oli 49 % ja miehiä 51 %. Vastaajista kaksi ei ilmoittanut sukupuoltaan. Sukupuolijakauma on esitetty kuvassa 2.



Kuva 2. Vastaajien sukupuolijakauma (n=88)

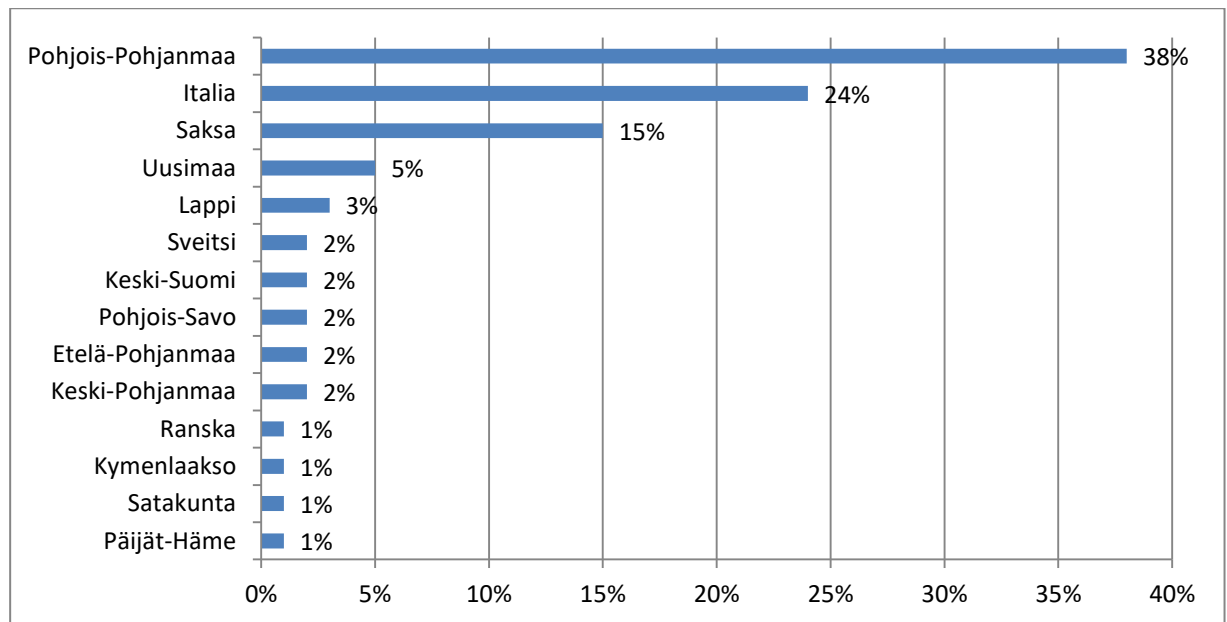
Vastaajista reilusti yli puolet, 57 %, kuului ikäryhmään 45 – 59 vuotta. Seuraavaksi suurin ikäryhmä oli 30 – 44-vuotiaat, joita oli 20 %. Vähiten vastauksia tuli vanhimpien ja nuorimpien ikäryhmissä, 60 – 74-vuotiaita oli 12 % ja 15 – 29-

vuotiaita oli 11 %. Yksi vastaajista ei ilmoittanut ikäänsä. Vastaajien ikäjakauma on esitetty kuvassa 3.



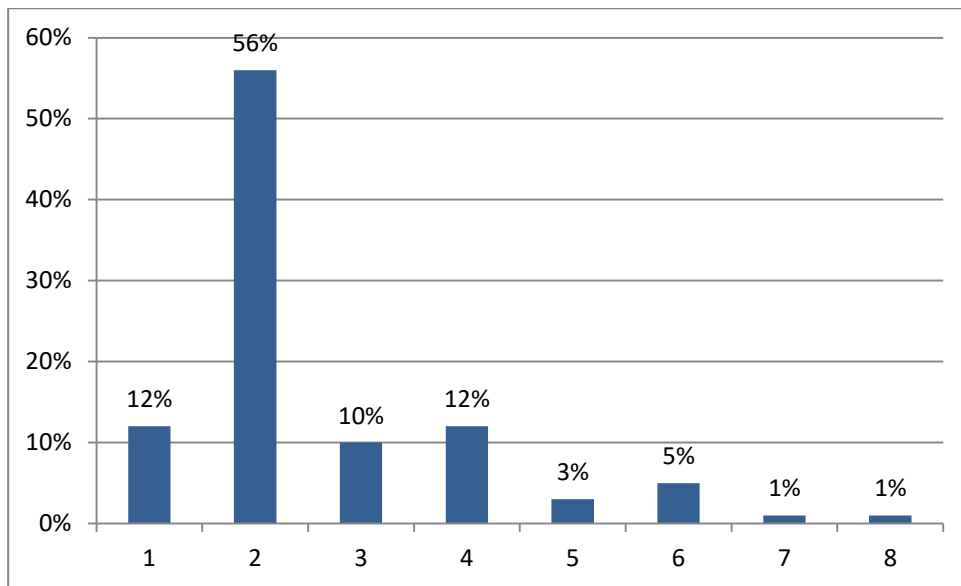
Kuva 3. Vastaajien ikäjakauma (n=88)

Kotimaisilta vastaajilta kyselylomakkeessa kysyttiin kotipaikkakuntaa, ja ulkomaalaisilta vastaajilta kotimaata. Suurin osa vastaajista oli kotimaisia, ja he olivat Pohjois-Pohjanmaan maakunnasta, 38 %. Toiseksi eniten vastauksia saatiin italialaisilta vastaajilta, 24 %. Kolmanneksi eniten, 15 % vastaajista, ilmoitti kotimaakseen Saksan. Seuraavaksi eniten vastauksia tuli Uudenmaan maakunnasta 5 %, ja Lapin maakunnasta 3 %. Saman verran vastaajia, 2 %, oli seuraavissa maakunnissa: Keski-Pohjanmaa, Etelä-Pohjanmaa, Pohjois-Savo ja Keski-Suomi. Myös Sveitsistä oli 2 % vastaajista. Vähiten vastaajia oli Päijät-Hämeestä, Satakunnasta, Kymenlaaksosta ja Ranskasta, kustakin 1 %. Vastaajista yksi ei ilmoittanut kotipaikkakuntaansa. Kotimaisten vastaajien kotipaikkakunta ja ulkomaalaisten vastaajien kotimaa on esitetty kuvassa 4.



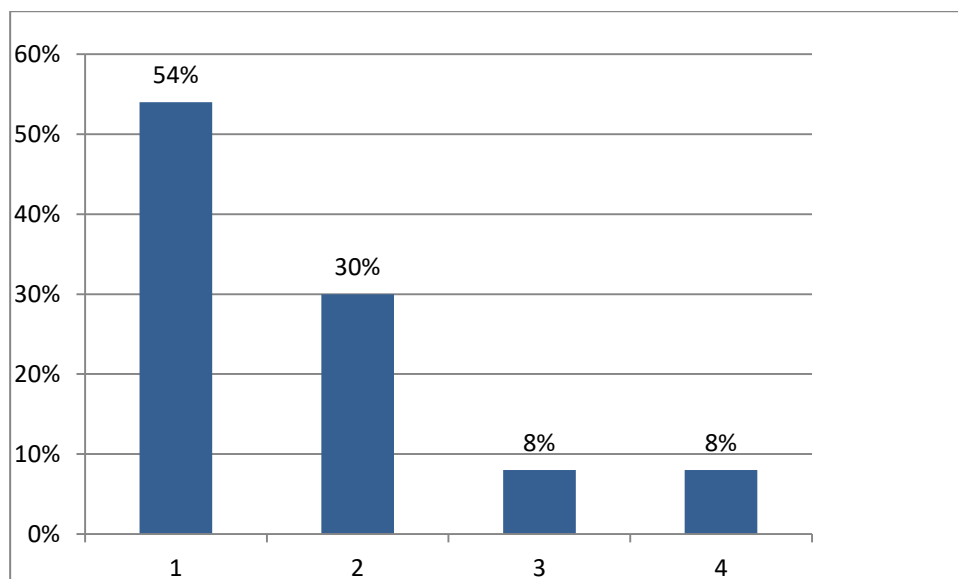
Kuva 4. Kotimaisten vastaajien kotimaakunta ja ulkomaalaisten vastaajien kotimaa (n=88)

Suurin osa vastaajista, 56 %, ilmoitti ruokakuntansa henkilömääräksi 2 henkilöä. Seuraavaksi eniten vastaajia oli yhden ja neljän henkilön ruokakunnista, molempia ruokakuntia oli 12 %. Neljänneksi eniten oli kolmen henkilön ruokakuntia, 10 %. Kuuden henkilön ruokakuntia oli 5 % vastaajista, ja viiden henkilön ruokakuntia oli 3 %. Vähiten vastaajia oli seitsemän ja kahdeksan henkilön ruokakunnista, molempia ruokakuntia oli 1 %. Vastaajista kaksi ei ilmoittanut ruokakuntansa henkilömäärää. Ruokakuntaan kuuluva henkilömäärä on esitetty kuvassa 5.



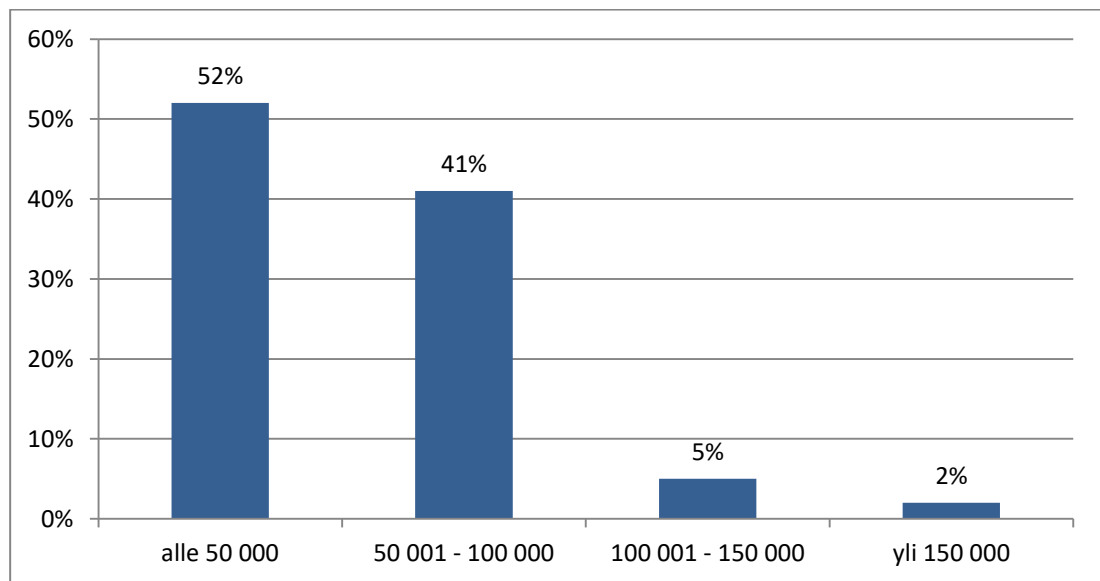
Kuva 5. Ruokakuntaan kuuluva henkilömäärä (n=87)

Ruokakunnat, joihin kuului alle 18-vuotiata lapsia, suurin osa oli yhden lapsen ruokakuntia. Yhden lapsen ruokakuntia oli 54 %. Kahden lapsen ruokakuntia oli seuraavaksi eniten, 30 %. Kolmen ja neljän lapsen ruokakuntia oli saman verran, 8 %. Vastaajista 24 ilmoitti ruokakuntaansa kuuluvan lapsia. Ruokakuntaan kuuluvien alle 18-v. lasten määrä on esitetty kuvassa 6.



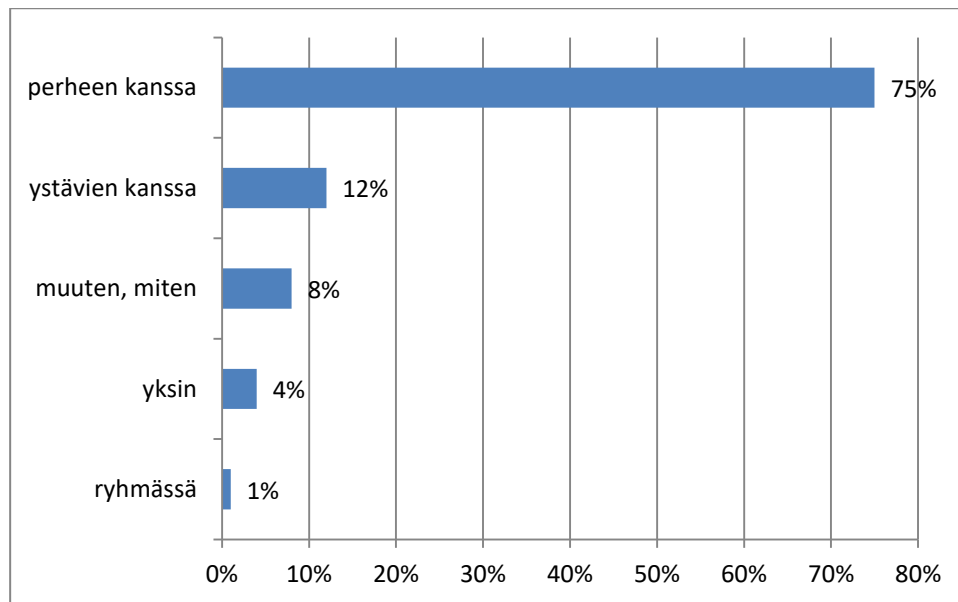
Kuva 6. Ruokakuntaan kuuluvien alle 18-v. lasten määrä (n=24)

Vastaajilta kysyttiin kaikkien ruokakuntaan kuuluvien vuosituloja sisältäen palkkatulot ja tulonsiirrot (eläkkeet ja muuta sosiaalietuudet) bruttona. Yli puolet, 52 %, vastaajista ilmoitti vuositulokseen alle 50 000 euroa. Vuositulot olivat 50 001 – 100 000 euroa 41 % vastaajista. Vuositulorajaan 100 001 – 150 000 euroa kuului 5 % vastaajista, ja yli 150 000 euron vuositulot olivat 2 %:lla. Viisi vastaajista ei ilmoittanut vuositulojaan. Ruokakunnan vuositulot on esitetty kuvassa 7.



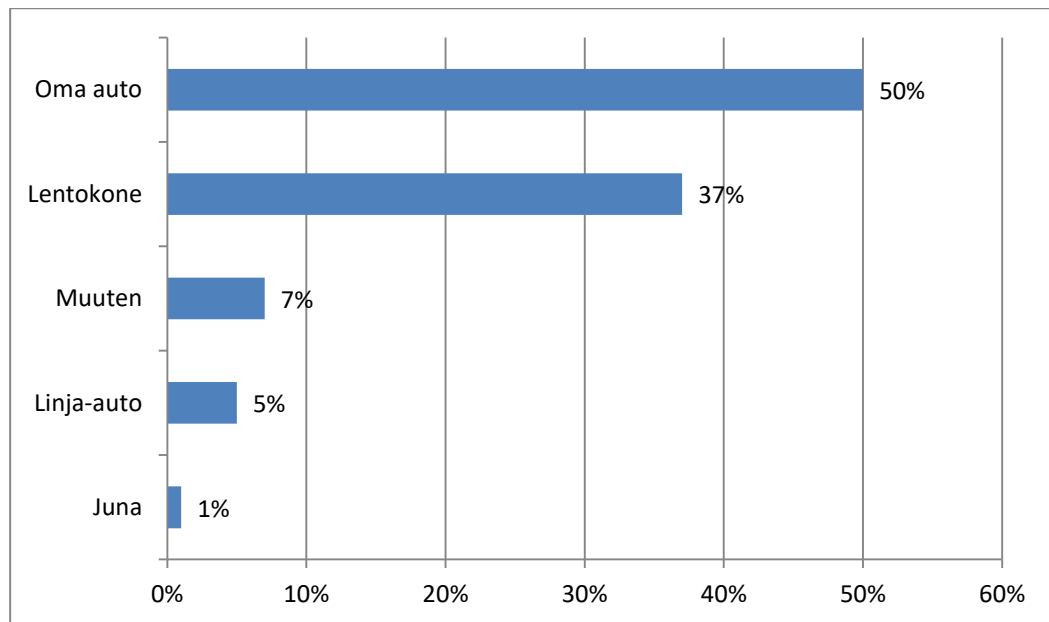
Kuva 7. Ruokakunnan bruttovuositulot (n=84)

Vastaajilta kysyttiin, kenen kanssa he useimmiten matkustavat kesälomakohteeseen. Suurin osa vastaajista matkusti kesälomakohteeseen useimmiten perheen kanssa, heitä oli 75 %. Ystävien kanssa matkusti 12 %, ja yksin matkustavia oli 4 %. Ryhmämatkailijoita oli 1 %. Vastaajista 8 %:lla oli muuta matkaseuraa, tyttö- tai poikaystävä. Vastaajista 13 ei ilmoittanut matkaseuraansa. Matkaseura useimmiten kesälomakohteeseen on esitetty kuvassa 8.



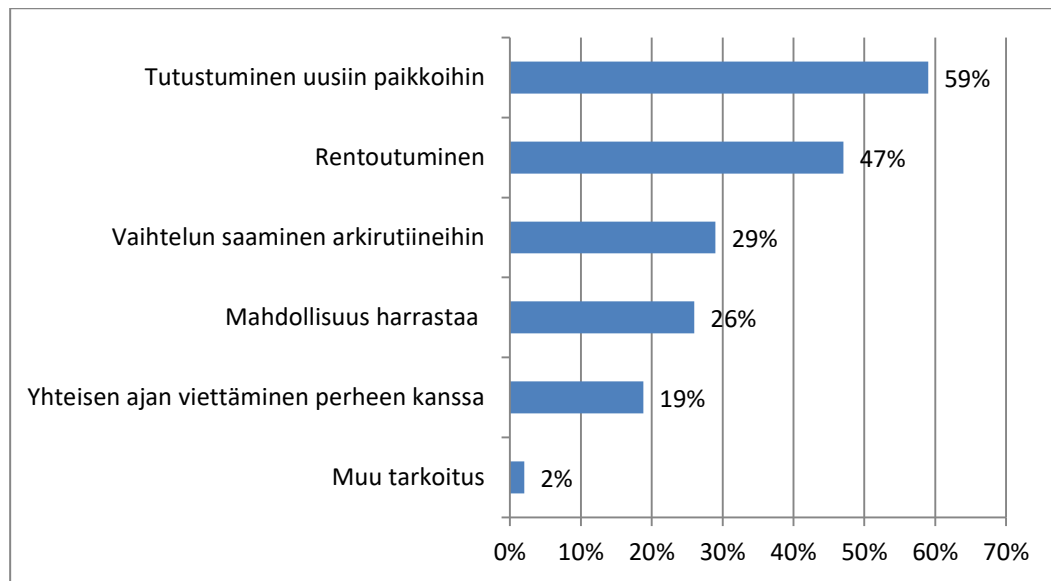
Kuva 8. Matkaseura useimmiten kesälomakohteeseen (n=76)

Puolet vastaajista matkustaa useimmiten kesälomakohteeseen omalla autolla. Lentokonetta käyttää 37 % vastaajista. Muuta matkustustapaa ilmoitti käyttävänsä 7 % vastaajista, ja heidän käyttämänsä matkustustavat ovat moottoripyörä, asuntoauto tai -vaunu ja polkupyörä. Linja-autolla matkustaa 5 %, ja junalla 1 % vastaajista. Matkustustapansa jätti ilmoittamatta 15 vastaajaa. Matkustustapa useimmiten kesälomakohteeseen on esitetty kuvassa 9.



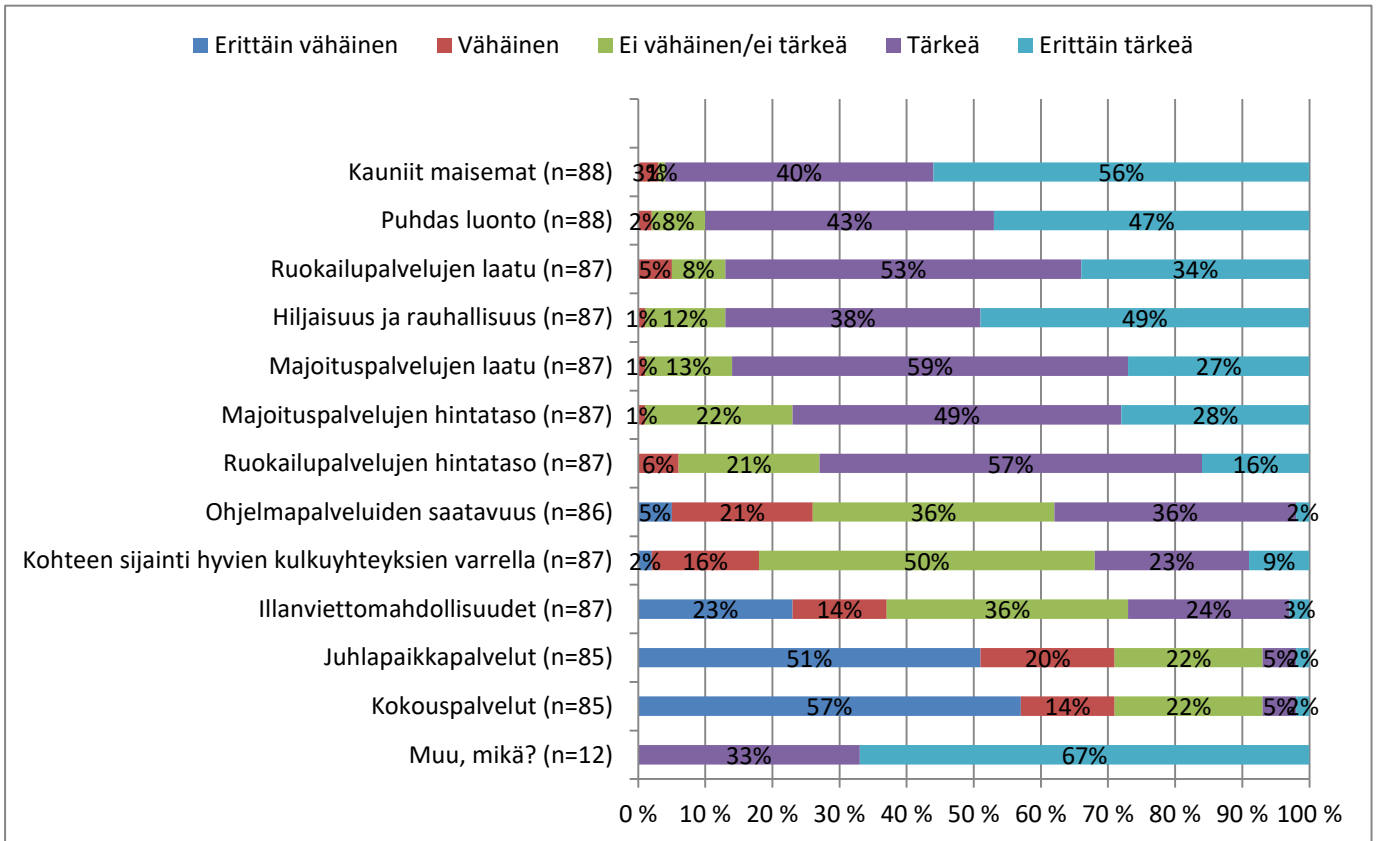
Kuva 9. Matkustustapa useimmiten kesälomakohteeseen (n=73)

Kysymykseen, mikä on kesälomamatkan tarkoitus useimmiten, sai valita kaksi vaihtoehtoa. 59 % vastaajista valitsi kesälomamatkan tarkoitukseksi useimmiten tutustumisen uusiin paikkoihin. Seuraavaksi suosituin kesälomamatkan tarkoitus oli rentoutuminen, jonka valitsi 47 % vastaajista. Vaihtelun saamisen arkirutiineihin valitsi 29 % vastaajista, ja 26 % valitsi matkan tarkoitukseksi mahdollisuuden harrastaa. Yhteistä aikaa perheen kanssa lähti viettämään 19 % vastaajista. 2 % vastaajista valitsi muun tarkoituksen, nämä olivat Lappi ja Pohjois-Norja (1 %) sekä kavereiden tapaaminen (1 %). Vastaajista 4 jätti vastaamatta kysymykseen. Kesälomamatkan tarkoitus useimmiten on esitetty kuvassa 10.



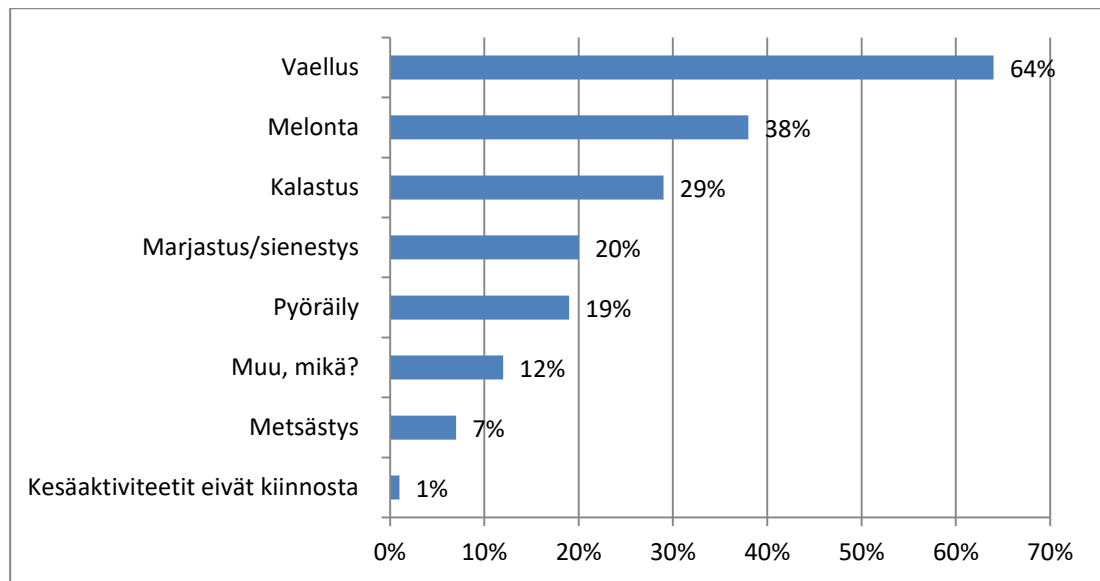
Kuva 10. Kesälomamatkan tarkoitus useimmiten (n=85)

Vastaajilta kysyttiin, mitkä palvelut ovat tärkeitä valittaessa kesälomakohdetta. He arvioivat tärkeyttä asteikolla 1 – 5, jossa 1 erittäin vähäinen, 2 vähäinen, 3 ei vähäinen/ei tärkeä, 4 tärkeä, 5 erittäin tärkeä. Vastauksia on tarkasteltu sen mukaisesti, mitkä palvelut vastaajat valitsivat tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi kesälomakohteen valinnassa. Tärkeimpänä tekijänä lähes jokainen vastaaja piti kauniita maisemia, vastaajista 96 % arvioi sen tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi. Seuraavaksi tärkeimpiä palveluita oli puhdas luonto (90 %), ja hiljaisuus ja rauhallisuus (87 %) sekä ruokailupalvelujen laatu (87 %). Majoituspalvelujen laatu oli viidenneksi tärkein palvelu (86 %). Majoituspalvelujen hintataso oli vastaajista 77 %:n mielestä tärkeä palvelu valittaessa kesälomakohdetta. 73 % valitsi tärkeäksi tekijäksi ruokailupalvelujen hintatason. Ohjelmalveluiden saatavuutta piti tärkeänä tekijä 38 % vastaajista. Kohteen sijainti hyvien kulkuyhteyksien varrella oli vastaajista 32 %:n mielestä tärkeä tekijä. Vastaajista yli viidesosa (27 %) piti illanviettomahdollisuuksia tärkeänä tekijänä valittaessa kesälomakohdetta. Vähiten tärkeät palvelut olivat vastaajien mielestä kokouspalvelut (7 %) ja juhlapaikka-palvelut (7 %). Muu, mikä valinnan oli valinnut 12 vastaajaa, 2 vastaajan valinta oli lemmikki, ja muiden viihtyvyyteen, palveluun, sijaintiin ja aktiviteetteihin liittyviä. Kuvassa 11 on esitetty, kuinka tärkeitä esitetyt palvelut ovat valittaessa kesälomakohdetta.



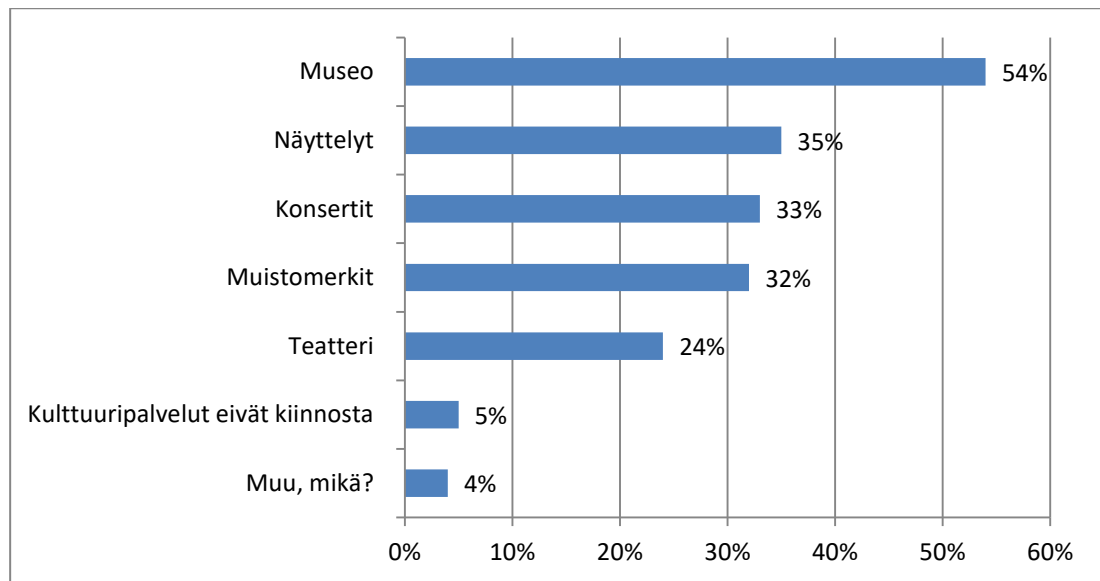
Kuva 11. Kuinka tärkeitä ovat esitetyt palvelut valittaessa kesälomakohdetta

Vastaajilta kysyttiin, mitkä kesä/syysaktiviteetit ovat heidän mielestään kiinnostavia. He saivat valita 2 mieluisinta vaihtoehtoa. Valintavaihtoehtona oli myös, että kesäaktiviteetit eivät kiinnosta. Kiinnostavin kesä/syysaktiviteetti oli vaellus, jonka valitsi 64 % vastaajista. Melonta oli toiseksi kiinnostavin (38 %), ja kalastusta piti kiinnostavana kesä/syysaktiviteettinä 29 % vastaajista. Marjastus/sienestys ja pyöräily olivat lähes yhtä kiinnostavia aktiviteetteja, marjastuksen/sienestyksen valitsi kiinnostavaksi 20 % vastaajista ja pyöräilyn 19 % vastaajista. Metsästäystä piti kiinnostavana 7 % vastaajista. Muu, mikä–vaihtoehdon valitsi 10 vastaajaa. Uinti oli 2 vastaajan mielestä kiinnostava aktiviteetti, muilla yksittäisillä vastaajilla erilaisia luontoon ja kulttuuriin liittyviä aktiviteetteja. Yksi vastaajista valitsi vaihtoehdon kesäaktiviteetit eivät kiinnosta. Kuvassa 12 on esitetty kiinnostavat kesä/syysaktiviteetit.



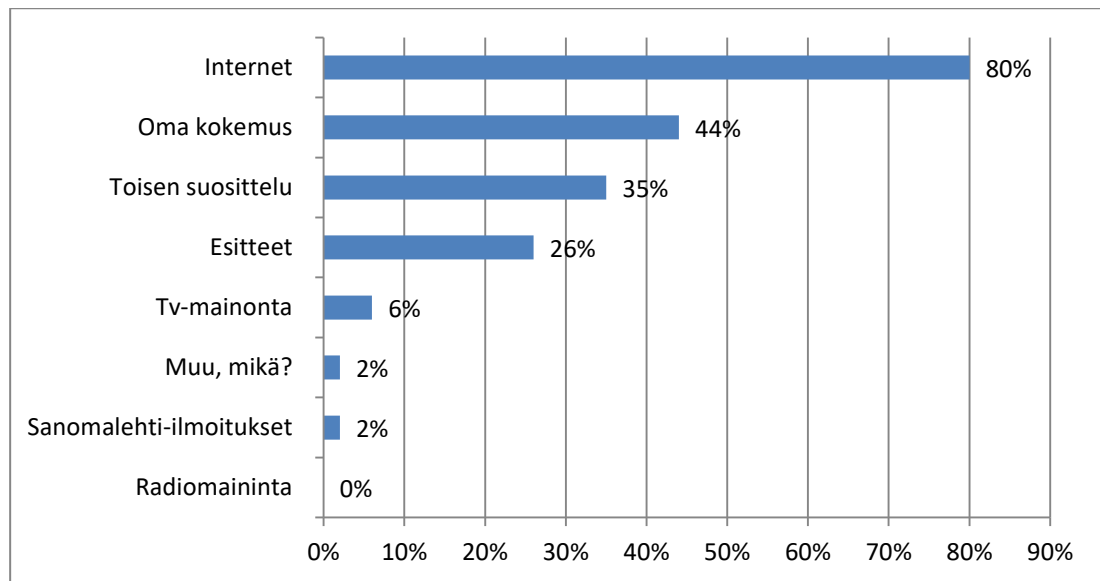
Kuva 12. Kiinnostavat kesä/syysaktiviteetit (n=81)

Vastaajilta kysyttiin, mitkä kulttuuripalvelut heidän mielestään ovat kiinnostavia. He saivat valita 2 mieleisintä vaihtoehtoa. Vastausvaihtoehtona oli myös, että kulttuuripalvelut eivät kiinnosta. Yli puolet vastaajista (54 %) valitsi kiinnostavimmaksi kulttuuripalveluksi museon. Näyttelyjä piti kiinnostavana 35 % vastaajista. Konsertteja ja muistomerkkejä pidettiin lähes yhtä kiinnostavina kulttuuripalveluina, konsertit valitsi 33 % vastaajista ja muistomerkit 32 % vastaajista. 24 % vastaajista piti teatteria kiinnostavana kulttuuripalveluna. Muu, mikä -vaihtoehdon valitsi 3 vastaajaa, luonnonnähtävyydet, erilaiset kisatapahtumat ja opastukset kiinnostivat. 4 vastaajaa ei pitänyt kulttuuripalveluita kiinnostavana. Kiinnostavat kulttuurikohteet on esitetty kuvassa 13.



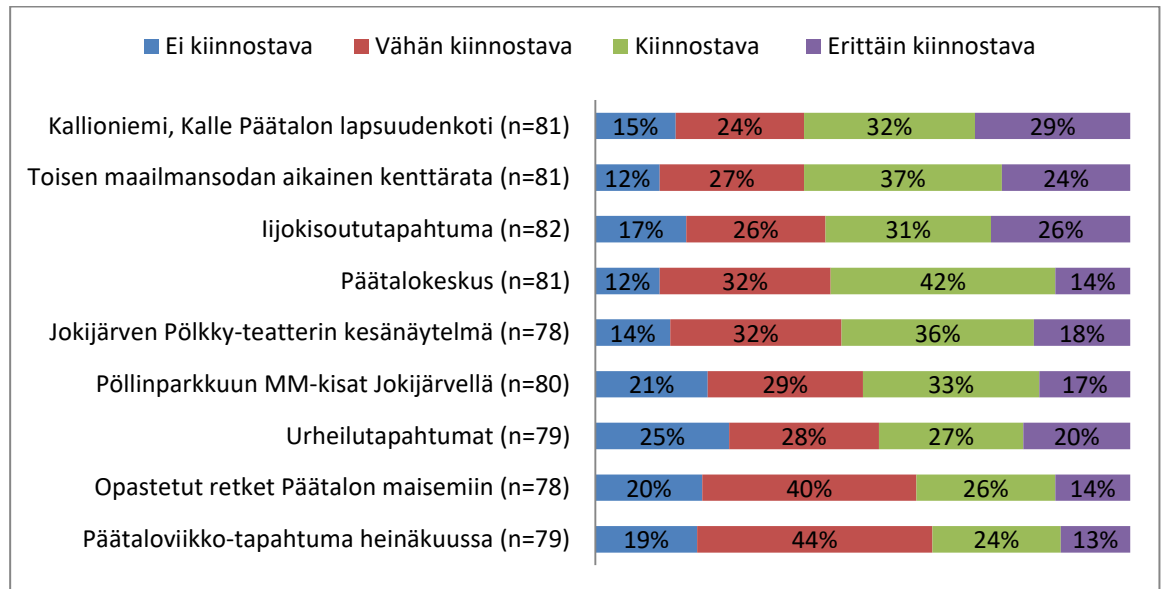
Kuva 13. Kiinnostavat kulttuuripalvelut (n=82)

Vastaajilta kysyttiin, mitkä ovat tärkeimmät tietolähteet, kun he valitsevat kesälomakohdetta. Heitä pyydettiin valitsemaan 2 vaihtoehtoa. Ylivoimaisesti tärkein tietolähde oli internet, jonka vastaajista valitsi 80 %. Seuraavaksi tärkein tietolähde oli oma kokemus, jonka valitsi 44 % vastaajista. Toisen suosittelua piti tärkeänä kesälomakohteen valinnassa 35 % vastaajista. 26 % vastaajista piti esitteitä tärkeänä tietolähteenä. Tv-mainontaa piti tärkeänä 6 % vastaajista. Radio-mainontaa ei pitänyt kukaan tärkeänä tietolähteenä. Muu, mikä -vaihtoehdon valitsi 2 vastaajaa, toinen heistä piti kirjoja tärkeänä tietolähteenä ja toinen vastaaja kavereita. Tärkeimmät tietolähteet on esitetty kuvassa 14.



Kuva 14. Tärkeimmät tietolähteet valittaessa kesälomakohdetta (n=84)

Vastaajia pyydettiin arvioimaan, kuinka kiinnostavana he pitivät Taivalkosken kunnan kulttuurikohteita/-tapahtumia käyntikohteena. Arviointiin käytettiin asteikkoa 1 – 4, jossa 1 ei kiinnostava, 2 vähän kiinnostava, 3 kiinnostava, 4 erittäin kiinnostava. Vastauksia on tarkasteltu kiinnostavuusjärjestyksessä siten, että yhteen on laskettu valinnat 3 kiinnostava ja 4 erittäin kiinnostava. Kiinnostavimmat käyntikohteet samalla 61 %:lla olivat Kallioniemi, Kalle Päätalon lapsuudenkoti ja toisen maailmansodan aikainen rautatie, saksalaisten vankityövoimalla rakennuttama kenttärata. Kolmanneksi kiinnostavin oli lijkisoututapahtuma (57 %), sou-tutapahtuma, joka järjestetään joka vuosi lijoella alkaen Taivalkosken Jokijärveltä ja päättyen Pudasjärven Kipinään. Päätalokeskus, Kalle Päätalon työhuone ja näyttely Taivalkoskella oli 56 % mielestä kiinnostava käyntikohde. Jokijärven Pölkky-teatterin kesänäytelmää piti kiinnostavana 54 % vastaajista. Puolet vastaajista valitsi Jokijärvellä järjestettävät Pöllinparkkuun MM-kisat kiinnostavaksi käyntikohteeksi. 47 % vastaajista piti urheilutapahtumia Taivalkosken kiinnostavana käyntikohteena. Opastettuja retkiä Päätalon kirjoista tuttuihin maisemiin piti kiinnostavana 40 % vastaajista. Päätaloviikko-tapahtuman, joka järjestetään joka vuosi heinäkuussa, valitsi 37 % vastaajista kiinnostavaksi käyntikohteeksi. Kuvas-
vassa 15 on esitetty Taivalkosken kunnan kulttuurikohteiden/-tapahtumien kiinnostavuus käyntikohteena.



Kuva 15. Taivalkosken kunnan kulttuurikohteiden/-tapahtumien kiinnostavuus käyntikohteena.

Viimeiseksi vastaajilta kysyttiin, millaisia tuotteita/palveluja he toivoisivat kesälo-makohteessaan olevan. Vastaukset ovat liitteenä (liite 3). Toiveita esitettiin luon-ton ja ympäristöön sekä aktiviteetteihin liittyen. Lasten tekemisiin tuli myös toi-veita. Vastaajat antoivat toiveita liittyen ravintola- ja majoituspalveluihin liittyen ja lisäksi muita toiveita erilaisista tapahtumista, paikoista ja tiloista.

Luontoon liittyviä ohjelmapalveluja toivottiin yleisesti, opastettuja retkiä sekä ret-kiä, joissa voi nähdä eläimiä ja selitetään paikallisesta luonnosta, kasveista ja sienistä. Erikseen mainittiin vaellus (5 kertaa), melonta (5 kertaa), kalastus (4 kertaa), pyöräily (3 kertaa) ja metsästys (1 kerta). Luontoon ja ympäristöön liitty-viä toiveita olivat mahdollisuus nähdä eläimiä sekä luonto ja rauha/hiljaisuus. Muina aktiviteettitoiveina vastaajat esittivät minigolfia, frisbeegolfia, piha-aktiviteetteja (tikanheitto ja mölkky), valokuvausta, erilaisia aktiviteetteja, retkiä ja kulttuuriin liittyviä tapahtumia.

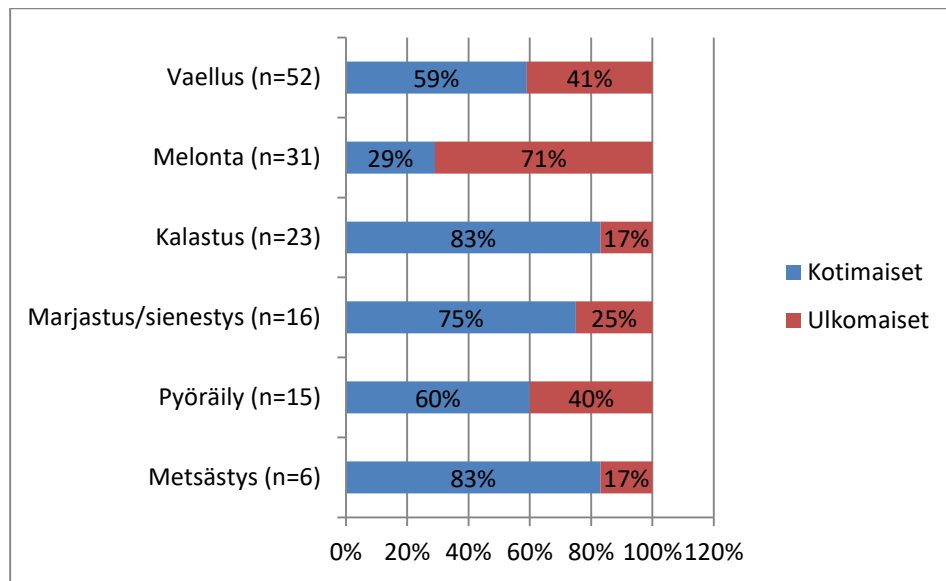
Ravintola- ja majoituspalveluihin liittyviä toiveita tuli ruokaan liittyen, hyvä ruoka mainittiin 7 kertaa ja paikallinen ruoka 5 kertaa. Lisäksi ruoka ja ruokaan liittyvät

palvelut mainittiin useaan kertaan usealla eri tavalla. Majoituspalveluista tuli huoneisiin liittyviä toiveita: jääkaapin saaminen huoneistoon, radio, wifi ja ilmastointi. Yleisesti majoituspalveluilta toivottiin mukavia huoneita, laadukasta majoitusta ja saada siivottu huone.

Muutamia toiveita tuli vastaajilta liittyen lapsiin, heille toivottiin enemmän tekemistä, kohteita/tapahtumia ja pihalle erilaisia välineitä (kiipeilyteline, liukumäki, keinuhevosiä).

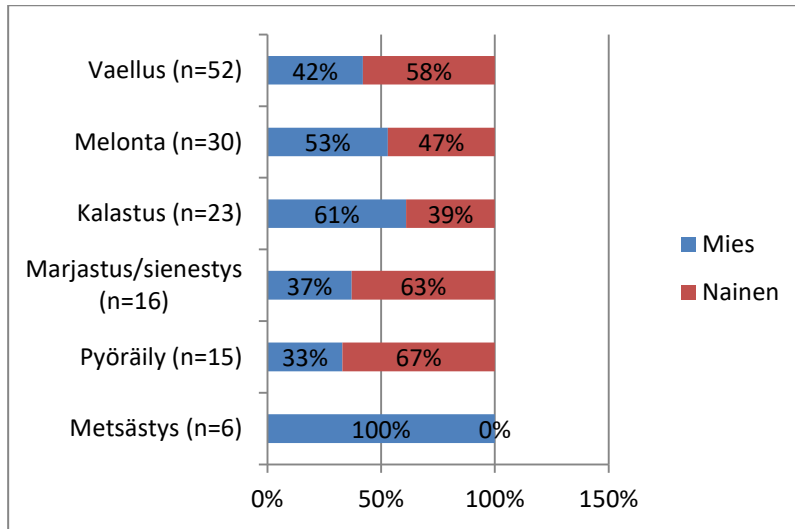
Muita toiveita vastaajat esittivät laidasta laitaan: stand up-esiintyjä, perinnetuotteita, tietoa perinteistä, ystävällinen ja reipas asiakaspalvelu, Päätaloesitettä, yleistietoa majoituspaikasta, karavaanialuetta, italialaista opasta, sohvasurffailua ja miljoonat sääsket metsästävä kone☺. Muutamat vastaajat ilmaisivat tyytyväisyyttään majoituspaikkaa, Saijaa, kohtaan.

Kuvassa 16 on tarkasteltu kesäaktiviteetteja sen mukaisesti, miten ne useimmiten kiinnostivat kotimaisia ja ulkomaisia vastaajia. Vaellus oli valittu useimmiten kiinnostavaksi kesäaktiviteetiksi, vaelluksen valinneista ulkomaisia oli 59 % ja kotimaisia 41 %. Melonnan valinneista 71 % oli ulkomaisia ja 29 % kotimaisia. Kalastusta piti kiinnostavana kotimaisista vastaajista 83 % ja ulkomaisista vastaajista 17 %. Marjastuksen ja sienestyksen valinneista oli 75 % kotimaisia ja 25 % ulkomaisia. Pyöräilyn valinneista oli 60 % kotimaisia ja 40 % ulkomaisia. Metsästystä piti kiinnostavana kotimaisista vastaajista 83 % ja ulkomaisista vastaajista 17 %.



Kuva 16. Kesäaktiviteettien kiinnostavuus kotimaisten ja ulkomaisten vastaajien välillä

Kuvassa 17 on esitetty vastaajien useimmiten valitsemat kesäaktiviteetit sukupuolijakauman mukaisesti. Vastaajista vaelluksen oli valinnut naisista yli puolet, 58 %, ja miehistä 42 % useimmiten kiinnostavaksi kesäaktiviteetiksi. Melonnan valinneista miehiä oli 53 % ja naisia 47 %. Kalastuksen valinneista miehiä oli 61 % ja naisia 39 %. Marjastuksen ja sienestyksen valinneista naisia oli 63 % ja miehiä 37 %, ja lähes sama sukupuolijakauma oli pyöräilyssä, jonka valinneista naisia oli 67 % ja miehiä 33 %. Kaikki metsästyksen kiinnostavaksi kesäaktiviteetiksi valinneista vastaajista oli miehiä.



Kuva 17. Vastaajia kiinnostavien kesäaktiviteettien sukupuolijakauma.

7. POHDINTA

Olen työskennellyt Saijan Lomakartanossa yli kolme vuotta ympärivuotisesti, aikaisempina vuosina työskentelin sesonkiaikaan eli talvella. Kesäaikana työskenneltyäni huomasin saman ongelman, mihin isäntäpari on jo muina kesinä törmännyt. Kesäaikoina majoitus- ja ravintolatilat ovat vajaakäytöllä, kuten myös ohjelmapalvelujen tuottaminen asiakkaiden vähyyden vuoksi. Tästä syystä tutkimuksen aiheeksi valikoitui kesämatkailu, joka tapahtuu vapaa-ajalla. Halusimme selvittää, mitkä olisivat ne tuotteet ja palvelut, mitkä kiinnostavat kesämatkailijoita. Sen saamiseksi selville täytyi saada tietoa matkailijoilta, mitkä ovat ne kesämatkailun vetovoimatekijät, jotka heitä kiinnostavat. Tutkimus päätettiin tehdä kyselytutkimuksena, jolla saataisiin tarvittava tieto kerättyä.

Tutkimuksen teko aloitettiin Oulun Erämessuilla 23. – 24.5.2015, jossa olin itse osastolla molemmat päivät. Kyselylomake oli kesän 2015 ajan jaossa Saijan Lomakartanossa ja Kallioniemessä, Kalle Päätalon lapsuudenkodissa Jokijärvellä. Tavoitteena oli saada n. 150 vastaajaa kyselyyn, mutta vastauksia saatiin 89 kappaletta. Saijan Lomakartanosta vastauksia saatiin 58 kpl, erämessuilta vastauksia 23 kpl, ja Kallioniemestä 8 kpl.

Tutkimustuloksissa selvisi, että matkaseurana vastaajilla oli useimmiten perhe ja kesälomakohteeseen matkustettiin eniten omalla autolla. Tärkeimmät motivaatiotekijät vastaajilla lomalle lähtöön oli tutustuminen uusiin paikkoihin ja rentoutuminen. Kauniit maisemat, puhdas luonto, ruokailupalvelujen laatu, hiljaisuus ja rauhallisuus sekä majoituspalvelujen laatu olivat tärkeitä tai erittäin tärkeitä tekijöitä valittaessa kesälomakohdetta. Kesä/syysaktiiviteeteista kiinnostavimpia vastaajien mielestä olivat vaellus ja melonta, ja kaikenlaiset retket luontoon kiinnostivat vastaajia; vaelluksen ja melonnan lisäksi pyöräily ja kalastus. Kulttuuripalveluista kiinnostavimmat olivat museo ja näyttelyt. Tietoa haetaan internetistä, kun suunnitellaan lomamatkaa. Myös oma kokemus ja toisen suosittelu ovat tärkeitä tekijöitä valittaessa kesälomakohdetta. Taivalkosken kunnan kulttuurikohteista ja -palveluista kiinnostivat eniten Kallioniemi, Kalle Päätalon lapsuudenkoti, toisen

maailmansodan aikainen kenttärata ja lijkisoututapahtuma. Lomakohteelta toivotaan rauhallista ja hiljaista sijaintia, sekä mahdollisuutta nähdä eläimiä luonnossa. Vastaajat pitivät todella tärkeänä kesälomakohteessa hyvää ja paikallista ruokaa, sekä tasokasta majoitusta. Vastaajat toivoivat erilaisia aktiviteetteja, kuten minigolfia, frisbeegolfia ja pihapiirin viihdykkeitä (tikanheitto, mölkky, lapsille kiipeilytelineitä jne.) Myös erilaiset perinteet ja perinnetuotteet kiinnostivat vastaajia, he toivoivat niiden saatavuutta kesälomakohteeseen. Tärkeinä asioina kesälomakohteessa koettiin myös ystävällinen ja reipas palvelu.

Tutkimustuloksissa tulivat samat asiat esille kesävetovoimatekijöistä, kuin aiemmassa tutkimuksessa on saatu Kuusamossa. Kauppilan tekemässä tutkimuksessa Kuusamossa tärkeimpiä vetovoimatekijöitä olivat kauniit maisemat, luonnon puhtaus, monipuolinen luonto, hiljaisuus ja rauhallisuus sekä vaellus- ja retkeilymahdollisuudet. Samoja vetovoimatekijöitä tuli tämän tutkimuksen tuloksena. Tutkimustulokset sopivat myös Suomen matkailun toiminta-ajatukseen, joka on tilastojen valossa ”luontaisten” edellytysten Suomi eli luontopainotteinen, aktiivilomailun maa vahvistettuna liikematkailulla ja eräillä alueellisilla kulttuuriattraktioilla. Matkailun edistämiskeskuksen tekemissä tutkimuksissa ulkomaisista matkailijoista on kahdeksi tärkeimmäksi syyksi, jonka takia lomamatkailijat saapuvat Suomeen, selvitetty ”luonnonläheisyys” ja ”uusi matkakohde”. Suosituimmaksi aktiviteettimuodokseen kyselyyn osallistuneista ulkomaisista matkailijoista valitsivat liikkumisen luonnossa. Omassa tutkimuksessani tuli esille myös tärkeäksi vetovoimatekijäksi luonto ja sen tarjoamat mahdollisuudet.

Tutkimuksen vastaustavoitteesta jäätin, varsinkin Kallioniemen osalta koska sieltä saatiin vain 8 vastausta. Olisi ollut hyvä, mikäli olisin ollut muutaman päivän itse paikan päällä Kallioniemessä keräämässä vastauksia. Sillä tavoin useampi siellä vierailut matkailija olisi vastannut kyselyyn. Vastaajia kuitenkin oli laajalta maantieteelliseltä alueelta, niin kotimaasta (51 kpl) kuin ulkomailta (38 kpl). Voidaan päätellä, että tutkimustulos ei olisi olennaisesti muuttunut, vaikka vastauksia olisi saatu enemmän. Tutkimustulokset ovat muiden tekemiin tutkimuksiin verrattuna samansuuntaiset. Tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus on toteutunut, sillä tutkimustulos olisi todennäköisesti sama, mikäli tutkimus toteutettaisiin

uudelleen. Tutkimuksen validiteetti eli pätevyys on hyvä. Kyselylomake muotoiltiin siten, että saadaan selville kesälomamatkailun veto- ja työntövoimatekijöitä. Voidaan olettaa, että vastaajat ymmärsivät ainakin pääosin kysymykset oikein, ja vastaukset ovat luotettavia. Vastausten käsittelyvaiheessa muutamia vastauksia jäi tilastoinnin ulkopuolelle. Vastaajat olivat valinneet luontoon ja kulttuuriin liittyvissä kysymyksissä useamman kuin kaksi vaihtoehtoa. Myös kysymykseen, kuinka tärkeitä ovat esitetyt palvelut valittaessa kesälomakohdetta, muu, mikä? -kohtaan oli vastattu, mutta arviointia ei ollut.

Tutkimuksen tavoitteet saavutettiin, saimme selvitettyä kesämatkailun vetovoimatekijöitä, jotka kiinnostavat matkailijoita. Tutkimusongelmana oli selvittää, mitkä tuotteet tai palvelut kiinnostavat kesämatkailijoita, ja tätä kautta kesämatkailua Saijan Lomakartanossa saataisiin lisättyä. Tutkimuksessa tärkeiksi nousseet tekijät ovat Saijan Lomakartanossa pääosin kunnossa.

Luontoon liittyviä retkiä on Saijan Lomakartanossa tarjolla: vaellusta, melontaa, pyöräilyä, kalastusta sekä marjastusta ja sienestystä. Kehittämällä ja uudistamalla jo olemassa olevia ohjelmapalveluja saadaan kiinnostavuutta lisättyä kesälomakohteena. Palveluita niin omatoimiseen kuin opastettuihin retkiin tulee lisätä. Retkeilyreitistö maastossa on olemassa, ja se soveltuu vaellukseen ja pyöräilyyn. Melontaan on tarjolla melontakarttoja, reitit ovat läheisille järville ja jokiosuuksille. Omatoimisille retkeilijöille tulee parantaa retkeilykarttoja ja reittimerkintöjä maastossa. Myös vuokravälineiden saatavuuteen tulee kiinnittää huomiota, tarjolla on nyt kanootteja, kajakkeja, soutuveneitä, maastopyöriä ja läskipyöriä sekä kesälle 2017 hankitaan sup-lautoja. Opastettujen retkien tasoa tulee vielä nostaa, enemmän vaihtoehtoja retkivalintoihin ja oppaan ammattitaitoon tulee myös kiinnittää huomiota. Oppaan tulee retken aikana kertoa luonnosta ja antaa asiakkaille mahdollisuus nähdä luonnon eläimiä. Saijan Lomakartanon sijainti järven rannalla, ja läheiset metsät ovat mieluisia matkailijalle. Lisäksi löytyy kaunista maisemaa, puhdasta luontoa sekä rauhaa ja hiljaisuutta.

Myös ravintola- ja majoituspalvelut ovat Saijan Lomakartanossa pääosin kunnossa. Huoneistot ovat viihtyisiä, mukavuuksia voisi hieman lisätä kuten jääkaapit joka huoneeseen, radio ja ilmastointi. Wifi on saatu kuntoon kesän 2015 jälkeen, ja wifi toimii nyt joka huoneessa. Ravintolapalveluiden taso on hyvä. Ravintolassa on yli 100 asiakaspaikkaa, ja ravintolassa on A-oikeudet. Hyvään ruokaan on panostettu toiminnan alusta lähtien ja kokit tarjoavat perinteistä, itse tehtyä lähiruokaa. Asiakkaiden antamat palautteet ruuasta ovat yleensä hyviä ja he kiittelevät hyvästä ruuasta. Ruokapalveluja voisi parantaa tarjoamalla useampia ruokavaihtoehtoja, ja laajentamalla ruoan tarjonta-aikaa. Ruokailut ovat pääosin tarjolla majoittuville, aamiainen kuuluu huonehintaan ja päivällisaika on klo 18.00, jolloin on tarjolla yksi ruokavaihtoehto seisovasta pöydästä. Täysihoidolla majoittuville keittolounas on klo 13.00. Saijan Lomakartanossa on lämmin ja kotoinen ilmapiiri, ja vastaajien toivoma ystävällinen ja reipas asiakaspalvelu on henkilökunnalla hanskassa.

Pihapiirin viihtyvyys on parantunut Saijan Lomakartanossa kesän 2015 jälkeen, kun suuri terassi valmistui laajennuksen myötä. Lisävirikkeitä pihapiiriin voisi vielä lisätä, vastaajien toivomia aktiviteetteja kuten minigolf ja frisbeegolfrata. Myös lapsille voisi olla enemmän tekemistä pihalla: keinuja, kiipeilyteline, liukumäki ja keinuhevostia. Kesätapahtumia voisi suunnitella lisää, tällä hetkellä tapahtumat painottuvat heinäkuun Päätaloviikolle. Uudet tapahtumat voisivat olla kulttuuriin, luontoon tai yhteistapahtumiin liittyviä.

Tutkimuksen teko oli mielenkiintoista ja haastavaa. Teoriaosuuteen löytyi hyvin lähdeaineistoa, vaikeinta oli valita tähän tutkimukseen parhaiten sopivimmat. Aineiston keruun ja käsittelyn välinen aika oli liian pitkä. Aineisto kerättiin kesällä 2015, mutta tilastointi venyi vuoden päähän. Mielestäni tutkimus antaa todellisen kuvan matkailijoiden kiinnostuksesta kesälomakohteen vetovoimatekijöihin. Tutkimuksen tulokset ovat hyödyllisiä, ja aineistosta saadaan vielä paljon lisätietoa Saijan Lomakartanon käyttöön. Yksi merkittävä asia nousi tutkimuksesta esille, johon tulee panostaa. Asiakkaat etsivät tietoa kesälomakohteesta internetistä, joten markkinointia ja paikan tunnettuutta tulee internetin välityksellä parantaa.

LÄHTEET

Aho, S. (toim.) 1994. Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteina. Oulu: Oulun yliopisto monistus- ja kuvakeskus.

Euroopan Unioni 2016. http://europa.eu/youreurope/citizens/travel/entry-exit/eu-citizen/index_fi.htm. Viitattu 16.10.2016

Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto. Osa 1. Jyväskylä, Gummerus Kirjapaino Oy

Hemmi, J. & Vuoristo K. 1993. Matkailu. Porvoo: Wsoy

Hiltula, I. 2003. "Se tuli pirttiin ihan niinku tutumpaan paikkaan". Kirjallisuusmatkailu Kalle Pääntalon maisemissa Jokijärvellä. Pro gradu-tutkielma, Lapin Yliopisto.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Hätälä, E. 1997. Koillismaan seutukunnan matkailun aluetaloudelliset vaikutukset ja kehittämisen lähtökohdat vuonna 1997. Pro gradu-tutkielma, Oulun Yliopisto, Maantieteen laitos.

Hyrynsalmen Vanha Asema. <http://www.hyrynsalmenasema.fi/386747583>. Viitattu 17.5.2015.

Järviluoma, J. 2006. Turistin luonto: tutkimus luonnon merkityksestä matkailun vetovoimatekijöinä neljässä Lapin matkailukeskuksessa. Väitöskirja, Lapin Yliopisto. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:ula-20111141035>

Kangasniemi, S. 2012. Taivalkosken kenttäratakohteet ennen ja nyt. Pro gradu-tutkielma, Oulun Yliopisto.

Kauppila, P. 1997. Miksi Kuusamoon? Tutkimus Kuusamon kesävetovoimatekijöistä. Oulu: Oulun yliopistopaino.

Komppula R. 2002. Teoksessa Luonto matkailukohteena: virkistystä ja elämyksiä luonnosta. Toimittajat Saarinen J. ja Järviluoma J. Rovaniemi: Rovaniemen Painatuskeskus Oy

MacCannell, D. 1999. The tourist, a new theory of the leisure class. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press.

Matkailun edistämiskeskus. 1994. Ulkomaiset matkailijat Suomessa kesällä 1993. Helsinki: Painatuskeskus Oy

MEK, 2000. Matkailun edistämiskeskuksen julkaisuluettelo (1975 – 2000) <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/05/2000-Listaus-MEKin-julkaisuista-1975-2000.pdf>. Viitattu 3.9.2016

MEK, 2007. Suomen Matkailun aluerakenne 2005. http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/A155-Suomen-matkailun-aluerakenne-2005_Raportti.pdf. Viitattu 17.5.2015

Murphy, P. 1985. Tourism a community approach. Methuen, Inc.

Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrangle, K. 2003. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Partanen, S. 2009. Kun Suomi etsi itseään viertoteiltä ja matkailureiteiltä. Teoksessa Suomen Matkailuyhdistys SMY ry. Tunne maasi! Suomen matkailun kehitys ja kehittäjiä. Tallinna: Hipputeos Oy.

Raivo, P., Pyörnilä, P. & Sepponen, E. Kuusamon kulttuurimatkailu. Kuusamon kaupunki, Naturpolis Kuusamo koulutus- ja kehittämispalvelut.

Saarinen, J. & Järviluoma, J. Luonto matkailukohteena: virkistystä ja elämyksiä luonnosta. Rovaniemi: Rovaniemen Painatuskeskus Oy.

Suomenmaantieto. <https://peda.net/naantali/velkuan-koulu/oppiaineet2/maantieto/suomi2/1attoekma/vaara-suomi> (viitattu 16.8.2016)

Taivalkoski, 2005. Taivalkosken matkailustrategia 2010. Taivalvaara 2010-hankkeen loppuraportti.

Taivalkoski, 2015.

http://taivalkoski.ktweb.fi/ktwebbin/dbisa.dll/ktwebscr/pk_asil.htm?+elin=VALT&pv=10%2e2%2e2015%2016%3a30. Viitattu 13.11.2016

Tilastokeskus, 2006, a. <http://www.tilastokeskus.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/index.html>. Viitattu 19.9.2015

Tilastokeskus, 2006, b. <http://www.stat.fi/meta/kas/matkailu.html>. Viitattu 27.4.2016

Tilastokeskus, 2006, c. <http://www.stat.fi/meta/kas/kotimmatkailu.html>. Viitattu 17.5.2015

Tilastokeskus, 2006, d <http://www.stat.fi/meta/kas/ulkommatkailu.html>. Viitattu 17.5.2015

Tilastokeskus, 2006, e. <http://www.stat.fi/meta/kas/vapajmatka.html>. Viitattu 17.5.2015

Tilastokeskus, 2006, f. <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/55.html>. Viitattu 28.9.2015

Tilastokeskus, 2006, g. <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/56.html>. Viitattu 28.9.2015

Tilastokeskus, 2015. http://www.stat.fi/til/smat/2015/13/smat_2015_13_2015-06-08_tie_001_fi.html Viitattu 1.10.2015

Tilastokeskus, 2013. <http://www.stat.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/832.html>. Viitattu 16.8.2016

Työ- ja elinkeinoministeriö.

http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2274/Matkailu_joulukuu_2014.pdf. Viitattu 19.9.2015

VisitFinland, n.d. Yöpymiset kesäkaudella.

<http://www.visitfinland.fi/blog/graphs/yopymiset-kesakaudella/>

Vuoristo, K. 2003. Matkailun maailma, kansainvälisen matkailun maantiede. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Vuoristo, K. 2002. Matkailun muodot. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Vuoristo, K. & Vesterinen, N. 2002. Lumen ja suven maa. Suomen matkailumaantiede. Porvoo: WS Bookwell Oy.

LIITTEET

- Liite 1 Kyselylomake suomeksi ja englanniksi
- Liite 2 Frekvenssitaulukot
- Liite 3 Vastaukset avoimeen kysymykseen, millaisia tuotteita/palveluja toivoisitte kesälomakohteessanne olevan

Kyselylomake



Arvoisa vierailija,

Saijan Lomakartano sijaitsee Taivalkoskella, Jokijärven rannalla, kirjailija-professori Kalle Päätalon lapsuudenkodin Kallioniemen naapurissa. Tämän tutkimuksen tavoitteena on saada tietoa kesälomamatkailijoilta ja siitä, mitkä asiat ovat heille tärkeitä kesälomakohteen valinnassa. Tutkimustuloksia käytetään palveluiden kehittämiseen ja parantamiseen. Tutkimuksen tilaajana on Saijan Lomakartano, ja tutkimus toteutetaan opinnäytetyönä Kajaanin Ammattikorkeakoululle.

Mielipiteenne on meille tärkeä. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti, ja yksittäiset vastaukset eivät ole tuloksista tunnistettavissa. Lomakkeen täyttämiseen kuluu aikaa pari minuuttia.

Olkaa ystävällinen, ja palauttakaa täytetty lomake vastauslaatikkoon.

Kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan **50 euron arvoinen S-ryhmän lahjakortti**. Mikäli haluatte osallistua arvontaan, täyttäkää alla oleva yhteystietolomake. Tietoja käytetään vain arvonnassa. Arvonnan voittajaan otetaan yhteyttä henkilökohtaisesti.

Lisätietoja tutkimuksesta antaa Taina Olkkola, puh. 0400 540 941.

Yhteistyöstä kiittäen

Helena Karppinen
Saija Oy

Taina Olkkola
Opiskelija

Osallistun arvontaan:

Nimi _____

Osoite _____

Puh. _____

KYSELYTUTKIMUS

Merkitkää rastilla sopivin vaihtoehto tai kirjoittakaa vastauksenne sille varattuun paikkaan..

1. Sukupuoli ___ nainen ___ mies

2. Ikä ___ vuotta

3. Kotipaikkakunta _____

4. Montako henkilöä kuuluu koko ruokakuntaanne? _____ henkilöä.
Mikäli ruokakuntaanne kuuluu myös alle 18 v lapsia, montako heitä on? _____

5. Kaikkien ruokakuntaanne kuuluvien vuositulot sisältäen palkkatulot ja tulonsiirrot (eläkkeet ja muut sosiaali-tuudet) bruttona (ei vähennetty veroja)
 - ___ alle 50 000 euroa/vuosi
 - ___ 50 001 – 100 000 euroa/vuosi
 - ___ 100 001 – 150 000 euroa/vuosi
 - ___ yli 150 000 euroa/vuosi

6. Matkustatteko kesälomakohteeseen useimmiten
 - ___ yksin
 - ___ perheen kanssa
 - ___ ystävien kanssa
 - ___ ryhmässä
 - ___ muuten, miten? _____

7. Miten useimmiten matkustatte kesälomakohteeseen?
 - ___ omalla autolla
 - ___ linja-autolla
 - ___ junalla
 - ___ lentokoneella
 - ___ muuten, miten? _____

8. Mikä on useimmiten kesälomamatkanne tarkoitus? Valitkaa kaksi vaihtoehtoa.
 - ___ yhteisen ajan viettäminen perheen kanssa
 - ___ rentoutuminen
 - ___ tutustuminen uusiin paikkoihin
 - ___ vaihtelun saaminen arkirutiineihin
 - ___ mahdollisuus harrastaa
 - ___ muu tarkoitus, mikä? _____

9. Arvioikaa, kuinka tärkeitä ovat mielestänne seuraavat palvelut, kun valitsette kesälomakohtetta.

Ympyröikää jokaiselta riviltä se vaihtoehto, joka parhaiten mielestänne kuvaa palvelun tärkeyttä

asteikolla: 1 erittäin vähäinen, 2 vähäinen, 3 ei vähäinen/ei tärkeä, 4 tärkeä, 5 erittäin tärkeä

Majoituspalvelujen hintataso	1	2	3	4	5
Majoituspalvelujen laatu	1	2	3	4	5
Ruokailupalvelujen hintataso	1	2	3	4	5
Ruokailupalvelujen laatu	1	2	3	4	5
Ohjelmapalveluiden saatavuus	1	2	3	4	5
Kokouspalvelut	1	2	3	4	5
Juhlapaikkapalvelut	1	2	3	4	5
Illanviettomahdollisuudet	1	2	3	4	5
Puhdas luonto	1	2	3	4	5
Kauniit maisemat	1	2	3	4	5
Hiljaisuus ja rauhallisuus	1	2	3	4	5
Kohteen sijainti hyvien kulkuyhteyksien varrella	1	2	3	4	5
Muu, mikä? _____	1	2	3	4	5

10. Mitkä kesä/syysaktiviteetit ovat mielestänne kiinnostavia? Rastikaa 2 mieluisinta vaihtoehtoa.

melonta

vaellus

pyöräily

marjastus/sienestys

kalastus

metsästys

muu, mikä? _____

kesäaktiviteetit eivät kiinnosta

11. Mitkä kulttuuripalvelut ovat mielestänne kiinnostavia? Rastikaa 2 mieluisinta vaihtoehtoa.

museo

teatteri

näyttelyt

konsertit

muistomerkit muu, mikä? _____

__ kulttuuripalvelut eivät kiinnosta

12. Mitkä ovat tärkeimmät tietolähteet, kun valitsette kesälomakohdetta?

Rastikaa 2 tärkeintä tietolähdettä.

__ oma kokemus __ sanomalehti-ilmoitukset
 __ toisen suosittelu __ tv-mainonta
 __ internet __ radiomainonta
 __ esitteet __ muu, mikä? _____

13. Alla on lueteltu Taivalkosken kunnan kulttuurikohteita/-tapahtumia. Arvioikaa, kuinka kiinnostavana pidätte niitä käyntikohteena.

Ympyröikää jokaiselta riviltä sopivin vaihtoehto asteikolla

1 ei kiinnostava, 2 vähän kiinnostava, 3 kiinnostava, 4 erittäin kiinnostava

Kallioniemi, kirjailija Kalle Päätalon lapsuudenkoti	1	2	3	4
Päätalokeskus, Kalle Päätalon työhuone ja näyttely	1	2	3	4
Päätaloviikko-tapahtuma, joka järjestetään joka vuosi heinäkuussa	1	2	3	4
Opastetut retket Päätalon kirjoista tuttuihin maisemiin	1	2	3	4
Toisen maailmansodan aikainen, saksalaisten vankityövoimalla rakennuttama kenttärata	1	2	3	4
Jokijärven Pölkky-teatterin kesänäytelmä	1	2	3	4
Pöllinparkkuun MM-kisat Jokijärvellä	1	2	3	4
Iijokisoututapahtuma	1	2	3	4
Urheilutapahtumat	1	2	3	4

14. Millaisia tuotteita/palveluja toivoisitte kesälomakohteessanne olevan?

Kiitos vastauksistanne!



Dear Visitor,

Saija Lodge is a holiday resort, located in municipality of Taivalkoski. Saija Lodge also offers summer holiday activities.

The principal of this survey is to get information from summer holiday visitors, on what grounds they choose a summer holiday destination. Your answer will help Saija Lodge to develop their services for tourists. This survey is part of my thesis of the studies for Kajaani University of Applied Sciences, and the orderer of this survey is Saija Lodge.

Your opinion is very important to us. All the answers will be handled confidentially, and respondents remain anonymous.

Thank you for your co-operation,

Helena Karppinen

Hostess of Saija Lodge

Taina Olkkola

Researcher

SURVEY

Please choose the alternative which suits best your point of view, unless the questions say something else. You may write your answer for the open ended questions on the given lines.

1. Gender ___ Female ___ Male

2. Age ___ years

3. Homeland _____

4. The number of people in your household? _____ persons.

If you have children under 18 years, how many? _____ persons.

5. Yearly income including earned income and income transfers (e.g. pension and welfare payment), gross income (pre-tax)?

___ less than 50 000 eur/year

___ 50 001 – 100 000 eur/year

___ 100 001 – 150 000 eur/year

___ more than 150 000 eur/year

6. Who are you usually travelling with to a summer holiday resort ?

___ alone

___ with family

___ with friends

___ in group

___ other way, how? _____

7. How are you usually travelling to a summer holiday resort?

- own car
- by bus
- by train
- by plane
- other way, how? _____

8. What are your reasons to come for your summer holiday resort in general? You may choose 2 alternatives.

- to have some time for family
- to relax
- getting to know new places
- to escape the daily routines
- go in for my hobbies
- other reason, what? _____

9. How important to you are the services listed below, when you are choosing your summer holiday resort?

You may choose one alternative that best describes your opinion from each line:
1 very low, 2 low, 3 not low/not important, 4 important, 5 very important

Accommodation services price level	1	2	3	4	5
Accommodation services quality	1	2	3	4	5
Restaurant services price level	1	2	3	4	5
Restaurant services quality	1	2	3	4	5
Guided program services availability	1	2	3	4	5
Meeting services	1	2	3	4	5
Party venue services	1	2	3	4	5
Evening entertainment possibilities	1	2	3	4	5
Pure nature	1	2	3	4	5
Beautiful landscape	1	2	3	4	5
Peace and quiet	1	2	3	4	5
Location along with good traffic connections	1	2	3	4	5
Other, what? _____	1	2	3	4	5

10. Which summer/autumn activities do you find interesting? You may choose 2 alternatives.

- canoeing
- hiking
- biking
- picking berries/mushrooms
- fishing
- hunting
- other, what? _____
- summer activities are not interesting

11. Which culture services do you find interesting? You may choose 2 alternatives.

- museum
- theater
- exhibitions
- concerts
- monuments
- other, what? _____
- culture services are not interesting

12. Which are the most important sources of information, when you're choosing your summer holiday resort?

You may choose 2 alternatives.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> your own experience | <input type="checkbox"/> newspaper advertising |
| <input type="checkbox"/> other recommendation | <input type="checkbox"/> tv advertising |
| <input type="checkbox"/> internet | <input type="checkbox"/> radio advertising |
| <input type="checkbox"/> brochures | <input type="checkbox"/> other, what? _____ |

13. Below are listed cultural attractions and events to visit in Taivalkoski area. How interesting they are to visit in your opinion?

You may choose one alternative on every line, which best describes your point of view:

1 not interesting, 2 low interest, 3 interesting, 4 very interesting

"Kallioniemi", Finnish author Kalle Päätalo's childhood home	1	2	3	4
"Päätalokeskus", Kalle Päätalo's work room and exhibition	1	2	3	4
"Päätaloviikko" -event, which is held every year in July	1	2	3	4
Guided tours to familiar places from Kalle Päätalo's books	1	2	3	4
"Kenttärata", during World War II, the Germans built a railway by prison labor	1	2	3	4
Summer theater in Jokijärvi village, "Pölkky"- theater shows	1	2	3	4
"Pöllinparkkuu", Log peeling –World Championships in Jokijärvi village	1	2	3	4
One week lasting rowing/canoeing event at the river Iijoki	1	2	3	4
Sports events	1	2	3	4

14. What kind of products/services you wish to have in your summer holiday resort?

Thank you for your answers!

Kuva 2. Vastaajien sukupuolijakauma (n=87)

Sukupuoli (n=87)	kpl	%
Mies	44	51
Nainen	43	49
	87	100

Kuva 3. Vastaajien ikäjakauma (n=88)

Ikäjakauma (n=88)		kpl
15 - 29 v	11 %	10
30 - 44 v	20 %	18
45 - 59 v	57 %	49
60 - 74 v	12 %	11
	100 %	88

Kuva 4. Vastaajien kotipaikkakunta (n=88)

	kpl	
Pohjois-Pohjanmaa	33	38 %
Italia	21	24 %
Saksa	13	15 %
Uusimaa	4	5 %
Lappi	3	3 %
Keski-Pohjanmaa	2	2 %
Etelä-Pohjanmaa	2	2 %
Pohjois-Savo	2	2 %
Keski-Suomi	2	2 %
Sveitsi	2	2 %
Päijät-Häme	1	1 %
Satakunta	1	1 %
Kymenlaakso	1	1 %
Ranska	1	1 %
	88	100 %

Kuva 5. Ruokakuntaan kuuluvien henkilömäärä (n=87)

Ruokakunta	hlö	%	kpl
1		12 %	10
2		56 %	49
3		10 %	9
4		12 %	10
5		3 %	3
6		5 %	4
7		1 %	1
8		1 %	1
		100 %	87

Kuva 6. Ruokakuntaan kuuluvien alle 18-v. lasten määrä (n=24)

Lapset		kpl
1	54 %	13
2	30 %	7
3	8 %	2
4	8 %	2
	100 %	24

Kuva 7. Ruokakunnan vuositulot (n=84)

Vuositulot	%	kpl
alle 50 000	52 %	44
50 001 - 100 000	41 %	34
100 001 - 150 000	5 %	4
yli 150 000	2 %	2
	100 %	84

Kuva 8. Matkaseura useimmiten kesälomakohteeseen (n=76)

	%	kpl
perheen kanssa	75 %	57
ystävien kanssa	12 %	9
muuten, miten	8 %	6
yksin	4 %	3
ryhmässä	1 %	1
Muuten, miten:		kpl
Tyttöystävän kanssa		3
Poikaystävän kanssa		2
Vaimon kanssa		1

Kuva 9. Matkustustapa useimmiten kesälomakohteeseen (n=73)

	%	kpl
Oma auto	50 %	36
Lentokone	37 %	27
Muuten	7 %	5
Linja-auto	5 %	4
Juna	1 %	1
	100 %	73
Muuten, miten:		kpl
Pyörä		1
Moottoripyörä		2
Asuntoauto/-vaunu		2

Kuva 10. Kesälomamatkan tarkoitus useimmiten (n=85)

	%	kpl
Yhteisen ajan viettäminen perheen kanssa	19 %	16
Mahdollisuus harrastaa	26 %	22
Vaihtelun saaminen arkirutiineihin	29 %	25
Rentoutuminen	47 %	40
Tutustuminen uusiin paikkoihin	59 %	50
Muu tarkoitus	2 %	2
Muu tarkoitus:	%	kpl
Lappi ja Pohjois-Norja	1 %	1
Kavereiden tapaaminen	1 %	1

Kuva 11. Kuinka tärkeitä ovat esitetyt palvelut valittaessa kesälomakohdetta

1 erittäin vähäinen, 2 vähäinen, 3 ei vähäinen/ei tärkeä, 4 tärkeä, 5 erittäin tärkeä

	1	2	3	4	5	4+5 yht	Yht.
Kauniit maisemat (n=88)		3 %	1 %	40 %	56 %	96 %	100 %
Puhdas luonto (n=88)		2 %	8 %	43 %	47 %	90 %	100 %
Ruokailupalvelujen laatu (n=87)		5 %	8 %	53 %	34 %	87 %	100 %
Hiljaisuus ja rauhallisuus (n=87)		1 %	12 %	38 %	49 %	87 %	100 %
Majoituspalvelujen laatu (n=87)		1 %	13 %	59 %	27 %	86 %	100 %
Majoituspalvelujen hintataso (n=87)		1 %	22 %	49 %	28 %	77 %	100 %
Ruokailupalvelujen hintataso (n=87)		6 %	21 %	57 %	16 %	73 %	100 %
Ohjelmapalveluiden saatavuus (n=86)	5 %	21 %	36 %	36 %	2 %	38 %	100 %
Kohteen sijainti hyvien kulkuyhteyksien varrella (n=87)	2 %	16 %	50 %	23 %	9 %	32 %	100 %
Illanviettomahdollisuudet (n=87)	23 %	14 %	36 %	24 %	3 %	27 %	100 %
Kokouspalvelut (n=85)	57 %	14 %	22 %	5 %	2 %	7 %	100 %
Juhlapaikkapalvelut (n=85)	51 %	20 %	22 %	5 %	2 %	7 %	100 %
Muu, mikä? (n=12)				33 %	67 %	100 %	100 %

1 erittäin vähäinen, 2 vähäinen, 3 ei vähäinen/ei tärkeä, 4 tärkeä, 5 erittäin tärkeä

	1	2	3	4	5	4+5 yht	Kpl
Kauniit maisemat (n=88)		3	1	35	49	84	88
Puhdas luonto (n=88)		2	7	38	41	79	88
Hiljaisuus ja rauhallisuus (n=87)		1	10	33	43	76	87
Ruokailupalvelujen laatu (n=87)		4	7	46	30	76	87
Majoituspalvelujen laatu (n=87)		1	11	51	24	75	87
Majoituspalvelujen hintataso (n=87)		1	19	43	24	67	87
Ruokailupalvelujen hintataso (n=87)		5	18	50	14	64	87
Ohjelmapalveluiden saatavuus (n=86)	4	18	31	31	2	33	12
Kohteen sijainti hyvien kulkuyhteyksien varrella (n=87)	2	14	43	20	8	28	87
Illanviettomahdollisuudet (n=87)	20	12	31	21	3	24	87
Kokouspalvelut (n=85)	48	12	19	4	2	6	85
Juhlapaikkapalvelut (n=85)	43	17	19	4	2	6	85
Muu, mikä? (n=12)				4	8	12	12

Muu, mikä- vaihtoehdon valinneiden vastaukset:

	kpl
Lemmikki	2
Viihtyisyys, hyvä palvelu	1
Myös 9-13 v lapset huomioiva	1
Lähellä luontopolkuja, on tilaa	1
Pitää olla helppo lähteä liikuntareiteille	1
Hyvät tiet	1
Kiinnostavuus	1
Kohteen "aitous", ei turisteille tehty	1
Matkailu	1
Kotoinen ilmapiiri	1
Ihmiset	1
	12

Kuva 12. Kiinnostavat kesä/syysaktiviteetit

	%	kpl
Vaellus	64 %	52
Melonta	38 %	31
Kalastus	29 %	23
Marjastus/sienestys	20 %	16
Pyöräily	19 %	15
Muu, mikä?	12 %	10
Metsästys	7 %	6
Kesäaktiviteetit eivät kiinnosta	1 %	1
Muu, mikä?		kpl
Uinti		2
Sauvakävely		1
Erilaiset pelit		1
Luontoretket		1
Tanssi		1
Teatteri		1
Mökkeily		1
Oppia kalastamaan		1
Nähtävyydet		1
		10

Kuva 13. Kiinnostavat kulttuuripalvelut

	%	kpl
Museo	54 %	44
Näyttelyt	35 %	29
Konsertit	33 %	27
Muistomerkit	32 %	26
Teatteri	24 %	20
Kulttuuripalvelut eivät kiinnosta	5 %	4
Muu, mikä?	4 %	3
Muu, mikä?		kpl
Luonnonnähtävyydet		1
Erilaiset kisatapahtumat		1
Opastukset		1

Kuva 14. Tärkeimmät tietolähteet valittaessa kesäloma-kohdetta

	%	kpl
Internet	80 %	67
Oma kokemus	44 %	37
Toisen suosittelu	35 %	29
Esitteet	26 %	22
Tv-mainonta	6 %	5
Sanomalehti-ilmoitukset	2 %	2
Muu, mikä?	2 %	2
Radiomaininta	0 %	0
Muu, mikä?		kpl
Kirjat		1
Ystävät		1

Kuva 15. Taivalkosken kunnan kulttuurikohteiden/-tapahtumien kiinnostavuus käyntikohteena.

1 ei kiinnostava, 2 vähän kiinnostava, 3 kiinnostava, 4 erittäin kiinnostava

	1	2	3	4	3+4 yht	Yht. %
Kallioniemi, Kalle Pääatalon lapsuudenkoti	15 %	24 %	32 %	29 %	61 %	100 %
Toisen maailmansodan aikainen, saksalaisten vankityövoimalla rakennuttama kenttärata	12 %	27 %	37 %	24 %	61 %	100 %
Iijokisoututapahtuma	17 %	26 %	31 %	26 %	57 %	100 %
Pääatalokeskus, Kalle Pääatalon työhuone ja näyttely	12 %	32 %	42 %	14 %	56 %	100 %
Jokijärven Pölkky-teatterin kesänäytelmä	14 %	32 %	36 %	18 %	54 %	100 %
Pöllinparkkuun MM-kisat Jokijärvellä	21 %	29 %	33 %	17 %	50 %	100 %
Urheilutapahtumat	25 %	28 %	27 %	20 %	47 %	100 %
Opastetut retket Pääatalon kirjoista tuttuihin maisemiin	20 %	40 %	26 %	14 %	40 %	100 %
Pääataloviikko-tapahtuma, joka järjestetään joka vuosi heinäkuussa	19 %	44 %	24 %	13 %	37 %	100 %

1 ei kiinnostava, 2 vähän kiinnostava, 3 kiinnostava, 4 erittäin kiinnostava

	1	2	3	4	3+4 yht	Yht. kpl
Kallioniemi, Kalle Pääatalon lapsuudenkoti	12	20	26	23	49	81
Toisen maailmansodan aikainen, saksalaisten vanki- työvoimalla rakennuttama kenttärata	10	22	30	19	49	81
Iijokisoututapahtuma	14	21	26	21	47	82
Pääatalokeskus, Kalle Pääatalon työhuone ja näyttely	10	26	34	11	45	81
Jokijärven Pölkky-teatterin kesänäytelmä	11	25	28	14	42	78
Pöllinparkkuun MM-kisat Jokijärvellä	17	23	26	14	40	80
Urheilutapahtumat	20	22	21	16	37	79
Opastetut retket Pääatalon kirjoista tuttuihin maisemiin	16	31	20	11	31	78
Pääataloviikko-tapahtuma, joka järjestetään joka vuosi heinäkuussa	15	35	19	10	29	79

Kuva 16. Kesäaktiviteettien kiinnostavuus kotimaisten ja ulkomaisten vastaajien välillä

	Kotimaiset		Ulkomaiset		Yhteensä	
	%	kpl	%	kpl	%	kpl
Vaellus	59 %	31	41 %	21	100	52
Melonta	29 %	9	71 %	22	100	31
Kalastus	83 %	19	17 %	4	100	23
Marjastus/sienestys	73 %	11	27 %	4	100	15
Pyöräily	60 %	9	40 %	6	100	15
Metsästys	83 %	5	17 %	1	100	6

Kuva 17. Vastaajia kiinnostavien kesäaktiviteettien sukupuolijakauma

	Nainen		Mies		Yhteensä	
	%	kpl	%	kpl	%	kpl
Vaellus	58 %	30	42 %	22	100 %	52
Melonta	47 %	14	53 %	16	100 %	30
Kalastus	39 %	9	61 %	14	100 %	23
Marjastus/sienestys	63 %	10	37 %	6	100 %	16
Pyöräily	64 %	9	36 %	5	100 %	14
Metsästys	0 %	0	100 %	6	100 %	6

Vastaukset kysymykseen, millaisia tuotteita/palveluja vastaajat toivoisivat kesälomakohteessaan olevan:

Luontoon liittyvät ohjelmapalvelut

1. Erilaiset luontopalvelut (opastus)
2. Retkeilyreittejä, tietoja hyvistä kalapaikoista
3. Hyvät puitteet ja mahdollisuudet harrastaa ympäristössä luontoaktiviteetteja
4. Joet ja kalat, patikointi, kaikki jokilaskut (kanootti, kajakki)
5. Luontopolut hyvillä opasteilla ja tietotauluilla varustettuna
6. Neuvontapalvelut kalastus ja metsästysmaihin
7. Hyvin opastettuja ja kunnossa olevia maastopyöräily- ja vaellusreittejä.
8. Melontareittejä ja oppaita niihin
9. Vaellus, melonta
10. Enemmän retkiä, joilla mahdollisuus nähdä paikallisia eläimiä
11. Melonta, pyöräily, vaellus
12. Opastetut retket, pyöräily – melonta
13. Opastetut retket, joissa näytetään/selitetään paikallista luontoa, kasveja, sieniä ja eläimiä
14. Metsästys, kalastus

Luontoon ja ympäristöön liittyvät toiveet

1. Luonto ja rauha
2. Ei mitään, vain hiljaisuus ja luonto
3. Äänimaisemana luonnonääniä, ei traktoreita, ei pyssynpauketta syksyllä (kuten nyt oli 22.8. sorsanmetsästystä järvellä)
4. Nähdä ympäristöä ja luontoa
5. Eläimiä ympärillä sekä luonnon että koti
6. Nähdä poroja tai ruskea karhuja
7. Eri eläinten näkeminen
8. Nähdä poroja
9. Nähdä enemmän eläimiä

Muut aktiviteettitoiveet

1. Minigolf x 3
2. Frisbeegolf x 3
3. Tikanheitto x 2
4. Mөлккy
5. Lentopalloverkko
6. Riimunheittopeli
7. Pihapiirin viihdykkeitä, pelejä
8. Valokuvaus
9. Opastetut retket
10. Retket
11. Retket oppaan kanssa
12. Moottoripyöräretki ympäri Taivalkosken aluetta
13. Urheiluaktiviteetit
14. Turisteille aktiviteetteja
15. Aktiviteettien monipuolisuus
16. Hyvää tietoa alueen mahdollisista aktiviteeteista
17. Mahdollisuudet harrastaa
18. Mahdollisuus kokeilla eri harrastuslajien välineitä
19. Henkilökohtaista, räätälöityjäkin palveluja
20. Paikallisia kulttuuritapahtumia
21. "Kulttuuri" opastus

Ravintola- ja majoituspalveluihin liittyvät toiveet

1. Hyvä ruoka x 7
2. Paikallinen ruoka x 5
3. Ruoka
4. Tyypillinen ruoka
5. Pientä syötävää makeaa – suolaista voisi ostaa
6. Elämyksiä, lähiruokaa ja muita paikallisia herkkuja
7. Hyviä, edullisia ruokapaikkoja

8. Ala carte ruokailut illalla
9. Ravintolapalvelut
10. Tyypilliset "maista ja syö" ruuat
11. Ruokapalvelut
12. Saada jääkaappi huoneeseen
13. Pieni jääkaappi, jossa valmiina juomia, naposteltavaa ja hinnat esille
14. Huoneistoissa tulisi olla jääkaapit. Matkailijoilla on aina jotain, jota tulisi laittaa kylmään
15. Radio x 2
16. Wifi x 2
17. Ilmastointi x 2
18. Hiljainen sijainti x 2
19. Laadukas majoitus
20. Majoitus
21. Mukavat huoneet
22. Siivotut huoneet
23. Saada siivottu huone

Toiveet lapsiin liittyen

1. Lasten kiipeilytelineitä tai liukumäki
2. Lapsille pihalle leikkipaikka
3. Lasten keinuhevosia yms. ulos
4. Lapsille enemmän tekemistä
5. Lasten ja nuorten kohteita/ tapahtumia. Taivalvaaran seikkailurata esim. hyvä
6. Päätaloviikolla aika hyvin lasten/ nuorten tapahtumia, lasten viihtyvyys takaa myös vanhempien viihtyvyyden.

Muut toiveet

1. Stand-up esiintyjiä pitkin kesää
2. Syyspimeällä kokonpoltoiltamat.
3. Mainostus: A-oikeudet

4. Mainostakaa nettisivuillanne selkeästi- A-oikeudet
5. Mainostakaa kiinalaisille ja japanilaisille, ihastuvat
6. Hyvät kartat
7. Lemmikkien huomioiminen
8. Karavaanarialue
9. Kohtuu hinta ratkaisee
10. Hyvä ruoka ja hyvä sänky - sielu lepää
11. Paikalliset tavat ja käsityöt kiinnostavat
12. Matkailuautolla liikkuvalla palvelut, suihku/sauna
13. Paikallisia nähtävyyksiä ja tuotemyyntipisteitä
14. Perinnetuotteet
15. Perinteet
16. Yhteinen illanviettopaikka esim. tanssilava, konserttilava, karaokepaikka
tms. tai vaikkapa yhteistila erilaiseen toimintaan
17. Yhtä hyvät mutta paremmat olla, olisi kiinnostavaa että näkisi kuinka kävi-
si kävijöitä
18. Ystävällinen ja reipas asiakaspalvelu on tärkeintä
19. Ystävällinen vastaanotto
20. Päätalon elämään liittyvien paikkojen mainostaminen on sekavaa, toivoi-
sin yhtenäistä jaettavaa esitettä paikoista ja niiden sijainnista
21. Sohvasurffailu, majoitus tavanomaisen tahvin luona
22. Vierailupaikat
23. Tietoa paikasta, jossa majoitutaan
24. Ei enempää kuin mitä Saijassa on
25. Italiainen opas x 2
26. Miljoonat sääsket metsästävä kone 😊
27. Mahdollisuus oppia jotain suomalaisia tyypillisiä, paikallisia perinteitä
28. Olen hyvin tyytyväinen
29. Hyvä suosittelu, ystävällinen ja auttavainen tiimi. Olen tyytyväinen