



Karelia-ammattikorkeakoulu
Restonomi (AMK)

Asiakaskysely Kolin alueen palveluiden parantamiseksi ja kehittämiseksi

Susanna Keränen

Opinnäytetyö, joulukuu 2021

www.karelia.fi



OPINNÄYTETYÖ
Joulukuu 2021
Matkailun koulutus

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
+358 13 260 600

Tekijä
Susanna Keränen

Nimike
Asiakaskysely Kolin alueen palveluiden parantamiseksi ja kehittämiseksi

Toimeksiantajat
Break Sokos Hotel Koli / Pohjois-Karjalan Osuuskauppa ja Kolin matkailuyhdistys ry

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä asiakaskysely Kolin matkailualueen palveluiden riittävydestä ja monipuolisuudesta. Tavoitteena oli selvittää matkailijoiden tyytyväisyyttä ja tarpeita palveluihin liittyen ja saada heiltä parannusehdotuksia kehitystyöhön. Palautteiden avulla pyritään lisäämään Kolin vetovoimatekijöitä ja tekemään siitä houkuttelevampi kohde matkailijoiden keskuudessa. Työn toimeksiantajina olivat Break Sokos Hotel Koli ja Kolin matkailuyhdistys ry.

Opinnäytetyön teoriapohjassa käsiteltiin alueellista kehittämistä ja Kolille suuntautuneita kehittämishankkeita. Tiedonkeruumenetelmänä käytettiin sähköistä kyselyä, joka toteutettiin heinäkuussa 2021. Kysely oli suunnattu kotimaisille Koliilla käyneille ja Kolin palveluita käyttäneille matkailijoille. Kyselyyn saatiin 337 vastausta.

Kyselyn myötä selvisi, että Kolia pidetään kiinnostavana luonto- ja lähimatkailukohteena. Tuloksissa nousi esiin tiettyjä pääkohteita, jotka vaativat korjaavia toimenpiteitä, esimerkiksi majoitus, kauppa- ja ravintolapalvelut. Uusien parannusideoiden lisäksi kyselyn avulla saatiin myös varmistusta jo olemassa olevien Kolin kehittämishankkeiden tarpeellisuudesta. Nykyisten parannettavien palveluiden ohella vastaajat halusivat Kolille myös täysin uusia palveluita, kuten esimerkiksi erilaisia aktiviteetteja.

Kieli
suomi

Sivuja 47
Liitteet 1
Liitesivumäärä 6

Asiasanat
aluekehitys, kyselytutkimus, Kolin kansallispuisto



THESIS
December 2021
Degree Programme in Tourism and
Hospitality Management

Tikkarinne 9
FI 80200 JOENSUU
FINLAND
Tel. +350 13 260 600

Author
Susanna Keränen

Title
Customer Survey to Develop Koli Area Tourist Services

Commissioned by
Break Sokos Hotel Koli / Pohjois-Karjalan Osuuskauppa and Koli Tourism Association

Abstract

A customer survey was implemented to examine the sufficiency and variety of tourist services in Koli area. The goal was to find out tourists' satisfaction with current services and learn of their additional needs. Tourist feedback helps to identify the areas for improvement that require development. The survey was commissioned by Break Sokos Hotel Koli and the Koli Tourism Association.

The theoretical background of the study is based on regional development and development projects implemented in Koli area. The data acquisition method was web survey which was available to be answered in July 2021. The survey was targeted at domestic tourists who had visited Koli and used local services. There were 337 respondents.

The results confirmed that Koli is an interesting nature and local tourism destination. However, certain areas need development, such as accommodation and shop and restaurant services. The survey provided new ideas for improvement and confirmation of the necessity of development projects implemented in Koli area. Additionally, the respondents wished for having completely new services in Koli, such as various activities.

Language
Finnish

Pages 47
Appendices 1
Pages of Appendices 6

Keywords
regional development, survey, Koli National Park

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Opinnäytetyön tausta ja toimeksiantajat	6
2.1	Opinnäytetyön tausta ja tarkoitus	6
2.2	Toimeksiantajat.....	6
3	Koli matkailualueena	8
4	Luontomatkailu.....	10
5	Matkailun alueellinen kehittäminen	11
6	Kolin alueen kehittäminen.....	15
6.1	Matkailun trendien vaikutus Kolin matkailuun.....	15
6.2	Kolin vastuullinen kehittäminen	16
6.3	Kolin matkailuvisio	18
6.4	Koli Cultura	19
6.5	Muita hankkeita Kolilla	20
7	Menetelmänä kysely	22
7.1	Taustaa.....	22
7.2	Kysymykset.....	23
7.3	Vastausten kerääminen ja analysointi	25
8	Kyselyn tulokset	26
8.1	Vastajien perustiedot	26
8.2	Valintakysymykset	31
8.3	Avoimet kysymykset	34
8.4	Yhteenveto ja johtopäätökset	37
9	Luotettavuus ja eettisyys.....	40
10	Pohdinta.....	41
10.1	Tulosten arviointi ja kehitysehdotukset.....	41
10.2	Oma pohdinta	42
	Lähteet.....	44

Liite

Liite Asiakaskysely Kolin palveluiden parantamisesta

1 Johdanto

Alueellinen kehittäminen on aina ajankohtaista ja tärkeää alueen vetovoimaisuuden, houkuttelevuuden ja elinvoimaisuuden kannalta (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus 2021a). Palveluiden kehittäminen kuuluu olennaisena osana edellä mainittuihin asioihin. Opinnäytetyöni käsittelee Kolin matkailualueen palveluiden riittävyyttä, monipuolisuutta ja niiden parantamista asiakaslähtöisemmäksi. Tavoitteena oli selvittää, kuinka nykyiset palvelut palvelevat asiakkaita, kuinka niitä voitaisiin vielä parantaa ja mitä uusia palveluita Kolille mahdollisesti tarvitaan matkailijoiden mielestä.

Korona-aika on saanut kotimaan matkailun nousemaan uudelle tasolle, joten tällä hetkellä matkailijat ovat suurelta osin kotimaasta. Etenkin luontomatkailu vetää matkailijoita puoleensa ja Kolilla olisi hyvät edellytykset olla monipuolinen luontomatkailukohde. Sen vuoksi olisi tärkeää parantaa ja kehittää alueen palvelutarjontaa kotimaisten asiakkaiden vaatimalle tasolle. Vetovoimatekijöiden lisäämisellä voidaan houkuttaa kotimaisia asiakkaita tulemaan uudestaan Kolille, myös ulkomaanmatkailun avauduttua. Kotimaisten matkailijoiden ohella ei tule myöskään unohtaa kansanvälisiä matkailijoita ja heidän tarpeitaan.

Aihe opinnäytetyöhöni tuli Break Sokos Hotel Kolin hotellinjohtajalta Pasi Ripartilta ja Kolin matkailuyhdistyksen toiminnanjohtajalta Veli Lyytikäiseltä. Toimeksiantajilla oli tarve saada ajankohtaista tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä ja tarpeista Kolin nykyisiin palveluihin liittyen ja saada kuulla ideoita niiden parantamiseen ja kehittämiseen.

Aineistonkeruumenetelmänä oli kysely, joka oli suunnattu kotimaisille Kolilla käyneille ja Kolin palveluita käyttäneille matkailijoille. Kysely kohdistui koko Kolin matkailualueeseen ja sen tarjoamiin palveluihin. Kysely toteutettiin heinäkuussa 2021.

2 Opinnäytetyön tausta ja toimeksiantajat

2.1 Opinnäytetyön tausta ja tarkoitus

Opinnäytetyön tarkoituksena oli saada ajankohtaista tietoa asiakkailta liittyen Kolin matkailupalveluihin ja selvittää asiakastyytyvää ja asiakkaiden tarpeita nykyisistä palveluista sekä kerätä parannus- ja kehitysideoita. Tavoitteena oli saada tietoa toimeksiantajille, joiden pohjalta he voivat lähteä kehittämään toimintaansa ja palveluitaan Kolin alueella asiakkaiden tarpeiden mukaisiksi. Tiedon hankinnassa käytettiin kyselyä. Kysely oli tarkoitettu kotimaisille asiakkaille, jotka ovat käyneet Kolilla ja käyttäneet Kolin palveluita. Kyselyn avulla saatiin asiakkaita mukaan osaksi Kolin palveluiden parannustyötä heidän antamien palautteiden myötä. Tutkimukseni oli kvalitatiivinen eli laadullinen.

Parannusehdotuksilla haluttiin saada tietää, miten Kolin eri palveluita, kuten majoitus-, ravintola-, liikenne-, kauppa- ja aktiviteettipalveluita voitaisiin parantaa asiakkaille sopivammaksi. Palveluista halutaan kehittää vetovoimaisempia, jotta Kolille saapuisi uusia matkailijoita ja että myös aikaisemmin käyneet matkailijat saapuisivat sinne uudestaan. Palveluista selvitettiin niiden riittävyttä ja monipuolisuutta. Aktiviteettien osalta selvitettiin kiinnostusta erilaisiin aktiviteetteihin Kolin alueella. Kyselyn avulla haluttiin saada myös tietää missä eri sosiaalisen median kanavissa kyselyyn vastanneet henkilöt olivat nähneet Kolille suuntautuvaa markkinointia. Avoimissa kysymyksissä käsiteltiin matkailijoiden kokemuksia ja havaitsemia parannuskohteita sekä mitä palveluita tai aktiviteetteja mahdollisesti haluttaisiin lisää. Kysely tehtiin suomeksi ja sähköisessä muodossa.

2.2 Toimeksiantajat

Toimeksiantajina tässä opinnäytetyössä toimivat Break Sokos Hotel Koli (Pohjois-Karjalan Osuuskauppa) ja Kolin matkailuyhdistys. Pohjois-Karjalan Osuuskauppa PKO harjoittaa vähittäiskauppaa, majoitus- ja ravitsemiskauppaa sekä

palveluliiketoimintaa 13 kunnan alueella Pohjois-Karjalassa (Pohjois-Karjalan Osuuskauppa 2021a). Toimipaikkoja on 126 kappaletta (Pohjois-Karjalan Osuuskauppa 2021b, 24). PKO kuuluu osaksi valtakunnallista S-ryhmää, mutta on kuitenkin täysin itsenäinen yritys ja yksi 19:stä alueosuuskaupasta. Yrityksen omistavat asiakkaat eli asiakasomistajat, joita on yli 100 000. Asiakasomistajana pääsee vaikuttamaan oman osuuskauppansa toimintaan. (Pohjois-Karjalan Osuuskauppa 2021a.) Taloudellisen voiton tavoittelun lisäksi PKO:n tarkoituksena on tuottaa kilpailukykyisiä palveluita ja etuja asiakasomistajille ja edistää Pohjois-Karjalan elinvoimaisuutta (Pohjois-Karjalan Osuuskauppa 2021b, 2-3). Toimitusjohtajana toimii Juha Kivelä (Pohjois-Karjalan Osuuskauppa 2021c).

Osuuskaupat omistavat Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnan eli SOK:n, joka toimii osuuskauppojen keskusliikkeenä ja tuottaa niille hankinta-, asiantuntija- ja tukipalveluita. SOK-yhtymä koostuu puolestaan SOK:sta ja sen tytäryhtiöistä. Suomen lisäksi toimintaa on myös Virossa ja Venäjällä. (S-ryhmä 2021.)

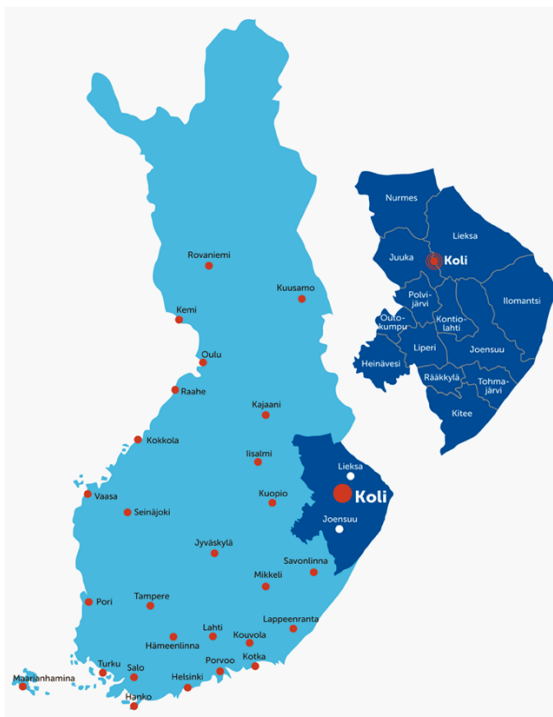
PKO:n toimeksiantajan edustajana toimii Break Sokos Hotel Kolin hotellinjohtaja Pasi Ripatti. Break Sokos Hotel Koli sijaitsee Lieksassa, Kolin kansallispuistossa. Kolin huipulla sijaitseva hotelli tarjoaa palveluita yksin matkaileville, pariskunnille, perheille tai työporukoille. Hotellilta pääsee suoraan laskettelemaan Ukko-Kolin rinteille tai vaeltamaan luontoon keskelle Suomen kansallismaisemaa. Lisäksi hotellissa on Koli Relax Spa -maisemakylpylä, Grill it!- ja Kahpitsa-ravintolat ja kirjastobaari Hiekkapakka. Nykyaikaiset kokoustilat ovat myös asiakkaiden käytettävissä. (Sokos Hotels 2021a.)

Kolin matkailuyhdistyksen edustajana tässä opinnäytetyössä toimii yhdistyksen toiminnanjohtaja Veli Lyytikäinen. Kolin matkailuyhdistys ry eli Koli ry on yhteistyöjärjestö, joka tuo yhteen Kolin yritykset, muut organisaatiot ja matkailun kehittämistä tekevät yksityishenkilöt. Yhdistys haluaa kehittää Kolin alueen matkailua yhdessä jäsenien kanssa yhteistyötä tekemällä. Yhteistoiminnan tavoitteena on saada lisättyä alueen vetovoimaisuutta ja tunnettavuutta sekä valvoa matkailutoimijoiden yhteisiä etuja. Jäseniä on yli 80 seitsemästä eri Pohjois-Karjalan kunnasta: Lieksasta, Juuasta, Kontiolahdesta, Joensuusta, Nurmeksesta, Valtimolta ja Ilomantsista. (Koli 2021a.)

Kolin matkailuyhdistys omistaa Kolin matkailu Oy:n, joka rekisteröitiin osakeyhtiöksi vuonna 2018. Kolin matkailu hoitaa Kolin myyntiä ja toimii strategisena yhteistyökumppanina Lieksan kaupungin kanssa. Yhdistys hoitaa puolestaan kehittämishankkeita ja järjestää toimintaa Kolin alueella. (Strengell 2018.) Lisäksi Kolin matkailu hoitaa alueen markkinointia ja markkinointi- ja neuvontapalveluiden myyntiä. (Koli 2021a.) Kolin matkailuneuvonta sijaitsee keskellä Kolin kylää, josta voi matkailuneuvonnan lisäksi myös varata retkiä ja majoitusta Kolille, sekä ostaa paikallisia käsitöitä ja matkamuuistoja (Koli 2021b).

3 Koli matkailualueena

Kolin matkailualue sijaitsee Pohjois-Karjalassa Lieksan kaupungin sekä Juuan ja Kontiolahden kuntien alueilla (kuva 1). Joensuusta ajoaika Kolille on noin tunti ja matkaa noin 70 km. (Koli 2021c.) Koli on ympärivuotinen matkailukeskus. Kansallispuisto tarjoaa matkailijoille Suomen kansallismaiseman lisäksi näköalapaikkoja ja monipuolisia ulkoilureitistöjä. (Koli 2021d.)



Kuva 1. Koli kartalla (Koli 2021c).

Koko 2020 vuoden aikana Kolilla vieraili ennätyselliset 236 000 matkailijaa (Metsähallitus 2020a). Tästä syystä Break Sokos Hotel Kolin käyttöaste oli heinäkuussa 2020 täysi 100 prosenttia. Se oli myös ennätys hotellille. (Pohjois-Karjalan Osuuskauppa 2020.) Tammikuun – heinäkuun 2021 aikana Kolilla rekisteröitiin 157 828 käyntiä. Käyntimäärät on mitattu Metsähallituksen käyttämällä ASTA-asiakastietojärjestelmän avulla. (Metsähallitus 2021.)

Yöpymisiä tammikuun – heinäkuun 2021 aikana rekisteröitiin 54 000 kappaletta, joista suurin osa oli kotimaisten matkailijoiden yöpymisiä (53 800 kappaletta). Edellisvuoteen verrattuna majoitusten määrä nousi 58 %. (TAK Reseach 2021a.) Pelkästään heinäkuun 2021 aikana rekisteröitiin 17 500 yöpymistä (TAK Research 2021b).

Vuonna 2020 tehty kävijäennätys Kolin kansallispuistossa (236 000 matkailijaa) teki suuren vaikutuksen Kolin paikallistalouteen. Kasvua edellisvuoteen verrattuna kertyi 17 prosenttia. (Salo 2021.)

Metsähallituksen tekemän selvityksen mukaan vuonna 2019 matkailijat toivat Kolille matkailutuloa noin 20 miljoonaa euroa. Kasvua viimeisen kymmenen vuoden aikana on tullut noin kolminkertainen määrä. Kolin tulevaisuus luontomatkailukohteena on positiivinen ja kasvava, koska koronapandemian myötä luontomatkailu on tämänhetkinen trendi Suomessa ja kansainvälisesti. (Salo 2021.)

Kolin palvelutarjonnassa on paljon mahdollisuuksia. Alueella on mahdollista majoittua hotellissa, hostellissa tai erilaisissa maatilamajoituksissa sekä majataloissa, lomamökeissä tai caravan- ja leirintäalueilla. (Koli 2021e.) Ravintolapalveluita Break Sokos Hotel Kolin yhteydessä olevien ravintoloiden lisäksi ovat esimerkiksi Kolin keskustassa sijaitseva Gastropub Kolin Ryynänen, Kolin Sataravintola ja Café Mandala. (Koli 2021f.) Kolin Ryynänen ja Kolin Satamaravintola kuuluvat yritysperheeseen, johon kuuluu näiden kahden ravintolan lisäksi aktiviteettipalveluita ja vuokravälineitä tarjoava Koli Active, paikallisia panimotuotteita tekevä Kolin Panimo ja räätälöityjä lomiamatkailijoille tarjoava Kolin VIP (Koli Active 2021).

Alueelta löytyy aktiviteetteja jokaiselle vuodenajalle. Talvella Koli tunnetaan erityisesti laskettelu- ja hiihtokohteena. Rinteet sijaitsevat Ukko-Kolilla, kansallispuiston maisemissa. Talvisin säiden salliessa Euroopan pisin sisävesien jäätie avataan Kolin ja Lieksan Vuonilahden välille. Jäätiellä voi myös retkiluistella ja hiihtää. Kesällä voi muun muassa vaeltaa ja retkeillä Kolin kansallispuistossa, ratsastaa, kalastaa ja harrastaa erilaisia vesiaktiviteetteja. (Koli 2021g.) Ohjattuja ulkoiluretkiä ja kalastusretkiä järjestää esimerkiksi Pielisen retki (Pielisen Retki 2021). Välinevuokrausta tarjoavat esimerkiksi Seikkailuyhtiö Vaara, Lomakoli.fi -vuokraamo, VisitKoli eli Koli Camping ja Koli Freetime (Koli 2021h).

4 Luontomatkailu

Luontomatkailuksi luokitellaan matkailu, jonka vetovoimaisuus ja aktiviteetit kohdistuvat luontoympäristöön ja luonnossa toteutettavaan toimintaan. Suomessa tärkeimpänä vetovoimatekijänä on luonto ja siksi luontomatkailulla on Suomessa vahva asema ja vaikutus paikalliseen talouteen ja kulttuuriin. Suomeen kohdistuva luontomatkailun perusta on puhdas luonto, vesi ja tila. (Porkkala 2015, 1.) Suomen luonto tarjoaa matkailijoille mahdollisuuden liikkua luonnossa ympäri vuoden ja jokaiselle vuodenajalle löytyy sopivia luontoaktiviteetteja. (Visit Finland 2020, 3.)

Luontomatkailun kärkeen sijoittuvat helposti toteutettavat kevyet omatoimiretkeytyt ja jakelukanaviin suuntautuvat aktiviteettipaketit, joissa yhdistyy paikallinen kulttuuri, ruoka ja vastuullisuus (Business Finland 2021a). Luontomatkailu ei siis käsitä pelkästään luonnossa liikkumista, vaan siihen kuuluvat olennaisena osana esimerkiksi edellä mainittu ruoka. Luontomatkailijan yleisimpänä motiivina lähteä luontoon on arjesta irtautuminen, akkujen lataaminen ja rentoutuminen luonnossa. (Visit Finland 2020, 3, 5.)

Luontoaktiviteettien määritelmäksi voidaan sanoa aktiivista luonnossa liikkumista ja ajan viettämistä eri luontoympäristöissä. Ne perustuvat elämyksien saamiseen ja reittien varrella sijaitseviin rakenteisiin kuten esimerkiksi laavuihin

ja näköalapaikkoihin. Suomessa kiinnostavimpia luontomatkailuaktiviteetteja ovat vaellus, patikointi, pyöräily, vesiuheilu kuten melonta tai sup-lautailu sekä talvilajit kuten maastohiihto ja lumikenkäily. (Visit Finland 2020, 3.)

Kansallispuistot tarjoavat matkailijoille mahdollisuuden nauttia ja rentoutua luonnossa merkityillä reiteillä ja luontopoluilla. Luonnonsuojelualueena kansallispuistojen tärkeä tehtävä on myös turvata luonnon monimuotoisuutta. Suomessa on tällä hetkellä 40 kansallispuistoa. (Luontoon 2021.)

5 Matkailun alueellinen kehittäminen

Matkailu on kasvava palveluala, ja sillä on suuri vaikutus kansantalouteen ja työllisyyteen. Alueellisesti matkailu on merkittävä elinkeino Suomessa. Pienemmillä maaseutualueilla matkailun tärkeys korostuu erityisesti, ja näillä alueilla kehittäminen tuo alueelle pitkäaikaisempaa elinkeinotoimintaa. Matkailutuloa voidaan kasvattaa palvelujen lisäarvoa nostamalla ja niiden ohjaamisella kotimaisille sekä ulkomaisille asiakkaille. Näitä lisäarvoa tuottavia asioita voisivat olla esimerkiksi vastuullisuus, esteettömyys, digitaalisuus tai saavutettavuus. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 11–16.)

Etenkin kotimaanmatkailu on suuressa roolissa kokonaismatkailussa Suomessa. Kysyntä on noin 70 prosenttia. Tulojen lisääminen alueille onnistuu myös lisäämällä ulkomailta Suomeen suuntautuvaa matkailua eli matkailuvientiä. Matkailualalla oli vuonna 2017 yli 140 000 työntekijää ja määrä tulee pysymän korkeana jatkossakin etenkin teknologian käytön lisääntymisen seurauksena. Jatkuvalla alueen kehittämisellä varmistetaan alueen matkailu tulevaisuudessaakin. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 11–16.)

Matkailun alueellisella kehittämisellä pyritään vahvistamaan alueiden kilpailukykyä ja vetovoimaisuutta, edistämään väestön hyvinvointia sekä turvaamaan hyvä elinympäristö ja kestävä aluerakenne. Työ- ja elinkeinoministeriö vastaa kehittämiseen liittyvästä lainsäädännöstä sekä tavoitteiden ja strategioiden

valtakunnallisesta valmistelusta. ELY-keskus huolehtii taloudellisesta, sosiaalisesta ja ekologisesta hyvinvoinnista. (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus 2021a.)

Palveluiden vetovoimatekijöillä pystytään erottumaan muista matkailualueista, ja niitä voidaan hyödyntää tuotekehityksessä ja markkinoinnin keinona (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 27). Vetovoimaisuuden kehittämällä pyritään varmistamaan kilpailukyky, koska halutaan pysyä mukana matkailun trendeissä. Suomessa matkailun vetovoimaisuuteen liittyviä kehittämisen kohteita on kerrottu Suomen matkailustrategiassa 2019–2028. Niitä ovat kestävän matkailun edistäminen, digitalisaatio, saavutettavuuden varmistaminen ja toimintaympäristön sujuvuuden kehittäminen. Toimintaympäristön sujuvuuden kehittämällä pyritään vahvistamaan matkailualan yhteistyötä, tiedolla johtamista, matkailualan lainsäädäntöä, maankäyttöä ja toimintakulttuuria sekä varmistetaan työvoiman saatavuutta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 18, 26, 70.)

Yksi tapa toteuttaa matkailun alueellista kehittämistä ovat hankkeet, joita toteuttavat yleensä matkailun alueorganisaatiot (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021). Matkailun alueorganisaatioiden rooli on vahva matkailun alueellisessa kehittämisessä. Suomessa on tällä hetkellä noin 70 matkailun alueorganisaatiota ja ne toimivat digitalisuuden sparraajina, palveluiden laadun tarkkailijoina ja alueellisten kehittämisstrategioiden toimeenpanijoina. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 34–35.)

Pohjois-Karjalan alueella toimii Visit Karelia, joka on destinaatio-organisaatio (DMO). Visit Karelian tehtävänä on kehittää ja markkinoida paikallista matkailu- aluetta ja edesauttaa kasvua ja kauppaa alueen yrityksille. (Visit Karelia 2021.)

Matkailuyritysten roolina alueellisessa kehittämisessä on vastata liiketoimintansa osaamisen kehittämisestä, osallistua omaan toimintaansa kohdistuvien kehittämistoimenpiteiden kustannuksiin, vastata palveluidensa myynnistä ja markkinoinnista ja osallistua oman alueensa matkailuverkoston toimintaan. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 34–35.) Kuviossa 1 kerrotaan matkailun alueorganisaatioiden yhteistyöstä muiden matkailuorganisaatioiden kanssa.



Kuvio 1. Matkailu alueorganisaatioon kytkeytyvät matkailuorganisaatiot (Santala, Vesterinen & Moilanen 2004, 51, Visit Finland 2019, 4 mukaan).

Matkailun strategisen suunnittelun tasoja kuvaavassa kuviossa (kuvio 2) näkyy, kuinka matkailun strateginen suunnittelu toimii yli aluetasojen. Toivottavaa olisi, että strategisen kehittämisen tasot olisivat vuorovaikutussuhteessa toisiinsa. Tällöin tiedon jakaminen, strategioiden yhteensovitus, sopimukset ja yhteistyön lisääminen kehittävätkin strategisen suunnittelun, kehittämisen ja johtamisen vaikuttavuutta. (Visit Finland 2019, 7–8.)



Kuvio 2. Matkailun strategisen suunnittelun tasot (Santala ym. 2004, 51, Visit Finland 2019, 7 mukaan).

Kuviossa 3 on kuvattuna tämän opinnäytetyön palveluiden kehittämisprosessi. Asiakaskokemuksia keräämällä parannetaan ja kehitetään palveluita, jolloin asiakaskokemusta voidaan parantaa entisestään. Asiakkaan kokemukset määrittelevät sen, millaisia kehitysideoita he antavat kyselyssä. Saatujen vastausten pohjalta saadaan selville, millaisena matkakohteena matkailijat näkisivät Kolin tulevaisuudessa. Ideoiden pohjalta tehdään toimenpiteitä, joiden tavoitteena on saada Kolin palveluiden toimivuutta paremmaksi ja asiakkaiden toiveiden mukaiseksi.



Kuvio 3. Tämän opinnäytetyön palveluiden kehittämisprosessi.

Palveluiden parantamisen ja kehittämisen ohessa voidaan parantaa yrityksen asiakasymmärrystä. Asiakasymmärryksen ideana on yrityksena ymmärtää asiakkaan haluja ja tarpeita ja tarjota siten oikeanlaisia palveluita. (Dun & Bradstreet 2021.)

6 Kolin alueen kehittäminen

6.1 Matkailun trendien vaikutus Kolin matkailuun

Kolin alue on saanut myös vaikutteita matkailussa tapahtuvista globaaleista muutoksista ja trendeistä. Vastuullisuus on tullut osaksi Kolin palveluiden toimintaa, ja ilmastonmuutoksen ja kestävän matkailun arvostuksen myötä matkailuliikenteessä suositaan ekologisia valintoja. Digitalisaation ansiosta sosiaalinen media vaikuttaa matkailijoiden valintoihin ja edistää yksilöllistä matkailua. Suomi ja Koli houkuttelevat matkailijoita turvallisen matkakohteena. Luonnon vetovoimatekijät, kuten hiljaisuus, pimeys ja puhtaus, houkuttelevat matkailijoita tulemaan Kolille. (Sweco 2020.)

Matkailun muutosten pohjalta on aloitettu suunnittelemaan konkreettisia kehittämistoimenpiteitä. Toimenpiteinä on lisätä ja uudistaa majoituspaikkoja ja parantaa saavutettavuutta ja infrastruktuuria, esimerkiksi parantamalla liikenne- ja tieyhteyksiä sekä lisäämällä parkkipaikkojen määriä. (Sweco 2020.)

Vastuullisuuden ja ympäristönäkökulman kannalta parkkipaikkojen lisääminen on ristiriidassa, mutta suunnittelussa otetaan huomioon luonnonsuojelulliset näkökulmat. Kolin saavutettavuuden parantaminen on tällä hetkellä tärkeää, ja parkkipaikkojen lisääminen auttaa siihen, koska julkisten kulkuyhteyksien puutteellisuuden takia Kolille saavutaan pääsääntöisesti omalla autolla. Ympäristönäkökulman kannalta Kolille voisi esimerkiksi ajatella vesiliikenteen lisäämistä ja parantaa julkista liikennettä, jotta saapuminen ei olisi vain henkilöautoilun varassa.

Koronapandemian myötä kotimaan matkailu ja varsinkin lähimatkailu ovat nousaneet suosiotaan. Lisäksi ihmisten lisääntynyt ympäristötietoisuus on saanut heidät ajattelemaan ekologisuutta, minkä myötä kestävä matkailun suosio on lisääntynyt. Kansallispuistot ovat saaneet paljon uusia kävijöitä, mukaan lukien Kolin kansallispuisto. (Metsähallitus 2020b.)

6.2 Kolin vastuullinen kehittäminen

Kolin kansallispuiston alueella toimivat yritykset ovat sitoutuneet tuottamaan vastuullisia palveluita. Kolin kehittymisen myötä se tuo eloa koko Pohjois-Karjalaan. Koli toimii yhteisten päämäärien mukaisesti, joissa luontoarvot ja matkailun edistäminen eivät ole ristiriidassa keskenään ja toimitaan pohjoiskarjalainen luonto edellä vastuullisten toimintatapojen mukaan. (Salo 2021.)

Kolin iso kuva 2050 -hanke (ks. luku 6.3) ajaa parhaillaan kansallispuiston toimintaa isommassa mittakaavassa. Esimerkkeinä kehitystyöstä on, että PKO toimii Koliilla Metsähallituksen vuokralaisena, jolloin sen maksamat vuokarahat Metsähallitukselle käytetään kansallispuiston palveluvarustuksen kunnostukseen ja parantamiseen. Break Sokos Hotel Koli on siirtynyt käyttämään

lämmityksessään entisen öljyn sijasta maalämpöä, jota tuotetaan alueen kallio-
perästä. (Salo 2021.)

Lisäksi Break Sokos Hotel Koli on saanut Visit Finlandin myöntämän Sustainable Travel Finland -tunnuksen ja Green Key -sertifikaatin (Salo 2021). Sustainable Travel Finland -tunnuksen saa, kun täyttää Visit Finlandin kehittämän kestävä-
n kehityksen kriteeristön eli huomioidaan ekologinen, taloudellinen, sosiaali-
nen ja kulttuurinen kestävyys. Konkreettisesti hotelli investoi uusiutuvaan ener-
giaan, kierrättää jätteitä ja käyttää paikallisia tuottajia tuotteiden hankinnassa.
Green Key -ympäristömerkki kertoo yrityksen toimivan ympäristökriteerien mu-
kaisesti ja pitää osaltaan huolta ympäristöstä. Kolilla esimerkiksi aamiaisella tar-
jotaan useita eri lähi- ja luomutuotteita ja ruokahävikkiä pyritään vähentämään
jatkuvasti. (Sokos Hotels 2021b.)

Kolin alueelle on suunniteltu luontomatkailusuunnitelma, jossa tavoitteena on
varmistaa Kolin biosfäärialueen perustamistavoitteiden, suojelualueen hoidon ja
käytön sekä kestävä matkailun periaatteiden toteutuminen valtion ylläpitämillä
suojelu- ja retkeilyalueilla. Kolin biosfäärialueeseen kuuluvat Kolin kansallispuis-
ton lisäksi Patvinsuon ja Petkeljärven kansallispuistot, Ruunaan retkeilyalue ja
Pohjois-Karjalan luontomatkailun kärkikohteita. Nämä kaikki yhdessä muodos-
tavat Pohjois-Karjalan biosfäärialueen. Biosfäärialueen toiminnan tarkoituksena
on edistää alueen kestävä kehitystä. (Naumanen 2020, 7.) Tavoitteena on ke-
hittää toimintatapoja, jotka ottavat huomioon luonnon, talouden, kulttuurin ja yh-
teisöt (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus 2021b).

Pohjois-Karjalan biosfäärialueen toiminta koostuu kolmesta käytännön asiasta:
kumppanuusverkostosta, yhteistyöstä eri tasoilla ja hanketyöstä. Kumppanit
keskenään toimivat kestävä kehityksen mukaisesti ja saavat verkoston avulla
parempaa näkyvyyttä. Markkinointi valttina käytetään kestävyttä. Yhteistyötä
tehdään paikallisten, maakunnallisten, kansallisten ja kansainvälisten verkosto-
jen avulla ja edistetään näin yhteisesti päätettyjä merkityksellisiä asioita. Hanke-
työn avulla saadaan toteutettua käytännössä paikallistasolta nousevia asioita.
(Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus 2021b.)

Luontosuunnitelman tarkoituksena on yhdistää edellä mainitut kohteet tiiviimmin yhteen ja saada kävijöitä saapumaan tasapuolisimmin ja myös sesonkiajan ulkopuolella kaikkiin kohteisiin, koska tällä hetkellä suurin osa saapumisista kohdistuu Kolille. Tavoitteena on lisätä matkailijoiden tietoisuutta myös muista biosfäärialueeseen kuuluvista luontokohteista. Näin saadaan paremmin pidettyä yllä luontoarvoja kunnioittava toiminta, kun matkailijoiden määrä jakaantuu Kolin lisäksi muihin kohteisiin. (Naumanen 2020, 7.)

6.3 Kolin matkailuvisio

Vuonna 2017 Lieksan kaupunki ja Juuan kunta laativat Kolin kehittämisen Iso Kuva 2050 -selvityksen. Tavoitteena oli saada yhteinen näkemys Kolin tulevasta kehittämisestä, johon kaikki voivat sitoutua. Projektissa oli mukana muun muassa Lieksan ja Juuan päättäjiä, kylätoimikuntia ja paikallisia asukkaita, Kolin matkailuyrittäjiä, potentiaalisia rahoittajia ja Pohjois-Karjalan Maakuntaliiton ja ELY-keskuksen edustajia. Selvityksen pohjana käytettiin kehittämiskyselyä, jonka tarkoituksena oli saada näkemyksiä ja ideoita Kolin matkailualueen kehittämiseen. Kehittämisehdotuksia tuli myös esille työpajoissa, joita järjestettiin Kolin alueen yrittäjille ja asukkaille. Työpajoissa saatuja tuloksia vahvistettiin keskeisten toimijoiden haastatteluilla. Haastateltavina oli muun muassa matkailuyrittäjiä, markkinoinnin parissa työskenteleviä henkilöitä ja alueen ulkopuolisia sijoittajia. Lisäksi tehtiin kyläkerroksia, joissa pohdittiin jokaiselle kylälle mahdollista matkailuprofiilia. (Sweco 2018, 2, 4–11.)

Kolin Iso Kuva 2050 -selvityksestä käy ilmi, että alueen ravintolapalveluihin kaivataan lisää monipuolisuutta ja majoituspalveluihin laadukkaimpia vaihtoehtoja, etenkin sesonkiaikoina. Talvi- ja kesäsesonkiin halutaan lisää monipuolisempia aktiviteetteja. Lisäksi saavutettavuus tuli ilmi selvityksessä. Julkisen liikenneyhteyden puuttumisen takia saapuminen Kolille on oman auton varassa. Ylä-Kolin pysäköintipaikkojen rajallisuus kesäsesongin aikana oli myös yksi esille tulleista asioista. Myös markkinointiin ja tiedottamiseen kaivattiin tehostusta. Kehityskohteille saatiin Ympäristöministeriön ja Metsähallituksen tuki. (Sweco 2018, 6–7.)

Uusin Kolille tehty Kolin iso kuva 2050 -visio on tehty vuonna 2020. Koli on jo hyvin tunnettu matkailukohde, mutta siitä voitaisiin kasvattaa vielä houkuttelevampi ja vetovoimaisempi kehittämällä sen matkailutarjontaa ja palveluita. Vuonna 2020 Kolille laaditussa Kolin visio 2050 -raportissa on mainittu visio ja kehittämistavoitteet, jotka ovat linjassa Suomen matkailustrategian (2019) kanssa. Kolin 2050 -vision tavoitteena on kymmenkertaistaa alueen matkailuvolyymi ja kehittyä vielä nykyistä merkittävimmäksi alueeksi vuoteen 2050 mennessä. Tämän ansiosta oletetaan, että saadaan lisää asukkaita ja työpaikkoja Juukaan ja Lieksaan. Kolin saavutettavuuden ja palvelujen ympärivuotisuuden parantamisella halutaan huomioida myös kansanvälistä asiakaskuntaa. Vuodepaikkoja on suunniteltu tulevan jopa 25 000 kappaletta. (Sweco 2020.)

Visio on suunniteltu jokaisella vuosikymmenelle, ja määränpäänä toimii vuosi 2050. Suunnittelussa on mukana kaavatyön ohjausryhmä ja keskeisten toimijoiden edustajat. Jokaiselle vuosikymmenelle on listattu konkreettiset toimenpiteet ja keinot Kolin kehittämiseksi. Lisäksi on ennakoitu näiden toimenpiteiden toteumat. Toimenpiteet ovat listattu näiden pääteemojen alle:

- rakentamiskohteet ja muut investoinnit
- muutokset vuodepaikoissa
- uudet kaupalliset ja muut palvelut
- liikenneyhteydet ja muu infran kehittäminen
- asuinrakentaminen (pysyvä)
- lomarakentaminen
- muut toimenpiteet (Sweco 2020.)

6.4 Koli Cultura

Koli Cultura on suunnitteilla oleva luonto- ja kulttuurikeskus Kolin kansallispuiston viereen Purnulammen rantaan. Toiminta perustuisi vastuullisuuteen ja kestävään liiketoimintaan. Keskus tarjoaisi asiakkaille vastuullisia palveluita ja tukisi kestäviä luontomatkailun tavoitteita. Koli Culturen tavoitteena olisi tarjota asiakkaille hyvätasoista majoitusta, ravintola-, kahvila- ja wellness-palveluita, ohjelmapalveluita, kokoustiloja ja sauna- ja elämysmaailma. Majoituskapasiteetti olisi

1 252 petipaikkaa hotelleissa, lomahuiloissa ja leirintäalueella. Maanalainen pysäköintilaitos toisi myös ratkaisun Kolin pysäköintiongelmaan. (Koli Cultura 2019; Koli Cultura 2018.)

Koli Cultura toisi Kolille laadukkaan ja kestävien arvojen mukaisen matkailukohteen. Keskuksen arvoja ovat vastuullisuus, paikallisuus, luonto ja inhimilliset kohtaamiset. Kestävyys on osana koko Koli Culturan toimintaa, jolloin Kolin vetovoimatekijät pystyttäisiin säilyttämään ja matkailijoille voitaisiin antaa koettavaa aitoja elämyksiä. Keskus voisi toimia parhaiden ekologisten ratkaisujen esimerkkikohteena myös muille yrityksille. Projekti on ollut jo pitkään suunnitella, mutta vielä sitä ei ole saatu käynnistettyä. (Koli Cultura 2019; Koli Cultura 2018.)

6.5 Muita hankkeita Kolilla

Kolin reitit tuottamaan -hankkeen suunnitteluosio on toteutettu vuonna 2019, tammikuun ja toukokuun välisenä aikana. Hankkeen tavoitteena oli parantaa Kolin reittien kilpailukykyä sekä kansallisella että kansainvälisellä tasolla. Kehittämistavoitteita olivat reittiverkoston palveluiden kehittäminen kansallispuiston ulkopuolella eli reittioppaiden uusiminen, sähköisten karttojen käyttöön ottaminen ja reittien laajentaminen eri asiakasryhmille. Toinen kehitystavoite oli saada ympärivuotinen hallinnointi- ja kunnossapitojärjestelmä reittien hallinnoimiseksi ja kolmas kehitystavoite lisätä reittejä kansallispuiston ulkopuolelle. Tämä tarkoitti kolmen uuden reitin perustamista. (Lyytikäinen 2019.)

Hankkeen suunnitteluosion tulokset olivat seuraavanlaiset: Loma-Kolin ja Kolin kylän välille suunniteltiin monikäyttöreitti, joka olisi sopiva kävelijöille, polkujuoksijoille ja maastopyöräilijöille. Reitistä on saatu maanomistajaluvat ja reittikartat on piirretty. Uusia moottorikelkkareittejä ei päätetty tehdä, vaan selvittää nykyisten kunnostustarpeet. Latupohjien kunnostamistarpeet selvitettiin ja valaistulle ladulle suunniteltiin uusi opastussuunnitelma. Loma-Kolille on suunnitteilla yhdessä Karelia-ammattikorkeakoulun kanssa interaktiivinen polku, jota voi patikoida ja samalla tutustua interaktiivisesti Kolin matkailuhistoriaan. Lopulliset

jatkotoimenpiteet suunnitteilla oleville kehitystoimenpiteille oli tarkoitus aloittaa sulan maan aikana 2019. (Lyytikäinen 2019.) Jatkotoimenpiteiden valmistumisesta ei ole löytynyt tarkkaa tietoa.

Edellisten lisäksi tällä hetkellä Kolille suuntautuvia, menossa olevia hankkeita ovat Lieksan ja Kolin matkailualueen kestävä menekinedistäminen ja Pielisen matkailualueen kehittämishanke 2022. Lieksan ja Kolin matkailualueen kestävä menekinedistäminen -hankkeessa tavoitteena on parantaa matkailutuotteiden menekkiä kehittämällä yhteismarkkinointia yritysten välille sekä matkapaketteja ja -ketjuja. Samalla yritysten välille saadaan yhteistyöverkostoja. Pielisen matkailualueen kehittämishankkeen 2022 tavoitteena on helpottaa Lieksan alueen matkailupalveluiden ja -pakettien ostoprosessia ja kehittää tiedolla johtamista. Kolilla hanke suuntautuu Ukko-Kolin ja Loma-Kolin alueille. Tarkoituksen on saada yrittäjät mukaan monikanavaiseen verkkomyyntiin kotimaisille sekä kansainvälisille asiakkaille ja parantaa näin alueiden näkyvyyttä. (Lieksan Kehitys Oy 2021.)

Kolille suunnitteilla olevat kehittämishankkeet ovat tarpeellisia, jotta saadaan sesonkiaikoina käyttöön enemmän majoituskapasiteettia ja palveluiden tarjontaa lisättyä. Kuitenkin pohdin sitä, onko kaikki nämä hankkeet täysin realistia toteuttaa. Toki vuoteen 2050 on vielä pitkä matka ja Kolin matkailuvision 2050 saattaa toteutua siihen mennessä, mutta onko se kuitenkin vähän liian isolla mittakaavalla suunniteltu. Koli Cultura -hankekin on jäissä, vaikka se olisi mielestäni hyvä ja realistinen hanke lähteä toteuttamaan. Olisi todella hyvä lähteä kehittämään ja parantamaan Kolin palveluita, vaikka pienissä osissa, koska matkailijoita varmasti riittää jatkossakin.

7 Menetelmänä kysely

7.1 Taustaa

Aineistonkeruumenetelmänä käytin kyselytutkimusta. Kyselyt ovat yksi perinteisimpiä tapoja tiedon hankinnassa ja niiden avulla voidaan saada vastauksia suureltakin vastaajajoukolta (Valli 2018, 92). Kyselyiden avulla voidaan selvittää esimerkiksi vastaajien mielipiteitä, kokemuksia, tuntemuksia ja tietämyksiä (Debbarih 2020). Tämän opinnäytetyön kysely toteutettiin sähköisenä kyselynä, joka tehtiin Webropol-ohjelmalla.

Kysely (liite) toteutettiin heinäkuun 2021 aikana. Se oli tarkoitettu Kolilla käyneille ja Kolin palveluita käyttäneille suomalaisille matkailijoille. Kysely tehtiin pelkästään suomeksi, koska koronan takia matkailijat olivat pääasiassa suomalaisia. Kyselyn yhteydessä oli saateviesti vastaajalle, jossa kerrottiin kyselyn järjestäjä ja kyselyn käyttötarkoitus. Kyselyn lopussa vastaajien oli mahdollista osallistua yhden yön majoituslahjakortin arvontaan Break Sokos Hotel Kolille. Arvontaan osallistuminen ei ollut pakollista, jolloin ei myöskään tarvinnut jättää yhteystietojaan. Arvonnan avulla voitiin kuitenkin motivoida vastaajia vastaamaan kyselyyn. Tuloksia pohtiessa täytyi kuitenkin ottaa huomioon se, että joillekin kyselyyn vastaaminen olisi voinut olla pelkästään syy osallistua arvontaan.

Sähköinen kysely valikoitui, koska sillä voi kerätä vastauksia helposti verkon välityksellä, jolloin vastaukset saadaan suoraan sähköiseen muotoon eikä niitä tarvitse siirtää erikseen paperilta sähköiseksi tiedostoksi. Sähköiset työkalut olivat apuna tulosten käsittelyssä, mikä helpotti ja nopeutti tulosten analysointia, etenkin, kun vastauksia kyselyyn tuli yli 300 kappaletta.

Sähköisen kyselyn avulla asiakkaiden tavoittaminen oli helpompaa kuin paperisen kyselyn, koska sen jakaminen onnistui sosiaalisen median kautta eikä vastaaminen sitonut tiettyyn paikkaan. Esimerkiksi matkan jälkeen asiakkaat pystyivät kotimatalla täyttämään kyselyn kaikessa rauhassa. Sähköiseen kyselyyn vastaaminen on useasti myös helppoa ja nopeaa, ja siihen saadaan yleensä

enemmän vastauksia kuin tavallisella paperisella kyselyllä. (Huttunen 2020.) Valmiiksi sähköisessä muodossa olevan aineiston myötä ei myöskään synny löytövirheitä, mikä esimerkiksi vaikuttaa aineiston luotettavuuteen (Valli 2018, 118).

Sähköisen kyselyn avulla vastauksen pystyivät antamaan myös sellaiset asiakkaat, jotka eivät sillä hetkellä olleet Kolilla, mutta ovat joskus Kolin alueen palveluita käyttäneet ja halusivat antaa kehitysehdotuksia. Sähköinen kysely on myös ekologisempi valinta, koska kyselyä ei tarvinnut tulostaa paperille eikä kuljettaa lomakkeita Joensuusta Kolille ja takaisin.

Edellä mainituista syistä paperinen kysely jäi sähköisen kyselyn rinnalta pois ja päätin keskittyä pelkästään siitä saataviin vastauksiin. Tuloksia pohtiessa otin kuitenkin huomioon sen, että paperisella kyselyllä olisi voinut saada lisää vastauksia ja palautetta esimerkiksi sellaisilta henkilöiltä, jotka eivät käytä sosiaalista mediaa.

Valitsin kyselyn tekemiseen Webropol-ohjelman, koska olen käyttänyt sitä opinnoissani ja tiesin, että ohjelman avulla voi luoda laadukkaita kyselyitä ja analysoida kätevästi myös suurienkin vastaajamäärien vastauksia. Webropolin kysymystyyppivalikoima on laaja, ja pystyin hyödyntämään sitä kyselyä tehdessäni.

7.2 Kysymykset

Kysely sisälsi valintakysymyksiä ja avoimia kysymyksiä. Osaan kysymyksistä pystyi valitsemaan usean vastauksen. Kysymyksiä laatiessa tuli ottaa huomioon, että ne etenevät loogisessa järjestyksessä ja teemoittain (Ronkainen & Karjalainen 2008, 37). Kyselylomakkeen alussa vastaajilta kysyttiin perustietoja eli heidän ikää, sukupuolta, maakuntaa, matkaseuraa, matkustusvälinettä ja majoituspaikkaa. Perustietoja kysymällä saadaan tietää millaisia matkailijoita Kolilla käy. Näihin kysymyksiin oli pakollista vastata, jotta pääsi etenemään kyselyssä eteenpäin. Perustiedot ovat niin sanottuja selittäviä muuttujia eli tutkittavaa ominaisuutta tarkasteltiin niiden suhteen. Näiden kysymysten avulla saatiin

vastaajia johdateltua myös kyselyn varsinaista teemaa kohti ja niitä käytettiin apuna vastausten analysoinnissa. (Valli 2018, 94.) Lisäksi alussa vastaajilta kysyttiin missä sosiaalisen median kanavissa vastaaja on nähnyt Kolin alueen markkinointia. Tämän kysymyksen avulla haluttiin tietää, missä kanavissa voisi vielä mahdollisesti parantaa tai lisätä markkinointia.

Seuraavaksi vuorossa olivat valintakysymykset. Valintakysymysten vastausprosentti on yleisesti suurempi kuin avointen kysymysten, koska niihin on helppo ja nopea vastata. Tästä syystä kyselyssä käytettiin suurimmalta osin valintakysymyksiä. Lopuksi oli neljä avointa kysymystä, joihin saatiin myös hyvin tämän opinnäytetyön tutkimukseen liittyviä vastauksia. Valintakysymysten vastaukset annettiin numeroasteikolla 1–5. Numero yksi tarkoitti täysin eri mieltä ja numero viisi täysin samaa mieltä. Numeroasteikko 1–5 valikoitui toimeksiantajien toiveesta, jotta vastauksia pystyy vertailemaan aiempiin samantyyppisiin sekä mahdollisiin tuleviin tutkimuksiin.

Kysymyksessä numero kahdeksan käsiteltiin kriteereitä matkakohteen valinnassa, ja siinä vastaajan piti arvioida eri kriteerien tärkeyttä omaan matkustamiseensa liittyen. Tämän kysymyksen avulla kartoitettiin, minkä kriteerien perusteella vastaajat olivat valinneet matkakohtekseen juuri Kolin. Kysymys numero yhdeksän käsitteli sitä, kuinka tärkeänä vastaajat pitivät palveluiden vastuullisuutta ja numero 10, mitkä vastuullisen matkailun liittyvät tekijät ovat tärkeitä vastaajille. Vastuullinen matkailu on tänä päivänä tärkeässä asemassa matkailussa, ja näiden kysymysten avulla saatiin hyödyllistä tietoa siitä, miten vastuullisuutta voitaisiin Kollilla tuoda esiin. Tutkimukset ovat myös osoittaneet sen, että yritykset, jotka toimivat vastuullisesti, ovat houkuttelevampia asiakkaiden silmissä, ja asiakastyytyväisyys on korkea (Business Finland 2021b).

Kysymykset 11–14 käsittelivät asiakkaan kokemuksia ja mielipiteitä Kolin palveluista. Palveluihin lukeutuivat ravintola-, kauppa-, majoitus- ja liikennepalvelut. Nämä kysymykset olivat kyselyn tärkeimpiä kysymyksiä, joihin haluttiin saada vastauksia, jotta niitä päästäisiin parantamaan asiakkaiden toiveiden mukaiseksi. Numero 15 oli avoin kysymys, jossa aiheena oli vapaa palaute Kolin palveluista. Seuravaksi numero 16 käsitteli aktiviteetteja ja niiden

kiinnostavuutta. Tällä kysymyksellä haluttiin saada tietää, mitkä ovat ne aktiviteetit, joita Kolilla halutaan kokea. Kysymykseen pystyi antamaan myös vapaan vastauksen.

Lopuksi tulivat loput avoimet kysymykset, joihin vastaaja pystyi antamaan palautetta omin sanoin. Kysymyksissä haluttiin tietää tarkemmin, miten palveluita pitäisi vielä Kolilla parantaa ja mitä palveluita vastaajat haluavat vielä lisää Kolille. Lopuksi aivan viimeisenä kysymyksenä pyydettiin vastaajaa kirjoittamaan paras kokemus Kolin matkastaan. Sillä haluttiin nostaa esille mukavat muistot ja päättää kysely positiiviseen kysymykseen.

7.3 Vastausten kerääminen ja analysointi

Sähköisen kyselyn linkkiä jaettiin sosiaalisten alustojen kautta. Sosiaalisen median eri kanavat ovat nykyaikana hyvä keino tavoittaa asiakkaita (Valli 2018, 92). Toimeksiantajat jakoivat kyselyn linkkiä Break Sokos Hotel Kolin, Koli.fi:n ja Koli Skin Facebook-sivuilla. Lisäksi linkkiä jaettiin Facebookissa Joensuun, Lieksan ja Pohjois-Karjalan puskaradio-ryhmiin sekä Lähimatkailun vinkit ja Matkaile Suomessa – Vinkkejä ja Ideoita -ryhmiin.

Pohjois-Karjalan alueen puskaradio-ryhmät valikoituivat siitä syystä, että tavoitettaisiin mahdollisimman moni pohjoiskarjalainen matkailija, koska ryhmissä on jäsenenä paljon paikallisia ihmisiä. Puskaradio-ryhmät ovat myös yleisesti hyvä paikka kysyä ja jakaa kokemuksia, joten koin niiden olevan hyvä kanava. Joensuun puskaradiossa on jäseniä noin 21 000 (Joensuun Puskaradio 2021), Lieksan puskaradiossa noin 2400 (Lieksan Puskaradio 2021) ja Pohjois-Karjalan puskaradiossa noin 6800 jäsentä (Pohjois-Karjalan Puskaradio 2021). Lähimatkailun vinkit ja Matkaile Suomessa – Vinkkejä ja ideoita -ryhmät valikoituivat siitä syystä, että niissä on jäseniä ympäri Suomen, jolloin vastauksia odotettiin saavan myös Pohjois-Karjalan ulkopuolelta.

Vastausten analysointi onnistui Webropolin oman raportointityökalun avulla, ja se loi valmiita raportteja ja kuvioita kyselystä saaduista tuloksista. Webropolin

raportointityökalun ansiosta saatuja vastauksia ei tarvinnut lähteä siirtämään toisiin ohjelmiin. Kyselystä saatiin monipuolisia vastauksia Kolin palveluiden parannus- ja kehitystyötä varten. Vastauksista poimittiin esille Kolin palveluihin liittyen tärkeimpiä parannuksen kohteita, jotka nousivat esille monissa vastauksissa. Kyselystä saatuja vastauksia voitiin analysoida alussa olleiden peruskysymysten avulla, kun ohjelmassa pystyi suodattamaan vastauksia tietyn ryhmän mukaan. Tutkittiin esimerkiksi, vaikuttivatko ikä tai sukupuoli vastauksiin. Eri ikäryhmät tai sukupuoli antavat viitteitä siitä, miten erilaisia ihmisiä kiinnostaa esimerkiksi aktiviteettitarjonta tai majoituspaikat ja miten niitä voitaisiin kehittää. Kotipaikkakunnan perusteella tehtävällä analysoinnilla voitiin selvittää esimerkiksi lähimatkailun kehittämistarpeita, koska suurin osa vastaajista oli Pohjois-Karjalan alueelta.

Kyselyn arvonta suoritettiin kyselyn päätyttyä elokuussa 2021 melondia.fi sivuston arvontakoneen avulla, jossa se arpoi voittajan sattumanvaraisesti siihen syötetystä vastaajajoukosta. Voittajaan oltiin yhteydessä Break Sokos Hotel Kolin puolelta.

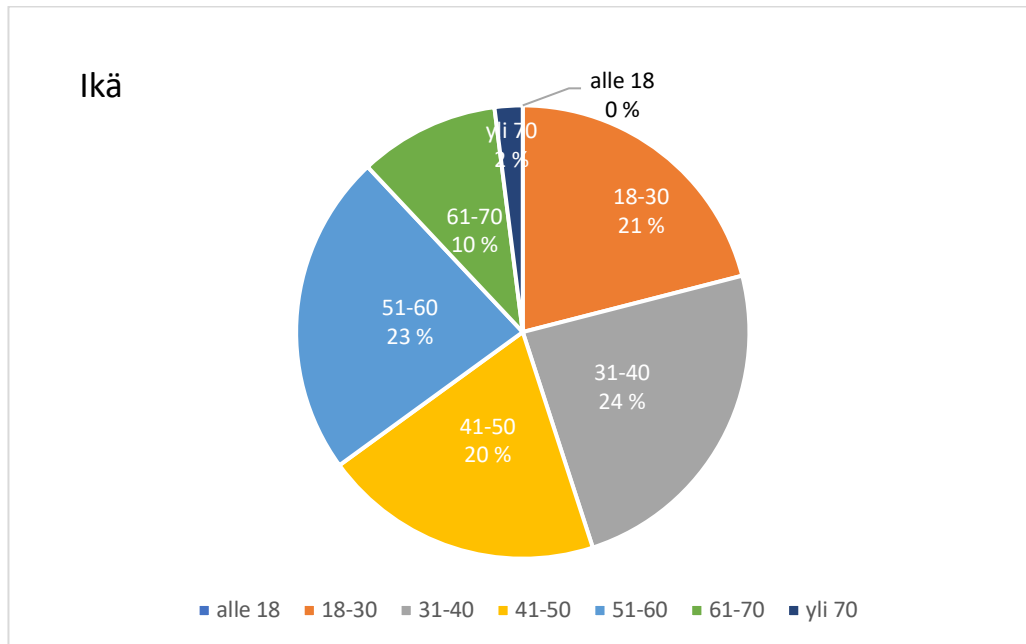
8 Kyselyn tulokset

8.1 Vastaajien perustiedot

Heinäkuun aikana kaikista Kolilla vierailleista matkailijoista kyselyyn vastasi 337 henkilöä. Pelkästään heinäkuun ajalta ei ole löytynyt tarkkaa kävijämäärää, mutta tammikuun – heinäkuun 2021 välisenä aikana matkailijamäärä oli 157 828 matkailijaa (Metsähallitus 2021).

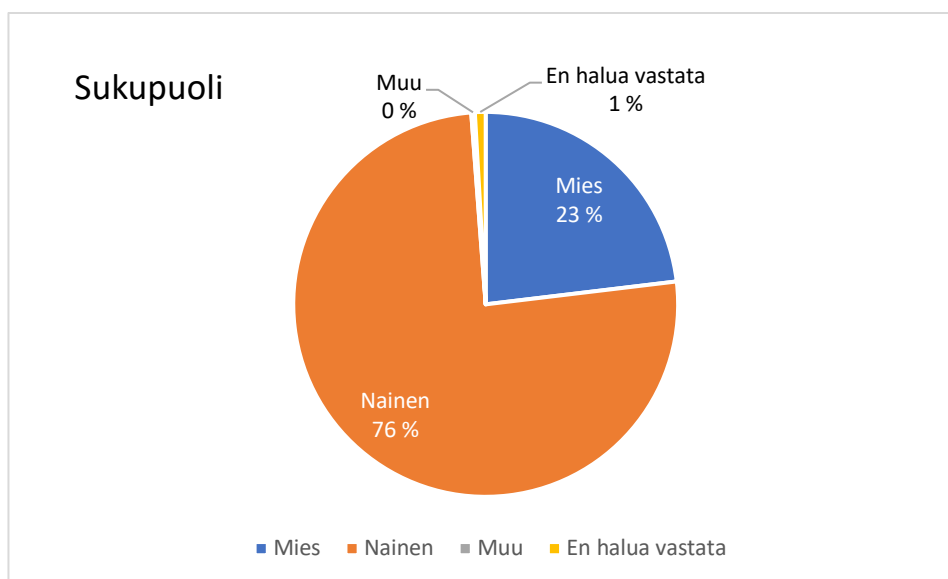
Kyselyyn vastasi kaikenikäisiä henkilöitä 18 ja yli 70-vuotiaiden väliltä (kuvio 4). Suurimmat vastaajaryhmät olivat 31–40 (24 %) ja 51–60-vuotiaat (23 %). Vastanneista 18–30-vuotiaiden osuus oli 21 %, 41–50-vuotiaiden osuus 20 % ja 61–70-vuotiaiden osuus 10 %. Alle 18-vuotiaat eivät antaneet yhtään vastausta, ja yli 70-vuotiailta vastauksia tuli seitsemän kappaletta (2,1%). Vastaajien

ikäjakauman monipuolisuuden perusteella Kolilla käy kaikenikäisiä matkailijoita. Saatuun ikäjakaumaan mahdollisesti vaikuttaa myös se, että kyselyyn pystyi vastaamaan pelkästään verkossa. Tällä kyselyllä saavutettiin hyvin niitä henkilöitä, jotka käyttävät sosiaalista mediaa. Jos sähköisen kyselyn rinnalla olisi ollut paperinen kysely, vastaajissa olisi saattanut olla enemmän vanhempaa ikäluokkaa, johon kuuluvat eivät välttämättä käytä sosiaalista mediaa.



Kuvio 4. Vastaajien ikäjakauma (n=337).

Naisten osuus vastanneiden kesken oli suurin, 76 % vastanneista (kuvio 5). Miesten osuus vastanneista oli 23 %. Yksi vastaajista vastasi sukupuolekseen muu, ja kolme vastanneista ei halunnut kertoa sukupuoltaan.

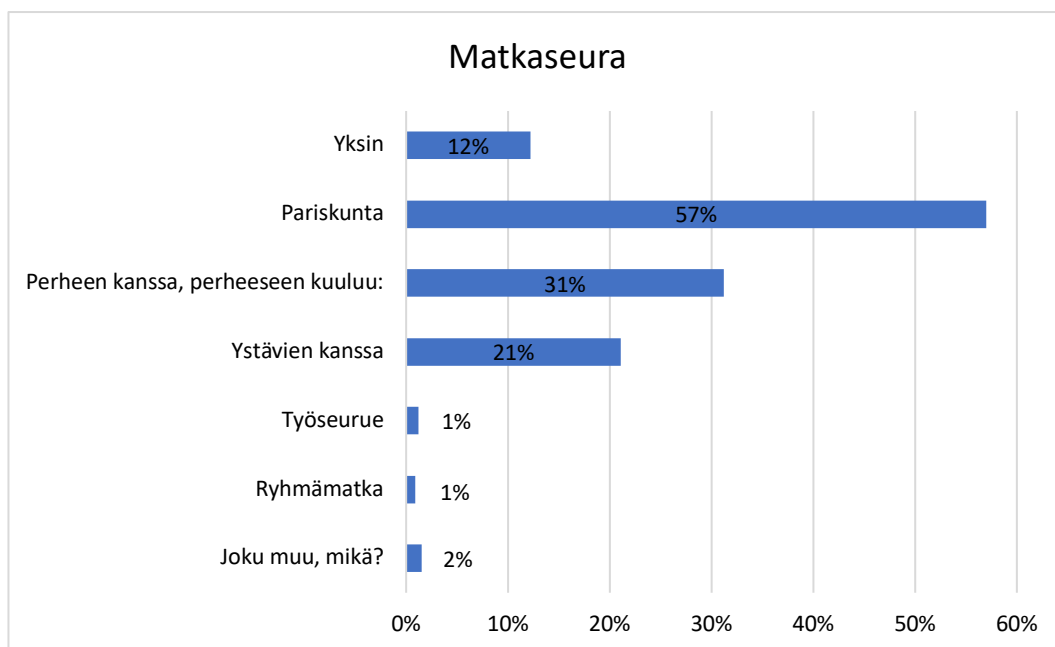


Kuvio 5. Vastaajien sukupuoli (n=337).

Vastaajia oli ympäri Suomen, 17:sta eri maakunnasta. Eniten vastaajia oli Pohjois-Karjalasta (209 vastaajaa) ja Uudeltamaalta (54 vastaajaa). Lisäksi vastaajia oli Etelä-Karjalasta viisi, Etelä-Savosta kaksi, Kainuusta yksi, Kanta-Hämeestä kolme, Keski-Pohjanmaalta yksi, Keski-Suomesta seitsemän, Kymenlaaksosta kuusi, Lapista neljä, Pirkanmaalta kymmenen, Pohjanmaalta yksi, Pohjois-Pohjanmaalta neljä, Pohjois-Savosta 12, Päijät-Hämeestä seitsemän, Satakunnasta yksi ja Varsinais-Suomesta seitsemän. Kolme vastaajaa kertoi asuvansa Itä-Suomessa. Vastaajista kaksi kolmasosaa tuli Pohjois-Karjalasta, josta voi päätellä, että Koli on suosittu lähimatkailukohde Pohjois-Karjalassa asuvien keskuudessa. Vallitseva covid-19-pandemia vaikutti varmasti myös esimerkiksi Uudeltamaalta tulevien matkailijoiden määrään, kun ulkomaille ei pääsyt matkustamaan.

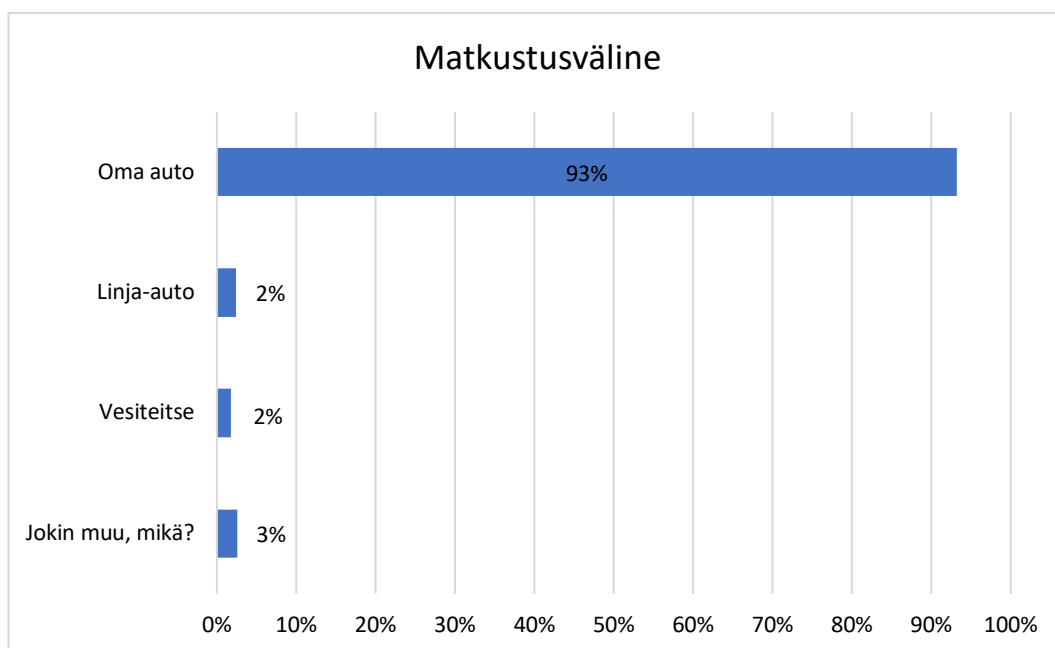
Matkaseuraa kartoittavassa kysymyksessä pystyi valitsemaan useita vastausvaihtoehtoja. Yli puolet kyselyyn vastanneista matkailijoista matkusti Kolille pariskuntana (57 %) (kuvio 6). Perheen kanssa matkustavia oli 31 %, ystävien kanssa matkustavia 21 % ja yksin matkalla olleiden osuus oli 12 %. Perheen kanssa matkustavat olivat pääasiassa lapsiperheitä. Sekä työseurueen kesken matkustavien että ryhmämatkalla olleiden osuus oli 1 %. Viisi vastaajaa valitsi vastaukseksi jokin muu. He kertoivat matkaseurukseen koiran tai paikallisen asukkaan. Pariskuntana matkalla olleiden määrän perusteella voidaan olettaa

Kolin olevan erinomainen kohde viettää aikaa kahden kesken. Työseurueiden ja ryhmämatkalla olijojen matala määrä voi selittyä osittain kyselyn ajankohdasta. Lisäksi olisi aihetta pohtia onko Kolilla tarjota riittävästi palveluita ryhmäseurueille.



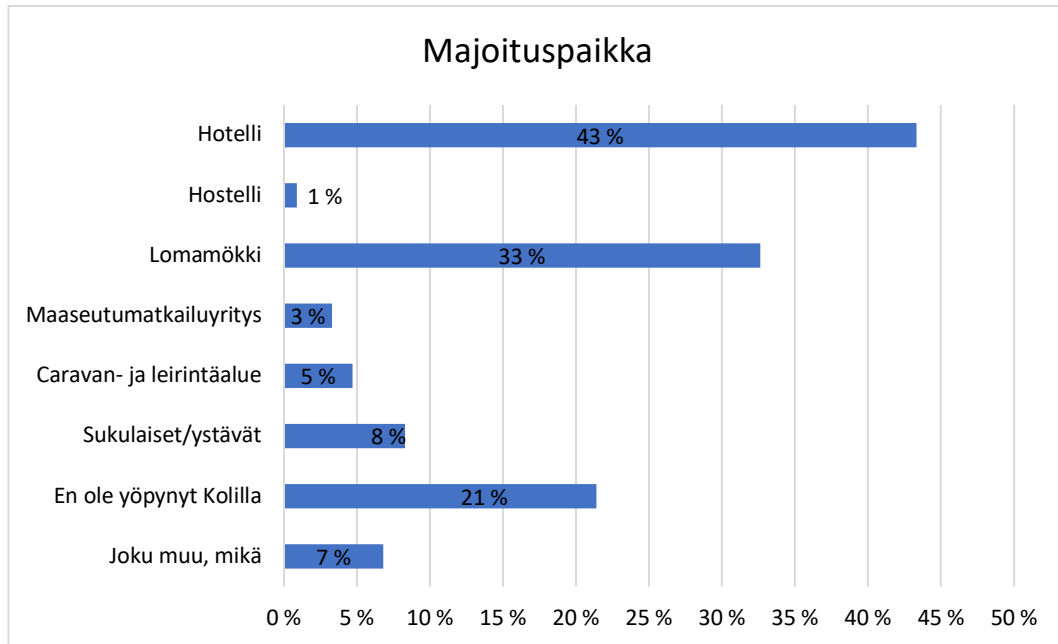
Kuvio 6. Vastaajien matkaseura Kolille matkustaessa (n=421).

Vastanneista 93 % kertoi saapuneensa Kolille omalla autolla (kuvio 7). Linja-autolla ja vesiteitse matkustaneiden osuudet olivat 2 %. Muita matkustuskeinoja olivat moottoripyörä ja juna, ja yksi vastaaja kertoi saapuneensa Kolille jalkaisin. Henkilöauto oli ylivoimaisesti suosituin matkustusväline vastaajien keskuudessa. Tämä on luonnollista, sillä Kolille ei ole kattavaa julkisen liikenteen verkostoa mistään päin Suomea.



Kuvio 7. Vastaajien matkustusväline Kolille matkustaessa (n=337).

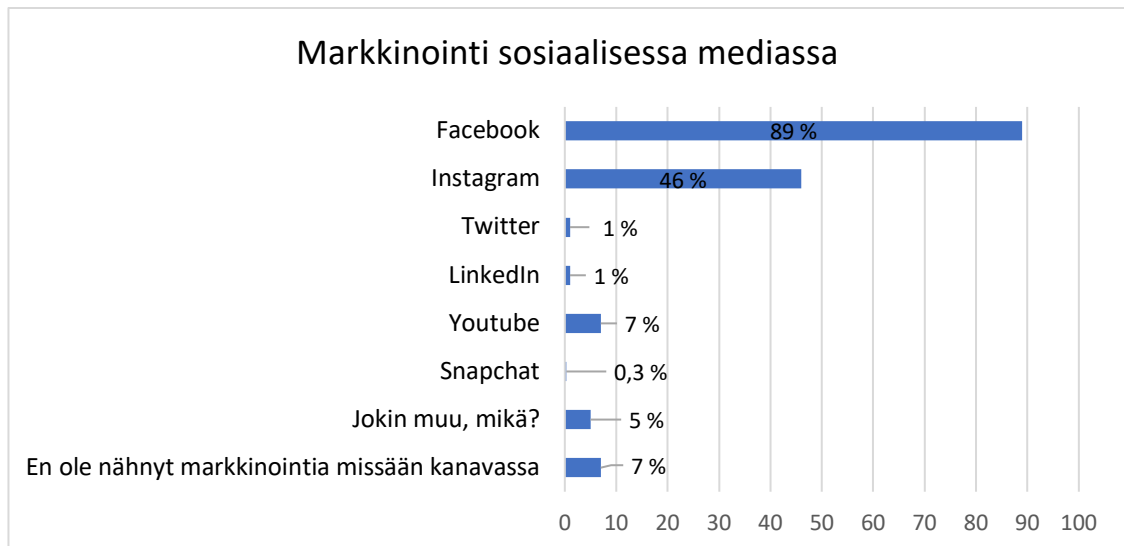
Majoitukseen liittyvään kysymykseen oli mahdollista valita useampi vastausvaihtoehto. Vastaajista 43 % kertoi käyttäneensä majoittumiseen hotellia, 33 % oli valinnut majoitukseen lomamökin, 3 % oli valinnut maaseutumatkailuyrityksen ja caravan- ja leirintäalueilla majoittui 5 % (kuvio 8). Ystävien tai sukulaisten luona majoittui 8 % vastaajista. Vastaajista 21 % kertoi, ettei yöpynyt Kolilla. Tähän varmasti vaikutti ainakin se, että suurin osa vastaajista oli Pohjois-Karjalaisia päivämatkailijoita, jolloin tarvetta yöpymiseen ei ole ollut. Toinen syy majoittumatta jättämiseen on voinut olla majoitusliikkeiden korkea varausaste, jolloin suosituimpina aikoina kapasiteetti ei ole riittänyt asiakkaiden määrään verrattuna. Kyselyssä ei kuitenkaan kysytty yöpymättä jättämisen syytä. Jokin muu -kohtaan vastaajat kertoivat majoittuneensa omalla mökillä tai luonnossa esimerkiksi riippumatossa.



Kuvio 8. Vastaajien majoittumispaikat Kolilla (n=409).

8.2 Valintakysymykset

Sosiaalisen median markkinointiin liittyvään kysymykseen vastaaja sai valita useamman vastausvaihtoehdon. Kolin markkinoinnissa suosituin sosiaalisen median kanava on vastausten perusteella Facebook (kuvio 9), sillä 89 % vastaajista oli nähnyt siellä Kolin markkinointia. Toiseksi suosituimpana pidettiin Instagramia, jossa Kolin markkinointia oli nähnyt 46 %. YouTubessa Kolin markkinointia oli nähnyt 7 %, Twitterissä 1 %, LinkedInissä 1 % ja Snapchatissä 0,3 % vastaajista.



Kuvio 9. Vastaajia tavoittanut Kolin markkinointi sosiaalisessa mediassa (n=525).

Seuraavien kysymysten tulokset on esitetty keskiarvoina. Matkakohteen valinnassa tärkeimpiä asioita kysyttäessä tärkeimmiksi kriteereiksi valikoituivat vastaajien mielestä luonto (4,4), matkakohteen palvelut (4,2) ja sijainti (4,1). Seuraavaksi tärkeimpinä kriteereinä pidettiin hintaa (3,9), aktiviteettimahdollisuuksia (3,7) sekä aiempia kokemuksia kohteesta (3,9). Kyselyn vaihtoehdoista vähiten tärkeimpinä kriteereinä matkailijat kokivat suositukset (3,3) sekä matkakohteen tapahtumat (3,1). Jokin muu -vaihtoehdosta esiin nousivat seuraavat kriteerit: lemmikkiystävällisyys, lapsiystävällisyys, esteettömyys, kohteen saavutettavuus julkisella liikenteellä ja omalla autolla sekä siisteys.

Vastaajat pitivät matkakohteen palveluiden vastuullisuutta tärkeänä asiana, sillä vastausten keskiarvo oli 3,9. Tärkeimmiksi vastuullisen matkailun tekijöiksi vastausvaihtoehdoista nousivat paikallisuus (4,2), ympäristöystävällisyys (4,1), jätteen lajittelu (4,1), lähiruoka (4,0) ja esteettisyys (4,0). Sertifikaatit eivät lukeutuneet vastaajien mielestä tärkeimpiin kriteereihin (2,9). Jokin muu -vaihtoehdosta esiin nousivat esteettömyys, erilaisten asiakasryhmien huomioiminen ja palvelut, jotka sopivat hyvin yhteen luonnon kanssa.

Kyselyssä kartoitettiin vastaajien tyytyväisyyttä Kolin alueen ravintola-, majoitus-, liikenne- ja kauppapalveluihin liittyen. Ravintolapalveluiden tarjontaan oltiin keskimäärin tyytyväisiä, vastausten keskiarvo oli 3,5. Ravintoloiden ruoka- ja

juomatarjonnan monipuolisuus sai keskiarvoksi 3,6. Tyytyväisimpiä oltiin ravintoloiden aukioloaikoihin, jonka keskiarvo oli 3,7.

Kysyttäessä tyytyväisyyttä Kolin alueen majoituspalveluihin liittyen majoituspalveluiden monipuolisuus sai keskiarvon 3,7 ja majoituspaikkojen (esim. huoneiden) riittävyys 3,5. Majoitustarjonnan tasoa pidettiin hyvänä, sillä keskiarvo oli 3,9.

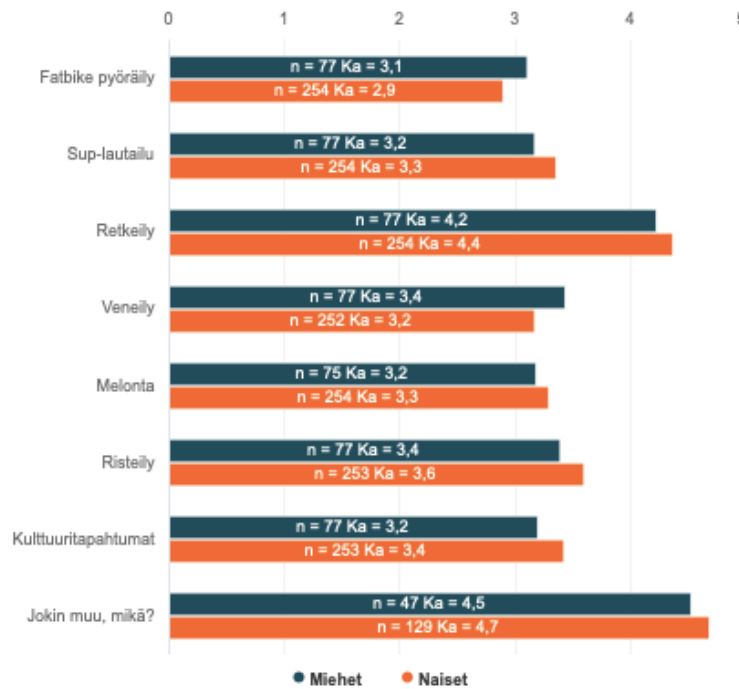
Kyselystä saatujen vastausten perusteella liikennepalveluiden tarjontaa pidettiin suppeana ja tarjonnan riittävyys sai keskiarvoksi 2,7. Liikennepalveluiden tasoon oltiin hieman tyytyväisempiä, ja sen keskiarvo oli 3,1.

Kauppapalvelut koettiin myös Kolin alueella hieman suppeina. Kauppapalveluiden riittävä tarjonta sai keskiarvoksi 3,1, valikoimien monipuolisuus 3,0 ja aukioloaikojen sopivuus 3,6.

Seuraavassa kysymyksessä kartoitettiin matkailijoiden kiinnostusta erilaisia aktiviteetteja kohtaan Kolin alueella matkaillessa. Matkailijoiden kiinnostusta kysyttiin fatbike-pyöräilyä, sup-lautailua, retkeilyä, veneilyä, melontaa, risteilyjä ja kulttuuritapahtumia kohtaan. Talviset aktiviteetit jäivät tästä kyselyssä pois, koska kysely toteutettiin kesällä ja katsottiin parhaaksi keskittyä pelkästään kesäaktiviteetteihin. Lisäksi vastausvaihtoehtona oli ”jokin muu, mikä”. Kaikista kiinnostavimpana aktiviteettina pidettiin retkeilyä (4,3). Korkea kiinnostus retkeilyä kohtaan ei yllätä, sillä Kolin alueella on monipuolinen retkeily- ja vaellusreitistö. Muiden aktiviteettien osalta kiinnostus oli tasainen, keskiarvo oli noin 3. ”Jokin muu, mikä” -vaihtoehdosta esiin nousivat muun muassa hiihto, laskettelu, ratsastus, kalastus ja jooga. Näiden annettujen vastausten perusteella Kolin aktiviteettitarjonta kannattaisi olla monipuolinen, jotta alue houkuttelisi sinne eri aktiviteettien harrastajia.

Valintakysymysten vastausten perusteella naiset olivat tyytyväisempiä Kolin palveluihin kuin miehet (kuvio 10), sillä naisten antamien vastausten keskiarvo oli melkein jokaisessa kysymyksessä parempi kuin miehillä. Aktiviteettien kiinnostavuuden osalta oli hieman hajontaa miesten ja naisten välillä. Aktiviteetit, jotka

kiinnostivat miehiä enemmän kuin naisia, olivat fatbike-pyöräily ja veneily. Naisia taas kiinnostivat enemmän sup-lautailu, retkeily, melonta, risteilyt ja kulttuuritapahtumat.



Kuvio 10. Miesten ja naisten kiinnostus aktiviteeteista (n=336).

8.3 Avoimet kysymykset

Avoimessa palautteessa vastaaja pystyi vapaasti antamaan palautetta Kolin palveluista. Avoimia kysymyksiä kyselyssä oli neljä. Kolme niistä käsittelivät Kolin palveluita ja neljännessä eli viimeisessä kysymyksessä vastaaja sai kertoa parhaan kokemuksen omasta Kolin matkastaan. Kyselyssä kysyttiin avointa palautetta Kolin palveluista, miten palveluita pitäisi vielä parantaa ja mitä palveluita vastaajat haluavat vielä lisää Kolille. Vastauksissa esiin nousivat eniten Kolin palveluiden tarjonta ja niiden aukioloajat, parkkipaikkojen vähyys, julkinen kulkuyhteys ja tekemistä lapsiperheille.

Kolin palveluihin toivottiin lisää ravintola-, kahvila- ja kauppapalveluita ja niihin laajempia aukioloaikoja. Ravintoloihin toivottiin muun muassa kala- ja kasvisannoksia ja lounasta. Esille nousivat myös ruokapaikat, joista voi saada ruokaa helposti ja nopeasti, mutta myös illanviettopaikat ja ala carte kiinnostivat

vastaajia. Nykyisten kauppojen tarjonta ja valikoima koettiin hyvin suppeaksi ja tilalle toivottiin laajempaa tarjontaa. Aukioloaikojen laajentaminen nousi esiin useassa kommentissa. Erityisesti toivottiin, että iltaisin olisi ruokapalveluita saatavissa. Erilaisia majoituspalveluita toivottiin myös lisää. Konkreettisia esimerkkejä uusista majoitustoihiveista olivat hotelli sekä edullinen ja yksinkertainen majoitus, ilman ylimääräisiä mukavuuksia.

Suurin osa Kolille saapuvista asiakkaista saapuvat omalla autolla, ja vapaiden parkkipaikkojen löytäminen on hankalaa, etenkin sesonkiaikana. Vastauksissa toivottiin lisää parkkipaikkoja sekä hotellin että kansallispuiston luokse, mutta myös keskustan alueelle ja satamaan. Kolin ulkopuolelta saapuvan julkisen kulkuyhteyden lisäksi Kolille toivottiin paikallista liikenneyhteyttä, jotta alueella olisi helpompi liikkua etenkin heidän, jotka tulevat ilman omaa autoa tai vesiteitse.

Aktiviteettipalveluita ja välinevuokrausta toivottiin myös lisää. Vastauksissa toivottiin muun muassa minigolfia, golfia, padel-kenttää, kiipeilypuistoa sekä liikuntakeskusta ja erityisesti esille nousivat maastopyöräilyreitit, joita Kolilla ei vielä ole. Lapsiperheille toivottiin lisää aktiviteetteja sekä leikkipaikkoja, lapsiparkkia ja kylpylää, johon ei ole ikärajoitteita.

Kolin markkinointia toivottiin myös enemmän. Markkinointia toivottiin lisää sosiaaliseen mediaan ja tienvarsille opastekylttejä. Digitaalista saavutettavuutta ehdotettiin parannettavaksi esimerkiksi kehittämällä Kolin palveluille oma applikaatio, josta matkailija pystyisi tarkistamaan aukioloaikoja ja tekemään varauksia. Markkinoinnin lisäksi toivottiin selkeitä opasteita ja karttoja Kolin alueelle.

Muita esille nousseita asioita, joita vastaajat kokivat tärkeiksi vielä parantaa, olivat Loma-Koli ja sen hyödyntäminen matkailussa kuten esimerkiksi uusien rinteiden avaaminen Loma-Kolille, paikallisen- ja lähiruoan lisääminen ravintoloihin, nuotiopaikkojen lisääminen ja lisäksi toivottiin eripituisia vaellusreittejä eritasoisille retkeilijöille. Uusia palveluita toivottiin seuraavanlaisia: matkapaketteja maakunnista, opastettuja retkiä ja aktiviteetteja, autolautta tai lossi Lieksasta tai Vuonislahdesta, musiikki-, tanssi- ja teatteritapahtumia, illanviettopaikkoja,

toista kylpylää, 1–2 tunnin veneretkiä tai risteilyjä ja hyvinvointiin liittyviä viikonloppupaketteja.

Seuraavaksi koottuna muutamia vastaajien kommentteja avoimiin kysymyksiin liittyen Kolin palveluihin ja niiden parantamiseen. Nämä kommentit valikoituivat siitä syystä, että näissä kommentteissa nousi esiin asioita, jotka toistuivat myös muissakin kommentteissa ja näihin oltiin hyvin tiivistetty ja perusteltu asiat. Kommenttien perusteella Kolille toivottiin monipuolisempaa palvelutarjontaa.

”Koli on ihanan rentouttava paikka varsinkin pariskunnille. Lapsiperheille Kolilla ei vaan ole oikein annettavaa, sitä voisi kehittää.”

”Parkkipaikkojen vähyys vähentää Kolilla käymistä. Jos ei saa autoa parkkiin, niin tuntuu turhalta käydä pyörähtämässä pelkästään parkkipaikalla. Sitäkin on sattunut.”

”Kauppojen ja ravintoloiden aukioloajat saisivat olla paremmat. Klo 22 kolilta eikä sen läheisyydestä saa enää mistään ruokaa tai ruokatarpeita, – Kolilla kuitenkin kesäisin liikkuu paljon matkajia iltaisin ja öisinkin auringonlaskujen ja -nousujen perässä. Muuten Kolilla on mielestäni upeat puitteet ja toimivat palvelut, varsinkin meille, jotka keskitymme pääasiassa vain jalkaisin retkeilyyn.”

”Ohjattuja aktiviteettipalveluita, tasokkaita ruokamatkailutuotteita, kannattaa benchmarkata mitä muut tekevät hyvin ja ottaa mallia (kaikkea ei tarvitse keksiä itse), uudenlaista majoitusta (ekomokit, glamping, puumajat jne), ohjattuja kuvausretkiä, eläinavusteisia retkiä ja toimintoja (muitakin kuin lammaspaimenlomat)”

”Lapsiperheille enempi tekemis mahdollisuutta. Uintia, leikkimistä, elämyksiä.”

”Ympäri vuotista ohjelmapalvelua, kattava tarjonta eri ikäisille monenlaisiin kiinnostuksen kohteisiin. Aktiivisia ja innovatiivisia yrittäjiä houkuteltava lisää. Retkeilyn tuotteistaminen (osta elämys / palvelupaketti). Kaikki tämä luontoa kunnioittaen ja kestävästi.”

Viimeisessä kysymyksessä kysyttiin parasta kokemusta Kolin matkasta. Tässä seuraavaksi muutamia asiakkaiden kirjoittamia kokemuksia, joista minun mielestäni kävi ilmi, että matkailija oli todella viihtynyt Kolilla.

”Joka kertahan siellä on ihanaa. Käyn monta kertaa vuodessa yleensä päiväretkillä, joskus olen yön yli hotellissa tai useamman päivän tutuilta vuokratulla mökillä. Parasta on päivä ulkoilua, sitten kylpylään rentoutumaan ja ravintolaan syömään.”

”3 min huipulla.”

”Laitan kolme. 1) Vaellusretki Kolin ympäristön upeissa maisemissa, 2) paikalliset erinomaiset ruoat Kolin Ryyssä ja 3) saapuminen vesiteitse Kolille Vuonilahden kautta.”

Kolilla oltiin tyytyväisiä erityisesti sen luontoon, rauhaan ja huipulla näkyviin maisemiin. Kyselyyn vastaajat kehuivat Kolin palveluntarjoajia ja paikallisia yrittäjiä. He olivat hyvin tyytyväisiä Kolilla saatuun asiakaspalveluun. Monen mielestä Koli on sopiva kohde aikuisille ja etenkin pariskunnille, ja erityisesti siihen liittyen Break Sokos Hotel Kolin kylpylää kehuttiin siihen sopivaksi paikaksi.

8.4 Yhteenveto ja johtopäätökset

Kyselyyn vastanneiden perusteella Kolin alue houkuttelee kaikenikäisiä matkailijoita ympäri Suomen. Yleisimmin kyselyyn vastaaja oli nainen. Matkaseurue koostui yleisimmin puolisoista, perheenjäsenistä tai ystävistä. Tämä kertoo, että alue houkuttelee tulemaan tänne nauttimaan yhdessä sen tarjoamasta luonnosta, aktiviteeteista ja muista palveluista.

Julkisen liikenteen kehittämistä Pohjois-Karjalan alueelta Kolille sekä Kolin alueen sisällä toivottiin useissa palautteissa. Myös alueen saavutettavuutta muualta Suomesta tulisi kehittää, sillä julkisen liikenteen yhteyksien puuttumisen vuoksi tällä hetkellä on lähes mahdotonta matkustaa Kolille ilman omaa autoa. Suuren yksityisautoilun määrän takia Kolin alueen parkkipaikat täyttyvät eivätkä matkailijat mahdu parkkeeraamaan virallisille pysäköintipaikoille. Tästä syystä parkkipaikkojen määrää tulisi lisätä. Mielenkiintoista oli huomata, että kyselyyn vastaajista kukaan ei saapunut Kolille polkupyörällä, vaikka pyöräilyn suosio on tällä hetkellä suuri. Koli kuuluu osaksi Pielisen Kierrosta, jonka voi autoilun lisäksi ajaa pyörällä, joten esimerkiksi sen reitin kautta olisi voinut saapua pyörämatkailijoita. Luultavasti pyöräilyä harrastavat ihmiset odottavat, että Kolin

alueelle saadaan omia (maasto)pyöräilyreittejä, joita toivottiin myös palautteissa. Uusien reittien myötä Kolista voisi tulla myös pyörämatkailukohde.

Valintakysymyksissä, joissa käsiteltiin ravintola-, kauppaa-, majoitus- ja liikennepalveluita, vastaajat olivat keskimäärin tyytyväisiä nykyisiin palveluihin. Vapaissa palautteissa tuli esille myös tyytymättömyyttä nykyisten palveluiden tasoon ja monipuolisuuteen. Tähän varmasti vaikuttaa se, että valintakysymyksiin vastasivat kaikki vastaajat, mutta vapaaseen kenttään vastasi vain noin puolet.

Suurin osa kyselyn palautteesta kohdistui ravintola- ja kauppapalveluiden monipuolisuuteen ja aukioloaikoihin. Ravintola- ja kauppapalveluiden tarjonta on tällä hetkellä Kolilla liian suppea. Nykyisten jo olemassa olevien palveluiden tarjontaa ja aukioloaikoja tulisi laajentaa. Etenkin sesonkiaikoina matkailijoita on liikkeellä aamuvarkaisesta iltamyöhään, jolloin he eivät pysty hyödyntämään nykyisiä palveluita. Varsinkin kesäsesongin aikaan tarjonta ei ole riittävää matkailijamääriin nähden, sillä kauppojen hyllyt ovat monesti vajaat ja ravintoloissa on ruuhkaa. Lisäksi ravintoloiden ruokalistoilta toivottiin tarjottavaksi paikallisia raaka-aineita ja lähiruokaa, esimerkiksi kalaa Pieliseltä. Kysyntää olisi erityyppisille ravintolapalveluille ja esimerkiksi jäätelökioskille. Palveluiden parantaminen saisi asiakkaat ostamaan enemmän tuotteita ja palveluita Kolilta eikä lähikunnista.

Kyselyn perusteella Kolin alue houkutteli vastaajia majoittumaan matkansa aikana ja käyttämään monipuolisesti erilaisia majoitusvaihtoehtoja. Perinteisen hotellimajoituksen lisäksi alueelle toivottiin lisää erilaisia majoittumisvaihtoehtoja ympäri Kolin aluetta. Toivomuksena oli myös hyödyntää Loma-Kolin aluetta sekä majoitustarjonnan että ravintolapalveluiden laajentamiseen.

Vastaajat toivoivat Kolille lisää aktiviteettipalveluita, välinevuokrausta ja ohjattuja retkiä. Palautetta tuli myös vesistön hyödyntämisestä aktiviteetteihin liittyen. Aikaisemmin kulkenut autolautta Lieksasta Kolille oli monen mielestä hyvä asia. Sen tilalle toivottiin uutta vesiyhteyttä. Kesällä 2021 matkustaja-alus Suvityttö liikennöi Kolin ja Vuonislahden välillä päivittäin kesäkuun puolivälistä elokuun alkuun. Vastaavalle palvelulle voisi olla käyttöä myös ensi kesänä 2022 ja

tulevaisuudessakin. Samalla matkustaja-aluksella voisi myös tehdä muutaman tunnin risteilyjä Pielisellä, kuten palautteissa toivottiin. Välinevuokrauksen lisääminen alueella saisi varmasti lisää asiakkaita kiinnostumaan ja kokeilemaan uusia aktiviteetteja, jos välineet ja opastus niihin olisivat valmiina paikan päällä. Aktiviteetti ei olisi tällöin sidottuna omiin välineisiin tai aikaisempaan taitoon, vaan tällöin voisi kokeilla jotakin uutta.

Eri asiakasryhmistä vastausten perusteella esiin nousi lapsiperheet ja heille tarkoitettujen palveluiden puute. Lapsiperheille toivottiin lisää aktiviteetteja ja tätä olisi erittäin tärkeä lähteä viemään toteutukseen, jotta saataisiin lapsiperheet viihtymään Kolilla vielä paremmin kuin ennen.

län perusteella tyytyväisimpiä Kolin palveluihin olivat 18–30 -vuotiaat ja yli 70-vuotiaat. Saatujen vastausten perusteella esimerkiksi ikä vaikutti majoituspaikan valintaan Kolilla. Eniten vastaajat kertoivat yöpyneensä hotellissa. Vastaajista 18–30, 31–40, 51–60 ja 61–70-vuotiaat yöpyivät hotellissa, kun taas 41–50-vuotiaat suosivat lomamökkiä. Yli 70-vuotiaat yöpyivät sukulaisten tai ystävien luona. Aktiviteettien kiinnostuksen osalta oli myös hajontaa iän perusteella. Nuorempia kiinnostivat enemmän liikunnalliset ja menevät aktiviteetit, kuten fat-bike-pyöräily, sup-lautailu ja retkeily, ja vanhemmat vastaajat suosivat esimerkiksi risteilyjä ja kulttuuritapahtumia. Tämä oli odotettavissa oleva asia.

Matkaseuran mukaan vastauksia vertaillen ei löytynyt huomattavia eroja. Ainoastaan työseurueena olleiden vastaukset hieman vaihtelivat muiden matkaseura -ryhmien kanssa, mutta se oli odotettavissa. Työseurueena matkustavat arvostavat eri kriteerejä kuin lomaa Kolilla viettävät. Tämä pätee siis silloin, jos ollaan työmatkalla. Työseurue voi tarkoittaa myös työporukkaa, joka on ollut viettämässä myös esimerkiksi työhyvinvointi päivää, jolloin taas arvostetaan eri kriteereitä. Avointen vastausten perusteella oletuksena oli, että perheen kanssa matkustavat olisivat antaneet valintakysymyksissä hieman heikompia vastauksia, koska kaipasivat lisää lapsiperheille tarkoitettuja palveluita Kolille. Heidän vastauksensa olivat kuitenkin myös melko samoissa tasoissa muiden kanssa.

9 Luotettavuus ja eettisyys

Opinnäytetyöni on tehty Karelia Ammattikorkeakoulun opinnäytetyön ohjeistuksen mukaan. Opinnäytetyön tieteellisestä käytännöstä ja eettisistä suosituksista ohjeistavat Tutkimuseettisen neuvottelulautakunnan (TENK) ja Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvoston (Arene ry) laatimat ohjeistukset (Arene ry 2021; Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012). Toimeksiantajien kanssa on allekirjoitettu toimeksiantosopimukset.

Tiedonhankinnassa käytettiin mahdollisimman tuoreita lähteitä ja otettiin huomioon lähdekritiikki. Lähteet on merkattu opinnäytetyön ohjeiden mukaan. Kysymyksiä laatiessa oli tärkeää muistaa selkeys ja kysymyksen oikea muoto, jotta ei synny väärinymmärryksiä. Väärin ymmärretyt kysymyksen aiheuttavat eniten virheitä kyselyn tuloksiin, ja näin ollen kyselyn tulokset voivat vääristyä. (Valli 2018, 93.) Testikyselyllä varmistettiin kysymysten toimivuus, selkeys ja niiden oikea ymmärrettävyys. Testihenkilöinä toimi Kolin matkailuyhdistyksen asiakkaita ja vastauksia saatiin yhdeksän kappaletta. Testikysely toteutettiin sähköisenä versiona kuten virallinen kysely, jotta nähtiin, miten sähköinen kysely toimii eri mobiililaitteilla.

Yhteystietojen jättäminen oli pakollista vain, mikäli halusi osallistua arvontaan. Näin vastaaminen onnistui myös anonyymisti. Henkilötietojen käsittelyssä käytettiin Karelia AMK:n opinnäytetyön henkilötietojen käsittelyyn annettua ohjeistusta (Karelia Ammattikorkeakoulu 2021). Henkilötietoja ovat kaikki ne tiedot, joista voidaan tunnistaa jokainen kyselyyn vastannut yksityinen käyttäjä (Karelia Ammattikorkeakoulu 2021; Huttunen 2020). Henkilötietojen huolellisesta ja luotamuksellisesta käsittelystä kerrottiin kyselyn saateosiossa. Kyselyssä henkilötiedoista kerättiin vain olennaiset, nimi ja puhelinnumero tai sähköpostiosoite ja tiedot hävitetään opinnäytetyön arvioimisen jälkeen.

Vastauksien analysoinnissa käsiteltiin vastauksia sellaisina kuin ne ovat, jolloin tieto ei vääristynyt ja se pysyi luotettavana. Kyselyn luotettavuuteen vaikuttivat myös esimerkiksi se, että vastaukset olivat valmiiksi sähköisessä muodossa,

jolloin niitä ei tarvinnut siirtää paperilta sähköiseen muotoon, eikä näin ollen syntynyt lyöntivirheitä ja toimeksiantajilta saatu luottamuksellinen tieto pysyy vain omana tietona. Vastauksien luotettavuuteen vaikuttaa myös totuudenmukainen vastaaminen. Onko kyselyyn vastattu pelkästään arvonnalla ja missä tunnetilassa.

10 Pohdinta

10.1 Tulosten arviointi ja kehitysehdotukset

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä asiakaskysely Kolin alueen palveluiden parantamiseksi ja tavoitteena oli saada toimeksiantajille asiakkaiden mielipiteitä ja parannusehdotuksia, joita voitaisiin hyödyntää kehitystyössä. Aihe oli ajankohtainen, sillä Kolin matkailijamäärät ovat viime vuosina ja etenkin korona-aikana nousseet huomattavasti. Lisäksi lähi- ja luontomatkailusta on tullut pysyvä trendi matkailijoiden keskuudessa. Kehitystyö on aina ajankohtaista matkakohteen houkuttelevuuden ja elinvoimaisuuden kannalta. Kolin alueella on tällä hetkellä käynnissä tai käynnistymässä useita alueeseen liittyviä kehitysprojekteja. Kyselyn avulla toimeksiantajat pystyivät varmistumaan näiden hankkeiden ajankohtaisuudesta ja tarpeellisuudesta. Myös muut Kolin alueella toimijat matkailutoimijat voivat hyödyntää kyselyssä saatuja tuloksia omien palveluidensa kehitystyössä.

Lahjakortin arvonnalla saatiin varmasti enemmän vastaajia kyselyyn, kuin ilman arvontaa olisi saatu. Kyselyn avulla saatiin tietoa myös asiakastytyväisyydestä, jonka avulla nykyistä toimintaa voidaan parantaa entisestään vastaamaan asiakkaiden toiveita. Kyselyn tuloksissa nousi esiin samoja palveluiden parannusehdotuksia kuin Kolin iso kuva -selvityksessä. Tämä todistaa sen, kuinka tärkeää olisi saada näitä parannus- ja kehitystoimenpiteitä eteenpäin ja toteutukseen, koska niistä on aloitettu puhumaan jo vuonna 2017. Tämä vaikuttaisi myös Kolin matkailuvision toteutumiseen.

Suurimpia kyselyssä esille nousseita parannustoimenpiteitä on jo käynnistetty ennen tämän opinnäytetyön julkaisua. Sale Kolia on uudistettu syys-lokakuun 2021 aikana esimerkiksi varastotilojen laajentamisella ja myymälän tiloja on remontoitu nykyaikaisemmiksi. Lisäksi palvelutarjontaa on parannettu. (Pohjois-Karjalan Osuuskauppa 2021d.) Uusi hotelli Kolin kylälle on myös suunnitteilla toinen hotelli Pohjois-Karjalan Osuuskaupan toimesta. Lieksan kaupungin ja PKO:n välillä on käynnissä maa-alueiden vaihtokauppojen suunnittelu, jolloin PKO saisi kahden hehtaarin kokoisen alueen Kolin kylältä ja Lieksan kaupunki puolestaan kahdeksan hehtaarin kokoisen alueen Loma-Kolilta. Tämän vaihtokaupan myötä Loma-Kolin aluetta voitaisiin alkaa kehittämään. (Lius 2021.) Parkkipaikka ongelmaakin ollaan ratkaisemassa ja suunnitteilla on rakentaa uutta parkkitilaa Ylä-Kolintien varteen. Tällä hetkellä projekti on kuitenkin jäissä asiasta tehtyjen valitusten vuoksi. (Tolvanen 2021.)

10.2 Oma pohdinta

Itselle tämä työ opetti sen mitä kaikkea kuuluu kehittämistyöhön ja etenkin mitä hyötyä sillä on saavutettavissa alueelle. Kyselyn tekemiseen sain myös oppia. Millaisia kysymysten täytyy olla, missä muodossa ne kannattaa esittää, jotta sekä tekijä että vastaaja ymmärtävät kysymykset samalla tavalla ja tulosten analysointi antoivat hyviä eväitä jatkoa ajatellen. Jälkeenpäin ajateltuna olisi pitänyt vielä miettiä tiettyjen valintakysymysten tyyppiä ja jakaa kysymys erillisiin osioihin. Näin puhelimesta vastaaminen olisi ollut niihin helpompaa, sillä uskon, että suurin osa vastasi kyselyyn puhelimestaan. Puhelimesta vastatessa Webropol muutti hieman kysymyksen näkymää, mutta se ei vaikuttanut annettuihin vastauksiin. Tietokoneella ja tabletilla kysymykset näkyivät oikein.

Kyselystä saatiin hyviä tuloksia. Kyselyn myötä saatiin vastaajien eli tässä tapauksessa asiakkaiden näkökulmia ja heidän näkemyksiään siitä, miten Kolin palveluita pitäisi saada vielä paremmaksi. Positiivista oli huomata, että parannusideoita saatiin monipuolisesti eri palveluihin liittyen. Tuloksissa esiin nousi myös kehityskohteita, jotka olivat jo tiedossa Kolin palveluiden parantamiseen liittyen ja joihin ollaan jo tekemässä toimenpiteitä. Tämän opinnäytetyön

yhteydessä saatiin varmistus, että nämä kehityskohteet ovat ajankohtaisia ja tarpeellisia Kolin houkuttelevuuden lisäämiseksi.

Muita kyselyssä esille nousseita palveluiden parannus- ja kehitysideoita, kannattaisi lähteä jatkojalostamaan eteenpäin. Näitä potentiaalisia parannusideoita olisi muun muassa ravintolapalveluiden monipuolistaminen, Lieksa-Koli välisen laivayhteyden selvittäminen, lapsiperheille suunniteltujen aktiviteettien lisääminen ja julkisten kulkuyhteyksien kehittäminen. Olisi hienoa päästä näkemään mitä kaikkia vastaajilta saatuja ideoita viedään toteutukseen, ja millainen vaikutus niillä saataisiin aikaan Kolin matkailualueelle. Parannus- ja kehitystoimenpiteiden jälkeen kysely kannattaisi toistaa myöhemmin, jotta nähtäisiin, onko tehdyillä toimenpiteillä vaikutusta palvelutarjontaan ja asiakastyytyväisyyteen.

Lähteet

- Arene ry. 2021. Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset. Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto.
<http://www.arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2020/AMMATTI-KORKEAKOULUJEN%20OPINNÄYTETÖIDEN%20EETTI-SET%20SUOSITUKSET%202020.pdf? t=1578480382>. 4.11.2021.
- Business Finland. 2021a. Luontomatkailu.
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/luontomatkailu>. 24.11.2021.
- Business Finland. 2021b. Kestävyys matkailuvaltina.
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti>. 23.10.2021.
- Debbbarh, J. 2020. Vinkit onnistuneen kyselyn laatimiseen. LinkedIn.
https://www.linkedin.com/pulse/vinkit-onnistuneen-kyselyn-laatimiseen-julia-debbbarh/?trk=public_profile_article_view. 17.5.2021.
- Dun & Bradstreet. 2021. Mitä on asiakasymmärrys ja miten sitä kehitetään?
<https://www.dnb.com/fi-fi/syvenna-osaamistasi/ajatuksiamme/mita-on-asiakasymmarrys-ja-miten-sita-kehitetaan/>. 24.11.2021.
- Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. 2021a. Aluekehittäminen.
<https://www.ely-keskus.fi/aluekehittaminen>. 28.5.2021.
- Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. 2021b. Pohjois-Karjalan biosfäärialue.
<https://kareliabiosphere-fi.hel4.wp-cloud.dev/pohjois-karjalan-biosfaarialue/>. 24.11.2021.
- Joensuun Puskaradio. 2021. Facebook-sivut.
<https://www.facebook.com/groups/606431866073998/about>. 22.10.2021
- Huttunen, K. 2020. Miten tehdä nettikysely. Zoner.
<https://www.zoner.fi/miten-tehda-nettikysely/>. 17.5.2021.
- Karelia Ammattikorkeakoulu. 2021. Karelian opinnäytetyön ohje: Ohjeet henkilötietojen käsittelyyn.
<https://libguides.karelia.fi/c.php?g=679019&p=4838871>. 7.11.2021.
- Koli. 2021a. Kolin matkailuyhdistys. Yhteistä työtä.
<https://www.koli.fi/fi/koli/Kolin-matkailuyhdistys>. 26.5.2021.
- Koli. 2021b. Yhteystiedot.
<https://www.koli.fi/fi/koli/Yhteystiedot>. 15.10.2021.
- Koli. 2021c. Kolin alue kartalla.
<https://www.koli.fi/fi/koli/Koli-kartalla>. 29.5.2021.
- Koli. 2021d. Ikiaikainen Koli.
<https://www.koli.fi/fi/koli>. 29.5.2021.
- Koli. 2021e. Majoitus.
<https://www.koli.fi/fi/Majoitu>. 29.5.2021.
- Koli. 2021f. Kahvilat ja Ravintolat.
<https://www.koli.fi/fi/Syo-ja-shoppaile/Ravintolat-ja-kahvilat>. 29.5.2021.
- Koli. 2021g. Tekemistä Kolilla ja Pohjois-Karjalassa.
<https://www.koli.fi/fi/Harrasta>. 29.5.2021.
- Koli. 2021h. Välinevuokraus kesällä.


- <https://www.koli.fi/fi/Harrasta/Kesakausi/Vuokravaliineet>. 2.11.2021.
- Koli Active. 2021. Yrityisperhe.
<https://koliactive.com/yrityisperhe>. 2.11.2021.
- Koli Cultura. 2019. Koli Cultura. Elämyksellinen kestävän matkailun keskus. Kestävyden konsepti.
https://www.kolicultura.fi/wp-content/uploads/Koli-Cultura-Kestävyyden-konsepti_2019.pdf. 6.11.2021.
- Koli Cultura. 2018. Keskus.
<https://www.kolicultura.fi/keskus/>. 6.11.2021.
- Lieksan Kehitys Oy. 2021. Suuntana kehitys. Kehittämishankkeita elinkeinoelämän tueksi.
<https://www.lieksankehitys.fi/hankkeet>. 6.11.2021.
- Lieksan Puskaradio. 2021. Facebook-sivut.
<https://www.facebook.com/groups/1607771952589159/about>. 22.10.2021.
- Lius, A. 2021. Lieksan kaupunki ja PKO suunnittelevat maa-alueiden vaihtokauppaa Kolilla – tähtäimessä uusi hotelli. Yle. 24.8.2021.
<https://yle.fi/uutiset/3-12069987>. 25.10.2021.
- Luontoon. 2021. Kansallispuistot – Upeinta Suomea
<https://www.luontoon.fi/kansallispuistot>. 24.11.2021.
- Lyytikäinen, V. 2019. Kolin reitit tuottamaan -suunnitteluosio. Loppuraportti. Kolin matkailuyhdistys ry.
<http://webdynasty.pohjoiskarjala.net/Dynasty/Lieksa/kokous/20192339-10-1.PDF>. 6.11.2021.
- Metsähallitus. 2021. Kansallispuistojen käyntimäärät 1.1.-31.7.2021.
https://www.metsa.fi/wp-content/uploads/2021/09/Kayntimaarat_alueilla_tammi_heinakuu_2021.pdf. 26.10.2021.
- Metsähallitus. 2020a. Kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja muiden virkistyskäytöllisesti merkittävimpien Metsähallituksen hallinnoimien suojelualueiden ja retkeilykohteiden käyntimäärät vuonna 2020.
https://www.metsa.fi/wp-content/uploads/2021/01/Kayntimaarat_2020.pdf. 6.11.2021.
- Metsähallitus. 2020b. Kansallispuistojen käyntimäärässä kova kasvu – Kansallispuistojen palveluilla selkeä kysyntä.
<https://www.metsa.fi/tiedotteet/kansallispuistojen-kayntimaarassa-kova-kasvu-kansallispuistojen-palveluilla-selkea-kysynta/>. 28.5.2021.
- Naumanen, S. 2020. Kolin biosfäärialueen luontomatkailusuunnitelma 2020–2025. Metsähallitus.
<https://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Csarja/c166.pdf>. 3.11.2021.
- Pielisen Retki. 2021. Pielisen Retki.
<https://www.pielisenretki.fi/FI/>. 2.11.2021.
- Pohjois-Karjalan Osuuskauppa. 2021a. PKO:n hallinto ja johto. Yhteistyötä oman maakunnan hyväksi.
<https://pko.fi/tietoa-meista/hallinto-ja-johto/>. 26.5.2021.
- Pohjois-Karjalan Osuuskauppa. 2021b. Sinun Osuuskauppasi – Vuosikertomus.
https://cdn.aok.wp.s-cloud.fi/uploads/sites/13/2021/08/13142922/pko_vuosikertomus_2020_200x275-kevyt.pdf. 15.10.2021.
- Pohjois-Karjalan Osuuskauppa. 2021c. PKO:n hallitus.
<https://pko.fi/tietoa-meista/hallitus/>. 26.5.2021.

- Pohjois-Karjalan Osuuskauppa. 2021d. Sale Kolia uudistetaan ja palvelutarjontaa parane. <https://pko.fi/news/sale-kolia-uudistetaan-ja-palvelutarjontaa-paranee/?fbclid=IwAR1o7NRBJGU5NWXG9Grhhei7OAISH-YDcJIH19RMtfQ7nl8pKKi9TiAtlaw>. 25.20.2021.
- Pohjois-Karjalan Osuuskauppa. 2020. Break Sokos Hotel Kolilla ennätysellisen hyvä käyttöaste ja asiakastyytyväisyys. <https://pko.fi/news/break-sokos-hotel-kolilla-ennatysellisen-hyva-kayttoaste-ja-asiakastyytyvaisuus/>. 6.11.2021.
- Pohjois-Karjalan Puskaradio. 2021. Facebook-sivut. <https://www.facebook.com/groups/1607771952589159/about.22.10.2021>
- Porkkala, M. 2015. Luontomatkailun tulevaisuus Suomessa. Rukakeskus Oy. https://smy.fi/wp-content/uploads/2015/05/PM38_Miia-Porkkala_teksti.pdf. 24.11.2021.
- Ronkainen, S. & Karjalainen A. 2008. Sähköä kyselyyn! Web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.
- S-ryhmä. 2021. Tietoa S-ryhmästä. S-ryhmä lyhyesti. <https://s-ryhma.fi/tietoa-meista/tietoa-s-ryhmasta.26.5.2021>.
- Salo, K. 2021. Kolia kehitetään vastuullisesti. S-ryhmä. 18.5.2021. <https://pko.fi/blogs/kolia-kehitetaan-vastuullisesti/>. 2.11.2021.
- Sokos Hotels. 2021a. Break Sokos Hotel Koli. <https://www.sokoshotels.fi/fi/koli/sokos-hotel-koli.26.5.2021>.
- Sokos Hotels. 2021b. Green Key ja Sustainable Travel Finland. <https://www.sokoshotels.fi/fi/koli/sokos-hotel-koli/green-key.24.11.2021>.
- Strengell, V. 2018. Kolin Matkailu osakeyhtiöksi. Lieksan Lehti. 7.9.2018. <https://www.lieksanlehti.fi/uutiset/item/1463-kolin-matkailu-osakeyhtioksi.15.10.2021>.
- Sweco. 2018. Kolin kehittämisen iso kuva 2050. Loppuraportti 6.3.2018. <http://webdynasty.pohjoiskarjala.net/Dynasty/Lieksa/koukous/20182145-11-2.PDF>. 28.5.2021.
- Sweco. 2020. Kolin matkailuvisio. https://www.lieksa.fi/documents/89419/0/Liiteaineisto_1_Matkailuvisio_20201217.pdf/b5001e94-83d0-1f75-f758-cb54bbf7c0e9. 28.5.2021.
- TAK Research. 2021a. Koli majoitustilastot ja matkailutilastot tammikuu-heinäkuu 2021. <https://visitory.io/fi/koli/2021-01/2021-07/>. 2.11.2021.
- TAK Research. 2021b. Koli majoitustilastot ja matkailutilastot heinäkuu 2021. <https://visitory.io/fi/koli/2021-07/>. 2.11.2021.
- Tolvanen, P. 2021. Kolin parkkipaikkapula jatkuu – uuden pysäköintialueen rakentaminen viivästyy valitusten takia. Yle. 22.6.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-11993811>. 26.10.2021.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyn käsitteleminen Suomessa. https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf. 4.11.2021.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2021. Alueiden matkailuelinkeinon elpymistä edistävät kehittämishankkeet. <https://tem.fi/alueelliset-matkailun-kehittamishankkeet>. 28.5.2021.

- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2019. Yhdessä enemmän - kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019-2023.
<https://tem.fi/documents/1410877/90165564/Suomen+matkailustrategia+2019-2028.pdf/8954acc-f137-58b9-bd67-e07e01e8d10c/Suomen+matkailustrategia+2019-2028.pdf?t=1630913852082>. 1.11.2021.
- Valli, R. 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Visit Finland. 2021. Visit Finland kehittää matkailua koko Suomessa.
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/visit-finland>. 25.5.2021.
- Visit Finland. 2020. Luontoaktiiviteettien tuotesuositukset.
https://www.businessfinland.fi/4a8294/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/visitfinland_luontoaktiiviteettien-tuotesuosituks_2020.pdf. 24.11.2021.
- Visit Finland. 2019. Selvitys Suomen matkailuorganisaatioiden toimintamalleista. 19.9.2019.
https://www.businessfinland.fi/4aaab2/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/selvitys_suomen_matkailuorganisaatioiden_toimintamalleista.pdf. 2.11.2021.
- Visit Karelia. 2021. Kauppasuhteita, markkinointia ja edunvalvontaa.
<https://dmo.visitkarelia.fi/yhtio/>. 25.11.2021.

Asiakaskysely Kolin palveluiden parantamisesta

Asiakaskysely Kolin alueen palveluiden parantamisesta

 Pakolliset kentät merkitään asteriskilla (*) ja ne tulee täyttää lomakkeen viimeistelemiseksi.

Arvoisa vastaaja,

vastaa ja vaikuta Kolin palveluiden parantamiseen!

Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa matkailijoiden kokemuksia Kolin alueen tämän hetkisistä palveluista, sekä saada toiveita ja ehdotuksia niiden parantamiseen. Jokaiselle vastauksella on merkitystä! Kysely on osa opinnäytetyötäni, joka käsittelee Kolin alueen palveluiden parantamista ja kehittämistä. Toimeksiantajina toimivat Break Sokos Hotel Koli sekä Kolin matkailuyhdistys.

Kysely on avoinna 1. - 31.7.2021. Vastauksia käsitellään luottamuksellisesti ja niitä käytetään ainoastaan tämän opinnäytetyön toteuttamiseen.

Kyselyn lopussa voi osallistua yhden yön majoituslahjakortin arvontaan Break Sokos Hotel Koliille yhteystiedot antamalla. Arvonta suoritetaan elokuussa 2021 ja voittajaan otetaan yhteyttä henkilökohtaisesti.

Lisätietoja

Matkailualan opiskelija Susanna Keränen, susanna.keranen@edu.karelia.fi

Opinnäytetyön ohjaaja Mikko Lahti, mikko.lahti@karelia.fi

Ystävällisin terveisin,

Susanna Keränen, matkailun koulutusohjelma, Karelia-ammattikorkeakoulu

1. Ikä *

- alle 18
- 18-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61-70
- yli 70

2. Sukupuoli *

- Nainen
- Mies
- Muu
- En halua vastata

3. Maakunta ***4. Matkaseura ***

- Yksin
- Pariskunta
- Perheen kanssa, perheeseen kuuluu:
- Ystävien kanssa
- Työseurue
- Ryhmämatka
- Joku muu, mikä?

5. Matkustusväline *

- Oma auto
- Linja-auto
- Vesiteitse
- Jokin muu, mikä?

6. Majoituspaikka *

- Hotelli
- Hostelli
- Lomamökki
- Maaseutumatkailuyritys
- Caravan- ja leirintäalue
- Sukulaiset/ystävät
- En ole yöpynyt Kolilla
- Joku muu, mikä

7. Missä sosiaalisen median kanavissa olet nähnyt Kolin markkinointia?

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- Youtube
- Snapchat
- Joku muu, mikä?
- En ole nähnyt markkinointia missään kanavassa.

[Seuraava](#)

8. Kuinka tärkeitä seuraavat asiat ovat sinulle matkakohteen valinnassa Suomessa, asteikolla 1-5? (1 = ei lainkaan tärkeä, 5 = erittäin tärkeä) (HUOM! Mobiililaitteella vastatessa tämä kysymys jakautuu erillisiin kysymyksiin.)

	1	2	3	4	5	En osaa sanoa
Sijainti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luonto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aktiveettimahdollisuudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suositukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aiemmat kokemukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkakohteen tapahtumat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkakohteen palvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jokin muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Kuinka tärkeää matkakohteen palveluiden vastuullisuus on sinulle asteikolla 1-5? (1 = ei lainkaan tärkeä, 5 = erittäin tärkeä)

Vastuullinen matkailu on kestävän matkailun periaatteiden mukaan toimimista, jossa otetaan huomioon taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset ympäröivään yhteiskuntaan.

	1	2	3	4	5	En osaa sanoa
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Kuinka tärkeitä seuraavat vastuulliseen matkailuun liittyvät tekijät ovat sinulle, asteikolla 1-5? (1 = ei lainkaan tärkeä, 5 = erittäin tärkeä) (HUOM! Mobiililaitteella vastatessa tämä kysymys jakautuu erillisiin kysymyksiin.)

	1	2	3	4	5	En osaa sanoa
Sertifikaatit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ympäristöystävällisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jätteiden lajittelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähiruoka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esteettisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jokin muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Edellinen

Seuraava

11. Kuinka tyytyväinen olet Kolin ravintolapalveluihin, asteikolla 1-5? (1 = en lainkaan tyytyväinen, 5 = erittäin tyytyväinen) (HUOM! Mobiililaitteella vastatessa tämä kysymys jakautuu erillisiin kysymyksiin.)

	1	2	3	4	5	En osaa sanoa
Ravintolapalveluiden tarjonta on riittävää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ravintoloiden ruoka/juoma tarjonta on monipuolista.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ravintoloiden aukioloajat ovat sopivat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Kuinka tyytyväinen olet Kolin majoituspalveluihin, asteikolla 1-5? (1 = en lainkaan tyytyväinen, 5 = erittäin tyytyväinen) (HUOM! Mobiililaitteella vastatessa tämä kysymys jakautuu erillisiin kysymyksiin.)

	1	2	3	4	5	En osaa sanoa
Majoitustarjonta on monipuolista.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Majoituspaikkoja (esim. Huoneita) on riittävästi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Majoitustarjonnan taso on hyvää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Kuinka tyytyväinen olet Kolin liikennepalveluihin, asteikolla 1-5? (1 = en lainkaan tyytyväinen, 5 = erittäin tyytyväinen) (HUOM! Mobiililaitteella vastatessa tämä kysymys jakautuu erillisiin kysymyksiin.)

	1	2	3	4	5	En osaa sanoa
Liikennepalveluiden tarjonta on riittävää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liikennepalveluiden taso on hyvää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Kuinka tyytyväinen olet Kolin kauppapalveluihin, asteikolla 1-5? (1 = en lainkaan tyytyväinen, 5 = erittäin tyytyväinen) (HUOM! Mobiililaitteella vastatessa tämä kysymys jakautuu erillisiin kysymyksiin.)

	1	2	3	4	5	En osaa sanoa
Kauppapalveluiden tarjonta on riittävää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kauppapalveluiden valikoimat ovat monipuolisia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kauppapalveluiden aukioloajat ovat sopivat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Avoin palautteesi Kolin palveluista.

Edellinen

Seuraava

16. Millaisista aktiviteeteista olet kiinnostunut matkustaessasi Kolilla? Asteikolla 1-5. (1 = en lainkaan kiinnostunut, 5 = erittäin kiinnostunut) (HUOM! Mobiililaitteella vastatessa tämä kysymys jakautuu erillisiin kysymyksiin.)

	1	2	3	4	5	En osaa sanoa
Fatbike pyöräily	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sup-lautailu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Retkeily	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veneily	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Melonta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Risteily	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulttuuritapahtumat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jokin muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Miten palveluita pitäisi vielä parantaa Kolilla?

18. Mitä palveluita haluaisit lisää Kolille?

19. Kerro paras kokemuksesi Kolin matkastasi.

20. Mikäli haluat osallistua yhden yön majoituslahjakortin arvontaan Break Sokos Hotel Kolille, jätäthän yhteystietosi.

Etunimi

Sukunimi

Puhelin tai sähköposti

Edellinen

Lähetä