

**OPINNÄYTETYÖ  
AMK**

**ANSSI-PETTERI HÄÄTYLÄ  
PYRY PISTOKOSKI  
2013**

**LYÖDÄÄN VIISAAT ÄMPÄRIPÄÄMME  
YHTEEN —  
TERVOLAN MATKAILUN NYKYTILAN  
KARTOITUS**

ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU  
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

Matkailun koulutusohjelma  
Ammattikorkeakoulututkinto

Opinnäytetyö

**LYÖDÄÄN VIISAAT ÄMPÄRIPÄÄMME YHTEEN —  
TERVOLAN MATKAILUN NYKYTILAN KARTOITUS**

Anssi-Petteri Häätylä  
Pyy Pistokoski

2013

Toimeksiantaja Tervolan kunta

Ohjaajat Kaarina Kantele & Päivi Hanni-Vaara

Hyväksytty \_\_\_\_\_ 2013 \_\_\_\_\_

---

<b>Tekijät</b>	Anssi-Petteri Häätylä Pyry Pistokoski	Vuosi	2013
<b>Toimeksiantaja Työn nimi</b>	Tervolan kunta Lyödään viisaat ämpäripäämme yhteen – Tervolan matkailun nykytilan kartoitus		
<b>Sivu- ja liitemäärä</b>	53 + 3		

---

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kartoittaa Tervolan matkailun nykytilaa. Tavoitteena on saada todenmukainen kuva Tervolan matkailijasegmenteistä, matkailupalveluista ja matkailijoiden viipymästä. Työssä otetaan huomioon matkailijan ja matkailuelinkeinoharjoittajan näkökulmat.

Tervolan kunta sijaitsee Lapin läänissä Rovaniemen ja Kemian välillä, nelostien varrella. Kunnassa on useita matkailuyrityksiä, mutta majoituskapasiteetit ovat yrityksissä pieniä, minkä vuoksi suuria ryhmiä ei voida ottaa vastaan. Matkailu halutaan silti pitää osana kunnan elinkeinotoimintaa.

Työssä käytetään laadullista ja määrällistä tutkimusmenetelmää. Työn aineisto kerättiin matkailuelinkeinon harjoittajilta teemahaastatteluin ja matkailijoilta puolistrukturoiduin kyselylomakkein. Työn tietoperustassa keskitytään maaseutumatkailuun ja luontomatkailuun. Tietoperustaan syvennyttiin käyttämällä monipuolisesti kirjallisuutta ja internet-lähteitä.

Työn tutkimustuloksista ilmeni, että Tervolan suurin matkailijasegmentti on ohikulkumatkailijat. Tästä syystä matkailijoiden keskimääräinen viipymä Tervolassa on lyhyt. Eniten matkailijat toivoivat Tervolaan lisää kahvila- ja ravintolapalveluita.

Analysoimalla työssä kerättyä aineistoa ilmeni, että matkailun kehittämisessä kannattaisi tulevaisuudessa panostaa ohikulkumatkailijoiden viipymän pidentämiseen. Tervolassa pitäisi kehittää matkailuyrittäjien keskinäistä ja yrittäjien sekä kunnan välistä yhteistyötä. Paketoimalla Tervolan matkailupalveluita mahdollistettaisiin alueen markkinointi yhtenä kokonaisuutena.

**Avainsanat** Tervola, matkailu, ohikulkumatkailu, päivämatkailu, luontomatkailu, maaseutumatkailu, viipymä.

<b>Author</b>	Anssi-Petteri Häätylä Pyy Pistokoski	<b>Year</b>	2013
<b>Commissioned by</b>	Municipality of Tervola		
<b>Subject of thesis</b>	Survey of the present state of tourism in the municipality of Tervola		
<b>Number of pages</b>	53 + 3		

---

The purpose of this thesis is to survey the present state of the tourism of Tervola. The objective is to get a realistic picture from the tourist segments, tourism services of Tervola and the tourist's duration of stay. In the work the points of view of the tourist and of the tourism industry entrepreneur are taken into consideration.

The municipality of Tervola is located in the county of Lapland between Rovaniemi and Kemi, along the highway 4. In the municipality there are several tourism companies but the accommodation capacities are small in the companies which is why the big groups cannot be received. Tervola still wants to keep tourism as a part of the business activity of the municipality.

In the work a qualitative and quantitative research method is used. The material of the work was collected from the municipality's tourism industry with theme interviews and from the tourists with semi-structured questionnaires. In the information foundation of the work it is concentrated on countryside tourism and on nature tourism. It was deepened from its information inheritance of the work by using literature and Internet sources with great variety.

In the research results of the work was shown that the biggest tourist segment of Tervola are the "passing by" tourists. Because of this the duration of stay in Tervola is short. The tourists hoped for more diner and restaurant services to Tervola.

By analyzing the material that has been collected in the work, was manifested that in the future the municipality should invest in developing services for the "passing by" tourists to lengthen their stay in Tervola. In Tervola the cooperation between the tourism entrepreneurs, and the municipality should be improved. By packaging the tourism services of Tervola, the marketing of the area would be made possible as a whole.

**Key words** Tervola, tourism, passing by tourism, nature tourism, rural tourism, duration of stay.

## SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	3
2	TERVOLA MATKAILUALUEENA.....	5
2.1	TERVOLA OSANA MERI-LAPPIA .....	5
2.2	MATKAILUPALVELUT TERVOLASSA.....	6
2.3	MATKAILIJOIDEN VIIPYMÄ TERVOLASSA.....	9
3	MATKAILIJASEGMENTIT .....	11
3.1	SEGMENTOINNIN MERKITYS TYÖSSÄMME.....	11
3.2	MATKAILIJOIDEN ROOLIJAOTTELU .....	12
4	MAASEUDUSTA JA LUONNOSTA VETOVOIMAA MATKAILUUN .....	15
4.1	MAASEUTUMATKAILUN MÄÄRITELMÄ .....	15
4.2	MAASEUTUMATKAILUN PALVELUT JA ASIAKASSEGMENTIT .....	16
4.3	MAASEUTUMATKAILU OSANA KESTÄVÄÄ KEHITYSTÄ .....	18
4.4	LUONTOMATKAILU KÄSITTEENÄ .....	19
4.5	TULEVAISUUDEN MATKAILUA LUONNOSTA.....	20
4.6	KAHDEN LUONNONPUISTON TERVOLA .....	21
5	TYÖSSÄ KÄYTETYT MENETELMÄT .....	23
5.1	KVALITATIIVINEN TUTKIMUSMENETELMÄ KVANTIFIOIDEN.....	23
5.2	KIRJALLISUUDESTA KIVIJALKA .....	24
5.3	LÄHDEKRITIIKKI OSANA AINEISTON KERUUTA .....	24
5.4	MATKAILIJAKYSELYT.....	25
5.5	HAASTATTELUILLA LÄHELLE ELINKEINOAA.....	26
6	MATKAILIJOIDEN NÄKÖKULMAA KYSELYIN .....	29
6.1	SEGMENTIT .....	29
6.2	PALVELUT .....	31
6.3	VIIPYMÄ .....	32
6.4	SUODATUKSET .....	33
7	MATKAILUELINKEINON PUHEENVUORO.....	35
7.1	ELINKEINOKOORDINAATTORI MATTI ALATALO.....	35
7.2	TERVOLAHOVI.....	37
7.3	NESTE TERVAKUKSA OY .....	39
8	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	41
8.1	PAKETOINNILLA LAATUA PALVELUIHIN .....	41
8.2	OHIKULKIJASTA VIERAILIJAKSI.....	44
8.3	MAASEUDUSTA MATKAILUVALTTI .....	46
8.4	LUONTO OSAKSI TERVOLAN MATKAILUA .....	48
8.5	YHTEENVETO.....	49
	LÄHTEET.....	51

## KUVALUETTELO

KUVA 1. YRITYSTEN SIJAINTI TERVOLASSA (GOOGLE 2013).....	9
KUVA 2. VESIAKTIVITEETTIVÄLINEITÄ TERVOLAHOVIN RANNASSA (HÄÄTYLÄ 2013).....	37
KUVA 3. NELOSTIEN TERVOLAAN KÄÄNTYVÄ RISTEYS (HÄÄTYLÄ 2013).....	45

## KUVIOLUETTELO

KUVIO 1. MERI-LAPIN VUOSITTAISET YÖPYMISTILASTOT (LAPIN LIITTO 2013). ....	6
KUVIO 2. TAULUKKO TERVOLAN MATKAILUPALVELUISTA (HÄÄTYLÄ-PISTOKOSKI 2013).....	7
KUVIO 3. KYSELYYN VASTANNEIDEN IKÄJAKAUMA N = 63.....	29
KUVIO 4. SYYT TERVOLASSA VIERAILUUN N = 53.....	30
KUVIO 5. VASTAAJIEN TOIVOMAT PALVELUT N = 47. ....	32

## 1 JOHDANTO

Tavoitteenamme on tutkia, mikä on Tervolan matkailun tilanne. Työssä kartoitamme Tervolan matkailua sen matkailijasegmenttejä, palveluiden tärkeyttä sekä matkailijoiden viipymää. Tervolaan ei ole tehty vastaavaa kartoitusta ja siitä on todellista hyötyä Tervolan kunnalle. Toimeksiantajan tavoitteena on saada luotettavaa tietoa siitä, millaiseen matkailuun Tervolassa kannattaisi panostaa ja miten matkailijoiden viipymää voitaisiin pidentää.

Opinnäytetyössämme tutkimme, mitkä ovat Tervolan matkailun asiakassegmentit, millaisia toimintoja ja matkailun palveluita kohteessa voitaisiin parantaa sekä miten matkailijoiden viipymää voitaisiin pidentää Tervolassa. Näiden tutkimuskysymysten avulla pyrimme saamaan selkeän katsauksen Tervolan matkailun nykytilanteeseen. Nykyisellään Tervolan matkailun painopiste on toimeksiantajan mukaan luontomatkailussa. Kartoituksessa olisi hyvä tutkia toimeksiantajan mielestä myös mahdollisuuksia esimerkiksi maaseutumatkailulle Tervolassa.

Toimeksiantajan mukaan tutkimuksen tarkoitus on auttaa paikallisia yrittäjiä sekä Tervolan kuntaa parantamaan matkailijoiden palvelutasoa ja sitä kautta nostamaan kävijöiden viipymää Tervolassa. Toimeksiantajan mukaan matkailu halutaan pitää osana kunnan elinkeinotoimintaa, joskaan siihen ei aiota tehdä suuria investointeja. Tervolassa ei ole lainkaan rekisteröityä majoitusta, joten kunnan matkailijamääriä on vaikea mitata. Matkailijamäärien sijaan keskitymme kartoituksessa kunnassa vierailevien matkailijoiden motiiveihin ja toiveisiin. Kartoitusta tehdessämme otamme huomioon matkailijan, mutta myös elinkeinoharjoittajan näkökulman.

Ensimmäisenä tutustuimme työmme toimintaympäristöön eli Tervolan kuntaan. Tervolan verkkosivuihin perehtymällä saimme yleistä tietoa kunnasta. Haastattelimme Tervolan TEEMA-hankkeen projektijohtajaa Eeva Pistokoskea kunnan matkailuun liittyvistä asioista. Haastattelu antoi meille alkukatsauksen Tervolan matkailuun. TEEMA-hanke on Tervolan matkailuelämysteollisuutta kehittävä hanke, joka on toiminut vuodesta 2009. Hanke päättyi ke-

väällä 2013. Hankkeen myötä Tervolaan saatiin muun muassa laadukkaita opasteita, markkinointimateriaalia ja osaamista. (Tervolan kunta 2013c.) Tervola kuuluu Meri-Lapin alueeseen, joten perehdyimme Meri-Lapin matkailustrategiaan.

Syvennyimme aineistonkeruu- ja tutkimusmenetelmiä käsitteleviin kirjoihin, joiden pohjalta päätimme meidän työhömmä sopivimmat menetelmät. Valitsimme suorittaa aineistonkeruun matkailijoilta puolistrukturoiduin kyselylomakkein ja matkailuelinkeinon harjoittajilta teemahaastatteluin. Suoritimme kyselyt matkailijoille jo kesän aikana. Syyskuussa tutustuimme maaseutumatkailuun ja luontomatkailuun, laadimme haastattelurungot elinkeinon harjoittajille, sovimme haastattelujen ajankohdat ja suoritimme haastattelut. Lokakuun aikana analysoimme aineiston ja teimme johtopäätökset.

Teimme opinnäytetyömme parityönä, joten päätimme tarkastella työssämme Tervolan matkailun nykytilaa elinkeinoharjoittajan ja matkailijan näkökulmista. Pyy Pistokosken vastuulla työssä oli luontomatkailun ja elinkeinoharjoittajien näkökulman tarkastelu, kun taas maaseutumatkailua ja matkailijan näkökulmaa tarkasteli Anssi-Petteri Häätylä. Haastattelujen suunnittelusta vastasi Pistokoski ja lomakkeiden suunnittelusta puolestaan Häätylä. Molemmat kuitenkin vaikuttivat kyselylomakkeiden ja haastattelurunkojen lopullisiin muotoihin.



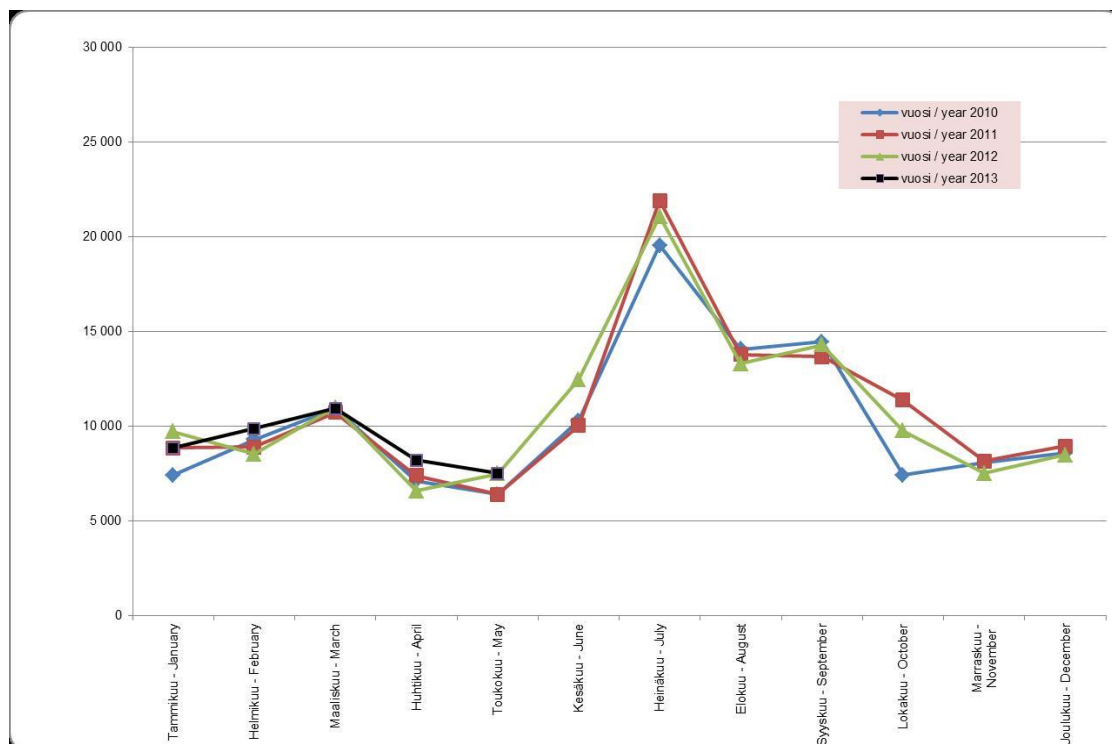
## 2 TERVOLA MATKAILUALUEENA

### 2.1 Tervola osana Meri-Lappia

Tervolan kunta sijaitsee Rovaniemen ja Kemmin välillä. Tervola on Rovaniemeltä 75 kilometrin, eli noin tunnin ajomatkan päässä. Kunta on perustettu vuonna 1867 ja sen rajanaapureita ovat Simo, Tornio, Keminmaa, Rovaniemi ja Ranua. Tervolan kokonaispinta-ala on 1594 neliökilometriä. Vuoden 2012 lopussa Tervolan väkiluku oli 3339. Tervola sijaitsee valtatie neljän ja Kemi-joen varrella. Kuntaan on myös rautatieyhteys ja lähin lentokenttä sijaitsee Kemissä, jonne Tervolan keskustasta on noin 40 kilometriä. (Tervolan kunta 2013b.) Meri-Lapin keskeinen sijainti muodostaa vahvat lähimarkkinat. 300 kilometrin säteellä rajan molemmin puolin asuu yli 800 000 ihmistä. (Visit-sealaplant 2013.)

Huomionarvoista on, että palvelualojen suhteellinen osuus työpaikoista on Tervolassa pienempi kuin Lapissa keskimäärin. Suhteellisen suuri osa Tervolan työpaikoista tulee edelleen maa- ja metsätaloudesta. Alkutuotannon osuus työpaikoista oli Tervolassa vuonna 2010 peräti 17,3%, kun Lapissa keskimäärin se oli 5,5% ja koko maassa 3,7%. Alkutuotannolla tarkoitetaan luonnonvarojen keräämistä raaka-aineiksi jalostusta varten. Työpaikkojen määrä on alkanut kasvaa jalostuksessa ja teollisuudessa. (Tervolan kunta 2013b.)

Matkailullisesti Tervola luetaan Meri-Lapin alueeseen, johon kuuluvat: Kemi, Keminmaa, Simo, Tornio ja Tervola. Tilastollista tietoa Tervolan matkailusta ei ole saatavilla, joten joudumme itse ottamaan selvää esimerkiksi Tervolan matkailun asiakassegmenteistä. Tutkimme kuitenkin Lapin liiton verkkosivuilta löytynyttä tilastoa, jossa esitetään Meri-Lapin matkailutilastoja. Kuviosta 1 ilmenee Meri-Lapin matkailusesongit. Eniten yöpymisiä on selkeästi kesäsyyskuussa (Lapin liitto 2013). Tämän tilaston ja tekemämme haastattelun perusteella päätimme, että kesä voisi olla Tervolankin suurin matkailusesonki. Pistokoski (2013b) kuitenkin kertoi haastattelussa 15.5., että Tervolassa ei ole selkeää matkailusesonkia, vaan kävijät tulevat tasaisesti pitkin vuotta.



Kuvio 1. Meri-Lapin vuosittaiset yöpymistilastot (Lapin liitto 2013).

Hyvät kulkuyhteydet tekevät Meri-Lapin alueesta vilkkaan liikenteellisen yhtymäkohdan, sillä se sijaitsee Lapin ja Pohjois-Pohjanmaan maakuntien rajalla, sekä Ruotsin rajaa vasten lännessä. Saavutettavuus on Meri-Lapin alueen huomattava vahvuus matkailussa. Meri-Lappiin pääsee lentäen, rautateitse ja maanteitse, sekä tietenkin mereltä. Parantamisen varaa liikenneyhteyksiin liittyen on kaupunkien ja kuntien opasteiden määrässä ja sijoittelussa. Paremmalla opasteiden käytöllä matkailijoille saataisiin välitettyä paremmin tieto paikkakunnista ja matkailijat kiinnostuisivat todennäköisemmin myös pysähtymään. (Visitsealapländ 2013.)

## 2.2 Matkailupalvelut Tervolassa

Tällä hetkellä Tervolan kunnan palvelutarjonta matkailijoille on melko rajallinen. Kunnasta esimerkiksi puuttuu matkailu-info, ja majoituskapasiteetti on erittäin niukka. Ravintolapalvelut rajoittuvat huolto-asemien ravintoloihin ja Tervolatalon ja Tervolahovin tilausravintoloihin. (Pistokoski 2013b.) Tervolassa on kolme suurehkoa huoltoasemaa: Peuran Teboil, Rieskapaikka Koivussa ja Tervakuksa lähellä Tervolan kirkonkylää (TEEMA-hanke 2013.) Näiltä huolto-asemilta saa lounasta seisovasta pöydästä. Lisäksi Peurassa on

Rolls-pikaruokaketjun toimipaikka ja Kuksalla on Kotipizzan ja Scanburgerin toimipaikat, sekä Koivun Rieskapaikalla on Rähän leipomo. Kaikki huolto-asetat ovat nelostien varressa, Rieskapaikka 25 kilometriä ja Peuran Teboil 20 kilometriä pohjoiseen Tervolasta. Tervakuksa sijaitsee nelostien varressa Tervolan kylän kohdalla 2 kilometrin päässä kylän keskustasta.

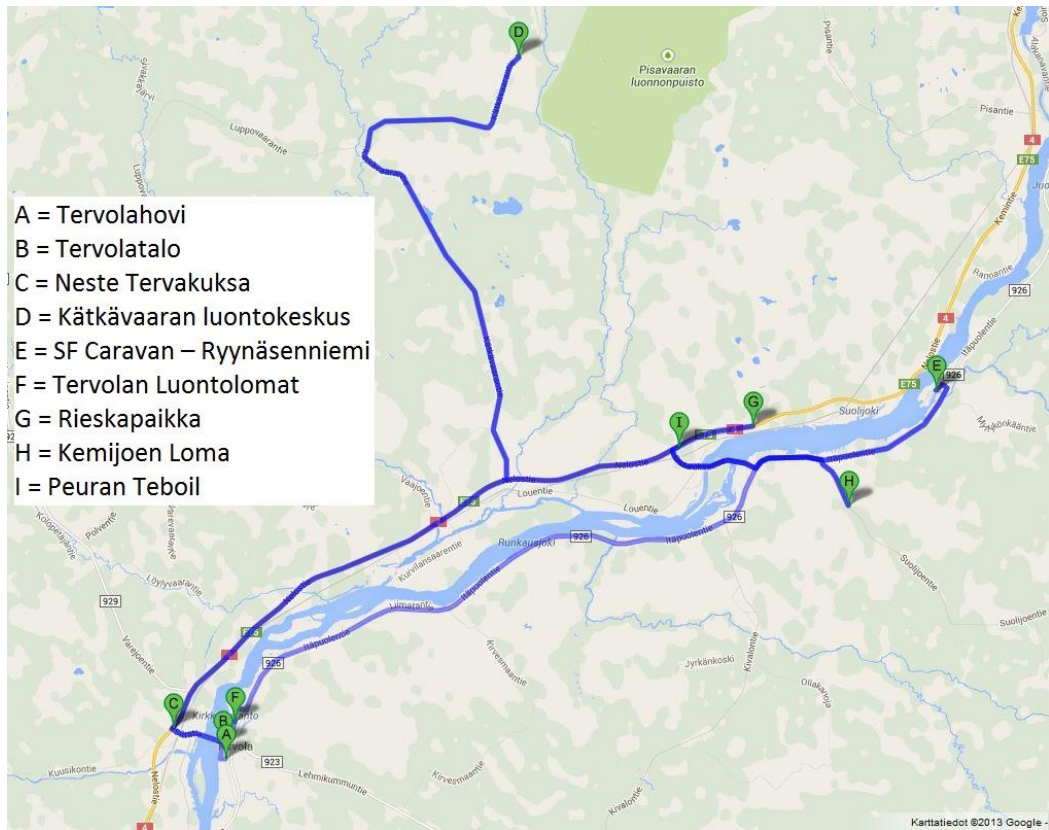
Tervolan kunnan sisäisiä matkailijamääriä ei voida mitata, koska Tervolassa ei ole rekisteröityä majoitusta eli asiakkaistaan kirjaa pitäviä majoitusliikkeitä (Pistokoski 2013a). Tervolan matkailulliset mahdollisuudet löytyvät Lapin liiton mukaan luonnosta ja siihen liittyvistä aktiviteeteista ja Meri-Lapin luontoon ja vesistöihin liittyvässä matkailussa onkin kasvupotentiaalia (Lapin liitto 2013). Tervolan kunnalla ei tällä hetkellä ole varsinaisesti omaa matkailustrategiaa, vaan kunnassa on pyritty kehittämään matkailua Meri-Lapin matkailustrategian pohjalta (Pistokoski 2013b). Vuonna 2003 Tervolan matkailutiimi on kuitenkin tehnyt Tervolan matkailustrategia 2010 -suunnitelman.

	Tervolahovi	Tervolatalo	Neste Tervakuksa	Kätkävaaran luontokeskus	Keimijoen Loma	Tervolan Luontolomat	Ryynäsen niemen karavaanialue	Rieskapaikka
Huonemajoitus	X	X	X	X				
Mökkivuokraus				X	X	X		X
Matkailuautopaikat	X						X	X
Ruokailumahdollisuus	X	X	X	X	X			X
Ohjelmapalvelut	X	X		X	X	X		

Kuvio 2. Taulukko Tervolan matkailupalveluista (Häätylä–Pistokoski 2013).

Kunnasta löytyy majoitusta Tervolahovista, Tervolatalosta, Neste Tervakuksesta, Kätkävaaran luontokeskuksesta ja Ryynäsenniemen karavaanialueelta

(TEEMA-hanke 2013.) Tarkastelimme Tervolan matkailuyritysten internet-sivuja ja kokosimme niiden tarjoamat palvelut kuvioon 2. Tervolahovi sijaitsee Tervolan keskustan tuntumassa ja tarjoaa 1-4 hengen huoneita (Tervolahovi 2013). Tervolatalo sijaitsee myös keskustan tuntumassa, jokirannassa ja tarjoaa kahdeksan hengen B&B majoitusta ympärivuotisesti entisessä Lossivahdin tuvassa (Tervolatalo 2013). Tervakuksan yhteydessä on motelli, joka tarjoaa majoitusta 1-3 hengen huoneissa (Neste Tervakuksa Oy 2013). Kätkävaaran luontokeskus sijaitsee 27 kilometrin päässä Tervolasta ja luontokeskuksesta on varattavissa viiden ja kahdeksan hengen huoneistot (Kätkävaara 2012). Rynäsenniemen karavaanialue sijaitsee 27 kilometrin päässä Tervolan keskustasta ja alueelta löytyy 70 sähköpaikkaa ja kattavat lisäpalvelut karavaanareille (SF-Caravan Napapiiri Ry Rynäsenniemi 2011). Mökkimajoitusta Tervolan kunnassa tarjoaa Kätkävaaran Luontokeskus, Kemijoen loma, Rieskapaikka ja Tervolan Luontolomat (TEEMA-hanke 2013). Kätkävaaran Luontokeskus vuokraa kahta mökkiä, joista toisessa majoittuu kuusi ja toisessa kahdeksan henkeä (Kätkävaara 2012). Kemijoen loma tarjoaa majoitusta rantamökkien lisäksi myös yli 100-vuotiaassa talossa (Kemijoen Loma – Kemijoki Holiday 2008). Rieskapaikasta löytyy mökkimajoitus noin 30 henkilölle (Rieskapaikka 2013). Tervolan Luontolomien mökkeihin mahtuu yhteensä 40 henkeä (Luontolomat 2012). Jotkut edellä mainituista yrityksistä tarjoavat myös kokous- ja ohjelmapalveluita. Esimerkiksi Tervolahovista saa tilauksesta järjestettyä kokoustilat, kuljetuksen, pitopalvelun, kokoustekniikan ja äänentoiston (Tervolahovi 2013). Kuvassa 1 näkyy edellä mainittujen yritysten sijainti Tervolassa.



Kuva 1. Yritysten sijainti Tervolassa (Google 2013).

Visittervola.fi-sivuston kautta yrityksiä tarkastellessamme löysimme seuraavia harrastusmahdollisuuksia Tervolasta: pienriistan metsästys, kalastus, melonta, patikointi, uinti, pyöräily, marjastus, sienestys, hiihto, avantouinti, pilkkiminen, moottorikelkkailu ja kiipeily. Tervolassa on tarjolla matkailijoille jonkin verran ohjelmalvelutarjontaa. Kätkävaaran luontokeskuksesta voi varata erilaisia luontoretkiä esimerkiksi koiravaljakkosafareita, revontuliretkiä, raliajelua, kalastusretkiä ja niin edelleen (Kätkävaara 2012). Tervolasta löytyy myös eksoottisempia ohjelmalveluita, kuten Kemijoen loman (2013) traktorisafari Natura-luonnonsuojelualueille tai Tervolahovin (Kakko 2013) nostovarjolla liittämistä Kemijoen yllä.

### 2.3 Matkailijoiden viipymä Tervolassa

Matkailijoiden viipymällä tarkoitetaan aikaa, jonka matkailija viettää kohteessa. Viipymä mitataan yleensä kohteessa vietetyissä öissä, mutta sillä voidaan tarkoittaa myös lyhyempää kohteessa vietettyä aikaa. Esimerkiksi ohikulkijoiden ja päivamatkailijoiden viipymän pidentäminen yhdestä tunnista kolmeen tuntiin voisi lisätä heidän käyttämiensä palveluiden määrää tuoden lisää tulo-

ja. Meri-Lapissa yöpyvien matkailijoiden keskimääräinen viipymä vuonna 2010 oli 1,5 vuorokautta, kun koko Lapin keskitaso oli 2,44. Suurimpien matkailukeskusten viipymä oli 3-4 vuorokautta. Meri-Lapissa käy paljon päivämatkailijoita, jotka poikkeavat alueella esimerkiksi lähiseudun matkailukeskuksista tai tekevät välipysähdyksen matkalla toiseen kohteeseen. Esimerkiksi Etelä-Suomesta tulevat matkailijat, jotka ovat menossa pohjoisen lasketelukeskuksiin tekevät välipysähdyksiä Meri-Lapin alueella. Viipymän kasvattaminen on olennainen Meri-Lapin alueen kehittämistavoite, jonka avulla voitaisiin lisätä matkailusta saatavia tuloja. (Visitsealapland 2013.)

Matkailullisesti Tervola kuuluu eräänlaiseen välialueeseen. Tunturit ja suuret matkailukeskukset ovat alueen pohjoispuolella, eikä kunnan alueella ole muodostunut suuria matkailullisia vetovoimakohteita. Tästä syystä matkailijoiden viipymä alueella on lyhyt, mikä näkyy kunnan majoituskapasiteetin vähyydessä. Tervolan kunnan alueella ja sen läpi liikkuu vuosittain erittäin merkittävä määrä matkailijoita. Potentiaalia matkailuelinkeinon menestymiselle on olemassa. (Matkailutiimi 2003, 3.) Yksi toimeksiantajan tavoitteista olisi saada suurempi osa ohikulkijoista pysähtymään Tervolassa ja pidentää pysähtyvien ohikulkijoiden viipymää. Sen sijaan, että ohikulkijat pysähtyisivät esimerkiksi vain huoltoasemalla kahvilla, voitaisiin viipymää pidentää lisäpalveluin muutamiin tunteihin. Parempien opasteiden ja palveluiden avulla ohikulkijat voitaisiin ohjata vierailemaan Tervolan kuntakeskuksessa ja näin saada lisää matkailutuloja kuntaan.

### 3 MATKAILIJASEGMENTIT

#### 3.1 Segmentoinnin merkitys työssämme

Matkailijat voidaan jakaa toisista erottuviin tyypeihin, joiden rakennepiirteet ja motivaatiot vaikuttavat alue- ja kohdevalintoihin. Matkailijasegmentti käsitteessä korostuu markkinoinnin näkökulma. Matkailijaryhmät tai -tyypit määritellään elinkeinon kannalta. Segmentoinnin avulla pyritään jakamaan potentiaalisia ostajia ryhmiin, joilla on yhteisiä tarpeita ja he reagoivat markkinoijan toimenpiteisiin samalla tavalla. (Vuoristo 2003, 36.)

Työssä kartoitimme Tervolan matkailijasegmenttejä matkailijoille suunnattujen kyselyiden avulla. Tervolan kohdalla matkailijoiden segmentointi on erityisen tärkeää, koska kunnasta puuttuu rekisteröidyt majoituspalvelut, eikä matkailijoiden lukumääriä tai varsinkaan tarkempia tilastotietoja heistä ole saatavilla. Meri-Lapin matkailustrategiassakin puhutaan matkailijoihin liittyvän tutkimustiedon puutteesta. ”Meri-Lappiin saapuvista matkailijoista ei ole perusteellista tutkimustietoa, minkä vuoksi matkailijaprofiileja ei tässä vaiheessa ole mahdollista kuvata tarkasti. Asiakastuntemusta kertyy pääasiassa vain yrittäjille pitkän ajan ammattikokemusten kautta.” (Visitsealaplant 2013.) Oleellista onkin saada tutkimustietoa Meri-Lapin kuntien matkailijasegmenteistä, jotta matkailuelinkeinon harjoittajat voisivat palvella matkailijoita paremmin. Matkailijoille suunnattujen kyselyiden lisäksi selvitämme matkailijasegmenttejä myös haastattelemalla paikallisia ammattikokemusta omaavia yrittäjiä. Näin saamme kootusti tarkkaa ja ajankohtaista tietoa alueen matkailijoista.

Kuten Meri-Lapin matkailustrategiassa todetaan, on tärkeää, että alueen matkailijoista kartoitetaan paremmin tietoja. Näin saadaan tehtyä kohdennettuja markkinointi- ja myyntitoimenpiteitä. Asiakkaiden segmentointi demografisten tietojen perusteella, on vanhentuva malli. Erilaisten kuluttajaryhmien tunnistaminen ja matkailijoiden psykograafisten tekijöiden kartoittaminen on Meri-Lapissa menestyksellisen markkinoinnin ja asiakaslähtöisen tuotekehityksen kannalta välttämätöntä. Eri sukupolvien, elämäntapojen ja arvojen erottamia asiakasryhmiä ei voida käsitellä samana markkinana, koska ne

vaativat erilaisia palveluita. Uudenlaisten asiakassegmenttien ominaisuuksien ja tarpeiden tunnistaminen on entistä tärkeämpää tulevaisuudessa, eli kyky toimia käyttäjä- ja kysyntälähtöisesti. (Visitsealapland 2013.)

Matkailijoita voidaan luokitella demografisesti, eli väestöllisten indikaattorien avulla esimerkiksi iän, sukupuolen, uskonnon, kielen tai rodun mukaan. Luokittelussa käytetään usein myös maantieteellisiä kriteerejä, kuten kotimaa ja asuinpaikkakunta. Näitä tekijöitä on helppo mitata, koska niihin löytyy aina yksiselitteinen vastaus. Nämä tilastolliset faktat eivät kuitenkaan kerro riittävästi matkailijoiden motivaatioista, jotka vaikuttavat hyvin paljon kohdevalintaan. Matkailijat yleensä luokitellaan myös tarpeidensa ja motivaatioidensa perusteella. (Vuoristo 2003, 37–38.) Tekemällämme kyselyllä saimme selville vastaajan meille olennaiset demografiset ominaisuudet kuten iän ja sukupuolen. Emme kokeneet olennaiseksi kysyä esimerkiksi uskontoa tai kieltä kartoittaessamme Tervolan matkailijasegmenttejä. Kuten liitteestä 1 selviää, emme lähteneet selvittämään vastaajien maantieteellisiä kriteerejä tarkemmin. Kyselystä saimme suurpiirteisen kuvan vastaajan lähtöalueesta, minkä koemme riittäväksi, koska toimeksiantajan tavoite on edistää nykyisten matkailijoiden palveluita paremmaksi, eikä niinkään tietää ohikulkevien matkailijoiden lähtöpaikkakuntia.

### **3.2 Matkailijoiden roolijaottelu**

Selkeän kuvan saaminen matkailijasegmenteistä on haasteellista, koska eri tutkijoiden esittämät käsitteet, luokitukset ja typologiat ovat osittain päällekkäisiä tai perustuvat erilaisiin painotuksiin (Vuoristo 2003, 36–37). Sikala ja Vornanen esittelevät opinnäytetyössään Stanley Plogin vuonna 1974 kehittämän psykograafisen matkailijoiden jaottelun. Psykograafinen jaottelu perustuu yksilön persoonallisuuteen, elämäntyyliin ja arvoihin. Plog jakaa teoriasaan matkailijat kahteen päätyyppiin, jotka ovat psykosentrikot ja allosentrikot. Psykosentrikot suosivat valmiita matkapaketteja massaturismikohteisiin ja valitsevat usein saman matkakohteen uudelleen. Allosentrikot ovat psykosentrikoiden vastakohtia. He ovat itsenäisempiä ja valitsevat tuntemattomampia matkakohteita, eivätkä yleensä matkusta kahdesti samaan kohteeseen. (Sikala–Vornanen 2010, 16.) Äärytyyppien välissä ovat midsentrikot,



joilla on molempien tyyppien ominaisuuksia. Midsentrikot muodostavat matkailijoiden enemmistön. (Vuoristo 2003, 42.)

Yksi tunnetuimmista matkailijoiden roolijaotteluista on Erik Cohenin vuonna 1972 tekemä jaottelu, joka jakaa matkailijat neljään eri ryhmään. Cohenin jaottelu perustuu myös psykograafiseen luokitteluun ja sillä on yhtäläisyyksiä Plogin jaottelun kanssa. Ryhmät ovat järjestäytyneet massaturisti, yksilöllinen massaturisti, tutkimusmatkailija ja ajelehtija. Järjestäytyneet massaturisti ostaa valmiita matkapaketteja massaturistikohteisiin, eli on selvästi psykosentrikko. Yksilöllinen massaturisti suosii myös tunnettuja matkakohteita, mutta liikkuu kohteessa itsenäisemmin. Yksilöllinen massaturisti on lähimpänä midsentrikkoa. Tutkimusmatkailija suunnittelee ja varaa matkansa itsenäisesti ja välttelee yleensä massaturistikohteita ja hakeutuu mieluummin paikallisväestön keskuuteen. Tutkimusmatkailija on lähellä allosentrikkoa. Ajelehtijat pyrkivät sulautumaan kohteiden paikallisiin yhteisöihin joksikin ajaksi. Ajelehtijoilla ei välttämättä ole ennalta suunniteltua aikataulua tai reittiä. Ajelehtijat suosivat kohteita, joissa turismia ei vielä ole. Ajelehtijoiden vanavedessä saapuu myöhemmin muut matkailijatyypit, kun kohteen infrastruktuuri ja turismiteollisuus kehittyy. (Sikala–Vornanen 2010, 17–18.) Tervolassa ei ole toistaiseksi massaturistin vaatimaa infrastruktuuria, kuten majoitusta suurille ryhmille tai laajempaa palvelutarjontaa. Tervolan tarjoama maaseutuympäristö olisikin oivallinen kohde allosentrikoille. Tervolaan tuleva mökin vuokraava matkailija on mielestämme lähimpänä tutkimusmatkailijaa, koska Tervolasta löytyy rauhallista maaseutua, eikä muista matkailijoista ole haittaa. Esimerkkinä psykosentrikon mökkivalinta voisi olla Levi, josta löytyy valtavat määrät palveluita ja muita matkailijoita.

Vuoriston mukaan yksi selvimpiä matkailun motivaatiotekijöiden luokituksia on Maslowin tarvehierarkiaan peilaava McIntoshin ja Goeldnerin vuonna 1988 esittämä typologia. Se jaottelee matkailun motivaatiotekijät neljään luokkaan. Fyysisiin tekijöihin, jotka perustuvat henkiseen ja ruumiilliseen virkistykseen, terveyteen, urheiluun ja huvitteluun. Kulttuuritekijöihin, joilla tarkoitetaan halua nähdä ja tietää enemmän kulttuureista, esimerkiksi jonkin maan alkuperäisväestöstä, sen elämästä, taiteesta ja tavoista. Ihmisten väliin tekijöihin liittyy halu tavata uusia ihmisiä, vieraila ystävien ja sukulaisten

luona, halu paeta rutiininomaista ihmissuhteista ja työympäristöistä. Viimeisenä luokkana on status- ja arvostustekijät, joilla tarkoitetaan halua syventää harrastuksia, tai täydentää opintoja ja tietoja, halu saada arvostusta muilta ihmisiltä ja oman egon vahvistamista. (Vuoristo 2003, 39.)

McIntoshin ja Goeldnerin luokitus sopii mielestämme parhaiten kuvaamaan Tervolan matkailun segmenttejä, koska Tervolan matkailua ajatellen esille nousevat erityisesti fyysiset tekijät ja ihmistenväliset tekijät. Tervolassa olisi edellytyksiä juuri luonnon ja maaseudun avulla koettavaan virkistäytymiseen ja terveyden edistämiseen. Kunnan alueelta löytyy kaunista luontoa ja maaseudun rauhaa esimerkiksi kalastusta Kemijoessa tai patikointia Kätkävaaran maisemissa. Osa Tervolan matkailijoista on VFR-matkailijoita eli he ovat tapaamassa sukulaisia tai ystäviä. Monet kunnan asukkaista ovat muuttaneet töiden perässä muualle, mutta haluavat pitää yhteyttä synnyinseutuunsa. (Pistokoski 2013a.)

Matkailun edistämiskeskus on määritellyt markkinointinsa kohderyhmäksi ns. modernit humanistit. Ryhmää määrittävät yhteiset asenteet ja arvot, joita ovat kiinnostus ja avoimuus vieraita kulttuureja ja uusia kokemuksia kohtaan. Myös huolenpito tulevaisuuden yhteiskunnasta ja maailmasta yleisesti ovat modernin humanistin ominaisuuksia. (MEK 2012.) Arvomaailmaltaan modernit humanistit sopivat hyvin Tervolan luonto- ja maaseutumatkailu painotteeseen ympäristöön.

## 4 MAASEUDUSTA JA LUONNOSTA VETOVOIMAA MATKAILUUN

### 4.1 Maaseutumatkailun määritelmä

Maaseutumatkailun määritelmä ei ole yksiselitteinen, vaan kansainvälisestä matkailukirjallisuudesta sille löytyy useita määritelmiä. Määritelmät eroavat toisistaan jonkin verran, mutta pääsääntöisesti maaseutumatkailu määritetään maaseudulla perheyrityspohjalta tapahtuvaksi, usein sivutoimisesti harjoitetuksi matkailuyrittämiseksi. Usein maaseutumatkailun määritelmiin kytetään kestävän matkailukehityksen tunnusmerkit. Maaseutumatkailu pohjautuu itse maaseudun tarjoamiin edellytyksiin ja voimavaroihin, kuten luontoon, maisemaan, kulttuuriin, ihmisiin sekä perhe- ja pienyrittäjyyteen perustuvaan matkailuyritystoimintaan. (Ryymän 2005, 9.) Maaseutumatkailun käsitettä käytetään keskusteltaessa maaseudun kehittämisestä. Maaseutumatkailu termiä ei yleensä käytetä myyntityössä. Maaseutumatkailu ei ole itsenäinen toimiala, vaan sen tarjoamat palvelut jaetaan muidenkin matkailupalveluiden tavoin ravitsemis-, majoitus-, ohjelma- ja oheispalveluihin. (Vesterinen 2007, 1.)

Maaseutumatkailuyritysten välinen yhteinen piirre on niiden sijainti haja-asutusalueella. Maaseutumatkailua ei kuitenkaan voida määrittää omaksi toimialakseen, koska pelkkä yritysten sijainti ei riitä luokitteluperusteeksi. Hyväkuntoinen tieverkosto lähialueella on maaseutumatkailuyritykselle elintärkeää, koska maaseutumatkailun suurin asiakaskunta on henkilöautolla liikkuvat asiakkaat. Suurin osa maaseutumatkailuyrityksistä ei voisi vastaanottaa esimerkiksi linja-autoilla liikkuvia ryhmiä, koska yritysten kapasiteetit eivät ole riittävän suuria. (Ryymän 2005, 8.) Tervola sijaitsee nelostien varrella, eli tieverkosto on kunnossa, mutta matkailuyritysten kapasiteetit ovat niin pieniä etteivät voi yksin vastaanottaa esimerkiksi linja-autollista matkailijoita.

”Suppeasti määriteltynä maaseutumatkailu on maaseudun luontaisiin edellytyksiin ja voimavaroihin, kuten luontoon, maisemaan, kulttuuriin ja pienyrittäjyyteen perustuvaa, maaseudulla tapahtuvaa matkailun elinkeino- ja yritystoimintaa.” Näin Hemmi (2005, 185) määrittelee maaseutumatkailu-käsitteen kirjassaan. Maaseutumatkailun teemaryhmä on määritellyt käsitettä laajem-

min ja korostaakin vastuullisen matkailun periaatteita, sekä sopusointua paikallisen elämäntavan, puhtaan luonnon ja matkailuelinkeinon välillä. Ihmisten sosiaalisen ja kulttuuriympäristön sekä luonnon sietokyvyn huomioon ottaminen ei ole laadusta luopumista, vaan se on lisä asiakkaan kokemaan laatuun. Elinkeinorajat ylittävä yhteistyö ja voimavarojen monipuolinen hyödyntäminen antaa edellytykset myyntikelpoisille ja laadukkaille maaseutumatkailutuotteille. Laadukkaat matkailutuotteet tuovat palveluiden kuluttajia ja matkailutuloja maaseudulle ja yhteistyön ansiosta tulot jakaantuvat paikallisella tasolla mahdollisimman laajalle. Matkailun kehittymisen myötä palvelurakenne paranee ja matkailun edellytyksenä olevasta ympäristöstä huolehditaan, jolloin myös paikalliset asukkaat viihtyvät paremmin alueella. Koska maaseutumatkailu käsitetään pienyrittämiseksi tai perheyrittämiseksi, esimerkiksi maaseudun suuret matkailuyritykset, kuten kylpylät ja suuret hotellit jäävät käsitteen ulkopuolelle. Suomessa käytetyt määritelmät noudattelevat muuallakin maailmassa maaseutumatkailusta käytettyjä määritelmiä ja käsityksiä. Maaseutumatkailu tunnetaan muualla maailmassa englanniksi rural tourismina. (Hemmi 2005, 185.)

Maaseutumatkailuyrityksen päätuote on majoitus. Maaseutumatkailun teemaryhmän kesän 2002 yrityskyselyssä 90 prosenttia vastanneista maaseutumatkailuyrityksistä ilmoitti tarjoavansa majoituspalveluita. 58 prosentilla vastanneista oli tarjolla ateriapalveluja. 66 prosenttia kyselyyn vastanneista ilmoitti tarjoavansa erilaisia ohjelmapalveluja. (Ryymän 2005, 20.) Tervolasta löytyy monta matkailuyrittäjää, jotka tarjoavat kaikkia aikaisemmin mainituista palveluista jossain muodossa, esimerkiksi Tervolahovin tilausravintola ja ohjelmapalvelut liitettynä majoituspalveluihin.

#### **4.2 Maaseutumatkailun palvelut ja asiakassegmentit**

Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestön OECD:n mukaan maaseutumatkailuun kuuluvat seuraavat aktiviteetit: kävely, kiipeily, seikkailu- tai erämaalomat, melonta, koskenlasku, murtomaahiihto, lumikenkäretket, telemark, luonnon opiskelu esimerkiksi lintujen bongaus tai valokuvaus, metsästys, pyöräily, ratsastus, hevosretket, valjakkoajo, maisemamatkailu, maaseudun perinteisiin tutustuminen, tutustuminen pieniin kyliin, maaseutu ympäristössä

rentoutuminen, pienimuotoiset konferenssit, maaseutujuhlat, kalastus, liikunta, erityisesti luonnonympäristössä tapahtuvat lajit, kuten suunnistus. (Ryymin 2005, 9.) Tervolan ympäristö luo oivat mahdollisuudet edellä mainittujen aktiviteettien toteuttamiselle yksin tai ohjatusti. Tervolan matkailuyritykset tarjoavat jo jonkin verran edellä mainittuja aktiviteetteja, mutta tulevaisuuden palvelutarjonnassa pitäisi ottaa paremmin huomioon näitä maaseutumatkailuun liittyviä aktiviteetteja.

Matkailun edistämiskeskuksen 2004 tekemässä rajahaastattelututkimuksessa kysyttiin muun muassa ulkomaisten kesä- että talvimatkailijoiden ulkoilma-aktiviteetteja. Melkein kaikkia kyselyssä esiintyneitä ulkoilma-aktiviteetteja voi harrastaa ja harrastetaan myös maaseutumatkailuyrityksissä. Noin viidennes ulkomaisista talvimatkailijoista ilmoitti harrastaneensa Suomessa oleskelunsa aikana jotakin haastattelussa kysytyistä aktiviteeteista. Suosituimmat talviaktiviteetit olivat moottorikelkkailu, maastohiihto, poro- ja koiravaljakot. Suosituimmat kesäaktiviteetit olivat urheilukalastus, vaellus ja pyöräily, joita kaikkia ilmoitti harrastavansa kolme prosenttia vastanneista. Maakohtaiset erot ovat aktiviteettien harrastamisessa suuret. Erot johtuvat osittain eri kansallisuuksien Suomeen suuntautuvan matkailun vuodenaikaisesta jakaumasta ja muustakin rakennevaihtelusta. Virolaiset ja britit tulevat maahamme sekä kesällä että talvella, kun saksalaiset pääsääntöisesti ovat kesämatkailijoita. (Ryymin 2005, 19.) Haastatteluissa keräämämme aineiston mukaan suuria Tervolas- sa käyviä ulkomaalaisryhmiä ovat tammikuun alkupuolella saapuvat sadat venäläiset, sekä kesällä vierailevat muutamat keskieurooppalaiset ja aasialaiset.

Lähes kolme neljästä maaseutumatkailun asiakkaasta ovat kotimaisia, oman maakunnan ulkopuolelta tulevia asiakkaita. Paikallisten ja maakuntalaisten osuus asiakkaista on pieni. Muussa majoitus- ja ravitsemustoiminnassa asiakkaiden osuudet ovat erilaisia. Paikallisten asiakkaiden osuus on yli puolet ja valtakunnallisten asiakkaiden osuus vajaa kolmannes. Toisaalta sellaisia- kin maaseutumatkailuyrityksiä löytyy, joiden asiakaskunnasta jopa neljä viidesosaa on yritysasiakkaita oman maakunnan suuryrityksistä. Maaseutumatkailuyritysten asiakaskuntaa on saatu monipuolistettua aktiivisen palveluntarjonnan kehittämistyön seurauksena. Incentive-matkat sekä yritysten kokous-

ja virkistyspäivät maaseutumatkailukohteissa ovat myös lisääntyneet. Yritysten henkilökunta ja vieraat ovat usein kokeneet perinteisiä hotelli- ja ravintolapalveluita riittävästi, joten tasokkaalla palvelulla on kysyntää. (Ryymin 2005, 18-19.) Tervolahovin yrittäjäpariskunta korosti läpi haastattelun heidän yhteistyötään Kemin ja Keminmaan yritysten kanssa, jotka viettävät virkistämispäivänsä Tervolahovissa.

### **4.3 Maaseutumatkailu osana kestäväää kehitystä**

Maaseutumatkailu termiä käytetään usein synonyyminä vihreän matkailun, maatilamatkailun ja luontomatkailun kanssa. Maaseudulla vierailevat osallistuvat suureen määrään erilaisia aktiviteetteja. Jotkin niistä aktiviteeteista, kuten patikointi tai poni-vaellus ovat selvästi matkailun muotoja, kun taas toiset harrastukset voitaisiin lukea vapaa-ajaksi tai urheiluksi. Esimerkiksi kiipeily, urheilutapahtuman seuraaminen maaseudulla sekä pubissa tai ravintolassa käynti voitaisiin monesti luokitella vapaa-ajan toiminnaksi tai urheiluksi. Toisaalta kaikkea matkailutoimintaa, joka tapahtuu maaseudulla, ei voida pitää maaseutumatkailuna. Esimerkiksi huvipuistot tai lomakylät eivät enää juurikaan kuulu maaseutu-ympäristöön ja luovatkin vahvan kontrastin ympäristön ja palvelun välille. Täten voidaankin väittää, että maaseutumatkailun laajuus, palveluvalikoima ja matkailun eri muodot, joista maaseutumatkailu koostuu, on jokseenkin rajallinen. Tekijät kuten viipymä kohteessa, koko matkan pituus, tarjottavat aktiviteetit, attraktion tai palvelun koko, sijainti ja yksilön oma näkemys siitä, mikä on maaseutua ja mikä matkailua vaikuttavat siihen, mitä voidaan pitää maaseutumatkailuna. (Sharpley 1997, 5-6.)

On tärkeää huomioida, että monia erilaisia matkailutuotteita ja matkailun kehittämismuotoja sisältyy maaseutumatkailun. Erilaisia matkailun muotoja maaseudulla ovat esimerkiksi maatilamatkailu ”agritourism”, vihreä matkailu ”green tourism” ja ekomatkailu ”ecotourism”. Maatilamatkailu-termiä käytetään usein puhuttaessa kaikesta matkailutoiminnasta maaseudulla. Maatilamatkailu kuitenkin yhä useammin koostuu niistä palveluista, jotka ovat suoraan kytköksissä maatalouteen, sen ympäristöön, tuotteisiin tai palveluihin. Maatilamatkailu on siis matkailua, joka on yhteydessä maanviljelyyn ja maatalouteen. (Sharpley 1997, 8.)

Vihreä matkailu on termi, jota monesti käytetään puhuttaessa matkailun muodoista, joita pidetään ympäristöystävällisempinä, kuin tavanomaista massaturismia. Vihreä matkailu on yksi lähestymistapa matkailun kehitykseen, joka pyrkii luomaan symbioottisen yhteyden fyysisen- ja sosiaalisen ympäristönsä välille. Toisin sanoen kasvava huoli massaturismin haitallisista vaikutuksista on luonut kysyntää kestävämmille matkailun kehitysmuodoille. Ekomatkailu tarjoaa ainutlaatuisia mahdollisuuksia maaseudun kehityksen, matkailun, voimavarojen ja suojelualueiden yhdistämiseen matkailun kehittämiseksi. Ekomatkailu korostaa luonnon säilyttämistä ja näin hyödyttää suoraan paikallista yhteisöä ja kulttuuria. Kävijä saa luontomatkailusta positiivisen ja opettavaisen kokemuksen ja täten ekomatkailu on osa kestävästä matkailun kehitystä. Ekomatkailu on osa maaseutumatkailua, mutta kaikki maaseutumatkailu ei välttämättä ole ekomatkailua. (Sharpley 1997, 9.) Yleensä luontoa pidetään kulttuurissamme maaseudun tärkeänä elementtinä ja maaseutumatkailun vetovoimatekijänä. Koska luonto liittyy olennaisesti maaseutuun, voidaan maaseutumatkailun yhteydessä puhua myös luontomatkailusta. (Lüthje 2005, 113.)

#### **4.4 Luontomatkailu käsitteenä**

Tutkiessamme englanninkielisiä teoksia luontomatkailuun liittyen huomasimme, että luontomatkailu termistä käytetään useita toisiaan sivuavia termejä. Esimerkiksi ”eco tourism” tai ”green tourism” termejä käytetään monesti luontomatkailusta puhumisen yhteydessä. Pääsääntöisesti luontomatkailusta käytetään kuitenkin termiä ”nature tourism”. Hall ja Boyd puhuvat kirjassaan (2005, 3) luontomatkailusta laajemmalla käsitteellä ”nature-based tourism” eli luontoon liittyvä matkailu. Luontoon liittyvään matkailuun sisältyy luonnon tarjoamat puitteet ja matkailu, joka keskittyy erityisesti luonnonympäristön tarjoamiin tekijöihin esimerkiksi safari- ja erämatkailu, luontomatkailu ja merimatkailu. Myös matkailu, joka on kehitetty luonnon alueiden säilyttämiseksi tai suojelemiseksi käsitetään luontoon liittyväksi matkailuksi. (Hall-Boyd 2005, 3.)

Kuten huomataan, luontomatkailulle ei ole kansainvälisesti aivan yksiselitteistä termiä. Hemmi (2005a, 333) tiivistää kuitenkin teoksessaan luontomatkailun olevan luonnonympäristössä tapahtuvaa matkailua, joka pyrkii noudattamaan kestävän kehityksen mukaisen matkailun periaatteita. Luontomatkailu on kestävää silloin, kun luonto ja sen resurssit säilyvät ehtymättöminä ja muuttumattomina. Luontomatkailu pyrkii erottautumaan massaturismista ja muustakin tavanomaisesta matkailusta vähäisemmillä ympäristövaikutuksilla ja sillä, että se tarvitsee vähemmän ympäristöä rasittavaa infrastruktuuria. Nykyisin luontoa ja sen tuomaa henkistä hyvinvointia on alettu arvostaa entisten aikojen tapaan yhä enemmän, koska massaturismi on osoittautunut monilla alueilla ekologisesti kestävämmäksi, taloudellisesti epävarmaksi ja henkisesti köyhdyttäväksi. (Hemmi 2005a, 333.) Toisaalta luontomatkailu rinnastetaan suppeimmillaan tällä tavoin ekomatkailuun ja kestävän kehityksen periaatteisiin ja luonnonsuojeluun. Nykyään suomessa viitataan kuitenkin usein määritelmään, jonka mukaan luontomatkailulla tarkoitetaan kaikkea luontoon tukeutuvaa matkailua. (Järviluoma 2006, 55.)

#### **4.5 Tulevaisuuden matkailua luonnosta**

Pistokoski (2013b) ja Alatalo (2013) toteavat haastatteluissa, että maaseutu ja luonto ovat Tervolan tärkeimpiä vetovoimatekijöitä matkailun kannalta. Maaseutumatkailun ohella Tervolan kunnasta löytyy puitteita luontomatkailun kehittämiseksi. Tervolan läpi virtaavan Kemijoen lisäksi kunnasta löytyy kauniita vaaroja ja kaksi luonnonpuistoa. Pisavaaran ja Runkauksen luonnonpuistoja olisi kunnan elinkeinokoordinaattori Matti Alatalon (2013) mielestä mahdollisuus hyödyntää paremmin Tervolan matkailun kehittämisessä.

Maailman matkailujärjestön WTO:n mukaan luonto- ja kulttuurimatkailu lisääntyvät tulevaisuudessa (Kostiainen-Ahtola-Koivunen-Korpela-Syrjämaa 2004, 294). Luontomatkailua pidetään nykyään yhtenä matkailualan nopeimmin kasvavista sektoreista (Järviluoma-Saarinen 2001, 5). Luontomatkailu on myös yksi merkittävimmistä matkailuun liittyvistä tutkimuskohteista nykyään (Hall-Boyd 2005, 3). Etenkin syrjäseuduilla luontomatkailun kehittämisen mahdollisuuksiin tulevaisuuden työllistäjänä ja tulon antajana uskotaan. Suomessa luontomatkailun kehittämisen nähdään perustuvan luonnon-



suojelualueverkostoon ja palvelevan erityisesti juuri syrjäseutujen aluekehitystä. (Järviluoma-Saarinen 2001, 5.) Edellä mainitut asiat liittyvät Tervolan matkailuun läheisesti. Syrjäisenä Lapin paikkakuntana Tervolassa on luonnonpuistoineen hyvät mahdollisuudet kehittää matkailutoimialaa luontomatkailun kautta.

#### **4.6 Kahden luonnonpuiston Tervola**

Yleisesti koko Suomi on harvaan asuttu maa ja suurin osa väestöstä, noin 80% asuu kaupungeissa. Tämä korostaa maamme merkitystä luontomatkailumaana. Suomi voidaan nähdä Euroopan ydinalueilta ja väestökeskittymistä perifeerisenä virkistysalueena luontomatkailun kannalta. Suomi on eurooppalaisten virkistysalue ja Suomessa on paljon metsiä. Maamme erämaisuus sekä tila ja rauha lisääntyvät, kun ihmiset muuttavat maalta kaupunkiin. Suomen pohjoisimpia erämaita pidetäänkin Euroopan viimeisinä erämaina. Luonto ja luonnonrauha ovat maamme matkailun tärkeimpiä resursseja. Toisaalta Suomi tunnetaan Euroopassa kuitenkin nykyaikaisena ja kehittyneenä talousmaana. (Hemmi 2005b, 11–12.) Kuten Kostianen yms. mainitsevat kirjassaan (2004, 303) Suomen vahvuus- ja vetovoimatekijöitä ovat turvallisuus, puhdas luonto, rauhallisuus, hyvä infrastruktuuri, koulutettu ja kielitaitoinen henkilökunta sekä maantieteellinen eksotiikka. Syrjäiseen Pohjolaan matkustava asiakas etsii vastapainoa ruuhkaisille turistikohteille.

Erilaiset luonnonelementit esiintyvät maassamme alueellisesti eri tavoin, joten luontomatkailun vetovoimatekijät vaihtelevat maassamme alueellisesti eri tavoin. Suomen luontomatkailu keskittyy kuitenkin Pohjois-Suomeen ja Lappiin. Lapissa luonnon vetovoima on suurin ja siellä sijaitsevat suurimmat ja lukuisimmat kansallispuistot ja suojelualueet. (Hemmi 2005b, 112.) Mielestämme olisi tärkeää tutkia ja tunnistaa oman alueensa luonnon vetovoimatekijät ja kehittää luontomatkailua niiden pohjalta. Ranuan kunta on hyvä esimerkki alueellisten vetovoimatekijöiden hyödyntämisestä luontomatkailussa. Ranualla on kehitetty suomatkailua ja kunnassa järjestetään vuosittain hillamarkkinat, hillanpoiminnan SM-kilpailut ja matkailijoita ohjataan ennakkoon etsityille hyvälle marjasoille (Hemmi 2005b, 70). Tervolassakin olisi syytä tut-

kia kunnan luontoon liittyviä elementtejä ja niiden vetovoimaisuutta tarkemmin.

Luonnonpuistot ovat valtion omistamia luonnonsuojelualueita. Niillä on poikkeuksellisen suuri tieteellinen arvo ainutlaatuisuutensa vuoksi ja luonnonpuistot pyritään säilyttämään mahdollisimman luonnontilaisina ja häiriöttöminä. Luonnonpuistojen tärkein käyttömuoto on tutkimus ja yleisöltä on aluille pääsy kielletty. Joissakin puistoissa on kuitenkin yleisölle avoin retkeilypolku. Tällä hetkellä maassamme on 19 luonnonpuistoa. (Hemmi 2005a, 223.) Vaikka luonnonpuistot eivät ole varsinaisia matkailukohteita, ei niiden merkitystä Tervolan matkailun kannalta voi väheksyä. Tervolan kunnan alueella on kaksi luonnonpuistoa, joita voitaisiin hyödyntää vaikkapa matkailijoiden ympäristökasvatuksessa.

## 5 TYÖSSÄ KÄYTETYT MENETELMÄT

### 5.1 Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä kvantifioiden

Käytimme työssä kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus keskittyy elämismailman toisin sanoen ilmiöiden tutkimiseen (Kantele 2013a). Kvalitatiivisen toimintamallin mukaisesti kohde ja tutkija ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Esimerkiksi haastattelut ovat haastattelijan ja haastateltavan välistä vuoropuhelua. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 23.) Tiedonkeruutapa, jossa ilmenee henkilön omat mielipiteet tutkimuksen kohteesta ja vastaus saadaan puhutussa muodossa, on haastattelu (Hirsjärvi–Hurme 2009, 41).

Työssä tarkastelimme eräänä tutkimusongelmana matkailijan viipymän pidentämistä Tervolassa elinkeinoharjoittajan ja matkailijan näkökulmista. Tätä ongelmaa lähestyimme eri tutkimusmenetelmiä käyttäen. Haastattelimme elinkeinoharjoittajia ja teimme matkailijoille puolistrukturoidun kyselylomakkeen. Puolistrukturoidulle menetelmille on ominaista, että kaikkia vastauksia ei ole sidottu eri vaihtoehtoihin, vaan vastaajien täytyy vastata omin sanoin. Puolistrukturoidussa kyselyssä on siis vastausvaihtoehtoja sisältävien kysymysten lisäksi myös avoimia kysymyksiä. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 47.) Näin ollen keräsimme elinkeinoharjoittajilta kvalitatiivista aineistoa haastatteluiden avulla ja matkailijoilta kvantitatiivista aineistoa puolistrukturoiduin lomakkein kvalitatiivisen aineiston tueksi, jotta voisimme käsitellä samaa tutkimusongelmaa eri näkökulmista.

Samassa tutkimuksessa voi olla usean tyyppisiä ongelmia, joten siinä voidaan käyttää monenlaisia tutkimusmenetelmiä (Hirsjärvi–Hurme 2009, 27). Työssämme onkin erityyppisiä tutkimusongelmia, joita lähestyimme erilaisin tutkimusmenetelmin. Käytimme työssämme kvantifiointia kvalitatiivisen tutkimuksen tukena. Kvantifiointilla tarkoitetaan esimerkiksi sanallisen aineiston määrällistä käsittelyä ja sen tavoitteena ei ole yleistää, vaan jäsentää tietoa paremmin (Kantele 2013a). Analysoimme esimerkiksi haastatteluissa saamaamme sanallista aineistoa ja peilasimme sitä määrällisten termien avulla. Kvalitatiivinenkin tutkimus voi kvantifioida, eikä aina välttämättä numeroiden

avulla, vaan esittämällä tuloksia esimerkiksi muodossa ”enemmän kuin” ja ”suurin osa”. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 24).

## 5.2 Kirjallisuudesta kivijalka

Tietoperustan rakentamisessa käytimme apuna monipuolista kirjallisuutta, aikaisempia tutkimuksia ja internet-lähteitä. Tutkimusaihetta käsittelevään kirjallisuuteen perehtyminen antaa työlle suuntaa ja ohjaa siihen liittyviä valintoja. Yleensä on hyvä perehtyä ensin aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen, ja punnita sen pohjalta tutkimusongelmia ja rajauksia. Aiheelle keskeisen kirjallisuuden tuntemus antaa tekijälle varmuuden työn mielekkyydestä. Tutkimustaustan tunteva tekijä pystyy perustelemaan tutkimuksen tarpeellisuuden ja sen, miten se aiotaan tehdä. Kirjallisuuteen perehtyminen heti tutkimuksen alkuvaiheessa auttaa tutkijaa rajaamaan tutkimustaan, antaa näkökulmaa ja perehdyttää alustavasti ongelmiin, joita työn aikana saattaa kohdata. (Hirsjärvi–Remes–Sajavaara 2009, 109–110.)

Aloitimme kirjallisuuteen ja tilastoihin perehtymisen tutustamalla ensiksi työmme toimintaympäristöön eli Tervolan kuntaan. Lähtiessämme kartoittamaan Tervolan matkailun nykytilaa, oli tärkeää, että tiesimme ensin, millaisesta toimintaympäristöstä on kysymys. Tutustuimme Tervolan kuntaan ja sen elinkeinoon tutkimalla tilastoja ja haastatteleamalla kunnan työntekijöitä. Aluksi tutustuimme myös erilaisiin tutkimuksiin ja tutkimusmenetelmiä käsitteleviin teoksiin, jotta saimme mahdollisimman laajan kuvan tutkimukseen liittyvistä työkaluista ja valinnoista. Toimintaympäristöön ja tutkimusmenetelmiin tutustuminen auttoi meitä määrittämään olennaisia tutkimusongelmia sekä antoi näkökulmia menetelmien valinnoista.

## 5.3 Lähdekritiikki osana aineiston keruuta

Tutkijan on pyrittävä kriittisyyteen lähteitä valitessaan ja niitä tulkitessaan. Olennainen lähdekritiikin peruste on kirjoittajan tunnettuus ja arvostettuus. Jos kirjoittajan nimi toistuu useissa alan teoksissa tekijänä tai muiden teosten lähdeviitteissä, on kirjoittajalla todennäköisesti arvovaltaa alalla. Myös lähteen ikä ja lähdetiedon alkuperän punnitseminen kuuluu lähdekritiikkiin. Pää-

sääntönä voidaan pitää sitä, että yleensä tutkijan on pyrittävä käyttämään mahdollisimman tuoreita lähteitä, koska monilla aloilla tutkimustieto muuttuu nopeasti. Pitäisi myös pyrkiä käyttämään alkuperäisiä lähteitä, koska tieto saattaa moninkertaisessa lainaus- ja tulkintaketjussa muuttua. Lähdekritiikkiin vaikuttaa myös esimerkiksi julkaisijan arvovalta ja vastuu tiedon paikkansapitävyydestä. (Hirsjärvi–Remes–Sajavaara 2009, 113–114.)

Arvioimme näiden tekijöiden pohjalta käyttämiemme lähteiden luotettavuutta. Esimerkiksi tutkimuksiin ja tutkimusmenetelmiin liittyvät teokset, joita työsamme käytimme, ovat kirjoittaneet henkilöt, joiden nimet toistuvat useasti alan teoksissa. Teoksista on myös uusittuja painoksia ja tiedot eivät ole selvästi vanhentuneita. Myös käyttämämme sähköiset lähteet ja tilastot ovat julkisen sektorin ylläpitämiä, eikä yksittäisillä henkilöillä ole mahdollisuutta muokata niitä, esimerkiksi Lapin Liiton tai Tervolan kunnan internet-sivuja.

#### **5.4 Matkailijakyselyt**

Kysely on aineistonkeräämisen tapa, jossa kysymysten muoto on aina samanlainen. Kyselyyn vastaavilta kysytään samat asiat, samassa järjestyksessä ja samalla tavalla. (Vilkkä 2007, 27.) Kysymysten muoto on siis standardoitu eli vakioitu. Kyselyssä vastaaja vastaa itse lukemaansa kysymyksen, eli koko prosessi tapahtuu vastaajan toimesta. Kyselylomaketta käytetään, kun havainnoitavana ovat henkilö ja häntä koskevat asiat esimerkiksi hänen mielipiteet, asenteet, ominaisuudet ja käyttäytyminen. (Vilkkä 2007, 28.) Lomakkeen kuuluu mitata sitä, mitä tutkimussuunnitelmassa sanotaan mitattavan. Yksi kyselyn ja esimerkiksi teemahaastattelun eroista on se, että kyselylomakkeen ollessa vastaajalla sitä ei voi enää korjata. Siispä lomake on tarkistettava perinpohjaisesti jo etukäteen. (Vilkkä, 2007, 63.)

Harkitsimme ensin tablettitietokoneiden hyödyntämistä kyselyissä. Päädyimme kuitenkin tekemään itse kyselyrunгон Webropolia käyttäen, mutta vastaukset keräsimme paperisin kyselylomakkein. Tähän päädyimme siksi, että tällä tavoin saimme useita vastauksia samanaikaisesti. Pystyimme molemmat jakamaan lomakkeita, kun potentiaalisia vastaajia oli paljon. Jos olisimme keränneet vastaukset suoraan sähköisenä esimerkiksi kannettavalla tie-

tokoneella, niin emme olisi saaneet niin paljon vastauksia, koska vastausalustoja olisi ollut käytettävissä vain yksi kerrallaan. Molemmat kyselyt suoritettuamme, syötimme kaikki vastaukset Webropoliin, mikä helpotti vastausten suodattamista ja analysointia.

Kuten liitteestä 1. ilmenee, aloitamme kyselyn vastaajia aktivoivilla kysymyksillä, joihin jokaisen on helppo vastata. Ensin kysyimme vastaajan ikää ja sukupuolta. Alun helpot kysymykset aktivoivat vastaajaa ja samalla saamme tärkeää tietoa vastanneista. Muita asioita, joita halusimme saada kyselyn avulla selville olivat: onko vastaaja paikallinen vai vierailija, kuinka usein vastaaja vieraillee Tervolassa, mikä toi vastaajan Tervolaan, mitä palveluita vastaaja on Tervolassa käyttänyt, mitä lisäpalveluita vastaaja kaipaisi Tervolaan, kauanko vastaaja aikoo viettää aikaa Tervolassa, jäisikö vastaaja pidemmäksi aikaa jos Tervolassa voisi majoittua, mikä saisi vastaajan jäämään Tervolaan, onko vastaaja tietoinen Tervolan matkailumahdollisuuksista ja -palveluista sekä lopuksi vastaaja saa sanoa haluamansa avoimissa kysymyksissä. Muokkasimme hieman kyselypohjaa messuilla järjestettävää kyselyä varten. Poistimme epäoleellisen vastausvaihtoehdon ja muutimme kahden kysymyksen muotoa messuille osuvammaksi (Liite 2).

Matkailijan näkökulmaa lähestyimme siis kyselylomakkeiden avulla. Valitsimme kyselylomakkeet tiedonkeruumenetelmäksemme matkailijoille, koska aika ei olisi riittänyt haastattelemaan matkailijoita. Saimme puolistrukturoidulla kyselomakkeilla tarpeeksi tietoa ja aineistoa matkailijoilta haastattelujen tueksi. Suoritimme ensimmäisen kyselyn 19.7.2013 Neste Tervakus Oy huoltoasemalla. Toisen kyselyn teimme Louen Maaseudulta Käsin -messuilla Tervolan kunnan osastolla 25.8.2013.

## **5.5 Haastatteluilla lähelle elinkeinoa**

Valitsimme yhdeksi tiedonkeruumenetelmäksemme haastattelut. Hirsjärvi-Hurme (2009, 35) toteavat kirjassaan, että haastattelu sopii tutkimuksen tiedonkeruumenetelmäksi silloin, kun kyseessä on vähän kartoitettu ja melko tuntematon alue. Tervolan matkailusta ei löydy aikaisempaa tutkimustietoa, joten haastattelut sopivat kartoitukseemme erityisen hyvin. ”Haastattelun ideahan on yksinkertainen: kun halutaan tietää mitä joku ajattelee jostakin

asiasta, kaikkein yksinkertaisinta ja usein tehokkaintakin on tietenkin kysyä sitä häneltä” (Aaltola–Valli 2001, 24). Meidän tapauksessa ainoat asiantuntijat löytyivät Tervolasta paikan päältä. Haastattelun etu tiedonkeruumenetelmänä on myös suora vuorovaikutus tutkittavan asian kanssa ja haastattelutilanne luo mahdollisuuden suunnata tiedonhankintaa itse tilanteessa (Hirsjärvi–Hurme 2009, 34). Haastatteluja tehdessä on otettava huomioon saturaatio. Saturaatiolla tarkoitetaan kylläntymistä, eli haastattelut alkavat toistaa itseään, eikä uutta asiaa enää tule ilmi. (Aaltola–Valli, 40.)

Haastattelimme paikallisia matkailuelinkeinon kanssa toimivia ihmisiä teemahaastatteluilla. Teemahaastattelu on kuin eräänlainen keskustelu, joka tehdään tutkijan aloitteesta ja monesti tutkijan ehdoilla. Vuorovaikutuksen aikana tutkija pyrkii ottamaan selville haastateltavilta ne asiat, jotka kuuluvat tutkimuksen aihepiiriin. (Aaltola–Valli 2001, 24.) Hirsjärvi ja Hurme (2009, 47–48) mainitsevat kirjassaan, että teemahaastattelu kohdennetaan tiettyihin teemoihin ja teemahaastattelu ottaa huomioon ihmisten tulkinnat asioista ja asioiden merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa.

Päätimme valita teemahaastattelut, koska meillä oli selkeät teemat valittuna Tervolan matkailun kartoitukseen liittyen. Teemoiksi olimme valinneet Tervolan matkailijasegmentit, palvelut matkailijoille ja matkailijoiden viipymä. Teemahaastattelussa emme olleet täysin sitoutuneita ennalta suunniteltuun kysymyspohjaan, vaan pystyimme käymään ennalta valitut teemat läpi vapaassa järjestyksessä ja tarvittaessa lisäämään uusia kysymyksiä ohjaillen haastattelun kulkua (Aaltola–Valli 2001, 26–27). Haastattelimme TEEMA-hankkeen projektijohtajaa Eeva Pistokoskea ja kunnan elinkeinokoordinaattoria Matti Alataloa. Haastattelimme myös paikallisen matkailuyrityksen, Tervolahovin yrittäjiä Tenho ja Mari Kakkoa, sekä Neste Tervakuksan yrittäjää Sami Junttaria.

Haastattelimme paikallisia matkailuelinkeinoharjoittajia ja kunnan työntekijöitä, koska heillä on kokemusta ja tietoa Tervolan matkailuun liittyvistä asioista. Heillä on myös valta ja mahdollisuudet vaikuttaa Tervolan matkailuun ja palveluiden kehittämiseen tulevaisuudessa. Halusimme saada haastatteluillam-

me mahdollisimman monipuolista tietoa kunnan matkailusta, sen eri näkökulmista.

Teimme haastattelukysymykset työmme kolmen pääteeman ympärille. Huomioimme jokaisessa haastattelussa viipymän, matkailupalvelut ja asiakassegmentit. Suoritimme haastattelut 25.9.2013, jolloin haastattelupohjamme oli tarkistettu ja hyväksytty. Haastattelut tapahtuivat yrityksiensä omissa toimitiloissa. Valitsimme kunnan elinkeinokoordinaattorin Matti Alatalon yhdeksi haastateltavista, koska hän antaa työhön kunnan näkökulman matkailusta. Muotoilimme kunnan edustajalta kysyttävät kysymykset paremmin kunnalle sopiviksi. Esimerkiksi ”Mitä matkailupalveluita yrityksenne tarjoaa?” muutettiin ”Mitä palveluita kunta tarjoaa matkailijoille?” -muotoon. Hänellä on myös työnsä puolesta laaja näkemys matkailuun liittyvistä asioista Tervolassa. Alatalo omistaa myös matkailuyritys Tervolatalon. Ensisijaisesti haastattelimme häntä kuitenkin kunnan työntekijänä. Kunnan elinkeinokoordinaattorina hänellä on myös mahdollisuus vaikuttaa kunnassa tehtäviin matkailua koskeviin päätöksiin.

Tervolahovin yrittäjiä haastatteleamalla saimme paikallisen matkailuyrittäjän näkökulman haastattelussa esittämiimme kysymyksiin. Tervolahovin haastattelukysymykset ovat näkyvillä liitteessä 3. Paikallisen matkailuyrittäjän valintaa pohtiessamme vertailimme yritysten nettisivuja ja monipuolisimmaksi kokonaisuudeksi osoittautui Tervolahovi. Tervolahovilla on keskeinen sijainti, majoitusta, pitopalvelut, ohjelmapalvelut ja kuljetuspalvelut. Pistokosken (2013b) mukaan Tervolahovi on kehittyvä matkailuyritys, jonka yrittäjät ovat innovatiivisia ja avoimia uusille mahdollisuuksille.

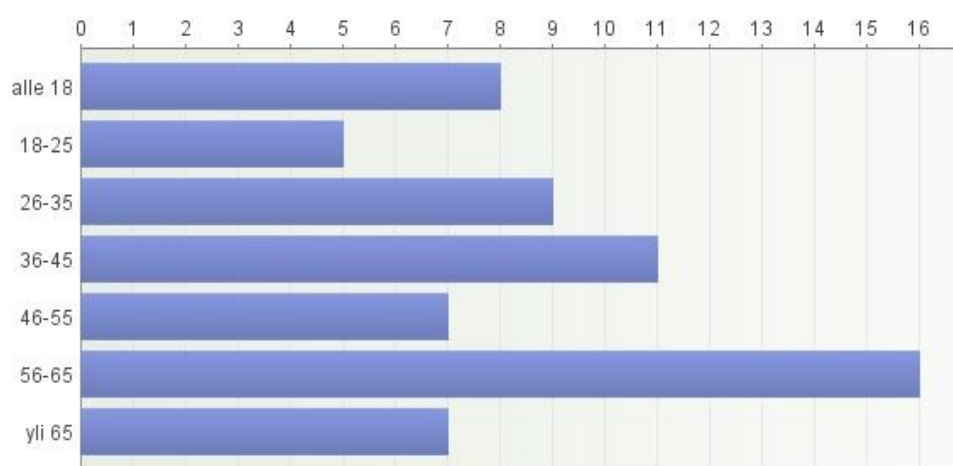
Valitsimme Neste Tervakuksan haastattelukohteeksi, koska se sijaitsee nelostiellä Tervolan kylälle kääntyvän tienhaaran kohdalla. Keskeisen sijaintinsa ansiosta Tervakuksalla pysähtyy paljon ohikulkevia matkailijoita. Kunnan ja paikallisen matkailuyrittäjän lisäksi halusimme saada matkailuelinkeinoa ulkopuolelta tarkastelevan yrittäjän näkemyksen Tervolan matkailusta.



## 6 MATKAILIJOIDEN NÄKÖKULMAA KYSELYIN

### 6.1 Segmentit

Neste Tervakuksalla 19.7.2013 ja Maaseudulta Käsini -messuilla 25.8.2013 keräämiimme kyselyihin saimme yhteensä 63 kappaletta vastauksia, joista 33 saimme Kuksalta ja 30 messuilta. Kyselyn ensimmäisessä kysymyksessä kysyimme vastaajan ikää ja kuten kuviosta 3 näkyy, vastaajien iät jakautuivat melko tasaisesti. Suurin kyselyyn vastannut ikäryhmä oli kuitenkin 56–65-vuotiaat, joita oli 16 eli noin neljäsosa kaikista vastaajista.

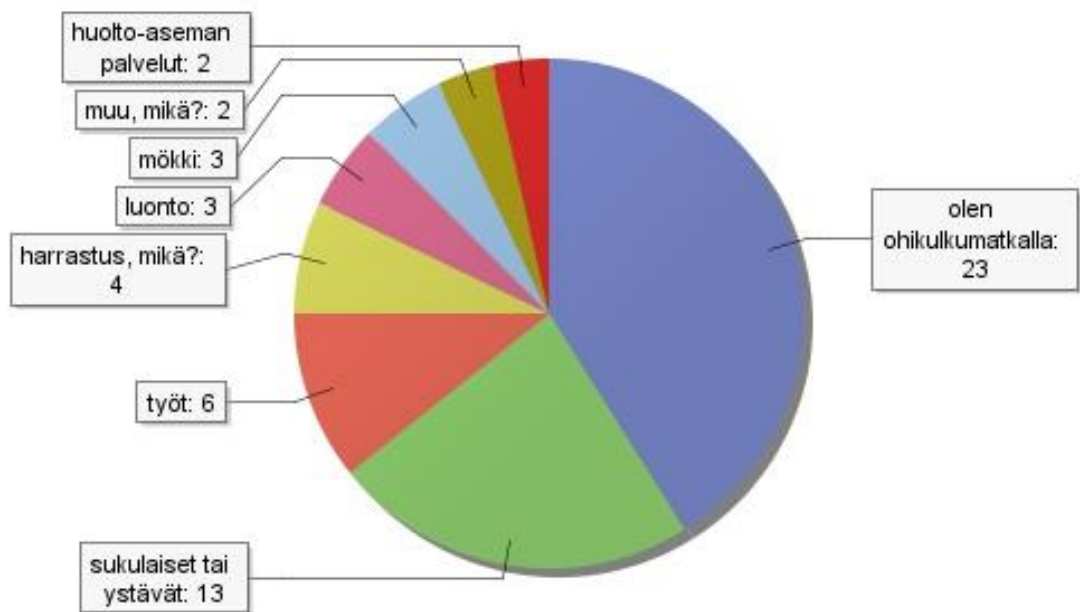


Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma n = 63.

Kyselyymme vastanneiden henkilöiden sukupuolijakauma oli niin ikään tasainen. Vastaajista 30 oli naisia ja 33 miehiä. Kyselyyn vastanneista vain yhdeksän ilmoitti asuinpaikkakunnakseen Tervolan. Pieneen paikallisten vastaajien määrään todennäköisesti vaikutti Kuksan kyselyn ajankohta, joka oli kesälomakaudella. Maaseudulta Käsini -messut puolestaan houkuttelee tapahtumana paljon vierailijoita kuntaan. 34 vastaajan asuinpaikkakunta oli muualla Lapissa, 18 muualla Suomessa ja yksi ilmoitti asuvansa ulkomailla. Mielestämme oli hyvä asia, että selvästi suurin osa vastaajista oli ulkopaikkakuntalaisia, koska saamme selkeän kuvan matkailijoiden mielipiteistä. Kyseessä on kuitenkin matkailuun liittyvä tutkimus ja kysymykset olivat pääosin suunnattu Tervolassa vieraileville.

Segmentoinnin tueksi halusimme tietää, missä seurassa vastaajat tulivat Tervolaan. Saamiemme vastausten perusteella Tervolaan oli tultu perheen, ystävien tai puolison kanssa. Vain muutama oli tullut yksin ja suodattamalla yksin tulleiden vastauksia selvisi, että he olivat pääasiassa työmatkalla. Neljä viidesosaa vastaajista oli sitä mieltä, että kesä on paras vuodenaika vieraillla Tervolassa. Verratessamme tätä tietoa Meri-Lapin vuosittaisiin yöpymistilastoihin (ks. kuvio 1.) voidaan todeta Meri-Lapin kesäsesongin pätevän myös Tervolassa.

Tarkastelimme kyselyissämme syitä, miksi vastaajat ovat tulleet Tervolaan. Kuviosta 4 käy ilmi, että lähes puolet vastaajista oli vain ohikulkumatkalla. Sukulaisten tai ystävien takia Tervolaan oli tullut 53 vastaajasta 13. Kuten Pistokoski (2013b) haastattelussa totesi, VFR-matkailijat ovat huomattava osa Tervolassa vierailijoista. Harrastamaan Tervolaan oli tullut neljä vastaajaa. Harrastuksina mainittiin muun muassa moottoripyöräily ja kalastus. Molemmat ”muu, mikä?” -kohtaan vastaajista olivat tulleet Tervolaan lavatanssien takia.

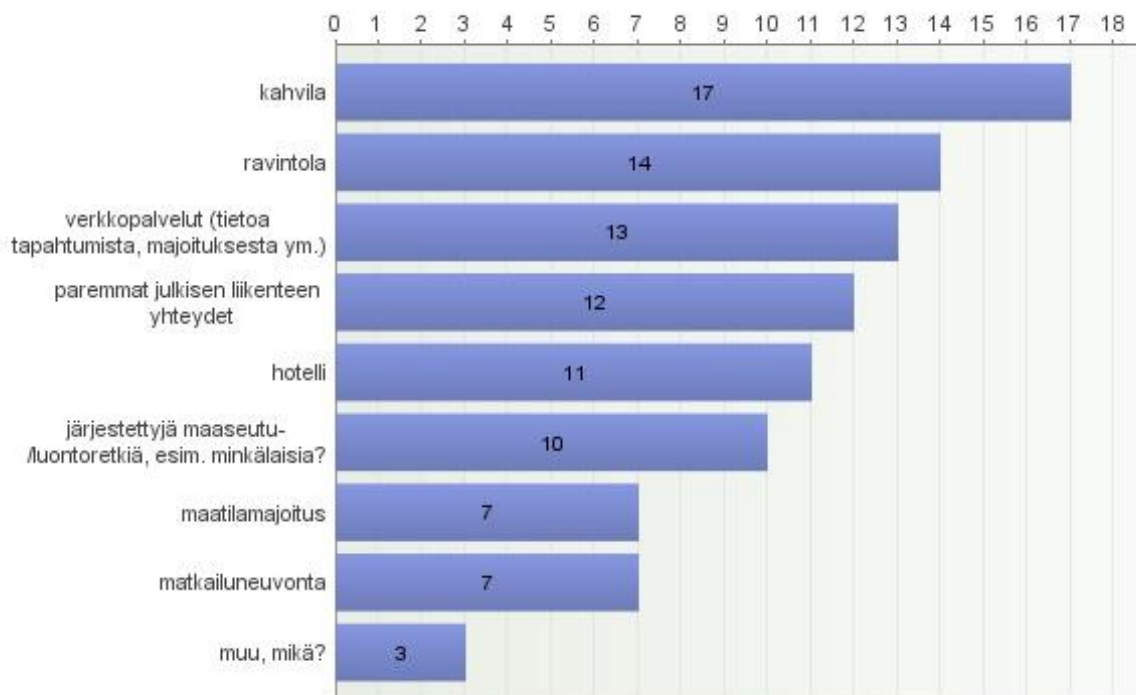


Kuvio 4. Syt Tervolassa vierailuun n = 53.

## 6.2 Palvelut

Toimeksiantajan toiveena oli saada tietää kuinka suuri osa vastaajista tiesi jo ennestään Tervolan matkailumahdollisuuksista ja -palveluista. Kaksi kolmasosaa vastaajista ei ollut tietoinen näistä. Seuraavaksi kysyimme, mitä matkailupalveluita vastaaja on käyttänyt viimeisen vuoden aikana Tervolassa. Vastauksissa näkyi ohikulkumatkailu, kun 53 vastaajasta 43 oli valinnut huoltoaseman palvelut. Vain huoltoaseman palveluita käyttävät ovat matkalla lopulliseen kohteeseensa ja ovat vain pysähtyneet huoltoasemalle syömään tai tauolle. Tällaiset ohikulkumatkailijat eivät hyödytä muuta Tervolan matkailuelinkeinoa, mikäli heitä ei saada käyttämään muita matkailupalveluita. Lisäksi vain ravintolat esiintyivät monissa vastauksissa. Ravintoloita käyttäneiden suuri määrä johtunee ohikulkijoista, jotka ovat käyttäneet huoltoasemien ravintolapalveluita ja valinneet molemmat vaihtoehdot. Muutamat vastaajat olivat valinneet esimerkiksi leirintäalueen, vuokramökit, ohjatut aktiviteetit.

Halusimme myös kartoittaa, millaisia matkailupalveluita vastaajat kaipaisivat Tervolaan. Kuten kuviosta 5 selviää, kahvila- ja ravintolapalveluita toivottiin paljon. Vastaajat olivat toivoneet Tervolaan myös järjestettyjä maaseutu- ja luontoretkeä kuten patikointiretkiä ja metsästys- ja kalastusretkiä sekä ohjattuja tilakäyntejä. Näille olisikin Tervolassa hyvät mahdollisuudet. ”Muu, mikä?”-kohtaan vastaajat kaipaivat lisää mökkejä, tapahtumia sekä vaellus- ja patikointireittejä.



Kuvio 5. Vastaajien toivomat palvelut n = 47.

### 6.3 Viipymä

Halusimme myös tietää, kuinka usein vastaaja vierailee Tervolassa. Valtaosa vastanneista (81%) vierailee Tervolassa vuoden aikana enintään neljä kertaa. Kysymykseen vastanneista 16 ilmoitti vierailevansa Tervolassa harvemmin kuin kerran vuodessa ja 27 vastaajaa 1–4 kertaa vuodessa. Vain noin viidesosa vastaajista ilmoitti vierailevansa Tervolassa kuukausittain, viikoittain tai päivittäin. Tämä tukee käsitystämme siitä, että Tervolan matkailu on paljolti ohikulkumatkailua tai muuten sattumanvaraista. Suodatimme kyselystä ne vastaajat, jotka ovat vierailleet Tervolassa kuukausittain, viikoittain tai päivittäin ja kävi ilmi, että heidät toi pääasiassa Tervolaan sukulaiset tai ystävät ja työt.

Noin puolet kyselyyn vastanneista aikoi viettää aikaansa Tervolassa alle tunnin, 15 vastaajaa muutaman tunnin. Lyhyen ajan viettävien suuri määrä liittyy ohikulkumatkailuun. Kahdeksan vastaajaa aikoi viettää päivän ja vain neljä vastaajaa aikoi viettää Tervolassa useamman yön. Useamman yön Tervolassa aikaa viettävät olivat tulleet Tervolaan mökkeilemään tai tapaamaan sukulaisia tai ystäviä.

Ensimmäinen avoin kysymyksemme kuului ”Mikä saisi sinut jäämään Tervolaan pidemmäksi aikaa?” Tähän kysymykseen saimme 30 vastausta, joista usein toistuvia teemoja olivat: tapahtumat, hyvä majoitus, paremmat palvelut, harrastusmahdollisuudet, sukulaiset ja ystävät. Vastauksista käy ilmi, että uusilla tapahtumilla ja matkailupalveluilla parantamalla voitaisiin pidentää viipymää. Kyselyyn vastaajista 16 antoi ideoita ja ajatuksia Tervolan matkailun kehittämiseen avoimessa kysymyksessä. Ideat vaihtelivat juna-aseman kunnostamisesta mikroautoradan rakentamiseen. Kemijoen mahdollisuuksien hyödyntäminen ja luonto toistuivat vastauksissa. Kysyimme myös, mitä paikalliset esittelisivät vieraille Tervolasta. Vastaajat mainitsivat vaarat, vanhan kirkon, Kemijoen ja maaseudun.

#### **6.4 Suodatukset**

Tutkimme paikallisten vastauksia suodattamalla vastaajat asuinpaikkakunnan mukaan. Paikalliset olivat tietoisia Tervolan matkailupalveluista. Kuntalaiset toivoivat Tervolaan eniten kahvilaa, järjestettyjä maaseutu- tai luontoretkeä ja parempia julkisen liikenteen yhteyksiä. Paikallisten mielestä Tervolan matkailua pitäisi kehittää hyödyntämällä entistä enemmän luontoa esimerkiksi lisäämällä vaellusreittejä. Myös Kemijoki ja sen mahdollisuudet pitäisi valjastaa matkailukäyttöön. Yksi mielenkiintoinen esimerkki Kemijoen hyödyntämisestä oli erään paikallisen idea, jossa Taivalkosken ja Ossauskosken voimalaitosten välille järjestettäisiin kesäksi lauttaliikennettä.

Kyselyyn vastanneista henkilöistä 26 aikoi viettää aikaansa Tervolassa alle tunnin. Määrä on merkittävä, sillä toimeksiantajan yhtenä tavoitteena on juuri matkailijoiden viipymän pidentäminen. Viipymän pidentämisellä voidaan tarkoittaa alle tunnin viipymän pidentämistä esimerkiksi kolmeen tuntiin. Koska Tervolassa on paljon ohikulkevia matkailijoita, viipymästä puhuttaessa ei pidä pelkästään keskittyä yöpyvien matkailijoiden öiden määrän kasvattamiseen. Tutkimme Tervolassa alle tunnin viettäneiden henkilöiden vastauksia, koska halusimme kartoittaa, millaisia ajatuksia ohikulkijoilla on Tervolan matkailusta. Ainoastaan yksi ohikulkija oli tietoinen Tervolan matkailumahdollisuuksista ja -palveluista. Tämä näkyy myös siinä, että ohikulkijoiden keskuudessa kaivattiin eniten verkkopalveluita, joissa olisi tietoa tapahtumista ja majoituksesta.

ta. Tervolalla on matkailijoille suunnatut verkkosivut [visittervola.fi](http://visittervola.fi), joissa on hyvin tietoa tapahtumista, majoituksesta, nähtävyyksistä ja ravitsemispalveluista. Ohikulkumatkailijat eivät selvästi ole tietoisia näistä verkkosivuista. Tervolan kunnan omilta sivuilta ohjaus [visittervola.fi](http://visittervola.fi)-sivustolle on vaikeasti löydettävissä. Lisäksi ohikulkijat kaipasivat Tervolaan hotellia ja ravintolapalveluita. Selvästi suurin osa viettäisi aikaa mieluiten Tervolassa kesällä. Tapahtumat tai hyvä majoitus saisivat ohikulkijat jäämään Tervolaan pidemmäksi aikaa.

Suodatimme vastauksista useamman yön Tervolassa aikaa viettävät vastaajat, joita oli neljä. Vastaajat olivat tulleet Tervolaan sukulaisten tai ystävien luo ja mökkeilemään. Useampia öitä viettävät ovat siis lähes kaikki VFR-matkailijoita. Tervolassa voitaisiin tulevaisuudessa huomioida VFR-matkailijat palveluiden kehittämisessä. Useamman yön Tervolassa viipyvät kaipaisivat Tervolaan maatilamajoitusta, ravintolaa ja kahvilaa.

## 7 MATKAILUELINKEINON PUHEENVUORO

### 7.1 Elinkeinokoordinaattori Matti Alatalo

Teimme haastattelukysymykset työmme kolmen pääteeman ympärille. Huomioimme jokaisessa haastattelussa viipymän, matkailupalvelut ja asiakassegmentit. Muotoilimme kunnan edustajalta kysyttävät kysymykset paremmin kunnalle sopiviksi. Esimerkiksi ”Mitä matkailupalveluita yrityksenne tarjoaa?” muutettiin ”Mitä palveluita kunta tarjoaa matkailijoille?” -muotoon. Tervolahovin haastattelukysymykset ovat näkyvillä liitteessä 3. Kaikki haastattelut suoritettiin Tervolassa 25.9.2013 yritysten ja kunnan omissa tiloissa. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin.

Alatalo kertoi haastattelussa, että Tervolan kunta ei tuota matkailupalveluita, vaan infrastruktuurin matkailupalveluille. Kuntalaisille se tarjoaa luontopolkuja, hiihtolatuja, kelkkauria ja kodat ja laavut Kemijoen varrella. Alatalon mukaan Tervolan vetovoimatekijät matkailun kannalta ovat kaunis luonto, Kemi-joki, maisematiet jokivarressa, maatilat, sodan tuhoilta säästyneet vanhat rakennukset, vaarat erilaisine harrastusmahdollisuuksineen ja selkeät vuodenajat. Täysin hyödyntämättömänä matkailun kannalta ovat Tervolassa sijaitsevat luonnonpuistot Runkaus ja Pisa. Niin ikään hyödyntämättä oleva vetovoimatekijä on vähintään 6000 vuotta vanha historia, johon kuuluu Törmävaarassa sijaitseva kivikautinen kylä. (Alatalo 2013.)

Matkailija löytää kunnassa tarjottavat matkailupalvelut [visittervola.fi](http://visittervola.fi)-verkkosivujen kautta. Tien varsilla on lisäksi viisi opastetaulua, joita ei kuitenkaan päivitetä tarpeeksi usein. Kunnan omilla verkkosivuilla löytyy tietoa julkisen pääsyn kohteisiin ja matkailija on huomioitu ohjauksella [visittervola.fi](http://visittervola.fi)-sivustolle. (Alatalo 2013.) Kuitenkin vain yksi alle tunnin Tervolassa viettäneistä 26 vastaajasta, oli tietoinen Tervolan matkailumahdollisuuksista ja -palveluista. Tästä käy ilmi, että linkki on vaikeasti löydettävissä ja sitä voisi tuoda paremmin esille.

Alatalon mukaan Tervolassa vierailevista matkailijoista ei ole tilastoja, koska tervolalaiset yritykset eivät täytätä matkailijoilla majoittumislomakkeita. Pai-

kalliset majoitusliikkeet ovat niin pieniä, ettei niillä ole velvoitetta kerätä tietoja majoittuvista asiakkaista. Alatalo tiesi kuitenkin sanoa, että Tervolaan tulee Wild Laplandin kautta jonkin verran pieniä ryhmiä ja yksittäisiä ulkomaisia matkailijoita. He pitävät Tervolaa tukikohtanaan, josta tekevät matkoja eri puolille Lappia. Tammikuussa Tervolassa vierailee useita satoja venäläisiä, jotka majoittuvat Kemissä ja tulevat bussilla päiväksi Tervolaan poroajelulle ja nauttimaan lappilaista ruokaa kirkonkylälle. Kesällä kunnassa vierailee ohikulkevia matkailijoita, jotka ovat matkalla pohjoiseen. (Alatalo 2013.)

Kunta ei segmentoi kunnassa käyviä matkailijoita. Segmentoinnille olisi tarvetta, jos kunta haluaisi markkinoida itseään tietyille matkailijaryhmälle. Tervolassa on kuitenkin niin pienet kapasiteetit, ettei suurta markkinointia kannata tehdä kun suuria asiakasmääriä ei voida majoittaa. Alatalon näkemyksen mukaan segmentointi pitäisi tehdä seutukunnallisesti niin, että Meri-Lappi valitsisi jonkin kohderyhmän ja paketoisi palvelut siten, että koko seutukunta hyötyisi matkailullisesti. Esimerkiksi Tervolaan voitaisiin organisoidusti järjestää päivämatkoja, jotka hyödyntäisivät paikallisia aktiviteetteja. Yöpyville asiakkaille pitäisikin olla joka päivälle tekemistä, jotta heidän viipymäänsä saataisiin pidennettyä. Ohikulkevien matkailijoiden viipymää saataisiin Alatalon mukaan pidennettyä esimerkiksi tehtaanmyymälällä tai suurella ABC-tyyppisellä pysähdyspaikalla. (Alatalo 2013.)

Matkailuyrittäjien välistä yhteistyötä voitaisiin Alatalon mukaan lisätä keräämällä paikallisten matkailuyrittäjien palveluita pakettiin ja myymällä koko pakettia. Näin voitaisiin majoittaa ja palvella suurempia asiakasryhmiä kerralla. Kunnan ja yrittäjien välistä yhteistyötä voitaisiin Alatalon mukaan kehittää molemminpuolisella avoimuudella. Molempien osapuolien pitäisi uskaltaa kertoa, mitä haluaisi tai voisi tehdä. Kunnan ja yrittäjien tämän hetkinen yhteistyö on pääasiassa infrastruktuurin luomista esimerkiksi kaavoituksiin, rakentamiseen ja ympäristöön liittyviä asioita. Alatalo kertoi, että Meri-Lappiin on vireillä konttori, joka keräisi, markkinoisi ja möisi matkailupaketteja koko Meri-Lapissa. (Alatalo 2013.)



## 7.2 Tervolahovi

Haastattelimme Tervolahovin yrittäjäpariskuntaa Tenho ja Mari Kakkoa. Tervolahovi tarjoaa majoituspalvelua, limusiinikuljetuksia, juhlapalvelut, kokous- ja koulutustiloja, monipuolisia aktiviteetteja kuten saunalautta ja erilaiset vesiaktiviteetit, joita on näkyvillä kuvassa 2. Tervolahovista löytyy myös A-oikeuksilla varustettu ravintola, kaksi tanssilattiaa ja karaoke. Tervolahovi on auki tilauksesta, mutta majoituksen voi varata ympäri vuorokauden. Ravintola on auki joka viikonloppu ympäri vuoden. Kesäkaudella Tervolahovi on avoinna joka päivä. Viimeisen vuoden aikana 500 kävijän raja on rikottu neljä kertaa. Tervolahovi sijaitsee Kemijoen rannassa lähellä Tervolan keskustaa. Tenho Kakko korostikin palveluiden sijainnin merkitystä: ”Ihmiset tykkää tulla rannalle tanssimaan.” Tervolahovin käytetyin palvelu on virkistytymispaketti, johon kuuluu edestakainen limusiinikuljetus tai vip-bussi, ruuat, saunaosastot ja omat juhlatilat.



Kuva 2. Vesiaktiviteettivälineitä Tervolahovin rannassa (Häätylä 2013).

Tenho ja Mari Kakon mukaan asiakkaat löytävät yrityksen useasti suusta suuhun kulkeneen tiedon välityksellä. Uudet virkistytymis- ja kokousasiakkaat tulevat pääosin kuulemansa hyvän palautteen perusteella. Jonkin verran asiakkaita tulee myös nelostien kylttejä seuraamalla. Pariskunnan mukaan

asiakkaat käyttävät myös Googlea majoituksen etsimiseen tien päältä. (Kakko 2013.) Näiden lisäksi löysimme visittervola.fi-sivustolta linkin Tervolahovin kotisivuille.

Kesäaikana yrityksessä käy paljon ravintola-asiakkaita. Tervolahovissa järjestetään paljon erilaisia juhlia kuten polttareita, häitä ja syntymäpäiviä. Tervolahovissa majoittuu myös työmatkoilla olevia asiakkaita. Yrittäjien mukaan tärkeä osa yrityksen asiakaskuntaa ovat virkistäytyvät työporukat. Vakioasiakkaita Tervolahovissa on etenkin yrityksistä. Eräskin kemiläinen yritys on käyttänyt Tervolahovin palveluita neljä vuotta. Ulkomaalaisia asiakkaita Tervolahovissa käy harvoin. Kesällä käy jonkin verran pyöräilijöitä Keski- ja Etelä-Euroopasta. (Kakko 2013.) Mielestämme ainakin virkistäytymis- ja kokousasiakkaita voisi potentiaalisesti tulla Oulun, Kemi-Tornion ja Rovaniemen alueelta Tervolaan sen keskeisen sijaintinsa ja hyvien liikenneyhteyksien ansiosta.

Tervolahovi ei ole varsinaisesti segmentoinut asiakkaitaan, mutta yrittäjäpariskunta tuntuu tietävän, keitä heidän asiakkaansa ovat. Tenho Kakon mukaan suurin osa Tervolahovin Facebook -sivujen tykkääjistä on iältään 35–45-vuotiaita. Myös lapsiperheet on huomioitu erityisesti palveluissa ja lasten viihtyvyys otetaan huomioon. Haastatteluhetkelläkin majoituskapasiteetti oli täynnä, joten yrittäjät eivät kokeneet tarvetta markkinoinnin lisäämiselle tai kohdentamiselle. (Kakko 2013.)

Tervolahovista kerrotaan, että yöpyvät asiakkaat viipyvät keskimäärin yhdestä kolmeen yötä. Työporukat voivat viipyä pidemmänkin aikaa. Tenho Kakon mielestä matkailijoiden viipymän pidentäminen Tervolassa olisi ensisijaisesti kunnan tehtävä. Kakon mukaan Tervolaa pitäisi markkinoida yhtenä kokonaisuutena ja Kätkävaaran luontopolkuja ja Varejoen kivikylää pitäisi tuoda esiin paremmin. Messuilla kulkeminen ja tiedottaminen olisi kunnan tehtävä. Tervolassa on hyviä matkailualan yrityksiä, mutta asiakkaita ei tule, jos Tervolaa ei tiedetä. (Kakko 2013.)

Tervolahovi tekee yhteistyötä paikallisten yritysten kanssa. Esimerkiksi jos Tervolahovin majoitus on täynnä niin asiakkaat saavat muiden paikallisten

majoituspalveluiden puhelinnumerot. Yrittäjien mielestä Tervolahovin ja Tervolan kunnan välinen yhteistyö ei ole sitä, mitä sen pitäisi olla. Tenho Kakko haluaisi, että Tervolassa järjestettäisiin matkailuyrittäjille yhteinen tilaisuus, jossa tutustuttaisiin, pidettäisiin palavereita, luotaisiin yhteishenkeä ja yhteistyötä. (Kakko 2013.) Mielestämme Tervolan kaltaisessa pienessä kunnassa yrittäjien välinen yhteistyö on erityisen tärkeää, koska vain yhteistyön avulla Tervolalle saadaan näkyvyyttä ja vetovoimaisia attraktioita. Kehittämällä yhteistyötä, Tervolassa palveltaisiin samalla nykyisiä asiakkaita paremmin, mikä olikin toimeksiantajan ensisijainen toive.

### **7.3 Neste Tervakuxsa Oy**

Haastattelimme Neste Tervakuxsa Oy:n (myöh. Kuksa) yrittäjää Sami Junttaria. Kuksalla on huoltoasemapalveluiden lisäksi myös pieni motelli. Junttarin mukaan Kuksan tärkeimmät tuotteet ovat polttoaineen jakelu ja kahvilapalvelut. Junttari on aloittanut Kuksan yrittäjänä Toukokuussa ja hän itse asuu Kemissä. Uutena yrittäjänä Junttari ei ollut tietoinen Tervolan matkailuun liittyvistä asioista, vaan keskittyi yrityksen perusasioiden hoitamiseen. Matkailijaa ei ole erityisesti huomioitu yrityksen verkkosivuilla. Motellissa majoittuu pääasiassa työporukoita ja satunnaisesti ohikulkumatkailijoita, jotka eivät jaksaa ajaa Rovaniemelle asti. Ulkomaisia asiakkaita ei yövy motellissa kuin muutama vuodessa. (Junttari 2013.)

Kysyessämme segmentoinnista Junttari totesi, ettei asiakkaiden luokittelulle ole tarvetta, koska yritys ei käytä rahaa markkinointiin tällä hetkellä. Junttari haluaisi saada yrityksen perusasiat kuntoon ennen markkinointia. Tulevaisuuden markkinointi suunnattaisiin Junttarin mukaan paikallisille asiakkaille. Yhteistyö Tervolan muiden yrittäjien kanssa on vähäistä. Ainoastaan majoittumiseen liittyvää yhteistyötä tehdään Tervolahovin kanssa. Yritykset ottavat yhteyttä toisiinsa, jos majoittuvia asiakkaita tulee, eikä majoituskapasiteetti riitä. Neste Tervakuxsa Oy oli haastateltaessa ollut Tervolan kirjoilla vasta kuukauden. Yrittäjä olisi avoin yhteistyölle kunnan kanssa esimerkiksi antamalla osan tontistaan kunnan palveluiden käyttöön, kuten myyntikojuille, jotka hyödyttäisivät molempia osapuolia. (Junttari 2013.)

Junttari ei osannut sanoa, miten matkailijoiden viipymää voitaisiin pidentää yrityksessä tai kunnassa. Viipymän pidentäminen on Junttarin mielestä haastavaa, koska ohikulkevilla matkailijoilla tuntuu olevan kiire lopullisiin lomakohteisiin. Esimerkiksi takeaway-kahveja menee Kuksalla Junttarin (2013) mukaan kymmenkertainen määrä Levin Nesteeseen verrattuna.

## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 8.1 Paketoinnilla laatua palveluihin

Eniten kyselyyn vastaajat toivoivat Tervolaan kahvilaa ja ravintolaa. Tervolan keskustaan on tulossa ravintola ja kesäisin ainakin Tervolahovista ja Tervolatalista saa kaivattuja palveluita. Nelostien varrella olevat huoltoasemat tarjoavat jo kahvila- ja ravintolapalveluita, mutta niihin ei kyselyiden perusteella olla tyytyväisiä. Esimerkiksi Kuksalla vierailevat matkailijat toivoivat kahvila- ja ravintolapalveluita Tervolaan, vaikka olivat siellä syömässä tai kahvilla. Ongelmana on matkailijoiden ohjaaminen nelostien varresta joen toiselle puolelle Tervolan keskustaan, jossa ravintolat sijaitsevat. Kuten kyselystäkin kävi ilmi, Tervolassa pysähtyy paljon matkailijoita, joten matkailijoiden ohjaamiseen kylälle pitäisi panostaa vielä enemmän. Tervolan kylälle johtavaan nelostien risteykseen voisi myös perustaa esimerkiksi lappilaista ruokaa tarjoavan kunnollisen ravintolan. Saamiemme vastausten perusteella tällaiselle ravintolalle olisi kysyntää.

Monet vierailijat kaipasivat parempia verkkopalveluita Tervolan tapahtumiin, majoitukseen ja palveluihin liittyen. Kaivatut verkkopalvelut ovat jo olemassa, mutta niistä ei selvästikään tiedetä. Visittervola.fi-sivusto on koonnut jo hyvin matkailijaa kiinnostavat tiedot, mutta sivuston markkinointi on ollut puutteellista. Tietoisuutta sivuista voisi lisätä laittamalla nelostien varrella oleviin valotauluihin mainoksen näistä sivuista. Visittervola.fi-sivujen näkyvyyttä voisi lisätä myös selvemällä ohjauksella kunnan omilta kotisivuilta. Visittervola.fi-sivut ohjaavat potentiaaliset matkailijat helposti yritysten omille kotisivuille. Yritysten vastuulle jää omien verkkosivujensa päivittäminen.

Ensisijaisesti Tervolassa pitäisi saada matkailupalvelut kuntoon ja matkailijoiden viipymää pidennettyä, mikä voisi tuoda myös uusia matkailijoita kuntaan. Myös nykyisiltä päivämatkailijoilta pitäisi saada enemmän tuloja kunnalle. (Pistokoski 2013a.) Alatalo puhui haastattelussa matkailutuotteiden paketoinnin tärkeydestä matkailijoiden viipymän pidentämisessä (Alatalo 2013). Paketoinnin mahdollistamiseksi pitäisi paikallisten matkailuyrittäjien välille saada yhteistyöhalukkuutta, joka ei aineistomme perusteella ole vielä vaadi-

tulla tasolla. Paketoimalla yrittäjien palveluita yhteen saataisiin päivämatkailijoille ohjelmaa koko päiväksi Tervolaan, mikä lisäisi viipymää ja näin myös matkailusta kertyviä tuloja. Paikalliset matkailuyritykset ovat sen verran pieniä, ettei niillä välttämättä ole resursseja yksinään tarjota koko päivän ohjelmaa ja aterioita päivämatkailijoille. Päiväohjelmien toteutuksessa yritykset voisivat keskittyä omiin vahvuuksiinsa. Esimerkiksi yritys 1 voisi järjestää kuljetukset, yritys 2 ateriat, yritys 3 ohjelmaa ja niin edelleen.

Vaikka toimeksiantajan ensisijaisena tavoitteena ei ollutkaan matkailijamäärän lisääminen, voisi Tervolan matkailu kehittyä matkailuyrittäjien yhteistyön ja palveluiden paketoinnin myötä siten, että esimerkiksi bussilastillinen venäläisiä päivämatkailijoita voitaisiin vastaanottaa Tervolaan. Paketteja voisi markkinoida esimerkiksi Kemissä tai Torniossa majoittuville matkailijoille, koska kohderyhmä on jo Tervolan lähistöllä, eikä markkinointiin tarvitsisi käyttää paljon resursseja.

Kyselyyn vastaajat kaipaivat Tervolaan lisää majoituspalveluita, eniten hotelleja ja jonkin verran maatilamajoitusta. Olisi hyvä pohtia, olisiko hotellin perustaminen Tervolaan kannattavaa. Vaikka ohikulkevaa liikennettä Tervolassa onkin paljon, niin sijaintinsa puolesta hotelli Tervolassa ei luultavasti menestyisi. Kemistä ja Rovaniemeltä molemmista löytyy paljon majoituspalveluja ja suurten ketjujen hotelleja. Riippumatta siitä, kumpaan suuntaan ohikulkeva matkailija on menossa, on Tervolasta lyhyt matka kaupunkien tarjoamiin majoituspalveluihin. Kuten Junttari (2013) haastattelussamme totesi, Neste Tervakuksa Oy:n motelliin pysähtyy vain satunnaisesti matkailijoita, jotka eivät jaksakaan ajaa kaupunkiin tai lomakohteeseen. Oman näkemyksemme mukaan hotelleja ei kannattaisi perustaa Tervolaan ohikulkevan liikenteen takia. Tervolan matkailussa pitäisi keskittyä pääosin päivämatkailijoihin.

Matkailuyrittäjien välinen yhteistyö on tällä hetkellä yksittäisten yrittäjien välistä ja pienimuotoista. Yrittäjien välinen yhteistyö pitäisi saada laajemmaksi ja organisoitua paremmin esimerkiksi kunnan taholta. Tervolassa pitäisi järjestää matkailuyrittäjien ja kunnan yhteiset matkailun kehittämispäivät, joissa yrittäjät löisivät ”ämpäripäänsä” yhteen. Kehittämispäivillä voitaisiin keskustella, verkostoitua, pitää seminaareja ja luoda yhteishenkeä. Tervolan matkai-

luelinkeino tarvitsisi tämänkaltaisen sysäyksen, joka helpottaisi koko kunnan välistä matkailuyhteistyötä. Elinkeinoharjoittajien parannettu yhteistyö helpottaisi matkailupalveluiden paketointia Tervolassa, koska yrittäjät tuntisivat toistensa palvelut ja voisivat sovittaa tarjoamiaan palveluita yhteen. Myös kunta olisi ajan tasalla paikallisten matkailuyritysten palveluista ja voisi olla mukana palvelupakettien ideoinnissa. Tervolan kaltaisessa pienessä kunnassa yhteistyö ja palveluiden paketointi on matkailun kehittämisen kannalta elintärkeää, koska yksittäisillä matkailuyrityksillä ei ole usein vaadittavia resursseja tarvittavan näkyvyyden luomiseksi.

Matkailupalveluiden paketointi helpottaisi markkinointia, koska Tervolan matkailua voitaisiin markkinoida yhtenäisenä kokonaisuutena esimerkiksi Kemissä tai Rovaniemellä majoittuville ulkomaalaisryhmille. Matkailupalvelupaketin markkinointia olisi myös helpompi kohdentaa tietyille segmenteille, kuin yksittäisen Tervolalaisen matkailuyrittäjän olisi.

Matkailupalveluiden paketoinnilla voitaisiin pidentää päivämatkailijoiden ja yöpyvien matkailijoiden viipymää. Paketoinnin avulla päivämatkailijoiden muutaman tunnin vierailuun saataisiin sisällytettyä enemmän palveluita ja matkailutuloja saataisiin jaettua useammalle alueen matkailuyritykselle. Selkeillä ohjelma- ja majoituspaketeilla päivämatkailijoista voitaisiin saada yöpyviä matkailijoita. Esimerkiksi tammikuussa Kemissä yöpyville venäläisille voisi kehittää yön yli -paketin Tervolaan, johon kuuluisi ateriat, erilaisia aktiviteetteja Tervolan luonnossa ja majoitus. Kun paketissa käytettäisiin eri matkailuyrityksien palveluita, niin eri yrittäjien osaamiset tulisivat paremmin esille ja palveluista tulisi asiakkaille laadukkaampia. Palveluista nauttinut asiakas voi suositella ystävilleen alueen palveluita, joten monesti ”tyytyväinen asiakas on paras mainos”.

Useamman päivän Tervolassa viettävien matkailijoiden viipymää saataisiin Alatalon (2013) mukaan pidennettyä tarjoamalla heille enemmän erilaisia aktiviteetteja. Paketoinnin myötä Tervolan aktiviteettitarjonta tulisi kunnassa yöpyville matkailijoille selkeämmäksi ja he saattaisivat viipyä Tervolassa useampia öitä. Esimerkiksi Kätkävaaran luontokeskuksessa majoittuvat ulkomaalaisryhmät voisivat käyttää monipuolisemmin Tervolan matkailuyrittäji-

en aktiviteettipaketteja. Majoittujien viikko-ohjelma voisi pidentyä Tervolan kylän keskustaan järjestetyllä aktiviteettipäivällä.

## **8.2 Ohikulkijasta vierailijaksi**

Reilusti suurin osa Tervolassa vierailevista matkailijoista viipyy kunnassa hyvin lyhyen ajan, eli ovat ohikulkumatkailijoita. Yöpyvien matkailijoiden viipymästä ei ole tarkkaa tietoa, koska rekisteröityjä majoituspalveluita ei ole. Majoituspalveluita tarjoavat yritykset ovat sen verran pieniä, etteivät ne kerää tilastoja majoittujista. Matkailijoiden viipymän pidentäminen on toimeksiantajan mukaan tärkeässä osassa Tervolan matkailun kehittämistä (Pistokoski 2013b).

Ohikulkumatkailijoiden viipymän pidentäminen tuntuu olevan erittäin haasteellista. Joitakin markkinointitoimenpiteitä on kunnassa jo tehty. Joulukuussa 2012 Tervolan risteykseen pystytettiin Tervolan Yrittäjät Ry:n toimesta mainosvalotauluja. Kemin suunnasta tultaessa näkyvä valotaulu on kuvassa 7. Ohikulkijoiden viipymän pidentämiseksi olisi oleellista saada heidät tietoisiksi Tervolan matkailumahdollisuuksista ja -palveluista. Vain yksi alle tunnin aikaa Tervolassa viettäneistä ilmoitti olevansa tietoinen kunnan tarjoamista matkailupalveluista. Tietysti on mahdotonta saada kaikkia ohikulkijoita tietoisiksi Tervolan matkailumahdollisuuksista ja palveluista, mutta niitä voisi tuoda paremmin esille ja esimerkiksi mainostaa [visittervola.fi](http://visittervola.fi)-sivustoja risteyksen valotauluilla. Nelostien varteen voisi esimerkiksi laittaa Tervolaa mainostavia kuvia idyllisestä maaseudusta, Kivikylästä tai kauniista luonnosta. Visuaalisuutta voisi hyödyntää valotaulujen mainoksissa paremmin ja saada ohikulkijoille positiivinen mielikuva Tervolasta, vaikka he eivät sillä kerralla pysähtyisikään. Näin ohikulkijat voisivat kiinnostua Tervolasta ja vieraila heidän kotisivuillaan.





Kuva 3. Nelostien Tervolaan kääntyvä risteys (Häätylä 2013).

Pysähtymisen pidentämiseksi ei aina tarvita suuria investointeja. Esimerkiksi Pyhäjärven kunnassa, nelostien varressa sijaitseva Vaskikello palvelee sesonkiaikana tuhansia asiakkaita päivässä. Vaskikello on tieltä katsottuna mielenkiintoa herättävä suurine kelloineen ja houkuttelee pysähtymään. Paikalla on tarina, joka on lähtenyt yhdestä messinkikellosta ravintolan ovenpielessä. Nykyisin paikalla on kellovalimo ja pysähdyspaikalla voit soittaa tielle asti näkyvää Suomen suurinta kelloa. (Vaskikello, 2013)

Tervolaan kääntyvään risteykseen, Tervakuksan yhteyteen voisi harkita esimerkiksi maaseutu -aiheista ”teemapuistoa”. Risteyksessä voisi olla kotieläimiä ja muita maaseudun elementtejä, sekä oheispalveluita, kuten myyntikojuja. Lapset saattaisivat kiinnostua kotieläimistä ja näin matkalla olevat lapsiperheet saataisiin pysähtymään ja käyttämään risteyksen palveluita.

Kyselyin keräämästämme aineistosta kävi ilmi, että tapahtumat, tekeminen ja majoitus saivat matkailijat jäämään Tervolaan pidemmäksi aikaa. Mielestämme Tervolaan kannattaisi suunnitella lisää kesäisiä tapahtumia, koska tapahtumia toivottiin paljon ja kesä miellettiin parhaaksi vuodenaikaksi vierailta Tervolassa. Kesällä liikkuu myös paljon lomalaisia, joilla on aikaa. Tapahtu-

mat pitäisi järjestää yrittäjien keskinäisellä ja yrittäjien ja kunnan välisellä yhteistyöllä. Näin Tervolan matkailuelinkeinon yhteishenkeä saataisiin kohennettua ja Tervolan matkailumahdollisuuksia tuotua esille sekä näkyvyyttä lisättyä. Pienimuotoiset tapahtumat eivät vaatisi suuria investointeja verrattuna hyötyyn, joka niistä voitaisiin saada. Tapahtumissa paikalliset matkailuyritykset voisivat esitellä omia palveluitaan kesäisten aktiviteettien yhteydessä. Aktiviteetit voisivat olla koko perheen kilpailuja esimerkiksi tikanheitto, mölky, porsaan kiinnijuoksu ja vesiaktiviteetit Kemijoella. Maaseudun tunnelmaa tapahtumissa voisi lisätä vaikkapa kansanmusiikkiesityksillä. Lisäksi tapahtumien yhteydessä voitaisiin myydä paikallisia maaseututuotteita, kuten tuoretta rieskaa, mansikoita, herneitä ja erilaisia käsitöitä.

Tervolassa järjestetään vuosittain Ämpäripää-tapahtuma. Tällä hetkellä Ämpäripää on suurelta osin kuntalaisten oma tapahtuma. Ämpäripää-tapahtuman nimi juontaa juurensa tervolalaisille annetusta lisänimestä. Ämpäripää nimitystä käytetään edelleen leikkimielisesti tervolalaisista. (Pistokoski 2013b). Tervolassa kesäisin järjestettävää tapahtumaa voitaisiin tulevaisuudessa markkinoida enemmän matkailijoille. Tapahtumalla olisi potentiaalia tuoda matkailijoita Tervolan kylän keskukseen, koska tapahtumassa on ainutlaatuisia kilpailuja ja aktiviteetteja, kuten kirkkovenesoutua sekä ulvonan-, ja ämpäriheiton maailmanmestaruuskilpailut. Tapahtumaviikonloppuna Tervolassa on tarjolla myös viihdettä ja musiikkiesityksiä. (Tervola 2013.) Pienimuotoisella tienvarsimainonnalla voitaisiin saada ohikulkevia matkailijoita vierailemaan Ämpäripää-tapahtumassa. Ohikulkevan matkailijan huomio voitaisiin herättää esimerkiksi tien laidassa seisovalla mallinukella, jolla olisi ämpäri päässä. Muutaman kilometrin kuluttua tien laidassa voisi olla perinteisempi kylttimainos, jossa tuotaisiin ilmi tapahtuman uniikit aktiviteettimahdollisuudet ja kilpailut. Näin Tervakuksalla vietetty alle tunnin kahvitauko saataisiin muutettua muutaman tunnin viipymäksi Tervolan kylän keskuksessa.

### **8.3 Maaseudusta matkailuvaltti**

Matti Alatalo (2013) listasi tekemässämme haastattelussa Tervolan matkailun vetovoimatekijöiksi muun muassa pikkutiet ja maisematiet jokivarressa, sodan tuhoilta säästyneet maatilat, sekä Törmävaaran kivikautinen historia.

Edellä mainittuja attraktioita oli Alatalon mukaan matkailullisesti hyödynnetty vain vähän tai ei lainkaan.

Maaseutumatkailun ollessa tiukasti sidoksissa sitä tarjoavan alueen kulttuuriin, pitäisi Tervolan kunnan alueelta löydettyä kivikautista historiaa käyttää enemmän hyödyksi markkinoinnissa. Tervolan kunnan alueelta on löytynyt yksi Euroopan suurimpia yhtenäisiä kivikautisia asutuksia. Yli 6000 vuotta vanhoista kulttuurin juurista löytyisi varmasti monia matkailijoita koukuttavia ideoita koko alueen markkinointiin ja palveluihin.

Tervolan kylän keskusta ympäröi hiljaiset pikkutiet joista näkyy kauniita jokimaisemia. Näitä teitä ei ole vielä matkailullisesti hyödynnetty. Tervolan kuntahan ei hyötyisi rahallisesti, esimerkiksi pikkuteitä ajavista ja maisemia ihaillevista sunnuntaiautoilijoista. Lisääntynyt liikenne Kemijoen itäpuolella kuitenkin lisäisi paikallisten palveluiden käyttöä ja lisäisi Tervolan näkyvyyttä ohikulkevien matkailijoiden keskuudessa pienellä panostuksella markkinointiin. Maisemateitä voitaisiin mainostaa Tervolan risteyksessä sijaitsevilla valotauluilla käyttämällä kuvia kauniista maisemista mitä maisemateillä voisi nähdä lisää. Saattamalla ohikulkevia matkailijoita käyttämään Tervolan kylän pieniä teitä, saataisiin Tervolan kylän keskukseen liikennettä ja mahdollisesti käyttäjiä palveluille.

Aineistosta nousi esiin, että maatilamatkailulle olisi kysyntää VFR-matkailijoiden ja jopa ohikulkumatkailijoiden keskuudessa. Tervolan kylän keskustan lähellä on useita maatiloja, jotka voisivat sivutoimisesti järjestää maatilamajoitusta ja näyttää vierailijalle väläyksen maaseudun arjesta. Maatilalla vierailevat voisivat päästä esimerkiksi mukaan aamulypsylle ja ruokkimaan eläimiä. Mahdollisesti maatilamatkailun markkinoinnissakin voitaisiin hyödyntää Törmävaaran kivikautista historiaa esimerkiksi tarinoin ja retkin Tervolan muinaishistoriaa esittelevään näyttelyyn Varejoen vanhassa kyläkoulussa (Tervola 2013.) Pieniä ohjelmapalveluitakin voitaisiin järjestää vieraileville matkailijoille, esimerkiksi maisemien esittelyä traktorin kyydistä.

#### 8.4 Luonto osaksi Tervolan matkailua

Matkailun vetovoimatekijät ovat asioita tai ominaisuuksia, joista matkakohteiden matkailuun liittyvä vetovoimaisuus syntyy. Tällaiset vetovoimatekijät voivat liittyä luontoon, kulttuuriin, historiaan, harrastusmahdollisuuksiin ynnä muihin tekijöihin. (Järviluoma 2006, 62.) Luontomatkailemisen, niin kuin muunkin matkailun kehittämisen edellytyksenä Tervolassa on luontoon liittyvien vetovoimatekijöiden tunnistaminen omassa kunnan sisällä. Matkailuelinkeinon haastattelujen ja matkailukyselyjen perusteella voimme todeta, että nämä vetovoimatekijät ovat tunnistettu, mutta niitä ei ole vielä osattu, haluttu tai pystytty hyödyntämään oikein. Kunnan tulisi tutkia lisää, millaiseen luontomatkailemisen Tervolassa kannattaisi panostaa esimerkiksi teettämällä kyselyitä matkailijoille luontomatkailemisen liittyen. Tutkimusten avulla saataisiin tarkempaa tietoa siitä, millaiseen luontomatkailemisen Tervolassa kannattaisi panostaa. Paikalliset vastaajat nostivat kyselyissä esille Tervolassa sijaitsevat vaarat ja Kemijoen esittelykohteina ja matkailullisina mahdollisuuksina. Haastattelussa elinkeinokoordinaattori Matti Alatalo (2013) painotti niin ikään luontoon liittyviä tekijöitä matkailun vetovoimatekijöiksi Tervolassa. Alatalon (2013) mukaan täysin matkailullisesti hyödyntämättä ovat esimerkiksi kunnan luonnonpuistot ja Varejoen kivikautinen kylä.

Vaikka luonnonpuistoja ei ole tarkoitettu varsinaisesti matkailulliseen käyttöön, ne ovat ainutlaatuisina alueina erittäin vetovoimaisia kohteita. Haastattelussa Alatalo (2013) mainitsi, että luonnonpuistoihin voitaisiin rakentaa maasta irti oleva polkuverkosto, jollaisia Suomessa ei ole, mutta esimerkiksi Keski-Euroopassa sellaisia käytetään. Tällaista luonnonpuistoa olisi mielestämme helppo markkinoida. Tervolassa pääsisi kokemaan ainutlaatuisen luonnon ensimmäisessä ”latvatason” polkuverkostossa. Luonnonpuistoja voisi mielestämme hyödyntää erityisen hyvin päivämatkailussa. Lähialueilla ei ole muita luonnonpuistoja ja Kemi-Tornion sekä Rovaniemen alueella olisi paljon potentiaalisia matkailijoita. Tervolan luonnonpuistoihin pitäisi rakentaa ”vierailureitti”, joka ei vahingoittaisi luontoa, mutta ihmiset pääsisivät näkemään ja kokemaan kauneinta suomalaista luontoa.

Ongelmana Tervolassa tuntuu olevan matkailuyrittäjien välinen yhteistyö esimerkiksi tuotteiden paketoinnissa ja markkinoinnissa. Myös kunnan pitäisi

ottaa roolia yhtenäisen kokonaisuuden luomiseksi ja tietoisuuden lisäämiseksi Tervolan matkailullisista mahdollisuuksista. Esimerkiksi luonnonpuistoista ja kivistä kylästä saisi luotua päivän kestävästä pakettimatkan Rovaniemeltä tai Kemistä. Uskomme, että oikein suunnitellulla tarinalla ja markkinoinnilla saisi ulkomaisia matkailijoita kaupungeista houkutelua päiväksi ”eksoottiseen Lapin kylään” Tervolaan, jolla on 6000 vuotta vanha historia. Esimerkkinä voidaan mainita Jäänmurtaja Sampo ja Ranuan eläinpuisto, jonne järjestetään suuri määrä päivämatkoja Rovaniemeltä.

### **8.5 Yhteenveto**

Suurin matkailijasegmentti Tervolassa on ohikulkumatkailijat, jotka ovat matkalla lopulliseen määränpäähänsä ja pysähtyvät Tervolan huoltoasemilla lyhyitä aikoja. Yksi Tervolan näkyvä matkailijasegmentti on VFR-matkailijat, jotka tulevat tapaamaan sukulaisia tai ystäviä. Talvella Tervolassa on jonkin verran ulkomaalaisia matkailijoita, jotka tekevät päivämatkoja Kemistä tai pitävät Tervolassa sijaitsevaa Kätkävaaran luontokeskusta tukikohtanaan.

Tervolassa on monia hyviä matkailupalveluiden tarjoajia, joiden valikoimista löytyy monenlaisia aktiviteetteja ja majoitusta. Tervolan kunnalla ei ole perinteistä matkailu-infoa, josta saisi tietoa paikallisista matkailuyrityksistä ja palveluista. Kunnalla on kuitenkin laadukkaat verkkosivut, joihin matkailumahdollisuudet on koottu hyvin. Visittervola.fi-sivustoa pitäisi tuoda paremmin matkailijoiden tietoisuuteen. Erityisesti ohikulkevien matkailijoiden tietoisuus Tervolan matkailupalveluista ja -mahdollisuuksista oli vähäistä. Palveluista matkailijat toivoivat eniten kahvila- ja ravintolapalveluita Tervolaan.

Tervolan kunnan matkailuelinkeinon kanssa toimivat tahot eivät juurikaan ole olleet yhteistyössä. Tästä syystä myös viipymää pidentävien matkailutuotteiden aikaansaaminen on ollut vähäistä. Aineistosta on tulkittavissa, että nykyinen tilanne ei eroa paljoa vuoden 2003 nykytilannekuvauksesta. Matkailuelinkeinon keskinäisessä yhteistyössä tuntuu olevan edelleen paljon kehitettävää Tervolassa. Tervolan matkailualan yrittäjät tarvitsevat jonkinlaisen alkusysäyksen yhteistyölle. Yhteistyön mahdollistama matkailupalveluiden paketointi helpottaisi Tervolan matkailun markkinointia, pidentäisi matkailijoi-

den viipymää ja mahdollistaisi suurempien matkailijaryhmien vastaan ottamisen. Tulevaisuudessa pitäisi miettiä uusia keinoja ohikulkumatkailijoiden viipymän pidentämiseksi ja keskittyä kunnan matkailun sisäiseen yhteistyöhön. Uusia matkailupalveluita kehitettäessä, olisi hyvä pitää mielessä kunnan omat vetovoimatekijät, jotka painottuvat luontoon ja maaseutuun.

## LÄHTEET

- Aaltola, J. – Valli, R. 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalla tutkijalla. Jyväskylä: PS-Kustannus
- Alatalo M. 2013 Tervolan kunnan elinkeinokoordinaattorin haastattelu 25.9.2013
- Google 2013. Osoitteessa [https://maps.google.fi/maps?client=firefox-a&channel=fflb&q=tervola+google+maps&ie=UTF-8&hq=&hnear=0x442b2bcf8351cbf1:0x40146d63c75c1a0,Tervola&gl=fi&ei=g\\_t4UrrsPLTc4QTih4DwBA&ved=0CCwQ8gEwAA](https://maps.google.fi/maps?client=firefox-a&channel=fflb&q=tervola+google+maps&ie=UTF-8&hq=&hnear=0x442b2bcf8351cbf1:0x40146d63c75c1a0,Tervola&gl=fi&ei=g_t4UrrsPLTc4QTih4DwBA&ved=0CCwQ8gEwAA) 5.11.2013
- Hall, M. - Boyd, S. 2005. Nature-based Tourism in Peripheral Areas. Development or Disaster? Clevedon: Channel View Publications
- Hemmi, J. 2005a. Matkailu, ympäristö, luonto osa 1. Jyväskylä: Gummerus
- Hemmi, J. 2005b. Matkailu, ympäristö, luonto osa 2 Jyväskylä: Gummerrus
- Hirsjärvi, S. – Remes, P. – Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi
- Hirsjärvi, S. – Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus
- Häätylä, A. 2013. Valokuvat 25.9.2013.
- Häätylä, A. – Pistokoski, P. 2013 Taulukko Tervolan matkailupalveluista.
- Junttari S. 2013 Neste Tervakuksa Oy:n yrittäjän haastattelu. 25.9.2013
- Järviluoma, J. 2006. Turistin luonto. Tutkimus luonnon merkityksestä matkailun vetovoimatekijänä neljässä Lapin matkailukeskuksessa. Rovaniemi: Lapin yliopiston kauppatieteiden ja matkailun tiedekunta.
- Järviluoma, J. - Saarinen, J. (toim.) 2001. Luonnon matkailu- ja virkistyskäyttö tutkimuskohteena. Rovaniemi: Metsäntutkimuslaitos, Rovaniemen tutkimusasema, hanke 3295
- Kakko M. – Kakko T. 2013. Tervolahovin yrittäjäpariskunnan haastattelu 25.9.2013
- Kantele, K. Opinnäytetyön menetelmävalinnat. Luento. 7.5.2013
- Kätkävaara 2012. Osoitteessa <http://www.katkavaara.fi/mokit.html> 5.11.2013

- Kemijoen loma – Kemijoki holiday 2008. Osoitteessa  
<http://www.kemijokiholiday.com/majoitus.htm> 5.11.2013
- Kostiainen, A - Ahtola, J. - Koivunen, L. - Korpela, K. - Syrjämaa, T. 2004.  
Matkailijan ihmeellinen maailma. Matkailun historia vanhalta  
ajalta omaan aikaamme. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden  
Seura
- Lapin liitto 2013. Osoitteessa [http://www.lappi.fi/lapinliitto/julkaisut\\_ja\\_tilastot/matkailu](http://www.lappi.fi/lapinliitto/julkaisut_ja_tilastot/matkailu) 5.11.2013
- Luontolomat 2012. Osoitteessa <http://www.luontolomat.fi/majoitus> 5.11.2013
- Lüthje, M. 2005. Se mukava maaseutu siellä jossain. Maaseutumatkailu kokemusten, mielikuvien ja markkinoinnin kohteena. Rovaniemi: Lapin yliopisto
- Matkailun edistämiskeskus 2012. Osoitteessa  
<http://www.mek.fi/studies/modernit-humanistit/>
- Matkailutiimi 2003. Tervolan matkailustrategia 2010.
- Neste Tervakuksa Oy 2013. Osoitteessa  
<http://www.tervakuksa.fi/huoneet.htm> 5.11.2013
- Pistokoski, E. 2013a TEEMA-hankkeen projektipäällikön haastattelu 2.5.2013
- Pistokoski, E. 2013b TEEMA-hankkeen projektipäällikön haastattelu 15.5.2013
- Rieskapaikka 2013. Osoitteessa <http://www.rieskapaikka.fi/fi/Majoitus.html> 18.9.2013
- Ryymän, J. 2005. Maaseutumatkailu. Kauppa- ja teollisuusministeriön toimialaraportti. Helsinki: Edita publishing Oy
- Sharpley, R. – Sharpley, J. 1997. Rural Tourism: An introduction Lontoo: Thomson
- Sikala, R. – Vornanen, J. 2010. Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailun opiskelijoiden Suomi-tietämys ja asenteet kotimaanmatkailuun: onko Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailun opintoja syytä kehittää kotimaalähtöisempään suuntaan? Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu: Matkailun koulutusohjelma.
- SF-Caravan Napapiiri Ry Rynäsenniemi 2011. Osoitteessa <http://www.sfc-napapiiri.fi/index.php/alue/palvelut> 5.11.2013
- TEEMA-hanke 2013. Osoitteessa <http://visittervola.fi/majoitusta-ja-ruokanautintoja> 5.11.2013



- Tervolahovi. Osoitteessa <http://www.tervolahovi.fi/index.php/majoitus>  
18.9.2013
- Tervolan kunta 2013a. Osoitteessa <http://tervola.fi/matkailu-ja-elamykset/tapahtumakalenteri> 5.11.2013
- Tervolan kunta 2013b. Osoitteessa <http://tervola.fi/kunta-ja-hallinto/kunta-info>  
5.11.2013
- Tervolan kunta 2013c. Osoitteessa <http://tervola.fi/elinkeinot-ja-yrittaminen/hankkeet> 5.11.2013
- Tervolatalo 2013. Osoitteessa <http://www.tervolatalo.fi/majoitus-b-b/>  
5.11.2013
- Tilastokeskus 2013. Osoitteessa <http://www.stat.fi/til/matp/kas.html> 5.11.2013
- Vaskikello 2010. Esittely. Kellovalimo. Saa soittaa. Osoitteessa  
<http://www.vaskikello.fi/> 18.10.2013
- Vesterinen, N. 2007. Maaseutumatkailun puoli vuosisataa – artikkeleita kehittämisen eri näkökulmista. Helsinki:Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi
- Visitsealaplant 2013. Osoitteessa [http://visitsealaplant.com/sites/visitsealaplant.com/files/MERI-LAPIN%20MATKAIL USTRATEGIA%202011-2014.pdf](http://visitsealaplant.com/sites/visitsealaplant.com/files/MERI-LAPIN%20MATKAIL%20STRATEGIA%202011-2014.pdf) 5.11.2013
- Vuoristo, K-V. 2003. Matkailun maailma. Kansainvälisen matkailun maantiede. Helsinki: WSOY
- World Tourism Organization UNWTO 2013. Osoitteessa  
<http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary> 5.11.2013

## Liite 1. Kuksan kyselylomake

***Kysely Tervolan matkailusta***

Olemme Anssi-Petteri Häätylä ja Pyry Pistokoski Rovaniemen ammattikorkeakoulusta. Teemme opinnäytetyötä Tervolan matkailun nykytilasta. Vastaamalla näihin kysymyksiin autat meitä ja Tervolan kuntaa kehittämään kunnan matkailua. Kysely kerätään nimettömänä ja siihen vastaaminen vie vain pari minuuttia. Kyselyyn voivat vastata niin tervolalaiset kuin vierailijatkin. Tähdellä merkityt kysymykset ovat kaikille pakollisia. Kiitos jo etukäteen vastauksestasi!

**1. Ikä \***

- alle 18
- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- yli 65

**2. Sukupuoli \***

- nainen
- mies

**3. Asuinpaikkakuntasi on \***

- Tervola
- muualla Lapissa
- muualla Suomessa
- ulkomailla

**4. Kuinka usein vieraillet Tervolassa?**

Valitse parhaiten sopiva vaihtoehto. Jos asut Tervolassa, ohita kysymys.

- harvemmin kuin kerran vuodessa
- 1-4 kertaa vuodessa
- kuukausittain
- viikottain
- päivittäin

**5. Mikä toi sinut Tervolaan?**

Voit valita useamman vaihtoehdon. Jos asut Tervolassa, ohita kysymys.

- sukulaiset tai ystävät
- mökki
- leirintäalue
- harrastus, mikä?  
\_\_\_\_\_
- työt
- luonto
- olen ohikulkumatalla
- huolto-aseman palvelut
- muu, mikä?  
\_\_\_\_\_

**6. Missä seurassa tulit Tervolaan?**

Jos asut Tervolassa, ohita kysymys.

- perheen kanssa
- ystävän/ystävien kanssa
- puolison kanssa
- yksin

muussa, missä?

\_\_\_\_\_

**7. Minä vuodenaikana vieraillet mieluiten Tervolassa?**

Jos asut Tervolassa, ohita kysymys.

- talvi
- kevät
- kesä
- syksy

**8. Kauanko aiot viettää aikaa Tervolassa?**

Valitse parhaiten sopiva vaihtoehto. Jos asut Tervolassa, ohita kysymys.

- alle tunti
- muutaman tunnin
- päivän
- yön yli
- useamman yön

**9. Oletko tietoinen Tervolan matkailumahdollisuuksista ja -palveluista? \***

- kyllä
- en

**11. Mitä matkailupalveluita kaipaisit Tervolaan? \***

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- matkailuneuvonta
- hotelli
- maatilamajoitus
- järjestettyjä maaseutu-/luontoretkiä, esim. minkälaisia?  
\_\_\_\_\_
- ravintola
- kahvila

- paremmat julkisen liikenteen yhteydet
- verkkopalvelut (tietoa tapahtumista, majoituksesta ym.)
- muu, mikä?  
\_\_\_\_\_

**12.** Mikä saisi sinut jäämään Tervolaan pidemmäksi aikaa?

---

---

---

**13.** Ideoita ja ajatuksia Tervolan matkailun kehittämiseen.

---

---

---

**14.** Mitä esittelisit vieraille Tervolassa?

Kysymys koskee vain Tervolassa asuvia.

---

---

---

Kiitos ajastasi!

## Liite 2. Maaseudulta Käsin -messujen kyselylomake

**Kysely Tervolan matkailusta**

Olemme Anssi-Petteri Häätylä ja Pyry Pistokoski Rovaniemen ammattikorkeakoulusta. Teemme opinnäytetyötä Tervolan matkailun nykytilasta. Vastaamalla näihin kysymyksiin autat meitä ja Tervolan kuntaa kehittämään kunnan matkailua. Kysely kerätään nimettömänä ja siihen vastaaminen vie vain pari minuuttia. Kyselyyn voivat vastata niin tervolalaiset kuin vierailijatkin. Tähdellä merkityt kysymykset ovat kaikille pakollisia. Kiitos jo etukäteen vastauksestasi!

**1. Ikä \***

- alle 18
- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- yli 65

**2. Sukupuoli \***

- nainen
- mies

**3. Asuinpaikkakuntasi on \***

- Tervola
- muualla Lapissa

- muualla Suomessa
- ulkomailla

**4. Kuinka usein vieraillet Tervolassa?**

Valitse parhaiten sopiva vaihtoehto. Jos asut Tervolassa, ohita kysymys.

- harvemmin kuin kerran vuodessa
- 1-4 kertaa vuodessa
- kuukausittain
- viikottain
- päivittäin

**5. Jos sinut toi messujen lisäksi Tervolaan joku muu asia, niin mikä?**

Voit valita useamman vaihtoehdon. Jos asut Tervolassa, ohita kysymys.

- sukulaiset tai ystävät
- mökki
- leirintäalue
- harrastus, mikä?  
\_\_\_\_\_
- työt
- luonto
  
- huolto-aseman palvelut
- muu, mikä?  
\_\_\_\_\_

**6. Missä seurassa tulit messuille?**

Jos asut Tervolassa, ohita kysymys.

- perheen kanssa
- ystävän/ystävien kanssa
- puolison kanssa
- yksin
- muussa, missä?  
\_\_\_\_\_

**7. Minä vuodenaikana vieraillet mieluiten Tervolassa?**

Jos asut Tervolassa, ohita kysymys.

- talvi
- kevät
- kesä
- syksy

**8. Kauanko aiot viettää aikaa Tervolassa?**

Valitse parhaiten sopiva vaihtoehto. Jos asut Tervolassa, ohita kysymys.

- alle tunti
- muutaman tunnin
- päivän
- yön yli
- useamman yön

**9. Oletko tietoinen Tervolan matkailumahdollisuuksista ja -palveluista? \***

- kyllä
- en

**11. Mitä matkailupalveluita kaipaisit Tervolaan? \***

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- matkailuneuvonta
- hotelli
- maatilamajoitus
- järjestettyjä maaseutu-/luontoretkiä, esim. minkälaisia?  
\_\_\_\_\_
- ravintola
- kahvila
- paremmat julkisen liikenteen yhteydet
- verkkopalvelut (tietoa tapahtumista, majoituksesta ym.)



muu, mikä?

\_\_\_\_\_

**12.** Mikä saisi sinut jäämään Tervolaan pidemmäksi aikaa?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**13.** Ideoita ja ajatuksia Tervolan matkailun kehittämiseen.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**14.** Mitä esittelisit vieraille Tervolassa?

Kysymys koskee vain Tervolassa asuvia.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Kiitos ajastasi!

Liite 3. Haastattelupohja  
**Haastattelupohja - Tervolahovi**

**Segmentit**

Minkä tyyppisiä asiakkaita teillä käy? Mistä syystä tulleet?

Onko teillä ns. vakioasiakkaita?

Käykö teillä paljon ulkomaalaisia? mistä päin?

Segmentoitteko asiakkaitanne, eli jaatteko asiakkaitanne eri luokkiin? esim. perheet, kokousasiakkaat.

Käytättekö tekemiänne asiakasluokituksia esimerkiksi markkinoinnin kohdentamiseen?

Tunnetteko tarvetta segmentoinnille ja kohdennetuille palveluille ja markkinoinnille?

**Palvelut**

Mitä palveluita yrityksenne tarjoaa?

Minkä sanoisitte olevan käytetyin tarjoamanne palvelu?

Miten matkailija löytää palvelunne?

Millaista yhteistyötä teette muiden yrittäjien kanssa?

Miten matkailuyrittäjien välistä yhteistyötä ja verkostoa voitaisiin kehittää Tervolassa?

Entä miten matkailuyhteistyötä voitaisiin parantaa koko Meri-Lapin alueella?

Kuksalla ja maaseudulta käsin -messuilla tekemämme matkailijakyselyn perusteella Tervolaan kaivattaisiin järjestettyjä maaseutu-/luontoretkiä, ravintoloita, kahvilaa, sekä majoitusta. Olisiko teillä kiinnostusta/mahdollisuuksia tarjota uusia palveluita? Millaisia?

**Viipymä**

Montako yötä yöpyvä asiakas keskimäärin majoittuu?

Miten asiakkaiden viipymää voitaisiin pidentää teidän yrityksessänne? Entä koko Tervolassa?