

VAPAA-AJAN ASUMISEN ILMENTYMINEN HARTOLASSA

Palveluiden käyttäminen

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma
Kokous-, kongressi- ja kannustematkailu sekä
tapahtumamarkkinointi
Opinnäytetyö
Kevät 2008
Riikka Rantanen
Heli Toivanen

Lahden ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

Rantanen, Riikka & Toivanen, Heli: Vapaa-ajan asumisen ilmentyminen Hartolassa - Palveluiden käyttäminen

Kokous-, kongressi- ja kannustematkailu sekä tapahtumamarkkinointi, 71 sivua, 9 liitesivua

Kevät 2008

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä vapaa-ajan asukastutkimus Hartolaan keväällä 2007. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Hartolan vapaa-ajan asukkaiden ja asumisen ilmentyminen sekä tutkia mitä palveluita asukkaat käyttävät, kuinka tyytyväisiä he ovat niihin ja saada uutta tietoa palvelujen kehittämisen pohjaksi. Lisäksi tarkoituksena oli tutkia vapaa-ajan asukkaille suunnatun viestinnän toimivuutta. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista menetelmää ja tiedonkeruutapana postikyselyä ja sähköistä kyselyä. Otoksessa oli mukana 2 200 Hartolan vapaa-ajan kotitaloutta ja vastauksia saatiin yhteensä 95 kotitaloudelta.

Saatujen tuloksien avulla tullaan kartoittamaan Hartolan vapaa-ajan asumisen nykytilaa ja pyritään vapaa-ajan asukkaiden palveluiden parantamiseen. Tutkimustiedon avulla on tarkoitus saada uutta tietoa ja vertailupohjaa edelliseen vuonna 1999 tehtyyn vapaa-ajan asukaskyselyyn. Laajemman näkökulman saamiseksi Hartolan vapaa-ajan asumisen ilmentymistä vertaillaan myös Suomessa yleisesti vallitsevaan tilanteeseen. Teoriapohjana käytetään lisäksi osioita asiakastyytyväisyyden muodostumisesta sekä kerrotaan viestinnän merkityksestä palvelukokemukseen.

Tulosten perusteella vapaa-ajan asumisen nykytila Hartolassa on samantapainen kuin vuonna 1999 ja vastaavanlaisissa kunnissa muualla Suomessa. Suurimmat muutokset ovat tapahtuneet vapaa-ajan asukkaiden ja rakennuskannan luonnollisessa ikääntymisessä ja asuntojen lukumäärän kasvussa. Nykyisin mökkikotitalouden koko vaihtelee 2-4 henkilön välillä ja vapaa-ajan asunnolla viihdytään eniten kesäkautena. Yleisimmät mukavuudet asunnolla ovat sähkö ja antenni.

Kuntaan ja sen koko palvelutarjontaan ollaan pääosin tyytyväisiä, mutta kehitettävääkin on. Asukkaat käyttävät aktiivisesti Hartolan palveluita ja ovat kiinnostuneet hankkimaan palvelunsa kunnasta. Kehitysehdotuksista esille nousevat tiestön kunto, jätehuollon toimivuus ja erikoisliikkeiden vähyys sekä kaupallisen viestinnän toimivuus. Kuitenkin tiedottaminen arvioidaan onnistuneen keskimäärin hyvin ja parhaaksi tiedotusvälineeksi koetaan kunnan kevätkirje vapaa-ajan kotitalouksille.

Avainsanat: vapaa-ajan asuminen, vapaa-ajan asukas, palvelun laatu, markkinointiviestintä, sähköinen kysely

Lahti University of Applied Sciences
Faculty of Tourism and Hospitality

Rantanen, Riikka & Toivanen, Heli: Leisure residency in Hartola – Use of services

Thesis on Meeting, Congress and Incentive Travel and Event, 71 pages, 9 appendices

Spring 2008

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to make a leisure resident survey in Hartola. The aim of this study is to find out how leisure residency occurs in Hartola and what services the leisure residents use. Other goals are to research how satisfied the residents are with the offered services and use this knowledge to improve services. In addition, the functionality of service marketing is a significant factor of customer satisfaction.

The quantitative survey was conducted in spring 2007 and the data was collected with the help of a post and electronic questionnaire. The sample was of 2 200 leisure households of which 95 households answered. One of the aims of the study was also to gain comparison with the previous research which was conducted in 1999. To have a wider view of Hartola's leisure residency, it is important to compare it with the situation elsewhere in Finland. The results will be used to understand the current leisure residency in Hartola and to improve services of leisure residents. In addition to leisure residency theory, the basis consists of customer satisfaction and the role of service marketing in service experience.

The present state of Hartola's leisure residency corresponds to year 1999 and there are also similarities comparing it to the situation in other parts of Finland. The major changes taking place is natural ageing of leisure inhabitants and the increased number of leisure cottages. The size of typical leisure household is 2 to 4 persons and the most popular period spent in a residence is the summer months. The most common conveniences are electricity and antenna.

The residents are mainly satisfied with Hartolas's services but there is a room for development. Inhabitants use actively the local services and are interested in purchasing more utilities. Improvement suggestions debate on the poor condition of roads, functionality of waste management and service marketing and the lack of specialized stores. However, the residents find that information distribution has succeeded well and the best way to inform is the municipality's information letter sent every spring.

Keywords: leisure residency, leisure resident, quality of service, service marketing, electronic questionnaire

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	VAPAA-AJAN ASUMINEN	3
2.1	Vapaa-ajan asumisen historia Suomessa	5
2.2	Vapaa-ajan asumisen nykytila Suomessa	7
2.2.1	Asuntojen omistajien ja käyttäjien profiili	10
2.2.2	Asunnoille kulkeminen ja asuntojen käyttö	10
2.2.3	Asuntojen varustus	12
2.3	Vapaa-ajan asukkaat palveluiden käyttäjinä	13
2.3.1	Asukkaiden taloudellinen vaikutus kuntaan	15
2.3.2	Asukkaiden palvelutarve ja palveluiden kehittäminen	17
2.3.3	Vapaa-ajan asukkaiden huomioiminen kunnissa	18
2.4	Hartola vapaa-ajan asukaskuntana	20
3	ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA VIESTINTÄ	22
3.1	Palvelun laatu ja laadun ulottuvuudet	23
3.2	Asiakastyytyväisyyden muodostuminen	25
3.3	Julkisten palveluiden asiakastyytyväisyys ja laadun lähtökohdat	26
3.4	Markkinointiviestinnän merkitys	28
4	VAPAA-AJAN ASUKASTUTKIMUS	31
4.1	Tutkimusmenetelmien soveltaminen	32
4.2	Kyselylomakkeen rakentaminen	33
4.3	Sähköisen kyselyn luominen	36
4.4	Kyselyn toteutus ja raportointi	37
5	VAPAA-AJAN ASUKASKYSELYN TULOKSET JA TULKINTA	39
5.1	Asukkaiden ja asumisen profiili	39
5.1.1	Vapaa-ajan asunto	41
5.1.2	Asunnoilla vietetty aika ja asuntojen varustus	42
5.2	Asukkaiden ostokäyttäytyminen	45
5.2.1	Kunnan julkisten palveluiden arviointi	48
5.2.2	Kunnan yksityisten palveluiden arviointi	50
5.2.3	Asunnolle hankittavat palvelut	51

5.3 Viestinnän toimivuus	52
5.4 Palvelujen ja vapaa-ajan asumisen kehittäminen kunnassa	55
5.5 Vertailu vuoden 1999 asukastutkimukseen	57
5.6 Ehdotuksemme vapaa-ajan asumisen kehittämiseen	59
6 TUTKIMUSPROSESSIN ARVIOINTI	63
6.1 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti	66
6.2 Työskentely ja oppiminen	68
7 YHTEENVETO	69
LÄHTEET	72
LIITTEET	77

1 JOHDANTO

Tarkoituksenamme on tehdä toimeksiantona vapaa-ajan asukastutkimus Hartolan. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää Hartolan vapaa-ajan asukkaiden ja asumisen ilmentyminen sekä tutkia mitä palveluita asukkaat käyttävät, kuinka tyytyväisiä he ovat niihin ja saada tietoa palvelujen kehittämiseen. Lisäksi haluamme tutkia vapaa-ajan asukkaille suunnatun viestinnän toimivuutta. Tutkimuksen tuloksien avulla kartoitetaan Hartolan vapaa-ajan asumisen nykytila ja pyritään asukkaiden palveluiden parantamiseen.

Tutkimusmenetelmänä käytimme kvantitatiivista menetelmää ja tiedonkeruutapana postikyselyä ja sähköistä kyselyä. Suoritimme vapaa-ajan asukastutkimuksen keväällä 2007. Saadun tutkimustiedon avulla haluamme saada uutta tietoa ja vertailupohjaa edelliseen vuonna 1999 tehtyyn vapaa-ajan asukaskyselyyn, joka oli osa laajempaa Euroopan unionin vapaa-ajan asukkaiden palveluprojektia (Hartolan vapaa-ajan asukaskysely 1999). Laajemman näkökulman saamiseksi aiomme myös vertailla Hartolan vapaa-ajan asumisen ilmentymistä Suomessa yleisesti vallitsevaan tilanteeseen.

Tutkimuksemme toimeksiantajana toimii Hartolan vapaa-ajan asukastoimikunta yhdessä Hartolan kunnan kanssa. Kaikissa tutkimuksen vaiheissa yhteyshenkilönämme toimii asukastoimikunnan puheenjohtaja Tapio Tervo. Asukastoimikunta on toiminut Hartolassa vuodesta 2005 lähtien, ja Tervon (2007) mukaan toimikunta on vapaaehtoisista vapaa-ajan asukkaista koottu ryhmä, joka pyrkii toimimaan alueen kesäasukkaita kiinnostavissa asioissa mökkikunnan parhaaksi. Toimikunnassa on 5-6 jäsentä ja sen tehtäviksi Tervo luettelee muun muassa yhteistyön kylätoimikuntien, yrittäjien, kunnan ja viranomaisten kanssa.

Vapaa-ajan asuminen aiheena on mielestämme kiinnostava, koska se on matkailun aihealueista vähiten tunnustettu ja tutkittu. Suomalaisten kiinnostus vapaa-ajan asumista kohtaan kasvaa koko ajan ja vapaa-ajan asumisesta on tullut yhä laajem-

pi käsite ja elämäntapa, koska se on muuttumassa entistä enemmän ympärivuotiseksi asumiseksi. Mökillään paljon aikaa viettävät vapaa-ajan asukkaat ovat mökkikunnissaan yhä tärkeämpiä vaikuttajia sekä palveluiden käyttäjinä että paikallisyhteisön jäseninä. (Kokki & Pitkänen 2005, 8; Aho & Ilola 2006, 9.)

Vapaa-ajan asumisella tarkoitetaan yleisesti väliaikaista asumista vakinaisen asuinkunnan ulkopuolella ja kirjallisuudessa siitä käytetään useita termejä synonyymeinä keskenään. Näitä ovat muun muassa mökkeily, loma-asuminen, kakkosasuminen ja kesäasuminen, vaikka tarkasti katsottuna termeissä katsotaan olevan myös vivahde-eroja. (Ahola & Ilola 2006, 11-12.) Me käytämme pääasiassa termiä vapaa-ajan asuminen, koska se kuvaa mielestämme laajimmin väliaikaisen asumisen ilmiötä.

Vapaa-ajan asunnoilla puolestaan käsitetään yksityishenkilöiden omistamia asuntoja, mutta asunnot voivat olla myös vuokra-asuntoja, yhteisöjen omistamia tai säännöllisessä käytössä olevia lomakeosakkeita. (Aho & Ilola 2006, 12-14.) Vapaa-ajan asukkaiksi määritellään vapaa-ajan asunnon omistavaan talouteen kuuluvat henkilöt sekä pitkäaikaisessa vuokrasuhteessa olevat kotitaloudet. Myös vapaa-ajan asukkaasta käytetään muita nimityksiä kuten mökkiläinen, kesäasukas, loma-asukas, ym. (Aho & Ilola 2006, 12.) Tutkimuksessa tulkitsemme vapaa-ajan asumista harrastaviksi kaikki ne henkilöt, jotka kuuluvat yksityisten kiinteistöjen omistajien ruokakuntaan.

Vapaa-ajan asumisen aihepiiriin kuuluu paljon erilaisia tekijöitä, ja sitä voidaan tarkastella monista eri näkökulmista. Työssämme tarkastelemme pääasiassa vapaa-ajan asumista yleisellä tasolla tutkimuksemme tavoitteiden mukaisesti, mutta syvennymme erityisesti palvelukäyttämiseen.

Jotta vapaa-ajan asukkaiden tyytyväisyyttä palveluihin voidaan mitata, on tiedettävä mitä palvelulla tarkoitetaan. Rissanen (2006, 18) määrittää palvelun seuraavalla tavalla: ”palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta, suoritus tai valmius, jossa asiakkaalle tuotetaan tai annetaan mahdollisuus lisäarvon saamiseen on-

gelman ratkaisuna, helppoutena, vaivattomuutena, elämyksenä, nautintona, kokemuksena, mielihyvästä, ajan ja materiaalin säästönä, jne.”

Grönroosin (2001, 79) mukaan ”palvelu on ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuna asiakkaan ongelmiin ja toimitetaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien tai tuotteiden ja/tai palveluntarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa.”

Hartolan kunnan palvelutarjonta käsittää sekä julkiset että yksityiset palvelut, joten asiakastyytyväisyyttä on käsiteltävä kahdesta eri näkökulmasta, vaikka palvelu itsessään ilmenee aina sellaisenaan. Kaupallisen ja julkisen palvelun erot löytyvät palvelun tuottajasta ja palvelun piirteistä. Julkinen palvelu on valtion tai kunnan tuottama palvelu, jonka kohteena on kansalainen. Keskeiset erot kaupalliseen palveluun nähden ovat maksavan asiakkaan ja asiakkaan valintamahdollisuuden puuttuminen. Tämän vuoksi palvelun osa-alueet eivät ole suoraan verrattavissa toisiinsa. Julkisen palvelun laadun ja asiakastyytyväisyyden lähtökohdat on siis käsiteltävä osittain eri kontekstissa. (Lillrank 1998, 88, 93.)

Koemme tärkeäksi ottaa tutkimuksemme osaksi myös vapaa-ajan asukkaille suunnatun viestinnän toimivuuden, koska viestintä vaikuttaa osaltaan siihen, miten mökkiläiset käyttävät ja arvioivat mökkikuntansa eri palveluita. Koemme etenkin markkinointiviestinnän merkittävänä asiana tarkasteltaessa sekä julkisten että yksityisten palveluiden saavutettavuutta.

2 VAPAA-AJAN ASUMINEN

Tässä osiossa käsittelemme ensin lyhyesti vapaa-ajan asumisen historiaa Suomessa, minkä jälkeen keskitymme asumisen nykytilaan ja kerromme enemmän vapaa-ajan asunnoista ja asukkaiden palvelukäyttäytymisestä sekä heille suunnatusta viestinnästä. Suomen nykytilan selvityksen tarkoituksena on toimia taustana omasta tutkimuksestamme saaduille tiedoille.

Suomalainen kesämökkikulttuuri elää parhaillaan murrosvaihetta, ja vapaa-ajan asumisen tarpeet ovat monipuolistuneet elämäntapojen muuttuessa. Työn, kodin ja vapaa-ajan välillä ei ole enää selkeää rajaa. Väestö vanhenee ja täten myös asu- mistarpeet vapaa-ajan asunnolla muuttuvat. Esimerkiksi vapaa-ajan asuntojen va- rustetason paraneminen on vaikuttanut siihen, että mökillä vietetään enemmän aikaa myös kesäkauden ulkopuolella ja vapaa-ajan asunnosta on tullut yhä use- ammin etätyön paikka tai paikka, josta käydään töissä toisella paikkakunnalla. (Sisäasiainministeriö 2006b, 17, 19.)

Vapaa-ajan asuminen ei ole erityisesti suomalainen ilmiö toisin kuin voisi kuvitel- la. Käsitettä on tutkittu ja pohdittu muualla enemmän kuin Suomessa. Erityisesti 1960- ja 70 -luvulla kakkosasumista tutkittiin melko runsaasti ja tästä esimerkki- nä on vuonna 1977 J. T. Coppockin toimittama kokoomateos ”Second Homes: curse or blessing?”. Teoksessa tarkastellaan kakkosasumista eri näkökulmista ja eri maissa. (Aho & Ilola 2006, 10.)

Coppockin teoksen jälkeen vapaa-ajan asumisen tutkimus hieman hiipui, mutta 1980-luvun lopulla ja erityisesti 1990-luvulla tutkimukset alkoivat jälleen lisään- tyä. Muun muassa Hallin ja Müllerin vuonna 2004 ilmestynyt teos ”Tourism, Mo- bility and second homes” käsittelee kakkosasumista eri maissa. Suomi ei varsinais-esti esiinny tässä julkaisussa, mutta se kuitenkin mainitaan yhdessä kyselytutki- musta esittelevässä artikkelissa. (Aho & Ilola 2006, 10.)

Ilmiön yleisyyteen nähden vapaa-ajan asumista on Suomessa tutkittu melko vähän, mutta viime vuosina kiinnostus aihetta kohtaan on lisääntynyt samalla kuin kak- kosasuminen on ymmärretty yhdeksi vastaiskuksi maaseudun autioitumista vas- taan (Aho & Ilola 2006, 9). Aiheesta on viime vuosina keskusteltu julkisesti yhä enemmän, ja sitä on myös tutkittu entistä laajemmin ja syvemmin. Tästä esimerk- kinä on muun muassa Sisäasiainministeriön vuonna 2006 julkaisema selvitys ”Mökkiläiset kuntapalvelujen käyttäjinä”, joka perustuu vuoden 2005 lopussa teh- tyyn tutkimukseen. Raportissa esitellään kyselytutkimusta, jossa oli mukana 14 mökkikuntaa ja niiden ulkokuntalaisia vapaa-ajan asukkaita ympäri Suomea.

Sisäasiainministeriön vuoden 2006 julkaisu ”Vapaa-ajan asukkaiden osallistuminen kuntien päätöksentekoon” käsittelee myös vapaa-ajan asumista hieman eri näkökulmasta. Julkaisussa kerrotaan vuonna 2005-2006 toteutetusta mökkiläisdemokratiaprojektista, jonka tarkoituksena oli selvittää vapaa-ajan asukkaiden osallistumismahdollisuuksien kehittämisen tarve ja muodot. Mökkiläisdemokratiaprojekti sisälsi kuntakyselyn 235 kunnalle sekä mökkiläiskyselyn, jonka otos oli yhteensä 2000 henkilöä.

Ahon ja Ilolan vuonna 2006 julkaisemassa teoksessa ”Toinen koti maalla?” käsitellään kakkosasumista kysely- ja haastatteluaineiston sekä aiempien tutkimusten ja tilastojen pohjalta. Kyselytutkimuksessa tutkittiin 15 merkittävää mökkikuntaa ja niiden ulkokuntalaisia vapaa-ajan asukkaita eri puolilta Suomea. Vapaa-ajan asuminen on aiheena myös vuoden 2003 kesämökkibarometrissä, jonka tulokset on raportoinut Markku Nieminen vuonna 2004. Tutkimuksen kohderyhmänä on ollut 5000 yksityisen vapaa-ajan asunnon omistajaa eri puolella Suomea. Tutkittavassa joukossa ovat olleet mukana sekä ulkokuntalaiset että omassa kotikunnassaan vapaa-ajan asunnon omistavat kotitaloudet. (Nieminen 2004, 3.)

Käytämme muun muassa edellä mainittuja tutkimuksia vertailu- ja pohjatietona omassa työssämme. Tutkimustuloksia ei voi suoraan verrata toisiinsa eikä myöskään meidän tutkimukseemme, koska kyselyt ovat olleet laajuudeltaan, vastausprosenttiltaan ja kohderyhmiltään erilaisia. Oman ongelmansa tuloksien käsittelyyn tuo myös se, että kaikissa taustatietona käyttämässämme tutkimuksissa varsinainen kyselyosuus on aina tehty julkaisuvuotta edeltävänä vuonna, vaikka tekstissä joudumme viittaamaan julkaisuvuoteen. Päätimme kuitenkin käyttää näitä tutkimuksia, koska niissä esiintyy aiheesta uusinta ja laajinta tietoa.

2.1 Vapaa-ajan asumisen historia Suomessa

Suomessa vapaa-ajan asumisella on pitkät perinteet. Tilastokeskuksen (2007a) mukaan kesäasuntoja alettiin rakentaa jo 1800-luvulla, jolloin varakkaat porvarit rakensivat huvilarakennuksia kaupunkien lähistöille. Suomen itsenäistymisen ai-

koihin huvilaelämä oli vielä vain harvoille mahdollista, ja tuolloin huviloita oli noin kolme tuhatta. Ensimmäiset siirtolapuutarhat syntyivät myös itsenäistymisen aikoihin, vuonna 1916 Tampereelle sekä vuonna 1918 Helsinkiin ja Ouluun.

Itsenäistymisen jälkeisten kahden vuosikymmenen aikana Suomessa tapahtui paljon kasvua ja kehitystä. Esimerkiksi linja-autoliikenne ja yksityisautoilu yleistyivät ja mahdollistivat kesänviettopaikan etsimisen kauempaa. Huviloiden määrä kasvoi tasaisesti ja kesäasunnot rakennettiin aiempaa yksinkertaisimmiksi ja käytännöllisemmiksi. (Tilastokeskus 2007a.)

1940- ja 50-luvuilla vapaa-ajan asumisen piiriin tuli yhä enemmän ihmisiä ja kesämökkeily laajeni koko kansan vapaa-ajanviettotavaksi. Tähän vaikutti myös kaupungistuminen, kun monet maaseudulla asuvat siirtyivät kaupunkiin töihin. Vuonna 1950 kesämökkejä oli yli 40 000 ja vuonna 1962 ylitettiin jo 100 000 mökin raja. Tuolloin joka 13. asutokunta omisti vapaa-ajan asunnon. Kesäasuntoa ei käytetty pelkästään kesäisin, vaan oleskelu asunnolla alkoi sijoittua myös muihin vuodenaikoihin. Täten pelkkä kesäasunto oli muuttumassa vapaa-ajan asunnoksi. (Aho & Ilola 2006, 22; Tilastokeskus 2007a.)

Mökkirakentamisen kukoistuskausi oli 1970- ja 1980-luvuilla, sillä molemmilla vuosikymmenillä mökkikanta kasvoi yli 40 prosenttia. Tilastokeskuksen vuoden 1970 väestölaskennassa kesämökkejä oli 176 000 ja vuonna 1980 niitä oli jo 251 700, eli kymmenessä vuodessa määrä oli kasvanut 43 prosenttia. Kasvu jatkui edelleen ja voimakkainta se oli 1980-luvulla, jolloin rakennettiin yli 100 000 uutta vapaa-ajan asuntoa kymmenessä vuodessa. Mökkien määrän lisääntymiseen vaikuttivat sekä uusien asuntojen rakentaminen että vanhojen asuinrakennusten ottaminen vapaa-ajan asutokäyttöön. (Tilastokeskus 2007a.)

Vuonna 1990 vapaa-ajan asuntoja oli jo 368 000, eli yli 50 prosenttia enemmän kuin vuonna 1980. Tämän jälkeen rakentamistahti hiljeni, ja 1990-luvulla mökkikannan kasvu oli kaikkiaan vain 23 prosenttia. Vielä 1990-luvun alussa valmistui noin 8000 mökkiä vuodessa, mutta viime vuosina rakennustahti on ollut enää puolet tästä. Suomen vapaa-ajan asutokanta on kasvanut itsenäistymisestä lähtien

lähes puoleen miljoonaan ja vapaa-ajan asumista harjoitetaan kaikissa väestöryhmissä ja kaikilla alueilla. Asuntokannan laaja kirjo koostuu sekä täysin varustetuista vapaa-ajan asunnoista että pienistä, vain kesäisin käytettävistä mökeistä. (Aho & Ilola 2006, 22-23; Tilastokeskus 2007a.)

2.2 Vapaa-ajan asumisen nykytila Suomessa

Suomen vapaa-ajan asuntokanta suhteessa maan väkilukuun on suurin Euroopassa (Sisäasiainministeriö 2006b, 19). Tilastokeskuksen (2007b) tuoreimman julkistuksen mukaan Suomessa oli vuoden 2006 lopussa yhteensä 475 051 kesämökkiä. Tilastokeskuksen mukaan ”kesämökillä tarkoitetaan kiinteästi sijaintipaikalleen rakennettua vapaa-ajan asuinrakennusta tai asuinrakennusta, jota käytetään lomatai vapaa-ajan asuntona. Liiketoimintaa palvelevia lomamökkejä, lomakyläien rakennuksia ja siirtolapuutarhamökkejä ei lueta vapaa-ajan asuinrakennuksiksi.”

Sisäasiainministeriön (2006a, 8; 2006b, 22) mukaan vapaa-ajan asuntoja omistaviin asuntokuntiin kuului 804 000 henkilöä ja vapaa-ajan asuntoja oli 470 000. Vajaa kolmannes vapaa-ajan asunnon omistajista omisti vapaa-ajan asunnon asuinkunnassaan ja loput 60 prosenttia vakituisen asuinkuntansa ulkopuolella. Ulkokuntalaisiin vapaa-ajan kotitalouksiin kuului 556 000 henkilöä. Henkilömäärissä eivät ole mukana yritysten, yhteisöjen, perikuntien eivätkä viikko-osakkeiden omistajat.

Monet suomalaisista mieltävät ”omaksi” mökikseen myös perikuntien tai lähisukulaisten omistuksessa olevat vapaa-ajan asunnot (Aho & Ilola 2006, 24). Tämän vuoksi mökkeilyä säännöllisesti harrastavien vapaa-ajan asukkaiden määrän on arvioitu olevan yli kaksi miljoonaa (Sisäasiainministeriö 2006a, 8; Sisäasiainministeriö 2006b, 22).

Suomen kunnat voidaan luokitella neljään luokkaan sen mukaan, miten paljon kunnassa on ulkokuntalaisiin mökkien omistajatalouksiin kuuluvia henkilöitä. Taulukosta yksi on nähtävissä, että mökkiläisillä on suuri merkitys kuntien talou-

nessa ryhmissä I – III ja kohtalainen merkitys ryhmässä IV, kun mökkiläisten osuus on yli 10 %. Suomen suurimmissa kaupungeissa mökkiläisten osuus on alle 5 %. Tutkimamme kunta Hartola kuuluu luokkaan kaksi, mikä kertoo, että vapaa-ajan asukkaiden huomioiminen on taloudelliseltakin kannalta kunnassa tärkeää. (Sisäasiainministeriö 2006a, 17.)

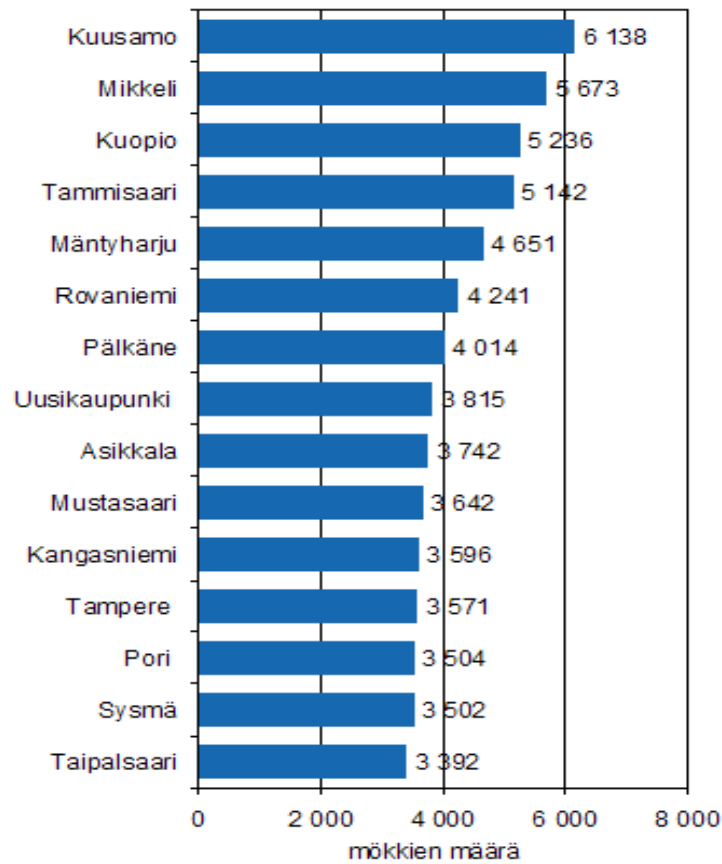
TAULUKKO 1. manner-Suomen kuntien luokitus ulkokuntalaisten mökkiläisten osuuden mukaan (Sisäasiainministeriö 2006a, 17)

Luokka	Prosenttiosuus	Kuntien lkm 2004
1	100 % →	28
2	50 - 99 %	63
3	20 - 49 %	105
4	alle 20 %	219

Vapaa-ajan asutus on perinteisesti keskittynyt seuduille, joilla on paljon vesistöjä, ja suosittuja mökkialueita ovat myös Etelä-Suomen suurimpien kaupunkien ympäristöt. Maakunnista eniten vapaa-ajan asuntoja vuonna 2006 oli Varsinais-Suomessa, jossa oli noin 47 400 kesämökkiä. Myös Etelä-Savossa ja Pirkanmaalla oli suuri mökkikanta, koska molemmissa mökkejä oli yli 40 000. Puolestaan vähiten vapaa-ajan asuntoja oli Ahvenanmaalla ja Keski-Pohjanmaalla. Pinta-alaan suhteutettuna tihein vapaa-ajan asutuskanta oli Uudellamaalla, Varsinais-Suomessa ja Päijät-Hämeessä. Kyseisillä alueilla vapaa-ajan asuntoja oli yli neljä kappaletta neliökilometrillä. (Tilastokeskus 2007a.)

Kuviosta yksi on katsottavissa, että yksittäisistä kunnista kesämökkejä oli eniten Kuusamossa, jossa oli yli 6000 mökkiä. Kuusamon jälkeen seuraavaksi eniten mökkejä oli Mikkelissä, Kuopiossa, Tammisaaressa ja Mäntyharjulla. Yli 3 000 raja mökkikannassa ylittyy kaiken kaikkiaan 29 kunnassa. Tutkimamme kunta Hartola ei sijoitu taulukossa lueteltujen 15 suurimman mökkikunnan joukkoon, mutta vapaa-ajan asuntojen määrä suhteessa Hartolan väkilukuun on erittäin suuri.

Vuoden 2006 lopussa Hartolan väkiluku oli 3 572 ja kesämökkien määrä 2 252. (Tilastokeskus 2007b; Tilastokeskus 2006.)



Kuvio 1. Kunnat, joissa on eniten kesämökkejä 31.12.2006. (Tilastokeskus 2007a)

Vuoden 2006 lopussa eniten uusia eli vuonna 1990 tai sen jälkeen rakennettuja mökkejä oli Lapissa. Uusia mökkejä oli lähes 10 000, joka on lähes kolmasosa Lapin koko mökkikannasta. Puolestaan Itä-Uudellamaalla ja Uudellamaalla uusien mökkien osuus oli pienin. Kyseisillä alueilla vain alle kuudesosa mökeistä oli valmistunut vuonna 1990 tai sen jälkeen. Viime vuosina aktiivisinta uusien vapaa-ajan asuntojen rakentaminen on ollut Lapin ohella Etelä-Savossa ja Varsinais-Suomessa, joihin on vuosittain rakennettu noin 400 uutta kesämökkiä. (Tilastokeskus 2007a.)

2.2.1 Asuntojen omistajien ja käyttäjien profiili

Vapaa-ajan asuntojen omistajat vaikuttavat monien tutkimusten perusteella olevan melko iäkästä väkeä. Tilastokeskuksen (2007c) mukaan vuonna 2006 mökinomistajien keski-ikä oli 60 vuotta ja alle 40-vuotiaita vapaa-ajan asunnon omistajia oli vain kuusi prosenttia kaikista mökinomistajista. Edellä mainittua tietoa tukevat myös Ahon ja Ilolan (2006, 55) kyselyn tulokset, jotka ilmoittavat vapaa-ajan asuntojen omistajien keski-ikäksi 59 vuotta.

Vapaa-ajan asuntojen omistajista suurin osa on työssäkäyviä ja eläkeläisiä. Ahon ja Ilolan (2006, 57) mukaan vastaajista 51 prosenttia oli työelämässä ja 44 prosenttia eläkeläisiä. Enemmistö työssäkäyvistä oli palkkatyössä, mutta myös yrittäjiä, ammatinharjoittajia ja freelancereita oli huomattavasti (10%). Myös Kokin ja Pitkäsen (2005, 22) mukaan mökinomistajatalouksista suurin osa eli 66,5 prosenttia oli työelämässä.

Vapaa-ajan asuntojen omistajien ikähaarukka ja yhteiskuntaryhmä eivät kerro totuutta kaikista mökkeilijöistä, sillä vapaa-ajan asuntoja käyttävät aktiivisesti myös omistajapariskuntien lapset, sukulaiset ja tuttavat, jotka voivat viettää aikaa mökillä yhtä aikaa omistajien kanssa tai erikseen. Kesämökkibarometrin mukaan yhdellä vapaa-ajan asunnolla vähintään kymmenen yötä vuoden aikana viettäneitä oli keskimäärin 4 eri henkilöä. Puolestaan alle 10 yötä viettäneitä oli vuoden aikana keskimäärin seitsemän eri henkilöä. (Nieminen 2004, 8.)

2.2.2 Asunnoille kulkeminen ja asuntojen käyttö

Vuoden 2003 kesämökkibarometrin mukaan suomalaisten vapaa-ajan asunnon omistavien henkilöiden keskimääräinen matka vapaa-ajan asunnolle oli 107 kilometriä (Nieminen 2004, 11). Puolestaan Ahon ja Ilolan (2006, 58) mukaan keskimääräinen mökkimatkan pituus oli 187 kilometriä, mutta korkeintaan sadan kilometrin matka oli 55 prosentilla vastaajista. Koska Ahon ja Ilolan kyselyssä olivat mukana vain ulkopaikkakuntalaiset mökinomistajat, oli mökkimatkan pituus pidempi kuin kesämökkibarometrin mukaan maassamme keskimäärin. Tämä johtuu

siitä, että kesämökkibarometrin vastaajissa oli mukana myös kotikunnassaan vapaa-ajan asunnon omistavia henkilöitä. Kyseinen asia tekee eron myös vapaa-ajan asunnon käyttöasteeseen, jota tarkastelemme seuraavaksi.

Vapaa-ajan asunnoilla vietetään eniten aikaa kesäisin, mutta käyttö on lisääntynyt myös muina vuodenaikoina. Tähän on vaikuttanut mökkien varustetason paraneminen sekä asuntojen rakentaminen ja muuttaminen ympärivuotiseen käyttöön soveltuviksi. Myös työelämän muutokset, teknologian kehitys sekä eläkeläisten suuri ja kasvava määrä antavat edellytyksiä kakkosasumisen lisääntymiseen vapaa-ajan asunnoilla. (Sisäasiainministeriö 2006b, 26.)

Sisäasiainministeriön (2006a, 30) mukaan ulkokuntalaisen omistamaa vapaa-ajan asuntoa käytettiin keskimäärin 82 vuorokautta vuodessa. Kesäkuukausina vapaa-ajan asunnoilla viihdyttiin eniten, mutta talviasuttavien asuntojen käyttövuorokausista 53 prosenttia sijoittui kesä- heinä- ja elokuun ulkopuolelle. Vastaava osuus kaikissa vapaa-ajan asunnoissa oli 45 prosenttia.

Kesämökkibarometrin mukaan vapaa-ajan asunto oli keskimäärin 72 vuorokautta vuodessa omaan talouteen kuuluvan henkilön käytössä. Tämä käsittää sekä ulkokuntalaiset että asuinkunnassaan vapaa-ajan asunnon omistavat henkilöt. Suurin osa vuorokausista sijoittui tässäkin tutkimuksessa juuri kesäkuukausille, joista heinäkuu oli selvästi suosituinta mökkeilyaikaa. Tällöin vapaa-ajan asuntoa käytettiin keskimäärin 17 vuorokautta. (Nieminen 2004, 4.)

Kesämökkibarometrissä ulkokuntalaisten vapaa-ajan asukkaiden mökin käyttöaste oli korkeampi kuin kotikunnassaan mökin omistavien henkilöiden. Ulkokuntalaisilla vapaa-ajan asunnon käyttöaste oli keskimäärin 75 vuorokautta vuodessa, kun taas asuinkunnassaan mökkeilevillä käyttöaste oli 62 vuorokautta. Ero saattaa johtua osittain siitä, että asuinkunnassaan mökkeilevät saattavat vain poiketa iltaisin mökillä saunomassa, jolloin lyhyt käynti ei nosta käyttöastetta. (Nieminen 2004, 4.)

Niin kuin edellä on todettu, vapaa-ajan asuntoa käyttävät paljon myös muut kuin omistajataloudet. Kesämökkibarometrin mukaan vapaa-ajan asunto oli jonkun muun kuin oman kotitalouden jäsenen käytössä keskimäärin 16 vuorokautta vuoden aikana. Myös tällöin heinäkuu oli suosituin mökkeilykuukausi, jolloin muut käyttivät mökkiä keskimäärin 5 vuorokautta. (Nieminen 2004, 4.)

Vuonna 2006 suomalaiset tekivät 25 miljoonaa yöpymisen sisältävää kotimaan vapaa-ajanmatkaa. Näistä matkoista mökkimatkojen osuus oli lähes viisi miljoonaa ja vierailumatkoja sukulaisten ja tuttavien luo tehtiin 15 miljoonaa. Vierailumatkojen määrä on merkittävä siksi, että niistä suurin osa tehdään juuri tuttavien ja sukulaisten mökeille. (Marin 2007, 6.)

Sisäasiainministeriön (2006a, 31) mukaan mökin käytön arvioitiin lisääntyvän seuraavien 5-10 vuoden aikana etenkin keväisin, kesäisin ja syksyisin, mutta myös talvikuukausien käytön arvioitiin kasvavan. Yleisimpinä perusteluina mainittiin eläkkeelle siirtyminen ja muu vapaa-ajan lisääntyminen.

2.2.3 Asuntojen varustus

Kesämökkibarometrin mukaan noin kolmasosa vapaa-ajan asunnoista soveltui ympärivuotiseen käyttöön ja 19 prosenttia pelkästään kesäkäyttöön (Nieminen 2004, 12). Sisäasiainministeriön (2006a, 30) mukaan 38 prosenttia mökeistä oli talviasuttavia ja 29 prosenttia soveltui kevät- ja syyskäyttöön. Ero näiden kahden kyselyn tuloksissa voi johtua siitä, että Sisäasiainministeriön tutkimuksessa olivat mukana vain ulkokuntalaiset vapaa-ajan asukkaat ja heidän omistamansa vapaa-ajan asunnot ovat keskimääräistä paremmin varusteltuja.

Kesämökkibarometrin mukaan 70 prosenttia mökeistä oli verkkosähkön piirissä, ja kaiken kaikkiaan yli 80 prosentilla mökkitalouksista oli sähkövirtaa saatavilla lähinnä aurinkopaneelilla ja generaattorilla. Veden saantia tarkasteltaessa vain 11 prosenttia vastaajista sai talousvettä vesijohtoverkostosta, yleisimmin vettä otettiin omasta tai naapurin kaivosta. Viemäriverkosto oli myös melko harvinainen, sillä

vain joka sadannen vapaa-ajan asunnon jätevedet johdettiin kunnan viemäriverkostoon. Sisä-WC oli käytössä 13 prosentilla mökkitalouksista. (Nieminen 2004, 12.)

On tärkeää ottaa huomioon myös vapaa-ajan asukkaiden aiomukset parantaa vapaa-ajan asunnon varustetasoa, koska tällä voi olla vaikutusta mökillä vietetyn ajan lisääntymiseen ja myös mökkikunnan palveluiden käyttöön. Sisäasiainministeriön (2006a, 30) mukaan vastaajat aikoivat lähivuosina panostaa etenkin vesijohdoton ja viemärointiin, sisä-WC:hen, laajakaistayhteyteen ja lämmitykseen. Myös kesämökkibarometrin vastaajista puolet aikoi parantaa vapaa-ajan asunnon varustusta seuraavan 12 kuukauden aikana (Nieminen 2004, 13).

2.3 Vapaa-ajan asukkaat palveluiden käyttäjinä

Ulkokuntalaiset vapaa-ajan asukkaat käyttävät monia kunnan julkisia ja yksityisiä palveluita. Vapaa-ajan asukkaiden käyttämiä julkisia palveluita tarkasteltaessa on hyvä ottaa huomioon kuntia koskeva lainsäädäntö, koska se määrittää, mitkä palvelut ovat myös ulkopaikkakuntalaisten vapaa-ajan asukkaiden käytettävissä. Voimassa oleva kuntalaki 365/1995 on hyvin yleinen, ja yksityiskohtaisemmat määräykset ovat tarvittaessa löydettävissä erityislainsäädännöstä.

Kuntalaissa säädetään kunnan tehtävistä eli toimialasta. Tästä esimerkkinä on muun muassa perusterveydenhuolto. Kunnan tehtävänä on järjestää nämä palvelut, mutta niiden tuottaja voi olla jokin muu kuin kunta, esimerkiksi yritys tai järjestö. Yleiseen toimialaan kuuluvat tehtävät, jotka kunta voi omilla päätöksillään ottaa hoidettaviksi. Tällaisia tehtäviä ovat muun muassa kulttuuritapahtumien järjestäminen tai venelaiturin ylläpito. Näitä myös vapaa-ajan asukkaat käyttävät paljon. Osa palveluista katetaan verovaroilla ja palvelumaksuilla sekä joihinkin palveluihin kunta saa valtionosuutta. (Kuntalaki 365/1995, 2 §; Sisäasiainministeriö 2006a, 22.)

Kuntalain (365/1995) 4. pykälän säännöksen mukaan kunnan jäsen on

”1) henkilö, jonka kotikuntalaissa (201/1994) tarkoitettu kotikunta kyseinen kunta on (kunnan asukas);

2) yhteisö, laitos ja säätiö, jonka kotipaikka on kunnassa; sekä

3) se, joka omistaa tai hallitsee kiinteää omaisuutta kunnassa.”

Kuntalain säännöksen mukaan vapaa-ajan asunnon omistava henkilö on siis kunnan jäsen. Jäsenyyden nojalla vapaa-ajan asukas voi tehdä esimerkiksi valituksen kaavasta. (Sisäasiainministeriö 2006a, 22.)

Sisäasiainministeriön (2006a, 32-33) mukaan ulkokuntalaiset vapaa-ajan asukkaat käyttivät julkisista palveluista ahkerimmin kulttuuripalveluja, rakennustarkastusta, terveyskeskuksen päivystystä sekä kirjastoa. Vapaa-ajan asukkaat olivat yleisesti ottaen tyytyväisiä kunnan palveluihin, etenkin kirjastopalveluihin, rakennustarkastukseen, rakennusneuvontaan ja eläinlääkäriin. Kuntien välillä ei ilmennyt edellä mainituissa asioissa suuria eroja. Tyytymättömmimpiä oltiin julkiseen liikenteeseen, ja huomattavia eroja kuntien välillä aiheuttivat myös tyytyväisyys venelaitureihin, jätehuoltoon sekä tiedottamiseen.

Puolestaan kesämökkibarometrin mukaan yksityisistä palveluista suurinta kiinnostusta herättivät vähittäiskauppapalvelut ja huoltoasemat, mikä näkyy myös vapaa-ajan asukkaiden rahankäyttöä tarkasteltaessa (Nieminen 2004, 14). Ahon ja Ilolan (2006, 78) mukaan enemmistö vastaajista kertoi käyttävänsä ainakin jossain määrin mökkikuntansa kauppapalveluita ja runsas kolmannes paljon. Kauppa- ja muiden palveluiden käyttöön vaikutti paljon se, miten kaukaa mökille tullaan. Vähiten palveluita käytettiin silloin, kun vapaa-ajan asunnolle oli lyhyt matka, sillä korkeintaan 50 kilometrin päästä tulevista vain 17 prosenttia kertoi käyttävänsä paljon mökkikunnan kauppapalveluita. Jos mökkimatka oli yli 100 kilometriä, nousi osuus jo 44 prosenttiin.

2.3.1 Asukkaiden taloudellinen vaikutus kuntaan

Tutkimuksessamme emme keränneet tietoa vapaa-ajan asukkaiden käyttämästä rahamäärästä mökkikunnassaan, mutta vapaa-ajan asumissektorilla liikkuvat rahamäärät antavat osviittaa sen kokonaistaloudellisesta merkityksestä. Täten koemme tärkeäksi esitellä joitakin taloudellisia lukuja. Vapaa-ajan asumisen taloudelliset vaikutukset perustuvat kuitenkin vain arvioihin, koska kunnat eivät erikseen tilastoi vapaa-ajan asukkaista syntyviä tuloja ja menoja (Sisäasiainministeriö 2006a, 20).

Vapaa-ajan asukkaiden määrän ja vapaa-ajan asunnolla vietetyn ajan lisääntyessä on mökkiläisillä yhä suurempi merkitys mökkikuntansa talouteen ja elinvoimaisuuteen. Ulkokuntalaiset vapaa-ajan asukkaat tuovat kuntaan tuloja monella eri tavalla. Esimerkiksi tontin ostaminen mökkikunnan vakituiselta asukkaalta tuo myyntivoitosta välillisesti tuloa myös kunnalle. Myös kiinteistö- ja mahdolliset muut verot, rakennuslupa- ja valvontamaksut sekä vähittäis- ja muiden palvelujen käyttö tuovat vero- ja muita tuloja kunnalle. (Sisäasiainministeriö 2006a, 15.)

Vapaa-ajan asukkaiden kuluttamaa rahamäärää mökkikunnassaan on tutkittu muun muassa kesämökkibarometrissä (2004) ja Sisäasiainministeriön tutkimuksessa (2006a). Kesämökkibarometrin arvion mukaan vapaa-ajan asunnon omistavat kotitaloudet käyttivät yhteensä noin 588 miljoonaa euroa vuodessa päivittäistavaroihin eli elintarvikkeisiin, juomiin ja taloustavaroihin. Yksittäistä kotitaloutta kohden rahaa käytettiin noin 1 500 euroa vuodessa. Päivittäistavaroiden lisäksi rahaa kulutettiin huomattavasti myös rakentamiseen ja korjaamiseen sekä muihin tavarahankintoihin. (Nieminen 2004, 16.)

Rakentamiseen ja korjaamiseen käytettiin keskimäärin 1 500 euroa mökkitaloutta kohden ja yhteensä noin 595 miljoonaa euroa vuodessa. Huomionarvoista on se, että noin 60 prosenttia ulkokuntalaisista vapaa-ajan asukkaista osti vähintään puolet kaikista mökin kunnostamiseen liittyvistä tavaroista tai palveluista mökin lähi-seudulta. (Nieminen 2004, 16.)

Puolestaan Sisäasiainministeriön (2006a, 45, 53) mukaan yksittäinen mökkitalous kulutti mökkikunnassaan keskimäärin 2 600 euroa vuodessa. Eniten rahaa kului vapaa-ajan asuntoon, eli sen rakentamiseen, korjaukseen, jäte- ja sähkömaksuihin ym. Tähän kului noin 1000 euroa vuosittain. Toiseksi suurimpana ryhmänä olivat elintarvikkeet ja juomat, joihin mökkitaloudet kuluttivat noin 800 euroa vuodessa. Kaikkiaan mökkiläisten tuomat suorat ja välilliset verotulot kunnille olivat manner-Suomessa keskimäärin 70 € mökkiläistä kohti eli yhteensä noin 40 miljoonaa euroa, mikä on 0,3 prosenttia kuntien kaikista verotuloista.

Vapaa-ajan asukkaat tuovat kuntaan tuloja, mutta heidän käyttämistään julkisista palveluista aiheutuu kunnille myös kustannuksia. Sisäasiainministeriön (2006a, 34, 39) kunnille suunnatun kyselyn mukaan eniten kustannuksia vapaa-ajan asukkaista tulee pelastustoimesta, kirjastosta, elinkeinotoimen edistämisestä ja rakennusvalvonnasta. Kuntien nettokustannusten ulkokuntalaisten käyttämistä palveluista arvioitiin koko maassa olevan noin 35,2 miljoonaa euroa vuodessa. Täten siis mökkiläisistä saatavat tulot näyttävät olevan suuremmat kuin menot.

Sisäasiainministeriö (2006a, 15) nostaa kuitenkin esiin asian, jonka mukaan vapaa-ajan asumisesta aiheutuu kunnille vähemmän todellisia tuloja kuin menoja, kun otetaan huomioon valtionosuusjärjestelmään sisältyvä verotulojen tasaus. Tämä tarkoittaa lyhyesti sitä, että vahvan verotulokertymän kunnat joutuvat luovuttamaan osan verotuloistaan heikommille kunnille. Luonnollisesti ilman verotulojen tasausta tulot arvioitiin suuremmaksi kuin menot.

Suosituilla vapaa-ajan asumisalueilla vapaa-ajan asukkaiden tuomat taloudelliset vaikutukset voivat olla myös negatiivisia esimerkiksi silloin, jos kiinteistöjen hinnat ja muu hintataso kääntyvät äkillisesti nousuun. Tämä suuntaus voi ilmetä kesäisin suosituilla mökkipaikkakunnilla, jos yrittäjät käyttävät sesonkihinnoittelua. Lisäksi maaseutukuntien vapaa-ajan asukkaat viettävät mökkikunnassa yleensä aikaa vain tilapäisesti, eivätkä täten maksa kuntaan kuin kiinteistöveron ja he tuovat paikallisille elinkeinonharjoittajille tuloja vain pääasiassa perinteisenä mökkikautena eli kesällä. (Hall & Müller 2004, 17-18.)

Vaikka vapaa-ajan asukkaiden vaikutukset talouteen saattavat joissakin kunnissa olla negatiivisia, on kunnilla yleensä kiinnostusta kehittää palveluitaan, ”koska mökkiläisten tekemät ostot vaikuttavat kunnan elinvoimaisuuteen parantamalla yritysten toimintaedellytyksiä ja lisäämällä kuntalaisten tuloja” (Sisäasiainministeriö 2006a, 54, 56).

2.3.2 Asukkaiden palvelutarve ja palveluiden kehittäminen

Mielestämme on tärkeää ottaa huomioon vapaa-ajan asukkaiden palvelutarpeet ja -toiveet, jotta vapaa-ajan asumista ja mökkikuntien palveluita voidaan kehittää. Kesämökkibarometrissä tiedusteltiin ulkokuntalaisten vapaa-ajan asukkaiden kiinnostusta ostaa tiettyjä palveluita mökin lähiseudulta. Vastaajista kolme neljäsosaa oli kiinnostunut ostamaan nuohouspalveluja seuraavan 12 kuukauden aikana. Iso osa, eli noin 40 prosenttia ilmaisi kiinnostustaan myös kesämökin korjaus- ja rakentamispalveluihin sekä lumenaurauspalveluun. Viidesosaa vastaajista kiinnosti polttopuiden hankkiminen ja vartiointipalvelut. Puolestaan vähäisintä kiinnostusta herättivät siivouspalveluista ja mökin saunan lämmityksestä maksaminen. (Nieminen 2004, 14.)

Kesämökkibarometrin tulosten tavoin myös osa Ahon ja Ilolan (2006, 87) tutkimuksen vastaajista toivoivat palveluita vapaa-ajan asunnolleen. Haluttuja palveluita olivat muun muassa mökkitalonmiespalvelut tai muut käytännön töihin liittyvät palvelut, kuten halonhakkuu tai lumityöt.

Aho ja Ilola (2006, 86-91) tiedustelivat vastaajilta myös kehittämis- ja edistämisehdotuksia vapaa-ajan asumiseen. Kehittämistä vaativiksi kohteiksi nousivat erityisesti palvelut ja infrastruktuuri, kiinteistövero sekä tie- ja sähkömaksut, jotka koettiin usein liian suurena tai niille ei saatu riittävästi vastinetta. Myös rakentamiseen ja vapaa-ajan asumiseen kaivattiin vähemmän rajoituksia ja helpompia lupakäytäntöjä. Erilaiset rajoitukset ja säädökset koettiin usein liian byrokraattisina, joten joustavampi menettely näissä asioissa olisi toivottavaa. (Aho & Ilola 2006, 86-91.)

Palveluista ja infrastruktuurista useita kehittämisehdotuksia saivat tiet ja niiden kunnossapito, vesi- ja viemärijärjestelmä, jätehuolto, liikenne- ja kuljetuspalvelut sekä kauppapalvelut. Kauppojen tuotevalikoimaan toivottiin parannusta tai koh- tuullisempaa hintatasoa, mutta yleisesti ottaen kaivattiin elintarvikkeiden parem- paa saatavuutta. Monet vastaajat toivoivat esimerkiksi lakkautettuja kauppa-autoja tai kyläkauppoja takaisin. Varsinkin autottomille vapaa-ajan asukkaille lähellä sijaitseva kyläkauppa tai sivuteillä vieraileva kauppa-auto olisi tarpeellinen palve- lu. (Aho & Ilola 2006, 86-91.)

2.3.3 Vapaa-ajan asukkaiden huomioiminen kunnissa

Vapaa-ajan asukkaille tiedottamista ja heidän huomioimistaan on tutkittu Kokin ja Pitkäsen (2005) pienimuotoisessa kyselyssä, joka suunnattiin 12 mökkikunnalle ja niiden edustajille järvi-Suomessa. Kyselyjen tuloksia ei voida pitää tilastollisesti yleispätevinä vastausten vähäisen määrän vuoksi, mutta niistä voi kuitenkin saada jonkinlaista käsitystä siitä, miten kunnissa otetaan huomioon vapaa-ajan asukkaat. (Kokki & Pitkänen 2005, 94.) Myös Sisäasiainministeriön (2006b) mökkiläisde- mokratiaprojektissa on tutkittu vapaa-ajan asukkaille tiedottamista ja heidän vai- kutusmahdollisuuksiaan.

Kaikissa Kokin ja Pitkäsen tutkimuksessa mukana olleissa kunnissa vapaa-ajan asukkaille lähetettiin yleensä kerran vuodessa niin kutsuttu mökkiläispostitus, jonka sisältö vaihteli tiedotteesta monipuolisempaan materiaaliin. Yleensä postitus sisälsi tiedotteen kunnan ajankohtaisista asioista, kunnan palvelu- ja tapahtumaka- lenterin, paikallislehden kesänumeron sekä joskus myös erillisiä mainoksia. (Kok- ki & Pitkänen 2005, 95-96.)

Myös Sisäasiainministeriön (2006b, 37) tutkimuksen mukaan kunnat huomioivat melko hyvin vapaa-ajan asukkaansa, sillä kunnista 71 prosenttia ilmoitti tiedotta- vansa kunnan asioista erikseen vapaa-ajan asukkaille. Eniten käytetyt tiedotus- muodot olivat kirjeen, tiedotteen, paikallislehden mökkinumeron tai muun lehden lähettäminen sekä palveluoppaan postittaminen.

Sisäasiainministeriön (2006b, 58) mukaan vapaa-ajan asukkaista 41 prosenttia ilmoitti, että heidän mökkikuntansa tiedottaa kunnan asioista erikseen vapaa-ajan asukkaille ja käytetyin tiedotusmuoto oli heidän mielestään palveluopas. Tässä kuitenkin on suuri ero kunnan edustajien mielipiteeseen, joten näyttää siltä, että kuntien tiedotus ei tavoita vapaa-ajan asukkaita tai se jää heiltä huomaamatta.

Postitusten lisäksi vapaa-ajan asukkaille tiedotettiin erilaisissa teematilaisuuksissa, kesätapahtumissa ja messuilla. Joissakin kunnissa myös kunnan internetsivuilla oli hyödyllistä informaatiota vapaa-ajan asukkaille ja matkailijoille yleensä. Yleisesti ottaen internetiä ei monissa kunnissa kuitenkaan hyödynnetä tarpeeksi vapaa-ajan asukkaille tiedotettaessa ja markkinoitaessa, vaan usein heillä on käytössään samat tiedot kuin vakituisilla asukkailla ja matkailijoilla. (Kokki & Pitkänen 2005, 95-96.) Tästä kertoo hyvin myös se, että Sisäasiainministeriön (2006b, 50) tutkimuksessa kunnan kotisivut oli vähiten käytetty tiedotuskanava vapaa-ajan asukkaille, mutta asukkaat toivovat edelleen lisää tiedottamista ja markkinointia kaikilta tahoilta.

Joissakin kunnissa vapaa-ajan asukkaita varten on perustettu ns. mökkiläistoimikuntia tai muita vastaavia toimielimiä. Nämä toimikunnat ovat hyödyllisiä tiedotuskanavia mökkiläisille, ja ne toimivat myös vastaavasti hyvänä väylänä saada vapaa-ajan asukkaiden näkemykset paremmin kunnan päättäjien tietoon. (Kokki & Pitkänen 2005, 96.) Myös Sisäasiainministeriön (2006b, 43) tutkimuksessa ilmeni mökkiläistoimikuntien olemassaolo. Tutkimuksen mukaan mökkiläistoimikunta toimi 16 prosentissa vastauskunnista ja sen perustamista piti tarpeellisena 54 prosenttia kyselyyn vastanneista kunnista. Kunnat mainitsivat toimikuntien suurimmaksi hyödyksi vapaa-ajan asukkaiden ja kunnan välisen vuorovaikutuksen ja tiedonkulun lisääntymisen.

Vapaa-ajan asukkaista 64 prosenttia piti mökkiläistoimikuntaa tarpeellisena. Tärkeimpänä sitä pidettiin kunnissa, joissa vapaa-ajan asukkaiden osuus vakituisiin asukkaisiin nähden oli suurin. Syyksi toimikunnan tarpeellisuuteen vapaa-ajan asukkaat mainitsivat ennen kaikkea sen, että toimikunta parantaisi mökkiläisten

vaikutusmahdollisuuksia ja asemaa, joten ainakin tältä osin kunnan ja asukkaiden toiveet ovat vastaavat. (Sisäasiainministeriö 2006b, 55-56.)

Yhteenvedona tutkimuksien tuloksista vapaa-ajan asukkaiden mielipiteitä ja näkemyksiä otettiin huomioon kunnan asioista päätettäessä, mutta asiassa on edelleen parannettavaa. Usein mökkiläisten vaikutusmahdollisuudet riippuvat lähinnä omasta aktiivisuudesta. Kehitystä kaivattiin sekä kunnan että yksityisten palveluntarjoajien tiedottamiseen ja markkinointiin (Kokki & Pitkänen 2005, 96; Sisäasiainministeriö 2006b, 56).

2.4 Hartola vapaa-ajan asukaskuntana

Hartola on pieni 3 572 asukkaan maalaismainen kunta Päijät-Hämeessä aivan Etelä-Suomen ja Keski-Suomen rajalla (Tilastokeskus 2006). Hartola on Ruotsin kuninkaan Kustaa IV Aadolfin nimikkopitäjä ja kunnan naapurikuntia ovat Sysmä, Joutsa, Pertunmaa ja Heinola. Lähin suuri kaupunki on Lahti, josta Hartola sijaitsee noin 80 kilometriä pohjoiseen. Kunnan pinta-ala on 675,53 km², josta vesistöjä on 131,66 km² eli noin viidesosa koko kunnan pinta-alasta. (Hartola 2008a; Hartola 2008b; Hartola 2008c.)

Hartolan elinkeinorakenteesta yli puolet työikäisistä työllistyy palveluissa, mutta yritystoiminnassa painopiste on teollisuudessa ja maataloudessa. Hartolan ikärakenne vuoden 2005 lopussa oli seuraava: alle 14-vuotiaita 15,2 prosenttia, 15-64 -vuotiaita 61 prosenttia ja yli 64-vuotiaita 23,9 prosenttia. (Hartola 2008d; Hartola 2008f.)

Kunnan keskusta sijaitsee Hartolan kirkonkylällä, johon lähes kaikki palvelut ovat keskittyneet. Hartolan palvelutarjonta on samanlainen kuin muissakin pienissä maalaistaajamissa: keskittynyt päivittäistavarakauppaan ja peruspalveluihin, erikoisliikkeitä on hyvin vähän. Vapaa-ajan asumisen kannalta merkittävimmät palvelut kuten kirjasto, terveyspalvelut, rakennuspalvelut, maansiirto, rautakauppa- ja päivittäistavarakauppalvelut ovat kunnassa tarjolla. Kunnassa on monia raken-

nusurakoitsijoita ja kuljetusyrittäjiä sekä kolme ruokakauppaa. (Hartola 2008e; Hartola 2008h.)

Myös suurin osa asukkaista asuu kirkonkylän välittömässä läheisyydessä, mutta vakituista asutusta on myös useissa kunnan kylissä. Suurimmat kylät ovat Ruskeala, Vuorenkylä, Riihiniemi, Koitti ja Murakka. Haja-asutuksen elinvoimaisuutta edistävät aktiiviset kylätoimikunnat, jotka ovat myös vapaa-ajan asukkaille tärkeä kiinne kohta asuinalueelle. (Hartola 2008i.)

Tilastokeskuksen (2006) mukaan Hartolassa oli vuoden 2006 lopussa 2 225 vapaa-ajan asuntoa, mutta tähän lukuun ei ole sisällytetty vuokramökki- tai muuta liiketoimintaa eikä perikuntien, yritysten ja yhteisöjen omistamia mökkejä. Eniten yksityismökkejä sijaitsee Vuorenkylän ja Koitin alueella, joissa toimii myös kunnan ainoat kyläkaupat. Kyläkaupat elävät pitkälti kesäkauden tuloilla, joten vapaa-ajan asukkaiden ilmestyminen kylän raiteille on myös kauppojen elinehto. (Hartola 2008i.)

Hartolassa on kuitenkin monia mökkivuokrausta harjoittavaa yrittäjää, mikä luonnollisesti vielä nostaa vapaa-ajan asukkaiden henkilömäärää varsinkin kesäkauteina. Vuoden 2004 tietojen mukaan ulkokuntalaisten vapaa-ajan asukkaiden osuus vakituisiin asukkaisiin nähden oli suuri, 78,6 prosenttia. (Sisäasiainministeriö 2006a, 58.) Kesäisin Hartolan väkiluku siis kaksinkertaistuu vapaa-ajan asukkaiden saavuttua mökeilleen. Vaikka ainut löytämämme tieto on usean vuoden takaa, on se mielestämme hyvin suuntaa antava. Koska asuntojen lukumäärä on Tilastokeskuksesta (2008) saadun tiedon mukaan kasvanut tasaisesti, on oletettavaa, että kyseinen suhde vakituisiin asukkaisiin ei ole ainakaan pienentynyt.

Vapaa-ajan asumisen kannalta Hartolalla on monia vetovoimatekijöitä. Tärkein on varmasti kunnan etäisyys pääkaupunkiseutuun nähden. Hartolaan ajaa henkilöautolla noin kaksi tuntia, ja julkisista kulkuvälineistä linja-auto kulkee tasaisin väliajoin. Hyvän kulkuyhteyden syy on 4-tien (E75) kulku Hartolan läpi ja tämä mahdollistaa myös hyvät yhteydet Keski-Suomesta tullessa. (Hartola 2008a.)

Hartolassa on monipuolisia harrastus- ja vapaa-ajan viettomahdollisuuksia. Golfkenttä, Purnun laskettelukeskus, tenniskenttä, keilahalli ja hyvät ulkoilureitit mahdollistavat monipuoliset aktiviteetit ja vesistö tarjoaa hyviä kalastuskohteita. Hartola on erityisesti tunnettu aina syyskuun 1. lauantaina järjestettävistä Suomen suurimmista yksipäiväisistä maalaismarkkinoistaan. (Hartola 2008g.)

Vapaa-ajan asunnot sijoittuvat yleisesti vesistöjen äärelle, joten Hartolan 865 kilometrin rantaviiva on merkittävä vapaa-ajan asumisen vetovoimatekijä. Suuret järvet, kuten Jääsjärvi, Rautavesi ja Päijänne sijaitsevat osittain Hartolan rajojen sisäpuolella ja suurin osa vapaa-ajan asutuksesta sijoittuu näiden järvien rannoille. Vesistöjen lisäksi luonnonläheisyys on myös yksi tärkeimmistä valttikorteista. (Hartola 2008c; Hartola 2008j.)

3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA VIESTINTÄ

Asiakastyytyväisyys on monimutkainen ilmiö, ja sen on usein ymmärretty liian tekniseksi asiaksi. Asiakastyytyväisyyttä on vaikea tutkia, koska siihen sisältyy paljon sellaista, jota on vaikea mitata tyypillisillä kyselylomakkeilla. (Isoviita & Lahtinen 1999, 64.) Asiakastyytyväisyys muodostuu monista tekijöistä, joista nostamme työssämme esille tärkeimmän: palvelun laadun.

Viestinnän rooli palvelun laadun ja asiakastyytyväisyyden muodostumisessa on myös merkittävä. Asiakas ei tule palvelutilanteeseen koskaan täysin ennakkolullottomasti, vaan hänellä on aina odotuksia. Asiakkaan odotukset ovat muodostuneet osittain häntä kohdanneen viestinnän tuloksena. Viestinnän toimivuus on siis elintärkeätä. Vapaa-ajan asumisen suhteen merkittävimmät viestintätarpeet kohdistuvat erityisesti yksityisten yrittäjien tuottamaan markkinointiviestintään sekä kunnan palveluviestintään ja tiedottamiseen.

3.1 Palvelun laatu ja laadun ulottuvuudet

Palvelun laatua analysoitaessa tärkeintä on käsittää se niin, kuin asiakas laadun kokee. Näkökulmia on toki muitakin, mutta jos laadulla halutaan tuottaa juuri asiakkaalle lisäarvoa, on sitä luonnollisesti osattava katsoa asiakkaan perspektiivistä. Asiakashan on se taho, joka määrittää onko palvelu hyvää vai huonoa. Rissanen (2006, 17) mukaan palvelun tuottajilla on useimmiten erilainen käsitys palvelun laadusta, koska he arvioivat palvelun onnistumista omista lähtökohdistaan (investoinnit, kehitysprosessit, voimavarat, ym.) käsin. Rissanen (2006, 214) summaakin palvelun laadun näkökulmaksi seuraavan: Realistinen lähtökohta palvelun laatuajattelussa on laadun rakentaminen asiakkaan odotusten ja palvelukokemuksen pohjalle.

Palvelu määritellään Grönroosin (2001, 79, 86) mukaan prosessimaiseksi tapahtumaksi, jossa asiakas ja palveluntarjoaja useimmiten kohtaavat ainakin jollakin tavalla. Laadun määrittämisestä tekee vaikean juuri se, että asiakas on itse asiassa osa palveluprosessin tuottamista ja hän kokee tämän prosessin osaksi palvelun kuluttamista. Palvelukokemus onkin siis prosessin kulutusta, joten palvelun kulutus on ratkaisevan tärkeä osa palvelukokemusta, riippumatta siitä millaiseksi lopputulos muodostuu. Asiakas ei tule siis arviomaan vain prosessin lopputulosta vaan hän arvioi koko palveluprosessia. Huomioitava on myös, että asiakas ei välttämättä aina ymmärrä muodostavansa käyttäytymisellään itse osan palvelun lopputuloksesta.

Prosessimaisuuden ja kulutustekijän lisäksi palvelun laadun määrittämisen ongelmia tuottavat muut palvelun piirteet: aineettomuus ja heterogeenisuus. Palvelu itsessään on subjektiivinen kokemus, joka muodostuu pääasiassa tilanteen herättämistä tunnetiloista. Palvelun abstraktisuuden vuoksi asiakkaan (sekä palvelun tuottajan) on erittäin vaikea arvioida palveluprosessia, koska ei ole olemassa selkeitä arvoja, standardeja ja rajoja, joiden varaan arvio voitaisiin rakentaa. Toki monissa palvelutilanteissa on myös osana konkreettinen tuote, joka auttaa laadun määrittämisessä, mutta vain teknisen laadun osalta. Teknisen laadun määritelmään palataan vielä laadun ulottuvuuksissa. (Grönroos 2001, 83.)

Heterogeenisuudella tarkoitetaan palvelun erilaisuutta. Koska palvelu on prosessimainen ja subjektiivinen kokemus, palvelu ei toistu koskaan samanlaisena vaan se määrittyy asiakkaan ja palveluntuottajan välisessä vuorovaikutuksessa kohtaaminen kerrallaan. (Grönroos 2001, 83-84.) Miten voidaan siis mitata palvelun laatua, jos se muuttuu asiakaskohtaisesti joka kerta?

Jotta palvelun laatua voidaan tutkia, on se jaettava laadun eri osa-alueisiin. Näitä ulottuvuuksia on monia riippuen siitä, mistä näkökulmasta palvelua katsotaan, tuottajan vai asiakkaan. Tässä työssä käsittelemme kuitenkin vain asiakaskeskeisiä laatu näkökulmia.

Grönroosin (2000, 63) mukaan palvelun laadun kokemukseen vaikuttaa kaksi osa- aluetta: se mitä asiakas saa (tekninen laatu) ja se miten asiakkaalle tuotetaan palvelu (toiminnallinen laatu). Kumpikin osa-alue vaikuttaa lopullisen tuloksen syntymiseen, vaikka usein kuvitellaan, että palvelun tekninen laatu on tärkein. Teknisellä laadulla tarkoitetaan sitä, mitä asiakkaalle jää palvelutilanteen jälkeen. Esimerkkinä teknisestä laadusta voidaan pitää ostetun tuotteen laatua: Onko tuote ehjä? Kestääkö tuote sovitunlaisesti?

Tutkimuksien mukaan asiakkaat antavat kuitenkin enemmän painoarvoa toiminnalliselle laadulle asiakastyytyväisyyttään muodostaessa. Toiminnallinen laatu käsittää koko muun palvelutilanteen: asiakkaan ja palvelun antajan vuorovaikutuksen. (Grönroos 2000, 63-64.) Tärkeintä on siis se, miten asiakas kokee itseään kohdeltavan palvelutilanteessa ja varsinkin millä mielellä hän siitä lähtee. Vastasiiko palvelu hänen odotuksiaan ja tarpeitaan?

Kilpailuhenkisessä yritysmaailmassa juuri asiakaspalvelusta on tullut merkittävä kilpailutekijä, koska usein tekninen laatu on varsinkin tuotteita myytäessä samanarvoinen. Tällöin kilpailuetu on löydettävä jostain muualta ja vastaus piilee usein toiminnallisen laadun kehityksessä, koska näin palvelun tarjoaja voi tarjota asiakkaalleen lisäarvoa, toisin sanoen enemmän ja parempia palveluja. (Grönroos 2000, 65-66.) Rissanenkin (2006, 23) näkee, että palvelulla sellaisenaan tai liitettynä tavaratuotteeseen on suuri merkitys tuotteiden erilaistajana ja lisäarvon lähteenä.

Kilpailuetuja on toki tuotettavissa myös muilla keinoilla kuten markkinoinnilla. Markkinointiviestinnän merkitystä palvelun koetun kokonaisladun ja asiakastytyvyyden muodostumisessa käsitellään hieman myöhemmin.

Grönroos (2001, 102-103) nostaa esiin myös kolmannen palvelun laadun ulottuvuuden viittaamalla Rustin ja Oliverin tutkimukseen, jossa yhdeksi laatukokeuksen osa-alueeksi käsitettäisiin myös palvelutapahtuman fyysinen ympäristö eli se, missä palvelua annetaan. Grönroos myöntää saman seikan ja lisää, että fyysinen toimintapaikka kuuluu jo toiminnallisen laadun määritteeseen: ”Palveluprosessit sisältävät prosessin ympäristön, joten fyysisen ympäristön tekijät vaikuttavat toiminnalliseen laatuun. Missä -ulottuvuus kuuluu siis osana miten -ulottuvuuteen, mikä onkin luonnollista, koska prosessin kokemus riippuu luonnollisesti prosessin kontekstista.”

Vaikka Grönroos (2001, 124) ei nosta palvelun hintaa palvelun laadun osatekijäksi, meidän mielestämme se on lähes yhtä olennainen seikka. Samanlaisen mielipiteen esittää Rissanen (2006, 230), jonka mukaan hinta on tuotteen voimakkain määrite, jolla viestitään muiden viestien lisäksi tarjotun palvelun laadusta. Myös Kuuselasta (1998, 89) hinta on laadun indikaattori, koska korkea hinta saa aikaan korkeita laatuodotuksia ja päinvastoin. Myös Grönroos (2001, 124) myöntää, että hinta on vaikuttava tekijä asiakkaan laatuodotuksien muodostumisessa.

3.2 Asiakastytyvyyden muodostuminen

Palvelun laadun kokemukseen liittyvät toiminnallisen ja teknisen laadun lisäksi myös asiakkaan odotukset. Laatu on hyvää, kun koettu laatu vastaa asiakkaan odotuksia eli odotettua laatua. Tällöin voidaankin puhua koetusta kokonaislaadusta. (Grönroos 2001, 105.) Koska laatu on subjektiivinen käsite, odotuksia on vaikea mitata luotettavasti. Eri ihmisten odotukset ovat erilaisia ja odotukset myös vaihtelevat tilanteen mukaan. Juuri palvelun laatuodotusten luonne vaikeuttaa palvelunlaadun mittaamista ja näin ollen myös asiakastytyvyyden mittaamista. (Kuusela 1998, 142.)

Asiakastyytyväisyys käsitetäänkin yleisimmin odotusten ja toteutuneen palvelun väliseksi suhteeksi. Mitä paremmin odotukset vastaavat koettua laatua, sitä tyytyväisempi asiakas. Tätä asiakastyytyväisyyden muodostumisen käsitystapaa on myös kritisoitu. Toisen näkökulman mukaan laatu olisi yleinen ajan myötä kehittyvä asenne tai näkemys palvelua kohtaan, kun taas asiakastyytyväisyys olisi sidoksissa yhteen palvelutapahtumaan. Tämän näkemyksen mukaan asiakastyytyväisyyden muodostuminen edeltäisi palvelun laadun kokemusta. (Kuusela 1998, 139-140.)

Grönroos (2001, 122-123) tähdentää, että ”samalla tavalla kuin asiakas kokee ensin fyysisen tuotteen ominaisuuksien laadun ja päättää vasta sitten – ottamalla ehkä samalla huomioon hinnan ja muun vaaditun panostuksen – onko hän tyytyväinen tuotteeseen, palvelun kuluttajakin havaitsee ensin palvelun ulottuvuuksien laadun ja on vasta sitten joko tyytyväinen tai tyytymätön saamaansa palvelun laatuun”. Hänestä tämä lähestymistapa osoittaa kiistatta sen, että palvelun laadun kokemus tapahtuu ennen asiakastyytyväisyyden muodostumista. Me asetumme tutkimuksessamme samalla kannalle.

Grönroosin (2001, 105) mukaan laatuodotuksien muodostumiseen vaikuttavat seuraavat tekijät: yrityksen markkinointiviestintä ja imago, suusanallinen viestintä eli ”viidakkorumpu” sekä asiakkaan tarpeet ja arvot. Kuuselasta (1998, 123) myös aiemmat palvelukokemukset ovat merkittävä seikka odotuksien syntymisessä. Työssämme keskitymme markkinointiviestinnän merkitykseen. Viestinnän ja odotuksien syntymisen väliseen yhteyteen palaamme vielä luvussa 3.5.

3.3 Julkisten palveluiden asiakastyytyväisyys ja laadun lähtökohdat

Lillrankin (1998, 88) mukaan julkiset palvelut poikkeavat olemukseltaan, rahoitukseltaan ja tuotantotalvaltaan yksityisten yritysten tuottamista palveluista, ja täten niitä on tarkasteltava omana alueenaan. Julkiset palvelut ja toimet ovat hyvin monimuotoisia ja laajoja, ja tämän takia kansalaisille tarjottuihin julkisiin palveluihin laatuajattelu soveltuu tietyin rajoituksin. Lillrank (1998, 91) käyttää julkisesti ra-

hoitettujen ja suoritettujen palvelujen käyttäjästä nimeä kansalainen, ei asiakas. Perusteena tälle on se, että julkisten palvelujen maailmassa ei ole kilpailua ja markkinamekanismia niin kuin yksityisellä sektorilla.

Lillrank (1998, 91-92) toteaa, että jos ”laatu määritellään tuotteen tai palvelun sopivuudeksi asiakkaan määrittelemään käyttötarkoitukseen, niin julkisella sektorilla ei voi olla laatua”. Asia ei ole kuitenkaan kovin yksiselitteinen, koska ihminen arvioi samalla tavalla palveluita, asioi hän sitten yksityisellä tai julkisella puolella.

Lillrankin (1998, 93, 95) mukaan tämä koskee vain palvelujen suorittamistapaa. Kun julkisten palvelujen osalta tarkastellaan niiden suunnittelua ja palvelutarjontaa, puuttuu tästä asiasta kokonaan kansalaisten valinnan mahdollisuus. Juuri maksavan asiakkaan puuttuminen johtaa siihen, että laadun määrittely täytyy toteuttaa eri tavoin kuin yksityisten yritysten toiminnassa. Julkisen ja kaupallisen sektorin keskeinen ero palvelun tuottajan lisäksi on maksavan ja valitsevan asiakkaan puuttuminen..

Kaupallisten palveluiden vastaisesti julkisella sektorilla myöskään hinta ei ole voi olla laadun lähtökohta, koska palvelun tarjoajilla on usein täysin monopolinen asema palvelun tuottajana, mikä tarkoittaa sitä, että asiakas ei voi suorittaa hintavertailuja. Yhteisöllisten palveluiden hinta perustuu poliittisen tahon määräyksiin tai kustannuslaskelmiin. Julkisen sektorin palveluilla ei pyritä tuottamaan voittoa. (Rissanen 2006, 230.)

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja palautteeseen reagoiminen julkisissa palveluissa täytyy kohdistaa niihin asioihin, joissa vallitsee asiakassuhteeseen verrattavissa oleva tila, eli kansalainen tietää tuotteen ja pystyy arvioimaan sitä. (Lillrank 1998, 95.) Julkisen sektorin palveluiden monopolinen asema johtaa itse asiassa siihen, että asiakastyytyväisyyttä ei varsinaisesti tarvitsisi olla edes olemassa tai toisin sanoen siihen ei tarvitsisi kiinnittää huomiota. (Rissanen 2006, 213.) Mihin muualle asiakas menisi?

Julkisessa palvelutarjonnassa asiakkaan tarve, sen tiedostaminen ja tyydyttäminen on usein unohtunut. Julkinen ”organisaatio elää ja toimii itseään, ei asiakkaitaan varten”. Asiakkaiden tarpeiden ja odotusten ymmärtäminen on palvelun laadun lähtökohta ja palvelun laadun kehittämisen edellytys. Vaikka asiakkaat ovat tärkeimmän markkinatiedon lähde, heidän toiveiden huomioiminen on ollut julkisen sektorin ongelma, koska he eivät ole monopolisen aseman vuoksi riippuvaisia asiakkaiden tarpeista. Rissanen toteaa myös, että ”julkisissa palveluissa palvelun tuottajan ja asiakkaan välillä on usein jännitystä, ehkä luottamuspulaakin.” Kilpailun olosuhteissa asiakkuus päättyisi, mutta kansalaiset ja yritykset ovat lailla ”pakotettuja käyttämään” palveluita. (Rissanen 2006, 45, 49, 51.)

3.4 Markkinointiviestinnän merkitys

Vuokko (2003, 17) summaa markkinointiviestinnän käsittävän kaikki ne tekijät, joiden tehtävänä on luoda myönteistä vaikutusta markkinoinnin tuloksellisuuteen eli saada asiakkaat ostamaan palveluita. Markkinointiviestinnällä käsitetään yrityksen mainonta ja suoramarkkinointi, myynnin- ja menekinedistäminen, henkilökohtainen myyntityö, suhdetoiminta ja sponsorointi sekä www-sivut. Viestinnän päätehtävän lisäksi sillä pyritään rakentamaan yrityksen profiilia eli sitä mielikuvaa, jonka yritys haluaisi toiminnastaan vallitsevan.

Viestintätoimenpiteet siis muokkaavat jatkuvasti asiakkaan käsityksiä ja mielikuvia yrityksestä eli yrityksen imagosta. Imago on tärkein palvelu- ja laatuodotuksia synnyttävä tekijä ja se rakentuu markkinointiviestinnän lisäksi edellisten palvelukokemusten ja muun asiakkaan kohtaamaan viestinnän tuloksena. (Vuokko 2003, 19.) Markkinointiviestinnällä voidaan siis todeta olevan suuri merkitys asiakkaan palveluodotuksien muodostumisessa ja näin ollen pitemmälle vietyä myös asiakastyytyväisyyden muodostumisessa. Kun viestinnän seurauksena syntyneisiin palveluodotuksiin vastataan palveluprosessissa onnistuneesti, asiakas kokee tyytyväisyyden tunteen odotuksien vastatessa todellisuutta.

Nykyaikaiset markkinointikeinot rakentuvat pääasiassa tuotteen näkyvän osan varaan. Näitä osia ovat muun muassa tavaramerkki, tekninen laatu, hinta, muotoilu, ominaisuudet, lisäpalvelut ja palveluympäristö. Kuluttajaan vedotaan juuri mielikuvia rakentamalla ja vahvistamalla, ja nämä syntyneet mielikuvat ratkaisevat palvelutilanteen lopputuloksen määräytymisen. Jos mielikuva tuottaa asiakkaalle arvoa, hän hankkii sen. Kärjistettynä asiakas siis hankkii omistukseensa tarpeita vastaavia mielikuvia. Jos julkisia palveluita katsotaan tästä näkökulmasta, on ymmärrettävää, että niiden imago on huono. ”Julkisten palveluiden ja hallinnon markkinointiviestintä on paljolti tavoitteiltaan erilaista. Asiakkaiden houkuttelun sijasta se on ohjaavaa, opastavaa, valistavaa tai neuvovaa.” (Rissanen 2006, 22, 49.)

Huono imago synnyttää kielteisiä palvelu- ja laatuodotuksia, joita on hyvin vaikea muuttaa, vaikka palvelu itsessään olisikin odotettua parempaa. Asiakas ei välttämättä pysty arvioimaan palvelua objektiivisesti huonojen odotusten vahvuuden vuoksi. Jotta odotukset saataisiin muutettua positiivisempaan suuntaan, on palvelun parannuttava huimasti. Tässä saattaa olla mielestämme yksi julkisen sektorin ongelmista, vaikka palvelujen parantamisen eteen yritetään tehdä töitä.

Rissanen (2006, 31) mukaan suurin ymmärryksen puute markkinoinnin merkityksestä asiakkaan ja palvelun tuottajan välillä ilmenee julkisella sektorilla. Markkinoinnin merkitystä palvelun koetun kokonaisuuslaadun muodostumisessa pitäisi käyttää hyödyksi myös kaupallisen sektorin ulkopuolella. Viestintää tehostamalla ja suuntaamalla enemmän kaupallisen sektorin mielikuvamarkkinointiin voidaan nostaa palvelun imagoa. Yksin viestinnän parantaminen ei auta, vaan imagon on tietenkin perustuttava todelliseen palvelun laadun tilanteeseen.

Isossa kokonaisuudessa kuten kunnassa on tärkeää, että viestintä on toimivaa ja ajankohtaista, jotta taataan kaikkien palveluiden sujuvuus ja asukkaat saavat tarvitsemansa tiedon vaivattomasti. Viestinnän merkitys korostuu ulkopaikkakuntalaisten asioidessa kunnassa, koska tietoisuus tarjolla olevista palveluista ja niiden laadusta on hatarammalla pohjalla. Vapaa-ajan asukkaat tarvitsevat ja käyttävät palveluja pääasiassa samalla tavoin kun kuntalaisetkin, joten myös heidät tulee ja

kannattaa huomioida kunnan ja yksityisten palveluntarjoajien markkinointiviestinnässä.

Suomen kuntaliiton julkaisussa *Kunnan viestintä* (2004, 30) kunnan markkinointiviestinnän keskeisiä tavoitteita ovat kunnan ja sen palvelujen tunnetuksi tekeminen, asenteisiin vaikuttaminen, uusien asukkaiden saaminen, elinkeinoelämän toimintamahdollisuuksien tukeminen sekä matkailun edistäminen. Näistä tavoitteista tärkein meidän tutkimuksemme kannalta on kunnan ja sen palvelujen tunnetuksi tekeminen, mutta yhtä lailla myös muut kohdat vaikuttavat vapaa-ajan asumiseen ja sen kehittämiseen kunnassa.

Erityisesti kunnan palveluviestinnällä on merkittävä vaikutus asukkaiden tietoisuuteen saatavilla olevista palveluista ja niiden käyttömahdollisuuksista. Palveluviestinnällä helpotetaan asukkaiden jokapäiväistä elämää ja varaudutaan ennakolta auttamaan asukkaita pulmatilanteissa. Viestinnässä käytettyjä keinoja ovat asukasillat ja tapaamiset, internetin, sähköpostin ja kuntalaistiedotteiden käyttö, oppaat ja esitteet. Myös neuvontapuhelimet ja palvelupisteet ovat oivia tapoja viedä tietoa eteenpäin. Vapaa-ajan asukkaille tärkeimpiä ovat ehdottomasti palveluoppaat ja esitteet sekä internet. (Suomen kuntaliitto 2004, 7-8.)

Kunnan viestinnällä on tarkoitus tukea kunnan kehitystä ja edistää näin ollen sen asukkaiden hyvinvointia. Aktiivinen ja aikaisessa vaiheessa tapahtuva tiedottaminen sekä vuorovaikutus mahdollistavat asukkaille myös keinot vaikuttaa yhteisiin asioihin ja toimia kunnan jäseninä. Myös vapaa-ajan asukkailla on sanottavansa kunnan kehitykseen ja meidän mielestämme se täytyy ottaa huomioon, jos kunnassa halutaan säilyttää vapaa-ajan asumisen edellytykset. Koska vapaa-ajan asumisesta on tullut monelle jo lähes kakkosasumista, vaikutuksen mahdollisuudet oman asuinalueen tapahtumiin ovat kaikkien etuoikeus. Kunnan asioihin osallistumista tukemalla saadaan myös signaaleja palvelujen kehittämisen tueksi, koska päästään vuorovaikutukseen asukkaiden kanssa. (Suomen kuntaliitto 2004, 7,10.)

Viestintää tarvitaan myös toisella tasolla: yksityiseltä palveluyrittäjältä vapaa-ajan asukkaille. Pienessä kunnassa, jossa kaikki asukkaat tietävät toisensa ja tuntevat

palvelutarjonnan, ei esiinny suurta tarvetta markkinointiviestinnälle. Usein tieto palveluista kulkee suusta suuhun. Samanlainen tilanne vallitsee myös tutkimuskunnassamme Hartolassa. Hartolassa on kymmeniä pienyrittäjiä, mutta ulkokuntalaisena heistä tietäminen ja varsinkin palvelujen ennakoarviointi on vaikeaa. Potentiaalisella asiakkaalla ei ole keinoja ostopäätöksen tekemiseen.

Yrityksen markkinointiviestinnän tavoite on varmistaa, että asiakas tietää miten ja mistä palveluja on tarvittaessa saatavilla. Viestinnän tehtävänä on rakentaa asiakkaille realistisia palveluodotuksia. Tarkoituksena on siis viestiä, miksi juuri kyseisen yrityksen palvelu on valinnan arvoinen. Pienyrittäjien palvelujen markkinoinnissa korostuu markkinointiviestinnän työkaluista erityisesti henkilökohtainen myyntityö ja työsuoritus. (Kuusela 1998, 83-84.)

Ulkokuntalaiset vapaa-ajan asukkaat ovat asiakkaita siinä missä vakituiset asukkaat, mutta heidän tavoittamiseensa tarvitaan hieman enemmän vaivaa. Viestinnän synnyttämien mielikuvien vuoksi asiakkaan on helpompi muodostaa mielipiteensä tarjotusta palvelusta ja tehdä hankintapäätös vieraassa ympäristössä. Ihmiset käyttävät vastaanotettuja viestejä hyväkseen päätöksentekotilanteissa – joko tietoisesti tai tiedostamatta. Tämä pätee erityisesti rahallisesti arvokkaita palveluja, kuten rakennuspalveluja, hankittaessa. (Vuokko 2003, 19.)

Kuuselan mukaan (1998, 83) ”markkinointiviestinnällä voidaan rohkaista asiakasta ostamaan palveluja ja hänelle tarjotaan syy ostaa niitä. Hyvin hoidettu markkinointiviestintä on omiaan lisäämään palveluyrityksen vetovoimaa.”

4 VAPAA-AJAN ASUKASTUTKIMUS

Aloitimme tutkimusprosessin tammikuussa 2007 toimeksiantajan edustajien tapaamisella. Tapaamisessa oli paikalla kaksi Hartolan vapaa-ajan asukastoimikunnan jäsentä, Pentti Heinonen ja Tapio Tervo sekä opinnäytetyömme ohjaaja. Tapaamisessa tutustuimme toisiimme ja kartoitimme tutkimuksen tavoitteet sekä

toimeksiantajan toiveet tutkimuksen kululle. Sovimme myös aikataulun ja käytettävät tutkimustavat.

4.1 Tutkimusmenetelmien soveltaminen

Tutkimustavaksemme valitsimme kyselyn. Ensin tarkoituksena oli, että suorittaisimme tutkimuksen kokonaan internetkyselynä, mutta kohderyhmästä johtuen halusimme antaa myös mahdollisuuden vastata paperiseen lomakkeeseen. Postikyselyn päätimme toteuttaa samanaikaisesti sähköisen kyselyn kanssa. Postikyselyssä valitulle vastaajajoukolle lähetetään kyselylomake, jonka he täyttävät itse ja palauttavat tutkijalle. Yleensä mukana on valmiiksi maksettu palautuskuori ja saatekirje. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 185.)

Heikkilä (1999, 18) toteaa, että tärkeimmät tutkimusmenetelmän valintaan vaikuttavat seikat ovat tutkimuksen luonne, tavoite, aikataulu ja budjetti. Nämä seikat huomioiden kysely on paras vaihtoehto tutkimuksemme kannalta. Tutkimuksemme vastaajakotitaloudet sijaitsevat ympäri Etelä-Suomea, joten meillä ei ole resursseja eikä aikaa kohdata heitä. Postikysely onkin paras ja käytetyin menetelmä silloin, kun otosjoukko on maantieteellisesti hajallaan (Veal 2006, 235).

Kirjekysely on myös isompaa joukkoa tutkittaessa taloudellisempi ja vähemmän aikaa vievä vaihtoehto kuin muut tutkimusmenetelmät. Kirjekyselyn etuna on myös sen nopeus ja aineiston vaivaton saanti sekä vastaajien helppo tavoittaminen. (Heikkilä 1999, 6; Hirsjärvi ym. 2005, 185.) Kyselyn valinta oli myös selkeä, koska edellinen asukastutkimus toteutettiin myös postikyselynä.

Sähköisen kyselyn luomiseen käytimme ohjelmaa nimeltä Webropol, joka on tarkoitettu erilaisten sähköisten kyselyjen luomiseen. ”Sähköinen kyselylomake on tiedon keräämiseen, siirtämiseen ja säilytykseen tarkoitettu väline, joka tuotetaan, varastoidaan, jaetaan ja täytetään tietokoneavusteisesti” (Sintonen 2003, 8).

Internetkyselyn käyttö on yleistynyt huomattavasti varsinkin kaupallisella sektorilla internetin käytön lisääntymisen myötä. Internetkyselyllä tarkoitetaan pääasiassa kaikille avoimessa internetin osassa (World Wide Web) tehtävää kyselyä, mutta myös esimerkiksi yrityksen sisäisissä intranet- ja extranet-verkoissa olevat kyselyt ovat vastaavanlaisia. Internetkyselyt ovat kuitenkin varsin uusi asia, koska niiden käyttäminen on ollut mahdollista vasta 1990-luvulta lähtien. (Sintonen 2003, 6.)

Lisäksi otimme lomakkeessa suuntaa antaviksi malleiksi asiakastytyväisyystutkimuksen laadinnassa tärkeitä elementtejä. Esimerkiksi käyttämämme arviointiasiatteikot ovat tyypillisiä asiakastytyväisyystutkimuksille. Päätimme toimia näin, koska vapaa-ajan asukastutkimukselle ei ole olemassa mitään tiettyä mallia ja koska tutkimamme asiat liittyvät osittain asiakastytyväisyyteen.

Kun tutkimusprosessin lähtökohtana aiheen valinnan jälkeen pidetään lähdekirjallisuuteen ja materiaaliin tutustumista, me aloitimme työmme lähes suoraan lomakkeen laadinnalla. Tämä johti siihen, että lähdimme toteuttamaan tutkimusprosessia periaatteessa vääristä lähtökohdista. Pohdimme toki mitä halusimme tutkimuksella selvittää ja mahdollista teoriamateriaalia, mutta emme käyttäneet kirjallisuutta hyväksi lomakkeen rakentamisessa. (Hirsjärvi ym. 2005, 57.) Jos olisimme noudattaneet perinteisiä tutkimuksen vaiheita, olisi lomakkeemme varmasti ollut erilainen kokonaisuus ja kysymysten merkitys syvällisemmin pohdittu.

Edellä mainittujen asioiden vuoksi huomasimme, että alustavasti pohtimamme tavoitteet eivät tulisi täyttymään tulosten saannin jälkeen. Käyttämällämme lomakkeella ei olisi ollut mahdollista saada vastauksia kaikkiin tutkimusongelmiin. Täten päätimme aloittaa osittain alusta ja muokkasimme tutkimusongelmiemme painotuksia.

4.2 Kyselylomakkeen rakentaminen

Paperisen lomakkeen rakentamiseen jäi aikaa käytännössä noin kaksi kuukautta, koska esittelimme alustavat versiot toimeksiantajalle jo maaliskuun lopussa 2007.

Näiden kahden kuukauden aikana päätimme lomakkeen muodon ja kysymysvalinnat. Lomakkeen suunnittelussa tärkein seikka oli varmistaa sen käytettävyys myös sähköisessä muodossa. Tarkoituksenamme oli sen kopioiminen mahdollisimman vastaavanlaisena internetiin, jotta voisimme tarkastella kaikkia vastauksia täysin samanarvoisina. Lomake on katsottavissa liitteessä yksi.

Lähdimme rakentamaan lomaketta edellisen kyselyn lomakepohjalle pääosin siksi, että vertailtavuus vuoden 1999 tutkimukseen olisi myöhemmin mahdollista. Tämä määrittikin erittäin pitkälle käytetyt kysymystyypit ja kysymysvalinnat. Kyselylomakkeen laadinnassa tärkeintä olisi ensin huomioida asetetut tavoitteet ja tutkimusongelmat, jotta tiedetään mistä lähtökohdista lomaketta aletaan rakentaa ja minkälaisilla kysymyksillä saadaan tarvittavaa informaatiota (Veal 2006, 249). Juuri tämän vaiheen merkityksen ymmärtäminen tutkimuksen onnistumiselle jäi meiltä aluksi käsittämättä.

Lopullisesta lomakkeesta muotoutui kuusisivuinen kysely. Merkittävimmit tekijöiksi kyselyn pituuden vuoksi nousivat lomakkeen ulkoasun selkeys ja looginen eteneminen sekä johdonmukaisuus kysymyksen etenemisessä. Tämän vuoksi päädyimme käyttämään viittä otsikoitua patteristoa, jotta vastaajalle välittyisi viesti aiheen vaihtumisesta ja lomake tuntuisi lyhyemmältä. Valitsimme myös yhden helposti samaistuttavan puhuttelutavan, me-muodon, jota käytimme läpi lomakkeen.

Jokaisen kysymyksen kohdalla mietimme tarkasti kysymyksen sanavalinnat ja tyylin, jotta kaikki kysymykset olisivat selkeitä ja ymmärrettäviä ja emme johdatelisi vastaajaa millään muotoa. Suurin osa kysymyksen aiheista tuli edellisestä kyselystä, mutta lisäsimme myös omia kysymyksiä ja tulkintoja. Heikkiläkin (1999, 55-57) toteaa, että kysymyksessä tulisi kysyä vain yhtä asiaa kerrallaan ja varmistaa, että kysymys on kieliasultaan moitteeton ja yksiselitteinen.

Tutkimuksen aihe on tärkein vastaamiseen vaikuttava seikka, mutta lomakkeen laadinnalla ja kysymysten tarkalla suunnittelulla voidaan myös tehostaa tutkimuksen onnistumista. Lisäksi lomakkeen miellyttävä ulkonäkö alentaa vastauskynnys-

tä. (Heikkilä 1999, 43, 47-48; Hirsjärvi ym. 2005, 187.) Varsinkin postikyselyissä, joista puuttuu kokonaan tutkijan ja vastaajan välinen vuorovaikutus, lomakkeen onnistunut muotoilu nousee merkittäväksi tekijäksi vastausprosentissa sekä vastausten oikeellisuudessa ja tarkkuudessa. (Veal 2006, 267.)

Eniten kysymyksiä muotoiltiin suljettujen monivalintakysymysten mukaisesti, koska ne sopivat parhaiten tarvittavan tiedon keräämiseen. Suljetussa kysymyksessä tutkija on laatinut valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaajan täytyy vain valita sopivin vaihtoehto. Monivalintakysymyksiä käyttämällä onnistuimme myös minimoimaan täyttämisen raskautta ja siihen kuluvaan aikaa. Vastaukset on myös näin helppo siirtää sähköiseen muotoon. Suljetut kysymykset ovat käytännöllisiä, kun vastausvaihtoehdot tiedetään etukäteen tai niitä voi olla vain rajallisesti esimerkiksi kysyttäessä ikä- tai ammattiluokkaa. (Heikkilä 1999, 48-51; Hirsjärvi ym. 2005, 187-188.)

Käytimme myös avoimia kysymyksiä, koska halusimme antaa vastaajille mahdollisuuden ”vapaaseen sanaan”. Hirsjärven ym. (2005, 190) mukaan ”avoimet kysymykset antavat vastaajalle mahdollisuuden sanoa, mitä hänellä on mielessään, kun taas monivalintatyypiset kysymykset kahlitsevat vastaajan valmiiksi rakennettuihin vaihtoehtoihin”. Nämä kysymykset sijoitimme pääasiassa lomakkeen loppuun, koska ne olivat merkitykseltään vähäisimpiä. Avoimet kysymykset olivat kuitenkin tärkeitä toimeksiantajan haluaman tiedon keräämiselle.

Heikkilän (1999, 47) mukaan lomakkeen alkuun kannattaa laittaa helppoja ja yksinkertaisia kysymyksiä, jotta saadaan vastaajan mielenkiinto heräämään. Tämän vuoksi me valitsimme alkuun kysymykset vastaajan taustatiedoista ja vapaa-ajan asunnosta. Seuraavaksi laitoimme palvelutarjontaa ja tiedottamista ja tapahtumatarjontaa koskevat kysymyspatteristot, koska tärkeitä tietoja kannattaa kysyä lomakkeen alkupuolella. Tällöin vastaaja paneutuu vastauksiin paremmin. Vapaa-ajan asumista ja palvelujen käyttöä koskevat kysymykset olivat tutkimuksen tärkeimmät. Viimeiseksi jäi avoimia kysymyksiä sisältävä patteri, jonka merkitys oli opinnäytetyön kannalta pienin.

4.3 Sähköisen kyselyn luominen

Internetkyselyitä on kahdenlaisia: sähköpostikysely ja www-kysely (Sintonen 2003, 5). Veal (2006, 244) listaa kolme toimintatapaa: Sähköpostin mukana lähetetty kyselylomake, jonka vastaaja tulostaa ja postittaa valmiina tutkijalle tai vastaaja täyttää lähetetyn lomakkeen suoraan internetissä, ja lähettää sen takaisin sähköpostitse. Kolmas vaihtoehto on täysin sähköinen kysely. Me päätimme käyttää täysin elektronista www-kyselyä, jossa vastaaja täyttää lomakkeen internetissä sille varatussa osoitteessa ja vastaukset tallentuvat suoraan käytettyyn kyselyohjelmaan.

Sähköisen kyselytavan valintaan vaikuttivat samat syyt kuin postikyselyn valintaan. www-kysely on nopea, edullinen ja vaivaton sekä vastaajille että tutkijoille. www-kysely mahdollistaa vastaajille ajasta ja paikasta riippumattoman vastausmahdollisuuden ja yksinkertaisimman palautustavan. Kyselylomakkeen rakentaminen on valmista ohjelmaa käyttäen nopeaa ja tehokasta. Sähköinen kysely on myös postikyselyä edullisempi tapa saada tarvittavaa informaatiota ja se tuotti meille vähemmän työtä kuin paperisten kyselylomakkeiden käsittely. (Veal 2006, 244.)

Sähköisen kyselyn suurin etu on se, että koska jokainen vastaus tallentuu suoraan käytettävään ohjelmaan, vastaukset ovat heti tutkittavissa. Kyselyohjelmat ovat myös useimmiten ohjelmoitu tuottamaan valmiita raportteja ja esimerkiksi ristiintaulukointeja, ja tähän vaaditaan vain napin painallus. (Sintonen 2003, 10-11.)

Rakensimme www-kyselyn paperisen lomakkeen suunnittelun jälkeen. Käytännössä siis siirsimme paperisen lomakkeemme sähköiseen muotoon. Pääasiassa sähköisen kyselyn esittämisessä ja toteutuksessa täytyy huomioida samat tekijät kuin paperisen lomakkeen suunnittelussa, mutta tärkeimmiksi asioiksi nousevat kysymysten selkeys ja asettelu sekä vastauskutsun/-kirjeen kiinnostavuus. (Sintonen 2003, 25.)

Meidän vastauskutsumme oli paperisen lomakkeen saatekirje, jossa esiteltiin tutkimuksen tekijät ja tavoitteet sekä esitettiin mahdollisuus vastata www-kyselyyn. Sintonen (2003, 24) toteaa, että tutkimuksen tekijän esittely ja tulosten hyödyntämisen kertominen herättää vastaajan kiinnostuksen ja näin ollen parantaa mahdollisesti vastausprosenttia.

Sähköinen kyselymme eteni pääasiassa samassa järjestyksessä kuin paperilla. Sintonen (2003, 26, 30) mukaan esitystapoja on kaksi. Joko kysymykset jaotellaan useammille sivuille tai ne esitetään yhdellä sivulla, jota rullataan hiirellä alaspäin. Koska kyselymme on varsin pitkä, päädyimme useamman sivun vaihtoehtoon, jotta kysely ei tuntuisi kovin raskaalta. Laitoimme yhden aihepatterin kysymykset yleensä kahdelle sivulle. Tilaa vievät kysymykset yksityisten ja julkisten palveluiden laadusta sekä muutamit avoimet kysymykset saivat oman sivunsa. Lopullinen vastausaika oli noin 8 minuuttia, joka on optimaalisen vastausajan ylärajalla.

4.4 Kyselyn toteutus ja raportointi

Tutkimuksen vastaajien valinta oli toimeksiantajan edustajan Tervon vastuulla. Hän oli myös vastuussa lomakkeiden postituksen ja palautuksen hoitamisesta. Paperisia kyselylomakkeita lähetettiin 2 200 kappaletta kunnan jokavuotisen vapaa-ajan kotitalouksille osoitetun kevätkirjeen mukana. Osoitelähde oli kunnan mökkirekisteri.

Paperiset lomakkeet lähetettiin vastaajille viikolla 16 vuonna 2007. Samaan aikaan julkaisimme sähköisen kyselyn internetissä. Paperisten lomakkeiden palauttaminen pyrittiin tekemään mahdollisimman yksinkertaiseksi, vaikka kustannussyistä lomakkeen mukana ei lähetetty vastauskuorta. Lomakkeen pystyi palauttamaan postitse toiselle tutkimuksen tekijälle tai viemällä sen kunnankirjastolle tai kunnantalolle, joista kunta lähetti ne erissä toiselle tekijälle.

Vastausinnokkuutta pyrittiin nostamaan mainostamalla kyselyä vapaa-ajanasukastoimikunnan toimesta artikkelilla Hartolan paikallislehdessä (Lähilehti)

ja kunnan internet-sivuilla. Vastausaikaa kyselyyn oli noin kuukausi. Vaikka viimeinen vastauspäivä oli 18.5.2007, palautettiin lomakkeita postitse vielä seuraavallakin viikolla. Tämän jälkeen aloitimme tulosten analysoinnin ja raportoinnin.

Kyselyyn vastasi 95 vapaa-ajan kotitaloutta ja vastausprosentiksi muodostui 2,4. Lomakkeita palautettiin sähköisesti 41 kappaletta ja paperisia 54 kappaletta. Jouduimme kuitenkin hylkäämään yhden paperisen lomakkeen, koska se oli vain puoli täytetty.

Ensimmäinen tehtävä oli muuttaa myös paperisten lomakkeiden vastaukset numeeriseen muotoon. Päätimme ajaa kaikki vastaukset Webropoliin ja käyttää ohjelman raportointityökaluja avuksemme. Kaikkien vastausten saaminen yhteen kohteeseen ja samaan muotoon yksinkertaisti vastausten tulkintaa. Kaikkien lomakkeiden lisäämisen jälkeen tulostimme webropolista ensin peruseräraportin, josta teimme ensimmäiset päätelmät tuloksien suunnasta. Pääasiassa otimme raportista keskiarvoja ja prosenttiosuuksia kysymyksistä. Teimme myös muutaman ristiintaulukoinnin, mutta emme käyttäneet niiden tuloksia lopulta työssämme. Aikataulun vuoksi päätimme pysyä yleisellä tasolla ja jättää ristiintaulukoinnin hyödyntämättä.

Halusimme havainnollistaa tutkimustuloksia raportissa erilaisilla taulukoilla ja kuvioilla, koska ne avaavat ja tukevat tekstin sanomaa. Taulukot tehtiin Word- ja kuvat Excel -ohjelmalla ja kuvioita oli yhteensä 14 ja taulukkoja kaksi. Käytimme pääasiassa pylväs- ja ympyrädiagrammeja.

Tuloksien tutkimisen ja tulkinnan jälkeen kirjoitimme toimeksiantajalle raportin, joka oli valmiina elokuun 2007 lopussa. Raportin lisäksi olimme mukana luomassa toimeksiantajan tekemää PowerPoint -esitystä. Esityksen oli tarkoitus havainnollistaa tutkimuksen tuloksia, kun toimeksiantaja esitteli ne Hartolan kunnalle ja kunnan yrittäjille sekä vapaa-ajan asukkaille syyskuussa 2007. Raportoinnin jälkeen aloitimme opinnäytetyömme työstämisen.

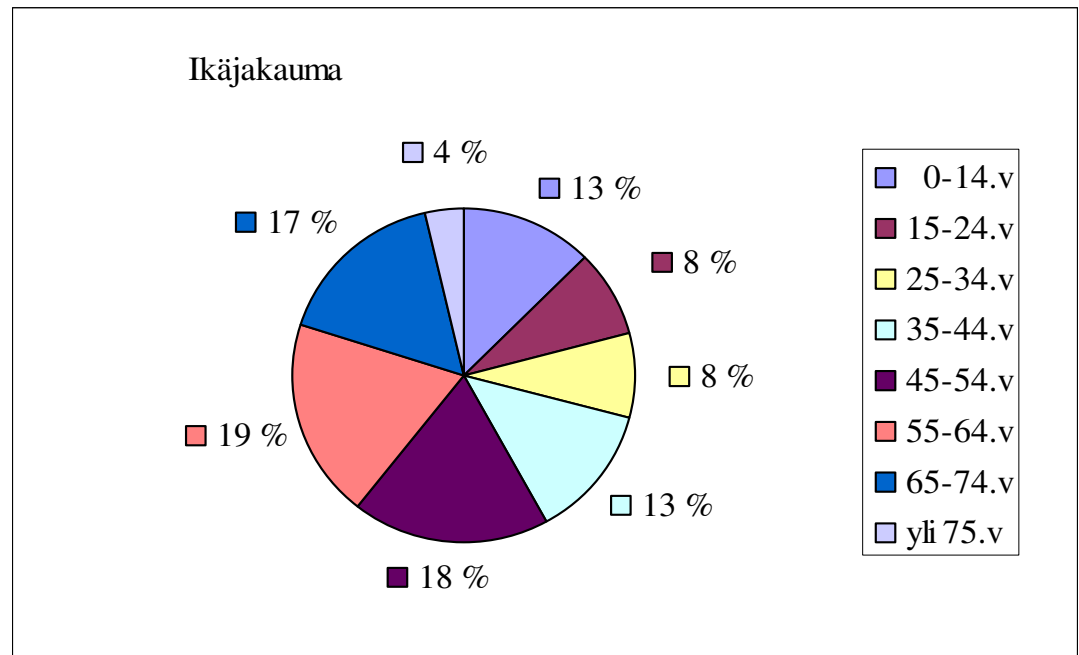
5 VAPAA-AJAN ASUKASKYSELYN TULOKSET JA TULKINTA

Hartolan vapaa-ajan asukkaat ovat pääosin tyytyväisiä kuntaan ja sen tarjoamiin palveluihin, koska kunta saa kokonaisarvosanaksi kahdeksan asteikolla 1-10 numeron kymmenen ollessa paras. Kaikki annetut arvosanat annettiin asteikolla 4-10 eli kolme huonointa arvosanaa eivät saaneet kannatusta lainkaan. Pääosin arvostukset jakaantuvat lukujen 7-9 välille. Muut arvosanat saavat kukin vain muutaman maininnan. Arvosana kertoo, että yleisellä tasolla asiat kunnassa ovat hyvin, mutta parannettavaakin on.

Hartolan merkittävimmit vetovoimatekijöiksi vastaajat nostavat luonnon läheisyyden (77%) ja rauhallisuuden (74%). Muita tärkeitä seikkoja ovat palvelujen läheisyys ja monipuolisuus sekä kulkuyhteydet. Tästä tuloksesta voidaan lukea siis Hartolan valttikortit vapaa-ajan asumisen suhteen. Näitä asioita kehittämällä saadaan entistä tyytyväisempiä vapaa-ajan asukkaita ja kuntalaisia.

5.1 Asukkaiden ja asumisen profiili

Kyselymme vastanneet 94 vapaa-ajan kotitaloutta käsittävät yhteensä 428 henkilöä. Heistä suurin osa sijoittuu ikäluokkaan 55-64 vuotta. Ikäluokkaan kuuluu 83 henkilöä (19%). Kuten myös kuviosta kaksi on nähtävissä, tuloksista on lisäksi havaittavissa kaksi suurta ikäryhmää, sillä ikäluokkaan 45-54 vuotta kuuluu 78 henkilöä (18%) ja ikäluokkaan 65-74 vuotta 71 henkilöä (17%). Nuorempia ikäryhmiä tarkasteltaessa henkilömäärä laskee rajusti. Vapaa-ajan asuntoja käyttää siis pääasiassa keski-ikäinen ja sitä vanhempi sukupolvi. Hartolan tilanne vastaa täten koko Suomen tilannetta omistajien keski-ikä ollessa 59-60 vuotta (Aho & Ilola 2006, 55; Tilastokeskus 2007c).



Kuvio 2. Asukkaiden ikäjakauma (n=94)

Tutkimuksemme mukaan uutta nuorempaa käyttäjäskupolvea ei valitettavasti ole paljon havaittavissa. Tämä vaikuttaa ikävältä suunnalta kunnan vapaa-ajan asumisen säilymiselle, mutta mielestämme ikääntyminen ei välttämättä tarkoita mökkeilyn vähenemistä, sillä voidaan olettaa, että eläkeläisillä on enemmän mahdollisuuksia viettää aikaa vapaa-ajan asunnollaan. Pidemmällä aikavälillä koko vapaa-ajan asumisen sisältö saattaa muuttua huomattavasti. Tähän mahdollisesti vaikuttaa suurten ikäluokkien mökkien perijäskupolven ja aivan uusien mökinomistajien nousu suurimmaksi mökkeilijäryhmäksi (Sisäasianministeriö 2006b, 26).

Kysymykseen yhteiskuntaryhmistä (liite 1) saimme vastaukseksi yhteensä 392 henkilöä, mikä on eri luku kuin vapaa-ajan asuntojen kokonaiskäyttäjämäärä. Tämä poikkeama johtuu mahdollisesti siitä, että kaikki vastaajat eivät ilmoittaneet lomakkeessaan yhteiskuntaryhmiään tai että henkilömäärä oli merkitty väärin suhteessa vakituisesti loma-asuntoa käyttävien henkilömäärään.

Yhteiskuntaryhmään kuulumisen antaa osviittaa vastaajien taloudellisesta tilanteesta ja mahdollisista palvelutarpeista, joten koimme tärkeäksi kysyä myös tätä asiaa. Saamamme vastaukset olivat täysin odotettavissa ikäryhmien tarkastelun

jälkeen. Puolet (49%) kyselyymme vastaajista ilmoittaa kuuluvansa ryhmään työsäkäyvä aikuinen. Toiseksi suurin ryhmä ovat eläkeläiset, joita on 88 henkilöä (22%). Myös tässä suhteessa Hartola on verrattavissa muun Suomen tilanteeseen, koska vapaa-ajan asumisen vallitsevat ryhmät ovat työsäkäyvät ja eläkeläiset (Aho & Ilola 2006, 57; Kokki & Pitkänen 2005, 22).

Asuntokohtaisesti ilmoitettuna yleisimmin loma-asuntoa käyttää vakituisesti kaksi henkilöä (46 kotitaloutta). Kahden hengen kotitaloudessa asukkaat ovat iältään keski-ikäisiä (ikäluokka 45-54 vuotta) tai eläkeiän (ikäluokka 55-64 vuotta) kynnyksellä olevia henkilöitä. Vajaa kolmasosa kotitalouksista on 3-4 henkilön talouksia (22 kotitaloutta). Neljän hengen kotitalous käsittää useimmiten vanhemmat ja kaksi kouluikäistä tai nuorempaa lasta. Keskimäärin vastaustemme mukaan loma-asuntoa käyttää säännöllisesti 4,5 henkilöä, kun jaetaan kaikki vapaa-ajan asukkaat (428) asuntojen lukumäärällä (94). Suomessa vastaava luku (4-5 henkilöä) esiintyy Sisäasiainministeriön (2006b, 22) mukaan muissakin kunnissa.

Kun tarkastelimme vapaa-ajan asunnon keskimääräistä käyttöä tarkastelun, päätimme poistaa yhden vastaajan ilmoittaman henkilömäärän. Kyseinen vastaaja ilmoitti, että vapaa-ajan asuntoa käyttää vakituisesti jopa 80 henkilöä, ja tämä olisi aiheuttanut huomattavan poikkeaman normaalijakaumaan nähden.

Lähes kaikkien vastaajien vakituinen asuinkunta sijaitsee Etelä-Suomessa ja tarkennettuna pääkaupunkiseudulla ja Uudellamaalla. Yksin Helsingistä saimme 38 vastausta ja pääkaupunkiseudulta tulleet vastaukset muodostavat yhteensä 64 prosenttia kokonaisvastausmäärästä. Toinen asutuskeskittymä on Päijät-Häme, josta vastauksia tuli 16 kappaletta.

5.1.1 Vapaa-ajan asunto

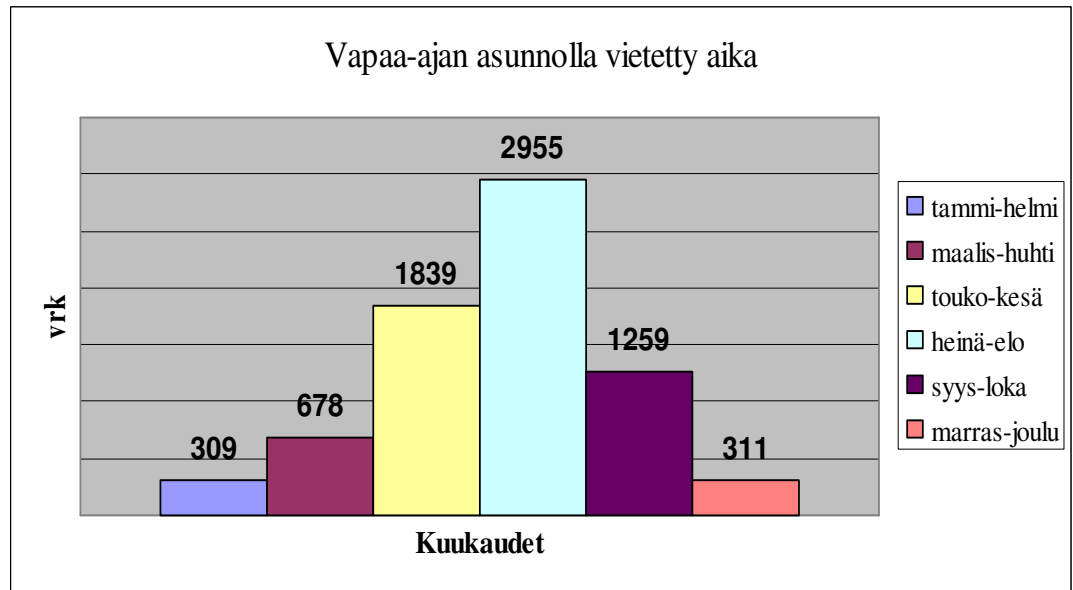
Koska suurin osa vapaa-ajan asukkaista asuu vakituisesti pääkaupunkiseudulla tai sen laitamilla, tavallisimman mökkimatkan pituudeksi saamme yli 150 kilometriä (75%). Ahon ja Ilolan (2006, 58) tutkimuksessa keskimääräinen mökkimatkan

pituus oli 187 kilometriä. Kyselymme mukaan vapaa-ajan asunnot sijaitsevat pääasiassa 10-20 kilometrin (39%) päässä Hartolan kirkonkylältä, mutta melkein yhtä yleinen kulkumatkan pituus on alle 10 kilometriä (35%).

Tilastokeskuksen (2006) mukaan vuonna 2006 Hartolassa oli 2 252 loma-asuntoa. Hartolan mökkikannan iässä on nähtävissä Suomen mökkirakentamisen kukoistuskauti 1970- ja 1980-luvuilla (Tilastokeskus 2007a). Vaikka kyselymme perusteella kunnan vapaa-ajan asuntojen rakentaminen tapahtui vahvimmin 1960-luvulla (24%), korostuvat myös 1970- ja 80-luvut (yht. 33%) rakennuskannassa. Tutkimuksemme mukaan 1990-luvun alun jälkeen rakennustahti on hiipunut rajusti muun Suomen tilannetta vastaavasti, sillä 1990-luvulla Suomen mökkikannan kasvu oli kaikkiaan vain 23 prosenttia (Tilastokeskus 2007a). Puolestaan vapaa-ajan asuntoja on hankittu eniten 1990- ja 2000-luvulla (47%), mikä kertoo, että Hartolan vapaa-ajan asukaskanta käsittää paljon uusia vapaa-ajan asukkaita.

5.1.2 Asunnoilla vietetty aika ja asuntojen varustus

Tutkimuksessamme selvisi, että yhteensä kaikilla vapaa-ajan asunnoilla (94 kotitaloutta) vietetään vuodessa 7 423 vuorokautta eli asuntokohtaisesti keskimäärin 79 vuorokautta vuodessa. Koko Suomea tarkasteltaessa luku on 72-82 vuorokautta riippuen tarkastellusta tutkimuksesta (Sisäasiainministeriö 2006a, 30; Nieminen 2004, 4). Suosituinta mökkeilyaikaa ovat kesäkuukaudet, mikä on nähtävissä myös meidän tuloksistamme. Kuviosta kolme on nähtävissä, että vuorokaudet jakautuvat vuodelle niin, että kesäkuukausille ajoittuu eniten vuorokausia (yhteensä 4 795 vrk, 65%). Kesäkuukausilla tarkoitamme aikaa toukokuusta elokuuhun. Seuraavaksi suosituin vuodenaika on syksy. Syys- ja lokakuussa vapaa-ajan asunnoilla vietetään 17 prosenttia vuorokausista (1 269 vrk).



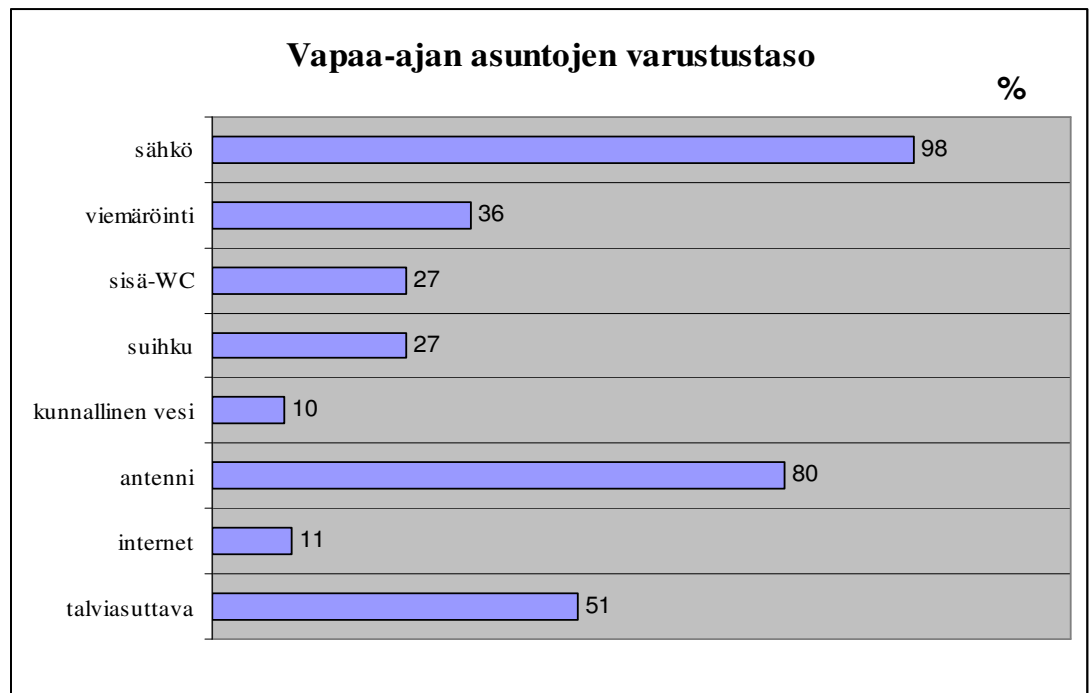
Kuvio 3. Asunnolla vietetyt vuorokaudet vuodessa (n=94)

Yleisesti ottaen vapaa-ajan asuntojen käyttö on lisääntynyt myös muina vuodenaikoina esimerkiksi mökkien varustetason paranemisen myötä (Sisäasiainministeriö 2006b, 17). Täten meitä kiinnosti erityisesti talvikuukausina asunnoilla vietetty aika, joka kuitenkin osoittautuu tuloksissamme yllättävän vähäiseksi. Marras-joulukuussa loma-asunnoilla vietetään vain 311 vuorokautta (4%) ja tammi-helmikuussa 309 (4%) vuorokautta.

Talvikuukausille sijoittuvien vuorokausien vähäinen määrä oli yllätys myös siksi, että kuitenkin yli puolella vastaajakotitalouksista on talviasuttava vapaa-ajan asunto (45 kotitaloutta). Kyseiseen kysymykseen (liite 1) vastasi vain 88 kotitaloutta. Valitettavasti talvikuukausien käytölle ei välttämättä ole odotettavissa suurta kasvua, koska kysyttäessä asunnon talviasuttavaksi muuttamista selvisi, että kysymyksen 49 vastaajasta vain 9 on harkinnut muutostöitä seuraavan viiden vuoden sisällä.

Kuvio neljä kertoo, että lähes kaikissa tutkimuksemme vapaa-ajan kotitalouksissa (98%) on sähkö ja lisäksi 80 prosentilla on antenni käytössään. Muualla Suomessa tilanne on vastaavanlainen, sillä kesämökkibarometrin mukaan 70 prosenttia vapaa-ajan asunnoista oli verkkosähkön piirissä, ja yli 80 prosentilla mökkitalouk-

sista oli sähkövirtaa saatavilla pääasiassa aurinkopaneelilla ja generaattorilla (Niemi 2004, 12).



Kuvio 4. Vapaa-ajan asuntojen varustus (n=88)

Kesämökkibarometrissä vain noin kymmenen prosenttia vastaajista sai talousvettä vesijohtoverkostosta ja myös viemäriverkosto oli harvinainen. Sisä-WC oli käytössä 13 prosentilla mökkitalouksista. (Niemi 2004, 12.) Tutkimuksemme tuloksista selviää myös, että kunnallinen vesijohtoverkko on käytössä vain 10 prosentilla ja viemärointi 36 prosentilla vapaa-ajan kotitalouksista. Sisä-WC on lähes kolmasosalla mökkitalouksista (27%), mikä on huomattavasti suurempi osuus kuin kesämökkibarometrin mukaan maassamme keskimäärin.

Tämän prosenttiosuuden kasvu on osittain selitettävissä uudella vuoden 2005 jätevesilaille, joka pakottaa vapaa-ajan asunnoilla parempaan viemärointiin kuin aikaisemmin. Uusi asetus velvoittaa kaikissa vakituisesti asutuissa kiinteistöissä ja vapaa-ajan asunnoissa parempaan jäteveden käsittelyyn siten, että jäteveden ei tulisi enää päätyä luontoon. (Talousarvioaloite 320/2007.) Sisäasiainministeriön

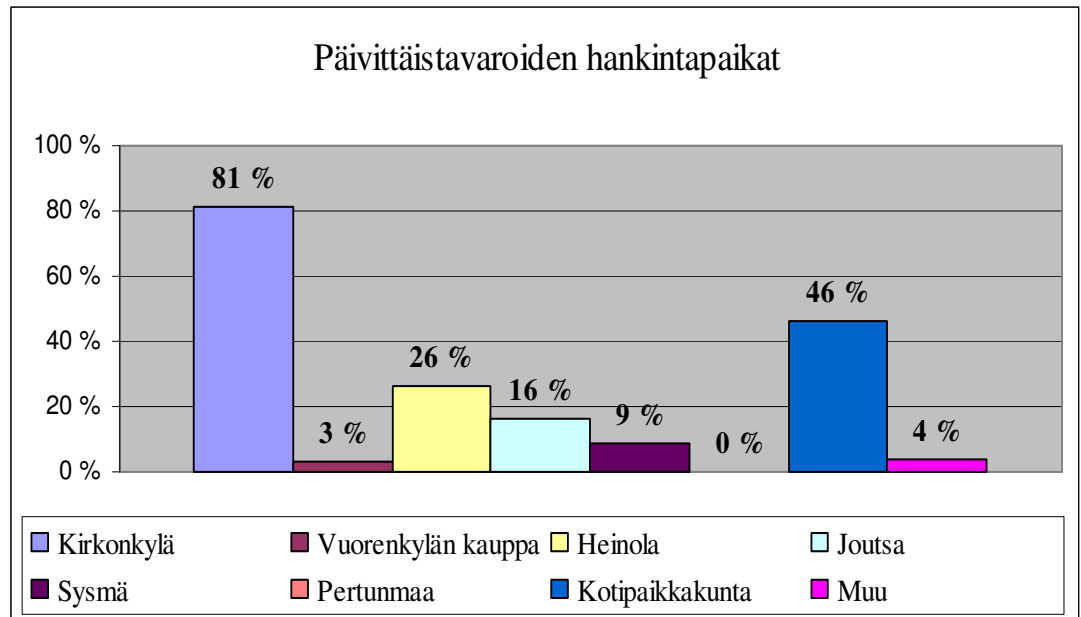
(2006a, 30) mukaan noin kymmenen prosenttia vastaajista aikoi lähivuosina panostaa etenkin vesijohtoon ja viemärointiin, sisä-WC:hen ja laajakaistayhteyteen.

5.2 Asukkaiden ostokäyttäytyminen

Mielestämme on tärkeää tietää, kuinka moni vapaa-ajan asukkaista käyttää Hartolan kunnan palveluita ja mitä mieltä he ovat palvelutarjonnasta. Vapaa-ajan asukkaiden määrä kunnan vakituiseen asukasmäärään suhteutettuna (78%) on huomattava, joten taloudelliselta kannalta katsottuna on järkevää saada vapaa-ajan asukkaat käyttämään kunnan palveluita mahdollisimman paljon.

Päätimme erotella päivittäis- ja erikoisliikkeiden palveluita koskevat kysymykset erikseen. Päivittäistavarakauppapalvelut ovat yksi vapaa-ajan asukkaiden eniten käyttämä palvelu, joten halusimme saada siitä tarkempaa tietoa. Vastausvaihtoehdoista sai merkitä kummankin kysymyksen kohdalla enintään kaksi. Osa vastaajista kuitenkin valitsi kolme vastausvaihtoehtoa, mutta päätimme ottaa kaikki kohdat mukaan laskuihin.

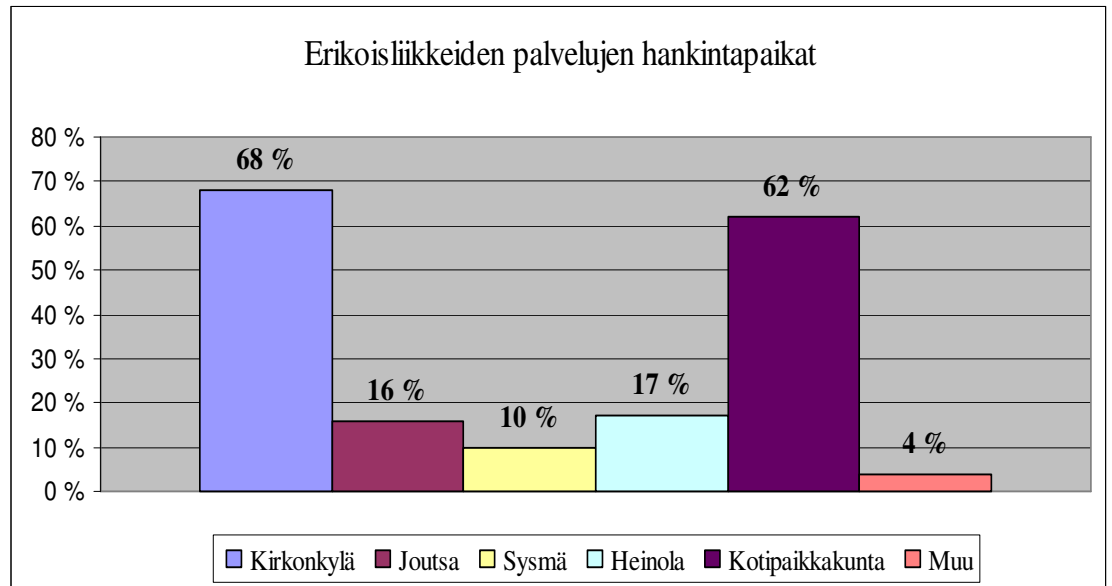
Kuten kuvio viisi selventää, suurin osa (81%) vastaajista hankkii päivittäistavarat Hartolan kirkonkylältä. Toiseksi suurimman osuuden vievät kotipaikkakunnan kaupat (46%). Naapurikuntien osalta eniten asioidaan Heinolassa (26%) ja Joutsassa (16%). Muutama vastaaja kirjoitti, että päivittäistavaraostosten hankintapaikka määräytyy useimmiten kulkureittien mukaan. On luonnollista, että esimerkiksi Valtatie 5:n kautta saapuvat Kaakkois-Hartolan vapaa-ajan asukkaat eivät välttämättä poikkea kirkonkylällä, koska se ei ole reitin varrella. On mukavaa myös huomata, että neljä kotitaloutta asioi Koitin ja Vuorenkylän kyläkaupoissa, koska kyläkaupoille kesäasukkaiden tuomat tulot ovat merkittäviä.



Kuvio 5. Päivittäistavaroiden hankintapaikat (n=94)

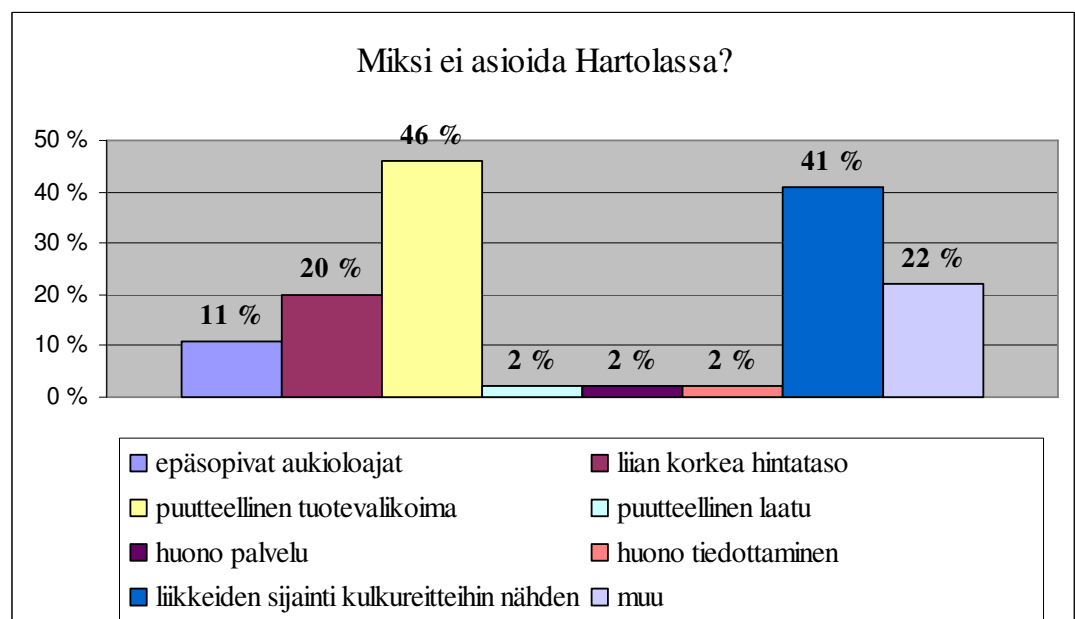
Hartolan vapaa-ajan asukkaiden ostokäyttäytyminen on verrattavissa koko Suomen tilanteeseen, sillä vapaa-ajan asukkaat käyttävät yksityisistä palveluista eniten vähittäiskauppapalveluita ja huoltoasemia. Tämä näkyy myös mökkiläisten rahan käytössä, sillä päivittäistavarat ovat monissa tutkimuksissa heidän suurimpia kulu- tuskohteitaan. (Nieminen 2004, 14.)

Vastaavasti kuvio kuusi kertoo, että erikoisliikkeiden palveluiden osalta Hartolan kirkonkylän palvelutarjonta saa eniten vastauksia (68%), ja myös lähes yhtä suuri osa kotitalouksista asioi kotipaikkakunnan erikoisliikkeissä (62%). Muista kunnis- ta, joista vastaajat kertoivat hankkivansa palvelut, mainitaan muun muassa Lahti.



Kuvio 6. Erikoisliikkeiden palveluiden hankintapaikat (n=94)

Kuvio seitsemän havainnollistaa, että mikäli vastaajakotitaloudet (54 kotitaloutta) eivät asioi Hartolan päivittäistavara- ja erikoisliikkeissä, siihen on ensisijaisesti syynä, että tuotevalikoimassa on puutteita (46%) ja että liikkeet eivät sijaitse heidän kulkureittiensä varrella (41%).



Kuvio 7. Miksi ei asioida Hartolassa? (n=54)

Mökkimatkan vaikutus kauppa- ja muiden palvelujen käyttöön on nähtävissä koko Suomessa, sillä vähiten palveluita käytettiin silloin, kun vapaa-ajan asunnolle oli lyhyt matka (Aho & Ilola 2006, 78). Koska suurimmalla osalla Hartolan vapaa-ajan asukkaista mökkimatka on melko pitkä, on luonnollista, että he käyttävät mökkipaikkakunnan palveluista varsinkin päivittäistavara-kauppoja.

Lähes jokaisen kotitalouden (90%) ostospaikka on pysynyt samana, mikä kertoo mielestämme onnistuneesta palvelusta. Syyksi, miksi ostospaikka on vaihtunut (9 kotitaloutta), mainittiin muun muassa se, että Hartolan ruokakauppojen tarjonta on parantunut, S-marketin kilpailukyky on kasvanut ja Alkon myymälä on avattu. Kauppojen välillä on myös tapahtunut vaihtoa kunnan sisällä. Tämä tarkoittaa käytännössä siirtymistä K-marketista S-marketin asiakkaaksi.

Kyselymme kotitalouksista 75 prosenttia kokee, että Hartolan tuote/palvelutarjonta vastaa heidän tarpeitaan. Syyksi, miksi palvelutarjonta ei vastaa vapaa-ajan asukkaiden tarpeita, mainitaan palvelujen puutteellisuus varsinkin erikoisliikkeiden osalta. Asukkaat kaipaavat erityisesti kenkä- ja vaateliikkeitä sekä ”halpahallimaista” ostospaikkaa kuten Tokmanni tai Tarjoustalo.

5.2.1 Kunnan julkisten palveluiden arviointi

Pidimme tärkeänä sisällyttää lomakkeeseen palveluja arvioivia kysymyksiä, jotta saisimme selville kunnan ja yrittäjien palvelun tason. Halusimme saada mahdollisimman selkeän kuvan siitä, mihin palveluihin ollaan tyytyväisiä ja missä palveluissa piilevät mahdolliset kehityskohteet. Tyytyväisyys tarjottuihin palveluihin vaikuttaa suoraan palveluiden käyttöön varsinkin kaupallisella sektorilla.

Kuten aikaisemmin on todettu, kunnan tarjoamissa palveluissa samaa valintamahdollisuutta ei kilpailijoiden puuttuessa ole (Lillrank 1998, 88, 93). Vapaa-ajan asukkaat ovat vakituisten asukkaiden tavoin ”pakotettuja” käyttämään kunnan tarjoamia palveluja, kuten rakennustarkastusta tai jätehuoltoa. Mielestämme näiden palvelujen arviointi on erittäin tärkeää juuri asiakkaan valintamahdollisuuksi-

en puuttumisen vuoksi ja myös siksi, että yhteisölliset palvelut koetaan usein imagoltaan huonoksi. Hartolan kaltaiselle mökkikunnalle olisi tärkeää, että julkiset palvelut toimisivat moitteettomasti, koska vapaa-ajan asukkaat joutuvat käyttämään näitä palveluita enemmän.

Kotitaloudet arvioivat julkisia ja yksityisiä palveluita viisiportaisella asteikolla. Asteikkona käytimme: kiitettävä - hyvä - tyydyttävä - huono - ei kokemusta. Kaikki 94 kotitaloutta vastasivat kokemuksensa mukaan jokaiseen kohtaan. Tarkemmat vastausmäärät ovat nähtävissä liitteessä kaksi ja kolme. Palvelujen vertailtavuutta vaikeuttaa se, että kuhunkin kohtaan vastattiin käytön ja kiinnostuksen mukaisesti. Täten on luonnollista, että ei kokemusta -vaihtoehto saa joissakin kohdissa runsaasti kannatusta ja näin ollen annetut arviot jäävät määrällisesti vähäiseksi. Arvioinnissa jätimme tämän kohdan huomiotta. Tämä seikka pitää muistaa, kun tarkastellaan eri palvelujen yleisarviointeja.

Sisäasiainministeriön (2006a, 32-33) mukaan vapaa-ajan asukkaat käyttivät julkisista palveluista ahkerimmin kulttuuripalveluja, rakennustarkastusta, terveyskeskuksen päivystystä sekä kirjastoa. Yleisesti ottaen mökkikuntien julkisiin palveluihin oltiin tyytyväisiä. Näin koetaan myös Hartolassa, sillä suurin osa julkisista palveluista saa yleisarvion hyvä tai tyydyttävä, painottuen kuitenkin hyvään. Etenkin kirjastopalvelut, rakennustarkastus- ja neuvonta koetaan hyväksi, joten Hartolan tulos ei poikkea linjasta.

Tutkimuksessamme julkisista palveluista eniten kiitettäviä arviointeja saavat kirjasto (13 mainintaa), matonpesupaikat (12) ja kymmenen mainintaa saa sekä jätehuolto että rakennustarkastus. Rakennustarkastus on kuitenkin arvioitu yleisarvosanaltaan hyväksi (30) ja samaan tulokseen pääsee myös jätehuolto (45).

Tutkimuksessamme jätehuollon osalta on huomioitavaa se, että se on saanut myös 27 tyydyttävää mainintaa ja kymmenen huonoa mainintaa, mikä pudottaa huomattavasti yleisarvosanan merkitystä. Halusimme nostaa kohdan erityisesti esiin, koska jätehuollon toiminta mainitaan useampaan otteeseen useissa avoimissa kysymyksissä. Myös koko Suomessa vapaa-ajan asukkaiden tyytyväisyys jätehuollon

toimivuuteen herättää monenlaisia mielipiteitä ja tyytyväisyys siihen vaihtelee suuresti eri kuntien välillä (Sisäasiainministeriö 2006a, 33).

Erityisesti mainittava on julkisen liikenteen saama arviointi, jossa korostuu eniten huono arvio (21 mainintaa) sekä tyydyttävä arvio (19). Kyseinen asia on havaittavissa myös muissa mökkikunnissa, sillä Sisäasiainministeriön (2006a, 33) mukaan julkiseen liikenteeseen oltiin esimerkkikunnissa tyytymättömiä.

Kyselyssämme alueen tieverkosto, sekä paikallistieverkko että yksityistieverkko, saavat eniten tyydyttäviä arvosanoja (yhteensä 85 mainintaa). Valtion paikallistieverkon osalta huonoja arvosanoja tulee myös 14 kappaletta. Vastauksista päätellen tieverkon kunnossa olisi kunnalla paljon parannettavaa.

5.2.2 Kunnan yksityisten palveluiden arviointi

Kaikki yksityiset palvelut arvioidaan yleisesti ottaen arvosanalla hyvä. Kunnan elintarvikekaupat koetaan pääosin hyväksi (51 mainintaa) ja kiitettäväksi (24), mikä kertoo onnistuneesta tuotetarjonnasta. Kyseisestä kohdasta ei annettu yhtään huonoa arvosanaa. Myös kunnan alueen huoltoasemat arvioidaan arvosanalla hyvä 64 maininnalla. Kaikki yksityisten palveluiden saamat maininnat ovat nähtävissä kuviona liitteessä 3.

Erikoisliikkeet arvioidaan pääosin tyydyttäväksi 28 maininnalla, ja arvosana hyvä ja huono saavat kumpikin 17 mainintaa. Emme vastaanottaneet ainuttakaan kiitettävää arvosanaa kyseisestä kohdasta. Tämä on mielestämme selvästi seikka, johon yksityisten yrittäjien täytyisi puuttua asiakaspalvelua kehittämällä ja toimintamalleja parantamalla.

Rakennuspalvelut, rautakauppa sekä maansiirto arvioidaan tällä hetkellä yleisarvosanalla hyvä. Rautakauppa ja rakennuspalvelut saavat kuitenkin myös melkein yhtä monta tyydyttävää kuin hyvääkin mainintaa. Maansiirto puolestaan saa huomattavan määrän kiitettäviä arvosanoja (12 mainintaa) ja 29 hyvää mainintaa.

Kuten palveluarviointien monimuotoisuudesta on nähtävissä, palvelukokemus todella syntyy asiakaskohtaisesti. Esimerkkinä varsinkin jätehuolto keräsi useita toisistaan täysin poikkeavia näkemyksiä. Jätehuollon toimivuuden palvelukokemukseen vaikuttaa käytetyn jätepisteen sijainnin ja huoltotoimenpiteiden lisäksi muun muassa asunnolla vietetyn ajan suhde jätemaksun määrään.

Jos kielteisen arvion antanut asukas viettää asunnollaan esimerkiksi pääasiassa vain suosituimmat mökkeilyajat (pääsiäinen, juhannus jne.), näin vähäinen asunnon käyttö ei varmasti tunnu oikealta suhteutettuna jätemaksun määrään eikä keräyspaikan hoidon tasoon, koska tällöin syntyy myös keräyspaikkojen kapasiteettiin nähden eniten jätettä. Kokemukseen vaikuttaa myös tiedostamatta juuri edellisten kesien mahdollisesti samantyyppiset kokemukset ja muiden mökkinaapurien käytös. Saattaa olla, että samaa keräyspaikkaa käyttää hyvinkin välinpitämättömiä asukkaita.

Yhteenvetona kummankin sektorin palveluista voidaan sanoa, että vaikka tyytyväisyys julkisten palveluiden laatuun on yleisesti huonompi, Hartolan tilanteessa ei ole nähtävissä samanlaista selkeää kuilua palveluiden välillä. Sekä kaupallisen että julkisen sektorin palvelut arvioidaan keskimäärin hyväksi. Toki muutama julkisen hallinnon tarjoama palvelu saa yleisarviolta huonomman arvion, mutta näky myös kaupallisen sektorin puolella erikoisliikkeiden palveluiden arvioinnissa.

5.2.3 Asunnolle hankittavat palvelut

Suomessa vapaa-ajan asukkaat ovat yleisesti ottaen kiinnostuneita hankkimaan asunnolleen korjaus-, rakennus- sekä lumenaurauspalveluita (Nieminen 2004, 14). Meidän kyselyssämme tärkeimmiksi kiinnostuksen kohteiksi nousevat myös korjaus- ja rakennustyöt (36%, 32 mainintaa), ja toiseksi kirivät maansiirtopalvelut (29%, 26 mainintaa). Tienaurauspalvelut sekä LVI- ja sähköpalvelut saavat 23 prosenttia vastauksista. Esille nousee myös kiinnostus polttopuiden ostamiseen, vartiointipalveluihin sekä mökkitalonmiespalveluihin. Suoranainen vertaaminen muihin tutkimuksiin on vaikeaa, koska kunkin palvelun sisällön määrittäminen on

vaikeaa. Samansuuntainen linja on kuitenkin havaittavissa. Kaikki vastausmäärät ja prosenttiosuudet on ilmoitettu liitteessä neljä.

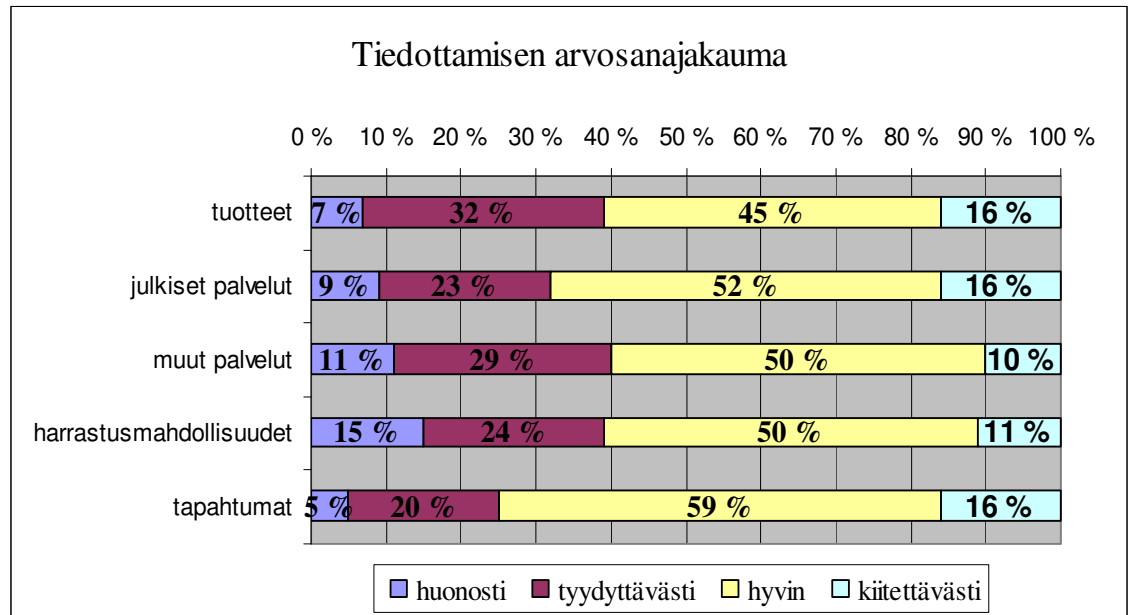
Kiinnostuksen määrä ja suuntaus voidaan nähdä mahdollisuutena kunnan yksityisille yrittäjille, jos sitä halutaan ja osataan hyödyntää. Kiinnostusta mittaavaan kysymykseen vastasi 90 vapaa-ajan kotitaloutta, joista 59 prosenttia ilmaisee kiinnostuksensa edellä mainittuihin palveluihin. Muut kotitaloudet eivät ole halukkaita hankkimaan palveluita vapaa-ajan asunnoilleen.

5.3 Viestinnän toimivuus

Vastaajien mukaan kunnan asioita tiedottaminen arvioidaan pääosin onnistuneen hyvin käytettäessä neliportaista asteikkoa kiitettävästi – hyvin – tyydyttävästi – huonosti. Kuviosta kahdeksan on nähtävissä tiedottamisen osalta joitakin samankaltaisuuksia Kokin ja Pitkäsen (2005) ja Sisäasiainministeriön (2006b) tutkimuksiin.

Tuotteista tiedottaminen arvioidaan hyväksi (45%), mutta myös tyydyttäviä arvosanoja annetaan 32 prosenttia, mikä on melko iso osuus annetuista arvioista. Julkisten palveluiden (52%) ja muiden palveluiden (51%) sekä harrastusmahdollisuuksien (50%) osalta noin puolet kotitalouksista kokee palveluista tiedottamisen myös hyväksi, mutta yksi neljäsosa vastaajista kokee tiedottamisen kaikkien edellä mainittujen kohtien osalta edelleen vain tyydyttäväksi. Meidän mielestämme tyydyttävien vastausten lukumäärä on merkittävä tieto. Vaikka tiedottaminen kokonaisuudessaan on onnistunut hyvin, on kielteisempiä arvioita huolestuttavan paljon.

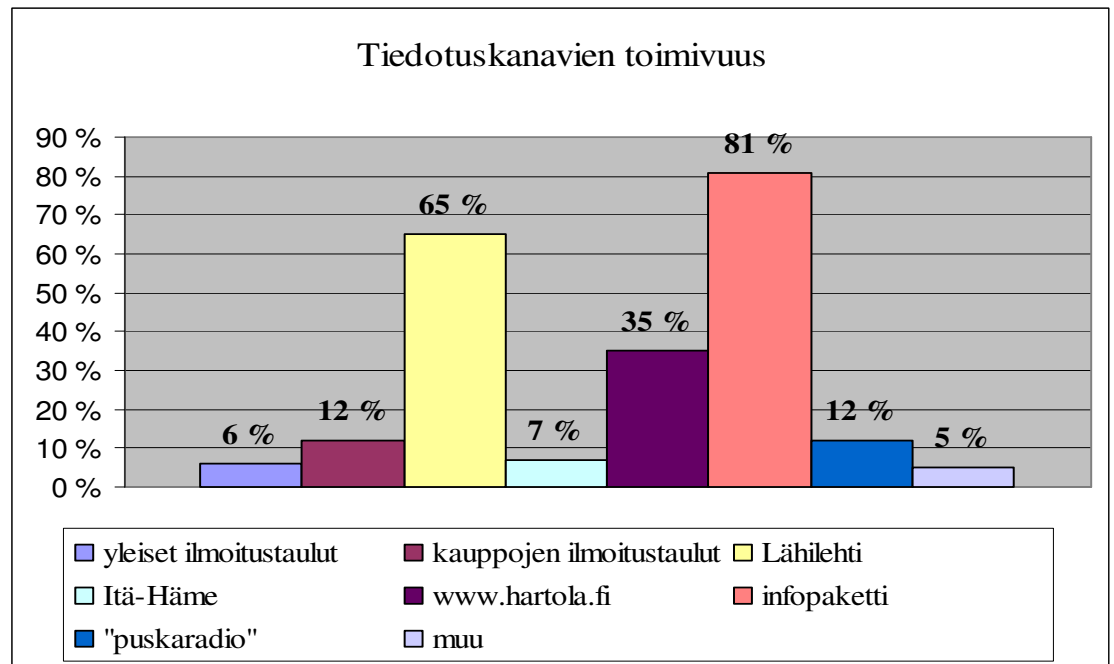
Harrastusmahdollisuuksista tiedottaminen saa eniten huonoja mainintoja (15%), kun taas muiden kohtien prosenttiosuudet huonossa -sarakeessa jäivät alle kymmenen prosenttiin, mikä on positiivinen huomio.



Kuvio 8. Tiedottamisen arviointijakauma (n=94)

Tapahtumista tiedottaminen koetaan kaikista parhaimmaksi. 59 prosenttia kotitalouksista koki tapahtumista tiedottamisen onnistuvan hyvin ja 16 prosenttia kiitettävästi. Kiinnostavat tapahtumat ovat iso syy matkustusaikataulun ja loman vieton suunnittelulle, joten niiden nostaminen esiin vaikuttaa vapaa-ajan asukkaiden liikkumiseen ja viihtyvyyteen. Vastaajien mielestä loma-aikana on mukava osallistua kylän tapahtumiin ja sosialisoida muiden vapaa-ajan asukkaiden kanssa. Kunnan tapahtumista kiinnostavimmiksi nousevat Hartolan markkinat, kesätorit, kyläjuhlat ja lavatanssit.

Kuten kuvio yhdeksän osoittaa, vastaajien mielestä kaksi parhaita tiedotuskanavaa ovat kunnan paikallislehti Lähilehti (65%; 61 mainintaa) ja vapaa-ajan asukkaille keväisin lähetettävä infopaketti (81%; 76 mainintaa). Hartolan kevätkirje ei suinkaan ole ainutlaatuinen ilmiö kuten selvisi Kokin ja Pitkäsen (2005, 95-96) sekä Sisäasiainministeriön (2006b, 37) tutkimuksissa. Mökkiläispostitus on Hartolassa sisällöltään hyvin samanlainen kuin muualla: palvelu- ja tapahtumahakemisto, paikallislehden erikoiskesännumero ja vapaa-ajan asukkaita koskevia palvelutiedotteita terveyskeskuksen ja muiden kunnan palveluiden käytöstä.



Kuvio 9. Tiedotuskanavien toimivuus (n=94)

Kolmanneksi eniten mainintoja saavat Hartolan kunnan internetsivut (35%; 33 mainintaa). Yleisesti ottaen internet voisi olla huomattavasti aktiivisemmin käytössä vapaa-ajan asukkaille tiedotettaessa, sillä mökkikunnan kotisivut olivat Sisäasiainministeriön (2006b, 50) mukaan vähiten käytetty tiedotuskanava vapaa-ajan asukkaille. Palveluita tarjoavien tahojen kannattaa siis keskittää tiedottaminen ensisijaisesti esille nostettuihin kolmeen pääkanavaan, jos palveluviestien halutaan pääsevän perille.

Saamistamme vastauksista selvisi parhaat keinot vapaa-ajan asukkaiden tavoittamiseen, mutta emme saaneet kuitenkaan vastausta kuinka hyvin nämä keinot heidän mielestään toimivat. Onko kevätkirjeessä hyödyllistä ja ennen kaikkea toivottua tietoa? Toivottaisiinko sisältöön jotain lisää? Mitä aiheita toivottaisiin käsiteltävän Lähilehden erikoisnumerossa? Ovatko internetsivut toimivat?

Yhteenvedona kunnan viestintä Hartolassa näyttää toimivan keskimäärin paremmin kuin muiden taustatietona käyttämiemme tutkimusten kohdekunnissa, koska reilusti yli puolet kyselymme vastaajista kokee tiedottamisen toimivan hyvin tai kiitettävästi. Vaikka muissa kunnissa tiedotetaan vapaa-ajan asukkaille kuntien

mielestä varsin paljon, se ei tavoita vapaa-ajan asukkaita yhtä hyvin. (Sisäasiainministeriö 2006b, 37, 58.)

Tämän vuoksi varsinkin julkisten palveluiden ja muiden palveluiden saamat tiedottamisen arvioinnit nousevat työssämme merkittävään asemaan. Kunnan palveluviestinnän koetaan onnistuneen paremmin, koska huonoimpia arvosanoja annetaan vähemmän kuin muissa palveluissa. Tämä kertoo, että kunta tavoittaa vapaa-ajan asukkaat yrittäjiä paremmin. Vapaa-ajan asukkaiden kehitystoiveista ilmeneekin, että viestintää kaivataan lisää erityisesti yksityisiltä yrittäjiltä. Ehdotuksissa mainitaan muun muassa toive palveluoppaan luomisesta kunnan internetsivuille, josta se olisi helposti luettavissa.

Kuten aikaisemmin mainitsimme, osaan julkisten ja yksityisten palveluiden arviointeihin monet vastaajista olivat vastanneet ei kokemusta. Tästä voimme päätellä, että kunnassa on asiakaspotentiaalia, jota ei ole vielä tavoitettu. Mahdollisia syitä tähän voivat olla, etteivät palvelut ole näille vapaa-ajan asukkaille tällä hetkellä tarpeellisia tai he eivät tiedä niiden olemassa olosta. Mielestämme tähän ratkaisuna saattaisi olla kohdistettu markkinointiviestintä, jotta palveluiden saavutettavuutta saataisiin parannettua. Huonoimmassa tapauksessa palvelut ovat tietenkin jo saatettu ostaa muualta.

5.4 Palvelujen ja vapaa-ajan asumisen kehittäminen kunnassa

Saimme vastaajilta kehitysehdotuksia kunnan tuote/palvelutarjontaan sekä vapaa-ajan asumiseen. Näissä kohdissa vastaajat saivat muodostaa itse vastauksensa, koska mielestämme on tärkeää antaa heille mahdollisuus kertoa toiveistaan vapaasti. Saaduissa vastauksissa ilmenee pitkälti samoja asioita kuin muiden tutkijoiden aikaisemmissa selvityksissä, mistä olemme kertoneet jo toisessa osiossa. Ahon ja Ilolan (2006, 86-91) tutkimuksessa ehdotukset kohdistuivat teihin ja niiden kunnossapitoon, vesi- ja viemärijärjestelmiin, jätehuoltoon, liikenne- ja kuljetuspalveluihin sekä kauppapalveluiden tuotevalikoimaan, hintatasoon ja saatavuuteen.

teen. Myös kiinteistövero sekä tie-, jäte- ja sähkömaksut koettiin liian suuriksi tai niille ei saatu riittävästi vastinetta.

Tutkimuksessamme vastauksien monipuolisuuden ja pienen määrän vuoksi yleiskuvan luonti oli hieman hankalaa, mutta ylitse muiden nousevat seikat tiestön ja järvien kunnosta, jätehuollon toiminnasta ja palvelujen riittävydestä. Nämä palvelut arvioitiin useilla tyydyttävillä maininnoilla, joten ei ole ihme, että asiat esiintyvät vastaajien vapaassa sanassa.

Vastaajat mainitsevat palvelujen turvaamisen ja kehittämisen useaan otteeseen. Erään vastaajan sanoin: ”Koko Lepsalan kylä palvelutyhjiössä! Ei kuljetuksia, ei myymäläautoa, ei mitään, paitsi verraton kylätoimikunta...” Myös erikoisliikkeiden vähyys ja niiden aukioloajat koetaan erittäin ongelmallisiksi. Vastaajat toivovat, että erikoisliikkeet olisivat auki myös lauantaisin ja yrittäjät muokkaisivat aukioloaikojaan muutenkin sopivammiksi.

Koska vapaa-ajan asukkaat oleilevat edelleen Hartolassa pääasiassa kesällä, viikonloppuisin ja loma-aikoihin, nämä ajat eivät aina sovi suoraan yhteen yleisimpien aukioloaikojen kanssa. Vapaa-ajan asukkaiden mielestä varsinkin kesällä loma-aikaan voi olla vaikeaa saada erikoispalveluita. Tämä on ymmärrettävää, koska myös kunnan vakituisilla asukkailla on kesäloma kesällä, ja aukioloajathan ovat kautta maan poikkeavia kesäisin.

Huomion arvoinen asia on varmasti myös se, että palvelutarpeen lisääntymiseen ei pystytä pienessä kunnassa vastaamaan niin lyhyessä ajassa. Esimerkkinä voidaan sanoa, että vapaa-ajan asukkaat haluavat tehdä isomman remontin juuri kesällä, jolloin on aikaa olla mökillä. Tästä johtuen remontti- ja rakennuspalveluita toivotaan lisää, koska kunnassa on turhan pitkät jonot. Yhdessä lomakkeessa myös kyseenalaistetaan rakennuspalvelujen luotettavuus aikataulujen ja sovittujen asioiden suhteen.

Vastauksissa nousee esille myös toive yhteistyöstä vapaa-ajan asukkaiden kanssa. Eräs vastaaja kirjoittaa suoraan ”...ettei vapaa-ajan asukkaat olisi pelkkä rahas-

tus vaan heidän kanssa kehitettäisiin virkistys ym. palveluja”. Osasta vastauksista onkin pääteltävissä tyytymättömyyttä kohteluun. Vapaa-ajan asukkaat kokevat itsensä eriarvoisiksi kuntalaisiin nähden ja leimautumista ”tyhmiksi kaupunkilaisiksi”.

Julkisista palveluista merkittävin epäkohta on terveystalveluiden saatavuuden turvaaminen myös kesäasukkaille. Mainintoja saavat myös jätehuollon huonot järjestelyt ja jätehuoltomaksun suuruus. Kotitaloudet valittavat liian suuresta jätemaksusta jätehuollon toimintaan ja loma-asunnolla vietettyjen vuorokausien määrään nähden. Varsinkin Vuorenkylän ja 4-tien risteyksessä oleva jätteenkeräyspaikka koetaan toimimattomaksi.

Paikallisen tiestön kunto haja-asutusalueella koetaan paikoittain ala-arvoiseksi. Esille nousee erityisesti Kaakkois-Hartolaa halkova Koitin tie, joka johtaa suosituille mökkialueille. Myös julkisen liikenteen vähyys ihmetyttää vastaajia. Kesäaikaan paikoittain ei ole mahdollisuutta päästä kirkonkylälle ilman omaa autoa.

Huonoimmat kommentit koskevat kunnan imagoa, mikä on huono asia uusien asukkaiden houkuttelemiseksi ja kunnan palvelujen lisäämiseksi. Huono imagon syynä nähdään olevan lähinnä kunnan talouden tila ja kunnallisten palveluiden hoito. Joidenkin vastaajien mielestä kunnan asiat vaikuttavat olevan ”hieman solmussa” ja kehitys ei ole kulkemassa parempaan suuntaan.

5.5 Vertailu vuoden 1999 asukastutkimukseen

Vertailemalla tutkimuksemme tuloksia vuoden 1999 vapaa-ajan asukaskyselyn tuloksiin saamme käsityksen siitä, mitkä asiat ovat pysyneet kunnassa ennallaan ja mitkä asiat ovat muuttuneet. Erityisesti koemme tärkeäksi selvittää, missä vapaa-ajan asumisen epäkohdissa kunnalla olisi vielä parantamisen varaa. Emme pysty vertailemaan kaikkia asioita keskenään, koska vuoden 1999 vertailulähde on puutteellinen ja kysymysasettelut ovat olleet osittain erilaisia.

Suurimmat muutokset ovat tapahtuneet Hartolan vapaa-ajan asukkaiden ikärakenteessa ja vapaa-ajan asuntojen määrässä. Erittäin myönteistä kehitystä on tapahtunut mökkien rakennuskannassa, sillä vuoden 1999 tutkimuksen mukaan Hartolassa oli 1 994 vapaa-ajan asuntoa ja vuonna 2006 (Tilastokeskus 2006) niitä oli 2 252, mikä on noin 12 prosenttia enemmän kuin seitsemän vuotta aiemmin.

Vuoden 1999 kyselyssä vapaa-ajan kotitalouksien ikähaarukkaa tarkasteltiin erilaisella luokittelulla. Suurimman vastausprosentin sai tuolloin ikäluokka 30-49 vuotta (n. 30%) ja seuraavaksi eniten ikäluokka 50-64 vuotta (n. 20%). Yli 64 -vuotiaita vapaa-ajan asukkaita oli noin 10 prosenttia. Voimme siis todeta, että kahdeksan vuoden aikana vapaa-ajan asukkaat ovat luonnollisesti ikääntyneet, koska tutkimuksessamme vastaajista suurin osa sijoittuu ikäluokkaan 55-64 vuotta. Yli 65-vuotiaiden määrä on kasvanut kahdeksan vuoden aikana kymmenestä prosentista noin 20 prosenttiin. Vapaa-ajan kotitalouden tyypillinen koko (2 henkilöä) ja asunnon käyttäjäkunta (4,5 henkilöä) on pysynyt samana tutkimuksia vertailtaessa.

Vapaa-ajan asukkaiden ostokäyttäytymisessä ja palvelujen arvioinnissa ei ole tapahtunut suuria muutoksia. Esimerkiksi vuoden 1999 kyselyssä 70 prosenttia vastaajista ilmoitti hankkivansa erikoisliikkeiden palvelut Hartolan kirkonkylältä, mikä tarkoittaa muutaman prosenttiyksikön laskua vuoteen 2007 verrattuna. Kotipaikkakuntien erikoisliikkeiden käyttöprosentti on pysynyt samana tutkimuksia vertailtaessa (n. 60%).

Syyt, miksi ei asioida Hartolan päivittäistavara- ja erikoisliikkeissä, ovat yhdenmukaiset tutkimuksissa. Syyt painottuvat kummassakin tutkimuksessa kolmeen seuraavaan asiaan: kaupat eivät sijaitse vakituisen asunnon ja vapaa-ajan asunnon välisen kulkureitin varrella, kauppojen tuotevalikoimassa on puutteita ja kauppoissa on korkea hintataso. Tutkimuksessamme lähes jokaisen kotitalouden (90%) ostopaikka on pysynyt samana. Edellisessä kyselyssä kyseinen vastausprosentti oli 87, joten pientä parannusta on tapahtunut. Aikaisemmassa kyselyssä etenkin Alkon myymälän puuttuminen koettiin syyksi siihen, miksi ei asioitu Hartolassa.

Julkisista palveluista kolme huonointa arvosanaa vuonna 1999 saivat julkinen liikenne, ympäristövalvonta ja paikallistieverkko, ja samat asiat ovat havaittavissa tuloksistamme. Kyselyssämme ympäristövalvonta koettiin periaatteessa hyvän ja tyydyttävän arvosanan välille, mutta jos kyselyämme katsotaan suuremmassa mitataavassa käy ilmi, että vapaa-ajan kotitaloudet ovat huolestuneita ympäristön kunnosta erityisesti vesistöjen suhteen.

Lisäksi kiistelty jätehuolto sai vuonna 1999 paljon kommentteja. Tuolloin mainittiin, että jäteastioita tyhjennetään kesällä liian harvoin ja astioihin tuodaan siihen kuulumatonta jätettä. Lisäksi arvostelu kohdistui jätepisteiden määrään ja tiedottamiseen niiden sijainneista. Samat asiat ovat pinnalla edelleen, eli jätehuollossa kunnalla on kehitettävää.

Tiedottamisen suhteen edellisen kyselyn vastaajista yli 90 prosenttia oli sitä mieltä, että paras tapa saada tietoa palveluista on kevätkirje. Lähilehden mainitsi tuolloin 60 prosenttia vastaajista. Vastaajat olivat myös toivoneet lehteä kotiosoitteeseen useammin, ja tämä toive toistuu myös meidän kyselyssämme. Kotitaloudet kertoivat myös, että kunnan internetsivuissa ja ilmoitustaulujen sisällössä ja tietojen tuoreudessa olisi kehittämisen varaa. Kehitystä on luultavasti tapahtunut, koska kyselyssämme parhaimmista tiedotuskanavista kolmanneksi eniten mainintoja saavat Hartolan kunnan internetsivut.

5.6 Ehdotuksemme vapaa-ajan asumisen kehittämiseen

Vapaa-ajan kotitaloudet kertoivat useita kehitysehdotuksia ja toiveita kunnan toiminnalle tulevaisuudessa. Käsiteltävät seikat nousivat esiin useasti tuloksien analysoinnin aikana ja monet niistä ovat mainittu jo edellisessä kyselyssä, joten mielestämme nyt olisi aika tehdä asioille parannuksia. Suurimman osan vastaajien kommentteista esittelimme jo aikaisemmin, mutta haluamme tässä nostaa esiin mielestämme tärkeimpiä toimenpide-ehdotuksia.

Budjettisyyistä johtuen monet asiat kuten tiestön kunto ja julkinen liikenne eivät välttämättä ole parannettavissa halutulle tasolle. Emme myöskään tiedä asioista tarpeeksi, joten emme tässä yhteydessä halua ottaa tarkemmin kantaa, kuin että parannuksia olisi suotavaa tehdä. Onneksi kulkemiseen on tulossa parannusta ainakin muilta osin. 4-tiellä, jonka varrella Hartola sijaitsee, on käynnissä mittava parannushanke vuosina 2007-2010, minkä tarkoituksena on levittää kaksikaistainen tien osittain kolmikaistaiseksi. Lisäksi taajamien kohdalle rakennetaan lisää kevyenliikenteenväyliä. Hankkeen tuloksena matka-aika pääkaupunkiseudulta Hartolaan tulee vähenemään. Parannus otetaan varmasti erittäin tyytyväisenä vastaan vapaa-ajan asukkaiden keskuudessa. (Tiehallinto 2007.)

Mielestämme kunnan kannattaisi panostaa jo olemassa olevien palvelujen parantamiseen ja keskittyä todellisiin ja pieniin kehityskohteisiin, minkä tuloksena uskomme yleisen viihtyvyyden lisääntyvän. Panostukset täytyy keskittää mielestämme nykyisten virkistysalueiden kuten uimapaikkojen ja venelaitureiden sekä kyläyhteisöjen yhteisten tilojen ylläpitoon. Toimeliaat kylätoimikunnat ovat ehdottomasti edellytys eloisalle yhteisölle haja-asutusalueilla. Monet vastaajatkin kiittivät oman alueensa toimikuntia.

Kunnan elinvoimaisuuden parantamisessa tärkeä osa on kirkonkylän viihtyvyyden ja tunnelman nostamisella. Tuloksien mukaan monet vastaajamme olivat kiinnostuneita osallistumaan erilaisiin tapahtumiin ja toivovat juuri aktiivisempaa keskustaa. Aktiivisuutta voitaisiin hakea vakituisen toripäivän kautta, jolloin kirkonkylälle saadaan houkutelua ihmisiä yhteen ja luomaan ”maalaistunnelmaa”. Vastaajat esittivät myös pyynnön torikahvilasta, mikä sopisi hyvin yhteen esittämämme toripäivän kanssa.

Toinen parannuskohde olisi kunnan vesiverkoston levittäminen haja-asutusalueelle. Nykyajan vapaa-ajan asukkaiden asunnon varustusvaatimukset ovat kasvaneet ja vakituisen kodin perusvaatimusten täytyy täytyä myös loma-asunnolla.

Jättemaksu oli yksittäisistä kehityskohteista ehdottomasti selkein. Ilmeisesti suurin ongelma on juuri maksun suuruus verrattuna tuotetun jätteen määrään. Emme ole tietoisia kaikista asiaan liittyvistä tekijöistä, mutta osaratkaisuna tähän voisi olla vastaavasti ensiluokkaiset jätteiden keräyspaikat ja niiden hoito. Tämä antaisi paremman perusteen maksun määrälle, eikä asukkaiden tarvitsisi tuntea itseään riistetyksi. Tällä hetkellä jäteastioita tyhjennetään vastaajien mielestä liian harvoin ja keräyspaikkoja on liian vähän.

Koska vastaajamme kokevat palvelujen monipuolisuuden ja läheisyyden yhdeksi vapaa-ajan asumisen tärkeimmäksi vetovoimatekijäksi Hartolassa, on palveluja ylläpidettävä vastaavanlaisesti. Erikoisliikkeiden vähyys ei ole suoranaisesti kunnan vaikutusmahdollisuuksien alla, mutta kunta voisi vaikuttaa asiaan siten, että käytettäisiin houkuttelevaa aluemarkkinointia uuden yritystoiminnan saamiseksi kuntaan. Tärkeää olisi myös pyrkiä kehittämään parhaat mahdolliset toimintaedellytykset sekä vanhoille että erityisesti uusille yrityksille. Yritystoiminta on muutenkin elinvoimaisuuden edellytys pienissä maalaiskunnissa kuten Hartolassa.

Viestinnän osalta saimme kuvan, että etenkin kaupallisen sektorin yrittäjiltä toivottaisiin enemmän tiedottamista tarjolla olevista palveluista. Koska markkinointikustannukset ovat pienyrittäjälle suuri menoerä, ehdotamme, että saman alan yrittäjien kannattaisi yhdistää voimansa ja tuottaa yhteisiä mainoksia sekä esitteitä. Kesäisin suoramarkkinointi voisi olla mahdollinen keino lähestyä potentiaalisia asiakkaita. Esitteitä voisi jättää myös ilmoitustauluille ja muihin sopiviin paikkoihin. Jos potentiaalisten asiakkaiden tarpeisiin ei osata vastata oikein, tämän suuren asiakasryhmän tarpeet täytetään kunnan ulkopuolelta.

Muutamit vastaajat nostivat esille palveluntarjoajien ammattitaidottoman käytöksen sovittujen aikataulujen ja työn suhteen, mikä antaa hyvin kielteisen kuvan muuten onnistuneesta työsuorituksesta. Parasta mainontaa palveluille ovat aina henkilökohtainen työsuoritus ja vuorovaikutus asiakkaan kanssa. Hyvää työtä kehuaan varmasti mökkinaapurille, ja näin ”viidakkorumpu” lähtee kaikumaan. Juuri toiminnallinen laatu (teknisen laadun tasoa unohtamatta) on todettu merkittäväksi tekijäksi palvelukokemuksen arvioinnissa. Tyytyväisyyttä palvelun tuotta-

jan ja asiakkaan välillä nostaa onnistunut vuorovaikutus ja palveluympäristön viihtyisyys. (Grönroos 2000, 63-64.)

Koska vapaa-ajan asukkaat pitävät kevätkirjettä hyvänä tiedotuskanavana, sitä voisi hyödyntää paremmin esimerkiksi yksityisten yrittäjien taholta. Postikustannukset ovat tietenkin tosiasia, mutta kevätkirjeitä voisi olla kaksikin kappaletta. Toinen voisi olla tiedote kunnan taholta ja toinen käsitelisi yksityisen sektorin palveluita. Paikallisille yrittäjille kevätkirje on huomattava mahdollisuus mainostaa palvelujaan jo ennakolta ja herättää kiinnostusta asiakaskunnassa. Suuret projektit, kuten rakennus- ja pihatyöt tehdään suurimmaksi osaksi kesäisin, joten ennakkomainonta keväällä voisi olla väylä tuleviin ostoihin.

Kunnan asema yksityisten yrittäjien palveluiden kehittämisessä on tiedon välittäminen. Kunta voisi ottaa vastuulleen paremman palveluoppaan rakentamisen ja levittämisen tai antaa tukea yrittäjien markkinointitoimenpiteisiin. Yksi hyvä keino mielestämme olisi myös yrittäjien ”kouluttaminen”. Monet palveluntarjoajat eivät välttämättä ymmärrä vapaa-ajan asumisen tuomaa asiakaspotentiaalia ja asukkaiden tarpeita ja niiden sijoittumista. Olisi hyvä yrittää vastata kysyntään silloin kun se on ajankohtaista. Varsinkin mahdolliseen ”asennevammaan” täytyisi yrittää vaikuttaa, jotta vapaa-ajan asukkaat eivät tuntisi itseään toisen luokan kuntalaisiksi.

Jotta nyt aloitettu vapaa-ajan asumisen ja asukkaiden mielipiteiden ja toiveiden huomioiminen kunnan toiminnassa jatkuisi, suosittelemme, että vastaavanlainen tutkimus tehtäisiin tulevaisuudessa viiden vuoden välein. Kehitys tällä saralla on ollut viime vuosina hurjaa, joten seuraava tutkimus on uusittava nopeammalla aikataululla. Tutkimusta voisi suunnata enemmän palveluiden arvioinnin suuntaan, jotta voitaisiin selvittää syitä annettujen mielipiteiden tueksi. Myös vapaa-ajan asukkaiden konkreettista taloudellista vaikutusta kuntaan olisi hyvä tutkia. Meidän tutkimuksemme tutkii vapaa-ajan asumista varsin yleisellä tasolla, joten tarkempi tieto olisi varmasti tarpeellista.

6 TUTKIMUSPROSESSIN ARVIOINTI

Tutkimusprosessi oli kokonaisuudessaan haastava ja antoisa. Oli erittäin mielenkiintoista tutustua aiheeseen, josta emme aikaisemmin tienneet kovinkaan paljon. Vapaa-ajan asuminen aiheena oli mielestämme mielenkiintoinen ja ajankohtainen, koska se on kasvava ja merkittävä ilmiö koko Suomessa. Mökkikulttuuri on osa kansallista identiteettiämme.

Vaikka tutkimusprosessin kokonaisaikataulu oli riittävä, lomakkeen luomiseen ja muokkaamiseen olisimme tarvinneet lisää aikaa. Lopullisen lomakkeen sisältö ei muodostunut täysin toivomustemme mukaiseksi. Tähän vaikutti aikataulun lisäksi se, että käytimme edellistä kyselylomaketta pohjana omalle lomakkeellemme.

Uskomme myös, että osittain kiireellisen aikataulun vuoksi lähdimme prosessiin mukaan kirjaimellisesti vääristä lähtökohdista ja täten jouduimme muokkaamaan asetettuja tutkimusongelmia. Tämä prosessin osa-alue ei ollut toivottava, mutta osoittautui kuitenkin opettavaksi kokemukseksi. Tutkimusongelmien muokkaaminen mahdollisti saadun informaation paremman hyväksikäytön. Näin ollen tutkimuksesta saatu hyöty lisääntyi ja pystyimme täyttämään toimeksiantajan toiveet.

Tutkimusaineiston keräystavat osoittautuivat toimiviksi, koska saimme vastauksia sekä paperisena että sähköisenä. Mielestämme vastaajilla oli tarpeeksi eri vaihtoehtoja lomakkeen täyttämiseksi ja aineiston palauttamiseksi. Käyttämämme aineistonkeruutavat ovat yleisesti käytössä samantyyppisissä tutkimuksissa ja ne on todettu toimiviksi. Kyselyn käytön yhteydessä on aina ymmärrettävä, että kaikki niillä saatu informaatio on saatu vastaajilta, joten tiedon oikeellisuus on suoraan verrattavissa vastaajien rehellisyyteen, ja toki myös lomakkeen kysymysvalintoihin ja asetteluun. (Veal 2006, 231.)

Uskomme, että lomake toimi kokonaisuutena vastaajien mielestä hyvin, koska kukaan ei ollut kirjoittanut meille kielteistä palautetta. Lomakkeen suunnittelussa hankalinta oli kysymysten mahdollistaminen lomakkeeseen, koska emme halunneet lomakkeesta liian pitkää. Varsinkin kysymysten sanamuotojen ja sanojen valinta

oli vaikeampaa kuin odotimme. Teimme yhden selkeän virheen, koska paperisesta lomakkeesta jäi puuttumaan yksi yhteiskuntaryhmistä. Webropolissa olimme luetelleet seitsemän ryhmää, mutta paperisessa versiossa ei ollut valittavana ”eläkeläinen” -kohtaa. Tällöin vastaajat olivat kirjoittaneet tämän ”muu, mikä” -kohtaan, joten onneksi virheestämme ei päässyt syntymään suurta vahinkoa.

Jälkikäteen oivalsimme myös, että olisimme voineet kysyä kyselyn alussa lomasunnon vakituisten käyttäjien lisäksi myös muiden vierailijoiden arvioitua lukumäärää, jos heitä käy vapaa-ajan asunnolla säännöllisesti. Vierailijoiden määrä saattaa vaikuttaa palvelutarpeeseen ja ostokäyttäytymiseen.

Avoimiin kysymyksiin olisimme toivoneet enemmän vastauksia, mutta valitettavasti monet vastaajat olivat vain ohittaneet ne. Tutkimuksemme aihe on sellainen, josta vastaajilla on varmasti omia näkemyksiä ja kehitysehdotuksia, ja avoimissa kysymyksissä niistä olisi voinut kertoa vapaammin. Toki saimme kysymyksiin myös hyviä ja kantaaottavia vastauksia.

Vastausaikaa kyselyyn annettiin mielestämme tarpeeksi. Kyselyn ajoittaminen juuri ennen mökkeilykauden alkua keväälle vaikutti toimivalta ajankohdalta, koska voidaan olettaa, että tällöin vapaa-ajan asuntoon liittyvät asiat ovat mielessä. Jälkikäteen pohdittuna aikaa saattoi olla jopa liikaa, koska pitkä vastausaika ei ”pakota” vastaajia tarttumaan kyselyyn pikaisesti ja tällöin kysely saattaa jopa unohtua.

Kyselyn vastausprosentti ei vastannut tavoitteitamme. Tiesimme, että emme tule saamaan vastauksia läheskään kaikilta kotitalouksilta, mutta olimme varautuneet 200-300 vastaajaan. Oletimme, että sähköisen vastausmahdollisuuden tarjoaminen saattaisi nostaa vastausinnostusta ja tavoittaa varsinkin nuorempaa mökkisukupolvea. Vastausaktiivisuutta olisi täytynyt yrittää parantaa vielä joillakin muilla apukeinoilla, kuin pelkästään Lähilehden artikkelilla. Kyselyä olisi voinut mainostaa jo ennen vuosittaisen kevätkirjeen lähettämistä kiinnostuksen herättämiseksi.

Epäilemme, että vastausinnokkuutta vähensi myös valmiiksi postimaksetun vastauskuoren puuttuminen. Vastaajat eivät välttämättä halua kustantaa itse lomakkeen lähettämistä ja postituksesta on myös vaivaa. Tähän ongelmaan ratkaisuna oli tietenkin sähköiseen kyselyyn vastaaminen, mutta tämä ei välttämättä ollut kaikille mahdollista.

Webropol -ohjelman käyttö oli aluksi haastavaa, koska emme olleet käyttäneet kyseistä ohjelmaa aikaisemmin. Sekä kyselylomakkeen luonti internetiin että ohjelman valmiiden raportointityökalujen käyttö vaati tarkkaa perehtymistä. Sähköisen kyselyn käyttö osana aineiston keruuta oli mielestämme hyvä vaihtoehto, koska se tarjosi vaivattomamman ja nopeamman vastaustavan osalle vastaajista.

Myös tutkimuksemme vertailu vuoden 1999 asukaskyselyyn osoittautui hankalaksi, koska emme saaneet tarpeeksi materiaalia edellisen kyselyn tuloksista. Kyselyn 18-sivuisesta raportista meillä oli käytössämme vain kahdeksan sivua ja kaksi liitettä. Nämä kahdeksan sivua käsittivät raportin alusta vain joka toisen sivun, joten useat kappaleet jäivät kesken ja monet asiat jäivät kokonaan mainitsematta. Pyysimme koko raporttia käyttöömmee, mutta toimeksiantajamme ei pystynyt toimittamaan meille enempää, joten käytimme materiaalia sen mukaan kuin oli mahdollista.

Jos lähtisimme toteuttamaan tutkimusta uudestaan, haluaisimme lisätä muutaman mielestämme oleellisen kysymyksen. Olisi järkevää esimerkiksi tiedustella vapaaajan asukkaiden rahankäyttöä, koska se antaisi selkeän taloudellisen syy- ja seuraussuhteen vapaa-ajan asukkaiden merkitykselle kunnassa. Lisäisimme myös paremmat ohjeet kyselyyn vastaamiselle. Päättyisimme myös selvittämään syitä palveluiden arvioille.

Tutkimuksemme vertailtavuus muihin tutkimuksiin voidaan osittain kyseenalaistaa, koska jotta eri tutkimukset olisivat luotettavasti verrattavissa toisiinsa, tulisi käytetyissä kyselylomakkeissa määritelmien olla yhdenmukaiset. Esimerkiksi vuorokauden määritelmän tulisi olla vastaajalle selvä. Jos vastaajille ei anneta käyttö-

vuorokausien laskemiseksi selvää ohjetta, voi kokonaisvuorokausien määrä nousta liian korkeaksi. (Nieminen 2004, 6-7.)

6.1 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Jokaisen tutkimuksen päämääränä on se, että tuloksia voidaan hyödyntää. Tutkimuksen yhteydessä on tärkeä arvioida sen luotettavuutta ja pätevyyttä, koska ne määrittävät tutkimustulosten yleistettävyyttä ja oikeellisuutta. Tutkimuksen luotettavuudella eli reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimustulosten tarkkuutta ja toistettavuutta. Tämä tarkoittaa sitä, että tulokset eivät saa olla sattumanvaraisia. Kahden yksittäisen tutkijan tutkiessa samaa asiaa tulosten olla toistettavissa samantyyppisissä tuloksissa. (Hirsjärvi ym. 2005, 226; Heikkilä 1999, 29.)

Jotta tulokset olisivat olleet täysin luotettavia ja yleistettäviä, olisimme tarvinneet enemmän aktiivisuutta vapaa-ajan asukkaiden puolelta. Isompi vastausmäärä olisi luonut tarkemman ja luotettavamman kuvan kunnan vapaa-ajan asumisesta ja tuloksien toistettavuus olisi varmempaa.

Reliabiliteettia vähensi myös se, että osassa lomakkeista ei ollut vastattu kaikkiin kysymyksiin. Heikkilän (1999, 29) mukaan tuloksia voidaan pitää vain sattumanvaraisina otokseen olleessa pieni. Varsinkin kyselytutkimuksissa on myös tärkeää huomioda jo etukäteen kato eli palauttamatta jääneiden lomakkeiden määrä. Onneksi me pohdimme asiaa jo otannan suunnitteluvaiheessa, koska jos olisimme lähettäneet lomakkeita pienemmälle joukolle, olisi palautettujen vastausten lukumäärä voinut olla vielä pienempi.

Heikkilän (1999, 28) mukaan tutkimuksen pätevyys eli validiteetti tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata tarkoitettua asiaa. Käytetyn menetelmän tulee sopia tutkimuksen tavoitteeseen. Heikkilä toteaa myös, että jotta tulokset voivat olla päteviä, pitää tavoitteet, käsitteet ja muuttujat olla huolellisesti määritelty ja suunniteltu. Hirsjärvi ym. (2005, 226-227) puolestaan antavat esimerkin validiteetin heikentymisestä silloin, kun vastaajat ovat käsittäneet kysymykset eri tavalla

kuin tutkija on tarkoittanut. Meidän tutkimuksessamme ei onneksi ilmennyt kohtia, joissa olisimme epäilleet väärinymmärtämisen mahdollisuutta.

Valitettavasti meidän tuloksissamme on kuitenkin osittain nähtävissä luotettavuuden ja pätevyyden mahdollinen heikentyminen, koska osa vastauskohdista oli jätetty tyhjiksi ja esimerkiksi kysymyksissä numero yksi ja kaksi (liite 1) tulokset eivät vastanneet toisiaan, vaikka näin kuuluisi olla. Vapaa-ajan asuntoja vakituisesti käyttävien henkilöiden määrän ja henkilöiden jakautumisen yhteiskuntaryhmiin kuuluisi olla toisiaan vastaavia. Myös vapaa-ajan asunnon kokonaiskäyttöasteessa voi esiintyä virheitä, koska osa vastaajista jätti kohtia tyhjiksi ja osa kirjoitti nolla. Emme voi tietää tarkoittaako tämä samaa jokaisen vastaajan kohdalla.

Tulosten luotettavuutta ja pätevyyttä voi heikentää myös Webropol-ohjelman käyttö toisena tutkimustapana. Kaikki vastaajat eivät välttämättä osanneet käyttää tai täyttää sähköistä kyselyä. Esimerkiksi uudelle sivulle siirtymiseen tarvitsi klikata hiirellä aina seuraava -näppäintä. Kaksoisnäpäyksellä aiheutui yhden sivun väliin jääminen. Tätä mahdollisuutta yritimme estää käyttämällä osittain pakotettuja kysymyksiä. Yksi merkittävä internetkyselyjen ongelma on vastaajien turvattomuuden tunne tietoturvariskien suhteen. Monet internetin käyttäjät välttävät tietojen antamista yksityisyyden menettämisen pelossa. Sama pätee henkilötietojen lisäksi myös muuhun henkilökohtaiseen informaation antoon. (Sintonen 2003, 10.)

Mielestämme valittu tutkimusmenetelmä oli toimiva toimeksiantajan tavoitteiden mittaamiseen, mutta ei välttämättä parhaiten soveltunut meidän alkuperäisten opinnäytetyön tavoitteidemme tutkimiseen. Tämän vuoksi jouduimme muokkaamaan lopullisia opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä tulosten saamisen jälkeen, kuten aikaisemmin mainitsimme. Tämän jälkeen pystyimme saamaan oikeanlaista tietoa tutkimusongelmiimme.

6.2 Työskentely ja oppiminen

Tutkimusprosessi oli oppimisen kannalta hyödyllinen ja opettavainen kokemus. Meillä kummallakaan ei ollut aikaisempaa kokemusta tämän kokoluokan tutkimuksesta, joten oli erittäin haastavaa ryhtyä siihen itsenäisesti. Työskentelymme sujui yleisesti ottaen hyvin koko prosessin ajan. Ainoa pidempi tauko työssämme oli syksyllä 2007. Mielestämme työskentelimme pääasiassa tehokkaasti ja nopeaan tahtiin varsinkin prosessin loppuvaiheessa. Saavutimme kaikki tavoitteet aikataulussa ja mielestämme pitäydyimme hyvin tutkimusongelmien ratkaisuisissa. Ainoastaan aikatauluongelmat tutkimusprosessin alussa loivat ylimääräisiä paineita.

Tutkimuksen aikana työskentelimme pääasiassa aina yhdessä, koska lomakkeen luominen ja tulosten analysointi vaati kummankin näkemyksiä ja panostusta. Kun aloimme kirjoittaa työmme kirjallista osuutta, päätimme jakaa työn osioita. Tähän päädyimme siksi, että se oli käytännöllisempää tilanteessamme. Tässä vaiheessa emme enää asuneet samalla paikkakunnalla, joten säännöllinen tapaaminen oli hankalampaa. Työssämme on myös monta eri aihealuetta, joten koimme yhden ihmisen paneutumisen yhteen asiaan paljon yksinkertaisemmaksi. Olimme toki sopineet selkeät suuntaviivat, joiden puitteissa aioimme toimia ja kumpikin tutustui myös toisen aiheeseen. Olimme paljon yhteydessä puhelimen ja sähköpostin välityksellä ja tapaamisia oli noin joka toinen viikko.

Parityöskentely on kummallekin sopiva työskentelytyyli ja meistä tuntuu, että saimme toisiltamme ideoita ja ajatuksia, joita ei yksin välttämättä keksisi. Emme kohdanneet ainuttakaan konfliktitilannetta, vaan pikemminkin parin tuki auttoi ongelmien ratkaisemisessa ja jaksamisessa. Tutkimusprosessin pituus aiheutti ajoittain kyllästymisen hetkiä, joiden ylipääsemisessä tarvittiin parin kannustusta.

Jälkikäteen ajateltuna teoriaan tutustumiseen olisimme voineet käyttää enemmän aikaa, mutta olemme kuitenkin tyytyväisiä lopulliseen tulokseen. Saimme lyhyessä ajassa paljon aikaiseksi. Uskomme myös, että työmme tuloksista on hyötyä toimemeksiantajalle ja Hartolan vapaa-ajan asumiselle. Toivomme, että työtämme tul-

laan varmasti käyttämään vapaa-ajan asumisen kehittämisessä, eikä se jää vain irtonaiseksi projektiksi.

Työskentely toimeksiantajan kassa sujui pääosin ongelmitta. Suunnitelmat ja aikataulut muuttuivat välillä turhan nopeasti ja yhteydenpito meihin oli puutteellista. Koimme muutamia tuskastuttavia hetkiä, mutta lopulta saimme kaiken valmiiksi. Tutkimuksen jälkeen saimme toimeksiantajalta hyvää palautetta, joten voimme kaikki olla tyytyväisiä työhömmme.

7 YHTEENVETO

Opinnäytetyömme tarkoituksena oli tehdä toimeksiantona vapaa-ajan asukaskysely Hartolan kuntaan. Toimeksiantajana toimi Hartolan vapaa-ajan asukastoyhdistys ja Hartolan kunta. Tutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa kunnan vapaa-ajan asumisen nykytila ja selvittää mitä palveluita vapaa-ajan asukkaat käyttävät kunnan palvelutarjonnasta, kuinka tyytyväisiä he ovat palveluihin ja saada uutta niiden kehittämiseen. Halusimme myös tutkia kuinka hyvin kunta ja yrittäjät viestivät vapaa-ajan asukkaille.

Nykytilan määrittämisen apuna käytimme vertailukohteena vuoden 1999 Hartolan vapaa-ajan asukaskyselyn tuloksia ja lisäksi laajemman näkökulman saamiseksi käytimme taustatietona Suomessa yleisesti vallitsevaa tilannetta. Käsittelimme vapaa-ajan asumista varsin yleisellä tasolla tavoitteidemme mukaisesti ja kiinnitimme huomioita erityisesti vapaa-ajan asukkaiden palvelukäyttämiseen.

Tutkimus suoritettiin postikyselynä ja sähköisenä kyselynä keväällä 2007. Kyselylomakkeita lähetettiin 2 200 kappaletta vapaa-ajan kotitalouksille suunnatun kevätkirjeen mukana ja päteviä vastauksia saatiin yhteensä 94 vapaa-ajan kotitaloudelta. Vastausprosentiksi muodostui 2,4.

Vapaa-ajan asukkaat ovat keskimäärin iältään keski-ikäisiä ja eläkeikäisiä ja heidän vakituiset kotikuntansa sijaitsevat pääosin Etelä-Suomessa ja erityisesti pää-

kaupunkiseudulla. Kuten ikäjakaumasta voidaan päätellä, suurin osa asukkaista on työssäkäyviä ja eläkeläisiä. Asuntokohtaisesti ilmoitettuna loma-asuntoa käyttää yleisimmin vakituisesti kaksi henkilöä. Vain vajaa kolmasosa vapaa-ajan kotitalouksista on 3-4 henkilön talouksia. Tällöin perheeseen kuuluu vanhempien lisäksi alle kouluikäisiä lapsia. Kuitenkin keskimäärin ilmoitettuna yhtä loma-asuntoa käyttää 4,5 henkilöä.

Yhdellä vapaa-ajan asunnoilla vietetään vuodessa keskimäärin 79 vuorokautta ja suosituinta mökkeilyaikaa ovat kesäkuukaudet toukokuusta elokuuhun. Vapaa-ajan asunnot ovat melko hyvin varusteltuja, sillä kotitalouksista jopa puolella on talviasumiseen soveltuva asunto. Muuten yleisimmät varustukset ovat sähkö ja antenni. Asunnoista suurin osa on rakennettu 1960-luvulla, mutta myös 1970- ja 80-luvut korostuvat rakennuskannassa.

Selvästi suurin osa kotitalouksista hankkii sekä päivittäistavarat että erikoisliikkeiden palvelut Hartolan kirkonkylältä. Muussa tapauksessa palvelut hankitaan pääosin kotipaikkakunnan kaupoista. Eniten vapaa-ajan asukkaita kiinnostaa hankkia asunnolleen korjaus- ja rakennuspalveluita, maansiirtopalveluita, tienaurauspalveluita sekä LVI- ja sähköpalveluita.

Vapaa-ajan kotitalouksista 75 prosenttia on sitä mieltä, että Hartolan tuote/palvelutarjonta vastaa heidän tarpeitaan. Sekä kunnan julkiset että yksityiset palvelut arvioidaan keskimäärin hyväksi. Julkisista palveluista eniten kiitettäviä arviointeja saavat kirjasto, matonpesupaikat, jätehuolto ja rakennustarkastus. Kuitenkin muut arvoinnit huomioiden jätehuollon yleisarvosana laskee huomattavasti.

Yksityisistä palveluista parhaat arvoinnit saavat elintarvikekaupat, rautakauppa, alueen huoltoasemat ja maansiirtopalvelut. Huonoimmat arvoinnit saavat koko palvelutarjonnasta julkinen liikenne ja tieverkosto sekä erikoisliikkeet ja -palvelut. Arviointien jälkeen on selvää, että vastaajien mielestä kunnan tärkeimmiksi kehityskohteiksi nousevat jätehuollon toimivuus, tieverkoston kunto sekä julkisen liikenteen ja erikoisliikkeiden määrä.

Vaikka viestinnän suhteen esiintyy myös toimimattomuutta, kokonaisuudessaan tiedottaminen arvioidaan hyväksi. Parhaiten tiedotetaan tapahtumista ja toiseksi parhaiten viestiminen on onnistunut julkisten palveluiden osalta. Huonoimmat arvosanat saavat harrastusmahdollisuuksista ja yksityisistä palveluista tiedottaminen. Kaupallisten palveluiden tiedotus on myös yksi esille nousseista kehityskohteista. Vapaa-ajan asukkaiden mielestä kaksi parhaita tiedotustapaa ovat kunnan paikallislehti ja kunnan vuosittain lähettämä kevätkirje.

Hartolan vapaa-ajan asumisen nykytila on samantapainen kuin vuonna 1999 ja kunnan tilanteessa on havaittavissa useita yhtäläisyyksiä myös muualla Suomessa vallitsevaan tilanteeseen. Samankaltaisuuksia on muun muassa asukkaiden ja asuntojen ikärakenteessa, asuntojen varustustasossa, asukkaiden ostokäyttäytymisessä ja tyytyväisyydessä palveluihin sekä kuntien saamissa kehitysehdotuksissa.

Edelliseen asukaskyselyyn verrattuna ei ole tapahtunut suuria muutoksia, minkä voidaan ajatella olevan sekä positiivista että kielteistä. Positiivista on että, kunnan palvelutarjontaa hyödynnetään edelleen kovasti ja kiinnostus kunnan asioihin ja tapahtumiin on säilynyt. Vapaa-ajan asuntojen lukumäärä on kasvanut jopa 12 prosenttia. Valitettavaa on kuitenkin, että vastaajat mainitsevat edelleen samat kehityskohteet, mikä kertoo, että vielä on parannettavaa.

Toivomme, että sama kehityskulku jatkuu ja Hartola kehittää kuntaa edelleen vapaa-ajan asumisen kuntana. Pienelle kunnalle vapaa-ajan asukkaat ovat mahtava lisä asukaskuntaan.

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

Aho, S. & Ilola, H. 2006. Toinen koti maalla? Kakkosasuminen ja maaseudun elinvoimaisuus. Lapin yliopiston kauppatieteiden ja matkailun tiedekunnan julkaisuja B. Tutkimusraportteja ja selvityksiä 6. Rovaniemi: Lapin Yliopistopaino

Euroopan unionin vapaa-ajan asukkaiden palveluprojekti 1999-2000. Hartolan vapaa-ajan asukaskysely 1999.

Grönroos, C. 2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. 5. painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Grönroos, C. 2001. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Hall, C.M & Müller, D.K. 2004. Tourism, mobility and second homes. Between elite landscapes and common ground. Clevedon: Channel View Publications

Heikkilä, T. 1999. Tilastollinen tutkimus. 2. uudistettu painos. Helsinki: Oy Edita Ab.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2005. Tutki ja kirjoita. 10. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Isoviita, J. & Lahtinen, A. 1999. Asiakaspalvelu ja markkinointi. 2. painos. Jyväskylä: Gummerus.

Kokki, R & Pitkänen, K. 2005. Mennäänkö mökille? Näkökulmia pääkaupunkilaisten vapaa-ajan asumiseen Järvi-Suomessa. Savonlinnan koulutus- ja kehittämiskeskuksen julkaisuja n:o 11. Savonlinna.

Kunnan viestintä. 2004. Suomen kuntaliitto. Helsinki: Hakapaino Oy.

Kuusela, H. 1998. Markkinoinnin haaste. Porvoo: WSOY.

Lillrank, P. 1998. Laatuajattelu. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Rainisto, S. 2004. Kunnasta brändi? Kunnallisan kehittämissäätiön julkaisu nro 54. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy.

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Fram.

Sintonen, S. 2003. Onnistunut kyselytutkimus Internetissä. Tampereen ammatikorkeakoulun julkaisuja. Sarja B. Raportteja 4. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy.

Veal, A.J. 2006. Research methods for leisure and tourism. Third edition. Great Britain, Dorset, Dorchester: the Dorset Press.

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä – merkitys, vaikutus ja keinot. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Elektroniset lähteet

Hartola 2008a. Hartolan sijainti [viitattu 3.4.2008]. Saatavissa: <http://www.hartola.fi/esittely/sijainti.htm>.

Hartola 2008b. Hartolan historia [viitattu 10.4.2008]. Saatavissa: <http://www.hartola.fi/esittely/historia.htm>

Hartola 2008c. Hartolan tunnusluvut [viitattu 10.4.2008]. Saatavissa: <http://www.hartola.fi/esittely/tunnusluvut.htm>

Hartola 2008d. Hartolan elinkeinorakenne [viitattu 11.4.2008]. Saatavissa: <http://www.hartola.fi/esittely/elinkeinorakenne.htm>

Hartola 2008e. Hartolan yritysluettelo [viitattu 11.4.2008]. Saatavissa: <http://www.hartola.fi/yrityspalvelut/yritysluettelo.htm>

Hartola 2008f. Väestön ikärakenne 31.12.2005 [viitattu 10.4.2008]. Saatavissa:
<http://www.hartola.fi/esittely/vaesto.htm>

Hartola 2008g. Kalastusmatkailu 2007 [viitattu 12.4.2008]. Saatavissa:
<http://www.hartola.fi/sivistys/vapaa/kalastus/kalastusmatkailu.htm>

Hartola 2008h. Hartolan taajaman palvelut [viitattu 24.4.2008] Saatavissa:
<http://www.hartola.fi/taajama.htm>

Hartola 2008i. Hartolan kylät [viitattu 24.4.2008] Saatavissa:
<http://www.hartola.fi/yrityspalvelut/elinkeino/kylat.htm>

Hartola 2008j. Hartolan kalastusalue [viitattu 24.4.2008] Saatavissa:
<http://www.hartola.fi/sivistys/vapaa/kalastus/index.htm>

Kuntalaki 365/1995. Annettu Helsingissä 17.3.1995 [online]. Finlex [viitattu 16.3.2008]. Saatavissa Finlex -sääöstietopankissa:
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1995/19950365?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=kuntalaki>

Marin, R. 2007. Matkakohteena Suomi. Tilastokeskuksen asiakaslehti 3/07 [viitattu 25.3.2008]. Saatavissa: http://www.stat.fi/tup/statfi/stat.fi_3_07.pdf

Nieminen, M. 2004. Kesämökkibarometri 2003. Keskeisiä tuloksia postikyselyaineistosta [verkkojulkaisu]. Tilastokeskus, Sisäasiainministeriö [viitattu 23.3.2008]. Saatavissa:
[http://www.intermin.fi/intermin/images.nsf/files/5d0d5cd4a9a81e43c2257005002fc699/\\$file/lopullinen%20raportti.pdf](http://www.intermin.fi/intermin/images.nsf/files/5d0d5cd4a9a81e43c2257005002fc699/$file/lopullinen%20raportti.pdf)

Sisäasiainministeriö 2006a. Mökkiläiset kuntapalvelujen käyttäjinä [verkkojulkaisu]. Saaristoasiain neuvottelukunta, Efeko Oy. Sisäasiainministeriön julkaisuja 24/26 [viitattu 22.3.2008]. Saatavissa:
[http://www.intermin.fi/intermin/biblio.nsf/3DD7F7F2C1D8BDA7C22571760047F6F6/\\$file/242006.pdf](http://www.intermin.fi/intermin/biblio.nsf/3DD7F7F2C1D8BDA7C22571760047F6F6/$file/242006.pdf)

Sisäasiainministeriö 2006b. Vapaa-ajan asukkaiden osallistuminen kuntien päätöksentekoon [verkkajulkaisu]. Saaristoasiain neuvottelukunta, Suunnittelukeskus Oy. Sisäasiainministeriön julkaisuja 14/2006 [viitattu 20.4.2008]. Saatavissa: [http://www.intermin.fi/intermin/biblio.nsf/3F7334C3F9D83EA6C2257147002D0D2A/\\$file/142006.pdf](http://www.intermin.fi/intermin/biblio.nsf/3F7334C3F9D83EA6C2257147002D0D2A/$file/142006.pdf)

Suomen markkinatutkimusliito ry 2008. ML ja SMTL; Tutkimusbarometri 2008 [viitattu 23.4.2008]. Saatavissa: <http://www.smtl.fi/index.php?id=7>

Talousarvioaloite 320/2007 vp. Määrärahan osoittaminen kiinteistökohtaisten jätevesijärjestelmien parantamiseen haja-asutusalueilla [viitattu 5.5.2008]. Saatavissa: http://www.eduskunta.fi/faktatmp/utatmp/akxtmp/taa_320_2007_p.shtml

Tervo, T. 2007. Kesäasukastoimikunta [viitattu 20.3.2008]. Saatavissa: <http://www.hartola.fi/sivistys/vapaa/asukastoiminta.htm>.

Tiehallinto 2007. Vt 4 Lusi - Vaajakoski parantaminen alkaa Hartolasta kesällä 2007 [verkkajulkaisu]. [viitattu 23.4.2008]. Saatavissa: http://www.tiehallinto.fi/servlet/page?_pageid=70&_dad=julia&_schema=PORTAL30&menu=9151&_pageid=71&kieli=fi&linkki=17165&julkaisu=6135

Tilastokeskus 2006. Hartola [viitattu 22.3.2008]. Saatavissa: <http://www.stat.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/081.html>

Tilastokeskus 2007a. Huvilaomistuksesta koko kansan mökkeilyyn. Tilastokeskus [viitattu 16.3.2008]. Saatavissa: <http://www.stat.fi/tup/suomi90/kesakuu.html>

Tilastokeskus 2007b. Kesämökit [viitattu 16.3.2008]. Saatavissa: <http://www.stat.fi/til/kmok/index.html>

Tilastokeskus 2007c. Suomessa 475 000 kesämökkiä 2006. Tilastokeskus [viitattu 17.3.2008]. Saatavissa: http://www.stat.fi/til/kmok/2006/kmok_2006_2007-05-23_tie_001.html

Tilastokeskus 2008. Kesämökit (lkm) alueittain 1970-2007 [viitattu 21.5.2008].

Saatavissa:

http://pxweb2.stat.fi/Dialog/varval.asp?ma=010_kmok_tau_101_fi&path=../database/StatFin/asu/kmok/&lang=3&multilang=fi

HUOM! Voit täyttää tämän lomakkeen myös Internetissä!

www.webropol.com/lamk.net

salasana: HARTOLA

**Jos palautat tämän postitse, osoite on: Riikka Rantanen,
Rautatienkatu 4 as 37, 15100 LAHTI. Lomakkeen voi myös
palauttaa Kunnanviraston Yhdystien puolella olevaan
postiluukkuun.**



Vastaa kyselyyn 18.05.2007 mennessä!

A. TAUSTATIEDOT

Merkitse henkilömäärä numeroin kyseisen vaihtoehdon kohdalle.

1. Vapaa-ajan asuntoamme käyttää vakituisesti ____ henkilöä.

____ 0-14 -vuotiasta

____ 45-54 -vuotiasta

____ 15-24 -vuotiasta

____ 55-64 -vuotiasta

____ 25-34 -vuotiasta

____ 65-74 -vuotiasta

____ 35-44 -vuotiasta

____ 75→ -vuotiasta

2. Vapaa-ajan asuntomme henkilömäärä jakautuu seuraaviin ryhmiin.

____ alle kouluikäinen lapsi

____ työssäkäyvä aikuinen

____ koululainen

____ yksityisyrittäjää

____ opiskelija

____ joku muu, mikä _____

3. Vakituinen asuinkuntamme on _____

B. VAPAA-AJAN ASUNTO

Kirjoita vastauksesi viivalle tai rastita sopivin vaihtoehto.

4. Olemme hankkineet vapaa-ajan asuntomme vuonna _____

5. Vapaa-ajan asuntomme rakennusvuosi _____

Vastaa seuraavaan kysymykseen vain jos se on aiheellista!

6. Vapaa-ajan asuntomme on peruskorjattu vuonna _____

7. Maantie-etäisyys vakituisesta asuinpaikastamme vapaa-ajan asunnolle

alle 50 km 50 -100 km 100 -150 km yli 150 km

8. Maantie-etäisyys vapaa-ajan asunnoltamme Hartolan kirkonkylälle

alle 10 km 10-20 km 20-30 km yli 30 km

9. Arvioitu kuukausittain vapaa-ajan asunnollamme vietetty aika

tammi-helmikuu _____ vrk heinä-elokuu _____ vrk

maalis-huhtikuu _____ vrk syys-lokakuu _____ vrk

touko-kesäkuu _____ vrk marras-joulukuu _____ vrk

10. Vapaa-ajan asunnollamme on seuraavia mukavuuksia:

sähkö kunnallinen vesijohtoverkko
viemäröinti antenni
sisä-WC internet
suihku talviasuttava

11. Jos vapaa-ajan asuntonne ei ole talviasuttava, oletteko ajatelleet vakavasti sen muuttamista talviasuttavaksi?

en kyllä, milloin _____ (vuosi)

C. TUOTTEET JA PALVELUT

Rastita sopivin vaihtoehto.

12. Hankimme päivittäistavarat vapaa-ajan asunnollemme pääasiassa seuraavasta/ seuraavista paikoista (korkeintaan kaksi rastia):

Hartolan kirkonkylältä Sysmästä
kyläkaupasta (Vuorenkylä) Pertunmaalta
Heinolasta kotipaikkakunnalta
Joutsasta muualta, mistä _____

13. Hankimme erikoisliikkeiden palvelut vapaa-ajanasunnollemme pääasiassa seuraavasta/seuraavista paikoista (korkeintaan kaksi rastia):

Hartolan kirkonkylältä Heinolasta
Joutsasta kotipaikkakunnalta
Sysmästä muualta, mistä _____

14. Mikäli emme asioi Hartolan päivittäis- ja erikoisliikkeissä, siihen on ensisijaisesti syynä (korkeintaan kaksi rastia):

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> aukioloajat eivät ole sopivat | <input type="checkbox"/> palvelu on puutteellista |
| <input type="checkbox"/> hintataso on liian korkea | <input type="checkbox"/> palveluista ei ole saatavilla riittävästi tietoa |
| <input type="checkbox"/> tuotevalikoimassa on puutteita | <input type="checkbox"/> liikkeet eivät sijaitse kulkureittiemme varrella |
| <input type="checkbox"/> tuotteiden laatu on puutteellinen | <input type="checkbox"/> muu syy, mikä _____ |

15. Onko ostospaikkanne vaihtunut lähivuosina?

- | | |
|-----------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ei | <input type="checkbox"/> kyllä, miksi _____ |
| _____ | |

16. Vastaako Hartolan kunnan tuote/palvelutarjonta tarpeitanne?

- | | |
|--------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> kyllä | <input type="checkbox"/> ei, miksi _____ |
| _____ | |

17. Mielipiteemme Hartolan yksityisistä palveluista:

	kiitettävä	hyvä	tydyttävä	huono	ei kokemusta
elintarvikekaupat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kyläkauppa (Vuorenkylä)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
huoltoasemat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
rautakauppa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
rakennuspalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kuljetuspalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
maansiirto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
erikoisliikkeet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ravintolapalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kahvilapalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kauneudenhoito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. Mielipiteemme Hartolan julkisista palveluista:

	kiitettävä	hyvä	tydyttävä	huono	ei kokemusta
rakennustarkastus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ympäristövalvonta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
jätehuolto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
paperinkeräys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ongelmajäte/ekopiste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vesistöjen reititys / viitoitus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
paikallistieverkko(valtios)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

yksityistieverkko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
julkinen liikenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
yleiset vene-/uimarannat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
matonpesupaikat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ulkoilureitit ja viitoitus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
liikuntapaikat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
terveyskeskus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kirjasto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kirjastoauto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
muut kulttuuripalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
muut kunnanviraston palvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
asiamiesposti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
matkahuolto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
pankit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
muu, mikä _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. Kehittämis- ja lisäysehdotuksia tuote/palveluvalikoimaan: _____

20. Olemme kiinnostuneet hankkimaan seuraavia palveluita vapaa-ajan asunnollemme:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> korjaus- ja rakennustyöt | <input type="checkbox"/> laiturin ja veneen nosto/lasku |
| <input type="checkbox"/> LVI- ja sähköpalvelut | <input type="checkbox"/> koneiden ja laitteiden talvisäilytys |
| <input type="checkbox"/> maansiirto | <input type="checkbox"/> mökin kunnon tarkkailu lomakauden ulkopuolella |
| <input type="checkbox"/> piha- ja puutarhatyöt | <input type="checkbox"/> vartiointipalvelut |
| <input type="checkbox"/> tienauraukset | <input type="checkbox"/> polttopuiden teko omasta puutavarasta |
| <input type="checkbox"/> lumenluonti katolta | <input type="checkbox"/> polttopuiden osto ja toimitus |
| <input type="checkbox"/> katon ja vesikourujen puhdistus | <input type="checkbox"/> vuosihuolto (esim. vesiputkien ja WC:n tyhjennys) |
| <input type="checkbox"/> etukäteislämmitys | <input type="checkbox"/> ostosten toimitus |
| <input type="checkbox"/> siivouspalvelu | <input type="checkbox"/> muut kuljetuspalvelut |
| <input type="checkbox"/> lastenhoito | <input type="checkbox"/> unohtuiko jotain? -palvelu |
| <input type="checkbox"/> pito- ja juhlapalvelut | <input type="checkbox"/> häätäpupalvelu |
| <input type="checkbox"/> kotiaavustajanpalvelut | <input type="checkbox"/> ”mökkitalkari” -palvelu |
| <input type="checkbox"/> muu, mikä _____ | |

emme ole kiinnostuneet hankkimaan palveluita vapaa-ajan asunnollemme

D. TIEDOTTAMINEN JA TAPAHTUMATARJONTA

Rastita sopivin vaihtoehto.

21. Olemme saaneet tietoa hartolalaisista

	kiitettävästi	hyvin	tydyttävästi	huonosti
tuotteista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
julkisista palveluista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
muista palveluista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
harrastusmahdollisuuksista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tapahtumista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. Mielestämme paras tapa saada edellä mainittuja tietoja on (korkeintaan kaksi rastia):

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> yleiset ilmoitustaulut | <input type="checkbox"/> www.hartola.fi |
| <input type="checkbox"/> kauppojen ilmoitustaulut | <input type="checkbox"/> vapaa-ajan asukkaille jaettava infopaketti |
| <input type="checkbox"/> Lähilehti | <input type="checkbox"/> ”puskaradio” |
| <input type="checkbox"/> Itä-Häme | <input type="checkbox"/> muualta, mistä _____ |

23. Olemme kiinnostuneet osallistumaan seuraaviin kunnan tapahtumiin:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> kyläjuhlat | <input type="checkbox"/> ohjattu nuoriso-/liikuntatoiminta |
| <input type="checkbox"/> kesätorit | <input type="checkbox"/> ohjattu ratsastus |
| <input type="checkbox"/> lavatanssit | <input type="checkbox"/> järjestetyt luontoretket |
| <input type="checkbox"/> Hartolan markkinat | <input type="checkbox"/> kalastusopastus |
| <input type="checkbox"/> Tainionvirran kalapäivät | <input type="checkbox"/> opastetut kulttuurikierrokset |
| <input type="checkbox"/> golf/golftapahtumat | <input type="checkbox"/> ohjatut vierailut maatilalla |
| <input type="checkbox"/> talkootapahtumat | <input type="checkbox"/> vapaa-ajan asukastoiminta |
| <input type="checkbox"/> eräilta | <input type="checkbox"/> vapaa-ajan asukastapahtuma markkinasunnuntaina |
| <input type="checkbox"/> muu, mikä _____ | |

E. HARTOLA KUNTANA

24. Miten tärkeäksi näette seuraavien asioiden merkityksen Hartolassa?

	erittäin tärkeä	tärkeä	hieman tärkeä	vähän merkitystä	ei merkitystä
luonnon läheisyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
rauhallisuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
palvelujen läheisyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
palvelujen monipuolisuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tapahtumatarjonta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tiedottaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
läheiset harrastusmahdollisuudet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kulkuyhteydet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

25. Mikä on mielestänne Hartolan kunnan kokonaisarvosana vapaa-ajan asumisen suhteen?

Ympyröi sopiva vaihtoehto.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

26. Mitkä ovat mielestänne kunnan vetovoimatekijät vapaa-ajan asumisen kannalta?

27. Mikä on vapaa-ajan asumisen kannalta merkittävin kehittämiskohde ja kuinka sitä pitäisi kehittää? _____

28. Jos olette kiinnostuneet tekemään etätyötä vapaa-ajan asunnoltanne käsin, mitä kunta voisi tehdä asian hyväksi (esim. internetyhteydet)? _____

29. Kuinka kunnan tulisi toimia, että Hartola kiinnostaisi vakituksena asuinkuntana _____

yrittäjäkuntana _____

30. Ruusuja risuja ja Hartolan kunnalle ja hartolalaisille yrittäjille:

KIITOS VAIVANNÄÖSTÄNNE!

Hartolan kunta

Hartolan vapaa-ajan asukastoimikunta

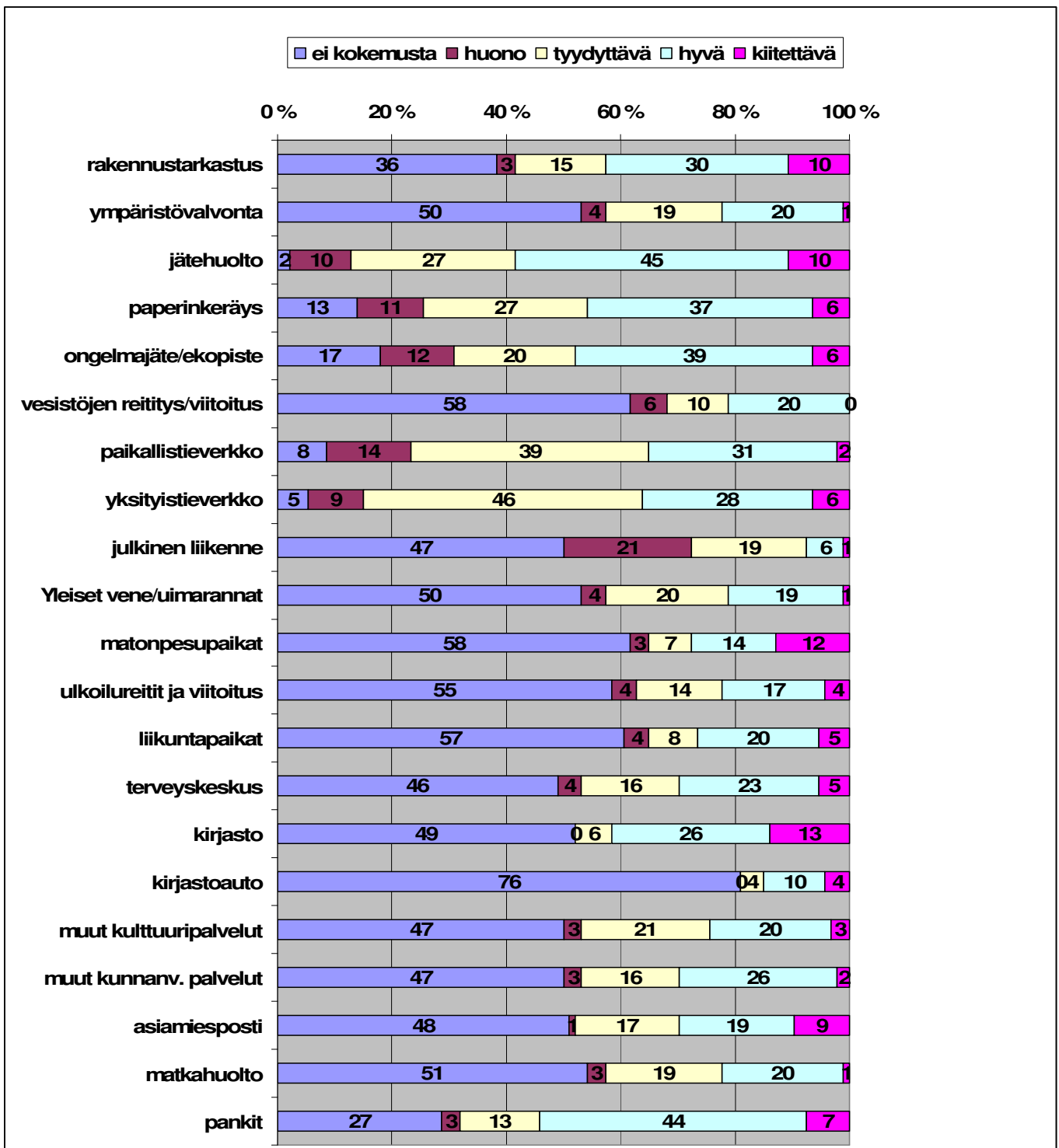


Riikka Rantanen

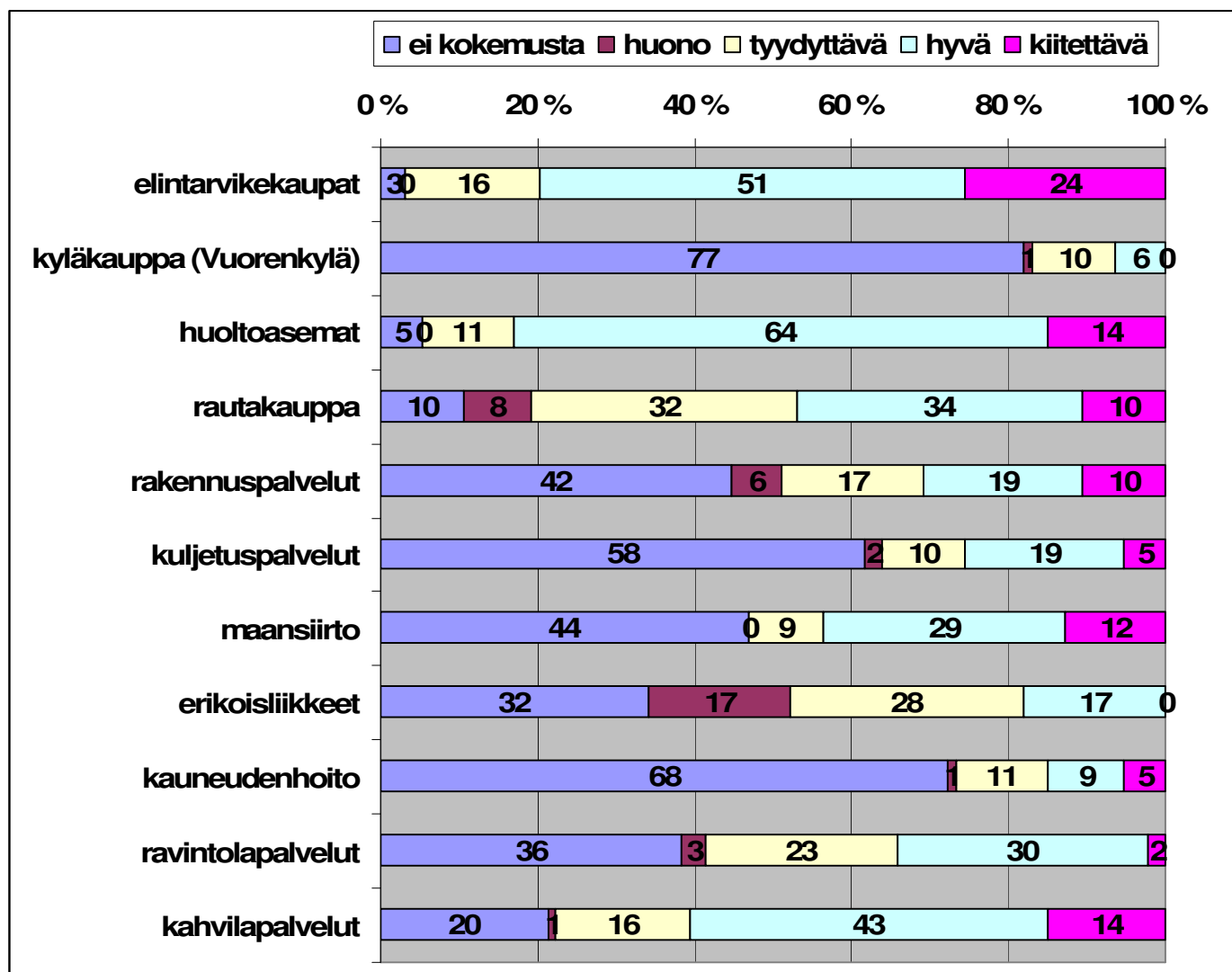
Heli Toivanen

Lahden AMK

JULKISTEN PALVELUIDEN ARVIOINTIJAKAUMA (n=94)



YKSITYISTEN PALVELUIDEN ARVIOINTIJAKAUMA (n=94)



LIITE 4

KIINNOSTUS HANKKIA PALVELUITA VAPAA-AJAN ASUNNOLLE (n=94)

Palvelun kuvaus	Mainintojen määrä	%	Palvelun kuvaus	Mainintojen määrä	%
Korjaus- ja rakennustyöt	32	36	Polttopuiden teko omasta puutavarasta	10	11
LVI- ja sähköpalvelut	21	23	Polttopuiden osto ja toimitus	9	10
Maansiirto	26	29	Vuosihuolto (esim. WC:n tyhjennys)	8	9
Piha- ja puutarhatyöt	11	12	Siivouspalvelu	5	6
Tienauraukset	21	23	Lastenhoito	0	0
Lumenluonti katolta	6	7	Pito- ja juhlapalvelut	8	9
Katon ja vesikourujen puhdistus	7	8	Kotiavustajanpalvelu	0	0
Etukäteislämmitys	3	3	Ostosten toimitus	4	4
Laiturin ja veneen nosto/lasku	4	4	Muut kuljetuspalvelut	1	1
Koneiden ja laitteiden talvisäilytys	4	4	Unohtuiko jotain? -palvelu	2	2
Mökin kunnan tarkkailu lomakauden ulkopuolella	7	8	Hätäapupalvelu	6	7
Vartiointipalvelut	11	12	”Mökkitalkkari” -palvelu	12	13