

Ella Hämäläinen ja Amanda Viiala

SELVITYS TAHKON KESÄMATKAILUSTA

Talvimatkailijan näkökulma luonnon merkityksestä ja matkailun motivaatiotekijöistä

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma


Toukokuu 2015




MAMK

University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

	Opinnäytetyön päivämäärä 21.5.2015
Tekijä(t) Ella Hämäläinen ja Amanda Viiala	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Matkailun koulutusohjelma
Nimeke Selvitys Tahkon kesämatkailusta. Talvimatkailijan näkökulma luonnon merkityksestä ja matkailun motivaatiotekijöistä.	
Tiivistelmä Opinnäytetyön aiheena on selvitys matkailijoiden kokemasta luonnon merkityksestä ja matkailun motivaatiotekijöistä matkustettaessa kohteeseen Tahko. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää talvimatkailijoiden näkökulmasta Tahkon kesämatkailuun liittyvät tarpeet. Selvitys keskittyy luonnon merkitykseen ja matkailun motivaatiotekijöihin. Perimmäisen tavoitteen kautta pyrimme pääsemään mahdollisuuteen oman uuden tuotteen luomisesta. Tutkimuskysymykset selvittävät matkailijoiden määrittämiä merkitystasoja luonnosta ja matkailun motivaatiosta. Työ koostuu teoriapohjasta, tutkimusosuudesta, tuloksista ja pohdinnasta. Teoriaosuudessa tarkennamme käsitteitä matkailija ja matkailijan motiivit sekä käsitteitä luontomatkaile ja luonnon merkitys matkailijalle. Teoriapohja sisältää myös käsitteitä vetovoimatekijöistä ja kohdevalinnan syistä sekä tutkimuksesta ja tutkimustavoista. Tutkimustavaksemme valitsimme kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen. Tutkimustyössämme käytimme kyselylomaketta, johon vastausaikaa oli viikot 8 - 10, keväällä 2015. Kyselyyn vastasi 41 suomalaista henkilöä. Saadut tulokset käsiteltiin sekä Excel-ohjelmistolla, että Webropol-ohjelmalla. Tulokset on esitetty taulukoin sekä kirjallisesti. Tutkimustuloksista saadut päätelmät kertoivat luonnon olevan merkittävä asia matkakohdetta valittaessa, kuten myös ravintola- ja majoituspalvelut. Tuloksista kävi myös ilmi harrastusten olevan merkittävä tekijä matkustettaessa. Matkustusmotiiveista tärkeimmät olivat urheilu, virkistys, terveys ja huvittelu. Yleisesti tutkimuksesta saadut tulokset tukevat tutkimuskysymystä ja tulosten perusteella pystytään määrittelemään kesämatkailun kehittämiskohteet. Tulosten perusteella luontoon keskittyvä matkailu ja tuotteistaminen on tärkeää.	
Asiasanat (avainsanat) Matkailija, matkailu, luontomatkaile, luonnon merkitys, matkailun motiivit, matkailun vetovoimatekijät, Tahko	
Sivumäärä 48 s. + lähteet 3 s.	Kieli Suomi
Huomautus (huomautukset liitteistä)	
Ohjaavan opettajan nimi Eeva Koivula	Opinnäytetyön toimeksiantaja

DESCRIPTION

	Date of the bachelor's thesis 21.5.2015
Author(s) Amanda Viiala & Ella Hämäläinen	Degree programme and option Tourism
Name of the bachelor's thesis Developing the summer season at Tahko holiday resort. Winter tourists' perspectives on the meaning of nature and motivating factors in tourism	
Abstract The subject of this thesis is a report consuming significance of the nature and motivational reasons to travel to Tahko. The purpose of this thesis is to find out the needs of summer tourism in Tahko, by the point of view of winter tourists. Report is focused on nature relevance and motivational matters of tourism. By the main goal we try to get to the point of creating a new product or service. The basic questions are levels of nature relevance and motivational tourism defined by tourists. Thesis consists theory, research, results and reflection. Theory includes notions about tourist and motivations of tourists and also nature travelling and nature relevance for tourists. Theory also consists notions about attraction and reasons for travelling, and also research and ways to do research. Our way of research is quantitative. With our research we used a questionnaire sized one A4-paper. Questionnaire was shown for three weeks this spring. Weeks 8-10. We got 41 answers by domestic tourists. Results were processed by Excel and Webropol programs, and are shown by charts and written text. Results show significance of nature and restaurant and leisure to be important to tourists. Results also show that hobbies are a meaningful reason while choosing places to travel. Most relevant things consuming motivations sports, recreation, health and fun. Generally the results show ways to improve summer tourism in Tahko area.	
Subject headings, (keywords) Tourist, tourism, nature tourism, nature relevance, motives of tourism, attractions of tourism, Tahko	
Pages 48 pages + resource 3 pages	Language Finnish
Remarks, notes on appendices	
Tutor Eeva Koivula	Bachelor's thesis assigned by

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
2	TAHKO	2
2.1	Tahkon nykytilanne – Tahko 2030- kehittämissuunnitelma	2
2.1.1	Tahkon majoituksen lukuja	4
2.1.2	Tahkon talviaktiviteetit.....	4
2.1.3	Tahkon ravitsemuspalvelut.....	5
2.1.4	Tahkon kesäaktiviteetit.....	5
2.2	TAHKOcom	6
3	MATKAILIJA JA MATKAILIJAN MOTIIVIT	7
3.1	Matkailija.....	7
3.2	Matkailijan motiivit.....	8
4	MATKAILUN VETOVOIMATEKIJÄT JA KOHDEVALINNAN SYYT	9
5	LUONTOMATKAILU JA LUONNON MERKITYS MATKAILIJALLE	10
6	TUTKIMUSMENETELMÄT	12
6.1	Kvalitatiivinen tutkimus	12
6.2	Kvantitatiivinen tutkimus	13
6.3	Survey-tutkimus	14
6.3.1	Tutkimuksen toteuttaminen	15
6.3.2	Kyselyn luotettavuus	17
7	TULOKSET	18
7.1	Taustatiedot	18
7.2	Vastaajien matkustusmotiivit	20
7.2.1	Matkustusmotiivien ristiintaulukointi ja vertailu	21
7.3	Kohdevalinnan syyt.....	26
7.4	Luonnon merkitystasot	27
7.4.1	Luonnon merkitystasojen ristiintaulukointi ja vertailu.....	28
8	POHDINTA	45

LÄHTEET

LIITTEET

1 Kyselylomake

2 Kaaviot vastauksista

1 JOHDANTO

Opinnäytetyö liittyy Nilsiässä sijaitsevan Tahkon alueen kesämatkailuun ja tähän pohjautuvaan tutkimukseen.

Opinnäytetyön aiheen valintaan liittyy mielenkiinto ja kokemus aluetta kohtaan sekä Ella Hämäläisen aikaisempi työ ja harjoittelu Tahkon alueella. Työharjoittelu Tahkon alueella elämispalveluissa tarjoavassa yrityksessä antoi näkemystä elämismatkailusta. Tämä antoi kipinän opinnäytetyön aiheeseen. Amandan niin sanotusti hypätessä mukaan työhön, antaa hän toisenlaista perspektiiviä ja omia kokemuksiaan matkailualalta, jolloin saamme useamman näkökulman matkailuun ja matkailun kehittämiseen.

Työllämme ei ole toimeksiantajaa, sillä ajatus tästä tutkimuksesta syntyi omasta mielenkiinnostamme luontomatkailemista kohtaan. Myöhemmin tavoitteena on myös oman mahdollisen liiketoiminnan perustaminen, joko tutkimusalueelle tai toiseen kohteeseen. Tutkimuksen tulosten jälkeen on mahdollisuus suunnitella ja kehittää tuote tai palvelu, joka vastaa asiakkaiden kysyntään ja tuo alueelle uusia mahdollisuuksia sekä yrittäjälle itselleen, että myös alueen muille yrittäjille.

Opinnäytetyössämme tutkimusaiheena on kesämatkailijoiden motivaatiotekijät matkalle lähtemiseen ja luontomatkailemisen merkitystasot. Tavoitteenamme on selvittää kuinka saisimme myös talvisin alueella matkailevat henkilöt valitsemaan Tahkon myös kesäisin matkakohteekseen. Kohderyhmäksi valitsimme kesämatkailijat, mutta rajallisen tutkimusajan vuoksi hyödynnämme tutkimuksessamme talvimatkailijoiden näkökulmaa. Tähän asetelmaan olemme päätyneet myös siitä syystä, että toivomme Tahkon nykyisten talvimatkailijoiden tiedostavan myös kesämahdollisuudet alueella ja huomaavan Tahkon potentiaalin myös kesämatkailukohteena.

Työmme on ajankohtainen sillä tällä hetkellä Tahkolla on meneillään kehittämissuunnitelma Tahko2030, jonka tavoitteena on tehdä Tahkosta johtava matkailukeskus, ja päämääränä on kehittää Tahkon toimintaa ympärivuotisesti. (Tahko 2030 kehittämissuunnitelma 2011)

Seuraavissa luvuissa kerromme hieman Tahkosta ja Tahkon2030 kehittämissuunnitelmasta. Avaamme teoreettisia viitekehyksiä, joiden pohjalta olemme laatineet kyselylomakkeen.

2 TAHKO

Tahkon matkailukeskus on Nilsiässä, noin 60 km Kuopiosta koilliseen. Keskellä Suomea sijaitseva lomakeskus antaa vaihtoehdon ympäri Suomea asuville ihmisille, tarjoamalla mahdollisuuden vähemmälle matkustamiselle. Tahkolle on mahdollista matkustaa bussilla, junalla tai lentokoneella. Lähin bussiasema löytyy Nilsiän keskustasta. Juna-asema sijaitsee Siilinjärvellä ja lähin lentokenttä Kuopiossa. (Tahkocom 2014)

Nilsiällä on vahva yrityskanta. Kaupallinen palvelutaso ja yritysten suuri lukumäärä ovat väestöpohjaa ylivoimaisempi; tämän on sallinut Tahkon matkailu. Elinkeino on hyvin laajakirjoista alueen kehittymisen johdosta. Nilsiä ja Tahko ovat vuoden 2013 alusta kuuluneet Kuopion kaupunkiin. (Kuopion kaupunginosat 2015)

Tahkon keskus sijaitsee Syvärijärvestä lähtevän Tahkolahden molemmin puolin. Rinteiden päältä on siis katseltavia maisemia joka suuntaan, keskusta kohtaan katsottaessa pystyy näkemään koko alueen tarjonnan, toiseen suuntaan katsottaessa voi nähdä luonnon rauhan ja metsämaisemat. Tahko on monipuolinen matkailukeskus, josta löytyy aktiviteetteja ja majoitusta sekä talvi- että kesämatkailijoille. (Tahkocom 2014)

Tahkonlahti on myös aktiivisessa käytössä ympäri vuoden. Talvisin lahti on tarjonnut mahdollisuuden maastohiihtoon, kelkkailuun sekä jääparkkiin. Kesäisin lahti on kalastajien suosiossa suuren kuhakantansa vuoksi. Tahkonlahdelle on rakennettu vuonna 2008 Sandels-silta, joka tarjoaa matkailijoille kesäisin lahden ylityspaikan sekä veneparkin ja talvisin mahdollisuuden ylittää lahti myös jäiden ollessa vielä heikoilla.

2.1 Tahkon nykytilanne – Tahko 2030- kehittämissuunnitelma

Tahkosta on tarkoitus tehdä tulevaisuudessa johtava matkailukeskus Suomessa. Tätä vauhdittamaan valmistui vuonna 2012 Tahko 2030-kehittämissuunnitelma Nilsiän kaupungilta. Suunnitelmaa tehdessä mukana oli Tahkon yritykset, Nilsiän toimijoita ja

muita julkishallintoja. Heidän yhteinen päämääränsä oli muodostaa Tahkon kehittämisstrategia. Kehittämisstrategiassa näkyy heidän yhteinen näkemyksenä asiasta. (Tahko 2030 kehittämissuunnitelma 2011, 4)

Tahkon talvikausi perustaa vahvan pohjan, jonka avulla palvelujen ja toimintojen kehittäminen on helpompaa. Kehittämisstrategian tavoite vuodelle 2030 on vahvistaa talvikauden toimintaedellytyksiä ja samalla panostaa kesäkauteen. Kesäkauden tavoitteena on käyttää hyödyksi Tahkon vesistöä, ulkoilua ja golfurheilua. Ulkomaanmatkailua halutaan myös lisätä. Tahkosta kehitetään kaikkia vuodenaikoja käyttävä monipuolinen ja aktiivinen matkailualue. Tavoitteena on taata parasta asiakaspalvelua Suomessa ja näin ollen saada asiakkaita, jotka palaavat takaisin käyttämään palveluja. Asiakaskunta tunnetaan aktiivisuudestaan ja letkeästä ilmapiiristä. Asiakasmäärä pidetään kasvussa koko ajan. Liiketoiminnan menestys, kestävä kasvu saadaan luotettavalla ja uskottavalla palvelulla. Palvelun laadulla voidaan hinnoitella palvelut, jotta se takaa menestyksen ja kasvun Tahkon alueella. (Tahko 2030 kehittämissuunnitelma 2011, 43.)

Konkreettisia kehittämistavoitteita on kehittämissuunnitelmassa muun muassa vuodepaikkojen lisääminen 20 000, saada yli 400 työpaikkaa ja nostaa matkailutulot 106 miljoonaan. Hankkeita, joita Tahkolla on kaavailtu ovat esimerkiksi rinteiden laajentaminen, loma-asuntojen laajentaminen lähisaariin, Tahkon ja Nilsian välin rakentaminen aktiivisemmaksi ja Tahkon keskustan tiivistäminen (Kuopion kaupunkikeskukset). Edellä mainituista hankkeista muutamia on jo käynnistetty; Tahko - Nilsia välille on tehty uusi tie, sekä kävelijöille että autoilijoille ja rinteiden laajentaminen on aloitettu.

Tahkolahtea ja sen ympäristöä hyödyntämällä on tavoitteena kehittää Tahkon kesämatkailua. Tällaisia kehittämissuunnitelmia ovat rantareitti Tahkolaakson ja keskustan yhteyteen ja ponttonisilta lenkkeilyyn. Vesistöä hyödyntämällä, satamapalveluita, veneiden ja kanoottien vuokrausta, sekä ohjelmalveluita voidaan kehittää kesäsesonkina. Tällä tavalla voitaisiin rakentaa Tahkolahden ranta-alueesta toimiva päätukikohta vesistöjen palveluihin. Kesäsesonkiajan muita aktiviteetteja, kuten rantoja ja leikki- puistoja tulisi rakentaa Tahkolahden alueelle. (Tahko 2030 kehittämissuunnitelma 2011, 56.)

2.1.1 Tahkon majoituksen lukuja

Tahkon kehittämissuunnitelman Tahko2030 (2011, 6) mukaan Nilsin alueella oli 22 majoitusliikettä vuonna 2009.

Rekisteröidyissä majoituksissa vuodekapasiteetti marraskuussa oli 1052. Verrattuna kahteen edellisvuoteen vuodepaikkojen määrä on vähentynyt yhteensä n. 900. (Tahkon Markkinointi Oy, 2012) Kuopion alueen sivustossa (2014) mainitaan, että Tahkolla on yhteensä vuodepaikkoja n. 8500. Näihin lukeutuu muun muassa lomamökit ja hotellimajoitus. TAHKOcomin sivustolla (2014) kerrotaan keskusvaraamon välityksessä on yli 6000 vuodepaikkaa.

Huonekäyttöaste tammi-marraskuussa oli 35,2%. Tähän prosenttiin kuuluu kaikki majoitukset. Vuonna 2012 Tahko oli Suomen matkailukeskuksista kymmenes rekisteröidyissä yöpymisissä. Samana vuonna tammi-marraskuussa rekisteröityjä yöpymisiä oli 106 800. Tämä oli hieman alle kaksi prosenttia pienempi kuin edellisvuonna. (Tahkon Markkinointi Oy, 2012.)

Vuonna 2012 kesäkaudella rekisteröityjä yöpymisiä oli 41000. Kokonaisnousu rekisteröidyissä yöpymisissä edellisvuoteen oli 20,8%. (Tahkon Markkinointi Oy, 2012.)

2.1.2 Tahkon talviaktiviteetit

TahkoCOM- sivuston (2014) mukaan Tahkolta löytyy talvikaudella monipuolisesti aktiviteetteja. Tahkolla on yhteensä 23 rinnettä ja latureittejä 80 kilometrin verran. Tahkon alueelta löytyy kaksi yritystä, jotka myyvät ja vuokraavat lasketteluvälineitä, SkiMac ja HEAD skicenter.

Tahkolta löytyy myös hiihtokoulu, joka tarjoaa opetusta lasketteluun, lumilautailuun, telemarkiiniin ja maastohiihtoon. Tahkonrinteiden hiihtokoulu kuuluu Suomen hiihtokeskusyhdistykseen. (Tahkonrinteiden hiihtokoulu, 2014)

Muita talviaktiviteetteja lasketteluun ja hiihtämisen lisäksi ovat esimerkiksi kelkkailu johon löytyy mahdollisuus 600 km laajuisella alueella, joka riittää aina Kuopiosta Rautavaaralle saakka. Kelkkailua voi harrastaa omatoimisesti, tai vaihtoehtoisesti varaamalla safarin oppineen. Alueella voi myös osallistua jäärata- ajotapahtumaan am-

mattikuljettajan opastuksin. Tahkolta löytyy myös mahdollisuus käydä ampumassa ampumaradalla. Vaihtoehdon moottoriajoneuvoilla tapahtuviin aktiviteetteihin tarjoaa luonto. Esimerkiksi lumikengillä voi harrastaa omatoimisesti tai opastettuna, vesistö antaa mahdollisuuden talvikalastukseen ja eläinrakkaille löytyy islanninhevosvaelluksia, porosafareita ja husky-valjakoita. (Tahkocom, 2014.)

TahkoSpa tarjoaa mahdollisuuden hemmotteluun kylpylässä, hierojalla tai kampaajalla. Spalla on monipuoliset viihdepalvelut muun muassa uimiseen, keilailuun ja hyvinvointipalveluihin. TahkoSpan tiloissa järjestetään myös erilaisia tapahtumia. (Tahkocom, 2014.)

2.1.3 Tahkon ravitsemuspalvelut

Entisen Nilsiän kunnan alueella toimi vuonna 2011 28 ravitsemustoimintaa harjoittavaa yritystä. TAHKOcom markkinoi sivuillaan monia eri ravitsemusyriityksiä Tahkon ja Nilsiän alueelta. Kuitenkin enemmän Tahkon alueelta, joihin kuuluu ruokaravintolat, rinne- ja viihde-, ravintolat, latukahvila ja catering-palveluja tarjoava yritys. (Tahkocom, 2014)

Suurimmat yritykset Tahkon alueella ovat Sokos Hotel, Tahko Spa ja Tahko Chalet. Sokos Hotel tarjoaa majoituspalveluiden lisäksi ravintolapalveluita, kaupan ja kokoustiloja. Tahko Spa kuuluu myös majoitustoimijoihin, kuten myös ravintolapalveluiden tuottajiin, sekä tilausravintolana toimivan DownUnder- baarin ylläpitoon. Yritykselle kuuluu kokous- ja vapaa-ajankeskus Golden Resort majoituspalveluineen, viihderavintola Piazza, ruokaravintola Vietti ja rinneravintola Tirol.

2.1.4 Tahkon kesäaktiviteetit

TAHKOcomin sivuilta (2014) löytyy monia aktiviteetteja kesäkävijöille. Kesäisin Tahko tarjoaa muun muassa kahden golfkentän 45 reikää pelattavaksi. Tahko Spa tarjoaa myös minigolf-radan ja tenniskentän kesäisin. Muutamat yrittäjät tarjoavat mönkijäsafareita, ammuntaa, jousiammuntaa, ratsastusta ja kalastusta oppaiden kanssa. Viime talvena uutuuena avattiin kotieläinpuisto Tahkon keskustaan. Vesistöihin pääsee tutustumaan joko omalla veneellä tai M/S Syvärin kuningattarella, joka kulkee Nilsiän vesistöjä pitkin. Muutamat yrittäjät vuokraavat myös kanootteja omatoimiseen

käyttöön. Maastopyöräilyreittejä on 100 kilometrin verran ja omatoiminen vaellus onnistuu sekä Tahkolla, että lähialueilla. Esimerkkeinä Tahkon mäki, Kinahmi, Pisan luonnonsuojelualue ja lehdonsuojelualue Huutavanholma.

Tahkolle avattiin tänä syksynä myös uusi aktiviteettipuisto. Kahdeksan hehtaarin puistoalue tarjoaa puitteet frisbeegolfiin, parkouriin, lasten leikeille sekä pallopelien pelaamiselle. (Tahkolle kahdeksan hehtaarin liikunta- ja aktiviteettipuisto 2014, 20.)

Kulttuurin ystävälle Tahko tarjoaa lähialueiden historiaa. Esimerkkeinä Nilsiänsä keskustassa Wanha postitalo, vanha kivikirkko ja Ukko Paavon muistomerkki. Aholansaassa Tahkolla sijaitsee Paavo Ruotsalaisen museoitu kotitila. Entisaikaiseen maalaiselämään voi tutustua myös Simolan tai Esalan kotiseutumuseoissa. (TAHKOcom, 2014)

Talven jälkeen Tahko hiljenee nopeasti ja ainoa niin sanottu kesän ”high season”, eli lomasesonki aika alkaa juhannuksesta, jolloin Tahkolle saapuu omat mökit alueella omistavia perheitä sekä nuoria ystäväporukoita juhlimaan keskikesänjuhlaa. Tulevana kesänä Tahkolla järjestetään ensimmäistä kertaa kaksi päivää kestävä juhannusfestivaalit. Tahkon kesän sesonkiaika kestää vaihtelevasti elokuun loppuun saakka.

2.2 TAHKOcom

TAHKOcom toimii Tahkon alueen keskusvaraamona. TAHKOcomin kautta on mahdollista varata mökkejä, muita majoitusvaihtoehtoja sekä palveluita. TAHKOcom Oy nimellä yritys on toiminut vuodesta 2010. (Tahkocom 2014.)

Tahkon matkailualueen useat yritykset käyttävät TAHKOcom Oy:tä markkinoinnissa ja palveluidensa jälleenmyynnissä. TAHKOcom ei omista näitä palveluita, vaan toimii yhteistyössä yritysten kanssa. Muun muassa mökkien ja välineiden vuokraus sekä kelkkasafareiden varaus onnistuu tämän sivuston kautta. Keskusvaraamo rakentaa myös erilaisia paketteja alueen tuotteista. Kohderyhmänä näillä paketeilla on yritysasiakkaat ja ulkomaalaiset yhteistyökumppanit. TAHKOcom järjestää myös erilaisia tapahtumia. Markkinoinnin ja myynnin lisäksi TAHKOcom Oy pitää yllä esimerkiksi tytäryhtiötään isännöintipalveluita tarjoavaa Tahko24 Oy:tä. (Tahkocom 2014.)

Internet-sivu www.tahko.com tarjoaa mahdollisuuden varata majoitus tai palvelu, ja tarkastella tulevia tapahtumia, sekä tutustua etukäteen alueen tarjontaan. Talvisin sivusto kertoo myös reaaliaikaisen tilanteen rinteiltä. (Tahkocom 2014.)

TAHKOcomin kautta palvelut ovat tasapuolisesti esillä, sillä yritys ei omista välittämiään palveluita. Näin ollen asiakkaiden tarpeet ovat keskeisessä roolissa kysynnän jakautumista tarkastellen. Tasapuolisuuden, kuluttajien tarpeista ja kysynnästä johtuen keskusvaraamon yhteistyö on hyvin läheistä Tahkon matkailualueen yrittäjien kanssa. (Tahkocom 2014.)

3 MATKAILIJA JA MATKAILIJAN MOTIIVIT

3.1 Matkailija

Matkailija käsitteenä voidaan ja täytyy jakaa useampaan alakäsitteeseen, jotta heidät voidaan sijoittaa oikealle paikalleen. Nämä käsitteet tulee pystyä erottamaan toisistaan, esimerkiksi työ- ja virkistysmatkailija, kansainvälinen matkailija ja kotimaanmatkailija ovat käsittepareja, jotka kuitenkin tulee erottaa toisistaan. Täytyy myös pystyä erottamaan lähemmin toisistaan erityyppiset matkailijat, sen mukaan millaista tietoa heistä tarvitaan. (Vuoristo 2000, 25 - 26.)

Tilastokeskuksen (2014) määritelmän mukaan käsitteellä matkailija tarkoitetaan henkilöä, joka majoittuu vähintään yhdeksi yöksi joko maksulliseen tai maksuttomaan majoituskohteeseen. Matkailija voidaan määritellä joko kansainväliseksi matkailijaksi, jolloin matkailija viettää vähintään yhden yön matkansa kohteena olevassa maassa, tai kotimaanmatkailijaksi joka tarkoittaa matkailijan viettävän ainakin yhden yön kohteenaan olevassa paikassa. Yksi määritelmä matkailijalle on vielä päivämatkailija, joka tarkoittaa ettei matkaan kuulu yöpymisiä. (Tilastokeskus, 2014)

Kovilla indikaattoreilla voidaan myös ryhmitellä matkailijoita ulkoisten ominaisuuksien kautta. Toisin sanoen matkailijat itse ominaisuuksien kautta segmentoivat eri palvelujen käyttäjiksi. Indikaattorit ovat maantieteellisiä, demografisia, sosioekonomisia ja harrasteita. Maantieteelliseen indikaattoriin voidaan luokitella esimerkiksi kansalaisuuksia tai asuinpaikkakuntaa. Demografisiin mittareihin kuuluu ikä, sukupuoli, kieli, rotu, siviilisääty ja uskonto. Sosio-ekonomiset indikaattorit kertovat

taloudellisesta tai yhteiskunnallisesta asemasta ja koulutuksesta. Matkailukäyttäytymiseen liittyvät omistukset (loma-asunto, vene, matkailuauto) luokitellaan sosio-ekonomisiin indikaattoreihin. Demografisen mittarin siviilisääty ja uskonto voidaan myös luokitella sosio-ekonomiseen mittariin. Aktiviteettejä eri muodoissa on paljon tarjolla matkailijalle. Harrasteet voidaan mitata kahdella perustyypillä; kulttuuriharrasteet ja luontoaktiviteetit. Kulttuuriharrasteisiin kuuluu muun muassa museot, musiikkijuhlat ja luontoaktiviteetteihin muun muassa laskettelu tai porosafari. (Vuoristo. 2002, 39 – 40.)

Näiden käsitteiden avulla pystymme luokittelemaan esimerkiksi iän ja kotipaikkakunnan, ja nähdä näiden vaihtelevuus muissa mitattavissa tiedoissa, kuten harrasteissa. Myös sosio-ekonomiset mittarit saattavat olla hyvin keskeisiä asioita matkakohteen valitsemisessa.

3.2 Matkailijan motiivit

Motivaatio on päämäärään pyrkivän, tavoitteellisen käyttäytymisen ohjaavien tekijöiden kokonaisuus. Matkailumotivaation tutkimus on osoittanut, että motivaatio on keskeinen tekijä matkailukysynnän rakenteita ajatellessa, ja matkailutuotteilla voidaan luoda motivaatiota. (Vuoristo 2000, 41.)

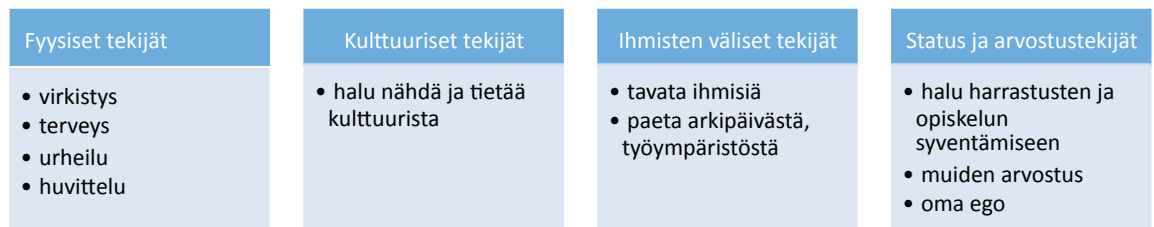
Verhelän ja Lackmanin (2003, 30) mukaan matkustamiseen liittyvät motiivit syntyvät matkailijoiden tarpeista. Tarpeen tyydyttäminen luo syyn matkustaa ja määrittelee matkan sisällön. (Verhelä ym. 2003). Maslowin tarvehierakian mallissa tarpeet jaotellaan viiteen eri ryhmään, jonka avulla voidaan helpommin avata tarpeita (Vuoristo. 2002, 41).



KUVA 1. Maslowin tarvehierarkia (Vuoristo, 2002)

Malsowin tarvehierarkian pohjalta on myös kehitetty toisenlainen motivaatiotekijöitä kuvaava malli, jota me käytämme omaa tutkimusta tehdessä. Malli on hyvin selkeä ja yksinkertainen ja käytettävä tutkiessamme motivaatiotekijöitä matkailussa.

Tämä McIntoshin ja Goeldnerin (1988) motivaatiomalli on jaoteltu neljään eri ryhmään (KUVIO 2.). Ryhmiin kuuluu fyysiset tekijät, kulttuuritekijät, ihmisten väliset tekijät ja status- ja arvostustekijät. (Vuoristo. 2002, 42.)



KUVA 2. McIntoshin ja Goeldnerin motivaatiotekijöidenmalli (Vuoristo. 2002)

4 MATKAILUN VETOVOIMATEKIJÄT JA KOHDEVALINNAN SYYT

Kohteen tulee olla mielenkiintoinen joltakin osalta, jotta ihmiset matkustavat sinne. Vetovoima pitää matkailukohteet hengissä ja vetovoimatekijöitä on erilaisia, riippuen kohteesta, matkailijasta ja tarpeista. Matkailijoita houkuttelevia kohteita, ilmiöitä ja tapahtumia sanotaan attraktioiksi. Järviluoman (2006) mukaan jonkin fyysisen ympäristön tai paikan tapahtumaa tai kohdetta voidaan sanoa attraktioksi. Tämä ympäristön tai paikan tapahtuma tai kohde sisältää vetovoimatekijöitä. Toisin sanoen vetovoimatekijät ovat attraktioiden ominaisuuksia. (Verhelä 2014, 135 – 136.)

Kohteen ydinvetovoimaisuutta käytetään useimmiten hyödyksi markkinoinnissa. Ne ovat kohteen keskeisiä tunnusmerkkejä, joilla kohteen vetovoimaisuus rakentuu. Näitä ovat muun muassa laskettelukeskuksen ilmasto, luonnon muodot tai rinteet. Matkailulle olennaisia perusteita tuo kehysvetovoima. Tähän kuuluvat ravitsemus- ja majoitus- ja ravitsemuspalvelut, liikenneyhteydet ja erilaiset aktiviteetit. Sosiaaliset suhteet, ilmapiiri, oheistapahtumat, kohteen kulttuuripalvelut ja paikallisten ihmisten vastaanottovalmius voivat myös olla vetovoimatekijöitä. (Verhelä 2014, 136.)

Vetovoimatekijöitä voidaan tutkia monesta näkökulmasta. Tavallinen tapa tutkia vetovoimatekijöitä on kysymällä kohdevalinnan syitä. Muita näkökulmia ovat esimerkiksi mainonta ja tarjonta. Kauniit maisemat, erilaiset harrastusmahdollisuudet, luonto yleensä ja korkeatasoiset majoitus- ja ravintolapalvelut voivat olla vetovoimatekijöitä, jotka synnyttää vierailuhalukkuutta matkailijassa. Matkailijat pystyvät parhaiten arvioimaan näiden kautta merkittävyyttä. (Järviluoma 2001, 60.)

5 LUONTOMATKAILU JA LUONNON MERKITYS MATKAILIJALLE

Järviluoman (2006, 61) mukaan: ”Luonnon matkailullinen vetovoima synnyttää luontomatkailun, joka muuntaa vetovoimaisuuden näkyväksi toiminnaksi, matkailumuodoksi, ja määrittää yksittäistapauksissa, onko matkailija luontomatkailija ja matka luontomatkalla ja koostetusti sen, onko matkailukohde luontomatkailukohde.”

Silloin kun kohdealueen jotkin luonnonelementit toimivat tärkeimpinä matkailun vetovoimatekijöinä, on kyseessä luontomatkailu. Luontomatkailukohteet taas ovat sellaisia kohteita, jotka matkailijat ovat valinneet juuri alueen luonnon tarjoamien kokemusten vuoksi. (Järviluoma 2006, 58.)

Luontomatkailun kehittäminen vaatii ihmisen luontosuhteen ymmärtämistä ja sen filosofista pohtimista. Luontosuhde perustuu emotionaalisista että tiedollisista tekijöistä, jotka ovat linkittyneet arvoihin ja asenteisiin. Pelkän ihmisen ja luonnon vuorovaikutusten tutkiminen perustuisi enemmän vain ihmistieteihin. (Hemmi 2005, 319.)

Luontomatkailua voidaan määritellä monesta eri näkökulmasta. Näkökulmia voi olla yhteiskunnan säädökset ja arvot, matkailijan luontosuhde, elinkeinoelämä tai ympäris-

töfilosofia. Kiteytettynä Hemmi (2005, 335), sanoo luontomatkailun olevan seuraavaa: ”Luontomatkailu on toimintaa, jossa ihmiset matkustavat tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolelle (matkailun määritelmä) tutustuakseen elottomaan ja elolliseen luontoon (”biologinen luonto”), voidakseen ymmärtää sen prosesseja (”ekologinen luonto”), kehittääkseen eettisesti kestävämpää ekologis-humanistista luontosuhdettaan (ympäristöfilosofia) ja nauttiakseen luontoelämyksestä (luonto kokemusympäristönä ja josta matkailuyrittäjät saavat toimeentulonsa (luontomatkailuelinkeino)”.

Monissa luontomatkailun määritelmissä voidaan esimerkiksi keskeisenä asiana pitää kestävyyttä, ja näin määritelmä perustuu sen ympärille. Luontomatkailu on paljon muutakin, joten voidaan sanoa, että kaikki luontoon perustuva matkailu on luontomatkailua, joka on hyvin yleistettävä määritelmä. (Hemmi 2005, 335.)

Järviluoma toteaa myös, että ei voida sanoa mikä olisi yksi ja ainut määritelmä luontoon perustuvalla matkailulla tai luontomatkailulla (Saarinen 2002, 12). Oman tutkimuksemme olemme tukeneet Järviluoman omaan määritelmään, jossa luontomatkailua tutkitaan luonnon merkityksen kautta. Yleinen lähestymistapa tutkia luonnon merkitystä on selvittää matkailun vetovoimatekijöitä, ja tätä kautta kohdevalinnan syitä. (Järviluoma 2001, 59 - 60)

Järviluoma kertoo että, luontoa luonnehditaan WSOY:n Nykysuomen sanakirjan kautta maailmaksi joka ympäröi ihmistä sen kuuluvineen asioineen ja sellaisena, jota ei ole muokattu. (Järviluoma 2006, 47)

Järviluoman (2001, 62) mukaan: "Luonnon merkitys vierailuhalukkuutta tuottavana matkailun vetovoimatekijänä heijastaa odotettavissa olevien luontokokemusten painoarvoa matkakohdetta valittaessa. Luontomatkailusta puhuttaessa matkalta haetaan nimenomaan luontokokemuksia. Toki muunkin tyyppisessä matkailussa ennakoituilla luontokokemuksilla voi olla (ja on) merkitystä kohdetta valittaessa, mutta ei yhtä priorisoidusti kuin luontomatkailussa."

Ei-inhimilliset luonnonelementit synnyttävät luontokokemuksia, näitä kokemuksia on mahdollista saada eräretkeltä, mutta myös yhtä lailla tutuista kotiympäristöistä. Myös aistien perusteella saadut kokemukset, ilman varsinaista luonnon tilassa olemista voivat synnyttää luontokokemuksia. Kokemus on jokaisen ihmisen henkilökohtainen

yksittäinen tapahtuma, joka voi olla jokaiselle ihmiselle omanlaisensa tuoden erilaisia tunteita esille. Kokemuksen määrittely elämykseen on jokaisen kokijan itse arvioitavissa. (Järviluoma 2006, 51 - 52.)

Luonnon merkitystä ei voi siis suoraan luokitella elämykseksi, sillä elämyksiä ei voi luoda etukäteen, vaan ne ovat jokaisen ihmisen henkilökohtaisia määritelmiä kokemuksen laadusta.

Hemmi (2005, 319) toteaa: "Ihmisen luontosuhteen ymmärtäminen ja sen filosofinen pohtiminen on luontomatkailun kehittämisen sekä sen keskeisten kysymysten, sisällön ja tavoitteiden oivaltamisen perusedellytys. Luontomatkailun näkökulmasta katsottuna kysymyksessä on siis matkailijan ja luonnon välisen yhteyden ymmärtäminen ja tutkiminen."

Tiedolliset ja emotionaaliset tekijät, joita yhdistävät arvot ja asenteet vaikuttavat matkailijan luontosuhteen muodostumiseen. Luontosuhde voidaan määritellä ihmisen ja luonnon väliseksi vuorovaikutukseksi. (Hemmi 2005, 319.)

6 TUTKIMUSMENETELMÄT

Heikkilä (2004, 13) toteaa että, "Tieteellinen tutkimus on ongelmanratkaisua, joka pyrkii selvittämään tutkimuskohteen lain alaisia toimintaperiaatteita. Tutkimus on luova prosessi." Tutkia voidaan kahdella päätävällä, joiden alla on useampia yksityiskohtaisempia tutkimusmenetelmiä. Tutkimus voidaan tehdä perustellen aikaisempaa tietomateriaalia tai hyödyntää havainnoitua aineistoa. Havainnoitua aineistoa kutsutaan myös empiiriseksi tutkimukseksi. Empiirisessä tutkimuksessa pohjana käytetään teoreettista lähdeaineistoa eli tieteellisiä kirjoja, artikkeleita tai verkkomateriaalia. Tutkimuksessa voidaan selvittää syitä etsiä ratkaisua tutkimusongelmalle, mutta myös nähdä toteutuuko teoreettisesti lähdeaineistossa muodostettu olettamus eli hypoteesi. Empiirinen tutkimus voi olla määrällinen tai laadullisen tutkimus. (Heikkilä 2004, 13.)

6.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus on usein käytössä ihmisiin ja ihmisten toimintaan liittyvissä tutkimuksissa. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään

omia tai muiden kokemuksia sekä ihmisten ja yhteisöjen toimintamalleja (Varto 2005, 35). Laadullinen menetelmä on toimiva tapa selvittää ja ymmärtää ilmiöiden kokonaisvaltaisuutta, sillä sen avulla saa helposti selville sen mitkä asiat vaikuttavat ihmisten toimintaan (Vilkkä & Airaksinen 2003, 63).

Haastattelut, kirjeet, elämäkerrat, havainnointi, erilaisten kulttuurituotteiden hyödyntäminen ja päiväkirjat ovat esimerkkejä kuinka aineistoa voidaan kerätä laadulliseen tutkimukseen. Laadullinen tutkimus ei ole rajoitettu pelkkiin aikaisemmin mainittuihin aineistoihin, vaan otteita voidaan lainata myös määrällisestä tutkimusmenetelmästä, kuten tilastoista. Otanta tulee olla harkinnanvarainen tai teoreettinen ja aineistokoot voivat olla pieniä. Menetelmässä ei ole hypoteesia, analyysi on usein miten keksimistä kuin todentamista. Tutkimuksessa ei odoteta tulosten vastaamista ennako-odotuksiin. Raportoinnissa kerronnallisuus, luovuus ja mielikuvitus näkyvät lukijalle. Tutkijaa voidaan luonnehtia subjektiiviseksi eli näkökulma tutkimukseen on yksilöllinen. (Menetelmäopetuksen tietovaranto KvaliMOT 2009, 6.)

6.2 Kvantitatiivinen tutkimus

Määrällinen tutkimus on menetelmä, jolla voidaan tutkia muuttujien eroja ja suhteita. Määrällisen tutkimusta kutsutaan myös kvantitatiiviseksi tutkimusmenetelmäksi. Tämän tutkimusmenetelmän keskeisiä asioita ovat strukturointi, mittaaminen, tutkimuksen objektiivisuus, tiedon esittämien numeroin ja perusjoukon havaintoyksiköiden suuri lukumäärä. (Vilkkä 2007, 13 – 14.)

Määrällisessä tutkimuksessa tavoitteina ovat hypoteesin (tutkimusongelman) asettaminen, teoreettisen lähdeaineiston hyödyntäminen tutkimusaineiston keruussa, muuttujien erojen tuominen näkyville ja selittää erojen syy- ja seuraussuhteita. Tutkimuksen tarkoitus on kuvata, selittää, kartoittaa, vertailla tai ennustaa. (Vilkkä 2007, 18.)

Kartoittamista tehdään usein asioille, joita ei tunneta vielä paljoa. Halutaan etsi uusia perspektiivejä ja myös keskeisenä tavoitteena on ymmärtää aiheen kirjallisuutta ja luoda hypoteeseja. Tapahtuman, ilmiöiden, ihmisten, asioiden tai toiminnan tutkimustyyppinä käytetään kuvailevaa tutkimusta. Kuvailevalla tutkimustyyppillä pyritään kertoamaan yksityiskohtaisesti ja loogisesti näiden aihealueiden piirteitä. Näillä kahdella tutkimustyyppillä ei kuitenkaan usein tehdä hypoteeseja. (Vilkkä 2007, 20.)

Perusjoukolla tarkoitetaan sitä joukkoa josta tutkimuksessa halutaan tehdä analyysyjä ja havaintoyksikkö on joukon yksi henkilö, tuote ym. (Vilka 2007, 51 - 52) Mikäli tutkimusaineisto on pienempi, on hyvä käyttää kokonaisotantaa, jossa kaikki perusjoukon havaintoyksiköt huomioidaan. (Vilka 2005, 78) Otanta voidaan toteuttaa yksinkertaisella satunnais- tai ryväotannalla, systemaattisella tai ositetulla otannalla. Tavan valitsemiseen vaikuttavat tutkimuksen tausta, kuten esimerkiksi sen suuruus. Suuremmissa tutkimuksissa suositetaan otantamenetelmän valitsemista kustannussyistä. Se on menetelmä, jolla valitaan perusjoukosta havaintoyksiköt.

Tutkimuksessamme käytetään kokonaisotantaa, koska muihin otantamenetelmiin nähden vastausten määrä on suppea. Otoksella edustetaan perusjoukon osaa, jolla voidaan yleistää tutkimustulosta. (Vilka 2007, 52) Opinnäytetyömme tutkimusmenetelmä on määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus, koska halusimme tutkia muuttujien eroja ja suhteita.

6.3 Survey-tutkimus

Kvantitatiivisessa tutkimuksissa käytetään yleensä survey-tutkimusta, jolla saadaan haluttu aineisto (Hirsjärvi ym., 2004, 194). Kyselyn tunnuspiirre on vakioidut kysymykset. Kysymykset muotoillaan kaikille vastaajille samanlaisiksi joten tämän kaltainen keräämisen tapa on järkevä, kun vastaajat ovat hajallaan tai heitä on paljon (Vilka 2007, 28).

Survey-tutkimus eli kyselylomake on tapa kerätä ihmisjoukolta tietoa standardoidussa muodossa (Hirsjärvi ym., 2009, 134). Kyselytutkimuksella voidaan kerätä aineistoa postikyselyllä, haastatteluna, verkkokyselynä tai kontrolloituna kyselynä (Heikkilä, T. 2004,16 ja Hirsjärvi, ym. 2009, 196).

Kyselylomaketta laatiessa kvantitatiivisessa tutkimuksessa on tärkeää operationaalisoita käsitteitä. Operationaalistaminen tarkoittaa abstraktien asioiden muuttaminen mitattavaksi muodoksi. Abstrakteja käsitteitä voivat olla esimerkiksi onnellisuus tai älykkyys, joiden määrittäminen yhdenlaiseksi määritelmäksi ilman operationaalistamista on mahdotonta, koska ne ovat asioita, joita ihmiset voivat ajatella eri tavoin. Alkula ym. (1995, 75 - 76) jakaa operationaalistamisen neljään eri vaiheeseen, jossa käsitteiden hahmottaminen ja määrittäminen on vaihe yksi. Käsite voidaan jakaa osa-

alueisiin, jonka jälkeen teoreettisesta lähdekielestä on osattava selittää arkikielellä ja indikaattoreilla käsitteet, jotta tavallinen ihminen pystyy vaivatta vastaamaan kysymyksiin. Operationaalistamisen viimeisenä vaiheena pidetään tarkka muotoilu, jotta mittaria ja havaintoaineistoa voidaan käyttää uudelleen. (KvantiMOTV 2012)

Lomakkeen tulee olla muodossa, joka pitää vastaajan mielenkiinnon yllä. Rakenne ja lomakkeen pituus ovat keskeisiä asioita lomaketta laatiessa. Lomakkeen ulkoasun ja selkeyden avulla saadaan suurempi vastausprosentti. Pituus voi vaihdelle tutkittavasta ryhmästä riippuen, kuitenkin ei tule ylittää viittä sivua. Kysymysten rakenne on tärkeä tehdä kunnolla, koska tässä vaiheessa on mietittävä myöhemmin käytettävää tilasto-ohjelmaakin. Hyvin rakennetut ja loogisesti etenevät kysymykset siis helpottavat itse tutkijaa, kuin myös vastaajaa. (Raine 2001, 29 – 30.)

Strukturoidut eli monivalintakysymykset sisältävät vastausvaihtoehtoja eli vastaaja voi ympyröidä vastauksensa (Heikkilä 2004, 50 - 51).

Likertin asteikkoa voidaan kutsua järjestysasteikoksi ja sen avulla voidaan mitata vastaajien asenteita ja mielipiteitä (Vilkkä 2007, 46 - 49). Tyypillinen asteikko voi olla 4-, 5-, 7- tai 9-portainen (Vilkkä 2001, 46).

Postikyselyssä tutkija ei ole kontaktissa henkilökohtaisesti vastaajaan ja lomakkeet lähetetään postitse vastaajille saatekirjeen ja vastauskuoren kanssa (Heikkilä, T. 2004,68).

6.3.1 Tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimuksessa meillä perusjoukkona toimivat ne vastaajat, joilla oli mahdollisuus vastata kyselyymme kolmessa eri paikassa, jossa lomakkeet sijaitsivat. Lukumäärää emme osaa sanoa, koska ohikulkijoita ja satunnaisten kävijöiden määrää on hankala arvioida.

Toteutimme kyselyn soveltamalla postikyselyn mallia. Kyselylomakkeessamme oli kymmenen kysymystä monivalinta kysymysten muodossa, sekä osassa lisänä avoin vastausvaihtoehto; Muu, mikä. Lomake oli A4 pituinen.

Ensimmäisillä neljällä kysymyksellä halutaan tietää vastaajan taustatietoja. Nämä ovat sukupuoli, ikä, matkustusseura ja siviilisääty. Kysymykset olivat monivalintakysymyksiä ilman avointa vaihtoehtoa. Seuraavat viisi kysymystä liittyivät matkustusmotiveihin. Nämä kysymykset pohjautuivat McIntoshin ja Goeldnerin motivaatiotekijämalliin, joka muokattiin meille sopivaksi. Loput kysymyksistä pohjautuivat Järvi luoman luonnon merkityksen määritelmään, jota kyselyssä tutkimme matkakohteen valinnan syiden kautta. Hyödynsimme monivalintakysymyksissämme Likertin asteikkoa. Kyselylomakkeessa käytimme 5-portaista asteikkoa, jossa erimielisyyttä kuvasi ääripäänä ei lainkaan tärkeä, ja samanmielisyyttä ääripäänä erittäin tärkeä. (kts. Liite 1)

Aineistonkeruun suoritimme Tahkolla viikoilla 8 - 10. Alun perin tarkoitus oli pitää lomakkeita ainoastaan viikot 8 - 9, mutta vähäisen vastausmäärän vuoksi jatkoimme aikaa viikolla. Kyselylomakkeita oli kolmessa eri yrityksessä, näkyvällä paikalla. Yritykset olivat Tahkonrinteiden hiihtokoulu, SkiMac- välinevuokraamo ja hotelli-ravintola UKKO. Valitsimme nämä kohteet niiden eroavaisuuksien vuoksi. Hiihtokoulun asiakaskunta koostuu pääosin lapsiperheistä, kun taas vuokraamon asiakaskunta on laaja-alaisempaa. Hotelli-ravintola Ukossa asiakaskunta on hyvin vaihtelevaa, lapsiperheistä nuoriin aikuisiin ja työmatkailijoihin.

Lomake oli pituudeltaan yhden A4-arkin kokoinen ja kysymyksiä oli kahdessa osiossa. Ensimmäinen osio selvitti vastaajan taustatietoja kuten sukupuolta, ikää, matkaseuruetta ja sosiaalista asemaa yhteiskunnassa, sekä matkailijan motivaatiotekijöitä kohdetta valittaessa. Osio kaksi käsitteli matkailijan näkemystä luonnon tärkeydestä matkustaessa tiettyyn kohteeseen. Lomakkeen vastausaika oli 4 - 6 minuuttia.

Aineiston keruu suoriutui hyvin, ja vastauksia saatiin tyydyttävä määrä. Keruumenettelmä oli hyvin vapaa, asiakkaille ei tyrkytetty lomakkeita, vaan he saivat oman mielensä mukaan vastata kyselyyn ja palauttaa sen henkilökunnalle, tai erilliseen vastauslaatikkoon.

Vastauksia saatiin kolmen viikon aikana 41 kappaletta. Kävimme vastaukset läpi aluksi kirjaamalla kaikki vastaukset Excel- taulukkoon ja sen jälkeen loimme uuden kyselyn Webropol -ohjelmaan. Tähän ohjelmaan sitten kirjasimme tulokset uudelleen,

ja loimme raportin tuloksista. Ohjelma nopeutti tulosten analysointia huomattavasti ja saimmekin tuloksista selkeämmät kaaviot, kuin pelkällä Excel-taulukoinnilla. Tallennetut tiedot pysyvät samana ja eivätkä prosessin aikana muutu mahdollisten näppäilyvirheiden takia.

6.3.2 Kyselyn luotettavuus

Tutkimuksen reliabiliuksella ja validiuksilla voidaan arvioida tutkimuksen kokonaisluotettavuutta. Reliabiliteetti arvioi tutkimuksen toistettavuutta eli uudelleen mitattaessa tutkimustulos on sama riippumatta tutkijasta. Tutkimuksen aikana on tärkeää arvioida reliabelisuutta mutta tämä onnistuu myös tutkimuksen jälkeen. (Vilkkä 2007, 149–150.)

Validius kertoo kuinka hyvin mittaria on osattu käyttää oikealla kohteelle, ajankohdalle ja tavalla. Validiuksella tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä, sen mitä tutkimuksen oli tarkoitus mitata. Tällä tavalla validius kertoo myös kuinka hyvin tutkija on osannut operationalistaa lähdeaineiston arkikielelle mitattavaan muotoon. Jos validius on hyvä, on operationalistaminen onnistunut. (KvantiMOTV 2002)

Tutkimuksessamme mielestämme operationalistaminen onnistui, mutta mittarin käyttö oikeaan ajankohtaan oli huono. Vastauksia tuli vähemmän mitä olimme odottaneet. Suuremmalla vastausmäärällä olisimme kattavampaa ja yleistettävämpää tietoa. Heikohkon vastausmäärän takia ikäjakauma 50–58 –vuotiaiden kohdalle ei antanut yleistettävää tietoa tästä ikähaarukasta, koska vastaajia oli yksi.

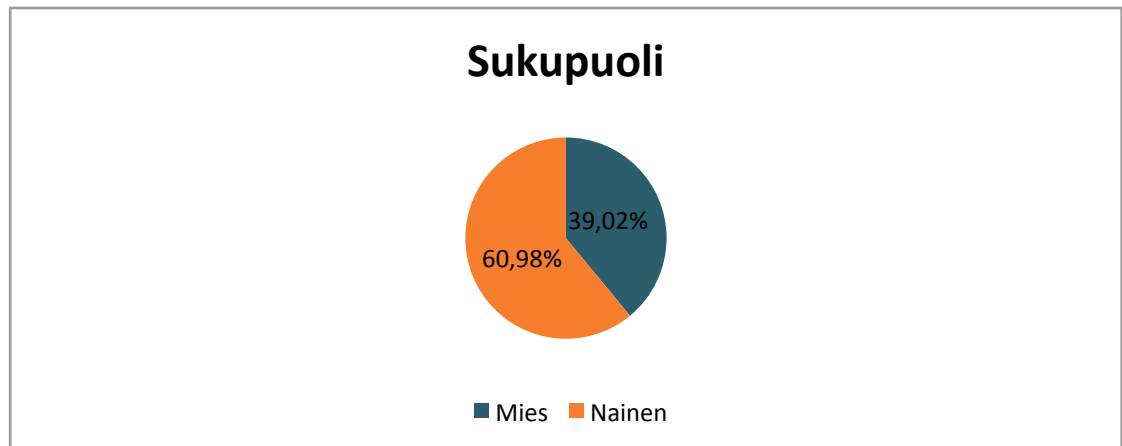
Reliabiliuksella tarkoitetaan mittaukseen liittyviä aiheita ja mittauksen tarkkuutta eli tutkimus ei anna sattumanvaraisia tuloksia. Toisin sanoen tutkimus voidaan toistaa yhä uudelleen ja tulokset ovat samat. Tärkeitä asioita, joita tutkijan tulee miettiä, jotta reliabiliteetti toteutuu, ovat otoskoko ja laatu, vastausprosentti, huolellisesti syötetyt tiedot muuttujista ja kuinka hyvin mittarilla on voitu mitata asioita kattavasti. (Vilkkä 2007, 150)

Tutkimuksemme otos edustaa heikohkoa perusjoukkoa, koska vastausten määrä oli suppea. Vastauspapereiden tiedot syötettiin huolellisesti Exceliin ja myös Webprobooliin.

7 TULOKSET

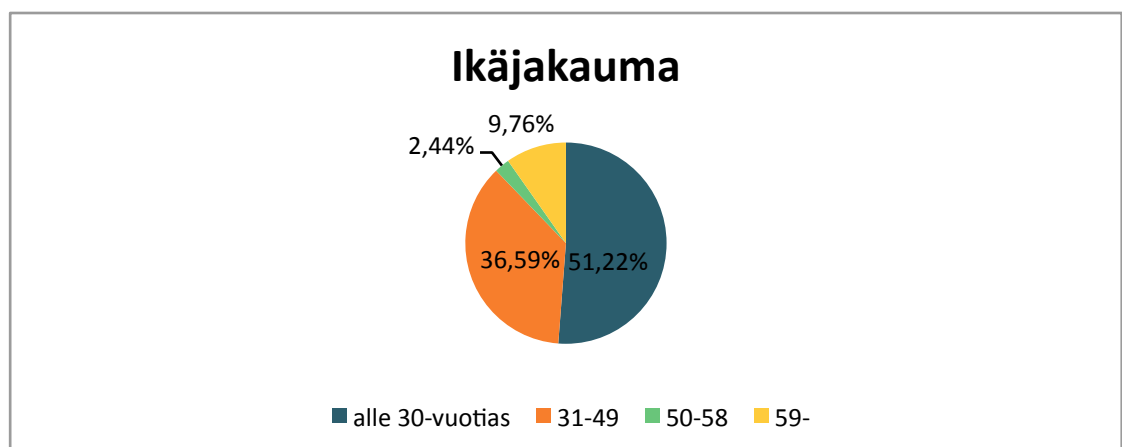
7.1 Taustatiedot

Kyselyyn vastaajista naisia oli 60,98 % ja miehiä 39,02 %. Vastaajien sukupuolijakauma oli melko tasaista, vastaajista enemmistön kuitenkin ollessa naisia. (KUVA 3.)



KUVA 3. Vastaajien sukupuolijakauma

Alla olevasta kuviosta, käy ilmi kyselyyn vastanneiden iän jakautuma niin, että enemmistö vastaajista kuului ikäryhmiin alle 30- vuotta (51,22 %) tai 31-49- vuotta (36,59 %), vanhempien ikäluokkien jäädessä alle 10 % . Ikäjakauma vastaajien kesken selittynee parhaiten kyselylomakkeiden paikkojen ja ajankohdan valinnalla, sillä eniten vastauksia kerättiin hotellin vastaanoton ja baarin alueella. (KUVA 4.)

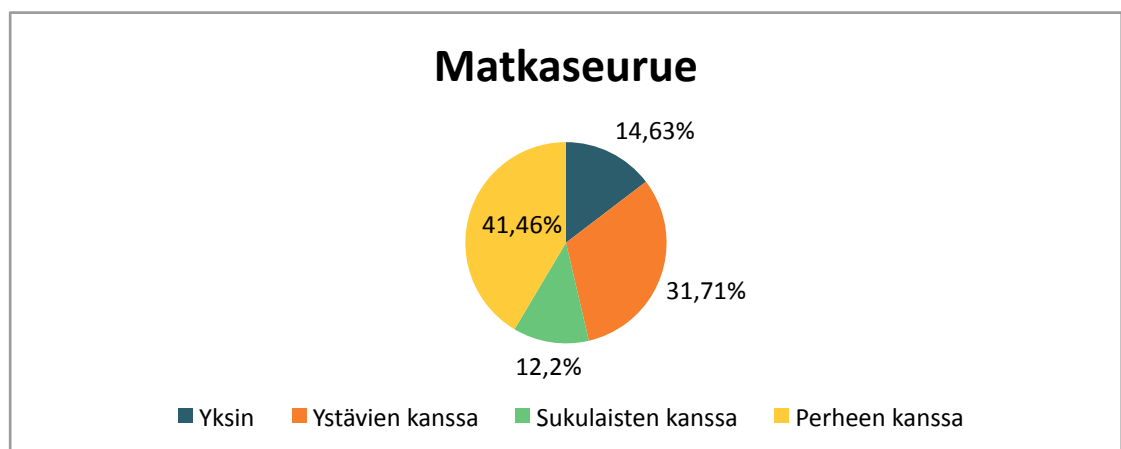


KUVA 4. Vastaajien ikäjakauma

Kyselyssä selvitimme myös vastaajien matkaseuruetta. Vastaajista suurin osa (43%) oli matkalla perheensä kanssa.

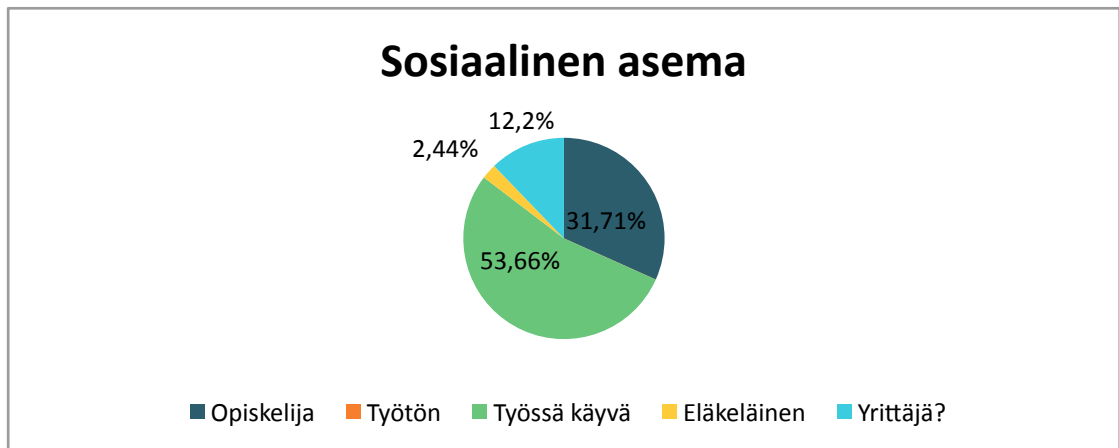
Selvitimme kyselyssä myös perheen kanssa matkustavilta, kuuluuko perheeseen kouluikäisiä lapsia. 41 vastaajasta perheen kanssa matkustavia oli 17, ja näistä vastaajista 12 perheeseen kuului myös kouluikäisiä lapsia.

Perheen kanssa matkustavien jälkeen eniten vastaajia oli matkalla ystävien kanssa (31,71 %). Tulokset kulkevat samaa linjaa ikäjakauman kanssa, ja ovat ymmärrettävissä parhaiten myös kyselyn paikkaa ja aikaa ajatellen. (KUVA 5.)



KUVA 5. Vastaajien matkaseurue

Kyselylomakkeen viimeinen taustatietojä selvittävä monivalintakysymys liittyi vastaajien sosiaaliseen asemaan. Vastaajista enemmistö (53,66 %) oli työssä käyviä kun taas yhtään työtöntä vastaajaa ei ollut. Työssä käyvät ja opiskelijat (31,71 %) olivat enemmistö vastaajista. Vähiten vastaajia löytyi ryhmästä yrittäjä (12,2 %) ja eläkeläinen (2,44 %). (KUVA 6.)



KUVA 6. Vastaajien sosiaalinen asema

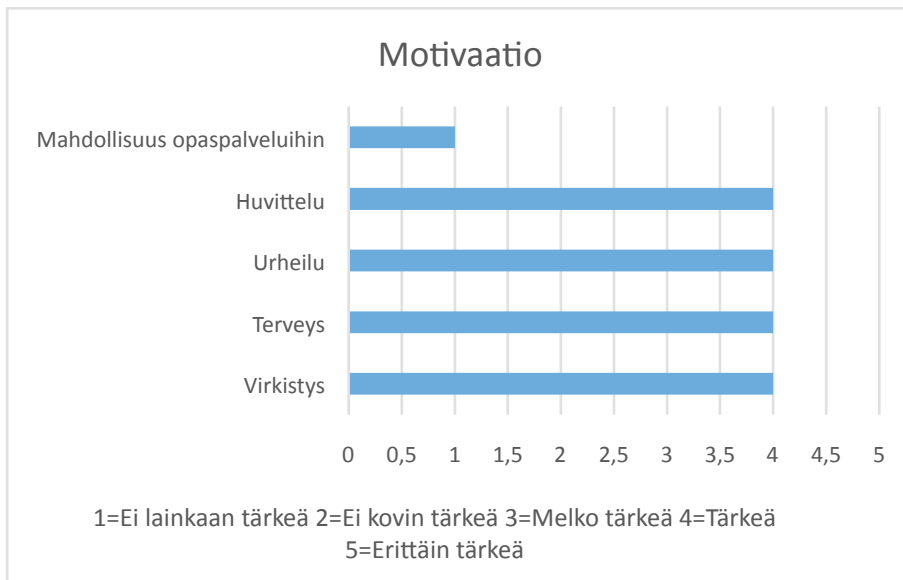
7.2 Vastaajien matkustusmotiivit

Kysymykset 5.-9. monivalintavaihtoehtoilla lomakkeessa käsittelivät vastaajien matkustusmotiiveja. Motiiveja selvittäessämme käytimme tulosten tulkitsemiseen mediaania, koska järjestysasteikollisissa kysymyksissä on järkevää käyttää tätä. (Vilka 2007, 122.) Vaihtoehdot monivalintakysymyksissämme olivat:

- ei lainkaan tärkeä
- ei kovin tärkeä
- melko tärkeä
- tärkeä
- erittäin tärkeä

Kysymys 5. alakysymykset käsittelivät vastaajien mielenkiintoa virkistystä, terveyttä, urheilua, huvittelua ja opaspalveluja kohtaan. Näistä vastauksista kokosimme jokaisesta erilliset prosentuaaliset taulukot. (LIITE 2)

Näistä vastauksista teimme myös kaavion, jolla saimme vastaajien motivaatiotekijöiden mediaanin. Vastausten mediaani viidessä ensimmäisessä alakysymyksessä koskien virkistystä, terveyttä, urheilua ja huvittelua on kaikissa tärkeä. Mahdollisuuden opaspalveluihin vastaajat kokivat ei lainkaan tärkeäksi. Kaaviosta voidaan siis päätellä, vastaajien kokevan nämä asiat merkityksellisiksi motivaatiotekijöiksi mahdollisesti matkustettaessa Tahkolle kesäisin. (KUVA 7.)



KUVA 7. **Motivaation mediaani**

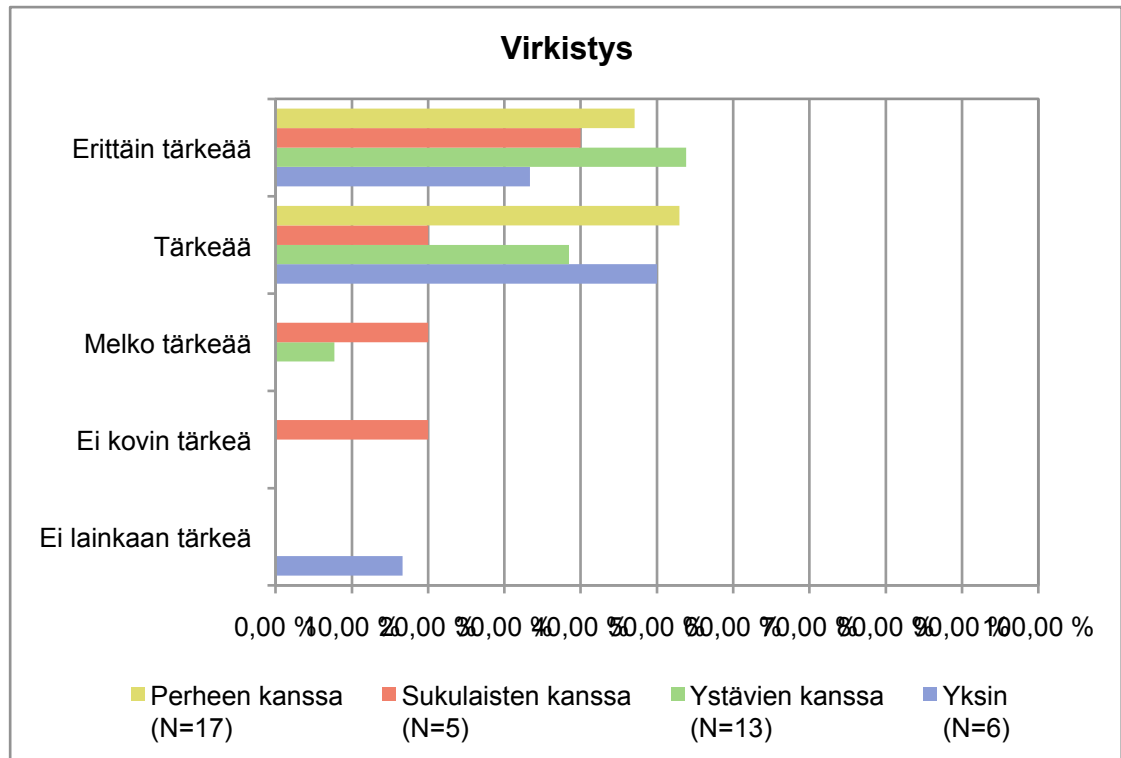
Viimeinen kysymys tässä osiossa oli muu, mikä – kysymys, johon saimme yhden vastauksen. Kysymys pyrki selvittämään mikä oli vastaajalle tärkeää kohteen (Tahko) valinnassa matkakohteekseen. Tähän avoimeen kysymykseen vastaaja kertoi syyksi Tahkon olevan tuttu paikka.

Ristiintaulukoimme ja vertailimme motiivien ja matkaseurueen vastaukset, jotta voimme havainnollistaa kuinka matkaseurue vaikuttaa matkustusmotiiveihin. Tämän tiedon koimme tärkeäksi tutkimuksessamme, sillä yksi tavoite tutkimuksella on mahdollisuus luoda uusia tuotteita Tahkon kesämatkailuun. Matkustusseurueen vaikutus vastaajan motivaatiotekijöihin verraten, tuo tiedon siitä mitä osa-aluetta kunkin seurueen suhteen tulisi käyttää parhaan tuloksen saamiseksi.

Matkustusmotiivien ristiintaulukointi ja vertailu

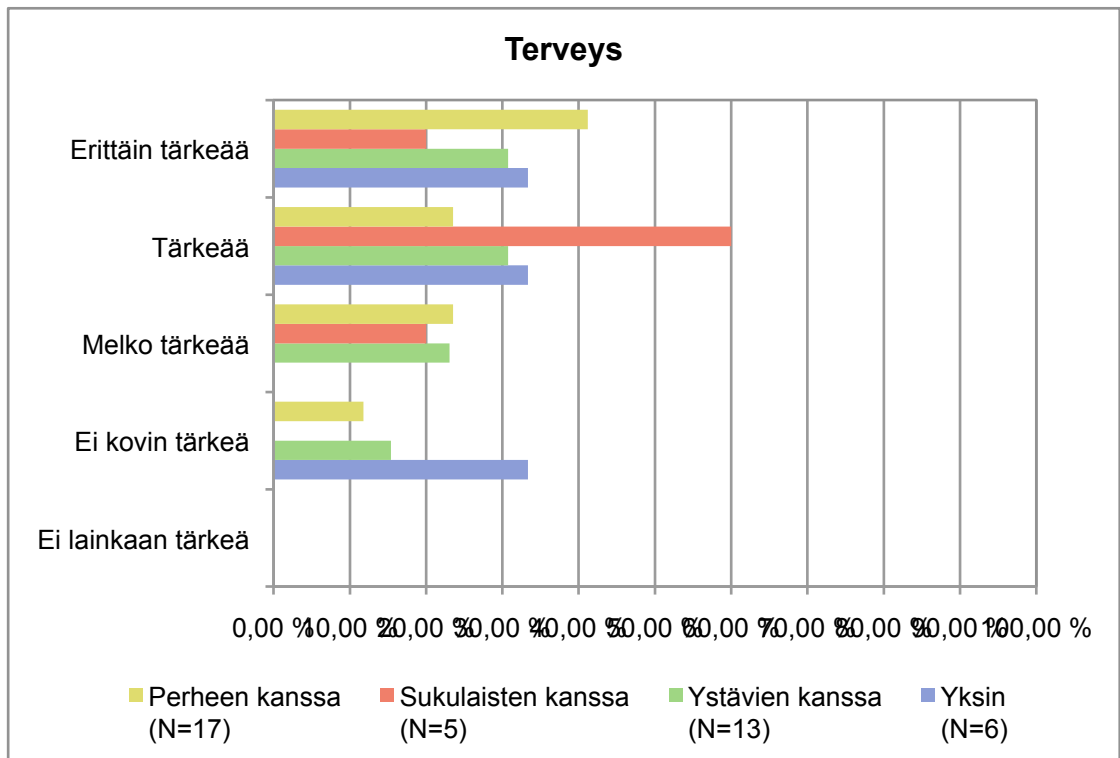
Alla olevassa kuvassa ristiintaulukointi koskee matkaseuruetta ja virkistystä. Tästä kaaviosta käy ilmi seuraavaa; perheen kanssa matkustavat ja ystävien kanssa matkustavat kokivat virkistykseen enimmäkseen joko erittäin tärkeäksi tai tärkeäksi, kun taas osa yksin matkustavista koki virkistykseen ei lainkaan tärkeäksi. Ainoastaan osa sukulaisten kanssa matkustavista koki virkistykseen ei kovin tärkeäksi. Yleisesti tarkastellen suurin osa vastaajista matkaseurueesta riippumatta koki virkistykseen tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi.

Tästä kuviosta voi huomata siis seuraavaa; ystävien kanssa matkaavat vastaajat kokevat virkistysen tärkeämmäksi motivaatioksi kuin esimerkiksi yksin matkustavat vastaajat. (KUVA 8.)



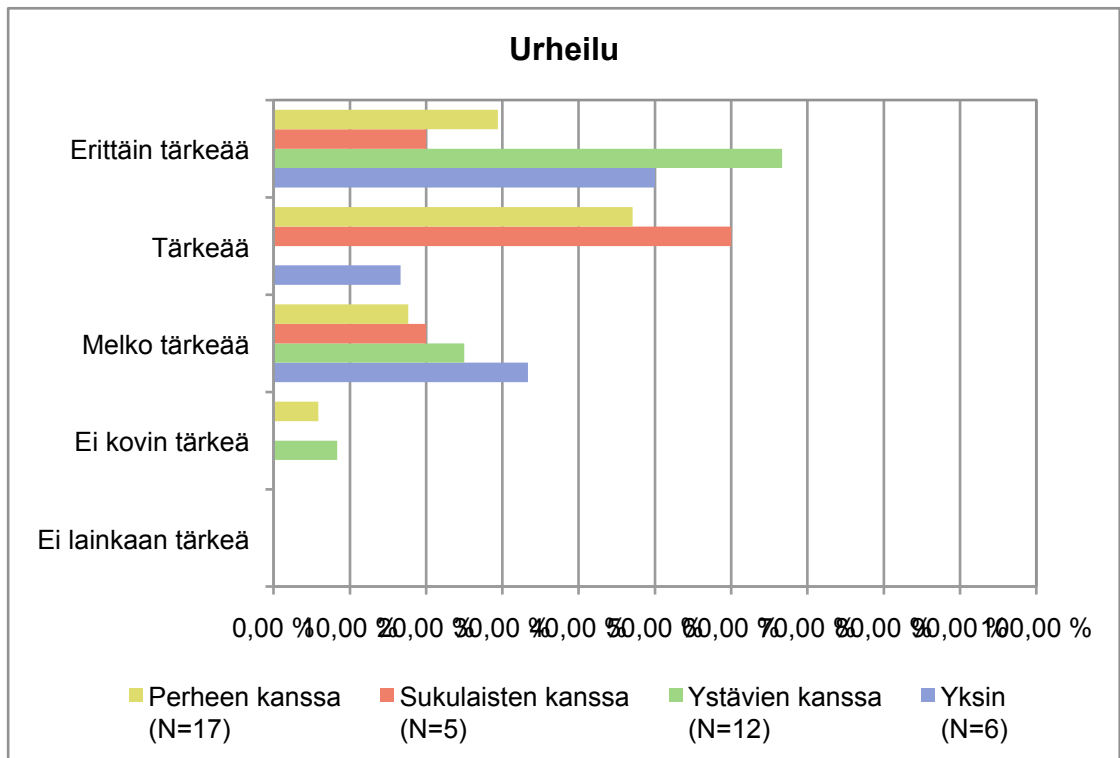
KUVA 8. Ristiintaulukointi matkaseurue ja virkistys

Seuraava kuva näyttää vertailun matkaseurueen vaikutuksesta kysyttäessä terveyden tärkeyttä matkakohdetta valittaessa. Kuvasta ilmenee, että sukulaisten kanssa matkustavat kokivat terveyden useimmiten tärkeäksi, kun taas perheen kanssa matkaavat kokivat terveyden erittäin tärkeäksi. Yksin matkustavien vastaukset jakautuivat tasaisesti ei kovin tärkeän, tärkeän ja erittäin tärkeän välille. Matkustusseurueesta riippumatta ei yksikään vastaajista kokenut terveyttä ei lainkaan tärkeäksi. (KUVA 9.)



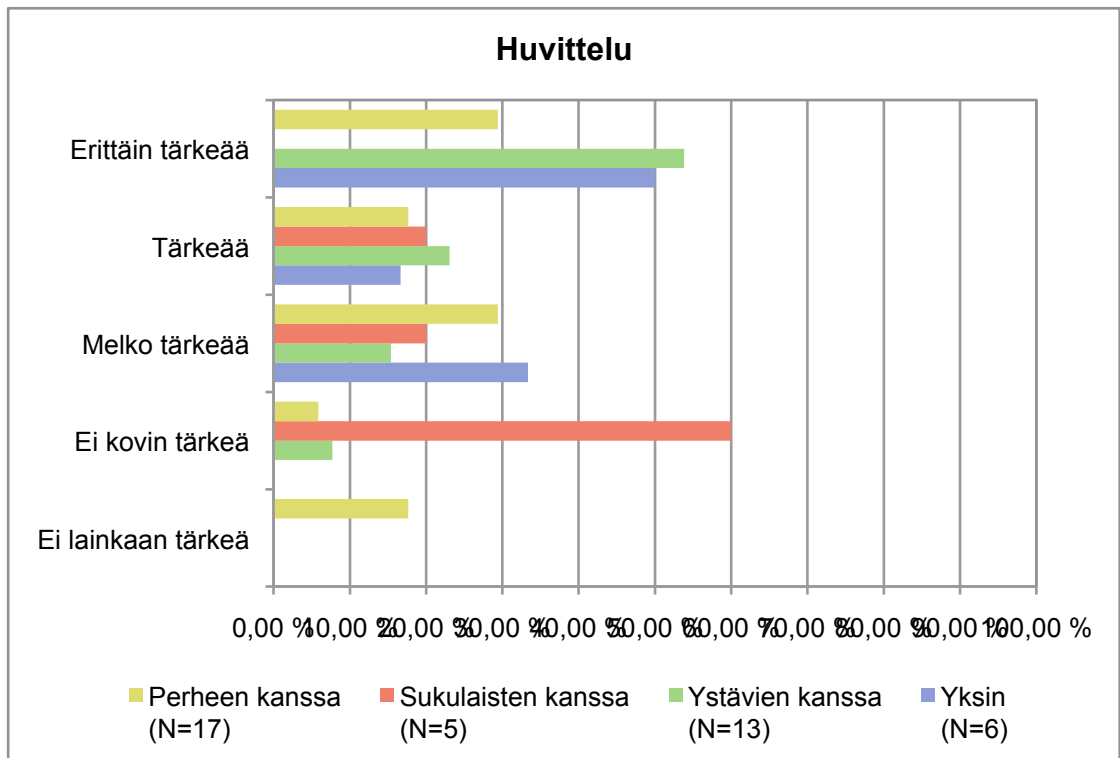
KUVA 9. Ristiintaulukointi matkaseurue ja terveys

Virkistyksen ja terveyden jälkeen selvitimme urheilun tärkeyttä mahdollisesti matkustettaessa Tahkolle. Tätä verratessamme ja ristiintaulukoidessamme matkaseurueeseen selvisi seuraavanlaista tietoa; ystävien kanssa matkustavista suurin osa kokee urheilun olevan erittäin tärkeää matkustettaessa kohteeseen. Tähän uskoisimme vaikuttavan matkustuskohteen harrastusmahdollisuudet, kyselyn tapahtuessa talvella suuri osa matkailijoista on saapunut alueelle tarkoituksenaan viettää aikaa myös talviharrastusten parissa. Ystävien kanssa matkaavien loput vastaukset jakautuivat melko tärkeään tai tärkeään. Jakauma jatkui enimmäkseen melko tärkeään. Enemmistö sukulaisten ja perheen kanssa matkaavista kertoi urheilun olevan tärkeää, kun taas yksin matkustavista enemmistö piti urheilu erittäin tärkeänä. (KUVA 10.)



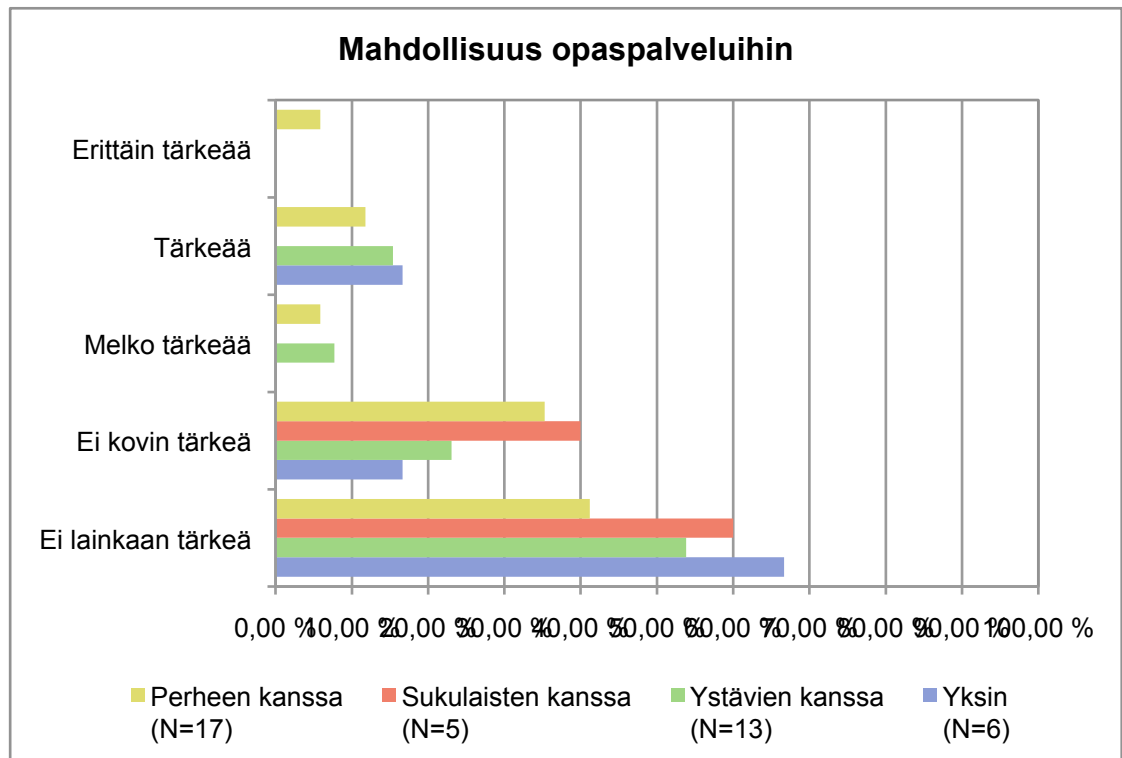
KUVA 10. Ristiintaulukointi matkaseurue ja urheilu

Seuraava kysymyksemme selvitti huvittelun tärkeyttä. Verratessamme tätä matkustus-seurueeseen selvisi, että valtaosa sukulaisten kanssa matkaavista piti huvittelua ei kovin tärkeänä, kun taas ystävien kanssa matkaavat kokivat saman asian erittäin tärkeäksi. Tämän uskoisimme johtuvan siitä, että enemmistö ystävien kanssa Tahkolle matkustavista henkilöistä saapuu alueelle myös tarkoituksenaan rentoutua ja nauttia myös iltaohjelmasta. Yksin matkaavat pitivät myös huvittelua enimmäkseen erittäin tärkeänä. Perheen kanssa matkaavien vastaukset jakautuivat melko tasaisesti ei lainkaan tärkeästä aina erittäin tärkeään saakka. (KUVA 11.)



KUVA 11. Ristiintaulukointi matkaseurue ja huvittelu

Kysyttäessä tärkeyttä mahdollisuudesta opaspalveluihin, pitivät vastaajat matkaseurueesta riippumatta mahdollisuutta enimmäkseen joko ei kovin tärkeänä tai ei lainkaan tärkeänä. Osa perheen kanssa matkaavista piti mahdollisuutta myös erittäin tärkeänä tai tärkeänä. Tähän saattaa vaikuttaa perheen kanssa matkaavien henkilöiden mahdollinen halu nauttia matkasta ilman ylimääräistä työtä. Opaspalveluiden ollessa mahdollisia, ei henkilön tarvitse itse selvittää alueen mahdollisuuksia harrastuksiin. Yksin ja ystävien kanssa matkustaneista jokunen piti mahdollisuutta myös melko tärkeänä ja tärkeänä. (KUVA 12.)



KUVA 12. Ristiintaulukointi matkaseurue ja mahdollisuus opaspalveluihin

7.3 Kohdevalinnan syyt

Kohdevalinnan syitä keräsimme vastaajilta neljällä eri kysymyksellä, joissa kysyttiin harrastusten, sosiaalista kanssakäymistä, kulttuuritarjonnan ja arjen unohtamisen tärkeyttä. Vastaukset analysoitiin mediaanilla. Vastausvaihtoehdot olivat seuraavat:

- ei lainkaan tärkeä
- ei kovin tärkeä
- melko tärkeä
- tärkeä
- erittäin tärkeä

Näihin kysymyksiin saaduista vastauksista laadimme kaavion. Mediaani näille kysymyksille oli seuraavanlainen; matkakohteen valinnassa kulttuuritarjonnan tärkeyden vastaajat kokivat ei kovinkaan tärkeäksi, kun taas harrastukset, sosiaalinen kanssakäyminen ja arjen unohtaminen koettiin tärkeäksi. (KUVA 13.)



KUVA 13. Kohdevalinnan mediaani

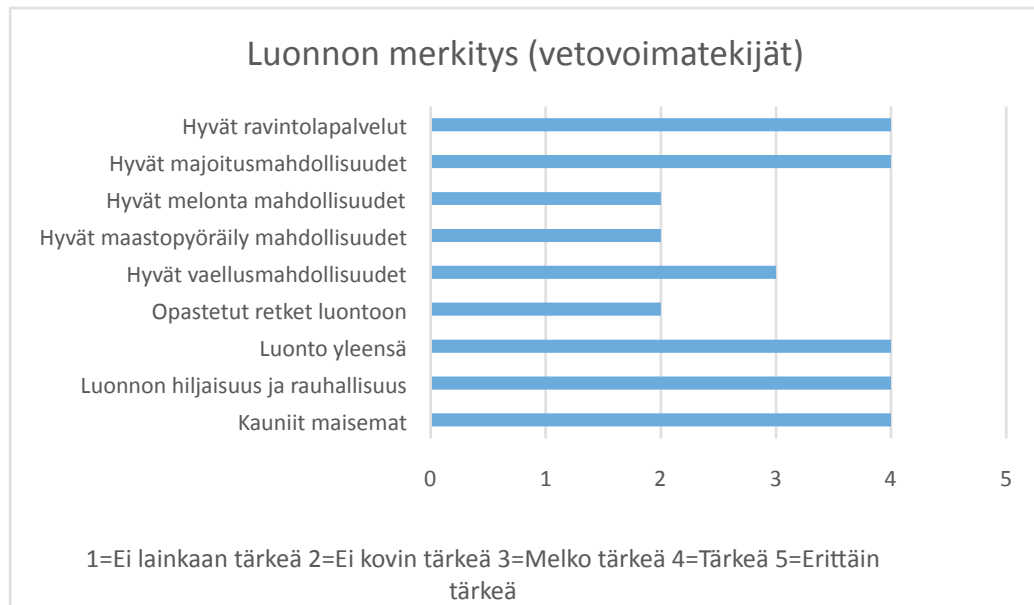
7.4 Luonnon merkitystasot

Osio 2 lomakkeessa pohjautui luonnon merkitykseen. Kysymyksen "Kuinka tärkeää ovat nämä matkustaessa Tahkolle kesällä?", alakysymyksinä olivat:

- kauniit maisemat
- luonnon hiljaisuus ja rauha
- luonto yleensä
- opastetut retket luotoon
- hyvät vaellusmahdollisuudet
- hyvät maastopyöräilymahdollisuudet
- hyvät melontamahdollisuudet
- hyvät majoitusmahdollisuudet
- hyvät ravintolamahdollisuudet
- muu, mikä

Näidenkin kysymysten vastauksista teimme prosentuaaliset kaaviot (LIITE 3), sekä laadimme kaavion, joka kuvaa vastausten mediaanin.

Matkailijat kokivat kauniiden maisemien, luonto yleensä ja luonnon hiljaisuuden ja rauhallisuuden tärkeäksi matkustaessa Tahkolle kesällä, kun taas opastetut retket he kokivat ei kovinkaan tärkeiksi. Hyvät vaellusmahdollisuudet miellettiin melko tärkeiksi ja melonta- ja maastopyöräily ei kovinkaan tärkeiksi. Hyvät majoitusmahdollisuudet ja ravintolapalvelut koetaan tärkeiksi. (KUVA 14.)



KUVA 14. Luonnon merkitys (vetovoimatekijät) mediaani

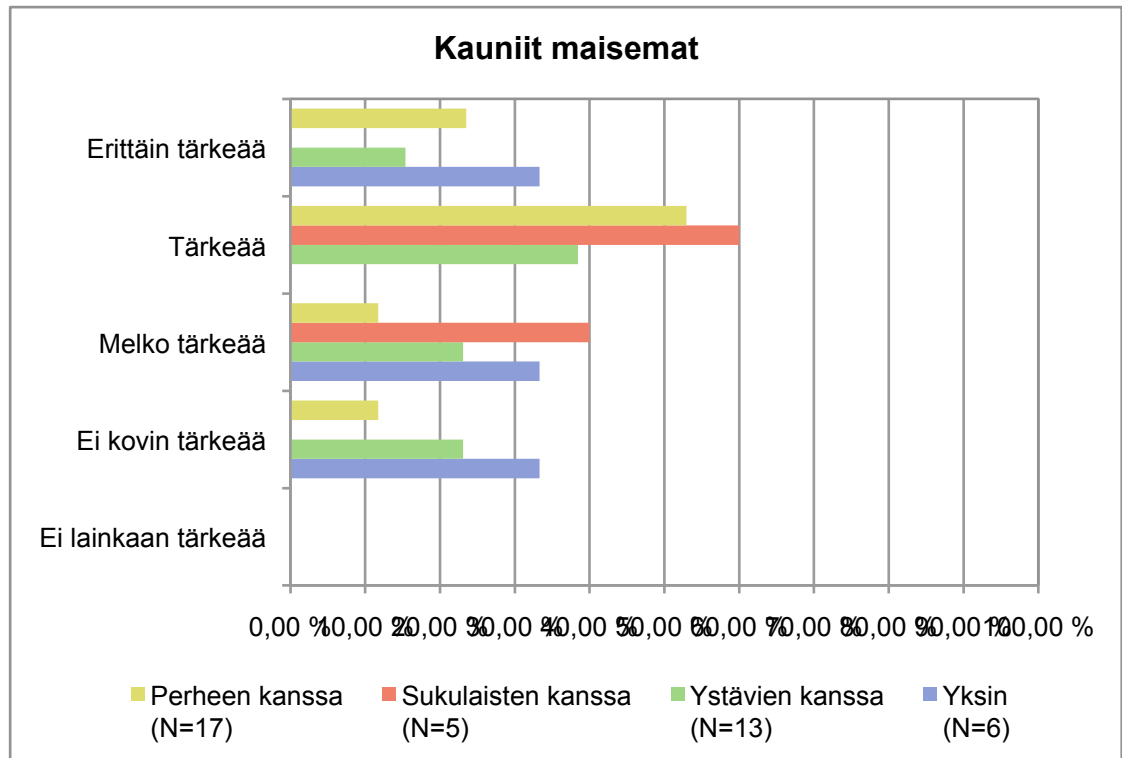
Tässäkin osiossa viimeinen kysymys oli avoin muu, mikä –kysymys ja tähän saimme ainoastaan kaksi vastausta. Toinen vastaaja kertoi hyvien kävelyreittien olevan merkityksellinen tekijä kohdetta (Tahko) valittaessa ja toinen koki liikunta-aktiiviteettien olevan merkittävä asia kohteeseen matkustettaessa.

Luonnon merkitystasojen ristiintaulukointi ja vertailu

Luonnon merkitystasojen ristiintaulukoiminen matkaseurueen ja iän kanssa auttoi meitä saamaan tietää kuinka matkaseurue ja ikä vaikuttavat yhdessä luonnon merkityksen kanssa matkakohdetta (Tahko) valittaessa.

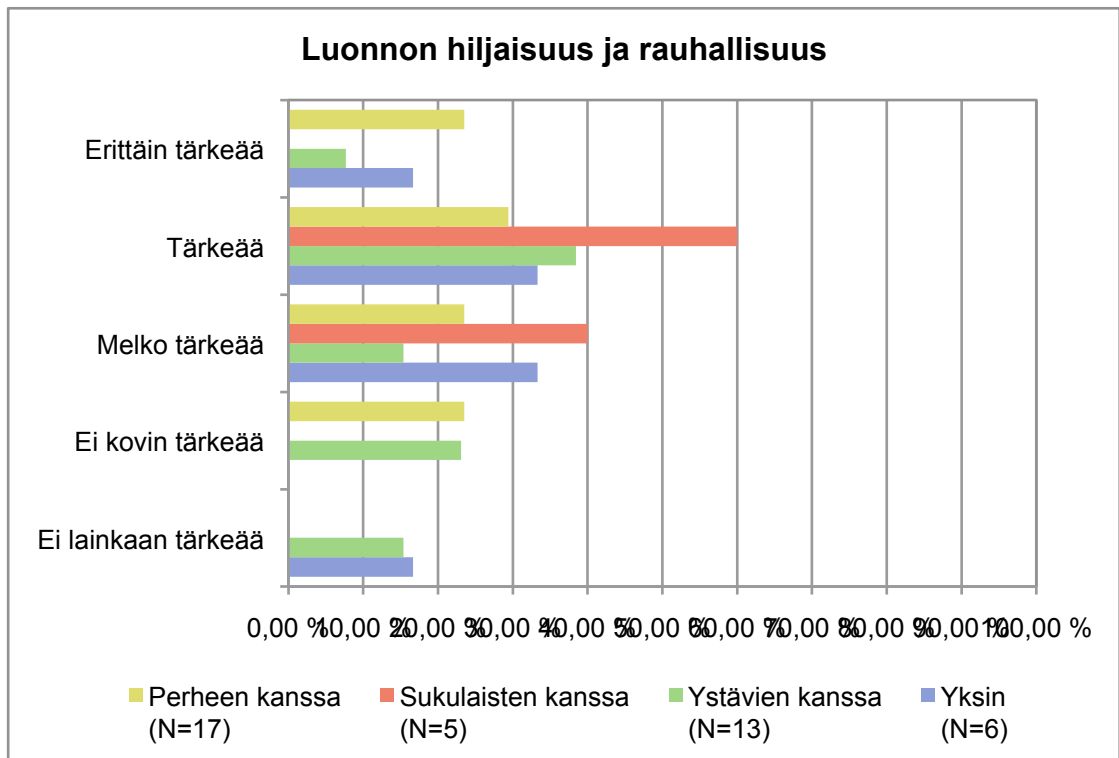
Alla olevasta kuvasta selviää matkaseurueen vaikutus vastauksiin kysyttäessä kauniiden maisemien tärkeyttä. Tärkeänä tätä asiaa pitivät sukulaisten, perheen ja ystävien kanssa matkustavat. Osa perheen, sukulaisten ja ystävien kanssa matkustavista, kuin myös yksin matkustavista pitivät tätä myös melko tärkeänä. Yksin matkustavat määrittelivät vastauksensa myös erittäin tärkeään ja ei kovin tärkeään. Erittäin tärkeänä

tätä pitivät yksin matkustavien lisäksi ainoastaan ystävien ja perheen kanssa matkustavat. Kukaan vastaajista matkaseurueesta riippumatta ei kokenut kauniita maisemia ei lainkaan tärkeiksi. (KUVA 15.)



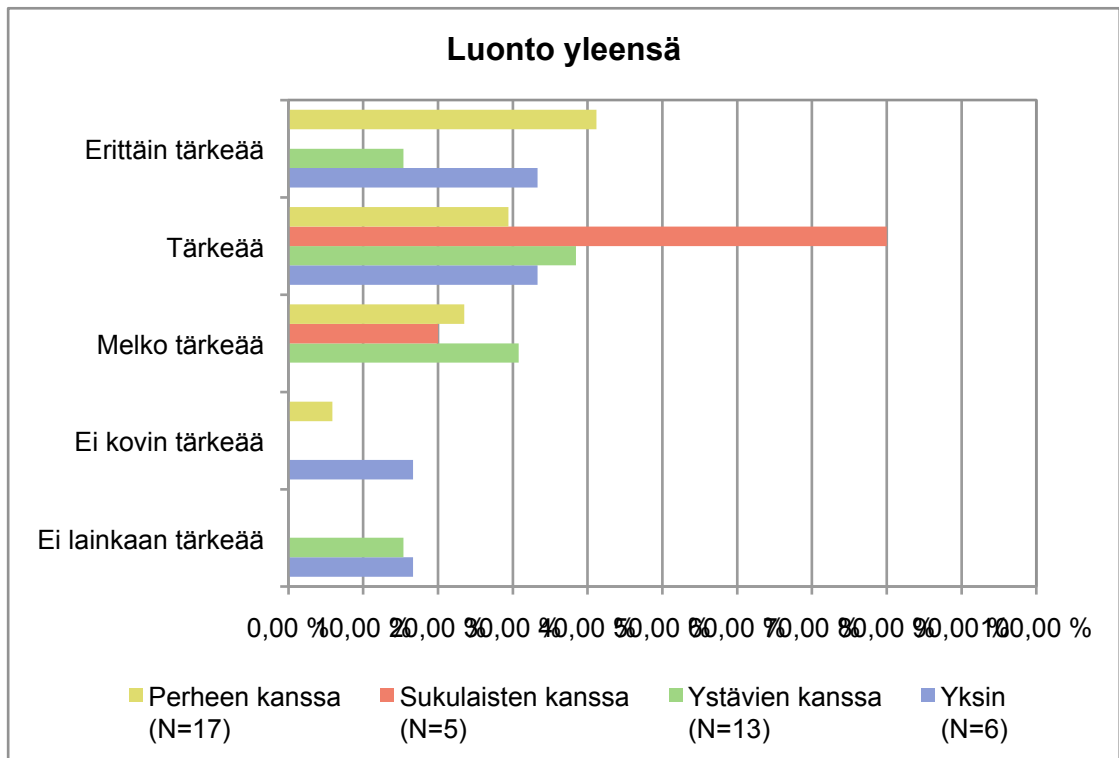
KUVA 15. **Kauniiden maisemien merkitys matkaseurueelle.**

Kysyttäessä luonnon hiljaisuuden ja rauhallisuuden merkitystä vastaajilta ja verratesamme vastauksia matkaseurueeseen, saimme alla olevan kuvan mukaisia vastauksia. Sukulaisten kanssa matkustavat pitivät luonnon hiljaisuutta ja rauhaa joko tärkeänä tai melko tärkeänä. Yksin matkustavien vastaajien kokema merkitys tästä asiasta vaihteli kaikkein vastausvaihtoehtojen välillä. Ystävien kanssa matkustavat vastaajat taas pitivät luonnon hiljaisuutta ja rauhaa enimmäkseen tärkeänä tai ei kovin tärkeänä. Erittäin tärkeänä tämän aiheen kokivat ainoastaan perheen kanssa, ystävien kanssa tai yksin matkustavat vastaajat. Ei lainkaan tärkeänä aihetta taas pitivät myös ystävien kanssa tai yksin matkustavat. (KUVA 16.)



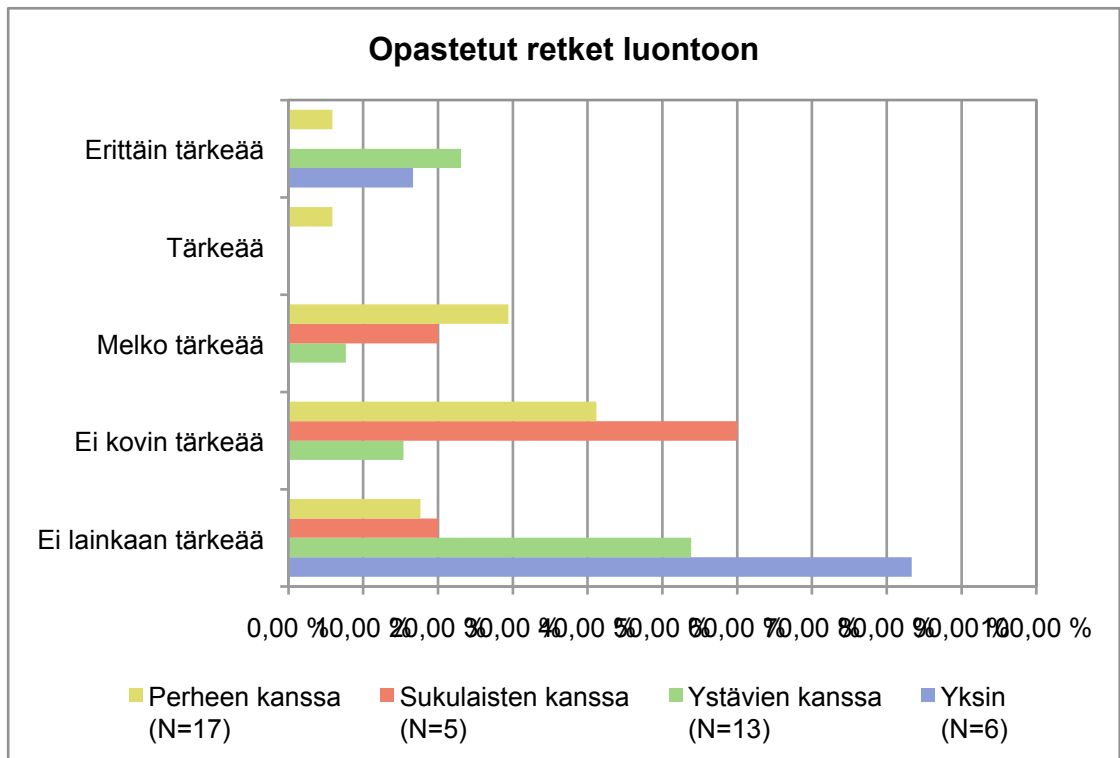
KUVA 16. **Luonnon hiljaisuuden ja rauhallisuuden merkitys matkaseurueelle**

Luonnon hiljaisuuden ja rauhan jälkeen kyselymme selvitti mitä luonto yleensä merkitsee vastaajille. Tämänkin kysymyksen vastauksia vertasimme matkaseurueeseen. Tässäkin osiossa sukulaisten kanssa matkustavat kokivat aiheen joko tärkeäksi tai melko tärkeäksi. Ystävien kanssa matkustavat vastaajat taas kokivat luonnon yleensä erittäin tärkeäksi, tärkeäksi, melko tärkeäksi tai ei lainkaan tärkeäksi. Perheen kanssa matkaavat vastaajat kertoivat merkityksen olevan kaikkia muita, paitsi ei lainkaan tärkeää. Yksin matkaavista kukaan ei kokenut aihetta melko tärkeäksi, vaan vastaukset sijoittuivat enimmäkseen erittäin tärkeään tai tärkeään. (KUVA 17.)



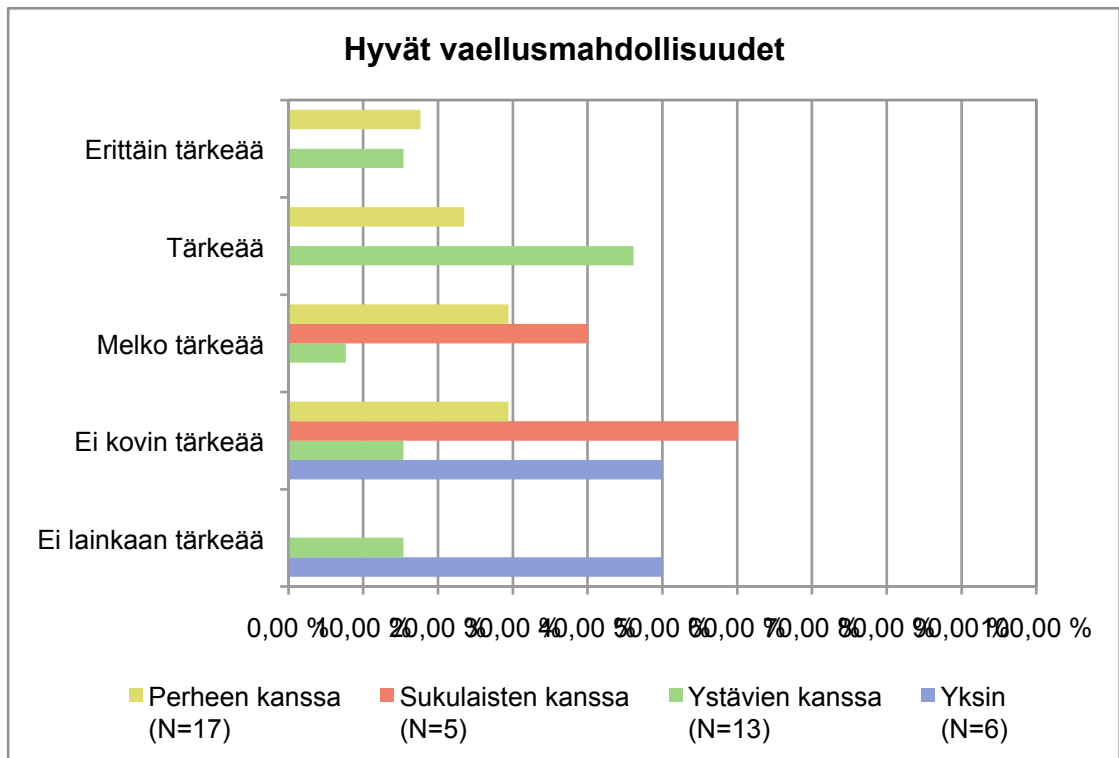
KUVA 17. Luonto yleensä merkitys matkaseurueelle

Alla oleva kuva näyttää vertailun matkaseurueen vaikutuksesta kysymykseen kuinka tärkeänä pidettiin opastettuja retkiä luotoon. Yksin matkustavista enemmistö piti tämän asian merkitystä ei lainkaan tärkeänä ja pieni osa erittäin tärkeänä. Tärkeänä tätä aihetta pitivät ainoastaan perheen kanssa matkustavat. He olivat kokeneet aiheen myös kaikkiin muihin vaihtoehtoihin sopivaksi. Enemmistö sukulaisten kanssa matkustavista oli vastannut aiheen olevan ei lainkaan tärkeä, ja loppujen vastaukset olivat jakautuneet ei lainkaan tärkeään ja melko tärkeään. Ystävien kanssa matkustavista suurin osa koki opastettujen retkien merkityksen ei lainkaan tärkeäksi. (KUVA 18.)



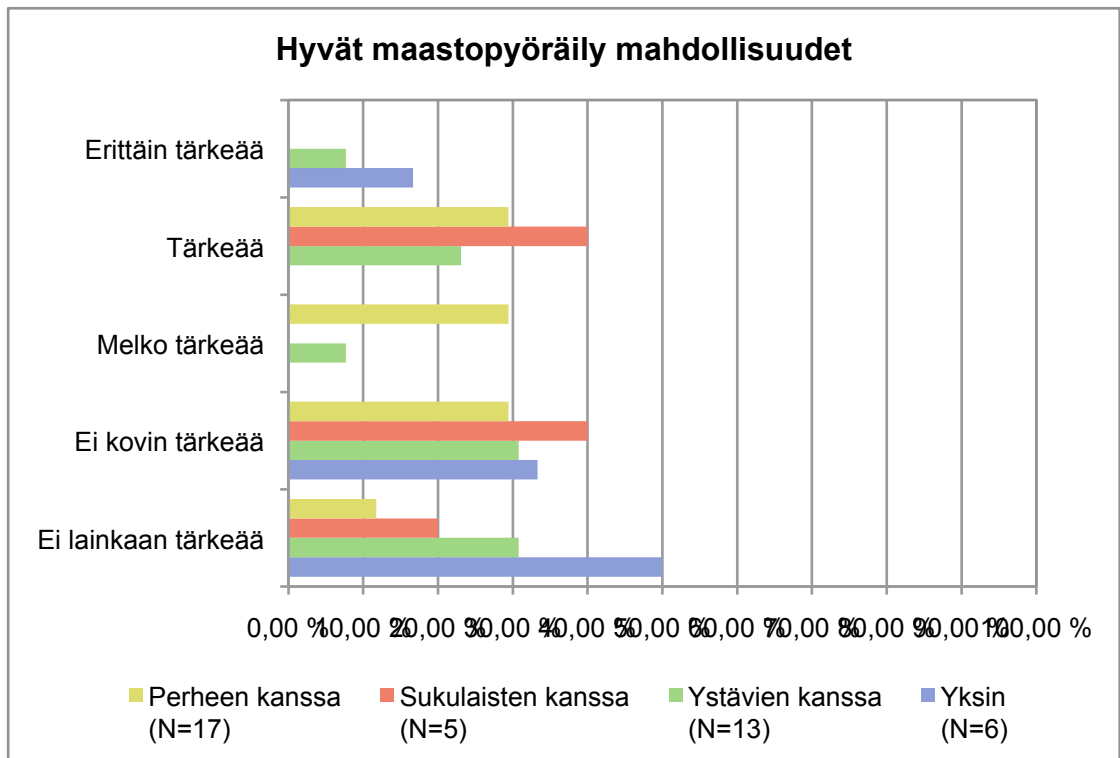
KUVA 18. Opastettujen luontoretkien merkitys matkaseurueelle

Kyselyssämme selvitimme myös hyvien vaellusmahdollisuuksien merkitystä, ja vertasimme vastauksia jälleen matkaseurueeseen. Sukulaisten kanssa matkaavat vastaajat kokivat aiheen joko melko tärkeäksi tai ei kovin tärkeäksi, kun taas yksin matkustavat vastaajat pitivät asiaa ei kovin tärkeänä ja ei lainkaan tärkeänä. Ystävien kanssa matkustavien vastaukset vaellusmahdollisuuksien merkityksestä jakautuivat enimmäkseen tärkeäksi, seuraavana erittäin tärkeä ja ei kovin tärkeä tai ei lainkaan tärkeä, pienin osuus tästä ryhmästä koki asian melko tärkeäksi. (KUVA 19.)



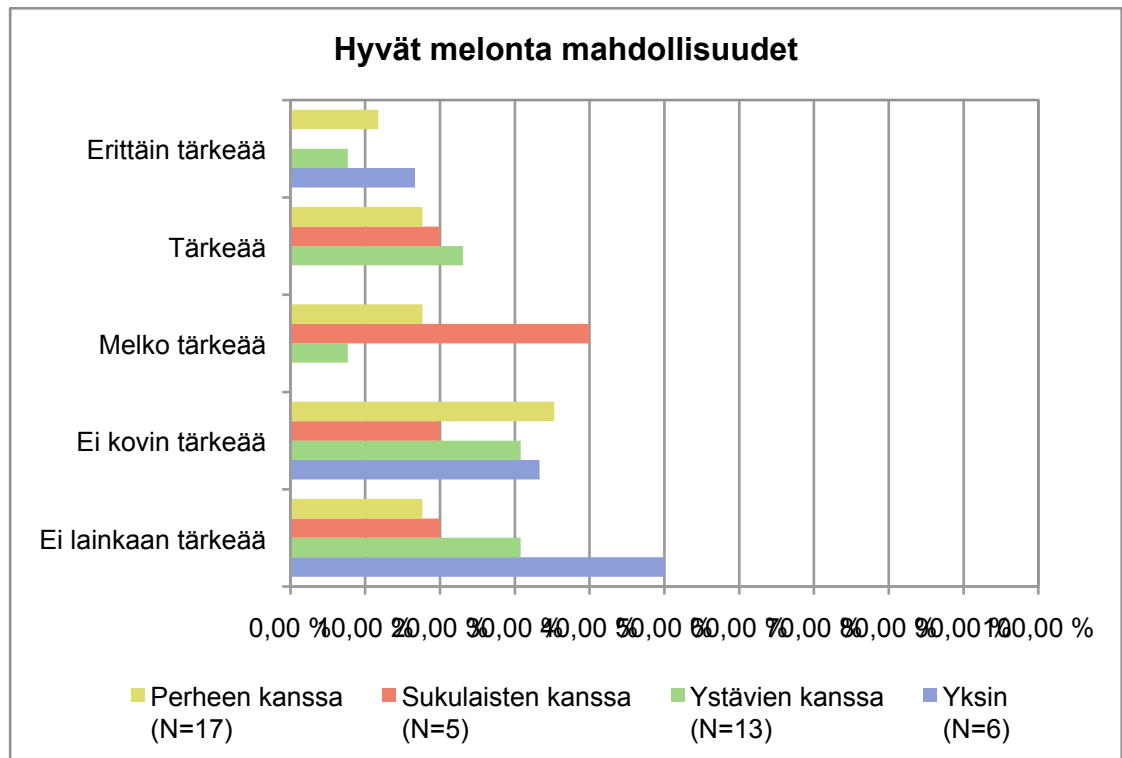
KUVA 19. Hyvien vaellusmahdollisuuksien merkitys matkaseurueelle

Alla oleva kaava esittää ristiintaulukointia hyvien maastopyöräilymahdollisuuksien ja matkaseurueen välillä. Ainoastaan osa ystävien kanssa tai yksin matkaavista koki tämän aiheen erittäin tärkeäksi. Sukulaisten kanssa matkaavat vastaajat valitsivat tämän aiheen enimmäkseen tärkeäksi tai ei kovin tärkeäksi. Yksin matkustavista vastaajista suurin osa koki aiheen ei lainkaan tärkeäksi tai ei kovin tärkeäksi. Melko tärkeäksi aiheen valitsivat osa ystävien kanssa matkustavista ja perheen kanssa matkustavista. (KUVA 20.)



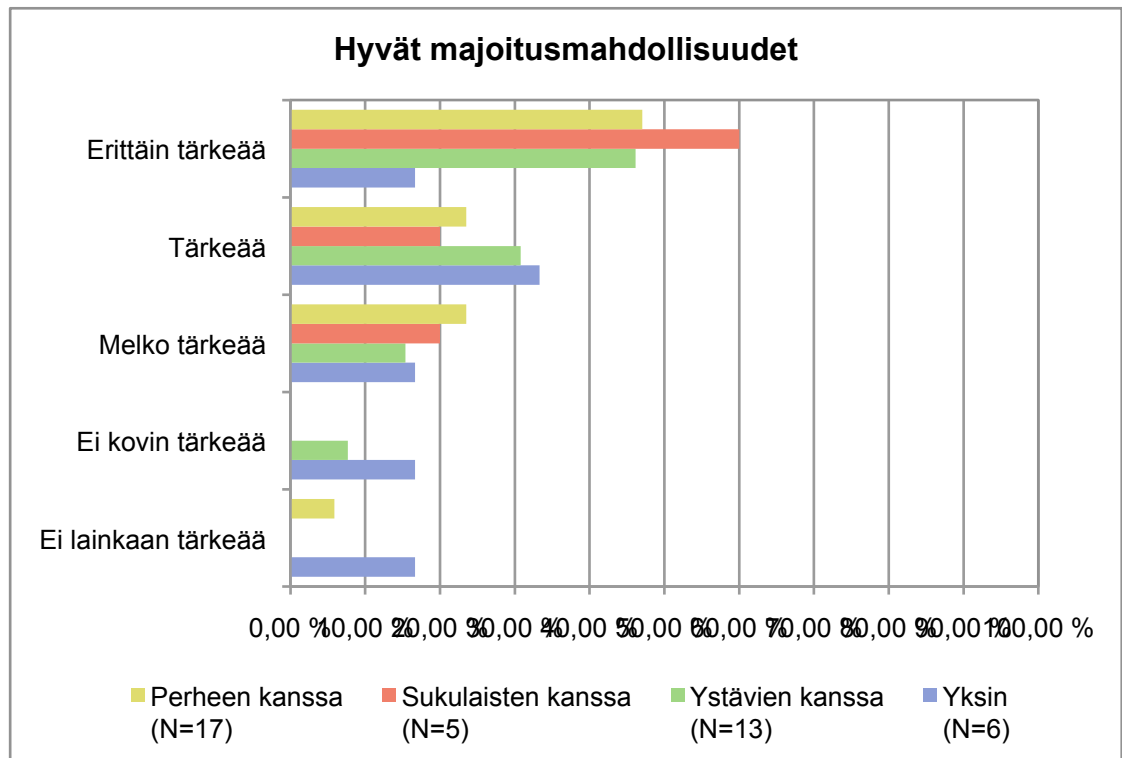
KUVA 20. Hyvien maastopyöräilyn mahdollisuuksien merkitys matkaseurueelle

Melontamahdollisuuksien merkitys jakautui aika tasaisesti jokaiseen vaihtoehtoon. Melko tärkeänä tätä pitivät enemmistö sukulaisten kanssa matkustavista, ei kovin tärkeänä enemmistö yksin matkustavista ja ei kovin tärkeänä perheen kanssa matkustavista. Suurin osa ystävien kanssa matkustavien vastauksista jakautui ei kovin tärkeään ja ei lainkaan tärkeään. (KUVA 21.)



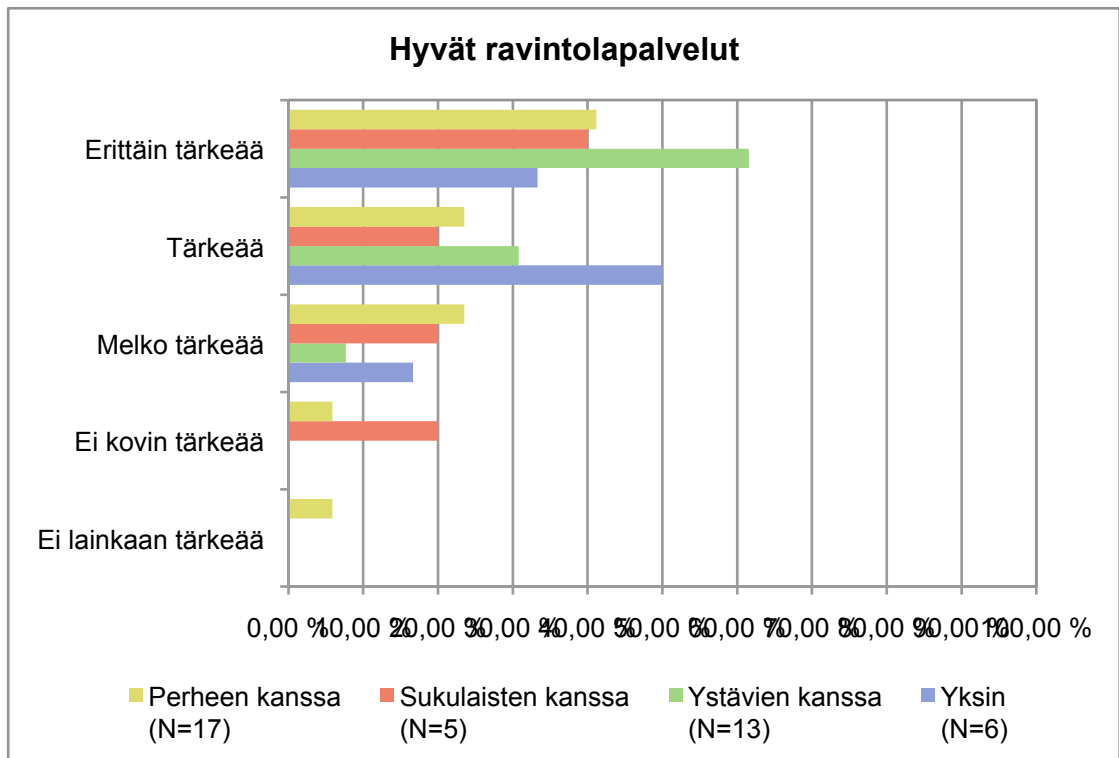
KUVA 21. Hyvien melonta mahdollisuuksien merkitys matkaseurueelle

Seuraava kaava kuvaa majoitusmahdollisuuksien merkitystä matkustusseurueeseen verraten. Kaavasta käy ilmi, että ainoastaan osa ystävien kanssa, perheen kanssa ja yksin matkustavista koki asian joko ei lainkaan tärkeäksi tai ei kovin tärkeäksi. Sukulaisten kanssa, ystävien kanssa ja perheen kanssa matkaavista suuri enemmistö vastasi hyvien majoitusmahdollisuuksien olevan erittäin tärkeää. Yksin matkaavista enemmistö merkitsi aiheen tärkeäksi. (KUVA 22.)



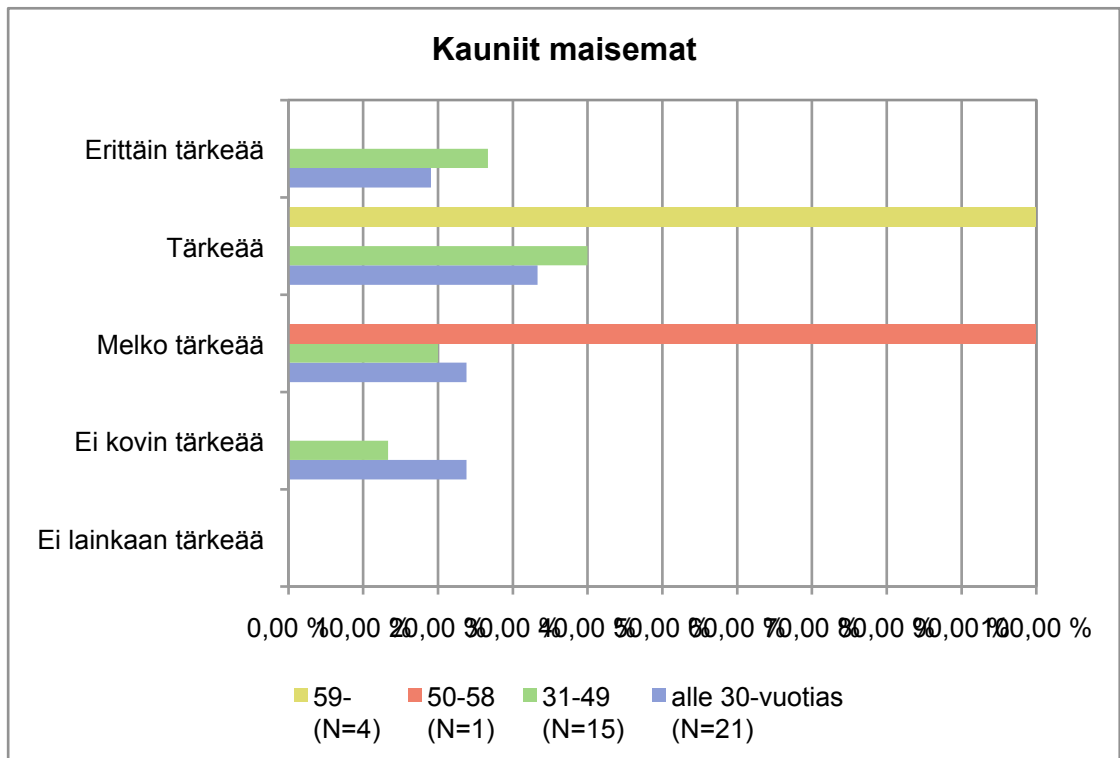
KUVA 22. Hyvien majoitusmahdollisuuksien merkitys matkaseurueelle

Hyvät ravintolapalvelut koettiin pitkälti matkustuseurueesta riippumatta enimmäkseen tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi. Pieni osa perheen kanssa matkustavista vastasi aiheen olevan ei lainkaan tärkeä, kun taas ystävien kanssa matkustavista enemmistö koki aiheen erittäin tärkeäksi. Yksin matkustavien vastaukset jakautuivat enimmäkseen tärkeään tai erittäin tärkeään. (KUVA 23.)



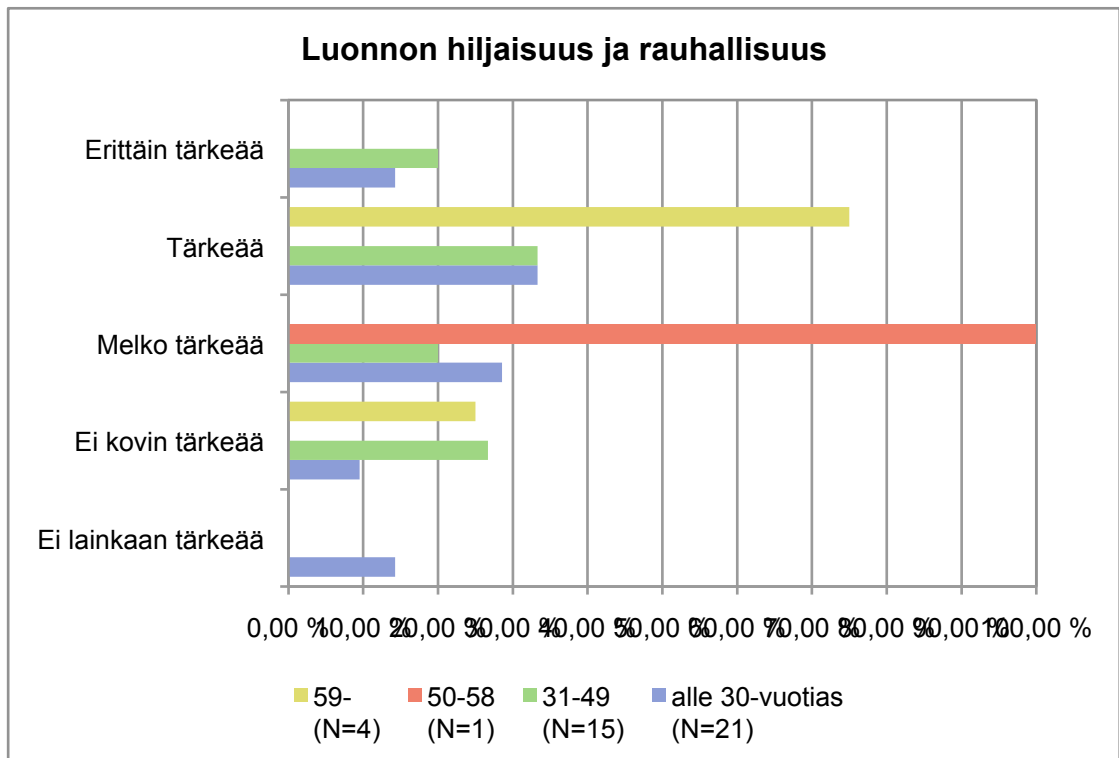
KUVA 23. Hyvien ravintopalvelujen merkitys matkaseurueelle

Seuraavaksi vertasimme kauniiden maisemien merkitystä suhteessa vastaajien ikään. Kukaan vastaajista ei kokenut kauniita maisemia ei lainkaan tärkeiksi. 59-vuotiaat ja sitä vanhemmat kokivat kauniiden maisemien merkityksen tärkeäksi ja 50-58-vuotiaat kokivat aiheen melko tärkeäksi. 31-49-vuotiaat ja alle 30-vuotiaat vastasivat merkityksen olevan melko tasaisesti erittäin tärkeää, tärkeää, melko tärkeää ja ei kovin tärkeää. (KUVA 24.)



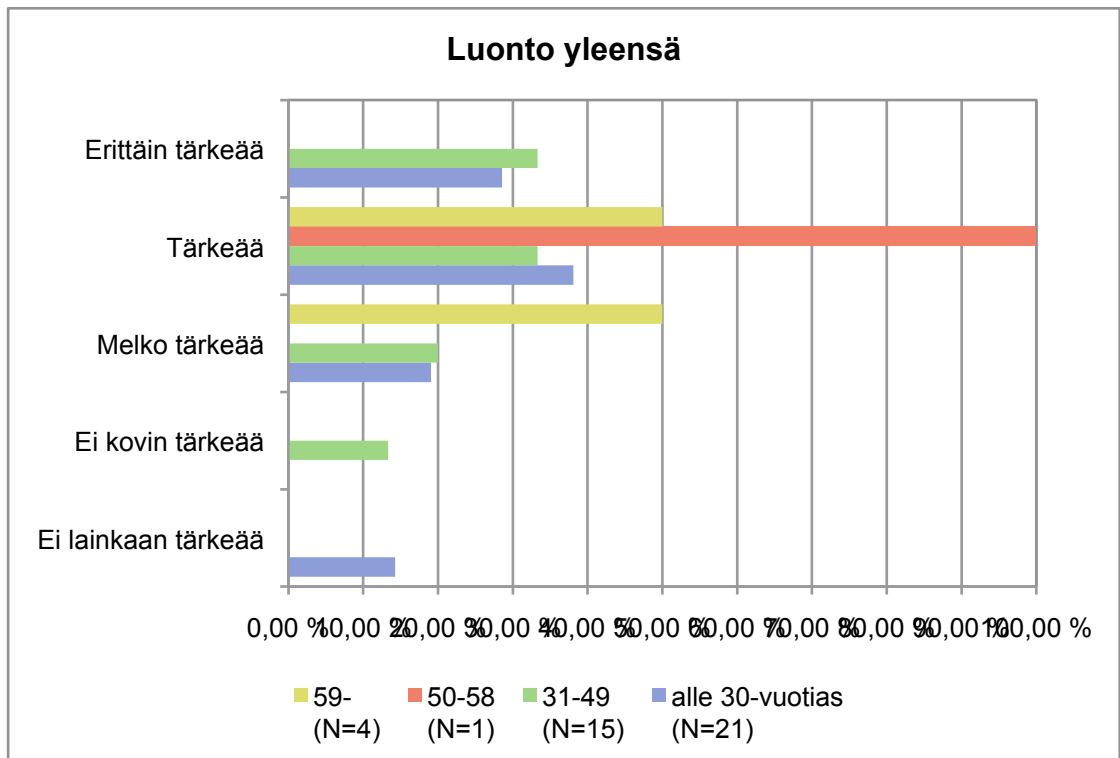
KUVA 24. Kauniiden maisemien merkitys iän mukaan

Alla olevasta kuviosta käy ilmi, että ainoastaan 50-58-vuotiaat pitävät luonnon hiljaisuuden ja rauhallisuuden merkitystä melko tärkeänä, ja alle 30-vuotiaat ovat jakautuneet aiheen merkityksen kannalta kaikille asteille. He ovat myös ainoat, jotka ovat määritelleet aiheen myös ei lainkaan tärkeäksi. 59-vuotiaat ja sitä vanhemmat kertovat merkityksen olevan joko tärkeää tai ei kovin tärkeää. (KUVA 25.)



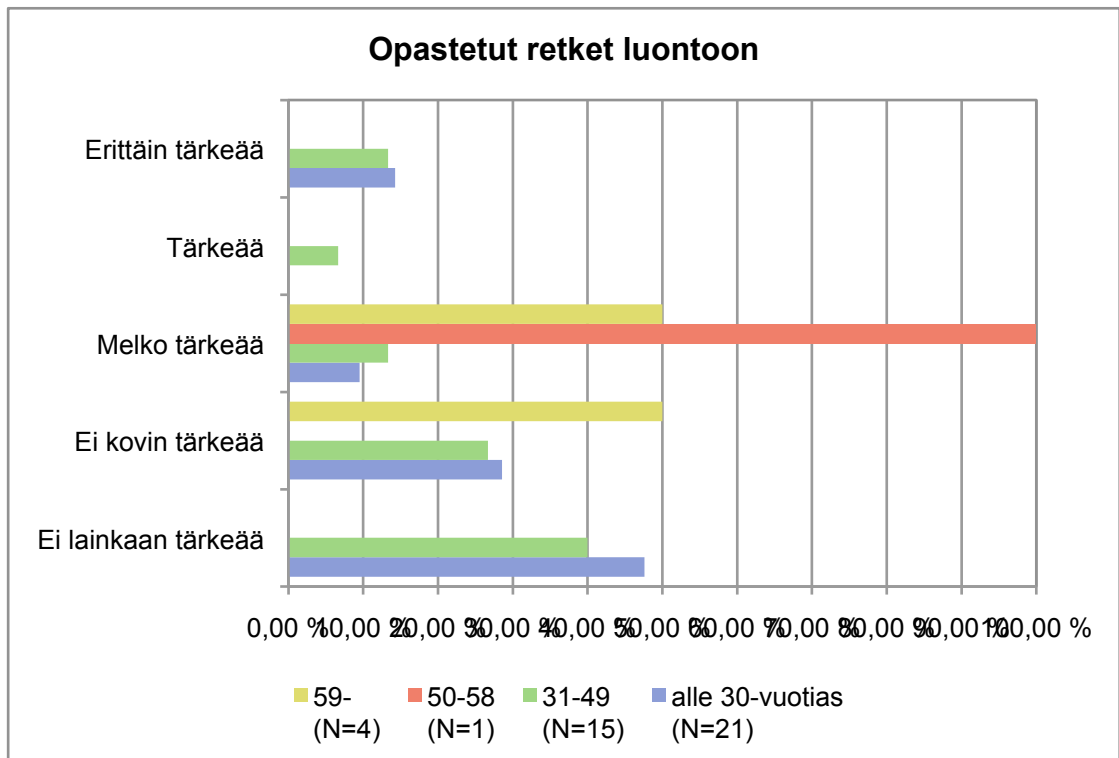
KUVA 25. Luonnon hiljaisuuden ja rauhallisuuden merkitys iän mukaan

Seuraava kuvio esittää merkityksen aiheesta luonto yleensä verrattaessa merkityksen tasoa ikään. Ikäryhmästä riippumatta kaikki vastaajat kertoivat merkityksen olevan tärkeää, kuitenkin 50-58-vuotiaat olivat vastanneet tämän ainoaksi vaihtoehdokseen merkityksistä. Alle 30-vuotiaat ovat ainoa ikäryhmä joka määritteli aiheen myös ei lainkaan tärkeäksi. (KUVA 26.) Tätä kuviota ja muita aiheeseen viittaavia kuvioita tarkastelemalla voisi tehdä päätelmän, että tähän ikäryhmään kuuluvat matkailijat kokevat virkistykseen ja ravintolapalvelut tärkeämmiksi kuin luonnon. Heille siis matkustaminen Tahkollen voi tarkoittaa enemmänkin mahdollisuutta virkistäytymiseen ja ravintolapalveluiden käyttöön.



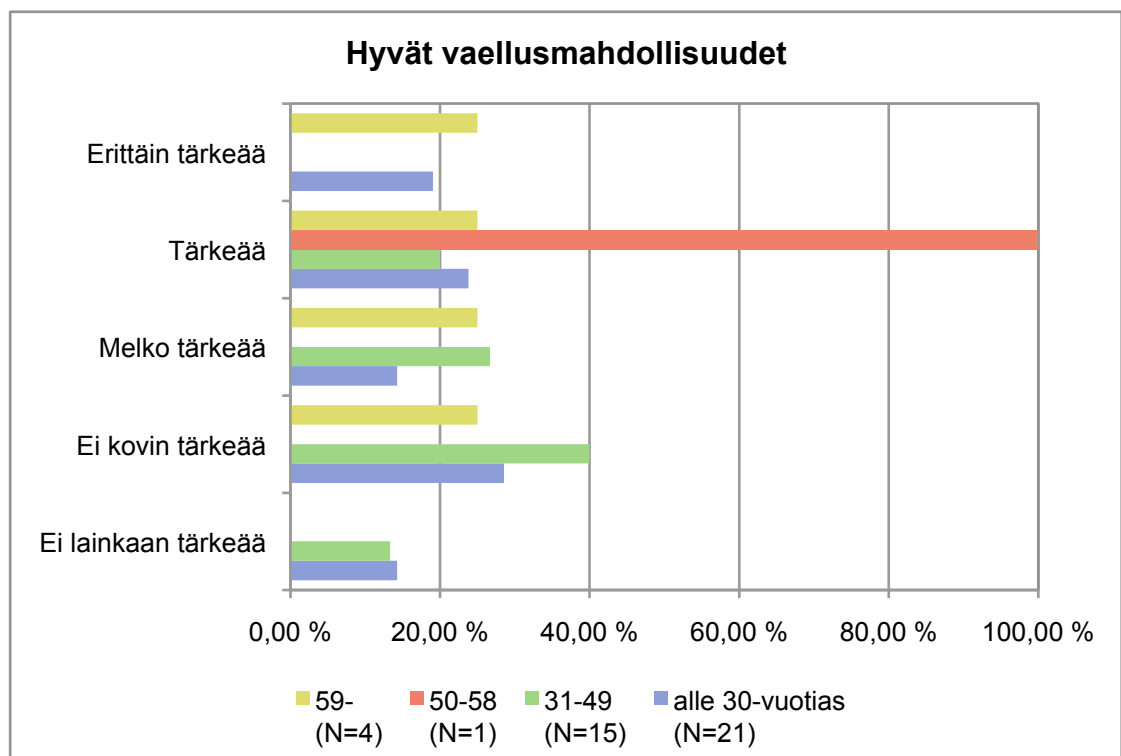
KUVA 26. Luonnon merkitys yleensä iän mukaan

Opastettujen retkien merkitys suhteessa ikään kertoo seuraavaa; 31-49-vuotiaat määrittelevät tämän aiheen merkityksen kaikkiin vaihtoehtoihin, kuitenkin enemmistön vastatessa aiheen olevan ei lainkaan tärkeä. 50-58-vuotiaat vastasivat aiheen olevan pelkästään melko tärkeää, ja 59-vuotiaiden ja sitä vanhempien mukaan aihe on joko melko tärkeä tai ei kovin tärkeä. Alle 30-vuotiaat eivät enimmäkseen pitäneet aihetta merkityksellisenä sillä suurin osa vastaajista on määritellyt aiheen ei lainkaan tärkeäksi. (KUVA 27.)



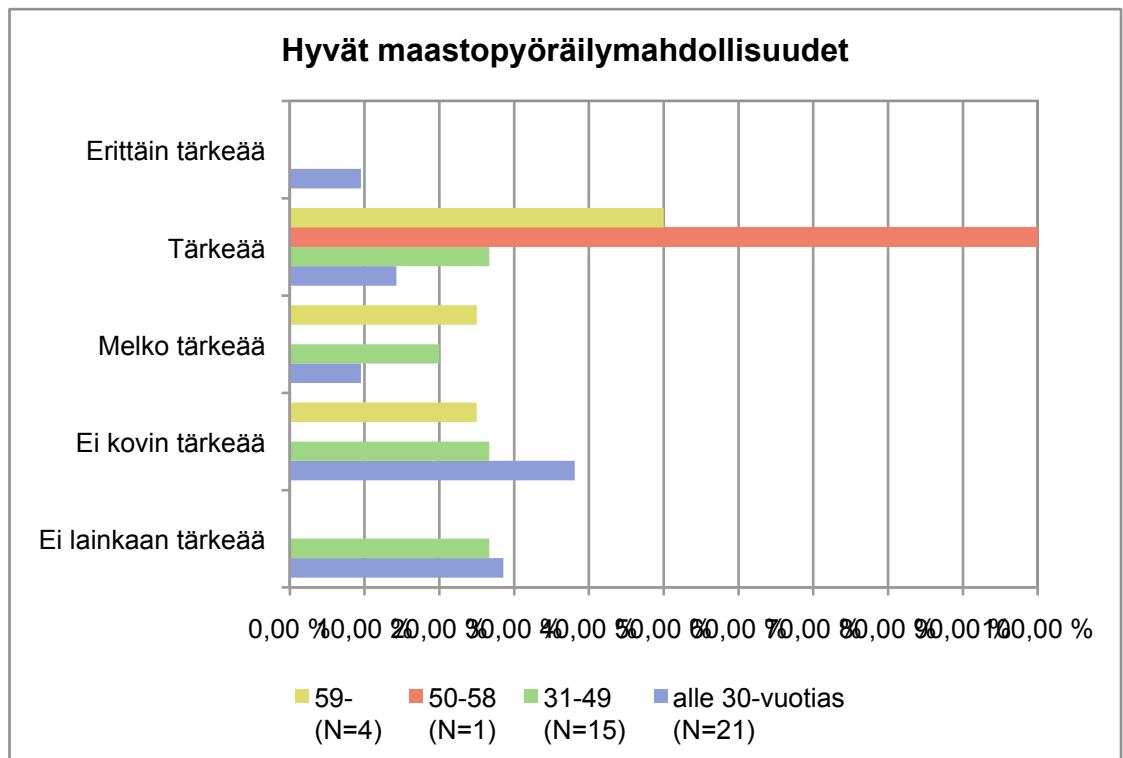
KUVA 27. Opastettujen luontoretkien merkitys iän mukaan

Hyvien vaellusmahdollisuuksien vertaus ikäryhmään kertoo, 50-58-vuotiaiden pitävän asiaa merkityksellisenä, sillä heidän vastauksensa sijoittuvat ainoastaan tärkeään. Ei lainkaan tärkeänä aihetta pitivät alle 30-vuotiaat sekä 31-49-vuotiaat. Erittäin tärkeänä aihetta taas pitivät 59-vuotiaat ja sitä vanhemmat ja alle 30-vuotiaat. (KUVA 28.)



KUVA 28. Hyvien vaellusmahdollisuuksien merkitys iän mukaan

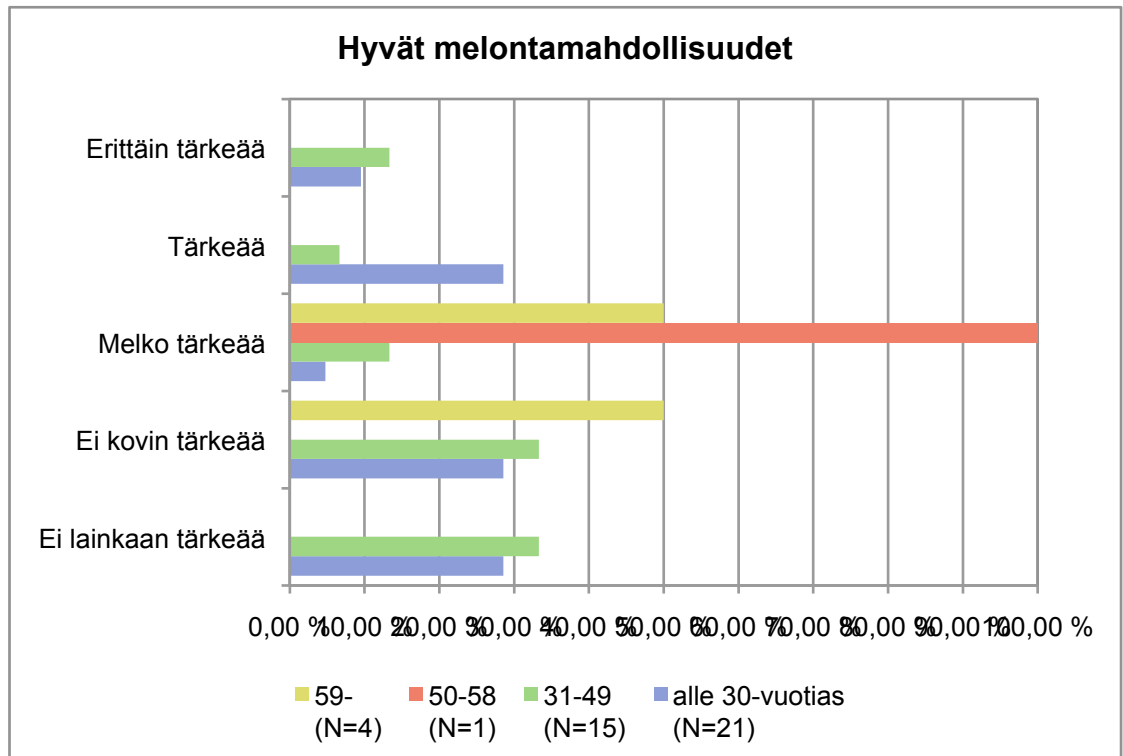
Maastopyöräilymahdollisuuksien vertaaminen ikäryhmään kyselyssämme kertoo alle 30-vuotiaiden jakautuvan aiheen merkityksellisyyden kannalta kaikkiin vaihtoehtoihin, kuitenkin ei kovin tärkeän ja ei lainkaan tärkeän saadessa eniten vastauksia. He olivat myös ainoa ikäryhmä, joka vastasi aiheen olevan osalle vastaajista erittäin tärkeä. Tässäkin 50-58-vuotiaat vastaajat pitivät aihetta merkityksellisyydessään tärkeänä. 59-vuotiaat ja sitä vanhemmat kokivat maastopyöräilymahdollisuuksien olevan heille joko ei kovin tärkeitä, melko tärkeitä tai tärkeitä. Ikäryhmä 31-49-vuotiaat kokivat tämän asian olevan heille eniten tärkeää, mutta myös osittain melko tärkeää tai ei kovin tärkeää. (KUVA 29.)



KUVA 29. Hyvien maastopyöräilymahdollisuuksien merkitys iän mukaan

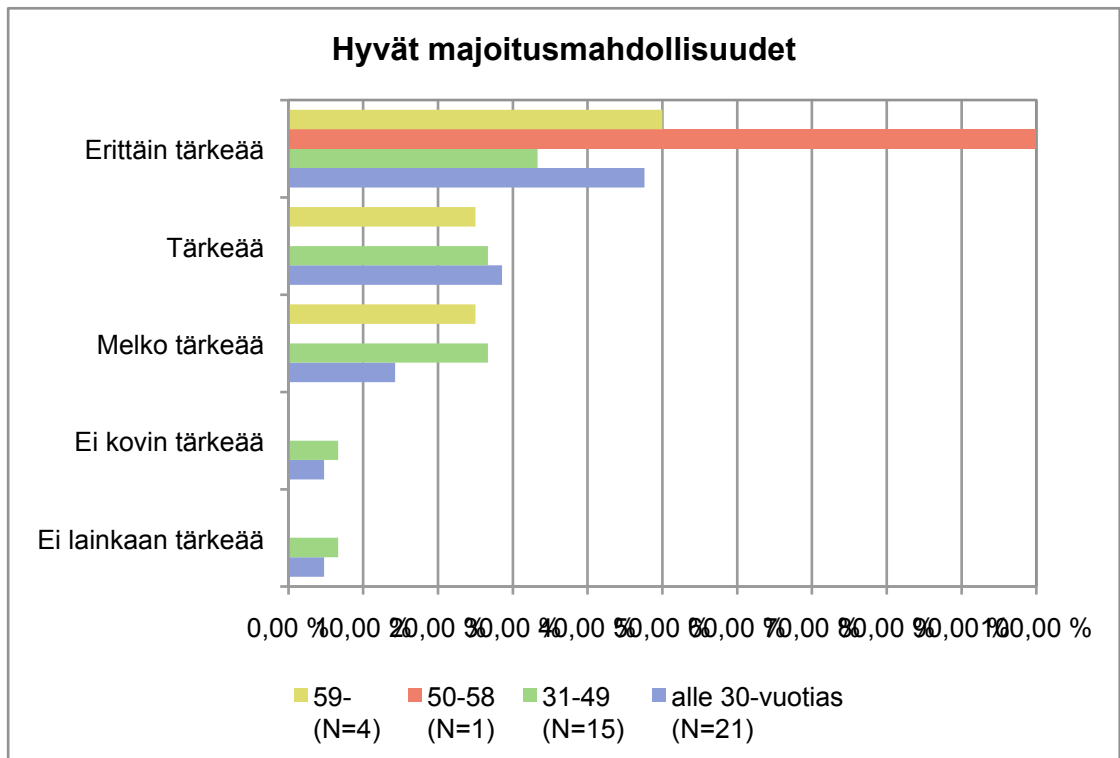
Hyvien melontamahdollisuuksien merkitys suhteessa ikäryhmään kertoo vastaajien ikäryhmästä 50-58-vuotta pitävän tämän asian merkitystä melko tärkeänä. 59-vuotiaat ja sitä vanhemmat kokevat melontamahdollisuudet tasaisesti joko ei kovin tärkeiksi tai melko tärkeiksi. Alle 30-vuotiaat vastaajat määrittelevät aiheen eniten joko ei kovin tärkeäksi tai ei lainkaan tärkeäksi, mutta myös osittain melko tärkeäksi, tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi. 31-49-vuotiaat vastasivat melontamahdollisuuksien olevan myös

enimmäkseen ei kovin tai ei lainkaan tärkeää, mutta tässä ikäryhmässä vastaukset jakautuivat myös melko tärkeään, tärkeään ja erittäin tärkeään. (KUVA 30.)



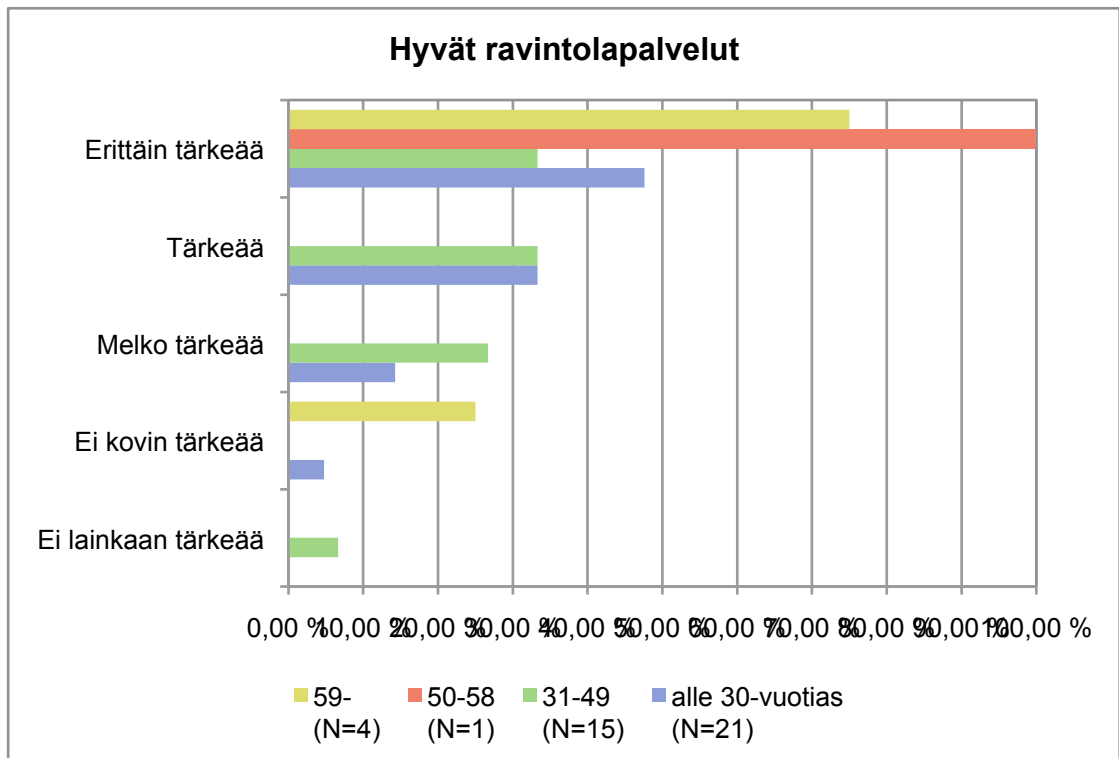
KUVA 30. Hyvien melontamahdollisuuksien merkitys iän mukaan

Alla olevassa kuviossa esitämme hyvien majoitusmahdollisuuksien merkityksen suhteessa ikään. Ikäryhmä 50-58-vuotiaat vastasivat aiheen olevan erittäin tärkeä. Muutkin ikäryhmät vastasivat majoitusmahdollisuuksien merkityksen enimmäkseen erittäin tärkeäksi. Alle 30-vuotiaista ja 31-49-vuotiaista pieni osa vastasi aiheen olevan myös ei kovin ja ei lainkaan tärkeä. 59-vuotiaat ja sitä vanhemmat kokivat aiheen erittäin tärkeän lisäksi melko tärkeäksi ja tärkeäksi. (KUVA 31.)



KUVA 31. Hyvien majoitusmahdollisuuksien merkitys iän mukaan

Seuraava kuvio esittää ikäryhmittäin hyvien ravintolapalveluiden merkitystason vastaajille. Ikäryhmä 50-58-vuotiaat pitävät tätä aihetta ainoastaan erittäin tärkeänä, kun taas 31-49-vuotiaista pieni osa pitää aihetta myös ei lainkaan tärkeänä. 31-49-vuotiaat kokivat aiheen myös melko tärkeäksi, tärkeäksi ja erittäin tärkeäksi. Alle 30-vuotiaat määrittivät aiheen merkityksen olevan ei kovin tärkeää, melko tärkeää, tärkeää ja erittäin tärkeää. 59-vuotiaat ja sitä vanhemmat vastasivat aiheen olevan heille merkitykseltään eniten erittäin tärkeää, osittain myös ei kovin tärkeää. (KUVA 32.)



KUVA 32. Hyvien ravintolapalvelujen merkitys iän mukaan

8 POHDINTA

Opinnäytetyömme tutki Tahkon talvimatkailijoiden näkökulmaa luonnon merkityksestä ja kohdevalinnan sekä motivaatioiden syitä matkustettaessa Tahkolla kesällä. Tutkimusaineistoa keräsimme talvimatkailijoilta, jotta tietäisimme miten saisimme juuri heidät valitsemaan Tahkon myös kesällä matkustuskohteekseen.

Luonnon merkityksiä tutkimme vetovoimatekijöiden kautta. Tiesimme luonnon olevan keskeinen osa-alue Tahkon matkailukeskuksessa, joten tutkimustuloksissa oletusarvonamme oli, että luonto on merkitykseltään tärkeä tekijä matkailijoiden valitessa matkustuskohdetta. Tutkimuksessa saamamme tulokset vastasivat oletuksiamme.

Potentiaalisia kohderyhmiä tutkiessa iän ja matkaseurueen kautta voimme huomata tuotekehitystä ajatellen, että sukulaisten kanssa matkustajat ja yksin matkustajat pitävät luontoa tärkeänä asiana matkustuskohdetta valittaessa. Yllä esitetyistä kuvioista voidaan päätellä, tuotekehitystä ajatellen seuraavaa:

Opaspalveluita voi kehittää perheille, ystävien kanssa ja yksin matkustaville henkilöille. Opaspalvelut tulee keskittää luontoon, sillä riippumatta matkustusseurueesta vas-

taajat kokevat luonnon tärkeäksi.

Suunnittelussa voi kuitenkin esiintyä ristiriita, sillä vain muutamat kokivat opastetut retket luontoon tärkeäksi. Tällaista palvelua voi kuitenkin kehittää yksin ja ystävien kanssa matkustaville. Ystävien kanssa matkustavista osa on mahdollisesti ollut myös työtovereiden kanssa matkalla, joten tuote voisi olla kehittämiskelpoinen ajatellen yritysten työ- ja hyvinvointipäiviä. Tähän tuotteeseen voi yhdistää myös vaelluksen, sillä opastetut retket luontoon sisältävät helposti myös käsitteen vaellus.

Tulosten perusteella maastopyöräilyä ja melontaa ei tule nostaa korkeaan asemaan tuotekehityksessä. Tuotteeseen voi liittää mahdollisuuden myös näistä osa-alueista, mutta kuitenkin keskittää palvelun ja tuotteen vaellukseen ja luontoon yleensä. Yksin matkustavista muutamat kokivat aiheet maastopyöräily ja melonta tärkeiksi, joten nämä osa-alueet sisältävää tuotetta kannattaa kehittää yksinmatkaajille, huomioiden samalla sosiaalisten suhteiden tärkeyden. Esimerkiksi, muutaman henkilön ryhmissä tapahtuva itse asiaan (maastopyöräily/melonta) keskittyvä tuote tai hieman isomman ryhmän kanssa tapahtuva retki.

Tuotekehityksessä tulee ottaa huomioon myös vastaajien ikäjakaumaa; esimerkiksi kauniiden maisemien, luonnon hiljaisuuden ja rauhan sekä luonnon yleensä merkitys on tärkeä ikäryhmästä riippumatta. Tuotekehitystä ajatellen siis, kauniita maisemia ja kesän rauhallisuutta ja hiljaisuutta Tahkon alueella tulee korostaa. Tahkolta löytyy myös todella paljon luontoa, jota on hyvä markkinoida.

Tuotekehityksen kannalta tuloksia tarkastellen voi myös huomata terveyden olevan tärkeä osa-alue vastaajille. Terveystä puhutaankin nykyään paljon. Tämäkin asia tulee siis ottaa huomioon; tuote voi olla esimerkiksi fyysistä terveyttä edistävää vaativampaa vaellusta, tai henkistä hyvinvointia vaalivaa luontoon tutustumista.

Terveyden lisäksi urheilu koettiin tärkeänä. Mielestämme kuitenkin terveys ja urheilu kulkevat samaa linjaa; urheilu ja liikkuminen edesauttavat omaa terveyttä.

Yleisesti ottaen, tutkimuksemme tulokset vastasivat riittävästi tutkimuskysymyksiimme ja saimme uutta tietoa haluamastamme aiheesta. Asettamiimme tutkimuskysymyksiin saimme vastaukset, joiden avulla tuotekehitystä on mahdollista lähteä kehittämään eteenpäin. Näitä seikkoja ajatellen koemme tutkimuksemme olleen onnistunut.

Jatko- tai lisätutkimuksia ajatellen voisi tutkia esimerkiksi minkälaisia opaspalveluita tulisi kehittää perheille, ystäville ja yksinmatkustajille. Luontoitseisarvona ollessa hyvin tärkeä voisi tehdä laadullisen tutkimuksen haastattelumenetelmällä ja päästä lähemmäksi matkailijoiden mielikuvaa siitä mitä he haluavat luonnossa koettavan. Yritysten työ- ja hyvinvointipalveluita ajatellen yhteistyöllä voitaisiin tehdä määrällinen tutkimus esimerkiksi yritykseen. Etukäteen kartoittamalla paremmin vaelluksen syvempiä ajatuksia ja esimerkiksi liikunta- ja hyvinvointimatkailua, voidaan määrällisen tutkimuksen pohjalta mahdollisesti kehittää tuote, jota voidaan testata yrityksen työntekijöillä.

Vaikeuksia tutkimusta tehdessämme koimme tulosten keruussa. Lomakkeiden oli alun perin tarkoitus olla esillä vain kahden viikon ajan, mutta vastausten vähyyden vuoksi jatkoimme aikaa vielä viikolla eteenpäin. Määrälliseen tutkimukseen nähden koemme vastausmäärän jääneen hieman liian pieneksi. Vaikka vastausmäärä jäi pienehköksi, saimme riittävästi vastauksia jotta pystyimme analysoimaan tutkimuksemme.

Aikataulullisesti opinnäytetyön toteuttamisprosessi oli haastava, molempien työskennellessä eri kaupungeissa tutkimustyön kanssa yhtä aikaisesti. Olemme myös molemmat olleet hetken poissa aktiivisesta opiskelusta. Tämä osaltaan vaikeutti prosessin etenemistä ja teki siitä haasteellisen.

LÄHTEET

Heikkilä, Tarja 2004. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hemmi, Jorma 2005. Osa 1: Matkailu, ympäristö ja luonto. Jyväskylä: Gummeruksen Kirjapaino Oy.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi

Järviluoma, Jari 2006. Turistin luonto. Tutkimus luonnon merkityksestä matkailun vetovoimatekijänä neljässä Lapin matkailukeskuksessa. PDF- dokumentti.

<http://www.ulapland.fi/loader.aspx?id=92291342-c683-41ac-8131-9fc860dc3912>

Kajaanin ammattikorkeakoulu. 2014. WWW-dokumentti.

<http://www.kamk.fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Otantamenetelma>

Kampmann, Tiina 2014. Tahkolle kahdeksan hehtaarin liikunta- ja aktiviteettipuisto.

TahkoNews Kesä 2014. WWW-dokumentti.

http://issuu.com/tahkonews/docs/tahkonewskes__2014

Kuopion kaupunginosat. 2015. Nilsia. WWW-dokumentti.

<http://kuopionkaupunginosat.fi/nilsia>. Luettu 15.11.2014.

KvantiMOTV. 2002. Mittaaminen: Mittarin luotettavuus. WWW-dokumentti.

<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/mittaaminen/luotettavuus.html#opera> Päivitetty 2.7.2002. Luettu 14.5.2015.

Menetelmäopetuksen tietovaranto. 2012. KvaliMOTV kvalitatiivisten menetelmien verkko-oppikirja. Anita Saaranen-Kauppinen & Anna Puusniekka. 2009. PDF-dokumentti. http://www.fsd.uta.fi/fi/julkaisut/motv_pdf/kvalimotv.html Päivitetty 22.11.2012. Luettu 14.5.2015.

Saarinen, Jarkko & Järviluoma, Jari (toim.) 2001. Luonnon matkailu- ja virkistyskäyttö tutkimuskohteen. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 796. Saarijärvi: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Saarinen, Jarkko & Järviluoma, Jari (toim.) 2002. Luontomatkailukohteenä: virkistystä ja elämyksiä luonnosta. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 866: 5-9. Rovaniemi: Rovaniemen painatuskeskus Oy.

Saarinen, Jarkko & Järviluoma, Jari (toim.) 2001. Luonnon matkailu- ja virkistyskäyttö tutkimuskohteen. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 796. Saarijärvi: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Tahko 2030 kehittämissuunnitelma. 2011. Nilsiä kaupunki. Raportti.
<http://tahko2030.fcg.fi/tahko2030/> Päivitetty: 12.9.2011. Luettu 27.11.2014

TAHKOcom. 2014. WWW-dokumentti. <https://www.tahko.com/index.php>. Luettu 17.11.2014. Päivitetty 2014.

Tahkon matkailun tunnuslukuja. 2012. Tahkon Markkinointi Oy. PDF-dokumentti.
<http://www.arttravelconsulting.com/tuoteryhmat/documents/Tahko0612.pdf> Päivitetty 2012. Luettu 27.11.2014.

Tahkorinteiden hiihtokoulu. 2014. WWW-dokumentti.
<http://www.tahkonrinteidenhiihtokoulu.fi/fi/esittely> Luettu 17.11.2014.

Tilastokeskus. 2014. Matkailija. WWW-dokumentti: Luettu 11.11.2014.
<http://www.stat.fi/meta/kas/matkailija.html>

Vilka, Hanna 2005. Tutki ja kehitä. Keuruu: Tammi

Vilka Hanna 2007. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Valli, Raine 2001. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerrus

Verhelä, Pauli 2014. Matkailun perusteet. Kuopio: SH Traveledu Oy.

Vuoristo, Kai-Veikko 2000. Matkailun Muodot. Porvoo: WOSY.

.

Kysymyslomake

Hei!

Olemme matkailualan opiskelijoita Mikkelin Ammattikorkeakoulusta ja teemme tutkimusta osana opinnäytetyötämme.

Tahkon alueelta löytyy paljon luonnonympäristöä ja monia mahdollisuuksia, joita hyödyntämällä voitaisiin myös Tahkon kesämatkailua kehittää.

Tavoitteenamme on selvittää matkailijoiden motivaatiotekijöitä matkalle lähtemiseen ja luonnon merkitystä. Tätä varten olemme laatineet kyselylomakkeen, jonka ensimmäinen osio käsittelee motivaatiotekijöitä ja toinen osio luonnon merkitystä. Lomake tulee täyttää henkilökohtaisesti ja vastausvaihtoehdot ympyröidä.

Ystävällisin terveisin,

Ella Hämäläinen ja Amanda Viiala

OSIO 1.**1. Sukupuoli**

- a) Mies
- b) Nainen

2. Mikä on ikäsi

- a) alle 30 vuotias
- b) 31-49
- c) 59-

3. Mikä on matkaseurueesi ?

- a) Yksin
- b) Ystävien kanssa
- c) Sukulaisten kanssa
- d) Perheen kanssa,
Kuuluuko perheeseen kouluikäisiä lapsi? Kyllä / Ei (Ympyröi kyllä tai ei vastaus)

4. Oletko sinä,

- a) Opiskelija
- b) Työtön
- c) Työssä käyvä
- d) Eläkeläinen
- e) Yrittäjä?

5. Jos matkustatte tai matkustaisitte Tahkolle kesällä, kuinka tärkeänä koette nämä asiat?

- 1) Virkistys
 - (a) Ei lainkaan tärkeää
 - (b) Ei kovin tärkeää
 - (c) Melko tärkeää
 - (d) Tärkeää
 - (e) Erittäin tärkeää
- 2) Terveys
 - (a) Ei lainkaan tärkeää
 - (b) Ei kovin tärkeää
 - (c) Melko tärkeää
 - (d) Tärkeää
 - (e) Erittäin tärkeää
- 3) Urheilu
 - (a) Ei lainkaan tärkeää
 - (b) Ei kovin tärkeää
 - (c) Melko tärkeää
 - (d) Tärkeää
 - (e) Erittäin tärkeää
- 4) Huvittelu
 - (a) Ei lainkaan tärkeää
 - (b) Ei kovin tärkeää
 - (c) Melko tärkeää

- (d) Tärkeää
(e) Erittäin tärkeää
- 5) Mahdollisuus opaspalveluihin
(a) Ei lainkaan tärkeää
(b) Melko tärkeää
(c) Tärkeää
(d) Erittäin tärkeää
- 6) Muu mikä?
- _____
- _____
- _____

6. Kuinka tärkeänä koette tutustua Tahkon alueen kulttuuritarjontaan matkustaessanne Tahkollen kesällä?

- (a) Ei lainkaan tärkeää
(b) Ei kovin tärkeää
(c) Melko tärkeää
(d) Tärkeää
(e) Erittäin tärkeää

7. Kuinka tärkeänä pidätte sosiaalista kanssakäymistä/ihmisten tapaamista matkalla?

- (a) Ei lainkaan tärkeää
(b) Ei kovin tärkeää
(c) Melko tärkeää
(d) Tärkeää
(e) Erittäin tärkeää

8. Kuinka tärkeää teille on unohtaa koti- ja työympäristö matkustaessa Tahkollen kesäisin?

- (a) Ei lainkaan tärkeää
(b) Ei kovin tärkeää
(c) Melko tärkeää
(d) Tärkeää
(e) Erittäin tärkeää

9. Kuinka tärkeä osa valintaa harrastukset ovat matkakohdetta valittaessa?

- (a) Ei lainkaan tärkeää
(b) Ei kovin tärkeää
(c) Melko tärkeää
(d) Tärkeää
(e) Erittäin tärkeää

OSIO 2.

1. Kuinka tärkeää ovat nämä matkustaessa Tahkollen kesällä?

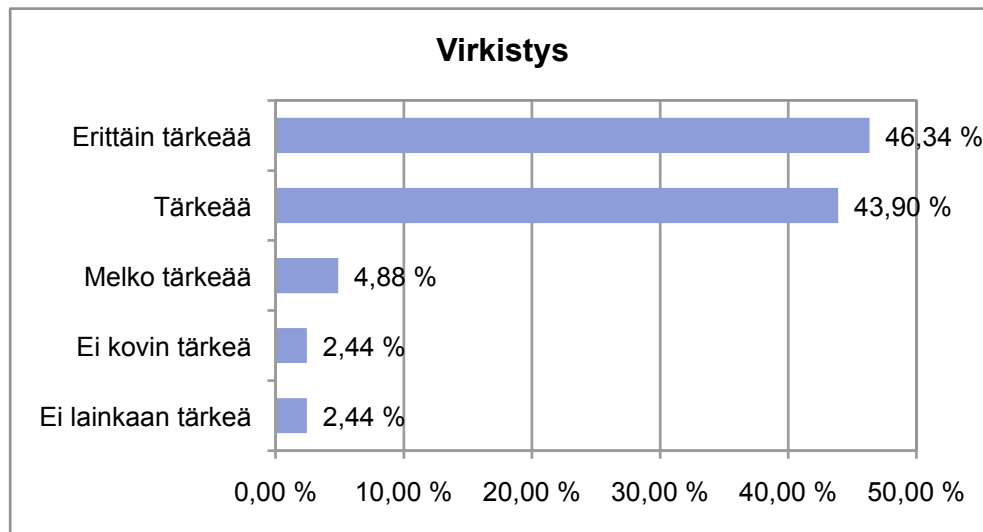
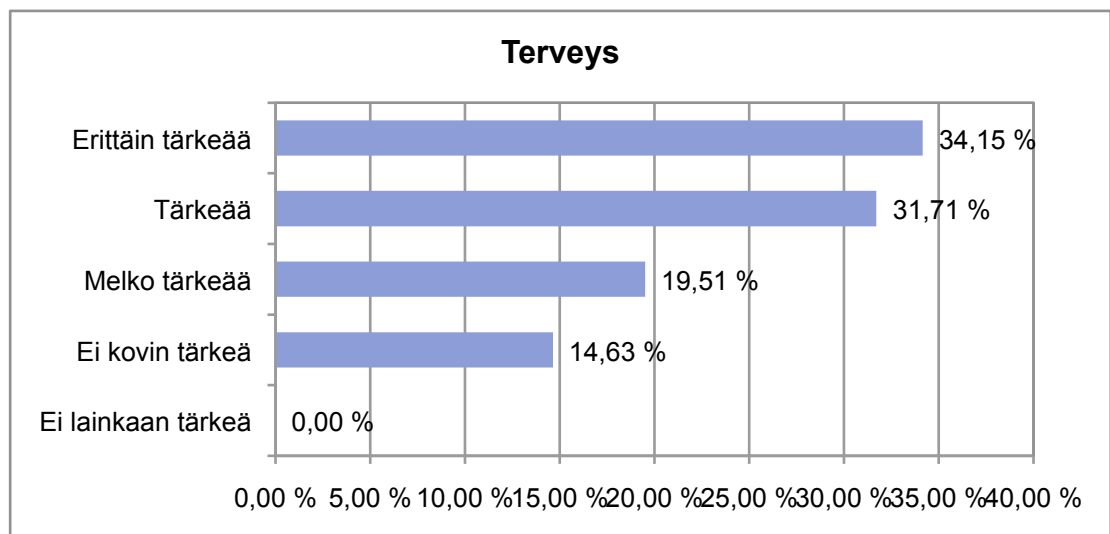
- 1) Kauniit maisemat
(a) Ei lainkaan tärkeää
(b) Ei kovin tärkeää
(c) Melko tärkeää
(d) Tärkeää
(e) Erittäin tärkeää
- 2) Luonnon hiljaisuus ja rauha
(a) Ei lainkaan tärkeää
(b) Ei kovin tärkeää
(c) Melko tärkeää
(d) Tärkeää
(e) Erittäin tärkeää
- 3) Luonto yleensä
(a) Ei lainkaan tärkeää
(b) Ei kovin tärkeää
(c) Melko tärkeää
(d) Tärkeää
(e) Erittäin tärkeää
- 4) Opastetut retket luontoon
(a) Ei lainkaan tärkeää
(b) Ei kovin tärkeää
(c) Melko tärkeää
(d) Tärkeää
(e) Erittäin tärkeää

LIITE 1.
Kysymyslomake

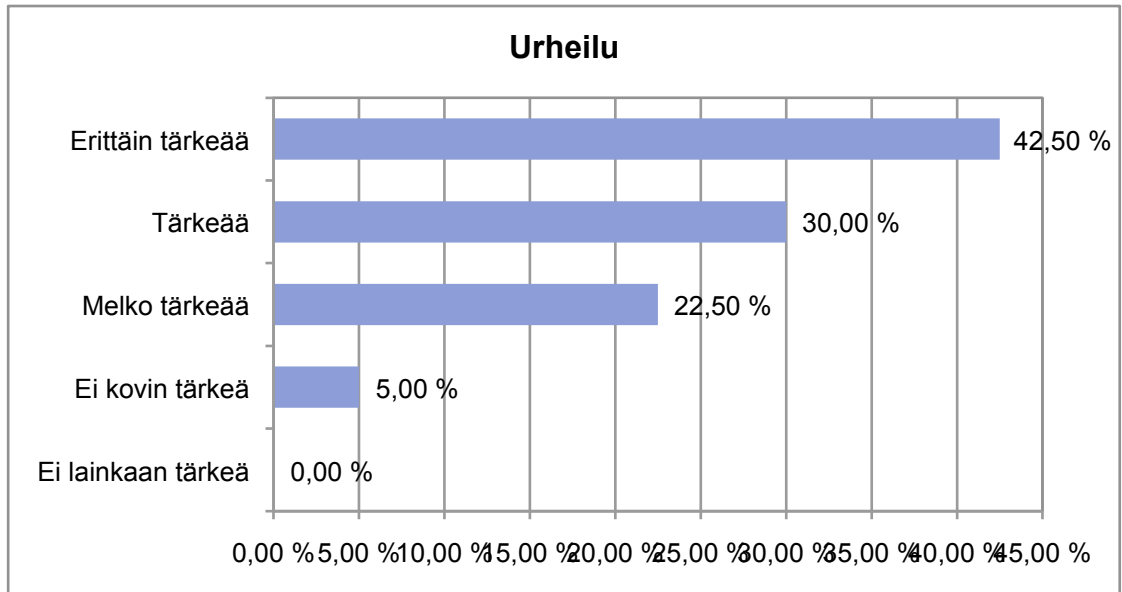
- 5) Hyvät vaellusmahdollisuudet
- (a) Ei lainkaan tärkeää
 - (b) Ei kovin tärkeää
 - (c) Melko tärkeää
 - (d) Tärkeää
 - (e) Erittäin tärkeää
- 6) Hyvät maastopyöräily mahdollisuudet
- (a) Ei lainkaan tärkeää
 - (b) Ei kovin tärkeää
 - (c) Melko tärkeää
 - (d) Tärkeää
 - (e) Erittäin tärkeää
- 7) Hyvät melontamahdollisuudet
- (a) Ei lainkaan tärkeää
 - (b) Ei kovin tärkeää
 - (c) Melko tärkeää
 - (d) Tärkeää
 - (e) Erittäin tärkeää
- 8) Hyvät majoitusmahdollisuudet
- (a) Ei lainkaan tärkeää
 - (b) Ei kovin tärkeää
 - (c) Melko tärkeää
 - (d) Tärkeää
 - (e) Erittäin tärkeää
- 9) Hyvät ravintolapalvelut
- (a) Ei lainkaan tärkeää
 - (b) Ei kovin tärkeää
 - (c) Melko tärkeää
 - (d) Tärkeää
 - (e) Erittäin tärkeää
- 10) Muu, mikä?
-

Kiitos, että osallistuit kyselyymme!
Kaunista kevään jatkoa!

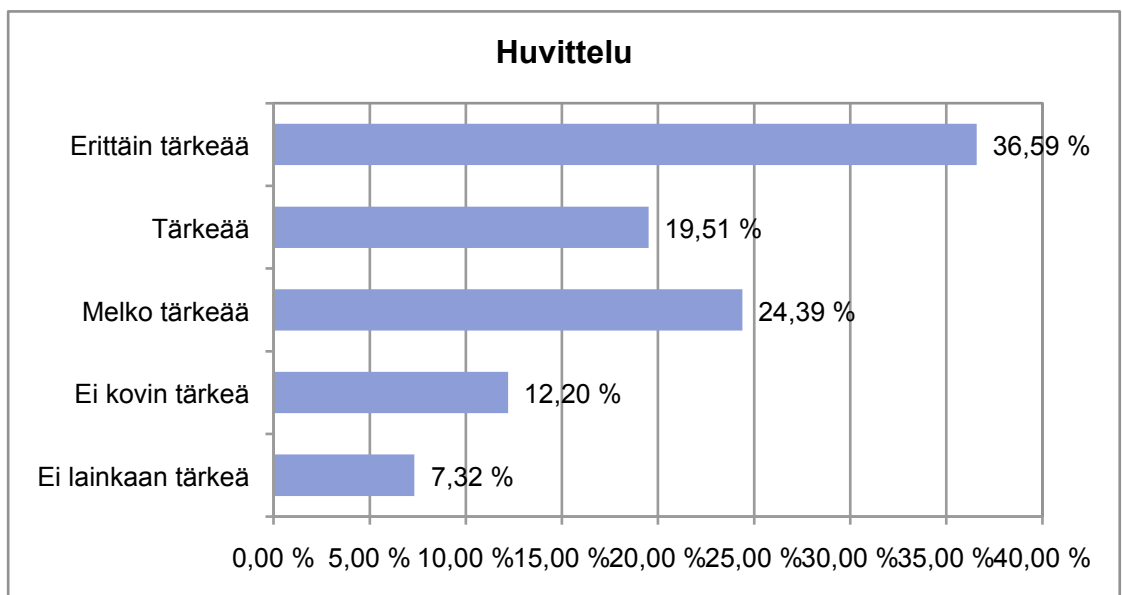
Liitteen nimi ei voi olla monisivuinen liite. Muista nimetä liite ja kirjoittaa sama nimi sisällysluettelosivulle.

KUVA 33. **Virkistys**KUVA 34. **Terveys**

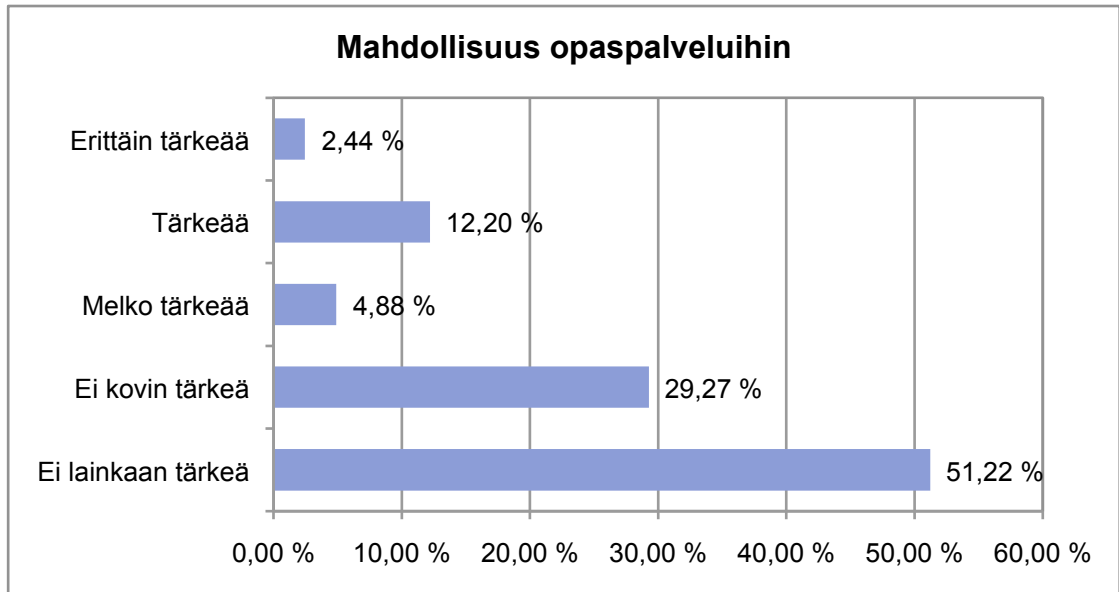
Kaaviot vastauksista



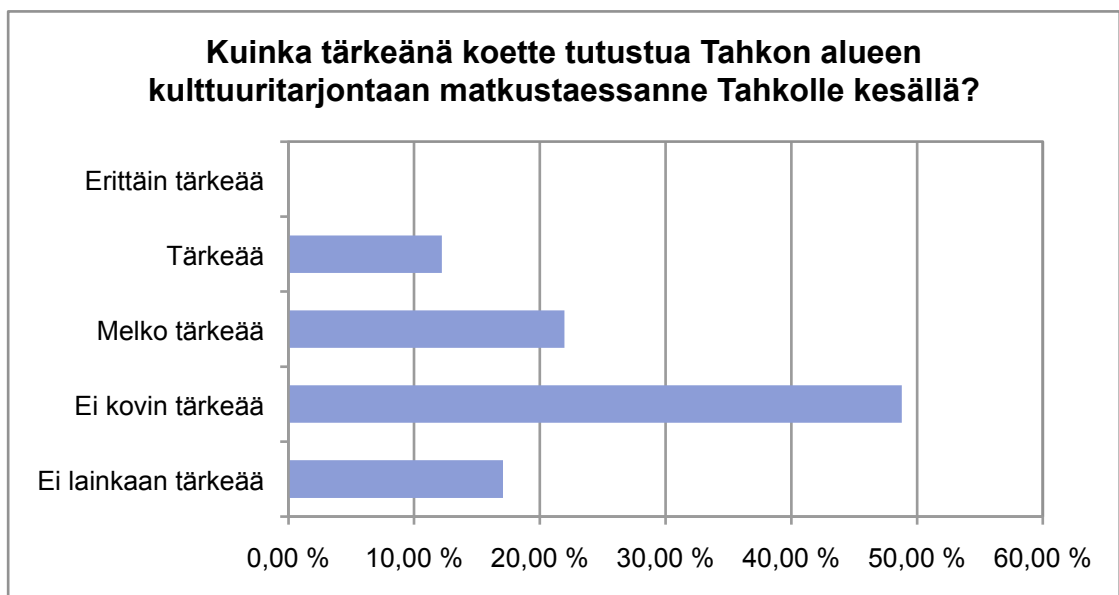
KUVA 35. Urheilu



KUVA 36. Huvittelu



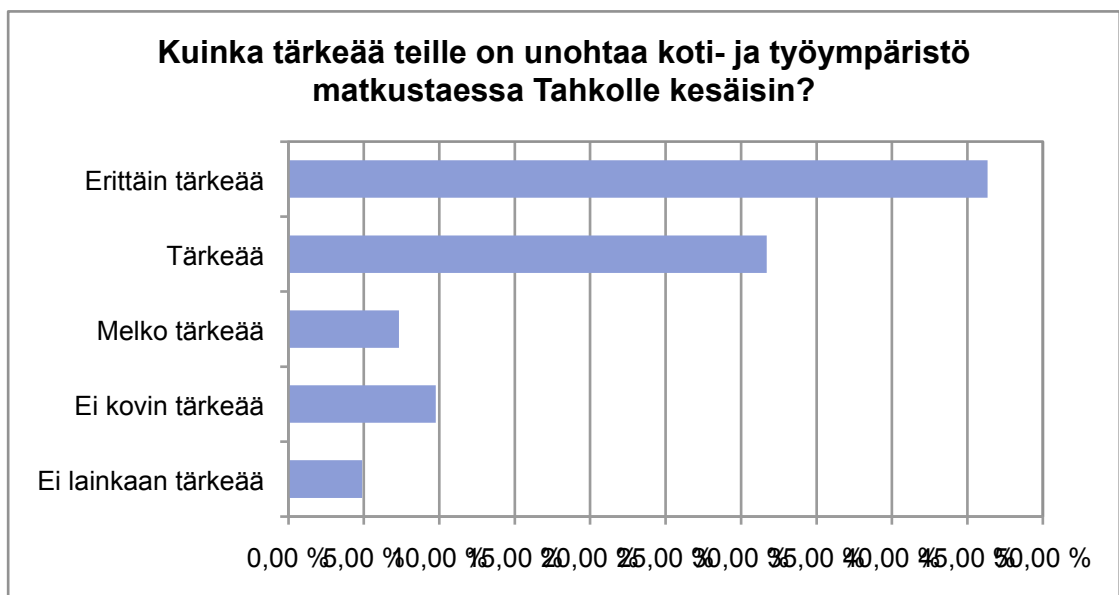
Kuva 47. MAHDOLLISUUS OPASPALVELUIHIN



Kuva 37.

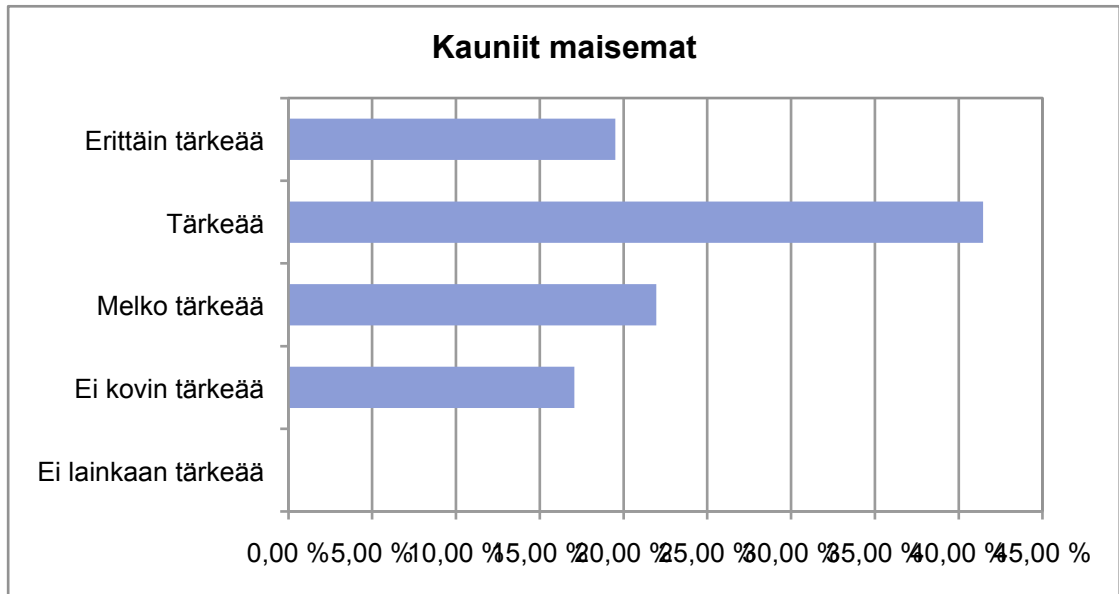


KUVA 38.

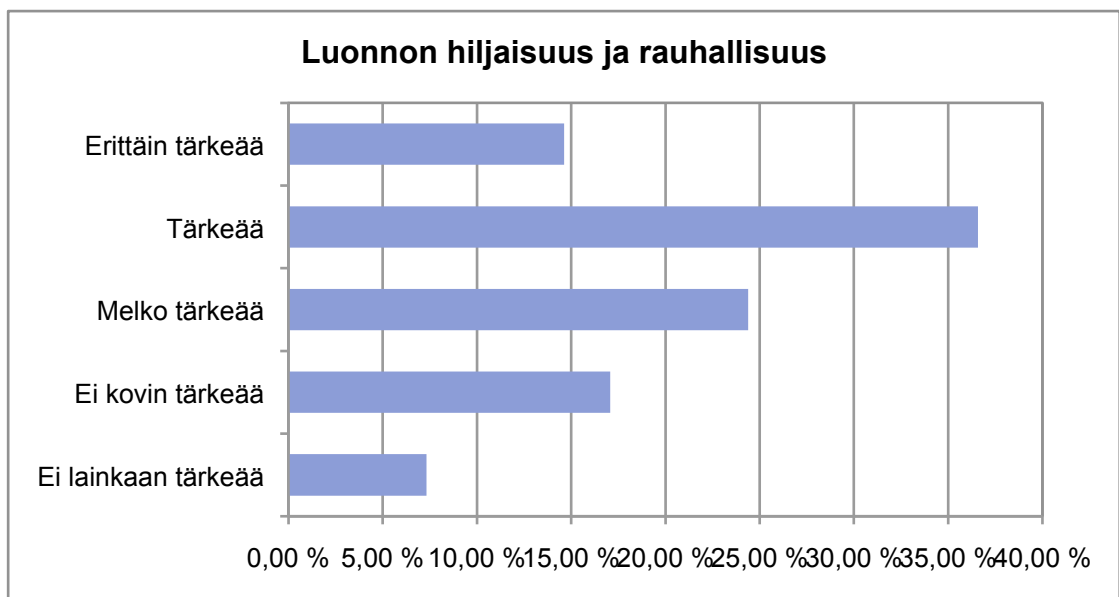


KUVA 39.

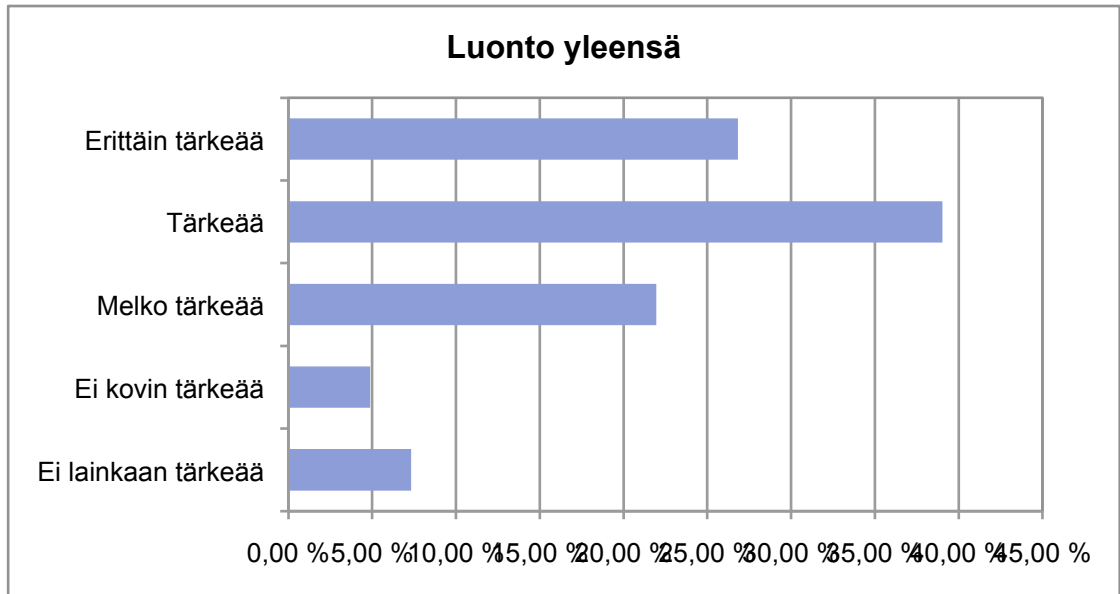




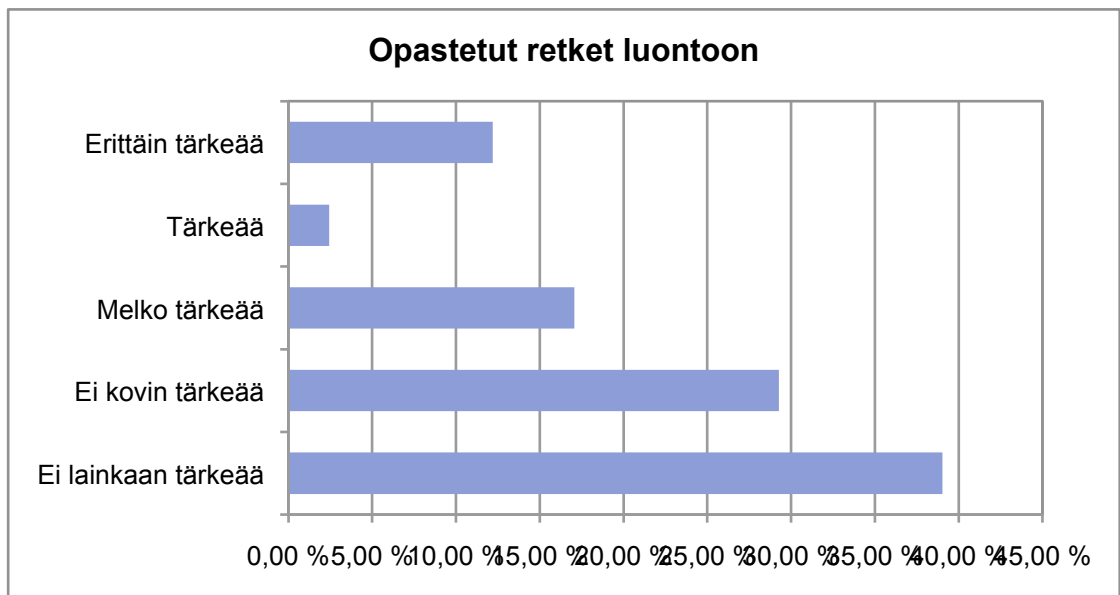
KUVA 40.



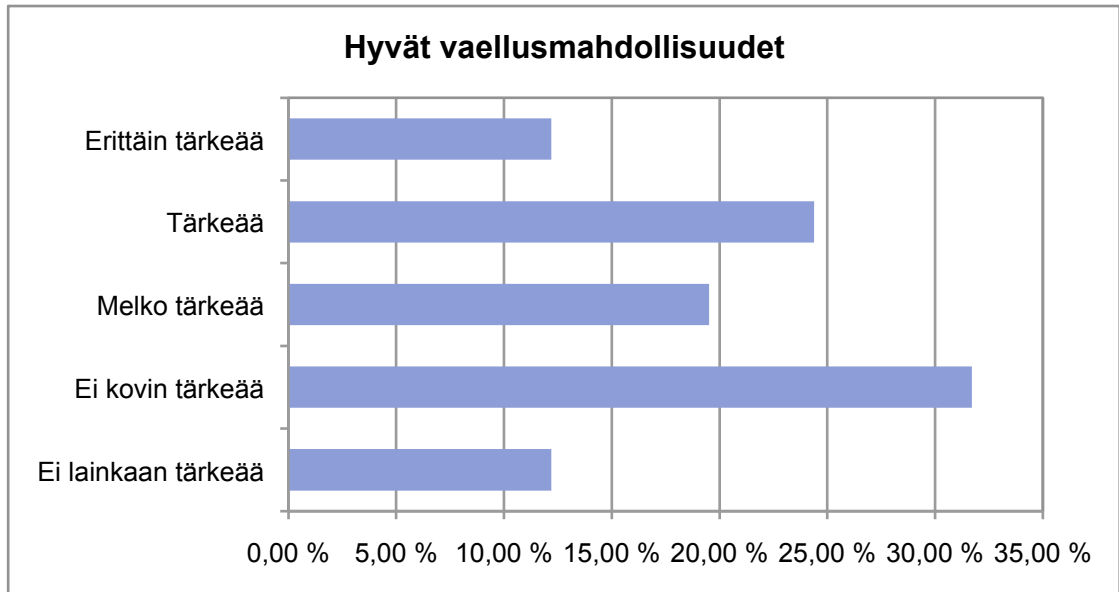
KUVA 41.



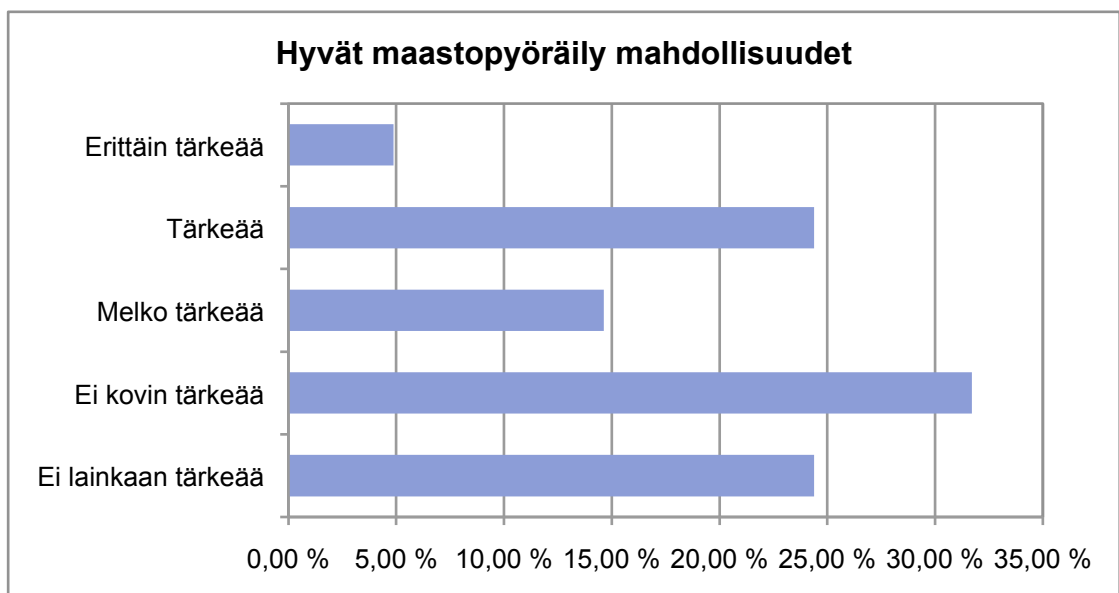
KUVA 42.



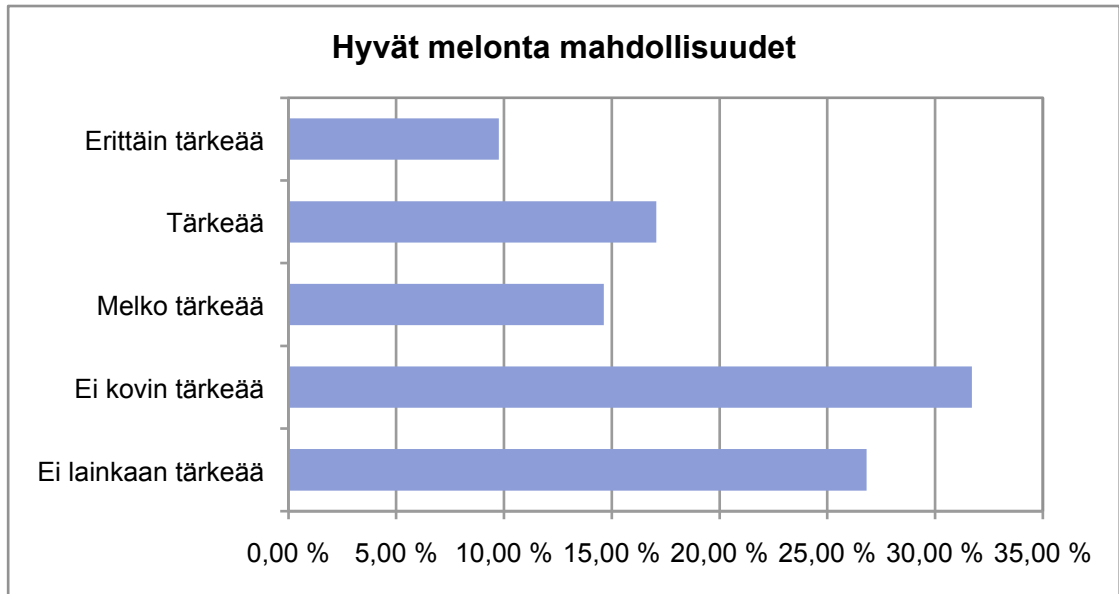
KUVA 43.



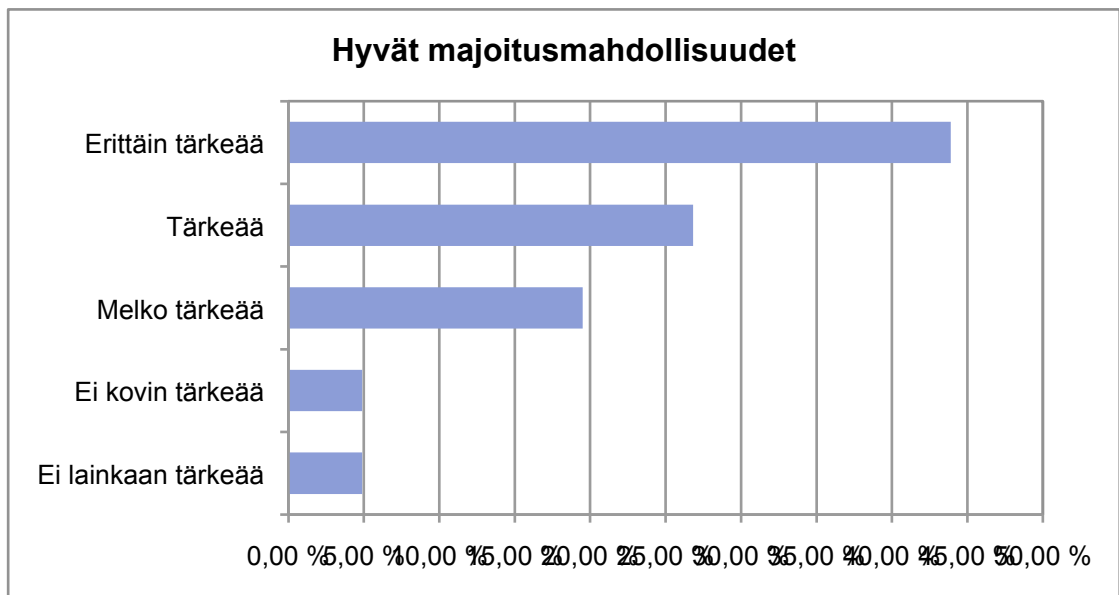
KUVA 44.



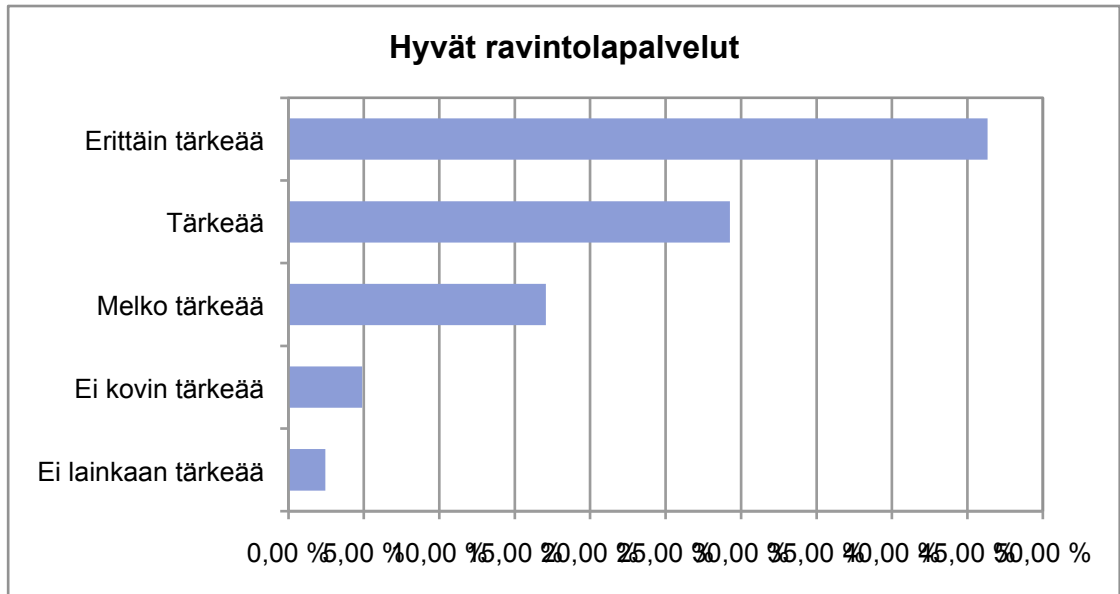
KUVA 45.



KUVA 46.



KUVA 47.



KUVA 48.

LIITE 2(11).
Kaaviot vastauksista