



SAVONIA

■ OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

KOLME NÄKÖKULMAA MATKAILUUN POHJOIS- SAVOSSA

TEKIJÄ/T: Iina Perko

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala			
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma			
Työn tekijä(t) Iina Perko			
Työn nimi Kolme näkökulmaa matkailuun Pohjois-Savossa			
Päiväys	20.5.2015	Sivumäärä/Liitteet	61/3
Ohjaaja(t) Hilkka Lassila			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Savonia-ammattikorkeakoulu			
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyö koostuu kolmesta artikkelista, joista jokaisen rakenne on samanlainen. Ne sisältävät lyhyen taustasuuden, teoreettisen taustoituksen, tutkimustulosten analysoinnin ja yhteenvedon. Artikkeleiden lisäksi opinnäytetyössä on yhteinen johdanto ja pohdintaosuus. Kaikissa tutkimuksissa käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää.</p> <p>Artikkeleiden aiheet käsittelevät Pohjois-Savon matkailua eri näkökulmista ja niiden otsikot ovat 1) Rekisteröimätön majoitusliikekapasiteetti Pohjois-Savossa, 2) Tapahtumien taloudelliset vaikutukset Pohjois-Savossa ja 3) Matkailijoiden rahankäyttö Tahkolla.</p> <p>Ensimmäisessä artikkelissa käydään läpi niiden Pohjois-Savossa olevien majoitusliikkeiden majoituskapasiteettia, jotka eivät raportoi tuloksiaan Tilastokeskukselle. Lisäksi käydään läpi Tilastokeskuksen majoitustilastoja. Teoriaosuus koostuu majoitusmuodoista, majoitusliikkeiden historiasta ja siitä mitä majoitustoiminta nykyään on. Majoitusliikekyselyyn vastauksia saatiin 53 eri majoitusliikkeeltä, joiden tyypillinen majoitusmuoto oli mökkimajoitus ja ympärivuotinen käyttökapasiteetti 30%. Yli puolet vastaajista saa tulonsa pelkästään matkailuliiketoiminnasta.</p> <p>Toisessa artikkelissa selvitetään eri tapahtumien taloudellisia vaikutuksia. Teoriaosuudessa käsitellään pääasiassa tapahtumien taloudellisia vaikutuksia ja analyysiosassa kuvataan tapahtumakävijöiden profiilia. Ulkopaikkakuntalaisten määrä vaihteli suuresti riippuen tapahtumasta ja sen sijainnista. Tapahtumissa oli 15-90% kävijöistä ulkopaikkakuntalaisia. Rahankäyttö vaihteli myös suuresti, paikkakuntalainen käytti rahaa 30-200 euroa, kun taas ulkopaikkakuntalainen 100-500 euroa.</p> <p>Kolmannessa artikkelissa pohditaan Tahkon kävijöiden rahankäyttöä, kuka on tyypillinen Tahkon kävijä ja kuinka paljon he käyttävät siellä rahaa. Teoria muodostuu matkailukeskusten kehittymisestä, Tahkon historiasta ja siitä mitä Tahko on nyt. Kyselyyn vastasi 244 Tahkon kävijää neljän viikon haastattelujanjakson aikana. Tyypillinen Tahkon kävijä on perheellinen työssäkäyvä nainen, joka käyttää rahaa keskimäärin 572,2 euroa ja viiptyy Tahkolla 2 yötä.</p>			
Avainsanat Pohjois-Savo, rekisteröimätön majoituskapasiteetti, Tahko, tapahtumat, matkailu			

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism			
Author(s) Iina Perko			
Title of Thesis Three aspects of tourism in North Savo			
Date	20.5.2015	Pages/Appendices	61/3
Supervisor(s) Hilkka Lassila			
Client Organisation /Partners Savonia University of Applied Sciences			
<p>Abstract</p> <p>This thesis consists of three articles. Every article is constructed the same way: a short introduction, theoretic background, analyzing of results and conclusion. The thesis also has a common general introduction and a reflection part. Quantitative research method is used in all the articles.</p> <p>Three articles cover different aspects of traveling in North Savo and they are: 1) Unregistered capacity of accommodation in North Savo, 2) Economic impacts of events in North Savo and 3) Travelers' use of money in Tahko region.</p> <p>The first article takes a look at the accommodation in North Savo that doesn't inform the Central Statistical Office of Finland of their monthly capacity. It compares the results which are given by the Central Statistical Office of Finland. The theory consists of the history of accommodation and its different forms, as well as what accommodation is nowadays. 53 different accommodation establishments answered the questionnaire. The typical form of accommodation was the cabin and all-year capacity was 30%. Over half of the respondents told that their main source of income was accommodation business.</p> <p>The second article studies the economic impacts of events. The theory focuses mainly on the economic impacts of events and analysis displays the profile of event visitors. The number of visitors from out-of-town varies greatly between events, 15-90% of event visitors were out of town. Use of money also varies between out-of-town visitors and local, locals used between 30-200 euros and out-of-town used between 100-500 euros.</p> <p>The third article reflects upon the use of money in Tahko, who is a typical visitor and how much money he or she uses. The theory consists of theory of tourist centers, history of Tahko and what Tahko is now. The survey collected 244 answers over four-week period. The typical visitor of Tahko is a working female with family, who uses on average 572,20 euros and stays two nights.</p>			
Keywords North Savo, unregistered, accommodation, capacity, Tahko, events, travel			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO/POHDINTA	6
1.1	Matkailusta yleisesti	6
1.2	Aiheet	9
1.3	Tutkimusten toteutus	9
1.4	Pohdinta.....	11
2	ARTIKKELI 1: REKISTERÖIMÄTÖN MAJOITUSLIIKE KAPASITEETTI	13
2.1	Matkailu ja majoitus	13
2.2	Suomen majoitusliikkeiden historia.....	14
2.3	Majoituspalvelut Suomessa	16
2.4	Tutkimustulokset	18
2.4.1	Tilastokeskukselta saadut tulokset.....	18
2.4.2	Rekisteröimättömät majoitusliikkeet Pohjois-Savossa.....	19
2.5	Yhteenveto.....	22
3	ARTIKKELI 2: TAPAHTUMIEN TALOUDELLISET VAIKUTUKSET POHJOIS-SAVOSSA	24
3.1	Tapahtuman määritelmä	24
3.2	Tapahtumien vaikutukset	25
3.3	Tapahtumakävijöiden motiivit	27
3.4	Pohjois-Savon alueen tapahtumat	27
3.5	Yhteenveto.....	30
4	ARTIKKELI 3: MATKAILIJOIDEN RAHANKÄYTTÖ TAHKOLLA.....	32
4.1	Johdanto	32
4.2	Matkailukeskus Tahko	34
4.2.1	Tahkon historia	34
4.2.2	Palveluliiketoiminnan kehittyminen Tahkolla.....	36
4.2.3	Tahko nyt.....	38
4.2.4	Tahkon palvelut	39
4.3	Rahankäyttö Tahkolla.....	39
4.3.1	Vastaajien taustatiedot	39
4.3.2	Vastaajan matkaa koskevat tiedot	41
4.3.3	Rahankäyttö Tahkon ja/tai Nilsin alueella	43
4.3.4	Rahankäyttöön vaikuttavat tekijät	44

4.4 Yhteenveto:.....	46
LÄHTEET:	47
LIITE 1: TAHKON KYSELYLOMAKE	53
LIITE 2: TAPAHTUMANJÄRJESTÄJIEN KYSELY	57
LIITE 3: MAJOITUSLIIKKEIDEN KYSELY	58

1 JOHDANTO/POHDINTA

Turismi on osoittautunut vaikeaksi termiksi määritellä. Se on moniulotteista ja monitahoista toimintaa, mikä koskettaa monien elämää ja monia eri taloudellisia toimintoja. Sana turisti ilmestyi englannin kieleen ensimmäisen kerran 1800-luvun alkupuolella ja silti tänä päivänä sanan määrittely on haastavaa. WTO:n ja UNSTAT:n (1994) mukaan käsitteellisenä määritelmänä turismi on toimintaa, jossa ihminen tai ihmiset matkustavat normaalin asuinympäristönsä ulkopuolelle korkeintaan vuodeksi, mutta vähintään vuorokaudeksi vapaa-ajan, työn tai muun syyn vuoksi. (Cooper 2012, 13-14.)

UNWTO määrittelee matkailijaksi henkilön joka matkustaa alle vuodeksi johonkin kohteeseen työn, hovin tai henkilökohtaisten syiden vuoksi. UNWTO:n mukaan matkailija on turisti, kun hän matkustaa pois kotoaan ja viettää vähintään yhden yön kohteessaan. Matkustajaa, joka ei yövy kohteessaan kutsutaan päiväkävijäksi. Esimerkiksi risteilymatkustajat, kiertomatkailijat ja tapahtumäkävijät, jotka eivät yövy kohteessaan ovat päiväkävijöitä. Vaikka he eivät käytä alueen majoituspalveluita, tuovat he tuloja alueelle käyttämällä esimerkiksi ravitsemis- ja ohjelmalveluita. (UNWTO 2015; Boxberg & Komppula 2005, 9.)

1.1 Matkailusta yleisesti

Matkailu maailmalla

Vaikka maailma muuttuu jatkuvasti, 1950-luvulta yksi asia on pysynyt melkein samana: turismin kasvu ja sinnikkyys niin aktiveettina kuin taloudellisena osa-alueena. Viimeisen parinkymmenen vuoden aikana turismi on kuitenkin kärsinyt omat takaiskunsaa, jotka ovat vaikuttaneet kuluttajien käyttäytymiseen. Näitä on esimerkiksi vuoden 2001 terrori-iskut, lintuinfluenssa-epidemia, 2008-2009 talouskriisi, Lontoon ja Madridin metropommitukset ja luonnonkatastrofit, kuten vuoden 2004 tapaninpäivän tsunami Intian valtamerellä ja vuoden 2010 tulivuoren purkaus Islannissa. (Cooper 2012, 5.)

Huolimatta takaiskuistaan turismi on nykypäivänä vaikuttava taloudellinen ala maailmalla, joka jatkaa kasvuaan. On selvää, että turismilla on suuri globaali merkitys ja vaikutus maailman talouteen. Turismilla on niin positiivisia kuin negatiivisiakin vaikutuksia. Se voi vaikuttaa negatiivisesti kohdemaiden väestöön ja kulttuureihin, mutta vastapainoksi se edistää rauhaa ja auttaa vähentämään köyhyyttä. (Cooper 2012, 5.)

Vuosikymmenten ajan, turismi on kokenut jatkuvaa kasvua ja syventyvää monialaistumista, ollessaan yksi nopeimmin kasvavista taloudellisista aloista maailmassa. Turismin taloudellisesta merkityksestä kertoo se, että turismin osuus maailman kaupankäynnistä on joko yhtä suuri tai jopa suurempi kuin öljyn tuonti, ruokatuotteet tai autokauppa. Kuva 1 kertoo turismin taloudellista merkitystä maailmalla. (UNWTO 2015.)

KUVIO 1. Turismin merkitys maailmantaloudessa (UNWTO 2015.)

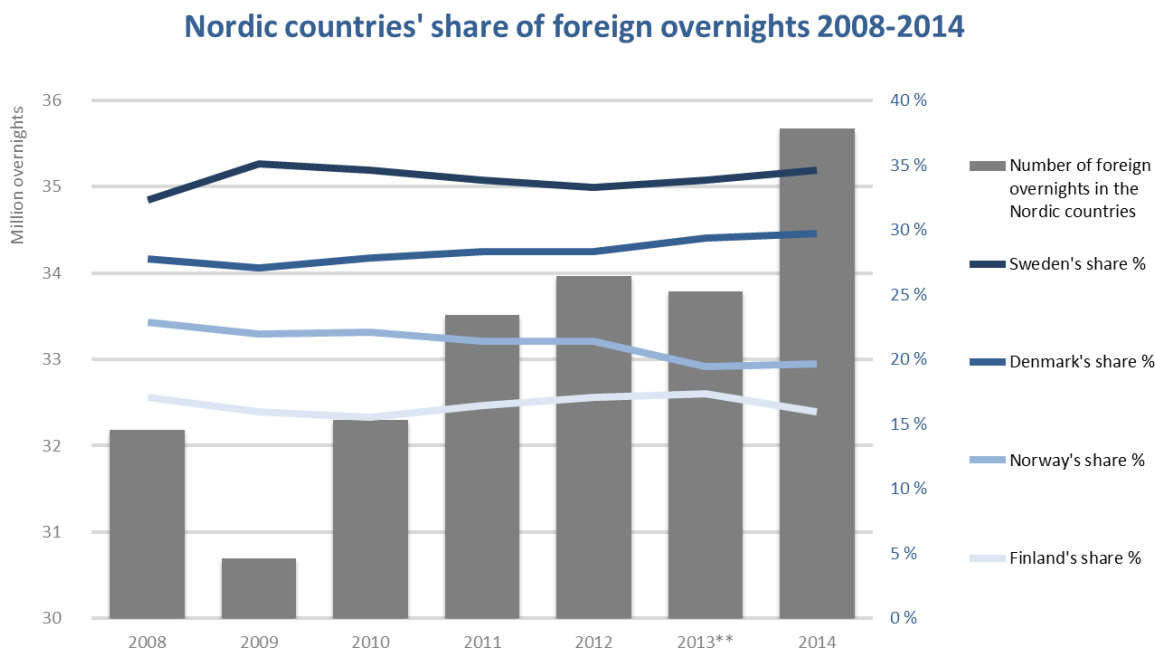


Matkailu Suomessa

Vuonna 2013 matkailuun Suomessa kulutettiin 14,4 miljardia euroa. Tähän on laskettu sekä kotimaisten että ulkomaisten kulutus. Ulkomaalaisten osuus tästä on noin 31% eli 4,43 miljardia euroa. Suomen bruttokansantuotteesta matkailun tuoma tulo oli 2,5% vuonna 2013 ja sen tuoma arvonlisäys on huomattavasti suurempi kuin elintarviketeollisuuden, maatalouden ja peliteollisuuden. Työpaikkoja matkailutoimialoilla oli 136 700. Matkailualalla Suomessa toimii 27 000 yritystä ja vuosina 2007-2013 alalle syntyi yli 1000 uutta yritystä. (Visit Finland 2015a; Visit Finland 2015e.)

Pohjoismaiden vertailussa Suomen naapurimaissa Ruotsissa, Tanskassa ja Norjassa käy enemmän matkailijoita kuin Suomessa. Vuonna 2013 Pohjoismaissa kävi yhteensä 33 787 868 matkailijaa. Näistä matkailijoista kolmas osa (11 442 690) matkusti Ruotsiin. Suomessa taas kävi 5 860 447 ulkomaalaista matkailijaa. Norjassa kävi matkailijoita hieman Suomea enemmän, 6 574 365 matkailijaa ja Tanskassa kävi 9 910 366 matkailijaa. Kuvasta 2 voi huomata kuinka matkailijat ovat jakautuneet Pohjoismaiden välillä vuosina 2008-2014. Matkailijoiden määrä eri Pohjoismaissa on pysynyt melkein samana mitatun ajanjakson aikana. Ainoastaan Norjan kohdalla on matkailijoiden määrä selkeämmin lähtenyt laskuun vuoden 2012 jälkeen. (Visit Finland 2015b.)

KUVIO 2. Pohjoismaiden osuudet matkailijoista



Vuonna 2013 Suomessa kävi yhteensä 20 241 057 matkailijaa. Tästä kotimaisia matkailijoita oli 14 380 610 eli 71% ja ulkomaalaisia 5 860 447. Suurin ulkomaalainen kävijäryhmä Suomessa oli venäläiset, heitä kävi Suomessa 1 620 419 vuonna 2013. Seuraavaksi eniten matkailijoita tuli Skandinaviasta ja Aasiasta. Ulkomaalaiset matkailijat käyttivät Suomessa huomattavasti enemmän rahaa kuin suomalaiset, heidän osuutensa kokonaiskysynnästä oli 32%. (Jänkälä 2014, 38; Visit Finland 2015c.)

Vuonna 2013 Suomen matkailun kokonaiskysyntä oli noin 13,3 miljardia euroa. Tästä 4,3 miljardia euroa oli vientiin rinnastettavaa tuloa matkailutuloa ulkomailta. Matkailun osuus Suomen bruttokansantuotteesta oli 2,7%. Matkailutulon odotetaan jatkavan kasvuaan. (Jänkälä 2014, 38.)

Pohjois-Savo ja matkailu Pohjois-Savossa

Pohjois-Savo on osa kauneinta Järvi-Suomea, joka on Suomen kuudenneksi suurin maakunta 248 000 asukkaallaan (2011). Pinta-alaa Pohjois-Savolla on 20 367 km², josta vettä on 17,5%. Pohjois-Savon keskus on Kuopio, jossa on aktiivinen tapahtuma- ja yrityselmä. Pohjois-Savoon kuuluu noin 20 kuntaa, joista kuusi ovat kaupunkeja: Kuopio, Iisalmi, Varkaus, Kiuruvesi, Juankoski ja Suonenjoki. (Pohjois-Savon Liitto 2014.)

Pohjois-Savossa on useita eri matkailumahdollisuuksia, kuten matkailu- ja laskettelukeskus Tahko, Kuopio tai kulttuuririkas maaseutukaupunki Iisalmi. Majoitusmahdollisuuksia löytyy 40 eri hotellista ja 140 eri maatilamajoituksesta. Kesää vauhdittavat lukuisat tapahtumat, kuten Kuopio Tanssii ja Soi, Kuopion viinijuhlat ja Eukonkannon MM-kisat Sonkajärvellä. Näiden lisäksi ympärivuoden on tarjolla erilaisia konsertteja, teatteri- ja tanssiesityksiä ja paikallisia tapahtumia. Suosituimpia talvimatkailukohteita Pohjois-Savossa ovat Tahko ja Puijon talviurheilukeskus. Talvella Puijolla järjestetäänkin mäkihypyn maailmancup. (Pohjois-Savon Liitto 2014.)

Vuonna 2013 Pohjois-Savossa yöpyvien kotimaisten matkailijoiden määrä oli 740 745, kun taas vuonna 2012 vastaava luku oli 760 131, yöpyvien määrä on laskenut 2,6%. Koko maassa vuosina 2012-2013 laskua oli 0,9%. Ulkomaalaisten osuus Pohjois-Savossa yöpyneistä vuonna 2013 on 124 659, eli 16,8%. (Matkailun edistämiskeskus 2014.)

1.2 Aiheet

Opinnäytetyö koostuu kolmesta eri artikkelista tai ”miniopinnäytetyöstä”. Jokainen niistä muotoutuu samalla tavalla teoriaosuudesta, tutkimuksesta ja tutkimustulosten analysoinnista. Tutkimustulokset ovat pääosin itse kerättyä aineistoa, vain majoitusliikeartikkelissa on käytetty tilastotietoa myös Tilastokeskukselta. Opinnäytetyöhön sisältyvät raportit ovat osa Savonia-ammattikorkeakoulu Oy:n matkailun yksikön toteuttamaa Pohjois-Savon matkailu- ja työllisyys selvitystä, jonka toimeksiantajana on Pohjois-Savon liitto Pohjois-Savon maakuntarahastosta myöntämän rahoituksen turvin.

Ensimmäisen artikkelin tavoitteena on selvittää Rekisteröimättömien majoitusliikkeiden kapasiteetti Pohjois-Savossa vuonna 2013. Toisessa artikkelissa pohditaan: Tapahtumien taloudellisia vaikutuksia ja tapahtumakävijöiden profiilia Pohjois-Savon alueella. Kolmannessa artikkelissa selvitetään: Tahkon talvimatkailijoiden profiilia ja heidän rahankäyttöään. Majoitusliikkeiden yrittäjiä ja tapahtumanjärjestäjiä haastateltiin sähköpostitse ja puhelimitse. Tahkon kyselyt tehtiin paikanpäällä haastatteleamalla Tahkon kävijöitä. Majoitusliikekysely suoritettiin syksyn 2014 aikana, tapahtumajärjestäjien kysely tehtiin talven 2015 aikana ja Tahkolla tehtiin haastatteluja neljänä viikonloppuna helmikuun 2015 aikana.

Koostuessaan kolmesta eri artikkelista, opinnäytetyön tekeminen pysyi koko prosessin ajan mielenkiintoisena ja aiheita pystyi vaihtamaan, jos toisen kirjoittaminen kävi vaikeaksi. Samasta syystä kirjoittaminen oli myös haasteellista aiheiden vaihtelevuuden takia. Lähtökohtana oli tutkia kolmea eri aihetta, jotka kuitenkin liittyivät toisiinsa ja isompaan kokonaisuuteen. Jokaiselle artikkelille on oma teoriaosuutensa. Majoitusliikeartikkelissa teoriaosuus koostuu Suomen majoitusliikkeiden historiasta ja siitä millaisia majoitusvaihtoehtoja Suomesta nykyään löytyy. Tapahtuma-artikkelin teoriaosuudessa käydään läpi yleisesti millaisia vaikutuksia tapahtumalla on alueelle. Tahko-artikkelissa teoria koostuu Tahkon historiasta, palveluliiketoiminnan kehityksestä ja siitä minkälaisia palveluita Tahkolla on tänä päivänä tarjolla.

1.3 Tutkimusten toteutus

Ennen tutkimusten aloitusta on selvitetty tarkkaan, mitä näillä kolmella eri artikkelilla halutaan käsitellä ja määritetään tutkimusongelma. Itse tutkimusta tehdessä on tärkeä varmistaa, että tulokset tulevat mahdollisimman oikein ja ovat myös yleistettävissä. Tähän vaikuttaa esimerkiksi vastaajien määrä. Tulosten analysointi on haastavin osuus. Tulokset on oltava mahdollisimman oikein ja puolueettomia, joihin voi vaikuttaa esimerkiksi raportointitavalla. (Heikkilä 2014, 20, 27.)

Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen tutkimus luokitellaan tilastolliseksi tutkimukseksi. Se vastaa kysymyksiin: Mikä?, Missä?, Paljonko? Kuinka usein? Tutkimuksella tarkastellaan lukuja ja prosentteja ja niihin liittyviä kysymyksiä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään kyselylomaketta, jossa on myös vastausvaihtoehdot valmiina. Kaikki haastateltavat ovat niin sanotusti kasvottomia. Tuloksia kuvataan taulukoin ja kaavioin. Tällä tutkimustavalla saadaan usein selville kokonaiskuva ja tulokset ovat yleistettävissä. (Heikkilä 2014, 15.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään keskiarvoa mittarina. Tällöin yksilöt ja yksittäiset poikkeamat häviävät massan sekaan. Keskiarvo kertoo mihin tutkimuksen kohteet keskimäärin sijoittuvat. Kvantitatiivinen tutkimus perustuu käsitteisiin tilastoyksikkö, otos ja näyte. Yksilöidyt vastaukset eivät ole merkittävässä osassa. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tiedot voidaan kerätä monella eri tapaa, esimerkiksi etsiä valmiista rekistereistä ja tietokannoista tai kerätä itse. Tässä opinnäytetyössä on käytetty sekä julkaistuja tilastoja että tehty haastatteluja internetin kautta sekä haastatteleamalla ihmisiä. Tilastokeskus on hyvä esimerkki järjestelmästä, joka kerää ja ylläpitää eri tilastoja. Tilastokeskuksen tarjoamia tietoja ja tilastoja on käytetty myös tässä opinnäytetyössä. (Heikkilä 2014, 16; Virtuaali Ammattikorkeakoulu 2015.)

Opinnäytetyön tutkimuksissa on käytetty kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Vastausten määrä vaihtelee tutkimusten välillä ja esimerkiksi majoitusyritysten kyselystä saadut tulokset eivät ole niin yleistettävissä kuin Tahkon kyselystä saadut tulokset.

Haastattelumenetelmät

Tutkimuksissa käytettiin hieman eri menetelmiä vastausten saamiseksi. Tahkon kyselyssä vastaukset kerättiin haastatteleamalla Tahkon kävijöitä kasvotusten, majoitusliikkeiden kysely toteutettiin sekä internet- että puhelinkyselynä ja osa tiedoista saatiin Tilastokeskuksen sivuilta ja tapahtumajärjestäjien kysely toteutettiin puhelinhaastatteluna.

Jokaisessa haastattelumenetelmässä on omat huonot ja hyvät puolensa. Haastatellessa ihmistä kasvotusten haastattelijan vaikutus haastateltavaan on todella suuri ja arkaluontoisiin kysymyksiin ei välttämättä haluta vastata, mutta väärinkäsitykset vältetään helpommin ja vastauksista saadaan tarkempia. Puhelinhaastattelussa haastattelijan vaikutus haastateltavaan on huomattavasti pienempi ja edelleen väärinkäsitykset vältetään helpommin, mutta oheismateriaalin käyttö ei onnistu ja puhelimessa on paljon vaikeampi suorittaa pitkää haastattelua. Internetkyselyssä vältetään haastattelijan vaikutus vastaajaan kokonaan, mutta myös väärinkäsityksiä tapahtuu helpommin, koska vastaajalla ei ole mahdollisuutta tarkistaa kysymyksen tarkoitusta. (Heikkilä 2014, 18.)

Tutkimusten luotettavuus

Mittausten luotettavuutta kuvataan kahdella käsitteellä: reliabiliteetti ja validiteetti. Nämä ovat perusvaatimuksia hyvälle tutkimustulokselle. Yhdessä ne muodostavat mittarin kokonaisluotettavuuden. Reliabiliteetti tarkoittaa, ettei mittaustuloksissa ole sattumanvaraisia tuloksia. Validiteetti mää-

rittää kuinka hyvin on mitattu juuri sitä mitä pitikin ja tutkitaan voidaanko vastauksista saada ratkaisu tutkimusongelmaan. Validiteettia on hankala tutkia enää jälkikäteen, kun taas reliabiliteettia tarkastellaan mittauksen jälkeen. (Heikkilä 2014, 27-28.)

Tutkimustulosten luotettavuutta arvioidessa on otettava huomioon esimerkiksi se, että puhelinhaastatteluja yrityksille ja haastatteluja Tahkolla teki useampi ihminen. Ihmisten vastauksiin saattaa vaikuttaa se kuinka kysymykset heille esitetään. Varsinkin rahankäyttöön liittyvässä kyselyssä, joka suoritettiin Tahkolla, voi olla paljon varsinkin keskiarvoon vaikuttavia ongelmia. Esimerkiksi, kun muut vastaajat käyttivät keskimääräisesti 200 euroa majoitukseen, yksi ihminen oli saattanut käyttää 2500 euroa. (Heikkilä 2014, 27.)

1.4 Pohdinta

Tein tietoisien ratkaisun valitessani artikkelipohjaisen opinnäytetyön. Suurin syy siihen oli se, että tiedostan omat puutteeni opiskelijana ja kirjoittajana ja koin tämän tyyppisen työn sopivan minulle paremmin. Tällaisella monipuolisella opinnäytetyöllä, jossa on useampi aihe, pyrin pitämään mielenkiintoni yllä kirjoittamiseen.

Haastetta opinnäytetyön rakentamiseen ja kirjoittamiseen toi se, että tämä on Savonia-ammattikorkeakoulussa ensimmäinen artikkelipohjainen opinnäytetyö. Minulla ei ollut mitään konkreettista mallia avuksi kirjoittaessani ja kootessa tätä opinnäytetyötä. Usein sanotaan, että teoriaosuus on se haasteellisin osa kirjoittamistyötä, mutta itse olen tästä eri mieltä. Mielestäni tulosten analysointi osoittautui huomattavasti paljon haasteellisemmaksi osaksi tätä työtä. En tiedä, johtuiko se harjoituksen vai mielikuvituksen puutteesta.

Majoitusyritysten haastattelu ja tulosten saaminen osoittautui kaikista hankalammaksi osuudeksi. Vastauksia kerättiin vain 53, vaikka yrityksille lähetettiin sähköpostia sekä soitettiin. Vähäinen vastausten määrä hankaloittaa huomattavasti luotettavan tuloksen saamista ja tuloksia ei voida kovin laajasti yleistää. Pohjois-Savon alueella on yli 200 majoitusyritystä, jotka jäävät rekistereiden ulkopuolelle. Haastattelujen lisäksi analysoin Tilastokeskukselta saatuja tuloksia. Tilastokeskuksen tuloksiin lasketaan majoitusyritykset, joilla on yli 20 majoituspaikkaa. Tilastojen analysoinnista on vaikea saada itselle mielenkiintoista sekä tehdä mielenkiintoista luettavaa, mikä myös näkyy lopputuloksessa.

Tapahtumajärjestäjien haastattelemisen kohdalla haastattelun saaminen osoittautui yllättävän vaativaksi työksi. Haastateltaville lähetettiin sekä sähköpostia että soitettiin. Osa ei vastannut kumpaankaan, mutta osan sai kiinni jommallakummalla tavalla. Otanta on taas hyvin pientä, mutta tarkoitus oli tutkia miten tapahtumajärjestäjät näkevät tapahtumansa kävijät ja heidän rahankäyttönsä. Nyt analysoinnissa oli lähinnä vain urheilu- ja musiikkitapahtumia, olisi ollut mielenkiintoista saada mukaan myös esimerkiksi Kuopion Komediefestivaalit ja päästä vertaamaan heidän kävijöitään vaikka Kuopio Tanssii ja Soin kävijöiden kanssa.

Tapahtumajärjestäjien arvioita heidän kävijöistään, rahankäytöstä ja miten he näkevät tapahtumansa vaikutuksen alueella, oli mielenkiintoista luettavaa. Eroavaisuudet eri paikkakunnilla olivat huomattavia. Iisalmen Olusille rahankäytön keskiarvo kaikkien kävijöiden kesken oli noin 20 euroa, kun taas Kuopion vastaavassa tapahtumassa RockCockissa kävijöiden rahankäytön arvioitiin olevan 50-400 euron välillä. Muilta paikkakunnilta olisi ollut mielenkiintoista saada enemmän vastauksia, jotta niitä olisi voinut verrata Kuopion tapahtumien kanssa. Suurin osa käsitellyistä tapahtumista järjestetään joko Kuopion tai Tahkon alueella. Lisäksi itse tapahtumakävijöiden mielipiteitä olisi voinut verrata tapahtumajärjestäjien antamien vastausten kanssa.

Tahkon kävijöiden rahankäytön arviointi ja tutkiminen oli näistä kolmesta ehkä mielenkiintoisin ja helpoin tutkittava. Tähän myös vaikuttaa se, koska olin auttamassa keräämään haastatteluja muutamien opiskelijaystäväni opinnäytetyöhön, jossa he tutkivat rahankäyttöä koko Pohjois-Savon alueella. Rahankäyttö on usein hyvin henkilökohtainen asia eikä ihmiset aina halua vastata sitä koskeviin kysymyksiin. Usein raha mielletään statukseksi ja varsinkin jos sitä on vähän, siitä myös puhutaan vähemmän. Kuitenkin vastauksia saatiin yllättävän hyvin ollessamme Tahkolla ja ne jotka kieltäytyivät vastaamasta, heillä oli usein joko kiire tai heitä ei kiinnostanut kysely.

Vastauksia tähän kyselyyn saatiin helmikuun aikana 244, mikä on jo kohtuullinen otanta ja tulokset ovat luotettavampia. Tulokset ovat myös hyvin verrattavissa ”oikeaan elämään”. Esimerkiksi itse opiskelijana osaan suurin piirtein arvioida miten paljon rahaa voisi kulua viikonlopun aikana Tahkolla ja myös haastattelujen tulokset olivat samaa luokkaa. Vaikka rahankäyttöön selkeästi vaikuttaa ikä, työmarkkina-asema ja perhetyyppi, olivat kaikki rahankäyttöarvot myös kohtuullisia Tahkon hintoihin verrattuna. Tietenkin aina löytyy muutama poikkeus, esimerkiksi ravintolapalveluihin Tahkolla yksi vastaaja arvioi käyttävänsä noin 6300 euroa.

Tulokset olivat osittain ennalta arvattavia, mutta toisaalta yllättäviä. Ehkä eniten yllätti tapahtumajärjestäjien arvot paikkakuntalaisen ja ulkopaikkakuntalaisen rahankäytöstä ja se kuinka paljon ne erosivat toisistaan. Jopa välillä mietin, että miten paljon tässä on liioittelua. Kuten aikaisemmin on mainittu, kerättyjä tuloksia käytetään myös Pohjois-Savon Liiton matkailutulotutkimuksessa. Tämän lisäksi esimerkiksi Tahkolta saaduista tuloksista hyötyy Tahkon yrittäjät ja yritykset.

Vaikka opinnäytetyö on aiheuttanut minulle monia unettomia öitä, olen ylpeä itsestäni, että olen vihdoin saanut vietyä työn loppuun asti. Koen kasvaneeni niin opiskelijana kuin kirjoittajana. Työn aikana olen oppinut paljon uutta niin itsestäni kuin Tahkosta, tapahtumista ja matkailusta Pohjois-Savossa.

2 ARTIKKELI 1: REKISTERÖIMÄTÖN MAJOITUSLIIKEKAPASITEETTI

Ensimmäinen artikkeli käsittelee Rekisteröimätöntä majoitusliikkeiden kapasiteettia. Tässä osassa opinnäytetyötä tutkitaan Pohjois-Savon majoitusliikkeiden majoitus- ja käyttökapasiteettia vuonna 2013. Erityisesti keskitytään niihin majoitusliikkeisiin, jotka eivät ole Tilastokeskuksen tiedoissa. Lisäksi käydään läpi niitä tietoja majoitusliikkeiden kapasiteetista, mitä Tilastokeskus tarjoaa.

Lisäksi selvitetään pääasiallinen majoitusmuoto sekä tarjoaako yritys muita palveluita ja mikä niiden osuus liikevaihdosta on. Tutkimustuloksista on tarkoitus Pohjois-Savossa majoitusliikkeissä yöpyvien määrä. Näin voidaan myös vertailla eri majoitusliikkeiden käyttökapasiteettia, esimerkiksi hotelleissa tai maatilamajoituksessa yöpyvien määrää. Tutkimustuloksista hyötyvät ensisijaisesti majoitusliik-
keet. Tämän tutkimuksen teoriaosuus kostuu Suomen matkailun historiasta ja mitä eri majoitusmuotoja Suomessa on.

2.1 Matkailu ja majoitus

Vaikka päiväkävijät ovat tärkeä osa turismia, ei niitä kuitenkaan lasketa kansainvälisiin tulijoihin. Miljoonat turistit joka vuorokausi tarvitsevat majoituspaikkaa ja tästä johtuen erilaisten majoitusliikkeiden määrä on kasvanut maailmanlaajuisesti. Liikkumisen lisäksi majoitus on suurin investointi ihmisten matkustaessa joko hovin tai työn vuoksi. Majoitustoimintaa pidetään matkustaessa niin itsestään selvänä, että se usein jää huomiotta kokonaan. (Teye & Timothy 2009, 8, 16.)

Majoitusliikkeiden toimintaan ja kysyntään vaikuttavat sesonkiajat, oli sitten kyse säästä johtuvasta kaudesta tai koulujen lomiin liittyvästä kaudesta. Esimerkiksi sadekautena moni ei matkusta Thaimaahan, kun taas koulujen loma-aikoina moni turistikohteeseen täyttyy perheistä viettämässä lomaa. Suomessa vuodenaajat vaikuttavat voimakkaasti etenkin laskettelukeskusten suosioon, jotka toimivat pääasiallisesti talvisin. Lumien sulaessa asiakasvirta hiljenee ja talvena tehdyllä tuloksella on selvittävä seuraavan kauden alkuun. Sesonkikauden ulkopuolinen aika nähdään negatiivisena, koska usein se tarkoittaa irtisanomisia ja työtuntien vähentymistä. Majoitusliikkeillä on kuitenkin mahdollisuus tehdä hyviä tarjouksia huoneistaan ja saada näin katteitaan tasattua sesonkiajan ulkopuolella. (Teye & Timothy 2009, 22-23.)

Globalisoituminen on aiheuttanut majoitusliikesektorin altistumisen isommalle maailmalle, jossa kulttuurit kohtaavat. Lisäksi ylikansallisilla auktoriteeteilla, kuten EU, on enemmän valtaa kuin itsenäisillä valtioilla ja yritysten sosio-ekonominen ympäristö on yhä epävakampi. Globalisoituminen tuo myös mukanaan huolen turvallisuudesta. Tämä vaikuttaa varsinkin majoitusalaan hotelleihin, motelleihin ja turistikohteisiin. Majoitusliikkeet joutuvat jatkuvasti vakuuttamaan asiakkaat turvallisuudestaan. Kaiken tämän lisäksi majoitusliikkeiden pitää pystyä täyttämään myös osakkeenomistajien ja yrityskumppanien odotukset. (Teye & Timothy 2009, 5.)

Teye & Timothy (2009, 5) toteavat *"If there is one thing in life that remains the same, it's change"* ja ajatuksella nykypäivänä toimii majoitusliikkeiden lisäksi moni muu yritys. Teknologian kehittyminen on auttanut yritystoiminnassa, esimerkiksi henkilöstön ja budjetin hallitsemisessa, mutta samalla sen uusimmissa käänteissä on hankala pysyä mukana.

Kuten yritysmaailmassa aina, myös hotellien kohdalla on suuria eroja isojen hotelliketjujen ja pienten yksityisten majoitusliikkeiden välillä. Pienillä majoitusliikkeillä on isoihin ketjuihin verrattuna huomattavasti pienemmät taloudelliset resurssit. Pienten yritysten luontaisiin ongelmiin kuuluu henkilöstö- ja yritysrajoitteet. Näistä syistä johtuen pienet majoitusliikkeet yrittävät myynnin sijasta kasvaa ja maksimoida voittonsa isojen yritysten tapaan. Pienillä majoitusliikeryityksillä on myös etunsa. Henkilökunta tuntee asiakkaansa ja on joustavampi ja sopeutuvampi muutoksiin. Asiakassuhteet ja asiakkailta suullisesti leviävä tieto hotellista, ovat pienen yrityksen parhaimmat markkinointikeinot. Pienille majoitusliikkeille arvokas kilpailuvaltti yritystä markkinoidessa, on suhteet yritys- ja kauppa-kumppaneihin. (Moriarty, Jones, Rowley ja Kupiec-Teahan 2009, 338.)

2.2 Suomen majoitusliikkeiden historia

Uskotaan, että ihminen on matkustanut koko historiansa ajan. Matkustamisen syinä ovat yleensä olleet tiedon- tai valloittamisenhalu, uskonto (pyhiinvaellukset), kaupankäynti ja vapaa-aika. Näiden syiden painoarvo on vaihdellut yhteiskunnan sen hetkisen tilan mukaan. Tämä kaikki on vaikuttanut nykyisen majoitus- ja ravitsemistoiminnan kehittymiseen. (Brännare 2005, 240.)

Maailmalla ensimmäiset majoituspalvelut voisi sijoittaa Välimerelle. Antiikin kreikkalaiset rakensivat majataloja olympialaisiaan varten. Antiikin Rooman raunioista on myös löytynyt majatalotyyppisiä rakennuksia, joissa on ollut tarjolla niin majoitus- kuin ravintolapalveluja. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo ja Matero 1998, 13.)

Suomessa ensimmäiset merkinnät majoituksen harjoittamisesta löytyvät vasta 1200-luvun alkupuolelta. Tällöin majoitustoimintaa ylläpitivät luostarilaitos, kiltalaitos ja majatalolaitos. Luostareita oli muun muassa Turussa, Viipurissa ja Raumalla, mutta 1500-luvulla Ruotsi-Suomen kuningas tarvitsi rahaa sotavelkojen maksuun, joten luostareilla ei ollut enää varaa majoittaa kulkijoita. (Asunta ym. 1998, 21.)

Suomalaisen hotellimajoituksen ja ravintolalaitoksen isänä pidetään Johan Reinhold Seipelia (1751-1819), jolla oli hotelli Aurajoen rannalla. Tosin sanana hotelli yleistyi suomenkielessä vasta vuosikymmeniä myöhemmin ja se juontaa juurensa ranskasta (*l'hôtel*), jossa se alun perin tarkoitti rikkaan yksityistaloa. Suomalaiset alkoivat käyttämään nimitystä hotelli 1830-luvulla. Hotelleja rakennettiin lisää sen mukaan, kuinka matkailu kasvoi 1900-luvulla. Hotellissa majoittumiseen varaa oli usein vain varakkailla, kaupungistuneilla ja liikemiehillä. Hotellien sijasta "tavallinen kansa" majoittui matkustajakoteihin. Matkustajakodit alkoivat kuitenkin vähenemään 1970-luvulla ja tänä päivänä niitä on enää muutama toiminnassa, esimerkkinä Kuopion matkustajakoti Hermannin. 1900-luvun mo-

lemmin puolin varakkaat suomalaiset ja venäläiset kävivät vilkkaasti kylpylöissä. Silloin perustettiin Savonlinnan ja Ikaalisten kylpylät, jotka ovat toiminnassa edelleen. (Asunta ym. 1998, 24, 26-27.)

Lapin eksoottisuus alkoi kiehtoa matkailijoita 1930-luvun nousukauden aikana ja yhä useammat halusivat lähteä sinne hiihtämään. Hotelli Pohjanhovi rakennettiin Rovaniemelle, jossa oli kansainvälisen tason tilat ja vuonna 1938 perustettu hotelli Pallas on Suomen ensimmäinen laskettelukohde. (Asunta ym. 1998, 27.)

Suomeen rakennettiin useita hotelleja Toisen maailman sodan jälkeen, etenkin Helsinkiin. Hotellien määrän kasvua Helsinkiin kiihdytti vuonna 1952 järjestetyt olympialaiset. Näin Suomi alkoi saada myös kansainvälistä huomiota ja markan kurssi alkoi olla sopiva ulkomaalaisiin kursseihin nähden. 1960-luvulla kotimaan matkailu alkoi kasvaa. 1970-1980 -luvuilla pelkkä majoittuminen ei enää riittänyt, vaan asiakkaat toivoivat myös virikkeitä ja elämyksiä matkoillaan. 90-luvun alun lama aiheutti monen yrityksen konkurssin, myös majoitus- ja ravintola-alalla. (Asunta ym. 1998, 27, 28.)

Nykyään suurimmat ongelmat ovat takanapäin ja ala on nousussa. Maailman matkailu on edelleen kasvava bisnes ja se kasvaa noin 5% vuodessa ja on tällä hetkellä Suomessa yksi harvoista kasvavista aloista. Matkailuun kulutettiin Suomessa vuonna 2013 noin 13,3 miljardia euroa, joista ulkomaalaisten osuus oli 32% eli noin 4,3 miljardia euroa. Vuonna 2013 matkailuala työllisti noin 140 000 ihmistä. (Brännare 2005, 250; Työ- ja elinkeinoministeriö 2012; Työ- ja elinkeinoministeriö 2013; Työ- ja elinkeinoministeriö 2014.)

Majoitustoiminnan nykytilanne Suomessa

Suomessa hotellialalla on selkeä ”johtoasema” majoitustoiminnassa. Vaikka Suomessa on useampi hotelliketju, pienet hotellit pärjäävät edelleen hyvin. Leirintäalueiden määrä on laskussa ja ne sijoituvat nykyään useammin matkailukeskittymien yhteyteen taatakseen paremmat palvelut. Maaseutumatkailu ja lomamökkien vuokraus voi hyvin Suomen majoitusalaalla. Majoitusala on Suomessa työllistänyt viime vuosina tasaisesti noin 12 000 henkeä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012, 12.)

Matkailun uskotaan niin kansainvälisesti kuin Suomessa kasvavan kun globaali taloustilanne vahvistuu. Odotukset eivät kuitenkaan ole vielä kovin korkealla, tavoitteena on kuitenkin päästä vähintään edellisvuoden tulokseen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012, 18.)

Suomalaisille matkailijoille mieluisin majoitusvaihtoehto viikon kestoisella lomalla on mökki- tai huoneistomajoitus. Seuraavaksi tulee hotellimajoitus ja tämän jälkeen leirintäalue. Lyhyillä matkoilla hotelli on selkeästi ensimmäinen valinta majoitukseksi. Usein hotelli valitaan sen helppouden ja mukavuuden takia. Nykyaikana internet on mahdollistanut hintojen ja majoitusvaihtoehtojen helpon vertailun sekä sopivan majoituksen varaamisen netissä. Tämä tukee suomalaisten halua olla omatoimisia matkustaessaan. Netistä varaamisen lisäksi, suomalainen matkustaa yhä useammin omin neuvoin esimerkiksi itse autolla ajaen ja ilman valmiita pakettimatkoja. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012, 21.)

2.3 Majoituspalvelut Suomessa

Suomessa majoituspalvelut jakaantuvat pääsääntöisesti kuuteen pääryhmään: hotellit (sisältäen motellit), leirintäalueet ja lomakylät, lomamökkit- ja huoneistot, retkeilymajat, matkustajakodit ja muu majoitustoiminta. Majoituspalvelut tarjoavat lyhytaikaista maksullista majoitusta eri asiakkaille erilaisiin tarpeisiin. Toimintojen laajuudessa esiintyy usein merkittäviä eroja niin liikeideassa kuin toiminnassakin. Useimmiten majoituspalvelu käsittää majoituksen lisäksi ravitsemistoimintaa, kuten aamupalabuffetin. (Karusaari ja Nylund 2009, 124, 125.)

Useat majoitusliikkeet tarjoavat palvelupaketteja, joihin kuuluu majoituspalvelun lisäksi ravitsemis-, kokous- ja ohjelmapalveluita. Joissain tapauksissa majoitusliikkeillä on mahdollisuus tarjota nämä palvelut oman yrityksen sisällä ja verkostoitumisen ansiosta nämä toteutetaan usein yhteistyössä eri yritysten kanssa. Majoituskapasiteetilla tarkoitetaan majoituspalvelun huone- ja vuodemäärää. Majoituspalveluiden tilastoissa mitataan yleensä yöpyjien ja yöpymisvuorokausien määrää. Lisäksi vii-pymisaikaa, liikevaihtoa, kapasiteetin käyttöastetta ja myynnin määrää yhtä huonetta tai vuodetta kohti mitataan eri tilastoissa. (Brännare, Kairamo, Kulusjärvi ja Matero 2005, 10-11.)

Hotellit

Hotellit tarjoavat usein majoituspalvelun lisäksi ravitsemistoimintaa. Huoneen hintaan kuuluu päivittäinen siivous, vastaanottopalvelu ja suomalaisissa hotelleissa myös aamiainen hotellin ravintolassa. Itsepalveluhotellit ovat lisääntyneet, esimerkiksi Omenahotelli-ketju, jossa asiakas neuvotaan etukäteen hotellin tarjoamien palveluiden käyttöön. Hotelleilla on mahdollisuus erikoistua tarjonnallaan. On kokous- ja kongressihotelleja, jotka erikoistuvat kokoustoimintaan ja kylpylähotelleja, jotka taas erikoistuvat kylpylä- ja hyvinvointitoimintaan. Kesähotellit toimivat nimensä mukaisesti vain kesäisin. Monissa on talvisin muuta toimintaa, esimerkiksi toimiminen opiskelija-asuntoloina. (Brännare ym. 2005, 15.)

Ketjuuntuminen on nykyään majoitusalaalla yleistä. On isoja ketjuja joilla on useampi hotelli, kuten esimerkiksi Sokos Hotels tai Restelin hotellit (Cumulus, Rantasipi). Näitä ketjuja kutsutaan omistuspohjaisiksi ketjuiksi. Hotelliketju voi olla myös markkinointipohjainen, kuten Finlandia-hotellit. Lisäksi ketjut voidaan luokitella osakeyhtiöksi, osuustoiminnalliseksi sekä yksityiset ja franchising-ketjuksi. Ketjuuntuminen on hyödyllistä pienille hotelleille, jotka saavat tätä kautta käyttöönsä monipuolisempia palveluita ja erikoisosaamista. (Brännare 2005, 15.)

Lomamökkit ja maatilamajoitus

Suomalaisten on sanottu olevan mökkikansaa. Tämä näkyy myös mökkitilastoissa. Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2012 Suomessa oli jopa 496 200 kesämökkiä. Tärkeintä suomalaisessa mökkeilyssä on tietenkin sauna, järvi ja soutuvene. Vuonna 2012 Suomen suosituin mökkikunta oli Mikkeli, ainoana kuntana jossa oli yli 10 000 kesämökkiä. Seuraavana tulevat Kuopio ja Parainen. Maakunnit-

tain eniten mökkejä oli Varsinais-Suomessa, Etelä-Savossa ja Pirkanmaalla. (Discovering Finland 2014d; Verkkouutiset 2014; Tilastokeskus 2013a.)

Usealla suomalaiselle oma lomamökki on pakopaikka arjesta sen sijainnin myötä. Vielä löytyy paljon mökkejä, joissa ei sähköä ja juoksevaa vettä ole. Ihmiset haluavat päästä lähelle luontoa ja nauttia sen rauhasta. Suurin osa mökeistä on vain omistajan omassa käytössä, mutta moni oman käytön lisäksi vuokraa mökkiään. Omistaja voi käyttää vuokraamiseen apunaan välitysfirmoja, kuten esimerkiksi Lomarengas ry. (Brännare 2005, 23-24.)

Loma-asutukseen läheisesti liittyy myös maatilamatkailu. Maaseudulla asuvat ovat rakentaneet lisäksi mökkejä, joita vuokraavat eteenpäin saaden näin sivutuloloja tarjoamallaan palveluilla. Maatilamatkailu on pääasiallisesti keskittynyt Järvi-Suomen ja Lapin alueelle lähelle laskettelukeskuksia. Ekologisuus on nouseva trendi, jonka takia ihmiset etsivät jatkuvasti luontoystävällisempiä tapoja matkustaa ja majoittua. Maatilamatkailu tarjoaa juuri tähän trendiin sopivaa tapaa majoittua. (Brännare 2005, 24; Discovering Finland 2014c.)

Leirintäalueet ja lomakylät

Leirintäalueilta löytyy perusmukavuudet, kuten WC, suihku ja keittiötilat. Näiden lisäksi leirintäalueet tarjoavat esimerkiksi ravintolatoimintaa, lapsille leikkipaikan, pyöränvuokrausta, minigolfia ja muita virkistytymismahdollisuuksia. Leirintäalueet ovat pääasiassa sijoittuneet lähelle jokea, järveä tai meren rantaa. Majoitustyyppinä leirintäalueille on kolme: telтта- ja asuntovaunualue, perusmökkit sekä tilavimmat huoneistot. Nykyään leirintäalueet ja mökit luokitellaan eritasoisiksi mökkien varustelun perusteella. Lomakylät ja leirintäalueet rinnastetaan toisiinsa, koska lomakylässä on yleensä leirintäalue, ja leirintäalueella taas lomamökkejä. Lomakylissä on oltava vähintään 40 asiakkaalle makuupaikka. (Discovering Finland 2014a.)

Muu majoitustoiminta: matkustajakodit, retkeilymajat ja lumihotellit

Retkeilymaja-ajatus on levinnyt Saksasta 1900-luvun alussa. Retkeilymajan tarkoitus on tarjota majoitusta edullisesti ja samalla tarjota nuorille luonnontuntemusta, retkeilykulttuuria ja terveitä elintapoja. Suomessa on perustettu vuonna 1935 Suomen Retkeilymajajärjestö (SRM), joka vuonna 2014 muutti nimensä Suomen Hostellijärjestöksi. (Brännare 2005, 26; Suomen Kotiseutuliitto, 2013.)

Muuta majoitustoimintaa ovat muun muassa hostellit ja matkustajakodit. Matkustajakodeilla on monta nimeä kuten vierastalo (guesthouse), kievari, matkailumaja tai majatalo ja ne voivat nimetä yrityksensä liikeideansa mukaan. Huomioimatta ei kannata jättää pohjoisen Suomen lumihotelleja. Vaikka Suomessa on talvi ja lunta (melkein) joka vuosi, silti kovin moni tuskin on nukkunut sen ympäröimänä. Erilaisia talvenhotelleja löytyy esimerkiksi Rovaniemeltä, Kemistä ja Kittilästä Leviltä. Ehdottomana kokemuksena voisi mainita Levin Igluhotellit, joissa voi viettää yönsä melkein taivasalla. (Karusaari ja Nylund 2009, 125-126; Discovering Finland 2014b.)

2.4 Tutkimustulokset

Tutkimustuloksista osa on suoraan Tilastokeskuksen vuoden 2013 matkailuun liittyvien tilastoiden tuloksia. Toinen osa muodostuu Webropol- ja puhelinhaastatteluna tehdystä kyselystä suoraan majoitusyrityksiin. Nämä haastatellut yritykset eivät täytä Tilastokeskuksen vaatimuksia majoitusyrityksen koossa, esimerkiksi vuodepaikkojen määrässä.

2.4.1 Tilastokeskukselta saadut tulokset

Tilastokeskus on vuodesta 2012 saakka EU:n asetuksen mukaisesti kerännyt kuukausittain majoitus-tilastotietoa majoitusliikkeiltä, joilla voi olla alle 10 huonetta, mutta vähintään 20 vuodepaikkaa tai sähköliitännäisellä varustettua matkailuvaunupaikkaa. Vuoden 2011 loppuun asti näitä tilastoja kerättiin vain majoitusliikkeiltä, joilla oli vähintään 10 huonetta, mökkiä tai sähköliitännällä varustettua matkailuvaunupaikkaa. (Tilastokeskus 2012.)

Tilastokeskuksen mukaan Pohjois-Savossa majoitusliikkeitä on keskimäärin 51 ja huoneita 2 668. Huoneiden käyttöaste vuonna 2013 oli 47,2% ja laskua edellisvuoteen verrattuna oli 2,2%. Yöpymisen vuorokausihinta oli keskimäärin 46,06 euroa, sisältäen ALV:n, joka on 10%. Näistä majoitusliikkeistä 24 sijaitsee Kuopiossa, jossa käyttöaste oli 52,9% ja huoneen vuorokausihinta 48,46 euroa. Koko Suomessa on keskimäärin 1184 majoitusliikettä, joissa käyttöaste oli 47,7% ja vuorokausihinta huoneelle keskimäärin 49,79 euroa. Pohjois-Savossa majoitusliikkeiden käyttöaste on hieman korkeampi ja keskihinta hieman alhaisempi koko Suomen keskiarvoon verrattuna. (Tilastokeskus 2013.)

Yöpymiset Pohjois-Savossa olivat vuonna 2013 yhteensä 865 404. Edellisvuoteen verrattuna laskua oli 2,6%. Vuoden 2013 yöpymisistä 740 745 oli kotimaisia ja ulkomaisia 124 659, ja kumpikaan ei ole noussut edellisvuoteen verrattuna. Hotelleissa yöpymisiä oli yhteensä 707 979. Koko maassa yöpymisiä oli yhteensä 20 241 057 kaikissa majoitusliikkeissä ja laskua edellisestä vuodesta oli 0,4%. Ulkomaalaisten matkailijoiden osuus Pohjois-Savossa matkanneista oli 124 659, laskua viime vuoteen verrattuna on 2,8%. Suurin ulkomailta Pohjois-Savoon tuleva ryhmä oli Venäjältä, josta tuli 56 495 yöpyjää. (Tilastokeskus 2013c; Tilastokeskus 2013d; Tilastokeskus 2013e.)

Tilastokeskuksen mukaan Suomessa majoitusliikkeillä oli vuodepaikkoja yhteensä 148 453 vuonna 2013. Hotellien vuodepaikkojen osuus tästä oli 111 111 eli 74%. Loput vuodepaikat jakaantuivat eri majoitusliiketyypeille seuraavasti: matkustajakodit ja täyshoitolat 6 177, lomakylät 23 798, leirintäalueet 7 367 ja retkeilymajat 2 471. (Tilastokeskus 2013b.)

Kuukausittaisessa vertailussa kesän kuukaudet toivat eniten matkailijoita Pohjois-Savoon. Kesä kuukausista selkeästi eniten matkailijoita Pohjois-Savon alueella oli heinäkuussa. Talvella helmimaaliskuussa oli yöpyviä matkailijoita hieman muita talvikuukausia enemmän, mikä selittyy talvimaviikoilla ja esimerkiksi Tahkon laskettelumahdollisuuksilla. Muutaman viime vuoden perusteella voi sanoa, että Pohjois-Savoon matkaavien ihmisten määrä on selkeästi laskussa. Tämän hetkinen alustava tilanne ennustaa, että tänä vuonna matkailijoiden määrä vähenee entuudestaan. (Matkailun edistämiskeskus 2014.)

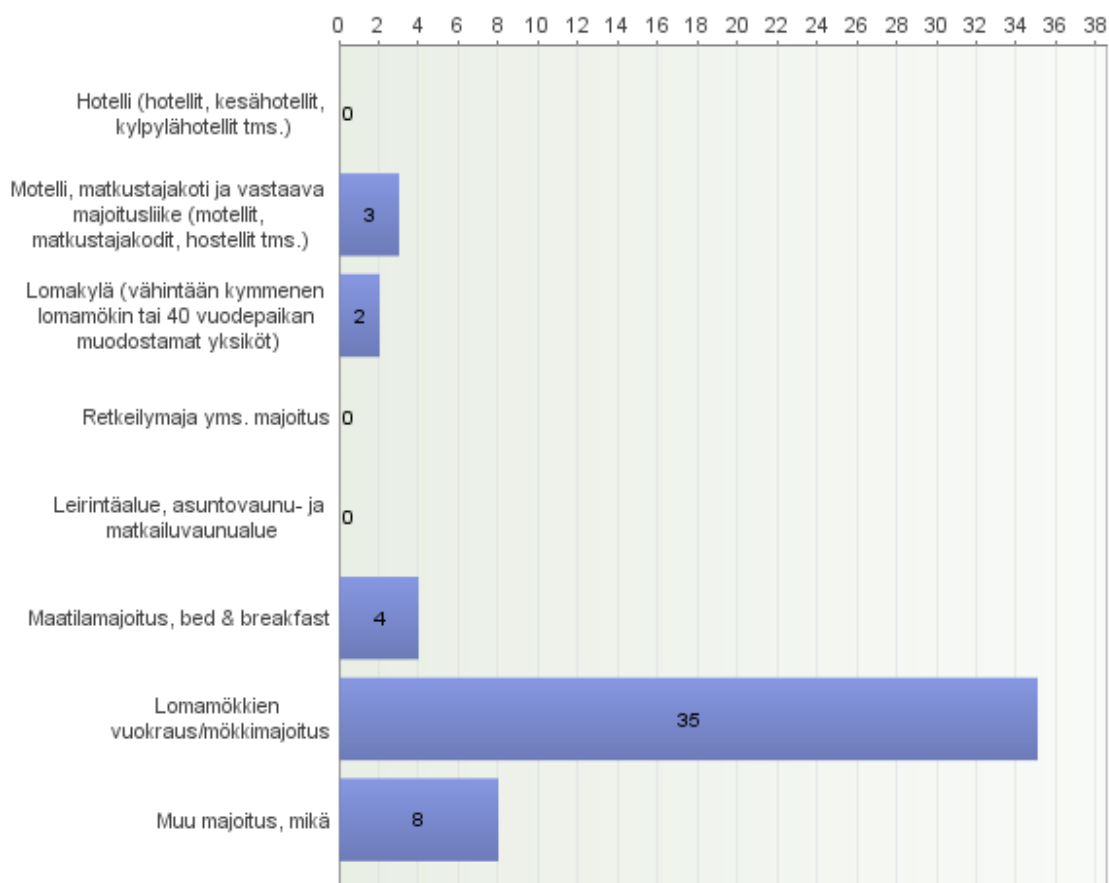
2.4.2 Rekisteröimättömät majoitusliikkeet Pohjois-Savossa

Webropol-kysely lähetettiin Pohjois-Savossa niille yrittäjille, jotka eivät täytä Tilastokeskuksen kriteerejä. Näillä majoitusyrityksillä on siis vähemmän kuin 20 majoituspaikkaa tai sähköliitännällistä pistokepaikkaa matkailuvaunulle.

Majoitusliikkeen paikkakunta ja majoitustoiminnan muoto

Webropoliin saaduista vastauksista suurin osa majoitusliikkeistä oli joko Kuopiossa (12) tai Nilsiässä/Tahkolla (10). Seuraavaksi eniten oli Lapinlahdella (7) ja Leppävirralla (5).

KUVIO 3. Majoitustoiminnan muoto (n=52)

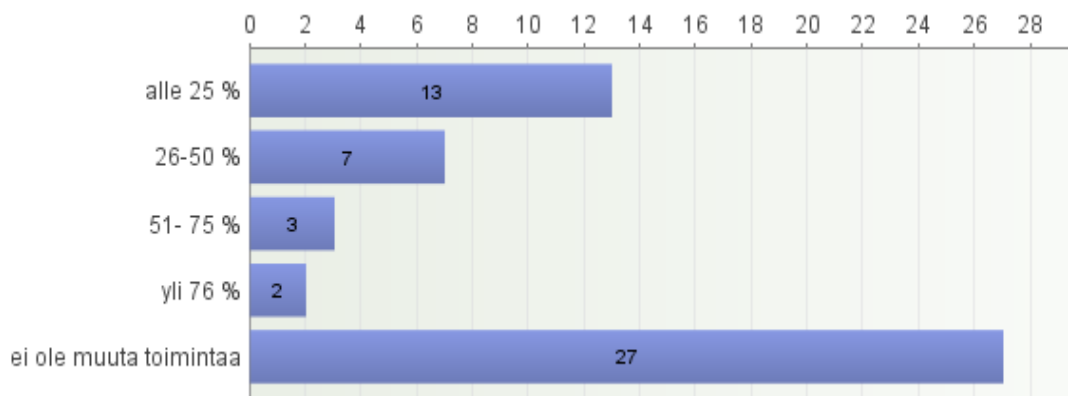


Majoitustoiminnan muotona vastaajien kesken suosituin oli mökkimajoitus, 35 vastaajaa (67,3%). Kahdeksan vastaajaa olivat vastanneet muu majoitus, johon kuuluu muun muassa eräkämpä (2 vastaajaa) ja majoitus vanhassa koulussa (2 vastaajaa). Kenelläkään vastaajista ei ollut retkeilymaja tai leirintäaluetta majoitustoiminnan muotona.

Matkailuliiketoiminnan osuus kokonaisliikevaihdosta

Kuten alla olevasta kuviosta 2 selviää, yli puolet vastaajista saivat tulonsa pelkästään matkailutoiminnasta. Kuitenkin 13 vastaajaa kertoi, että heidän matkailuliiketoiminta oli alle 25% heidän kokonaisliikevaihdostaan. Muiden vastaajien kohdalla majoitusliiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 26-99% välillä.

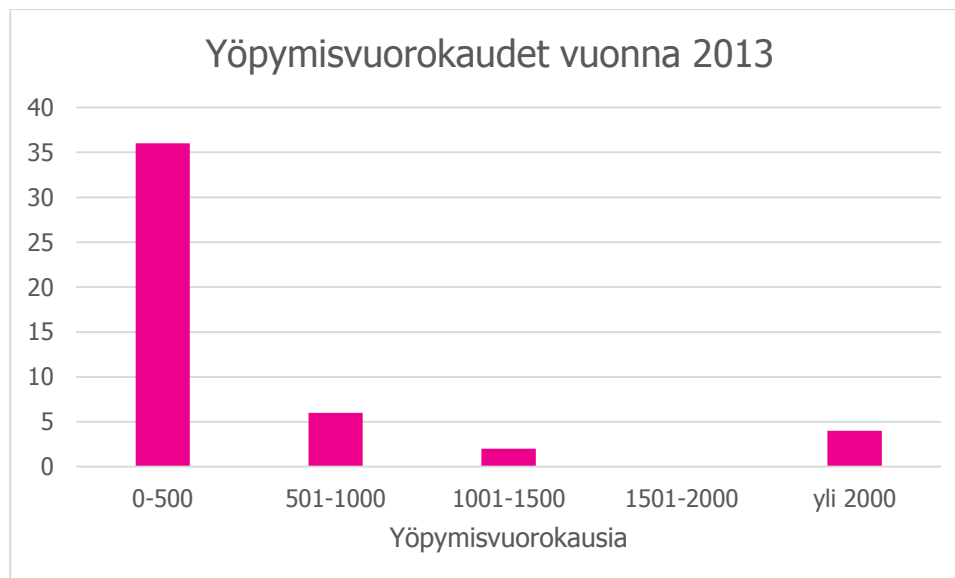
KUVIO 4. Matkailuliiketoiminnan osuus kokonaisliikevaihdosta (n=52)



Yöpymisvuorokaudet ja kotimaisten matkailijoiden osuus vuonna 2013

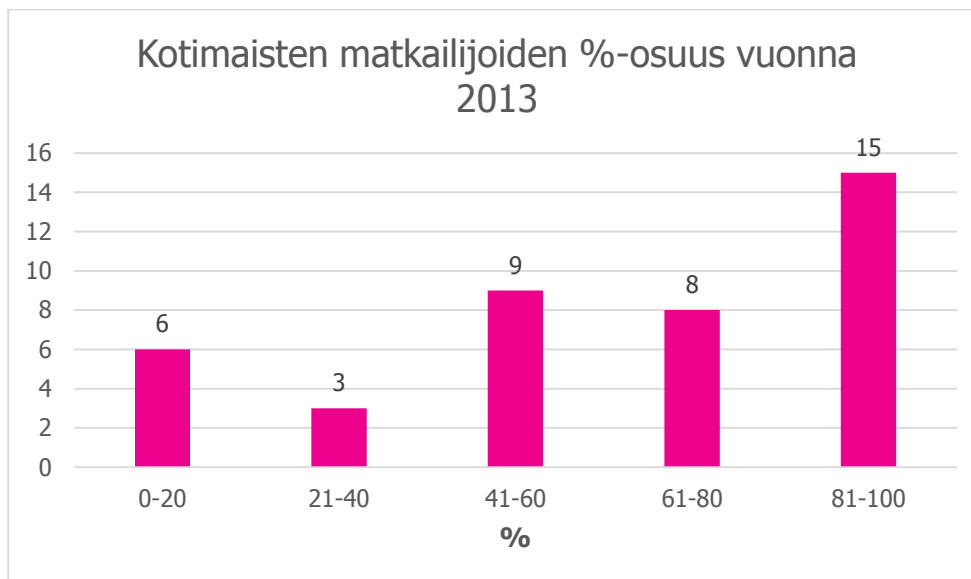
Vastaajien yöpymisvuorokaudet vaihtelivat nolasta vuorokaudesta 6700 vuorokauteen. Keskiarvo oli 582 vuorokautta ja mediaani 155. Yhteensä 48 vastaajan yöpymisvuorokaudet oli 27930.

KUVIO 5. Yöpymisvuorokaudet vuonna 2013 (n=48)



Kuvio 4 esittää kotimaisten yöpyjien osuutta majoitusliikkeissä oli vuonna 2013 keskiarvillisesti 70%. Kuviosta näkee, suurin osa kyselyyn vastanneissa majoitusliikkeissä yöpyneistä matkailijoista on suomalaisia. Kotimaisten yöpyjien aste pääasiallisesti oli 81-100%. Muutamalla vastaajalla kotimaisten yöpyjien aste oli 0-20%.

KUVIO 6. Kotimaisten matkailijoiden prosenttiosuus vuonna 2013 (n=50)

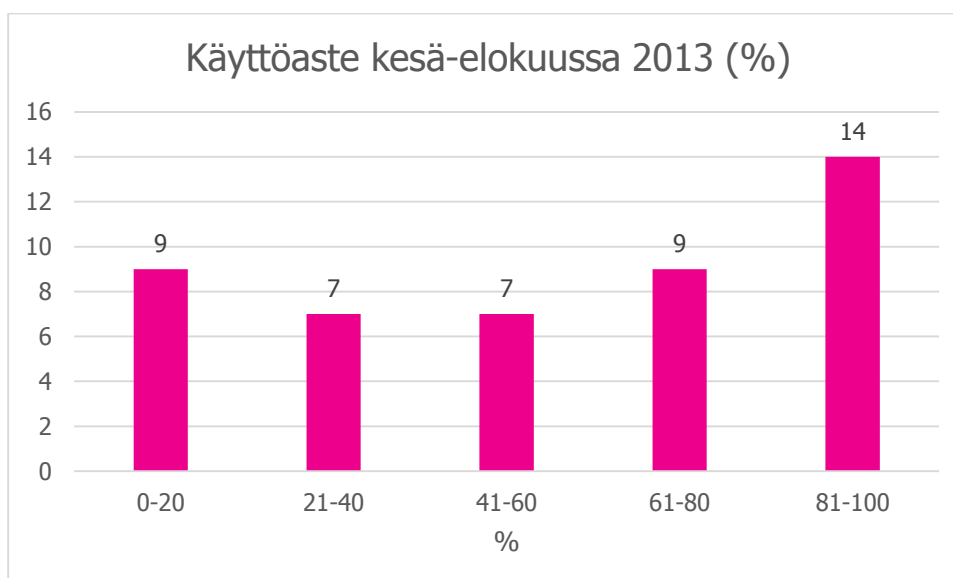


Eniten ulkomaalaisia matkailijoita tuli vastaajien mukaan Venäjältä. Seuraavaksi eniten oli Saksasta. Jonkin verran matkailijoita oli myös muista Itä-Euroopan maista (Puola, Ukraina, Viro). Myös Itävalta, Sveitsi, Ruotsi ja Hollanti mainittiin muutaman matkailuyrityksen ulkomaalaisissa kävijöissä.

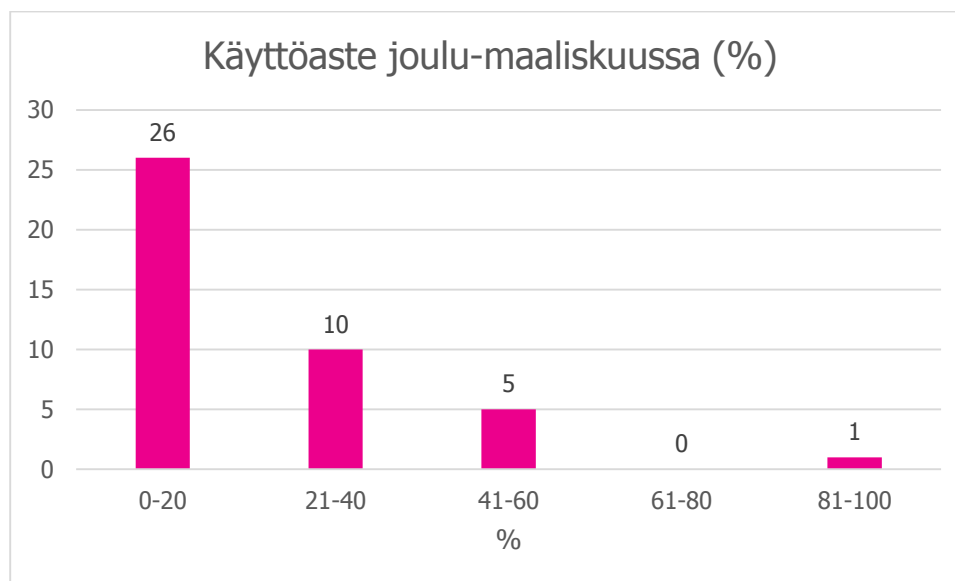
Vuodepaikkojen käyttöaste vuonna 2013

Kesä-elokuussa (kuvio 5) käyttöaste oli korkeimmillaan verrattuna esimerkiksi joulu-maaliskuun (kuvio 6) tai ympärivuotiseen (kuvio 7) käyttöasteeseen. 14 vastaajista kertoi käyttöasteensa olevan 81-100% kesä-elokuussa, kun taas joulu-maaliskuussa vastaavaan lukuun ylsi vain yksi vastaajista.

KUVIO 7. Käyttöaste kesä-elokuussa 2013 (n=48)

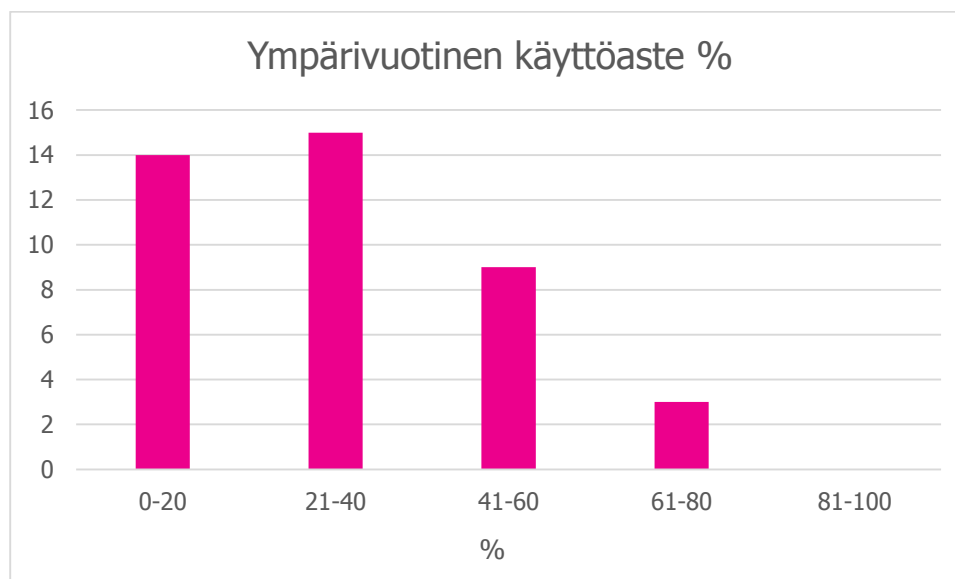


KUVIO 8. Käyttöaste joului-maaliskuussa (n=48)



Kuten kuviosta 7 näkee, ympärivuotisen käyttöasteen keskiarvo oli 30% niillä yrityksillä, jotka toimivat ympäri vuoden. Pääasiallisesti yritykset arvioivat käyttöasteen olevan ympärivuoden 0-40% välillä. Millään yritykselle, joka toimii ympärivuoden, ei käyttöaste noussut yli 80 prosenttiin.

KUVIO 9. Ympärivuotinen käyttöaste (n=41)



2.5 Yhteenveto

Pohjois-Savon majoitusliikkeistä vain 51 raportoi Tilastokeskukselle kuukausittaisen tuloksensa ja haastattelulla saatiin 53 vastausta. Kuitenkin monen majoitusliikkeen tulokset ja kapasiteetti jäivät vielä selvittämättä. Vähäisten vastausten takia luotettavien tulosten antaminen on hankalaa, kuitenkin jonkinlaista mielikuvaa tuloksista saa niistä yrityksistä, jotka jäävät Tilastokeskuksen ulkopuolelle. Toinen haaste tulosten tulkittamisessa on Tilastokeskuksen tulosten analysointi, kun Tilastokeskus ei erittele tarkemmin paikkakuntia ja niiden välisiä eroja majoitusliikkeissä.

Tilastokeskukselta ja haastatteluista saaduista tuloksista löytyy jonkin verran samantapaisia tietoja. Esimerkiksi Tilastokeskukselle raportoivien majoitusliikkeiden ympärivuotinen käyttöaste oli keskimäärin 47,2% ja haastattelujen perusteella keskiarvo oli noin 30%. Tilastokeskuksen tiedoista ja haastateltujen yritysten vastauksista käy ilmi, että suurin Suomessa majoittuva ulkomaalaisten ryhmä on venäläiset.

Tilastojen ulkopuolelle jäävät matkailijat, jotka majoittuivat omalla lomamökillään tai sukulaisten ja tuttavien luona. Majoitusliikkeissä yöpyvät matkailijat olivat pieni osa Pohjois-Savossa käyvistä matkailijoista. Vain reilut 9% matkailijoista yöpyivät hotellissa tai leirintäalueilla. Omalla lomamökillään yöpyi yli 41% matkailijoista ja ystävien ja tuttavien luona 18% matkailijoista. Vuonna 2013 yli 1,7 miljoonaa matkailijaa yöpyi Kuopion (pois lukien Tahko) alueella. Tahkon alueella taas majoittui kesä- ja talvikauden aikana yhteensä yli 730 000 matkailijaa. Yksittäisenä alueena Kuopio majoitti selkeästi eniten Pohjois-Savon kävijöistä, noin 32%. (Lassila 2015.)

Pohjois-Savoon tulevien matkailijoiden määrä on ollut selkeässä laskussa viime vuosina. Esimerkiksi vuonna 2008 matkailijoita on ollut 950 471, kun taas vuonna 2013 matkailijoiden määrä on ollut enää 865 404. (Visit Finland 2015.)

Tutkimusta voisi jatkaa laajemmalla kyselyllä ja haastatella Tilastokeskuksen tilastojen ulkopuolelle jääviä yrityksen omistajia henkilökohtaisesti. Lisäksi tutkimusta voisi laajentaa suorittamalla vastaava kysely lähimaakuntiin, tai koko Suomeen, ja vertailla tuloksia, jääkö muissa maakunnissa yhtä moni yritys Tilastokeskuksen tulosten ulkopuolelle. Mielenkiintoista olisi myös vertailla kuinka moni muissa maakunnissa majoittuu yksityismajoituksessa.

3 ARTIKKELI 2: TAPAHTUMIEN TALOUDELLISET VAIKUTUKSET POHJOIS-SAVOSSA

Opinnäytetyön toisessa osassa tutkitaan tapahtumien taloudellisia vaikutuksia ja tapahtumakävijöiden profiilia Pohjois-Savon alueella tapahtumanjärjestäjien näkökulmasta. Käydään läpi miten tapahtumanjärjestäjät näkevät heidän tapahtumassaan vierailevat kävijät, kuinka suuri osa kävijöistä on ulkopaikkakuntalaisia ja heidän arvionsa kävijöiden rahankäytöstä tapahtuman aikana. Teoriaosuus koostuu tapahtuman määritelmästä, historiasta ja tapahtuman vaikutusten, pohtimisesta. Lisäksi käsitellään tapahtumakävijöiden motiiveja osallistua tapahtumaan.

3.1 Tapahtuman määritelmä

Kielitoimiston sanakirja määrittelee tapahtuman olevan tapahtuva tai tapahtunut asia, ilmiö tai tapaus, esimerkiksi ostotapahtuma tai ”Presidentin vaihtuminen on aina merkittävä ja historiallinen tapahtuma”. Tapahtumamääritelmää käytetään myös kulttuuri-, (yleisö)tilaisuuksista ja tilaisuussarjasta, kuten taide- ja musiikkitapahtumat. (Kielitoimiston sanakirja 2014.)

Tapahtuma-sanaan liitetään usein toinen termi määrittelemään paremmin tapahtuman tarkoitusta ja luonnetta. Suunnitellulla tapahtumalla on alku ja loppu, se on hetkellinen ja siihen kuuluu myös suunniteltu ohjelma. Kun puhutaan tapahtumasta, esimerkiksi Kuopio RockCock, usein tarkoitetaan juuri suunniteltua tapahtumaa. (Getz 2005, 15-16.)

Suunnitellun tapahtuman lisäksi tapahtumia voidaan kategorioida seuraavasti: erikoistapahtuma tapahtuu vain kerran, ”tunnusmerkki”-tapahtuma, kuten vuosijuhla. Megatapahtuma tavoittaa suuren ihmismäärän (vähintään miljoona) ja kulut ovat suuret, vähintään 500 miljoonaa dollaria. Tällaisia suurenluokan megatapahtumia ovat esimerkiksi olympialaiset. Mediatapahtumaksi kutsutaan tapahtumaa, joka saa paljon median huomiota. Yritystapahtumat ovat yritysten järjestämiä tapahtumia tai tapahtumia, jotka herättävät yrityksissä mielenkiintoa sponsorointimielessä. Aihekohtainen tapahtuma käsittää esimerkiksi hyväntekeväisyystapahtumat. Julkisuustapahtumat ovat nimensä mukaisesti niin sanottuja julkisuustemppeja esimerkiksi yrityksen järjestämänä. On olemassa myös vuosittain toistuvia tapahtumia sekä ”vain-kerran-elämässä” –tapahtumia, esimerkiksi jokin kiertävä näyttely. (Getz 2005, 16-19.)

Historia

Erilaisia tapahtumia on järjestetty tuhansia vuosia ja ne ovat olennainen osa historiaamme. Tapahtumien luonne on pysynyt samana, oli sitten kyse poliittisesta kokoontumisesta, urheilutapahtumasta tai pelkästä juhla-ateriasta. Tapahtumien pitkää historiaa on yritetty selittää monin tavoin, esimerkiksi yksinkertaisesti sillä, että ihmiset ovat sosiaalisia ja seurallisia. Tämä ei kuitenkaan selitä tapahtumien taloudellista ja kulttuurista tärkeyttä. Tapahtumien väitetään olevan myös tärkeä osa kulttuuriamme ja auttaa meitä määrittelemään sivilisaatiotamme. (Getz 2005, 5.)

3.2 Tapahtumien vaikutukset

Erialaisten tapahtumien suosio ja tuki johtuu usein tapahtumien positiivisesta yhteydestä. Tapahtuvat koskettavat meitä elämän eri alueilla, kuten poliittisella, sosiaalisella ja kulttuurisella. Tapahtumien rahallisen vaikutuksen ansiosta myös yritykset, kunnat ja valtio on kiinnostunut tapahtumien tukemisesta. (Allen, Bowdin, Harris, McDonnell & O'Toole 2011, 79.)

Aina tapahtumissa ei kaikki kuitenkaan mene suunnitellusti, mikä aiheuttaa helposti negatiivisen kuvan sekä tapahtumasta että sen tukijoista ja järjestäjistä. Tämän välttämiseksi tapahtuman hyödyt, haitat sekä mahdolliset uhkat täytyy kartoittaa tarkkaan ennen tapahtuman toteuttamista. Tapahtumasta halutaan jäädän yleisesti positiivinen kuva, vaikka kaikki kokemukset eivät olisi positiivisia. (Allen ym. 2011, 79-80.)

Tapahtumilla on usein sekä negatiivisia että positiivisia vaikutuksia ihmisiin, sekä järjestäjiin että osallistujiin, ja alueeseen, jossa tapahtuma järjestetään. Tapahtumien tuomio positiivisia vaikutuksia ovat: alueen ihmisten osallistuminen, jaettu kokemus, kulttuuristen näkemysten laajentuminen, julkisten kulkuvälineiden tarjonnan ja laadun parantuminen (ainakin hetkellisesti), mahdollinen kansainvälinen huomio, sosiaalinen yhteenkuuluvuus ja alueen kehittyminen ja uusiutuminen. Negatiivisia vaikutuksia taas vastaavasti ovat muun muassa: alueen yhteisön vieraantuminen, negatiivinen kuva yhteisöstä, huono käytös ja meteli (osallistujat esimerkiksi festivaaleilla), saasteet, ympäristövahingot, liikenneuhkat, alkuperäisyyden menettäminen ja maineen pilaaminen. (Allen ym. 2011, 81.)

Tapahtumilla pyritään myös kehittämään paikkakunnan imagoa, mikä usein kuitenkin tapahtuu vasta pitkällä aikavälillä. Monissa maissa käytetään tapahtumia strategisena välineenä kaupungin imagon hallinnassa. Moni kaupunki tunnetaankin nimenomaan niissä järjestettävistä tapahtumistaan. Tavoiteltuja kohderyhmiä houkutellaan mielikuvilla ja erilaisilla vaikutelmilla, jota paikkakunnan tapahtumamarkkinoinnilla välitetään. Pori Jazz on hyvä esimerkki tapahtuman luomasta kaupunki-imagosta. Jazz-festivaali näkyy kaupungissa kaikkialla, kuten urheilussa, näyttelyteemoissa ja majoitusliikkeiden nimissä. Pori Jazz-festivaali on myös vaikuttanut suuresti kaupungin ulkonäköön, erityisesti joen varren olemukseen. (Kainulainen 2014, 8-10.)

Tapahtumien taloudelliset vaikutukset

Tapahtuman järjestäjien suurin huoli on budjetissa pysyminen. Paras tilanne tapahtumalle on, jos budjetti on ylijäämäinen tai sen tekemä tuotto on positiivinen. Tapahtumat ovat imagon luojia paikkakunnille ja valtiolle. Tapahtumat luovat taloudellista kasvua ja uusia työpaikkoja. (Allen ym. 2011, 94)

Yksi tapahtuman tärkeimpiä vaikutuksia on turismin tuoma liikevaihto paikkakunnalle. Tehokas turismin edistäminen, voi saada turistit jäämään pitemmäksi aikaa paikkakunnalle. Turistit tuovat lisätuloja käyttäessään sen palveluita. Yleisön suuri mielenkiinto herättää myös median mielenkiinnon ja

näin saadaan sekä tapahtumalle että paikkakunnalle enemmän huomiota. Tapahtumat toimivat loistavana paikkana yrityksille saada yleisön huomio toimivat ne sitten järjestäjinä, sponsoreina tai yrittäjinä tapahtuma-alueella, esimerkiksi ruokakojut festivaaleilla. Tapahtumissa usein yritykset yrittävät kiinnittää uusien asiakkaiden ja sijoittajien huomio. (Allen ym. 2011, 94)

Tapahtumien, varsinkin televisioitujen, mainospaikoilla tekee tapahtuma hyvää tulosta. Esimerkiksi vuoden 2015 Super Bowlin, amerikkalaisen jalkapallon finaaliottelu, 30 sekunnin mainospaikka maksaa 4,5 miljoonaa Yhdysvaltain dollaria ja silti mainospaikat myytiin loppuun. Yhdysvalloissa tv-kanava NBC näyttää pelin ja tavoittelee 115 miljoonaa katsojaa. Super Bowl on Yhdysvaltojen katsotuin tv-lähetys, joten mainospaikkojen hinta on myös sen mukainen. (Juvonen 2015.)

Perinteisesti yhteisöt ja valtio ovat järjestäneet tapahtumia niiden havaitun sosiaalisen, kulttuurisen ja/tai urheilullisen hyödyn ja arvon vuoksi. 1980-luvulla tilanne alkoi muuttua, kun ymmärrettiin myös tapahtumien tuoma taloudellinen hyöty, turismin ja kävijämäärien kasvu sekä uusien työpaikkojen luonti. 1980-luvulta saakka paikalliset ja valtion hallitukset ovat pyrkineet luomaan tarkkoja tapahtumastrategioita, rakentaneet vahvoja portfolioita paikallisiin, vuosittaisiin tapahtumiin ja tavoitelleet aggressiivisesti kertatapahtumia omille paikkakunnilleen tai maahan. (Allen ym. 2011, 97-98.)

Päätettäessään mitä tapahtumia rahoitetaan, täytyy hallituksen nähdä tapahtuman kokonaiskuva kustannuksista ja odotetusta sijoituksen palautuksesta. Tällöin usein tutkitaan taloudellisia vaikutuksia, kuten tapahtuman järjestämisen kulut ja tapahtuman vaikutusta laajempaan talouteen. Faulkner, 1993, ja Jago ja Dwyer, 2006, ovat jakaneet nämä vaikutukset kolmeen pääryhmään:

1. Ulkopaikkakuntalaisen rahankäyttö
2. Investointikustannukset tiloihin, joita tarvitaan tapahtuman järjestämiseksi
3. Aiheutuneet menot tapahtuman järjestäjien ja sponsorien järjestäessä tapahtumaa

Tapahtumien taloudellista vaikutusta laskettaessa pitää ottaa huomioon flow-on vaikutus. Tällä tarkoitetaan rahaa, jonka tapahtuman kävijä käyttää esimerkiksi käyttäen ruokaan. Raha ei suoraan mene tapahtumalle vaan ruuan ja juoman tarjoajalle. Tapahtuma saattaa myös nostaa palkkoja sekä kuluttajien kulutusta paikkakunnalla. (Allen ym. 2011, 98)

Vaikka suuret tapahtumat saattavat tehdä negatiivisen tuloksen, tuottavat ne hyötyä tapahtumaan liittyville aloille, kuten majoitus, ravintolat, vuokraajat ja tavaroiden hankkijat ja välittäjät. Pitkäaikaisista hyötyä on esimerkiksi alueen tunnettavuuden lisäämisessä. Organisaatio saa harvoin yksin kaikkea tätä hyötyä. Usein valtio lähtee tukemaan tapahtumaa, jotta sen yleiset hyödyt saataisiin hankittua. (Allen ym. 2011, 98)

Tapahtumien taloudelliset vaikutukset näkyvät suoraan tapahtuman ja paikallisen liike-elämän välisessä toiminnassa, kuten henkilöstön palkkaus, tilojen vuokraus ja ostot paikallisissa liikkeissä. Epäsuorana vaikutuksena taas on tapahtumakävijöiden kulutus paikkakunnalla tapahtuman aikana. Näistä hyötyvät eniten majoitus- ja ravitsemispalveluyritykset, vähittäiskauppa ja liikennöineistä vastaavat elinkeinoharjoittajat. Ostovoiman kasvu näkyy myös verotuloissa. Tapahtumien taloudellisia vaikutuksia paikkakunnalle on vaikea laskea euromääräisesti. Suurin osa vaikutuksista näkyy vas-

ta pitkällä aikavälillä, kuten esimerkiksi tapahtumakaupungin imagon kehityksessä. Uusia yhteistyöverkostoja muodostuu eri tapahtumien ympärille ja tämän myötä tapahtumakaupunkeihin saadaan myös uutta, luovaa ja kulttuurillista osaamista. (Kainulainen 2014, 8.)

3.3 Tapahtumakävijöiden motiivit

Iso-Ahola (1980) määrittää motiivin sisäiseksi tekijäksi, joka ohjaa, herättää tunteita ja muokkaa käytöstä. Osallistuminen tapahtumaan lähtee halusta tai tarpeesta päästä osalliseksi tiettyyn tapahtumaan. Matkailijalla on usein monta motiivia lähteä toteuttamaan tarvettaan, oli sitten kyse tapahtumasta tai matkailusta. (Crompton & McKay 1997, 425.)

Tapahtuman markkinoinnissa on kolme kohtaa, joihin asiakkaiden motiivien ymmärtämiseksi pitäisi keskittyä. Ensimmäisenä on markkinoinnin itsestänselvyys, asiakkaat eivät käytä tai osta mitään mitä he eivät tarvitse. Tapahtumilta he odottavat kokemuksia, jotka täyttävät heidän tarpeensa olla siellä. Toisena pitää muistaa, että motiivit ovat jo ennen itse kokemusta ja tyytyväisyys siihen tulee vasta sen jälkeen. Vastaavanlaisia tapahtumia järjestetään ympäri maata. Tapahtumien täytyy luottaa paikallisiin kävijöihin ennen muita. Kävijöiden toistuva vierailu tapahtumassa, täytyy taata hyvällä kokemuksella kävijälle. Kolmantena tärkeänä osana on motiivien tunnistaminen ja priorisoiminen, ymmärtääkseen kävijöiden ajatusprosessia. (Crompton & McKay 1997, 426.)

Lundberg (1990) kertoo, että matkustajien ja lomailijoiden motiiveista on hyvin vähän tutkimustietoa olemassa. Varsinkin tapahtumien kohdalla tämä pitää paikkaansa. Kuitenkin vuoden 1991 jälkeen on tehty kaksi tutkimusta festivaaleilla kävijöistä ja heidän motiiveistaan. Molempien tutkimusten tulokset kertovat viisi motiivia: pako, jännitys, uusi tapahtuma, sosiaisoitumien ja perheen yhdessä olo. (Crompton & McKay 1997, 428-429.)

Kävijän tyytyväisyys on tapahtumalle (tai mille tahansa muullekin yritykselle) paras markkinointi keino: tyytyväinen asiakas tulee takaisin ja todennäköisesti tuo ystävänsä mukanaan. Asiakkaan palvelu on aloitettava heti asiakkaan saapuessa tapahtumapaikalle ja palvelun on ulotuttava aina parkkipaikalta ylimpään johtoon saakka. Työntekijöiden on taattava asiakkaalle hyvä kokemus. Hyvä kokemus takaa motiivin asiakkaalle tulla uudestaan, oli sitten kyse tapahtumasta tai vaan lähiruoka-kaupasta. (Watt 1998, 61-62.)

3.4 Pohjois-Savon alueen tapahtumat

Pohjois-Savon alueella on ympäri vuoden useita erilaisia tapahtumia tanssista mäkipyöräilyyn ja pitkän matkan luisteluun. Isoimmat tapahtumat ovat selkeästi sijoittuneet Kuopio-Tahko alueelle. Mutta myös Iisalmessa ja Varkaudessa on muutama huomioitava tapahtuma, jotka tuovat alueelle sekä matkailijoita että tuloja. Näistä mainittavia on esimerkiksi Oluset Iisalmessa ja Varkaudessa Vekara-Varkaus ja Sampea ja Samppanjaa. Isoimmat tapahtumat ovat hyvin urheilupainotteisia, mutta sekaan mahtuu muutama festivaali ja kulttuuritapahtuma.

Tarkoituksena oli kerätä tietoa tapahtumista kyselemällä Pohjois-Savon alueen tapahtuman järjestäjiltä heidän näkemystään esimerkiksi ulkopaikkakuntalaisten (noin 50km alueen ulkopuolella asuvat) määrästä sekä alueella viivytyistä öistä. Järjestäjiä pyydettiin myös arvioimaan ulkopaikkakuntalaisten ja paikkakuntalaisten kulutusta tapahtuman aikana. Luvut perustuvat tapahtumajärjestäjien omiin arvioihin kävijämääristä ja rahankäytöstä tapahtumassa. Pohjois-Savon alueen tarkasteltaviksi tapahtumiksi vertailuun valittiin Finland Ice Marathon, Puijon Kisat –mäkihypyn maailman cup, Tahko MTB, Trust Kapital OPEN-beachcolley -tapahtuma, Kuopio RockCock, Kuopio Tanssii ja Soi, Kuopio Viinijuhlat, Iisalmen Oluset ja Vekara-Varkaus.

Tapahtumien kävijämäärät

Tapahtumien välillä kävijämäärissä on suurta vaihtelua, esimerkiksi festivaaleilla Kuopio RockCock:ssa oli kävijöitä keskimäärin 20000 ja Iisalmen Olusilla kävijöitä oli noin 12000. Urheilutapahtumissa kuten, Finland Ice Marathon oli noin 12000 kävijää, Puijon kisoissa (mäkihypyn maailman cup) 6500, Trust Kapital OPEN 15000 ja Tahko MTB 6000 kävijää. Kulttuuri- ja musiikitapahtumissa liikutaan samoissa kävijämäärissä kuin urheilutapahtumissa ja festivaaleilla. Varkaudessa järjestettävä lasten tapahtuma Vekara-Varkaus keräsi vuonna 2013 viikon aikana noin 29000. Kuopio Tanssii ja Soi arvioi kävijämäärän esityksissä olleen noin 8500 kävijää ja kursseja laskutettiin noin 700. Tämän lisäksi Tanssii ja Soi-viikon ilmais- ja oheistapahtumissa oli kymmeniä tuhansia kävijöitä. Kuopion Viinijuhlilla oli kahdeksan päivän aikana kävijöitä arviolta 35000.

Kävijämääriin vaikuttavat selkeästi tapahtuman ajankohta ja sen tunnettavuus. Esimerkiksi Kuopion Viinijuhlat, jotka ovat juuri parhaimman lomanajan alkupuolella, vetää selkeästi esimerkiksi Kuopio Tanssii ja Soi:ta enemmän kävijöitä, vaikka Tanssii ja Soi:n tarjonta on ”laajempi”. Ulkotapahtumissa säällä on todella suuri merkitys tapahtuman kävijämääriin sekä tapahtuman tuottoon. Esimerkiksi Kuopion Viinijuhlat, joka on ulkotapahtuma, kokee sään vaikutuksen konkreettisesti. Kesällä 2014, kävijämäärät jäivät sateisen sään takia keskiarvoa pienemmäksi.

Ulkopaikkakuntalaisten yöpyminen

Ulkopaikkakuntalaisten määrä eri tapahtumissa vaihteli hyvin paljon. Esimerkiksi Tanssii ja Soi arvioi kävijämäärän olleen 65-75% riippuen osallistuiko kävijä kurssille vai kävikö katsomassa esityksiä. Kuopio Viinijuhlilla ulkopaikkakuntalaisia oli noin 50% kävijöistä. Iisalmen Olusilla kävijöistä 20% oli paikkakunnan ulkopuolelta. Finland Ice Marathonissa taas 15% kävijöistä oli ulkopaikkakuntalaisia. Ehkä hieman yllättäen Kuopio RockCockin kävijöistä 70% tulee toiselta paikkakunnalta. Tämä tulee yllätyksenä ehkä sen takia, että nykyään festivaaleja eri mittakaavoissa järjestetään usealla paikkakunnalla. Suomalaiset artistit kiertävät hyvin pitkälle melkein kaikki Suomen festivaalit, joten festivaalit joutuvat erottumaan ulkomaisella tarjonnallaan.

Tapahtumapaikka vaikuttaa ulkopaikkakuntalaisten osallistujamäärään. Esimerkiksi Tahkolla järjestettävä Suomen suurin maastopyöräilytapahtuma Tahko MTB:n osallistujista 90% oli ulkopaikkakuntalaisia. MTB:n kohdalla oli kuitenkin vaikea tulkita mistä tämä luku muodostuu, koska kuntaliitoksen

myötä Nilsii ja Tahko kuuluvat Kuopioon, mutta kuopiolaiset eivät välttämättä koe olevansa kotipaikkakunnallaan käydessään Tahkolla. Vekara-Varkauden järjestäjät eivät osanneet arvioida tapahtumassa käyvien ulkopaikkakuntalaisten määrää, mutta arvioivat suurimman osan tulevan päiväkäynnille isommilta lähipaikkakunnilta, kuten Mikkelistä, Kuopiosta, Joensuusta ja Jyväskylältä.

TAULUKKO 1. Tapahtumien kävijämäärät Pohjois-Savossa

Tapahtuma	Kävijämäärä/tapahtuma	Paikkakuntalaisia (%)	Ulkopaikkakuntalaisia (%)
Tahko MTB	6000	10	90
Trust Kapital Open	1500	85	15
Kuopio Tanssii Ja Soi	Pääesityksissä 8500 700 laskutettua kurssia	pääesityksissä 34 kursseilla 25	Pääesityksissä 66 Kursseilla 75
Kuopio Viinijuhlat	35000	50	50
Finland Ice Maraton	12000	15	85
Iisalmen Oluset	12000	80	20

Kaikki tapahtumien järjestäjät arvioivat ulkopaikkakuntalaisten paikkakunnalla tai lähialueilla yöpyvien vuorokausien määräksi keskimäärin 2 yötä. Useamman päivän kestävät urheilutapahtumat, kuten Trust Kapital Open:ssa ulkopaikkakuntalaiset yöpyivät jopa kolme yötä tapahtumapaikkakunnalla.

Rahankäyttö tapahtumissa

Rahankäytössä oli vaihtelevuutta paikkakuntalaisen ja ulkopaikkakuntalaisen välillä. Tapahtumien järjestäjien arvio ulkopaikkakuntalaisten rahankäytöstä vaihtelee 100-500 euron välillä. Kun taas paikkakuntalaisen kulutus oli 30-200 euron välillä.

Trust Kapital Open arvio ulkopaikkakuntalaisen kulutuksen olleen noin 500€ tapahtuman aikana, kun taas paikkakuntalaisen kulutus olisi vain 35€. Tahko MTB arvioi kulutuksen paikkakuntalaisella olleen 200€ ja ulkopaikkakuntalaisella 400€. MTB:ssä ajetaan pyörällä pitkiäkin matkoja, mikä vaikuttaa siihen, että tankkaustarvikkeita ostetaan ennen kisaa. Ulkopaikkakuntalainen maksaa osallistumislipunsa lisäksi majoituksesta ja syömisestä paikkakunnalla. Kuopio Tanssii ja Soilla ulkopaikkakuntalaisen keskekulutus oli noin 130-150 euroa, mukaan lukien majoituksen, syömisestä, kursseille osallistumisen ja/tai pääsyliput esityksiin. Paikallisen rahankäyttö taas nousee hieman korkeammalle, 100-170€, mikä selittyy sillä, että paikallisella on helpompi päästä osallistumaan kursseille ja esityksiin, koska majoitus- ja ruokakustannuksista ei tarvitse murehtia. Iisalmen Olusilla rahankäyttöä ei ole eritelty ulkopaikkakuntalaisten ja paikkakuntalaisten välillä, mutta keskekulutus kaikilla kävijöillä oli noin 20€/henkilö.

Rahan kulutukseen vaikuttaa paljon tapahtuman luonne. Esimerkiksi Kuopio RockCock:ssa sekä paikkakuntalaisten, että ulkopaikkakuntalaisten kulutus oli huomattavasti pienempi, kun Viinijuhlilla tai Tanssii ja Soi:lla. Tämä selittyy sillä, että kohderyhmä on erilainen. Festivaaleilla käy enemmän nuoria. Vaikka Viinijuhlat voisi käsittää festivaalina, menee se enemmän samaan kategoriaan Tanssii

ja Soi:n kanssa kulttuuritapahtumana, mikä muuttaa kohderyhmää keski-ikäisiin keski- ja hyvätuloisiin.

Moni Pohjois-Savon alueen tapahtuma on itse maksullinen kilpailijoille, esimerkiksi Tahko MTB:n osallistumismaksut vaihtelevat 40-90€ välillä riippuen ajettavan matkan pituudesta. Finland Ice Marathonille osallistumismaksut ovat 40-75€ välillä matkan riippuen matkan pituudesta ja ilmoittautumisajankohdasta. Alueen urheilutapahtumat ovat pääosin yleisölle ilmaisia, kuten esimerkiksi MTB, Trust Kapital Open ja Finland Ice Marathon. Näihin poikkeuksena on kuitenkin Puijolla järjestettävä mäkihypyyn maailman cup, joihin katsojalta lippu maksoi aikuiselta 24€ ja alennuslippu (lapset, opiskelijat, eläkeläiset) maksoi 13€ portilta ostettuna. (Tahko MTB 2015; Finland Ice Marathon 2015; Puijon Kisat 2015.)

Kuopio Tanssii ja Soi:n esityksiin liput maksavat 15-50€ per esitys ja Viinijuhlille yhden päivän lippu maksaa ennakoon 23€ ja portilta 26€. Kuopio RockCockiin yhden päivän lippu on 45€, kahden päivän lippu 75€ ja VIP-lippu kahdelta päivältä on 165€. Iisalmen Olusiin kahden päivän lippu on ennakoon 42€ ja portilta ostettuna 55€. (Kuopio Dance Festival 2015; Kuopio RockCock 2015; Oluset 2015.)

Tapahtumien merkitys alueelle

Moni tapahtuman järjestäjä arvioi suurimman alueelle jäävän hyödyn menevän hotelleille, ravintoloille sekä paikallisille erikoisliikkeille. Tapahtumilla, jotka tuovat päiväkävijöitä ja matkailijoita, on suuri matkailullinen ja taloudellinen merkitys alueelle. Varsinkin Tahkolle kesäkautena olevat tapahtumat tuovat asiakkaita ja elämää muuten hiljaiseen kesään. Esimerkiksi Tahko MTB tuo yhdeksi viikonlopuksi, osa kävijöistä viiheyttä pitempäänkin, Tahkolle 6000 kävijää. Liikenneasemien tulos nousee tapahtumien aikaan, koska paljon tapahtumien kävijöistä tulee paikkakunnan ulkopuolelta ja tankkaavat usein viimeistään lähtiessään.

Rahan kulutukseen tapahtumassa ja alueelle jäävään tuloon vaikuttaa tapahtuman luonne ja se mitä tapahtumassa on tarjolla. Urheilutapahtumissa usein on myynnissä urheiluvaatteita ja -välineitä lajiin liittyen. Tahko MTB:n aikana Tahkon Piazzan edusta on täynnä erilaisia "kojuja", jossa myydään niin pyöriä kuin pyöräilyyn tarkoitettuja välineitä ja vaatteita. Tämä myynti ei kuitenkaan ole alueelle jäävää tuloa, vaan usein nämä kojut kiertävät vastaavien tapahtumien mukana ja heidän varsinaisen kauppansa on jossain muualla.

3.5 Yhteenveto

Tapahtumilla on oleellinen merkitys alueelle niin taloudellisesti kuin kulttuurillisesti, vaikka negatiivisia vaikutuksia aika ajoin ilmenee. Suurin hyötyjä tapahtumajärjestäjän lisäksi ovat tapahtumapaikkakunnan majoitus-, ravintola-, vähittäiskauppa- ja liikennöintiyritykset.

Paikkakuntalaisten ja ulkopaikkakuntalaisten rahankäytössä oli suuria eroja tapahtumissa ja tapahtumapaikkakunnalla. Paikkakuntalainen käytti rahaa noin 30-200 euroa per tapahtuma, kun taas ulkopaikkakuntalainen käytti rahaa 100-500 euroa per tapahtuma. Suuret erot johtuvat ulkopaikkakuntalaisen tarpeesta käyttää tapahtumapaikkakunnalla majoitus- ja ravintolapalveluita.

Ulkopaikkakuntalaisten määrä vaihtelee suuresti riippuen tapahtumasta ja sen sisällöstä. Kuopio Tanssii ja Soi -viikolla on paljon ulkopaikkakuntalaisia sen ollessa suurin Pohjoismainen tanssitapahtuma, kun taas esimerkiksi Iisalmen Olusilla ulkopaikkakuntalaisia ei juuri ole. Tuloksia voi myös väärin arvioida se kuinka tapahtumakävijä käsittää oman paikkakuntansa.

Tutkimusta voisi jatkaa haastattelemalla useampaa ja useammalla paikkakunnalla olevaa tapahtumanjärjestäjää sekä haastatella tapahtumakävijöitä. Tämän jälkeen verrata tuloksia keskenään ja tutkia kuinka tapahtumanjärjestäjien ja -kävijöiden näkemykset eroavat toisistaan. Myös tapahtumakävijöiden profiilia voisi kartoittaa tarkemmin, kuten minkä tyyppisissä tapahtumissa eri ihmiset käyvät.

4 ARTIKKELI 3: MATKAILIJOIDEN RAHANKÄYTTÖ TAHKOLLA

Kolmannen artikkelin tavoitteena on selvittää matkailukeskus Tahkon kävijöiden rahankäyttöä ja mikä siihen vaikuttaa (ikä, työmarkkina-asema, koulutus). Käydään myös läpi Tahkon historiaa, palveluliiketoiminnan kehitystä sekä mitä Tahkolla on tänä päivänä tarjolla kävijöille.

4.1 Johdanto

Matkustaminen oman elinpiirin ulkopuolelle on matkailun peruselementti. Matkailukeskusten, kuten Tahko, kohdalla itse keskus muodostaa Smithin (1994) mukaan ytimen matkailutuotteelle. Ytimen ympärille muut muodostuvat osat ovat: palvelut, vieraanvaraisuus, valinnan vapaus ja asiakkaan osallistuminen. Matkailutuote ei ole koskaan yksinkertainen prosessi. (Komppula & Boxberg 2005, 15.)

KUVIO 10. Smith (1994) Sijaintiin perustuva matkailutuote



Kuva 3 kuvaa Smithin matkailutuotteen. Paikalla tarkoitetaan itse kohdetta ja sen sisältämiä fyysisiä tekijöitä, kuten majoitus- ja ravitsemispalveluita, jotka muodostuvat sen ympärille. Pelkkä fyysinen paikka ei ilman palveluita ole matkailukeskus. Vieraanvaraisuus pätee kaikkiin palveluyrityksiin, pitää olla palvelualtis, sekä halua ja asennetta palvella asiakasta. Yrityksessä vieraanvaraisuudella käsitellään työntekijän ja asiakkaan välinen vuorovaikutus. Matkailijalle on tarjottava mahdollisimman paljon vaihtoehtoja kohteessa, jotta valinnan vapaus toteutuu. Kaikki eivät suunnittele ohjelmaansa etukäteen, vaan saattavat päättää päivän ohjelmansa mielialan tai sään mukaan. Osallistuminen matkailutuotteen tuottamiseen on jokaiselle matkailijalle hyvin yksilökohtaista ja tähän palvelutuottajat pystyvät kaikista vähiten vaikuttamaan. Esimerkiksi luonnosta nauttiva matkailija ei välttämättä kulje jo tehtyjä polkuja, vaan suunnistaa itse keskellä metsää. (Komppula & Boxberg 2005, 15-16.)

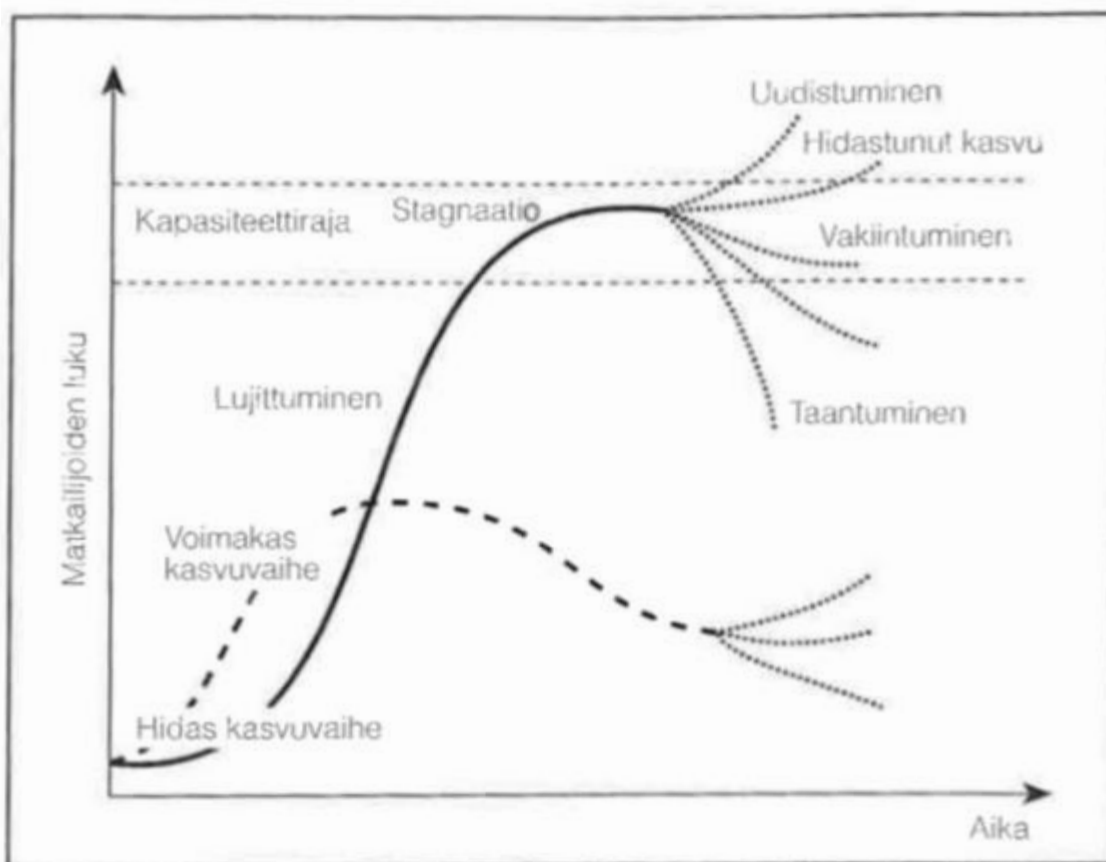
Smithin mallissa, matkailija tulee nimenomaan paikan ja sen tarjoamien kokemusten perässä kohteeseen. Matkailijan motiivina siis on nimenomaan paikan tarjoamat tuotteet, kuten Tahkolla laskettelu. Vaikka laskettelu voi harjoittaa Suomessa monessa muussa paikassa, matkailijan syynä tulla

Tahkolle on nimenomaan itse Tahko ja sen tarjoamat muut palvelut. (Komppula & Boxberg 2005, 16-17.)

Matkailukeskuksissa kohtaa kysyntä ja tarjonta, joten matkailukeskusten rooli matkailussa on hyvin oleellinen. Näin myös niin positiiviset kuin negatiivisetkin matkailun vaikutukset kasautuvat keskuksiin. Matkailukeskuksella voidaan tarkoittaa niin kuntaa tai kaupunkia kuin kuntaan kuuluvaa osaa, jota voidaan rinnastaa kylätasoon. Resort-käsitettä kuvaillaan Gooddallin Dictionary of Human geography-kirjassa (1987) seuraavasti: *"kaupunkimainen yhteisö, jossa matkailu pääasiallinen toiminto"*. Taas Dictionary of Travel, tourism and hospitality (Medlik 1994) kuvaa resort-sanaa seuraavasti: *"paikkaa, jonne ihmiset matkustavat lomailu- ja virkistystarkoituksessa"*. Näitä ovat pääasiallisesti lomakohteet. Menestyvimpiä matkailukeskuksia ovat pääkaupungit. (Kauppila ym. 2005, 26-28.)

Matkailukeskusta määritellään eri tavoin, esimerkiksi yllämainittuihin alueyksiköihin paikallistasolla tai keskuksiin, jossa päätoiminto tai toiminto muiden joukossa on matkailu. Matkailukeskus voi käsittää nähtävyyden, jonka ympärille on rakentunut oheistoimintaa, kuten Puijon Torni tai useita nähtävyyksiä ja kohteita sisältävä kaupunkikeskus. Kehityshistoriasta riippuen voi matkailukeskus olla perinteinen tai moderni. (Kauppila ym. 2005, 28-29.)

KUVIO 11. Butlerin (1980) elinkaarimalli



Kuvassa 4 on Butlerin (1980) matkailukohteen kehitys ja sen vaiheet. Ensimmäisenä on hidas alkuvaihe, jolloin vain edelläkävijämatkailijat käyvät kohteessa ja heidän tarpeiden täyttämiseksi syntyy

joitakin palveluita alueelle. Matkailijat ovat yleensä varakkaita. Tämän jälkeen alkaa voimakas kasvuvaihe. Kohde alkaa saamaan tunnettavuutta ja sen kävijämäärä myös kasvaa. Kävijät ovat ylempää keskiluokkaa. Kolmannessa vaiheessa (stagnaatio) kasvu hidastuu ja massaturistit tulevat matkailukohteeseen. Kohteen uutuusarvo vähenee ja se menettää viehätystään. Stagnaatiovaiheen jälkeen matkailukohteen kehitys voi lähteä kolmeen suuntaan: 1) taantuminen, voi olla vähäistä ja tai rappeuttaa kohteen, 2) vakiintuminen, jolloin olosuhteet pysyvät samana tai 3) uusi kasvuvaihe, jolloin kasvu voi olla hidasta tai näkyä voimakkaana elpymisenä. (Vuoristo 1998, 159-160.)

4.2 Matkailukeskus Tahko

Tahko on ympärivuoden auki oleva matkailukeskus Pohjois-Savossa, Nilsissä. Se sijaitsee noin 65 kilometriä koiliseen. Tässä aktiivisessa matkailukeskuksessa voit nauttia talvella lumen tarjoamista mahtavista talviurheilulajeista ja kesäisin taas esimerkiksi golfaamisesta kahdella eri golf-kentällä. Tahkolla toimii ympäri vuoden kylpylä, jossa voi valita erilaisia hoitoja tai käydä uimassa. Samassa rakennuksessa toimii myös keilahalli. Tarjolla on myös erilaisia safareita moottorikelkkailusta islanninhevostaelluksiin. Talvisin hiihtolatuina toimivat pururadat tarjoavat kesällä kauniit lenkkimaiset. (Kuopion Tahko alue 2014a.)

Tahko on monipuolisuudestaan huolimatta pääasiallisesti laskettelukeskus. Laskettelukausi Tahkolla keskimääräisesti kestää joulukuusta ja huhtikuuhun ja rinnevalikoima sopii niin aloittelevalle laskijalle kuin pitempääkin harrastaneelle. Pisin rinne on yli tuhat metriä ja rinteitä on tarjolla 23, joihin pääsee nousemaan 14 eri hissillä. Lasketteluun ja muiden aktiviteettien lisäksi Tahko on kuuluisa afterskistä ja muista mahtavista tapahtumista. Tahkolla on jatkuvasti kauden aikana huippuesiintyjä. Talvisin on Winter ExtremeRun, Business Slalom, järvilätkää ja lasten naamiaislasku. Kesäisin Tahko tarjoaa useita urheilutapahtumia kuten Tahko Run, Tahko MTB ja Tahkon Vuorijuoksu. (Kuopio Tahko alue 2014a; Kuopio Tahko alue 2014b.)

4.2.1 Tahkon historia

”Kaikkea paitsi tylsää – sellainen on Tahkon historia todellakin ollut.” (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 7.)

Alkuperäinen Tahko sai alkunsa vuonna 1959, kun kulotettava alue levisi metsäpaloksi. Rinteet rakensivat nilsiäläiset ja ensimmäinen rinne avattiin vuonna 1968. Alue nimettiin Tahkovuoreksi. Aluksi Nilsin kunta ei ollut halukas sijoittamaan laskettelukeskukseen. Mutta esimerkiksi Rukan laskettelukeskuksen myötä Kuusamoon oli saatu paljon uusia työpaikkoja, joten miksi ei myös Nilsissä? (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 10, 12.)

Viralliset avajaiset olivat 11.2.1968. Ensimmäinen talvi oli kuitenkin haasteellinen. Hissin vaijeri ei pysynyt paikallaan ja maaliskuu oli hyvin leuto. Talven aikana kirjattiin kaikesta huolimatta 34000 nousua. Talkoohengellä ja luottamusmiehillä rinteiden ylläpito oli vaativaa. Tahkonvuoren nykyiset rinteet löydettiin vuonna 1969. Rinteet tulivat tutuiksi Jörn Donnerin avulla, vaikka rinteiden raken-

nuttaja oli Donnerin yhtiökumppani Pekka Reinikka. Uusien rinteiden avajaisia vietettiin 14.2.1971. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 21-23, 28, 38-43.)

Vaikka kävijöitä Tahkovoarella riitti hotellin rakennuksen jälkeen, vasta vuonna 1976 tehtiin ensimmäinen voitollinen tulos. Samana vuonna sai Tahkovoori Opetusministeriöltä avustuksen rinteiden tasoitusta varten. Aikaisemmin rinteet tasoitettiin talkoovoimin, nyt avustuksen turvin saatiin työhön raskastyökone. Tahkovooren kolmas nimenvaihdos tapahtui vuonna 1981, jolloin nimi muutettiin Tahkovooresta nykyiseen muotoonsa eli Tahkoksi. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 80, 82, 89.)

Vuonna 1983 Tahkon rinteitä kehitettiin lisää. Kilparinne sai odotetun hiihtohissin sekä valaistuksen. Myös Turistirinteeseen ja Vauhtirinteeseen rakennettiin valaistus sekä hankittiin lumetuskoneet. Sen aikaisten tykkien teho oli varsin vaatimaton nykyisiin koneisiin verrattuna, mutta olivat Tahkon rinteille tarpeellinen lisä. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 94-95.)

Vuonna 1989 Tahko jakautui kahdeksi eri yhtiöksi, aikaisemmin rinteet ja hotelli olleet samassa omistuksessa. Hotellin ostivat Palokari-yhtiöt ja rinteet myytiin perustettavalle Tahkonrinteet Oy:lle, joka on SVUL:n (Suomen Valtakunnan Urheiluliitto) ja Veikko Mantilan hallitsema yhtiö. SVUL:n ja Mantilalla oli entuudestaan muita laskettelukeskuksia, jotka koottiin yhdeksi yhtiöksi Huippupaikat Oy:ksi. Laajimmillaan keskuksia oli viisi: Tahko, Kasurila, Vuokatti, Isosyöte ja Kivesvaara. Nykyään Huippupaikat Oy:n omistuksessa on enää Tahko, Kasurila ja Vuokatti. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 114-117; Huippupaikat Oy 2014.)

Vuonna 1990 rakennettiin myös kauan odotettu tuolihissi ja uusia rinteitä. Tahkonlahden pohjukkaan tehtiin uusi parkkialue 400 autolle. Uudet rinteet ja tuolihissi kiinnostivat matkailijoita ja Tahkon myynti nousi 40% kaudella 1990-1991. Vaikka investoinnit Tahkolle olivat suuria, silti painiminen isojen keskusten kanssa samassa sarjassa oli hankalaa. Suurimmissa keskuksissa oli yli 5000 vuodepaikkaa, kun Tahkolla oli vain noin 2000, sekä muutamissa oli jo sisäliikuntatilat sekä kylpylä. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 119, 121, 124.)

Laman vaikutukset alkoivat näkyä myös Tahkon toiminnassa vuosina 1990-1993. Pankit eivät enää rahoittaneet hiihtohissejä. Konkurssit sulki useita laskettelukeskuksia, kuten esimerkiksi Huippupaikat Oy:n Paltamon Kivesvaaran. Palokarin yhtiö joutui konkurssiin alle. Hotelli Tahko siirrettiin vuokrattavaksi. Laman aikaan rinteille avattiin vain siirtymäreittejä. Vuonna 1994 laman alkoi helpottaa. Jo vuonna 1995 avattiin uudet Länsirinteet. Länsirinteet toivat kauan kaivatut lyhyet ja loivat rinteet, jotka sopivat lapsille ja aloittelijoille. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 131-133.)

Vuosi 1995 oli toi Tahkolle urheilukisoja lumilautailun EM-kisojen ja maastopyöräilyn SM- ja PM – kisojen muodossa. Maastopyöräilykisarit loivat pohjan Tahko MTB:lle, joka järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 1999 117 osallistujan voimin. Vuonna 2014 osallistujia Tahko MTB:ssä oli yli 2100. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 137-139; Savon Sanomat 2014.)

Rakentaminen oli kaikin puolin hurjaa 2000-luvulla. Myös rinteet kehittivät. Kaudella 2002-03 avattiin Musta Pekka, rinne joka oli hurjan 45 asteen kulmassa. Kaudella 2003-04 Länsirinteiden puolelle avattiin Super pipe, Street ja koko Tahkon 20. rinne. Ja kaudella 2006-07 sai Länsirinteet viidennen hissinsä. Nilsiläisten perustama Tahkovouri toimi vuodesta 1968 Tahkon rinnalla aina vuoteen 1992, kunnes Nipas-Sportin konkurssin myötä hissit myytiin Tahkonrinteille. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 150, 165.)

4.2.2 Palveluliiketoiminnan kehittyminen Tahkolla

Pian laskettelukeskuksen avaamisen jälkeen todettiin, että ilman majoitusta Tahkovouri ei tuottaisi koskaan tarpeeksi. Vuonna 1972 valmistui Tahkovooren ensimmäinen hotelli, joka aluksi nimettiin Ukkotahkoksi ja muutettiin myöhemmin Hotelli Tahkovooreksi. Hotelli oli käytössä vuoteen 2000 saakka, jolloin se purettiin nykyisen Piazzan tieltä. Ukkotahkolla oli 30 kahden hengen huonetta, joista kaksi oli VIP-huonetta sekä 200-paikkainen ravintola. Nyt Tahkovoorella oli tarjota majoitus etelästä tuleville matkailijoille, jotta he matkaisivat pohjoisen laskettelukeskusten sijaan Nilsiään ja Tahkovoorelle. Vuonna 1972 matkailun takia oli Nilsissä jo yli 70 ympärivuotista matkailualan työpaikkaa. Heti seuraavana vuonna hotelliin rakennettiin laajennus lisämajoituspaikkoja varten. Lisäosaan tuli 48 uutta huonetta. Vuodepaikkoja oli 160 ja 300, kun lisävuoteet laskettiin mukaan. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 47, 50-51, 63.)

Vuonna 1975 alkoi suunnitteleminen Tahkovooren mökkikylää varten, kuitenkin ensimmäiset suunnitelmat hylättiin seuraavana vuonna ja mökkikylän rakennus alkoi vasta vuonna 1980. Tahkovooren tuottavuuden lisäämiseksi tarvittiin lisää hissi- ja majoituskapasiteettia. Sekä uusi hissi että mökkikylä saatiin valmiiksi vuonna 1980. Mökkejä rakennettiin 20, mutta se laajeni heti seuraavana vuonna 18 uudella mökillä. Ja vielä samana vuonna näiden yksityismökkien lisäksi rakennettiin 10 vuokramökkiä tavallisille perheille. Mökkikylän rakentamisen jälkeen hotellin, retkeilymajan, laajan asunto-vaunualueen ja lomakylän, 43 hirsihuvilaa, yhteenlaskettu majoituskapasiteetti oli 1200 vuodepaikkaa. Vuonna 1982 Tahko sai ensimmäisen odotetun rinneravintolansa. Paikka oli pieni, mutta sitäkin tunnelmallisempi. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 69, 78, 85-87, 90.)

”Etelä-Suomen parhaat rinteet vetävät ihmiset Tahkovoorelle. Rinteiden ympärille rakentuu sitten kaikki muu. Välillä on syötävä ja nukkuakin pitää. Lomakeskuksen on tarjottava nämä palvelut niin hyvin kuin mahdollista.” Kiteytti Jukka Kauko Tahkon toiminta-ajatusta vuonna 1982, kun hänestä tuli toimitusjohtaja Tahkolla. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 92-93.)

Matkailun ansiosta Nilsin palvelualueiden työpaikat olivat tuplaantuneet ja matkailijat jättivät alueelle noin 50 miljoonaa markkaa vuodessa. Kuitenkin Tahko oli edelleen jäljessä isoja Lapin kilpailijoitaan ja Ruotsin laskettelukeskuksia, kuten Årea. Hotellilla oli ongelmia ja se oli huonokuntoinen. Tahkolla ei ollut lastenrinnettä, tuntilippuja ei ollut tarjolla, päiväliput olivat kalliita ja Tahkon alueella oli todella vähän palveluja. Ongelmista huolimatta Tahkolla oli kaikin puolin paljon kehityspotentiaalia ja mahdollisuus noista kilpailijoidensa tasolle. Tahkon suosio kasvoi tasaisesti. Vuonna 1986 alueella oli

jo 454 hotellivuodepaikkaa, 6 maatilamajoittajaa ja noin 100 vuokrattavaa mökkiä. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 98-99.)

Suurin muutos Tahkon palvelutoiminnassa tapahtui vuonna 1988, kun alue avattiin muille yrityksille. Aikaisemmin vain yksi yritys pyöritti kaikkia palveluita ja toimintoja alueella. Ensimmäinen avattiin Tahko Shop, jossa myytiin vaatteita, matkamuita ja elintarvikkeita. Tämän jälkeen Tahkolle tulivat kelkkasafariyrittäjät. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 102-103.)

Tahkolla on toiminut hiihtokoulu sen alusta saakka. Tarjontaa oli yksityistunneista päiväkursseihin ja erikoiskursseihin ryhmille. Aluksi hiihtokoulun opettajat olivat hotellin alaisia, joten heidän työpäivänsä saattoi kuulua esimerkiksi baarimikkona toimiminen. 2000-luvulla hiihtokoulusta tuli itsenäinen osakeyhtiö, joka palkkasi omille palkkalistoilleen kokopäiväisiä kausiyöntekijöitä. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 105-113.)

Hotelli Ukkotahko ja sen ravintola valmistui joulukuussa 1990. Tämä toi Tahkolle lisää kilpailua, hinnat pysyivät kohtuullisina ja tarjosi matkailijoille enemmän valinnan varaa. Hotelli Ukkotahkon ideana on yhdistää hotelli- ja mökkiasuminen. Osassa huoneista pystyi nauttimaan sekä omasta saunasta että keittiöstä. Hotelli Tahko rakennettiin vuonna 1990-1991. Hotelliin tuli ravintola, jonka lisäksi avattiin rakennukseen baari ja pizzeria. Uudet ravintolat lisäsivät vaihtoehtoja Tahkon nihkeälle ravintolatarjonnalle. Toinen rinneravintola Panorama Bar avasi ovensa vuonna 1992 tuolihissin yläpään. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 116-121, 127.)

Hiihtolatuksen kunto ei miellyttänyt hiihtäjiä ja latuja kunnostettiin kesällä 1991. Suosio kasvoi korjausten jälkeen ja parhaimpana päivänä laduilla hiihti yli 100 hiihtäjää. 124 Myös kelkkareittejä parannettiin. Reittejä oli Tahkolta jopa Rautavaaralle saakka. Tämä loi hyvän pohjan safariyritysten toiminnalle. Esimerkiksi jo vuonna 1997 Tahko Safareilla oli 55 omaa kelkkaa ja tukikohta Tahkolla. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 125-126.)

Talviaikaan kävijöitä riitti, mutta hotellien pyörittäminen kesäaikaan ei ollut kannattavaa. Koska golfharrastaminen Suomessa oli kasvussa, lähdettiin ratkaisua hiljaiseen kesäkauteen hakemaan golfkentästä. Kenttä valmistui yhdeksällä reiällä vuonna 1999 ja täysmittaisena 18 reiällä vuonna 2000. Klubitalo kentän viereen valmistui heti seuraavana vuonna. Vaikka Tahkosta kaavailtiin alusta asti ympärivuotista matkailukeskusta, se toteutui vasta 2000-luvun alussa. Vuonna 2000 kävijämäärä oli noin 200 000 ja vuodepaikkoja oli lähes 5000. Golfkenttä lisäsi kerrosneliöitä 8000m². (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 142-148.)

Nilsissä oli jo 45 matkailuyritystä ja matkailu työllisti noin 200 työntekijää vuonna 2001. Kaupungin matkailutulo oli noin 95 miljoonaa markkaa ja matkailurakentamisen bruttovaikutus noin 70 miljoonaa markkaa. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 150-151.)

Vuonna 2002 Tahkon vanha hotelli sulki lopullisesti ovensa ja se purettiin. Tilalle rakennettiin Piazza, valmistui vuonna 2003, josta tuli suosittu ruoka- sekä bilepaikka. Päässä vuokrasi Hotelli Tahko-

vuoren Piazzaa vastapäätä vuonna 2003 ja osti sen lopullisesti vuonna 2006. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 156-158.)

2000-luvun rakentaminen jatkui, kun vuonna 2005 rakennettiin Tahkon kauan kaipaama sisäliikuntapaikka Tahko Spa. Spa:ssa on sisäliikuntatilat, kuntosali, uimahalli, keilahalli, kokoustilat sekä ravintola. Vuonna 2006 Spa:n viereen rakennettiin Spa Suites, jolla haluttiin vahvistaa Spa:n asiakaspohjaa. Tahkon ensimmäiseen kerrostaloon tuli asuntoja 30 ja pian sen jälkeen rakennettiin ensimmäisen viereen toinen 26 asunnon kerrostalo. Näiden lisäksi nousi Tahkon Tähti, jossa oli asuintilojen lisäksi myös K-market. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 158-160.)

Vuonna 2004 Tahko Golf, Erkki Pentin Tulotie Oy ja Nilsin kaupunki aloittivat neuvottelut toisen golfkentän rakentamisesta. Vuonna 2008 valmistui Luksusluokan lomakeskus Golden Resort golfkenttineen. Alueella oli kymmenen huvilaa ja kymmenen paritaloa sekä ravintola ja klubirakennus. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 161.)

Tahkon ravintolatarjonta lisääntyi vuonna 2006, kun Piazzan kylkeen tuli ravintola Promenade ja Tahkon Tähteen avattiin El Monte, joka otti ruokavaihtoja Italiasta, Espanjasta ja Meksikosta. Rinneravintola Hukka taas myytiin Skimacille, joka muutti ravintolan alakerran välinevuokraamoksi ja yläkertaan tuli alppihenkinen Tirol-rinneravintola. Vuonna 2007 vuodepaikkoja oli 7500. (Rimpiläinen & Pelkonen 2008, 162.)

4.2.3 Tahko nyt

Tahkolla avataan ensi kautena 2015-2016 24. rinne sekä 15. hissi. Näiden lisäksi suunnitteilla on viisi lisärinnettä ja neljä uutta hissiä. Uusien rinteiden lisäksi Tahkolla kaavallaan Puijon hiihtolatuksen taakse 1,5 kilometrin ensilumen latua Tahkonlahden pohjukkaan. Tarkoitus olisi saada latu käyttöön marraskuun alussa ja sitä varten on varattu jo 10 000 kuutiota tykättyä lunta. Rinteiden muutosten lisäksi Tahkon keskusta on saamassa uutta ilmettä. Tahkolla halutaan uusi kävelykeskus Spa:n ja Sokos-hotellin väliin jäävälle alueelle. Tämä tarkoittaisi autoilun kannalta, että uusi tie kulki Spa:n takapuolelta. Tätä kaavaa uudelle keskustalle on suunniteltu yhdessä Tahkon omien yrittäjien kanssa. Uusi keskusta vaatii kuitenkin 10 miljoonien investoinnit, mutta uskomus on, että investointi halukkuutta uuteen keskustaan löytyy. Kävelykeskustan lisäksi kaavallaan myös maanalaista jäähallia ympärivuotiseen käyttöön. (Tiihonen 2015, 3.)

Tahkolla on noin 1000 eri majoitusvaihtoehtoa ja 8500 vuodepaikkaa. Myös ravintoloita on moneen makuun, joissa on tarjolla niin kansainvälistä menua kuin savolaistakin. Erilaisia ravintoloita Tahkolta löytyy 14 ja näiden lisäksi on myös useampi ilta- ja viihderavintola. (Kuopio Tahko alue 2014a.)

Majoitusvaihtoehtoja Tahkolta löytyy niin hotelleja kuin tunnelmallisia mökkejä. Heti rinteeseen tai nopeasti illanviettoon haluaville löytyy heti Piazzaa vastapäätä Sokos hotelli tai Kunkun vieressä sijaitsevat alppitalot. Oma rauhaa kaipaaville löytyy lomamökeissä, joita löytyy niin Tahkon keskustasta tai vähän kauempaa rauhassa Tahkon keskustan äänistä. (Kuopio Tahko alue 2015c.)

Tahkolta löytyy ravintolavaihtoehtoja jokaiseen makuun. Tarjontaa on tavallisista lounaspaikoista tasokkaisiin à la carte ravintoloihin. Tämän lisäksi löytyy niin hampurilais- kuin pizzaravintolaa. Juhlilin ja tilaisuuksiin on tarjolla erilaisia tilausravintoloita, joista on mahdollisuus myös omaan tilata mökkiin ruokaa. Rinneravintolat luovat rinteisiin oman tunnelmansa. Tahkon mahtavista näkymistä voi nauttia Panorama Barissa tai afterski tunnelmasta Pehkussa, joka on kuuluisa menevästä after skistään. Illanviettoon voi lähteä useampaankin paikkaan Tahkolla, mutta selkeä ykköspaikka on Piazza. Tahkolla viihdyttää useat tunnetut suomalaiset artistit ja bändit. (Kuopio Tahko alue 2015d.)

4.2.4 Tahkon palvelut

Laskettelu, golfaamisen ja juhlimisen lisäksi Tahkolta löytyy paljon muitakin palveluita. Riding Club Tahko tarjoaa mahdollisuuden päästä ratsastamaan islanninhevosilla Tahkon upeissa maisemissa eikä aikaisempaa kokemusta tarvita. Mahdollisuus on myös päästä poroajelulle tai huskysafarille. (TAHKOcom 2015a.)

Tahkon palveluita täydentää vuonna 1992 perustettu Tahko Safarit Oy. He tarjoavat niin moottorikelkkailua kuin mönkijäajeluitakin. Tämän lisäksi heillä on vesijettejä vuokralla ja mahdollisuus päästä pelaamaan paintballia. Tahko Safarit on ollut mukana kehittämässä niin Tahkoa itseään kuin kelkkareittejä Tahkon ja Nilsin alueella. (TAHKOcom 2015b.)

Ympäri vuoden toimivasta SkiMac Promenadesta saa vuokrattua välineet melkein kaikkeen tekemiseen Tahkolla. Promenadesta löytyy SUP-lautoja, laskettelusuksia ja -lautoja sekä pyöriä joka lähtöön. Tahko Spa tarjoaa eri palveluita, kuten kylpylä- ja sisäliikuntatoimintaa. Tämän lisäksi löytyy kuntosali ja Triathlon training Center. Liikunnallisten vaihtoehtojen lisäksi Tahko Spassa voi kokoustaa, käydä keilaamassa tai nauttia hyvästä ruuasta Tahko Spa Trattoriassa. Ja kaiken tämän lisäksi Tahko Spa tarjoaa myös majoituspalveluita Tahko Spa Suitesissa. (TAHKOcom 2015c; TahkoSpaHotel 2015.)

4.3 Rahankäyttö Tahkolla

Tahkolla haastateltiin neljänä viikonloppuna helmikuun 2015 aikana ihmisiä heidän rahankäytöstään ollessaan lomalla/vapaalla. Rahankäytön lisäksi heiltä kysyttiin perustietoja, kuten ikää, asuinkuntaa ja työmarkkina-asemaa sekä majoitusmuotoa Tahkolla tai sen lähialueilla ja matkaseuraa. Vastaajia oli yhteensä 244.

4.3.1 Vastaajien taustatiedot

Sukupuoli, ikä ja perhetyyppi

Tahkon kyselyyn vastanneista yli 50% oli 31-50 vuotiaita ja perheellisiä. Eniten vastaajia oli ryhmässä 41-50 vuotiaita (26%). Ikäjakaumaan vaikuttaa se, että suurin osa haastatteluista tehtiin hiihtolomien aikaan. Moni vastaajista oli perheellisiä (42%). Seuraavaksi suurin ryhmä oli kaksi aikuista, ei

lapsia (30%). Sukupuolijakauma haastateltavissa oli melko tasainen, vastaajista miehiä oli 45% ja naisia 55%.

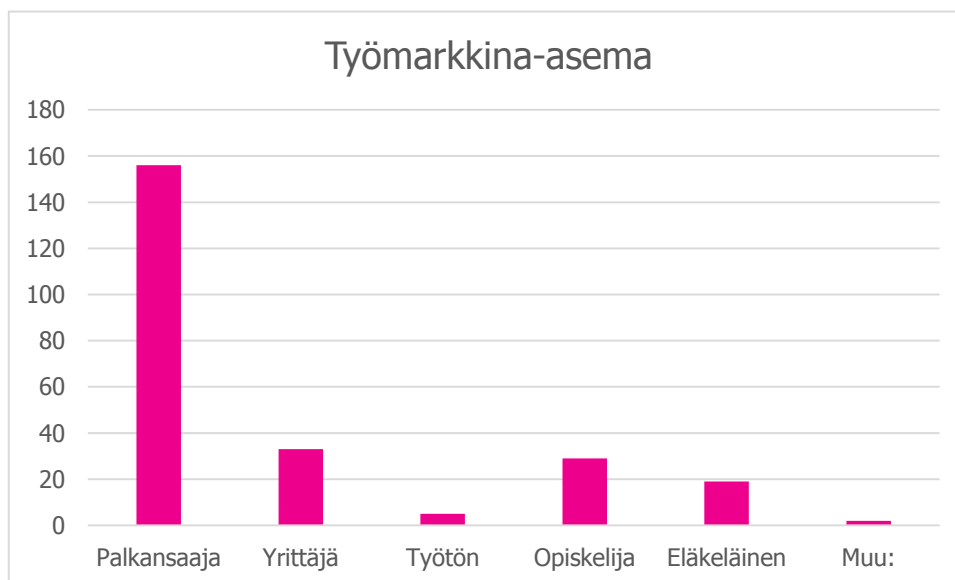
Paikkakunta

Tahkolla helmikuun aikana haastatelluista ihmisistä suurin osa oli kuopiolaisia (49 vastaajaa). Seuraavaksi eniten vastanneita oli Helsingistä (26), Espoosta (17) ja Kouvolasta (14). Vastanneiden määrään paikkakunnittain vaikuttaa se, että ensimmäisten haastattelujen aikaan Etelä-Suomessa oli hiihtoloma menossa. Kuopiolaisten määrään taas vaikuttaa se, että moni kuopiolainen kokee olevansa eri paikkakunnalla ollessaan Tahkolla/Nilsissä, vaikka nämä paikkakunnat kuuluvat nykyään Kuopioon.

Työmarkkina-asema ja korkein suoritettu tutkinto

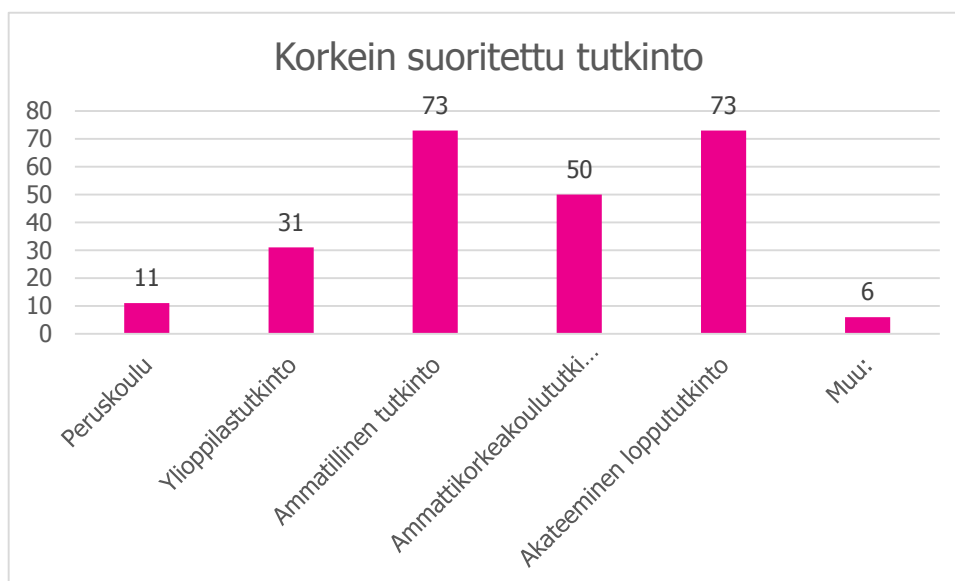
Selkeästi suurin osa Tahkolla helmikuun aikana lomailleista oli palkansaajia, noin 64% kaikista vastaajista. Seuraavaksi suurimmat ryhmät olivat yrittäjät 13,5% ja opiskelijat 12%, jääden kuitenkin selkeästi palkansaajien ryhmälle. Opiskelijoiden määrään vaikutti Tahkolla haastattelujen aikaan järjestetty Järvilätkä. Lisäksi työttömät eivät ole iso ryhmä Tahkolla, koska laskettelu ja muut palvelut Tahkolla ovat kalliita.

KUVIO 12. Työmarkkina-asema (n=244)



Korkeinta suoritettua tutkintoa kysyttäessä vastaajat eivät välttämättä ymmärtäneet kysymystä oikein ja osa saattoi vastata kysymykseen sillä perusteella, mitä tutkintoa he ovat juuri suorittamassa. Vastaukset jakautuivat selkeästi kolmen ammattiin valmistavan tutkinnon välillä. Vastaajista suurin osa oli joko suorittanut ammatillisen tai akateemisen tutkinnon, molemmissa vastaajia oli 73 eli 29,9%. Seuraavana ryhmänä olivat ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneet 20,5% kaikista vastaajista. Jäljelle jäävä prosenttiosuus jakaantui seuraavasti peruskoulu 4,5%, ylioppilastutkinto 12,7% ja muut (kaksoistutkinto, ylempi AMK) 2,5%.

KUVIO 13. Korkein suoritettu tutkinto (n=244)



4.3.2 Vastaajan matkaa koskevat tiedot

Tämä paikkakunta on

Selkeälle enemmistölle Tahkon haastateltavista Tahko oli matkan määränpää 79,9%. Nämä vastanneet olivat pääasiallisesti viettämässä hiihtolomaansa Tahkolla. Päiväkäyntikohteena Tahko oli 16,8%, osana kiertomatkaa 2,9% ja pysähdyspaikkaan reitin varrella 0,4%.

Matkaseura

Vastaajista 33,70% oli reissussa ystävien ja tuttavien kanssa ja 23,9% olivat perheen kanssa viettämässä aikaa Tahkolla. Puolisonsa kanssa matkalla oli 16,9%, yksin 7,4% ja vain pieni osa vastaajista (1,2%) oli ryhmämatkalla Tahkolla. Muut -ryhmä (16,9%) jakaantui työkavereiden, urheilujoukkueen ja laajemman perheen (lapsenlapset jne.) kesken.

Kuinka monta yötä vietät Tahkon alueella tällä matkalla?

Tahkon alueella vietettyjä öitä oli haastateltavien kesken 620. Keskiarvoksi tästä muodostui 2,54 yötä ja keskimääräinen Tahkolla vietettyjen öiden määrä oli 2. Minimissään Tahkolla vietettiin yksi yö ja maksimissaan 14 yötä.

TAULUKKO 2. Tahkolla vietetyt yöt (n=244)

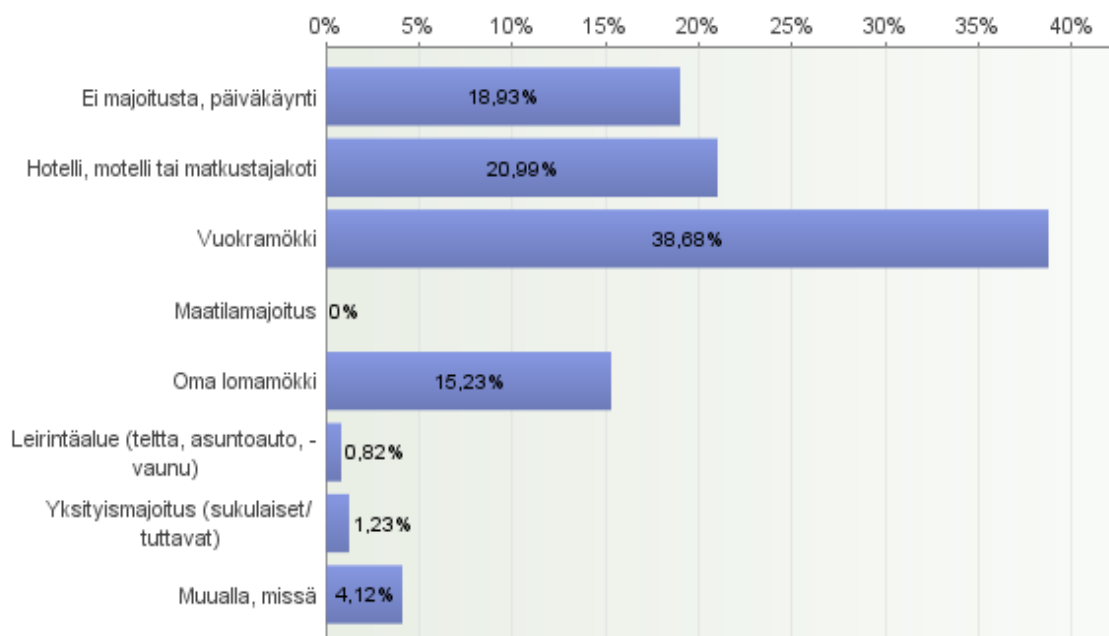
Vietetyt yöt	Vastaajien määrä	%
1	26	13,3
2	79	40,3
3	34	17,3
4	25	12,8
5	7	3,6
6	8	4,1
7	12	6,1

8	1	0,5
10	1	0,5
11	1	0,5
14	2	1
Yhteensä	196	100

Pääasiallinen majoitus muoto

Tahkolla selkeästi suosituin majoitusmuoto oli vuokramökki (38,68%). Hotelli oli toiseksi suosituin 20,99% vastauksista ja seuraavana oma lomamökki 15,23% vastauksista. Muualla majoittuneet olivat pääasiallisesti majoittuneet lomaosakkeessaan tai jonkun toisen samassa seurueessa olevan mökissä.

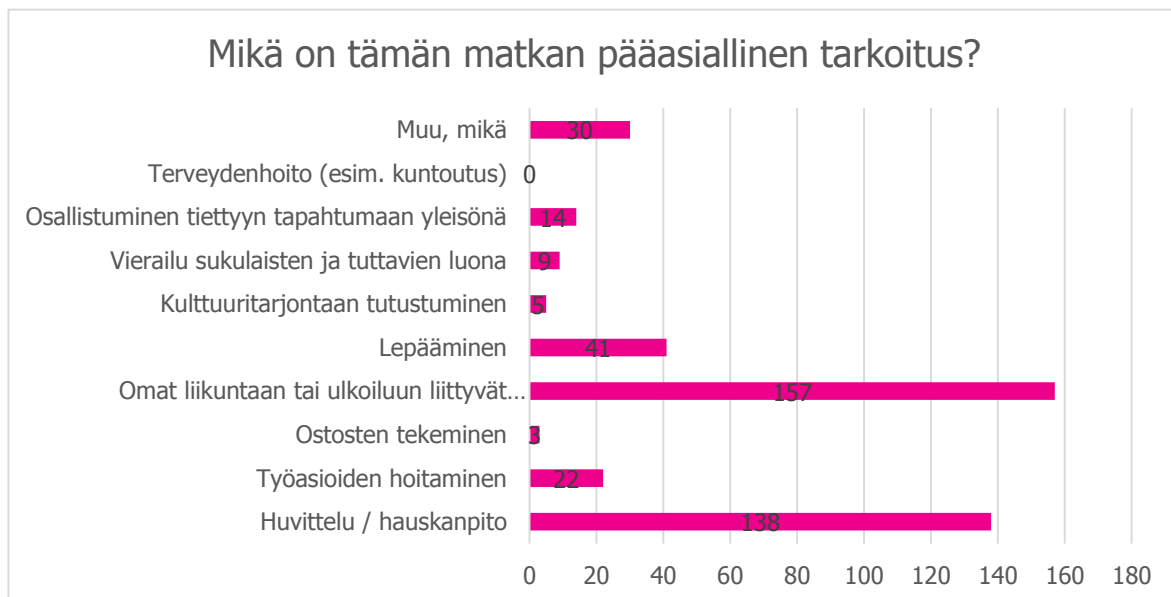
KUVIO 14. Majoitusmuoto Tahkolla (n=243)



Matkan pääasiallinen tarkoitus

Matkan pääasiallinen tarkoitus 65,2% vastaajista oli laskettelu tai hiihto. 57,3% piti matkan pääasiallisena tarkoituksena huvittelua ja hauskanpitoa. Lepääminen koettiin seuraavaksi tärkeimpänä (17%), vaikka se jäi selkeästi kahden ensimmäisen pääsyyntä merkityksestä. Muu -kategoriaan (12,45%) moni oli antanut vastaukseksi järvilätkä -tapahtuman, joka järjestettiin Tahkolla 14.2.2015.

KUVIO 15. Matkan pääasiallinen tarkoitus (n=241)



Tiedon hankkiminen ennen tuloa Tahkalle

Matkailijoista suurimmalla osalla (66%) oli jo etukäteen kokemuksia Tahkosta ja Nilsiän alueesta. Useat kertoivat käyneensä Tahkolla useita kertoja, jotkut jopa 20 vuotta. Myös internetistä (24%) ja ystävilta ja tutuilta (20%) oli hankittu tietoa ennen alueelle tulemistä.

4.3.3 Rahankäyttö Tahkon ja/tai Nilsiän alueella

Rahankäyttökysymykseen haastateltavista vastasi 241. Vastajista 51% (123) arvioi itsensä lisäksi rahankäyttönsä koskevan muita henkilöitä. Tulosta kuitenkin hieman vääristää kysymyksen muotoilu, jossa aikuiset ja lapset on eritelty. Rahankäyttö saattaa koskea yhtä aikuista ja lapsia tämän lisäksi, mutta näitä tuloksia ei pystytä yhdistämään.

Keskiarvoksi rahankäytössä muodostui per henkilö 572,2 euroa ja yhden vuorokauden budjetiksi 222,4 euroa. Haastattelussa kysyttiin matkailijoilta heidän rahankäyttöänsä esimerkiksi majoitus- ja ravitsemispalveluihin sekä virkistymispalveluihin, tähän laskettiin lasketteluliput ja vuokravälineet. Keskiarvoon vaikuttaa väärentävästi se, että suurin osa ihmisistä oli maksanut majoituksestaan alle 200 euroa, kun taas muutama yli 2000 euroa. Samoin myös ravintolapalveluiden kohdalla suurin osa oli käyttänyt 3-200 euroa, kun taas yksi oli käyttänyt jopa 6300 euroa.

Keskiarvon ja mediaanin perusteella eniten rahaa Tahkolla käytettiin majoituspalveluihin (350€), jossa mediaani oli 200 euroa. Seuraavaksi eniten oli käytetty ravintolapalveluihin (230€) ja virkistyspalveluihin (195€), joihin kuuluu lasketteluliput sekä vuokrattavat välineet. Näissä molemmissa mediaani oli 100 euroa. Vähittäiskaupan keskiarvo (130€) oli korkealla ja mediaani 50 euroa, koska suosituin majoitusmuoto Tahkolla oli mökki, jossa voi itse laittaa ruokaa.

Ostoksiin erikoiskaupoissa (vaatteet, kengät, urheilutarvikkeet jne.) oli keskiarvon mukaan käytetty 180 euroa. Huoltoasema palveluihin oli käytetty keskimäärin rahaa seuraavasti: polttoaineeseen 80

euroa ja muihin palveluihin 40 euroa. Liikennepalveluihin (juna, bussi, jne.) oli käytetty noin 100 euroa ja muihin palveluihin (kauneudenhoito, hyvinvointi) 85 euroa.

TAULUKKO 3. Rahankäyttö Tahkolla (€) (n=244)

	Minimiarvo	Maksimiarvo	Keskiarvo	Mediaani
Majoituspalvelut	20	2500	350	200
Ravitsemispalvelut (mm. ravintola- ja kahvilapalvelut, pikaruokapaikat, grilli-kioski)	3	6300	230	100
Virkistys- ja kulttuuripalvelut	10	1400	195	100
Ostokset vähittäiskaupassa (päivittäistavarat)	10	1000	130	50
Ostokset erikoiskaupoissa (vaatteet, kenkät, urheiluliikkeet yms.)	5	2000	180	100
Huoltoasemapalvelut (polttoaine ym. autoon liittyvät)	5	300	80	70
Huoltoasemapalvelut (ruoka ym. ostokset)	5	100	40	40
Liikennepalvelut (julkinen liikenne, taksi, auton vuokraus, pysäköinti)	5	1000	100	40
Muu rahankäyttö (muiden palvelujen ostot, mm. kauneudenhoito-, hyvinvointi- ja terveyspalvelut)	20	200	85	55

4.3.4 Rahankäyttöön vaikuttavat tekijät

Tässä vertaillaan rahankäyttöön vaikuttavia tekijöitä, kuten sukupuoli, ikä, koulutus, perhetyyppi ja työmarkkina-asema.

Sukupuoli

Naisten ja miesten rahankäytön ero oli todella pieni ja ehkä hieman yllättäen miesten kulutus 10 euroa naisia isompi. Naiset kuluttivat keskimäärin 702 euroa, kun taas miehet 712 euroa. Tähän todennäköisimmin on vaikuttanut haastattelupaikkana toiminut Tahko.

Ikä ja työmarkkina-asema

TAULUKKO 4. Iän vaikutus rahankäyttöön

	20 tai alle (n=8)	21-30 (n=39)	31-40 (n=61)	41-50 (n=64)	51-60 (n=41)	yli 60 (n=31)
Majoituspalvelut	170	180	440	490	265	220
Ravitsemispalvelut (mm. ravintola- ja kahvilapalvelut, pikaruokapaikat, grilli-kioski)	80	90	230	310	335	120
Virkistys- ja kulttuuripalvelut	75	90	220	240	150	205

Ostokset vähittäiskaupassa (päivittäistavarat)	75	40	160	170	110	70
Ostokset erikoiskaupoissa (vaatteet, kengät, urheiluliikkeit yms.)	0	70	300	85	110	190
Huoltoasemapalvelut (polttoaine ym. autoon liittyvät)	50	50	105	90	60	70
Huoltoasemapalvelut (ruoka ym. ostokset)	0	20	85	40	0	0
Liikennepalvelut (julkinen liikenne, taksi, auton vuokraus, pysäköinti)	0	30	175	90	30	40
Muu rahankäyttö (muiden palvelujen ostot, mm. kauneudenhoito-, hyvinvointi- ja terveystalvelut)	40	100	80	80	80	130

Kuten taulukosta 4 pystyy tulkitsemaan rahankäyttöön vaikuttaa ikä. Yleensä 31-50 vuotiaina ollaan työelämässä, jolloin rahaa on myös eri tavalla käytössä verrattuna opiskelu- tai eläkeikään.

Taulukosta 5 näkee, että palkansaajat ja yrittäjät käyttivät selvästi eniten rahaa ollessaan Tahkolla. Opiskelijat ja työttömät käyttivät vähiten rahaa. Muut-ryhmää (kotiäiti ja apurahatutkija) ei oteta huomioon tässä, koska vastauksia oli vain kaksi.

TAULUKKO 5. Iän vaikutus rahankäyttöön

	Palkansaaja (n=156)	Yrittäjä (n=33)	Työtön (n=5)	Opiskelija (n=29)	Eläkeläinen (n=19)	Muu (n=2)
Majoituspalvelut	400	335	140	100	280	1000
Ravitsemispalvelut (mm. ravintola- ja kahvilapalvelut, pikaruokapaikat, grilli-kioski)	220	435	75	115	125	220
Virkistys- ja kulttuuripalvelut	190	270	20	100	235	500
Ostokset vähittäiskaupassa (päivittäistavarat)	130	205	160	30	85	400
Ostokset erikoiskaupoissa (vaatteet, kengät, urheiluliikkeit yms.)	165	305	0	50	190	50
Huoltoasemapalvelut (polttoaine ym. autoon liittyvät)	75	110	100	40	80	0
Huoltoasemapalvelut (ruoka ym. ostokset)	35	50	70	0	0	60
Liikennepalvelut (julkinen liikenne, taksi, auton vuokraus, pysäköinti)	110	45	0	0	40	0
Muu rahankäyttö (muiden palvelujen ostot, mm. kauneudenhoito-, hyvinvointi- ja terveystalvelut)	80	90	130	40	130	0

4.4 Yhteenveto:

Tahkolla haastatelluista suurin osa oli perheellisiä, keski-ikäisiä työssäkäyjiä, joiden keskkulutus oli 572,2 euroa. Tähän tulokseen vaikuttaa todennäköisesti kaikista eniten haastatteluajanjakso; haastattelut toteutettiin talviloman aikana, jolloin suurin osa Tahkon kävijöistä on perheitä viettämässä lomiaan. Toisaalta tämä myös vääristää hieman tulosta siitä, ketkä ovat todellisuudessa Tahkon suurin kävijäryhmä.

Sukupuolten välinen ero rahankäytössä oli vain 10 euroa, miesten keskkulutus ollen tämän verran isompi. Suurin menoerä Tahkolla oli majoituspalvelut, johon kului keskimäärin 350€, seuraavana tulivat ravintolapalvelut (230€) ja virkistyspalvelut (195€), johon kuuluu myös lasketteluliput ja välineiden vuokraus.

Tutkimusta voisi jatkaa toteuttamalla samanlaisen kyselyn useammalle laskettelukeskukselle ja vertailemalla tuloksia. Ovatko tulokset samanlaisia vai onko niissä suuria eroja? Myös laskettelukeskusten yrityksiä voisi haastatella tutkimukseen, jotta heidän näkökulmaansa kävijäprofiilista voisi vertailla kävijöiltä saadun kanssa.

LÄHTEET:

AHTOKIVI, Ilkka 2014-05-23. Suomessa on puoli miljoonaa kesämökkiä, Mikkeliissä eniten. Verkko-uutiset. [viitattu 2014-10-26]. Saatavissa:

http://www.verkkouutiset.fi/kotimaa/kesamokkien_maara_2013-20971

ALLEN, Johnny, BOWDIN, Glenn., HARRIS, Robert., MCDONNELL, Ian. & O'TOOLE, William. 2011. Events Management. 3rd Edition. Milton: Wiley.

ASUNTA, A., BRÄNNARE-SORSA, R., KAIRAMO, H. ja MATERO, S 1998. Majoitus- ja Matkailupalvelu. Porvoo: WSOY

BRÄNNARE, R., KAIRAMO, H., KULUSJÄRVI, T. ja MATERO, S. 2005. Majoitus- ja matkailupalvelu. Porvoo: WSOY

BUTLER, R. 1980. The Concepts of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. Canadian Geographer. 24:1.

COOPER, Chris 2012. Essentials of Tourism. Essex: Pearsons Eduation Limited

CROMPTON, J. & MCKAY, S. 1997. Motives of visitors attending festival events. Elsevier Science Ltd: Great Britain.

Discovering Finland Guide Oy 2014a. Leirintäalueet. [verkkajulkaisu]. [viitattu 2014-12-01.] Saatavissa: <http://www.discoveringfinland.com/fi/travel/majoitus/leirintaalueet/>

Discovering Finland Guide Oy 2014b. Lumimajoitus. [verkkajulkaisu]. [viitattu 2014-10-26.] Saatavissa: <http://www.discoveringfinland.com/fi/travel/majoitus/lumimajoitus/>

Discovering Finland Guide Oy 2014c. Maatilamatkailu. [verkkajulkaisu]. [viitattu 2014-12-01.] Saatavissa: <http://www.discoveringfinland.com/fi/travel/majoitus/maatilamatkailu/>

Discovering Finland Guide Oy 2014d. Mökkimajoitus. [verkkajulkaisu]. [viitattu 2014-10-26.] Saatavissa: <http://www.discoveringfinland.com/fi/travel/majoitus/mokkimajoitus/>

GETZ, Donald 2005. Event Management & Event Tourism. 2nd Edition. New York: Gognizant Communication Corporation.

HEIKKILÄ, Tarja 2014. Tilastollinen tutkimus. Porvoo: Edita Publishing Oy

Huippupaikat Oy. [viitattu 2015-01-17.] Saatavissa: <http://www.skione.fi/>

ISO-AHOLA, S. 1980. The Social Psychology of Leisure and Recreation. Dubuque IA: Wm. C. Brown.

JUVONEN, Anna 2015-01-31. Super Bowl-mainos on saanut kurssin hyppäämään. Kauppalehti. [viitattu 2015-02-01.] Saatavissa: <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/super-bowl--mainos-on-saanut-kurssin-hyppaamaan/GbkF8VRW>

JÄNKÄLÄ, Susanna 2014. Matkailu. Näkemyksestä menestystä. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2015-05-09.] Saatavissa: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2274/Matkailu_joulukuu_2014.pdf

KAINULAINEN, Kimmo 2014. Tapahtumien merkitys kaupungin kehittämissuorituksissa. Julkaisussa: LUONILA, Mervi (toim.) Tapahtumakaupungin hyvät käytännöt – keskustelua suomalaisista tapahtuma- ja festivaalikaupungeista. Sibelius-Akatemian selvityksiä ja raportteja 16, 2014. Taideyliopiston Sibelius-Akatemia.

KAUPPILA, P., RUSANEN, J. & MUILU, T. 2005. Suomen suurten matkailukeskusten ja niiden sijaintikuntien väestökehitys: paikkatietonäkökuma. Julkaisussa: KOSTIAINEN, Auvo (toim.) Matkailututkimus. Suomen Matkailututkimuksen seura, 26-45.

KARUSAARI, Riitta ja NYLUND, Anu 2009. Matkailu on cool. Helsinki: WSOYpro Oy

KOMPPULA, Raija & BOXBERG, Matti 2005. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Edita: Helsinki.

Kotimaisten kielten keskus 2014. Kielitoimiston sanakirja. Tapahtuma. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2015-01-28.] Saatavissa: <http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?motportal=80>

Kvantitatiivisen analyysin perusteet 2015. Virtuaali Ammattikorkeakoulu. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2015-04-26.] Saatavissa: <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289328583/1194289824724.html>

Kuopio Dance Festival 2015. [verkkosivu]. [viitattu 2015-03-22.] Saatavissa: <http://www.kuopiodancefestival.fi/fi/paasivu>

Kuopio Tahko alue 2014a. Alueinfo. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2014-12-22.] Saatavissa: <http://www.kuopiotahko.fi/tahko/alueinfo/>

Kuopio Tahko alue 2014b. Tapahtumat. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2014-12-22.] Saatavissa: <http://www.kuopiotahko.fi/tahko/tapahtumat/>

Kuopio Tahko alue 2015c. Majointus. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2015-03-29] Saatavissa: <http://www.kuopiotahko.fi/tahko/majoitus/>

Kuopio Tahko alue 2015d. Ravintolat. [verkkajulkaisu]. [viitattu 2015-03-29] Saatavissa:
<http://www.kuopiotahko.fi/tahko/ravintolat/>

Kuopio RockCock 2015. Liput. [verkkosivu]. [viitattu 2015-03-22.] Saatavissa:
<http://www.kuopiorock.fi/liput/>

Kvantitatiivisen analyysin perusteet 2015. Virtuaali Ammattikorkeakoulu. [verkkajulkaisu]. [viitattu 2015-04-26.] Saatavissa:
<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289328583/1194289824724.html>

LASSILA, H 2015. Pohjois-Savon matkailun tulo- ja työllisyys selvitys 2013. (julkaistaan 26.5.2015)

LUNDBERG, D. 1990. The Tourist Business. New York: Van Nostrand Reinhold.

Matkailun edistämiskeskus 2014. Majoitusliikkeiden yöpymisvuorokaudet alueittain ja kunnittain [excel- taulukko]. [viitattu 2014-12-01.] Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot/majoitustilastot/alueittain-ja-kunnittain/>

MORIARTY, J., JONES, R., ROWLEY, J. & KUPIEC-TEAHAN, B. 2009. Executive training exercises in small hotel marketing. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research [digilehti] 338. Saatavissa: <http://www.emeraldinsight.com.ezproxy.savonia-amk.fi/doi/pdfplus/10.1108/17506180910994550>

Oluset 2015. Lippujen hinnat. [verkkosivu]. [viitattu 2015-03-22.] Saatavissa:
<http://www.oluset.fi/index.php/lippujen-hinnat>

Pohjois-Savon Liitto 2014. Lomamatkailu. [verkkajulkaisu]. [viitattu 2014-12-01.] Saatavissa:
<http://www.pohjois-savo.fi/fi/pohjois-savo/matkailu/loma.php>

Pohjois-Savon Liitto 2014. Matkailu. [verkkajulkaisu]. [viitattu 2014-12-01.] Saatavissa:
<http://www.pohjois-savo.fi/fi/pohjois-savo/matkailu/index.php>

Pohjois-Savon Liitto 2014. Tervetuloa Pohjois-Savoon. [verkkajulkaisu]. [viitattu 2014-12-01.] Saatavissa: <http://www.pohjois-savo.fi/fi/pohjois-savo/>

Puijon Kisat 2015. Liput. [verkkosivu]. [viitattu 2015-03-11.] Saatavissa:
<http://www.puijonkisat.fi/kilpailu/liput/>

RIMPILÄINEN, Markku & PELKONEN, Jukka 2008. Tahkon aika. Iisalmi: Comma Group Oy

RÄSÄNEN, Jukka-Pekka 2014-06-26. Osallistujamäärä uudelle tuhatluvulle. Savon Sanomat. [Viitattu 2015-01-18.] Saatavissa: <http://www.savonsanomat.fi/urheilu/osallistujamaara-uudelle-tuhatluvulle/1841649>

SMITH, S. 1994. The Tourism Product. Annals of Tourism Research Vol. 21, 3. 582-595

Suomen Kotiseutuliitto 2013-12-10. Suomen Retkeilymajajärjestöstä Suomen Hostellijärjestö. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2015-04-26.] Saatavissa: <http://www.kotiseutuliitto.fi/suomen-retkeilymajajarjestosta-suomen-hostellijarjesto>

TAHKOcom 2015a. Talvisia elämyksiä luonnossa. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2015-04-04.] Saatavissa: <https://www.tahko.com/fi/muut+aktiviteetit/luontoaktiviteetit/>

TAHKOcom 2015b. Tahko Safarit. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2015-04-04.] Saatavissa: <https://www.tahko.com/fi/yritys/12+Tahko+Safarit/>

TAHKOcom 2015c. SkiMac Promenade. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2015-04-04.] Saatavissa: <https://www.tahko.com/fi/yritys/104+V%C3%A4linevuokraamo+SkiMac+Promenade/>

Tahko MTB 2015. Osallistumismaksut. [verkkosivu]. [viitattu 2015-03-11.] Saatavissa: <https://fi.mynextrun.com/tahko-mtb>

Tahko Spa Hotel 2015. [verkkosivu]. [viitattu 2015-04-05.] Saatavissa: <http://www.tahkospa.fi/fi>

TIIHONEN, Marita 2015. Tahkon kehittäminen. Tarvitaan uusi tiivis keskusta. Savon Sanomat. 2.3.2015, 3

Tilastokeskus 2012. Majoitustilaston kohdejoukko laajenee EU:n matkailutilastoasetuksen vaikutuksesta. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2015-04-16.] Saatavissa: http://www.stat.fi/til/matk/matk_2012-06-15_uut_001.html

Tilastokeskus 2013. Kaikkien majoitusliikkeiden kapasiteetti ja sen käyttö vuonna 2013. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2014-12-02.] Saatavissa: http://www.stat.fi/til/matk/2013/matk_2013_2014-05-30_tau_001_fi.html

Tilastokeskus 2013a. Kesämökit 2012. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2014-10-26.] Saatavissa: http://www.stat.fi/til/rakke/2012/rakke_2012_2013-05-24_kat_001_fi.html

Tilastokeskus 2013b. Majoitusliikkeiden kapasiteetti ja sen käyttötoimialan mukaan vuonna 2013. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2015-04-01.] Saatavissa: http://www.stat.fi/til/matk/2013/matk_2013_2014-05-30_tau_011_fi.html

Tilastokeskus 2013c. Yöpymiset kaikissa majoitusliikkeissä vuonna 2013. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2014-12-02.] Saatavissa: http://www.stat.fi/til/matk/2013/matk_2013_2014-05-30_tau_002_fi.html

Tilastokeskus 2013d. Yöpymiset hotelleissa vuonna 2013. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2014-12-02.] Saatavissa: http://www.stat.fi/til/matk/2013/matk_2013_2014-05-30_tau_004_fi.html

Tilastokeskus 2013e. Ulkomaiset yöpymiset ja niiden vuosimuutos (%) kaikissa majoitusliikkeissä vuonna 2013. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2014-12-02.] Saatavissa: http://www.stat.fi/til/matk/2013/matk_2013_2014-05-30_tau_007_fi.html

TIMOTHY, Dallen & TEYE, Victor 2009. Tourism and the Lodging Sector. Burlington: Elsevier Inc.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2012. Majoitustoiminta. Näkemystä menestyksestä. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2015-04-20.] Saatavissa: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1976/Majoitustoiminta_2013.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö 2014. Matkailun merkitys Suomen kansantaloudelle. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2014-12-01.] Saatavissa: https://www.tem.fi/yriytykset/matkailu/matkailun_merkitys_suomen_kansantaloudelle

Työ- ja elinkeinoministeriö 2012. Matkailu on Suomessa kasvava vientiala ja merkittävä työllistäjä. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2014-12-01.] Saatavissa: https://www.tem.fi/files/35515/Matkailun_infograafi_2012.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2013. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020. Vuosien 2010-2012 toteuma. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2014-12-01.] Saatavissa: https://www.tem.fi/files/36637/Suomen_matkailustrategia_toteuma_2010_2012.pdf

Visit Finland 2015c. Majoitus tilastot alueittain ja kunnittain. Majoitus kaikki maat. [excel-tilauskoko]. [viitattu 2015-05-10.] Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot/majoitustilastot/alueittain-ja-kunnittain/>

Visit Finland 2015a. Matkailun taloudelliset vaikutukset. [verkkojulkaisu]. [viitattu 2015-05-06.] Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot/matkailun-taloudelliset-vaikutukset/>

Visit Finland 2015b. Pohjoismaiden vertailu. Pohjoismaat 2008-2015. [excel-tilauskoko]. [viitattu 2015-05-07.] Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot/majoitustilastot/pohjoismaiden-vertailu/>

Visit Finland 2015d. Pohjois-Savo. Vuositason kehitystrendi [verkkojulkaisu]. [viitattu 2015-04-19.] Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/graphs/vuositasen-kehitystrendi/>

Visit Finland 2015e. Vuositason kehitystrendi. [verkojulkaisu]. [viitattu 2015-05-09.] Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/graphs/vuositason-kehitystrendi/>

VUORISTO, Kai-Veikko 1998. Matkailun muodot. Porvoo: WS Bookwell Oy

WATT, D. 1998. Event management in leisure and tourism. Essex: Pearson Education Limited

UNWTO 2015. Understanding Tourism: Basic Glossary [verkojulkaisu]. [viitattu 2015-04-16.] Saatavissa: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>

LIITE 1: TAHKON KYSELYLOMAKE

**HYVÄ MATKAILIJA,**

Savonia-ammattikorkeakoulu tekee tutkimusta Pohjois-Savoon suuntautuvasta matkailusta. Tavoitteenamme on selvittää alueella liikkuvien majoittuvien matkailijoiden ja päiväkävijöiden taustaa ja erityisesti heidän jättämää matkailutuloa alueelle. Hankittu aineisto käsitellään luottamuksellisesti ja tulokset esitetään tilastollisina jakaumina, joten yksittäisen vastaajan vastaukset ja henkilöllisyys ei tule ilmi. Tutkimustuloksia hyödynnetään Pohjois-Savon alueen matkailuelinkeinon kehittämisessä ja matkailupalvelujen parantamisessa.

Kiitos vastauksestanne!

Hilkka Lassila

matkailun yliopettaja

Savonia-ammattikorkeakoulu

hilkka.lassila@savonia.fi

puh. +358 44 7856088

Tahkon matkailijatutkimus Talvi 2015

(rengasta oikea vaihtoehto)

VASTAAJAN TAUSTATIEDOT

1. Vastauspaikkakunta: Tahkon alue

2. Sukupuoli

Mies Nainen

3. Ikä

20 tai alle 21-30 31-40 41-50 51-60 yli 60

4. Asuinkunta _____

5. Perhetyyppi (valitse yksi)

Yksin asuva Kaksi aikuista, ei lapsia Kaksi aikuista, lapsia

Yksi aikuinen, lapsia Muu: _____

6. Työmarkkina-asema (valitse yksi)

Palkansaaja Yrittäjä Työtön Opiskelija Eläkeläinen

Muu: _____

7. Korkein suoritettu tutkinto (valitse yksi)Peruskoulu, kansakoulu tai keskikoulu Ylioppilastutkinto
Ammatillinen tutkinto Ammattikorkeakoulututkinto
Akateeminen loppututkinto Muu: _____**TÄTÄ MATKAA KOSKEVAT TIEDOT****9. Tämä paikkakunta on**

Matkan määränpää Päiväkäyntikohde Osa kiertomatka Pysähdyspaikka reitin varrella (jos tämä vaihtoehto, siirry kohtaan 15)

11. Matkaseura (valitse yksi)

Yksin Puoliso Lapsiperhe Ystävät/tuttavat Muu, mikä: _____

12. Kuinka monta yötä vietät Tahkon alueella tällä matkalla? _____ yötä**13. Pääasiallinen majoitusmuoto**Ei majoitusta, päiväkäynti
Hotelli, motelli tai matkustajakoti
Vuokramökki
Maatilamajoitus
Oma lomamökki
Leirintäalue (telttä, asuntoauto, -vaunu)
Yksityismajoitus (sukulaiset/tuttavat)
Muualla, missä: _____**14. Mikä on tämän matkan pääasiallinen tarkoitus (valitse enintään kolme tärkeintä syytä)**Huvittelu/hauskanpito
Työasioiden hoitaminen
Ostosten tekeminen
Omat liikuntaan tai ulkoiluun liittyvät harrastukset, laskettelu
Lepääminen
Kulttuuritarjontaan tutustuminen
Vierailu sukulaisten ja tuttavien luona
Osallistuminen tiettyyn tapahtumaan yleisönä
Terveystenhoito (esim. kuntoutus)
Muu, mikä _____

15. Mistä sait tietoa suunnitellessasi matkaa Tahkon alueelle? (Valitse enintään kolme tärkeintä informaatiolähdettä)

Sanoma- ja aikakauslehdet

Matkaesitteet/opaskirjat

Matka-/matkailutoimisto

Televisio

Radio

Internet

Ystävät/tutut/sukulaiset

Omat aikaisemmat kokemukset

Muu, mikä? _____

RAHANKÄYTTÖ

**ARVIOI, kuinka paljon kulutat/kulutit rahaa Tahkon ja/tai Nilsiän alueella tämän matkan aikana? Merkitse myös kuinka useaa henkilöä rahankäyttösi koskee. Vastaa kysymyksiin käyttäen tasasum-
mia (esim. 120€, EI 120-130€).**

16. Kuinka montaa henkilöä rahankäytön arviosi koskee?

Aikuista _____ Lasta (lasten iät) _____

17. Rahankäyttösi eri ostoksiin/palveluihin (€)

Majoituspalvelut

Ravitsemispalvelut (ravintola- ja kahvilapalvelut, pikaruokapaikat yms.)

Virkistys- ja kulttuuripalvelut

Ostokset vähittäiskaupassa (päivittäistavarat)

Ostokset erikoiskaupoissa (vaatteet, kengät, urheiluliikkeet yms.)

Huoltoasemapalvelut (polttoaine ym. autoon liittyvät)

Huoltoasemapalvelut (ruoka ym. ostokset)

Liikennepalvelut (julkinen liikenne, taksi, auton vuokraus, pysäköinti)

Muu rahankäyttö (muiden palvelujen ostot, mm. kauneudenhoito-, hyvinvointi- ja terveyspalvelut)

18. Millaisia palveluja jätite kaipaamaan Tahkolta? Mainitkaa kolme mielestänne tärkeintä.

1. _____

2. _____

3. _____

KIITOS VASTAUKSISTANNE!

Kaikkien yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan mm. majoituslahjakortteja, kylpylälippuja ja tavarapalkintoja

Nimi _____

Sähköposti _____

Osoite _____

LIITE 2: TAPAHTUMANJÄRJESTÄJIEN KYSELY

TAPAHTUMAKYSELY 2015

Taustatietoja

1. Tapahtuman nimi:
2. Tapahtuman ajankohta:
3. Yhteyshenkilön nimi:
4. Yhteyshenkilön puhelinnumero:
5. Yhteyshenkilön sähköpostiosoite :

Tapahtuma

6. Tapahtuma on (tummenna vaihtoehto ja voit myös kirjoittaa):
 - urheilu/liikuntatapahtuma
 - kulttuuritapahtuma
 - Joku muu, mikä?
7. Tapahtuma toteutuu (tummenna vaihtoehto):
 - useita kertoja vuodessa, kerran vuodessa, toistuu kerran 5 vuodessa, harvemmin tai kertaluonteisena
8. Arvioi paljonko on kokonaiskävijämäärä vuodessa?
9. Arvioi montako prosenttia (%) kävijöistä on tapahtumapaikkakunnan talousalueen ulkopuolelta (yli 50 km)?
10. Arvioi montako yötä yksi ulkopaikkakuntalainen yöpyy tapahtuman aikana tapahtumapaikkakunnalla tai lähiseudulla?
11. Arvioi paljonko on ulkopaikkakuntalaisen keskekulutus **koko** tapahtuman aikana paikkakunnalla (euroa/hlö)?
12. Arvioi paljonko on paikkakuntalaisen keskekulutus **koko** tapahtumassa (euro/hlö)?
13. Kommentteja tapahtuman taloudellisista vaikutuksista paikkakunnalla (avoin):

LIITE 3: MAJOITUSLIIKKEIDEN KYSELY



Majoitusliikekysely 2014

Hyvä majoituspalvelujen tarjoaja,

Savonia-ammattikorkeakoulu tekee selvitystä Pohjois-Savoon suuntautuvasta matkailusta. Tavoitteenamme on selvittää alueella liikkuvien matkailijoiden jättämää matkailutuloa alueelle sekä selvittää majoittuvien matkailijoiden määrää ja Pohjois-Savon majoituskapasiteettia.

Hankittu aineisto käsitellään luottamuksellisesti ja tulokset esitetään tilastollisina jakaumina, joten yksittäisen yrityksen vastaukset eivät tule ilmi. Vastauksenne on tärkeä Pohjois-Savon alueen matkailulinkeiden kehittämiseksi ja matkailupalvelujen parantamiseksi. Projektin rahoittaja on Pohjois-Savon Liitto.

Kiitos vastauksestanne!

Lisätietoja:

Hilkka Lassila

Projektipäällikkö, matkailun yliopettaja

Savonia-ammattikorkeakoulu

hilkka.lassila@savonia.fi

puh. +358 44 7856088

Yrityksen perustiedot

1. Yrityksen nimi: _____

2. Yrityksen majoitusliiketoiminnan sijaintikunta: (Ilmoita vain Pohjois-Savon alueella olevan majoitustoiminnan tiedot)

Kuopio (pl. entinen Nilsinä), Siilinjärvi, Maaninka, Nilsinä/Tahko, Iisalmi, Lapinlahti, Pielavesi, Keitele, Sonkajärvi, Vieremä, Kiuruvesi, Varkaus, Leppävirta, Suonenjoki, Tervo, Vesanto, Rautalampi, Kaavi, Tuusniemi, Rautavaara, Juankoski

Majoituspalvelutarjonta

3. Mikä on pääasiallinen yrityksenne majoitustoiminnan muoto? (valitse yksi)

Hotelli (hotellit, kesähotellit, kylpylähotellit tms.)

Motelli, matkustajakoti ja vastaava majoitusliike (motellit, matkustajakodit, hostellit tms.)

Lomakylä (vähintään kymmenen lomamökin tai 40 vuodepaikan muodostamat yksiköt)

Retkeilymaja yms. majoitus

Leirintäalue, asuntovaunu- ja matkailuvaunualue

Maatilamajoitus, bed & breakfast

Lomamökkien vuokraus/mökkimajoitus

Muu majoitus, mikä: _____

4. Tekeekö yrityksenne kuukausi-ilmoituksen majoitustoiminnan tiedoista Tilastokeskukselle? (yritykset joissa on vähintään 20 vuodepaikkaa tai sähköpistokkeella varustettua matkailuvaunupaikkaa)

Kyllä

Ei

5. Mikäli yrityksenne toimii myös muulla kuin matkailutoimialalla, mikä on matkailuliiketoiminnan osuus yrityksenne kokonaisliikevaihdosta?

alle 25 %

26-50 %

51- 75 %

yli 76 %

ei ole muuta toimintaa

6. Mikäli yrityksenne tarjoaa myös muita matkailupalveluja, arvioi majoituspalvelujen osuus yrityksenne matkailuliiketoiminnan liikevaihdosta?

alle 25 %

26-50 %

51- 75 %

yli 76 %

ei ole muita matkailupalveluja

Majoitustarjonta / -kapasiteetti

7. Onko yrityksenne majoitusliiketoiminta ympärivuotista?

Kyllä

Ei

8. Huoneiden (esim. hotellihuoneet, päärakennuksen majoitushuoneet, aitat tms.) kokonaismäärä:
(vastaa 0, jos kyseistä ei ole)

Yhteensä (ei mökkien huoneita): _____

Ympärivuotisessa tarjonnassa (kpl): _____

Vain kesäisin tarjonnassa (kpl): _____

Vain talvisin tarjonnassa (kpl): _____

9. Mökkien määrä: (vastaa 0, jos kyseistä ei ole)

Yhteensä: _____

Ympärivuotisesti tarjonnassa (kpl): _____

Vain kesäisin tarjonnassa (kpl): _____

Vain talvisin tarjonnassa (kpl): _____

10. Vuodepaikat yhteensä (ei lisävuoteet), joista majoitustarjonnassa: (vastaa 0, jos kyseistä ei ole)

Ympärivuotisesti (kpl): _____

Vain kesäisin (kpl): _____

Vain talvisin (kpl): _____

11. Lisävuodepaikat: (vastaa 0, jos kyseistä ei ole)

Yhteensä: _____

Ympärivuotisesti (kpl): _____

Vain kesäisin (kpl): _____

Vain talvisin (kpl): _____

Yöpymisvuorokaudet yrityksen majoituspalveluissa vuonna 2013

(i) Yksi yöpymisvuorokausi on yhden yli 12 vuotiaan henkilön yhden yön yöpyminen. Kukin yöpyjä huoneessa tuottaa yhden yöpymisvuorokauden per yö.

12. Yöpymisvuorokaudet vuonna 2013:

Yhteensä: _____

13. Kotimaisten asiakkaiden yöpymisvuorokausien osuus?

Prosenttiosuus (%): _____

14. Tärkein ulkomaisten matkailijoiden lähtömaa: _____

15. Arvionne vuodepaikkojen käyttöasteesta vuonna 2013:

Kesä – elokuussa (%): _____

Joulu-maaliskuussa (%): _____

16. Mikäli toimitte ympärivuotisesti, arvioinne vuosittaisesta käyttöasteesta?

Prosentti (%) _____

17. Onko yrityksenne majoituskapasiteetti Lomarenkaan välityksessä?

Kyllä

Ei

18. Onko yrityksenne majoituskapasiteetti Tahko.comin välityksessä?

Kyllä

Ei

19. Muita huomioita majoitusliiketoimintaanne liittyen joita haluatte tuoda esille?

KIITOS VASTAUKSESTANNE!