



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU  
VASA YRKESHÖGSKOLA  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Lotta Jeskanen

# MATKAILIJATUTKIMUS

Case : Mäntyharjun kunta

Liiketalous ja matkailu  
2013

## TIIVISTELMÄ

Tekijä	Lotta Jeskanen
Opinnäytetyön nimi	Matkailijatutkimus, Case: Mäntyharjun kunta
Vuosi	2013
Kieli	suomi
Sivumäärä	65 + 2 liitettä
Ohjaaja	Peter Smeds

---

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on perehtyä Mäntyharjulla käyviin kesämatkailijoihin matkailijatutkimuksen kautta. Työn teoreettinen osa käsittelee matkailun ja matkailijan käsitteitä. Siinä perehdytään myös matkailun ekonomisiin, ympäristöllisiin sekä sosiokulttuurisiin vaikutuksiin.

Työn empiiriseen osaan kuului vastausten kerääminen matkailijoilta kyselylomakkeen avulla. Vastausten kerääminen tapahtui pääosin Iso-Pappilan museoalueella Mäntyharjun kirkonkylässä. Muutamia vastauksia kerättiin myös Mäntyharjun keskustassa. Kyselylomakkeen avulla on tarkoitus lähteä selvittämään, minkälaisia matkailijoita Mäntyharjulla käy, mikä on matkan syy sekä mikä heitä kiinnostaa.

Mäntyharju on yksi Suomen suosituimmista mökkikunnista, joten tulokset eivät yllättäneet. Suurin osa Mäntyharjun matkailijoista saapuu paikkakunnalle kesämökin ja mökkeilyn takia. Tuloksista selvisi, että mökkeilyn lisäksi paikkakunnan kulttuuri- ja taidetarjonta vetoaa matkailijoihin. Parhaiten matkailijoille ovat paikkakunnalta jäänyt mieleen puhdas luonto, järvet ja kauniit maisemat.

## ABSTRACT

Author	Lotta Jeskanen
Title	Visitor Research, Case: Municipality of Mäntyharju
Year	2013
Language	Finnish
Pages	65 + 2 Appendices
Name of Supervisor	Peter Smeds

---

The aim of the thesis is to gain more information about tourists in the municipality of Mäntyharju through a visitor research. The theoretical part deals with the concepts of 'tourism' and 'tourist'. The theoretical framework also discusses the economic, environmental and socio-cultural impacts of tourism.

The empirical part of the thesis included collecting questionnaires from the tourists. The collecting mainly took place in the Iso-Pappila museum area in Mäntyharju. Some of the questionnaires were collected in the centre of Mäntyharju. The purpose of the questionnaire was to find out what kind of tourists come to Mäntyharju and what their reason to travel there is and what they are interested in.

Mäntyharju is one of the most popular summer cottage municipalities in Finland so we knew what to expect from the results. To visit and spend some time at the cottage is the most common reason to come to Mäntyharju. Beside the cottage life, tourists favour the art and culture supply of the area. The nature, lakes and the beautiful landscape are the features the tourists remember the best.

---

Keywords     visitor research, impacts of tourism, Municipality of Mäntyharju

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	8
1.1	Työn tavoite .....	8
1.2	Työn rajausta.....	8
1.3	Työn rakenne .....	8
2	MATKAILU JA MATKAILIJA .....	9
2.1	Matkailu käsitteenä .....	9
2.2	Matkailija käsitteenä .....	15
3	MATKAILUN VAIKUTUKSET.....	19
3.1	Matkailun ekonomiset vaikutukset .....	19
3.2	Matkailun ympäristövaikutukset.....	21
3.3	Matkailun sosio-kulttuuriset vaikutukset.....	23
4	MATKAILU MÄNTYHARJUSSA .....	25
4.1	Mäntyharju matkailukohteena .....	25
4.2	Matkailun ja loma-asutuksen vaikutukset vuonna 1995 .....	26
5	TUTKIMUSMENETELMÄT.....	28
5.1	Kvalitatiivinen menetelmä .....	28
5.2	Kvantitatiivinen menetelmä .....	29
5.3	Kyselylomakkeen muotoilu .....	30
5.4	Tutkimuksen toteutus ja kohderyhmä.....	31
5.5	Reliabiliteetti ja validiteetti.....	32
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET JA ANALYSOINTI.....	34
6.1	Vastaajien sosioekonomiset tiedot.....	34
6.1.1	Asuinmaakunta.....	34
6.1.2	Sukupuoli .....	35
6.1.3	Ikä.....	35
6.1.4	Elämänvaihe.....	36
6.2	Matkaa koskevat kysymykset .....	36
6.2.1	Matkan tarkoitus .....	36
6.2.2	Matkaseura .....	37

	5
6.2.3 Matkustustapa .....	38
6.2.4 Matkan pituus.....	39
6.2.5 Matkan pääsyy .....	41
6.3 Matkan tietolähteet.....	42
6.4 Palveluiden arviointi .....	43
6.4.1 Majoituspalvelut.....	44
6.4.2 Ravintola- ja kahvilapalvelut .....	46
6.4.3 Nähtävyydet ja kulttuuripalvelut.....	48
6.4.4 Huoltoasemapalvelut ja liikennepalvelut .....	52
6.4.5 Ruokaostospalvelut .....	56
6.4.6 Matkailuneuvonta.....	58
6.4.7 Yleisarvio kaikista palveluista .....	60
6.5 Vieraileeko matkailija vielä Mäntyharjulla?.....	61
6.6 Avoimet kysymykset .....	61
7 YHTEENVETO JA POHDINTA.....	64
8 LÄHTEET .....	66
LIITTEET	

## KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

<b>Kuvio 1.</b>	Matkailun aluesysteemi.	s. 12
<b>Kuvio 2.</b>	Matkailun muodot.	s. 14
<b>Taulukko 1.</b>	Matkailun myyntejä.	s. 15
<b>Taulukko 2.</b>	Matkailun taloudelliset vaikutukset.	s. 21
<b>Taulukko 3.</b>	Matkailijoiden jaotteluun käytettäviä muuttujia.	s. 31
<b>Taulukko 4.</b>	Matkailijan asuinmaakunta.	s. 34
<b>Taulukko 5.</b>	Matkailijan sukupuoli	s. 35
<b>Taulukko 6.</b>	Matkailijan ikä	s. 35
<b>Taulukko 7.</b>	Matkailijan elämänvaihe	s. 36
<b>Taulukko 8.</b>	Matkan tarkoitus.	s. 37
<b>Taulukko 9.</b>	Matkaseura.	s. 37
<b>Taulukko 10.</b>	Perhe-/sukulaisseurueen henkilömäärä.	s. 38
<b>Taulukko 11.</b>	Muun seurueen henkilömäärä.	s. 38
<b>Taulukko 12.</b>	Matkailijan matkustustapa.	s. 39
<b>Taulukko 13.</b>	Matkailijan matkan pituus vuorokausissa.	s. 40
<b>Taulukko 14.</b>	Matkailijan yöpymispaikka.	s. 41
<b>Taulukko 15.</b>	Matkan pääsyy.	s. 42
<b>Taulukko 16.</b>	Matkailijan tietolähteet matkaa varten.	s. 43
<b>Taulukko 17.</b>	Majoituspalveluiden arviointi ja keskiarvo.	s. 44
<b>Taulukko 18.</b>	Majoituspalveluiden arviointi sukupuolten kesken	s. 45
<b>Taulukko 19.</b>	Majoituspalveluiden arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.	s.45
<b>Taulukko 20.</b>	Ravintola- ja kahvilapalveluiden arviointi ja keskiarvo.	s. 46
<b>Taulukko 21.</b>	Ravintola- ja kahvilapalveluiden arviointi sukupuolten kesken.	s. 47

<b>Taulukko 22.</b> Ravintola- ja kahvilapalveluiden arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.	s. 47
<b>Taulukko 23.</b> Nähtävyyksien arviointi ja keskiarvo.	s. 48
<b>Taulukko 24.</b> Kulttuuripalveluiden arviointi ja keskiarvo.	s. 49
<b>Taulukko 25.</b> Nähtävyyksien arviointi sukupuolten kesken.	s. 50
<b>Taulukko 26.</b> Nähtävyyksien arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.	s. 51
<b>Taulukko 27.</b> Huoltoasemapalveluiden arviointi ja keskiarvo.	s. 52
<b>Taulukko 28.</b> Huoltoasemapalveluiden arviointi sukupuolten kesken.	s. 52
<b>Taulukko 29.</b> Huoltoasemapalveluiden arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.	s. 53
<b>Taulukko 30.</b> Liikennepalveluiden arviointi ja keskiarvo.	s. 54
<b>Taulukko 31.</b> Liikennepalveluiden arviointi sukupuolten kesken.	s. 54
<b>Taulukko 32.</b> Liikennepalveluiden arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.	s. 55
<b>Taulukko 33.</b> Ruokaostospalveluiden arviointi ja keskiarvo.	s. 56
<b>Taulukko 34.</b> Ruokaostospalveluiden arviointi sukupuolten kesken.	s. 57
<b>Taulukko 35.</b> Ruokaostospalveluiden arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.	s. 57
<b>Taulukko 36.</b> Matkailuneuvonnan keskiarvo.	s. 58
<b>Taulukko 37.</b> Matkailuneuvonnan arviointi sukupuolten kesken.	s. 59
<b>Taulukko 38.</b> Matkailuneuvonnan arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.	s. 59
<b>Taulukko 39.</b> Palveluiden yleisarvio ja keskiarvo.	s. 60
<b>Taulukko 40.</b> Vieraileeko matkailija vielä Mäntyharjulla?	s. 61

# 1 JOHDANTO

Mäntyharju on pieni, mutta kesäisin erittäin suosittu lomamökkimatkailukunta. Kesäisin väkiluku lähes kolminkertaistuu ja toiminta keskustassa on erittäin vilkasta. Mäntyharjulla käy paljon matkailijoita, joilla on joko oma mökki, he vierailevat sukulaisten tai ystävien mökeillä tai he vuokraavat sellaisen alueelta. Myös kulttuuri- ja luontomatkailu ovat lisääntyneet Mäntyharjulla viime vuosina.

## 1.1 Työn tavoite

Lähtökohtana on oletus, että suurin osa matkailijoista Mäntyharjulla on mökkimatkailijoita. Tutkimuksen avulla halusin lähteä selvittämään, käykö Mäntyharjulla kesäisin muita matkailijoita ja keitä nämä matkailijat ovat. Halusin kartoittaa, mistä syistä Mäntyharjulla vieraillaan ja miten palvelut vastaavat matkailijoiden odotuksia.

## 1.2 Työn rajaus

Työssä tutkitaan Mäntyharjulla kesäisin käyviä matkailijoita. Matkailijoiksi työssä on laskettu sekä loma- että työmatkailijat. Huomioon on otettu myös päiväkävijät, sekä Mäntyharjulla yöpyvät kävijät. Työstä on rajattu pois vakituisesti Mäntyharjulla asuvat henkilöt. Kesällä 2011 Mäntyharjulla järjestettiin loma-asuntomessut, mutta tutkimuksesta on kuitenkin rajattu pois matkailijat, joilla messut olivat vierailun pääsyy.

## 1.3 Työn rakenne

Tutkimus koostuu kahdesta eri osiosta, teoriaosasta sekä empiirisestä osasta. Empiiriseen tutkimukseen kuului matkailijoiden vastausten kerääminen kyselylomakkeen avulla. Vastausten keräys tapahtui kesällä 2011 Mäntyharjulla Iso-Pappilan museoalueella, jossa toimi myös kesämatkailuneuvonta. Tutkimus on tehty yhteistyössä Mäntyharjun kunnan kanssa. Lopuksi kyselylomakkeilla saadut vastaukset on analysoitu tekemällä tilastoja matkailijoista.



## 2 MATKAILU JA MATKAILIJA

Matkailu on alueellinen ilmiö, joka toimii kysynnän ja tarjonnan kautta. Tästä syystä sitä on tutkittu eniten maantieteellisestä näkökulmasta. Maantieteellinen viitekehikko muodostuu alueellisista tekijöistä ja rakenteista. Maantiede jakautuu eri sektoreihin, joiden kautta matkailua voidaan tutkia luonnontieteen sekä yhteiskuntatieteen näkökulmista. Viitekehikon avulla voidaan tehdä laaja-alaista tutkimusta ja sitä voivat hyödyntää niin biologit, sosiologit kuin luonnonmaantieteilijätkin. Maantieteellisen viitekehikon mukaan matkailu tapahtuu aina alueellisessa ympäristössä, joka koostuu kolmesta peruselementistä; lähtöalue, kohdealue sekä matkailureitit. (Vuoristo 1998, 15)

### 2.1 Matkailu käsitteenä

Matkailun määrittäminen on erittäin vaikeaa, eikä sille löydy universaalia määritelmää. Siitä, mitä matkailu on, löytyy kuitenkin useita eri tulkintoja. Jotta matkailusta saadaan tehtyä tilastoja ja kerättyä vertailukelpoista dataa, tarvitsee se jonkinlaisen operationaalisen määritelmän sekä tieteen että käytännön kannalta. YK:n kauppaja- ja kehityskonferenssi on määritellyt joitain tietoja, joita valtioiden on käytettävä matkailutilastoissaan. Näiden tilastojen pohjalta matkailunkehitystä pystytään seuraamaan vertailukelpoisesti eri maissa. Matkailutilastoissa vaadittavia tietoja ovat muun muassa sekä kansainvälisen että kotimaisen matkailun määrä ja rakenne, matkailijoiden käyttämien palveluiden seuranta sekä matkailun taloudellisten vaikutusten mittaaminen. (Vuoristo 1998, 20–22)

Vaikka matkailusta käsitteenä löytyy erilaisia versioita, suurin osa pohjautuu kuitenkin maailmanmatkailujärjestö UNWTO:n määritelmään. Järjestön määritelmän mukaan matkailu on ihmisten matkustamista ja viipymistä heidän normaalin asuinympäristönsä ulkopuolella. Matkustamiseksi ei kuitenkaan lasketa työmatkoja tai muita usein ja rutiininomaisesti tehtäviä matkoja. Tästä peruslähtökohdasta syntyvät määritelmät perustuvat usein esimerkiksi matkan kestoon tai syyhyn. Kokonaisuudessaan matkailukokemus koostuu yrityksistä ja niiden matkailijalle tarjoamista palveluista ja aktiviteeteista. (Goeldner & Ritchie 2012, 4-5)

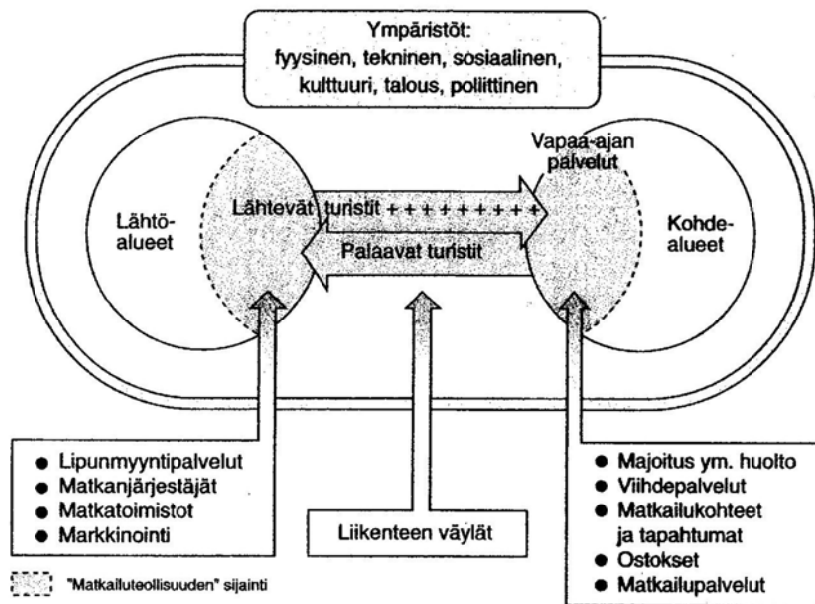
Helmikuussa 2008 YK:n tilastokomissio UNSC, United Nations Statistical Commission, julkaisi uuden päivitetyn version vuonna 1994 julkaisemastaan dokumentista ”1993 Recommendations on Tourism Statistics”. Uusi versio ”2008 International Recommendations for Tourism Statistics” määrittelee matkailun sosiaalisena, kulttuurillisena sekä ekonomisena ilmiönä, joka perustuu ihmisten liikkumiseen normaalin asuinympäristön ulkopuolella. Tärkeimpänä matkustussyynä mainitaan nautinnon hakeminen. (The conceptual framework for tourism statistics; International Recommendations for Tourism Statistics 2008, 1-2)

Matkailua pidetään hyvin mutkikkaana, mutta monipuolisena ja -ulotteisena toimialana ja se vaikuttaa moniin ihmisiin. Muihin aloihin nähden matkailusta tekee erikoisen se, että sitä tulkitaan enemmän kysynnän kuin tarjonnan kannalta. Matkailua määriteltäessä on sitä mietittävä sekä käsitteelliseltä, että tekniseltä kannalta. Käsitteelliset määritelmät kertovat enemmän matkailun luonteesta ja ominaisuuksista, kun taas teknisiä määritelmiä tarvitaan laskelmissa ja tilastoissa. Koska matkailu on liikkumista ja viipymistä jossain paikassa, se voidaan jakaa kahteen tekijään. Toinen tekijä on matka kohteeseen ja toinen oleskelu kohteessa. Matkailun tapahtuessa normaalin asuinympäristön ulkopuolella, liikkuminen tapahtuu lyhyellä aikavälillä ja viipyminen kohteessa on väliaikaista. (Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd & Wanhill 1998, 8-9)

Useimmissa määritelmissä mainitaan, että matkailu tapahtuu aina normaalin asuinympäristön ulkopuolella. Tilastokomissio UNSC määrittää yksilön normaalin asuinympäristön maantieteelliseksi alueeksi, jossa yksilö suorittaa normaaleja elämään kuuluvia rutiineja. Normaalin asuinympäristön määrittäminen on olennaista, jotta saadaan rajattua pois työhön ja opiskeluun liittyvä matkailu. Matkailusta rajataan pois myös usein ja säännöllisesti tapahtuva liikkuminen, vaikka se tapahtuisikin merkittävän matkan päähän. Esimerkkejä ovat vierailu sukulaisten tai ystävien luona, ostosmatkat sekä matkat, joihin liittyy uskonto tai terveydenhuolto. UNSC suosittelee, että jokainen valtio määrittelee selkeästi matkailutilastoissa, mikä on usein ja säännöllisesti tapahtuvaa liikkumista. Loma-asunnot UNSC määrittelee toissijaisiksi asunnoiksi, joissa talouden jäsenten

vierailun tarkoitus on virkistyminen ja lomailu. Vaikka loma-asuminen on vapaa-ajanviettomuoto, joka tapahtuu asuinympäristön ulkopuolella, sitä ei kaikissa tutkimuksissa katsota matkailuksi. Yleensä loma-asukkaat kuitenkin lasketaan tilastoissa matkailijoiksi. (The conceptual framework for tourism statistics; International Recommendations for Tourism Statistics 2008, 12–13; Vuoristo 1998, 25)

Matkailu voidaan jakaa kolmeen peruselementtiin. Nämä ovat Leiperin mukaan maantieteelliset elementit, matkailu elinkeinona sekä matkailijat, joihin perehdymme myöhemmin. Matkailuympäristö koostuu kolmesta osasta; lähtöalue, kohdealue ja transit- eli läpikulkualue (Kuvio 1). Lähtöalueen fyysinen ja yhteiskunnallinen ympäristö määrittävät alueen lähtövalmiudet ja -edellytykset. Ne vaikuttavat alueella olevaan työntövoimaan ja motivaatioon, joka ihmisille syntyy. Lähtöalueen on pystyttävä tarjoamaan informaatiota ja palveluita, joita ihmiset tarvitsevat matkustaakseen. Kohdealueen vetovoima on tekijä, joka luo lähtöalueella olevan kysynnän. Kohdealueella tulee kuitenkin olla valmiudet ottaa vastaan matkailijoita ja tuottaa heidän edellyttämiään palveluita, kuten majoitus ja ravintolat. Transit-alueelta vaaditaan dynaamisuutta ja nopeita ja helppoja matkareittejä lähtö- ja kohdealueiden välille. (Cooper et al. 1998, 5-6; Vuoristo 1998, 18–19)



Matkailun aluesysteemin malli Leiperin (1979) ja Travinin (1989) mukaan.

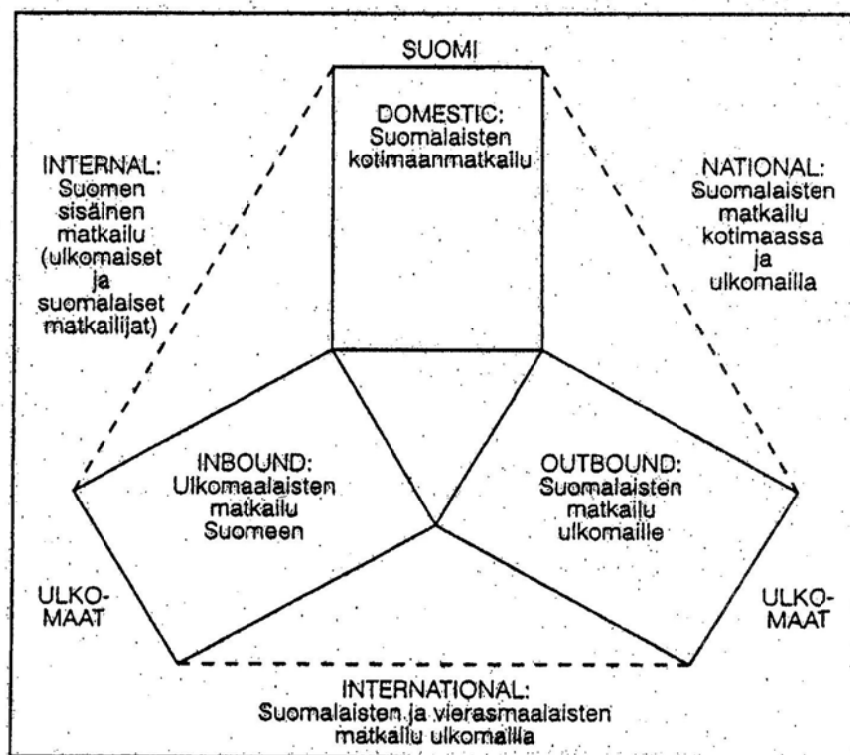
**Kuvio 1.** Matkailun aluesysteemi. (Vuoristo 1998)

Matkailuun elinkeinona ja toimialana kuuluu yrityksiä ja organisaatioita, jotka tuottavat matkailutuotteita. Lähtö-, kohde- ja transit-alueet vaativat erilaisia yrityksiä matkailun tuottamiseen. Kuljetusyritykset toimivat pääosin transit-alueella, majoituspalvelut ja aktiviteetit kohdealueella, kun taas matkatoimistot lähtöalueella. Kohdealueen hallituksella on myös vaikutus alueen matkailuun. Hyvin usein matkailua tuetaan hallituksen kautta, koska se työllistää kansalaisia ja tuo verotuloja, tämä taas on hyväksi taloudelle. Paikalliset asukkaat ovat myös osa matkailuelinkeinoa. Matkailun työllistäessä paikallisia, saadaan toiminnan kulttuurillinen näkökulma paremmin esiin. Vuorovaikutus matkailijoiden ja paikallisten välillä voi olla kuitenkin haitallista, vaikka siinä olisi myös hyvät puolensa. (Cooper et al. 1998, 5-6; Goeldner & Ritchie 2012, 3-4)

Matkailu voidaan jakaa erilaisiin alaryhmiin, kuten huvi- ja työmatkailuun tai koti- ja ulkomaan matkailuun. Huvimatkailu eli turismi on sidoksissa vapaa-ajan muotoihin, joiden perusteella turismi voidaan jakaa maantieteellisiin vyöhykkeisiin. Matkailijan liikkuminen vyöhykkeillä riippuu vapaa-ajan määrästä. Päivämatkat sijoittuvat yleensä asuinpaikan läheisyyteen ja

ympäristökuntiin. Varsinainen matkailu käynnistyy vasta viikonloppu- ja lomavapailloilla, jolloin matkailija ehtii kauemmas asuinpaikastaan. Matkustusvyöhykkeet menevät hieman limittäin, koska matkailijan matkaan saattaa sisältyä aktiviteetteja sekä lähivyöhykkeellä, että kauemmalla vyöhykkeellä. Kehittynyt liikenneverkosto ja aikaetäisyyksien supistuminen ovat tuoneet vyöhykkeitä lähemmäs eivätkä niiden rajat ole enää yhtä selkeitä. Teollistuneissa maissa eläkevapaan ja ”seniorimatkailijoiden” merkitys kaikilla matkailun vyöhykkeillä on kasvanut viime vuosina ja he ovatkin yksi potentiaalisimmista matkailijasegmenteistä. (Vuoristo 1998, 22–24)

Jotta matkailua voidaan tutkia maantieteellisesti, on matkailu rajattava kansainväliseen ja kansalliseen sekä kotimaan- ja ulkomaanmatkailuun. UNSC suosittelee käyttämään kolmea matkailun perusmuotoa, joita ovat domestic-, inbound- ja outbound-matkailu (Kuvio 2). Domestic-matkailu on suomalaisten matkailua kotimaassa, inbound taas ulkomaalaisten matkailua Suomessa ja outbound suomalaisten matkailua ulkomaille. Näitä kolmea perusmääritelmää käyttämällä voidaan johtaa muita matkailun muotoja. Maailmanmatkailujärjestö WTO on määritellyt termit sisäinen, kansallinen ja kansainvälinen matkailu. Sisäinen matkailu on suomalaisten ja ulkomaalaisten matkailua Suomen sisällä. Kansainvälinen matkailu on suomalaisten matkailua kotimaassa ja ulkomailla. Kansainväliseksi matkailuksi kutsutaan suomalaisten ja ulkomaalaisten matkailua ulkomailla. (The conceptual framework for tourism statistics; International Recommendations for Tourism Statistics 2008, 16–17; Vuoristo 1998, 24-25)



Matkailun muodot (WTO) Suomeen sovellettuna.

**Kuvio 2.** Matkailun muodot. (Vuoristo 1998)

Rakennettu ympäristö on osa matkailuilmiötä ja se kuvastaa kohdealueen asukkaiden kulttuuria. Kulttuuri onkin pysyvä piirre matkakohteessa, jota ei voida muuttaa pelkästään matkailun kehittämiseksi. Infrastrukturi on osa rakennettua ympäristöä, jota ei alun perin ole tehty matkailua ajatellen. Monet infrastruktuurin osat, kuten kaupalliset palvelut, tieverkosto, viemärit ja tietoliikenneyhteydet, ovat kuitenkin tärkeitä myös matkailijoille. Matkailun superstruktuuriin kuuluu perusinfrastruktuurin lisäksi palveluita, jotka ovat kehittyneet vastaamaan matkailijoiden vaatimuksia. Näistä ilmeisimpiä ovat hotellit, ravintolat ja nähtävyydet. Eniten matkailun kehitykseen vaikuttanut tekijä on teknologian kehitys. Se on muokannut selkeästi sekä matkailutuotteiden ja –palveluiden että matkustus kokemusten luonnetta. Informaatio on uusi osa rakennettua ympäristöä. Sen kerääminen, tulkinta ja käyttö auttavat matkakohteen kehittymisessä. Informaation kerääminen on tärkeää eri osa-alueiden kannalta, joita ovat esimerkiksi kohteen suunnittelu ja kehittäminen, matkailijoiden viihtyvyyden takaaminen tai kilpailijoiden toiminnan seuraaminen. Kohdealueen hallinto on

myös tärkeä tekijä, joka vaikuttaa alueen matkailuun. Alueen lait, politiikka ja verojärjestelmä määrittävät kohteen paikan kansainvälisillä markkinoilla. (Goeldner & Ritchie 2012, 10–11)

Matkailun kasvu, sekä aktiviteettina että toimialana, on ollut suurimmillaan 1900-luvun loppupuoliskolla. Maailman matkailuneuvosto WTTC arvioi 90-luvun puolessa välissä matkailun olevan jo maailman suurin toimiala. Matkailuala tarjoaa suorasti ja epäsuorasti 204 miljoonaa työpaikkaa, joka vastaa 10 prosenttia koko maailman työvoimasta. Kymmenen prosenttia globaalista bruttokansantuotteesta tulee matkailusta ja luvun uskotaan nousevan 11 prosenttiin lähivuosina. On siis selvää, kuinka tärkeä ja merkittävä toimiala matkailu on. Säilyttääkseen asemansa matkailualan on kuitenkin kehityttävä jatkuvasti. Valitettavasti monet yleiset käsitykset matkailualasta ovat vääriä. Matkailijoiden kuulemat myytit ovat matkailusta epärealistisen hohdokkaan kuvan. Taulukossa yksi on koottu jotain myyttejä matkailusta. (Cooper et al. 1998, 1-2)

### **Taulukko 1.** Matkailun myyttejä. (Cooper et al. 1998)

<b>Myytti</b>	Suurin osa maailman matkailusta on kansainvälistä.
<b>Tosi</b>	Noin 80 % on kotimaanmatkailua. (Ihmiset matkustavat kotimaassaan.)
<b>Myytti</b>	Useimmat matkat tehdään lentokoneella maasta toiseen.
<b>Tosi</b>	Suurin osa matkoista tehdään maitse (pääosin autolla)
<b>Myytti</b>	Matkailu on vain vapaa-ajan matkailua.
<b>Tosi</b>	Matkailulla on eri tarkoituksia, kuten liiketoiminta, konferenssit ja kouluttautuminen
<b>Myytti</b>	Työskennellessä matkailualalla matkustetaan paljon ja saadaan mahdollisuus oppia uusia kieliä.
<b>Tosi</b>	Matkailu työllistä eniten asiakaspalvelusektorilla, johon kuuluu erittäin vähän matkustaminen.

Lähde: Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd & Wanhill 1998

## **2.2 Matkailija käsitteenä**

Matkustaja on henkilö, joka liikkuu kahden tai useamman maantieteellisen alueen välissä. Maantieteelliset alueet voivat olla valtioita tai alueita valtion sisällä. Matkailu on siis matkustamiseen kuuluva alakäsite ja matkailuun liittyviä matkustajia kutsutaan vierailijoiksi. Vierailijan suorittama matkailu tapahtuu hänen normaalin asuinympäristönsä ulkopuolella korkeintaan yhden vuoden ajan.

Vierailijana olo on kuitenkin tilapäistä ja matkan päätyttyä yksilö menettää statusensa vierailijana. Kansainvälisen vierailijan kohde on oman asuinmaan ulkopuolella ja kansallisen vierailijan kohde omassa asuinmaassa, mutta kuitenkin normaalin asuinympäristön ulkopuolella. Vierailijat jaetaan matkan keston mukaan kahteen pääryhmään; päiväkävijät ja matkailijat. (The conceptual framework for tourism statistics; International Recommendations for Tourism Statistics 2008, 2, 9-10; Goeldner & Ritchie 2012, 8)

Matkailijat ovat hyvin heterogeeninen ryhmä ja jokainen on omanlaisensa yksilö. Heidät voidaan jakaa esimerkiksi matkan luonteen mukaan erilaisiin ryhmiin. Perusjako voidaan tehdä kotimaisten ja kansainvälisten matkailijoiden välillä. Maiden väliset liitot ympäri maailmaa, kuten Euroopan unioni, sumentavat kuitenkin tätä jakoa. Kansainvälinen matkailija joutuu yleensä tekemiseen vieraan valuutan, kielen ja viisumihakemusten kanssa, kun taas kotimaisella matkailijalla ei näitä ongelmia ole. Matkailijat voidaan jaotella myös matkan tarkoituksen mukaan. Yleisesti käytetään kolmea perusryhmää, jotka ovat vapaa-aika ja virkistys, muut matkailusyyt, kuten opiskelu ja terveys, sekä ammatilliset ja liiketoiminnalliset syyt. Näitä perusryhmiä hyödynnetään matkailutilastojen lisäksi myös markkinoinnissa. (Cooper et al. 1998, 11–12)

Matkailijan määrittäminen eri maissa vaihtelee sen mukaan, mitä kunkin maan matkailuyhdistykset ovat sopineet. Yhdysvalloissa matkailija on määritetty henkilöksi, joka matkustaa kotoaan vähintään 50 mailia yhteen suuntaan. Lukuun ottamatta työmatkoja, matkan syy ja kesto voivat olla mitä vain. Kun Kanadassa tehdään kotimaan matkailun tutkimuksia, selkeää mailimäärää ei ole, mutta yleisen sopimuksen mukaan työmatkoja ja pelkkiä menomatkkoja ei lasketa. Kansainvälisen matkailun tutkimuksissa matkustajat jaetaan kolmeen ryhmään; ulkomaalaiset, paikalliset ja muut matkustajat. Kahteen ensimmäiseen ryhmään kuuluvat myös päiväkävijät sekä työmatkalaiset. Muihin matkustajiin lasketaan muun muassa armeijan joukot, miehistöt sekä maahanmuuttajat. YK jaottelee matkailijat päiväkävijöihin ja varsinaisiin matkailijoihin, jotka otetaan huomioon matkailutilastoissa. (Liite 1) Iso-Britanniassa sisäisen matkailun tutkimuksissa lasketaan määrää ja arvoa. Päiväkävijöitä ei huomioida, vaan tärkeitä ovat



matkojen ja öiden määrät sekä menot matkan aikana. Australiassa matkailija kulkee vähintään 40 kilometrin päähän asuinympäristöstään ja viipyy vähintään 24 tuntia ja korkeintaan 12 kuukautta. Paikallisten vierailuja matkailukohteeseen ei kuitenkaan lasketa ja loma-asuminen lasketaan mukaan vain tapauksissa, joissa matka on selkeästi tilapäinen. (Goeldner & Ritchie 2012, 6-7)

Matkailijat voidaan jaotella segmentteihin erilaisten indikaattoreiden avulla, näitä ovat maantieteelliset, demografiset ja sosioekonomiset indikaattorit sekä harrasteet. Maantieteellinen jaottelu tapahtuu alueittain, laajemmalta alueelta valtioittain tai kansalaisuuksittain tai pienemmältä alueelta esimerkiksi kaupungeittain. Iän, sukupuolen, kielen tai siviilisäädyn perusteella tapahtuva jako on demografista. Sosioekonomisia indikaattoreita ovat muun muassa koulutus, tulot tai omaisuuden määrä. Harrasteiden mukaan jakamiseksi on rajaton määrä vaihtoehtoja. Jaottelu voidaan tehdä kulttuuriharrastuksien tai luontoharrastuksien perusteella tai harrastuksen aktiivisuuden ja passiivisuuden perusteella. (Vuoristo 1998, 39–40)

Kun tutkitaan matkailijoiden motivaatiota, ei voi olla törmäämättä Maslow'n tarvehierarkiaan. Viisiportainen pyramidimalli on yksinkertainen ja sitä voidaan soveltaa sekä työhön että sen ulkopuolisiin elämänalueisiin. Ihmisen tavoitteena on itsensä toteuttaminen, mutta se ei ole mahdollista ennen kuin alemmat tarpeet on täytetty. Tarvehierarkia alkaa fysiologisten perustarpeiden (nälkä, jano, lepo, liikunta) täyttämisestä, seuraavaksi ovat turvallisuuden tarve, rakkauden ja yhteenkuuluvuuden tarve, arvostuksen tarve ja lopulta itsensä toteuttamisen tarve. (Cooper et al. 1998, 32–33)

Yksi tunnetuimmista jaottelumenetelmistä on psykograafiset matkailijatyypit, joiden ääripäinä ovat psykosentrikot ja allosentrikot. Psykosentrikot suosivat valmiita matkoja, jolloin heidän ei tarvitse itse tehdä matkajärjestelyjä. Matkakohteet ovat turvallisiksi ja tutuiksi luokiteltuja ja niissä voi osallistua melko passiivisiin aktiviteetteihin. Allosentrikot taas haluavat suunnitella matkansa kaikki järjestelyt itse. He pitävät uusista ja vähemmän tunnetuista kohteista ja ovat hyvin aktiivisia. Varustelutason ei myöskään tarvitse olla kovin korkea ja he tyytyvät vaatimattomampaan palvelutasoon kuin psykosentrikot.

Suurin osa matkailijoista asettuu kuitenkin tähän väliin ja ovat midsentrikoita. Psyko- ja allosentrikot ovat kuitenkin erittäin potentiaalinen matkailijaryhmä ja etenkin psykosentrikot ovat valmiita käyttämään enemmän rahaa matkoillaan. (Vuoristo 1998, 45–47)

### 3 MATKAILUN VAIKUTUKSET

#### 3.1 Matkailun ekonomiset vaikutukset

Matkailun kasvun syiden uskotaan usein olevan hyvää tarkoittavia ja epäitsekkäitä mutta todellinen pääsy on taloudellinen hyöty. Osa matkailijoiden kulutuksesta lähtee ulkomaille, mutta kotimaan matkailu tuo rahavirtoja eri alueiden välillä, mikä on suuri apu kansalliselle taloudelle. Tilastojen ja rahavirtojen seuraaminen edesauttaa matkailun kehitystä, mutta se vaatii järjestelmällisyyttä. Täsmällisiä tuloksia tuottavat tutkimukset ovat aikaa ja rahaa vieviä, jolloin jotkut maat yrittävät arvioida matkailijoiden kulutusta pankkien tilastoista tai keräämällä kulutustietoja vain aika ajoin. Matkailutoiminnan suunnittelun ja kehittymisen kannalta on kuitenkin tärkeää, että se perustuu luotettavaan ja ajan tasalla olevaan tietoon. Siksi dataa ja tilastoja tulisi kerätä vuosittain. (Cooper et al. 1998, 125)

Monien maiden talouksissa palvelusektori on kasvanut huimasti viime vuosikymmeninä, vaikka maatalous- ja teollisuusala on polkenut paikoillaan. Yhtenä syynä palvelusektorin kasvuun on pidetty matkailua, joka on tasaisesti ja nopeasti jatkanut kasvuaan globaalista taantumasta huolimatta. Kehitysmaissa palvelusektori kattaa noin 40 prosenttia bruttokansantuotteesta, kun teollisuusmaissa osuus kohoaa jopa 65 prosenttiin. (Cooper et al. 1998, 125)

Marzuki (2012) selvitti tutkimuksessaan matkailun taloudellisia vaikutuksia Thaimaan Phuketissa. Tutkimukseen osallistui lähes 400 henkilöä Phuketin provinssin eri alueilta. Eniten samaa mieltä vastaajat olivat positiivisista väittämistä, 'paikalliset ansaitsevat paremmin' ja 'matkailu edistää paikallista taloutta'. Negatiivisista väittämistä 'matkailu lisää maan ja asuntojen hintoja' ja 'matkailu lisää paikallisten asumiskustannuksia' oltiin eniten samaa mieltä. Tutkimuksesta käy ilmi, että vastaajien mielestä matkailun kehitys saisi vaikuttaa enemmän paikalliseen talouteen Phuketissa. Vastaajilla oli kuitenkin vahvempi käsitys positiivisista kuin negatiivisista vaikutuksista ja myös vastaajat, jotka eivät työskennelleet matkailualalla, hyötyivät sen vaikutuksista. Infrastruktuurin ja julkisten palveluiden kehitys koettiin positiivisena asiana, mutta samalla oltiin huolestuneita matkailun pitkäaikaisista vaikutuksista talouteen ja ympäristöön.

WTO:n tilastojen perusteella tärkeimmät matkailua tuottavat ja vastaanottavat maat ovat pääasiallisesti teollisuusmaita. Molempien tilastojen kärjestä löytyvät muun muassa Iso-Britannia, Ranska ja Yhdysvallat. Tilastoissa on selvitetty myös maan talouden riippuvuus matkailusta. Kehittyneemmät kansantaloudet eivät ole yhtä riippuvaisia matkailun tuloista, jolloin matkailutulojen osuus koko vientituotosta on hyvin vähäinen, ja matkailun osuus BKT:sta on lähes samassa suhteessa. Kansainvälisten matkailutuottojen vertailussa on kuitenkin kaksi ongelmaa, jotka tulee ottaa huomioon. Hinnat ovat yleensä paikallista valuuttaa ja ne ovat vain standardisoitu dollareiksi. Etenkin pitemmällä aikavälillä näissä valuuttamuunnoksissa ei ole otettu huomioon inflaation vaikutuksia eikä dollarin kurssin vaihteluita. Vaikka vientituotot numerollisesti kasvaisivatkin, todellisuudessa tuottojen arvo voi pysyä samana tai jopa laskea. (Cooper et al. 1998, 127–128)

Matkailun taloudellisia vaikutuksia voidaan tutkia kulutuksen kerrannaisvaikutuksen avulla. Matkailijan menot päätyvät aluksi etulinjan matkailuyrityksiin, jotka tuottavat hyödykkeitä ja palveluita matkailijoille. Maahantuontiin ja talouden ulkopuolelle päätyvät menot, eivät tuota enää taloudellista toimintaa. Jäljelle jäävät varat yritys käyttää paikallisten hyödykkeiden ja palveluiden ostamiseen, henkilöstökuluihin sekä veroihin. Tällöin matkailijan menoilla on suora taloudellinen vaikutus. Epäsuora vaikutus menoilla on, kun matkailuyritys on ostanut paikallisia tuotteita ja palveluita paikallisilta yrityksiltä. Tällöin menoista taas osa päätyy ulos systemistä, mutta osa menee taas uusien hyödykkeiden ja palveluiden ostamiseen, henkilöstökuluihin sekä veroihin. Näin taloudellinen toiminta ja menot jatkavat kiertämistä. (Cooper et al. 1998, 132–133)

Matkailun taloudelliset vaikutukset ovat sekä positiivisia että negatiivisia, kuten taulukossa 2 on listattu. Positiiviset vaikutukset ovat pääasiassa paikallisiin asukkaisiin kohdistuvia yksilöinä. Matkailun kasvu lisää kapasiteettia, joka lisää taas töiden määrää alueella. Töiden lisääntyminen nostaa taas paikallisten tulo- ja elintasoja. Epäsuorasti matkailu vaikuttaa myös paikallisiin yrityksiin, joiden palveluita matkailutoimijat käyttävät. Valtio saa lisääntyvästä turismista ja

lisääntyvästä rahavirrasta enemmän verotuloja. Matkailukapasiteetin nostaminen vastaamaan kysyntää luo kuitenkin tarvetta rakentaa lisää ja tuottaa lisää palveluita. Investointikulut nostavat kuitenkin palveluiden ja hyödykkeiden hintoja ja näin myös paikallisten elinkustannukset voivat nousta. Infrastruktuurin parantaminen ja lisääminen tuo valtiolle enemmän kustannuksia, mutta nämä investoinnit palvelevat tietenkin myös matkailusta riippumattomia paikallisia.

**Taulukko 2.** Matkailun taloudelliset vaikutukset. (Marzuki 2012)

Matkailun taloudelliset vaikutukset	
Positiiviset vaikutukset	Negatiiviset vaikutukset
- edistää tulo- ja elintasoa	- nostaa hyödykkeiden ja palveluiden hintaa
- parantaa paikallista taloutta	- nostaa maan ja asuntojen hintaa
- lisää työllistymismahdollisuuksia	- nostaa elinkustannuksia
- parantaa investoinnin, kehityksen ja infrastruktuurin menoja	- nostaa mahdollisuutta tuontityövoimaan
- lisää verotuloja	- lisäinfrastruktuurien kustannukset (vesi, viemäri, sähkö, polttoaine)
- parantaa julkisia palveluita	- lisää tienhoito- ja kuljetusjärjestelmien kustannuksia
- parantaa tieverkostoa	- sesonkimatkailu luo riskin alityöllisyyteen tai työttömyyteen
- lisää ostosmahdollisuuksia	- kilpailu maa-alasta muiden, taloudellisesti keuhkempien käyttötapojen kanssa
- taloudelliset vaikutukset levinneet yhteisöön	- omistajat vievät kaiken voiton
- luo uusia liiketoiminta mahdollisuuksia	- töistä maksetaan matalia palkkoja

### 3.2 Matkailun ympäristövaikutukset

Ympäristö on tärkeä osa matkailutuotetta, oli se sitten luonnollista tai rakennettua. Matkailu ja siihen liittyvät prosessit kuitenkin vaikuttavat aina ympäristöön. Muutama vuosikymmen sitten, ympäristön parantamiseen ja suojeluun ei nähty vaivaa, mutta nykyisin se kuuluu osana moniin matkailun kehityssuunnitelmiin. Jotta matkailun fyysisiä vaikutuksia voidaan tutkia, pitää ensin kartoittaa tiettyjä asioita ympäristöstä. Näitä ovat muun muassa fyysiset vaikutukset, jotka aiheutuvat vain matkailutoiminnasta, minkälaisessa kunnossa ympäristö on ollut ennen matkailutoiminnan alkamista, luettelo siitä minkälainen toiminta vaikuttaa milläkin tasolla alueen kasvi- ja eläinkuntaan. Kartoituksessa on hyvä ottaa huomioon myös matkailun välillinen ja epäsuora vaikutus ympäristöön. (Cooper et al. 1998, 150–151)

Matkailun kasvu lisää turistien määrää, joka taas lisää negatiivisia vaikutuksia ympäristöön. Elinympäristön ja luonnon käyttäytyminen muuttuu ja matkakohteiden laajeneminen luontoon voi hävittää jopa kokonaisia ekosysteemejä tai muuttaa niiden toimintaa pysyvästi. Majoitus ja aktiviteetit vievät paljon maa-alaa, joka on pois maanviljelyltä ja aiheuttaa asukastappioita sekä maisema muutoksia. Kaikki turistikohde eivät kestä matkailijapainetta ja turistien lisääntyvää määrää ja ongelmana on eroosio ja kasvillisuuden kärsiminen sekä nähtävyyksien rappeutuminen, kuten Machu Picchu Perussa. Suuri määrä turisteja lisää myös veden kysyntää, puhtaanapidon ja saasteiden määrää, jätteiden määrää sekä energian kulutusta. Jatkuva veden kulutuksen kasvaminen nopeuttaa pohjavesien ehtymistä ja voi aiheuttaa häiriöitä vedenjakelussa. Jätteen määrän lisääntyminen saatetaan hoitaa laittomilla maatäytöillä, jotka taas saastuttavat vesistöjä. Tämä ongelma on suurempi yleensä syrjäisemmissä matkakohteissa, joissa jätehuolto ei ole yhtä kehittynyttä kuin massaturismikohteissa. Turismin kasvu lisää myös liikennettä, joka tarkoittaa ilmansaasteita, meluhaittoja, maa-alan käyttämistä matkakeskuksiin ja terminaaleihin sekä fossiilisten polttoaineiden kulumista. (Mowforth, Charlton & Munt 2008, 105–107)

Ympäristöön on mahdotonta olla vaikuttamatta jollain tavalla, mutta oikeanlaisella suunnittelulla voidaan matkailun negatiivisia vaikutuksia pienentää ja positiivisia edistää. Matkailun positiivisina vaikutuksina voidaan pitää muinaisten monumenttien, paikkojen ja rakennusten säilymistä ja kunnostusta, luonnon- ja kansallispuistojen perustamista, riuottojen ja rantojen suojelemista sekä metsien säilyttämistä. Positiiviset vaikutukset edellyttävät kuitenkin, että toimenpiteen lähtökohdaksi on ympäristön suojeleminen. (Cooper et al. 1998, 151)

Monilla alueilla on vain vähän lakisääteisiä määräyksiä matkailun kehityksen suhteen eikä alueilta löydy virastoa, joka valvoisi ympäristön tapahtumia. Lainsäädännön puutteesta huolimatta yritysten tulisi panostaa ympäristövaikutusten arviointiin ja tehdä siitä tapa, jota aina noudattaa. Alueiden hallitusten ja yksilöiden olisi hyvä myös huomioida ympäristövaikutukset omissa toimissaan, koska ympäristön suojeleminen on halvempaa ja helpompaa kuin korjaaminen. Ympäristövaikutusten arvioiminen on tärkeää tehdä hyvissä ajoin,

koska silloin suunnitelmien epäkohtiin pystytään puuttumaan. Ympäristön huomioonottaminen prosessien aikana tuo pitkällä aikavälillä taloudellisia ja sosiaalisia etuja. (Cooper et al. 1998, 152–154)

Positiivisten ympäristövaikutusten aikaansaamiseksi ekoturismi on yksi suosituimmista matkailun muodoista. Sen määritelmä on ”vastuullista matkailua luonnonalueille, jossa suojellaan ympäristöä ja parannetaan paikallisten asukkaiden hyvinvointia”. Ekoturismin tarkoituksena on yhdistää luonnonsuojelu, yhteiskunta ja kestävä matkailu. Sen pääperiaatteita ovat vaikutusten minimointi ja tietoisuuden lisääminen ympäristöstä ja kulttuurista. Ekoturismi pyrkii lisäämään positiivisia kokemuksia sekä turisteille että paikallisille ja edistämään taloudellista hyötyä alueella. Suurin ekoturismin ongelma on kasvihuonepäästöt, joita syntyy ihmisten lentäessä matkakohteeseen. Ekoturismilla on siis vielä paljon kehittämiskohteita. Ekoturismikohteita pitäisi kehittää tasaisten välimatkojen päähän, jolloin kohteeseen ei olisi pakko lentää. Kohteiden olisi kannattavaa panostaa uusiutuvien energian lähteiden kehittämiseen ja käyttämiseen. Myös hallitusten pitäisi lähteä tukemaan ekomatkailua tukemalla liikennemuotoja, joista tulee vähemmän päästöjä. (What is ecotourism?, Ekoturismi)

### **3.3 Matkailun sosio-kulttuuriset vaikutukset**

Sosiokulttuuriset vaikutukset ovat niin kutsuttuja ”ihmisvaikutuksia”, koska ne tapahtuvat paikallisten asukkaiden ja turistien vuorovaikutuksen tuloksena. Yleisimmin vaikutukset näkyvät paikallisten arkielämässä sekä paikallisen kulttuurin muutoksissa. Vuorovaikutus voi muuttaa kulttuurin perinteisiä ideoita, arvoja, normeja sekä identiteettiä. Monissa tutkimuksissa aiheesta keskitytään vain paikallisiin kohdistuviin negatiivisiin vaikutuksiin, kun pitäisi ottaa huomioon myös turisteihin kohdistuvat vaikutukset. Yleensä vaikutuksissa on sekä positiivisia että negatiivisia piirteitä ja ne vaikuttavat molempiin osapuoliin. (Okech 2010)

Kuten taloudellisissa ja ympäristöllisissä vaikutuksissa, myös sosiokulttuuriset vaikutukset voivat olla suoria tai välillisesti ja epäsuorasti vaikuttavia. Suora

vuorovaikutus paikallisten ja turistien välillä voidaan jakaa karkeasti kolmeen eri luokkaan. Vuorovaikutusta tapahtuu, kun turisti ostaa paikalliselta asukkaalta palveluita ja hyödykkeitä, kun turisti ja paikallinen käyttävät samoja palveluita, kuten bussi tai ravintola tai kun turisti ja paikallinen tapaavat päätarkoituksenaan kulttuurivaihto. Turisteilta omaksutut vaikutteet leviävät helposti myös paikallisten keskuudessa eteenpäin, jolloin vaikutukset ovat epäsuoria. Matkailun kehittyessä työpaikat lisääntyvät ja ihmisten taloudellinen tilanne ja kulutuskäyttäytyminen muuttuvat. Tällöin vaikutukset ovat välillisesti tapahtuneita ja linkittyvät taloudelliseen kehitykseen. (Cooper et al. 1998, 174–175)

Paikallisten ja turistien kontaktit voivat luoda paljon negatiivisia vaikutuksia. Ärtymysindeksin avulla paikallisten asenne turisteja kohtaan voidaan jakaa neljään vaiheeseen. Euforiavaiheessa pieni määrä turisteja ”löytää” alueen. Vierailijat otetaan hyvin vastaan ja he sulautuvat hyvin paikalliseen yhteisöön. Matkailuun liittyvä liiketoiminta on hyvin vähäistä alueella. Apatiavaiheessa turistien määrä kasvaa ja heitä pidetään selviönä alueella. Paikallisten ja vierailijoiden välinen suhde muuttuu virallisemmaksi ja liiketoiminnallisuus kasvaa. Ärtymysvaiheessa turistien määrä kasvaa räjähdysmäisesti ja paikalliset huolestuvat matkailun vaikutuksista. Etenkin ulkopuolinen liiketoiminta alueella kasvaa ja kilpailu paikallisista resursseista kasvaa. Antagonismi vaiheessa paikalliset ovat avoimesti vihamielisiä turisteja kohtaan ja he yrittävät rajoittaa turistivirtojen aiheuttamia vahinkoja. (Alaviitala 2010)



## 4 MATKAILU MÄNTYHARJUSSA

### 4.1 Mäntyharju matkailukohteena

Suomen matkailuliiton koostaman ”Suomen Matkailuopas 1997–1998” mukaan ”Mäntyharju on runsasvesistöinen reissupitäjä Mäntyharjun reitin varrella. Hyvien liikenneyhteyksien ja puhtaiden vesien vuoksi se on erittäin suosittu lomamökkimatkailukunta. Mäntyharjusta on tullut merkittävä kulttuurimatkailukohde.” Mäntyharjun kunta markkinoi itseään mukavana mökkikuntana, jonka luonnossa yhtyvät Järvi-Suomen kauneus ja Etelä-Suomen rehevyys. (Suomen Matkailuliitto 1997, 259)

Mäntyharjua kuvailtiin kulttuurimatkailukohteeksi jo 90-luvulla ja markkinoinnissa siihen on painotettu yhä enemmän 2000-luvulla. Taidekeskus Salmela on Mäntyharjun tunnetuin kulttuurinähtävyys ja sen kävijämäärät ovat kesäisin noin 27 000 kävijää. Salmela ja sen järjestämät kirkkokonsertit ja Merikanto-laulukilpailu ovat tunnettuja ympäri Suomea. Taiteilijoita Salmelan näyttelyihin tulee ympäri Suomea ja myös ulkomaisten taiteilijoiden töitä on nähty Salmelassa. Iso-Pappilan museoalueella ja Pappilan parven kesäteatterissa vieraillee kävijöitä ympäri Suomen. Kesällä 2011 Mäntyharjulla järjestettiin Loma-asuntomessut, jonka oheiskohteena Iso-Pappila toimi. Loma-asuntomessut keräsivät 55 000 kävijää ja toivat Mäntyharjua taas esiin mökkikuntana.

Mäntyharju on kesäkunta, kuten monet muutkin Etelä-Savossa. Loma-asuntoja Mäntyharjulta löytyy lähes 4500, joka kolminkertaistaa asukasluvun kesäkuukausiksi. Kesäasukkaat ovat tuoneet lisämyyntiä myös vähittäiskauppaan, sekä Kesko että S-ryhmä ovat rakentaneet uudet marketit keskustaan. Lomamökkien vuokraajia Mäntyharjulla toimii useampi kymmenen ja mahtuu mukaan myös motelli sekä bed & breakfast-majoitustakin. Yhteistyötä Mäntyharju tekee paljon Mikkelin seudun kanssa, jolloin markkinointikustannukset ovat järkevämmät pienelle kunnalle.

Vuonna 2012 aloitettiin EAKR-hankerahoitteinen projekti ulkoilureitin kunnostamiseksi Mäntyharjulta Repoveden kansallispuistoon. Reitin varrelta

löytyy valmiiksi mökkimajoitusta sekä Bed & breakfast majoitusta ja alueella tapahtuu paljon yhdistystoimintaa. Projektin tarkoituksena on lisätä alueen matkailuliiketoimintaa ja saada alueelle luontomatkailijoita. Kohderyhmänä ovat sekä kotimaiset että ulkomaiset omatoimimatkailijat. Projektiin kuuluu myös Mäntyharjun keskustassa olevien ulkoilumahdollisuuksien parantaminen, jolla pyritään lisäämään perhematkailua. Uutena kohderyhmänä ovat maastopyöräilyn harrastajat ja patikointireitti Repovedelle muutetaan myös maastopyöräilyyn sopivaksi. (Mäntyharjulta Repovedelle hanke.)

#### **4.2 Matkailun ja loma-asutuksen vaikutukset vuonna 1995**

Suomen Matkailun Kehitys oy on Mikkelin seudun matkailu ry:n toimeksiannosta tehnyt tutkimuksen ”Matkailun ja loma-asutuksen taloudelliset vaikutukset Mikkelin seudulla 1995”. Tutkimuksen ensimmäisessä osassa on selvitetty matkailun taloudellisia vaikutuksia yleisesti Mikkelin seudulla sekä erikseen jokaisessa seutukunnassa. Toisessa osassa on seurattu matkailun tilaa ja kehitystä Mikkelin seudulla ja Etelä-Savossa vuosien 1991–1995 aikana. (Suomen Matkailun Kehitys oy, 1995)

Tutkimuksen mukaan vuonna 1995 Mäntyharjulla oli eniten kesäasukkaita koko Suomessa ja Etelä-Savossa oli Uudenmaan kanssa eniten vapaa-ajan asuinrakennuksia. Koska loma-asutuksen osuus Mikkelin seudulla on niin suuri, laskelmissa otettiin huomioon sekä loma-asutuksen että matkailun vaikutus. Tutkimuksessa laskettiin muun muassa kuntien saama välitön matkailutulo ja sen jakautuminen sekä työllisyysvaikutus eri toimialoittain. Mikkeliä lukuun ottamatta Mäntyharjulla loma-asutuksen vaikutus oli suurin, sillä sen osuus välittömästä matkailutulosta oli noin 40 %. Muuhun Suomeen verrattuna Mikkelin seudun matkailutulot ovat hyvin pienet, vain noin 1,3 % koko maan matkailutulosta. (Suomen Matkailun Kehitys oy, 1995)

Kokonaismatkailutulot Mäntyharjussa vuonna 1995 oli 88,5 Mmk eli noin 14,8 miljoonaa euroa. Tästä summasta 86 % oli välitöntä matkailutuloa ja loput 14 % välillistä matkailutuloa. Odotetusti suurin osa 47 % oli vähittäiskaupan tuloa. Majoitus- ja ravitsemispalvelut veivät 28 % tuloista ja huoltamot 22 %.

Ohjelmopalvelut ja muut palvelut veivät 3 %. Näin ollen matkailuun liittyvistä palveluista tuloa kertyi vain noin kolmasosa. Mäntyharjussa matkailu ylläpiti 164 työpaikkaa, joista noin puolet oli kokoaikaisia ja puolet osa-aikaisia. Majoitus- ja ravitsemispalvelut työllistivät eniten toimialana, 64 työntekijää, joista 49 kokoaikaisia ja 25 osa-aikaisia työntekijöitä. Vähittäiskauppa työllisti osa-aikaisia työntekijöitä eniten; yli kaksinkertainen määrä kokoaikaisiin verrattuna. (Suomen Matkailun Kehitys oy, 1995)

## 5 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tutkimusongelman ratkaisun lähtökohtana on tutkimusstrategian laatiminen. Strategia koostuu tutkimusmenetelmien kokonaisuudesta, joita aiotaan käyttää. Perinteisimpiä tutkimusstrategioita ovat kokeellinen, survey- ja tapaustutkimus. Kokeellisessa tutkimuksessa selvitetään jonkin muuttujan vaikutusta toiseen. Survey-tutkimus on kvantitatiivinen ja siihen yleensä liittyy tiedonkeruu kyselylomakkeen avulla. Tapaustutkimuksessa päämäärä on ilmiön kuvaaminen, johon tietoa kerätään yksittäisestä tapauksesta tai pienestä joukosta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 123–125)

### 5.1 Kvalitatiivinen menetelmä

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus on mahdollisimman kokonaisvaltainen ja selventävä tutkimus kohteesta. Kvalitatiivinen tutkimus alkaa tutkimusongelman määrittämisestä, mutta tutkimussuunnitelma voi usein muuttua tutkimuksen edetessä. Laadullisen tutkimuksen tulokset eivät ole tilastoja, vaan niiden avulla pyritään hahmottamaan ja ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä. Kvalitatiivista ja kvantitatiivista tutkimusmenetelmää voidaan pitää toisiaan täydentävinä ja niitä voidaan käyttää myös rinnakkain. Esimerkiksi ennen kvantitatiivista tutkimusta voidaan tehdä kvalitatiivinen ”esikoe”, jolla selvitetään ongelman kannalta olennaisia mitattavia asioita. (Hirsjärvi et al. 2010, 127–130; Kananen 2008, 10–11)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineisto on ei-numeriaalista eli erilaisia tekstejä sekä puheita. Aineiston kerääminen tapahtuu todellisissa tilanteissa ja keruumenetelmiä aineistolle ovat muun muassa erilaiset teema-, yksilö- ja ryhmähaastattelut, havainnointi sekä tekstien ja dokumenttien analysointi. Laadullisessa tutkimuksessa kohdejoukko valitaan tarkoituksen mukaisesti ja vastaajia kvantitatiiviseen menetelmään verrattuna vähemmän. Aineistolle ei voida kuitenkaan määritellä tarkkaa rajaa, vaan sen tarve määräytyy tutkimuksen edetessä. Käytännössä tämä on mahdollista, koska aineiston kerääminen, käsittely sekä analysointi tapahtuvat kvalitatiivisessa tutkimuksessa lomittain. Analysointi tapahtuu siitä, minkä tyyppistä aineisto on. Laadullisella tutkimuksella ei haeta

objektiivisiä tuloksia vaan sillä pyritään selittämään ilmiötä, jota tutkitaan. Myös tutkijan omat kokemukset ja kiinnostuneisuus aiheesta vaikuttavat tutkimuksen tuloksiin. (Hirsjärvi et al. 2010, 152–155; Kananen 2008, 10–11; Uusitalo 2001, 81)

## **5.2 Kvantitatiivinen menetelmä**

Kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusta on vaikea selkeästi erottaa toisistaan. Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus voi olla laadullista tutkimusta edeltävä vaihe, jonka pohjalta valitaan kvalitatiivisen vaiheen tutkimuskohteet. Kvantitatiivisen tutkimuksen aineisto on numeraalista ja sitä kerätään erilaisilla kokeilla, tilastoilla, sisältöanalyysillä sekä kysely- ja haastattelututkimuksilla. Tutkimuksen eri vaiheet voidaan selkeästi jaotella osiin, kuten aineiston kerääminen, käsittely ja analysointi. Myös aineiston laajuus on täsmällisesti määritetty jo ennen sen keräämistä. Tutkimuksen tuloksia analysoidaan havaintomatriisin avulla ja tulosten luotettavuutta arvioidaan reliabiliteetin ja validiteetin avulla. (Hirsjärvi et al. 2010, 127–128; Uusitalo 2001, 81)

Tutkimusongelman määrittämisen jälkeen selvitetään, minkälaista tietoa ratkaisuun tarvitaan. Seuraavaksi pohditaan oikeanlaista tiedonkeruumenetelmää, joka sopii kyseiseen tapaukseen ja minkälaisilla kysymyksillä tietoa lähdetään hakemaan. Kvantitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on yleistää saatua tietoa. Ensin valitaan perusjoukko, josta voidaan valita erilaisilla otantamenetelmillä joukkoa edustava otos. Kyselyissä ja haastatteluissa käytetään tarkkoja ja strukturoituja kysymyksiä oikeanlaisen aineiston saamiseksi. Lopuksi aineisto analysoidaan ja tavoitteena on saada perusteltua, luotettavaa ja yleistettävää tietoa. (Hirsjärvi et al. 2010, 131; Kananen 2008, 10–15)

Omaan opinnäytetyöhöni valitsin kvantitatiivisen tutkimuksen, koska tavoitteena oli saada erilaisia tilastoja Mäntyharjulla vierailevista matkailijoista. Päätökseen vaikutti myös se, että edellisen kerran Mäntyharjulla oli tehty matkailuun liittyvä tutkimus 90-luvulla. Koska tutkimus on kertaluontoinen ja käsittelee juuri sen hetken tilannetta, voidaan sitä pitää poikkileikkaustutkimuksena. Kenttätutkimuksen määritelmä täyttyy, koska tarkoituksena oli kerätä vastaajilta

uutta tietoa. Tarkemmin tutkimuksen voisi määritellä kartoittavaksi erillistutkimukseksi, sillä aineiston avulla pyritään kartoittamaan yksittäistä ongelmaa eli minkälaisia matkailijoita Mäntyharjulla vierailee. Tietojenkeräysmenetelmä sekä otos määritetään jokaiseen erillistutkimukseen erikseen ja sen haasteena on kartoitettavan alueen laajuus ja monimutkaisuus.

### **5.3 Kyselylomakkeen muotoilu**

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tietoja kerätään kysymysten avulla. Tähän tarkoitukseen sopii hyvin kyselylomake, jossa voi olla strukturoituja kysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. Kyselylomakkeen tekemisessä pitää ottaa muutama asia huomioon. Kysymysten tulee olla selkeitä ja helposti ymmärrettävissä, ja vastaajalta pitää löytyä tietoa sekä halua vastata kyselylomakkeen kysymyksiin. Strukturoiduissa kysymyksissä vastaukset on annettu vastaajalle valmiiksi. Tällaisia kysymyksiä ovat muun muassa vaihtoehto- sekä asteikkokysymykset. Avoimet kysymykset voivat olla joko osittain rajattuja tai täysin avoimia kysymyksiä. Avoimia kysymyksiä on vaikeampi analysoida, mutta niistä voidaan saada enemmän tietoa kuin strukturoiduista kysymyksistä. (Kananen 2008, 25–26)

Kun lähdetään suunnittelemaan kyselylomaketta, pitää lomakkeesta tehdä siistin ja selkeän näköinen, jotta vastaaja on helpompi saada osallistumaan tutkimukseen. Kysymysten laatimisessa on hyvä huomioida vastausten tuleva taulukointi ja tilastointi, jotta se olisi mahdollisimman sujuvaa. Lomakkeen alkuun on hyvä sijoittaa helppoja kysymyksiä ja kysymysten järjestyksen lomakkeella on oltava looginen, jotta vastaajan mielenkiinto pysyy yllä. Kysymykset eivät saa olla liian johdatteluvia eikä niissä ole hyvä käyttää ammattisanastoa tai muuta vaikeaselkoista sanastoa. Kyselylomake on hyvä testauttaa koevastaajilla ennen varsinaista tutkimusta, jotta mahdolliset virheet tai sekavat ilmaisut saadaan karsittua pois. Henkilötiedot ja muut sosioekonomiset muuttujat on hyvä laittaa lomakkeen loppuun. Taulukossa 3 on listattu eri sosioekonomisia muuttujia ja matkailuun liittyviä muuttujia, joista osaa olen käyttänyt omassa tutkimuksessani. (Kananen 2008, 30–36)

**Taulukko 3.** Matkailijoiden jaotteluun käytettäviä muuttujia. (Cooper et. al, 1998)

Sosio-ekonomiset muuttujat	Matkaa koskevat muuttujat
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ikä</li> <li>- Sukupuoli</li> <li>- Koulutus</li> <li>- Ammatillinen asema</li> <li>- Ammatti</li> <li>- Vuositulot</li> <li>- Perherakenne</li> <li>- Osallistujien kokoonpano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sesonki tai matka aika</li> <li>- Matkan kesto</li> <li>- Matkan etäisyys</li> <li>- Matkan syy</li> <li>- Kulkuväline</li> <li>- Menot</li> <li>- Majoitus</li> </ul>

Lähde: Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd, Wanhill 1998

Lomakkeen kysymyksiä aloin koota miettimällä, mitä asioita haluaisin selvittää. Kyselin mielipiteitä asioista, joita haluttiin selvittää, muutamalta Mäntyharjun kunnan edustajalta. Tutkin myös erilaisia kyselylomakkeita, joita oli käytetty matkailualan opinnäytetöissä. Pian oikeat kysymykset alkoivat hahmottua ja sen jälkeen tein ne lomakkeen muotoon. Kyselyn tiivistäminen yhdelle paperille ja lomakkeen esteettisyyden huomioon ottaminen oli haastavaa. Kun lomake oli valmis, testautin sen muutamalla tuttavallani, ennen kuin aloitin vastausten keräämisen.

Lomakkeen alkuun laitoin helppoja peruskysymyksiä matkailijan matkan tarkoituksesta, matkaseurasta, matkustustavasta, matkan pituudesta ja mahdollisesta yöpymispaikasta. Kartoitin myös matkan pääsyytä ja tietolähdettä, jota matkailijat ovat käyttäneet ennen Mäntyharjulle saapumista. Vastajat saivat arvioida Mäntyharjun palveluiden tasoa asteikolla 1–4 (1=välttävä, 4=erinomainen) ja rahankäytön suuruutta eri palveluihin. Lomakkeen toiselle puolelle laitoin kolme avointa kysymystä, joilla keräsin muun muassa positiivista palautetta ja kehittämisehdotuksia Mäntyharjulle. Viimeisenä lomakkeella kysyttiin vastaajan taustatietoja, jotka koostuivat asuinmaakunnasta, sukupuolesta, iästä ja elämänvaiheesta.

#### 5.4 Tutkimuksen toteutus ja kohderyhmä

Tutkimuksen perusjoukoksi määrittelin yli 15-vuotiaat, suomea puhuvat, Mäntyharjulla kesäaikana vierailevat matkailijat, joiden vierailun pääsyy ei ollut

loma-asuntomessut. Otantamenetelmää voitaisiin sanoa mukavuusotannaksi, koska se oli ajan puutteen ja käytännön syiden takia paras ratkaisu. Otanta oli myös omavalintainen, koska jokainen vastaaja sai itse päättää, haluaako osallistua tutkimukseen vai ei. Otoksen kooksi oli sovittu yli sata henkilöä.

Vastausten kerääminen tapahtui Mäntyharjulla Iso-Pappilan museoalueella, jossa sijaitsi kesämatkailuneuvonta. Vastausten kerääminen oli siis paikkasidonnaista. Vastaajiksi pyysin järjestelmällisesti kaikkia kesämatkailuneuvonnassa vierailleita matkailijoita. Muutamia lomakkeita täytettiin myös Mäntyharjun keskustan alueella. Lomakkeita vietiin myös loma-asuntomessuille Mäntyharjun kunnan pisteeseen, mutta sieltä vastauksia ei tullut riittävästi, jotta niitä olisi voitu käyttää tutkimuksessa.

Kyselylomakkeita kerättiin noin 130 kappaletta. Tämän jälkeen tiedot on syötetty ensin lomake kerrallaan SPSS-ohjelmaan. Myös avointen kysymysten vastaukset on kirjattu yhteen kokonaistarkastelua varten. Analysoinnissa on käytetty muun muassa perusjakaumia sekä ristiintaulukointia.

## **5.5 Reliabiliteetti ja validiteetti**

Tutkimuksen tulosten luotettavuutta arvioidaan reliabiliteetin ja validiteetin avulla. Reliabiliteetti mittaa tutkimuksen tulosten pysyvyyttä. Kun halutaan selvittää tutkimuksen reliabiliteettia, helpoin tapa on tehdä sama tutkimus uudestaan. Jos saadut tulokset ovat samoja ilman sattumaa, tuloksia voidaan pitää luotettavina. Kovin monissa tapauksissa tutkimuksen uusiminen ei kuitenkaan ole järkevää. Reliabiliteetti voidaan jakaa kahteen osatekijään. Stabiliateetti mittaa tulosten pysyvyyttä suhteessa aikaan. Konsistenssi kertoo mittaavatko tutkimuksen osatekijät samoja asioita. Mitä korkeampi tutkimuksen reliabiliteetti on, sitä parempi. Mitattavan asian tulee kuitenkin olla validi tai korkea reliabiliteetti on hyödytön.

Validiteetti mittaa tulosten pätevyyttä eli sitä, onko tutkimuksessa selvitetty niitä asioita mitä piti. Myös validiteetti voidaan jakaa erilaisiin alalajeihin. Näitä ovat muun muassa sisäinen ja ulkoinen validiteetti. Sisäinen validiteetti arvioi tulosten



syy-seuraussuhdetta ja ulkoinen validiteetti tietojen yleistettävyyttä. Validiteetin mittaaminen teoriassa on helppoa, tutkimuksen tuloksia verrataan todelliseen tietoon. Käytännössä todellista vertailukelpoista tietoa on harvoin saatavilla. Validiteettia voidaan pitää hyvänä, kun teoreettinen ja operationaalinen määritelmä ovat yhtäpitävät. (Kananen 2008, 79–81; Uusitalo 2001, 84–85)

Kyselylomaketta laatiessani pyrin muokkaamaan kysymyksistä helposti ymmärrettäviä, ettei vastaaja voi ymmärtää niitä väärin. Validiteettiin saattaa kuitenkin vaikuttaa kysymys palveluiden arvioinnista, koska jotkut vastaajat eivät välttämättä ole huomanneet kysymyksessä fraasia ”käyttämienne palveluiden”. He saattoivat arvioida joitain palveluita pelkän mielikuvan perusteella eivätkä oman kokemuksen. Otoksen määrä on reilu 130 kappaletta, jotta vastauksia saataisiin mahdollisimman paljon ja kattavasti. Vastausten laatuun saattaa vaikuttaa se, että lähes kaikki vastaukset on kerätty kesämatkailuneuvonnassa, eikä muissa kohteissa, joissa matkailijat ovat kesän aikana vierailleet.

Rahan käyttöön liittyvän kysymyksen reliabiliteetti ja validiteetti eivät ole onnistuneet toivotulla tavalla. Vastausten pysyvyys vaihtelee riippuen matkan pituudesta ja vuorokauden ajasta, jolloin matkailijat vierailevat paikkakunnalla, he käyttävät eri summan rahaa eri palveluihin. Jos matkailija vierailee päivällä, hän saattaa nauttia lounaan, johon kuluu enemmän rahaa. Saapuessaan iltapäivällä matkailija saattaa käyttää rahaa vain kupilliseen kahvia. Rahan käyttö huoltoasemapalveluihin riippuu taas siitä, tarvitseeko autoa juuri sillä hetkellä tankata. Rahan käyttö kysymyksessä vastaajan piti myös määrittää, monenko hengen rahan käytöstä hän lomakkeella kertoo. Lähes kolmasosa vastaajista oli jättänyt henkilömäärän merkitsemättä, vaikka kertoivat rahamääriä, jolloin vastausta ei voida hyödyntää tutkimuksessa. Rahan kulutuksen analysoinnissa olisi pitänyt ottaa myös huomioon matkojen pituudet, jotka vaihtelivat vastaajien kesken sekä ihmisten erilainen arviointitapa omasta rahan käytöstä.

## 6 TUTKIMUKSEN TULOKSET JA ANALYSOINTI

### 6.1 Vastaajien sosioekonomiset tiedot

#### 6.1.1 Asuinmaakunta

Selvittämällä vastaajien asuinpaikka, haluttiin tietää mistä päin ja miten kaukaa matkailijat pääosin Mäntyharjulle tulevat. Vastausvaihtoehdot haluttiin rajata maakuntien tarkkuudella. Tähän päädyttiin, koska kuntien perusteella vastausten eroavaisuudet olisivat olleet liian laajat ja läänien perusteella vastaukset olisivat olleet liian suurpiirteisiä.

Kyselyyn vastanneista selkeästi suurin osa, yli 40 prosenttia, asuu Uudellamaalla. Toiseksi eniten vastanneita on Kymenlaakson maakunnasta, 16 prosenttia, ja kolmanneksi eniten Etelä-Savosta, 11 prosenttia.

**Taulukko 4.** Matkailijan asuinmaakunta.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Etelä-Karjala	3	2,5	2,5	2,5
Etelä-Savo	14	11,5	11,6	14,0
Kanta-Häme	1	,8	,8	14,9
Keski-Suomi	5	4,1	4,1	19,0
Kymenlaakso	20	16,4	16,5	35,5
Lappi	2	1,6	1,7	37,2
Päijät-Häme	9	7,4	7,4	44,6
Pirkanmaa	4	3,3	3,3	47,9
Pohjanmaa	1	,8	,8	48,8
Pohjois-Karjala	1	,8	,8	49,6
Pohjois-Pohjanmaa	2	1,6	1,7	51,2
Pohjois-Savo	3	2,5	2,5	53,7
Uusimaa	52	42,6	43,0	96,7
Varsinais-Suomi	4	3,3	3,3	100,0
Total	121	99,2	100,0	
Missing				
System	1	,8		
Total	122	100,0		

### 6.1.2 Sukupuoli

Suurin osa vastaajista, noin neljä viidestä, on naisia. Kulttuurikohteissa vierailu kiinnostaa siis enemmän naispuolisia matkailijoita. Monissa vastaustapauksissa pariskunta otti vain yhden kyselylomakkeen, koska kyselyn yleisten kysymysten vastaukset olisivat heillä samat. Kyselylomakkeen täytti yleensä vaimo tai joku muu perheen naispuolinen jäsen, jolloin vastaajan tiedot ovat sen mukaiset.

**Taulukko 5.** Matkailijan sukupuoli.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nainen	88	72,1	78,6
	mies	24	19,7	100,0
	Total	112	91,8	100,0
Missing	System	10	8,2	
Total		122	100,0	

### 6.1.3 Ikä

Vastaajista yli puolet kuului ikäluokkaan 45–64. Sekä yli 65-vuotiaita sekä ikäluokan 30–44 vastaajia oli molempia vajaa 20 prosenttia. Alle kolmekymmenvuotiaita vastaajia oli vain viisi prosenttia. Vastaajien ikäjakaumasta voidaan päätellä, että kulttuurikohteissa vierailu ei kiinnosta yhtä paljon alle 30-vuotiaita kuin keski-ikäisiä matkailijoita.

**Taulukko 6.** Matkailijan ikä.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-29	6	4,9	5,0
	30-44	22	18,0	23,5
	45-64	70	57,4	82,4
	65 +	21	17,2	100,0
	Total	119	97,5	100,0
Missing	System	3	2,5	
Total		122	100,0	

### 6.1.4 Elämänvaihe

Lähes kaksi kolmasosaa vastaajista on pariskuntia, joilla on lapsia tai lapset ovat jo muuttaneet pois kotoa. Kolmanneksi suurin vastaajaryhmä ovat naimattomat vastaajat, 16 prosenttia. Lapsettomia pariskuntia oli vastaajista 10 prosenttia. Vähiten vastaajissa oli vanhempien kanssa asuvia sekä yksinhuoltajia.

**Taulukko 7.** Matkailijan elämänvaihe.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid asuu vanhempien luona	3	2,5	2,5	2,5
naimaton, asuu yksin	20	16,4	16,8	19,3
naimisissa/avoliitossa, ei lapsia	12	9,8	10,1	29,4
naimisissa/avoliitossa, on lapsia	37	30,3	31,1	60,5
yksinhuoltaja	1	,8	,8	61,3
pariskunta, lapset eivät asu kotona	35	28,7	29,4	90,8
muu	11	9,0	9,2	100,0
Total	119	97,5	100,0	
Missing System	3	2,5		
Total	122	100,0		

## 6.2 Matkaa koskevat kysymykset

### 6.2.1 Matkan tarkoitus

Vain neljä prosenttia vastaajista oli Mäntyharjulla muusta syystä kuin pelkästään vapaa-ajan matkalla. Koska Mäntyharju on suosittu mökkeilykunta ja matkailijoiden kohde kesäisin, oletuksena olikin, että pääasiallisesti vastaajat ovat vapaa-ajan matkalla. Toisaalta vastaukset kerättiin pääasiallisesti matkailukohteessa, joten mahdollisia liikematkailijoita ei kohteessa käynyt varmasti montaakaan.

**Taulukko 8.** Matkan tarkoitus.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid loma/vapaa-ajanmatka	117	95,9	95,9	95,9
työmatka	1	,8	,8	96,7
yhdistetty työ- ja vapaa-ajanmatka	3	2,5	2,5	99,2
muu tarkoitus	1	,8	,8	100,0
Total	122	100,0	100,0	

### 6.2.2 Matkaseura

Eniten Mäntyharjulla vierailtiin perheen ja sukulaisten kanssa. Heitä vastaajista oli 60 prosenttia. Jossain muussa seurueessa Mäntyharjulla vieraili 31 prosenttia matkailijoista. Yksin tai järjestetyllä ryhmämatkalla Mäntyharjulla vieraili alle 10 prosenttia matkailijoista.

**Taulukko 9.** Matkaseura.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid yksin	9	7,4	7,4	7,4
perheen/sukulaisten kanssa	73	59,8	60,3	67,8
muussa seurueessa	38	31,1	31,4	99,2
järjestetyllä ryhmämatkalla	1	,8	,8	100,0
Total	121	99,2	100,0	
Missing System	1	,8		
Total	122	100,0		

Kahdestaan vieraileminen Mäntyharjulla oli suosituinta. Perheen kanssa matkustettaessa yli puolet vastaajista matkasi kahdestaan. Useimmat vastaajista olivat luultavimmin pariskuntia. Seuraavaksi eniten perheen ja sukulaisten kanssa matkattiin neljän hengen seurueessa. Heitä oli 21 prosenttia vastaajista. Kolmen hengen seurueessa matkusti enää 10 prosenttia vastaajista. Viiden tai useamman hengen seurueessa matkusti enää muutamia vastaajia.

**Taulukko 10.** Perhe-/sukulaisseurueen henkilömäärä.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	30	24,6	52,6	52,6
3,00	6	4,9	10,5	63,2
4,00	12	9,8	21,1	84,2
Valid 5,00	3	2,5	5,3	89,5
6,00	1	,8	1,8	91,2
8,00	5	4,1	8,8	100,0
Total	57	46,7	100,0	
Missing System	65	53,3		
Total	122	100,0		

Muun seurueen kanssa vierailleista matkailijoista lähes 40 prosenttia oli kahdestaan. Neljän ja kolmen hengen seurueiden määrässä oli huomattavasti pienempi ero, kuin perheen ja sukulaisten kanssa matkaavilla. Verrattuna perheen ja sukulaisten kanssa matkustaviin, erot ryhmän kokojen välillä on huomattavasti tasaisemmat.

**Taulukko 11.** Muun seurueen henkilömäärä.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	15	12,3	39,5	39,5
3,00	8	6,6	21,1	60,5
Valid 4,00	11	9,0	28,9	89,5
5,00	4	3,3	10,5	100,0
Total	38	31,1	100,0	
Missing System	84	68,9		
Total	122	100,0		

### 6.2.3 Matkustustapa

Vastaajista 90 prosenttia matkusti Mäntyharjuun autolla, joka oli myös odotettavissa oleva tulos. Mäntyharjuun pääsee toistaiseksi melko kätevästi

junalla, jota oli hyödyntänyt 7 prosenttia vastaajista. Välimatkat ovat kuitenkin pitkiä Mäntyharjulla ja ympäryskuntiin, kaupunkeja lukuun ottamatta, pääsee kesäisin vain autolla. Julkisilla liikennevälineillä liikkuminen sitoo myös ajallisesti ja kesämatkoilla usein pyritään välttämään aikataulutusta.

**Taulukko 12.** Matkailijan matkustustapa.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
henkilöauto	109	89,3	90,1	90,1
linja-auto	2	1,6	1,7	91,7
Valid juna	9	7,4	7,4	99,2
muu	1	,8	,8	100,0
Total	121	99,2	100,0	
Missing System	1	,8		
Total	122	100,0		

#### 6.2.4 Matkan pituus

Mäntyharjulla kesäisin käyvistä matkailijoista puolet kuuluu päiväkävijöihin. Tämä selittyy majoituskapasiteetin vähäisyydellä Mäntyharjulla. Lyhytaikaisen majoituksen käyttäjiä vierailee Mäntyharjulla niin vähän, ettei sitä taloudellisista syistä pystytä tarjoamaan. Yöpyjien suosituin viipymä on viikon verran tai sitä vähemmän. Mökkien vuokraajat ja sukulaisilla vierailut sopivat tähän viipymään. Yli viikon viipymiä oli melko vähäinen määrä. Viikkoa pitemmistä viipymistä suosituin aika oli kolme viikkoa. Nämä vierailijat ovat yleensä omilla kesämökeillään käyviä loma-asukkaita, jotka viettävät lähes koko kesälomansa mökkeillen.

**Taulukko 13.** Matkailijan matkan pituus vuorokausissa.

Matkan pituus, vrk				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	,00	56	45,9	50,5
	1,00	6	4,9	55,9
	2,00	7	5,7	62,2
	3,00	2	1,6	64,0
	4,00	4	3,3	67,6
	5,00	3	2,5	70,3
	7,00	12	9,8	81,1
	10,00	2	1,6	82,9
	14,00	3	2,5	85,6
	16,00	1	,8	86,5
Valid	18,00	1	,8	87,4
	21,00	5	4,1	91,9
	27,00	1	,8	92,8
	28,00	2	1,6	94,6
	30,00	1	,8	95,5
	35,00	1	,8	96,4
	50,00	1	,8	97,3
	56,00	1	,8	98,2
	63,00	1	,8	99,1
	175,00	1	,8	100,0
	Total	111	91,0	100,0
Missing	System	11	9,0	
	Total	122	100,0	

Noin puolet Mäntyharjulla käyvistä matkailijoista kuitenkin yöpyy paikkakunnalla. Ehdottomasti suosituin yöpymispaikka Mäntyharjulla on oma kesämökki. Yli 50 prosenttia vastaajista omistaa oman kesämökin Mäntyharjulla, jossa he yöpyvät. Seuraavaksi isoin yöpyjien ryhmä, reilu 20 prosenttia, majoittuu sukulaisten tai tuttavien luona. Myös vuokramökit ovat hyvin suosittuja paikkakunnalla ja yli 10 prosenttia matkailijoista yöpyy niissä. Mökkitarjonta on Mäntyharjulla hyvin monipuolista ja niitä löytyykin kaiken tasoisia.



Paikkakunnalta löytyy yksi Bed & Breakfast kohde keskustasta, jossa on kaksi huonetta ympärivuotisessa myynnissä sekä valtatie varrelta motellimajoitusta. Kesäkauden majoitustarjonta täydentyy vuokramökeillä, joita löytyy ympäri paikkakuntaa sekä parilla leirintäalueella, joita karavaanarit voivat hyödyntää.

**Taulukko 14.** Matkailijan yöpymispaikka.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Mäntymotelli	1	,8	1,6	1,6
bed & breakfast kohde	1	,8	1,6	3,3
asuntovaunu/-auto	1	,8	1,6	4,9
leirintäalue	3	2,5	4,9	9,8
Valid sukulaisten/tuttavien luona	14	11,5	23,0	32,8
vuokramökissä	8	6,6	13,1	45,9
omassa kesämökissä	32	26,2	52,5	98,4
muualla	1	,8	1,6	100,0
Total	61	50,0	100,0	
Missing System	61	50,0		
Total	122	100,0		

### 6.2.5 Matkan pääsyy

Kartoittamalla matkailijoiden pääsyy vierailta Mäntyharjulla, saatiin rajattua pois pelkästään Loma-asuatomessujen takia paikkakunnalla vierailleet. Heidän vastauksiaan ei sisällytetty tilastojen analyysiin ollenkaan.

Kuten voitiin olettaa jo ennen tulosten analysointia, yleisin matkailijoiden pääsyy oli oma kesämökki, lähes kolmas osalla vastaajista. Kulttuurimatkailun osuus kuitenkin yllätti suuresti, sillä vastaajista 27 prosentilla tärkein syy oli Taidekeskus Salmela. Salmela onkin lisännyt kävijämääriään joka kesä viime vuosien aikana. Sukulaisia ja ystäviä Mäntyharjulla kävi tapaamassa 13 prosenttia vastaajista ja 6 prosenttia vieraili paikkakunnalla, koska se oli matkan varrella.

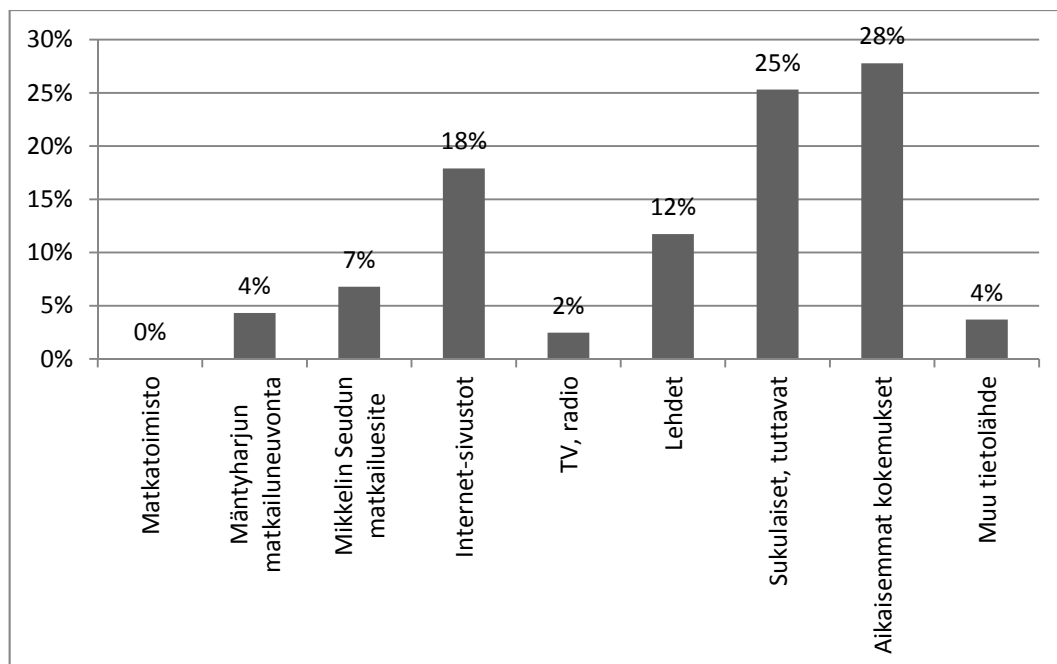
Muusta syystä Mäntyharjulla vieraili 21 prosenttia vastaajista. Muita syitä voivat olla esimerkiksi lomailu tai luontomatkailu.

**Taulukko 15.** Matkan pääsyy.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid oma kesämökki	35	28,7	30,4	30,4
Taidekeskus Salmela	32	26,2	27,8	58,3
sukulaisten ja ystävien tapaaminen	16	13,1	13,9	72,2
Mäntyharju on matkan varrella	7	5,7	6,1	78,3
muu syy tai kohde	25	20,5	21,7	100,0
Total	115	94,3	100,0	
Missing System	7	5,7		
Total	122	100,0		

### 6.3 Matkan tietolähteet

Vastaajista 28 prosenttia pohjasi Mäntyharjuun saapumisensa aikaisempiin kokemuksiin. Suuri osa Mäntyharjun matkailijoista on siis käynyt jo aikaisemmin paikkakunnalla. Neljännes vastaajista oli saanut tietoa Mäntyharjusta sukulaisilta tai tuttavilta. Kolmanneksi suosituin tietolähde matkailijoille oli eri Internet-sivustot 18 prosentilla. Suosituimpia nettisivustoja olivat Mäntyharjun kunnan sivusto sekä Taidekeskus Salmelan sivustot. Lehdistä tietonsa oli saanut 12 prosenttia vastaajista. Suosituimmat lehdet olivat Helsingin Sanomat, sekä Mäntyharjun ja lähialueiden paikallislehdet, kuten Pitäjän Uutiset, Länsi-Savo sekä Kouvolan Sanomat.

**Taulukko 16.** Matkailijan tietolähteet matkaa varten.

#### 6.4 Palveluiden arviointi

Kyselyssä matkailijoita pyydettiin arvioimaan käyttämiensä palveluiden tasoa Mäntyharjulla. Palveluita arvioitiin arvosanoin välttävä, tyydyttävä, hyvä ja erinomainen, jossa välttävää merkittiin numerolla 1 ja erinomaista numerolla 4. Halusin asteikkoon parillisen määrän vaihtoehtoja, koska mielestäni parittoman määrän asteikossa vastataan helposti aina keskimäinen vaihtoehto.

Keskimäärin matkailijat arvioivat Mäntyharjun palveluiden tason hyväksi. Tämä oli erittäin positiivinen asia. Pääasiallisesti palveluihin ollaan siis tyytyväisiä, mutta kehitettävääkin vielä on, jotta päästäisiin erinomaisiin tuloksiin. Toisaalta kaikkia matkailijoita on vaikea ja turhakin yrittää miellyttää yhtä aikaa.

### 6.4.1 Majoituspalvelut

Majoituspalveluita arvioi kolmannes kyselyyn vastanneista matkailijoista. Keskiarvoksi matkailupalvelut saivat 2,6. Puolet vastaajista oli arvioinut majoituspalvelut hyviksi. Lähes kolmannes vastaajista oli kuitenkin antanut majoituspalveluilla arvosanan tyydyttävä tai välttävä. Uskon huonojen arvosanojen tulevan muun muassa sen takia, että Mäntyharjun keskustassa on tarjolla hyvin rajallinen määrä majoitusta ja etenkin aamiaista tarjoavaa majoitusta on vähän. Useimmat majoituspalveluita käyttäneistä matkailijoista olivat kuitenkin tyytyväisiä majoitukseen.

**Taulukko 17.** Majoituspalveluiden arviointi ja keskiarvo.

N	Valid	41
	Missing	81
Mean		2,6341

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	välttävä	7	5,7	17,1
	tyydyttävä	7	5,7	34,1
	hyvä	21	17,2	85,4
	erinomainen	6	4,9	100,0
	Total	41	33,6	100,0
Missing	System	81	66,4	
Total		122	100,0	

Majoituspalveluiden arviointi sukupuolen suhteen näyttää, että naisvastaajat ovat olleet tyytyväisempiä Mäntyharjun majoituspalveluihin kuin miesvastaajat. Naisista yli puolet on pitänyt palveluita hyvänä, kun taas miehillä oli yhtä paljon sekä hyviä että välttäviä ääniä, molempia reilu kolmannes.

**Taulukko 18.** Majoituspalveluiden arviointi sukupuolten kesken

		Majoituspalvelut				Total	
		välttävä	tydyttävä	hyvä	erinomainen		
Sukupuoli	nainen	Count	2	3	14	6	25
		% within Sukupuoli	8,0%	12,0%	56,0%	24,0%	100,0%
Sukupuoli	mies	Count	5	3	5	0	13
		% within Sukupuoli	38,5%	23,1%	38,5%	0,0%	100,0%
Total		Count	7	6	19	6	38
		% within Sukupuoli	18,4%	15,8%	50,0%	15,8%	100,0%

Taulukosta 19 nähdään Mäntyharjulla yöpyneiden arvio majoituspalveluiden tasosta. Yöpyneistä selkeä enemmistö pitää majoituspalveluita hyvänä tai erinomaisena. Päiväkävijöiden arvioita majoituspalveluista oli niin vähän, ettei niistä voida tehdä mitään laajempia päätelmiä.

**Taulukko 19.** Majoituspalveluiden arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.

		Majoituspalvelut				Total	
		välttävä	tydyttävä	hyvä	erinomainen		
Päiväkävijä vai yöpyjä	päiväkävijä	Count	1	0	2	1	4
		% within Päiväkävijä vai yöpyjä	25,0%	0,0%	50,0%	25,0%	100,0%
Päiväkävijä vai yöpyjä	yöpyjä	Count	3	4	17	5	29
		% within Päiväkävijä vai yöpyjä	10,3%	13,8%	58,6%	17,2%	100,0%
Total		Count	4	4	19	6	33
		% within Päiväkävijä vai yöpyjä	12,1%	12,1%	57,6%	18,2%	100,0%

### 6.4.2 Ravintola- ja kahvilapalvelut

Ravintola- ja kahvilapalveluita arvioivat lähes kaikki kyselyyn vastanneet. Keskiarvoksi nämä palvelut saivat tasan 3. Vastaajista 57 prosenttia antoi ravintola- ja kahvilapalveluille arvosanan hyvä. Arvosanat tyydyttävä ja erinomainen saivat molemmat noin 20 prosenttia vastauksista. Välttävää vastauksia oli vain yksi. Neljä viidesosaa vastaajista pitää ravintola- ja kahvilapalveluita siis hyvänä tai erinomaisena.

Ravintolapalvelut tarjoavat Mäntyharjussa jokaiselle jotakin. Keskustasta löytyy yksityisomistuksessa oleva ravintola, joka on etenkin lounasaikaan hyvin suosittu. Paikkakunnalta löytyy myös ABC-ketjun liikenneasema, josta tutut ketjun ruoat sekä pikaruokan ystäville löytyy kebab-pizzeria. Keskustasta löytyy muutama kahvila, jotka ovat kaikki omanlaisiaan ja tarjoilevat joka päivä tuoreita suolaisia ja makeita kahvileipiä. Kesäisin etenkin torikahvila on hyvin suosittu matkailijoiden keskuudessa.

**Taulukko 20.** Ravintola- ja kahvilapalveluiden arviointi ja keskiarvo.

N	Valid	100
	Missing	22
Mean		3,0000

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	välttävä	1	,8	1,0
	tyydyttävä	20	16,4	21,0
Valid	hyvä	57	46,7	78,0
	erinomainen	22	18,0	100,0
	Total	100	82,0	100,0
Missing	System	22	18,0	
Total		122	100,0	

Naisvastaajia oli huomattavasti enemmän arvioimassa ravintola- ja kahvilapalveluita, mutta selkeästi yli puolet antoi arvosanaksi hyvän. Välttävää

arvosanaa nämä palvelut eivät saaneet naisilta ollenkaan. Miehet antoivat melko tasaisesti tyydyttäviä ja hyviä arvioita.

**Taulukko 21.** Ravintola- ja kahvilapalveluiden arviointi sukupuolten kesken.

		Ravintola- ja kahvilapalvelut				Total	
		välttävä	tydyttävä	hyvä	erinomainen		
Sukupuoli	nainen	Count	0	11	46	14	71
	% within Sukupuoli	0,0%	15,5%	64,8%	19,7%	100,0%	
Sukupuoli	mies	Count	1	7	8	4	20
	% within Sukupuoli	5,0%	35,0%	40,0%	20,0%	100,0%	
Total		Count	1	18	54	18	91
	% within Sukupuoli	1,1%	19,8%	59,3%	19,8%	100,0%	

Päiväkävijöiden ja yöpyjien antamat arviot ovat lähes identtiset ravintola- ja kahvilapalveluiden kohdalla. Hyvän arvosanan oli antanut lähes 60 prosenttia molemmista vastaajaryhmistä. Erinomaisen arvosanan oli antanut muutama vastaaja enemmän kuin tyydyttävän arvosanan.

**Taulukko 22.** Ravintola- ja kahvilapalveluiden arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.

		Ravintola- ja kahvilapalvelut				Total	
		välttävä	tydyttävä	hyvä	erinomainen		
Päiväkävijä vai yöpyjä	päiväkävijä	Count	0	8	25	10	43
	% within Päiväkävijä vai yöpyjä	0,0%	18,6%	58,1%	23,3%	100,0%	
Päiväkävijä vai yöpyjä	yöpyjä	Count	1	8	28	10	47
	% within Päiväkävijä vai yöpyjä	2,1%	17,0%	59,6%	21,3%	100,0%	
Total		Count	1	16	53	20	90
	% within Päiväkävijä vai yöpyjä	1,1%	17,8%	58,9%	22,2%	100,0%	

### 6.4.3 Nähtävyydet ja kulttuuripalvelut

Mäntyharjun nähtävyydet saivat matkailijoilta keskiarvoksi 3,2. Kyselyssä ei ollut eritelty nähtävyyksiä, vaan matkailija sai itse päättää, mitä piti nähtävyytenä. Mäntyharjulta löytyy paljon sekä luontonähtävyyksiä, että kulttuurinähtävyyksiä. Toiset saattavat pitää nähtävyytenä Vihantasalmen siltaa tai Mäntyharjun kesäistä toria.

Arvosanaksi nähtävyydet saivat hyvän 56 prosentilta vastaajista. Erinomaiseksi nähtävyydet arvioivat vastaajista 31 prosenttia. Tyydyttävän arvion antoi 11 prosenttia ja välttäviä vastauksia oli vain yksi.

**Taulukko 23.** Nähtävyyksien arviointi ja keskiarvo.

N	Valid	87
	Missing	35
Mean		3,1724

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	välttävä	1	,8	1,1
	tydyttävä	10	8,2	12,6
Valid	hyvä	49	40,2	69,0
	erinomainen	27	22,1	100,0
	Total	87	71,3	100,0
Missing	System	35	28,7	
Total		122	100,0	

Kulttuuripalveluista museot ja näyttelyt saivat keskiarvoksi 3,4 ja teatterit ja konsertit saivat keskiarvoksi 3,3. Suurimmat museot ja näyttelyt Mäntyharjulla ovat Iso-Pappilan museoalue sekä Taidekeskus Salmela. Pienempiä näyttelyitä Mäntyharjulla löytyy muun muassa kirjastolta sekä Uittomuseo Miekankoskelta. Kesäisin Mäntyharjulla on kaksi kesäteatteria, joista toisen näyttämö sijaitsee myös Iso-Pappilan museoalueella. Vaikka paikkakunta on pieni, molemmille



kesäteattereille riittää katsojia ja heistä monet on kesämökkiläisiä ja ulkopaikkakuntalaisia.

**Taulukko 24.** Kulttuuripalveluiden arviointi ja keskiarvo.

	Museot/näyttely	Teatterit/konsertit	
N	Valid	101	48
	Missing	21	74
Mean		3,3762	3,2917

**Museot/näyttely**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	välttävä	1	,8	1,0
	tydyttävä	4	3,3	4,0
Valid	hyvä	52	42,6	51,5
	erinomainen	44	36,1	43,6
	Total	101	82,8	100,0
Missing	System	21	17,2	
Total		122	100,0	

**Teatterit/konsertit**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	tydyttävä	4	3,3	8,3
Valid	hyvä	26	21,3	62,5
	erinomainen	18	14,8	37,5
	Total	48	39,3	100,0
Missing	System	74	60,7	
Total		122	100,0	

Museot ja näyttelyt saivat melko tasaisesti arvosanaksi hyvä tai erinomainen. Taidekeskus Salmelan toiminta ja näyttelyt ovat hyvin ammattimaisia ja niissä vierailee kulttuuriväkeä ympäri Suomen. Myös Tasavallan presidentti vierailee joka kesä Taidekeskus Salmelassa. Iso-Pappilan museoalue ja sen näyttelyt ovat maanläheisempiä ja ovat yleensä sidoksissa paikkakuntaan ja sen historiaan ja tapahtumiin.

Teatterit ja konsertit arvioitiin hyväksi Mäntyharjulla. Välttävää arvosanaa nämä eivät saaneet ollenkaan. Hieman yli puolet vastaajista antoi arvosanan hyvä ja reilu kolmannes antoi arvosanaksi erinomainen. Kesäteatteritoimintaan Mäntyharjulla on panostettu paljon ja molemmissa teattereissa on isot katetut katsomot. Konsertteja kesäisin Mäntyharjulla järjestää sekä kunnan kulttuuritoimi että Taidekeskus Salmela. Salmelan järjestämän konsertit pidetään Mäntyharjun kirkossa ja niissä esitetään klassista musiikkia. Kunnan järjestämän konsertit painottuvat yleensä enemmän kansanmusiikkiin sekä kevyeen musiikkiin. Kunta järjestää myös lapsille kohdennettuja konsertteja.

Naisvastaajilta nähtävyydet saivat paljon sekä hyviä että erinomaisia arvioita. Hyviä arvioita 54 prosenttia ja erinomaisia 36 prosenttia. Tyydyttäviä arvioita tuli vain hieman alle 10 prosenttia. Miesvastaajat arvioivat nähtävyydet hyväksi. Tyydyttäviä ja erinomaisia arvioita tuli vain muutama. Kulttuuripalveluiden arvioinnissa ei ollut suuria eroja naisten ja miesten vastausten välillä.

**Taulukko 25.** Nähtävyyksien arviointi sukupuolten kesken.

		Nähtävyydet			Total	
		tyydyttävä	hyvä	erinomainen		
Sukupuoli	nainen	Count	6	33	22	61
		% within Sukupuoli	9,8%	54,1%	36,1%	100,0%
Sukupuoli	mies	Count	4	14	3	21
		% within Sukupuoli	19,0%	66,7%	14,3%	100,0%
Total		Count	10	47	25	82
		% within Sukupuoli	12,2%	57,3%	30,5%	100,0%

Nähtävyyksien arvioinnissa ei ollut suuria eroja päiväkävijöiden ja yöpyjien välillä. Päiväkävijöistä 57 prosenttia arvioivat nähtävyydet hyväksi ja 39 prosenttia erinomaisiksi. Tyydyttäviä vastauksia vain yksi ja välttäviä ei ollenkaan. Yöpyjiltäkin saatiin eniten hyviä arvioita nähtävyyksillä, 48 prosenttia. Erinomaisen arvion antoi 32 prosenttia yöpyjistä. Päiväkävijöihin verrattuna yöpyjät antoivat enemmän tyydyttäviä arvioita nähtävyyksille.

Kulttuuripalveluiden arvioinnissa ei ollut merkittäviä eroja päiväkävijöiden ja yöpyjien välillä.

**Taulukko 26.** Nähtävyyksien arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.

		Nähtävyydet				Total
		välttävä	tydyttävä	hyvä	erinomainen	
Päiväkävijä vai yöpyjä	Count	0	1	19	13	33
	% within Päiväkävijä vai yöpyjä	0,0%	3,0%	57,6%	39,4%	100,0%
	Count	1	7	21	14	43
	% within Päiväkävijä vai yöpyjä	2,3%	16,3%	48,8%	32,6%	100,0%
Total	Count	1	8	40	27	76
	% within Päiväkävijä vai yöpyjä	1,3%	10,5%	52,6%	35,5%	100,0%

#### 6.4.4 Huoltoasemapalvelut ja liikennepalvelut

Huoltoasemapalvelut saivat arvosanaksi matkailijoilta vain 2,8. Arvosanan hyvä oli antanut 61 prosenttia vastaajista. Tyydyttävän arvosanan antajia oli kuitenkin kaksinkertainen määrä, 21 prosenttia, verrattaessa erinomaisen arvosanan antajiin. Tämä laski keskiarvon alle kolmeen.

**Taulukko 27.** Huoltoasemapalveluiden arviointi ja keskiarvo.

N	Valid	57
	Missing	65
Mean		2,7544

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	välttävä	4	3,3	7,0
	tyydyttävä	12	9,8	28,1
Valid	hyvä	35	28,7	61,4
	erinomainen	6	4,9	100,0
	Total	57	46,7	100,0
Missing	System	65	53,3	
Total		122	100,0	

Kuten aiemmissakin arvioissa, naiset ovat antaneet selkeästi enemmän hyvän arvosanan suhteessa miehiin. Naisvastaajista hyvän arvosanan antoi 66 prosenttia, kun taas miehistä 53 prosenttia. Tyydyttävän arvosanan oli miehistä antanut 29 prosenttia ja naisista vain 19 prosenttia.

**Taulukko 28.** Huoltoasemapalveluiden arviointi sukupuolten kesken.

		Huoltoasemapalvelut				Total	
		välttävä	tydyttävä	hyvä	erinomainen		
Sukupuoli	nainen	Count	2	7	24	3	36
	% within Sukupuoli		5,6%	19,4%	66,7%	8,3%	100,0%
Sukupuoli	mies	Count	1	5	9	2	17
	% within Sukupuoli		5,9%	29,4%	52,9%	11,8%	100,0%
Total		Count	3	12	33	5	53
	% within Sukupuoli		5,7%	22,6%	62,3%	9,4%	100,0%

Päiväkävijöistä huoltoasemapalveluita arvioi huomattavasti pienempi osa, kuin yöpyjistä. Tämä selittyy sillä, että päiväkävijät ovat ehtineet käyttää huoltoasemapalveluita jossain muualla kuin Mäntyharjulla. Yöpyjien on yleensä liikuttava hieman pitempiä matkoja paikkakunnalla, kuin päiväkävijöiden, joten he myös käyttävät enemmän huoltoasemapalveluita. Yöpyjistä kuitenkin yli 60 prosenttia arvioi huoltoasemapalvelut hyväksi.

**Taulukko 29.** Huoltoasemapalveluiden arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.

		Huoltoasemapalvelut				Total	
		välttävä	tydyttävä	hyvä	erinomainen		
Päiväkävijä vai yöpyjä	päiväkävijä	Count	1	3	6	0	10
	% within Päiväkävijä vai yöpyjä		10,0%	30,0%	60,0%	0,0%	100,0%
Päiväkävijä vai yöpyjä	yöpyjä	Count	3	5	23	6	37
	% within Päiväkävijä vai yöpyjä		8,1%	13,5%	62,2%	16,2%	100,0%
Total		Count	4	8	29	6	47
	% within Päiväkävijä vai yöpyjä		8,5%	17,0%	61,7%	12,8%	100,0%

Julkinen liikenne Mäntyharjulla ei ole kovin yleistä, joten se oli saanut arvosanaksi 2,9. 51 prosenttia vastaajista antoi liikennepalveluille arvosanan hyvä, mutta tyydyttäviä arvosanoja on kuitenkin 30 prosenttia vastauksista. Positiivista on, että erinomaisen arvosanan antoi 18 prosenttia eikä välttäviä arvosanoja annettu yhtäkään. Pendolinoja lukuun ottamatta, kaikki muut junat pysähtyvät Mäntyharjun asemalla, joten junalla kulkeminen on paljon käytännöllisempää, kuin pienissä ympäryskunnissa. Läheistä valtatieta pitkin kulkee myös paljon kaukoliikenteen busseja, mutta matka valtatieltä keskustaan tuottaa ongelmia.

**Taulukko 30.** Liikennepalveluiden arviointi ja keskiarvo.

N	Valid	49
	Missing	73
Mean		2,8776

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tydyttävä	15	12,3	30,6	30,6
	hyvä	25	20,5	51,0	81,6
	erinomainen	9	7,4	18,4	100,0
	Total	49	40,2	100,0	
Missing	System	73	59,8		
Total		122	100,0		

Pääosin keskustan palvelut ovat pienellä alueella, mutta esimerkiksi Mäntyharjun museolle sekä Taidekeskus Salmelaan on useamman kilometrin matka juna-asemalta. Tällöin etenkin vanhemmat ihmiset joutuvat käyttämään taksia vierailukseen näissä kulttuurikohteissa, koska mitään julkista liikennettä ei keskustassa ole järjestetty.

Aiempaan poiketen, naisvastaajat antoivat selkeästi useammin tyydyttäviä arvosanoja kuin miehet. Eniten liikennepalveluille annettiin hyvä arvosana, sekä naisilta että miehiltä.

**Taulukko 31.** Liikennepalveluiden arviointi sukupuolten kesken.

		Liikennepalvelut juna/bussi/taksi			Total	
		tydyttävä	hyvä	erinomainen		
Sukupuoli	nainen	Count	10	15	6	31
		% within Sukupuoli	32,3%	48,4%	19,4%	100,0%
Sukupuoli	mies	Count	4	9	1	14
		% within Sukupuoli	28,6%	64,3%	7,1%	100,0%
Total		Count	14	24	7	45
		% within Sukupuoli	31,1%	53,3%	15,6%	100,0%

Päiväkävijät saapuivat Mäntyharjuun yleensä autolla, joten heiltä sai arvioita liikennepalveluista vain muutaman. Yöpyjät arvioivat liikennepalvelut huomattavasti ahkerammin ja 50 prosenttia vastaajista antoi arvosanan hyvä. Tyydyttävän arvosanan antoi muutama hieman enemmän kuin erinomaisen. Tyydyttäviä arvioita oli noin 30 prosenttia ja erinomaisia vain 20 prosenttia.

**Taulukko 32.** Liikennepalveluiden arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.

		Liikennepalvelut juna/bussi/taksi			Total	
		tydyttävä	hyvä	erinomainen		
Päiväkävijä vai yöpyjä	päiväkävijä	Count	2	3	2	7
		% within Päiväkävijä vai yöpyjä	28,6%	42,9%	28,6%	100,0%
Päiväkävijä vai yöpyjä	yöpyjä	Count	10	17	7	34
		% within Päiväkävijä vai yöpyjä	29,4%	50,0%	20,6%	100,0%
Total		Count	12	20	9	41
		% within Päiväkävijä vai yöpyjä	29,3%	48,8%	22,0%	100,0%

### 6.4.5 Ruokaostospalvelut

Mäntyharjun ruokaostospalvelut saivat keskiarvon 3,4 ja se sai suhteessa eniten erinomaisia vastauksia verrattuna muihin palveluihin. Erinomaisia vastauksia oli 49 prosenttia ja hyviä 42 prosenttia. Tyydyttäviä ja välttäviä arvosanoja annettiin yhteensä alle 10 prosenttia. Vähittäiskauppa on ollut Mäntyharjulla kasvussa ja paikkakunnalle avattiin sekä uudistettu S-market että K-market. Tämä on lisännyt tarjolla olevaa valikoimaa, jolloin pieneltä paikkakunnalta saa hyvin laajasti kulutustuotteita. Tämän matkailijat ovat kokeneet positiivisena asiana.

**Taulukko 33.** Ruokaostospalveluiden arviointi ja keskiarvo.

N	Valid	73
	Missing	49
Mean		3,3973

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	välttävä	1	,8	1,4
	tyydyttävä	5	4,1	8,2
Valid	hyvä	31	25,4	42,5
	erinomainen	36	29,5	49,3
	Total	73	59,8	100,0
Missing	System	49	40,2	
Total		122	100,0	

Ruokaostospalveluille naiset olivat antaneet yhtä paljon hyviä ja erinomaisia arvosanoja, 46 prosenttia molempia. Miehistä 58 prosenttia antoi arvosanan erinomainen ja 37 prosenttia hyvä. Ruokaostospalvelut ovat ainoa osa-alue, jolle miehet antavat enemmän arvosanan erinomainen kuin hyvä. Uudistettu vähittäiskauppa siis vetoaa miesmatkailijoihin.



**Taulukko 34.** Ruokaostospalveluiden arviointi sukupuolten kesken.

		Ruokaostospalvelut			Total	
		tydyttävä	hyvä	erinomainen		
Sukupuoli	nainen	Count	4	23	23	50
		% within Sukupuoli	8,0%	46,0%	46,0%	100,0%
Sukupuoli	mies	Count	1	7	11	19
		% within Sukupuoli	5,3%	36,8%	57,9%	100,0%
Total		Count	5	30	34	69
		% within Sukupuoli	7,2%	43,5%	49,3%	100,0%

Päiväkävijöistä vain muutamat olivat käyttäneet ruokaostospalveluita, mutta kokivat ne pääosin hyväksi tai erinomaisiksi. Yöpyjistä 53 prosenttia arvioi palvelut erinomaiseksi ja 41 prosenttia hyväksi. Verrattuna päiväkävijöihin, yöpyjät antoivat useammin arvosanan erinomainen. Päiväkävijät käyttävät yleensä enemmän ravintolapalveluita kuin ruokaostospalveluita. Päiväkävijä hakee vähittäiskaupasta yleensä jotain tiettyä tuotetta, kun taas yöpyjä ostaa tuotteita laajemmin.

**Taulukko 35.** Ruokaostospalveluiden arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.

		Ruokaostospalvelut				Total	
		välttävä	tydyttävä	hyvä	erinomainen		
Päiväkävijä vai yöpyjä	päiväkävijä	Count	0	2	7	5	14
		% within Päiväkävijä vai yöpyjä	0,0%	14,3%	50,0%	35,7%	100,0%
Päiväkävijä vai yöpyjä	yöpyjä	Count	1	2	20	26	49
		% within Päiväkävijä vai yöpyjä	2,0%	4,1%	40,8%	53,1%	100,0%
Total		Count	1	4	27	31	63
		% within Päiväkävijä vai yöpyjä	1,6%	6,3%	42,9%	49,2%	100,0%

### 6.4.6 Matkailuneuvonta

Kyselylomakkeessa pyydettiin arvioimaan myös Mäntyharjun matkailuneuvontaa. Valitsin matkailuneuvonnan yksittäisenä palveluna listalle, koska monet matkailijat tarvitsevat paikkakunnan matkailuneuvontaa. Koen myös matkailuneuvonnan osa-alueena, jota konkreettisesti pystyttäisiin kehittämään vastausten perusteella.

**Taulukko 36.** Matkailuneuvonnan keskiarvo.

N	Valid	63
	Missing	59
Mean		3,1746

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tydyttävä	10	8,2	15,9
	hyvä	32	26,2	66,7
	erinomainen	21	17,2	100,0
	Total	63	51,6	100,0
Missing	System	59	48,4	
Total		122	100,0	

Keskiarvoksi matkailuneuvonta sai 3,2. Vastaajista 50 prosenttia antoi arvosanan hyvä. Erinomaisen arvosanan antoi kolmasosa vastaajista ja noin 16 prosenttia antoi arvosanan tyydyttävä. Vastaajista kukaan ei antanut arvosanaa välttävä, mikä oli positiivinen asia.

Kuten edellisissä arvioinneissa, naiset antoivat useammin erinomaisia arvosanoja, kuin miehet. Arvosanat hyvä ja erinomainen olivat saaneet yhtä paljon kannatusta naisvastaajien keskuudessa ja tyydyttävän arvosanan antoi vain muutama. Miesvastaajista noin 71 prosenttia antoi arvosanaksi matkailuneuvonnalle hyvän. Loput vastaajista antoivat kuitenkin useammin arvosanan tyydyttävä, kuin erinomainen.

**Taulukko 37.** Matkailuneuvonnan arviointi sukupuolten kesken.

		Matkailuneuvonta			Total	
		tydyttävä	hyvä	erinomainen		
Sukupuoli	nainen	Count	5	19	18	42
		% within Sukupuoli	11,9%	45,2%	42,9%	100,0%
	mies	Count	4	12	1	17
		% within Sukupuoli	23,5%	70,6%	5,9%	100,0%
Total		Count	9	31	19	59
		% within Sukupuoli	15,3%	52,5%	32,2%	100,0%

Yllättävää oli, että päiväkävijöistä kukaan ei antanut tyydyttävää arvosanaa, vaan äänet jakautuivat lähes tasan hyvän ja erinomaisen välillä. Muutama vastaaja enemmän antoi arvosanan hyvä. Kaikki tyydyttävät arvosanat tulivat siis paikkakunnalla yöpyjiltä, noin 19 prosenttia vastauksista. Yöpyjistä hyvän arvosanan antoi 43 prosenttia vastaajista ja erinomaisen 38 prosenttia.

**Taulukko 38.** Matkailuneuvonnan arviointi päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken.

		Matkailuneuvonta			Total	
		tydyttävä	hyvä	erinomainen		
Päiväkävijä vai yöpyjä	päiväkävijä	Count	0	10	7	17
		% within Päiväkävijä vai yöpyjä	0,0%	58,8%	41,2%	100,0%
	yöpyjä	Count	7	16	14	37
		% within Päiväkävijä vai yöpyjä	18,9%	43,2%	37,8%	100,0%
Total		Count	7	26	21	54
		% within Päiväkävijä vai yöpyjä	13,0%	48,1%	38,9%	100,0%

### 6.4.7 Yleisarvio kaikista palveluista

Yleisarvosanaksi matkailijat antavat Mäntyharjun palveluille 3,1. Hyvän arvosanan antoi 76 prosenttia vastaajista ja erinomaisenkin 20 prosenttia. Tyydyttäviä ja välttäviä arvosanoja annettiin vain muutamia. Yleisesti Mäntyharjun kaikkia palveluita pidetään siis hyvinä tai erinomaisina. Mäntyharjun palvelutarjonta onkin yllättävän laajaa, ottaen huomioon paikkakunnan pienen koon. Paikkakunnalta saa normaaliin elämiseen kaiken tarvittavan vähittäiskaupasta pieniin erikoisliikkeisiin.

**Taulukko 39.** Palveluiden yleisarvio ja keskiarvo.

N	Valid	101
	Missing	21
Mean		3,1485

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	välttävä	1	,8	1,0
	tyydyttävä	3	2,5	4,0
Valid	hyvä	77	63,1	80,2
	erinomainen	20	16,4	100,0
	Total	101	82,8	100,0
Missing	System	21	17,2	
Total		122	100,0	

Sekä miehet että naiset ovat arvioineet yleisesti Mäntyharjun palveluita melko samassa suhteessa, joten sukupuolten välisiä eroja ei vastauksissa ollut merkittävästi. Myöskään päiväkävijöiden ja yöpyjien kesken vastauksissa ei ollut suuria eroavaisuuksia.

## 6.5 Vieraileeko matkailija vielä Mäntyharjulla?

**Taulukko 40.** Vieraileeko matkailija vielä Mäntyharjulla?

		Vieraileeko Mäntyharjulla uudestaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kyllä	117	95,9	100,0	100,0
Missing	System	5	4,1		
Total		122	100,0		

Kyselyyn osallistuneista vastaajista 96 prosenttia kertoi aikovansa vierailla Mäntyharjulla vielä uudelleen. Positiivinen yllätys oli, että kieltäviä vastauksia ei ollut yhtään kappaletta. Kesämökki oli selkeästi yleisin syy Mäntyharjulle paluuseen. Useimmilla vastaajilla kyse oli omasta mökistä, mutta monet vierailevat kesäisin myös sukulaisten ja tuttavien mökeillä, jotka sijaitsevat Mäntyharjulla tai sen läheisyydessä.

Taidekeskus Salmela tuo paljon kulttuurimatkailijoita Mäntyharjuun kesäisin ja se olikin toiseksi yleisin syy matkailijan paluuseen paikkakunnalle. Taidekeskus Salmelan kesäohjelmistoon kuuluu joka vuosi vaihtuvien näyttelyiden lisäksi muutamia klassisen musiikin konsertteja Mäntyharjun kirkossa. Matkailijat olivat listanneet paluusyiksi myös muut Mäntyharjun näyttelyt ja kulttuuritarjonnan sekä erilaiset kesän tapahtumat ja kesäteatterit.

Kolmanneksi yleisin syy matkailijan paluuseen oli yksinkertaisesti se, että Mäntyharjua pidettiin erittäin mukavana ja viehättävänä paikkana. Jotkut vastaajista pitivät kesäisenä perinteenä vierailua Mäntyharjulla. Paikkakunnalla asuvat sukulaiset ja ystävät sekä sukujuuret alueelle olivat myös erittäin yleinen syy matkailijan paluuseen. Monien matkailijoiden syy palata Mäntyharjulle oli niinkin arkinen, kuin keskustan palveluiden käyttäminen ja liikkeissä asiointi

## 6.6 Avoimet kysymykset

Kyselyn loppupuolella matkailijat saivat kertoa niistä asioista, jotka he kokivat hyväksi Mäntyharjulla ja siellä vierailun aikana. Vastaajat saivat vaihtoehtoisesti

myös listata kehitysehdotuksia Mäntyharjulle. Mäntyharjun hyvistä puolista nousi selkeästi esille muutamia teemoja, jotka miellyttivät matkailijoita. Kehitysehdotuksia matkailijat kirjoittivat huomattavasti vähemmän.

Lähes kaksi kolmasosaa vastaajista koki Mäntyharjulla parhaimmaksi puhtaan luonnon ja järvet sekä kauniit maisemat. Tämä ei sinänsä ollut yllättävä vastaus. Mäntyharju on yksi suosituimmista mökkikunnista Suomessa ja mökkeily tapahtuu yleensä järvien ja kauniiden maisemien keskellä. Mäntyharjulla on myös parin viime vuoden aikana panostettu paljon luontomatkailun kehittämiseen, muun muassa Mäntyharjulta Repovedelle-hankkeen avulla.

Toiseksi eniten Mäntyharjulla ovat matkailijoita miellyttäneet erilaiset nähtävyydet ja kulttuuritarjonta sekä tietysti Taidekeskus Salmela. Mäntyharjua on markkinoitu kulttuurimatkailukuntana jo pitkään ja tämä näkyy myös matkailijoiden mielipiteissä. Taidekeskus Salmela oli kesämökin jälkeen yleisin matkustussyy Mäntyharjulle ja he ovat rikkoneet kävijäennätyksiä viime kesinä. Iso-Pappilan museoalue teki myös kävijäennätyksensä kesällä 2011, mutta siinä auttoi paljon myös paikkakunnalla järjestetyt loma-asuntomessut. Kesäteatterit ovat erittäin suosittuja sekä paikallisten, mökkiläisten että naapurikuntalaisten keskuudessa.

Kolmanneksi eniten matkailijoita on miellyttänyt Mäntyharjun kesäisin vilkas torielämä, maankuulut Mäntyharjun markkinat sekä palvelujen laajuus näinkin pienellä paikkakunnalla. Kesäisin Mäntyharjun tori on erittäin suosittu kohtauspaikka ja matkailijat pitivät kovasti sen luomasta tunnelmasta. Paikkakunnalle rakennettiin 2010-luvun alussa yksi Etelä-Savon suurimmista S-marketeista sekä täysin uudistettu K-supermarket. Keskustasta löytyy useampi kahvila ja ruokapaikka sekä myös pieniä erityisliikkeitä, kuten valokuvaamo ja vaatekauppa. Muita matkailijoiden mainitsemia hyviä asioista Mäntyharjulla olivat muun muassa paikkakunnan ihmiset, vanhat rakennukset, oma kesämökki sekä teatteri.

Kehitysideoita matkailijoilta tuli huomattavasti vähemmän ja vastaukset olivat hajanaisia, jolloin niistä ei saanut nostettua mitään selkeitä teemoja esille. Monet

kehitysehdotuksista olivat hyviä ja olennaisia matkailun näkökulmasta, kuten majoituspalveluiden kehittäminen. Kesä- ja matkailusezonki Mäntyharjulla ovat kuitenkin niin lyhyt, ettei majoituskapasiteetin suurentaminen oli taloudellisesti kovin kannattavaa. Mäntyharjulla järjestetyt Loma-asuntomessut toivat myös normaalia enemmän matkailijoita paikkakunnalle, jolloin esimerkiksi majoituspalveluiden kapasiteetti oli auttamatta liian vähäinen, mutta tämä oli ainutkertainen tapahtuma. Mäntyharjun Repovesi-hankkeen myötä ainakin tämän 45 kilometriä pitkän ulkoilureitin varrelle on kehitetty lisää majoituspalveluita.

Myös muihin palveluihin kaivattiin lisää tarjontaa, kuten kirjasto- ja kauppa-autoa ja lisää pieniä erikoisliikkeitä ja kahviloita. Kehitysideoina kaikki ovat erittäin hyviä, mutta taloudellinen kannattavuus on näissäkin rajoittava tekijä. Mäntyharjulla itse asiassa oli kiertävät kirjasto- ja kauppa-autot vielä muutama vuosi sitten, mutta näistä jouduttiin luopumaan kustannussyistä ja asutuksen vähennyttyä maaseudulla. Pieniä erikoistavarakauppoja Mäntyharjulla on myös ollut useita, kuten kenkäkauppoja ja lahjavarakauppoja. Vaikka kesäkausi paikkakunnalla on vilkas, siitä saatavat tulot eivät riitä pitämään kauppoja kannattavina pitkän talvikauden takia.

Kehitysehdotuksista löytyi myös asioita, joihin eivät kunta tai kuntalaiset pysty itse vaikuttamaan suoranaisesti. Toiveina oli toimivampi Internet-yhteys Kukonkorven kylään sekä lisää bussiyhteyksiä. Näistä asioista vastaavat Suomen teleoperaattorit sekä bussiyhtiöt, joiden toimintaan ei suurestikaan pystytä vaikuttamaan. Nettiyhteyden maaseudulla kehittyy ajan kanssa ja teleoperaattoreiden päättämällä vauhdilla. Bussiyhteyksiä Mäntyharjulle ei monia ole, koska matkustajakin on niin vähän. Suurempiin kaupunkeihin pääsee kätevästi junalla, jolloin bussiyhteyksiä käytetään hyvin vähän.

## 7 YHTEENVETO JA POHDINTA

Lähtökohtaisesti minulla oli jo tietynlainen kuva siitä, minkälaisia matkailijoita Mäntyharjulla vierailee. Yleisoletuksena on ollut, että Mäntyharjulla vieraileva matkailija on mökkiläinen, joka tulee Uudenmaan maakunnasta. Mielestäni oli mielenkiintoista päästä tutkimaan tarkemmin, mistä päin matkailijat Mäntyharjulle oikeasti tulevat ja tulevatko he kaikki vain mökkeilemään.

Mäntyharjulla käyvistä matkailijoista odotusten mukaisesti suurin osa tulee Uudenmaan maakunnasta. Yllätys oli, että toiseksi eniten matkailijoita tulee naapurimaakunnasta Kymenlaaksosta ja vasta kolmanneksi eniten Etelä-Savosta, johon Mäntyharjukin kuuluu. Suurin osa matkailijoista kuuluu ikäryhmään 45–64-vuotiaat, joilla on lapsia tai joiden lapset ovat muuttaneet jo pois kotoa. Enemmistö näistä matkailijoista on naisia. Vastaukset vahvistivat oletuksen, että lähes poikkeuksetta Mäntyharjuun tehdyt matkat ovat autolla tehtyjä lomamatkoja perheen tai sukulaisten kanssa.

Vastausten mukaan jopa puolet Mäntyharjun matkailijoista on päiväkävijöitä eli he eivät yövy Mäntyharjulla. Yöpyjiltä kysyimme Mäntyharjulla vietettyjen öiden määrää, mutta vastaukset vaihtelivat sen verran paljon, ettei niistä voinut vetää mitään tiettyä johtopäätöstä. Yöpyjistä puolet yöpyy omalla kesämökillä ja kun siihen lasketaan myös vuokramökeillä majoittuvat, on vastaajista yli kaksi kolmannesta mökkiläisiä. Yllättävää oli kuitenkin, että vastaajista vain kolmasosalla matkan pääsyy oli oma kesämökki. Taidekeskus Salmela oli pääsyyinä lähes yhtä isolla osalla vastaajista. Epäselväksi jää vielä ison osan matkustus syy Mäntyharjulle, sillä 21 prosenttia vastaajista ilmoitti matkan pääsyyksi ”muu syy tai kohde”.

Matkailijat antoivat keskimäärin Mäntyharjun palveluille arvosanaksi hyvä. Parhaimmat arvosanat matkailijoilta saivat Mäntyharjun museot ja näyttelyt sekä ruokaostospalvelut. Vähiten matkailijat olivat tyytyväisiä paikkakunnan huoltoasemapalveluihin ja liikenneyhteyksiin, niiden arvosana keskimäärin oli hieman alle hyvä. Mäntyharju on kuitenkin matkailijoiden suosiossa, sillä lähes kaikki vastanneista ilmoittivat tulevansa Mäntyharjulle vielä uudestaan.



Matkailijoiden mielestä parasta Mäntyharjulla on ehdottomasti luonto, järvet ja kauniit maisemat sekä paikkakunnan taide- ja kulttuuritarjonta.

Tutkimuksen kokonaisotos oli yli 130 vastaajaa ja tutkimuksessa pystyttiin hyödyntämään noin 120 vastausta. Mielestäni otoksen koko on riittävä, jotta tutkimusta voidaan pitää luotettavana. Vastaavaa tutkimusta ei Mäntyharjulla ole aikaisemmin tehty, joten tutkimuksen reliabiliteetin arviointi on hieman haasteellista. Mielestäni samanlainen tutkimus olisi mielenkiintoista tehdä muutaman vuoden päästä, jotta nähdään, onko esimerkiksi luontomatkailuun panostaminen muuttanut matkailija profiilia. Rahan käyttöä koskevan kysymyksen kohdalla aseteltu ei onnistunut toivotusti ja sen tuloksia ei pystytty hyödyntämään. Muuten kyselylomakkeiden analysointi tuotti paljon monipuolista tietoa matkailijoista. Tutkimuksen tuloksia voitaisiin kunnassa käyttää esimerkiksi matkailumarkkinoinnin kohdentamisessa.

Jos voisin tehdä empiirisen osan uudestaan, toimisin kyselylomakkeen kanssa hieman toisin. Kyselylomakkeen laadintaan jäi minulla liian vähän aikaa, jolloin en ehtinyt testata lomaketta kunnolla kaikkien kysymysten osalta. Tämän takia rahan käyttöön liittyvä kysymys tuotti vastauksia, joita en voinut tutkimuksessa hyödyntää. Kyselylomakkeiden keräämisen järjestäisin hieman eri tavalla, jotta otoksesta saataisiin vieläkin kattavampi. Tässä tutkimuksessa lähes kaikki lomakkeet kerättiin kesämatkailuneuvonnassa Iso-Pappilan museoalueella. Uskon, että vaikka tästäkin otoksesta saatiin hyvin monipuolinen, muualta kerätyistä lomakkeista olisi saanut vielä hieman monipuolisempia vastauksia.

## LÄHTEET

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Shepherd R., Wanhill, S. 1998. Tourism: principles and practice. Second edition. New York. Addison Wesley Longman Publishing.

Ekoturismi. Viitattu 15.4.2013 <http://www.ymparistojakehitys.fi/ekoturismi.html>

Goeldner, C., Ritchie, J.R. 2012. Tourism : principles, practices, philosophies. 12<sup>th</sup> edition. Hoboken, New Jersey. John Wiley & Sons, Inc.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. 15-16. uud. painos. Helsinki. Tammi.

International Recommendations for Tourism Statistics. 2008. Viitattu 29.10.2012 <http://unstats.un.org/unsd/statcom/doc08/BG-TourismStats.pdf>

Kananen, Jorma. 2008. Kvantti – Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä. Jyväskylän yliopistopaino.

Marzuki, A. (1.6.2012). Local residents' perceptions towards economic impacts of tourism development in Phuket. Viitattu 15.4.2013.

<http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?nobk=y&sid=0b8d6421-7fd3-405d-b1c1-f89dfce460e4@sessionmgr198&vid=4&hid=126>

Mowforth, M., Charlton, C., Munt, I. 2008. Tourism and responsibility - Perspectives from Latin America and the Caribbean. New York. Routledge.

Mäntyharjulta Repovedelle hanke. Viitattu 15.4.2013

<http://mantyharju.fi/matkailu/817-maentyharjulta-repovedelle-hanke>

Okech, R. (1.9.2010) Socio-cultural Impacts of Tourism on World Heritage Sites: Communities' Perspective of Lamu (Kenya) and Zanzibar Islands. Viitattu 15.4.2013 [http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=5&sid=1b108890-ec67-432f-9813-](http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=5&sid=1b108890-ec67-432f-9813-c4954e0e1765%40sessionmgr112&hid=119&bdata=JnNpdGU9ZWZWhvc3QtbG12ZQ%3d%3d#db=hjh&AN=52998824)

[c4954e0e1765%40sessionmgr112&hid=119&bdata=JnNpdGU9ZWZWhvc3QtbG12ZQ%3d%3d#db=hjh&AN=52998824](http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=5&sid=1b108890-ec67-432f-9813-c4954e0e1765%40sessionmgr112&hid=119&bdata=JnNpdGU9ZWZWhvc3QtbG12ZQ%3d%3d#db=hjh&AN=52998824)

Suomen Matkailuliitto. 1997. Suomen Matkailuopas 1997-1998. 24.painos. Helsinki. Oy Edita Ab.

Suomen Matkailun Kehitys Oy. 1995. Matkailun ja loma-asutuksen taloudelliset vaikutukset Mikkelin seudulla 1995

Suomen matkailustrategia 2020. Viitattu 15.4.2013

[https://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia\\_020610.pdf](https://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia_020610.pdf)

Uusitalo, Hannu. 2001. Tiede, tutkimus ja tutkielma. 1.-7.painos. Juva. WS Bookwell Oy.

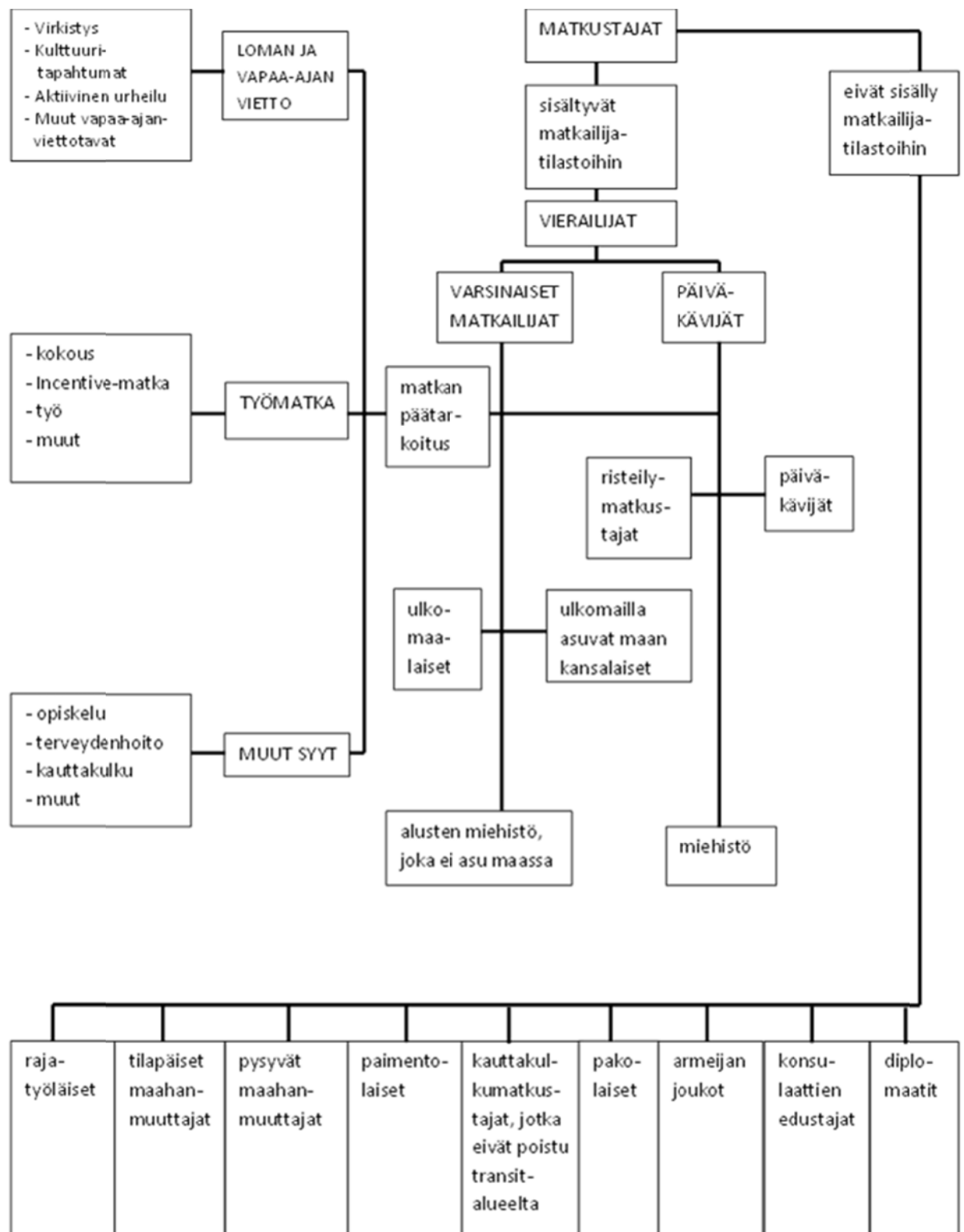
The conceptual framework for tourism statistics - International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008). Viitattu 1.11.2012.  
<http://statistics.unwto.org/en/content/conceptual-framework-tourism-statistics-international-recommendations-tourism-statistics-200>

Vuoristo, Kai-Veikko. 1998. Matkailun muodot. Porvoo. WSOY.

What is ecotourism? Viitattu 15.4.2013 <http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>

### **Muut lähteet**

Alaviitala, M. 2010. Planning of Tourism Projects, Index of Irritation. Vaasan Ammattikorkeakoulu.



Kansainvälisen matkailijan määrittely YK:n (1979) mukaan. Kuten kaaviosta käy ilmi, matkailijoiksi katsotaan varsinaiset matkailijat ja päiväkävijät, jotka jakautuvat useisiin alaryhmiin. Matkan päätarkoituksiksi on määriteltävä loman ja vapaa-ajan vietto, työmatska ja muut syyt, kuten opiskelu tai terveydenhuolto.

Lähde: Vuoristo 1998

YK:n määrittely matkailijalle. (Vuoristo 1998)

**1. Matkan tarkoitus?**

- 1 loma / vapaa-ajanmatka
- 2 työmatka
- 3 yhdistetty työ- ja vapaa-ajanmatka
- 4 messumatka
- 5 muu tarkoitus? \_\_\_\_\_

**2. Matkaseura?**

- 1 yksin
- 2 perheen/sukulaisten kanssa, yhteensä \_\_\_\_\_ henkilöä
- 3 muussa seurueessa, yhteensä \_\_\_\_\_ henkilöä
- 4 järjestetyllä ryhmämatkalla

**3. Matkustustapa?**

- 1 henkilöauto
- 2 linja-auto
- 3 juna
- 4 muu, mikä? \_\_\_\_\_

**4. Matkan pituus?**

- 1 päiväkävijä, ei yövy
- 2 yöpyjä, \_\_\_\_\_ vrk
- 3 yöpyjä, \_\_\_\_\_ viikkoa

(Jos olet päiväkävijä, siirry kysymykseen 6)

**5. Missä yövytte Mäntyharjulla?**

- 1 Mäntymotellissa
- 2 bed & breakfast kohteessa
- 3 maatilamatkailukohteessa
- 4 asuntovaunussa / -autossa
- 5 leirintäalueella
- 6 sukulaisten/tuttavien luona
- 7 vuokramökissä
- 8 omassa kesämökissä
- 9 muualla, missä? \_\_\_\_\_

**6. Mikä on matkanne pääsyy tai -kohde Mäntyharjulla?**

- 1 oma kesämökki
  - 2 Taidekeskus Salmela
  - 3 Loma-asuntomessut
  - 4 sukulaisten ja ystävien tapaaminen
  - 5 liike-/työmatka
  - 6 Mäntyharju on matkan varrella, esim. kiertomatka tms.
  - 7 muu syy tai kohde, mikä? \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**7. Mitkä ovat pääasialliset tietolähteenne tätä matkaanne varten?**

- 1 matkatoimisto
- 2 Mäntyharjun matkailuneuvonta
- 3 Mikkelin seudun matkailuesite
- 4 Internet-sivut, mitkä? \_\_\_\_\_
- 5 TV, radio
- 6 lehdet, mikä? \_\_\_\_\_
- 7 sukulaiset, tuttavat, työ- ja liiketuttavat
- 8 aikaisemmat hyvät kokemukset
- 9 muu tietolähde, mikä? \_\_\_\_\_

**8. Minkälaiseksi arvioitte käyttämienne palveluiden tason Mäntyharjulla?**

(Asteikko 4 = erinomainen, 3 = hyvä, 2 = tyydyttävä, 1 = välttävä)

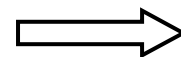
1 majoituspalvelut	1 2 3 4
2 ravintola- ja kahvilapalvelut	1 2 3 4
3 nähtävyydet	1 2 3 4
4 kulttuuripalvelut	
museot/näyttely	1 2 3 4
teatterit/konsertit	1 2 3 4
5 huoltoasemapalvelut	1 2 3 4
6 liikennepalvelut	
juna/bussi/taksi	1 2 3 4
7 ruokaostospalvelut	1 2 3 4
8 matkailuneuvonta	1 2 3 4
9 yleisarvio kaikista palveluista	1 2 3 4

**9. Kuinka paljon arvioitte käyttävänne rahaa erilaisiin palveluihin Mäntyharjulla?**

- 1 henkilökohtainen
- 2 perhe / ryhmä, yhteensä \_\_\_\_\_ henkilöä

1 majoituspalvelut	_____ €
2 ravintola- ja kahvilapalvelut	_____ €
3 kulttuuripalvelut (museo, teatteri ym.)	_____ €
4 huoltoasemapalvelut	_____ €
5 liikennepalvelut (juna/bussi/taksi)	_____ €
6 ruokatavaraostot	_____ €

**KÄÄNNÄ!**



**10. Aiotteko vierailla Mäntyharjulla uudestaan?**

- 1 kyllä
- 2 ei

Miksi? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**11. Parasta Mäntyharjulla: \_\_\_\_\_**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**12. Kehitettävää: \_\_\_\_\_**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Vastaaajan taustatiedot****13. Asuinmaakunta?**

- 1 Ahvenanmaan maakunta
- 2 Etelä-Karjala
- 3 Etelä-Pohjanmaa
- 4 Etelä-Savo
- 5 Kainuu
- 6 Kanta-Häme
- 7 Keski-Pohjanmaa
- 8 Keski-Suomi
- 9 Kymenlaakso
- 10 Lappi
- 11 Päijät-Häme
- 12 Pirkanmaa
- 13 Pohjanmaa
- 14 Pohjois-Karjala
- 15 Pohjois-Pohjanmaa
- 16 Pohjois-Savo
- 17 Satakunta
- 18 Uusimaa
- 19 Varsinais-Suomi

**14. Sukupuoli**

- 1 nainen
- 2 mies

**15. Ikä**

- 1 15–29
- 2 30–44
- 3 45–64
- 4 65 +

**16. Elämänvaihe**

- 1 asuu vanhempien luona
- 2 naimaton, asuu yksin
- 3 naimisissa, avoliitossa, ei lapsia
- 4 naimisissa/avoliitossa, on lapsia \_\_\_\_ kpl
- 5 yksinhuoltaja
- 6 pariskunta, lapset eivät asu kotona
- 7 muu, mikä? \_\_\_\_\_

**Kiitos ajastanne!**