

## Uudenmaan Järvikeskus vetovoimaisena ryhmämatkailukohteena?

Pauliina Jurvanen



Koulutusohjelma

<p><b>Tekijä</b> Pauliina Jurvanen</p>	<p><b>Ryhmä tai aloitusvuosi</b> 2007</p>
<p><b>Opinnäytetyön nimi</b> Uudenmaan Järvikeskus vetovoimaisena ryhmämatkailukohteenä?</p>	<p><b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 39 + 6</p>
<p><b>Ohjaaja tai ohjaajat</b> Annika Konttinen, Eva Holmberg-Anttila</p>	
<p>Opinnäytetyö oli toimeksianto Lohjan matkailupalvelukeskukselta. Opinnäytetyö pohjautui käynnissä olleeseen Uudenmaan Järvikeskus -hankkeeseen, jota johti Länsi-Uudenmaan vesi- ja ympäristö ry. Hankkeen toteutuessa Uudenmaan Järvikeskus tarjoaisi Lohjalla matkailua ja virkistyskäyttöä palvelevan perhepuiston sekä merkittävän vesi- ja ympäristöosaamisen ja palveluiden keskuksen.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää mahdollisen Uudenmaan Järvikeskus -matkailukohteen, kiinnostavuutta ryhmämatkailua edustavien tahojen osalta. Tavoitteena oli myös selvittää Lohjan matkailun tunnettuutta ja vetovoimaisuutta.</p> <p>Tutkielmassa käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Tutkimusmenetelmäksi valittiin kysely, joka sisälsi kymmenen avointa kysymystä. Kyselyn muodoksi valittiin verkkokysely. Kyselyt lähetettiin marraskuussa 2009. Kyselyyn valittiin toimeksiantajan päättämät ryhmämatkailuun suuntautuneet matkatoimistot ja liikenneyhtiöt ympäri Suomea sekä Lohjan Tytyrin kaivostalossa vuonna 2009 vierailleet koululaisryhmät. Näiden valintojen takana oli ajatuksena saada vastauksia ryhmämatkailun näkökannalta. Kyselyitä lähetettiin 32 matkatoimistolle, seitsemälle liikenneyhtiölle sekä 29 koululle eli yhteensä 68 kyselyä. Tutkimuksen kysymykset mietittiin yhdessä sekä toimeksiantajan että hankesuunnittelijan kanssa. Vastausprosentiksi saatiin matkatoimistojen ja liikenneyhtiöiden osalta 61,5 prosenttia. Koulujen osalta vastausprosentti jäi vain 13,8 prosenttiin.</p> <p>Tuloksista ilmeni Uudenmaan Järvikeskuksen kiinnostavan ryhmämatkailua edustavia tahoja ja moni matkatoimisto olisi valmis tarjoamaan kohdetta asiakkailleen. Järvikeskuksesta ja sen palveluista haluttiin kuitenkin saada enemmän tietoa. Mielipiteet Lohjan kiinnostavuudesta matkailualueena ja tiedot kaupungin matkailupalveluista, jakautuivat melko tasaisesti kahtia. Esimerkiksi 57,1 prosenttia matkatoimistoista ja liikenneyhtiöistä eivät kokeneet Lohjaa kiinnostavaksi ryhmämatkailualueeksi, kun vuorostaan 42,9 prosenttia olivat kiinnostuneita kaupungista. Lohjaa ei koettu kiinnostavaksi alueeksi, koska esimerkiksi sen sijainti koettiin joko liian kaukaiseksi tai läheiseksi.</p> <p>Johtopäätökseksi voitiin todeta, että ryhmämatkailijoiden kiinnostavuuden saavuttamiseksi Lohjan matkailutoimijoiden tulisi panostaa alueen ja matkailukohteiden tunnettuuden parantamiseen sekä vetovoimaisuuden lisäämiseen.</p>	
<p><b>Asiasanat</b> Järvikeskus, ryhmämatkailu, Lohja, vetovoima, matkailukohde, hanke</p>	

Degree programme

<p><b>Author</b> Pauliina Jurvanen</p>	<p><b>Group or year of entry</b> 2007</p>
<p><b>The title of thesis</b> Uusimaa Lake centre as an attractive tourist attraction for group travel?</p>	<p><b>Number of pages and appendices</b> 39 + 6</p>
<p><b>Supervisors</b> Annika Konttinen, Eva Holmberg-Anttila</p>	
<p>The thesis was commissioned by Lohja Tourist Service Centre. The study was based on the Uusimaa Lake centre project managed by the water and environment association of Western Uusimaa. The Uusimaa Lake centre project was under implementation during the time of this study. When completed, the Uusimaa Lake centre would offer a family park and a remarkable water and environmental knowhow centre in Lohja. Furthermore, the family park would enhance tourism in Lohja.</p> <p>The objective of this thesis was to explore whether the Uusimaa Lake centre would appeal to group travel operators. The purpose was also to determine the visibility and pull factors of Lohja as tourism destination.</p> <p>The research methodology was qualitative. The study was conducted by means of a questionnaire distributed by email. The questionnaire was sent to selected group travel agencies and transportation organizations as well as to schools which had visited the Tytyri mine museum in the year 2009. The intention was to obtain answers from the group travel point of view. The questionnaire was sent in November 2009 to 68 chosen parties. The response ratio from the travel agencies and transportation organization was 61, 5 percent, whereas only 13, 8 percent of schools responded.</p> <p>The results revealed that the Uusimaa Lake centre interested the selected group travel agencies, transportation organizations as well as schools. Many group travel agencies were also ready to offer this tourist attraction to their clients. However, it appeared that the respondents wanted to receive more information about the Lake centre. The results also suggested that the opinions vis-à-vis the pull factors of Lohja were split into two directions. For example 57, 1 percent of group travel agencies and transportation organizations did not regard Lohja as an interesting group travel destination, whereas 42, 9 percentages found the city interesting. One reason why Lohja was not perceived as interesting was due to the location. The respondents found the location of Lohja either too close or too remote.</p> <p>In conclusion, in order to catch the interest of group travelers, tourism operators in Lohja should concentrate on enhancing the visibility and pull factors of Lohja and its tourist attractions.</p>	
<p><b>Key words</b> Lake centre, group travel, Lohja, pull factor, tourist attraction, project</p>	

## Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Lohjan matkailupalvelukeskus .....	3
3	Lohjan matkailu.....	5
3.1	Ryhmämatkailu .....	7
3.2	Lohjan matkailun kehityssuunnitelmia.....	8
3.2.1	Järvikaupunki Lohja .....	10
3.2.2	Sininen keskuspuisto.....	11
4	Uudenmaan Järvikeskus – hanke.....	13
4.1	Hankekohde Porla.....	14
4.2	Aiempi tutkimus .....	15
4.3	Järvikeskuksen kehittäminen .....	16
4.4	Hankkeen toiminta.....	19
5	Vetovoimaisen ryhmämatkailukohteen edellytyksiä .....	22
5.1	Matkailukohde .....	22
5.2	Matkailukohteen vetovoimaisuus.....	24
6	Kyselytutkimus .....	26
6.1	Tutkimusmenetelmä .....	26
6.2	Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti .....	27
7	Tutkimustulokset ja johtopäätökset .....	29
7.1	Lohjan kiinnostavuus ja tunnettuus ryhmämatkailualueena .....	29
7.2	Lohjan matkailutarjonnan tunnettuus .....	31
7.3	Käsitykset hankekohde Porlasta.....	31
7.4	Järvikeskus Lohjalle ja sen tarjoaminen ryhmämatkailijoille .....	32
7.5	Kysyntä vastaavalle palvelulle.....	33
7.6	Kohteeseen tai kohteen läheisyyteen toivotut palvelut.....	34
7.7	Mahdolliset asiakasryhmät .....	36
7.8	Toivotut palvelukielet.....	36
8	Uudenmaan Järvikeskuksen SWOT – analyysi.....	37
	Lähteet .....	40
	Läitteet .....	45
	Liite 1. Järvikeskuksen yleisilmeen suunnitelma.....	45
	Liite 2. Saatekirje matkatoimistoille ja liikenneyhtiöille .....	46
	Liite 3. Kyselylomake matkatoimistoille ja liikenneyhtiöille .....	47

Liite 4. Saatekirje kouluille .....	48
Liite 5. Kyselylomake kouluille .....	50

# 1 Johdanto

Usein kuulee sanottavan, että Suomi on tuhansien järvien maa, mutta olemmeko hyödyntäneet upeita järviämme tarpeeksi? Sama näkyy Lohjalla. Kaupungin uudessa visiossa puhutaan järvi-kaupunki-imagosta, mutta missä näkyy Lohjanjärven hyödyntäminen tai missä ovat Lohjan järvimatkailukohteet?

Opinnäytetyö pohjautuu Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry:n Uudenmaan Järvikeskus – hankkeeseen. Hankkeen tavoitteena on tehdä esiselvitys Uudenmaan Järvikeskusta, joka tarjoaa mahdollisen toteuttamisvaihtoehdon Lohjanjärven rannalla sijaitsevan Porlan alueen tulevaisuuden kehittämiseen. Toteutuessaan Uudenmaan Järvikeskus tarjoaisi matkailua ja virkistyskäyttöä palvelevan perhepuiston sekä merkittävän vesi- ja ympäristöosaamisen ja palveluiden keskuksen. Opinnäytetyö on toimeksianto Lohjan matkailupalvelukeskukselta. Tutkimus on ajankohtainen, koska Lohja on tämän vuoden aikana alkanut panostaa enemmän Lohjanjärveen ja sen esille tuomiseen matkailussa. Uudenmaan Järvikeskus toteutuessaan edesauttaisi asiaa.

Tutkimuksen pääongelmana on selvittää ryhmämatkoja tarjoavien matkatoimistojen ja liikenneyhtiöiden sekä koulujen kiinnostus mahdolliseen Uudenmaan Järvikeskus – matkailukohteeseen. Tutkimuksen alaongelmana on selvittää Lohjan matkailun tunnettuutta ja vetovoimaisuutta. Tutkimus on rajattu kohdistuvan vain ryhmämatkailijoita edustaviin tahoihin.

Teoriaosuuksissa keskitytään tarkemmin käsitteisiin ryhmä- ja järvimatkailu sekä matkailukohde ja vetovoimaisuus. Uudenmaan Järvikeskus toisi Lohjalle uuden matkailukohteen, joka olisi suunnattu myös ryhmämatkailuun. Tällä hetkellä Porlan alue ei ole tarpeeksi vetovoimainen houkutellakseen matkailijoita.

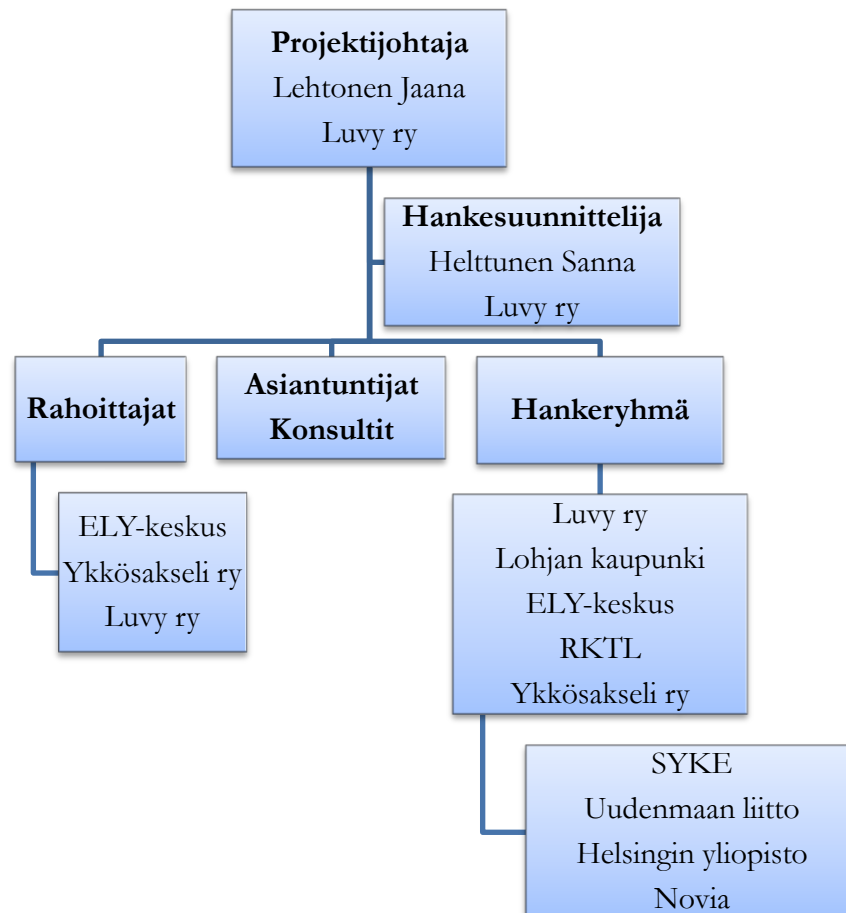
Opinnäytetyön tutkimuksessa käytetään kvalitatiivista tutkimusta. Tutkimusmenetelmäksi on valittu kysely ja kysymykset on mietitty yhdessä sekä toimeksiantajan että hankesuunnittelijan kanssa. Kysely lähetetään sähköisesti toimeksiantajan päättämille tahoille.

Johdannon jälkeen työssä kerrotaan toimeksiantajasta sekä hankkeen johtajasta. Sen jälkeen perehdytään Lohjan matkailuun yleensä sekä kaupungin ryhmämatkailun tilanteeseen. Lisäksi käsitellään Lohjan matkailun kehityssuunnitelmia Uudenmaan Järvikeskus -hanketta ajatellen. Seuraavaksi työssä tutustutaan tarkemmin Uudenmaan Järvikeskus -hankkeeseen sekä erääseen

hankkeen aikana tehtyyn tutkimukseen. Tämän jälkeen perehdytään matkailukohteeseen ja vetovoimaisuuteen teorian tasolla ja samalla pohditaan, minkälaista matkailukohdetta Järvikeskus edustaisi. Lopuksi käsitellään tutkimusmenetelmiä sekä kyselystä saatuja ryhmämatkailua edustavien matkatoimistojen ja liikenneyhtiöiden sekä koulujen vastauksia ja niistä tehtyjä johtopäätöksiä. Lisäksi lopussa esitellään yhteenvetona Uudenmaan Järvikeskuksen SWOT – analyysi.

## 2 Lohjan matkailupalvelukeskus

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Lohjan matkailupalvelukeskus ja ohjaajana Lohjan matkailusihteeri Minna Ermala. Lohjan Matkailupalvelukeskus on kolmen tähden matkailupalvelukeskus ja Suomen matkailuorganisaatioiden yhdistys ry:n jäsen. Toimistossa työskentelee kaksi vakituista työntekijää. Lohjan matkailupalvelukeskus vastaa Lohjan ja sen matkailukohteiden ja -tapahtumien markkinoinnista sekä lisäksi koko Länsi-Uudenmaan markkinoinnista. Lohjan matkailupalvelukeskus on mukana Uudenmaan Järvikeskus – hankkeessa, jota johtaa Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry (Luvy ry). Yhdistys toimii alueellisena vesiensuojeluyhdistyksenä ja palveluntarjoajana. Yhdistys edistää läntisellä Uudellamaalla vesien- ja ympäristönsuojelua sekä ympäristöterveyttä. Lisäksi Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry tarjoaa korkealaatuisia tutkimus-, asiantuntija-, näytteenotto- ja analyysipalveluita. Yhdistys on Suomen vesiensuojeluyhdistyksen liitto ry:n jäsen, jolla on yli 30 vuoden tuntemus Länsi-Uudenmaan vesistöistä ja toimijoista. (Ermala 7.12.2009; Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry 2009.)



Kuvio 1. Hankkeen organisaatiokaavio (Helttunen, S. 10.11.2009)

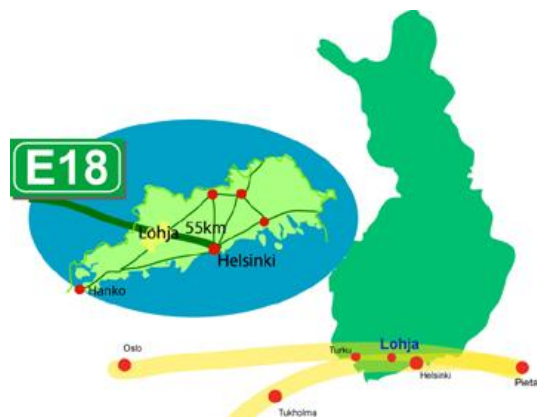


Kuviossa 1 ilmenee hankkeen organisaatioryhmä. Projektia johtaa Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry:n toiminnanjohtaja Jaana Lehtonen ja hankesuunnittelijana toimii Sanna Helttunen. Muita hankkeeseen kuuluvia ovat Uudenmaan Järvikeskus – hankkeen rahoittajat kuten Uudenmaan ELY-keskus (entinen TE-keskus) ja Ykkösakseli ry sekä eri asiantuntijat ja konsultit esimerkiksi maisema-arkkitehti ja kalapuolen konsultti. Itse hankeryhmään kuuluvat Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry, Lohjan kaupunki, Uudenmaan ELY-keskus, Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos sekä Ykkösakseli ry. Näiden lisäksi hankkeeseen kuuluu ryhmä, jolle hankkeesta annetaan tiedoksiintoja kuten Uudenmaan liitto ja Helsingin yliopisto.

Hankeryhmän tehtävänä on seurata ja ohjata hanketta. Hankkeen yleisötilaisuuksista tiedotetaan paikallislehdissä sekä hankkeen kotisivuilla. Paikalliset asukkaat, yhdistykset, yritykset ja muut toimijat halutaan ottaa mukaan hankkeeseen suunnittelemaan Järvikeskuksen toimintaa. Hankeryhmä pyrkii löytämään eri intressitasot ja kutsumaan heidät mukaan hankkeen työpa-joihin. Työpajat ovat asiantuntijoille suunnattuja keskustelutilaisuuksia, joissa työstetään hankkeen ideoita. Lisäksi hankeryhmä kilpailuttaa ja teettää alan erityisosaajilla tarvittavat selvitykset ja suunnitelmat. Hankeryhmä kokoontuu säännöllisin väliajoin. (Helttunen 2009a.)  
Opinnäytetyöstä on apua myös Uudenmaan Järvikeskus – hankkeelle. Hankeryhmä voi hyödyntää esimerkiksi saatuja tuloksia hankkeen etenemissuunnitelmia pohdittaessa.

### 3 Lohjan matkailu

Lohja sijaitsee Uudenmaan metropolialueella ja tuo näin Lohjan matkailu- ja virkistysmahdollisuudet lähelle. Lohjalle pääsee esimerkiksi pääkaupunkiseudulta moottoritietä puolessa tunnissa sekä nykyään myös helposti tunnissa läntisestä Suomesta vuoden 2008 lopulla avatun E18-moottoritien ansiosta. Kuviossa 2 on havainnollistettu Lohjan sijaintia. Lohja tunnetaan matkailullisesti luonto-, liikunta- ja kulttuurielämyksiä tarjoavana kohteena sekä tuhansien omenapuiden kaupunkina. Keskustan lähellä sijaitsee erilaisia luonnonkauniita virkistyskohteita kuten Karkalin luonnonpuisto, useita pähkinäpensas- ja tammilehtoja erilaisine luontopolkuineen, Torholan luola, Lohjanharju sekä eteläisen Suomen suurin järvi Lohjanjärvi saarineen. Liikuntamahdollisuuksia tarjoavat muun muassa virkistysuimala Neidonkeidas, Kisakallion urheiluopisto ja St Laurence Golf sekä Lohjan erilaiset liikuntatapahtumat kuten Lohjanjärven ympärilyönti. Kulttuurielämyksiä tarjoavat muun muassa kaupunginorkesterin konsertit, Lohjan Teatterin näytökset, monipuoliset taidenäyttelyt ja kulttuuri- ja musiikkitapahtumat kuten Tenoripäivät sekä Rantajamit. Lohja tarjoaa matkailijoilleen myös monipuolisia nähtävyyksiä kuten Tytyrin kaivosmuseo, Lohjan Pyhän Laurin kirkko, Johannes ja Kyllikki Virolaisen kotitila Vironperä, Vivamon Raamattukylä, Alitalon omenaviinitila sekä monia erilaisia elämyspalveluja kuten Lohjanjärven risteilyjä sekä Pois Tieltä! – maastoautosafareja. (Lohjan kaupunki/Matkailupalvelukeskus 2009, 2 – 20.)



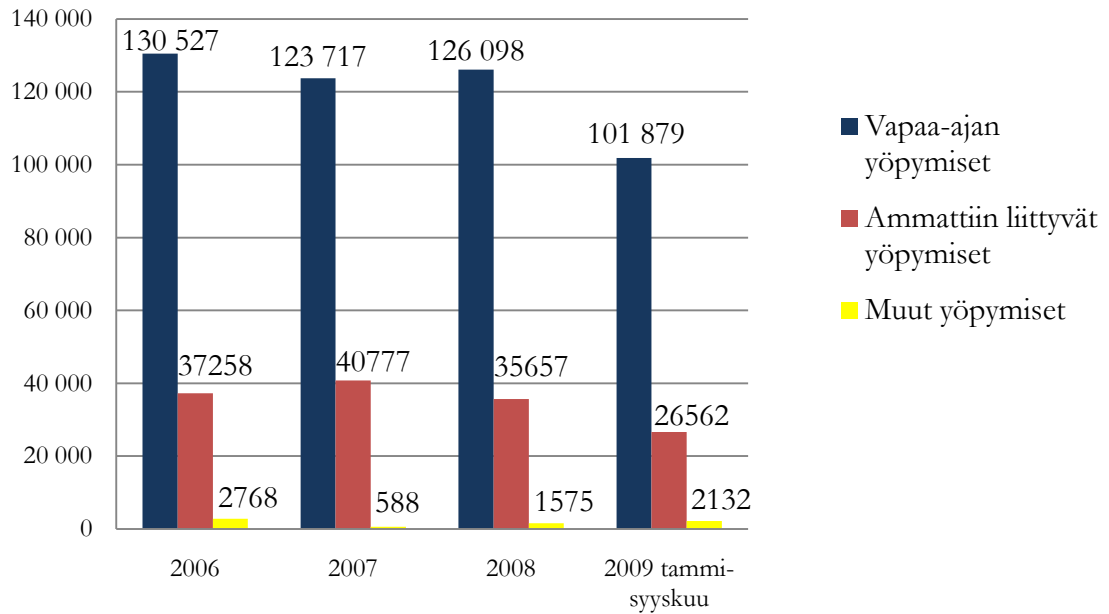
Kuvio 2. Lohjan sijainti kartalla (Lohja 2010a.)

Lohjalla matkailu on suhteellisen pieni toimiala, mutta kaupunki sijoittuu silti melko potentiaaliselle matkailualueelle. Lohjalla on hyvät mahdollisuudet saavuttaa vetovoimaisuutta. Matkailun nykytilassa näyttävät suurimpina matkailijaryhminä päiväkävijät sekä Lohjan kesäasukkaat. Kesäasukkaat ovat yleisesti ottaen tyytyväisiä Lohjan palveluihin, mutta kokevat kuitenkin, että Lohjanjärveä tulisi hyödyntää paremmin matkailussa. Päiväkävijä määrittellen matkai-

lijaksi, joka ei yövy alueella ja heidän matkustusmotiiviksi luetaan muun muassa kierto-, ostos-, tapahtuma-, harraste- ja kokousmatka sekä opiskelu. Esimerkiksi vuonna 2007 Lohjalla vieraili 272 000 päiväkävijää, joka on noin 32 prosenttia koko Länsi-Uudenmaan päiväkävijöistä. Samana vuonna päiväkävijät jättivät Lohjalle noin 14 miljoonaa euroa. Tärkeimmät matkailijaryhmät saapuvat pääkaupunkiseudulta. Tosin pääkaupunkiseudun läheisyys aiheuttaa myös sen, että Lohjalla ei yövytä, vaan suositaan päivämatkailua. Lohjan tunnetuin matkailukohde on jo kauan ollut ja on edelleen Tytyrin kaivosmuseo. Muita tunnettuja kohteita ovat muun muassa Lohjan Pyhän Laurin kirkko sekä luontokohde Lohjanjärvi. Lohja tunnetaan myös omenakaupunkina lukuisine omenapuineen ja -tapahtumineen. Lohjan monet erilaiset tapahtumat eivät tosin ole vielä tavoittanut toivotussa määrin pääkaupunkiseutulaisia. Tosin esimerkiksi Lohjan Mennen ajan joulumarkkinat on ollut suosittu kaksi päiväinen tapahtuma, jonka vuosittainen kävijämäärä on ollut noin 30 000 kävijää. Lohjan matkailukohteista Vironperä, virkistysuimala Neidonkeidas, Kisakallio sekä Vivamon Raamattukylä ovat vähemmän tunnettuja kohteita. Tulokset perustuvat Helsingissä 2006 tehtyyn matkailun katugallupiin, jonka otanta oli tosin pieni. Kisakallio tosin tunnetaan liikuntakeskuksena jopa kansainvälisesti yhtä lailla kuin esimerkiksi Vierumäen Urheiluopisto Heinolassa. (Lohja 2007, 4, 6; Suomen Matkailuasiantuntija Oy 2009, 32 – 33, 37.)

Vuoden 2007 tutkimusten mukaan Lohjalla oli matkailijoita palvelevia toimijoita kaikkiaan noin 310 (Sammatin liittyttyä Lohjaan 1.1.2009 toimijoita noin 330). Toimijoihin luetaan majoitus- ja ravitsemistoiminnan lisäksi matkailijoita palvelevat yritykset ja toimijat kuten esimerkiksi kaupan-, liikenteen-, ohjelmopalvelujen ja aktiviteettituotannon toimijat. Lohjan matkailijoita palvelevista 310 toimijasta noin 30 harjoittaa majoitus- ja noin 70 ravitsemistoimintaa. Lähikaupungeista vain Hangon matkailutoimijoiden määrä oli suurempi, noin 370 toimijaa. Tammissaarella toimijoita oli saman verran kuin Lohjalla. Muissa lähikaupungeissa toimijoita oli hieman vähemmän kuten Karkkilassa 130 sekä Karjaalla 110 matkailutoimijaa. Lohjan kokonaismatkailutulo vuonna 2007 oli vuorostaan noin 36 miljoonaa euroa vuodessa. Tästä määrästä suurin osa tulee majoitus- ja ravitsemispalveluista (37 %) sekä vähittäiskaupan palveluista (31 %). Aktiviteetti-, harraste-, ohjelma- ja virkistyspalveluiden osuus on yhteensä vain 19 prosenttia. Koko Länsi-Uudellamaalla matkailutuloa oli samaisena vuonna noin 194 miljoonaa euroa. (Suomen Matkailuasiantuntija Oy 2009, 6 – 9, 22, 35, 37.)

## Lohjan seudun yöpymiset



Kuvio 3. Lohjan seudun yöpymiset 2006 – 2009 syyskuuhun (Tilastokeskus/Artman 2009.)

Kuviossa 3 näkyy Lohjan seudun yöpymisten jakautuminen. Lohjan seutu käsittää Lohjan, Karjalohjan, Karkkilan, Nummi-Pusulan, Sammatin sekä Siuntion. Suurin osa alueen yöpymisistä on vapaa-ajan yöpymisiä, jotka ovat pysyneet melko samoissa lukemissa vuosien varrella. Alue on myös yritysasiakkaiden tasaisessa suosiossa. Esimerkiksi vuonna 2007 Lohjan seudulla tapahtui yhteensä 165 082 yöpymistä, joista noin 75 prosenttia oli vapaa-ajan yöpymisiä ja noin 25 prosenttia ammattiin liittyviä yöpymisiä. Samana vuonna Lohjan osuus kaikista yöpymisistä oli kokonaisuudessaan noin 44 prosenttia. Vuonna 2007 ulkomaalaisten osuus kaikista Lohjan yöpymisistä oli noin 12 prosenttia. Lohjan ulkomaalaiset yöpyjät saapuvat suurimmaksi osin Virosta, Venäjältä, Ruotsista ja Saksasta. Viime vuosina edellä mainittujen maiden lisäksi myös ranskalaiset, kiinalaiset sekä amerikkalaiset kiinnostuivat Lohjasta. (Tilastokeskus/Artman 2009.)

### 3.1 Ryhmämatkailu

Ryhmämatkat perustuvat eri matkailupalveluita tuottavilta yrityksiltä saataviin ryhmälennuksiin ja erikoishintoihin. Ryhmämatkoja tuottavat eri matkatoimistot sekä matkanjärjestäjät. Matkojen hinnat riippuvat niiden tuottajista, mutta yleensä alennettuja ryhmähintoja saadaan vähintään kymmenen hengen ryhmille. Ryhmämatkailussa ei ole määritelty varsinaista ryhmien henkilömäärän ylärajaa, mutta usein matkakohde ja kuljetusvälineen valinta saattavat rajoittaa ryhmäkokoja. Matkailijan näkökannalta ryhmämatkailun etuja ovat muun muassa halvempi

hinta, turvallisuus sekä matkanteon helppous, kun matkustajan ei itse tarvitse huolehtia ohjelmasta tai muista järjestelyistä. Erilaisia ryhmämatkoja ovat muun muassa kulttuuri-, taide-, harraste-, teema- ja kokousmatka. (Verhelä 2000, 75 – 81.)

Lohjan matkailutarjonnassa on ryhmämatkailijoille niin luonto-, liikunta- kuin kulttuurihistoriallisia kohteita. Lisäksi tarjolla on erilaisia ohjelma- ja elämyspalveluja. Yksi suosituimmista Lohjan ryhmäkohteista on Tytyrin 110 metrin syvyydessä oleva kaivosmuseo. Muita ryhmäkohteita ovat muun muassa Valtioneuvos Johannes ja Kyllikki Virolaisen kotitila Vironperä, Lohjan museo ja Lohjan Pyhän Laurin kirkko sekä lisäksi Lönnrotin kierros, jossa tutustutaan Elian Lönnrotin elämään ja elämäntyöhön liittyviin kohteisiin sekä Ojamon kartano ja siellä sijaitseva Suomen vanhin rautakaivos. Alitalon omenaviinitila tarjoaa ryhmille puolestaan maa-seutuelämyksiä erilaisine teemaretkineen ja myös lapsiryhmille toimintaa kotieläinten parissa. Vivamon toimintakeskus on vuorostaan rauhaa ja luonnon läheisyyttä sisältävä kohde kaikenikäisille ryhmille. Ohjelmapalveluiden puolelta on ryhmämatkailijoille tarjolla muun muassa Pois Tieltä! – maastoautosafareja sekä Meriturvan meripelastautumiskursseja. Lisäksi ryhmille on suunnattu monia erilaisia päivämatkoja. Ryhmävierailujen huippuvuosi Lohjalla oli matkailupalvelukeskuksen tilastojen mukaan vuonna 2004. Tuolloin ryhmämatkailijoiden määrä nousi jopa 55 000. Vuosien varrella ryhmämatkailun suosio Lohjalla on vaihdellut suuresti. Vuonna 2008 Lohjan matkailupalvelukeskuksen kautta tehtiin ryhmävarauksia muun muassa Tytyrin kaivosmuseoon 205 ryhmälle. Kohteen kokonaiskävijämäärästä ryhmien osuus oli noin 51 prosenttia. Opasvarauksia Lohjan eri matkailukohteisiin tehtiin samana vuonna yhteensä 144. (Lohjan kaupunki/Matkailupalvelukeskus 2009, 4 – 21, 29; Ermala 7.12.2009.) Valmistuttuaan Uudenmaan Järvikeskus toimisi myös Lohjan ryhmämatkailukohteen.

### **3.2 Lohjan matkailun kehityssuunnitelmia**

Lohjan matkailun visio vuoteen 2013 on seuraavanlainen:

Lohjalle on pääkaupunkiseudulta ja Turun seudulta helppo tulla nauttimaan virkistävästä kokous- ja päivämatkailukohteista tai kokemaan mieleenpainuvia luonto-, liikunta- ja kulttuurielämyksiä. 2010-luvun alussa Lohjalla on käytettävissä myös uuden kaupunkihotellin palvelut. (Lohja 2007, 4.)

Lohjan matkailun visiossa ilmenee yhtäläisyyksiä Uudenmaan liiton matkailuvisioon ja sen ydinsanoihin, jotka ovat kulttuuri, kokous, meri ja pääkaupunki. Lohjan matkailussa ydinsanoja sovelletaan muodossa luonto, liikunta, läheisyys ja luovuus. (Uudenmaan liitto 2007, 8; Lohja 2007, 4.)

Lohjan matkailun kehittämisessä määritellään kolme painopistealuetta, jotka ovat Lohjan tunnettuuden ja vetovoimaisuuden lisääminen, kaupungin infrastruktuurin kehittäminen matkailutukien sekä alueellisen matkailuyhteistyön kehittäminen. Ensimmäisessä painopistealueessa painotetaan, että Lohjalla ei ole yhtä ylivoimaisen vetovoimaista matkailukohdetta. Kaupungissa on tosin monia matkailuelämyksiä tarjoavia palveluita, joita tulisi jatkossa kannustaa kehittämään alueelle yhteisiä tuotteita ja markkinointikonsepteja. Lohjan markkinointiviestintä on jo pitkään perustunut omenaimagoon, mutta ulkopaikkakuntalaisia tämä viesti ei ole tavoittanut toivotussa määrin. Painopistealueen menestystekijäksi mainitaan Lohjan kaupungin matkailukuvan rakentaminen, jolloin Lohja saadaan erottumaan matkailukohteena. Myös viestintää tulee kehittää ja apuna siihen on mainittu kaupungin yhtenäinen graafinen ohjeistus. Muita menestystekijöitä ovat kohderyhmien tunnistaminen, matkailu- ja vapaa-ajan palvelujen tuoteistaminen, yhteistyön koordinointi Lohjan matkailussa sekä yhteismarkkinoinnin suunnittelu ja laatiminen Lohjan matkailuun. (Lohja 2007, 8 – 9.)

Toinen painopistealue pitää sisällään kaupungin infrastruktuurin kehittelyä, joka tulee tukemaan matkailua. Kaupungilla ei ole matkailuninfrastruktuurin kehittämiseen ja ylläpitämiseen merkittyä budjettia. Monet näköala- ja virkistyspaikat ovat huonosti hoidettuja sekä monet luonnonkohteet kuten Rantareitti, Törmän avolouhos, Liessaari, Torholan luolat eivät nykytilassaan pysty tarjoamaan sellaisia elämyksiä, joita ne parhaimmillaan voisivat tarjota. Tämän painopistealueen menestystekijät ovat puolestaan matkailun tarpeiden huomioiminen kaupunkia suunniteltaessa sekä neuvonta- ja kehittämispalveluiden kehittäminen. Muita menestystekijöitä ovat matkailun kehittämisen joko pienimuotoiset tai ”isot jutut”. Pienimuotoiseen kehittämiseen kuuluvat muun muassa matkailuympäristön siisteys ja yleisilme, autoilijoiden opasteet ja tienvarsi-infopisteet, ulkoilureitit sekä pysäköintikäytännöt. Matkailun ”isoihin juttuihin” kuuluvat puolestaan Tytyrin, Lohjanjärven Rantabulevardin ja Lohjansaaren kehittäminen. (Lohja 2007, 10 – 11.)

Kolmas painopistealue eli alueellisen matkailuyhteistyön kehittämisessä panostetaan matkailun kehittämiseen yhteistyöpohjalta ja etsitään samalla toimivia yhteistyömalleja. Tässä painopistealueessa menestystekijöiksi luetellaan osallistuminen alueellisen matkailun kehittämiseen, jossa huomioidaan esimerkiksi kestävä kehitys. Muita menestystekijöitä ovat asemointi metropoli-alueella eli tuodaan esille vahvuuksia ja valitaan yhteistyökumppaneita sekä myös Lohjan rooli matkailun seudullisessa yhteistyössä. (Lohja 2007, 11 – 12.)

Uudenmaan Järvikeskus toteutuessaan tukisi niin Lohjan matkailun visiota kuin painopistealuetta. Järvikeskus toisi Lohjalle uuden luonto-, liikunta- ja kulttuuripainotteisen päivämatkailukohteen, joka myös edesauttaa taholtaan jokaista kehityksen painopistealuetta. Kohde lisäisi Lohjan tunnettuutta ja vetovoimaisuutta sekä voisi toimia jopa Lohjan huippukohteenä. Lisäksi alueen infrastruktuuri kehittyi matkailua tukien sekä alueellinen matkailuyhteistyön lisääntyminen hankkeen edetessä. Suomen matkailustrategiassa yhtenä matkailun kehittämisen painopistealueena ovat teemapohjaiset tuotteet ja palvelut, joiden tulee pohjautua maamme kulttuuriin sekä luonnon erityispiirteisiin ja vetovoimatekijöihin. Matkailun tuoteteemoiksi määritellään lumi, joulukuu, vesistö, hyvinvointi ja tapahtumat sekä teemoihin perustuen kehitettävät erilaiset matkailumuodot kuten kokousmatkailu, lyhytlomat ja kiertomatkailu. Valtakunnallisista matkailuteemoista Lohjalle sopivat muun muassa kokous-, hyvinvointi-, vesi- ja lumituotteet. Erityisteemoiksi soveltuvat tarinat, ruoka, pimeys, joulunaika ja reittituotteet. Uudenmaan Järvikeskus toimisi teemapohjaisena tuotteena edustaen muun muassa vesistöteemaa. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 21/2006, 23, 29; Lohja 2007, 6.)

### **3.2.1 Järvikaupunki Lohja**

Lohjan matkailun vision lisäksi myös Lohjan kaupungille on laadittu oma visionsa. Uudistuneessa kaupunkistrategiassa määritellään Lohjan visioksi ”Lohja on laadukkaan elämän elinvoimainen järvikaupunki”. Lohjan kaupunki valitsi myös eri skenaariovaihtoehdoista jatko-työstämisen pohjaksi Järvenrantakaupunki-skenaarion. Kaupunki haluaa muun muassa hyödyntää järveä ja luontoa entistä paremmin sekä panostaa hyvinvointi-, koulutus-, kulttuuri- ja matkailupalveluihin. Kaupunkisuunnittelussa otetaan huomioon myös matkailun tarpeet. Tavoitteena on saada Lohjalle monipuolisemmat virkistysalueet kuten luontopuistot, lähiliikuntapaikat ja rannat sekä niiden toiminnallinen kehittäminen. Lisäksi matkailuyhteistyötä halutaan kehittää. (Lohjan kaupunki 2009, 7 – 8, 17, 19.)

Lohjan kaupungin uusi visio ei vastaa tämän hetken todellisuutta ja imago järvikaupunkina on vielä heikko. Järven tuomaa potentiaalia ei yritysten ja matkailun kannalta ole osattu vielä hyödyntää kunnolla. Rannoilta puuttuu palveluja, rantoja ei hyödynnetä tarpeeksi tapahtumissa sekä kunnolliset opasteet muun muassa hankekohde Porlan viereiselle rannalle Aurlahteen puuttuvat. Suuremmille ryhmille (yli 25 henkilöä) ei myöskään ole järveen liittyvää matkailutarjontaa. Lisäksi jo olemassa olevissa rantojen palveluissa on parantamisen varaa. Myös hankekohde Porlan alue on vielä epäsiistissä kunnossa eikä houkuta matkailijoita. Lohjan matkailun edistämisen sekä uuden vision kannalta olisikin erittäin tärkeää, että Porlan aluetta kehitettä-

siin. Uudenmaan Järvikeskus nostaisi sekä Lohjan että Porlan alueen imagoa matkailu- ja luon-  
tokohteena. (Ermala, M. 9.11.2009.)

Lohjan uudessa vuoden 2010 matkailu- ja lomaoppaassa on tuotu paremmin esille Lohjanjär-  
ven matkailua. Järvimatkailu on matkailua, joka tapahtuu sekä järvellä että järven ympäröimällä  
maa-alueella. Järvimatkailuun luetaan kuuluvan järvi ja rannat sekä järveä ympäröimän alueen  
palvelut ja infrastruktuurin, jotka tukevat järven roolia matkailukohteena. Järvien suosio vapaa-  
ajan viettopaikkoina alkoi vasta 1700-luvun lopussa. Ennen sitä järvet nähtiin vain hyödyllisinä  
vesi- ja ruokalähteinä. Veselementti on muodostunut tärkeä osa matkailu- ja vapaa-ajan  
vetovoimaisen elementin vedestä tekee muun muassa sen erilaisuus maaperään nähden, myyttisyys  
sekä osittain myös veden vaarallisuus. Lisäksi vesi herättää matkailijoissa muun muassa aistilli-  
sia tuntemuksia ja saa heidät rentoutumaan. (Hall & Härkönen 2006, 4 – 6, 105 – 106; Lohjan  
matkailupalvelukeskus 2010, 4 – 5.)



Kuva 1. Kaupunki järven rannalla (Lohja 2010b.)

### 3.2.2 Sininen keskuspuisto

Lohjan rannat ovat yksi kaupungin tärkeistä voimavaroista, joten myös rantoja ja Lohjan ranta-  
raitia halutaan kehittää ja uudistaa. Rannoille ja järviolueelle suuntautuu vapaa-ajan viettoa,  
asutusta sekä elinkeinotoimintaa. Lohjan rantaraitin ideoinnissa on muodostunut karkeasti  
kolme eri osa-alueita ominaispiirteineen. Nämä alueet ovat vihreä rantapuisto, sininen keskus-  
puisto ja Risti- ja Pappilanselän kulttuuriraitti. Tässä kohtaa perehdytään vain siniseen keskus-  
puiston ideointiin, jossa hankekohte Porla sijaitsee. Sininen keskuspuisto tulisi tarjoamaan  
kiireettömyyttä ja muista alueista eroavaa toiminta- ja palvelutarjontaa sekä rakennetumpaa  
ilmettä. Alueella on upeat miljööt, joita sen suunnittelussa tulee ottaa huomioon ja vaalia. Li-  
säksi alueen historiaa ja elämyksellisyyttä tulee korostaa. Sininen keskuspuisto sijaitsee alueella,  
jossa on virkistys- ja matkailupainotteisia kehittämiskohteita. Porla on yksi puiston kehityskoh-  
teista, jolla olisi potentiaalia kehittyä julkisemmaksi puistoksi omaleimaisine tunnelmineen ja



maisemoineen. (Levonmaa 2008, 3, 14.) Hankekohde Porla on yksi tärkeä osa Lohjan rantaraittia ja jatkuvuuden säilyttämiseksi tulee rantaraittia kunnostaa ja kehittää edelleen. Mitä suurempi ja monipuolisempi on tarjonta, sitä suurempi on myös kysyntä ja näin myös matkailijoiden määrä. (Helttunen S. 2.12.2009.)

## 4 Uudenmaan Järvikeskus – hanke

Porlan alueen tulevaisuudesta on käyty jo vuosikymmenet keskustelua ja tehty erilaisia kaavailuja, mutta suunnitelmat ovat aina jääneet kesken. Aktiivisten asukkaiden keväällä 2008 järjestämän kansalaisfoorumien jälkeen oli selvää, että alueen kehittämiseen on hyvät mahdollisuudet ja laaja kansalaiskiinnostus, mutta ei eteenpäin vievää toimijaa. Näin ollen yhdistys päätti selvittää Lohjanjärven rannalla sijaitsevan Porlan alueen kehittämismahdollisuuksia. Yhdistys sai kaupungilta luvan tehdä esiselvityksen Järvikeskuksen toteuttamismahdollisuuksista. Hanke käynnistyi Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry:n toiminnanjohtaja Lehtosen mukaan kahdesta eri syystä. Yhdistys tekee aatteellista vesiensuojelun edistämistoimintaa, johon Porlan alueella on hyvät mahdollisuudet. Yhdistys tarvitsee myös toimintansa kehittyessä suuremmat toimitilat, jotka tulevaisuudessa voisivat sijaita Uudenmaan Järvikeskuksen alueella. Yhdistyksen toiminnan sijoittuminen Porlaan avaisi alueen hyödyntämiseen uusia mahdollisuuksia. (Lehtonen, J. 13.10.2009.)

Uudenmaan Järvikeskus – hanke toimi ajalla 1.11.2008 – 19.3.2010. Tavoitteena oli saada aikaan Uudenmaan Järvikeskusta koskeva esiselvitys, joka tarjoaa kiinnostavan toteuttamisvaihtoehdon Porlan alueen kehittämiseen. Esiselvityksessä kartoitettiin toimintojen toteuttamiskelpoisuus, toteutustapa, rahoitusmahdollisuuksia sekä mahdolliset yhteistyökumppanit. Hankkeen etenemisestä kerrotaan myöhemmin kappaleessa 4.4. Esiselvityksen tulokset tulevat olemaan Lohjan kaupungin käytettävissä. Lohjan kaupunki omistaa Porlan alueen ja tekee päätökset alueen tulevasta kaavoituksesta. (Helttunen 2009b, c.)

Uudenmaan Järvikeskus – hankkeen tavoitteena on toteuttaa Lohjalle Porlaan, eteläisen Suomen suurimman järven Lohjanjärven rannalle, Uudenmaan Järvikeskus. Alueelle on tarkoituksena luoda vesi- ja ympäristöosaamisen ja -palveluiden keskus, joka toimii samalla matkailua tukevana perhe- ja luontopuistona. Osaamiskeskittymä tulee tekemään vahvaa yhteistyötä niin alan tutkimuslaitosten, ammattikorkeakoulujen kuin yliopistojen kanssa. Perhepuisto tulee toimimaan sekä lähialueen asukkaiden virkistys- ja luontoelämyskeskuksena että matkailijoita kiinnostavana tutustumis- ja virkistyskohteena. Järvikeskus toimii samalla myös kaupunkipuiston ytimenä sekä opastuskeskuksena. (Lehtonen 2009, 1.) Hankkeen tavoitteista ja visioista kerrotaan lisää kappaleessa 4.3 Järvikeskuksen kehittäminen.

#### 4.1 Hankekohde Porla

Hankekohde Porla sijaitsee Lohjan kaupungin keskustan välittömässä läheisyydessä Lohjanjärven rannalla. Biologi Hugo Lagus lunasti vuonna 1916 Porolähteiksi kutsutun Lohjanjärven ranta-alueen omistukseensa ja aloitti Porlan kalanviljelylaitoksen rakentamisen. Kalanviljely Suomessa oli tuolloin vasta alkutekijöissään. Porlan kalanviljelylaitos aloitti toimintansa 1917 ja oli valmistuttuaan Suomen suurin. Harvinaista alueessa oli se, että Porlan alue voitiin suunnitella kokonaan lähdevedellä toimivaksi. Hugo Laguksen aikana lammikoissa viljeltiin pääosin taimenta, kuhaa, siikaa ja merilohta sekä täplärapua. Alue sai nimekseen Porla, joka viittasi veden juostessaan synnyttämään poreiluun ja solinaan. Vuonna 1923 laitoksesta muodostettiin osakeyhtiö Ab Porla Oy, jonka johtajana Lagus toimi. Nykyiseen kuuden hehtaarin muotoonsa Lagus rakensi alueen vuoteen 1928 mennessä. Tuolloin laitos siirtyi myös kokonaan Ab Porla Oy:ltä Kokemäenjoen lauttayhdistykselle. Laitosta uudistettiin, altaita yhdisteltiin ja uusia altaita rakennettiin. Alueella oli enimmillään 19 allasta. Kokemäenjoen lauttayhdistys puolestaan vuokrasi alueen Kalataloussäätiölle kymmeneksi vuodeksi vuonna 1949. Porlasta tuli tutkimuskalanviljelylaitos. Lohjan kaupungin omistuksessa Porla on ollut vuodesta 1981 alkaen. (Lohjan Kotiseutututkimuksen Ystävät r.y. 2005:1, 20 - 24; Lohjan kaupunkisuunnittelukeskus ja Lohjan museo 2007, 51.)



Kuva 2. Porlan alue (Helttunen 2009d.)

Nykyään alueella on 16 luonnonravintolammikkoa, joiden yhteispinta-ala on noin neljä hehtaaria sekä valtakunnallisesti arvokas noin 1,1 hehtaarin kokoinen lehto ja lähteikkö. Lisäksi alueella on säilynyt vuonna 1916 rakennettu puurakenteinen kalastusmestarin asunto sekä vuonna 1926 rakennettu kalahautomotom. Laitos on maamme ainoa keskieuropalaistyypinen lampiviljelylaitos. Lähimmät samankaltaiset laitokset sijaitsevat Etelä-Ruotsissa ja Virossa. (Lohjan kaupunkisuunnittelukeskus ja Lohjan museo 2007, 51; Lohjan matkailupalvelukeskus 2008, 2.) Tällä hetkellä Porla mainitaan matkailun puolelta vain omatoimisissa kävelykierroskartoissa;

Koko perheen Lohja sekä Rantojen Lohja. Näille kierroksille on mahdollista varata myös opastus. Porla mainitaan lisäksi Lahokallion luontopolun oppaassa kerrottaessa eri kasvilajeista. (Lohja 2009.)

## 4.2 Aiempi tutkimus

Uudenmaan Järvikeskus – hankkeen ensimmäinen yleisötapauhtuma, Elojuhla Porlassa, järjestettiin 25.8.2009. Tilaisuudesta kerrotaan myöhemmin lisää kappaleessa 4.4. Tilaisuuteen osallistuneet pääsivät vaikuttamaan hankkeeseen vastaamalla hankesuunnittelija Sanna Helttusen tekemään kyselyyn. Kyselyyn vastasi 40 henkilöä, jotka olivat sekä yksityis- että yrityshenkilöitä. Vastaukset analysoimme yhdessä hankesuunnittelijan kanssa.

Taulukko 1. Porlan hyödyntäminen tällä hetkellä (Uudenmaan Järvikeskus)

TOP 3	
1	Lenkkeily / Ulkoilu
2	Kalojen, muiden eläinten tai luonnon seuranta
3	Virkistymisen / rauhoittuminen

Taulukossa 1 ilmenee vastauksista esille nousseet kolme suosituinta Porlan alueen hyödyntämistä. Puolet vastanneista kertoi käyttävänsä Porlan aluetta lenkkeilyyn tai ulkoiluun. Vastanneista noin 36 prosenttia mainitsi hyödyntävänsä aluetta myös altaissa uiskentelevien kalojen ja muiden alueen eläinten seuraamiseen tai luonnontutkimiseen. Lisäksi noin 31 prosenttia vastanneista kertoi hyödyntävänsä aluetta virkistymiseen ja rauhoittumiseen. Porlan aluetta hyödynnettiin myös esimerkiksi koulujen opetusretkillä tai tuomalla omia vieraita tutustumaan alueeseen.

Taulukko 2. Toiveita Porlan kehittämiseksi (Uudenmaan Järvikeskus)

TOP 5	
1	Järvikeskusidea hyvä
2	Alueen siistiminen / kunnostus (etenkin altaat)
3	Tutkimus- / koulutuskeskus
4	Toiminta pysyy ennallaan
5	Yleisölle virkistyskäyttöön

Taulukosta 2 nousee esille vastauksista esille nousseet viisi mainituinta toivetta Porlan alueen kehittämiseksi. Vastanneista noin 33 prosenttia piti Porlan Elojuhlassa kerrottua Järvikeskusideaa hyvänä vaihtoehtona alueen tulevaisuudelle. Puistoalueita kaivataan. Vastanneista noin 26 prosenttia toivoi aluetta ja etenkin altaita kuitenkin siistittävän ja kunnostettavan. Alueelle ehdotettiin myös lisättävän penkkejä ja roskakoreja sekä tehtävän leveämpiä polkuja (huomioiden myös liikuntaesteiset). Vastanneista noin 18 prosentti toivoi alueelle tutkimus- tai koulutuskeskusta, jota voisivat hyödyntää niin alan ihmiset kuin eri tason oppilaitokset. Lisäksi noin 10 prosenttia vastanneista oli huolissaan luonnon kohtalosta ja halusikin Porlan toiminnan säilyvän ennallaan tai toimivan yleisölle vain virkistyskäytössä. Alueen luonto ja sen suojeleminen ja säilyttäminen nähtiin erittäin tärkeäksi. Alueelle ei haluta luontoa tuhoavaa uudisrakentamista, ei kerrostaloja eikä hotelleja.

### 4.3 Järvikeskuksen kehittäminen

Porlasta on mahdollista kehittää houkuttelevampi matkailukohde, joka toimisi ainutlaatuisena paikkana tutustua eteläsuomalaiseen järvimaisemaan. Alueella on erinomainen sijainti Lohjan keskustan tuntumassa Lohjanjärven rannalla. Kaupunki sijaitsee myös pääkaupunkiseudun matkailijoiden välittömässä läheisyydessä. Porlan 90-vuotiaat kala-altaat, valtakunnallisesti arvokas luonto sekä Lohjalle merkityksellinen kulttuurihistoria tarjoavat monipuolisia mahdollisuuksia, joita Lohjalla ei ole vielä hyödynnetty. (Helttunen 2009e. )

Uudenmaan Järvikeskus -hankkeelle on määritetty oma visionsa:

Porlan alueella on vetovoimainen perhepuisto, jolle merkittävää lisäarvoa tuo toimiva kalanviljely. Etelä-Suomen suurimman järven rannalle sijoittuva Uudenmaan Järvikeskus PORLA toimii alueellisesti, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti merkittävänä vesistötutkimuksen ja kunnostuksen osaamiskeskittymänä. (Lehtonen 2009, 2.)

Hankkeen visiona on luoda Porlan alueelle matkailua ja virkistyskäyttöä palveleva perhepuisto. Puiston kala-altaisiin tulisi uiskentelemaan värikkäitä koristekaloja sekä jättikokoisia karppeja ja monneja, joita saisi katsoa ja koskea. Puistossa harjoitettaisiin myös pienimuotoista kalanviljelyä, joka turvaisi lähivesien arvokkaita kalakantoja. Lisäksi alueelle kaavaillaan järviluontoa esitteleviä akvaarioita sekä luontokoulua. Luontokoulu tarjoaisi monipuoliset puitteet luonnon tutkimiseen (hyvin varusteltu luokkatila mikroskooppineen ynnä muine tarvittavine välineineen). Järvikeskuksen kala-altaiden värikkäät koristekalat, jättikokoiset karpit ja monnit sekä puistoalueen eri lintu-, perhos- ja hyönteis- sekä kasvilajit tukisivat luontokoulutoimintaa. Alueella olisi myös erilaisia luontopolkuja luontotehtävärasteineen. Luontokoulu tarjoaisi lisäksi

erilaisia, vielä suunnitteilla olevia, ohjelmapaketteja ryhmille. Perhepuisto sekä luontokoulu tukisivat niin nykyisiä rannan alueen matkailutoimintaa harjoittavia yrityksiä kuin uuttakin matkailua. Alueen virkistys- ja matkailupalveluja kehitettäessä pohditaan suunnitelmia sekä vesi- että luontomatkailunäkökulmista. Tällöin huomioidaan sekä alueelle mahdollisesti sijoitettavat matkailuelinkeinon tarvitsemat tukipalvelut että kalanviljelyyn ja kalastukseen liittyvät Uudenmaan järvikeskuksen toimintaan tukeutuvat palvelut. Lisäksi selvitetään uusien palvelukonseptien kuten leirikoulujen, kalastuskurssien sekä kalastusretkien mahdollisuudet alueella. (Helttunen 21.1.2010; Helttunen 2009f.)

Hankkeen visiona on luoda alueelle myös eri toimijoiden kanssa verkostoitunut valtakunnallisesti merkittävä vesi- ja ympäristöosaamisen ja palveluiden keskus – osaamiskeskittymä. Osaamiskeskittymään kaavaillaan ympäristöalan tutkimusta, neuvontapalveluja, koulutusta sekä matkailua tukevaa palvelua. Näitä olisivat esimerkiksi eri toimijoiden ylläpitämät näyttelytilat, kokous- ja saunatilat sekä kahvila tai ravintola. Esiselvityksessä kartoitetaan alustavasti osaamiskeskittymän toteutusmahdollisuudet sekä mahdollisten yhteistyökumppaneiden kiinnostusta. (Helttunen 21.1.2010.) Liitteessä 1 on havainnollistava kuva suunnitteilla olevasta Järvikeskuksesta. Yleissuunnitelma jakautuu Järvikeskuksen ja kalamestarin asunnon pihapiiriin, allasalueeseen, rantavyöhykkeeseen ja Porlan lehtoalueeseen. Näitä eri osa-alueita yhdistää järvi- ja kalateema sekä alueella kiertävä luontopolku. Lisäksi taulukkoon 3 on koottu kaikki Uudenmaan Järvikeskuksen alueelle suunnitellut ideat.



Kuva 3. Perhepuiston asukkeja (Helttunen 2009g.)

Kaukoviisas Oy:n toimitusjohtaja Jukka Kauko on tehnyt Järvikeskuksen liiketoiminnasta konsulttiselvityksen. Järvikeskuksen kehittämismahdollisuuksina on kehittää alue palvelemaan joko ensisijaisesti kaupunkilaisia, jolloin kyseessä on virkistyskohde tai kehittää alue palvelemaan sekä kaupunkilaisia että ulkopuolisia henkilöitä, jolloin kyseessä on vetovoimainen ja kaupallinen kohde. Viimeiseksi mainittu vaihtoehto antaa alueelle kuitenkin monipuolisemmat kehittämismahdollisuudet tulevaisuudessa. Kohteen asiakasryhmiksi on kaavailtu muun muassa lapsiperheitä, koululais- ja opiskelijaryhmiä, Lohjan asukkaita sekä kesäasukkaita ja heidän vieraita, kotimaisia turisteja, eläkeläisryhmiä, kokous- ja yritysasiakkaita, alan ammattivieraita sekä

ulkomaalaisia turisteja. (Kauko, J. 21.1.2010.) Yksi kohde ei kuitenkaan voi tavoittaa jokaista mahdollista asiakasta, jolle sen tuotteet sopisivat eikä myöskään markkinoida palvelujaan samalla tavalla eri asiakasryhmille. Näin tehdessään esimerkiksi markkinointi tulisi erittäin kalliiksi eikä jokaisen asiakkaan tarpeita pystyisi tyydyttämään. Eri asiakasryhmillä kuten perheillä, opinto- tai yritysmatkailijoilla on erilaiset toiveet ja tarpeet matkailukohteista. Näiden piirteiden mukaan asiakkaat jaetaan eri ryhmiin, segmentteihin, joiden avulla esimerkiksi markkinointi voidaan kohdistaa tehokkaammin ja tarjota kullekin segmentille sopivia palveluja. (Komppula & Boxberg 2002, 74 – 75.)

Uudenmaan Järvikeskuksessa tulisi olemaan sekä kaupallista että ei-kaupallista palvelutuotantoa. Alueen kehittämisen päätavoitteet ovat kuitenkin enemmän yhteiskunnallisia kuin liiketaloudellisia. Uusi kaupallinen toimija, Järvikeskus Oy, sijoittuisi osaamiskeskittymään, jossa liiketoiminta-alueita olisivat muun muassa ravintolatoiminta, pääsylipputulot akvaario- ja näyttelytiloihin, järvikeskusmyymälä, nettikauppa, kala-, vesi- ja ympäristöosaamiseen liittyvät asiantuntijaluennot sekä tuotteistetut elämyspalvelut ja alihankintana ostettavat ohjelmalvelut. Järvikeskus Oy:n menestystekijöitä ovat muun muassa uusimman kala-, vesi- ja ympäristöosaamisen, helppo saavutettavuus sekä tiivis yhteistyö sidosryhmien ja ympärillä olevien toimijoiden kanssa. Järvikeskus-idean tärkeimmän vetovoimatekijän muodostavat Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö yhdistyksen tietotaito ja osaaminen. Hankkeen toteutukseen saattaminen edellyttääkin tiivistä yhteistyötä yhdistyksen kanssa sekä lisäksi Lohjan kaupungilta merkittävän taloudellisen panostuksen. Lohjan Järvikeskuksen kokonaisinvestoinnin arvioidaan olevan noin 13,5 - 14 miljoonaa euroa. Oletuksena on, että Järvikeskuksessa kävisi ensimmäisenä vuotena noin 14 600 maksavaa asiakasta. Luvun ennustetaan kasvavan viidessä vuodessa noin 18 000 vuotuisen vierailijaan. Muita ei-pääsylipun maksavia vierailijoita kävisi alueella huomattavasti enemmän. Vuositasolla Järvikeskuksessa arvioidaan käyvän kaikkiaan noin 40 000 – 50 000 ihmistä. (Kauko, J. 21.1.2010.)

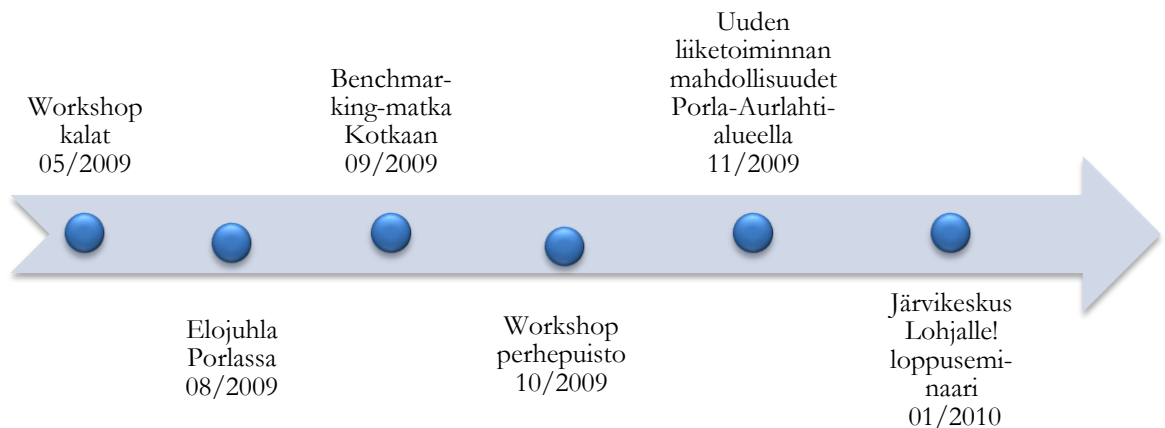
Taulukko 3. Ideoita Uudenmaan Järvikeskukseen

Uudenmaan Järvikeskukseen suunnitteilla olevat ideat
➤ Kala-altaisiin mm. koristekaloja, monneja, karppeja jne.
➤ Järviluontoa esitteleviä akvaarioita sekä näyttelytilat
➤ Luontokoulu ja leirikoulutoimintaa
➤ Elämys- ja ohjelmalveluja (esim. kalastuskursseja ja -retkiä)
➤ Järvikeskusmyymälä

➤ Pienimuotoista kalanviljelyä
➤ Ympäristöalan tutkimus- ja neuvontapalveluja
➤ Kokous- ja saunatilat
➤ Kahvila / ravintola

#### 4.4 Hankkeen toiminta

Uudenmaan Järvikeskus – hankkeen työskentelymenetelmiä ovat muun muassa tiedonkeruu, tiedottaminen ja yhteistyökumppanien hakeminen sekä erilaiset työpajat. Hankkeesta tiedotettiin ja sitä esiteltiin erilaisissa tilaisuuksissa tarkoituksena herättää kiinnostusta sekä saada aikaan ideoita ja ajatuksia toteuttamiskelpoisen kokonaisuuden löytämiseksi. Lisäksi haluttiin saada aikaan verkostoitumista mahdollisten toimijoiden löytämiseksi mukaan hankkeeseen.



Kuvio 4. Hankkeen eteneminen

Kuviosta 4 ilmenee hankkeen eteneminen. Uudenmaan Järvikeskus – hankkeen ensimmäinen workshop-tilaisuus järjestettiin 7.5.2009 aiheella kalat. Tilaisuudessa Martti Naukkarinen Kalavesi Konsultit Oy:stä esitteli alustavat ideat Porlan kalanviljelyn ja altaiden suunnitelmasta sekä hautomосуunnitelmasta.

Uudenmaan Järvikeskus – hankkeen ensimmäinen yleisötapauhtuma, Elojuhla Porlassa, järjestettiin 25.8.2009. Tapahtumassa kuultiin muun muassa Porlan historiasta, alueen kaavoituksesta, Porlan hyödyntämisestä opetuksessa sekä alueelle suunnitteilla olevasta Uudenmaan järvikeskuksesta. Osallistujat pääsivät myös kertomaan omat ideansa ja mielipiteensä asiasta. Tarjolla oli lisäksi Lohjanjärven muikkua ja muuta kalaa. Tapahtuma keräsi runsaasti asiasta kiinnostuneita kuulijoita paikalle.



Seuraavana vuorossa oli Uudenmaan Järvikeskus -hankeryhmän benchmarking-matka eli tutustumismatka Kotkan akvaariotalo Maretariumiin ja Sapokan vesipuistoon 11.9.2009. Tutustuimme Maretariumin toimintaan ja esittelytiloihin sekä Kotkan upeisiin puistoihin kuten Sapokan vesipuistoon. Hankeryhmä sai matkan aikana paljon uusia ideoita hyödynnettäväksi Uudenmaan Järvikeskus Porlan suunnittelussa.

Hankeryhmän seuraavassa workshopissa 9.10.2009 käsiteltiin perhepuistoa. Hankesuunnittelija Helttunen esitteli lyhyesti Uudenmaan Järvikeskus -hankkeen tilanteen, josta Mervi Hokkanen Studio Terra Oy:stä jatkoi esittelemällä perhepuiston alustavan ulkoisen suunnitelman. Suunnitelma laadittiin yleissuunnitelmatasoisena siten, että se mahdollistaa alueen kehittämisen monipuoliseksi, vetovoimaiseksi ja viihtyisäksi perhepuistoksi Lohjan alueen asukkaiden ja matkailijoiden käyttöön. Aluksi käytiin läpi alueella tehdyt inventoinnit kasvillisuuden, vesialueen, tilallisuuden, rakennusten, reitistön ja historian osalta. Osa-alueita olivat muun muassa rantaraitti ja Lohjanjärven ranta, kalanviljely- ja allaspuisto, kalamestarin pihapiiri, luonnonsuojelualue ja luontopolku, ehdotus osaamiskeskittymän sijainnista sekä lehto ja luontopolku. Hokkanen esitteli myös alueen alueleikkaukset sekä alustavan valaistussuunnitelman. Lopuksi kommentoitiin ehdotuksia ja pohdittiin yleissuunnitelman jatkoaikataulua.

Seuraavana oli vuorossa 9.11.2009 järjestetty yrittäjille suunnattu tilaisuus uuden liiketoiminnan mahdollisuuksista Porla-Aurlahti – alueella. Tilaisuudessa hankesuunnittelija Sanna Helttunen esitteli Uudenmaan Järvikeskus – hanketta, Lohjan kaupungin matkailusihteeri Minna Ermala kertoi Järvikeskuksen vaikutuksista Lohjan ja Länsi-Uudenmaan matkailulle, Lohjan yrittäjät ry:n puheenjohtaja Juhani Hyry puhui palveluliiketoiminnan mahdollisuuksista alueella sekä Uudenmaan liiton erityisasiantuntija Tarja Koistinen kertoi Uudenmaan liiton näkemyksen Porlan kehittämisestä sekä hankkeiden rahoituksesta. Tilaisuudessa herätti yrittäjien keskuudessa paljon mielenkiitoa, kysymyksiä ja keskustelua. Liiketoiminnan mahdollisuuksista kiinnostuneita pyydettiin ottamaan yhteyttä hankesuunnittelijaan tarkempien keskustelujen käymiseksi.

Viimeisenä tilaisuutena järjestettiin Järvikeskus Lohjalle! – yleisötilaisuus 21.1.2010. Uudenmaan Järvikeskus – hankkeen loppuseminaarin avasi Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry:n toiminnanjohtaja Jaana Lehtonen. Tilaisuudessa esiteltiin hanketta yleensä, Lohjaa Järvikaupunkina, perhepuiston yleissuunnitelmia havainnollistavine kuvineen ja karttoineen, Järvikeskuksen liiketaloudellista näkökulmaa sekä kerrottiin mitä tapahtuu hankkeen esiselvityksen jälkeen. Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry:n toiminnanjohtajan lisäksi tilaisuudessa esiin-

tyivät muun muassa hankesuunnittelija Sanna Helttunen, Lohjan kaupungin elinkeinojohtaja Jorma Korhonen, perhepuiston yleissuunnitelmasta vastaavan Studio Terra Oy:n edustaja Mervi Hokkanen ja Järvikeskuksen kaupallisesta näkökulmasta puhunut Kaukoviisas Oy:n toimitusjohtaja Jukka Kauko. Yleisö innostui hankkeesta entisestään ja tekeminen hankkeen etenemiseksi haluttiin jo aloittaa ennen kuin joku muu ehtii ensin. Yleisön mielipiteistä nousi ilmi, että Järvikeskukselle on tarvetta ja sen menestymiseen uskotaan. Toteutuakseen Järvikeskus suunnitelmat edellyttävät jatkovalmistelua ja päätöksiä sekä yhteiskunnan rahaa. Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry tulee luovuttamaan hankkeen tuotokset Lohjan kaupungin käyttöön ja esittää kaupungille nyt tehdyn työn jatkovalmistelua kaupungin toimesta.

## 5 Vetovoimaisen ryhmämatkailukohteen edellytyksiä

Seuraavassa esitellään käsitteitä matkailukohde ja vetovoimaisuus. Uudenmaan Järvikeskus tarjoaa toteutuessaan Lohjalle uuden matkailukohteen, mutta alue ei ole vielä tarpeeksi vetovoimainen houkutellakseen alueelle matkailijoita.

### 5.1 Matkailukohde

Koko matkailun tärkein osa muodostuu matkailukohteista. Ne ovat matkailutuotteen ydin ja niiden vuoksi matkoja tehdään. Ilman matkailukohteita ei muille matkailupalveluille olisi tarvetta. Matkailukohteet ovat kuitenkin hyvin monimutkainen matkailualan osa-alue eikä termille matkailukohde ole laadittu yleisesti hyväksyttyä määritelmää. Yksi syy siihen, ettei tarkkaa määritelmää ole pystytty laatimaan on se, että kyseinen matkailun osa-alue on hyvin monipuolinen, jakautunut ja vaikeasti ymmärrettävä kokonaisuus. Se on muun muassa maantieteellisesti hyvin pirstoutunut käsite erilaisine tulkintoineen ja lähestymistapoineen, joita on tehty muun muassa Yhdysvalloissa ja Euroopassa. Lisäksi kyseinen osa-alue on jaettu moniin erilaisiin alaryhmiin kuten perinne ja teemapuistokohteet. Yleiskielellä matkailukohteet tarkoittavat erillisiä yksiköitä, yksilöllisiä paikkoja tai selkeämmin määriteltynä pienimuotoisia maantieteellisiä alueita, joihin kaikki pääsevät sisään. Matkailukohteet motivoivat lukuisia ihmisiä matkustamaan, yleensä vapaa-aikana, jonkin matkan päähän kotoa vierailukseen paikassa rajoitetun ajan. (Swarbrooke 2002, 3 – 5.)

Termille matkailukohde on muotoutunut monia määritelmiä. Esimerkiksi Vuoristo (2002, 132) määrittelee matkailukohteen suppeahkoksi alueeksi, jossa luontaiset tai keinotekoiset vetovoimatekijät on otettu käyttöön perustamalla sinne tarvittavat palvelut kuten majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmalvelut. Kohteessa on siis sekä attraktioita että palveluvarustus. Vuoristo viittaa myös yhdistettyyn Robinsonin (1976) sekä Mathiesonin & Wallinin (1982) näkemyksiin, joilla voidaan yleistäen määrittää matkailukohteiksi kohteet, joiden päätoimintana on matkailu sekä kohteet, joissa matkailu on vain yksi toiminta monien joukossa. Kohteet, joiden päätoimintana ovat matkailu jakautuvat vielä perinteisiin sekä moderneihin kohteisiin. Perinteisistä matkailukohteista monet ovat syntyneet ja kehittyneet pitkien aikojen kuluessa yhden tai useamman luontaisen vetovoimatekijän varaan kuten esimerkiksi kylpylä-parantolat. Modernit kohteet ovat syntyneet puolestaan joko luontaisten tai keinotekoisien vetovoimatekijöiden varaan ja ne on perustettu luomalla lyhyessä ajassa valmiiksi suunniteltuja turistikaupunkeja tai –kohteita. Tyypillisiä esimerkkejä ovat aurinkomatkailuun erikoistuneet rantalomaparatiisit tai talviturismiin erikoistuneet vuoristoalueiden lomakaupungit. Teemapuistot ja erilaiset vapaa-

ajanviettokohteet ovat myös merkittävä modernin matkailukehityksen ilmiö. Näille on tyypillistä keskittyminen johonkin teemaan tai ideaan, jonka ympärille koko puisto ja sen toiminta kehitetään. Toisinaan näillä vapaa-ajanviettoalueilla on myös majoituspalveluja, jolloin ne voidaan luokitella todellisiksi matkailukohteiksi ja samalla omaksi matkailukohdetyyppikseen. Laja- ja -alaiset vapaa-ajanviettokeskukset ovat siis erillisiä kokonaisuuksia ja niiden toiminta perustuu sekä valitun teeman vetovoimaisuuteen että vahvaan alueelliseen ostovoimaan ja kysyntään, joka voi olla myös maailmanlaajuista. (Vuoristo 2002, 132 – 133, 142.) Uudenmaan Järvi-keskus vastasi edellä mainituista määritelmistä esimerkiksi Robinsonin (1976) sekä Mathiesonin & Wallinin (1982) määrittelemää kohdetta, jossa matkailu on vain yksi toiminta monien joukossa. Järvi-keskus ei perustuisi pelkästään matkailupalvelujen tuottoon vaan alueella tulisi olemaan muun muassa vesi- ja ympäristöosaamisen keskus tarjoamassa ympäristöalan tutkimusta ja koulutusta sekä kalanviljelytoimintaa hoitavia toimijoita. Toisaalta myös määritelmä moderni teemapuistokohde edustaisi Uudenmaan Järvi-keskusta. Järvi-keskus edustaisi järvi- ja kalateemapuistoa.

Swarbrooke viittaa puolestaan Walsh-Heron ja Stevensin (1990) teoriaan, jossa matkailukohteelle määritellään muun muassa seuraavanlaisia tehtäviä. Kohteet on asetettu houkuttelemaan matkailijoita ja päiväkävijöitä sekä paikallisesta väestöstä että muista matkailijoista, ja on johdettu sen mukaisesti. Ne tarjoavat asiakkailleen hauskan ja miellyttävän kokemuksen sekä nautittavan tavan viettää vapaa-aikaansa. Lisäksi kohteet tarjoavat sopivan tasoisia palveluja ja tiloja, jotka kohtaavat ja sopivat asiakkaiden vaatimuksiin ja tarpeisiin sekä kiinnostavat asiakkaita. Kohteissa voi olla sisäänpääsymaksu tai ne voivat olla ilmaisia. Selvän matkailukohdemääritelmän puuttumisen vuoksi, voidaan matkailukohteet lisäksi määritellä jakamalla ne neljään eri päätyyppiin. Päätyyppiä ovat 1) luontokohteet (esim. luolat, järvet, rannat, metsät), 2) ihmisen tekemät kohteet, joita ei ole ensisijaisesti suunniteltu houkuttelemaan matkailijoita, mutta jotka nyt houkuttelevat huomattavia matkailijamääriä (esim. kirkot, historialliset talot, muinaismuistot), 3) ihmisen tekemät kohteet, jotka ovat tarkoituksella suunniteltu houkuttelemaan matkailijoita ja tyydyttämään heidän tarpeensa (esim. teema- ja maatilapuistot, kylpylät, galleriat, ulkoilmamuseot) sekä 4) erikoistapahtumat (esim. urheilutapahtumat, messut). Tässä jaottelussa tulee huomata, että sana matkailija käsittää niin paikalliset asukkaat ja ulkomaalaiset turistit kuin päiväkävijät ja yöpyvät matkailijat. Lisäksi näiden tyypittelykategorioiden rajat eivät ole aina selkeät ja päällekkäisyyksiä voi ilmetä. Edellä mainitussa neljän päätyypin luokittelussa muun muassa kolme ensimmäistä tyyppiä ovat pysyviä, kun viimeinen on satunnainen tapahtuma tiettyä ajankohtana. Lisäksi kahdessa ensimmäisessä kategoriassa turismi nähdään ongelmana ja uhkana, kun vuorostaan kahdelle viimeiselle turismi on erittäin suotuisaa (Swar-

brooke 2002, 4 – 7.) Uudenmaan Järvikeskus edustaisi edellä mainituista ryhmistä ensinnäkin luontokohdetta. Tällaisessa pysyvässä luontokohteessa matkailijoita tulee opastaa ja neuvoa, jotta selvittäisiin heidän aiheuttamista ongelmista. Suurin huoli on ympäristövaikutuksissa kuten saasteissa ja eroosiossa. Järvikeskus edustaisi toisaalta myös ihmisen tekemää kohdetta, joka ovat tarkoituksella suunniteltu houkuttelemaan matkailijoita ja tyydyttämään heidän tarpeitaan. Nämä kohteet ovat vuorostaan rakennettu juuri lisäämään alueen matkailijamääriä sekä kasvattamaan matkailun taloudellisia vaikutuksia. Lisäksi muista määritelmistä esimerkiksi Vuoriston määritelmä matkailukohteesta kuvaa hyvin suunnitteilla olevaa Järvikeskusta, jossa muun muassa Porlan luontaiset vetovoimatekijät kuten luonto saadaan käyttöön ja paremmin esille uusia palveluja perustamalla ja keinotekoisia vetovoimatekijöitä kehittämällä.

## 5.2 Matkailukohteen vetovoimaisuus

Matkailuvirtojen syntyminen eri alueille tai kohteisiin vaatii kohdealueelta vastaanottovalmiutta sekä matkailijoita houkuttelevia vetovoimatekijöitä. Vastaanottovalmiuden tärkeitä ominaisuuksia ovat muun muassa luonnonmaantieteelliset, väestölliset ja taloudelliset ominaisuudet eli alueen toimintaympäristö. Toimintaympäristö määrää muun muassa mahdollisen matkailutarjonnan muodot. Vetovoimatekijöiksi voidaan toimintaympäristön lisäksi määritellä yksittäiset nähtävyydet, palvelut ja tapahtumat sekä kohteiden matkailijoita kiinnostavat passiiviset tai aktiiviset ominaisuudet, jotka usein liittyvät luontoon tai kulttuuriin (näköalan ihailu, koskenlasku). Vetovoima on siis kokonaisuus, johon vaikuttavat sekä ympäristölliset tekijät että palvelujen laatu ja omaleimaisuus. Lisäksi osa vetovoimatekijöistä ei ole ”voimassa” ikuisesti. Vanhempia sukupolvia kiinnostaneet asiat eivät välttämättä enää houkuttele nykynuorisoa. Kohteet saattavat näin menettää nähtävyydsarvonsa ja jäädä unohduksiin tai korvautua uudella. Toisinaan osa matkailukohteista kykenee uudistumaan ja samalla säilyttämään suosionsa ja vetovoimaisuutensa. Tulee kuitenkin havaita, että vetovoimaisuus koetaan eri matkailijoiden kuten eri kansalais-, ammatti- ja ikäryhmien keskuudessa eri tavoin. Eri matkailijat hakevat kohteilta kukin omia tarpeita tyydyttäviä elämyksiä ja omasta arjesta poikkeavia piirteitä. Tulee myös todeta, että vetovoimaisuuteen vaikuttaa merkittävästi maantieteellinen läheisyys. Etäisyyksillä ja etäisyyskustannuksilla onkin suuri vaikutus siihen, kehittykö matkailu eri alueiden välillä vai ei. (Vuoristo 2003, 20 – 21; Vuoristo & Vesterinen 2009, 14 – 16.) Jotta matkailukohde olisi vetovoimainen ja tarjoaisi laadukkaita palveluja, tulisi kohteen toimijoiden koota palvelunsa ilmentäen yhteistä kohdeimagoa, mielikuvaa. Yksittäisten toimijoiden ja vetovoimakohteiden yhteistyön avulla kohdetta pystytään kehittämään kokonaisuutena. (Komppula & Boxberg 2002, 12 – 13.) Järvikeskuksen vetovoimatekijöiksi voi mainita muun muassa alueen ympäristön. Kohde sijaitsee järven rannalla ja arvokkaan luonnon uumenissa, joka tarjoaa upeat puit-

teet eri matkailupalveluille. Lisäksi vetovoimatekijöinä toimisivat Porlan historia sekä alueen vesi- ja ympäristökeskuksen tietotaito.

## 6 Kyselytutkimus

Opinnäytetyön empiirisessä osiossa käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta, jonka lähtökohtana on kuvata todellista ja moninaista elämää. Tapahtumat muovaavat toinen toistaan, joka mahdollistaa monensuuntaisten suhteiden löytämisen. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään mahdollisimman kokonaisvaltaiseen kohteen tutkimiseen. Arvolähtökohdat muokkaavat, miten tutkitut ilmiöt ymmärretään. Tulokseksi voidaan saada vain ehdollisia selityksiä, jotka rajoittuvat johonkin paikkaan tai aikaan. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritäänkin löytämään tai paljastamaan tosiasioita, ei niinkään toteamaan jo olemassa olevia väittämiä. (Hirsjärvi, Remes & Saajavaara 2009, 161.)

### 6.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmäksi valittiin kysely, joka sisälsi kymmenen avointa kysymystä. Kyselyn muodoksi valittiin verkkokysely, jossa kysely lähetetään sähköisesti tutkittaville. Kyselytutkimuksen avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto. Se voidaan lähettää helposti monille henkilöille ja kysymysten määrä voi olla laaja. Kysely säästää myös tutkijan aikaa ja vaivaa. Onnistuneen lomakkeen aineisto saadaan käsiteltyä ja analysoitua nopeasti. Kyselytutkimuksella on myös heikkoutensa. Yksi suurimmista kyselytutkimuksen ongelmista on kato eli vastaamattomuus. Usein tutkija joutuu muistuttamaan vastaamatta jättäneitä. Lisäksi aineisto voidaan nähdä pinnallisena ja tutkimukset teoreettisesti vaatimattomina. Vastaajien suhtautumisen vakuutta tutkimukseen ei voida myöskään tietää sekä kysymysten väärinymmärrystä on vaikea kontrolloida. Onnistuneen lomakkeen laatiminen vie tutkijan aikaa. (Hirsjärvi ym. 2009, 195 – 196.)

Kysymykset olivat muodoltaan avoimia, joissa esitettiin kysymys ja vastaukseen jätettiin vain tyhjä tila. Avointen kysymysten avulla pyritään saamaan näkökulmia, joita tutkija ei ole aikaisemmin ajatellut. Ne antavat myös vastaajalle mahdollisuuden kertoa todelliset ajatuksensa toisin kuin monivalintakysymykset, joissa vastaukset tulee valita valmiista vaihtoehdoista. Avoimet kysymykset tuottavat sisällöltään kirjavan aineiston, mutta samalla luotettavuudeltaan kyseenalaisen ja vaikeasti käsiteltävän aineiston. (Hirsjärvi ym. 2009, 198 – 199, 201.)

Kyselyyn valittiin toimeksiantajan päättämät ryhmämatkailuun suuntautuneet matkatoimistot ja liikenneyhtiöt ympäri Suomea. Lisäksi kysely lähetettiin Lohjan Tytyrin kaivoseumassa vuonna 2009 vierailleille koululaisryhmille. Näiden valintojen takana oli ajatuksena saada vastauksia ryhmämatkailun näkökannalta. Tutkielman kysymykset mietittiin yhdessä sekä toimeksiantajan

että hankesuunnittelijan kanssa. Kysymyksillä haluttiin tutkia sekä Lohjan kaupungin että hankekohteen tunnettuutta ja kiinnostavuutta ryhmämatkailuun. Lisäksi haluttiin saada selville, minkälaisia palveluja kyselyyn valitut ryhmämatkailua edustavat tahot edellyttäisivät tämänlaiselta kohteelta. Laadullisen tutkimuksen avoimilla kysymyksillä haluttiin saada vapaamuotoisia vastauksia omine näkemyksineen ja kokemuksineen. Kyselyt lähetettiin sähköpostilla, koska kyselyyn valittujen määrä oli suuri ja sijainti ympäri Suomea.

Kyselyt ja saatekirjeet (Liitteet 2 – 5) lähetettiin sähköpostitse 32 matkatoimistolle, seitsemälle liikenneyhtiölle sekä 29 koululle eli yhteensä kyselyitä lähti 68. Kyselyt ja saatekirjeet lähtivät 30.11.2009. Matkatoimistoille ja liikenneyhtiöille lähetettävässä saatekirjeessä oli lyhyt selostus Lohjasta, Porlasta sekä Uudenmaan Järviokeskus – hankkeesta. Kouluille lähetettiin hieman erilainen kysely ja saatekirje. Koulujen saatekirjeessä haluttiin painottaa enemmän luontokoulu. Vastausaikaa annettiin viikko, jonka aikana vastauksia saatiin jonkin verran. Muistutus kyselystä lähetettiin 4.12.2009. Tämän jälkeen, vähäisen vastausprosentin vuoksi, kyselyyn lisättiin toimeksiantajan ehdotuksesta houkutin. Vastattaessa tiistaihin 8.12.2009 mennessä vastaajat olisivat mukana arvonnassa, jossa palkintona oli 15 hengen opastettu kierros Tytyrin kaviomuseossa. Tämä tuotti lisää vastauksia, mutta 16.12.2009 tehtiin vielä soittokierros kaikille matkatoimistoille ja liikenneyhtiöille. Tämä kerrytti vastauksia ja matkatoimistojen ja liikenneyhtiöiden osalta kyselyyn vastasi kaiken kaikkiaan 24 osapuolta, jolloin vastausprosentti nousi 61,5 prosenttiin. Tosin 10 vastauksessa todettiin ainoastaan, ettei aihe koske heidän yritystä tai ei haluta vastata kyselyyn. Kouluille ei tehty soittokierrosta, vaan lähetettiin vielä yksi muistutus kyselystä. Koulujen osalta vastausprosentti jäi alhaiseksi, koska vain neljä koulua vastasi kyselyyn. Vastausprosentiksi saatiin 13,8 prosenttia. Vastausprosentin jääminen alhaiseksi saattaa johtua kyselyn vastaanottajasta. Jos kysely olisi lähetetty esimerkiksi vain biologian tai maantiedon opettajille, olisi vastausprosentti voinut olla suurempi.

## **6.2 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti**

Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimustulosten luotettavuutta ja niiden toistettavuutta. Tutkimuksen validiteetti tarkoittaa vuorostaan mittarin tai tutkimusmenetelmän pätevyyttä eli kykyä mitata juuri sitä, mitä oli tarkoituskin. Tutkimusmenetelmät eivät aina vastaa todellisuutta, jota tutkija kuvittelee tutkivansa. Esimerkiksi kyselyyn vastanneet ovat voineet ymmärtää kysymykset toisin kuin tutkija on ajatellut. Tutkimuksissa virheitä pyritään välttämään, mutta tästä huolimatta tulosten reliabiliteetti ja validiteetti vaihtelevat. Näin ollen tutkimusten luotettavuutta ja pätevyyttä tulisi arvioida. Arviointiin on käytettävissä monia eri mittaus- ja tutkimustapoja. Reliabiliteetti voidaan todeta monella tavalla. Esimerkiksi kahden arvioijan



päätyessä samanlaiseen tulokseen tai saman tutkittavan tulokset antavat saman tuloksen eri tutkimiskerroilla, voidaan tulosta pitää luotettavana. Laadullisessa tutkimuksessa on myös kehitetty erilaisia tilastollisia tapoja, joiden avulla mitareiden luotettavuuden arvioinnissa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkijan tarkka selostus tutkimuksen toteuttamisesta kohentaa luotettavuutta. (Hirsjärvi ym. 2009, 231 – 232.)

Tutkijan näkökulmasta katsottuna tutkielman luotettavuutta on vaikea havaita, koska kyse on kuitenkin ihmisten omista ajatuksista ja mielipiteistä. Reliabiliteetin pohjana on tietysti se, että kaikki vastaajat puhuivat totta omissa mielipiteissään, eivätkä kaunistelleet niitä. Jos tutkielma toistettaisiin eri tutkijan toimesta, uskoisin kuitenkin tulosten pysyvän samoina. Tosin, jos aiheesta olisi tuolloin jo enemmän tietoa, voivat vastaukset vaihdella. Tutkielman validiteetti varmistettiin siten, että kummallekin tutkimustaholle (matkatoimistot/liikenneyhtiöt sekä koulut) oli samat kysymykset sekä sama aika vastausten antamiseen. Vastauksista voi todeta, kysymykset oli ymmärretty suurimmaksi osin haluamalla tavalla. Tosin kaikki matkatoimistojen ja liikenneyhtiöiden edustajat eivät välttämättä vastanneet joka kohtaan ajatellen ryhmämatkailua. Vaikka osa vastanneista oli jättänyt vastaamatta joihinkin kysymyksiin, en usko tämän johtuvan vastaajien ymmärtämättömyydestä. Luultavasti he eivät osanneet vastata, koska Järvikeskus aihe on vielä niin uusi ja tuntematon. Lisäksi voi todeta, että tulokset pohjautuvat paljolti matkatoimistoista saatuihin tuloksiin, koska vastanneiden liikenneyhtiöiden määrä oli pieni verrattuna matkatoimistoihin. Koulujen vastaukset eivät vuorostaan välttämättä anna täydellistä kuvaa tilanteesta, koska vain neljä koulua 29:stä vastasi kyselyyn. Vastaamattomuus saattaa kertoa, että aihe ei välttämättä kiinnosta kouluja tai toisin sanoen kyselyn saaneita opettajia. Tosin hankkeen aikana järjestetyissä tilaisuuksissa oli mukana koulujen opettajia, jotka olivat hyvin kiinnostuneita hankkeesta ja sen tuomista mahdollisuuksista kouluille.

## 7 Tutkimustulokset ja johtopäätökset

Tutkimustuloksissa kerrotaan sekä matkatoimistoilta ja liikenneyhtiöiltä että kouluilta saaduista vastauksista sekä vedetään niistä johtopäätökset.

### 7.1 Lohjan kiinnostavuus ja tunnettuus ryhmämatkailualueena

Mielipiteet Lohjan kiinnostavuudesta ryhmämatkailualueena jakautuivat kahtia. Vastanneista matkatoimistoista ja liikenneyhtiöistä 57,1 prosenttia eivät kokeneet aluetta kiinnostavaksi. Lohja ei kiinnostanut ryhmämatkailualueena, koska eräisiin matkatoimistoihin kuten Outokummun ja Ylivieskan toimistoihin nähden Lohja sijaitsee liian kaukana. Eräs kokous- ja kongressimatkoja pääasiassa tarjoava matkatoimisto ei kokenut Lohjaa myöskään kiinnostavaksi, vaan sanoi kokousryhmien suuntaavaan pääasiassa Helsinkiin ja muihin Suomen suurimpiin kaupunkeihin. Matkatoimisto Kirkkonummelta ei ollut kiinnostunut, koska koki Lohjan sijainnin liian läheiseksi omaan toimistoonsa nähden. Yksi toimisto vastasi, etteivät ryhmät olleet koskaan kyselleet Lohjaa kohteekseen. Eräs toimisto Etelä-Pohjanmaan Alajärveltä mainitsi, ettei Lohja ole asiakkaiden ykköskohde. Hän kommentoi syyksi seuraavaa ”*Yhtenä syynä on pitkä matka ja uskon myös että monet eivät oikein kunnolla osaa paikallistaa Lohjan sijaintia eivätkä myöskään tiedä Lohjan matkailutarjonnasta.*”.

Vastanneista matkatoimistoista sekä liikenneyhtiöstä 42,9 prosenttia olivat kiinnostuneita Lohjasta. Lohja kiinnostavuuteen ryhmämatkailukohteena vaikuttivat esimerkiksi kaupungin sijainti Helsingin läheisyydessä tai vastanneiden oman paikkakuntansa läheisyydessä (esim. Nummela). Eräs vastanneista mainitsi myös, että Lohja kiinnostaa, mutta kiinnostus riippuu palveluista ja lisäsi, että ”...*kiinnostaa, jos on mielenkiintoista koettavaa luonnossa (luonnollisessa luonnossa, ei teko-*luonnossa!!!)”. Eräs kiinnostuneista vastasi seuraavaa ”*Kun osuu matkareitin varrelle, kiinnostaa varmaan, pitää löytää kohteet mitkä asiakkaita kiinnostaa...*”. Eräessä vastauksessa mainittiin, että ”*Kotimaan matkailussa Helsingin ja muiden suurempien kokousmatkakohteiden lisäksi muut kohteet ovat nostaneet kysyntää.*”.

Tutkielman tuloksista ilmeni lisäksi, että matkatoimistot ja liikenneyhtiöt tunsivat Lohjan keskikokoisena kaupunkina Uudellamaalla. Kaupungista mainittiin myös sen sijainti kauniin järven rannalla sekä omenakaupunki. Lohja koettiin erään vastaajan mielestä myös mukavaksi paikaksi asua. Lisäksi Lohja tunnettiin teollisuuskaupunkina. Eräs matkatoimisto Sodankylästä vastasi seuraavaa: ”*Kaikki isot kaupungit hyvän matkan päässä, helppo asioida eri puolilla Etelä-Suomea, mutta myös helppo tarjota matkailupalveluita myös lähikaupunkien asukkaille, potentiaalia lähelläkin ja miksipä*

*ei, kun hyviä tuotteita, helppo tuoda matkailijat Helsingin kentältä nauttimaan Lohjan tarjonnasta tai vaikka Turusta laivoilta valmispaketteja/retkiä Lohjalle.*”. Lohja miellettiin myös kasvavaksi kun- naksi, vaikka Lohja on nykyään jo kaupunki. Muita mainintoja Lohjasta olivat Lohja Rudus, Sellutehdas, Autoliikkeet, Myllylammen kahvio ja Tenori päivä. Noin 43 prosentilla vastanneis- ta matkatoimistoista ja liikenneyhtiöistä ei ollut varsinaista käsitystä Lohjasta tai kaupungin matkailusta.

Vuorostaan vastanneita kouluja Lohja kiinnosti mahdollisena retki- tai vierailukohteena, koska kaupunki sijaitsee kouluihin nähden sopivan välimatkan päässä. Matkailutarjonta koettiin myös hyvässä mielessä *”erilaiseksi”*. Eräs kouluista vastasi lisäksi, että *”Tytyri jokavuotisena käyntikohtee- na osana ekologian opetusta.”*. Eräessä vastauksessa mainittiin, että *”Koulumme 4. luokalla on jokavuo- tinen leirikoulu Lohjalle Stella Marikseen. Tutustumme samalla ympäristön kohteisiin.”*. Koulujen vasta- uksissa todettiin Lohjasta myös seuraavaa: *”Olemme useamman kerran käyneet Tytyrin kaivosmuseos- sa. Mieleenpainuva elämys, jonne vanhempien ei täältä tule lapsia vietyä. Pyhän Laurin kirkkoonkin on tullut lapsia vietyä, ja eväät syöty Aurlahden kauniilla rannalla. Tänä vuonna tulemme jo kolmannen kerran Vivamoon jouluvaellukselle!”*. Lisäksi mainittiin, että *”Tytyrin kaivos oli kuulemma erinomainen opetus- kohde 9 luokan oppilaille, muuten luokkaretki oli Kisakalliassa jossa kaikki pelasi. Muuten Lohjan tarjon- taa ei käytetty.”*. Eräs koulu vastasi Lohjasta, että *”Leirikoulun puitteissa käymme useissa paikoissa, esim. Lohjan kirkossa, Tytyrin kaivoksessa, Elias Lönnrotin talossa, Meriturvassa, Neidonkeitaassa, lehto- metsässä...”*. Lohjasta mainittiin lisäksi kulttuuri, luonto ja kauneus.

Tuloksista ilmenee yhtäläisyyksiä Vuoriston ja Vesterisen (2009) teorian kanssa. Eri alueiden ja kohteiden välille kehittyvään matkailuun ja vetovoimaisuuteen vaikuttavat merkittävästi etäi- syydet, maantieteellinen sijainti ja luonnonmaantieteelliset ominaisuudet sekä kohteiden tar- joamat palvelut. Sijaintia ei tosin voi muuttaa, mutta matkailupalveluja kehittämällä ja houkut- televuutta lisäämällä sekä tehokkaammalla markkinoinnilla matkailijavirtoja voitaisiin mahdolli- sesti saada lisää ja kaupunkia saada enemmän esille, jolloin Lohjan paikallistaminen olisi mah- dollisesti helpompaa. Tuloksistahan nousi esille myös se, ettei Lohjan tarkkaa sijaintia tiedetty. Aikaisemmin työssä todettiin myös, että Lohjan matkailussa painotetaan tulevaisuudessa muun muassa Lohjan tunnettuuden ja vetovoimaisuuden lisäämiseen sekä alueellisen matkailuyhteis- työn ja viestinnän kehittämiseen. Lohja pyrkii rakentamaan parempaa matkailukuvaa kaupun- gille ja näin erottumaan matkailukohteena. Lisäksi aletaan suunnitella Lohjan matkailun yh- teismarkkinointia. Tämä saattaa jatkossa nostaa Lohjan matkailun kiinnostusta.

## 7.2 Lohjan matkailutarjonnan tunnettuus

Vastanneista matkatoimistoista ja liikenneyhtiöistä 57,1 prosenttia tunsivat Lohjan matkailutarjontaa, kun 42,9 prosenttia vuorostaan eivät tunteneet. Tunnetuimmiksi kohteiksi nousivat Tytyrin kaivosmuseo, Vironperä ja Lohjan Pyhän Laurin kirkko. Muita mainittuja kohteita olivat Alitalon viinitila, Kiskallion urheiluopisto, Meriturvakeskus, Johannes Virolaisen muistomerkki, ohjelmapalveluyritys Pois Tieltä!, tanssipaiikka Tanhuhovi sekä Lohjanjärvi, harju ja Karkalin niemi. Kohteet olivat tulleet tunnetuiksi muun muassa esitteistä sekä osa matkatoimistojen ryhmistä oli käynyt kohteissa. Lohjan matkailukohteista eivät olleet tietoisia esimerkiksi Forssan ja Rauman matkatoimistot. Eräs matkatoimisto Helsingistä ei myöskään tiennyt Lohjan matkailukohteista, joka ihmetyttää suuresti. Sijaitseehan Lohja kuitenkin niin lähellä Helsinkiä. Koulujen kohdalla Lohjan tunnetuimmaksi matkailukohteeksi nousi myös Tytyrin kaivosmuseo, mutta lisäksi Lohjanjärvi ja Lohjan harju. Muita mainittuja kohteita olivat Lohjan Pyhän Laurin kirkko, Kiskallion urheiluopisto, virkistysuimala Neidonkeidas, Vivamon Raamattukylän jouluvaellus ja Aurlahti.

Lohjan matkailukohteita tunnettiin kaiken kaikkiaan melko hyvin. Tuloksien mukaan tunnetuimmaksi kohteeksi nousi Tytyrin kaivosmuseo sekä kirkko ja Lohjanjärvi samoin kuin Lohjan aikaisemmassa tutkimuksessa. Matkatoimistojen ja liikenneyhtiöiden osalta tunnetuksi kohteeksi nousi myös Vironperä, joka vuorostaan mainittiin Lohjan aikaisemmassa tutkimuksessa vähemmän tunnetuksi kohteeksi. Edelliseen kysymykseen pohjautuen Lohja ei kiinnostanut yli puolia vastanneista, mutta silti Lohjan kohteita tunnettiin. Eikö Lohjan matkailukohteet ole tarpeeksi houkuttelevia tai oikein markkinoituja? Vai vievätkö muut alueet Lohjan matkailijat kuten läheinen Helsinki? Tuloksista ilmeni, että Lohjan matkailukohteiden tunnettuus on kuitenkin melko hyvä ympäri Suomea, joten Järvikeskuskin nousisi mahdollisesti matkailijoiden tietoisuuteen ja kuka tietää tarjoaisi sen puuttuvan palasen, jota Lohjan matkailu kaippaa.

## 7.3 Käsitteet hankekohde Porlasta

Tutkimukseen vastanneista matkatoimistoista ja liikenneyhtiöistä 71 prosenttia eivät olleet tietoisia hankekohde Porlasta. Ainoastaan matkatoimistot Forssasta, Huittisista ja Alajärveltä osasivat sanoa alueesta jotain. Forssan matkatoimisto oli kuullut alueen vanhasta kalanviljelyalueesta ja uudesta perhepuistosta. Huittisten matkatoimisto oli vierailut kerran Porlan Internet-sivuilla ja kokenut kohteen kiinnostavaksi luonnon vuoksi. Matkatoimisto Alajärveltä kommentoi, että *"Hyvät puitteet myös matkailutoiminnalle, kaunis luonto ja kiinnostava kohde."* Myöskään koulut eivät tunteneet Porlaa.

Tuloksista ilmenee yhtäläisyyksiä Vuoriston sekä Vesterisen (2009) vetovoimaisuus teoriaan. Alueen vetovoimaisuuteen vaikuttavat sekä ympäristölliset tekijät että palvelujen laatu ja omaisuus. Jos toinen näistä puuttuu tai niitä ei koeta miellyttäväksi tai toimiviksi, ei kohde välttämättä kiinnosta. Porlan kohdalla, kuten Lohjan matkailusihteerikin aiemmin totesi, alue on vielä epäsiistissä kunnossa ja alueelta puuttuu matkailijoiden tarvitsemia palveluja, eikä Porla näin houkuta vielä matkailijoita. Porla ei myöskään ole ollut paljon esillä puhuttaessa matkailusta Lohjalla. Alue tunnetaan hieman paremmin vain lohjalaisten keskuudessa, joka huomattiin muun muassa Porlan Elojuhlassa tehdyn kyselyn tuloksista. Tällä hetkellä Porlalla ei ole vetovoimaisuuteen vaadittavia valmiuksia. Uudenmaan Järvikeskus – hankkeen edetessä alueelle voitaisiin saada sen vaatimat vetovoimatekijät ja Porlan tunnettuus mahdollisesti kasvaisi. Lohjan matkailun edistämisen sekä uuden vision kannalta olisikin erittäin tärkeää, että Porlan aluetta kehitettäisiin.

#### 7.4 Järvikeskus Lohjalle ja sen tarjoaminen ryhmämatkailijoille

Mielipiteet Lohjan kiinnostavuuden nousemisesta matkailullisesti Järvikeskuksen toteutuessa vaihtelivat. Mikään vastanneista matkatoimistoista ja liikenneyhtiöistä ei kuitenkaan vastannut kieltävästi. Vastauksista havaitsi, että noin 70 prosenttia yrityksistä näki Järvikeskuksen toteutumisen Lohjalla nostavan tai mahdollisesti nostavan kaupungin kiinnostavuutta matkailukohdeena. Vastanneiden matkatoimistojen ja liikenneyhtiöiden mielestä Lohja kiinnostavuus matkailualueena lisääntyy, mikäli Järvikeskukselle löytyy oikea kohderyhmä, jolle sitä markkinoidaan sekä ”...*mikäli matkailijoiden tarvitsemat palvelut ovat kunnossa.*” ja ”*Riippuu palveluista ja palvelujen laadusta.*”. Lisäksi ”*Kiinnostavuus varmastikin lisääntyy, mutta markkina-arvoa Lohjalle tai edes kiinnostavuutta asiakkaidemme silmissä on vaikea arvioida.*”, vastasi eräs toimisto Lapualta. Sodankyläinen matkatoimisto mainitsi, että ”*Aina kaikki uusi kiinnostaa, sen markkinointi ja tunnetuksi tekeminen vie vain aikaa 2-3- vuotta eli ei saa heti odottaa hyviä tuloksia eikä lannistua!*”. Vastanneista noin 29 prosenttia ei osannut sanoa mielipidettään, ”...*en tunne hanketta ja sen mukanaan tuomia palveluja, niin vaikea sanoa.*”.

Koulut kokivat Järvikeskuksen toteutuessaan nostavan Lohjan kiinnostavuutta retki- tai vierailukohteena ja voisivat vierailla kohteessa. Kouluja kiinnosti alueen tarjoama uusi mahdollisuus retkipaikaksi, mutta he edellyttivät siellä olevan opastettua toimintaa. Eräs koulu Helsingistä vastasi, että ”*Meillä on tällä hetkellä melko vakiintunut leirikouluohjelma, mutta uusia kohteita otamme mielellämme tarkintaan.*”. Yksi koulun vastaajista vuorostaan ei uskonut oppilaitokseni vierailevan Järvikeskuksessa kovinkaan usein.

Noin 71 prosenttia vastanneista matkatoimistoista ja liikenneyhtiöistä voisivat tarjota Järvikeskusta asiakkailleen. *”Toki, ainakin mahdollisia esitteitä voisimme jakaa. Enemmän myyntimme tapahtuu ulkomaihin, mutta joskus ryhmät haluavat matkapaketteja uusiin kohteisiin kotimaassakin. Paikalliset haikavat täältä kuitenkin esitteitä myös lähimatkailusta.”*, vastasi matkatoimisto Nummelas-ta. *”Ainakin voi kertoa heille, että ko. kohde on olemassa, joku osaa kysyä lähellä olevista kohteista, joillekin voi osata mainita, että kannattaa poiketa.”*, vastasi vuorostaan matkatoimisto Huittisista. Sodankyläläinen toimisto totesi, että *”Mikäli me aloitamme joskus ehkä myös kotimaan matkojen järjestämisen, silloin voisin kuvitella, että myös Lohja voi olla yksi alue, jossa voidaan vierailla ryhmien kanssa...”*.

Osa vastanneista, jotka eivät kiinnostuneet Lohjan matkailutarjonnasta, totesivat kuitenkin voivansa tarjota kohdetta asiakkaiden kysyessä tai *”...jos on sellaisia kohderyhmiä Lohjalla päin, joille Järvikeskuksessa käyminen soveltuisi.”*. Eräs vastanneista voisi tarjota kohdetta, jos saisi kohdeesta lisätietoja. Vastanneista kaksi yritystä ei ollut kiinnostunut tarjoamaan kohdetta omille asiakkailleen, koska eivät kokeneet sen soveltuvan asiakasryhmilleen kuten eräs toimisto, jonka asiakkaat koostuivat pääasiassa yrityksistä.

Kaiken kaikkiaan tuloksista ilmenee, että uusi Järvikeskus kiinnostaisi ryhmämatkailua edustavia tahoja. Lisäksi moni matkatoimisto olisi valmis tarjoamaan kohdetta asiakkailleen. Tuloksista ilmenee myös se, että Järvikeskuksesta ja sen palveluista halutaan kuitenkin saada enemmän tietoa. Uudenaan Järvikeskus onkin vielä niin uusi aihe, ettei voi olettaakaan eri paikkakuntien ympäri Suomea tiedostavan sitä. Jos hanke kuitenkin toteutuu ja kohdetta aletaan rakentaa, tulee huomioida muun muassa Hallin ja Härkösen (2006) mainitsevat seikat, joihin järvimatkailun vetovoimaisuus sekä järvien suosion vapaa-ajan viettopaikkoina perustuu.

## **7.5 Kysyntä vastaavalle palvelulle**

Tuloksista ilmenee, että Järvikeskuksen tyyppiselle palvelulle ei ole ollut aikaisemmin kysyntää. 85,7 prosenttia vastanneista matkatoimistoista ja liikenneyhtiöistä totesivat, ettei Järvikeskuksen tyyppistä kohdetta ole kysytty. Pienelle osalle vastanneista oli tullut vastaan kysyntää, mutta hyvin marginaalisesti.

Kouluilta kysyttiin olisiko kouluilla ollut tarvetta Järvikeskuksen tyyppiselle palvelulle ja vastaukseksi saatiin esimerkiksi *”Olemme käyneet Tammelassa luonnonpuistossa, joten varmaankin tämä olisi mielenkiintoinen kohde myös.”* sekä *”Leirikoulumme kesto on vain kolme päivää, ja nykysuunnitelmilla ohjelma toimii hyvin, mutta mielellämme kehitämme omaa leirikouluohjelmaa.”* Eräs koulu vastasi, ettei ole tarvetta kyseiselle palvelulle.

Syy siihen, ettei kysyntää ole ollut saattaisi johtua siitä, ettei tällaista järviluontokeskusta ole muualla. Näin ollen eivät matkailijat osaa edes kysyä vastaavaa. Esimerkiksi Metsähallituksen luontoon.fi Internet-sivut esittelevät Etelä-Suomen alueella monia kansallispuistoja ja virkistysalueita. Näissä voi käydä omatoimisesti retkeilemässä tai patikoimassa, mutta ne eivät tarjoa mielestäni yhtä monipuolisia matkailupalveluja kuin Järvikeskus. Etelä-Suomesta löytyy joitain luontokeskuksia, mutta Järvikeskus erottuisi näistä muun muassa historiallisine kala-altaineen, sijainnillaan ja matkailutarjonnallaan. (Metsähallitus 2010.) Lisäksi esimerkiksi benchmarking kohteemme Kotka tarjoaa myös monipuolisia luontokohteita, mutta sielläkään ei yhdisty sama kuin Järvikeskuksessa kuten matkailupalvelut luonnossa, historialliset kala-altaat ja vesi- ja ympäristöosaamiseen liittyvät palvelut. Toinen syy, ettei kysyntää ole ollut, saattaisi johtua siitä, etteivät tällaisista järviluontokeskuksista kiinnostuneet matkailijat kysy tarjolla olevia kohteita esimerkiksi matkatoimistoista vaan etsivät itse tietoa esimerkiksi Internetistä.

## 7.6 Kohteeseen tai kohteen läheisyyteen toivotut palvelut

Vastanneista matkatoimistoista ja liikenneyhtiöistä noin 43 prosenttia odottaisi alueelta tai sen lähetyviltä löytyvän ruokailu- tai ravintolapalveluja. Eräs vastanneista ehdotti ruokailua luonnon helmassa. Vastaajista 36 prosenttia toivoivat alueelle myös monipuolisista vapaa-ajan aktiviteettipalveluja. Esille nousivat muun muassa työntekijäryhmille järjestettävät kannuste- eli incentive-matkat, jotka tarjoaisivat kanootti-, mönkijä-, maastopyörä- ja patikointiretket luonnollisessa luonnossa sekä toiveet mielenkiintoisesta ohjelmasta kaikenikäisille ja kuntoisille perheille. Kolmanneksi tärkeimmäksi palveluksi nousivat majoituspalvelut, joita toivoivat noin 28 prosenttia vastaajista. Lisäksi Järvikeskukseen toivottiin mahdollisuutta paikallisten tuotteita ostamiseen, opastusta, näköala- ja taukopaikkoja kuten laavuja sekä kokouspalveluja ja jotain ”spesiaalia” ja kauniita maisemia. Koulujen puolelta toiveena olivat eritasoiset opastukset, taitorata, eväs- ja nuotiopaikkoja sekä kaikki aistit toivottiin huomioitavan. Erään Helsingin koulun toivomuksena oli *”Toimintapaketti kuten luontoretkei tai muu sellainen puoleksi päiväksi tai päiväksi, edulliseen hintaan.”*. Taulukkoon 4 on koottu kaikki Uudenmaan Järvikeskukseen toivotut palvelut.

Taulukko 4. Matkatoimistojen, liikenneyhtiöiden ja koulujen palvelutoivomuksia perustuen tehtyyn tutkimukseen

Järvikeskukseen toivotut palvelut	
Ruokailu- /ravintolapalveluja	Ravintola, ruokailumahdollisuus luonnossa, eväs- ja nuotiopaikkoja
Vapaa-ajan aktiviteetteja/ohjelmaa	Kanootti-, mönkijä-, maastopyörä- ja patikointiretkiä, luontoretki, ohjelmaa kaikenikäisille ja kuntoisille, taitorata koululaisryhmille
Majoituspalveluja	Riittävästi majoitusta lähettyvillä
Taukopaikkoja	Näköala-, istuma-, maisemanihailupaikkoja
Opastus	Opastusta eri-ikäisille ryhmille
Ostosmahdollisuus	Paikallisten tuotteiden ostomahdollisuus
Kokouspalveluja	Hyvät kokoustilat
Parkkipaikka	Hyvät parkkipaikat linja-autoille

Saaduista tuloksista nousee esille samoja palveluja, joita Vuoriston (2002), Vuoriston ja Vesterisen (2009) sekä Swarbrooken (2002) teorioissa aiemmin mainittiin matkailukohteiden sisältävän. Matkailukohteissa edellytetään alueen luontaisten tai keinotekkoisten vetovoimatekijöiden käyttöön ottamista perustamalla sinne tarvittavat palvelut kuten majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmalvelut. Kohteessa tulee olla siis sekä attraktioita että palveluvarustus. Näitä palveluja Järvikeskukseen toivottiin ja näitä sinne ollaan myös kaavailemassa. Tosin ajatus majoituspalvelun rankentamisesta itse kohteeseen ei saa monenkaan lohjalaisen kannatusta kuten Elojuhlan aikana tehdystä kyselystäkin ilmenee. Tällä hetkellä Järvikeskuksen lähettyvillä on yksi pieni hotelli aivan Lohjan keskustassa. Tulevaisuudessa Lohjalla ollaan kaavailemassa uutta suurempaa hotellia, mutta päätöksiä sen toteutuksesta ei ole vielä tehty. Tosin pelkät palvelut eivät riitä matkailijavirtojen syntymiseen, tarvitaan myös vetovoimaisuutta. Tämä ilmeni esimerkiksi eräässä vastauksessa, jossa toivottiin alueelle jotain ”spesiaalia” ja näin mainitsivat myös aiemmin Vuoristo ja Vesterinen (2009). Lisäksi mainittakoon Kompulan ja Boxbergin (2002) maininta, jossa sanottiin kohteen vetovoiman saavuttamiseksi ja laadukkaiden palvelujen tarjoamisen vaativan matkailukohteen toimijoiden kokoavan palvelunsa ilmentäen yhteistä kohdeimagoa, mielikuvaa. Yksittäisten toimijoiden ja vetovoimakohteiden yhteistyön avulla kohdetta pystytään kehittämään kokonaisuutena.



## 7.7 Mahdolliset asiakasryhmät

Vastanneet matkatoimistot ja liikenneyhtiöt tarjoaisivat Järvikeskusta monille erityyppisille asiakasryhmille. Eniten esille nousivat opiskelija- ja kouluryhmät, tyky- ja senioriryhmät, perheet sekä luontoihmiset. Lisäksi kohdetta tarjottaisiin aikuisille, yritysasiakkaille sekä yksittäisille kesämatkaajille. Osa vastanneista ei kokenut kohdetta hyväksi yritysten käyttöön, osa ei osannut vastata kysymykseen mitään. Koulun vastauksista esille nousivat kohteessa vieraileminen ala-asteryhmien kanssa.

Mahdollisia asiakasryhmiä pohdittaessa tulee huomioida, että erityyppisillä asiakasryhmillä on eri tarpeet ja toiveet. Kuten Komppula ja Boxberg (2002) totesivat, yksi matkailukohde ei voi tavoittaa jokaista mahdollista asiakasta eikä markkinoida palvelujaan samalla tavalla eri asiakasryhmille.

## 7.8 Toivotut palvelukielet

Matkatoimistot ja liikenneyhtiöt toivoivat Uudenmaan Järvikeskuksen palvelukieliksi suurimmaksi osin suomea, englantia ja ruotsia. Muista kielistä mainittiin venäjä ja saksa. Koulujen puolelta toivomuksena olivat vain suomi ja englanti. Tilastokeskuksen rajahaastattelututkimuksen mukaan eniten Suomessa käyneitä ulkomaalaisia matkailijoita tuli Venäjältä, Ruotsista ja Virosta. Näiden maiden jälkeen mainittiin myös saksalaiset ja englantilaiset. (Tilastokeskus 2009, 13.) Aiemmin tekstissä mainittiin myös Lohjalle saapuneista ulkomaalaisista, jotka saapuivat suurimmaksi osin samoin Virosta, Venäjältä, Ruotsista ja Saksasta. Näin ollen toivotut kielet palvelisivat niin koko Suomessa kuin Lohjallakin matkailevia ulkomaalaisia.

## 8 Uudenmaan Järvikeskuksen SWOT – analyysi

SWOT – analyysi on helppo ja yksinkertainen menetelmä kartoittaa esimerkiksi yrityksen vahvuuksia (strengths), heikkouksia (weaknesses), mahdollisuuksia (opportunities) ja uhkia (threats). (Page 2009, 384.) Taulukossa 5 esitetään yhteenvedona työhön ja tutkimukseen perustuvaa Uudenmaan Järvikeskuksen SWOT – analyysiä.

Taulukko 5. Uudenmaan Järvikeskuksen SWOT – analyysi työhön ja tutkimukseen perustuen

<b>Vahvuudet</b> Sijainti Järvi Arvokas luonto Vesi- ja ympäristöosaaminen Tukee kaupungin visiota	<b>Heikkoudet</b> Kaupungin tuen puuttuminen Porlan alueen vähäinen tunnettuus Majoituspalvelut
<b>Mahdollisuudet</b> Hyvät jo olemassa olevat puitteet Matkailutarjonta eri ryhmille Uudet palvelut Yhteistyö ja verkostoituminen Lohjan huippukohde sekä talvikohde Kalakannat kasvavat	<b>Uhat</b> Kustannukset Taloudellinen taantuma Muiden matkailualueiden nopeampi kehittyminen Hanke ei jatku, toimijoita ei löydy

Uudenmaan Järvikeskuksen vahvuuksina toimivat muun muassa kohteen sijainti, järvi ja arvokas luonto sekä vesi- ja ympäristöosaaminen. Järvikeskuksella on erinomainen sijainti ja saavutettavuus Lohjan keskustan tuntumassa Lohjanjärven rannalla. Kaupunki sijaitsee myös pääkaupunkiseudun matkailijoiden välittömässä läheisyydessä. Lisäarvoa kohteelle tuo sijainti eteläisen Suomen suurimman järven rannalla. Järvi mahdollistaa myös monipuoliset järviaktiviteetit kohteessa. Järveen liittyvät myös alueen 90-vuotiaat kala-altaat, jotka tekevät kohteesta erikoisemman muihin järviluontokohteisiin verrattuna. Lisäksi Järvikeskuksen luonto on valtakunnallisesti arvokas. Kohteen vahvuudeksi voidaan mainita myös Länsi-Uudenmaan vesi- ja ympäristö yhdistyksen tietotaidon ja osaamisen. Lisäksi Järvikeskus toteutuessaan tukee Lohjan kaupungin uutta visiota järvi- ja kalakaupungista ja voi näin ollen saada kaupungin puolelleen.

Järvikeskuksen heikkouksia ovat muun muassa Porlan alueen vähäinen tunnettuus esimerkiksi muiden kuin lohjalaisten matkailijoiden keskuudessa. Lohjan kaupunki ei myöskään ole tullut

vielä täysillä mukaan hankkeeseen. Lisäksi heikkoutena on majoituspalvelun puuttuminen itse kohteesta. Lohjalla on yksi hotelli, mutta majoituskapasiteetti ei ole laaja. Hotellin lisäksi Lohjalla on majoitusmahdollisuuksina muun muassa muutama maatilamatkailupaikat, vuokramökkejä sekä Kisakallio, mutta nämä eivät sijaitse keskustassa tai kohteen läheisyydessä, joten näiden saavutettavuus on huono. Tosin Lohjan keskustaan ollaan kaavailemassa uutta suurempaa hotelliä, mutta mitään päätöksiä sen toteutuksesta ei ole vielä tehty.

Mahdollisuuksiksi nousivat vuorostaan hankekohteen hyvät jo olemassa olevat puitteet. Tosin joitain alueen osioita (altaat, rakennukset) tulee kuitenkin siistiä tai korjata. Järvikeskus tarjoaisi myös uuden kohteen ryhmämatkailuun. Suuremmille ryhmille ei tällä hetkellä ole sellaista tarjontaa, jossa käytäisiin Lohjanjärven rannalla tai järvellä. Järvikeskus loisi tarjontaa usealle eri kohderyhmälle sekä parantaisi samalla rannan palveluja ja tarjoaisi uusia palveluja. Rannan olemassa olevat palvelut ei ole järjestetty parhaalla mahdollisella tavalla. Järvikeskuksen toteuttaminen ja sen mukana muodostettavat palvelut olisivat äärimmäisen tärkeitä matkailun edistämisen kannalta. Mahdollisuutena on myös alueellisen matkailuyhteistyön ja verkostoitumisen lisääntyminen hankkeen edetessä. Lisäksi Järvikeskuksen toiminta edesauttaa kalakantojen kasvua, jolloin kalastusmatkailu voi kasvaa Lohjanjärvellä. Lohjan aktiviteetti-, harraste-, ohjelma- ja virkistyspalveluiden osuus on vain 19 prosenttia. Tämä osoittaa, että edellä mainittuja palveluita tarvitaan. Kehittynyt alue palvelee myös paikallisia. Lohjalla ei ole tarjota matkailijoille ympärivuotisia matkailukohteita Tytyrin, kirkon ja museoiden lisäksi. Uudenmaan Järvikeskus voisi toimia Lohjan ympärivuotisena kohteena sekä talvikohteena. Lisäksi Järvikeskus voisi saada kaupungin huippukohde tittelin. Samalla voitaisiin mahdollisesti puhua USP – käsitteestä (Unique Selling Proposition, USP), jolla tarkoitetaan tuotteen tai palvelun erityisominaisuuksia, jotka tarjoavat asiakkaiden mielestä enemmän hyötyä kuin kilpailijoiden tuotteet tai palvelut. (Page 2009, 459.)

Uudenmaan Järvikeskuksen uhiksi nousivat muun muassa kustannukset. Järvikeskuksen arvioidaan kustantavan huikeat 13,5 - 14 miljoonaa euroa. Näin ollen hanke tarvitsee toteutuakseen Lohjan kaupungilta merkittävän taloudellisen panostuksen. Lisäksi vaikeuksia voi tuottaa maailman taloudellisen taantumun jatkuminen, jolloin rahavirtoja ei mitä luultavimmin tulla saamaan. Muita mahdollisia uhkia ovat muiden matkailualueiden nopeampi kehittyminen. Jos esimerkiksi jokin muu alue keksii saman idean tai paremman ennen Lohjaa, jää matkailijavirrat syntymättä Lohjalle. Uhkana saattaa myös olla se, että hanke ei jatku, jos tarvittavia toimijoita ei löytyisi.

Todettakoon lopuksi, että jään mielenkiinnolla odottamaan saako Lohjan matkailu ainutlaatuisen Järvikeskuksen valttikortikseen. Viimeisimmän Uudenmaan Järvikeskukseen liittyvän tiedon mukaan 16.4.2010 neljä lohjalaista valtuutettua ovat tehneet valtuustoaloitteen, jossa esitetään, että Lohjan ensi vuoden talousarvioon varattaisiin määräraha Järvikeskuksen jatkoselvityksen tekemiseksi. (Länsi-Uusimaa 86/2010, 4.)

## Lähteet

Ermala, M. 9.11.2009. Matkailusihteeri. Lohjan kaupunki. Luentomuistiinpanot. Lohja.

Ermala, M. 7.12.2009. Matkailusihteeri. Lohjan kaupunki. S-postiviesti.

Hall, C. M. & Härkönen, T. 2006. Lake Tourism. An Integrated Approach to Lacustrine Tourism Systems. Channel view publications. Clevedon.

Helttunen, S. 2009a. Hankkeen toiminta. Luettavissa: <http://www.porla.fi/pages/uudenmaan-jE4rvikeskus/hankkeen-toiminta.php>. Luettu 19.10.2009.

Helttunen, S. 2009b. Porla – hetkessä luonnonhelmaan... Luettavissa: <http://www.porla.fi/>. Luettu: 19.10.2009.

Helttunen, S. 2009c. Järvikeskuksen kehittäminen. Luettavissa: <http://www.porla.fi/pages/uudenmaan-jE4rvikeskus/jE4rvikeskuksen-kehittE4minen.php>. Luettu 19.10.2009.

Helttunen, S. 2009d. Porlan alue. Luettavissa: <http://www.porla.fi/pages/kartta-ja-ilmakuvat.php>. Luettu 19.4.2010.

Helttunen, S. 2009e. Uudenmaan järvikeskus. Luettavissa: <http://www.porla.fi/pages/uudenmaan-jE4rvikeskus.php>. Luettu: 20.12.2009.

Helttunen, S. 2009f. Matkailu. Luettavissa: <http://www.porla.fi/pages/uudenmaan-jE4rvikeskus/hankkeen-tavoitteet/perhepuisto/matkailu.php>. Luettu: 21.12.2009.

Helttunen, S. 2009g. Perhepuiston asukkeja. Luettavissa: <http://www.porla.fi/>. Luettu: 19.4.2010.

Helttunen, S. 10.11.2009. Hankesuunnittelija. Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry. S-postiviesti.

Helttunen, S. 2.12.2009. Hankesuunnittelija. Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry. S-postiviesti.

Helttunen, S. 21.1.2010. Hankesuunnittelija. Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry. Luentomuistiinpanot. Lohja.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Saajavaara P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Tammi. Helsinki.

Kauko, J. 21.1.2010. Toimitusjohtaja. Kaukoviisas Oy. Luentomuistiinpanot. Lohja.

Kauppa- ja teollisuusministeriö 21/2006. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimintapideohjelma vuosille 2007 – 2013. Luettavissa:

[http://ktm.elinar.fi/ktm\\_jur/ktmjur.nsf/all/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/\\$file/jul21elo\\_2006\\_netti.pdf](http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/all/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/$file/jul21elo_2006_netti.pdf). Luettu: 23.2.2010.

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Edita Prima Oy. Helsinki.

Lehtonen, J. 13.10.2009. Toiminnanjohtaja. Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry. S-postiviesti.

Lehtonen, J. 2009. Uudenmaan Järvikeskus (Porla), toteutettavuusselvitys. Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry.

Levonmaa, A. 2008. Lohjan rantaraitti. Ideointia keskustajaman rantojen kehittämiseksi. Luettavissa:

[http://www.lohja.fi/Liitetiedostot/Kaupunkisuunnittelu/Kaupunkisuunnittelumaank%C3%A4ytt%C3%B6/kesk\\_rantaselvitys\\_20080908\\_www.pdf](http://www.lohja.fi/Liitetiedostot/Kaupunkisuunnittelu/Kaupunkisuunnittelumaank%C3%A4ytt%C3%B6/kesk_rantaselvitys_20080908_www.pdf). Luettu: 17.11.2009.

Länsi-Uusimaa 86/2010. Porlan Järvikeskuksen jatkoselvityksiin halutaan rahaa. Lohja.

Lohja 2007. Lohjan kaupungin matkailun suuntaviivat vuosille 2007 – 2013. Lohja. Luettavissa: <http://www.lohja.fi/Liitetiedostot/Suuntaviivat20072013.pdf>. Luettu: 13.10.2009.

Lohja 2009. Omatoimiset kävelykierrokset. Luettavissa:

<http://www.lohja.fi/default.asp?sivu=8&alasivu=1811&kieli=246>. Luettu: 17.12.2009.

Lohja 2010a. Lohjan sijainti kartalla. Luettavissa:

<http://www.lohja.fi/default.asp?kieli=246&sivu=5>. Luettu: 19.4.2010.

Lohja 2010b. Kaupunki järven rannalla. Luettavissa:

<http://www.lohja.fi/default.asp?sivu=6&alasivu=1422&kieli=246>. Luettu: 19.4.2010.

Lohjan kaupunki 2009. Lohjan kaupunkistrategia 2009 – 2017. Luettavissa:

[http://www.lohja.fi/Liitetiedostot/Etusivun%20liitetiedostot/Strategia\\_2009.pdf](http://www.lohja.fi/Liitetiedostot/Etusivun%20liitetiedostot/Strategia_2009.pdf). Luettu: 13.11.2009.

Lohjan kaupunki/Matkailupalvelukeskus 2009. Lohja omenakaupunki matkailu & lomaopas.

Lohjan kaupunki/Matkailupalvelukeskus. Ad-Office Oy. Lohja.

Lohjan kaupunkisuunnittelukeskus ja Lohjan museo 2007. Lohjan rakennetun ympäristön inventointiluettelo. Edita Prima Oy. Helsinki.

Lohjan Kotiseutututkimuksen Ystävät r.y. 2005:1. Kirkhakkinen. Lohjanjärvi-numero. Lohjan Painotuote Oy. Lohja.

Lohjan matkailupalvelukeskus 2008. Rantojen Lohjan. Rantaraitin tarinoita. Luettavissa:

<http://www.lohja.fi/Liitetiedostot/Rantojen%20Lohja.pdf>. Luettu: 17.12.2009.

Lohjan matkailupalvelukeskus 2010. Lohja. Matkailu & lomaopas. Lomapäivä Lohjalla. Rannikon Laatupaino.

Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry 2009. Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry - palvelua, neuvontaa ja jäsenoimintaa puhtaiden vesien puolesta. Luettavissa: <http://www.luvy.fi/>. Luettu: 20.10.2009.

Metsähallitus 2010. Retkikohteita on monenlaisia. Luettavissa:

<http://www.luontoon.fi/page.asp?Section=98>. Luettu 8.3.2010.

Page, S. J. 2009. Tourism management. Managing for change. Third edition. Butterworth-Heinemann. Amsterdam.

Studio Terra 2009. Järvikeskuksen yleisilmeen suunnitelma. Luettavissa:  
[http://www.porla.fi/templates/PDF-tiedostot/loppuseminaari/yleissuunnitelma\\_studioterra.pdf](http://www.porla.fi/templates/PDF-tiedostot/loppuseminaari/yleissuunnitelma_studioterra.pdf). Luettu: 19.4.2010.

Suomen Matkailuasiantuntijat Oy. 2009. Selvitys matkailun tulo- ja työllisyysvaikutuksista Länsi-Uudenmaan alueen kunnissa. Luettavissa:  
[http://www.luako.fi/Liitetiedostot/Selvitys%20Matkailun%20tulo%20ja%20tyolvaikutuksista\\_loppuraportti.pdf](http://www.luako.fi/Liitetiedostot/Selvitys%20Matkailun%20tulo%20ja%20tyolvaikutuksista_loppuraportti.pdf). Luettu: 24.11.2009.

Swarbrooke, J. 2002. The Development and Management of Visitor Attractions. Second edition. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Tilastokeskus 2009. Rajahaastattelututkimus, osa 22: Ulkomaiset matkailijat Suomessa 1.1. – 31.12.2008. Luettavissa:  
[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/c1464a11d9a91af1c22575df00433b31/\\$FILE/A164%20Rajahaastattelututkimus%202008.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/c1464a11d9a91af1c22575df00433b31/$FILE/A164%20Rajahaastattelututkimus%202008.pdf). Luettu: 25.3.2010.

Tilastokeskus/Artman 2009. Lohjan matkailutilastoja. Art-travel Oy.

Uudenmaan liitto 2007. Uudenmaan matkailun kehittäminen 2007 – 2013. Luettavissa:  
[http://www.uudenmaanliitto.fi/files/1097/Uudenmaan\\_matkailun\\_kehittaminen\\_2007\\_-\\_2013.pdf](http://www.uudenmaanliitto.fi/files/1097/Uudenmaan_matkailun_kehittaminen_2007_-_2013.pdf). Luettu: 23.2.2010.

Verhelä, P. 2000. Matkatoimistopalvelut. Oy Edita Ab. Helsinki.

Vuoristo, K-V. & Vesterinen, N. 2009. Lumen ja suven maa. Suomen matkailumaantiede. 3. painos. WSOY. Helsinki.

Vuoristo, K-V. 2003. Matkailun maailma. Kansainvälisen matkailun maantiede. WSOY. Porvoo.



Vuoristo, K-V. 2002. Matkailun muodot. 3. painos. WSOY. Helsinki



## **Liite 2. Saatekirje matkatoimistoille ja liikenneyhtiöille**

Arvoisa vastaanottaja

Olen matkailualan opiskelija HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulusta ja teen tutkimusta liittyen opinnäytetyöhöni. Opinnäytetyöni käsittelee Uudenmaan Järvikeskus – hanketta, jonka tavoitteena on toteuttaa Lohjalle Porlaan, Etelä-Suomen suurimman järven rannalle, Uudenmaan Järvikeskus. Työni toimeksiantajana toimii Lohjan Matkailupalvelukeskus ja hanketta johtaa Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry.

Lohja sijaitsee Uudenmaan metropolialueella puolen tunnin ajomatkan päässä Helsingistä sekä uuden E18-moottoritien ansiosta tunnin ajomatkan päässä Turusta. Asukkaita Lohjalla on noin 40 000.

Hankekohde Porla sijaitsee Lohjan kaupungin keskustan välittömässä läheisyydessä Lohjanjärven rannalla. Alue käsittää noin 6 ha kokoisen kulttuurihistoriallisesti ja maisemallisesti merkittävän alueen, jossa on toiminut vuoteen 1995 asti Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitoksen kalanviljelylaitos. Alue on luontoarvoiltaan ja sijainniltaan poikkeuksellisen arvokas. Porlassa sijaitsee 16 luonnonravintolammikkoa sekä valtakunnallisesti arvokas noin 1,1 ha kokoinen lehto ja lähteikkö.

Tavoitteena on luoda alueelle vesi- ja ympäristöosaamisen ja -palveluiden keskus, joka toimii lähialueen asukkaiden virkistys- ja luontoelämyskeskuksena (perhepuisto), matkailijoita kiinnostavana tutustumis- ja virkistyskohteena sekä valtakunnallisena ympäristöosaamisen keskitymänä. Alueella tulee toimimaan myös luontokoulu sekä järvi- ja virtavesiluontoa esittelevät akvaariot. Osaamiskeskityksessä olisi mm. ympäristöalan tutkimusta, neuvontaa, koulutusta sekä matkailua tukevia palveluja kuten ohjelma-, ravitsemis- ja kokouspalveluja. Hankkeeseen voi tutustua tarkemmin osoitteessa: [www.porla.fi](http://www.porla.fi).

Pyydän Teitä ystävällisesti vastaamaan ohessa olevaan kyselyyn ja näin vaikuttamaan osaltanne hankkeeseen. Kyselyn vastauksineen voitte palauttaa 4.12.2009 mennessä sähköpostitse osoitteeseen: [pauliina.jurvanen@myy.haaga-helia.fi](mailto:pauliina.jurvanen@myy.haaga-helia.fi). Vastaukset käsitellään luottamuksella ja niitä käytetään opinnäytetyössäni sekä hankkeen kehittämiseen.

Ystävällisin terveisin

Pauliina Jurvanen

Osoitetiedot: Lohjan kaupungin Matkailupalvelukeskus. Osoiterekisteri.

### **Liite 3. Kyselylomake matkatoimistoille ja liikenneyhtiöille**

#### **Uudenmaan Järvikeskus Porla -kysely**

1. Kiinnostaako Lohjan seutu asiakkaitanne matkailualueena? Perustele.
2. Tunnetteko Lohjaa ja sen matkailutarjontaa? Mainitkaa muutamia kohteita?
3. Mitkä ovat Teidän käsityksenne Lohjasta? Mitä Lohjasta tulee ensimmäisenä mieleen?
4. Mitkä ovat Teidän käsityksenne Porlasta?
5. Jos Uudenmaan Järvikeskus toteutuu, näettekö sen nostavan alueemme kiinnostavuutta matkailukohteena? Perustele.
6. Näkisittekö Uudenmaan järvikeskuksen kohteena, jota voisitte tarjota asiakkaillenne? Perustele.
7. Onko Teillä ollut kysyntää vastaavalle palvelulle?
8. Mitä palveluilta järvikeskuksen tulisi pitää sisällään tai lähettyvillä?
9. Mitkä asiakasryhmänne näette asiakkaina järvikeskukselle?
10. Mitä palvelukieliä järvikeskuksen tulisi tarjota?

**KIITOS VASTAUKSISTANNE**

#### Liite 4. Saatekirje kouluille

Arvoisa vastaanottaja

Olen matkailualan opiskelija HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulusta ja teen tutkimusta liittyen opinnäytetyöhöni. Opinnäytetyöni käsittelee Uudenmaan Järvikeskus – hanketta, jonka tavoitteena on toteuttaa Lohjalle Porlaan, Etelä-Suomen suurimman järven rannalle, Uudenmaan Järvikeskus. Työni toimeksiantajana toimii Lohjan Matkailupalvelukeskus ja hanketta johtaa Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry.

Lohja sijaitsee Uudenmaan metropolialueella puolen tunnin ajomatkan päässä Helsingistä sekä uuden E18-moottoritien ansiosta tunnin ajomatkan päässä Turusta. Asukkaita Lohjalla on noin 40 000.

Hankekohde Porla sijaitsee Lohjan kaupungin keskustan välittömässä läheisyydessä Lohjanjärven rannalla. Alue käsittää noin 6 ha kokoisien kulttuurihistoriallisesti ja maisemallisesti merkittävän alueen, jossa on toiminut vuoteen 1995 asti Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitoksen kalanviljelylaitos. Alue on luontoarvoiltaan ja sijainniltaan poikkeuksellisen arvokas. Porlassa sijaitsee 16 luonnonravintolammikkoa sekä valtakunnallisesti arvokas noin 1,1 ha kokoinen lehto ja lähteikkö.

Tavoitteena on luoda alueelle vesi- ja ympäristöosaamisen ja -palveluiden keskus, joka toimii lähialueen asukkaiden virkistys- ja luontoelämyskeskuksena (perhepuisto), matkailijoita kiinnostavana tutustumis- ja virkistyskohteena sekä valtakunnallisena ympäristöosaamisen keskitymänä. Alueella tulee toimimaan myös **luontokoulu** sekä järvi- ja virtavesiluontoa esittelevät akvaariot. Luontokoulu tarjoaa monipuoliset puitteet luonnon tutkimiseen (hyvin varusteltu luokkatila mikroskooppeineen ym. tarvittavine välineineen). Järvikeskuksen kala-aitaiden värikkäät koristekalat, jättikokoiset karpit ja monnit sekä puistoalueen eri lintu-, perhos- ja hyönteis- sekä kasvilajit tukevat luontokoulutoimintaa. Alueella on myös erilaisia luontopolkuja luontotehtävärasteineen. Luontokoulu tulee lisäksi tarjoamaan erilaisia ohjelmapaketteja ryhmille. Hankkeeseen voi tutustua tarkemmin osoitteessa: [www.porla.fi](http://www.porla.fi).

Pyydän Teitä ystävällisesti vastaamaan ohessa olevaan kyselyyn ja näin vaikuttamaan osaltanne hankkeeseen. Kyselyn vastauksineen voitte palauttaa 4.12.2009 mennessä sähköpostitse osoitteeseen: [pauliina.jurvanen@myy.haaga-helia.fi](mailto:pauliina.jurvanen@myy.haaga-helia.fi). Vastaukset käsitellään luottamuksella ja niitä käytetään opinnäytetyössänne sekä hankkeen kehittämiseen.

Ystävällisin terveisin

Pauliina Jurvanen

Osoitetiedot: Lohjan kaupungin Matkailupalvelukeskus. Tytyrin kaivosmuseon asiakasrekisteri.

## **Liite 5. Kyselylomake kouluille**

### **Uudenmaan Järvikeskus Porla -kysely**

1. Kiinnostaako Lohjan seutu kouluanne retki- tai vierailukohteena? Perustelee.
2. Tunnetteko Lohjaa ja sen matkailutarjontaa? Mainitkaa muutamia kohteita?
3. Mitkä ovat Teidän käsityksenne Lohjasta? Mitä Lohjasta tulee ensimmäisenä mieleen?
4. Mitkä ovat Teidän käsityksenne Porlasta?
5. Jos Uudenmaan Järvikeskus toteutuu, näettekö sen nostavan alueemme kiinnostavuutta koulujen retki- tai vierailukohteena? Perustelee.
6. Näkisittekö Uudenmaan järvikeskuksen kohteena, jossa voisitte vierailla kouluryhmienne kanssa? Perustelee.
7. Onko Teillä ollut tarvetta vastaavalle palvelulle?
8. Mitä palveluilta järvikeskuksen ja luontokoulun tulisi pitää sisällään tai lähettyvillä?
9. Mitkä luokkaryhmänne näette asiakkaina järvikeskukselle?
10. Mitä palvelukieliä järvikeskuksen tulisi tarjota?

**KIITOS VASTAUKSISTANNE**