

Tutkimus Kärkölän kunnan matkailun tilasta ja tulevaisuudesta kuntalaisten näkökulmasta

Tanja Köykkä

Opinnäytetyö
Matkailun liikkeenjohdon
koulutusohjelma
2021



| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| Tekijä(t) Tanja Köykkä | |
| Koulutusohjelma Matkailun liikkeenjohto | |
| Raportin/Opinnäytetyön nimi Tutkimus Kärkölen kunnan matkailun tilasta ja tulevaisuudesta kuntalais- ten näkökulmasta | Sivu- ja liitesivumäärä 31+7 |
| <p>Asiakkaiden osallistaminen minkä tahansa yrityksen toiminnan kehittämiseen tuo yritykselle arvoa ja on molemmille osapuolille palkitsevaa. Samalla se luo siteen yrityksen ja asiakkaan välille ja asiakas kokee olevansa osa kokonaisuutta. Osallistamista on käytetty myös matkailun kehittämisessä erilaisin tavoin.</p> <p>Tämä opinnäytetyö syntyi toimeksiantajan, Kärkölen kunnan tarpeesta selvittää, millainen käsitys asukkailla on kunnan matkailun potentiaalista. Lisäksi haluttiin tietää, millaisia ehdotuksia kuntalaisilla on Kärkölen käyntikohteiksi. Kärkölä on lähitulevaisuudessa tekemässä kunnalle uutta matkailun toimintasuunnitelmaa ja tämä opinnäytetyön kyselyn tulokset toimivat suunnitelman pohjana.</p> <p>Työn teoriaosiossa selvitetään, mitä matkailualueen ja -palveluiden kehittämisellä tarkoitetaan ja miten niitä kannattaisi toteuttaa. Matkailupalveluiden kehittämisessä voidaan puhua matkailun tuotekehityksestä ja teoriaosiossa käydäänkin läpi mitä tämä tarkoittaa. Lisäksi avataan maaseutumatkailu-käsitettä, millainen maaseutu on matkailukohteena sekä sitä mitkä ovat maaseudun vetovoimatekijöitä. Koska toimeksiannon ajatuksena on kuntalaisten osallistaminen, selvitetään teoriaosassa myös osallistamisen terminologiaa sekä annetaan esimerkkejä, kuinka osallistamista käytetään yleisesti kunnan päätöksenteossa ja miten sitä on aikaisemmin hyödynnetty matkailussa.</p> <p>Kyselytutkimus tehtiin Webropol-nettikyselyohjelmalla maaliskuussa 2021 ja sen kohdejoukko olivat Kärkölen kunnan asukkaat. Valmis kyselylinkki julkaistiin Kärkölässä tapahtuu Facebook sivulla. Kysely oli avoin, joten erillistä kirjautumista tai salasanaa ei tarvittu. Kysely oli avoinna 30.3–7.4. välisen ajan. Vastauksia tuli 62 kappaletta.</p> <p>Kyselyllä saatiin vastaukset kysymysongelmiin ja ehdotuksia kunnan käyntikohteiksi, vaikka suureksi osaksi vastaukset olivatkin kovin samankaltaisia.</p> <p>Vastaajien mielestä Kärkölen paikallisia yrittäjiä tulee suosia, mutta toisaalta suurin osa kokee, ettei kunnassa ole juurikaan kiinnostavia ravintoloita, kahviloita tai käyntikohteita. Huovilan puisto nousee vastauksissa selkeimmin esille käymisen arvoisena paikkana. Vastaajat pitävät Huovilaa kauniina mutta hieman hoitamattomana, joten kehittämissuhteuksena voisi puiston kunnossapitoon kiinnittää enemmän huomiota ja aukioloaikoja laajentaa niin, että puisto olisi auki vuoden ympäri.</p> <p>Kärkölen matkailun kehittämisen tueksi voisi tehdä myös toisen opinnäytetyön, jossa haasteltaisiin nuoria kuntalaisia, sillä tässä kyselyssä nuorten vastaajien määrä oli melkoisen pieni. Mielestäni olisi hyvä saada hieman laajempaa kuvaa mahdollisista kiinnostavista käyntikohteista.</p> | |
| Asiasanat Matkailualue, matkailupalvelu, kehittäminen, osallistaminen, maaseutumatkailu | |

Sisällys

| | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 2 | Matkailualueen ja -palveluiden kehittäminen | 2 |
| 3 | Maaseutu matkailualueena | 6 |
| 3.1 | Maaseutumatkailu | 7 |
| 3.2 | Maaseudun vetovoimatekijät | 7 |
| 4 | Osallistaminen..... | 9 |
| 4.1 | Osallistamisen terminologiaa | 9 |
| 4.2 | Osallistaminen kunnassa | 10 |
| 4.3 | Esimerkkejä osallistamisesta matkailussa | 12 |
| 5 | Toimeksiantajan esittely | 14 |
| 6 | Tutkimuksen suorittaminen..... | 17 |
| 6.1 | Tutkimusmenetelmä..... | 18 |
| 6.2 | Kyselyn laatiminen ja otanta..... | 19 |
| 7 | Tutkimuksen tulokset..... | 21 |
| 7.1 | Vastaajien demograafiset tekijät | 21 |
| 7.2 | Matkailun kehittäminen | 22 |
| 7.3 | Kärkölen ruoka- ja kahvilapalvelut..... | 24 |
| 7.4 | Kärkölen majoituspalvelut | 26 |
| 7.5 | Kärkölen vierailukohteet ja matkailupalvelut sekä niiden saavutettavuus | 27 |
| 8 | Pohdinta ja tutkimuksen onnistuminen | 29 |
| 8.1 | Työn luotettavuus ja toistettavuus | 29 |
| 8.2 | Kehittämisehdotukset..... | 30 |
| 8.3 | Oma oppiminen..... | 31 |
| | Lähteet | 32 |
| | Liitteet..... | 36 |

1 Johdanto

”Maaseudun matkailupalveluja tarjoavat matkailuyritykset luovat ympärivuotiset puitteet luontomatkailuun, virkistykseen, lomiiin, juhliin ja kokouksiin. Lähimatkailu on tärkeää paikallistaloudelle. Se laajentaa merkittävästi paikallisten asukkaiden palvelutarjontaa ja työllistymismahdollisuuksia sekä tuo positiivisia kerrannaisvaikutuksia matkailun lisäksi muulle muulle toimialalle.” (Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto 2019).

Suomi on EU:n maaseutumaisin maa ja maaseutumatkailulla on meillä iso rooli. Maaseutumatkailu perustuu maaseudun voimavaroihin, luontaisiin edellytyksiin ja pienyritysjyyteen. Ihminen, kulttuuri, maisema ja luonto ovat maaseutumatkailun voimavaroja. Kaikessa maaseutumatkailuun liittyvässä toiminnassa noudatetaan sosiaalisesti, taloudellisesti, ekologisesti ja kulttuurisesti kestävän matkailun periaatteita (Aito maaseutu).

Matkailun kehittäminen on tärkeää ja kehittämisen apuna on useissa paikoissa käytetty asiakkaita, heitä, jotka palveluja käyttävät. Erilaiset asiakastytyväisyyskyselyt ja palautekyselyt muokkaavat yrityksen toimintamalleja ja vaikuttavat esimerkiksi päivittäistavara-kauppojen tuotevalikoimaan. Kuntien päätöksenteossa kuntalaisten osallistaminen on ollut perinteisesti mahdollisuus äänestää, mutta entistä enemmän halutaan lisätä kuntalaisten osallistamista muutoinkin kuin demokratian kautta.

Tämä opinnäytetyö syntyi toimeksiantajan, eli Kärkölän kunnan tarpeesta selvittää, millainen käsitys asukkailla on kunnan matkailun potentiaalista. Lisäksi haluttiin tietää, millaisia ehdotuksia kuntalaisilla on Kärkölän käyntikohteiksi. Kärkölä on lähitulevaisuudessa tekemässä kunnalle uutta matkailun toimintasuunnitelmaa ja tämä opinnäytetyö toimii suunnitelmalle pohjana.

Tutkimuksessa selvitettiin Kärkölän kunnan palveluita ja kuntalaisten näkemyksiä kunnan ravintola-, kahvila-, majoitus- sekä matkailupalveluista ja käyntikohteista.

2 Matkailualueen ja -palveluiden kehittäminen

Matkailu on toimintaa, jossa ihmiset matkustavat normaalin elinpiirinsä ulkopuolelle, jonnekin vieraaseen paikkaan ja viettävät siellä aikaa yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan. Matkan tarkoitus voi olla vapaa-ajanvietto, liikematkailu tai joku muu. Matkailuksi katsotaan myös mm. koti- ja työpaikkakunnan ulkopuolelle suuntautuvat, päiväkohtaiset matkat. (Tilastokeskus). Matkailun keskeisimpiä toimialoja ovat henkilöliikennepalvelut, matkatoimisto- ja matkanjärjestäjäpalvelut majoitus- ja ravitsemispalvelut, kulttuuripalvelut kuten museot, historialliset nähtävyydet, tapahtumat, eläintarhojen ja luonnonpuistojen toiminta, sekä virkistys- ja urheilupalvelut kuten kylpylät sekä hiihtokeskusten ja huvi- ja teemapuistojen toiminta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 57).

Matkailun kehittämisellä tarkoitetaan matkailualan kasvattamista ja ylläpitämistä tietyllä alueella. Perustasolla matkailun kehittäminen voidaan määritellä luomalla strategioita ja suunnitelmia matkailun lisäämiseksi sekä kehittämiseksi. Matkailun kehittäminen koostuu monista tekijöistä, joita ovat esimerkiksi yksityisen ja julkisen sektorin välinen yhteistyö, kilpailijoiden arvioiminen mahdollisen kilpailuedun saamiseksi, vastuullisen ja kestävä kehityksen varmistaminen sekä matkailun klusterointi. (Stainton 3.4.2020).

Matkailun kehittämisessä puhutaan usein vallitsevista trendeistä ja muutostekijöistä kuten vastuullisuus, vähähiilisyys sekä kestävyys. Matkailun ympärillä olevat ilmiöt muuttuvat jatkuvasti, samoin myös matkailijoiden kuluttajakäyttäytyminen, odotukset ja tarpeet. Näiden muutosten mukana matkailualueiden kehittämisperiaatteiden ja toimintaympäristön on uudistuttava. Matkailun kehittäminen onkin paikkaan ja aikaan sidoksissa olevaa strategisten toimenpiteiden ja valintojen määrittelyä, joissa on tunnistettava matkailijoiden tarpeiden sekä matkailuilmiöiden muuttuminen. Kehittämisessä tulee huomioida vallalla olevat teemat, kuten kestävä matkailu ja vastuullisuus, älykkäät liikkumisen palvelut sekä digitaalisuus. (FCG).

Matkailualueen kehittäminen ja matkailijoiden lisääntyminen vaikuttavat alueen ydinpalvelutarjontaan, jolloin vaikutukset alueen elinkeinoelämään ovat merkittäviä. Ydinpalveluilla tarkoitetaan hotelleja, ravintoloita sekä ohjelmapalveluyrityksiä. Esimerkiksi Lapin noin miljardin euron vuosittaisesta matkailutulosta kaksi kolmasosaa kertyy juuri ydinpalveluista (Heikinmatti 18.9.2020).

Matkailualueiden lisäksi myös matkailupalveluita on kehitettävä. Oli kyse sitten opastetuista kierroksista, veneretkestä, majoituksesta tai vaikka sisävesiristeilyistä, ovat ne kaikki

palveluita, joita tuotetaan asiakkaille. Nykyajan matkailijat eivät etsi pelkästään kokemuksia, vaan sellaisia kokemuksia, jotka parantavat heidän elämänlaatuaan. He etsivät laadukkaita elämyksiä ja palveluita, mutta jokainen asiakas kokee laadun eri tavalla. Se mikä toisesta on tylsää, saattaa jollekin toiselle olla elämää mullistava kokemus. Matkailuyrityksen onkin siis ensiarvoisen tärkeää tuntea asiakkaansa, jotta jokaiselle voidaan tarjota juuri hänelle räätälöidyt palvelut. (Ministry of foreign affairs 2020).

Asiakkaiden tuntemiseksi yrityksen on ensin tunnettava oma tarjontansa ja vahvuutensa, jonka jälkeen on tehtävä asiakaskohderyhmien valinta, eli segmentointi. Valinta perustuu ihmisten erilaisiin tarpeisiin ja poikkeaviin ostokäyttäytymiseen. Tarjonta ja markkinointi kohdistetaan siis näille valituille kohderyhmille. Jos tarjotaan kaikille ja kaikkea, ei markkinointia pysty kohdentamaan yrityksen oikeille asiakkaille. Matkailuyrityksen menestys riippuikin siitä, kuinka hyvin se pystyy ennakoimaan ja täyttämään asiakkaidensa tarpeet niin että liiketoiminta on kannattavaa. (Mikkola. 2016).

Matkailupalveluiden kehittämisessä voidaan puhua myös matkailun tuotekehityksestä. Tällä tarkoitetaan sekä olemassa olevien tuotteiden parantamista, sekä uusien matkailutuotteiden kehittämistä. Kehitys voi tapahtua vuorovaikutteisena toimintona tai sellaisena selvänä prosessina, jolla on alku ja loppu. Matkailupalveluiden kehityksessä on oltava koko ajan läsnä toimintaympäristön erityispiirteet, samoin kuin asiakkaiden tavat toimia ja yritykset sisäiset toimintatavat. (García-Rosell, Haanpää & Kyyrä 2017, 151).

Matkailupalvelun tuotekehityksen hahmottaminen voi olla haastavaa, mutta pienenkin matkailualan yrityksen uusien tuotteiden kehittäminen, markkinoiden luominen ja vanhojen palveluiden parantaminen on tuotekehitystä, vaikka sitä ei sellaiseksi kutsuttaisikaan (Baas ym. 2011, 3–4).

Tuotekehityksen tulisi aina olla osa toiminnan kehittämistä, kokonaisvaltaista ja jatkuvaa prosessia. Tuotekehitys voi alkaa prosessin missä tahansa vaiheessa ja sitä pitää arvioida jatkuvasti. Se on ideointia, tuotteistamista ja asiakkaan kohtaamista, kaikkia yhtä aikaa. Tuotekehitys on tiiviissä yhteydessä ympäröivän maailman kanssa ja se liittyy vahvasti alueiden, toimialojen, yhteiskuntien ja ihmisten välisiin suhteisiin (Baas ym. 2011, 5).

Tuotekehityksessä on myös oleellista huomioida asiakkaiden moninaisuus. Asiakkuuden laaja ymmärtäminen ja paikallisten ihmisten mukaan ottaminen auttaa luomaan ekologisesti, kulttuurisesti ja sosiaalisesti kestäviä tuotteita ja palveluita. Matkailuliiketoiminnan

jakelukanavien luonteen vuoksi, kuluttaja-asiakkaiden lisäksi asiakkaita ovat myös yrityksen yhteistyökumppanit. Tällainen on vaikkapa kansainvälinen matkanjärjestäjä, joka operoi matkakohteen ja kuluttaja-asiakkaan välissä. Kestävän kilpailuedun saavuttamiseksi yrittäjän on varmistettava se, että asiakkaat ja yhteistyökumppanit voivat hyvin pitkällä aikavälillä. Tähän päästään helpommin, kun markkinoita ja asiakassegmenttejä hahmotetaan niiden erojen sijaan laajemmin, selvittämällä mitkä ovat eri segmenttejä yhdistäviä asioita. Markkinoiden yksinkertaistaminen ja tuotekehityksen helpottaminen onnistuvat, kun ymmärretään että kaikilla asiakkailla on samanlaiset perustarpeet, kuten syöminen, juominen ja nukkuminen. (Baas ym. 2011, 34).

Matkailukohteissa kilpailu alueelle tulevista matkailijoista on kova ja palvelut ovat usein keskittyneet pienelle alueelle. Matkakohteet ovat usein samankaltaisia ja kun joku tuote tai palvelu menestyy, sitä usein kopioidaan kyseisen alueen sisällä ja alueelta toiselle. Menestyäkseen matkailuyrityksen kannattaakin katsoa perinteisten toimialarajojen reunoille ja jopa niiden ulkopuolelle. Esimerkkinä tällaisesta rajojen ulkopuolelle katsomisesta voidaan pitää Rovaniemellä sijaitsevaa Arctic Snowhotel & Glass Igloos yritystä, jonka ydintoimintaa ei nimestä huolimatta ole majoitus- tai ravintolapalvelut, vaan tuotteessa on ennen kaikkea kyse oppimisesta, selviytymisestä ja itsensä ylittämisestä. Yritys on löytänyt uuden toimialan, jolla se irtautuu ja erottautuu perinteisestä kilpailuasetelmasta (Baas ym. 2011, 6–8).

Lähtökohtaisesti yhden alueen sisällä olevat matkailualan yritykset kilpailevat keskenään alueen matkailijoista, vaikka suositeltavaa olisikin tehdä yhteistyötä, sillä matkailija harvoin tulee matkakohteeseen vain jonkin tietyn yrityksen takia. Vaikka asiakkaan mieleen jäisi jokin tietty, yhdessä yrityksessä saatu palvelukokemus, kohde usein mielletään kokonaisuudeksi, yhdeksi matkailualueeksi. Onkin tärkeää, että matkailualueilla tehdään aktiivisesti yhteistyötä myönteisten mielikuvien sekä tunnettuuden parantamiseksi. (Baas ym. 2011, 28).

Pärjätäkseen markkinoilla, matkailuyrityksen tulee siis uudistaa ja kehittää toimintaansa jatkuvasti. Pelkät fyysiset investoinnit eivät yksistään riitä, vaan yrityksen pitää panostaa myös osaamisen kasvattamiseen, digitalisointiin, tuotteistamiseen ja markkinoinnin kehittämiseen. Kaiholan mielestä juuri aineettomaan kehittämiseen tulisi panostaa entistä enemmän. Matkailijat hakevat yhä erilaisempia kokemuksia ja majoitus on usein yksi iso kokemus, ja matkailijat haluavat majoittua aiempaa tasokkaammin. Kohonneet laatuvaatimukset nostavat kustannuksia. Tason parantamisen myötä tulisi panostaa myös majoituskapasiteetin mahdollisimman korkeaan hyödyntämiseen, eli houkuttelevuutta pitäisi lisätä

myös varsinaisten sesonkien ulkopuoliselle ajalle. Investointien kanssa yhtäaikaisesti tulee panostaa markkinointiin ja ympärivuotisuuteen. Kaihola painottaakin, että sesonkien pidentäminen ja ympärivuotisuus ovat tärkeämpiä kuin lyhyen sesongin ajaksi investoitu lisäkapasiteetti. Jo olemassa olevien palveluiden käyttöasteen nosto näkyy kannattavuudessa paremmin kuin yksittäinen kapasiteetin lisääminen. (ELY-keskus. 2019).

Jotta matkailu voi kehittyä vaaditulla tavalla, on sille asetettava tavoitteita. Suomen matkailun kehittämistä varten tavoitteet on asetettu Suomen matkailustrategiassa ”Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun”. Strategiassa on määritelty toimenpiteet vuosille 2019–2023 jotta suunniteltu tavoite saavutetaan vuoteen 2028 mennessä. Matkailustrategia kokoaa matkailutoimijat yhteen ja toimii matkailun kehittämistyössä yhteisenä ohjenuorana. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019).

Matkailustrategian mukaan matkailuun panostamiselle ja sen kehittämiseksi on neljä hyvää syytä. **Ensimmäinen syy** on se, että matkailu on kasvupotentiaaliltaan suuri palveluala, jolla on muille aloille paljon kerrannaisvaikutuksia. Matkailulla on merkittävä vaikutus työllisyyteen ja kansantalouteen, suora bruttokansantuoteosuus on 2,6 %. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019). Kerrannaisvaikutukset näkyvät elintarviketeollisuudessa, tekstiiliteollisuudessa, rakennusteollisuudessa sekä finanssipalveluissa. Työ- ja elinkeinoministeriön arvion mukaan yksi matkailueuro tuo 56 senttiä lisäarvoa muille toimialoille. Kotimaanmatkailulla on Suomen kokonaismatkailussa keskeinen asema ja sen osuus matkailun kokonaiskysynnästä on noin 70 %. **Toisena syynä** on matkailun kasvu vientitoimialalla. Matkailuviennin kasvu on selkeästi muuta palveluvientiä nopeampaa ja Suomeen suuntautuvan matkailun kehittäminen on alueiden ja kansantalouden näkökulmasta tehokkain keino lisätä Suomen matkailusta saamia tuloja. **Kolmantena syynä** on matkailun suuri merkitys työllistäjänä. Vuonna 2017 matkailu työllisti yli 140 000 henkilöä ja tämän lisäksi vuokratyövoiman käyttö on yleistä. Matkailutoimialoilla yrityksiä on noin 28 500, joista mikroyrityksiä on pääosa. Matkailuyritysten lukumäärä kasvoi vuonna 2017 noin 400 yrityksellä. **Neljäntenä syynä** on matkailun merkitys alueellisena elinkeinona. Matkailun merkitys korostuu paikallisesti varsinkin maaseutu- ja saaristoalueilla, paikallisesti tehtyä kehittämistyötä tai matkailualan työpaikkoja ei voida siirtää muille paikkakunnille tai muille maille. Matkailun avulla luodaan paikallisille asiakkaille laadukkaampia ja monipuolisempia palveluita, mutta myös perusinfrastruktuuria, joka mahdollistaa muun elinkeinotoiminnan kehittymisen. Matkailu, joka tukee kulttuuriperinnön ja ympäristön säilymistä ja kehittymistä vahvistaa alueiden omaa kulttuuri-identiteettiä ja paikallisia tapoja. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019).

3 Maaseutu matkailualueena

Maaseutumatkailun hahmottamiseksi on syytä ensin määritellä mitä maaseutu käsitteellä tarkoitetaan. Maaseudun määrittelyssä käytetään neljää erilaista alueluokkaa. **Ensimmäinen alue** on kaupungin läheinen maaseutu, joka on maaseutumaista aluetta sekä toiminnallisesti, että fyysisesti lähellä kaupunkialueita. Se rajataan suhteessa kaupunkialueisiin ja se muodostaa kaupunkialueen ympärille yhtenäisen vyöhykkeen. Kaupungin läheinen maaseutu pitää sisällään erilaisia maaseutualueita: taajamia, ydinmaaseudun kaltaisia maaseutualueita sekä harvaan asuttuja alueita. Alue on hyvin saavutettavissa ja sieltä suuntaudutaan usein töihin ydinmaaseutualueille. **Toinen alue** on ydinmaaseutu, joka on joko vahvaa alkutuotannon aluetta tai suhteellisen tiiviisti asuttua, toiminnoiltaan monipuolista maaseutua. Alue rajautuu kaupunginläheisen maaseudun ulkopuolelle, joten se on suhteellisen etäällä suurista keskuksista. Alueelle tyypillistä on keskikokoiset keskukset, kirkonkylät sekä tiheä pienten taajamien verkosto. Maankäyttö on intensiivistä ja ydinmaaseuduksi nousevatkin erityisesti maatalousvaltaiset alueet. Mikäli alueella asuvien työikäisten toimialajakauma on monipuolinen paikallistasolla, myös harvemmin asutut alueet voivat nousta ydinmaaseuduksi. **Kolmas alue** on harvaan asuttu maaseutu, joka on väestömäärältään harvaan asuttua, elinkeinorakenteeltaan yksipuolista ja jonka yleisin maankäyttöluokka on suo tai metsä. Alueet sijaitsevat kaukana isoista keskuksista ja asutusraakenne on hajanaista. Taajamia on harvassa ja niiden välillä voi olla laajoja asumattomia alueita. Harvaan asutuksi maaseuduksi luokitellaan ne maaseutualueet, jotka eivät täytä tai ydinmaaseudun, kaupungin läheisen maaseudun tai maaseudun paikalliskeskusten kriteereitä. **Neljäs maaseutulokka** on maaseudun paikalliskeskukset. Ne ovat suurehkoja taajamia, jotka sijaitsevat kaupunkialueiden ulkopuolella. Niiden joukkoon kuuluu sellaisia kaupunkimaisia taajamia, joiden koko ei riitä muodostamaan maaseudun suuria kirkonkyläkeskuksia sekä kaupunkiseutua. Paikalliskeskusten määrittelemiseksi on neljä kriteeriä, joista vähintään kolmen tulee täytyä. (Helminen ym. 2014, 11–12).

1. Kolmen edellisen vuoden väestömäärän keskiarvo yli 5000.
 2. Taajaman asukastiheys yli 400 asukasta/km²
 3. Työpaikkoja yli 2000
 4. Aluetehokkuudeltaan vähintään 0,1 alueen pinta-alan vähintään 1km²
- (Helminen ym. 2014, 11–12).

3.1 Maaseutumatkailu

Maaseutumatkailu on tärkeä ja kasvava matkailumuoto monissa maissa, myös Suomessa. Maaseutumatkailulle on monia määritelmiä, eikä se ole vain maatilamajoitusta tai maatiloilla vierailua, vaan se on matkailua, joka tapahtuu maaseudulla ja perustuu maaseudun erityispiirteisiin. Pieniyritykset, avoin tila, kosketus luontoon ja alueen perinteisiin ovat maaseutumatkailulle ominaisia piirteitä. Maaseutumatkailun kehittäminen auttaa maaseudun infrastruktuurin kehittymistä, kannustaa sen asukkaita yhteistyöhön, elävöittää paikallista kulttuuria, kasvattaa paikallista identiteettiä, parantaa paikallisten asukkaiden elintasoja luomalla työpaikkoja sekä mahdollisesti auttaa vanhojen ja unohdettujen kiinteistöjen kunnostamisessa ja ylläpidossa. (OECD 1994).

Maaseutumatkailu on myös suosittu tutkimusaihe matkailututkijoiden keskuudessa ja useat tutkimukset osoittavat, että maaseutumatkailijoilla on eri maissa useita yhtäläisyyksiä: heitä motivoi useimmiten mahdollisuudet oppia ja tutkia luontoa eri kulttuureissa, viettää aikaa ulkoillen sekä etsiä rauhaa ja hiljaisuutta. He etsivät yhteistä aikaa perheen kanssa, muutosta rutiiniin ja hyvää ruokaa. Kauniit maisemat, mahdollisuudet ulkoiluun ja helppokulkuinen ympäristö houkuttelevat yleensä maaseutumatkailijoita. (Pesonen 2011, 69–70).

3.2 Maaseudun vetovoimatekijät

Jotta jokin kohde olisi mielenkiintoinen, tarvitaan usein joku attraktio, joka houkuttelee matkailijan kohteeseen. Attraktiot ovatkin vetovoimatekijöitä, eli ne vetävät matkailijaa tiettyyn kohteeseen. Attraktiotypeistä tyypillisimpiä ovat primäärinen attraktio, eli ensisijainen kohde, jossa viihdytään pidempi aika, sekä sekundaarinen attraktio, eli toissijainen kohde, jossa vierailaan vain lyhyen aikaa. (Hirvonen 20.2.2020).

Hirvonen (20.2.2020) jatkaa, että matkailussa on runsaasti vetovoimatekijöitä ja eri ihmisille erilaiset asiat ovat houkuttelevampia kuin toiset. Yleisimpiä vetovoimatekijöitä ovat ilmasto, nähtävyydet, luonto, tapahtumat, kulttuuri sekä ruoka. Syrjäisemmillä seuduilla ja maaseudulla luonto ja sen puhtaus on voimakkain vetovoimatekijä. Suomen vetovoimatekijät keskittyvät luontoon, neljään vuodenaikaan, eksoottiseen, pohjoiseen sijaintiin ja matkailu painottuu suuren osin juuri luontoon ja kulttuuriin. (Hirvonen 20.2.2020).

Maaseudun vetovoimatekijöiksi luetellaan rauha ja tila, sekä luonto. Maaseutu on mieluisen asuinympäristö niin osa-aikaisille kuin vakituisillekin asukkaille ja suomalaisilla on

maaseudusta erittäin myönteinen mielikuva. Maaseutu 2014 - barometri nostaa vahvasti esille sen, että suomalaisten mielestä maaseutu on aluetta, jossa on hyvät mahdollisuudet kehittää uudenlaisia elinkeinoja ja palveluja sekä yhdistää siihen hyvän elämän elementtejä, kuten rauhasta nauttiminen. Yritystoiminnalle maaseutu on merkittävää ja siinä on paljon potentiaalia monenlaiselle liiketoiminnalle, kuten ruokatalous, biotalous, ruoan tuotanto, hyvinvointipalvelut sekä matkailu. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019).

Suomen matkailustrategia on samoilla linjoilla. Sen mukaan Suomen vetovoimatekijät perustuvat luontoon ja yhä enemmän myös suomalaisen elämäntavan ja kulttuurin kokemiseen. Visit Finlandin selvityksen mukaan potentiaalisimpia kohderyhmiä Suomen kansainvälisillä päämarkkinoilla (Saksa, Iso-Britannia, Kiina, Japani) on kuusi: aktiiviset seikkailijat, luonnon ihmeiden metsästäjät, luontonautiskelijat, citybreikkaajat, aitouden etsijät ja suomalaisen luksuksen etsijät. Kaikkia näitä matkailijaryhmiä yhdistää halu kokea ja saada elämyksiä luonnon äärellä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019).

Alue- ja kuntatutkimuskeskuksen teettämän Maaseutuluotain Häme 2020 tutkimuksen mukaan maaseudun tärkeimpänä kehittämiskohteena nähdään matkailu. Yli puolet tutkimukseen osallistuneista on tätä mieltä. Perusteena Hämeen vetovoimaisuudelle mainitaan, että puolet Suomen väestöstä pääsee noin tunnissa Hämeeseen. Hyvät etäisyydet antavat merkittäviä luontoyrittäjyyden mahdollisuuksia esimerkiksi luontomatkailuun ja kokemusmatkailuun. (Maaseutuluotain Häme 2020).

4 Osallistaminen

Yleisesti käytössä on monenlaisia termejä, esimerkiksi osallistaminen, osallistuminen, yhteissuunnittelu, vaikuttaminen. Tässä työssä käytän pääasiassa termiä osallistaminen, mutta tässä luvussa käsittelen osallistamisen lisäksi termiä osallistuminen sekä näiden kahden kattotermiä osallisuus.

4.1 Osallistamisen terminologiaa

Osallistamisen ja osallistumisen käsitteet liittyvät tiiviisti toisiinsa. Osallistaminen on mahdollisuuksien tarjoamista, kun taas osallistuminen on mahdollisuuksien hyödyntämistä. (Toikko & Rantanen 2009).

Sosiaali- ja terveysministeriön verkkosivuilla osallisuuden kuvataan olevan mukanaoloa, vaikuttamista sekä huolenpitoa ja yhteisesti rakennetusta hyvinvoinnista osalliseksi pääsemistä. (Sosiaali- ja terveysministeriö).

Osallisuus ilmenee yksilön tasolla kokemuksena, joka syntyy, kun ihminen tuntee kuuluvansa itselle tärkeään yhteisöön tai ryhmään. Yhteisössä osallisuus näkyy jäsenten välisenä luottamuksena ja keskinäisenä arvostuksena sekä mahdollisuutena vaikuttaa yhteisössään. Yhteiskunnan tasolla osallisuus tarkoittaa ihmisten keskinäistä vastavuoroisuutta sekä mahdollisuuksien ja oikeuksien toteutumista. Poliittikatasolla osallisuudella tarkoitetaan toimenpiteitä, joilla vahvistetaan ihmisten osallistumista ja osallisuutta yhteiskunnassa. (Terveyden- ja hyvinvoinninlaitos 2021).

Erilaiset osallisuutta ja osallistamista lisäävät toimet voidaan jakaa kolmeen osa-alueeseen:

1. Osallisuus omassa elämässä

Mahdollisuus elää omannäköistä elämää; mahdollisuus määritellä, mihin toimintaan tai palveluun osallistuu.

2. Osallisuus yhteisöissä ja vaikuttamisen prosesseissa

Mahdollisuus kuulua itselle tärkeisiin ryhmiin ja yhteisöihin sekä vaikuttaa itselleen tärkeisiin asioihin; mahdollisuus saada tukea vaikuttamiseen.

3. Osallisuus yhteisestä hyvästä. Mahdollisuus yhdessä tekemiseen; mahdollisuus päästä nauttimaan yhteisestä hyvästä ja osallistua yhteisen hyvän tuottamiseen ja jakamiseen.

Yhteinen hyvä on toimintaa ja arvoja, josta seuraa arvostusta, kiitosta ja yhteyksiä muihin ihmisiin. (Terveyden- ja hyvinvoinninlaitos 2021).

Kuten edellä mainittu, ihmisen mahdollisuus osallistua yhteisönsä päätöksentekoon, on vahvasti yhteydessä hänen hyvinvointiinsa: matalan osallisuuden kokemuksen on todettu liittyvän muun muassa vakavaan psyykkiseen kuormittuneisuuteen, yksinäisyyteen ja huonoksi koettuun työkykyyn. Kokemus osallisuudesta lisää hyvinvointia, turvallisuutta, uskoa tulevaisuuteen ja omiin mahdollisuuksiin. Tavoitteena on vähentää eriarvoisuutta, köyhyyttä, syrjäytymistä ja syrjintää. (Terveyden- ja hyvinvoinninlaitos 2021). Sen lisäksi, että osallistaminen vaikuttaa hyvinvointiin, se lisää ihmisen konkreettista kuulumista paikallisyhteisöön ja yhteiskuntaan, sekä elämistä juuri itselleen sopivalla tavalla. Hän ottaa osaa yhteiskunnan toimiin omien voimavarojensa mukaan. Kun ihminen kokee osallistuvansa, hän tuntee itsensä kuulluksi ja nähdyksi ja on mukana edistämässä itselleen tärkeitä asioita. Ihmisen sosiaalinen osallisuus määräytyy samanaikaisesti taloudellisten, sosiokulttuuristen ja poliittisten tekijöiden avulla. Turvatut toimeentulot ja hyvinvointi edistävät oma-varaisen ja mielekkään tunteen syntymistä sekä kiinnostusta sosiaalisiin kysymyksiin ja niihin vaikuttamista. (Piipponen & Kurikka 2020, 4.)

Osallistumista voidaan pitää vaikuttamisen esiasteena. Ihminen kokee suurta kiinnostusta jotain asiaa kohtaan niin paljon, että hän ottaa osaa tiedotustilaisuuteen, tapahtumaan tai liittyy jäseneksi johonkin yhdistykseen. Hän ei välttämättä koe tarpeelliseksi olla aktiivisesti vaikuttamassa, mutta hän kuuntelee ja osallistuu keskusteluun. Osallistuminen mahdollistaa vaikuttamisen; lähtemällä mukaan johonkin toimintaan, ottamalla kantaa asioihin ja innostamalla ihminen muuttuukin osallistujasta aktiiviseksi vaikuttajaksi. (Iivonen 2011).

Kuten jo aiemminkin on todettu, osallistuminen on erityisen tärkeää yksilön ihmisarvon takia. Osallistamisen tavoitteena on yhteisen hyvän, sekä ensisijaisesti yksilön hyvinvoinnin edistäminen ja sen tuloksena ehkäistään aineetonta köyhyyttä. Ihminen tuntee olonsa turvalliseksi silloin, kun hän kokee olevansa arvokkaana osana jotain kokonaisuutta. Isola kirjoittaa, että parhaimmillaan osallisuuden kokemuksesta voi seurata esimerkiksi terveyden parantuminen ja sen seurauksena sosiaali- ja terveystalouden sekä sosiaaliturvan käytön vähentyminen. (Isola 2019).

4.2 Osallistaminen kunnassa

Suomessa on hyvä lainsäädännöllinen pohja kansalaisten osallistumiselle ja vaikuttamiselle. Tästä huolimatta suomalaisten yhteiskunnallinen osallistuminen ja vaikuttaminen

ovat kuitenkin muita Pohjoismaita vähäisempää. Syitä tähän on varmasti monia. Suomessa kunnan asukkaat määritellään pitkälti osallistujiksi, ei aktiivisiksi vaikuttajiksi. Pyrkimyksenä on, että kuntalaiset osallistuvat kunnan päätöksentekoon esimerkiksi äänestämällä kunnallisvaaleissa, kertomalla mielipiteensä keskustelutilaisuuksissa tai vastaamalla kyselyihin. Tällainen kuntalaisten osallistuminen antaa kunnan päättäjille ja virkamiehille valtuutuksen vaikuttaa ja tehdä päätöksiä. Vain harvassa asiassa järjestetään suoria kansanäänestyksiä, joissa kuntalaisten olisi suoraan mahdollista ilmaista mielipiteensä päätettävästä asiasta. (Iivonen 2011)

Suomen perustuslain 1 luvun 2 §:ssa todetaan kansanvaltaisuusperiaatteeseen vedoten, että kansanvaltaan sisältyy yksilön oikeus osallistua ja vaikuttaa yhteiskunnan ja elinympäristönsä kehittämiseen. 2 luvun 14 momentin mukaan julkisen vallan tehtävänä on edistää yksilön mahdollisuuksia osallistua yhteiskunnalliseen toimintaan ja vaikuttaa häntä itseään koskevaan päätöksentekoon. (Suomen perustuslaki 11.6.1999/731).

Paitsi perustuslailla, ihmisen oikeus osallistua asuinkuntansa ja elinympäristönsä kehittämiseen on määritelty myös kuntalaissa. Kuntalaisten osallisuuden edistäminen on osa demokratiaa ja kunnan tehtävänä on tarjota asukkailleen erilaisia osallistumismahdollisuuksia, kannustaa omaehtoiseen toimintaan sekä hyödyntää yhteisöjen ja yksittäisten kuntalaisten asiantuntijaosaamista. Osallistamisessa kunta kutsuu kuntalaisia ja muita toimijoita osallistumaan johonkin jo melko määriteltyyn asiaan. (Piipponen & Kurikka 2020, 4).

Kuntalain 5 luvun ja 22§:n mukaan kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on oikeus osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Kunnanvaltuuston on pidettävä huolta siitä, että vaikuttamisen mahdollisuudet ja menetelmät ovat monipuolisia ja vaikuttavia. (Kuntalaki 410/2015).

Kuntalain mukaan kuntalaisten osallistumista ja vaikuttamista voidaan edistää:

- 1) järjestämällä keskustelu- ja kuulemistilaisuuksia sekä kuntalaisraateja;
- 2) selvittämällä asukkaiden ja kunnassa säännönmukaisesti tai pitempiaikaisesti asuvien tai oleskelevien palvelujen käyttäjien mielipiteitä ennen päätöksentekoa;
- 3) valitsemalla palvelujen käyttäjien edustajia kunnan toimielimiin;
- 4) järjestämällä mahdollisuuksia osallistua kunnan talouden suunnitteluun;
- 5) suunnittelemalla ja kehittämällä palveluja yhdessä palvelujen käyttäjien kanssa;
- 6) tukemalla asukkaiden, järjestöjen ja muiden yhteisöjen oma-alitteista asioiden suunnittelua ja valmistelua.

(Kuntalaki 410/2015).

Kärkölän kunnan strategiassa on määritelty yhtenä tavoitteena kuntalaisten osallistaminen. Se toimenpiteinä luetellaan aloite- ja palautetoiminnan kehittäminen, yhteisten tilaisuuksien järjestäminen kuntalaisille, kuntalaisten ammattitaidon ottaminen mukaan eri osa-alueiden kehittämiseen sekä yhdistysten aktiivisen toiminnan tukeminen. (Kärkölä 2017).

Terveyden- ja hyvinvoinnin laitoksen verkkosivuilla sanotaan, että kuntalaisten osallistaminen lisää yhteisöllistä hyvinvointia, sillä sen ansioista yhteisöllisyys lisääntyy. Kunnan toimintaan osallistuva ihminen pystyy tuottamaan ja jakamaan hyvää myös muille ihmisille esimerkiksi kehittämällä palveluja ja panostamalla elinympäristöönsä. (Terveyden- ja hyvinvoinnin laitos 2021) Kuntaliitossa on pohdittu paljon tällaista kuntalaisten osallistamista. On mietitty, miten kuntalaisia saadaan osallistumaan palvelujen kehittämiseen ja suunnitteluun ja miten vahvistetaan ja kehitetään kuntalaisten vaikutusmahdollisuuksia. Kurikka itse näkee kuntalaisten osallistumisen kunnan palveluiden suunnitteluun, arviointiin ja päätöksentekoon suorana osallisuutena, joka täydentää demokratian edustuksellisia muotoja. (Kurikka 2019).

Rask ja Ertiö toteavat teoksessa Yhteisluomisen tutka, malli osallisuustoiminnan kokonaisvaltaiseen arviointiin (2019), että kuntalaisten osallisuus auttaa parantamaan suunnittelun ja päätöksenteon laatua. Tutkimusten perusteella kuntalaisia mukaan ottamalla palveluja voidaan kohdentaa tehokkaammin ja alueellinen osallistuminen vahvistaa kaupunginosien identiteettiä, paikallista elinvoimaa sekä asukkaiden me-henkeä.

4.3 Esimerkkejä osallistamisesta matkailussa

Matkailuelinkeino on hyvin riippuvainen sekä matkailijoiden ajatuksista ja mieltymyksistä että matkailun kehitykseen tyytyväisistä paikallisista asukkaista (Jokinen, Mettiäinen, Sippola & Tuulentie, 2009) Jokinen ym jatkavat vielä, että mikäli alueen asukkaita ei oteta mukaan kehitykseen, on mahdollista, ettei lopputulos tue paikallista kulttuuria eikä sen erikoispiirteitä ja arvoja. Tämä johtaa helposti tilanteeseen, jossa paikalliset asukkaat kokevat itsensä ulkopuolisiksi suhteessa ympäröivään matkailubisnekseen ja -todellisuuteen, sekä päinvastoin. (Jokinen, Mettiäinen, Sippola & Tuulentie 2009).

Tällaisesta asukkaiden osallistamisesta on hyvänä esimerkkinä Helsingin edustalla oleva Suomenlinnan merilinnoitus, joka on suosittu matkakohde ja jolla asuu vakituisesti noin 800 ihmistä. Asukkaille suureksi ongelmaksi ovat muodostuneet suuret matkailijamäärät,

jotka aiheuttavat ruuhkatilanteita erityisesti mantereella kauppatorilla sekä Suomenlinnan lauttarannassa. Ruuhkahuiput hankaloittavat Suomenlinnassa asuvien ja työskentelevien arkista liikkumista. Suomenlinnan hoitokunta, joka hallinnoi, ylläpitää ja kehittää aluetta, toimii myös vuokranantajana suurelle osalle asukkaista. Hoitokunnan tavoitteena on varmistaa, että linnoituksessa toimivat yrittäjät ja alueen asukkaat ovat tyytyväisiä elinympäristöönsä kotina sekä vierailukohteena. Tavoitteeseen pääseminen toteutuu niin, että Suomenlinnan asukkaat on jo usean vuoden ajan otettu mukaan alueen matkailun kehittämiseen. Asukkailla on useita kanavia, joilla he saavat äänensä kuuluviin, heillä on esimerkiksi oma edustaja hoitokunnan johtokunnassa. Suomenlinnassa toimii myös työpajoja, joissa asukkaat voivat tuoda ajatuksiaan julki erilaisten projektien muodossa. Päättäjien ja asukkaiden yhteistyö on tuottanut tulosta. Muutama vuosi sitten Suomenlinnan ja mantereen lauttarantoihin asennettiin asukasportit, jotta työntekijät ja saaren asukkaat pääsevät kulkemaan esteettä varsinkin silloin kun matkailijoita on ruuhkaksi asti. Porttien lisäksi alueelle on asennettu kylttejä, jotka kehottavat asuinrauhan kunnioittamiseen ja kylttien sijoittamiseen ovat asukkaat antaneet omat näkemyksensä. (Valpas 2021).

Helsingin kaupungilla on verkkosivuillaan My-Helsinki-vinkit osio, jossa paikalliset vinkkaavat omia suosikkejaan kaupungin nähtävyyksistä, ravintoloista, ostospaikoista ja luontokohteista. Jokaisella vinkkaajalla on oma sivu, jolla hän kertoo omia kokemuksiaan ja arvioitaan. Vinkkaajat eivät ole palkattuja, eikä heidän suosituksensa ole maksettuja tai sponsoroituja, vaan he toimivat vapaaehtoisina oppaina kaupungissa vieraileville matkailijoille. (MyHelsinki).

Levillä suoritettiin vuonna 2015 karttakysely, jonka avulla kerättiin paikallisten ja matkailijoiden näkemyksiä heidän mielipaikoistaan, suosikkireiteistään sekä kehittämistoiveistaan. Kyselyn tavoitteena oli saada tietoa, miten Levin alueen ulkoilureittiverkosto kannattaa rakentaa niin, että se tuottaa mahdollisimman vähän haittaa ympäristölle sekä kattaa mielenkiintoisimmat näköalapaikat ja luonnonnähtävyydet. Reitistö pitää suunnitella huomioiden erilaiset matkailijat ja heidän tarkoituksensa luonnossa liikkumiseen. Kyselyssä vastaajia pyydettiin paikantamaan kartalle suosikkipaikkansa sekä kertomaan mikä merkityksessä paikoissa on erityistä, miksi he menevät kyseiseen paikkaan ja miten paikkaa voisi tulevaisuudessa kehittää. Kyselyn tuloksena Levin reitistöä muokattiin ehdotusten mukaisesti ja suurin osa matkailijoiden mainitsemista lempipaikoista tuli mukaan verkostoon. Lisäksi sinne lisättiin aivan uusia kohteita, sellaisia, joiden ohi ei merkitty reitti ole aikaisemmin kulkenut. (Uusitalo, Tuulentie, Kantola, Huhta & Nivala 2018)

5 Toimeksiantajan esittely

Kärkölä on pieni, noin 4400 asukkaan kunta Päijät-Hämeessä. (Kärkölä 2020) Kärkölä sijaitsee Helsingin metropolialueen vieressä ja se on hyvien liikenneyhteyksien päässä useasta suuremmasta kaupungista. Lahteen matkaa on 25 kilometriä, Riihimäelle 30 kilometriä ja Helsinkiin 90 kilometriä. Kärkölän kunnan elinkeinostrategiassakin mainitaan Kärkölän loistava sijainti sen yhdeksi vahvuudeksi. (Kärkölän kunta 2011, 5.) Kärkölä on aktiivisesti mukana Päijät-Hämeen kuntien yhteistyössä, tarkoituksenaan kehittää elinvoimaista maakuntaa. (Kärkölä 2021).

Kärkölän kunnan visiona on olla ulospäin suuntautuva ja myönteisesti tunnettu, terve, itsenäinen, yhteisöllinen sekä menestyvä – ihmisen kokoinen kunta. Sen arvoja ovat luottamus, aktiivisuus, vastuullisuus ja yhteisöllinen välittäminen. (Kärkölä 2021).

Kärkölän elinkeinostrategiassa kunnan suurimmaksi yksittäiseksi toimialaksi mainitaan teollisuus ja toiseksi maa- ja metsätalous. Elinkeinorakenne on teollisuuspainotteinen, palvelu- ja matkailualalle on tullut viime vuosina uusia pienyrittäjiä. Yrittäjien keskuudessa tärkeänä asiana pidetään kunnan vetovoimaisuuden ja tunnettavuuden lisäämistä. Asukasmäärän kasvaminen ylläpitää peruspalveluita ja samalla mahdollistaa yrityksille ammattitaitoisen työvoiman saamisen. (Kärkölän kunta).

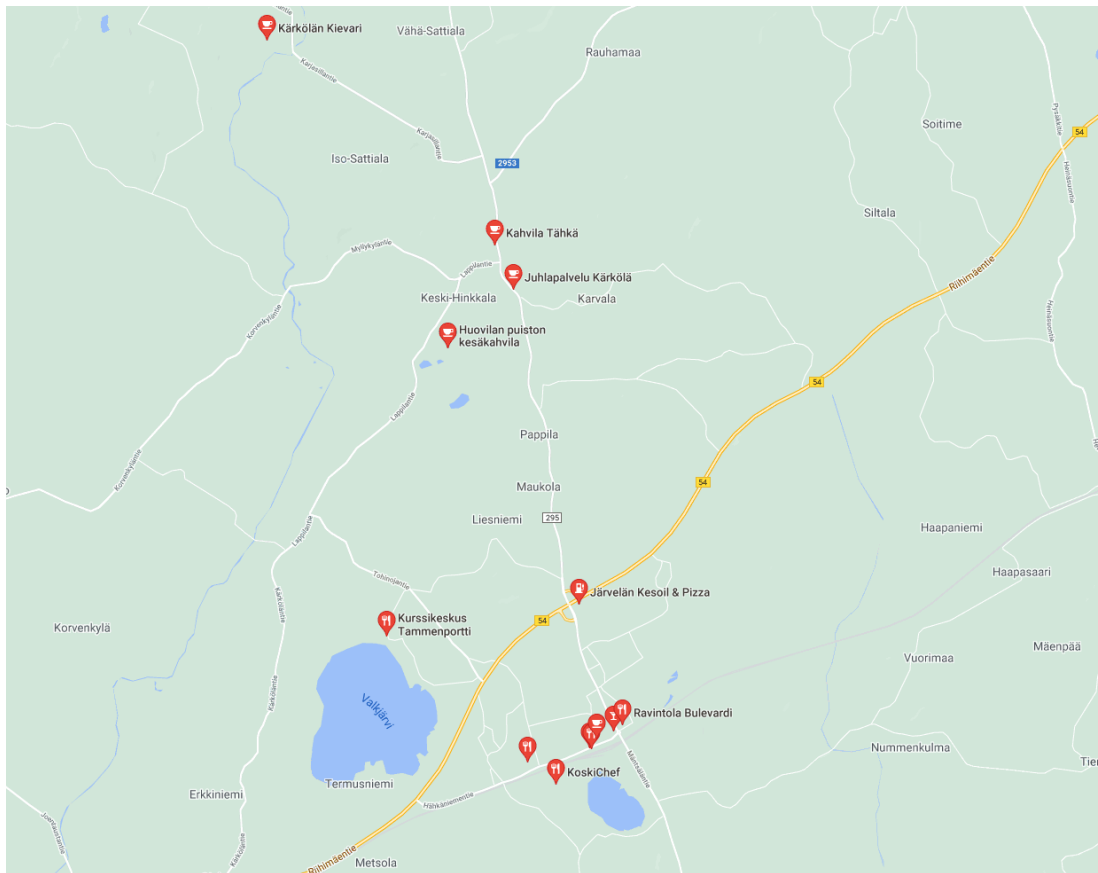
Kärkölän tilastoitu väkiluku on vaihdellut 4400 ja 5400 välillä, lukuun ottamatta 1950-lukua, jolloin siirtoväen vaikutuksesta väkiluku nousi hetkellisesti yli 6000 asukkaaseen. (Kärkölän kunta). Vuonna 2020 Kärkölän asukasmäärä laski hieman, mutta syntyvyys sitä vastoin nousi edellisvuodesta. (Nieminen 2021).

Kärkölän tunnetuin käyntikohde on Huovilan puisto. Se on suomalaisen Carl Constantin Collisin, 1900 - luvulla perustama englantilaistyylinen maisemapuisto. Puisto on auki ympäri vuoden ja siellä järjestetään monenlaisia tapahtumia, varsinkin kesäisin. Ohjelmassa on esimerkiksi, näyttelyitä, vanhojen autojen kokoontumisajoja sekä kesäteatteriesityksiä. Jokavuotinen valon ja musiikin ilta kokoaa puistoon ihmisiä myös lähikunnista. (Huovilan puisto 2020.)

Kärkölän muita mainittavia käyntikohteita ovat vanha kirkko, sekä sitä vastapäätä toimiva Lotta Svärd – kahvila. Kesäisin Valkjärven uimaranta on suosittu ajanviettopaikka. (Kärkölä 2021).

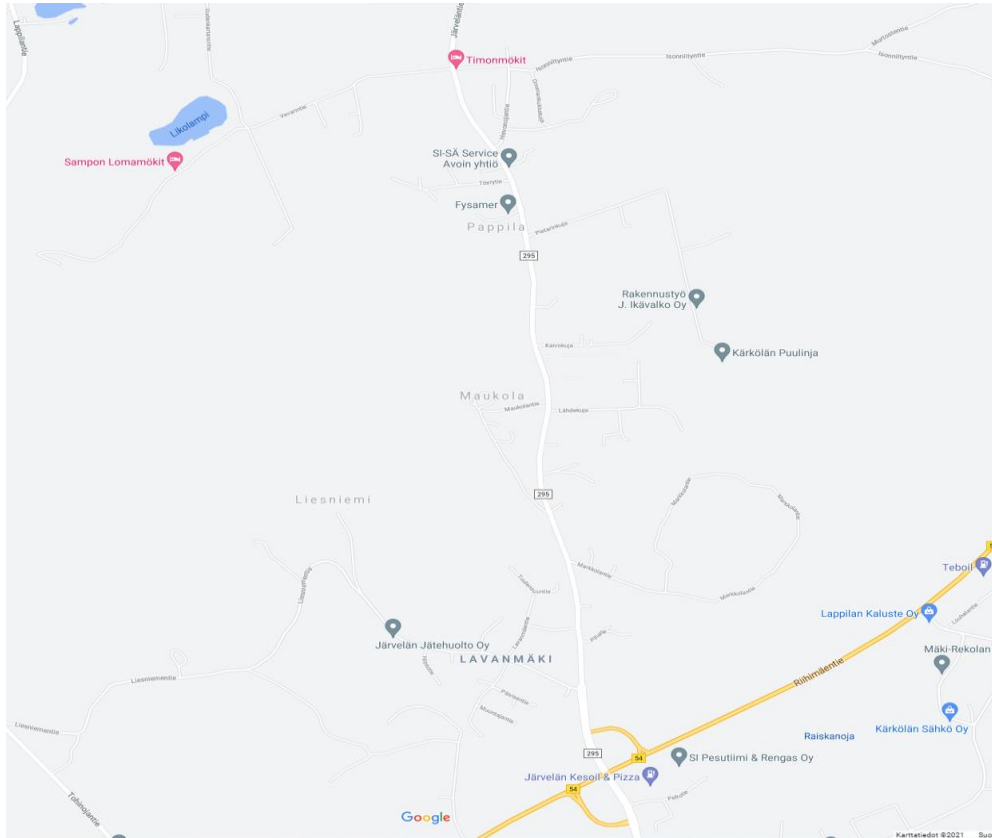
Kärkölässä on kuusi luonnon muistomerkkiä, vanhoja tai muutoin erikoisia puita. Koivumäki-Luutasuon alue on Natura 2000- kohde, jossa voi käydä retkeilemässä. Peruspalvelut ovat saatavissa Järvelästä. Julkisia palveluja ovat muun muassa kunnanvirasto, koulut, kirjasto, posti, päiväkoti, nuorisotalo, vanhainkoti, terveyskeskus, uimahalli ja seurakuntakeskus. Yksityisiä palveluja ovat muun muassa päivittäistavara-kaupat ja erikoisliikkeet, baarit, pankki ja matkahuolto. Kantatien varressa sijaitsee palvaamo Perinnepalvi, kahvila, huoltoasema ja rautakauppa. Kirkonkylässä on lounasravintola Tähti ja seuratalo. Lappilassa on baari ja kioski. Marttilassa on kokoontumispaikkana toimiva Marttilan Majakka. (Kärkölä 2021).

Kärkölän ravintola- ja kahvilatarjontaa esitetään kuvassa 1. (Google maps 2021).



Kuva 1. Kärkölän ravintola- ja kahvilatarjontaa Google maps 2021

Kärkölän majoitustarjonta rajoittuu mökkimajoitukseen ja majoituspalveluiden tilanne esitetään kuvassa 2. (Google maps 2021).



Kuva 2. Kärkölään majoituspalveluita Google maps 2021

6 Tutkimuksen suorittaminen

Tutkimusotteet jaetaan kvalitatiiviseen ja kvantitatiiviseen tutkimukseen, kuviosta 1 voidaan nähdä näiden menetelmien eroavaisuudet. Se kumpaa tutkimusotetta käytetään, riippuu tutkittavasta ilmiöstä. Jos ilmiöstä ei ole aikaisempaa tutkimustietoa tai teorioita, käytetään laadullista, eli kvalitatiivista tutkimusta. Kvantitatiivinen tutkimus taas edellyttää ilmiön tuntemista, eli sitä mitkä eri tekijät ovat vaikuttamassa ilmiöön. Nämä kaksi tutkimusotetta voidaan nähdä toisiaan seuraavina ja tukevinä lähestymistapoina. Kvalitatiivinen, eli laadullinen tutkimus on kaiken kvantitatiivisen, eli määrällisen tutkimuksen pohjalla ja kaiken tutkimuksen pohjana onkin aina kvalitatiivinen tutkimus. (Kananen 2011, 12-15).

| | KVALITATIIVINEN TUTKIMUSOTE | KVANTITATIIVINEN TUTKIMUSOTE |
|----------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Tutkimuksen tarkoitus | Ymmärtäminen: mistä tässä on kyse Tulkinta | Yleistäminen Syy-seuraussuhteet Ennustaminen |
| Teorian ja käytännön suhde | Induktio (käytännöstä teoriaan) | Deduktio (teoriasta käytäntöön) |
| Tutkijan rooli | Ulkopuolinen Osallistuja (mahdollinen) | Ulkopuolinen Tarkkailija |
| Ihmiskäsitys | Holistinen | Atomistinen |
| Käsitys tiedosta | Tulkinnallinen Subjekttiivinen | Tekninen Objektiivinen |
| Aineisto | Teksti | Luvut |

Kuvio 1. Kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen erot (mukaillen Kananen 2011, 15)

Laadullinen ja määrällinen tutkimus siis täydentävät toisiaan ja yksi tutkimus voi sisältää molempia tutkimusotteita. Laadullinen tutkimus selvittää ilmiön, siihen vaikuttavat tekijät sekä tekijöiden väliset riippuvuussuhteet. Kvalitatiivisella tutkimuksella saadaan vastaukset kysymyksiin ”mitä?”, ”Mistä on kyse?” ja ”Mikä on tämä ilmiö?”. Kun tutkimuksen avulla saadaan tieto mistä tekijöistä ilmiö muodostuu, voidaan näitä muuttujia mitata, ennustaa muuttujien välisiä suhteita sekä ennustaa tulevia ilmiöitä. Kun näihin mitä-kysymyksiin on saatu vastaukset, voidaan aloittaa kvantitatiivinen tutkimus. (Kananen 2011, 15).

Opinnäytetyöni päätavoitteena on selvittää Kärkölan kunnan asukkaiden näkemyksiä kunnan matkailun potentiaalista. Työn ensimmäisenä alatavoitteena on kartoittaa millaisena kuntalaiset näkevät matkailun nykytilanteen ja toisena alatavoitteena on selvittää millaisia vetovoimatekijöitä kuntalaiset Kärkölässä näkevät.

6.1 Tutkimusmenetelmä

Tämän opinnäytetyön tutkimusotteeksi on valittu kvantitatiivinen tutkimusote ja se toteutetaan kyselytutkimuksena, sillä tutkimuksen tavoitteena on selvittää, mitä mieltä kuntalaiset ovat kunnan matkailun tilanteesta ja sen potentiaalista.

Kyselytutkimus on määrällinen tutkimus, jonka tavoitteena on saada selville muun muassa ihmisten ajatuksia, toimintaa, mielipiteitä, arvoja ja asenteita. Kyselytutkimuksen avulla tietoa on helppo kerätä ja tarkastella. Kysely tehdään usein kyselylomakkeen avulla, johon tutkimuksen tekijä on laatinut kysymyksiä. Kysely tehdään kyselylomakkeella, johon kyselyyn vastaaja itsenäisesti vastaa, tai niin että haastattelija esittää kysymykset haastateltavalle. Tutkimuksen onnistuminen riippuu kyselylomakkeesta, ja ratkaisevaa onkin, että kysymykset ovat sisällöllisesti oikeita, mutta tilastollisesti mielekkäitä. Hyvä kyselylomake on siis kokonaisuus, jossa yhdistyvät sekä tilastolliset että sisällölliset näkökohdat, kumpikaan ei yksin riitä. (Vehkalahti 2008, 11–12, 20)

Kyselytutkimuksen etuna on se, että sen avulla voidaan kerätä hyvinkin laaja tutkimusaineisto, sillä yhteen kyselyyn voidaan saada paljon kysymyksiä ja paljon vastaajia. Kysely on myös tehokas menetelmä, se säästää aikaa ja voidaan sähköisesti lähettää lukemattomalle määrälle ihmisiä. Kun lomake on toteutettu huolella, tulosten käsittely ja arviointi on helppoa ja tarkkaa. Tulosten tulkinta saattaa kuitenkin joskus olla ongelmallista. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 190). Kyselytutkimus valikoitui työn menetelmäksi myös siitä syystä, että korona-pandemian aikana haastattelutilanteet eivät ole kaikista järkevin tutkimustapa.

Hirsjärvi, Remes & Sajavaara (2007, 190) jatkavat, että kyselytutkimuksessa on myös joi-tain heikkouksia. Usein aineistoa pidetään pinnallisena, eikä aina ole mahdollista varmistua siitä, että vastaajat ovat täyttäneet kyselyn vakavasti, ovatko he olleet huolellisia ja rehellisiä. Vastausvaihtoehdot saattavat aiheuttaa väärinymmärryksiä, jos annetut vastausvaihtoehdot eivät ole vastaajien kannalta onnistuneita. Hyvän lomakkeen tekeminen vaatii tekijältään tietoa, taitoa ja aikaa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007).

Kun tutkimusongelma on selvillä, siitä johdetaan tutkimuskysymykset, joihin saaduilla vastauksilla tutkimusongelma ratkaistaan. Ensin tulee kuitenkin määritellä se tieto, jolla ongelma ratkeaa ja sen jälkeen ratkaistaan mistä tieto hankitaan ja miten se kerätään. (Kananen 2011, 21).

6.2 Kyselyn laatiminen ja otanta

Tässä opinnäytetyössä käytetään strukturoituja kysymyksiä, sekä lisäksi avoimia kysymyksiä. Avoimet kysymykset voivat olla rajattuja tai aivan täysin avoimia. Täysin rajaamattomia kysymyksiä käytetään uusien ajatusten ja ideoiden tuottamiseen, kuten tämän opinnäytetyön toimeksiantajan yhtenä tarkoituksena onkin. Avointen kysymysten käsittely on työlästä, mutta ne tuottavat sellaista tietoa, jota strukturoiduilla kysymyksillä ei voida saada. (Kananen 2011, 31). Tässä työssä avoimia kysymyksiä haluttiin mukaan jotta vastaajat voivat ilmaista mielipiteensä ja ajatuksensa ilman minkäänlaista vastausten

Kyselytutkimuksessa lomakkeen suunnittelu on korvaamattomin osa koko prosessia. Lomake tulee olla pituudeltaan kohtuullinen ja ulkonäöltään selkeä. Internet-kyselyn keskimääräinen vastausaika ei tulisi olla 15–20 minuuttia pidempi. Kysymysasettelu tulee olla tutkimusongelman kannalta kattava, mutta helppotajuinen ja yksinkertainen jotta vastaajan mielenkiinto säilyy yllä koko kyselyn ajan. Koska kyselyn tarkoituksena on selvittää kuntalaisten ajatuksia ja mielipiteitä, kysymysten yhteydessä on tarpeen korostaa, että tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita vastaajan omasta mielipiteestä. On tärkeää pyrkiä välttämään johdattelevia kysymyksiä. (Tietoarkisto). Myös Kananen (2010, 92) toteaa, että kyselylomakkeen rakenteen on oltava selkeä ja kyselyn tulee edetä loogisesti. Kysymysten järjestys etenee yleisestä yksityiseen, jolloin aihealueen yleisluonteiset kysymykset esitetään ensin ja niiden jälkeen tulee yksityiskohtaisempia ja ehkä myös vaikeampia kysymyksiä. Jos kyselyssä on erittäin arkaluonteisia kysymyksiä, on ne hyvä sijoittaa kyselyn loppuosaan. Näin toimien vastaajan ja kyselyn tekijän välille syntyy vuorovaikutusta ja luottamusta ja vaikeampiinkin kysymyksiin on helppo vastata. Kysymystekstin on oltava selkeää, helposti ymmärrettävää jokapäiväistä käyttökieltä, erikoisia termejä tulee välttää. (Kananen 2010, 92–94).

Kyselylomake koostuu saatekirjeestä, kyselystä sekä taustatiedoista. Saatekirjeessä tulee käydä ilmi, miksi kysely tehdään, mikä sen tarkoitus on ja kuka toimii kyselyn toimeksiantajana. Kyselyosio antaa vastauksen tutkimusongelmaan ja taustatiedot (ikä, sukupuoli, tulotaso, ammatti jne) auttavat luokittelemaan tutkimustuloksia. Taustatietoja käytetään

myös taustamuuttujina ristiintaulukoinneissa. Kananen mukaan taustatiedot sijoitetaan yleensä kyselylomakkeen loppuosaan. (Kananen 2010, 92).

Yhteystietolomake sijoitetaan erillisenä osana kyselyn loppuun ja vastaaja ohjautuu sinne sitten kun varsinainen kyselylomake on täytetty ja vastaukset tallennettu. Näin varmistetaan, että vastaajat pysyvät anonyymeinä, eikä yhteystietoja voida yhdistää kyselyn vastauksiin. Yhteystietonsa antaneiden kesken suoritetaan arvonta, jossa palkintona on kaksi vuosikorttia sekä kymmenen kertalippua Huovilan puistoon.

Kyselyä varten pidettiin joulukuussa 2020 suunnittelupalaveri Kärkölen kunnassa, jolloin käytiin läpi aihealueet ja ne asiat mitä kyselyllä halutaan selvittää. Tammikuussa pidimme Teams – palaverin, jossa vielä hiottiin työn tavoitteita ja asioita, joita toimeksiantaja haluaa oppinäyteyöhön lisätä. Toiveiden pohjalta luodaan kyselylomake, johon pyydetään palaute ja muokausehdotukset toimeksiantajalta vielä ennen virallisen kyselylomakkeen tekoa. Kyselyssä on taustatietojen lisäksi kysymyksiä neljästä eri osa-alueesta: matkailun kehittäminen, Kärkölen ravintolapalvelut, Kärkölen majoituspalvelut, Kärkölen käyntikohteet ja palvelut, sekä käyntikohteiden ja palveluiden saavutettavuus. Ennen julkaisua kyselylomakkeen linkki lähetetään neljälle tai viidelle vapaaehtoisille kuntalaisille testattavaksi ja heiltä saadun palautteen perusteella lomaketta voidaan vielä muokata ennen varsinaista julkaisua.

Kyselytutkimus tehdään Webropol-nettikyselyohjelmalla maaliskuussa ja sen kohdejoukko on Kärkölen kunnan asukkaat. Valmis kyselylinkki lähetetään toimeksiantajalle, joka julkaisee sen Kärkölässä tapahtuu Facebook sivulla. Tämän lisäksi toimeksiantajalla on myös omia kanavia, joihin linkki jaetaan. Otantaa on mahdotonta määrittää, sillä kyselyyn voi vastata kuka tahansa Kärkölen kunnan asukas. Toivottava vastausmäärä on noin 100 vastaajaa. Kysely on avoin, joten ei tarvita erillistä kirjautumista tai salasanaa, jotta kyselyyn voi osallistua. Näin kyselyyn voivat osallistua kaikki halukkaat. Kysely on avoinna 30.3–7.4.

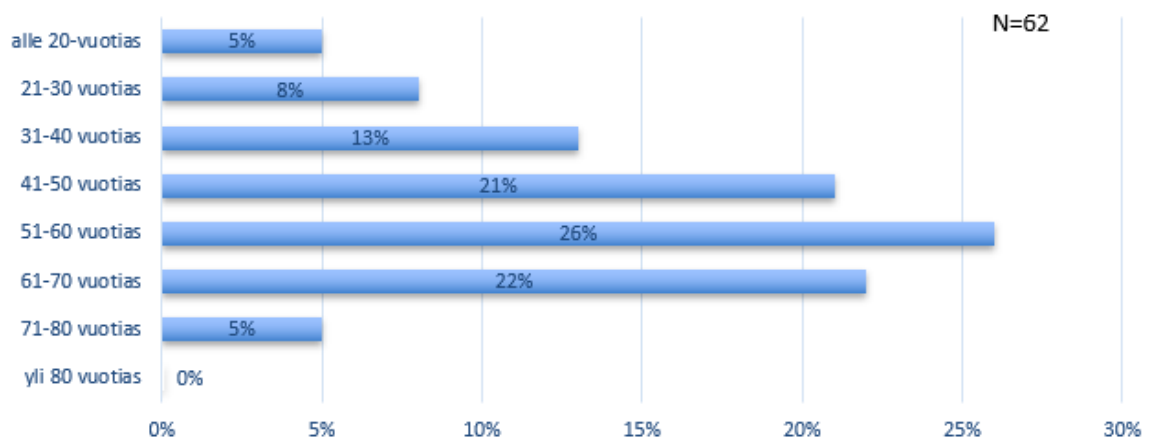
7 Tutkimuksen tulokset

Kyselyyn vastasi yhteensä 62 henkilöä sen aukioloaikana, 30.3–7.4. Lähes kaikki vastaukset tulivat kolmen ensimmäisen päivän aikana. Kyselyn avasi 70 henkilöä, joten avanneista 88 % vastasi siihen.

7.1 Vastaajien demograafiset tekijät

Kyselyn taustatiedoissa kysyttiin vastaajan sukupuolta, ikää, taloustyyppiä sekä asuinvuosia Kärkölässä. Nämä tiedot haluttiin kerätä, jotta voidaan selvittää antaako esimerkiksi tiettyssä taloustyyppissä asuvat samanlaisia vastauksia.

Ikäjakauma jaettiin kahdeksaan ryhmään. Suurin osa (26 %) vastauksista tuli 51–60-vuotiailta (Kuvio 2). Toiseksi eniten (22 %) 61–70-vuotiailta. Vähiten (5 %) vastauksia tuli alle 20-vuotiailta. Yli 80-vuotiaita ei vastaajissa ollut yhtään. Vastaajista enemmistö, eli 74 % oli naisia (Kuvio 3). 24 % oli miehiä ja 2 % ei halunnut ilmoittaa sukupuoltaan.



Kuvio 2. Vastaajien ikäjakauma

Vastaajista 58 % ilmoitti asuvansa kahden tai useamman aikuisen taloudessa. Yksin asuvia vastaajista on 18 % ja lapsiperheessä asuvia 24 %. Lähes puolet (45 %) vastaajista on asunut Kärkölässä yli 30 vuotta (Kuvio 4). Alle vuoden asuneita on 3 %.

Selkeä enemmistö, eli 74 % vastaajista oli naisia ja yli puolet vastaajista on asunut Kärkölässä yli 21 vuotta, eli pitkään.

7.2 Matkailun kehittäminen

Tässä osiossa selvitettiin kuntalaisten ajatuksia Kärkölen matkailun kehittämisestä kysymällä, onko matkailun kehittäminen tärkeää, miten he mieluiten osallistuisivat matkailun ja matkailupalveluiden kehittämiseen, mitä haasteita matkailun kehittämiselle on sekä mitä matkailuun liittyvää olisi vastaajien mielestä tärkeää kehittää.

Vastaajista 26 % oli osittain samaa mieltä ja 65 % täysin samaa mieltä siitä, että Kärkölen matkailupalveluita on tärkeää kehittää. Väittämän Matkailupalveluihin tulisi kohdentaa aiempaa enemmän määrärahoja, kanssa osittain samaa mieltä oli 55 % vastaajista ja täysin samaa mieltä 21 %. Osittain samaa mieltä oli 11 % ja saman verran vastaajista ei osannut sanoa mielipidettään. 49 % oli osittain samaa mieltä siitä, että kuntalaisten mahdollisuus osallistua matkailun ja matkailupalveluiden suunnitteluun on tärkeää. 39 % oli täysin samaa mieltä.



Kuvio 3. Matkailun kehittäminen

Ylivoimaisesti mieluisimpana tapana osallistua Kärkölen matkailun ja matkailupalveluiden kehittämiseen mainittiin verkossa tehtävä kysely, tämä vaihtoehto sai vastauksista 85 %. Tässä kysymyksessä sai valita useamman vaihtoehdon ja valittuja vastauksia tuli 98, kun vastaajia oli 62. Toiseksi suosituin vaihtoehto (29 %) oli yhteinen tilaisuus, jossa mahdollisuus jakaa vapaasti ajatuksia, aina tiettyyn teemaan liittyen.

Avoimeen kysymykseen, minkä asian koet olevan suurin este Kärkölen matkailun kehittämiselle, vastattiin 46 kertaa. 16 vastaajaa mainitsi suurimmaksi esteeksi rahan ja sen puutteen. Kuusi vastaajaa mainitsi, ettei Kärkölässä ole kiinnostavia vierailukohteita, eikä vetonaulaa. Majoituspalveluiden puuttuminen nousi esiin viidessä vastauksessa. Ympäristön resuisuus ja epäsiisteys mainittiin muutamassa vastauksessa.

"Keskittyy vain tiettyihin kunnan alueisiin. Ihmiset on kateellisia toisilleen ja suoraan estävät jonkin asian"

"Isoja matkailutapahtumia on vaikea kehittää kärkeen. Mutta ei ehkä tarvitsekaan. Pieniä lähimatkailukohteita, hyvällä palvelulla toimii. Huovilan toiminnan kehittäminen on tietysti kärkeen sydäntä lähellä. Mutta kun ajattelee omaa matkailukäyttäytymistä, niin kyllä melkoinen puisto pitää olla, että siellä useamman kerran tulee mentyä. Lähimatkailukohde Huovila on, valitettavasti."

"Nykyinen kunnan taloudellinen tilanne sekä se, että kuntalaisia tuntuu olevan äärimmäisen hankalaa saada tarttumaan mihinkään uuteen toimintaan mukaan. Puhutaan kyllä että "pitäisi tehdä" ja "pitäisi olla", mutta kun tilanne tulee, ei kukaan ole valmis panostamaan asian eteen."

"Kylän ulkonäkö, keskustan resuisuus ja viheralueiden hoitamattomuus. Muualla Suomessa liikkuessani kiinnitän todella paljon huomiota siististi hoidettuun taajamaan. Täällä pajupuskat ja rikkaruohot rehoittavat, kaikki paikat siivottoman näköisiä. Ei auta vaikka kuinka laitetaan kuntoon kun kaikki hoitotyö jää. Ilkivallalla myös tuhoataan paikkoja. Muualla asuvat sukulaiseni olivat ohikulkumatalla ja olisivat halunneet katsella kylää niin 10 kilometriä ohiajettuaan ymmärsivät ajaneensa ohi."

"Se että kuntalaiset itse ei näe kunnan potentiaalia ja luo sosiaalisessa mediassa kuvan siitä, ettei täällä ole mitään."

"Hämäläinen hitaus ja yleinen passiivisuus"

"Näin ei ole ikinä tehty, ei ole koskaan tarvittu -asenne"

"epäsiistit ympäristöt, kunnan vähäiset rahat, sisäänpäin lämpiävät asukkaat"

"Huovilan puiston lisäksi on hyvin vähän kiinnostavia kohteita tai palveluita. Aiemmin Pioni ja Piironki oli kiva ja suosittu kohde, vastaavaa toimintaa toivoisi taas."

Toinen tämän osion avoimista kysymyksistä oli, että mitä matkailuun liittyvää olisi mielestäsi tärkeää kehittää Kärkölässä. Kysymykseen vastattiin 48 kertaa. Yhdeksän vastaajaa piti Huovilan puistoa tärkeänä kehityskohteena. Viidessä vastauksessa ehdotettiin markkinoinnin ja näkyvyyden parantamista. Kahdeksan vastaajaa näki tarpeelliseksi kehittää majoitus- ja ravintolapalveluita. Luontoon liittyviä kehityskohteita tuli esiin yhdeksässä vastauksessa.

"Hiidenmäen reitin kanssa voisi olla lähikaupunkien kouluretkikohde. Karavaanarialueita ei kannata tehdä (isoja hyvinvarusteltuja alueita liian lähellä (tätä kysyin koti maassa parikymmentä vuotta ahkerasti kiertäneiltä). Retkeily- ja pyöräilyreitit olisi varmaan hyvä lisä tarjontaan. Jotain reitistöä ollaan varmaankin jo suunnittele massaa. Kylpylä vuokkoharjun koulun paikalle, napakasti junalla saavutettavissa. Mutta ehkä kärkölän vahvuudet pitää löytää muualta kuin matkailusta"

"Ei mitään. Ei tästä kunnasta kannata mitään turistiryssä yrittää tehdä"

"Rahoituksen lisäys, viestinnän kehittäminen, takaisin mukaan Lahti Regioniin."

"Majoituskohteiden parempi koonti nettiin. Järvelän taajama-alueen siisteys. Markkinointi junayhteyksistä, Huovilasta ja yksityisistä palvelutarjoajista."

"Kuntaan pitäisi saada näkyviä tapahtumia, jolla saisi muualta tulemaan ihmisiä käymään Kärkölässä. Vuosia sitten Kärkölen Kirmajaiset (markkinatapahtuma torimyyjiineen) veti väkeä paljonkin paikalle. Jokin vastaava pitäisi saada elvytettyä jälleen."

"Kärkölen matkailukohteita ei ole löydettävissä nykyaikaisista apeista kuten Retkeily paikka, Tripadvisor yms..Moni turisti ajaa ohi kylästä läpikulkumatkallaan eikä kiinnitä huomiota nähtävyyksiin. Huovilan puiston lammet olisi syytä siistiä ja pitää siistinä ennen kuin paikkaa edes mainostetaan."

"Ympäristö ja luonto on pidettävä siistinä ja sen ympärille kehitettävä toimintaa. Nyt ihmiset sotkee luontoa kippaamalla romua milloin mihinkin."

"Ehkä julkinen liikenne on vähän heikkoa, kun kerran tunnissa vain suuntaansa tuo juna kulkee, busseista en edes tiedä."

"Yritysten ja kunnan yhteistyössä pitäisi rakentaa matkailupaketteja joihin sisältyisi tekemistä, ruokailut ja yöpymismahdollisuus."

"Teurojoki .Suuret suot matkailulle"

"Linja-autoliikennettä mm. Lahti-Riihimäki -välille sekä mahdollisuuksia mm. Orimattila-Mäntsälä -välille kulkemiseen. Juna-aikataulujen parantamisia sekä jotain tilaus taksityyppistä edullisempaa ja helpompaa kyytimuotoa. Majoituspalveluita mm. Lahden ja Riihimäen sekä Mäntsälän alueen tapahtumiin liittyen. Ruokaravintoloita ja tilausravintoloita. Elokvateatteri jälleen toimintaan. Vesistöt vapaa-ajan hyötykäyttöön."

7.3 Kärkölen ruoka- ja kahvilapalvelut

Tässä osiossa kartoitettiin kuntalaisten ajatuksia Kärkölen ruoka- ja kahvilapalveluista sekä niiden saatavuudesta. Yli puolet (53 %) vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, paikallisten ravintolayrittäjien suosiminen on tärkeää. Myös paikallisten kahvilayrittäjien suosiminen oli vastaajien mielestä tärkeää.



Kuvio 4. Ruoka- ja kahvilapalvelut

Avoimeen kysymykseen Mihin ruokaravintolaan ja/tai kahvilaan veisit ystäväsi Kärkölässä, vastasi 53 henkilöä. Ravintola Tähdä mainittiin 16 kertaa, Villa Elina 13 kertaa. Huovilan

puiston kahvilaan ystävän veisi yhdeksän vastaajaa. Tämän kohdalla mainittiin, että kahvila auki vain kesäisin. Pizzeria Paparazzi mainittiin kahdeksan kertaa. Kesoil ja R-kioski tuli vastauksissa myös esiin.

"eipä juuri ole kuin Kahvila Tähkä ja Villa Elina"

"Willa Elinaan kahville tai illalliselle. Lounaalle maukkaaseen hetkeen. Pizzalle tai kebabille Paparazziin."

"Ei ole kun Paparazzi, sielä saattaa saada hyvää tai sitten ei..."

"Kotiini, ei täällä ole paikkoja.."

"Kesällä ehdottomasti Huovilan kahvilaan. Ruokapaikoista kahvila Tähkä, täällä ei valinnan varaa ole liiemmäti"

"Ei paljoa ole."

"Keskiö"

"R kioski"

"Kalja baari"

"Kahvila Tähkään tai Suivalan pitokartanoon. Villa Elinaan myös!"

"Ennen olisin vienyt Perinnepalvin kahvilaan tai "Muki ja papu", nyt ainoa missä olen käynyt on Kesoililla. Ei ehkä ihan paras paikka."

"En valitettavasti mihinkään"

"Muita vaihtoehtoja ei tällä hetkellä oikeastaan ole Järvelässä, kuin R-kioski ja pizzeria. Pizzeriasta saa vain pizzaa, mutta sitä en halua syöttää ystäväilleni aina, eikä paikka ole miellyttävä ruokailupaikkana. Kahvila Tähkä on kirkonkylällä ja vaatii autokuljetuksen, eikä sielläkään voi koronan takia syödä tällä hetkellä, eikä lounaskuljetus sovi joka tilanteeseen ystävien kanssa"

Osion toiseen avoimeen kysymykseen, Millaisen ruokaravintolan ja/tai kahvilan haluaisit Kärkölään? Millainen mielestäsi puuttuu? vastasi 48 henkilöä. 19 vastaajaa kaipaisi kunollista kahvilaa, jossa ei olisi alkoholitarjoilua ja jonka yhteydessä olisi konditoria, josta voisi ostaa tuotteita mukaan. 15 vastaajaa haluaisi Kärkölään ruokaravintolan. Muutoin vastaukset olivat kovin vaihtelevia. Yksi vastaaja haluaisi Kärkölään pikaruokaravintolan, yksi nakkikioskin ja kahden toiveissa olisi sushiravintola.

"Ei puutu mitään. Puuttuu ne ihmiset jotka käy"

"Joku sisustukseltaan kaunis, viihtyisä ja tuoreita tuotteita...rsim konditoria, kotilei pomo.."

"Kaikki tarvittava löytyy."

"Ravintola. Rento, tyylikäs, hyvä markkinointi. Hyvää, paikallista ruokaa."

"Pitäisi olla helppo ruokaravintola, jossa on muuta kuin pizzaa, kebabia ja hampurilaisia. Voisi olla myös joku teema, kuten kiinalainen/sushi, kreikkalainen tms"

"Esim. Matkakeitaan tyyppinen jossa kunnan ruoat ja valintavaihtoeitoja. Ei sellainen kyllä täällä pärjäis"

"Kärkölässä ei kauheemmin ole mitään, joten melkein mikä vaan kelpaisi"

"Järvelään kahvila, joka olisi auki myös illalla ja viikonloppuisin. Ruokaravintola joku Amarillo-tyyppinen."

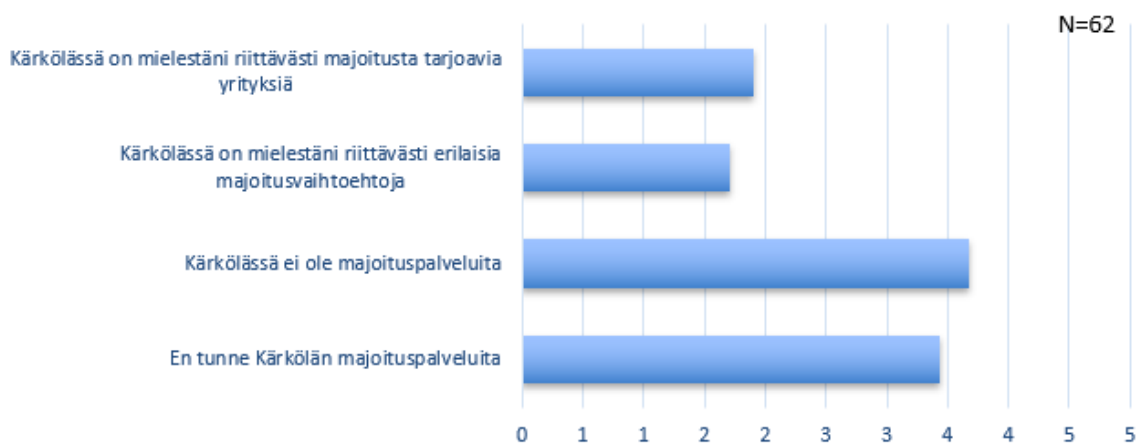
"Järvelään viihtyisä ja hintatasoltaan edullinen ravintola, missä olisi hyvää ja moni puolista lounasta (buffet?) ja iltaisin ruokaa tilattavissa listalta. Ravintola voisi toimia samalla kahvilana, mistä voisi tilata myös kotiin leivonnaisia ja ruokaa."

"Perinteinen nakkikioski"

"Sellainen mistä saisi take away lattea (mukaan :-)"

7.4 Kärkölen majoituspalvelut

Tässä osiossa kysymykset liittyivät Kärkölen majoituspalveluihin. Vastaajista 26 % on osittain samaa mieltä siitä ja 37 % täysin samaa mieltä siitä, ettei Kärkölässä ole majoituspalveluita. Väitteen Kärkölässä on mielestäni riittävästi majoitusta tarjoavia yrityksiä kanssa täysin eri mieltä, oli tasan puolet (50 %) vastaajista. Yli puolet (55 %) vastaajista oli täysin eri mieltä väitteen, Kärkölässä on mielestäni riittävästi erilaisia majoitusvaihtoehtoja kanssa.



Kuvio 5. Majoituspalvelut

Osion avoin kysymys oli: Millaisia majoituspalveluita Kärkölässä pitäisi mielestäsi olla? vastasi 45 henkilöä. Kymmenen vastaajan mielestä Kärkölässä kannattaisi olla mökkimajoitusta, mökkikylä. Seitsemän vastaajaa oli bed and breakfast tyyllisen majoitusvaihtoehdon kannalla ja kuudessa vastauksessa ehdotettiin maatilamajoitusta. Kolme vastaajaa oli sitä mieltä, että Kärkölässä on tarpeeksi majoituspalveluita.

"Leirintäalue ja siihen kunnolliset majoitustilat. Samassa paikassa myös kahvila ja ruokaravintola."

"Ensin tarvitaan käyttäjät, turistit ym, ehkä jotain maatala majoitus tyyppistä."

"Vuokramökkejä luonnon helmassa"

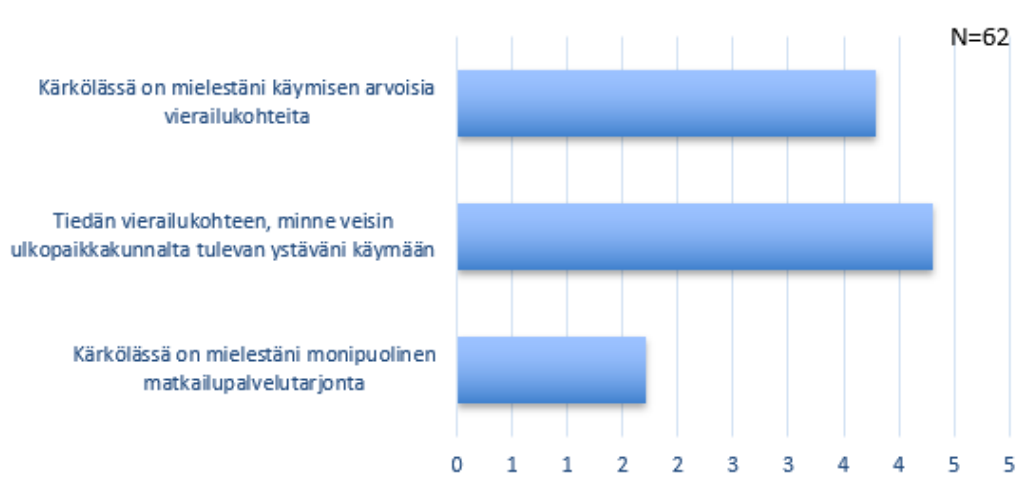
"Pienimuotoista majoitusta, jotta olisi tarjota edes jotain ohikulkeville. Pari vuotta seurasin hyvinkin läheltä Villa Viertolan majoitustoimintaa, joka veti ihmisiä paikalle ympäri Eurooppaa. Toimiva Air bnb majoitus, joka kuitenkin loppui, kun kiinteistö myytiin."

"Bed and breakfast tyyppisiä paikkoja"

"Jokin normista poikkeava majoituspaikka, joka vetäisi puoleensa"

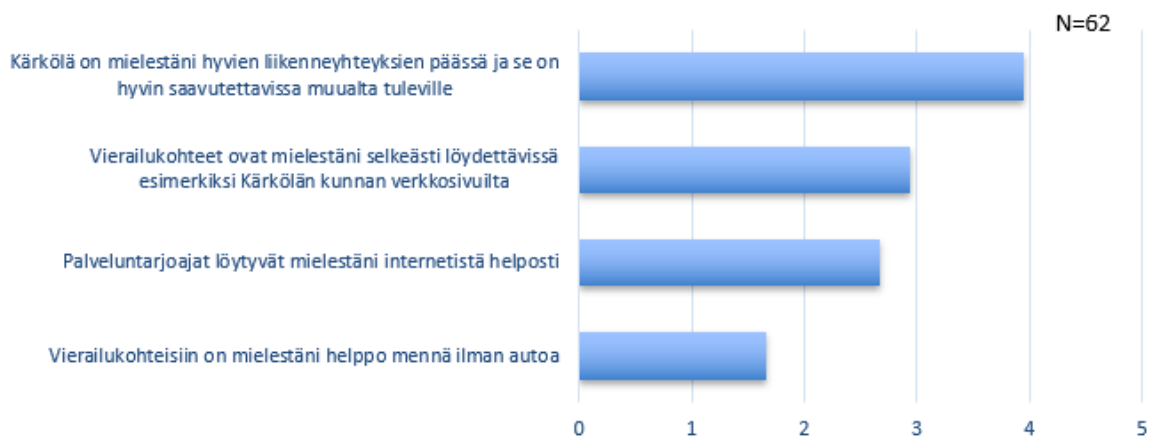
7.5 Kärkölän vierailukohteet ja matkailupalvelut sekä niiden saavutettavuus

Tämän osion aiheena oli selvittää kuntalaisten mielipiteitä Kärkölän vierailukohteista ja matkailupalveluista. Vastaajista 61 % tietää vierailukohteen, minne veisi ulkopaikkakunnalta tulevan ystävänsä käymään ja 28 % on täysin samaa mieltä siitä, että Kärkölässä on käymisen arvoisia vierailukohteita.



Kuvio 6. Vierailukohteet ja matkailupalvelutarjonta

Vierailukohteiden ja matkailupalveluiden saavutettavuudesta kysyttäessä, vastaajista 40 % oli täysin samaa mieltä siitä, että Kärkölä on hyvien liikenneyhteyksien päässä ja hyvin saavutettavissa muualta tuleville.



Kuvio 7. Matkailupalveluiden saavutettavuus

Osion avoimessa kysymyksessä kysyttiin mitä Kärkölään vierailukohdetta suosittelisit ystävällesi ja miksi. Vastauksia kysymykseen annettiin 52 kappaletta. 45 vastaajaa mainitsi suosittellevansa Huovilan puistoa. Viisi vastaajaa suosittelisi kirkkoa käyntikohteeksi. Myös muita, yksittäisiä kohteita mainittiin, kuten Alli Paasikiven muistomerkki, Valkjärven uimaranta, Teurojoen suokävely ja Lappilan vanha louhos.

"Huovilan puisto ehdottomasti, harmi että lammet ovat huonossa kunnossa, muuten hyvä paketti. Museo ja puisto. Toinen kohde upea kirkko ja upeaksi arvostettu hautausmaa."

"Huovilaa varsinkin kesällä, se on kaunis alue, näyttelyitä ja kahviota arvosran myös"

"Peruskallio ja Huovilan puisto. Maisemat ja kulttuuriarvo. Ovat myös Korpiklaanin Wooden pints -musiikkivideolla. Lisäksi Isosuo ja Sirkkosuo ovat mielenkiintoisia. Kirkko varsin korea paikkakunnan kokoon nähden."

"Huovilan puisto, se on kaunis, siellä on myös hyvä kahvila. Kivikallio, eväiden kanssa kaunis luonto. Kärkölään kirkkokin on hyvä vierailukohde (italialaiset vieraani halusivat ehdottomasti käydä siellä)Hautausmaa, Suainmäen, Kukonmäen kuntoradat, hautausmaa. Myllykylän laavu Mieholassa, yksityisen omistama näkötorni. Torni on itärajalta siirretty rajavalvontatorni, sieltä on upeat näkymät pitkälle ympäri pitäjää, tornissa ylhäällä myös Killi esim. makkaran paistoon.... torniin käynti sovittava omistajan kanssa. Esittei meille mielellään. Tosin en itse uskaltanut kiivetä, oli niin korkealla männynlatvojen yläpuolella! 😊."

"Huovilan puistossa on kiva kävellä ja ihailla kasveja ja vanhoja rakennuksia. Valkjärvelle veisin uimaan ja grillaamaan."

8 Pohdinta ja tutkimuksen onnistuminen

Tutkimuksen päätavoitteena oli selvittää Kärkölen kunnan asukkaiden näkemyksiä kunnan matkailun potentiaalista. Työn ensimmäisenä alatavoitteena oli kartoittaa millaisena kuntalaiset näkevät matkailun nykytilanteen ja toisena alatavoitteena oli selvittää millaisia vetovoimatekijöitä kuntalaiset Kärkölässä näkevät.

Kyselyyn vastasi 62 henkilöä. Odotukset olivat hieman korkeammassa vastaajamäärässä, sillä sivustolla, jolla kysely julkaistiin, on yli 3000 jäsentä. Vastaajista enemmistö oli yli 41-vuotiaita ja nuorempia vastaajia oli selkeästi vähemmän. Pelkästään aikuisia sisältävässä taloudessa asui 76 % vastaajista. Vaikka jokainen vastaaja oli tärkeä, olisin kuitenkin halunnut hieman tasaisemmin vastauksia kaikista ikäryhmistä. Varmasti Facebook on enemmän vanhemman ikäväestön käyttämä mikä selittää vastaajien ikäjakauman. Nuorempia vastaajia olisi kannattanut etsiä jostain muualta.

Kuten luvussa 2 todettiin, matkailun kehittäminen on tärkeää ja se tuli esiin myös kyselyn vastauksissa, sillä lähes kaikki vastaajat olivat täysin samaa mieltä siitä, että Kärkölen matkailupalveluita on tärkeää kehittää. Kun alueen matkailua kehitetään, sillä on suora vaikutus myös alueen muuhun palvelutarjontaan. Vaikka matkailupalveluiden kehittäminen nähtiin tärkeäksi, iso osa vastaajista kuitenkin kertoi, että Kärkölässä ei ole sellaisia vetovoimatekijöitä, jotka toisivat kävijöitä alueelle ja matkailupalveluiden kehittäminen koettiin turhaksi, mikä sotii sitä vastaan, että toisessa kohtaa kyselyä kehittäminen sitten kuitenkin koetaan tärkeäksi. Osassa vastauksista mainittiin luonto ja sen mahdollisuudet olevan Kärkölen potentiaali.

Kysely vastasi hyvin tutkimusongelmiin, uskon että tutkimuksen tuloksista on hyötyä, kun Kärkölälle luodaan uutta matkailun toimintasuunnitelmaa. Vastaukset olivat kovin samanlaisia ja niissä toistui samat käyntikohteet ja ravitsemuspalvelut. Eli mitään kovin yllättävää ei kyselyn perusteella ilmennyt. Se, olisiko suurempi vastaajamäärä antanut vaihtelevampia tuloksia jää nyt arvoitukseksi. Ehkä nuoremmat vastaajat olisivat keksineet jotain uutta jo valmiiksi tiedettyjen kohteiden lisäksi.

8.1 Työn luotettavuus ja toistettavuus

Tutkimuksen reabiliateetilla, eli luotettavuudella tarkoitetaan väitteiden ja tutkimustulosten luotettavuutta, eli onko kyse vain sattumasta vai voiko kyselyn tehdä uudelleen niin, että tulokset ovat samanlaisia. Tutkimuksen luotettavuus siis tarkoittaa, että mittaus tulokset

ovat toistettavia ja luotettavuus on onnistunut, kun tulokset eivät ole sattumanvaraisia. Eli jos tutkimus sellaisenaan uusittaisiin, samoissa olosuhteissa saadaan samat tulokset (Hiltunen 2009, 11).

Tämän opinnäytetyön tutkimusta voidaan pitää luotettavana ja se on toistettavissa helposti, eli samaa kyselyä voidaan käyttää myöhemminkin, kun halutaan selvittää kuntalaisten ajatuksia alueen matkailusta ja sen kehittämisestä. Kyselyn vastaajista suurin osa oli naisia ja ikäjakauma yli 41 vuotta, joten vastaukset eivät kuitenkaan oletettavasti ole samanlaisia, jos vastaajien demografiset tekijät muuttuvat.

8.2 Kehittämisehdotukset

Kyselyn tuloksissa toistuu käyntikohteena Huovilan puisto ja sen kahvila. Kuntalaiset selvästi kokevat juuri tämän puiston alueen Kärkölän tärkeimmäksi kohteeksi. Useammassa vastauksessa painotettiin kuitenkin, että puiston siisteyttä voisi parantaa, jotta se olisi viihtyisämpi. Lisäksi joissakin vastauksissa harmiteltiin puiston kahvilan olevan auki vain kesäaikaan. Toimintaa voisi kehittää niin että kahvila ja museo olisivat auki ympäri vuoden, kesällä joka päivä ja talvella vaikka supistettujen aukiolojen mukaan. Kahvilan toiminta on jatkossakin yksityisen toimijan pyörittämää, joten sen osalta kunnalle ei tule siitä kustannuksia. Talvikunnossapito olisi kunnan vastuulla ja rahoittamaa. Tämä toisi kustannuksia mutta pitkällä aikavälillä olisi varmasti kannattavaa, jos alueelle saadaan kävijöitä tasaisesti ympäri vuoden. Alueella voisi järjestää erilaisia tempauksia ja teemapäiviä, vuoden ympäri.

Kärkölän ravintolatarjontaan ratkaisuna voisi olla kilpailu, jossa erilaiset ravintoloitsijat suunnittelisivat palvelun ja josta kunnan asukkaat saisivat valita voittajan, eli millaisen ravintolan he haluaisivat Kärkölään. Kilpailun palkintona esimerkiksi kunnan vuodeksi, kahdeksi sponsoroima liiketila ravintolan käyttöön. Näin liiketoiminta lähtisi hyvin käyntiin ja toiminta olisi sellaista mihin kuntalaiset ovat voineet vaikuttaa.

Jatkoa ajatellen Kärkölän matkailun kehittämistä voisi tutkia enemmän esimerkiksi toisella opinnäytetyöllä, jonka tutkimus toteutettaisiin haastatteleamalla kuntalaisia, jotta heidän näkemyksensä tulisivat esiin paljon laajemmin, kun tällaisella kyselyllä. Haastattelua pohdittiin tämänkin opinnäytetyön osaksi, mutta ajallisesti se oli mahdotonta toteuttaa. Myös mahdollisen ravintolapalvelun ja siihen kannustavan kilpailun voisi järjestää opinnäytetyönä.

8.3 Oma oppiminen

Opinnäytetyön alussa koin, etten saanut selkeää kuvaa siitä, mitä teoriaosaan pitäisi laittaa. Päälimmäisenä ajatuksena oli kyselyn kokoaminen ja se, mihin sillä halutaan päästä. Matkan varrella aihe kuitenkin selkeni ja löysin jonkinlaisen punaisen langan, mikä johtaisi lopulta kyselyyn ja sen tuloksiin.

Kun työ nyt on lähes valmis, olen sitä mieltä, että näkökulma ja viitekehys olisi voinut olla toisenlainen. Jos aloittaisin työn nyt, keskittyisin teoriaosuudessa enemmän matkailualueiden ja matkailupalveluiden kehittämiseen sekä asiakkaiden ja kuntalaisten osallistamiseen kehittämistyössä. Nyt tämä osuus tuli mukaan siinä vaiheessa, kun iso osa teoriasta oli jo kirjoitettu, enkä kokenut enää tarvetta lähteä kirjoittamaan kaikkea aivan alusta.

Opinnäytetyöprojekti on ollut minulle jo opintojen alusta asti melkoinen peikko. En koe tällaista työskentelyä itselleni millään lailla luontevaksi, ennemmin näytän osaamiseni konkreettisen tekemisen avulla. Tämä puolivuotinen on kuitenkin ollut todellinen oppimisprosessi ja se on osoittanut, että hyvällä ohjauksella ja riittävällä ajalla kykenen suoriutumaan tällaisesta projektista. Paljon on kehittämistä sekä tavassani työskennellä, että siinä miten asiat siirrän raporttiin, mutta koen kuitenkin, että tämä on ollut onnistunut projekti oman osaamiseni osalta.

Lähteet

Aito maaseutu. Maaseutumatkailu. Luettavissa: <https://www.aitomaaseutu.fi/teemat/maaseutumatkailu>. Luettu: 24.4.2021.

Baas, H., García-Rosell, J-C., Haanpää, M., Kylänen, M., Kyyrä, S., Markuksela, V., Pitkänen, K., Raasakka, E., Sirkiä, J., Tarssanen, S., Tekoniemi-Selkälä, T., Valtonen, A., Vanhala, A. 2011. Matkailun tuotekehittäjän käsikirja. Novago.

CBI Ministry on foreign affairs. 2020. How to get started developing your tourism product. Luettavissa: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/how-get-started-developing-your-tourism-product>. Luettu: 15.3.2021.

ELY-keskus. Puhetta rahasta. Luettavissa: <https://puhettarahasta.com/2019/09/04/matkailusta-kannattavaa-kestavaa-laadukasta/>. Luettu: 1.3.2021.

FCG. Elinvoima ja elinkeinot, matkailun kehittäminen. Luettavissa: <https://www.fcg.fi/kestava-elinymparisto/elinvoima-ja-elinkeinot/matkailun-kehittaminen>. Luettu: 1.3.2021.

García-Rosell, J-C., Haanpää, M. & Kyyrä, S. 2017. Matkailun tuotekehitys. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. Matkailututkimuksen avainkäsitteet, s. 151. Lapland University Press. Rovaniemi.

Google maps. 2021. Hotellit. Luettavissa: <https://www.google.fi/maps/search/Hotellit/@60.869874,25.2013968,12z/data=!3m1!4b1>. Luettu: 15.4.2021.

Google maps. 2021. Ravintolat. Luettavissa: <https://www.google.fi/maps/search/ravintolat/@60.8697985,25.2626808,15z>. Luettu: 15.4.2021.

Heikinmatti, A. 18.9.2020. Voidaanko matkailualan romahdus vielä estää? Miltä näyttää Lapin matkailu koronan jälkeen? Yle. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11549033>. Luettu: 15.4.2021.

Helminen, V., Nurmio, K., Rehunen, A., Ristimäki, A., Oinonen, K., Tiitu, M., Kotavaara, O., Antikainen, H. & Rusanen, J. 2014. Kaupunki-maaseutu-alueuokitus. Paikkatietoihin perustuvan alueuokituksen muodostamisperiaatteet. Suomen ympäristökeskus. Luettavissa: <http://hdl.handle.net/10138/135861>. Luettu: 4.2.2021.

Hiltunen, L. 2009. Validiteetti ja reabiliteetti. Jyväskylän yliopisto. Luettavissa: http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ ja_reabiliteetti.pdf. Luettu: 24.4.2021.

Hirsijärvi, P., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.

Hirvonen, O. 20.2.2020. Matkailukohteet ja vetovoimatekijät. Blogi. Luettavissa: <https://blogi.savonia.fi/matkailunportfolio/2020/02/20/matkailukohteet-ja-vetovoimatekijat/>. Luettu: 9.2.2021.

Ilvonen, A. 2011. Miten vaikutan? Kansalaistoimijan vaikuttamisopas. OK-opintokeskus. Luettavissa: <https://1584128.169.directo.fi/@Bin/23f7ff969741ad6ae44a3b3188fdaef2/1612431290/application/pdf/299855/Miten%20vaikutan.%20Kansalaistoimijan%20vaikuttamisopas.%20Anne%20Ilvonen%20%28ID%2011502%29.pdf>. Luettu: 2.2.2021.

Jaakkola, S. 2021. Valpas. Nopea pudotus liikamatkailusta nollamatkailuun vahvistaa paikallisten asenteita: paluu entiseen ei ole vaihtoehto. Luettavissa: <https://valpas.media/artikkelit/yhteisot-ja-kulttuurit/nopea-pudotus-liikamatkailusta-nollamatkailuun-vahvistaa-paikalisten-asenteita-paluu-entiseen-ei-ole-vaihtoehto/>. Luettu 3.3.2021.

Jokinen, M., Mettiäinen, I., Sippola, S. & Tuulentie, S. 2009. Sosiaalinen kestävyys muuttuvissa matkailukylissä: Paikallisia näkemyksiä kehityksestä. Teoksessa Tuulentie, S. Turisti tulee kylään. Matkailukeskukset ja lappilainen arki, s. 60-85. Minerva kustannus. Jyväskylä.

Kuntalaki 410/2015.

Kuntaliitto 2020. Kuntalaisten osallistuminen. Luettavissa: <https://www.kuntaliitto.fi/osallistuminen-ja-vuorovaikutus/demokratia-ja-osallisuus/kuntalaisten-osallistuminen>. Luettu: 25.1.2021.

Kurikka P. 2019. Toimijoiden ääni: Mitä osallisuus ja osallistuminen merkitsevät? Teoksessa Meriluoto, T & Litmanen, T. Osallistu! Pelastaako osallistaminen demokratian? Vastapaino. Tampere.

Kärkölen kunta. 2021. Luettavissa: <https://www.karkola.fi/>. Luettu: 4.2.2021.

Kärkölen kunta. 2015. Kärkölen kunnan elinkeinostrategia 2011–2024. Luettavissa: https://www.karkola.fi/wp-content/uploads/karkola-cms5-files/info/kunnan_elinkeinostrategia_2011__2024.pdf. Luettu: 5.3.2021.

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto 2019. Vetovoimainen lähimatkailu kannustaa käytännön tekoihin. Luettavissa: https://www.mtk.fi/etusivu/-/asset_publisher/p1Jb9c1rEbCs/content/vetovoimainen-l%25C3%25A4himatkailu-kannustaa-k%25C3%25A4yt%25C3%25A4nn%25C3%25B6n-tekoihin Luettu: 23.4.2021.

Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä. 2014. Mahdollisuuksien maaseutu. Maaseutupoliittinen kokonaisuohjelma 2014–2020. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki. Luettavissa: <https://tem.fi/documents/1410877/2859687/Mahdollisuuksien+maaseutu+25022014.pdf>. Luettu: 8.2.2021.

Mikkola, K. 2016. Teoksessa Ortju, J. Näin tuotteistat palveluja matkailualalla osa 1. Sähköinen liiketoiminta Suomi. Luettavissa: <https://www.liiketoiminta.info/nain-tuotteistat-palveluja-matkailualalla-osa-i/>. Luettu: 18.3.2021.

My Helsinki. Paikallisten vinkit. Luettavissa: <https://www.myhelsinki.fi/fi>. Luettu: 2.3.2021.

Nieminen, J. 2021. Kärkölen kunnan toimintavuosi 2020. Kärkölen kunta. Word- dokumentti.

Pesonen, J.A. 2011. Segmentation of rural tourists: combining push and pull motivations. Researchgate.

Luettavissa: https://www.researchgate.net/publication/256022301_Segmantation_of_Rural_Tourists_Combining_Push_and_Pull_Motivations. Luettu 30.1.2021.

Piipponen, S-L & Kurikka, P. 2020. Opas kuntalaisten osallistumisen arviointiin. Miten osallistuminen vaikuttaa, miten kunta edistää osallisuutta. Kuntaliitto. Helsinki.

Rask, M & Ertiö, T. Yhteisluomisen tutka, malli osallisuustoiminnan kokonaisvaltaiseen arviointiin. Helsingin yliopisto. Helsinki. Luettavissa: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/304554/Bibu_Policy_Brief_2_verkko_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Luettu: 3.2.2021.

Saukkonen, P & Tiittanen, N. 2020. Maaseutuluotain Häme 2020. Alue- ja kuntatutkimuskeskus. Luettavissa: <https://docplayer.fi/198547490-Hameen-maaseutuluotain-pasi-saukkonen-niina-tiittanen-marraskuu-2020.html>. Luettu: 13.2.2021.

Sosiaali- ja terveysministeriö. Osallisuuden edistäminen. Luettavissa: <https://stm.fi/osallisuuden-edistaminen>. Luettu: 26.1.2021.

Stainton, H. 3.4.2020. Why tourism planning is important. Tourismteacher. Luettavissa: <https://tourismteacher.com/why-tourism-development-planning-is-important/>. Luettu: 21.2.2021.

Suomen perustuslaki. 11.6.1999/731

Tilastokeskus. Käsitteet. Luettavissa: <https://www.stat.fi/meta/kas/matkailu.html#tab1>. Luettu: 15.3.2021.

Toikko, T & Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Näkökulmia kehittämisprosessiin, osallistamiseen ja tiedontuotantoon. Tampere University Press. Tampere.

Uusitalo, M., Tuulentie, S., Kantola, S., Huhta, E. & Nivala, V. Polkuja luontoon – Levin kesäreittiverkoston kehittäminen käyttäjäkokemuksia ja ekologista tietoa yhdistäen. Teoksessa Matkailututkimus 14:2/2018, s. 7–23. Suomen matkailututkimuksen seura.

Liitteet

Liite 1. Saatekirje

Tutkimus Kärkölän matkailun tilasta ja tulevaisuudesta

Hyvä kyselyyn osallistuja,

olen Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelija, matkailun liikkeenjohdon linjalla. Teen opinnäytetyötäni varten kyselyä kuntalaisten ajatuksista Kärkölän matkailun tilaan ja tulevaisuuteen liittyen. Tutkimuksen tuloksia hyödynnetään, kun Kärkölän kunnalle laaditaan uutta matkailun toimintasuunnitelmaa.

Pyydän sinua ystävällisesti ottamaan osaa kyselytutkimukseen. Kysely koostuu erilaisista väittämistä, sekä muutamasta avoimesta kysymyksestä, johon voit vapaasti kirjoittaa vastuksen. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5 minuuttia ja toivoisin sinun vastaavan kaikkiin kysymyksiin. Kyselyn tuloksia käsitellään luottamuksellisesti, eikä vastausten perusteella voida tunnistaa yksittäistä vastaajaa.

Kyselyyn voi osallistua anonymisti, mutta yhteystietonsa jättäneiden kesken suoritetaan arvonta, jonka pääpalkintona on yhdelle henkilölle kaksi Huovilan puiston vuosikorttia sekä kymmenelle henkilölle Huovilan päiväpassit sisältäen pullakahvit puiston kahvilassa. Varsinaisen kyselyn jälkeen sinut ohjataan automaattisesti yhteystietolomakkeelle, jonne voit halutessasi jättää yhteystietosi. Yhteystietoja ei luovuteta kolmansille osapuolille ja niitä käytetään vain palkintojen arvontaan. Voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Kyselyn viimeinen vastauspäivä on 7.4.2021.

Kiitos osallistumisestasi!

Ystävällisin terveisin

Tanja Köykkä

Kärkölän matkailu ja sen kehittäminen

Taustatiedot

1. Ikä

- alle 20-vuotias
- 21-30 vuotias
- 31-40 vuotias
- 41-50 vuotias
- 51-60 vuotias
- 61-70 vuotias
- 71-80 vuotias
- yli 80 vuotias

2. Sukupuoli

- Nainen
- Mies
- Muu/en halua ilmoittaa

3. Taloustyyppi

- Yksin asuva
- Kahden tai useamman aikuisen talous
- Lapsiperhe

4. Kuinka monta vuotta olet asunut Kärkölässä

- Alle vuoden
- 1-10 vuotta
- 11-20 vuotta
- 21-30 vuotta
- yli 30 vuotta

Kysely

1. Matkailun kehittäminen

| | 1 Täysin eri mieltä | 2 Osittain eri mieltä | 3 En osaa sanoa | 4 Osittain samaa mieltä | 5 Täysin samaa mieltä |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Kärkölän matkailupalveluita on mielestäni tärkeää kehittää | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Matkailupalvelujen kehittämiseen tulisi mielestäni kohdentaa aiempaa enemmän määrärahoja | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mielestäni on tärkeää, että kuntalaiset voivat osallistua kunnan matkailun ja matkailupalveluiden suunnitteluun | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Minulle mieluisin tapa osallistua kunnan matkailun ja matkailupalveluiden suunnitteluun olisi (voit valita useamman vaihtoehdon)

- Verkossa tehtävä kysely
- Paperinen, postitse kotiin tuleva ja palautettava kyselylomake
- Puhelimitse tai henkilökohtaisesti tehty haastattelu
- Ryhmähaastattelu
- Kehitysprojektiin, eli esimerkiksi palvelumuotoilun kehittämiseen osallistuminen
- Yhteinen tilaisuus, jossa mahdollisuus jakaa vapaasti ajatuksia aina tiettyyn teemaan liittyen
- Joku muu tapa

Minkä asian koet olevan suurin este Kärkölän matkailun kehittämiselle?

Mitä matkailuun liittyvää olisi mielestäsi tärkeää kehittää Kärkölässä?

2. Kärkölän ruoka- ja kahvilapalvelut

| | 1 Täysin eri mieltä | 2 Osittain eri mieltä | 3 En osaa sanoa | 4 Osittain samaa mieltä | 5 Täysin samaa mieltä |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Kärkölässä on mielestäni riittävästi ruokapalveluita tarjoavia yrityksiä | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kärkölässä on mielestäni riittävästi kahvilapalveluita tarjoavia yrityksiä | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ravintolan valinta on minulle helppoa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kahvilan valinta on minulle helppoa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kärkölässä on ravintoloita, joita voisin suositella ystävälleni | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kärkölässä on kahviloita, joita voisin suositella ystävälleni | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Minulle on tärkeää suosia paikallisia ravintolayrittäjiä | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Minulle on tärkeää suosia paikallisia kahvilayrittäjiä | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Mihin ruokaravintolaan ja/tai kahvilaan veisit ystäväsi Kärkölässä?

Millaisen ruokaravintolan ja/tai kahvilan haluaisit Kärkölään? Millainen mielestäsi puuttuu?

3. Kärkölän majoituspalvelut

| | 1 Täysin eri mieltä | 2 Osittain eri mieltä | 3 En osaa sanoa | 4 Osittain samaa mieltä | 5 Täysin samaa mieltä |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Kärkölässä on mielestäni riittävästi majoitusta tarjoavia yrityksiä | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kärkölässä on mielestäni riittävästi erilaisia majoitusvaihtoehtoja | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kärkölässä ei ole majoituspalveluita | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| En tunne Kärkölän majoituspalveluita | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Millaisia majoituspalveluita Kärkölässä pitäisi mielestäsi olla?

4. Kärkölän vierailukohteet ja matkailupalvelut

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | Täysin eri mieltä | Osittain eri mieltä | En osaa sanoa | Osittain samaa mieltä | Täysin samaa mieltä |
| Kärkölässä on mielestäni käymisen arvoisia vierailukohteita | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tiedän vierailukohteen, minne voisin ulkopaikkakunnalta tulevan ystäväni käymään | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kärkölässä on mielestäni monipuolinen matkailupalvelutarjonta | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Vierailukohteiden ja matkailupalveluiden saavutettavuus

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | Täysin eri mieltä | Osittain eri mieltä | En osaa sanoa | Osittain samaa mieltä | Täysin samaa mieltä |
| Kärkölä on mielestäni hyvien liikenneyhteyksien päässä ja se on hyvin saavutettavissa muualta tuleville | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vierailukohteet ovat mielestäni selkeästi löydettävissä esimerkiksi Kärkölän kunnan verkkosivuilta | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Palveluntarjoajat löytyvät mielestäni internetistä helposti | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vierailukohteisiin on mielestäni helppo mennä ilman autoa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Mitä Kärkölän vierailukohdetta suosittelisit ystävällesi ja miksi?

Liite 3. Yhteystietolomake

Yhteystietolomake

Mikäli haluat osallistua arvontaan, jossa pääpalkintona yhdelle henkilölle kaksi Huovilan puiston vuosikorttia, sekä kymmenelle henkilölle Huovilan päiväpassit sisältäen pullakahvit puiston kahvilassa, lisää yhteystietosi alla olevaan lomakkeeseen ja paina lähetä-painiketta. Yhteystietoja käytetään ainoastaan palkinnon arvontaan eikä tietoja voida yhdistää kyselylomakkeen vastauksiin.

Yhteystietoja ei luovuteta kolmansille osapuolille. Arvonnan voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Jos et halua jättää yhteystietojasi etkä osallistua arvontaan, voit poistua vain sulkemalla selaimen tai tämän sivun.

| | | |
|------------------|---|----------------------|
| Etunimi | * | <input type="text"/> |
| Sukunimi | * | <input type="text"/> |
| Matkapuhelin | | <input type="text"/> |
| Sähköposti | * | <input type="text"/> |
| Osoite | | <input type="text"/> |
| Postinumero | | <input type="text"/> |
| Postitoimipaikka | | <input type="text"/> |