

Saariselän kesämatkailun kehittäminen kotimaisille matkailijoille

Helinä Väinänen



Tekijä(t) Helinä Väinänen	
Koulutusohjelma Matkailun liikkeenjohto	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Saariselän kesämatkailun kehittäminen kotimaisille matkailijoille	Sivu- ja liitesivumäärä 32 + 5
<p>Opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Santa's Hotel Tunturille. Tunturihotelli sijaitsee Saariselällä, joka on matkailukeskus Lapissa. Työn päätavoite on selvittää, miten Saariselälle voidaan houkuttaa lisää kotimaisia kesämatkailijoita. Saariselälle halutaan lisää kesämatkailijoita, koska talvi on Saariselän tärkein matkailusezonki. Sesonkien tasapainottaminen edistää kestävä matkailuelinkeinoa.</p> <p>Kohderyhmäksi on rajattu kotimaiset matkailijat kansainvälisten sijaan. Rajaukseen vaikuttivat korona pandemian aiheuttamat muutokset matkailualalla sekä trendit koskien ekologista ja kotimaanmatkailua.</p> <p>Tietoperustassa esitellään Saariselkä ja sen matkailupalvelut sekä matkakohteen valintaan vaikuttavat tekijät, johon sisältyy esimerkiksi kotimaiset matkailijatyytit.</p> <p>Työ toteutettiin kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä. Santa's Hotel tunturin asiakkaita osallistui teemahaastatteluun helmikuussa 2021, jonka tarkoituksena oli selvittää muun muassa mitä asiakkaat toivoisivat Saariselällä olevan, jotta tulisivat sinne kesällä. Haastatteluihin osallistui 9 henkilöä.</p> <p>Haastattelun tuloksissa nousi esiin muun muassa korona pandemian aiheuttamien poikkeusolojen olleen yleisin syy Saariselälle matkustamiseen. Haastateltavat, jotka olisivat normaalioloissa matkustaneet ulkomaille, olivat tyytyväisiä lomaansa Saariselällä. Mielikuvat Saariselästä kesäkohteena liittyivät luontoon, kuten vaellukseen ja maastopyöräilyyn. Osa haastateltavista ei matkustaisi Saariselälle pitkän ajomatkan ja kalliiden lentojen vuoksi. Toisaalta esiin nousi myös vastakkainen näkökulma, jonka mukaan Saariselälle on tarpeeksi pitkän matka, jotta tuntuu että on tullut lomalle.</p> <p>Haastattelujen, aiempien tutkimusten sekä matkailutrendien perusteella on luotu kehitysehdotuksia, joiden avulla Saariselälle voitaisiin houkuttaa lisää kesämatkailijoita. Saariselän tulisi kehittää kotimaisille matkustajille suunnattuja palveluita, joissa on huomioitu nykyiset ja ennustetut trendit. Kehitysehdotuksia muodostui viidelle osalle alueelle; hyvinvointimatkailupalveluiden kehitys, kotimaisille matkailijoille kehitetyt ohjatut luontoaktiviteetit, kotimaisia lapsiperheitä houkutteleva matkailukohde, pakettimatkat ja ekologinen matkakohta.</p>	
Asiasanat Matkailu, Matkailijat, Saariselkä	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Saariselkä	3
2.1	Brändi	4
2.2	Matkailupalvelut	5
2.3	Käyntikohteet ja nähtävyydet	5
2.4	Majoitus- ja ravitsemispalvelut	6
2.5	Liikenne- ja oheispalvelut	9
3	Matkakohteen valinta	11
3.1	Motiivit matkustamiselle ja kohteen valintaan vaikuttavat tekijät	11
3.2	Hintataso	12
3.3	Matkailijatyypit	13
3.4	Trendit	18
4	Matkailijoiden haastattelu Saariselällä	21
4.1	Haastattelun toteutus	21
4.2	Tulokset	23
5	Pohdinta	25
5.1	Johtopäätökset	25
5.2	Kehitysehdotukset	26
5.3	luotettavuuden ja oman oppimisen arviointi	27
	Lähteet	29
	Liitteet	33
	Liite 1. Haastattelurunko	33
	Liite 2. Haastateltavien kuvaus	34

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö on saanut alkunsa Saariselällä sijaitsevan Santa's Hotel Tunturin toimeksiannosta. Työn päätavoite on selvittää, miten Saariselälle houkutellaan lisää kotimaisia kesämatkailijoita. Päätavoitetta täydentävät alatavoitteet.

Alatavoitteiden tarkoitus on selvittää

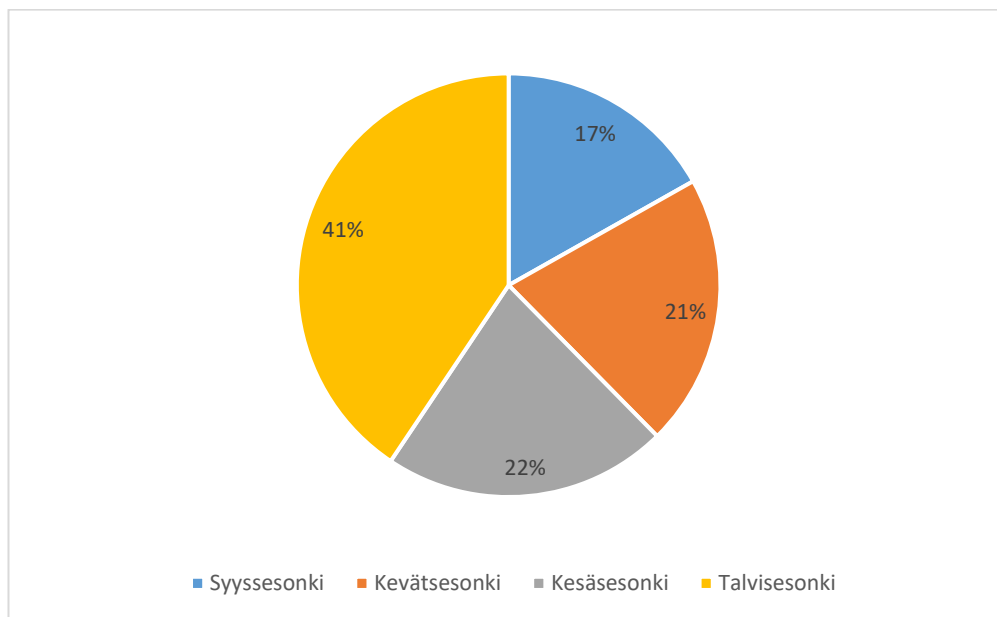
- mitä aktiviteetteja ja palveluita asiakkaat toivoisivat lomaltaan
- mille asiakasryhmille jo olemassa olevia sekä toivottuja palveluita kannattaa markkinoida
- millaisia mielikuvia saariselästä on.

Santa's Hotel Tunturi on osa Santa's Hotel ketjua, johon kuuluu kymmenen hotellia Rovaniemellä, Saariselällä, Kilpisjärvellä, Levillä, Luostolla ja Kalajärvellä. Tunturihotelli sijaitsee Saariselällä. Santa's Hotel ketju on osa Sava-Group konsernia. (Santa's Hotels.)

Tutkimuksen kohderyhmäksi on valikoitunut kotimaiset matkailijat kansainvälisten sijaan, koska Covid-19 pandemiatilanteen aiheuttamien epävarmuuksien takia, kotimaisen matkailun kehittäminen on entistäkin tärkeämpää. Sitran (2020) toteuttaman tutkimuksen korona-ajan elintapojen muutoksesta mukaan 19 % vastanneista on lisännyt kotimaanmatkailua. Tämän opinnäytetyön suunnittelun ja kirjoittamisen aikana Covid-19 pandemia on aiheuttanut suuria muutoksia matkailualalle matkustusrajoitusten ja rajojen sulkemisten takia. Kotimaisen matkailun kehittämiseksi on muitakin perusteita, kuten kestävän matkailun tukeminen. Kestävällä matkailulla tarkoitetaan matkailua, jossa otetaan huomioon taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset. Kehittämällä kotimaan matkailua saadaan useammat matkailijat valitsemaan Suomen lomakohteeksi ulkomaiden sijaan. Kotimaassa matkustaminen on ympäristöystävällisempää kuin kaukokohteeseen matkustus ja se kehittää Suomen taloudellista kasvua. Kohderyhmään kuuluvat kaikki Suomessa asuvat.

”Kotimaa on tullut koronan seurauksena usealle suomalaiselle entistä tutummaksi matkailun osalta ja kuluttajat ovat oivaltaneet, että myös Suomessa on paljon nähtävää ja koettavaa. Haastateltavat uskoivatkin, että laadukkaasti tuotteistetuille elämystä luoville palveluille on kysyntää. Tämä kaikki on luonut uskoa siihen, että matkailua voidaan kehittää ympärivuotisuus ja kotimaanmatkailu huomioon ottaen.” (Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021.)

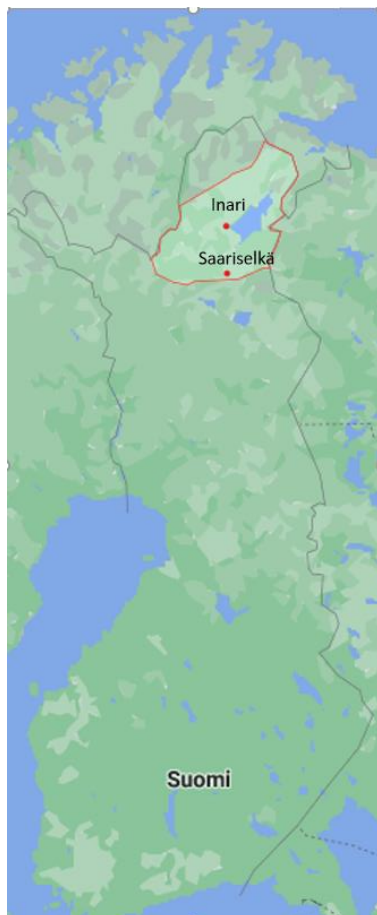
Saariselän matkailu on hyvin sesonkipainotteista, talvi tärkeimpänä (kuvio 1.). Sesonkipainotteisella matkailulla on monia ongelmakohtia, minkä takia sesonkivaihteluiden tasaaminen erilaisin keinoin on tärkeää. Talvella työvoiman tarve on Saariselällä huomattavasti suurempi kuin muina sesonkeina, mikä tarkoittaa työntekijöille määräaikaista sopimuksia. Hiljaisempina sesonkeina Saariselän matkailuun rakennettu infrastruktuuri on vähällä käytöllä. Matkailusesongeilla voidaan tarkoittaa vuoden aikojen mukaan jaettuja sesonkeja tai kävijämäärien perusteella määriteltyjä korkea- ja matalasesonkeja. Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan kesäsesonkia. Visit Finlandin Rudolf tietokannassa sesongit on jaettu seuraavasti: syyssezonki syyskuusta marraskuuhun, kevätsezonki maaliskuusta toukokuuhun, kesäsesonki kesäkuusta elokuuhun ja talvisezonki joulukuusta helmikuuhun.



Kuvio 1. Inarin (Saariselkä laskettu mukaan) yöpymiset matkailusesonkin mukaan 2019 (Tilastopalvelu Rudolf).

2 Saariselkä

Saariselän alue kuuluu Inarin kuntaan, joka on pinta-alaltaan yli 17 000 km² ja Suomen suurin kunta. Inari sijaitsee Pohjois-lapin seutukunnassa, Lapin maakunnassa, Norjan ja Venäjän rajanaapurissa (kuva 1). Inarissa käytetään 4 virallista kieltä: suomi, pohjois-saame, inarinsaame ja koltansaame. Vajaa kolmannes Inarilaisista on saamelaisia. Saamelaiden kehittämä elinkeino, poronhoito näkyy edelleen Saariselän alueella. Saariselän luonto muodostuu tuntureista, pohjoisen kuusimetsästä ja männiköstä. Saariselän alueelle ulottuu Urho Kekkosen kansallispuisto, joka on yksi Suomen suurimmista luonnonsuojelualueista ja suosittu retkikohde. Saariselkä on myös hyvä aloituspaikka patikointiretkille hammastunturin erämaa-alueelle ja lyhyen matkan päässä Inarin järveltä. Saariselkä muodostaa yhdessä Kiilopään ja Kakslauttasen kanssa matkailualueen. (Inarin kunta; Metsähallitus, 2020.)



Kuva 1. Inarin ja Saariselän sijainti (Google, 2021).

Vuoden 1870 kultaryntäys toi ihmisiä Saariselälle ja siitä on edelleen jäljellä nähtävyyksiä ja historiaa. Ensimmäinen matkailuyritys Laanilan majatalo rakennettiin vuonna 1912, mutta se tuhoutui toisen maailman sodan aikana. 60-luvulla alkoi Saariselän matkailukeskuksen rakennus nykyiseen muotoon. (Metsähallitus, 2020.)

2.1 Brändi

Cai, Gartner ja Munarin (2009) mukaan yksinkertaisimmillaan brändi voidaan määrittää tunteina, joita tietyn paikan nimi herättää yksilössä. Brändillä matkailukohde ja -yritykset voivat vaikuttaa kuluttajien mielikuviin ja käsityksiin kohteesta. Matkailukohteen brändi on yhdistelmä kohteen ominaisuuksia ja miten matkailija kokee ne. Kohteen ominaisuuksiin kuuluu maisemat, ihmiset, kulttuuri ja historia. Brändi edustaa kohteen ydin ominaisuuksia ja niiden tulisi näkyä markkinoinnissa. (Anholt 2009.) Brändi on merkittävä matkakohteen valintaan vaikuttava tekijä.

Matkailumarkkinointiyhtiöt kuten House of Lapland ja Inari-Saariselkä Matkailu vastaavat kohteiden markkinoinnista, viestinnästä ja brändin kehityksestä ja yhtenäisyydestä. House of Lapland Oy:n tehtävä on Lapin alueellinen markkinointi ja viestintä. Se on voittoa tavoittelematon yhtiö, joka tarjoaa kumppaneilleen kanavia markkinointiin, viestintään ja kumppanuuksien luomiseen. (House of Lapland.) Saariselän markkinoinnista ja matkailun toimintaedellytysten kehittämisestä vastaa Inari-Saariselkä Matkailu Oy. Heidän tehtäviinsä kuuluu muun muassa alueen sisäisen yhteistyön ja brändin ylläpitäminen.

House of Lapland ylläpitää koko Lapin yhtenäistä brändiä. He ovat luoneet brändioppaan Lapin alueen toimijoille hyödynnettäväksi, jossa esitellään muun muassa Lapin vetovoimatekijät ja brändiohjeet. (House of Lapland.)

Oppaassa on määritelty viisi vetovoimatekijää

-Luonnossa ja luonnosta - ”Lapin uljas luonto on läsnä kaikkialla. Sisällä käydään vain nukkumassa, eikä kesällä silloinkaan.”

-Avoin ja arktinen - ”Lappi on kansainvälinen kohtaamispaikka. Avoin kulttuuri ilman rajoja tekee Suomen Lapista ylittämättömän arktisen alueen.”

-Outoa taikaa - ”Taikavoimia on luonnollisesti vaikea pukea sanoiksi. Ne pitää jokaisen itse kokea.”

-Aito hulluus – ”Lapissa jokainen saa olla oma itsensä. Ja onkin, sillä arktinen luonto kyllä karistaa ihmisestä turhat rönsyt. Teeskentelemättömyys välittyy kaikesta mitä lappilaiset tekevät.”

-Tehemä pois – ” Lapissa rohkeat ideat ja pohjoinen osaaminen kulkevat käsi kädessä. Suomessa kun ollaan, asiat myös tulevat tehdyksi.”

Inari-Saariselkä matkailun nettisivujen perusteella, alueen brändissä on hyödynnetty samoja aiheita. Esiin nousee termi aito Lappi, joka voisi viitata alueen sijaintiin, joka on poh-

joisempaan muita Lapin lomakohteita ja lähellä erämaata. Kullanhuudonta ja saamelaiskulttuuri ovat mainittuina ja liittyvät juuri alueen historiaan ja kulttuuriin, jotka ovat osa brändiä. Alueesta mainitaan monipuoliset liikuntamahdollisuudet, upeat maisemat ja soveltuvuus koko perheelle. (Inari-Saariselkä.)

2.2 Matkailupalvelut

Jotta voidaan kysyä oikeat kysymykset Saariselän kehityskohteiden löytämiseksi, on ensin luotava ymmärrys Saariselän nykyisistä palveluista. Saariselän matkailupalveluihin sisältyy ohjelmalvelut, käyntikohteet, nähtävyydet, majoitus-, ravitsemis-, liikenne- ja oheispalvelut.

Ohjelmalveluilla tarkoitetaan muun muassa aktiviteetteja. Suuri osa Saariselän tarjoamista aktiviteeteista liittyy luonnossa liikkumiseen. Alueelta löytyy monipuolisesti vaellus- ja pyöräilyreittejä. Omatoimiseen ulkoiluun on tarjolla vuokravälineitä kuten maastopyöriä, läskipyöriä, sähköpyöriä, kanootteja, kävelysauvoja, teltoja ja rinkkoja. Alueella on frisbeegolfrata, geokätköjä ja kätkösuunnistus rasteja. Kätkösuunnistuksen idea on sama kuin geokätköilyssä, löytää maastoon piilotettuja aarteita. Toisin kuin geokätköilyssä, kätkösuunnistuksessa ei tarvitse gps-laitetta, vaan kartan ja kompassin ja vihjeet. Saariselällä on hyvät mahdollisuudet suunnistukseen ja kesäisin paikalliset urheiluseurat järjestävät kuntosuunnistuksia. (Saariselän keskusvaraamo, Inarin kunta.)

Omatoimisten aktiviteettien lisäksi on tarjolla opastettuja retkiä ja safareita, kuten kalastusta, vaellusta, ratsastusta, hiljaisuus- ja hyvinvointi reititettä ja -retkiä, melontaa, koskenlaskua, kumilauttaretki, joogaa, marjanpaimintaa, mönkijäajelua, pyöräilyä, husky- ja vuohivaellusta, vierailuja poro- ja huskytiloilla ja kullanhuudontaa. (Inarin kunta, Lapland Safaris Ltd, 2019, Arctic Sky, 2019.)

Saariselällä järjestetään joitakin vuosittaisia tapahtumia kuten MTB Stages pyöräilykilpailut, joogareititettä, agilitykilpailut ja Jänkhällä jytisee -moottoripyörätapahtuma.

2.3 Käyntikohteet ja nähtävyydet

Osa Urho Kekkosen kansallispuistoa sijaitsee Saariselän alueella. UKK alueella on erämaan lisäksi noin 200 km merkittäviä reittejä, joiden varrelta löytyy autio- ja varaustupia. Merkittäviä reittejä on eripituisia kilometristä monen päivän reitteihin. Kaunispää ja Kiilopää ovat Saariselän tunturialueen tunnetuimpia tuntureita. Kaunispään huipulle pääsee kävelen, pyöräillen, autolla tai hissillä. Huipulta löytyy ravintola ja matkamuistomyymälä. Kiilopään huipulle on kahden kilometrin kävelymatka. (Inarin kunta.)

Saariselkä Ski & Sport Resort on Euroopan pohjoisin hiihtokeskus. Kesäisin hiihtokeskus tarjoaa palveluitaan pyöräilylle. Keskuksesta voi vuokrata pyöräilyvälineet ja hiihtohissi vie pyöräilijän Kaunispään huipulle, josta laskevat merkityt alamäkipyöräilyreitit. Hiihtohissillä pääsee myös maisema-ajelulle ja pyöräretkille saa oppaan mukaan. (Inari-Saariselkä.)

Saariselkä Bowling on 8-ratainen keilahalli, josta löytyy myös baari varustettuna pöytä curlingilla, biljardilla ja dartsilla. Lisäksi keilahallissa on käytössä VR-lasit, joilla voi kokea virtuaalitodellisuuden ja metsästyssimulaattori. (Saariselkä Bowling, 2020.)

Saariselän 1800-luvun lopulla tapahtuneen kultakuumeen historiaan ja jäännöksiin voi tutustua Laanilan kultareitillä, joka on kahdeksan kilometrin pituinen patikointi- ja pyöräilyreitti. Kultahistoriaan ja -kulttuuriin voi tutustua myös Ivalojoen Kultalassa ja Prospektorin kaivoksella. (Inarin kunta; Metsähallitus, 2020.)

Yötön yö alkaa toukokuun puolella ja kestää heinäkuun loppuun (Inarin kunta). Tänä aikana aurinko ei laske ollenkaan. Keskiyön aurinko itsessään on elämys ja mahdollistaa erilaisia aktiviteetteja kuten yökalastusta ja -vaellusta.

2.4 Majoitus- ja ravitsemispalvelut

Tilastopalvelu Rudolfin tilastojen mukaan Inarin alueen keskimääräinen vuosikapasiteetti vuonna 2019 oli 25 majoitusliikettä, 1573 huonetta ja 4071 vuodetta. Saariselällä on majoituspalveluita leirintäalueista luksushotelliin. Luodakseni käsityksen Saariselän nykyisestä tarjonnasta esittelen muutamia majoituspalveluyrityksiä.

Tunturi hotelli on yksi Santa's Hotel ketjun hotelleista. Huoneita hotellissa on 260 ja laaja valikoima erilaisia huonevaihtoehtoja; standard, deluxe, superior, sviitti ja huoneisto. Monessa huoneessa on sauna. Valikoimaan kuuluu myös kokonaisvaltaiset juhla- ja kokouspalvelut. Santa's Hotel Tunturissa on viisi ravintolaa, joista kaksi ovat tilausravintoloita. (Santa's Hotels, 2020.)

Lapland Hotels Riekonlinna on toinen Saariselän isoimmista hotelleista. Riekonlinnan huonevalikoima on myös kattava sisältäen combihuoneita, huoneistoja ja sviittejä. Hotelli Riekonlinnalla on yksi ravintola. Hotelli tarjoaa kokouspalveluita ja juhlatilat. (Lapland Hotels.)

Saariselällä sijaitsee Euroopan pohjoisin kylpylähotelli Holiday Club saariselkä. Holiday Club tarjoaa hotellihuoneiden lisäksi eri kokoisia loma-asuntoja. Hotellihuoneita on 139,

joista 134 on kahden hengen huoneita ja 5 sviittiä. Holiday Clubille ovat lemmikkieläimet tervetulleita, siivousmaksua vastaan. Kylpylässä on poreallas, vesihierontapisteitä, vasta-virta, vesiliukumäki, aaltokone tasatunnein, lastenallas ja vesileluja sekä saunamaailma. Kylpylän palveluihin kuuluu hoito-osasto Aurora Spa, josta löytyy monipuolisesti hoitoja hieronnasta kauneushoitoihin. Holiday Clubilla on kaksi ravintolaa ja baari. (Holiday Club.)

Northern light villagessa voi majoittua pieniin lasikattoisiin mökkeihin, joista kesällä voi ihaila yötöntä yötä. Hotellilla on yksi ravintola. Hotelli tarjoaa erilaisia paketteja, joihin sisältyy majoituksen lisäksi ruokailut ja aktiviteetit. Kesälle on tarjolla 2 yön paketti, jonka aktiviteetteja on valokuvausretki, läskipyöräily, patikointi Urho Kekkosen kansallispuistossa ja vesijetillä ajelu Inarin järvellä. Kuljetukset ja ruokailut sisältyvät hintaan, joka on alkaen 1020 €. Aktiviteettien oppaat taitavat valokuvauksen ja opastavat asiakkaita. Kesälle on lisäksi kolme muuta pakettia: energisoiva 4 yön, romanttinen 3 yön ja perheille 4 yön. (Northern lights village.)

Arctic Star Hotel sijaitsee tunturi Kaunispään huipulla hienoissa maisemissa. Hotellilla on kolme eri huonetyyppiä: 30 sviittiä, 12 saunallista sviittiä ja 15 lasikatollista mökkiä. Hotellissa on yksi ravintola ja ravintolabaari. Yksityisesti varattavia saunoja on kaksi, joista isommassa on terassilla poreamme. Hotelli tarjoaa kuljetuspalveluita hotellin, Saariselän kylän ja lentokentän välille. Kokouspaketteja on tarjolla 1–3 yöllä ja hotellissa on kolme erilaista konferenssitilaa. Arctic Star Hotel tarjoaa romanttisia paketteja ja häämatkoja. Hääpaketteihin kuuluu hääsuunnittelu. Hotellissa on yksi ravintola, joka on vuokrattavissa yksityiskäyttöön kesällä ja wilderness center 20 minuutin ajomatkan päässä, joka on vuokrattavissa ympäri vuoden. Arctic Starilla on omat ohjelmapalvelut monipuolisin aktiviteettein, joiden tukikohta on usein wilderness center erämaassa kauempana hotellista. (Arctic Star Hotel.)

Saariselkä Inn majoitusvaihtoehdot ovat majatalomajoitus Saariselän keskustassa, panoramamökkejä Kaunispää tunturin rinteillä ja kelohonkainen mökki keskustan lähetyvillä. Majatalossa on ravintola, pubi ja yleinen sauna. (Saariselkä inn.)

Muotka Wilderness Hotel sijaitsee 14 kilometrin päässä Saariselän keskustasta. Hotelli tarjoaa majoitusta hotellihuoneiden lisäksi kelomökeissä ja revontulimökeissä. Hotellilla on savusauna joen rannassa. (Wilderness Hotels Lapland.)

Javri Hotel on vain aikuisille suunnattu vuonna 2017 täysin uudistettu design hotelli, jossa yhdistyy modernit ja perinteiset elementit. Javrin nettisivut ja Facebook ovat vain englanniksi. Hotellin kaikki 36 huonetta ovat kahden henkilön huoneita ja ne voi varata vain all-inclusive pakettina. Hotellissa on kuntosali ja sisäuima-allas. (Javri.)

Hotellien lisäksi Saariselällä on suuri valikoima vuokramökkejä ja -asuntoja sekä lomahuoneistoja. Vaihtoehtoja löytyy huokeista rivitaloasunnoista hulppeisiin näköalamökkeihin. Alueelta löytyy campingalue ja karavaanialue keskustasta.

Saariselän ravintolat tarjoavat paikallisista raaka-aineista valmistetun lappilaisen ruuan lisäksi burgereita ja pitsaa. Tarjontaa on tasokkaista ravintoloista pikaruokaan ja hintaluokka vaihtelee myös edullisista vaihtoehtoista keskihintaisiin ja fine-dining vaihtoehtoihin. Inari-Saariselkä sivustolla korostetaan lappilaisen keittiön raaka-aineita, jotka tulevat suoraan luonnosta, kuten poronliha, kala sekä marjat, sienet ja villiyrtit. Elintarvikkeita voi ostaa Saariselän ainoasta ruokakaupasta K-Market Kuukkelista. (Inari-Saariselkä).

Tripadvisor sivustolla on asiakkaiden arvostelujen perusteella listattu 10 suosituinta ravintolaa (taulukko 2); Restaraurant Petronella, Restaurant Pirkon Pirtti, Ravintola Teerenpesä, Muossi Grilli, Restaurant Huippu, Javri, Restautant Rakka Holiday Club, Santa's Hotel Tunturi ja Ravintola Kaltio. Suosituin ravintola Laanilan Kievari on saanut asiakkaiden arvosteluista arvosanaksi 4½ / 5 ja sen hintataso on keskihintainen. Laanilan Kievarissa tarjotaan puhtaista, lähellä tuotetuista raaka-aineista tehtyä ruokaa (Laanilan Kievari.) Listan ainoa edullinen vaihtoehto on Muossi Grilli, jonka arvosana on 4 / 5. Muossi Grilli tarjoaa perinteistä grilli ruokaa. Fine-dining hintatasoinen ravintola listalla on Ravintola Kaltio. Sen arvosana on 4½ / 5. Muut listan ravintolat ovat keskihintaisia ja arvosanat välillä 3½-4½.

Taulukko 2. Saariselän 10 suosituinta ravintolaa Tripadvisorissa arvosanoin ja hintatasoin (Tripadvisor, 2021)

Laanilan kievari	4 ½ / 5	€€-€€€
Restaurant Petronella	4 ½ / 5	€€-€€€
Restaurant Pirkon Pirtti	4 ½ / 5	€€-€€€
Ravintola Teerenpesä	4 ½ / 5	€€-€€€
Muossi Grilli	4 / 5	€
Restaurant Huippu	4 / 5	€€-€€€
Javri	4 ½ / 5	€€€€
Restaurant Rakka Holiday Club	3 ½ / 5	€€-€€€
Santa's Hotel Tunturi	4	€€-€€€
Ravintola Kaltio	4 ½ / 5	€€€€

2.5 Liikenne- ja oheispalvelut

Kohteen saavutettavuus ja siellä liikkumisen sujuvuus ovat keskeisiä tekijöitä matkakoh-
teelle. Inarin suurimmassa kylässä, Ivalossa sijaitsee lentokenttä, josta on Saariselälle
vain noin 30 kilometriä. Finnair lentää Ivaloon kesällä 2021 Helsingistä, Tampereelta ja
Turusta; menopaluu lipun hinta vaihtelee noin 150–200 € (Finnair). Saariselälle kulkee
bussiyhteydet joka puolelta Suomea (Matkahuolto).

Aurinkomatkat tarjoavaa pakettimatkoja Saariselälle, johon kuuluvat lennot ja majoitus
(Aurinkomatkat). Työ- ja elinkeinoministeriön (2021) tutkimuksen mukaan yli 10 % pro-
senttia suomalaisista harkitsi kotimaan pakettimatkan käyttämistä. Eniten kiinnostusta pa-
kettimatkoihin oli 25–34-vuotiailla ja erityisesti perheissä, joissa oli 0–6-vuotias lapsi.

Saariselän kaikki palvelut on keskitetty kylän keskusta, joka sijaitsee kävelymatkan
päässä tuntureista ja erämaasta. Lentokentältä Saariselälle kulkee lentokenttäbussi jokai-
sen reittilennon yhteydessä. Lentokenttäbussi pysähtyy kätevästi majoituspaikkojen
eteen. Saariselän ja lähialueiden kuten Kakslauttasen, Inarin keskustan ja Ivalon välillä
kulkee bussiliikenne muutamia kertoja päivässä; bussilipun hinta on kesällä 10 € luokkaa
(Matkahuolto). Suksibussi liikennöi talvikaudella koko päivän Saariselän keskustasta las-
kettelukeskukselle. Aamulla sillä pääsee Ivalosta Saariselälle ja illalla takaisin. Kesällä ei
ole vastaavaa palvelua, joka tekee kesällä liikkumisesta hankalampaa.

Saariselällä liikennöi muutamia taksirytyksiä. Lentokentältä ja Santa's Hotel tunturista löy-
tyy autovuokraamot.

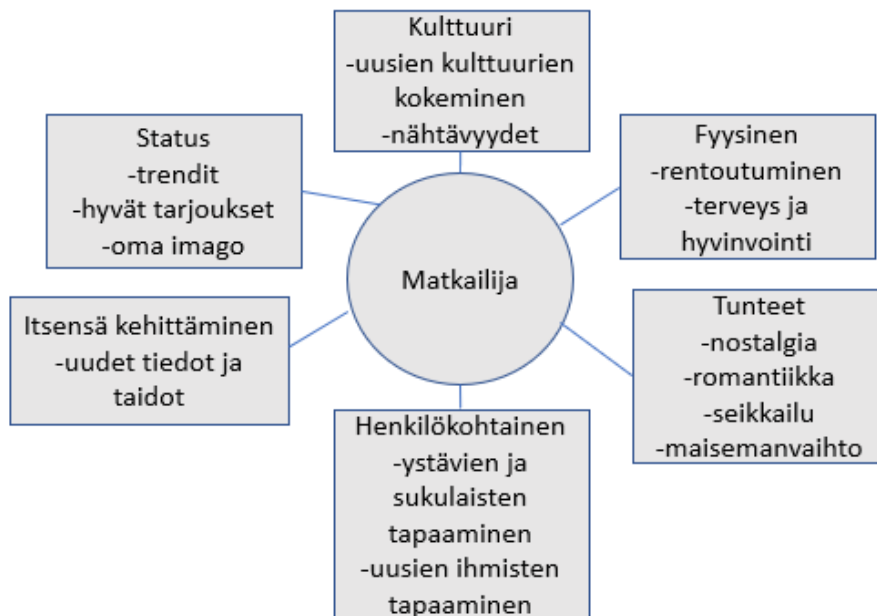
Saariselällä voi tehdä ostoksia ruoka- ja päivittäistavarakauppa Kuukkelissa, josta saa lisäksi vaatteita, retkeilyvarusteita ja matkamuittoja. Matkamuittoja kuten Saamelaista käsityötä ja suomalaista designia, voi ostaa useasta eri matkamuittolikkeestä Saariselällä. Keskustassa on Partioaitta liike, josta saa retkeilyvaatteita ja -varusteita.

3 Matkakohteen valinta

Kun halutaan selvittää, miten saadaan lisää matkustajia Saariselälle, on tärkeää tietää mitkä tekijät vaikuttavat matkustajien päätökseen matkustaa ja matkakohteen valintaan. Vuoriston (1998) mukaan matkailua voidaan tarkastella maantieteellisessä viitekehikossa lähtöalueena, jolla on ”työntövoima” ja kohdealueena, jossa on ”vetovoima”. Työntövoima kuvastaa kysyntää matkailulle ja vetovoima kuvastaa tarjontaa, jolla kysyntä voidaan tyydyttää. Näiden alueiden välissä on matkailureitti ja kulkumuodot eli otetaan huomioon kohteen saavutettavuus. Alastair (2013) selittää muun muassa sellaisen push-pull teorian, jonka mukaan työntävät tekijät (push) ovat yksilön motiiveja matkustaa. Vetävät tekijät (pull) kuvaavat kohteen ominaisuuksia ja markkinointia, jotka houkuttelevat matkustajia.

3.1 Motiivit matkustamiselle ja kohteen valintaan vaikuttavat tekijät

Kun tutkitaan asiakkaiden matkakohteen päätökseen vaikuttavia tekijöitä, halutaan ymmärtää asiakaskäyttäytymistä. Morrisonin (2013) mukaan päätökseen vaikuttaa kuluttajien erilaiset henkilökohtaiset tekijät, kuten motiivit, arvot, elämäntyyli, asenteet ja persoonallisuus. Swarbrooke ja Horner (2007) luokittelevat kuluttajien motiivit kuuteen eri kategoriaan (kuvio 2), joita ovat kulttuuri, tunteet, itsensä kehittäminen, status, sekä fyysiset ja henkilökohtaiset motiivit.



Kuvio 2. Motiivit matkustamiselle. (mukailien Swarbrooke & Horner, 2007)

Tietoisuuden taso, mielikuva kohteesta ja markkinointi vaikuttavat kohteen valintaan. Valitakseen kohteen on kuluttajan oltava tietoinen siitä ja mielikuvan siitä on oltava houkutteleva. Markkinoinnilla voidaan vaikuttaa molempiin näistä. Aika, raha, aikaisemmat kokemukset ja tarjolla olevat matkailutuotteet verrattuna kilpailijoihin tekevät vaikutuksen päätöksessä. Tiedonhaulla on merkitys. Kuluttajat lukevat blogeja ja arvosteluja. Tiedonhaussa täytyy myös ottaa huomioon, mitä tietoa matkakohteesta on saatavilla, kuinka luotettavaa se on ja kuinka helposti kuluttajan löydettävissä. Blogien ja arvostelujen lisäksi toisilla ihmisillä on vaikutus päätökseen tekoon yhteiskunnan tasolla. Sosiaaliset tekijät vaikuttavat kuluttajan käytökseen, kuten yhteiskunnan normit ja arvot. (Morrison, 2013). Turvallisuus on iso tekijä matkakohteen valinnassa. Covid-19 pandemian aikana se on korostunut entisestään. Saariselällä on iso etu, sillä siellä on tilaa ja mahdollisuuksia turvalliseen matkailuun.

Suomalaiset matkailijat käyttävät eri kanavia tiedonhaussa, kuten hotellien omia kanavia ja alueiden matkailukeskusten nettisivuja. Erityisesti nuoremmilla korostuu sosiaalisen median käyttö tiedonhaussa, kuten Instagram ja YouTube. Lisäksi omat aiemmat kokemukset sekä tuttavien ja kavereiden suositukset ovat merkittäviä tiedonhaun tapoja. (Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021.)

3.2 Hintataso

Hintataso on yksi matkakohteenvalintaan vaikuttava tekijä. Honkasen, Sammalkankaan ja Satokankaan (2021) työ- ja elinkeinoministeriölle tekemässä tutkimuksessa selkeimpänä esteenä kotimaassa matkustamiselle nousi esiin kalliit hinnat. Taulukkoon on koottuna Saariselän palveluiden esimerkkihintoja kesälle 2021, jonka avulla voi saada käsitystä Saariselän hintatasosta. Esimerkkihintoja on etsitty aktiviteeteille, majoitus-, ravitsemis- ja liikennepalveluille.

Taulukko 1. Esimerkkihintoja Saariselän palveluille (Inari-Saariselkä, Tripadvisor, Finnair, Matkahuolto)

Aktiviteetit Inari-Saariselkä –sivustolta €	Majoituspalvelut €	Ravitsemispalvelut €	Liikennepalvelut €
Välinevuokra: -sähköavusteinen fatbike-pyörä/ puoli päivää alkaen 35€, koko päivä alkaen 65€ -viikon kanoottivuokraus Ivalojoelle/alkaen 250€ Retket ja safarit: -keskiyönaurinko patikointiretki n. 100€ Retriitit: -hyvinvointi & jooga, 5 päivää, all inclusive/980€	Hotellit Booking.com 1 yö 1.6.2021: -Top Star Saariselkä/ 206€ -Holiday Club Saariselkä/ 82€ -Lapland Hotels Riekonlinna/ 99€ -Santa’s Hotel Tunturi/ 81€ -Hotelli Niilanpää/ 82€ -Aparthotel Kuukkeli Aurora/ 69€ -Saariselkä Kuukkeli Inn/ 299€	Fine dining: Ravintola Petronella -Poron ulkofilee 37€ -Lakkaa ja leipäjuustoa 13€ Keskihintainen: Ravintola Teerenpesä -Metsästäjänpihvi 24,90€ -Lakka panna cotta 9,90€ Edullinen ruokailu: Muossi grilli -Poroburger 8,50€	Finnair lennot Helsinki-Ivalo menopaluu lentolippu alkaen n. 130-200€ (kesäkuussa 2021) Linja-auto Ivalo-Saariselkä n.10€ Matkahuolto bussi Helsinki-Saariselkä -130,20€ (kesäkuussa 2021) VR juna -Helsinki-Rovaniemi 34-60€

3.3 Matkailijatyypit

Luomalla matkailijatyyppejä voidaan luoda ja kehittää palveluita vastaamaan tietyn ryhmän tarpeita. Matkailijatyyppeiden luomista kutsutaan segmentoinniksi. Tarkoitus on tehdä segmenttejä kuluttajista, joilla on jotain yhteistä keskenään. Kotlerin, Baloglun, Bowenin ja Makenssin (2016, 225–232) mukaan segmentointi voidaan tehdä esimerkiksi maantieteellisten tekijöiden kuten kuluttajan asuinpaikan tai siellä vallitsevien sääolosuhteiden mukaan. Väestörakenteellisten tekijöiden kuten iän, elämänvaiheen, tulotason tai sukupolven mukaan. Psykograafisten tekijöiden kuten kuluttajan elämäntyylin mukaan. Tai kuluttajien käyttökseen liittyvien tekijöiden mukaan, joita voi olla esimerkiksi asiakasuskollisuus ja palvelun käyttöaste. Matkailijasegmenttien tekoon usein hyödynnetään useita eri segmentointitekniikoita.

Honkasen, Satokankaan ja Sammalkankaan (2021) työ- ja elinkeinoministeriölle tekevässä tutkimuksessa on luotu matkailijatyyppejä tutkimuskyselyn perusteella, jossa selvitettiin muun muassa kiinnostuksen kohteita kotimaan vapaa-ajan matkalla. Matkailijatyyppejä muodostui viisi; kaupunkilomailijat, kyläilijät ja mökkeilijät, aktiivilomailijat, nautiskelijat sekä kulttuurista ja luonnosta nauttivat. Matkailijatyyppeiden segmentoinnissa on käytetty useaa tekniikka. Kuluttajia on ryhmitelty sukupuolen, iän, ammattiaseman, tulojen, asuinalueen, kotitalouden, matkailuun liittyvien kiinnostusten ja käyttäytymisen perusteella (taulukot 2–6). Kaikkia matkailijatyyppejä yhdistää kotimaisen matkailun pitäminen kalliina, tuloistasosta riippumatta. Kiinnostuksen kohteissa kaikkia yhdistää ravintolat.

Kaupunkilomailijat

Kaupunkilomailijat (taulukko 2) kattavat 20 % suomalaisista. Suurin osa on miehiä ja yli 35-vuotiaita. Suurimmat ammattiasemat kaupunkilomailijoiden keskuudessa on eläkeläiset ja työntekijät. 42 % vuositulot ovat 35000 € tai vähemmän. Heidän kotitaloutensa muoto on yleensä sinkku- tai aikuistalous. Kaupunkilomailijat ovat kaupunkikohteiden lisäksi kiinnostuneita risteilyistä. Kiinnostuksen kohteita on ravintolat, kulttuuri ja nähtävyydet. He matkustavat vähän ja heillä on muita matkailijatyyppejä vähemmän syitä matkustaa kotimaassa. He majoittuvat hotelleissa ja hostelleissa. 10 % on kiinnostunut kotimaan pakettimatkoista. Tiedonhakuun kaupunkilomailijat käyttävät googlea ja yritysten kotisivuja. Varaukset he tekevät kohteen yrityssivulla tai internetin varauspalvelussa. (Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021.)

Taulukko 2. Kaupunkilomailijoiden muista erottavat ja keskeiset piirteet. (Mukaillen Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021).

Koko	20% suomalaisista	Kiinnostus	Ravintolat, kulttuuri, nähtävyydet
Sukupuoli	Miehet (59%)	Kohteet	Kaupunkikohteet, risteilyt
Ikä	>35-vuotiaat (65%)	Matkojen määrä	Vähäinen, päivämatkoja eniten
Ammatti-asema	Eläkeläisiä (33%) ja työntekijöitä (23%)	Syyt matkustaa kotimaassa	Vähäisempiä kuin muilla, turvallisuus ja helppous
Tulot	≤35000 € (42 %)	Miksi ei kotimaassa	Ei ole rahaa, liian kallis. Muita enemmän myös ei kiinnostavia kohteita ja tapahtumia
Asuinalue	Länsi-Suomi	Majoitus	Hotellit ja hostellit, muista poiketen harvoin tuttavat ja sukulaiset
Koti-talouden muoto	Sinkkotalous (46 %) aikuistalous (40 %)	Pakettimatka	Kiinnostuneita 10 %: kuljetus ja majoitus, puolihoito
		Tiedonhaku	Google, yritysten kotisivut
		Varaukset	Kohteen yrityssivut, internetin varauspalvelut

Kyläilijät ja mökkeilijät

Toinen matkailijatyyppejä on kyläilijät ja mökkeilijät (taulukko 3), jotka nimensä mukaan viettävät kotimaan lomat omalla mökillä tai tuttavien luona. He osoittavat kiinnostusta kaupunkikohteille, jos matkustavat muualle kuin mökille. Kyläilijät ja mökkeilijät kattavat 16 % suomalaisista. 63 % heistä on miehiä ja suurin osa vähintään 55-vuotiaita. Isoin ammatti-asema heidän keskuudessaan on eläkeläiset. 48 % tienaa vuodessa 35000 € tai enemmän. He asuvat Itä- ja Etelä-Suomessa. Suurin osa on sinkku- tai aikuistalous. Matkojen määrä on vähäinen ja syyt matkustaa kotimaassa ovat vähäisempiä kuin muilla matkailija-

tyypeillä. Mökkeilijät ja kyläilijät eivät matkusta usein. 6 % on kiinnostunut kotimaapaketti-matkoista. Kyläilijät ja mökkeilijät hakevat tietoa googlesta sekä tuttavilta ja sukulaisilta. Varaukset he tekevät yrityssivulta, varaussivulta tai paikan päällä palvelun tarjoajalta. (Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021.)

Taulukko 3. Kyläilijöiden ja mökkeilijöiden muista erottavat ja keskeiset piirteet. (Mukaiilen Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021).

Koko	16 % suomalaisista	Kiinnostus	Omallalla ja sukulaisten mökillä käyminen, sukulaisten ja tuttavien luona vierailu
Sukupuoli	Miehiä (63 %)	Kohteet	Kaupunkikohteet (jos matkustavat muualle kuin mökille)
Ikä	Vähintään 55-vuotiaita (56 %)	Matkojen määrä	Vähäinen, vapaa-ajan matkoja yöpymisellä ja ilman
Ammattiasema	Eläkeläisiä (45 %)	Syyt matkustaa kotimaassa	Vähäisempiä kuin muilla, helppous ja turvallisuus
Tulot	≤35000 euroa (48 %)	Miksi ei kotimaassa	Liian kallis, ei ole rahaa
Asuinalue	Itä-Suomi ja Etelä-Suomi	Majoitus	Oma mökki
Kotitalouden muoto	Aikuistalous (47 %), sinnkotalous (40 %)	Pakettimatka	Kiinnostuneita 6 %: kuljetus ja majoitus, puolihoito
		Tiedonhaku	Google, tuttavat ja sukulaiset
		Varaukset	Kohteen yrityssivut, internetin varauspalvelut, paikan päältä palvelun tarjoajalta

Aktiivilomailijat

Aktiivilomailijat (taulukko 4) kattavat 19 % suomalaisista. Heistä 64 % on miehiä ja 63 % alle 45-vuotiaita. 47 % tulot ovat yli 50000 €. Heidän joukossaan on johtoasemassa olevia ja ylempiä toimihenkilöitä. Aktiivilomailijat asuvat Etelä-Suomessa. Yleensä he ovat aikuis-talous tai lapsiperhe. He ovat kiinnostuneita ulkoilma-aktiiviteeteista, kansallispuistoista, ulkoilualueista, aktiiviteetteja tarjoavista kohteista ja kylpylöistä. Aktiivilomailijat tekevät eniten kotimaan matkoja matkailijatyypeistä. 21 % osoittaa kiinnostusta pakettimatkoihin, kuten puolihoito sisältäen aktiiviteetteja, kuljetus majoitus yhdistelmä tai täysihoito. Matkojen määrä on aktiivilomailijoilla suurin kaikista matkailijatyypeistä. Syitä kotimaanmatkailuun heillä on turvallisuus, halu tukea kotimaista yrittäjyyttä, helppous, vastuullisuus ja ajansäästö. Syitä sille miksi he eivät matkusta kotimaassa on kalliin hinnan lisäksi halu matkustaa ulkomaille, tiedonsaanti kiinnostavista kohteista ja ostamisen hankaluus. (Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021.)

Taulukko 4. Aktiivilomailijoiden muista erottavat ja keskeiset piirteet. (Mukaiillen Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021).

Koko	19 % suomalaisista	Kiinnostus	Ulkoilma-aktiviteetit (esim. golf, melonta, pyöräily), tapahtumat, oma ja sukulaisten mökki, kylpylät ostokset, ravintolat
Sukupuoli	Miehiä (64 %)	Kohteet	Rantakohteet ja saaristo, aktiviteetteja tarjoavat kohteet, kansallispuistot ja ulkoilualueet, hiihtokeskukset
Ikä	< 45-vuotiaita (63 %)	Matkojen määrä	Suurin kaikissa tyypeissä
Ammattiasema	Johtava asema (3 %), ylempi toimihenkilö (11 %), työntekijä (38 %)	Syyt matkustaa kotimaassa	Turvallisuus, halu tukea kotimaista yrittäjyyttä, helppous, vastuullisuus, ajansäästö
Tulot	>50000€ (47 %)	Miksi ei kotimaassa	Kallis hinta, halu matkustaa ulkomaille, tiedonsaanti kiinnostavista kohteista, ostamisen hankaluus
Asuinalue	Etelä-Suomi (Uusimaa)	Majoitus	Hotelli ja hostelli, omaa mökki, vuokramökki, tuttavien ja sukulaisten luona yöpyminen
Kotitalouden muoto	Aikuistalous (39 %), lapsiperhe lapsi 0–6 v (24 %)	Pakettimatka	Kiinnostuneita 21 %: puolihoito sisältäen aktiviteetteja, kuljetuksen ja majoitus, täysihoito
		Tiedonhaku	Google, matkailuyritysten kotisivut, varaussivustot, painetut matkaesitteet, nettikeskustelut, matkatoimisto
		Varaukset	Kohteen yrityssivut, internetin varaussivustot, kohteen aluesivut, paikan päältä palvelun tarjoajalta

Nautiskelijat

Nautiskelijat (taulukko 5) kattavat 20 % suomalaisista. 76 % on naisia. 21 % on 18–24-vuotiaita ja 49 % on 25–44-vuotiaita. Suurin ammattiasema on työntekijät ja opiskelijoita on 12 %. 48 % tulot ovat 20001–50000 €. Nautiskelijat asuvat Länsi-Suomessa. Kotitalouden muoto on yleensä lapsiperhe. He ovat kiinnostuneita kylpylöistä, hyvinvointipalveluista ja vuokramökeistä. Heitä kiinnostavia kohteita on kaupunki-, ranta- ja saaristokohteet, sekä risteilyt ja huvi- ja teemapuistot. Nautiskelijat matkustavat keskimääräisesti. 15 % on kiinnostunut kotimaan pakettimatkoista. Syitä kotimaanmatkailuun on turvallisuus, halu tukea yrittäjyyttä, helppous ja vastuullisuus. He majoittuvat tuttavien ja sukulaisten luona, hoteleissa ja hostelleissa sekä vuokramökeillä. Tiedonhakuun he käyttävät googlea, tuttavien ja sukulaisia, matkailu- ja varaussivustoja, matkailuyritysten kotisivuja sekä sosiaalista mediaa. Varaukset tapahtuvat yrityssivulla, varaussivulla tai paikan päällä. (Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021.)

Taulukko 5. Nautiskelijoiden muista erottavat ja keskeiset piirteet. (Mukaillen Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021).

Koko	20 % suomalaisista	Kiinnostus	Kylpylät, hyvinvointipalvelut, ostokset, ravintolat, huvi- ja teemapuistot, sukulaisten ja tuttavien luona vierailu, vuokramökkit
Sukupuoli	Naisia (76 %)	Kohteet	Kaupunkikohteet, rantakohteet ja saaristo, risteilyt, huvi- ja teemapuistot
Ikä	18–24-vuotiaita (21 %), 25–44-vuotiaita (49 %)	Matkojen määrä	Keskimääräinen, vapaa-ajan päivämatkoja enemmän
Ammattiasema	Työntekijä (45 %), opiskelija (12 %)	Syyt matkustaa kotimaassa	Turvallisuus, helppous, halua tukea kotimaista yrittäjyyttä ja vastuullisuus
Tulot	20 001–50 000 € (48 %)	Miksi ei kotimaassa	Rahanpuute, halu matkustaa ulkomaille ja kotimaanmatkan pitäminen liian kalliina.
Asuinalue	Länsi-Suomi	Majoitus	Tuttavien ja sukulaisten luona, hotellit ja hostellit, vuokramökkit
Kotitalouden muoto	Lapsiperhe lapsi 0–6 v. (24 %), lapsiperhe lapsi 7–17 v. (14 %)	Pakettimatka	Kiinnostuneita 15 %: puolihoito sisältäen aktiviteetteja, puolihoito, kaikki muut tyytit
		Tiedonhaku	Google, matkailusivustot ja varaussivustot, matkailuyritysten kotisivut, sukulaiset ja tuttavat, sosiaalinen media
		Varaukset	Kohteen yrityssivut, internetin varauspalvelut, paikan päältä palvelun tarjoajalta

Kulttuurista ja luonnosta nauttivat

Kulttuurista ja luonnosta nauttivat (taulukko 6) kattavat 24 % suomalaisista. Suurin osa on naisia. 47 % on 55-vuotiaita tai yli. 30 % on 25–44-vuotiaita. 13 % heistä on ylempi toimihenkilö ja 32 % eläkeläisiä. 48 % tulot ovat yli 50000 €. Kulttuurista ja luonnosta nauttivat asuvat Itä-Suomessa ja Oulu-Lapissa. Yleisimmät kotitalouden muodot ovat aikuistalous ja lapsiperhe. He ovat kiinnostuneet vaeltamisesta, kansallispuistoista, nähtävyyksistä ja kulttuurista. Kohteista heitä kiinnostaa eniten kansallispuistot ja ulkoilualueet. Matkojen määrä on keskimääräinen. Heidän syytensä kotimaanmatkailuun on kestävyteen ja vastuullisuuteen liittyvät tekijät. He yöpyvät tuttavien ja sukulaisten luona, hotelleissa ja hostelleissa sekä omalla mökillä. 6 % on kiinnostunut kotimaanpakettimatkoista. Tietoa he hakevat googlesta, matkailu- ja varaussivustoilta ja matkailu yritysten kotisivuilta. Varaukset he tekevät yritys- ja varaussivuilla. (Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021.)

Taulukko 6. Kulttuurista ja luonnosta nauttivien muista erottavat ja keskeiset piirteet. (Mukaillen Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021).

Koko	24 % suomalaisista	Kiinnostus	Vaeltaminen, kansallispuistot, nähtävyydet, kulttuuri, ravintolat, tapahtumat
Sukupuoli	Naisia (55 %)	Kohteet	Kansallispuistot ja ulkoilualueet, kaupunkikohteet, kylpylät
Ikä	≥ 55-vuotiaita (47 %), 25–44-vuotiaita (30 %)	Matkojen määrä	Keskimääräinen, vapaa-ajan matkoja majoituksella enemmän
Ammattiasema	Ylempi toimihenkilö (13 %), eläkeläinen (32 %)	Syyt matkustaa kotimaassa	Kaikki kestävyys- ja vastuullisuuteen liittyvät syyt
Tulot	>50000€ (48 %)	Miksi ei kotimaassa	Matkojen pitäminen liian kalliina, rahanpuute ja halua matkustaa ulkomaille mutta matkustavat kotimaassa joka tapauksessa
Asuinalue	Itä-Suomi, Oulu-Lappi	Majoitus	Tuttavien ja sukulaisten luona yöpyminen, hotellit ja hostellit, oma mökki
Kotitalouden muoto	Aikuistalous (39 %), lapsiperhe lapsi 0–6 v (24 %)	Pakettimatka	Kiinnostuneita 6 %: kuljetus ja majoitus, puolihoido
		Tiedonhaku	Google, matkailusivustot ja varaussivustot, matkailuyritysten kotisivut
		Varaukset	Kohteen yrityssivut, internetin varauspalvelut

3.4 Trendit

Matkailualalla nousee ajankohtaisia trendejä. Selvittämällä, mitkä trendit puhuttelevat entien tutkimukseen osallistuvia, voidaan päätellä mitkä trendit Saariselän kannattaa ottaa huomioon palveluiden kehittämisessä.

Honkasen, Satokankaan ja Sammalkankaan (2021) haastattelemien asiantuntijoiden mukaan suomalaisten keskuudessa on kysyntää ohjatuille luontomatkailutuotteille ja ohjelmapalveluille. Kotimaiset matkailijat haluavat kokea marjastusta, sienestystä, vaeltamista ja pyöräilyä. Vaikka suomalaiset ovat ulkomaalaisia omatoimisempia, he ovat valmiita maksamaan ohjatuista palveluista. Palveluita täytyy hioa sopimaan kotimaisille matkailijoille. Kotimaiset matkailijat käyttävät vuokravälineitä. Asiantuntijoiden haastatteluissa nousi esiin kuljetuspalveluiden mahdollisuus välineille. Kesän 2020 hittituote oli läskipyörä.

Workation (work, vacation) eli työn ja matkailun yhdistäminen on nouseva trendi. Sen on mahdollistanut työnteon tietokoneen välityksellä. Pandemia on ajanut ihmisiä entistä enemmän etätöihin, ja siitä on vuoden aikana muodostunut monille uusi normi. Hotellit tarjoavat huoneita päiväksi etätötoimistoksi ja alennuksia pitkäaikaisille asujille. Airbnb tarjoaa pitkäaikaismajoittujille tarjouksia. Yritykset ovat pistäneet pystyyn etätöyöpisteistä nettiyhteydellä varustettuna. Santa's Hotel Tunturi antaa vähintään kolme päivää viipyvälle etätöyömajoittujille -15 % tarjouksen. Etätöyöntekijät ovat suomalaisille matkailuyrityksille uusi kohderyhmä, ja he haluavat matkallaan yhdistää työn ja vapaa-ajan (Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021).

Staycation (stay, vacation) tarkoittaa kotikaupungissa tai lähialueilla lomailua, pidemmälle matkustamisen sijaan. Nelskylä (2018) esittelee Helsingin hotelleissa tapahtuvia staycation lomina, jossa tyypillisesti loma kestää yhden yön, ja asiakkaat ovat yleensä pariskuntia tai ystäväporukoita. Staycation ei kuitenkaan välttämättä tarkoita lyhyttä lomaa, vaikka se tapahtuu lähiympäristössä. Bonifas (2020) esittelee staycationin hitaan matkailun yhteydessä. Hidasmatkailu on trendi, jossa loma on tavallista pidempi, noin 2–4 viikkoa. Hidasmatkailu perustuu go slow -mentaliteettiin. Se on vastareaktio matkailulle, jonka tavoitteena on käydä mahdollisimman monessa paikassa nopeasti. Hidasmatkailussa korostuu autenttisuus, paikallisuus ja hetkestä nautiskelu. Pandemia on pysäyttänyt massa-matkailun ja matkanjärjestäjät vastaavat tarjoamalla hitaan matkailun periaatteen palveluita (Glusac 2020).

Hyvinvointimatkailun tavoitteena on rentoutuminen ja fyysisen sekä henkisen hyvinvoinnin edistäminen. Visit Finlandin Finrelax-ohjelman tavoitteena oli tehdä Suomesta hyvinvointimatkailun kärkimaa Pohjoismaissa. Finrelax-ohjelman tuotesuosituksia matkailuyrityksille ovat: saunaelämys, hoidot, luonnossa liikkuminen, hiljaisuus, hyvinvointimökki ja vesi hyvinvointielementtinä (Visit Finland). Saariselällä tarjotaan hyvinvointimatkailupalveluita kuten kylpylä, saunoja, joogaa ja erilaisia luontoon ja hyvinvointiin liittyviä retkiä ja reitittejä. Kotimaisia matkailijoita kiinnostaa sauna yhdistettynä erilaisiin hoitoihin ja tuotteisiin (Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas, 2021.)

Virtuaalimatkailu lisääntyi jonkin verran vuonna 2020, mutta on edelleen melko vähäistä. Visit Finlandin Lapin aluepäällikkö Liisa Kokkarisen mukaan virtuaalimatkoille on enemmän kysyntää kuin tarjontaa. (Massinen 2021.) Virtuaalimatkailun avulla asiakas pääsee kokemaan kohteen, vaikka omalta kotisohvalta älylaitteen välityksellä. Virtuaalimatka voi olla esimerkiksi opastettu retki, jossa vain opas on paikan päällä ja esittelee kohdetta vieraille ruudun takaa. Virtuaalimatkoja voidaan tehostaa VR ja AR tekniikoiden lisäksi moniaistillisuudella, kuten lähettämällä asiakkaille, ruokaa, juomaa tai vaikka tuoksuja. Catford (2020) uskoo että vuonna 2021 matkailualalla aletaan vihdoin kunnolla hyödyntämään VR (virtual reality) ja AR (augmented reality) tekniikoita.

Monessa vuoden 2021 matkustustrendeihin liittyvissä nettiartikkeleissa nousee ensimmäisenä esiin ekologisuus (Adventure student travel 2020; Bonifas 2020; Catford 2020). Ympäristöystävällisyys on ollut matkailutrendinä jo hetken aikaa ja sen merkityksen ennustetaan nousevan. Ekologisuus sisältyy kestäväan matkailuun. Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas (2021) mukaan kestävä matkailu nähdään myös tulevaisuuden trendinä. Bonifas puhuu artikkelissaan merkityksellisestä matkustamisesta, joka tukee paikallista

yhteisöä ja kulttuuria. Ideana on valita matkakohde tehdäkseen positiivista muutosta kohteelle. Kotimaanmatkailu on itsessään trendi ja siinä yhdistyy myös ekologisuus ja merkityksellisyys. Se tukee suomalaisia yrityksiä ja kohteita ja on lähtökohtaisesti ympäristöystävällisempää kuin ulkomaanmatkailu jo etäisyyksien takia. Kotimaanmatkailu on ollut tiedossa oleva trendi jo aikaa ennen pandemiaa, mutta koronan myötä sen merkitys on kasvanut huomattavasti rajojen sulkemisen ja ulkomaanmatkustamisen hankaloitumisen takia.

Seeker ennustaa Instagrammatkailun jatkavan kasvuaan vuonna 2021. Trendin takana on sosiaalisen median sivusto Instagram, jossa jaetaan kuvia. Suosituilla matkailuaiheilla Instagram tileillä voi olla jopa miljoonia seuraajia. Trendiin kuuluu, että paikan päällä kohteessa otetaan yleensä itsekin kuvia maisemista, jotka on nähnyt Instagramissa ja jaetaan niitä. Trendi on ollut hyvin näkyvillä jo Suomessa. Helsinki Marketing (2019) on julkaissut artikkelin, joka esittelee Helsingin 10 klassista Instagram-näkymää. Saariselälläkin on reagoitu trendiin. Joidenkin aktiviteettien oppaat toimivat valokuvaajina, jolloin asiakas voi keskittyä elämykseen, mutta saa silti hyvät kuvat muistoksi.

4 Matkailijoiden haastattelu Saariselällä

Työ on toteutettu tekemällä teemahaastatteluja asiakkaille Saariselällä Santa's Hotel Tunturissa hiihtolomalla helmikuussa 2021. Teemahaastattelu on kvalitatiivisen tutkimuksen metodi, jossa halutaan saada tutkittavien näkökulma esiin (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara). Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelu, joka noudattaa ennalta mietittyjä teemoja ja niihin liittyviä lisäkysymyksiä (Tuomi & Sarajärvi, 2018.) Puolistrukturoitu haastattelu tarkoittaa, että kysymykset ja jopa kysymysten muoto on kaikille haastateltaville sama. Yksityiskohtaisten kysymysten sijaan pääasia on edetä tiettyjen teemojen mukaan. (Hirsjärvi & Hurme, 2011.) Kvalitatiivisella tutkimuksella haetaan syvällistä näkemystä jostain ilmiöstä, toisin kuin kvantitatiivisella tutkimuksella, jolla pyritään yleistäviin tuloksiin (Kananen, 2017). Teemahaastatteluilla halutaan tuoda esiin asiakkaiden näkemys Saariselästä.

Teemahaastatteluiden kysymykset (liite 1.) on luotu työn pää- ja alatavoitteiden sekä toimeksiantajan toiveiden mukaan.

Toimeksiantajan toiveesta pyydettiin selvittämään asiakkailta

- ikä, matkaseura, matkan kesto ja miten tullut alueelle
- millainen mielikuva Saariselästä ennen lomaa
- mikä on saanut valitsemaa Saariselän kohteeksi
- onko Saariselkä vastannut odotuksia
- mitä palveluita on käyttänyt/haluaa käyttää
- mistä hakee tietoa
- mielikuva kesäkohteena
- mitä palveluja tarvitaan kesällä, jotta tulisi kesälomalle.

4.1 Haastattelun toteutus

Haastattelut suoritettiin Tunturi hotellin aamiaisen yhteydessä. Jokaisessa pöydässä oli infolappu haastattelusta (kuva 2), jossa kerrottiin mikä sen tarkoitus on, kesto (noin 10min) ja haastatteluun osallistuvien kesken arvottaisiin majoituslahjakortti. Lapussa mainittiin haastattelut tehtävän turvavälin ja maskien kanssa. Koronapandemia huomioon ottaen oli helpompaa lähestyä asiakkaita, kun he tiesivät jo etukäteen mistä haastattelussa oli kyse. Lähes jokainen lapun lukenut halusi osallistua ja haastatteluja tuli tavoiteltu

määrä 9 kpl. Haastateltavat olivat Suomalaisia Santa's Hotel Tunturin asiakkaita. Haastattelun toteutus paikan päällä mahdollisti Saariselän asiakkaiden näkökulman saamisen tutkimukseen.

Majoituslahjakortin arvonta

Osallistamalla lyhyeen (n. 10min) haastatteluun pääset mukaan majoituslahjakortin arvontaan ja Saariselän palveluiden kehittämiseen. Asiakkaiden mielipiteet ja kokemukset ovat ensisijaisen tärkeitä matkailupalveluiden kehittämisessä.

Löydät minut keskiviikkona 23.2., torstaina 24.2. ja perjantaina 25.2. aamiaisen aikaan aulasta klo 8.30-10.30. Tai laita viestiä numeroon [redacted] ja sovitaan aika 😊

Terveisin, Helinä Väinänen

Haastateltavia otetaan noin 10 kpl, joten mahdollisuudet voittaa arvonnassa ovat hyvät. Haastattelut tehdään nimettöminä opinnäytetyötä varten. Toteutan haastattelun turvavälin ja maskin kanssa.

Kuva 2. Infolappu haastateltaville.

Haastattelut on nauhoitettu ja nauhoitukset litteroitu. Litterointi tarkoittaa nauhoitusten kirjoittamista. Ajan säästämisen vuoksi haastatteluja ei ole litteroitu sanasta sanaan, vaan helpommin kirjoitettavaan muotoon, kuitenkin niin, ettei merkitys muutu. Litteroidut haastatteluvastaukset on siirretty Excelliin taulukkomuotoon, jotta niitä olisi helpompi analysoida (taulukko 7). Taulukkoa tarkkailemalla, huomaa haastateltavia yhdistävät ja erottavat piirteet helpoimmin. Taulukon lisäksi jokaisesta haastateltavasta on kirjoitettu kuvaus (liite 2), johon on kirjoitettu opinnäytetyön tavoitteisiin liittyvät asiat. Aineistoa on analysoitu siis teoriapohjaisesti hakemalla pää- ja alatavoitteisiin vastauksia.

Taulukko 7. Excelliin taulukoidut haastattelut.

	matkaseura ja ikä	Ioman kesto	saapuminen Saariselälle	syy Saariselälle tuloon
haastattelu 1 nainen 36	perhe (mies 42, pojat 10 ja 6)	5 päivää	omalla autolla	korona. Vähemmän väkeä. Ystäväperhe.
haastattelu 2 nainen 57	tytär 16	5 päivää	lentokoneella	Halusivat Lappiin ja muut kohteet on käyty. Sukulaiset.
haastattelu 3 mies n. 40	yksin	3 päivää	autolla	Pyöräreitit ja maisemat
haastattelu 4 nainen 50	mies 50	7 päivää	omalla autolla	Lapin rauha, mitä muualla ei ole.
haastattelu 5 mies 25	tyttöystävä 30	6 päivää	omalla autolla	Maisemat
haastattelu 6 mies ja nainen 41-49	perhe lapset 13 ja 16	7 päivää	omalla autolla	Kaverit. Korona. Vähemmän väkeä. Rauha.
haastattelu 7 nainen 45-49	tytär 9	7 päivää	lentokoneella ja taksilla	Poikkeusolot. Vähemmän väkeä. Ei tarvitse jonottaa.
haastattelu 8 nainen 45-49	perhe mies 45-49 ja poika 7	4 päivää	lentokoneella ja bussilla	Poikkeusolot. Ystävät.
haastattelu 9 mies n. 50	nainen n. 30 lapsi 3	2 päivää	lentokoneella ja bussilla	Aito Lappi. Tilaa.

4.2 Tulokset

Poikkeusolot olivat syynä suurimmalla osalla haastateltavista Saariselälle tuloon. He kertoivat Saariselällä olevan vähemmän ihmisiä kuin muissa kohteissa. He kokivat Saariselälle matkustamisen turvalliseksi koronan aiheuttamissa poikkeusoloissa. Vain yksi haastateltavista sanoi, ettei pandemia vaikuta matkakohteen valintaan millään tavalla.

Poikkeusolot eivät olleet ainoa syy Saariselälle matkustamiseen. Haastateltavat arvostivat Saariselän rauhallisuutta ja autenttisuutta. Osa haastateltavista vertasi muita Lapin kohteita Saariselkään ja pitivät niitä nuoremmille sopivina ”bilekohteina”. Kun taas Saariselkä sopii ikääntyneimmille, jotka eivät jaksa juhlintaa.

Kaikki vastaajat ovat lomallaan käyneet laskettelemassa tai pulkkamäessä. Muita talviaktiviteetteja ovat hiihto, murtomaahiihto, moottorikelkkailu, huskysafari, lumikenkäily, jääkarting ja hiihtokoulu. Muita aktiviteetteja on kävely, hieronta, kauneushoito, uinti, maisemien katselu ja ratsastusretki.

Asiakkaat ovat tyytyväisiä Saariselän palveluiden hintalaatusuhteeseen. Jokainen haastateltava sanoi toistaiseksi löytäneensä hyvin budjetilleen sopivia palveluita Saariselältä. Esiin nousee erityisesti hotelli- ja ravintolapalvelut. Kaksi haastateltavaa kehuu saaneensa hyvää palvelua.

Saariselällä haastatelluista osa vastaa Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas (2021) tekemistä matkailijatyypeistä aktiivilomailijaa kiinnostuksen kohteiden perusteella. Yksi haastateltava toteaaakin olevansa aktiivilomailija. Toinen haastateltava matkustaa Saariselälle usein hyvien pyöräreittien takia. Kiinnostuksen kohteiden perusteella osa haastateltavista muistuttaa kulttuurista ja luonnosta nauttivia.

Mielikuvat Saariselästä kesäkohteena liittyvät luontoon, vaellukseen ja pyöräilyyn. Osa haastateltavista on käynyt kesällä Saariselälle. He ovat liikkuneet luonnossa. Kävellessä tai pyöräillen.

Ympäristöystävällisyys vaikuttaa kesälomakohteen valintaan. Osa haastateltavista sanoi ottavansa ympäristöystävällisyyden huomioon matkakohdetta valitessa, mutta se ei ollut kriteeri kenelläkään. Esille nousi Saariselän ulkoilumaastoissa huomioitu roskapisteet ja alueen autenttisuus.

Kaksi haastateltavaa nosti esiin pitkän ajomatkan Saariselälle. He totesivat sen olevan liian pitkä ja siksi eivät tulisi kesälomalle Saariselälle. He pitivät lentolippuja liian kalliina

koko perheelle ja pitivät esteenä myös sitä, ettei Saariselälle pääse junalla. Toisaalta yksi haastateltavista, joka oli tullut Saariselälle hiihtolomalla poikkeusolojen takia, oli sitä mieltä, että Saariselkä oli hyvä vaihtoehto ulkomaille juuri siksi että sinne on pitkä matka. Heistä lomalle piti päästä tarpeeksi kauas kotoa.

Saariselälle kaivataan lapsiperheille aktiviteetteja. Joillakin haastateltavilla kesälomakohteen valintaan vaikutti lapsille sopivat aktiviteetit ja heidän kanssansa matkustamisen helppous. Yksi haastateltava toivoi Saariselällä olevan keskustan alueella uimaranta lapsille.

Parhaiksi asioiksi Saariselällä mainittiin Urho Kekkosen kansallispuisto, hiihtoreitit ja maisemat, lähellä olevat palvelut, ravintolat ja sen että Saariselkä on pieni kylä, palveluiden sujuvuus ja hyvä aamiainen ja hotellihuone.

Tiedonhakuun lähes kaikki haastateltavat käyttivät nettiä ja lisäksi kaksi mainitsi hakevansa tietoa kavereilta ja esitteistä.

Yksi haastateltavista oli tullut Saariselälle pakettimatalle. He kokivat pakettimatkan hinnan järkeväksi.

5 Pohdinta

Teemahaastattelujen tulokset vahvistavat näkemystä siitä, että pandemia aika on korostanut kotimaisten matkailijoiden merkitystä, sillä suurin osa vastaajista oli Saariselällä poikkeusolojen takia. Poikkeusoloilla tarkoitetaan pandemian aiheuttamia matkustusrajoituksia ja turvallisuustekijöitä. Haastateltavat, jotka olisivat normaalioloissa matkustaneet hiihtolomalla ulkomaille, olivat tyytyväisiä lomaansa Saariselällä ja sanoivat sen olleen hyvä päätös.

Saariselällä on ihanteelliset puitteet luontomatkailulle. Palveluiden ääreltä pääsee suoraan luontoon, jossa turvavälien pitäminen ei ole ongelma.

Teemahaastattelu sai huonosti vastauksia mitä tarvitaan, jotta tulisit Saariselälle kesällä tai mitä haluaisit täällä olevan. Vastaukset liittyivät vain aktiviteetteihin. Osa haastateltavista vastasi olevansa tyytyväinen Saariselkään sellaisenaan tai että ei tulisi kesällä. Näihin kysymyksiin olisi voinut tehdä valmiita lisäkysymyksiä tai vaihtoehtoisia kysymyksiä, jotta olisi saanut enemmän irti.

Lähes kaikki haastateltavat olivat tyytyväisiä Saariselän palveluiden hintalaatusuhteeseen. Myös he, jotka olisivat normaalitilanteessa lähteneet ulkomaille hiihtolomalle. Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas (2021) tutkimuksessa kaikkia kotimaisia matkailijatyyppejä yhdisti Suomessa matkailun pitäminen kalliina. Sen vuoksi heidän kehitysehdotuksensa kotimaisille matkailuyrityksille, oli muuttaa kuluttajien mielikuvaa hinnoista nostamalla palvelun arvoa muilla keinoilla kuin nostamalla hintaa. Santa's Hotelli Tunturi näyttäisi haastattelun perusteella onnistuneen luomaan tarpeeksi arvoa palvelulle, sillä kaikki haastateltuun osallistuneet asiakkaat olivat tyytyväisiä hintalaatusuhteeseen.

5.1 Johtopäätökset

Työn päätavoitteena oli selvittää, **miten Saariselälle saadaan lisää kesämatkailijoita.** Tavoitteeseen on pyritty vastaamaan saamalla haastatteluilla Saariselän asiakkaiden näkökulma, selvittämällä nykyisiä ja ennustettuja matkailutrendejä ja hyödyntämällä Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas (2021) tutkimuksesta saatua tietoa kotimaan matkailijatyypeistä.

Työn yhtenä alatavoitteena oli selvittää **mitä aktiviteetteja ja palveluita asiakkaat toivoisivat lomaltaan.** Pyöräily, melonta, veneily, vaellus ja koskenlasku olivat haastateltavia kiinnostavia kesäaktiviteetteja.

Mille asiakasryhmille jo olemassa olevia sekä toivottuja palveluita kannattaa markkinoita. Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas (2021) tekemät matkailijatyyppit koskevat kaikkia suomalaisia. Niiden perusteella on siis hyvä päätellä mitkä matkailijatyyppit soveltuvat Saariselälle. Saariselkä palveluineen on selkeästi hyvä kohde aktiivilomailijalle sekä kulttuurista ja luonnosta nauttivalle. Heidän kiinnostuksensa kohteisiin kuuluu luontokohdet ja kansallispuistot sekä luontoon liittyvät aktiviteetit.

Viimeinen alataavoite oli, **millaisia mielikuvia saariselästä on.** Haastattelujen perusteella mielikuvat Saariselästä liittyvät luonnossa liikkumiseen, kauniisiin maisemiin ja alueen rauhallisuuteen. Esiin nousi myös alueen maine hyvistä murtomaahiihtoladuista. Saariselkä kesäkohteena herätti luontoaktiviteetteihin, kuten vaellukseen ja pyöräilyyn liittyviä mielikuvia.

5.2 Kehitysehdotukset

Hyvinvointimatkailupalveluiden kehitys aktiivilomailijoille ja nautiskelijoille

Saariselkä voisi hyötyä kotimaisille matkailijoille suunnatuista hyvinvointimatkailutuotteista. Vaikka Finrelaxin (saunaelämys, hoidot, luonnossa liikkuminen, hiljaisuus, hyvinvointimökki ja vesi hyvinvointielementtinä) tuotesuosituksien on tehty kansainvälisen matkailun näkökulmasta, niitä voi käyttää inspiraationa, koska myös kotimaiset matkailijat ovat kiinnostuneita hyvinvointimatkailusta.

Kotimaisille matkailijoille kehitetyt ohjatut luontoaktiviteetit

Saariselkä on selkeästi luontomatkailukohde ja voisi saada laajennettua asiakaskuntaansa tarjoamalla luontoelämyksiä niille, jotka eivät ole kokeneita luonnossa liikkujia. Kohderyhmä voisi olla aktiivilomailijat ja kulttuurista ja luonnosta nauttivat. Selatessa Saariselän kesän aktiviteetti tarjontaa, löytyy jonkin verran ohjattuja retkiä liittyen marjastukseen, sienestykseen, kalastukseen, vaellukseen, keskiyönaurinkoon ja retkeilyyn. Nämä ovat kuitenkin hankalasti löydettävissä ja tietoa on vähän. Suomalaisille suunnattuja, helposti löydettäviä luontoelämystuotteita ei tarjota tai niitä ei ole helppo löytää.

Kotimaisia lapsiperheitä houkutteleva matkailukohde

Haastateltavista osa matkustaa lapsien kanssa. He kertovat kesälomakohteen valintaan vaikuttavan lapsiystävälliset aktiviteetit. Saariselän kesäkausi voisi hyötyä lapsiperheitä houkuttelevasta käyntikohteesta kuten ulkoliikuntapuistosta. Saariselällä on talvella lapsiperheitä houkutteleva käyntikohde maailman pisin pulkkamäki, mutta kesällä ei ole vastaavaa. Lapsiperheitä voisi houkutella esimerkiksi tunturilta alas laskeva vaijeriliuku.

Pakettimatkat

Yksi haastateltavista oli tullut Saariselälle hiihtolomalla pakettimatkalle. Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas (2021) tutkimus osoittaa kotimaisten matkailijoiden olevan kiinnostuneita pakettimatkoista. Kesämatkailijoiden houkutteluun voisi auttaa pakettimatkojen tarjoaminen, jotka ovat helposti räätälöitävissä asiakkaan toiveiden mukaan.

Ekologinen matkakohde

Inari-Saariselän nettisivuilla on hienosti selitetty matkakohteiden kestävydestä. Matkailuyrityksien sivuilla ei ole kuitenkaan juurikaan näkyvästi hyödynnetty kestävän matkailun trendiä. Saariselkä voisi houkutella kesälomailijoita ekologisella lomakohteella. Kulttuurista ja luonnosta nauttivat, aktiivilomailijat ja nautiskelijat pitävät kestävyteen ja vastuullisuuteen liittyviä tekijöitä syinä matkustaa kotimaassa. Esimerkiksi Nolla-mökkien tapainen majoittumisvaihtoehto tarjoaisi päästövapaan elämyksen keskellä erämaata ja tunturimaisemaa. ”Nolla on ainutlaatuinen luontomatkailemiskokemus yhdistettynä ekologiseen ja vastuulliseen tapaan majoittua herkissä kohteissa, joissa aiemmin lähinnä telttailu on ollut mahdollista” (Nolla Company).

5.3 Luotettavuuden ja oman oppimisen arviointi

Kun tarkastellaan tutkimuksen luotettavuutta, tarkastellaan sen validiutta ja reliäabeliutta. Reliäabelius arvioi onko tutkimus toistettavissa; onko ilmiötä tutkittu luotettavilla mittareilla. Validius taas arvioi mitataanko tutkimuksessa juuri sitä ilmiötä mitä oli tarkoitus. (Puusa, Juuti ja Aaltio, 2020).

Työn luotettavuudesta kertoo läpinäkyvä tutkimusprosessi. Siitä syystä työssä on kuvattu tutkimuksen toteutus. Tutkimus ei pyri yleistettävään tuloksiin. Haastatteluun osallistujia oli pieni määrä, mutta he olivat kaikki Saariselän matkailijoita, joiden näkökulma haluttiin tuoda esiin työssä. Haastattelujen pienen määrän takia haastattelun tuloksia oli hyvä verrata trendeihin sekä Honkanen, Satokangas ja Sammalkangas (2021) tekemiin kotimaisiin

matkailijatyyppeihin, jotta voidaan varmistaa, etteivät ne ole sattumanvaraisia. Tästä syystä tutkimuksen reliabelius on hyvä. Työn validiuden varmistamiseksi pää- ja alavoitteet on pidetty työn jokaisessa osassa mukana. Näin on varmistettu, ettei tutkimus lähde sivuamaan aiheesta.

Työn tekeminen on ollut opettavainen kokemus. Sen aikana olen oppinut johdonmukaisen suunnittelun ja aikataulujen tärkeyden. Lisäksi opinnäytetyöprosessin aikana olen ymmärtänyt omasta oppimisestani ja työskentelystäni.

Lähteet

Adventure Student Travel. 2020. 11 Most important travel trends for 2021. Luettavissa: <https://www.adventurestudenttravel.com/11-most-important-travel-trends-for-2021/>. Luettu: 11.2.2021.

Anholt, S. 2009. Handbook on tourism destination branding. World tourism organization and European travel commission.

Arctic Sky 2019. Arctic retreats. Luettavissa: <https://arcticskylapland.com/arctic-sky-retreats>. Luettu: 23.9.2020.

Arctic Star Hotel. Arctic Star Hotel Saariselkä. Luettavissa: <https://stararctichotel.com/fi/>. Luettu: 10.9.2020

Aurinkomatkat. Saariselkä. Luettavissa: <https://www.aurinkomatkat.fi/suomi/saariselka>. Luettu: 26.4.2021.

Bonifas, A. 2020. The top travel trend we're predicting for 2021. Siw-Two. Luettavissa: <https://www.contiki.com/six-two/top-travel-trends-2021/>. Luettu: 11.2.2021

Cai, L., Gartner, W. & Munar, A. 2019. Tourism Branding: Communities in Action. Ensimmäinen painos. Emerald Group Publishing Limited. Iso-Britannia.

Catford, M. 2020. The top travel trends and destinations for 2021. Seeker. Luettavissa: <https://seeker.io/2021-travel-trends/>. Luettu: 11.2.2021.

Finnair 2021. Lennot Ivalo. Luettavissa: <https://www.finnair.com/fi-fi/kohteet/eurooppa/suomi/ivalo>. Luettu: 11.1.2021.

Google. 2021. Karttapalvelu. Inari. Luettavissa: <https://www.google.com/maps/place/Inari/@69.0487289,24.8779998,7z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x45cc5552e3532837:0x549bee72b2bc123e!8m2!3d68.9062206!4d27.0277658>. Luettu: 14.4.2021.

Glusac, E. 2020. The slow travel trend is here to stay. Conde nast traveler. Luettavissa: <https://www.cntraveler.com/story/slow-travel-trend>. Luettu: 15.2.2021

Heli Nissinen 2020. Korona-aika on ravistellut suomalaisten arvoja: kestävästä elämäntavoista toivotaan pysyviä. Sitra 2020. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/uutiset/korona-aika-on-ravistellut-suomalaisten-arvoja-kestavista-elamantavoista-toivotaan-pysyvia/>. Luettu: 5.1.2021.

Helsinki Marketing 2019. Helsingin klassikot: 10 Instagram näkymää. Luettavissa: <https://www.myhelsinki.fi/fi/n%C3%A4e-ja-koe/n%C3%A4ht%C3%A4vyydet/helsingin-klassikot-10-instagram-n%C3%A4kym%C3%A4%C3%A4>. Luettu: 14.2.2021

Hertz 2020. Luettavissa: <https://www.hertz.fi/rentacar/reservation/#itinerary>. Luettu: 12.1.2021

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2015. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus. Helsinki. Luettavissa: <https://www.ellibslibrary.com/book/9789524958868>. Luettu: 11.2.2021.

Hirjärvi, S & Hurme H. 2011. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus Helsinki University Press.

Holiday Club. Holiday Club Saariselkä. Luettavissa: <https://www.holidayclubresorts.com/fi/kohteet/saariselka/>- Luettu 10.9.2020

Honkanen, A., Sammalkangas, J. & Satokangas, P. 2021. Kotimaanmatkailun nykytila ja potentiaali – selvitys kohderyhmistä ja kehittämistoimista. Työ- ja elinkeinoministeriö. Luettavissa: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162882/TEM_2021_14.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Luettu: 29.3.2021.

House of Lapland. Luettavissa: <https://www.lapland.fi/fi/houseoflapland/>. Luettu: 2.11.2020

House of Lapland. Lapland Above Ordinary. Brändiopas. Luettavissa: https://www.lapinliitto.fi/wp-content/uploads/2020/11/Lapland_Brandikasikirja_FIN.pdf. Luettu: 24.3.2021.

Inarin kunta. Inari-info. Luettavissa: <https://www.inari.fi/fi/inari-info.html>. Luettu: 3.9.2020.

Inari-Saariselkä. Luettavissa: <https://www.inarisaariselka.fi/fi/>. Luettu: 21.1.2021

Javri. Luettavissa: <https://www.javri.fi/>. Luettu: 8.2.2021.

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Luettavissa: <https://login.ezproxy.haaga-helia.fi/login?url=https://www.booky.fi/lainaa/1168>. Luettu: 15.5.2021

Kotler, P., Baloglu, S., Bowen, J. & Makens J. 2016. Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson. Luettavissa: <https://login.ezproxy.haaga-helia.fi/login?url=https://www.vlebooks.com/vleweb/product/openreader?id=Haaga&ac-cld=9147905&isbn=9781292156163&uid=^u%C2%A0>. Luettu: 27.1.2021.

Laanilan Kievari. Luettavissa: <https://laanilankievari.fi/>. Luettu: 14.5.2021.

Lapland Hotels. Lapland Hotels Riekonlinna. Luettavissa: <https://www.laplandhotels.com/FI/lapin-hotellit/saariselka/lapland-hotels-riekonlinna.html>. Luettu 6.9.2020

Lapland Safaris Ltd 2019. Aktiviteetit. Luettavissa: <https://www.laplandsafaris.com/fi/?season=1868&location=1876&activityCategory=all#searchElement>. Luettu: 18.9.2020

Matkahuolto. Luettavissa: <https://www.matkahuolto.fi/>. Luettu. 11.1.2021.

Massinen, T. 2021. Matkailu: Virtuaalimatkojen buumia ei tullutkaan – ”Suomella olisi kaikki mahdollisuudet olla luontoon perustuvan virtuaalimatkailun kärkimaa, mutta projektit ovat vähäisiä”. Helsingin Uutiset. Vantaa. Luettavissa: <https://www.helsinginuutiset.fi/teemat/3187259>. Luettu: 15.2.2021

Metsähallitus 2020. Saariselän alue. Luettavissa: <https://www.luontoon.fi/saariselka>. Luettu: 3.9.2020

Morrison, A. 2013. Marketing and Managing Tourism destinations. Ensimmäinen painos. Routledge. New York.

Nelskylä, L. 2018. Helsingiläiset löysivät oman kaupunkinsa hotellipalvelut – ”Staycation on eräänlainen illuusio ulkomaanmatkasta”. Yle. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10111513>. Luettu: 15.2.2021

Nolla Company 2020. Nolla. Luettavissa: <https://nollacabins.com/>. Luettu: 9.5.2021.

Northern Lights Village. Northern Lights Village Saariselkä. Luettavissa: <https://saariselka.northernlightsvillage.com/>. Luettavissa.

Puusa, A., Juuti, P. & Aaltio, I. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Gaudeamus.

Saariselkä bowling 2020. Luettavissa: <https://saariselkabowling.fi/>. Luettu: 24.9.2020

Saariselkä Inn. Luettavissa: <https://www.saariselkainn.fi/fi/>. Luettu: 11.9.2020

Saariselän keskusvaraamo. Saariselkä. Luettavissa: <https://saariselka.com/tietoa-alueesta/saariselka/>. Luettu: 5.9.2020.

Santa's Hotels 2020. Santa's Hotel Tunturi. Luettavissa: <https://santashotels.fi/hotellit/hotellit-tunturi-saariselka/>. Luettu: 6.9.2020

Swarbrooke, J. & Horner, S. 2007. Consumer Behaviour in Tourism. Toinen painos. Taylor & Francis Group.

Tripadvisor 2021. Saariselän ravintolat. Luettavissa: https://www.tripadvisor.fi/Restaurants-g667560-Saariselka_Lapland.html. Luettu: 18.3.2021.

Visit Finland 2020. Tilastopalvelu Rudolf. Luettavissa: <http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland>. Luettu 6.9.2020

Visit Finland 2020. Tuotesuositukset Finrelax. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/tuotesuositukset_finrelax_2015.pdf. Luettu: 16.2.2021

Vuoristo, K. 1998. Matkailun muodot. WSOY. Porvoo.

Wilderness Hotels Lapland. Muotka Wilderness Hotel. Luettavissa: <https://nellim.fi/muotka/fi/>. Luettu 15.9.2020

Liitteet

Liite 1. Haastattelurunko

Perustiedot:

- kenen kanssa matkustat? (montako teitä on ja minkä ikäisiä)
- kauanko lomaillet saariselällä?
- miten olet saapunut Saariselälle?

Lämmittelykysymykset ja mielikuvia:

- miksi valitsit Saariselän kohteeksi?
- miksi valitsit Saariselän muiden kohteiden sijaan?
- oletko lomailnut Saariselällä aiemmin? (kerran aiemmin vai useita kertoja)

Kyllä:

- mikä sai sinut palaamaan Saariselälle?

Ei:

- Millainen mielikuva sinulla oli Saariselästä ennen lomaa? (millaisen odotit kohteen olevan)

- onko Saariselkä vastannut odotuksia?

- mitä olet tehnyt Saariselällä? (mitä palveluita käyttänyt/aktiviteetteja)
- mitä haluat vielä tehdä?
- Mistä sait tiedon palveluista mitä käytit tai haluat käyttää?
- mikä on ollut parasta Saariselällä? (aktiviteetit, tunnelma, ruoka, kulttuuri)

Kesämatkailu:

- Oletko lomailnut Saariselällä kesällä?

Kyllä:

- kenen seurassa matkustit?
- kauanko loma kesti?
- miksi valitsit Saariselän kesälomakohteeksi?
- mitä teit? (mitä palveluita käytit, mitä aktiviteetteja harrastit, oliko ohjattua toimintaa, välinevuokraa)
- mihin olit tyytyväinen Saariselällä kesällä? (käyttämät palvelut /mikä oli hyvää, mikä huonoa)
- miten kehittäisit (mihin et ollut tyytyväinen)?
- mitä toivoisit Saariselällä olevan kesällä (jotta tulisit uudestaan kesällä)? (palveluita, tapahtumia/mitä haluat kesälomakohteelta)

Ei:

- millainen mielikuva sinulla on Saariselästä kesälomakohteena? (mitä ajattelit, että täällä voi tehdä kesällä)
- mitä tarvitaan, että tulisit kesälomalla Saariselälle? (palvelut/tapahtumat/mitä haluat kesälomakohteelta)

-minkälaiset asiat (arvot) vaikuttavat valintaan, kun päätät kesälomakohtetta? (mikä on kesäloman tarkoitus)

-otatko huomioon ympäristöystävällisyyden, kun valitset kohdetta? miten?

-vaikuttaako turvallisuus kohteen valintaan? esim korona aikana kontaktittomat palvelut

Hintataso:

-oletko löytänyt sinun budjetillesi sopivia palveluita? jos et niin kerrotko tarkemmin minkälaisia palveluita kaipaisit/mihin palveluihin olet erityisen tyytyväinen

-oletko kokenut palveluiden hinta-laatu-suhteen hyväksi? miksi/miksi ei?

Palautetta:

-onko vielä jotakin mitä haluaisit lisätä, lähettää terveisiä, kehitysehdotuksia?

Liite 2. Haastateltavien kuvaus**Haastattelu 1**

Matkaseurueeseen kuuluu vanhemmat 36 ja 42-vuotiaat sekä lapset 10 ja 6-vuotiaat. He ovat saapuneet Saariselälle 5 vuorokaudeksi omalla autolla. Paikka on heille tuttu, sillä he käyvät agility-kisoissa siellä kesäisin. Hiihtoloman kohteeksi Saariselkä valikoitui poikkeusolojen ja siellä asuvan ystäväperheen takia. He arvostavat alueen rauhallisuutta ja väen vähyyttä varsinkin koronan takia. Vierailuillaan kesäisin Saariselällä perhe liikkuu luonnossa. Lapset käyvät Angry Birds puistossa (suljettu nykyään) ja paikallisen päiväkodin leikkipuistossa. He liikkuvat alueella kävellen ja pitävät kesälomakohtetta valittaessa tärkeänä, että palvelut ovat lähellä. Toinen kriteeri kohteen valinnalle on, että sieltä löytyy lapsille tekemistä. He ovat löytäneet budjetilleen sopivia palveluita ja ovat erityisen tyytyväisiä hotellin hintalaatusuhteeseen. He toivoisivat Saariselän keskustan lähellä olevan uimaranta lapsille.

Haastattelu 2

Seurueeseen kuuluu äiti (57) ja tytär (16). He ovat matkustaneet useassa Lapin kohteessa ja ovat ensikertaa Saariselällä. He ovat kohteessa 5 vuorokautta. Hiihtolomakohteeksi Saariselkä valikoitui, koska he halusivat Lappiin ja sukulaisia oli myös hiihtolomailemassa alueella. Heidän mielikuvansa Saariselästä ennen lomaa oli, että siellä on enemmän erämaata ja vähemmän rakennettua aluetta ja turismia. He eivät ole olleet kesällä Saariselällä. Haastateltava on saanut suosituksia työkavereilta, jotka ovat käyneet Saariselällä kesällä. Mielikuvaan Saariselän kesästä liittyy luonnossa liikkuminen. He eivät ole kesällä matkustaneet Saariselälle pitkän välimatkan takia. Haastateltava kertoo lentojen olevan kalliita ja Saariselälle ei pääse junalla. Kesälomalla he matkustavat koko nelihenki- sen perheen kanssa ja mukana on koira, mistä syystä lentäminen on myös hankalaa. He ovat tähän mennessä löytäneet Saariselältä budjetilleen sopivia palveluita ja ajattelevat hintatason olevan sama kuin muissa Lapin kohteissa.

Haastattelu 3

Haastateltava on noin 40-vuotias mies omalla autolla Saariselälle saapunut työmatkalle 2 vuorokaudeksi. Hän lomailee Saariselällä vähintään kerran vuodessa vapaa-ajalla hyvien pyöräreittien ja kauniiden maisemien takia. Hän sanoo pyöräreittien oleva paremmat ja monipuolisemmat kuin muualla. Hän pitää myös Saariselän ravintolatarjonnasta. Hän sanoo Saariselän olevan pieni, viihtyisä kylä, jossa kaikki tarpeellinen on lähellä. Hänellä on oma pyörä, joten ei tarvitse vuokrapalveluita. Hän on tyytyväinen ravintoloiden ja majoituksen hintalaatusuhteeseen.

Haastattelu 4

50-vuotias pariskunta on saapunut Saariselälle viikoksi omalla autolla kohteen rauhallisuuden vuoksi. Tämä on heidän kolmas kertansa Saariselällä. He sanovat, ettei muualla ole samaa Lapin rauhaa. He arvelevat, että jos olisivat matkustaneet aikuisten lastensa kanssa, nämä olisivat halunneet valita kohteeksi Levin tai Rukan. "Biletyspaikan". He ovat tehneet monipuolisesti talviaktiviteetteja lomallaan. Parasta Saariselällä on Kiilopään ja Urho Kekkosen kansallispuiston maisemat. Heidän mielikuvansa Saariselän kesästä liittyy hienoihin vaellusmaisemiin. He harrastavat purjehdusta ja ovat kiinnostuneet veneilystä ja koskenlaskusta, jos lomailisivat kesällä Saariselällä. He ovat erityisen tyytyväisiä majoituksen ja ravintoloiden hintalaatusuhteeseen. He pitävät Lappilaisesta ruuasta, kuten porosta, hirvestä, muikusta ja raudusta ja pitävät sitä hieman eksoottisena.

Haastattelu 5

Pariskunta 25 ja 30-vuotiaat ovat saapuneet Saariselälle, koska ihastuivat sen maisemiin ohiajomatkalla viime kesänä. He ovat saapuneet omalla autolla 6 vuorokaudeksi. Saariselällä he arvostavat rauhallisuutta verrattuna muihin matkailukeskuksiin. Heitä kiinnostaisi kesällä Saariselällä vaellus ja maastopyöräily. Kesälomakohde valikoituu ulkoilu- maastojen ja maisemien perusteella. He pitävät Saariselän hintalaatusuhdetta todella hyvänä ja kehuvat saaneensa erinomaista asiakaspalvelua.

Haastattelu 6

Perhe, jonka vanhemmat 40–50-vuotiaita ja lapset 13 ja 16 ovat saapuneet Saariselälle viikoksi omalla autolla. He ovat lomailleet Saariselällä jo 17 vuoden ajan. Heillä on ystäviä alueella. Hiihtolomakohteeksi Saariselkä valikoitui kuitenkin poikkeusolojen takia. He arvostavat Saariselän rauhallisuutta poikkeusoloistakin huolimatta. Kohde on heille tuttu ja turvallinen. Perhe oli Saariselällä myös edelliskesänä kaksi viikkoa. Normaalisti he olisivat olleet ulkomailla. Siksi Saariselkä oli hyvä kohde, koska he halusivat matkustaa kauas kotoa tunteakseen olevansa lomalla. He tekivät päiväreissun Norjaan, ulkoilivat tuntureiden reiteillä ja vuokrasivat pyörät. He olivat tyytyväisiä ravintolapalveluihin, mutta toivoivat enemmän lounasvaihtoehtoja. He olivat myös tyytyväisiä vuokraamiinsa varusteisiin ja kivat Saariselän hintalaatusuhteen hyväksi.

Haastattelu 7

Äiti (n.50) ja tytär (9) ovat saapuneet Saariselälle viikoksi lentokoneella ja taksilla. Saariselkä valikoitui kohteeksi poikkeusolojen takia, mutta on vastannut odotuksia hienona hiihtolomakohteena. He ovat käyneet ahkerasti ohjatuissa sekä omatoimisissa talviaktiviteeteissa sekä käyttäneet kauneushoitopalveluita. Jos he tulisivat kesällä, heitä kiinnostaisi enemmän luonnossa liikkuminen. Haastateltava kertoo, että talvella he käyttävät enemmän rahaa palveluihin. Kesällä heitä kiinnostaisi vaellus, pyöräily ja melominen. Poikkeusoloista johtuva suomimatkailu on ollut heille positiivinen kokemus. He ovat saaneet hyvää ja ystävällistä palvelua ja ovat tyytyväisiä hintalaatusuhteeseen.

Haastattelu 8

Perhe (vanhemmat alle 50-vuotiaat ja lapsi 7-vuotias) ovat saapuneet äkkilähdöllä pakettimatkalle Saariselälle lentokoneella ja bussilla. Pakettimatkan kesto on 4 päivää. Pakettimatkan hinta tuntui heistä järkevältä. Saariselälle he ovat tulleet poikkeusolojen takia ja ystäväperheen takia. Mielikuva Saariselästä kesäkohteena liittyy vaellukseen ja hyviin

maastopyöräilyreitteihin. Kesällä he kuitenkin eivät tulisi Saariselälle hyttysten takia. He ovat aktiivilomailijoita ja kesälomakohteen valintaan vaikuttaa ulkoilu- ja liikuntamahdollisuudet sekä lapsen kanssa matkustamisen helppous. He ovat tyytyväisiä hotellin illalliseen ja aamupalaan.

Haastattelu 9

Perhe (isä 50, äiti 30 ja lapsi 3) ovat saapuneet Saariselälle yhdeksi yöksi lentokoneella ja bussilla. Saariselkä valikoitui, koska se on aitoa Lappia ja siellä on tilaa. He ovat olleet tyytyväisiä hotellin aamupalaan. Mielikuva kesäkohteesta liittyy hyviin retkeily- ja pyöräilymaastoihin. Heillä on oma mökki, joten eivät paljoa matkusta kesällä. Arvelevat kuitenkin matkustavansa Saariselälle yhä useammin myös kesällä. Kesälomakohteen valintaan vaikuttaa aktiviteetit ja ravintolapalvelut.