

SAVONIA

ammattikorkeakoulu

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

SF-CARAVAN YLÄ-SAVO RY:N JÄSENTUTKIMUS 2022

TEKIJÄT Emilia Holopainen
Heini Kainulainen

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja ravitsemisalalan tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä(t) Emilia Holopainen ja Heini Kainulainen	
Työn nimi SF-Caravan Ylä-Savo ry:n jäsentutkimus 2022	
Päiväys 12.10.2022	Sivumäärä/Liitteet 32/12
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) SF-Caravan Ylä-Savo ry.	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyömme tarkoituksena oli selvittää karavaanariyhdistys SF-Caravan Ylä-Savo ry:n jäsenten aktiivisuuden tilaa, sekä selvittää mahdollisia kehityskohteita yhdistyksessä, sekä yhdistyksen kotipaikkana toimivassa leirintä- ja matkailualue Hiilimutkassa. Keräsimme aineistomme yhdistyksen varsinais- sekä rinnakkaisjäseniltä sähköisen kyselylomakkeen avulla. Lomake lähetettiin 650 jäsenelle sähköpostitse. Kyselyssä selvitettiin jäsenten taustoja, sekä kokemuksia, mielipiteitä ja kehitysehdotuksia SF-Caravan Ylä-Savo -yhdistyksen toiminnasta ja matkailualue Hiilimutkasta leirintäalueena.</p> <p>Tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista, eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Tutkimusaineisto kerättiin sähköisen kyselylomakkeen avulla, ja se sisälsi avoimia-, suljettuja-, sekä sekamuotoisia kysymyksiä, ja mielipideväittämiä. Kysely toteutettiin toukokuussa 2022 ja vastaajilla oli kuukausi aikaa vastata kyselyyn. Analysoitavaksi saimme yhteensä 109 kyselylomaketta vastaajilta.</p> <p>Tutkimustuloksista ilmeni, että niin yhdistyksellä kuin leirintä- ja matkailualueella on kehitettävää tulevaisuudessa, jotta asiakaskokemuksista saadaan miellyttävämpiä. Yhdistyksen jäsenet toivovat yhdistykseltä jämyyttä ja sitoutumista hallitus työskentelyyn, sekä avoimuutta ja ajantasaisuutta tulevaisuudessa. Esille nousseita kehityskohtia leirintä- ja matkailualueessa ovat viihtyvyyden parantaminen, aktiviteetit ja alueen markkinointi. Tulosten avulla leirintä- ja matkailualue Hiilimutka, sekä SF-Caravan Ylä-Savo ry. pystyy kehittämään toimintaansa asiakkaillensa, sekä yhdistyksen jäsenille mieluisammaksi.</p> <p>Kyselyyn vastanneiden prosentti jäsenten määrästä jäi selkeästi alle puolen, joten tutkimustulosten vastauksia ei voi yleistää koskemaan koko jäsenistöä. Kuitenkin saimme hyvin tärkeitä ja kehittäviä vastauksia, joita leirintä- ja matkailualue Hiilimutka pystyy hyödyntämään alueensa ja yhdistyksen kehittämisessä.</p>	
Avainsanat Asiakaskokemus, karavaanarit, leirintämatkailu, yhdistystoiminta	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services	
Degree Programme Degree Programme in Tourism and Hospitality Management	
Author(s) Emilia Holopainen and Heini Kainulainen	
Title of Thesis Membership survey for SF-Caravan Ylä-Savo association 2022	
Date 12.10.2022	Pages/Appendices 32/12
Client Organisation /Partners SF-Caravan Ylä-Savo	
<p>Abstract</p> <p>The purpose of our thesis was to find out the state of activity of the members of the caravan association SF-Caravan Ylä-Savo, as well as to find out possible areas for development in the association, as well as in the camping and tourism area Hiilimutka, which is the domicile of the association. We collected our data from the association's actual and parallel members using an electronic survey. The form was sent to 650 members by email. The survey examined the members' backgrounds, as well as experiences, opinions, and development suggestions regarding the activities of the SF-Caravan Ylä-Savo association and the tourism area Hiilimutka as a campsite.</p> <p>The study used a quantitative research method. The research data was collected using an electronic survey that included open-ended, closed, and mixed questions, as well as opinion claims. The survey was conducted in May 2022 and the respondents had one month to respond to the survey. For analysis, we received a total of 109 surveys from the respondents.</p> <p>The results of the study showed that both the association and the camping and tourism area have room for improvement to make customer experiences more pleasant in the future. The members of the association hope that the association will be firm and committed to the work of the board, as well as openness and timeliness in the future. The development points that have emerged in the campsite and tourism area are improving comfort, activities and marketing the area. With the help of the results, the camping and tourism area Hiilimutka, as well as the SF-Caravan Ylä-Savo association can develop its operations to the liking of its customers and the members of the association.</p> <p>The percentage of the respondents to the survey was clearly less than half of the number of members, so it is not possible to generalize the responses to the survey results to the entire association. However, we received important and developing answers that the campsite Hiilimutka can use in the development of its area and the association.</p>	
<p>Keywords</p> <p>Customer experience, caravanners, camping tourism, association activities</p>	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	ASIAKASKOKEMUS	7
2.1	Asiakaskokemuksen määritelmä	7
2.2	Hyvän asiakaskokemuksen osa-alueet	7
2.3	Asiakaskokemuksen kehittäminen	8
3	LEIRINTÄ- JA MATKAILUTOIMINTA	10
3.1	Matkailutoiminnan määritelmä ja matkailun trendit	10
3.2	Leirintäaluetmatkailu	11
3.3	Karavaanarit	12
4	YHDISTYSTOIMINTA	14
4.1	Yhdistystoiminta Suomessa.....	14
4.2	Hyvän yhdistystoiminnan tunnusmerkkejä	14
4.2.1	Lähtökohta-analyysi	14
4.2.2	Toiminta-ajatus	15
5	TUTKIMUKSEN TAUSTAT JA TOTEUTUS	16
5.1	SF-Caravan Ylä-Savo ry.	16
5.2	Leirintä- ja matkailualue Hiilimutka.....	16
5.3	Tutkimuksen taustat ja tavoitteet.....	16
5.4	Kyselylomake.....	18
5.5	Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys	19
6	TUTKIMUSTULOKSET	20
6.1	Tutkimuksen yleistiedot.....	20
6.2	Vastaajien taustatiedot.....	20
6.3	Leirintä- ja matkailualue Hiilimutka.....	22
6.4	Toiminta yhdistyksessä.....	23
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET	27
8	POHDINTA.....	29
	LÄHTEET	31
	LIITE 1: SAATEKIRJE	33
	LIITE 2 KYSELYLOMAKE.....	34
	LIITE 3: VAPAA SANA SF-CARAVAN YLÄ-SAVO RY.....	40

LIITE 4: VAPAA SANA LEIRINTÄ- JA MATKAILUALUE HIILIMUTKA..... 42

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö selvittää SF-Caravan Ylä-Savo -yhdistyksen, sekä leirintä- ja matkailualue Hiilimutkan toimintaa. Työssä selvitetään alueen kehityskohtia, sekä yhdistyksen jäsenten aktiivisuutta yhdistyksessä, sillä nämä asiat kiinnostavat erityisesti työn toimeksiantajaa. Tutkimus on toteutettu sähköisesti kyselylomakkeiden avulla. Kyselystä saatujen tulosten avulla on selvitetty mitä osa-alueita yhdistyksessä ja matkailualueella pitäisi kehittää, jotta jäsenistä saataisiin aktiivisempia, sekä leirintäalueesta entistäkin parempi, ja matkaajille mieluisampi kohde vierailuun. Tutkimus liittyy vahvasti matkailuun ja antaa erilaisia perspektiivejä, mikä toimii yhtenä motivaatiotekijänä tutkimuksessa.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii SF-Caravan Ylä-Savo -yhdistys. Tutkimus kohdistuu Viereellä sijaitsevaan leirintä- ja matkailualue Hiilimutkaan. Alueella on yhdistystoimintaa, sekä karavaanareille että leirintäaluetta matkailuun erilaista toimintaa, ja matkailuun mahdollisuudet. Paikalle ei ole ennen tehty opinnäytetyötä tai muutaakaan kehittävää tutkimusta, joten opinnäytetyön toimeksiantaja haluaa heille tehtävän kehitystyötä koskevan tutkimuksen, jotta he pystyvät kehittämään toimintaansa Hiilimutkan leirintäalueella, sekä SF-Caravan Ylä-Savo -yhdistyksessä. Yhdistyksen ja leirintäalueen toiminnan kannalta tämä on erittäin tärkeä työ, sillä tutkimuksessa tulee esille uusia ideoita ja kehitettäviä kohteita, joita ei ole aiemmin tajuttu ajatella. Tutkimus on hyödyllinen, sillä jäsenet on pidettävä tyytyväisenä alueen ja yhdistyksen tulevaisuutta, sekä jatkoa ajatellen.

Opinnäytetyön teoriaosuus koostuu asiakaskokemuksesta, leirintä- ja matkailutoiminnasta, yhdistystoiminnasta, sekä tutkimuksen taustoista ja toteutuksesta. Asiakaskokemus osiossa käydään lävitse määritelmää, osa-alueita ja kehittämistä. Leirintä- ja matkailutoiminta osiossa käydään lävitse matkailutoiminnan määritelmää ja trendejä, leirintäaluetta matkailuun, sekä karavaanarikulttuuria. Yhdistystoiminta osiossa kerrotaan hyvän yhdistystoiminnan tunnusmerkkejä, lähtökohta-analyysi, sekä yhdistyksen toiminta-ajatus. Tutkimuksen taustoista ja toteutuksesta kerrotaan tarkemmin SF-Caravan Ylä-Savo -yhdistyksestä, leirintä- ja matkailualue Hiilimutkasta, tutkimukseen tehdystä kyselylomakkeesta, sekä tutkimuksen eettisyydestä ja luotettavuudesta.

Tutkimus on toteutettu kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Tutkimusaineiston keräämiseen on luotu sähköinen kyselypohja, joka lähetettiin jäsenille sähköpostitse. Kysely sisältää mm. monivalintakysymyksiä ja avoimia vastauksia, sekä erillisen mahdollisuuden osallistua matkailualueelle liittyvään arvontaan kyselyn lopussa. Kysely lähetettiin sähköpostitse SF-Caravan Ylä-Savo -yhdistyksen jäsenille huhtikuun 20. päivä, ja jäsenillä oli kuukausi aikaa vastata kyselyyn. Kysely lähetettiin yhteensä 650:lle yhdistyksen jäsenelle. Tuloksia ei voida yleistää kattamaan koko SF-Caravan Ylä-Savo -yhdistystä, sillä vastausprosentti jäi alle 20 prosentin.

2 ASIAKASKOKEMUS

2.1 Asiakaskokemuksen määritelmä

Asiakaskokemus ja sen määrittäminen on alkanut yleisimmin 2000-luvun alussa englanninkielisen termin *customer experience* kautta. Suomessa asiakaskokemuksen määrittäminen on ollut alkuun vielä vähäistä. Sanana "customer experience" tarkoittaa kaikkien niiden asioiden summaa, joita asiakas kohtaa palvelun, palvelunjakajan tai yrityksen välisessä vuorovaikutuksessa (Definitions, julkaisu-aika tuntematon). Asiakaskokemus on ihmisen itsensä luoma ajatus kokemuksestaan, johon vaikuttavat tunteet ja alitajuisesti tehdyt tulkinnat kokemuksesta. (Löytänä & Kortesus 2011, 11.) Vuorovaikutus ja toiminta yrityksen kanssa tai palvelun keskuudessa muodostuu kohtaamisista, mielikuvista ja tunteista. Mitä vahvempia tunteita, mielikuvia ja kohtaamisia vuorovaikutuksessa syntyy, sen vahvemmin asiakaskokemus jää mieleen. Elämykset ovat positiivisia kokemuksia, joihin liittyy vahva tunne, kuten ilo, onni, oivallus tai ilahtuminen. Yritysten on analysoitava millä tavoin he pystyvät luomaan erilaisia ja positiivisia elämyksiä, jotka saavat asiakkaat kiinnostumaan heistä. (Löytänä & Kortesus 2011, 45.)

Asiakaskokemus muodostuu siis kaikesta vuorovaikutuksesta ja kokemuksesta, joissa asiakas kohtaa yrityksen tai palvelun kanssa. Asiakaskokemus voidaan jakaa kolmeen erilaiseen tasoon: toimintaan, tunteisiin ja merkityksiin. Toiminnantaso kuvastaa palvelun tai yrityksen kykyä vastata asiakkaan odotuksiin ja tarkoituksiin. Tunnetaso vastaa asiakkaan kokemiin ja palvelun aikana saamiin tunteisiin ja kokemuksiin. Merkitystaso puolestaan on asiakaskokemuksen ylin taso, joka kuvastaa mm. asiakkaan palvelusta luomia mielikuvia, tarinoita ja lupauksia, sekä palvelun antamaa merkitystä ja henkilökohtaisuutta. (Trustmary 2022.)

Asiakaskokemuksen tavoittelemisessa yrityksen on siirrettävä asiakas keskiöön ja tiedostettava, että yrityksen kaikki toiminta vaikuttavat siihen, millaisen kokemuksen asiakas muodostaa itselleen. (Löytänä & Kortesus 2011, 26.) Jos asiakaskokemus on huono, asiakkaat kertovat siitä eteenpäin ja tästä saattaa muodostua kierre, jossa asiakkaat keskustelevalt kuulemistaan negatiivisista asioista liittyen yritykseen. Vanhan sanonnan mukaan "hyvästä kokemuksesta kerrotaan yhdelle ja huonosta kymmenelle". Keskinkertaisuus ja tavallisuus eivät jää asiakkaan mieleen, siksi täytyy tehdä jotain keskinkertaista parempaa, toiveita ylittävää ja tavallisuudesta poikkeavaa niin asiakkaalle jää hyvä ja mieleenpainuva asiakaskokemus. Mielihyvä saa asiakkaan haluamaan lisää ja tämän vuoksi hyvään asiakaskokemukseen kannattaa panostaa, koska tällöin hän palaa uudestaan hakemaan tätä mielihyvää lisää. (Löytänä & Kortesus 2011, 48 - 49.)

2.2 Hyvän asiakaskokemuksen osa-alueet

Tärkein asiakaskokemuksen osa-alueista on keskittyä luomaan asiakkaille merkityksellisiä ja positiivisia tunteita. Tunnetaso on erittäin voimakas vaikuttamaan asiakkaan päätöksentekoon sekä muistikuviin, jotka jäävät asiakkaalle painavimpana mieleen kokemuksen jälkeen. Kaikilla tunteilla on tarkoitus ja tehtävänsä, ja tunteet vaikuttavat vahvasti ihmisen päätöksentekoon. Jokaisen asiakaskokemus ja -kohtaaminen herättää tunteita ja vaikuttaa asiakaskokemuksen syntyyn ja laatuun. (Killström 2020, 9 - 13.) Hyvä asiakaskokemus tukee ja vahvistaa asiakkaan minäkuva ja identiteettiä, yllättää myönteisesti ja luo uusia elämyksiä. Se luo voimakkaita positiivisia kokemuksia ja tunteita,

sekä jää asiakkaan mieleen ja saa haluamaan palvelua lisää ja uudelleen. Yleisesti tavallisuus ja keskinkertaisuus unohtuvat nopeammin, eivätkä jää mieleen elämyksellisesti. Jokaisella yrityksellä on erilaiset mahdollisuudet tuottaa omanlaisensa elämyksiä, jotka yllättävät asiakkaan positiivisesti. Onnistuneet kokemukset ja elämykset herättävät mielenkiintoa ja tuovat mielihyvää, kun asiakaskokemusta luodaan, sen tulisi tuottaa asiakkaalle tarvittavaa mielihyvää. Tällöin asiakas haluaa palata mielihyvää tuottaneen kokemuksen pariin uudelleen. (Löytänä & Korteso 2011, 43 - 49.)

Hyvän ja odotukset ylittävän asiakaskokemuksen keskeisiä elementtejä ovat henkilökohtainen, yksilöllinen ja aito palvelu. Palvelun pitää olla olennaista, räätälöityä, eli asiakkaalle ja hänen tilanteeseensa sopivia ja oikea-aikaista. Joskus arkinenkin asia voi olla toiselle elämys ja luoda vahvan asiakaskokemuksen. Selkeä, kestävä ja jaettava kokemus on myös asiakkaille tärkeää ja hyvän kuvan luovaa, joka on arvokasta ennen ja jälkeen asioinnin. Asiakaskokemuksen täytyy olla tunteisiin vetoavaa, yllättävää ja tuottavaa. Asiakkaan on hyvä tietää alusta alkaen kokemuksensa arvo, eli palvelun pitää olla selkeästi ja näkyvästi arvokas. Kaikki edellä mainitut asiat ovat osa odotukset ylittävää kokemusta. Sen lisäksi odotukset ylittävä kokemus voidaan jakaa laajennettuun kokemukseen ja ydinkokemukseen. (Löytänä & Korteso 2011, 60.)

Viisi palvelun osatekijää ovat konkreettinen ympäristö, luotettavuus, reagoitavuus, vakuuttavuus ja empatia. Servqual menetelmällä voidaan mitata asiakkaan kokeman palvelun laadun. Menetelmä perustuu edellä mainittuihin viiteen osatekijään, sekä asiakkaan palvelua koskevien odotusten ja heidän saamiensa kokemusten vertailuun. Näitä viittä osa-aluetta kuvataan 22 attribuutilla. Vastaajat kertovat mitä he odottivat palvelulta, sekä mitä he lopulta saivat palvelulta, käyttäen seitsemän kohdan asteikkoa, jossa ääripäät ovat ("täysin samaa mieltä" ja "täysin erimieltä"). (Grönroos 2009, 116.)

2.3 Asiakaskokemuksen kehittäminen

Yrityksen on kehitettävä yritystään ja luomaansa asiakaskokemuslupaustaan kohderyhmänsä ja heidän kanta-asiakkaiden tarpeiden mukaan. Onnistunut ja tyytyväinen asiakaskokemus poikii enemmän kanta-asiakkaita, ja lisää uusia asiakkaita. Asiakaskokemuksen kehittämiseen on apuna monenlaisia mittareita, kuten NPS (Net Promoter Score), CES (Customer Effort Score) ja CSAT (Customer Satisfaction). NPS on mittari, jolla tarkastellaan asiakkaan todennäköisyyttä palata palvelun pariin uudelleen, sekä sitä kuinka todennäköisesti hän suosittelisi yritystä tai palvelua muille. NPS mittari ei kuitenkaan anna kokonaiskuvaa asiakkaan omasta kokemuksesta. CES puolestaan on kysely, jolla selvitetään kuinka helpoksi ja vaivattomaksi asiakas koki asiakaspolkunsa ja vierailunsa yrityksessä. Mutkaton palvelu parantaa asiakaskokemusta. CSAT mittaa nimensä mukaisesti asiakastyytyväisyyttä. (Smeds 2019.)

Asiakaskokemuksen mittaaminen ei ole kuitenkaan yhtä helppoa kuin palvelun laadun tai asiakastyytyväisyyden mittaaminen. Mutta asiakaskokemuksen mittaaminen on kuitenkin erittäin tärkeää yrityksen kannalta. Asiakaskokemus ja sen mittaaminen voi olla jopa asiakastyytyväisyyttä tehokkaampi asiakasuskollisuuden ja palvelun suosittelun mittari. (Trustmary 2022.) Kätevä tapa mitata asiakaskokemusta on mitata muistijälkiä. Muistijälkiä on mahdollista luoda lähes rajattomasti ja pysyvät muistijäljet kertovat kokemuksistamme. Kun asiakkaalle jää positiivinen muistijälki palvelusta

tai yrityksestä, hänelle on syntynyt myös positiivinen kokemus. Muistijalkien mittaaminen tapahtuu aktiivisella ja passiivisella kysymysasettelulla. Mikäli yritys haluaa jättää asiakkaalle muistijäljen, tulee heidän kehittää asiakaskokemustaan tietoisesti ja aktiivisesti. Aktiivisuus saa aikaan positiivisia muistijalkia useammin ja tehokkaammin. Kehitys tapahtuu asiakkaan kosketuspisteiden analysoinnilla. (Löytänä & Korteso 2011, 48 - 49.)

3 LEIRINTÄ- JA MATKAILUTOIMINTA

3.1 Matkailutoiminnan määritelmä ja matkailun trendit

”Matkailu on parhaimmillaan erinomaista autoteelisen vapaa-ajan toimintaa” (Kurki 2008, 62). Matkailu määritelmänä tarkoittaa toimintaa, jossa ihminen matkustaa esimerkiksi vapaa-ajanvieton tai liikematkailun puitteissa tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolelle yhtäjaksoisesti korkeintaan vuodeksi (12 kuukautta). Matkailuun kuuluu erilaiset matkailu-, ravitsemis- ja liikennepalvelut, sekä menot, jotka ovat maksettu ennen tai jälkeen matkan. (Tilastokeskus, julkaisu aika tuntematon.) Ihmisen tarpeet matkailulle vaihtelevat ja ne ovat yhteyksissä monenlaisiin tekijöihin, kuten ikään, sukupuoleen, persoonallisuuteen, kulttuuriin, ammattiin, sekä sosiaalisen asemaan. Toiset tarpeista on perusolemuksestaan biologisia, toiset fysiologisia. Tarpeiden tyydytys on yksi avaintekijöistä motivaatioon matkailla. Mitä paremmin matkailijan tarpeet täyttyvät matkaillessa, sitä tyytyväisempi matkailija on. Ihmisten motivaatio, tarpeet ja odotukset ovat otettu huomioon matkailussa jo pitkään ympäri maailmaa, ja tämän takia matkailua ja turismia on kartoitettu. (Kurki 2008, 82 - 83.) Matkailun tarkoitukset vuoden 2010 tutkimuksen mukaan ovat 51 % vapaa-ajanmatkailua, eli lomailun ja harrastusten puitteissa matkailua, 27 % matkailua ystävien tai perheenjäsenten luo, 15 % liike- tai työmatkailua, sekä 7 % ei määriteltyä tarkoitusta matkailulle. Vapaa-ajan matkailun muotoja ovat muun muassa ranta-, kaupunki- ja luontolomat, sekä vaellus-, kulttuuri- tai urheilumatkat. (Karusaari & Nylund 2010, 24). Lisäksi vetovoimatekijät voivat liittyä alueen ilmastoon, maisemiin, kulttuuriin ja nähtävyyksiin, sekä yleiseen ympäristön vaihdokseen.

Tunnetuin matkailututkimuksessa käytetty matkailutuotteen määritelmä esittelee matkailutuotteen viiden komponentin pakettina, joihin kuuluu kohteen vetovoimatekijä, kohteen palvelut, saavutettavuus, mielikuvat kohteesta sekä hinta. Kyseinen komponenttimalli auttaa hahmottamaan matkailutuotteeseen liittyviä tekijöitä, mutta se ei anna kovin yksityiskohtaista kuvaa tekijöistä, joilla pystyisi kehittämään tuotteen laatua. Kokonaismatkailutuotteen määritelmän mukaan matka on yksi kokemus, joka alkaa silloin, kun asiakas alkaa suunnittelemaan matkaansa, ja päättyy silloin, kun asiakas palaa kotiinsa. Tämä kokonaistuote on palvelupaketti, johon kuuluu sekä aineettomia, että aineellisia osia, ja se perustuu johonkin toimintaan matkailukohteessa. Matkailija näkee tämän paketin yhtenä kokonaisuutena, jonka laatu määräytyy kaikkien osien yhteissummasta. Yleisen matkailutuotteen määritelmän mukaan matkailutuotteen ytimen muodostaa fyysinen paikka, johon asiakas matkustaa. Tämä paikka viittaa kaikkiin fyysisiin elementteihin, joita matkakohteessa on havaittavissa. Paikkaan kuuluu maisemat, ilmasto, rakenteet sekä paikan saavutettavuus. Matkailija tarvitsee kohteessaan jonkinlaisia palveluita, kuten majoitus-, ravitsemis-, liikenne- tai ohjelmalveluita. Palveluiden markkinoinnin teoriaan pohjautuvassa matkailutuotteen kuvauksessa huomio kiinnittyy tekijöihin, joiden tuloksena yritys tuottaa matkailijalle arvoa. Asiakkaan saama ydinhyöty ja vuorovaikutus hallitsevat palvelutapahtumaa. (Saarinen & Järviluoma 2002, 47 - 49.) Matkailun erilaiset ohjelmalvelut perustuvat useimmiten paikallisten alueiden kulttuuriin, luontoon ja historiaan. Suomessa eri maakuntien kulttuurit näkyvät nykyisissä matkailupalveluissa joko sellaisenaan tai tuotteistettuna nykymatkailijoille sopiviksi. (Karusaari & Nylund 2010, 17.)

Luonto on ollut jo kautta aikojen Suomen tärkein vetovoimatekijä. Suomen vetovoimatekijät perustuvat Suomen luontoon ja kulttuuriin, joista on tuotettuja monipuolisia palveluja ja tuotteita matkailijoille. Suomen luonnon päävoimavarat ovat vesistöt ja saaristot, metsät, kansallispuistot, monipuoliset luonnonilmiöt ja vuodenaajat, sekä hiljaisuus ja luonnonrauha. Lisäksi Suomi koetaan turvallisena ja luotettavana matkakohteena. (Karusaari & Nylund 2010, 37 - 38.) Covid19-pandemian jälkeen matkailun suureksi trendiksi Suomessa on noussut suosio kotimaanmatkailua kohtaan. Komosen (2021) mukaan pandemian jälkeen ihmiset kaipaavat vapauden tunnetta, sekä arjesta poikkeavia elämyksiä ja odottavat matkailulta lisääntyvää vastuullisuutta. Kuluttajat haluavat yhä enemmän tukea lähimatkailua, kotimaisten matkailualan yrittäjien toimintaa, sekä vastuullisten, tulevaisuutta huomioon ottavien yritysten toimintaa. Nousevaksi trendiksi pandemian jälkeen nousee auto- ja leirintämatkailu. Ihmiset nauttivat yksityisestä liikkumisesta, sekä vapaudesta, jotka automatkailu tuo.

Kestävä kehitys kulkee käsikädessä tulevaisuuden trendien kanssa, ja sen huomiointi on tärkeää tämän päivän matkailussa. Trendien tulkinta ja kestävän kehityksen periaatteiden mukaan tehdyt matkailutuotteet ja -palvelut ovat avainasemassa nykypäivän ja tulevaisuuden markkinoilla. Ilman trendien hahmottamista kestävän kehityksen suuntaviivojen määrittäminen voi olla haastavaa tai harhaanjohtavaa. (Business Finland, julkaisuaika tuntematon.) Kestävä kehitys on kestävää vain, jos sitä tarkastellaan globaalissa poliittisessa, sosio-ekonomisessa, sekä ekologisessa yhteydessä ja mitataavassa. Kestävässä kehityksessä tulee ottaa huomioon tulevat sukupolvet ja heidän tarpeensa, sekä tasa-arvon ja oikeudenmukaisuuden periaatteen mukaisesti taata erityyppisille ja alueille samankaltaiset mahdollisuudet kehitykseen. Matkailun suunnittelun kannalta tasa-arvoperiaate onkin mielenkiintoinen näkökulma, kun lähdetään tarkastelemaan tilannetta, jossa on mukana sekä alueen asukkaat, matkailijat sekä matkailuelinkeino ja näiden ryhmien tavoitteet. Kestävä kehitys painottuu pitkälti kestävyteen, mutta kehitykseen liittyvät sosiaaliset ja taloudelliset vaikutukset tulisi myös ottaa huomioon. Kestävän kehityksen periaatteisiin on kohdistettu myös kritiikkiä ja se on nähty epärealistisena. (Saarinen & Järviluoma 2002, 135.)

3.2 Leirintäaluetmatkailu

Ulkoilulaki uudistui vuonna 1995 jonka mukaan leirintäalue tarkoittaa aluetta, jolla majoitutaan tilapäisesti yleensä leirintämökkiin, telttaan, matkailuperävaunuun tai matkailuajoneuvoon. Jos leirintäalueella on vähemmän kuin 25 paikkaa majoitettua, se ei lain mukaan ole leirintäalue. Leirintäalueet ja matkailuvaunualueet tarjoavat asiakkailleen leirintäpaikan, jossa on perusmukavuudet saatavilla kuten pesutilat ja vessat. Luokitukseen kuuluu myös majoitustoiminnan lisäksi ravitsemustoimintaa. 1960- ja 70-luvuilla leirintämatkailu muutti matkailunkuvaa kaikkialla maailmalla, sillä elintaso nousi ja vapaa-ajan vietto lisääntyi, sen mukana autoilu sai voimakkaan kasvun leirintämatkailun alalla. 1960-luvun puolessa välissä noin puolet leirintäalueista olivat maksuttomia. Leirintäalueiden alkuaikoina yöpyminen suoritettiin pääsääntöisesti teltoissa, eikä mökkimajoituksia ollut vielä ollenkaan. Leirintäaluesäännökset koskevat myös lomakylpylätyyppisiä alueita, joissa on enintään 40 vuodepaikkaa pienryhmille tarkoitetuissa rakennuksissa. (Suomen ympäristö, Suomen leirintämatkailun nykytila ja kehittämisenäkymä 2003, 7 - 11.)

Leirintäalue määritellään tilapäiseksi, jos sen tarkoituksena on majoittaa enintään 14 vuorokauden ajaksi telttoihin, matkailuautoihin tai matkailuperävaunuihin yli 100 henkilöä. Tilapäisiksi leirintäalueiksi luetaan erilaisten tilaisuuksien majoitusalueet, joita ovat esimerkiksi kesäaikana viikonloppuisin tai muulloin järjestettävät tilaisuudet, joissa on paljon osanottajia. Jos aluetta kuitenkin käytetään pitempään kuin 14 vuorokautta majoitus tarkoitukseen, alue on lain mukaisesti laskettava leirintäalueeksi. Leirintäalueilla yövytään vuosittain noin 2 miljoonaa kertaa ja niiden keskimääräinen yöpymisaika on 2,5 vuorokautta. (Suomen ympäristö, Suomen leirintämatkailun nykytila ja kehittämissä näkymä 2003, 11.)

Suomen majoitus toimipakoista 15 % muodostuvat leirintäalueista, joka on noin 4 % kaikesta liikevaihdosta. Vuonna 2000 Suomessa oli 322 leirintäaluetta, joista ympärivuotisia auki olevia oli vain yhteensä 82. Leirintämatkailun sesonki ulottuu toukokuusta syyskuuhun, mutta heinäkuu on huippukausi, jolloin on kiireisintä aikaa leirintäalueilla. Leirintäalueista 78 %, eli kolme neljäsosa tarjoaa majoituspalveluiden lisäksi ravintolapalveluita, sekä 32 %, eli yksi kolmasosa toimii myös vähittäiskauppa alalla. Yli kolmasosa tarjoaa myös ohjelmalveluita, esimerkiksi hiihtokeskustoimintaa, kokouspalveluita, pitopalveluita ja luontaishoitoja. (Suomen ympäristö, Suomen leirintämatkailun nykytila ja kehittämissä näkymä 2003, 7 - 22.)

Leirintä- ja matkailualueiden henkilökunta ei varsinaisesti työnsä puolesta osallistu matkailun innostamisen aktiviteetteihin, mutta se kuuluu tiiviisti paikan yhteisölliseen kokonaisuuteen ja luo näin paikan henkeä, brändiä ja imagoa. Toisinkuin esimerkiksi hotellimatkailussa, jossa vastaanottovirkailijoiden, ravintolatyöntekijöiden sekä hotellisiivoojien kanssa ollaan asiakaspalvelukontaktissa, leirintä- ja majoitusalueiden työntekijät voivat olla mukana yhteisöllisissä tekemisissä, sekä erilaisissa vapaa-ajan ohjelma numeroissa. (Kurki 2008, 196.)

3.3 Karavaanarit

Leirintämatkailu on yhteisöllinen ja koko perheen yhteinen harrastus. Karavaanari on yleisnimitys matkailuauton/matkailuvaunun käyttäjälle. Karavaanarilla tarkoitetaan myös SF-Caravan yhdistyksen jäsentä. SF-Caravan ry. on vuonna 1964 perustettu valtakunnallinen keskusjärjestö, mikä pitää sisällään matkailuajoneuvojen käyttäjien muodostamat yhdistykset. Jäsenyhdistyksiä on vuonna 2022 yhteensä 79, joissa jäseniä on 66 694. Järjestö työskentelee yhdessä matkailuajoneuvojen valmistajien, maahantuojien, myyjien, viranomaisten, sekä matkailu- ja leirintäyrittäjien ja yhteisöjen kanssa valvoen käyttäjiensä etuja sekä edistäen matkaajien yhteisiä pyrkimyksiä. Yhteisten kokoontumisten lisäksi järjestön toiminta on ammattimaista, suunniteltua ja johdettua, ja sen tavoite on vaikuttaa karavaanaritoiminnan lisäksi laaja-alaisesti leirintämatkailun ja matkailuajoneuvotoiminnan kehittämiseen. Kehitystyön lisäksi järjestö edistää ja kehittää monipuolisesti ja kokonaisvaltaisesti matkailuajoneuvojen käyttömahdollisuuksia, leirintäalueita, liikenne- ja leirintäalueturvallisuutta, sekä ympäristönsuojelua. Järjestön toimintamuotoihin kuuluu jäsenpalvelut, leirintä, matkailu, turvallisuus, tiedotukset, koulutukset, sekä kerhotoiminta. (SF-Caravan 2022a.)

Suomeen alkoi tulla matkailuvaunuja ulkomailta vuonna 1962, mutta Suomessa tehdyt ensimmäiset matkailuvaunut ovat vuodelta 1949, mutta niitä tehtiin silloin vain 10 kappaletta. Karavaanari toiminta kasvattaa koko ajan suosiotaan Suomessa. Vielä vuonna 1964, jolloin SF-Caravan yhdistys

perustettiin, leirintämatkailu näytti aivan erilaiselta tähän päivään verrattaessa. Vuoden 1964 päättyessä Suomessa oli 64 rekisteröityä matkailuvaunua ja jäseniä yhdistyksessä vain 23. Täytyi olla täysi-ikäinen matkailuvaunun omistava henkilö, jotta pystyttiin hyväksymään järjestön jäseneksi. Tuolloin matkaajat käyttivät asuntovaunua pääasiassa virkistäytymiseen, ulkoiluun tai retkeilyyn. (Partanen & Mauranen 2013, 5 - 25.)

4 YHDISTYSTOIMINTA

4.1 Yhdistystoiminta Suomessa

Suomesta löytyy monipuolisesti erilaisia yhdistyksiä. Yhdistykset perustetaan jotain tiettyä päämäärää varten. Päämäärä voi olla esimerkiksi yhteisöllisyys, sekä yhteiset edut ja pyrkimykset. Yhdistyksessä täytyy olla vähintään kolme jäsentä, jokin aatteellinen tarkoitusperä, sekä sen toiminta tulee olla tarkoitettu jatkuvaksi. Jokaisella yhdistyksellä on oikeus päättää omista toimintatavoistaan ja käytännöstään. Yhdistyksissä järjestetään kokouksia, yhteisötilaisuuksia, sekä erilaisia tapahtumia ja kerhotoilaisuuksia. Kokouksissa ja yhteisissä tilaisuuksissa jäsenet päättävät yhdessä yhdistykseen liittyvistä asioista, sekä toimintaa edistävästä kehitystoiminnoista. Kokouksissa päätetään myös toimintasuunnitelma, joka kuvaa yhdistyksen tulevaisuuden toimintaa, tavoitteita ja kantoja toimintaan liittyvistä asioista. Yhdistys voi olla rekisteröity tai rekisteröitymätön. Rekisteröidyssä yhdistyksessä toimii juridinen oikeushenkilö, joka voi tehdä sitoumuksia, kuten perustaa pankkitilin ja järjestää tapahtumia yhdistyksen nimissä. Rekisteröimättömässä yhdistyksessä ei ole oikeushenkilöä. Rekisteröimätön yhdistys soveltuu paremmin lyhytaikaisempaan toimintaa, jossa ei liiku rahaa. (Välke & Miettinen 2013, 7 - 60.)

Hallitus edustaa, kokoaa ja pyörittää yhdistystä, on yhdistyksen käytännön toiminnan keskus, sekä hoitaa yhdessä lain, säännösten ja yhdistysten päätösten mukaan yhdistystä. Hallitus toimeenpääsee yhdistyksen kokousten päätökset, valmistelee yhdistyksen kokoukset, hoitaa yhdistyksen juoksevat asiat ja edustaa yhdistystä, sekä reagoi muuttuviin tilanteisiin. Yhdistyksen jäsenet valitsevat hallituksen, ja hallitus on vastuussa jäsenille toiminnastaan. Yhdistyksen jäsenistöön kuuluvat puheenjohtaja, joka johtaa puhetta hallituksen kokouksessa ja vastaa toiminnan kokonaisuudesta, sihteeri, joka hoitaa yhdistyksen asiakirjat ja toimii kokousten sihteerinä, taloudenhoitaja, joka vastaa rahastosta, kirjaspidosta ja informoinnista, sekä varapuheenjohtaja, joka toimii puheenjohtajan kanssa yhteistyössä, sekä toimii puheenjohtajan roolissa puheenjohtajan estyessä tekemästä toimintaansa. (Välke & Miettinen 2013, 25 - 59).

4.2 Hyvän yhdistystoiminnan tunnusmerkkejä

Yksi tärkeimmistä edistävän ja hyvän yhdistystoiminnan pilareista on huolellinen toiminnan suunnittelu ja päämäärä. Yhdistystoiminta voi usein olla suunnittelematonta. Suunnittelemattomassa toiminnassa on päämäärä, mutta ei strategiaa päämäärän tavoittamiseen. Tarkempi nykytilan analyysi, pohdinta, odotukset ja suunnitelmat jäävät toteuttamatta. Toimintaa voidaan suunnitella ja parantaa monella eri tavalla. Toimintaa voidaan lähteä tutkimaan lähtökohta-analyysillä. Lähtökohta-analyysin pohjalta luodaan perusta toiminta-ajatukselle, jota ohjaa yhdistyksen yhteinen järjestöidea, arvot, sekä tavoitteet ja päämäärä. (Loimu 2013, 218.)

4.2.1 Lähtökohta-analyysi

Lähtökohta-analyysi on yksi markkinoinnin ja strategisen suunnittelun vaihe. Strateginen suunnittelu pitää sisällään järjestön toiminta-ajatuksen määrittelyn, sekä järjestöidean hahmottamisen. Lähtökohta-analyysin tavoitteena ja tarkoituksena on selvittää minkä tahansa toiminnan, kuten yhdistys-

toiminnan nykyinen tilanne. Yhdistystoiminnan tapauksessa analysoitava kohteet voivat olla esimerkiksi jäsenten, sekä muiden sidosryhmien odotukset, toimintaympäristö ja sen muuttuminen, sekä erilaisten palveluiden analyysi. Jäsenistä halutaan saada tietää keitä he ovat, ja miksi he ovat mukana toiminnassa. Jäsenistä voidaan koota myös erilaisia jäsenryhmiä ryhmäkohtaiseen analyysiin. Jäsenryhmistä voidaan erikseen koota tietoa mitä nämä ryhmät odottavat yhdistykseltä, ja miksi nämä jäsenryhmät eroavat muista potentiaalisista jäsenistä. Jäsenten tutkiskelulla voidaan vaikuttaa uusien jäsenten saamiseen, sekä sidosryhmiin. Sidoryhmiin kuuluvat muun muassa erilaiset yhteistyökumppanit ja kilpailijat. Sidoryhmistämme halutaan saada tietoon mitä kaikkea he odottavat yhdistykseltä, ja mitä kaikkea yhdistys odottaa heiltä, ja mitkä ovat keskeisimmät ja tärkeimmät sidoryhmämme. Kilpailijoista halutaan saada tietää missä suhteessa he olisivat parempia tai huonompia vaihtoehtoja kilpailemaan jäsenistä ja yhteistyökumppaneista. Jäsenten ja sidoryhmien lisäksi erittäin tärkeä analyysin tarkastelun kohde on yhdistyksen tuottamat palvelut ja tuotteet. Analyysissä keskitytään keskeisimpiin tuotteisiin ja palveluihin, sekä siihen miten ne hyödyntävät yhdistyksen jäseniä ja sidoryhmiä, sekä vastaako ne odotuksiin. Palveluiden ohella on analysoitava myös ympärillä tapahtuvaa toimintaa ja toimintaympäristöä. Toimintaympäristöön kuuluvat esimerkiksi lainsäädäntö, arvot, sekä sidoryhmien toiminta. (Loimu 2013, 219 - 220.)

4.2.2 Toiminta-ajatus

Jotta toiminta-ajatus on toimiva, tulee sen olla linjassa sääntöihin kirjatun yhdistyksen tarkoituksen kanssa. Arvot ovat yksi tärkeimmistä yhdistyksen peruspilareista, arvot antavat perustan toiminta-ajatukselle ja visiolle, eli sille, minkälaisena tulevaisuus halutaan nähdä (KSL opintokeskus, Yhdistystoiminnan kehittämisen opas 2018, 9). Toiminta-ajatus on syy yhdistystoiminnan olemassaololle, sekä määrittää järjestön tehtävän ja päämäärän. Toiminta-ajatuksen tulee yksinkertaisuudessaan vastata kysymykseen: Mitä jäsenten tarpeita tyydyttääkseen yhdistys on olemassa? Toiminta-ajatus voi myös kuvata yhdistyksen tulevaisuuden tilaa, jolloin toiminta-ajatuksen päämäärä on saavutettu. Toiminta-ajatusta kannattaa kuvata tarpeeksi lyhyeksi ja ytimekkääksi, jotta se ohjaa järjestön toimintaa selkeästi. Liian yleinen ja laaja toiminta-ajatus ei ohjaa toimintaa tarpeeksi ja lähtökohdat eivät ole tarpeeksi täsmällisiä. Toiminta-ajatusta luodessa lähtökohtana on vastaus kysymykseen: mihin yhdistyksen toiminnalla pyritään, mitä se tarjoaa jäsenille ja mikä on yhdistyksen perustehävä? Toiminta-ajatuksen jatkona järjestölle luodaan järjestöidea, joka kuvaa sen menestystekijöitä ja niiden välisiä suhteita. (Loimu 2013, 220 - 225.) Toimintasuunnitelma hyväksytään yhdistyksen kokouksessa, ja asian valmistelu kuuluu hallituksen tehtäviin (Välke & Miettinen 2013, 62).

5 TUTKIMUKSEN TAUSTAT JA TOTEUTUS

5.1 SF-Caravan Ylä-Savo ry.

SF-Caravan Ylä-Savo -yhdistys on perustettu vuonna 1980, ja sen kotipaikkana toimii Ylä-Savossa sijaitseva Vieremä. SF-Caravan Ylä-Savo ry:n pääasiallinen toimiala on järjestöt, yhdistykset ja säätiöt. Yhdistyksen muut toimialat ovat vapaa-aika ja harrastusjärjestöt, ja yhdistyksen yhtiömuoto on aatteellinen yhdistys. Yhdistykseen kuuluu noin 870 varsinais- ja 70 rinnakkaisjäsentä. Alueeseen kuuluu kymmenen kuntaa, jotka ovat Iisalmi, Pielavesi, Keitele, Pyhäjärvi, Pyhäntä, Vieremä, Kiuruvesi, Sonkajärvi, Rautavaara ja Lapinlahti, mutta yhdistyksessä on jäseniä myös muualta päin Suomea. (Finder, julkaisuaika tuntematon.)

5.2 Leirintä- ja matkailualue Hiilimutka

Hiilimutka on SF-Caravan Ylä-Savo -yhdistykselle kuuluva leirintä- ja matkailualue Salahmi-järven rannalla Vieremällä. Yhdistys on vuokrannut alueen maapohjan vuodesta 1990 alkaen, ja ostanut sen omakseen vuonna 2007. Hiilimutkan alueen koko on huimat kolme hehtaaria. Leirintäalueelle on myönnetty vuonna 2016 Vankkurihymiö, ja alue on valittu Vuoden Caravan-alueeksi vuonna 2009. (Caravan leirintäopas, 2018.) Vankkurihymiö on SF-Caravan järjestön perustama ja hallinnoima leirintä- ja matkailualueiden laatujärjestelmä, joka seuraa alueiden tasoa, turvallisuutta, hoitoa ja hallintoa. Vankkurihymiö-tunnus kertoo siitä, että leirintä- ja matkailualueen peruspalvelut ovat kunnossa ja hoidettuja, sekä alueella noudatetaan turvallisuusohjeita, rakennukset ja tekniset laitteet ovat huollettu asianmukaisesti, alueelta löytyy ensiapuvälineistö, opasteet ja ilmoitustaulut ovat ajan tasalla ja helposti löydettävissä, sekä alueella on oma asiakaspalautejärjestelmä. (SF-Caravan 2022b.)

Leirintäalueella toimii isäntäpäivystys kesäkuun alusta elokuun loppuun saakka. Muuna aikana alue toimii itsepalveluperiaatteella rajoitetuin palveluin. Leirintäalueella on 150 sähköistettyjä vaunupaikkoja, joista suurin osa on nurmialueella. Kausipaikkoja on noin 30 - 40. Alueen palveluihin kuuluu muun muassa langaton internetyhteys, pyykinpesu- ja kuivausmahdollisuus, kiinteiden harmaavesisäiliöiden tyhjennysmahdollisuus, veneiden käyttö, sekä mahdollisuus kalastuslupaun. Hiilimutkan 300 neliöisessä päärakennuksessa on sähkösauna- ja suihkutilat naisille ja miehille erikseen, useita vessoja sekä inva-wc ja lastenhoitotila, kaksi keittiötä ja oma huone lapsille peleineen ja tietokoneineen. Lapsia varten alueella on myös leikkikenttä ja kolme polkuautoa. Lisäksi alueella on muun muassa biljardi, karaokelaitteet, tiipii ja kyykkäkenttä vapaa-ajan viettoon. Sähkösaunojen lisäksi alueella on puu-lämmitteinen rantasauna, joka on kesäaikaan lämpimänä joka ilta. Sähkösauna on tilausauna ja varattavissa myös liikuntarajoitteisille asiakkaille. Tapahtumia Hiilimutkassa järjestetään vuosittain kymmenkunta, ja tapahtumat ovat avoimia kaikille halukkaille. Suurimpia vuosittaisia tapahtumia ovat yhteistoiminta-alueen treffit, juhannustreffit, elotreffit ja SM-valssikaraokekilpailut. (Caravan leirintäopas 2018.)

5.3 Tutkimuksen taustat ja tavoitteet

Tutkimuksemme oli SF-Caravan yhdistykselle kohdistettu jäsentutkimus. Tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa yhdistyksen jäsenien aktiivisuuden tilannetta, sekä jäsenten mielikuvia ja mahdollisia

kehityskohteita leirintä- ja matkailualue Hiilimutkassa. Tutkimuksesta oli tavoitteena saada jäseniltä kehitysehdotuksia yhdistyksen ja leirintäalueen toiminnan edistämiseksi, jotta se vastaisi entistä paremmin jäsenten tarpeita ja tavoitteita, sekä edesauttaa suuren jäsenmäärän aktiivisuutta yhdistyksessä. Tavoitteena oli myös parantaa leirintä- ja matkailualue Hiilimutkan toimintaa ja palveluita. Tutkimustyön ja teorian pohjalta teimme yhdistykselle ja leirintäalueelle kehittämisehdotuksia tarvittaviin osa-alueisiin.

Tutkimusaineisto kerättiin sähköisen kyselylomakkeen avulla yhdistyksen virallisilta jäseniltä. Tutkimus suoritettiin pääsääntöisesti kvantitatiivisena, eli määrällisenä tutkimuksena. Kysely sisälsi myös joitakin laadullisen tutkimuksen piirteitä, kuten avoimia kysymyksiä, joita käytetään pääsääntöisesti kvalitatiivisessa, eli laadullisessa tutkimuksessa. Tutkimuksen perusjoukkona, eli tiedonlähteinä toimivat yhdistyksen varsinais-, sekä rinnakkaisjäsenet. Tutkimuksellemme oli tärkeää, että henkilöt, joilta tietoa kerättiin, tiesivät tutkittavasta asiasta mahdollisimman paljon, ja heillä oli kokemusta asiasta. Tiedonantajien valinta ei ollut satunnaista, vaan tarkoin harkittua.

Kvantitatiivista tutkimusta voidaan kutsua myös määrälliseksi tutkimukseksi. Kvantitatiivinen tutkimus edellyttää riittävän suurta ja monipuolista otantakantaa. Aineiston keruun käytetään yleisesti standardisoituja tutkimuslomakkeita käyttämällä suljettuja- ja sekamuotoisia kysymyksiä. Tällöin tuloksia voidaan kuvata numeraalisesti ja havainnollistaa kuvien ja kaavioiden avulla. Tutkimusmuodon avulla saadaan yleensä kartoitettua olemassa oleva tilanne, mutta ei pystytä riittävästi avaamaan ja selvittämään asioiden syytä. Laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin, vaan laajempiin ilmiöiden tai tapahtumien teoreettisiin kuvailuun (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85). Laadullinen tutkimus, eli kvalitatiivinen tutkimus puolestaan auttaa enemmän ymmärtämään tutkimuksen kohdetta ja selittämään sen käyttäytymistä ja päätösten syitä. Kvalitatiivisen tutkimuksen otantakanta on yleensä huomattavasti kvantitatiivista tutkimusta pienempi, jolloin kohdetta pyritään analysimaan mahdollisimman tarkasti. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistoa kerätään vähemmän strukturoidusti kuin kvantitatiivisessa, ja aineisto on usein tekstimuodoissa ja vapaampisanaisesti. Aineiston luokittelu, päättely ja tulkinta on pääpiirteittäin samanlaisia niin laadullisessa kuin määrällisessä tutkimuksessa. Kvantitatiivisten vastauksien analysointi on kuitenkin huomattavasti yksiselitteisempää kuin kvalitatiivisten vastauksien analysointi. (Heikkilä 2018, 16 - 18.)

Kvantitatiivinen tutkimus voidaan nähdä prosessina, joka vie läpi vaihe vaiheelta. Määrällistä tutkimusta on verrattu junaan, joka lähtee asemalta ja kulkee ennalta määritellyä reittiä pitkin perille määräasemalle ja jos jokin vaihe ei onnistu on palattava takaisin lähtöasemalle. Laadullinen tutkimus on joustavampi, sillä siinä voidaan aina palata takaisin prosessin edeltävään vaiheeseen. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on kyse esimerkiksi kirjanpitotekniikkaan rinnastettavasta prosessista, jota säätelevät säännöt ja sopimukset. Määrällisessä tutkimuksessa tutkimusaiheet vaihtelevat kuten kirjanpidossa kirjanpidon kohteena olevat yritykset. Kvantitatiivinen tutkimus on helppo tutkimuksen muoto, jos noudattaa tieteellisen tutkimuksen sääntöjä ongelman määrittelyssä, kysymysten laadinnassa, tiedonkeruussa ja tietojen analysoinnissa. Tiedonkeruumenetelmät ovat helppoja ja siinä vaiheessa, kun aineisto on kerätty, voidaan sanoa suurimmanosan työstä olevan jo tehtynä. Aineistoa käsitellään tilastotieteen analyysimenetelmien mukaisesti ja tulokset tehdään tiukkojen

sääntöjen vastaisesti. Mitään ei saa jättää kirjoittajan oman tulkinnan varaan, sillä menetelmät ohjaavat ja määräävät prosessin eri vaiheet. (Kananen 2011, 20.)

Tutkimuksen tarkoituksena oli saada mahdollisimman todenmukaista ja luotettavaa tietoa, joten tähän tarkoitukseen käytimme validiteetti- ja reliabiliteettikäsitteitä, jotka molemmat tarkoittavat luotettavuutta. Validiteetti tarkoittaa sitä, että mitataan ja tutkitaan oikeita asioita tutkimusongelman kannalta ja reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten pysyvyyttä. Näillä voidaan erottaa useita alaluokituksia. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan parantaa kiinnittämällä huomiota validiteetti- ja reliabiliteettikysymyksiin. Kun on kyseessä kvantitatiivinen opinnäytetyö niin pitää arvioida työn luotettavuutta. Laadullisessa tutkimuksessa näillä kahdella ei ole niin suurta osaa tutkimuksen kannalta. (Kananen 2011, 118.)

5.4 Kyselylomake

Kyselylomake on kysely- ja haastattelututkimusten yksi olennaisin osatekijä. Nykypäivän tietokoneavusteinen teknologia on mahdollistanut sen, että entistä useammin paperilomakkeiden sijaan kyselylomakkeet saadaan tietokoneiden ruuduille. Sähköiset lomakkeet mahdollistavat tietokannan laaja-alaisuuden, sekä helppokäyttöisyyden. Internetissä täytettyjen lomakkeiden vastaukset saadaan suoraan tilasto-ohjelmaan, mikä helpottaa vastausten analysointia ja käsittelyä. Hyvän tutkimuslomakkeen tunnusmerkkejä ovat tutkimuslomakkeen selkeys, siisteys ja houkuttelevuus, kysymysten oikein asettelu, selkeät vastausohjeet, kyselyn pituus, sekä kysymysten looginen eteneminen ja ryhmittely. (Heikkilä 1998, 47 - 48.)

Tutkimuksemme sisältää avoimia-, suljettuja-, sekä sekamuotoisia kysymyksiä, ja mielipideväittämiä. Avoimet kysymykset ovat tarkoituksenmukaisia silloin, kuin vaihtoehtoja ei tarkkaan tunneta etukäteen, tai halutaan antaa vastaajalle vapaamuotoisempi mahdollisuus vastata. Avoimille kysymyksille on tyypillistä, että voidaan saada vastauksia, joita ei ole etukäteen huomattu ja niiden avulla voidaan saada helposti uusia näkökantoja ja parannusehdotuksia. Suljetuissa kysymyksissä vastausvaihtoehdot ovat etukäteen rajatut, ja ne ovat tarkoituksenmukaisia silloin, kun vastausvaihtoehdot tiedetään etukäteen. Suljettuihin kysymyksiin vastaaminen on nopeampaa, ja tilastollinen tutkiminen ja käsittely vaivattomampaa. Sekamuotoiset kysymykset toimivat suljettujen kysymysten kaltaisesti, mutta viimeiseksi vastausvaihtoehdoksi on annettu vapaamuotoinen vastausvaihtoehto, mikäli sopivaa vastausta ei löydy etukäteen laadituista vaihtoehdoista. Mielipideväittämissä suosittu asteikkomuoto on Likertin asteikko. Likertin asteikossa on tavallisesti 4- tai 5-portainen järjestysasteikko, jossa esimerkiksi 1 on täysin erimieltä, 2 jokseenkin erimieltä, 3 en osaa sanoa, 4 jokseenkin samaa mieltä ja 5 täysin samaa mieltä. Vastaajan tulee valita parhaiten omaa käsitystään vastaava vaihtoehto asteikolta. (Heikkilä 1998, 49 - 54.)

Suljettujen kysymysten muotoa käytimme vastaajien taustatietoja koskeviin kysymyksiin, tällöin olimme suunnitelleet jokaiselle vastaajalle sopivan kysymysvaihtoehdon. Joillekin suljetulle kysymykselle saatoimme jättää myös avoimen vaihtoehdon, johon vastaaja voi vastata oman mielensä mukaan. Tällaisia kysymysvaihtoehtoja kutsutaan sekamuotoisiksi, ja ne toimivat, kun suurin vastaajajoukko soveltuu suljettujen vastausten piiriin, jolloin avoimia vastauksia ei saada niin monia. Täysin

avoimia kysymyksiä käytimme, kun kysymysten vastaukset voivat olla liian laajoja, tai kysymys saattoi olla jatkokysymys edeltävälle suljetulle kysymykselle. Mieliä väittämässä käytimme tavallista 5-portaista järjestysasteikkoa. Järjestysasteikkoa käytimme kysymyksiin, jotka vastasivat esimerkiksi kysymyksiin: ”kuinka todennäköisesti suosittelisit” ja ”miten kiinnostavana pidät”. Järjestysasteikkoa seuraavat avoimet kysymykset ”miksi?”, jotta tuloksista saataisiin analysoitua kehityskohteita.

5.5 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Tutkimus on luotettava ja eettinen, ja siitä on tehty tietosuojalomake, joka varmistaa, että vastaajien henkilökohtaiset tiedot pysyvät salassa, eikä yksityisyyttä loukata millään tavalla. Tutkimustulosten luotettavuus edellyttää tieteen hyvien käytäntöjen tuntemista ja sen noudattamista. Tieteellisen toiminnan yleinen hyväksyttävyyden edellyttää eettisten näkökohtien huomioon ottamista. Tieteen hyvät käytännöt ovat pitkälti vakiintuneita ja niiden tunteminen on osa jatkokoulutusta. Uudet tutkimuksen muodot ja mahdollisuudet herättävät kuitenkin lisää kysymyksiä. (Etiikka.fi, julkaisuaika tuntematon.) Eettinen tutkimus on laadukasta, luotettavaa, avointa, rehellistä, ja se parantaa tutkimuksen laatua. Jos tutkimus ei ole eettinen, sitä ei voida pitää luotettavana.

Tutkimuksen tasoa, johtopäätösten pätevyyttä ja tutkimuksen luotettavuutta tulee arvioida koko tutkimusprosessin ajalta saadakseen luotettavan tutkimuksen. Yksi tapa lisätä tutkimuksen luotettavuutta on käyttää tutkimuksessa erilaisia tietoja, teorioita, näkökulmia ja analyyttisiä menetelmiä. Luotettavuuden arviointi on mahdollista yhdistämällä tulokset tutkimusongelmiin ja niiden ratkaisuun käytettyihin menetelmiin eli tarkastelemalla tutkijan matkaa kokonaisuutena askel askeleelta ja pohtimalla, oliko polku sopiva halutun tavoitteen saavuttamiseksi.

6 TUTKIMUSTULOKSET

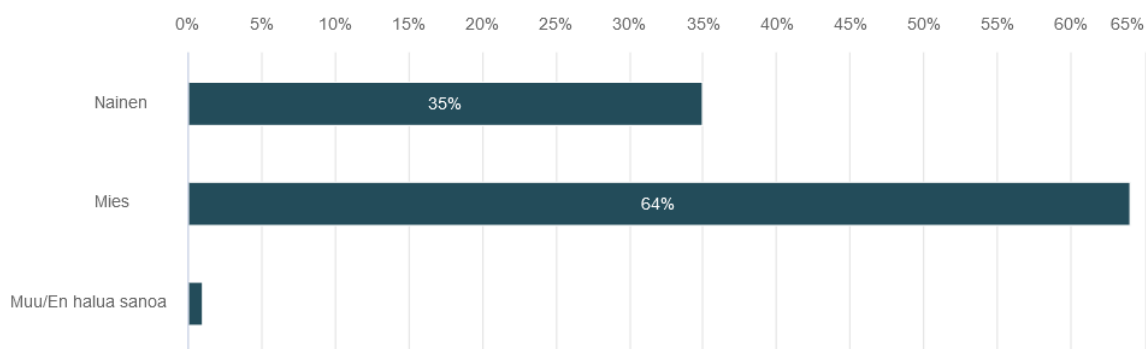
6.1 Tutkimuksen yleistiedot

Tutkimukseen tehty kysely lähetettiin sähköpostite 650:lle SF-Caravan Ylä-Savo -yhdistyksen jäsenelle. Jäsenistä yhteensä 189 jäsentä avasi kyselyn, 128 aloitti tekemään kyselyä, mutta heistä vain 109 teki kyselyn loppuun asti. Näin ollen kaikista jäsenistä laskettuna vastausprosentti on 16,8 % kaikista kyselyn vastaanottaneista yhdistyksen jäsenistä. Vastausprosentin jäädessä pieneksi kyselystä saatuja vastauksia ei voida yleistää koskemaan koko yhdistystä. Tällöin puhumme vastauksia purkaessa vastaajajoukosta, emmekä koko jäsenistöstä.

Vastausajat vaihtelivat kahdesta minuutista 142 minuuttiin, joista kyselyn tekemisen keskiarvoksi laskettiin 11,2 minuuttia. Kyselyn tultua sähköpostiin toukokuussa 2022 jäsenillä oli yksi kuukausi aikaa vastata kyselyyn. Suurin osa vastanneista vastasi kyselyyn jo ensimmäisen päivän aikana, kun he vastaan ottivat kyselyn. Tästä voidaan päätellä, että suurimmalle osalle vastanneista jäsenistä kysely on ollut mielenkiintoinen.

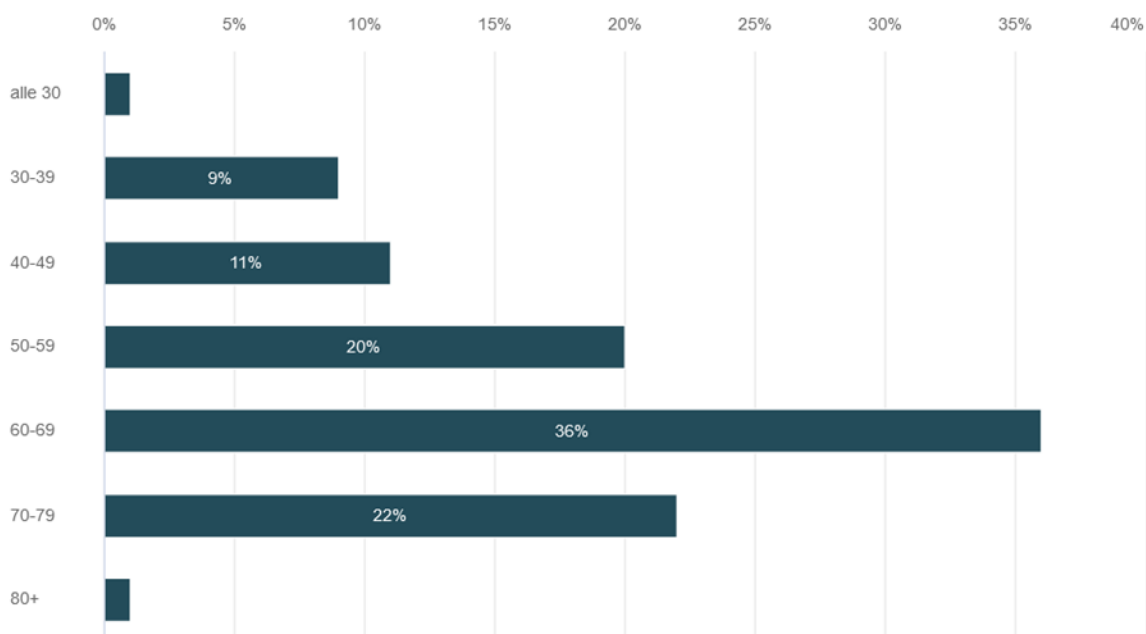
6.2 Vastaajien taustatiedot

Tuloksia havainnoimalla nähdään, että tutkimuksen vastaajajoukko koostuu suurimmilta osin yli keski-ikäen ylittäneistä miehistä. Vastaajajoukosta 64 % ovat miehiä, 35 % naisia, ja 1 % muu/en halua sanoa (ks. kuva 1).



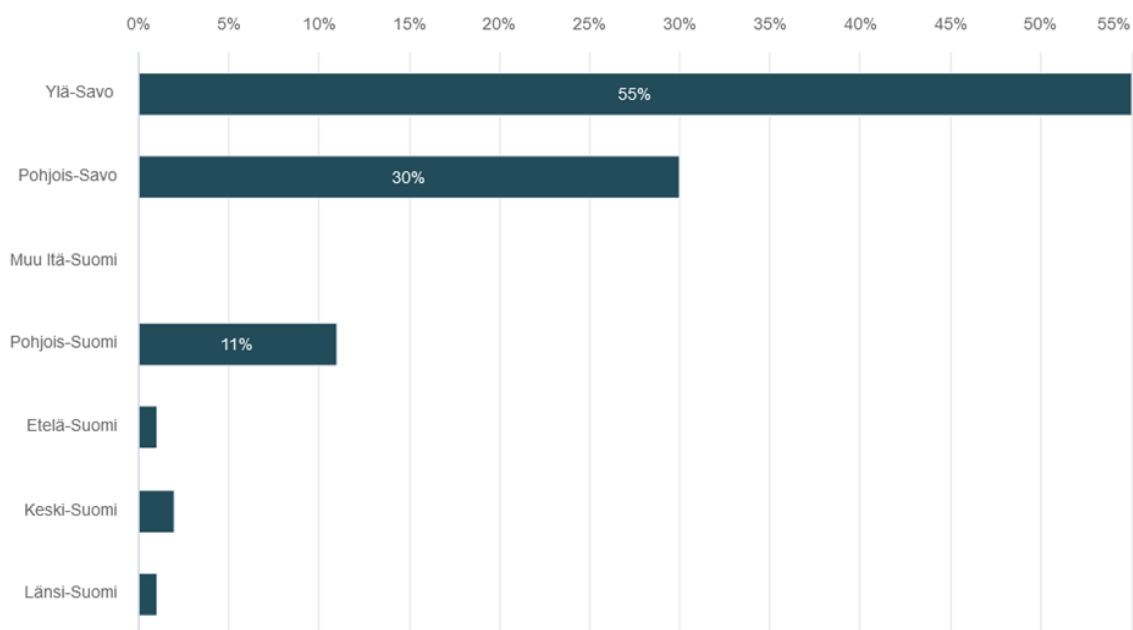
KUVA 1. Vastaajien sukupuoli jakauma (n=109)

Vastanneista suurin osa, eli 36 % ovat 60 - 69-vuotiaita. Toiseksi suurimmat ikähaarukat ovat 70 - 79-vuotiaat ja 50 - 59-vuotiaat (ks. kuva 2). Tilastosta pystymme havainnoimaan, että suurin osa vastaajajoukosta koostuu yli keski-ikäen ylittäneistä. Sosioekonominen taustaltaan jäsenistä yli puolet (52 %) on eläkkeellä, 45 % töissä käyviä ja 3 % työttömiä.



KUVA 2. Vastaajajoukon ikäjakauma (n=109)

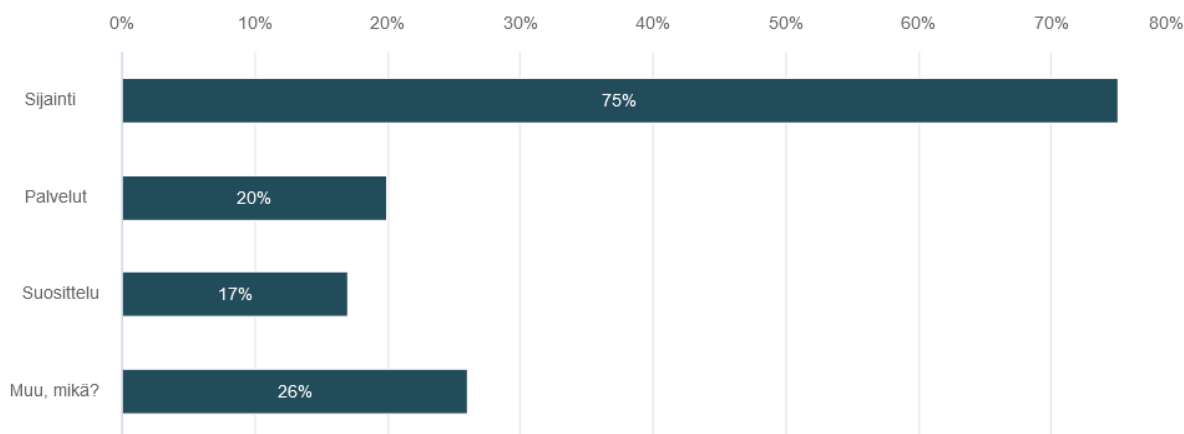
Vähän yli puolet kyselyyn vastanneista tulevat Ylä-Savon alueella, jossa itse SF-Caravan Ylä-Savo ry:n kotipaikka leirintä- ja matkailualue Hiilimutka sijaitsee. Toiseksi suurin jäsenmäärä (30 %) on kotoisin Pohjois-Savosta (ks. kuva 3). Vastaajista lähes puolet (40 %) matkustaa leirintä- ja matkailualueilla enemmän kuin kuusi (6) kertaa vuodessa ja 33 % matkustaa 3 - 5 kertaa vuodessa. Suurin osa vastanneista (67 %) matkustaa puolisonsa kanssa, 25 % perheen kanssa, sekä 6 % ystäviensä kanssa.



KUVA 3. Vastaajajoukon asuinalue (n=108)

6.3 Leirintä- ja matkailualue Hiilimutka

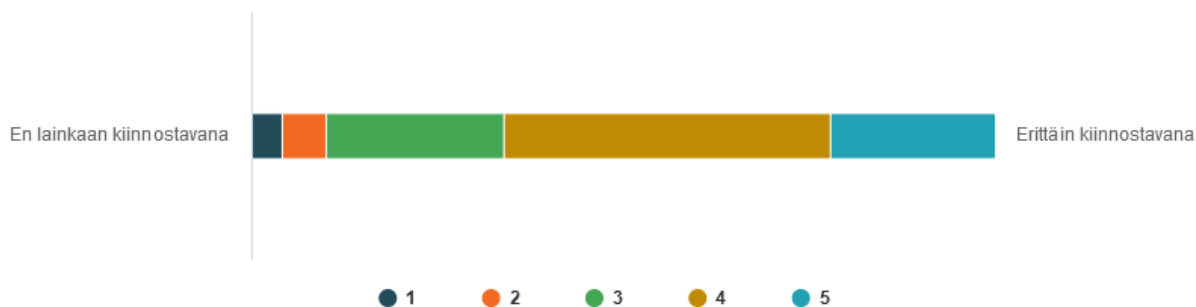
Suurin motivaatiotekijä matkaajilla leirintäaluetta kohtaan on paikan sijainti. Vastaajista 81 % ovat joskus käyneet leirintä- ja matkailualue Hiilimutkassa Vieremällä. Lähes neljäsosaa kävijöistä houkuttelivat leirintäalueen palvelut ja 17 %:lle leirintäalue Hiilimutkaa oli suositeltu (ks. kuva 4). Muita syitä kiinnostukselle paikkaa kohtaan olivat mm. oman yhdistyksen alue, tapahtumat, hyvät kalastuspaikat, rauhallinen sijainti, sekä ystävät.



KUVA 4. Hiilimutkan vetovoima (n=93)

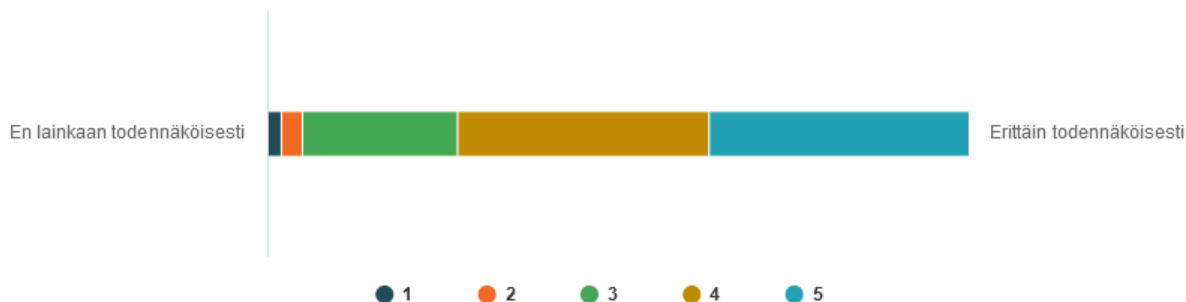
Puolet vastanneista on käynyt leirintä- ja matkailualueella yli 10 kertaa, 27 % 1 - 2 kertaa, 12 % 3 - 4 kertaa, ja 11 % 5 - 10 kertaa. Kävijöistä 85 % ovat käyneet leirintäalueella muutamien vuosien sisällä, 2020 - 2022 luvun puolella. Loput (15 %) kävijöistä ovat käyneet ennen vuotta 2019 tapahtunutta Covid-19 pandemiaa, jolloin matkustaminen oli kiellettyä, tai muutama vuosi ennen sitä. Neljäsosa, eli 25 % vastaajista eivät ole koskaan vielä käyneet leirintä- ja matkailualue Hiilimutkassa. Syitä vastaajien mukaan ovat olleet Covid-19 pandemia, eripurat porukoiden välillä, sekä matkailun suuntaavuus kauemmas pohjoiseen tai etelään.

Kyselyssä saimme selville, että 22 %, pitävät leirintäaluetta erittäin kiinnostavana, 44 % kiinnostavana, 23,9 % melko kiinnostavana, 6,4 % ei niin kiinnostavana ja 3,7 % ei lainkaan kiinnostavana (ks. kuva 5). Lähes 80 % vastanneista tarvitsevat heidän odotusten ylittäviä vetovoimia ja motivaatiotekijöitä, jotta heidän kiinnostuksensa leirintäaluetta kohtaan saataisiin erittäin kiinnostavaksi.



KUVA 5. Leirintä- ja matkailualue Hiilimutkan kiinnostavuus vierailukohteena (n=109)

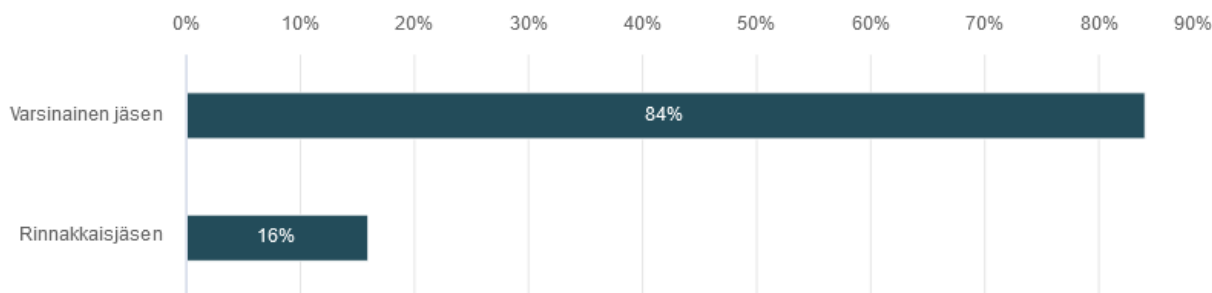
Seuraavassa porraskaaviossa näemme, miten todennäköisesti kyselyyn vastanneet jäsenet suosittelisivat leirintä- ja matkailualue Hiilimutkaa toisille ihmisille (ks. kuva 6). Suurin osa (37,6 %) matkailu- ja leirintäalue Hiilimutkassa matkanneista asiakkaista suosittelisivat leirintäaluetta erittäin todennäköisesti. 35,8 % todennäköisesti, 22 % melko todennäköisesti, 2,8 % ei niin todennäköisesti, ja 1,8 % ei lainkaan todennäköisesti. Syitä paikan suosittelulle ovat mm. alueen rauhallisuus, hienot maisemat, mukava paikka, ystävällinen henkilökunta, hyvät ja vapaa-ajan vietto mahdollisuudet, siisti ja hyvin hoidettu alue, sekä hyvä sauna ja ranta. Parannettavaa alueella vastaajien mukaan on aktiiviteettien niukkuudessa, ulkoilu-, retkeily ja lenkkeilymaastoissa, minimaalisissa harrastemahdollisuuksissa ja alueen uusiutumisessa.



KUVA 6. Leirintä- ja matkailualue Hiilimutkan suositteluhalukkuus (n=109)

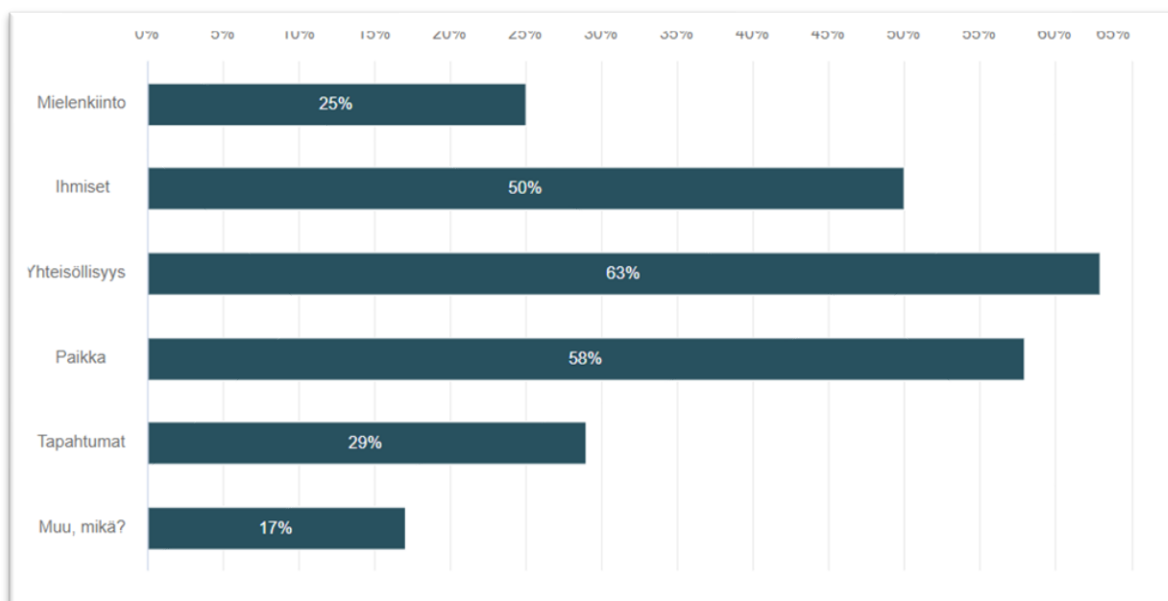
6.4 Toiminta yhdistyksessä

Kaikki tutkimukseen vastanneista ovat SF-Caravan Ylä-Savo ry:n jäseniä, mutta kyselyssä tarkensimme, että suurin osa vastaajajoukosta on varsinaisjäseniä ja 16 % ovat rinnakkaisjäseniä (ks. kuva 7). Yhdistyksellä on yhteensä noin 870 varsinais- ja 70 rinnakkaisjäsentä.



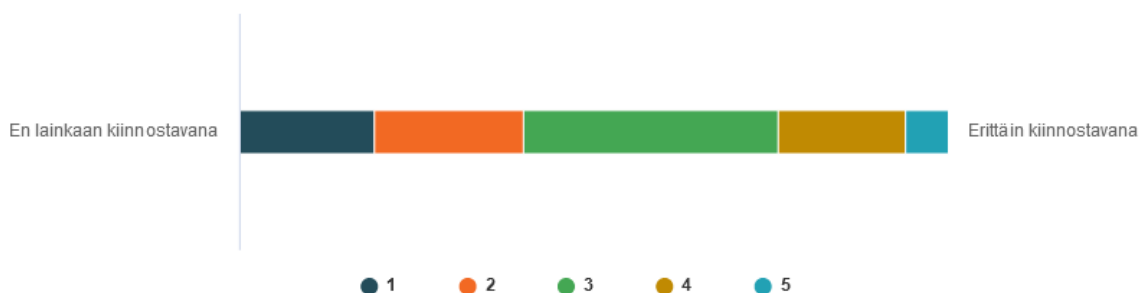
KUVA 7. Vastaajajoukon jäsenyysjakauma (n=109)

Jopa 84 % vastaajajoukosta eivät ole aktiivisesti mukana yhdistyksen toiminnassa, ja vain 16 % on aktiivisesti mukana. Suurimmat tekijät aktiivisuuden ylläpitämiseen vastanneilla ovat yhdistyksen yhteisöllisyys, paikka ja ihmiset (ks. kuva 8). Loput vastanneista ovat vastanneet ”muu, mikä?”. Tässä mitä he ovat kirjoittaneet; ”Tutustuminen muihin jäseniin”, ”Täytyi valita joku yhdistys liittyessä SF-caravaanariksi, tämä oli lähin”, ”Oma vaunu.” ja ”Hiilimutkalla on potentiaalia kehittyä”. Kysyimme myös heiltä, jotka eivät ole aktiivisia yhdistyksen toiminnassa, miksi he eivät ole aktiivisia. Suurimpina syinä olivat välimatkan pituus, ajan puute, haluttomuus osallistua yhdistystoimintaan, sekä halu avoimempaan toimintakulttuuriin. Valtaosa (59 %) vastanneista eivät osallistu yhdistyksen järjestämiin vuosikokouksiin. Vuosikokouksiin osallistuu 21 % satunnaisesti, ja vain 20 % osallistuu aktiivisesti vuosikokouksiin. Kyselyssä selvitimme myös, kuinka kauan jäsenet ovat olleet yhdistyksen jäseniä. Vastauksia oli laidasta laitaan. Joukosta löytyi paljon alusta asti mukana olleita, sekä paljon uudempia tulokkaita, jotka ovat olleet alle vuoden jäseniä. Kesiarvoksi yhdistyksen jäsenenä olemiselle laskimme 9,2 vuotta.



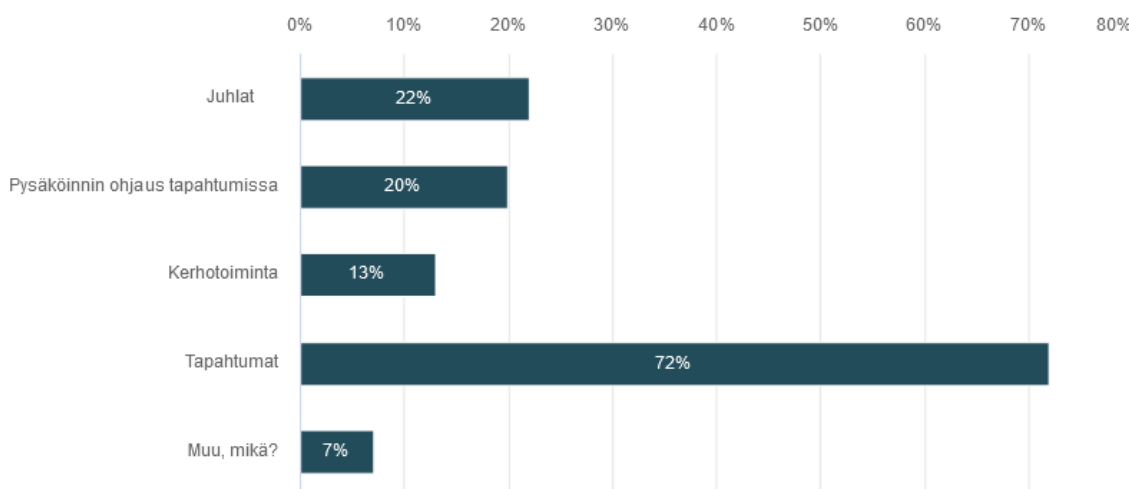
KUVA 8. Motivaatiotekijät aktiivisena pysymiseen (n=24)

Seuraavassa porraskaaviossa näemme kuinka kiinnostavana vastanneet jäsenet kokevat yhdistyksen toiminnan (ks. kuva 9). Tämä kysymys on selkeästi jakanut enemmän mielipiteitä, kuin edelliset kysymykset. Vain 6,4 % vastanneista pitävät yhdistystoimintaa erittäin kiinnostavana. Vastaajajoukosta 17,4 % pitävät yhdistystoimintaa kiinnostavana, 35,8 % melko kiinnostavana, 21,1 % ei niin kiinnostavana ja 19,3 % ei lainkaan kiinnostavana. Tästä voimme päätellä, että yhdistyksellä on vielä työstettävää, jotta jäsenet kokisivat sen kiinnostavampana heille.



KUVA 9. Yhdistystoiminnan kiinnostavuus (n=109)

Jotta jäsenistä voidaan saada aktiivisempia, halusimme selvittää yhdistyksen jäsenten mielipiteen siitä, missä asioissa yhdistys voisi olla mukana tulevaisuudessa. Selkeästi eniten vastanneet ovat olleet sitä mieltä, että yhdistys voisi olla mukana erilaisissa tapahtumissa. Juhlat, pysäköinnin ohjaus tapahtumissa ja kerhotoiminta ovat saaneet aika tasaisesti ääniä. Loput 7 % vastasi "muu, mikä?". Heidän vastauksensa ovat: "Torilla kertomassa toiminnasta", "Markkinointi talousalueen tapahtumissa", "En tiedä" ja "En osaa sanoa..." (ks. kuva 10).



KUVA 10. Muu toiminta missä yhdistys voisi olla mukana (n=60)

1.1 Vastaajien vapaa sana

Kyselymme lopussa annoimme vastanneille vapaan sanan, sekä tilaisuuden antaa kehitysehdotuksia SF-Caravan Ylä-Savo -yhdistykselle ja leirintä- ja matkailualue Hiilimutkalle. Yhteensä 24 vastaajaa antoi kehitysehdotuksia/vapaasanan yhdistyksestä (liite 3) ja 46 vastaajaa antoi kehitysehdotuksia/vapaan sanan leirintä- ja matkailualue Hiilimutkasta (liite 4). Vastauksia ja kehitysehdotuksia oli monipuolisesti ja kattavasti. Vastanneet toivovat yhdistykseltä jämäkkyyttä ja sitoutumista hallitus työskentelyyn, sekä avoimuutta ja ajantasaisuutta. Joillekin jäsenistä olisi tarvetta myös lyhyemmille ja joustavammille sitoutumiskausille, sekä yhdistyksen järjestämille hallituskoulutuksille. Jäsenet toivovat yhdistykselle enemmän näkyvyyttä ja kuuluvuutta vetonaulojen, positiivisten mielikuvien, sekä markkinoinnin kautta. Muutamien vastanneiden mielestä yhdistyksen keskuudessa on havaittavissa ilmapiiriin vaikuttavia negatiivisia tekijöitä, kuten sisäisiä kiistoja ja ulkopuolista syrjintää, jotka vaikuttavat halun olla aktiivisesti mukana yhdistyksen toiminnassa ja leirintäalueella. Muita esteitä aktiivisuudelle on mm. ajan puute.

Kehitysehdotuksia leirintä- ja matkailualue Hiilimutkasta tuli huomattavasti enemmän kuin SF-Caravan Ylä-Savo -yhdistyksestä. Valtaosa vastanneista toivovat alueelle enemmän viihdykkeitä ja aktiviteetteja asiakkaille, varsinkin nuorisolle, lapsiperheille ja perheen pienemmille. "Toivottavasti löytyy jotain koko perheellekin sopivaa tekemistä ja viihdykettä, ettei tarvitse olla pelkästään omassa matkailuautossa koko käynnin ajan. Lisäksi ruokapaikka, josta saa jotain pieniä annoksia tarvittaessa, olisi perheelle extra." (Vastaajan kommentti, liite 4). Ehdotuksia mahdollisille aktiviteeteille ovat mm. bingo, musiikki, lasten leikit, retket lähialueilla, linja-autokuljetukset lähialueen tapahtumiin, ranta-aktiviteetteja, kuten vuokrattavia Sub-lautoja, sekä vaellus- ja lenkkipolkuja.

Vastanneiden mukaan alueen yleisilme kaipaa ehostusta, sekä muutamat paikat alueella, kuten uimaranta ja kesävessat kaipaavat uusimista. Vastanneet toivovat uimarannan siistimistä, sekä hypylaituria, koirille aidattua aluetta sekä enemmän jätepaikkoja, tulipaikkaa ja pihasaunan kunnostamista. Toiveita on myös kioski- tai kahvilatoiminnalle ja laajemmalle myyntivalikoimalle varsinkin sesonkiaikaan, eli kesällä. Lisänä alueelle olisi kävijöiden mieleen vuokrattavaksi suunnattu mökki niillekin matkaajille, joilla ei ole vaunua, asuntoautoa tai muuta yöpymismahdollisuutta. Alue kaipaa lisää erilaista mainontaa, markkinointia ja näkyvyyttä leirintäaluetta kohtaan.

Monet kehittämisehdotukset tuovat esiin varsinkin lasten ja nuorten etuja viihtyvyyden ja uusiutumisen parantamiseksi. Kokonaisuudessaan kehitysehdotukset liittyvät uusien tapahtumien ja aktiviteettien luontiin, sekä alueen jatkuvaan kehittämiseen. Toiveita myös alueen ilmapiirin parantamiseksi oli muutamalla vastaajalla. Hyvä ilmapiiri toisi tasa-arvoisuutta kaikkia asiakkaita kohtaan.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tässä jäsentutkimuksessa halusimme selvittää SF-Caravan Ylä-Savo -yhdistyksen nykyistä tilannetta, jäsenten aktiivisuutta, sekä mahdollisia kehityskohteita yhdistyksessä ja matkailualue Hiilimutkassa. Tutkimustulosten analysoinnin jälkeen voisi sanoa, että yhdistyksen vastaajajoukko ei ole tällä hetkellä kovin aktiivinen, kun katsotaan vastanneiden määrää kokonaismäärästä, jolle kyselylomake lähetettiin. Yli puolet (52 %) vastaajajoukosta on eläkeläisiä, ja suurin osa iältään 60 - 69-vuotiaita. Tästä voimme todeta vastaajajoukon olevan keskimääräisesti vähän vanhempaa ikäluokkaa. Vapaista sanoista (liite 3) voidaan huomata, että monet jäsenistä toivovat alueelle ja yhdistyksen toimintaan mukaan nuorempaa sukupolvea, mutta eivät oikein osanneet antaa konkreettisia ehdotuksia siitä, miten nuorempaa sukupolvea saataisiin aktiivisesti yhdistyksen toimintaan mukaan. Nuoremman sukupolven lisäksi jäsenet toivovat lisää jämmäkyttä ja sitoutumista kaikilta yhdistykseen mukaan liittyneiltä jäseniltä, sekä yleistä avoimuutta kaikkia jäseniä kohtaan. Sitoutumisesta, aktiivisuudesta, sekä yhdistykseen liittyvästä työstä olisi vastaajajoukon mukaan mukava saada jonkinlainen korvaus. Myös lyhyempiä sitoutumiskausia varsinkin kesäajalle voisi saada osan jäsenistä aktiivisemmaksi kyseiselle sitoutumiskaudelle. Mahdollinen yhdistystoiminnan koulutus olisi tarpeen osalle jäsenistä, mikä voisi toimia myös uuden, nuoremman sukupolven sitouttamiseen.

Yli puolet (55 %) vastanneista on Ylä-Savon alueelta, joten enemmistö vastaajajoukosta koostuu lähialueen asukkaista. Suurin osa vastaajajoukosta ovat käyneet leirintä- ja matkailualue Hiilimutkalla Vieremällä, ja ovat kokeneet sijainnin, sekä alueen olevan hyvä ja rauhallinen. Yli puolet vastanneista on käynyt leirintä- ja matkailualue Hiilimutkalla useammin kuin kerran, joten voimme todeta suurimman osan vastaajajoukon kävijöistä pitävän paikasta sen verran, että ovat halunneet palata sinne kerta toisensa jälkeen. Leirintä- ja matkailualue Hiilimutka koetaan kiinnostavana paikkana ja jäsenet voisivat suositella sitä muille ihmisille, tosin joukossa on muutamia vastaajia, jotka ovat näistä kahdesta asiasta eri mieltä.

Vastaajajoukon vapaiden sanojen (liite 4) perusteella leirintä- ja matkailualue Hiilimutka on tykätty ja hyvällä sijainnilla oleva alue. Muutamia negatiivisia palautteita on myös tullut muutamilta yhdistyksen jäseneltä. Eräs vastaaja kommentoi: "Kuppikunnat pitää purkaa.", erään toisen vastaajan mielestä: "Tasapuolisuutta käyttäjiä kohtaan pitää parantaa.". Kommenteista voidaan päätellä, että leirintä- ja matkailualue Hiilimutkalla esiintyy kuppikuntia, joista kaikki jäsenet eivät ole niin hyvillä mielin ja kokevat tämän vuoksi tulevaisuutensa syrjityiksi. Eripuraa jäsenten välillä esiintyy myös. Syrjintä ja negatiivinen ilmapiiri olisi hyvä poistaa alueelta ja yhdistyksestä, jotta kaikki vanhat ja uudet alueen asiakkaat ja yhdistyksen jäsenet kokevat kaikki olonsa tervetulleiksi ja tasa-arvoisiksi.

Leirintä- ja matkailualue Hiilimutkalla on muutamia kehityskohteita, joita kehittämällä alueesta saadaan entistä parempi ja miellyttävämpi paikan vierailijoille. Saimme kyselyn tuloksista apua jäseniltä, mitkä olisivat näitä kehitettäviä kohteita heidän mielestään. Suurimman osan vastanneista mielestä järjestö voisi olla tulevaisuudessa mukana erilaisissa tapahtumissa ja juhlissa. Yksi kehittämisehdotus voisi olla jokin vetonaula, jolla saisi ohikulkijat poikkeamaan alueella, esimerkiksi jotain kioskitointia voisi kehittää. Kioskillla voisi myydä enemmän tuotteita ainakin sesonkiaikaan, ja sinne voisi

ottaa myös nuoria kesätyöntekijöitä töihin. Markkinointia voisi lisätä enemmän niin, että se toisi paikalle enemmän näkyvyyttä esimerkiksi sosiaalisessa mediassa tai lehdistä. Nykyaikoina varsinkin nuorempaa väestöä tavoittaa helpommin ja laajemmin sosiaalisen median verkostojen kautta.

Lisäksi yhdistyksen jäsenet ja alueella vierailleet toivovat alueelle lisää erilaisia aktiviteetteja, etenkin lapsille ja nuorisolle, jotta he viihtyisivät alueella paremmin ja pitempään. Toivottuja aktiviteettejä ovat mm. Sub-lautojen vuokraus mahdollisuus, sekä polkuautorata. Yleistä siisteyttä ja ehostusta voisi alueella myös tehdä, jotta yleinen viihtyvyys saataisiin pidettyä korkealla, esimerkiksi uimaran-
taa ja laituria sekä kesävessoja voisi uusia. Kaikilla alueelle tulijoilla ei ole vaunua, asuntoautoa tai muuta yöpymismahdollisuutta, niin alueelle on toivottu mökkejä, jotta nämäkin matkaajat saisivat yöpymispaikan ja tuntisivat itsensä tervetulleeksi alueelle. Monet jäsenistä toivovat koirille jotain omaa aluetta leirintäalueelta, missä nekin voisivat leikkiä vapaasti ja huoletta. Aktiiviset ulkoilijat ovat toivoneet alueelle erilaisia ulkoilumahdollisuuksia, kuten toimivaa lenkkipolkua tai vaelluspolkua, jossa voisi olla myös tulipaikka matkan varrella. Myös lisää jätepaikkoja kaivattaisiin.

8 POHDINTA

Olimme miettineet yhdessä mistä haluaisimme tehdä opinnäytetyömme ja mikä kiinnostaisi meitä molempia. Halusimme tehdä tämän työn yhdessä, koska tiesimme meitä kiinnostavan samanlaiset aiheet ja koimme, että työn edetessä voisimme oppia toisiltamme uusia asioita. Pyörittelimme mielessämme monenlaisia vaihtoehtoja, mutta mikään ei oikein tuntunut sopivalta. Päätimme mennä kuuntelemaan opinnäytetyö infoa, ja katsoimme siellä esillä olevasta listasta ehdotus vaihtoehtoja. Meille molemmille tämä aihe tuntui selkeältä ja omalta heti kun näimme sen listalla, emmekä edes harkinneet muita vaihtoehtoja vaan laitoimme heti asiasta viestiä, että tämä on se aihe minkä haluamme. Molemmat halusimme tehdä työn, joka olisi hyödyllinen toimeksiantajalle.

Tämän jälkeen kävimmekin videopuhelun toimeksiantajiemme kanssa, ja pääsimmekin heti työntouhuun. Kävimme yhdessä läpi asioita mitä he haluavat, että selvitämme tässä työssä, ja mihin keskitymme. Rupesimme suunnittelemaan mitä haluaisimme tietää ja kysyä yhdistyksen jäseniltä meidän kyselyssämme. Meidän täytyi myös miettiä kuinka monta kysymystä olisi sopiva kysyä, että saamme kaiken tarvittaman tiedon selville, mutta ettei kysely olisi kuitenkaan liian pitkä ja yhdistyksen jäsenet jaksaisivat vastata siihen kunnolla. Kun olimme tehneet suunnitelman mitä kaikkea haluamme kyselylomakkeessa kysyä, kävimme toisen videopuhelun toimeksiantajien kanssa ja katsoimme kyselylomakkeen läpi yhdessä. Toimeksiantajilta saimme muutamia hyviä kehitysehdotuksia ja näin saimme kyselylomakkeesta hyvän ja meidän testattuumme sitä totesimme myös sen olevan hyvän pituinen. Saatekirje tuotti vähän haasteita, sillä kumpikaan meistä ei ollut ennen tehnyt tällaisia tutkimuksia, joihin tarvitsisi tehdä saatekirjettä.

Aloitimme opinnäyteprosessin helmikuun lopulla, jolloin valitsimme aiheemme, teimme työsuunnitelman ja aloitimme kirjoitusprosessin. Laitoimme tavoitteeksemme saada kyselylomake yhdistyksen jäsenten sähköposteihin huhtikuussa, ja heillä olisi aikaa vastata kyselyyn kuukausi. Tämän jälkeen lähtisimme heti käymään tuloksia läpi ja näin ollen sovimme, että saisimme opinnäytetyön valmiiksi alku syksystä. Välillä meinasi tulla ongelmia pysyä aikataulussa, sillä kesällä työskentelimme molemmat ammatillisten harjoittelujemme parissa, joten aikataulumme menivät usein ristiin ja oli vaikea löytää yhteistä aikaa, milloin voisimme työstää opinnäytetyötämme. Mutta mielestämme hankaluuksista huolimatta pysyimme hyvin aikataulussa ja saimme opinnäytetyömme ajallaan valmiiksi.

Yhteistyömme onnistui erittäin hyvin ja saimme toisiltamme uusia ideoita opinnäytetyön toteutukseen. Molemmat panostivat tähän työhön yhtä lailla ja sovimmekin aina yhteisiä hetkiä, milloin koontuisimme tekemään opinnäytetyötä ja mietimme aina etukäteen ennen tapaamisiamme mitä kävisimme milläkin kertaa läpi. Ajatuksena yhdessä työn tekemiselle oli se, että molemmat tekisivät työtä saman verran, voisimme kysyä toisiltamme apua, sekä vaihdella mielipiteitä ja uusia ideoita työn edetessä. Suurimmalta osalta teoriaan löytyi hyvin kirjallisuutta, sekä muita aineistoja, joita käytimme hyödyksi tiedon löytämisessä. Joihinkin aiheisiin, kuten tietoa karavaanareista ei löytynyt kirjoista, tai edes internetistä. Valitettavasti joistakin aiheista löytyi vain materiaaleja vanhoista kirjallisuuslähteistä, mutta hyödynsimme näitä lähteitä joka tapauksessa, koska koimme sen kuitenkin olevan hyvää ja edelleen pätevää materiaalia.

Kumpikaan meistä ei ole koskaan aiemmin tehnyt mitään tämän kaltaista kehitystutkimusta, joten olimme paljon kyseisen opinnäytetyöprosessin edetessä. Mielestämme tulosten läpi käyminen oli hyvin mielenkiintoista, sillä aloitettuumme opinnäytetyön SF-Caravan Ylä-Savo ry, sekä leirintä- ja matkailualue Hiilimutka olivat molemmille aika tuntemattomia paikkana ja yhdistyksenä. Näin ollen saimme jäseniltä tietoa, minkälainen leirintäalue ja yhdistys heidän mielestään on, ja mitä kehitettävää tutkimuskohteillamme on. Halusimme saada kyselyssämme tietoa siihen, miten ja mitä kehitettävää yhdistyksellä ja leirintä- ja matkailualueella on, jotta toimeksiantajat pystyisivät kehittämään jäsenten aktiivisuutta, sekä leirintä- ja matkailualueen viihtyvyyttä jäsenille ja matkailijoille mieluisaksi. Opinnäytetyömme on hyödyllinen toimeksiantajille, koska tulosten myötä leirintäalue ja yhdistys pystyy kehittämään toimintaansa, ja vastaamaan kaikenikäisten jäsenten tarpeisiin ja haluihin vielä entistä paremmin.

Jäsenistä vain 16,8 % vastasi kyselyyn, joka on noin viidesosa kaikista, joille kysely oli lähetetty. Näin ollen tutkimustuloksissa täytyy ottaa huomioon, että vastaukset eivät koske koko jäsenistön mielipiteitä vain ainoastaan heidän, jotka ovat kyselyyn vastanneet. Kuitenkin tästä huolimatta saimme hyvin tietoa, sekä tärkeitä mielipiteitä ja kommentteja, joilla leirintä- ja matkailualue Hiilimutkaa ja yhdistystä pystytään kehittämään parempaan päin. Tavoitteena oli, että alue saisi lisää jäseniä ja nykyiset jäsenet saataisiin aktiivisemmin osallistumaan yhdistyksen toimintaan ja vierailemaan leirintä- ja matkailualueella. Mahdollinen jatkotutkimus yhdistyksestä ja leirintäalueesta voisi kartoittaa jäsenten aktiivisuuden tilaa, sekä leirintäalueessa tehtyjen muutosten vaikutusta matkailun määrään muutamien vuosien päästä, onko muutoksia jäsenten mielestä tapahtunut, ja onko jäsenistä muutoksien ohella saatu aktiivisempia.

LÄHTEET

- Business Finland julkaisuaika tuntematon. Kestävä kehitys ja tulevaisuuden trendit. Verkkojulkaisu. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/kulttuurimatkailu/culture-creators/kestava-kehitys-ja-tulevaisuuden-trendit> Viitattu 21.4.2022.
- Caravan leirintäopas 2018. Hiilimutkassa viihdytään, leirintäalueiden esittelyt. Verkkojulkaisu. <https://leirintaopas.fi/pohjois-savo/hiilimutkassa-viihdytaan> Viitattu 8.4.2022.
- Definitions julkaisuaika tuntematon. Customer experience sanakirja. Verkkojulkaisu. <https://www.definitions.net/definition/customer%20experience> Viitattu 24.3.2022.
- Etiikka.fi julkaisuaika tuntematon. Tutkimusetiikka. Verkkojulkaisu. <https://etiikka.fi/tutkimusetiikka/> Viitattu 8.4.2022
- Finder julkaisuaika tuntematon. SF-Caravan Ylä-Savo ry. Verkkojulkaisu. <https://www.finder.fi/J%C3%A4rjest%C3%B6t+yhdistykset+ja+s%C3%A4%C3%A4ti%C3%B6t/SF-Caravan+Ylä-Savo+ry/Iisalmi/yhteystiedot/415588> Viitattu 8.4.2022
- Grönroos, Christian 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: Talentum. Viitattu 5.4.2022
- Heikkilä, Tarja 1998. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Publishing Oy. Viitattu 8.4.2022.
- Kananen, Jorma 2011. Kvantiteettisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy. Viitattu 21.4.2022
- Karusaari, Riitta & Nylund, Anu 2010. Matkailu on Cool. Helsinki: WSOYpro. Viitattu 21.4.2022.
- Killström, Minna 2020. Vetoa tunteisiin. Helsinki: Alma Talent Oy. Viitattu 24.3.2022.
- Komonen, Pauli 2021. Viisi kuluttajatrendiä vuodelle 2022: DIY-matkailusta notkeampiin elämäntyyliin. Artikkelit 05.10.2021. <https://www.vttresearch.com/fi/uutiset-ja-tarinat/viisi-kuluttajatrendia-vuodelle-2022-diy-matkailusta-notkeampiin-elamantyyliin> Viitattu 21.4.2022.
- KSL opintokeskus, Yhdistystoiminnan kehittämisen opas 2018. Pdf-tiedosto. Julkaisuaika tuntematon. <https://www.ksl.fi/materiaaleja/julkaisut/yhdistystoiminnan-kehittamisen-opas/>. Viitattu 30.3.2022.
- Kurki, Leena 2008. Innostava matkailu. Sosiokulttuurinen innostaminen ja vapaa-aika. Helsinki: Oy FINN LECTURA Ab. Viitattu 11.4.2022.
- Loimu, Kari 2013. Yhdistystoiminnan käsikirja. Helsinki: Sanoma Pro Oy. Viitattu 21.4.2022.
- Löytänä, Janne & Korteso, Katleena 2011. Asiakaskokemus palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum. Viitattu 24.3.2022.
- Partanen, Silja & Mauranen, Tapani 2013. Loma edessä, mökki takana. Hämeenlinna: SF-Caravan. Viitattu 24.3.2022.
- Saarinen, Jarkko & Järviluoma, Jari 2002. Luonto matkailukohteena: virkistystä ja elämyksiä luonnosta. Rovaniemi: Rovaniemen painatuskeskus Oy. Viitattu 21.4.2022.
- SF-Caravan 2022a. Järjestö kotisivut. Verkkojulkaisu. <https://www.karavaanarit.fi/sf-caravan-ry/sf-caravanry/> Viitattu 24.3.2022.

SF-Caravan 2022b. Vankkurihymiö. Verkkojulkaisu. <https://www.karavaanarit.fi/leirintamatkailu/leirinta-suomessa/vankkurihymio/> Viitattu 8.4.2022.

Smeds, Mirva 2019. Monikanavainen asiakaskokemus goes digital. Puun ja digibitin välissä blogi. 26.2.2019. <https://blogi.eoppimispalvelut.fi/digiwander/tag/asiakaskokemuksen-tasot/> Viitattu 24.3.2022.

Suomen ympäristö, Suomen leirintämatkailun nykytila ja kehittämisenäkymä 2003. Pdf-tiedosto. Julkaistu 30.5.2003. https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/40551/SY_641.pdf?sequence=1&isAllowed=y/ Viitattu 24.3.2022.

Tilastokeskus julkaisuaika tuntematon. Matkailu. Verkkosivu. <https://www.stat.fi/meta/kas/mat-kailu.html> Viitattu 21.4.2022.

Trustmary 2022. Asiakaskokemuksen määritelmä – mitä asiakaskokemus on, miten se rakentuu ja miten sitä johdetaan? Verkkojulkaisu. <https://trustmary.com/fi/asiakaskokemus/asiakaskokemuksen-maaritelma-mita-asiakaskokemus-on/> Viitattu 24.3.2022.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Tammi. Viitattu 11.4.2022.

Välke, Olli & Miettinen, Lasse 2013. Yhdistystoimijan opas. Helsinki: Vihreä sivistysliitto ry. Viitattu 24.3.2022.

LIITE 1: SAATEKIRJE

Arvoisa SF-Caravan Ylä-Savon ry:n jäsen!

Oletko tyytyväinen SF-Caravan Ylä-Savo ry:n toimintaan ja leirintäalue Hiilimutkan palveluihin? Vastaa kyselyyn ja vaikuta toimintojen kehittämiseen.

SF-Caravan Ylä-Savo ry haluaa kehittää toimintaansa ja leirintäalue Hiilimutkan palveluja. Siksi mielipiteesi on meille arvokas.

Vastatessasi kyselyyn voit myös osallistua arvontaan, jossa voit voittaa kahden vuorokauden lahjakortin leirintäalue Hiilimutkaan! Lahjakortti sisältää karavaanaripaikan valosähköllä, sekä saunan. Arvonnan henkilötietoja ei käytetä kyselyssä.

Olemme kolmannen vuoden restonomiopiskelijoita Savonia-ammattikorkeakoulusta. Teemme kyselyn opinnäytetyönämme. Kyselyn tulokset julkaistaan siten, ettei yksittäistä vastausta niistä voida tunnistaa. Ohessa liitteenä tietosuojailmoitus.

Annamme mielellämme lisätietoja tarvittaessa. heini.kainulainen@edu.savonia.fi/emilia.holopainen@edu.savonia.fi

Kyselyyn pääset tästä linkistä:

Kyselyyn vastaaminen vie vain noin 5 minuuttia ja vastaaminen on mahdollista 20.4.-20.5.2022.

Kiitämme vastauksistasi ja opinnäytetyömme edistämisestä jo etukäteen!

Aurinkoisin terveisin,

Emilia Holopainen ja Heini Kainulainen

Savonia-amk, restonomiopiskelijät

LIITE 2 KYSELYLOMAKE

SF-Caravan Ylä-Savo jäsentutkimus 2022

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Taustatiedot

1. Ikä *

- alle 30
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60-69
- 70-79
- 80+

2. Sukupuoli *

- Nainen
- Mies
- Muu/En halua sanoa

3. Kuinka usein käytät leirintäaluetta majoittumiseen? *

- 1-2 kertaa vuodessa
- 3-5 kertaa vuodessa
- Enemmän kuin 6 kertaa vuodessa

4. Kenen kanssa matkustat pääsääntöisesti?

Voit valita yhden tai useamman vastaus vaihtoehdon *

- Yksin
 - Puolison kanssa
 - Perheen kanssa
 - Ystävien kanssa
 - Muu
-

5. Sosioekonominen tausta? *

- Toisssä
- Työtön
- Eläkeiläinen
- Opiskelija

6. Asuinpaikka?

- Ylä-Savo
- Pohjois-Savo
- Muu Itä-Suomi
- Pohjois-Suomi
- Etelä-Suomi
- Keski-Suomi
- Länsi-Suomi

Leirintä- ja matkailualue Hiilimutka

7. Hiilimutka on SF-Caravanin leirintäalue Vieremällä. Millainen mielikuva sinulla on leirintäalueesta? *

8. Oletko käynyt leirintä- ja matkailualue Hiilimutkassa? *

- Kyllä
 En

9. Jos olet, mikä sai sinut kiinnostumaan Hiilimutkasta?
Voit valita yhden tai useamman vastaus vaihtoehdon

- Sijainti
 Palvelut
 Suosittelu
 Muu, mikä? _____

10. Kuinka usein olet käynyt?

- 1-2 kertaa
 3-4 kertaa
 5-10 kertaa
 Yli 10 kertaa

11. Milloin kävit viimeksi?

12. Jos et ole käynyt, miksi et ole käynyt?

13. Miten kiinnostavana vierailukohteena koet leirintä- ja matkailualue
Hiilimutkan? *

	1	2	3	4	5	
En lainkaan kiinnostavana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin kiinnostavana

14. Miten todennäköisesti suosittelisit leirintäaluetta? *

	1	2	3	4	5	
En lainkaan todennäköisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin todennäköisesti

15. Miksi?

16. Kehitysehdotukset/vapaasana koskien leirintä-aluetta?

SF-Caravan Ylä-Savo yhdistys

17. Oletko? *

- Varsinainen jäsen
 Rinnakkaisjäsen

18. Kuinka kauan olet ollut jäsenenä? *

19. Oletko aktiivisesti mukana yhdistyksen toiminnassa? *

Kyllä

En

20. Jos olet, mikä motivoi sinua pysymään aktiivisena?
Voit valita yhden tai useamman vastaus vaihtoehdon

Mielenkiinto

Ihmiset

Yhteisöllisyys

Paikka

Tapahtumat

Muu, mikä? _____

21. Jos et ole, miksi et/mikä saisi sinusta aktiivisemmän?

22. Osallistutko yhdistyksen vuosikokouksiin? *

Kyllä, aktiivisesti

Kyllä, satunnaisesti

En

23. Missä muussa toiminnassa yhdistys voisi olla mukana?

Voit valita yhden tai useamman vastaus vaihtoehdon

- Juhlat
- Pysäköinnin ohjaus tapahtumissa
- Kerhotoiminta
- Tapahtumat
- Muu, mikä? _____

24. Kuinka kiinnostavana koet yhdistystoiminnan? *

	1	2	3	4	5	
En lainkaan kiinnostavana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin kiinnostavana

25. Kehitysehdotuksia/vapaasana koskien yhdistystä

Osallistuminen arvontaan

26. Mikäli haluat osallistua leirintäalue Hiilimutkan lahjakortin arvontaan, jätäthän yhteistietosi

Etunimi

Sukunimi

Matkapuhelin

Sähköposti

LIITE 3: VAPAA SANA SF-CARAVAN YLÄ-SAVO RY.

"En osaa sanoa."

"Olkaa ajan hermolla"

"Lyhyen jäsenyyden vuoksi en osaa sanoa kehitysehdotuksia."

"Jämäkkyyttä ja sitoutumista hallitus työskentelyyn, jokaiselta joka valitaan yhdistyksen hallitukseen. Avoimuutta jäsenistöön päin."

"_ "

"Vapaaehtoisuuteen perustuvaa toimintaa, mutta ammattilaisia käytettävä tarvittaessa ja niistä palveluista maksettava. Vapaaehtoisten työpanoksesta maksettava kunnon korvaus jos työtä paljon. Koko kesän ajalle sitoutuminen ei sovi kaikille, lyhyempiäkin aikoja voisi olla käytössä."

"nuorten houkuttelemisen toimintaan mukaan"

"Heinäntekojärkeä päätöksen tekoon."

"Alue kaipaa jonkin vetonaulan, että ohikulkijat koukkaavat sen kautta. Mikä se voisi olla? Monella alueella paistetaan piirakoita yms. leivonnaisia. Kioskitoimintaa pitäisi kehittää. Moni varmasti haluaisi käydä aamukahvilla kioskillä ja lukea päivän lehden. Kioskille voisi ottaa nuoria kesätöihin."

"Näkyvyyttä lisää ts. markkinointi ja positiivisen mielikuvan luominen ulospäin, sama koskee myös Hiilimutkaa"

"Hyvä porukka hyvässä ympäristössä. Pitäkää huolto sukupolvenvaihdoksen onnistumisessa. Aktiivien keski-ikä alkaa olla korkea"

"Lapsitapahtumia sekä niihin osaavia aktiivisia vetäjiä ."

"Treffeille aktiivisesti pyydetään erilaisia tuote- esittelijöitä/myyjiä enempi"

"Eipä siihen osaa sanoa,meille on riittänyt nämä mitä siellä on."

"Sisäänlämpiävyys pois."

"Jatkettaa entiseen hyvään mallin"

"En osaa sanoa"

"Sanaton"

"Toivomme jaksamista aktiiveille ja onnea saada uusia aktiiveja lisää toimintaan."

"Ei"

"_"

"Tärkeää työtä tekevät ne ketkä ovat mukana yhdistystoiminnassa, valitettavasti itse en ehdi mukaan."

“Turhat kiistat aiheuttavat epämukavuutta alueella.”

“Toivon enemmän näkyvyyttä/kuuluvuutta jäseniin päin, nyt kun olemme pääsemässä pois korona-kurjuudesta. Jatkakaa mukavaa ja ystävällistä toimintaanne, turhia nipottamatta eteenkin päin 😊”

“Yhdistöiminnan koulutus hallituksen jäsenille.”

LIITE 4: VAPAA SANA LEIRINTÄ- JA MATKAILUALUE HIILIMUTKA

"Kasvimaapalsta läheiseltä pellolta"

"Rannan pengertäminen."

"Toivottavasti löytyy jotain koko perheellekin sopivaa tekemistä ja viihdykettä, ettei tarvitse olla pelkästään omassa matkailuautossa koko käynnin ajan. Lisäksi ruokapaikka, josta saa jotain pieniä annoksia tarvittaessa, olisi perheelle extraa."

"Samat kuin edellä."

"Mahdollisesti olisi hyvä tehdä pieniä aktiviteettejä asiakkaille."

"Ehkä bingoa, musiikkia, lasten leikkejä, myös ulkoleikit, vanhan ajan hippaset tms. Lainattavia kulukvälineitä, retkiä lähialueille. Linja-auto kuljetusta erilaisiin tapahtumiin."

"Menään eteenpäin"

"Kioskitoimintaa"

"Kesävessojen parantaminen/uusinta"

"Paremmiin merkityt auto/vaunu paikat.Uimarantaa voisi vielä enempi parantaa."

"Rantaa voisi vähän siistiä ja laittaa esim istutuksia,uutta laituria ja lapsille jotain ranta aktititeettia."

"en tunne resulsseja..."

"Hyvä kun tullut tällainen kysely! Parempi olisi tämä kysely syksyllä."

"Hyvä jos kausipaikkalaisia tulisi lisää, nuorempia kaivataan. Työelämässä olevien kohdalla pitäisi olla joustoa isäntävuorojen tekemisessä- voi olla vaikeaa olla 3-4 päivää peräkkäin sidottuna alueelle."

"Ja toivon ettei alueesta tule vain eläkeläisen paikkaa vaikka he siellä ehtivät eniten aikaa viettääkin."

"Alueella voisi olla joku mökki vuokrattavana."

"Erilaisia teema-aiheita?"

"_"

"pari kappaletta mökkiä tai huoneita alueelle, kaikilla ystävillä ei ole vaunua tms."

"Kuppikunnat pitää purkaa."

"Tasapuolisuutta käyttäjiä kohtaan pitää parantaa."

"Lietelannan hajuhaittoja pitää pienentää."

"Hidastetöyssyjä leirintäalueen kohdalle Nissiläntielle jolla hillitään ohiajavien ajonopeuksia."

"Vihreän siirtymän tulisi korostua energiratkaisuissa."

"Lapset ja nuoret tulee asettaa etusijalle toimintaa kehitettäessä."

"Puskien pitäminen siistiä, ettei käärmeitä tule. Jotakin aktiiviteetteja pitäisi nuorisolle olla. Pelkkä vanha pleikkari ei riitä. Potkulautoja polkuautojen lisäksi. Hyppylaituri olisi kiva uimataitoisille. Ulko-suihku on ehdoton mutta lämmintä vettä tuli niukasti. Koirille ehkä joku aidattu alue. Myös koiran-kakkaroskikasia kaipasin porttien pieliin."

"Aktiiviteettien kehittäminen. Esim vaelluspolku, tuliopaikka polulla"

"Koirapuisto olisi tarpeen"

"Kaikki pitäisi ottaa tasa-arvoisesti vastaan."

"Koirien viihtymistä lisääisi pieni aitaus, jossa voisivat olla välillä vapaana."

"Sesonkiaikana myynnissä voisi olla vähän laajemmin tuotteita (limua,jäätelöä, olutta?)"

"Periaatteessa alueella on kuitenkin kaikki mitä tarvitsen, mutta pieni ekstra olisi hyväksi."

"Pihasauna vaatisi päivitystä."

"Mainontaa ja markkinointia aktiivisemmin. Niin hyvä ettei paljoakehityskohteita markkinoinnin lisäksi löydy."

"uusia tapahtumia ja idoita aina on pyrittävä kehittämään uusia tapahtumia ja kokoontumisia entiseset treffit ja kokontumiset lehmäytyvät jossakin vaiheessa paikoilleen siksi on yritettävä mittiä jotakin uutta."

"Nuorempaa porukkaa aktiiviseen vetovastuu -ja talkoo porukkaan."

"Meidän mielestä hyvä näin."

"Matkailuajoneuvon pesupaikka ois hyvä."

"Alueen yleisilme voisi olla hienompi esim. Koristekasveja tms. jottei alue näyttäisi niin parkkipaikkamaiselta."

"Ei osaa sanoa"

"Ravintola toiminta tai kahvila?"

"Lohenpyrstössä viime kesänä huomattiin polkuauto-rata. Olisikohan sellaisesta ideaa luoda lapsille uutta puuhaa? Lentopallokenttään taisi olla uudet hiekat tulossa/tullut. Muutamasta pyöräilyreitistä voisi tehdä kartan yläkertaan, ei aina tarvitsisi puhelimella tutkia. Kiitoksia kun olette jaksaneet ja jaksatte kehittää sekä huolehtia meistä yöpyjistä"

"???"

"en osaa sanoa"

"Entinen toimistorakennus asuinkäyttöön"

"_"

"Tiskauspaikka yläpihalle."

"lenkipolkuja lisää"

"Sub lautoja vuokrattavaksi, onkia kaikkien käyttöön, soutuvene lainattavaksi."

"Merkittyjä ulkoilureittejä tulipaikkoineen lähikalliolle."

"Mielestäni alakentän avoimuutta voisi parantaa esim pensasaidoilla ja istutuksilla."

"Iltaisin toivoisimme elävää musiikkia. Vaikka yhden miehen/naisen esittämänä. Tanssimaan tekee mieli."

"Ei oikein mitään tietoa"

"vene laiturit rantaa parannettava"

"Tuloalueelle taulu, jossa kerrotaan palvelut; rantasauna joka ilta 19-21, lentopallokentillä, sup-lauta, lasten leikkikenttä ja leikkihuone, polkuautot, trampoliini ym."

"Kartta tauluun, missä yllä olevat sijaitsevat."

"luontopolkuja"