



## SAATTEEKSI

Lomalaidun ry ja Tampereen yliopiston kauppakorkeakoulun yhteydessä toimiva Tutkimus- ja koulutuskeskus Synergos toteuttivat yhteistyössä Maaseutumatkailun kuluttajatutkimuksen tammi-maaliskuussa 2006.

Tutkimustulokset kertovat eri maaseutumatkailupalveluiden käytöstä ja niiden kehityksestä viime vuosien ajalta. Samoin tutkimustulokset kertovat kuluttajien tuntemasta mielenkiinnosta erilaisia maaseutumatkailupalveluita kohtaan sekä laajemminkin suomalaisväestön käsityksistä maaseutumatkailusta ja lomanvietosta maaseudulla.

Käsillä olevaan yhteenvetoraporttiin on koottu yhteen keskeisiä kuluttajatutkimuksen tuloksia. Parhaimman hyödyn lukija saa peilaamalla tutkimustuloksia omia kokemuksiaan vasten. Tutkimuksen liiteosiosta on lisäksi halukkaiden luettavissa enemmän ns. taustamuuttujakohtaisia tuloksia.

Tutkimustulokset kertovat lisääntyneestä maaseutumatkailupalvelujen käytöstä. Samaan aikaan kuluttajien käsitykset alan yleisestä imagosta sekä palveluiden laadusta ja saatavuudesta ovat muuttuneet positiiviseen suuntaan. Aktiivinen ja pitkäjänteinen kehittämistoiminta, johon palvelujen tuottajayritysten lisäksi on osallistunut suuri joukko erilaisia kehittäjätoimijoita, vaikuttaisi tuottaneen tulosta.

Lisääntynyt kiinnostus erilaisia matkailupalveluja kohtaan ei automaattisesti realisoitu käytännön ostopäätöksinä ja alan yritysten kasvavina kassavirtoina. Tutkimustulokset haastavatkin maaseutumatkailukohteet edelleen kehittämään palveluitaan, toisin sanoen löytämään ja terävöittämään omia kilpailuetujaan, joiden avulla ne voivat erottautua ja profiloitua markkinoilla. Ala on edelleen melko kirjava ja koostuu suuresta joukosta erilaisten toimintaperiaatteiden varassa toimivista mikroyrityksistä.

Synergos haluaa kiittää Lomalaidun ry:tä toimivasta yhteistyöstä. Toivomme, että nyt valmistunutta tutkimusraporttia voidaan hyödyntää mahdollisimman monin eri tavoin maaseutumatkailun kehittämistyössä. Vaikka maaseutumatkailun kysyntänäkökulmasta näyttävätkin valoisilta, yhteistä työsarkaa ja kehittämishaasteita on edelleen runsain mitoin.

*Tampereella huhtikuussa 2006*

*Marko Laiho  
Tutkimuspäällikkö*

---

## SISÄLLYSLUETTELO

	s.
1 TII VI STELMÄ TUTKI MUSTULO KSI STA .....	4
2 TUTKI MUKSEN TAVOI TTEET JA TOTEUTUS .....	6
3 TUTKI MUKSEN KESKEI SET TULO KSET .....	7
3.1 Maaseutumatkailupalvelujen toteutunut käyttö .....	7
3.2 Kiinnostus käyttää maaseutumatkailupalveluita tulevina vuosina yksityisasiakkaana .....	10
3.3 Maaseutumatkailua koskevat käsitykset .....	15

## LI I TEOSA

## 1 TIIVISTELMÄ TUTKIMUSTULOKSISTA

71 % tutkimuksen kohderyhmästä eli 15-79 -vuotiaista suomalaisista katsoi viimeisen viiden vuoden aikana käyttäneensä jotain esitettyä maaseutumatkailupalvelua joko yksityisasiakkaana tai ryhmä-/kokousasiakkaana. Vuonna 2003 vastaava lukema oli 70 %. Perinteistä hittituotetta eli vuokramökkiä käyttäneitä oli 39 % ja lomakylässä tai leirintäalueella oli majoittunut 30 %. Joukko eri tyyppisiä palveluita oli saanut liikkeelle noin 10 -20 % haastatelluista. Ohjattujen luontoretkien kysyntä oli tässä tutkimuksessa pienempää kuin mitä vuoden 2003 tutkimuksessa mitattiin.

Ikäryhmittäin tarkasteltuna suurimmat muutokset maaseutumatkailupalvelujen käytössä ilmenevät 25-34 -vuotiaiden sekä myös 55-64 -vuotiaiden ja 65-79 -vuotiaiden kohdalla. Kaikkien näiden ikäryhmien osalta maaseutumatkailupalvelujen käyttö oli lisääntynyt kohtuullisen paljon, kun vastaavasti 15-24 -vuotiaiden sekä 35-44 -vuotiaiden ja 45-54 -vuotiaiden suhteen muutokset palvelujen käytössä jäivät vähäisemmiksi edellisen tutkimuksen tuloksiin verrattuna. Yhdessäkään ikäryhmässä ei mitattu vähäisempää maaseutumatkailupalvelujen käyttöä kuin vuoden 2003 tutkimuksessa. 25-34 -vuotiaiden maaseutumatkailupalvelujen käytön lisääntyminen perustuu osittain lisääntyneeseen lomailuun vuokramökissä.

Perinteisen mökkiloman suosio on ollut jo pitkään lievässä kasvussa ja kysyntänäkymät näyttävät vakailta tulevina vuosinakin. Erityisesti naisten osalta mielenkiinto mökkilomaa kohtaan vaikuttaisi hieman kasvaneen. Otollisin mökkiloman kohderyhmä on 15-44 -vuotiaat, joista yli puolet ilmaisi mielenkiintonsa mökkilomaa kohtaan. 45-54 -vuotiaista 42 % oli kiinnostunut mökkiloman vietosta vuokramökissä. 55-64 -vuotiaiden kohdalla vastaava lukema oli 29 %.

Erityisen vahvaa kasvupotentiaalia kohdistuu omaan harrastukseen / elämäntyyliin liittyviin ja aktiviteetteja sisältäviin lomiiin maaseudulla. 28 % kyselyyn osallistuneista kokee harrastelomat siinä määrin kiinnostaviksi, että voisi ajatella käyttävänsä niitä tulevina vuosina. Harraste- ja aktiviteetteja sisältävät maaseutulomat kiinnostavat molempia sukupuolia ja niiden otollisin kohderyhmä on 15-44 -vuotiaat sekä melko suuressa määrin myös 45-55-vuotiaat.

Eri tyyppisten Voi Hyvin -palveluiden ja -lomien kysynnän kasvunäkymät ovat suotuisat ja ne ovat vahvistuneet merkittävästi erityisesti naisten keskuudessa. Esimerkkejä näistä voivat olla erilaiset turve- ja yrthihoidot sekä saunakulttuuriin liittyvät ohjelmopalvelut. 25 % naisista kokee hyvinvointipalvelut maaseudulla kiinnostaviksi. Miesten kohdalla vastaava lukema on 9 %.

Harraste- ja hyvinvointilomien kysynnän kasvutrendi haastaakin maatilamatkailukohteet erikoistumaan ja profiloitumaan yhä edelleen. Perinteisemmälle täys- tai puolihoiton sisältävälle maatilamajoitukselle ilman "erikoispalveluja" tai muuta vetovoimatekijää ei ole luvassa kysynnän kasvua samassa määrin.

Suoramyynti tiloilta (esim. elintarvikkeet ja käsityöt) sekä välinevuokraus (esim. kanootit, veneet, kalastusvälineet) omaehtoisen luonnossa liikkumisen mahdollistamiseksi houkutti joka neljättä vastaajaa.

Maaseutumatkailupalvelujen hinta-laatusuhdetta pidetään kohtuullisen hyvänä. 19 % oli vahvasti tätä mieltä ja 55 % hieman lievemässä määrin tätä mieltä. Vuoden 2003 tutkimuksessa vastaavat lukemat olivat 9 % ja 34 % eli käsitykset hinta-laatusuhteesta ovat kehittyneet merkittävästi positiiviseen suuntaan. E erityisen tyytyväisiä maaseutumatkailupalvelujen hinta-laatusuhteeseen olivat tutkimuksen vanhimmat ikäryhmät.

Maaseutulomien varaaminen koetaan yleisesti ottaen aikaisempaa vaivattommaksi. 72 % oli maaseutulomien varaamisen vaivattomuuden kanssa täysin tai melko samaa mieltä. Vuonna 2003 tutkimuksessa näin ajatteli vain 44 %. Tutkimuksen nuorimmissa ikäryhmissä eli 15-24-vuotiaissa ja 25-34-vuotiaissa maaseutulomien varaamista ei pidetä yhtä vaivattomana kuin 35-79-vuotiaiden keskuudessa.

Suomalaiskuluttajat haluavat yhä enenevässä määrin ostaa maaseutulomansa suoraan niitä tarjoavista yrityksistä. 62 % kuluttajista korosti mahdollisuutta suoriin varauksiin, kun vuoden 2003 tutkimuksessa vastaava lukema oli 47 %. Tämä haastaa useat alan yritykset kehittämään omia palveluprosessejaan, jotta asiakkaan palveleminen varaus- ja tiedonhankintatilanteissa toimii mahdollisimman sujuvasti.

Kuluttajan näkökulmasta tarpeellisen tiedon löytämistä maaseutumatkailuyritysten Internet-sivuilta ei koeta aivan ongelmattomaksi. Tiedon löytämistä pitää helppona 25 % ja melko helppona 32 % tutkimukseen osallistuneista. 21 % pitää tarpeellisen tiedon löytymistä ongelmallisena ja 24 % ei osannut ottaa kantaa asiaan.

## 2 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET JA TOTEUTUS

Tampereen yliopiston kauppakorkeakoulun tutkimus- ja koulutuskeskus Synergos toteutti Lomalaidun ry:n toimeksiannosta Maaseutumatkailun kuluttajatutkimuksen tammi-maaliskuussa 2006. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää maaseutumatkailupalvelujen käyttöä viimeisten viiden vuoden aikana sekä yksityis- että ryhmä- ja kokousasiakkaiden osalta, maaseutumatkailupalvelujen mahdollista käyttöä lähivuosina sekä kartoittaa kuluttajien käsityksiä ja mielikuvia tarjolla olevista maaseutumatkailupalveluista ja lomaviihteen maaseudulla ylipäättään. Tutkimus toteutettiin Lomalaidun ry:n hallinnoiman Aavan meren *tällä* puolen –markkinointihankkeen osana.

Tutkimus toteutettiin henkilökohtaisina haastatteluina, joiden kohderyhmäksi valittiin 15–79-vuotiaat Suomessa asuvat henkilöt Ahvenanmaata lukuunottamatta. Haastattelulomake laadittiin Lomalaidun ry:n ja Tutkimus- ja koulutuskeskus Synergosin yhteistyönä. Haastattelujen käytännön toteutuksesta vastasi Taloustutkimus Oy. Haastatteluja suoritettiin 30.1.-13.2.2006 yhteensä 990 kappaletta ja pääosin vastaajien kotona. Otoksen rakenne muodostettiin ns. kiintiöpöiminnällä huomioiden tutkimuksen kohderyhmän valtakunnallinen ikä-, sukupuoli-, lääni- ja kuntatyyppijakauma. Haastatteluja tehtiin yhteensä 95 paikkakunnalla, joista kaupunkeja oli 50 ja muita kuntia 45. Otos on painotettu kohderyhmää vastaavaksi.

Tässä raportissa esitetään tutkimuksen keskeiset tulokset ns. yksiulotteisina jakaumina sekä keskeisten taustamuuttujien suhteen, sikäli kun niissä ilmeni merkittäviä eroja. Tarkemmat taustamuuttujakohtaiset tulokset on esitetty raportin liiteosiossa.

Tuloksia verrataan soveltuvin osin Synergosin (ent. Liiketaloudellinen tutkimuskeskus) tekemään Maaseutumatkailun kuluttajatutkimukseen vuodelta 2003, joissa käytettiin samaa tutkimusmenetelmää eli henkilökohtaisia haastatteluja. Tämänkertaisen tutkimuksen kysymyksenasettelut ja vastausvaihtoehdot on silti joissain tapauksissa tietoisesti muotoiltu aikaisemmista tutkimuksista poikkeavalla tavalla tämänhetkisen tutkimustarpeen mukaisesti.

Tutkimuksen tilaajatahan eli Lomalaidun ry:n osalta tutkimuksen tekemiseen osallistuivat toiminnanjohtaja Maija Kaijanmäki ja projektipäällikkö Erkki Jokela. Tutkimus- ja koulutuskeskus Synergosista toimeksiannon tekemiseen osallistuivat projektijohtajana tutkimuspäällikkö Marko Laiho ja tutkija Elina Vulli.

### 3 TUTKIMUKSEN KESKEISET TULOKSET

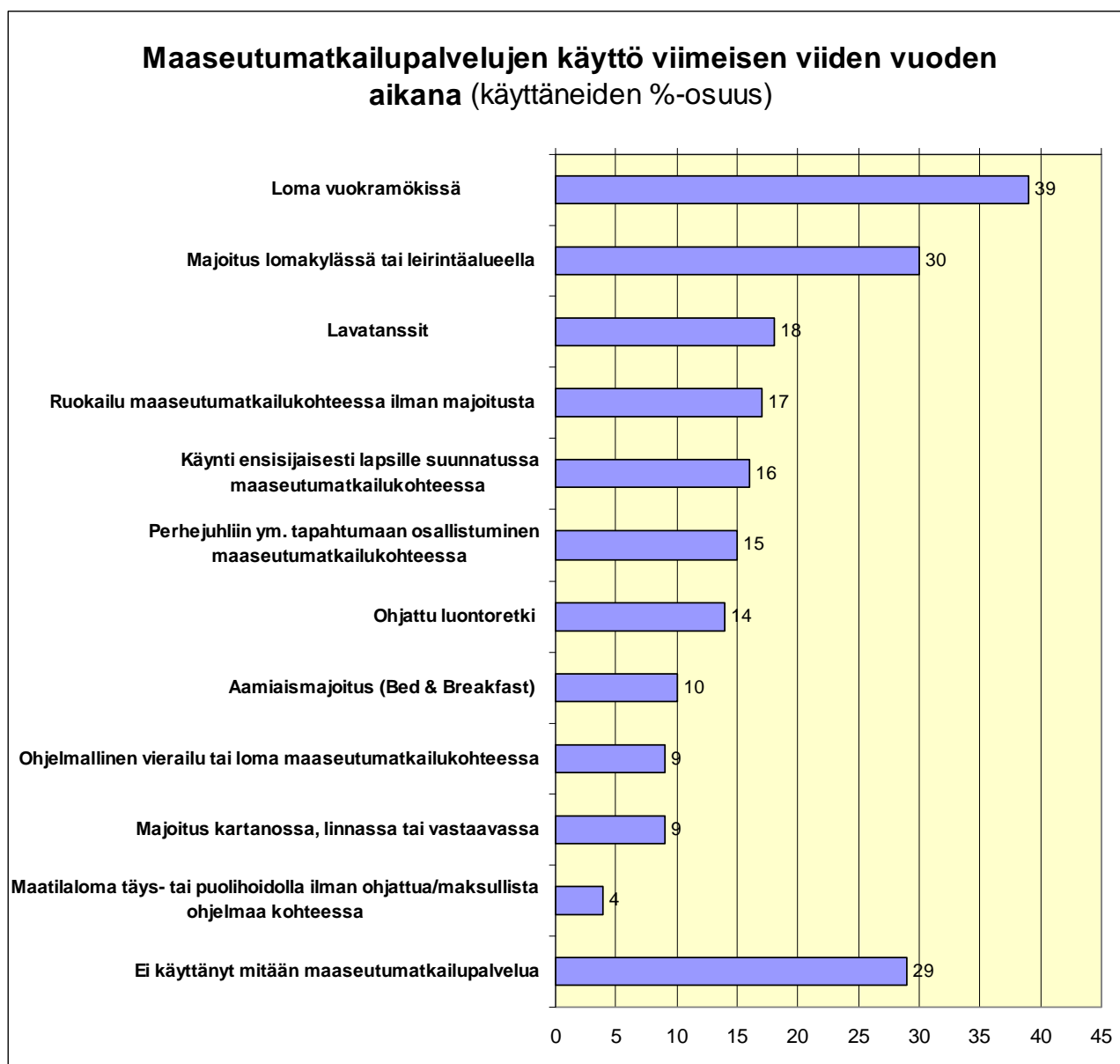
#### 3.1 Maaseutumatkailupalveluiden käyttö

Tutkimuksessa selvitettiin suomalaisten kotimaan maaseutumatkailupalvelujen käyttöä viimeisten viiden vuoden ajalta. Mukaan valittiin sekä majoituksen sisältäviä maaseutumatkailupalveluja että ohjelmallisia maaseutumatkailupalveluja ilman majoitusta seuraavasti:

- loma vuokramökissä
- majoitus lomakylässä tai leirintäalueella
- aamiaismajoitus (Bed & Breakfast)
- majoitus kartanossa, linnassa tai vastaavassa
- maatilaloma täys- tai puolihoidolla (ilman ohjattua / maksullista ohjelmaa kohteessa)
- ohjelmaa sisältävä loma tai vierailu maaseutumatkailukohteessa (esim. erilaiset kulttuuri- ja teemaohjelmat, ratsastus, kädentaidot ym. aktiviteetit)
- ruokailu maaseutumatkailukohteessa ilman majoitusta
- käynti ensisijaisesti lapsille suunnatussa maaseutumatkailukohteessa (esim. kotieläinpiha ja muu palvelutarjonta lapsille kuten ulkoilu- ja leikkimahdollisuudet, tarinaretket, askartelu yms.)
- perhejuhlaan tai muuhun tapahtumaan osallistuminen maaseutumatkailukohteessa
- ohjattu luontoretki (esim. patikointi-, kalastus-, melonta-, hiihto-, pyöräily- tai koiravaljakkoretki yms.)
- lavatanssit

71 % kyselyn kohderyhmästä eli 15-79 -vuotiaista suomalaisista katsoi viimeisen viiden vuoden aikana käyttäneensä jotain maaseutumatkailupalvelua joko yksityisasiakkaana tai ryhmä-/kokousasiakkaana. Perinteistä hittituotetta eli vuokramökkiä käyttäneitä oli 39 %, lomakylässä tai leirintäalueella oli majoittunut 30 %. Joukko eri tyyppisiä palveluita oli saanut liikkeelle noin 10 -20 % haastatelluista. Kuviossa 1 on esitetty jakauma eri palveluiden käytöstä viimeisen viiden vuoden aikana.

Kuvio 1. Eri palveluita viimeisen viiden vuoden aikana käyttäneiden osuus



### Palvelujen käytön kehitys

Verrattaessa tämän tutkimuksen tuloksia vuoden 2003 tutkimustuloksiin muutokset ovat kokonaisuutena ottaen pienehköjä ja useimmiten myös kyselytutkimuksiin sisältyvän ns. satunnaisvaihtelun piiriin jääviä.

Maaseutumatkailupalvelujen käyttö erityisesti yksityisasiakkaana vaikuttaisi lievästi lisääntyneen vuodesta 2003 vuoteen 2006. Vuoden 2003 tutkimuksessa

---

maaseutumatkailupalveluja yksityisasiakkaana ei ollut mielestään käyttänyt lainkaan 39 % vastanneista, kun vastaava lukema vuoden 2006 osalta oli 35 %. Tulos on juuri ja juuri tutkimustuloksiin liittyvän virhemarginaalin tuntumassa.

Lievää kasvua vaikuttaisi tapahtuneen lähinnä vuokramökkien käytössä sekä maaseutumatkailukohteeseen suuntautuneiden ohjelmallisten lomien / vierailujen kohdalla. Esimerkiksi lomakylässä ja leirintäalueella tapahtuvan majoituksen käyttö on tutkimustulosten perusteella ollut varsin tasaista ilman erityistä kysynnän kasvua. Aamiaismajoituksen tai maatilaloman kysyntä täys- tai puolihoitolla ilman järjestettyä ohjelmaa vaikuttaisi olleen myös melko vakiintunutta. Sitä vastoin ohjatuille luotoretkille osallistuminen vaikuttaisi jopa hieman vähentyneen.

Maaseutumatkailupalvelujen käyttö ryhmä- tai kokousasiakkaana vaikuttaisi säilyneen koko lailla ennallaan verrattaessa vuosien 2003 ja 2006 tutkimustuloksia.

Ikäryhmittäin tarkasteltuna suurimmat muutokset maaseutumatkailupalvelujen käytössä ilmenevät 25-34 -vuotiaiden sekä myös 55-64 -vuotiaiden ja osin tätä vanhemmankin ikäryhmän kohdalla. Kaikkien näiden ikäryhmien osalta maaseutumatkailupalvelujen käyttö oli lisääntynyt erityisen paljon, kun vastaavasti 15-24-vuotiaiden sekä 35-44-vuotiaiden ja 45-54-vuotiaiden suhteen muutokset palvelujen käytössä jäivät vähäisemmiksi. Yhdessäkään ikäryhmässä ei mitattu vähäisempää maaseutumatkailupalvelujen käyttöä kuin vuoden 2003 tutkimuksessa. 25-34-vuotiaiden maaseutumatkailupalvelujen käytön lisääntyminen perustuu osittain lisääntyneeseen lomailuun vuokramökissä.

*Taulukko 1. Erilaisten maaseutumatkailupalvelujen käyttö viimeisen viiden vuoden aikana yksityis- ja ryhmä-/kokousasiakkaana*

<b>Palvelu</b>	<b>Käyttänyt yhteensä*</b>	<b>Käyttänyt yksityisasiakkaana*</b>	<b>Käyttänyt ryhmä-/kokousasiakkaana*</b>
Loma vuokramökissä	39 (37)	35 (34)	10 (9)
Majoitus lomakylässä tai leirintäalueella	30 (30)	28 (26)	9 (10)
Lavatanssit	18	17	2
Ruokailu maaseutumatkailukohteessa ilman majoitusta	17 (16)	11 (10)	9 (9)
Käynti ensisijaisesti lapsille suunnatussa maaseutumatkailukohteessa (esim. kotieläinpihat ja muu palvelutarjonta lapsille)	16 (19)	15 (17)	3 (3)
Perhejuhliin tai muuhun tapahtumaan osallistuminen maaseutumatkailukohteessa	15	12	4
Ohjattu luontoretki (esim. patikointi-, kalastus-, melonta-, hiihto-, pyöräily-, koiravaljakkoretki jne.)	14 (19)	8 (11)	9 (12)
Aamiaismajoitus (Bed & Breakfast)	10 (12)	8 (10)	4 (4)
Ohjelmallinen vierailu tai loma maaseutumatkailukohteessa (esim. erilaiset kulttuuri- ja teemaohjelmat, kädentaidot, ratsastus ym. aktiviteetit)	9 (6)	4 (2)	6 (4)
Majoitus kartanossa, linnassa tai vastaavassa	9	4	6
Maatilaloma täys- tai puolihoidolla ilman ohjattua/maksullista ohjelmaa kohteessa	4 (3)	3 (2)	2 (2)
<i>Ei käyttänyt mitään maaseutumatkailupalvelua</i>	29 (30)	35 (39)	62 (63)

\* Sulkeissa on esitetty vastaavat luvut vuoden 2003 tutkimuksessa niissä tapauksissa, joissa ko. palvelu oli mukana vuoden 2003 tutkimuksessa.

### 3.2 Kiinnostus käyttää maaseutumatkailupalveluita lähivuosina yksityisasiakkaana

Tutkimuksen avulla selvitettiin myös kuluttajien kokemaa mielenkiintoa joukkoa erilaisia maaseutumatkailupalveluita kohtaan (ks. kuvio 2). Vastaajia pyydettiin valitsemaan listalta se palvelu tai ne palvelut, josta/joista hän on erityisesti kiinnostunut.

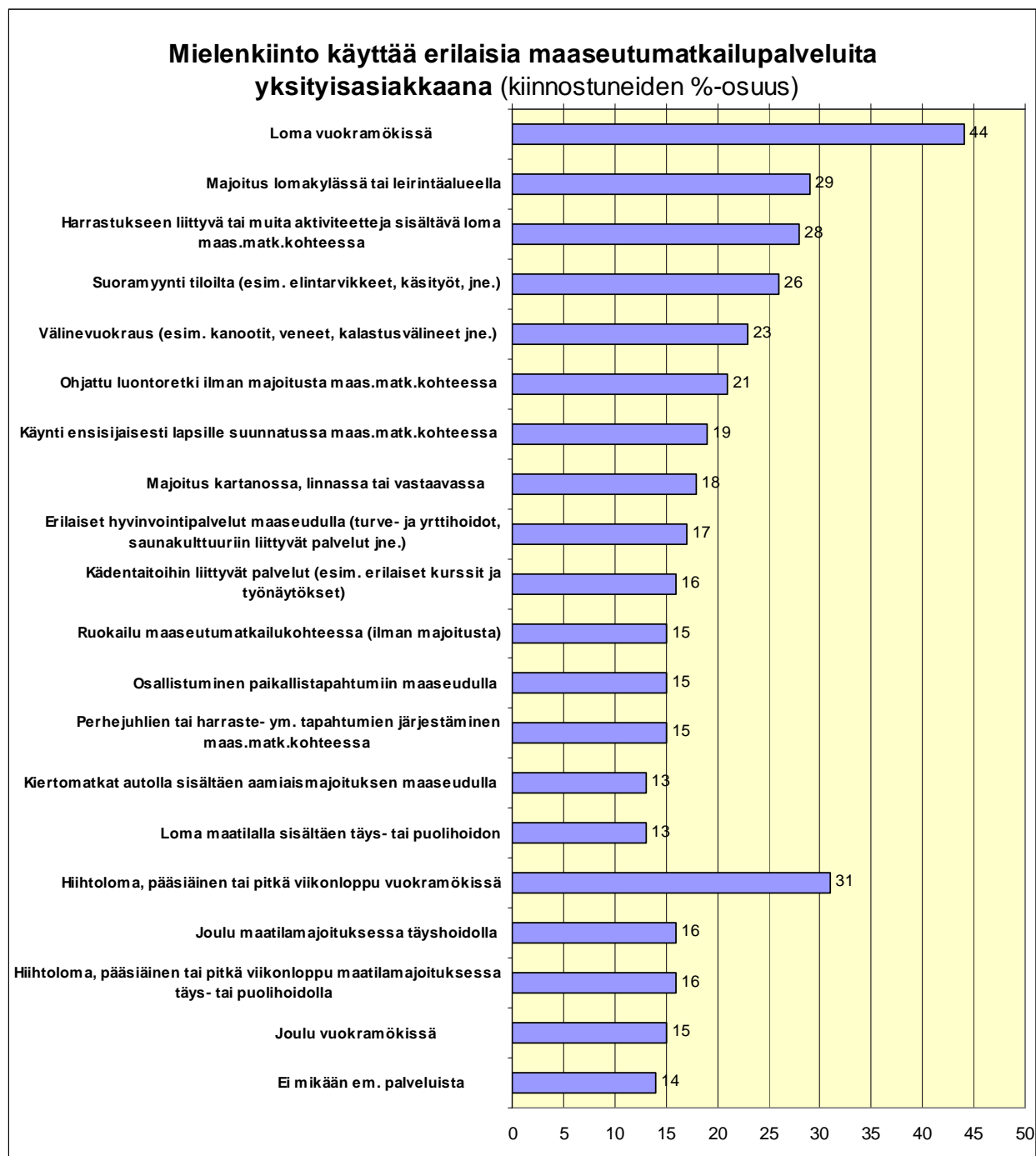
86 % vastanneista ilmoitti olevansa kiinnostunut yhdestä tai useammasta maaseutumatkailupalvelusta siinä määrin, että voisi ajatella käyttävänsä sitä tai niitä lähivuosien aikana. Lukema on kutakuinkin samansuuruinen kuin vuoden 2003 tutkimuksessa.

Naiset ovat kokonaisuudessaan jossain määrin kiinnostuneempia maaseutumatkailupalveluista kuin miehet. Ikäryhmittäin tarkasteltuna kaikkein kiinnostuneimpia maaseutumatkailupalveluista ovat 15-44 -vuotiaat ja lähes samassa määrin myös 45-64-vuotiaat. Lapsiperheiden osalta peräti 97 % ilmoitti olevansa kiinnostunut vähintään

yhdestä luetellusta maaseutumatkailupalvelusta, kun muiden talouden tyyppien kohdalla vastaava lukema oli 79-87 %.

On silti on syytä huomioida, että aiomukset ja mielenkiinto käyttää erityyppisiä palveluita eivät koskaan realisoidu täysmääräisesti käytännön ostopäätöksiä. Vaikka tässä tutkimuksessa mielenkiinto maaseutumatkailupalveluja kohtaan on erityisen merkittävää 15-44 -vuotiaissa verrattuna esim. 45-64 -vuotiaisiin, niin jälkimmäisen kohderyhmän osalta on syytä huomioida keskimääräistä paremmat taloudelliset mahdollisuudet viettää lomaa esim. maaseutumatkailukohteessa.

Kuvio 2. Mitkä seuraavista kotimaan maaseutumatkailupalveluista kiinnostavat niin paljon, että vastaajat voisivat ajatella käyttävänsä niitä lähivuosien aikana yksityisasiakkaana



Perinteisen mökkiloman suosio on ollut jo pitkään lievässä kasvussa ja kysyntänäkymät näyttävät vakailta tulevina vuosinakin. 44 % ilmoitti olevansa kiinnostunut mökkiloman vietosta vuokramökissä tulevina vuosina. Vastaava lukema vuoden 2003 tutkimuksessa oli 41 %. Erityisesti naisten osalta mielenkiinto mökkilomaa kohtaan vaikuttaisi hieman kasvaneen. Otollisin mökkiloman kohderyhmä on 15-44 -vuotiaat, joista yli puolet ilmaisi mielenkiintonsa mökkilomaa kohtaan. 45-54 -vuotiaista 42 % oli kiinnostunut mökkiloman vietosta vuokramökissä. 55-64 -vuotiaiden kohdalla vastaava lukema oli 29 % ja 65-79-vuotiaista ainoastaan 10 % piti mökkilomaa vuokramökissä niin kiinnostavana, että olisi halukas sitä viettämään tulevina vuosina. 55-64 -vuotiaiden kohdalla vastaava lukema vuoden 2003 tutkimuksessa oli vieläkin alhaisempi, 18 %. 55-79-vuotiaat ovat ikäryhmä, jonka omistuksessa on valtaosa maamme yksityisistä vapaa-ajanasunnoista, jolloin tarve vuokramökille on vähäisempää. Lisäksi on syytä huomioida, että erityisesti tutkimuksen vanhimmassa ikäryhmässä (65-79 -vuotiaat) matkailu niin maaseudulla kuin muutenkin on luonnollisistakin syistä vähäisempää kuin ns. aktiiviväestön keskuudessa.

Erityisen vahvaa kasvupotentiaalia kohdistuu omaan harrastukseen / elämäntyyliin liittyviin ja aktiviteetteja sisältäviin lomiiin maaseudulla. 28 % kyselyyn osallistuneista kokee harrastelomat siinä määrin kiinnostaviksi, että voisi ajatella käyttävänsä niitä tulevina vuosina. Harraste- ja aktiviteetteja sisältävät maaseutulomat kiinnostavat molempia sukupuolia ja niiden otollisin kohderyhmä on 15-44 -vuotiaat sekä melko suuressa määrin myös 45-55-vuotiaat.

Edellä sanottuun liittyy kiinteästi myös se, että eri tyyppisten Voi Hyvin –palveluiden ja -lomien kysynnän kasvunäkymät ovat suotuisat ja ne ovat vahvistuneet merkittävästi erityisesti naisten keskuudessa. Esimerkkejä näistä voivat olla erilaiset turve- ja yrthihoidot sekä saunakulttuuriin liittyvät ohjelmopalvelut. 25 % naisista kokee hyvinvointipalvelut maaseudulla kiinnostaviksi. Miesten kohdalla vastaava lukema on 9 %. Nämä hyvinvointipalvelut kiinnostavat erityisesti 25-64-vuotiaita eli laajaa asiakasryhmää.

23 % oli kiinnostunut omatoimisesta luonnossa liikkumista esim. lasten kanssa välinevuokrauksen turvin. Ohjatuista luontoretkeistä ilmoitti olevansa kiinnostunut 21 %. Nekin vaikuttaisivat ”purevan” eniten 25-44 -vuotiaisiin, toisin sanoen lähinnä lapsiperheisiin sekä hieman vähäisemmässä määrin 45-54 -vuotiaisiin ja 15-24 -vuotiaisiin.

Majoitus kartanossa, linnassa tai vastaavassa kiinnosti 18 %:a vastanneista, erityisesti 15-44-vuotiaita sekä hieman vähäisemmässä määrin myös 45-54 -vuotiaita.

Kiertomatkat maaseudulla sisältäen aamiaismajoituksen kiinnostivat 13 % vastanneista. Merkittäviä eroja ei ilmennyt naisten ja miesten tai eri ikäryhmien välillä. Vuoden 2003 tutkimuksessa 7 % ilmaisi kiinnostuksensa mainittua palvelumuotoa kohtaan, mikä kertonee kasvaneesta kysyntäpotentiaalista. Kyse lienee teema-alueesta, jonka kehittäminen on viime vuosina jäänyt melko vähälle huomiolle.

Jo jonkin aikaa vallalla ollut harraste- ja hyvinvointilomien kysynnän kasvutrendi haastaakin maatilamatkailukohteet erikoistumaan ja profiloitumaan yhä edelleen.

Perinteisemmälle täys- tai puolihoidon sisältävälle maatilamajoitukselle ilman "erikoispalveluja" tai muuta vetovoimatekijää ei ole luvassa kysynnän kasvua tai uutta kysyntäpotentiaalia samassa määrin. 13 % vastanneista ilmoitti olevansa kiinnostunut lomasta maatilalla puoli- tai täyshoidolla.

Vuoden 2006 tutkimuksessa selvitettiin ensimmäistä kertaa mökkimajoituksessa tai maatilamajoituksessa tapahtuviin sesonkilomiin kohdistuvaa kysyntää. Eniten kiinnostusta herätti hiihtoloma, pääsiäinen tai pitkä viikonloppu vuokramökissä, jotka kiinnostivat noin joka kolmatta vastaajaa. Tämä kysyntä painottuu erityisesti 15-44 -vuotiaisiin ja hieman vähäisemmässä määrin 45-65 -vuotiaisiin.

Muut kolme sesonkilomatyyppiä saivat kukin 15-16 %:n "kannatuksen". Esimerkiksi joulun maatilamajoituksessa täyshoidolla kiinnostaa eniten 35-64 -vuotiaita ja naiskuluttajia verrattuna muihin ikäryhmiin ja mieskuluttajiin.

*Taulukko 2. Eri maaseutumatkailupalvelujen käytöstä yksityisasiakkaana kiinnostuneiden osuudet (%)*

Palvelu	2006 (%)	2003 (%)
Loma vuokramökissä	44	41
Majoitus lomakylässä tai leirintäalueella	29	27
Harrastukseen liittyvä tai muita aktiviteetteja sisältävä loma maaseutumatkailukohteessa (esim. ratsastus, metsästys, kalastus, melonta, lumikenkäily yms.)	28	*
Suoramyynti tiloilta (esim. elintarvikkeet, käsityöt jne.)	26	24
Välinevuokraus (esim. kanootti, kalastusvälineet jne.)	23	*
Ohjattu luontoretki ilman majoitusta (esim. patikointi-, kalastus-, melonta-, hiihto-, pyöräily-, koiravaljakko- jne.)	21	30
Käynti ensisijaisesti lapsille suunnatussa maaseutumatkailukohteessa (esim. kotieläinpihat ja muu palvelutarjonta lapsille)	19	18
Majoitus kartanossa, linnassa tai vastaavassa	18	22
Erilaiset hyvinvointipalvelut maaseudulla (turve- ja yrttihoidot, saunakulttuuriin liittyvät palvelut jne.)	17	*
Kädentaitoihin liittyvät palvelut (esim. erilaiset kurssit ja työnäytökset)	16	18
Ruokailu maaseutumatkailukohteessa ilman majoitusta	15	20
Osallistuminen paikallistapahtumiin maaseudulla	15	18
Kiertomatkat autolla sisältäen aamiaismajoituksen maaseudulla **	13	7
Loma maatilalla sisältäen täys- tai puolihoidon	13	14
Hiihtoloma, pääsiäinen tai pitkä viikonloppu vuokramökissä	31	*
Joulu maatilamajoituksessa täyshoidolla	16	*
Hiihtoloma, pääsiäinen tai pitkä viikonloppu maatilamajoituksessa täys- tai puolihoidolla	16	*
Joulu vuokramökissä	15	*
<i>Ei mikään em. palveluista</i>	14	12

\* ei kysytty vuonna 2003 tai kysyttiin siinä määrin poikkeavalla tavalla, ettei vertailu ole tarkoituksenmukaista

\*\* vuonna 2003 kiertomatkat maaseudulla sisältäen aamiaismajoituksen

### 3.3 Käsitykset maaseutumatkailupalveluista

Kuluttajatutkimuksen kolmantena osa-alueena selvitettiin kuluttajien käsityksiä maaseutumatkailusta laajemminkin eri teema-alueilla. Näitä käsityksiä selvitettiin haastatelluille annettujen väittämäparien avulla. Väittämäpareja koskevat aihealueet voidaan luokitella esim. seuraavasti:

- Maaseutumatkailupalvelujen tarjonta ja ympärivuotisuus sekä alan yleinen imago
- Maaseutumatkailupalvelujen laatu
- Tiedonhankinta sekä ostopäätös- ja varausprosessi

Oheisissa taulukoissa 3, 4 ja 5 on esitetty kuhunkin väittämäpariin annettujen vastusten jakaumat. Kunkin jakauman alapuolella on esitetty vuoden 2003 vastaavat luvut niissä tapauksissa, joissa sama väittämäpari oli mukana myös kyseisessä tutkimuksessa.

#### *Maaseutumatkailupalvelujen tarjonta ja ympärivuotisuus sekä alan yleinen imago*

Alan ympärivuotisesti kiinnostavaan palvelutarjontaan uskotaan eri tavoin kuin vuosikymmenen alussa. Vuonna 2003 alan ympärivuotiseen palvelutarjontaan uskoi varauksetta 26 %, kun tänä vuonna vastaava lukema oli jo 36 %. Vain 14 % tutkimukseen osallistuneista oli vahvasti sitä mieltä, että maaseudulla on mielenkiintoista tekemistä vain kesäkaudella. Vuonna 2003 näin ajatteli vielä 28 %. Vahvimmin ympärivuotisesti mielenkiintoiseen palvelutarjontaan uskovat yli 45-vuotiaat ja naiskuluttajat.

Maaseutumatkailupalvelujen hinta-laatusuhde on asia, joka on aika ajoin puhuttanut esimerkiksi alan kehittämistyössä ja myyntityössä mukana olevia tahoja. Maaseutumatkailupalvelujen hinta-laatusuhdetta pidetään kohtuullisen hyvänä. 19 % oli vahvasti tätä mieltä ja 55 % hieman lievemmissä määrin tätä mieltä. Vuoden 2003 tutkimuksessa vastaavat lukemat olivat 9 % ja 34 % eli käsitykset hinta-laatusuhteesta ovat kehittyneet merkittävästi positiiviseen suuntaan. Hieman keskimääräistä kriittisempiä maaseutumatkailupalvelujen hinta-laatusuhdetta kohtaan ovat 15-44 -vuotiaat.

Yleisesti ottaen voidaankin sanoa, että maaseutumatkailun yleinen imago on kehittynyt vahvasti positiiviseen suuntaan viimein vuosien aikana. Tulosta selittänevät sekä palveluiden lisääntyneet käyttö että maaseutumatkailun kasvanut esilläolo eri medioissa.

Moniin maaseutumatkailupalveluihin liitetään vahvasti oma rauha ilman maksullisia oheisohjelmia tai lisäpalveluja. Esimerkiksi mökkilomalle tunnusomainen piirre on oma rauha ja vapaus tehdä tai olla tekemättä asioita oman aikataulunsa mukaan. 32 % vastanneista on vahvasti sitä mieltä, että oma rauha ilman maksullisia lisä-/oheispalveluita on keskeistä maaseutulomalla. 33 % on tätä mieltä hieman varauksellisemmin. Vastaavasti 30 % kyselyyn osallistuneista on joko vahvasti tai jossain määrin sitä mieltä, että myös mahdollisuus maksullisiin lisäpalveluihin ja oheisohjelmiin

on heille tärkeää maaseutulomalla. Erityisen paljon näitä oheis- ja lisäpalveluita kaipaavat 15-44 –vuotiaat.

Taulukossa 3 on esitetty annettujen vastausten jakaumat koskien maaseutumatkailupalvelujen tarjontaan ja ympärivuotisuuteen kohdistuvia väittämiä. Suluissa on esitetty vuoden 2003 tutkimuksen vastaavat tulokset niiden väittämien osalta, jotka esitettiin vastaajille molemmissa tutkimuksissa.

Taulukko 3. Käsitykset maaseutumatkailusta

	<<	<	>	>>		Eos
Maaseudulla on mielenkiintoista tekemistä vain kesällä	14 (28)	25 (26)	22 (20)	36 (26)	Maaseudulla on mielenkiintoista tekemistä ympäri vuoden	2 (1)
Maaseutulomia oheispalveluineen on hyvin saatavilla	29	41	18	3	Maaseutulomia oheispalveluineen on huonosti saatavilla	8
Maaseutulomien hinta-laatusuhde on mielestäni yleisesti ottaen hyvä	19 (9)	55 (34)	12 (37)	1 (7)	Maaseutulomien hinta-laatusuhde on mielestäni yleisesti ottaen huono	13 (14)
Minulle on tärkeää maaseutulomalla oma rauha ilman maksullisia oheishjelmia tai lisäpalveluja	32	33	22	8	Minulle on tärkeää maaseutulomalla myös mahdollisuus maksullisiin oheishjelmiin tai lisäpalveluihin	5

### *Maaseutumatkailupalvelujen laatu*

Valtaosa tutkimukseen osallistuneista pitää maaseutumatkailukohteita yleisesti ottaen hyvin hoidettuina ja siisteinä. Tyytyväisyys kohteisiin tässä suhteessa kasvaa iän myötä. Vahvasti kohteiden siisteyteen uskovia on ikäryhmästä riippuen 27 – 48 %. Kuitenkin huonosti hoidettuina ja epäsiisteinä maaseutumatkailukohteita pitää ainoastaan 5 %.

Asiakaslähtöinen toimintatapa maaseutumatkailussa on jo pitkään esillä ollut aihealue. 29 % oli vahvasti sitä mieltä, että maaseutumatkailukohteet huomioivat toiminnassaan riittävästi asiakkaiden tarpeet. 53 % katsoi, että asiakaslähtöisyys toteutuu kohtuullisessa määrin. 8 % olisi sitä mieltä, että maaseutumatkailukohteet eivät huomioi riittävästi asiakkaiden tarpeita. 15-34 –vuotiaat ovat asiakaslähtöisyyden suhteen kriittisempiä kuin vanhemmat kuluttajaryhmät.

Käsitykset lomakohteiden (esim. majoitustilat) teknisestä varustelusta on teema-alue, joka erottelee maaseutumatkailupalveluiden käyttäjiä. Joka viides vastaaja peräänkuulutti vahvasti teknisesti hyvin varusteltuja kohteita, mutta vastaavasti yhtä moni on tyytyväinen vaatimattomastikin varusteluihin kohteisiin. Näitä vaatimattomampaankin varustelutasoon tyytyväisten kuluttajien joukko vaikuttaisi hieman vähentyneen viime vuosin aikana.

Taulukko 4. Käsitukset maaseutumatkailupalvelujen laadusta

	<<	<	>	>>		Eos
Maaseutumatkailukohteet ovat yleensä siistejä ja hyvin hoidettuja	40	47	4	1	Maaseutumatkailukohteet ovat yleensä epäsiistejä ja huonosti hoidettuja	8
Maaseutumatkailukohteet huomioivat riittävästi asiakkaiden tarpeet	29	53	7	1	Maaseutumatkailukohteet eivät huomioi riittävästi asiakkaiden tarpeita	9
Minulle on tärkeää, että maaseutulomakohde on teknisesti hyvin varusteltu	21 (19)	26 (26)	27 (25)	21 (29)	Minulle sopii vaatimattomastikin varusteltu maaseutulomakohde	5 (2)

### Maaseutulomien varaaminen ja tiedonhankinta

Maaseutulomien varaaminen koetaan yleisesti ottaen aiempaa vaivattommaksi. Varauksen tekemisen vaivattomuuden suuntaan "lämpeni" 72 %. Vuonna 2003 tutkimuksessa näin ajatteli vain 44 %. Tutkimuksen nuorimmissa ikäryhmissä eli 15-24 -vuotiaissa ja 25-34 -vuotiaissa maaseutulomien varaamista ei pidetä yhtä vaivattomana kuin 35-79 -vuotiaiden keskuudessa.

Suomalaiskuluttajat haluavat yhä enenevässä määrin ostaa maaseutulomansa suoraan niitä tarjoavista yrityksistä. Vahvasti tai lähinnä tätä mieltä oli 62 % vastanneista, kun vuoden 2003 tutkimuksessa vastaava lukema oli 47 %. Tämä haastaakin alan yritykset edelleen kehittämään eri tavoin omia asiakaspalveluprosessejaan.

Kuluttajan näkökulmasta tarpeellisen tiedon löytäminen maaseutumatkailuyritysten Internet-sivuilta ei koeta aivan ongelmattomaksi. Tiedon löytäminen pitää helppona 25 % ja melko helppona 32 %. 21 % pitää tarpeellisen tiedon löytymistä enemmän tai vähemmän ongelmallisena ja 24 % ei osannut ottaa kantaa asiaan.

Maaseutumatkailupalveluja käyttää erilaisia kuluttajaryhmiä, joiden tiedonhankinta- ja varausprosessiin liittyvät odotukset poikkeavat toisistaan. Lievä enemmistö kaipaa ja pitää tärkeänä myös henkilökohtaista kanssakäymistä varaustilanteessa. Kuitenkin noin 20 % vastanneista on vahvasti sitä mieltä, että maaseutuloman varaaminenkin tulisi onnistua Internetin avulla eikä henkilökohtaisen palvelun merkitys heille ole samalla tavoin tärkeää. Vaikka varauksen tekemisen tapaan vaikuttaa merkittävästi tarjolla olevan palvelun laatu, niin molempien asiakasryhmien tarpeiden ymmärtäminen ja mahdollisimman asiakaslähtöinen palveleminen varaustilanteessa on keskeistä.

Taulukko 4. Käsitukset maaseutulomien varaamisesta ja tiedonhankinnasta

	<<	<	>	>>		Eos
Maaseutulomien varaaminen on mielestäni vaivatonta	29 (16)	43 (28)	13 (29)	3 (19)	Maaseutulomien varaaminen on mielestäni hankalaa	12 (8)
Ostan maaseutulomani mieluiten matkatoimistosta tai välittäjäorganisaatiosta	12 (31)	16 (20)	23 (19)	39 (26)	Ostan maaseutulomani mieluiten suoraan sitä tarjoavasta yrityksestä	9 (4)
Kun valitsen maaseutulomakohtetta, ostopäätökseeni vaikuttaa ensisijaisesti hinta	20 (19)	29 (31)	29 (26)	16 (22)	Kun valitsen maaseutulomakohtetta, ostopäätökseeni vaikuttaa ensisijaisesti kohteen tarjonta	7 (3)
Suosin Internetiä varatessani maaseutulomaa	20	14	19	38	Pidän henkilökohtaista palvelua (esim. puhelimitse) tärkeänä varatessani maaseutulomaa	10
Maaseutumatkailuyritysten Internet-sivuilta on helppo löytää tarpeellista tietoa	25	32	16	5	Maaseutumatkailuyritysten Internet-sivuilta on hankala löytää tarpeellista tietoa	24
Haluan ostaa majoituksen ja ohjelmopalvelut yhtenä pakettina samalla kertaa	25 (29)	22 (19)	19 (19)	26 (29)	Haluan ostaa majoituksen ja ohjelmopalvelut erikseen	8 (3)