



TAMPEREEN  
YLIOPISTO  
LIIKETALOUDELLINEN  
TUTKIMUSKESKUS

Lomalaidun ry

**MAASEUTUMATKAILUN  
KULUTTAJATUTKIMUS 2003**

## TIIVISTELMÄ

Tampereen yliopiston Liiketaloudellinen tutkimuskeskus toteutti Lomalaidun ry:n toimeksiannosta Maaseutumatkailun kuluttajatutkimuksen syys-marraskuussa 2003. Tutkimuksen avulla selvitettiin maaseutumatkailupalvelujen toteutunutta käyttöä ja kasvupotentiaalia sekä kartoitettiin kuluttajien käsityksiä laajemminkin maaseutumatkailusta. Tutkimus toteutettiin henkilökohtaisina haastatteluina otosjoukon ollessa 977 vastaajaa.

Haastatelluista 70 % ilmoitti käyttäneensä jotain maaseutumatkailupalvelua kotimaassa viimeisten viiden vuoden aikana. Määrä on suurin piirtein sama kuin vuoden 2001 vastaavan tyyppisessä tutkimuksessa ja merkittävästi suurempi kuin vuoden 1997 tutkimuksessa, jolloin vajaa puolet (45 %) vastaajista ilmoitti käyttäneensä jotain kotimaan maaseutumatkailupalvelua viimeisten viiden vuoden aikana. Tulos kertoo maaseutumatkailupalvelujen käytön selvästä lisääntymisestä viime vuosien aikana, vaikkakin näiden eri tutkimustulosten vertailussa on syytä huomioida niiden toisistaan jonkin verran poikkeavat toteutustavat.

Suosituin maaseutumatkailumuoto oli edelleen loma vuokramökissä, kuten myös vuosien 2001 ja 1997 tutkimuksissa. Vuokramökissä ilmoitti viiden viime vuoden aikana lomalleensa 37 % vastaajista, mikä on selvästi enemmän kuin aikaisempina vuosina.

Noin kolmannes vastaajista (30 %) oli majoittunut lomakylässä tai leirintäalueella. Kotieläintilalla tai muussa lapsille suunnatussa maaseutumatkailukohteessa oli käynyt noin viidennes (19 %) vastaajista. Ohjatulla luontoretkellä oli käynyt samoin noin joka viides vastaaja (19 %), merkittävästi useampi kuin vuoden 1997 tutkimuksessa mitattiin (3 %).

Aamiaismajoitusta oli käyttänyt hieman yli joka kymmenes (12 %) haastatelluista. Aamiaismajoituksen kysynnässä on samaten nähtävissä kasvua vuodesta 1997, jolloin 6 % vastaajista ilmoitti yöpyneensä aamiaismajoituksessa. Maatilalomaa täys- tai puolihoitolla ilman ohjelmaa oli viettänyt 3 % vastaajista, kutakuinkin sama määrä mitä myös aikaisemmissa tutkimuksissa mitattiin.

Eri maaseutumatkailupalvelujen tyypilliset asiakaskunnat vaihtelevat merkittävästi palveluittain. Eri ikäryhmistä eniten maaseutumatkailupalveluja kokonaisuudessaan käyttävät 15–44-vuotiaat. Yksityisasiakkaina maaseutumatkailupalveluita viimeisen viiden vuoden aikana oli käyttänyt kolme viidesosaa (61 %), ryhmä- tai kokousasiakkaina kaksi viidesosaa (37 %).

Valtaosa kuluttajista (88 %) vaikuttaisi olevan kiinnostuneita käyttämään jotain maaseutumatkailupalvelua yksityisasiakkaana lähivuosina. Kiinnostuneiden määrä on hieman noussut vuodesta 1997, jolloin vastaava lukema oli 81 %. Tulokset kertovat selvästä kasvupotentiaalista, jonka hyödyntäminen edellyttää toki jatkossakin määrätietoista kehittämistyötä useilla eri sektoreilla.

Majoituksen sisältävistä maaseutumatkailupalveluista eniten kasvupotentiaalia näyttäisi olevan edelleen lomilla vuokramökissä ja ohjelmallisilla lomilla maaseutumatkailukohteessa.

Muista maaseutumatkailupalveluista etenkin ohjattujen luontoretkien kysynnän voidaan olettaa kasvavan jatkossakin.

Hieman yli puolet vastaajista (54 %) oli lähinnä sitä mieltä, että maaseudulla on mielenkiintoista tekemistä vain kesällä, kun taas 46 %:n mielestä maaseutu tarjoaa mielenkiintoista tekemistä ympäri vuoden. Negatiivisemmin maaseutumatkailupalvelujen ympärivuotiseen tarjontaan vaikuttavat suhtautuvan lähinnä haja-asutusalueilla ja pienemmillä paikkakunnilla asuvat ja positiivisimmin suurempien kaupunkien asukkaat.

Puolet vastaajista (50 %) ilmoitti hinnan vaikuttavan enemmän ostopäätökseensä kuin kohteen tarjonnan maaseutulomakohdetta valittaessa. Tämä viestii siitä, että maaseutumatkailupalveluita kehitettäessä palvelujen "oikeaan" hinnoitteluun ja siten myös hyvään hinta-laatusuhteeseen on syytä kiinnittää erityistä huomiota.

Noin puolet vastaajista (49 %) ilmoitti varaavansa maaseutuloman mieluiten Internetin kautta ja suunnilleen yhtä suuri määrä soittamalla tai henkilökohtaisella käynnillä. Kuluttajat odottavat näin ollen myös maaseutumatkailupalvelujen tuottajilta ja välittäjäorganisaatioilta yhä enenevässä määrin palvelua Internetin kautta.

Hieman yli puolet (51 %) vastaajista ilmoitti ostavansa maaseutulomansa mieluiten matkatoimistosta tai välittäjäorganisaatioilta. Vajaa puolet (45 %) ilmoitti puolestaan ostavansa maaseutulomansa mieluiten suoraan sitä tarjoavalta yritykseltä.

Vaikka kuluttajien vaatimustaso majoitustilojen varustelun suhteen on koko ajan lisääntynyt edelleen, suurelle joukolla kuluttajia (52 %) vaikuttaisi kelpaavan myös vaatimattomammin varusteltu ja siten edullisempi majoitustila maaseutukohteessa.

Lähes yhtä moni vastaaja arvioi maaseutulomien hinta-laatusuhteen hyväksi (43 %) kuin huonoksi (44 %). Suomalaisilla näyttäisikin nykyään olevan varsin vaihteleva kuva maaseutulomien hinta-laatusuhteesta, mikä lienee myös tilanne käytännössä. Tämä kuluttajien epäselvä hinta-laatusuhteeseen on syytä huomioida käytännön kehittämistyössä ja markkinointiviestinnässä, sillä se ei liene omiaan lisäämään maaseutumatkailupalvelujen uskottavuutta ja vetovoimaisuutta.

---

**SISÄLLYSLUETTELO**

1	Tutkimuksen tavoitteet ja toteutus .....	5
2	Maaseutumatkailupalvelujen käyttö .....	6
3	Maaseutumatkailupalvelujen käyttö lähivuosina .....	11
	3.1 Majoituksen sisältävät maaseutumatkailupalvelut .....	13
	3.2 Paikalliskulttuuriin liittyvät maaseutumatkailupalvelut .....	14
	3.3 Maaseutumatkailun ohjelma- ja oheispalvelut .....	15
4	Käsitykset maaseutumatkailusta .....	16

## 1 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET JA TOTEUTUS

Tampereen yliopiston Liiketaloudellinen tutkimuskeskus toteutti Lomalaidun ry:n toimeksiannosta Maaseutumatkailun kuluttajatutkimuksen syys-marraskuussa 2003. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää kotimaan 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 lomaviihtolomasta maaseudulla ylipäätään ja näin tuottaa informaatiota Maaseutumatkailun kotimaan markkinointikampanja -hankkeen tueksi.

Tutkimus toteutettiin henkilökohtaisina haastatteluina, joiden kohderyhmäksi valittiin 15–74-vuotiaat Suomessa asuvat henkilöt. Haastattelulomake laadittiin yhteistyössä toimeksiantajan ja Liiketaloudellisen tutkimuskeskuksen kanssa. Haastattelujen käytännön toteutuksesta vastasi Taloustutkimus Oy Liiketaloudellisen tutkimuskeskuksen toimeksiannosta. Haastatteluja suoritettiin loka-marraskuussa 2003 yhteensä 977 kappaletta, mitä voidaan tulosten yleistettävyyden kannalta pitää hyvänä.

Tässä raportissa esitetään tutkimuksen keskeiset tulokset ns. yksiulotteisina jakaumina sekä seuraavien taustamuuttujien suhteen, sikäli kun niissä ilmeni merkittäviä eroja:

- sukupuoli
- ikäryhmä
- talouden tyyppi
- koulutus (ylin aste)
- ammatti
- asuinkunnan asukasmäärä
- vapaa-ajanasunnon omistaminen

Tarkemmat taustamuuttujittaiset tulokset on esitetty raportin liiteosiossa.

Tuloksia verrataan soveltuvin osin Liiketaloudellisen tutkimuskeskuksen tekemään Maaseutumatkailun kuluttajatutkimukseen vuodelta 2001 ja Elintarviketieto Oy:n tekemään Kiinnostus maaseutumatkailua kohtaan ja palveluodotukset -tutkimukseen vuodelta 1997. Vuonna 2001 käytettiin samaa tutkimusmenetelmää kuin tässä tutkimuksessa, mikä parantaa tulosten vertailukelpoisuutta. Vuoden 1997 tutkimusaineisto kerättiin ns. GallupKanavaa käyttäen kotitalouksiin sijoitettujen mikrotietokoneiden avulla. Tutkimusmenetelmien erilaisuudesta johtuen tuloksia voidaan pitää näiltä osin lähinnä suuntaa-antavina. Lisäksi vertailussa on syytä huomioida, että tämänkertaisen tutkimuksen kysymyksenasettelut ja vastausvaihtoehdot on tietoisesti muotoiltu aikaisemmista tutkimuksista poikkeavalla tavalla tämänhetkisen tutkimustarpeen mukaisesti. Vertailua vuoden 1997 ja 2001 tutkimuksiin on pyritty tekemään siltä osin, kun näiden tutkimusten tuloksissa ilmeni merkittäviä eroavaisuuksia tämänkertaisen tutkimuksen tuloksiin verrattuna.

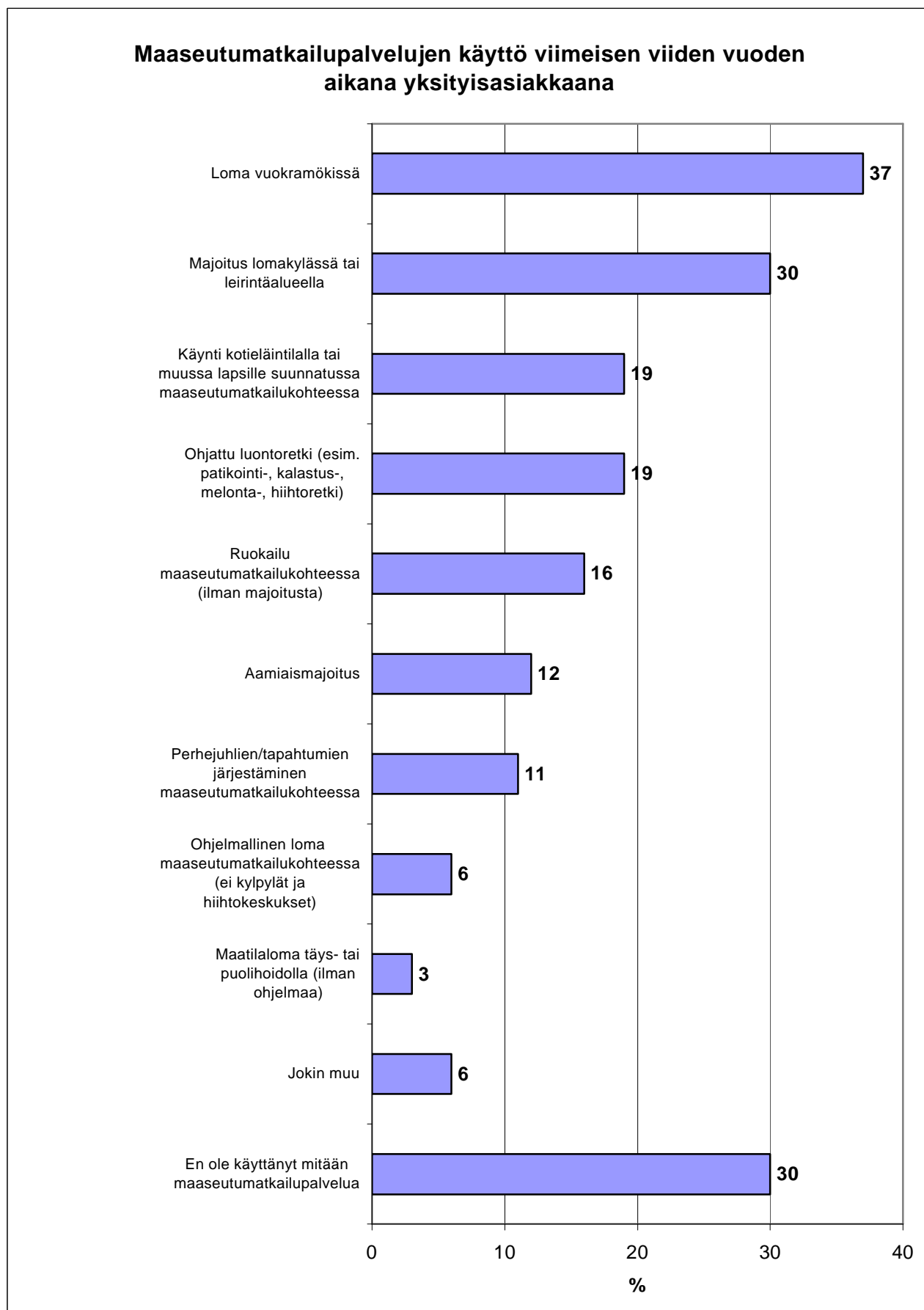
Tutkimuksen vastuuhenkilönä Lomalaidun ry:stä toimi projektipäällikkö Satu Pura. Liiketaloudellisesta tutkimuskeskuksesta toimeksiannon toteutuksen osallistuivat tutkimuspäällikkö Marko Laiho ja tutkimusassistentti Elina Vulli.

## 2 MAASEUTUMATKAILUPALVELUJEN KÄYTTÖ

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

- loma vuokramökissä
- majoitus lomakylässä tai leirintäalueella
- aamiaismajoitus
- maatilaloma täys- tai puolihoitolla (ilman ohjelmaa)
- ohjelmallinen loma maaseutumatkailukohteessa (ei kylpylät ja hiihtokeskukset)
- ruokailu maaseutumatkailukohteessa (ilman majoitusta)
- käynti kotieläintilalla tai muussa lapsille suunnatussa maaseutumatkailukohteessa
- perhejuhlien/tapahtumien järjestäminen maaseutumatkailukohteessa
- ohjattu luontoretki (esim. patikointi-, kalastus-, melonta-, hiihtoretki)
- jokin muu maaseutumatkailupalvelu

Palveluiden käytön määrä käy ilmi kuvasta 1.



Kuva 1. Kotimaan maaseutumatkailupalvelujen käyttö viimeisten viiden vuoden aikana

Haastatelluista 70 % ilmoitti käyttäneensä jotain maaseutumatkailupalvelua kotimaassa viimeisten viiden vuoden aikana. Määrä on suurin piirtein sama kuin vuonna 2001, jolloin 74 % vastaajista oli käyttänyt jotain kotimaan maaseutumatkailupalvelua viimeisten viiden vuoden aikana. Vuoteen 1997 verrattuna kotimaan maaseutumatkailupalvelujen käyttö on kuitenkin lisääntynyt, sillä tuolloin vain hiekkavaajaa puolet (45 %) vastaajista ilmoitti käyttäneensä jotain kotimaan maaseutumatkailupalvelua viimeisten viiden vuoden aikana.

Eri tutkimusten tuloksia vertailtaessa on syytä kuitenkin huomioida tutkimusten jossain määrin toisistaan poikkeavat tutkimustavat. Esimerkiksi vuoden 2001 tutkimuksessa eri vastausvaihtoehtoja oli käytössä tutkimustaloudellisista syistä enemmän (18 kpl), mikä helpotti vastaajien palveluiden käytön muistamista. Vuoden 1997 tutkimuksessa eri vastausvaihtoehtoja taas oli käytössä 7 kappaletta. Tulokset kertonevat kuitenkin siitä, että maaseutumatkailupalvelujen käyttö on lisääntynyt selvästi vuodesta 1997.

Suosituin maaseutumatkailumuoto oli edelleen loma vuokramökissä, kuten myös vuosien 2001 ja 1997 tutkimuksissa. Vuokramökissä ilmoitti lomailleensa 37 % vastaajista, mikä on selvästi enemmän kuin aikaisempina vuosina. Eniten vuokramökissä olivat lomailleet 15–24-vuotiaat ja 35–44-vuotiaat, vähiten taas 65–74-vuotiaat. Eri talouden tyypeistä loma vuokramökissä oli erityisesti lapsiperheiden suosiossa.

Noin kolmannes vastaajista (30 %) oli majoittunut lomakylässä tai leirintäalueella, mikä on samaa luokkaa kuin vuonna 2001. Vuoteen 1997 verrattuna kehitys on ollut positiivinen, tosin silloin kysymyksenasettelu oli muodossa "lomakylä/mökkikylä". Eri ammattiryhmistä tätä maaseutumatkailupalvelua olivat käyttäneet eniten johtavassa asemassa olevat ja yrittäjät sekä opiskelijat ja koululaiset.

Kotieläintilalla tai muussa lapsille suunnatussa maaseutumatkailukohteessa oli käynyt noin viidennes (19 %) vastaajista. Naiset, 35–44-vuotiaat ja lapsiperheet olivat käyttäneet kyseisiä palveluja keskimääräistä enemmän. Vähiten lapsille suunnatuissa maaseutumatkailukohteissa olivat vierailleet 55–64-vuotiaat ja 65–74-vuotiaat.

Ohjatulla luontoretkellä oli käynyt samoin noin joka viides vastaaja (19 %). Suosituinta se oli 15–24-vuotiaiden, 35–44-vuotiaiden sekä toimihenkilöiden keskuudessa. Vähiten ohjatuilla luontoretkillä olivat käyneet 65–74-vuotiaat. Vuoteen 1997 verrattuna ohjattujen luontoretkien käyttö on lisääntynyt selvästi, tuolloin ohjatulla luonto-, kalastus- tai erämatkalla ilmoitti käyneensä vain 3 % vastaajista.

16 % vastaajista oli ruokaillut maaseutumatkailukohteessa kuitenkin majoittumatta siellä. Eniten kyseistä palvelua olivat käyttäneet lapsettomat pariskunnat ja vähintään opistotasoisien koulutuksen saaneet. Vuonna 2001 noin neljännes vastaajista (24 %) ilmoitti ruokailleensa maaseutumatkailukohteessa, tuolloin kysymyksenasettelusta ei kuitenkaan ollut rajattu pois majoitusta. Näin ollen luku sisältää

myös sellaiset ruokailut maaseutumatkailukohteessa, jotka ovat kuuluneet majoituksen yhteyteen.

Aamiaismajoitusta oli käyttänyt hieman reilu kymmenes (12 %) haastatelluista. Eniten aamiaismajoituksessa olivat yöpyneet 15–24-vuotiaat. Aamiaismajoituksen kysynnässä on nähtävissä selvää kasvua vuodesta 1997, jolloin 6 % vastaajista ilmoitti yöpyneensä aamiaismajoituksessa. Vuonna 2001 aamiaismajoitusta ilmoitti käyttäneensä 10 % vastaajista.

Noin kymmenes vastaajista (11 %) oli järjestänyt perhejuhlia tai tapahtumia maaseutumatkailukohteessa. Luku on samaa luokkaa kuin vuonna 2001, jolloin 13 % vastaajista ilmoitti järjestäneensä juhlia maaseutukohteessa. Koulutustaustan mukaan tarkasteltuna eniten tätä maaseutumatkailupalvelua olivat käyttäneet vähintään opistotasaisen koulutuksen saaneet.

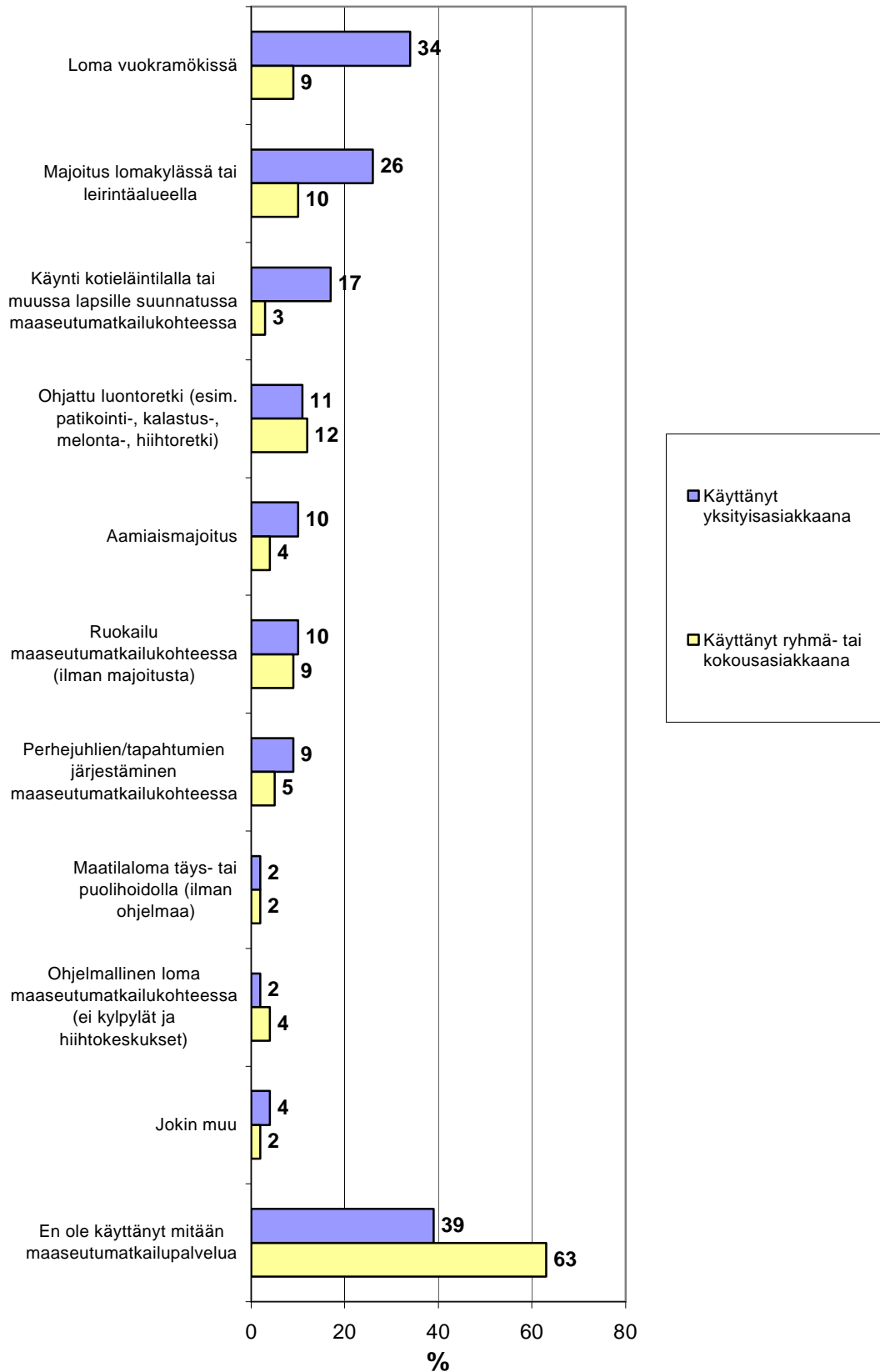
Maatilalomaa täys- tai puolihoitolla ilman ohjelmaa oli viettänyt 3 % vastaajista. Kysyntä lienee näin ollen suurin piirtein samalla tasolla kuin aikaisempina vuosina: vuonna 1997 täys- tai puolihoitossa maatilassa oli ollut 2 % vastaajista ja vuonna 2001 maatilalomaa oli viettänyt 4 % vastaajista.

Jotain muuta kuin em. maaseutumatkailupalveluja oli käyttänyt viimeisten viiden vuoden aikana 6 % vastaajista.

### **Maaseutumatkailupalvelujen käyttö yksityisasiakkaana ja ryhmä-/tai kokousasiakkaana**

Vastaajia pyydettiin erittelemään, olivatko he käyttäneet maaseutumatkailupalveluja yksityisasiakkaina vai ryhmä- tai kokousasiakkaina. Kuvasta 2 käy ilmi maaseutumatkailupalvelujen käytön määrä näiden asiakasryhmien suhteen.

### Maaseutumatkailupalvelujen käyttö yksityisasiakkaana ja ryhmä- tai kokousasiakkaana viimeisten viiden vuoden aikana



Kuva 2. Maaseutumatkailupalvelujen käyttö yksityisasiakkaana ja ryhmä- tai kokousasiakkaana

Vastaajista kolme viidesosaa (61 %) oli käyttänyt maaseutumatkailupalveluita yksityisasiakkaina viimeisen viiden vuoden aikana, ryhmä- tai kokousasiakkaina kaksi viidesosaa (37 %).

Eniten eroavaisuuksia palvelujen käytön määrässä asiakasryhmien suhteen oli majoituksen sisältävissä palveluissa, joita yksityisasiakkaat olivat pääasiassa käyttäneet ryhmä- ja kokousasiakkaita enemmän. Kun yksityisasiakkaina noin kolmannes oli viettänyt lomaa vuokramökissä (34 %) tai majoittunut lomakylässä tai leirintäalueella (26 %), oli ryhmä- tai kokousasiakkaana saman tehnyt vain noin kymmenes vastanneista (9 % ja 10 %). Aamiaismajoitusta oli yksityisasiakkaana käyttänyt 10 % vastaajista ja ryhmä- tai kokousasiakkaana 4 %.

Majoitusta sisältämättömissä palveluissa eroja näiden asiakasryhmien suhteen ei juuri löytynyt. Poikkeuksen muodostavat kotieläintilat ja muut lapsille suunnatut käyntikohteet, joita yksityisasiakkaat olivat käyttäneet enemmän.

### **3 MAASEUTUMATKAILUPALVELUJEN KÄYTTÖ LÄHIVUOSINA**

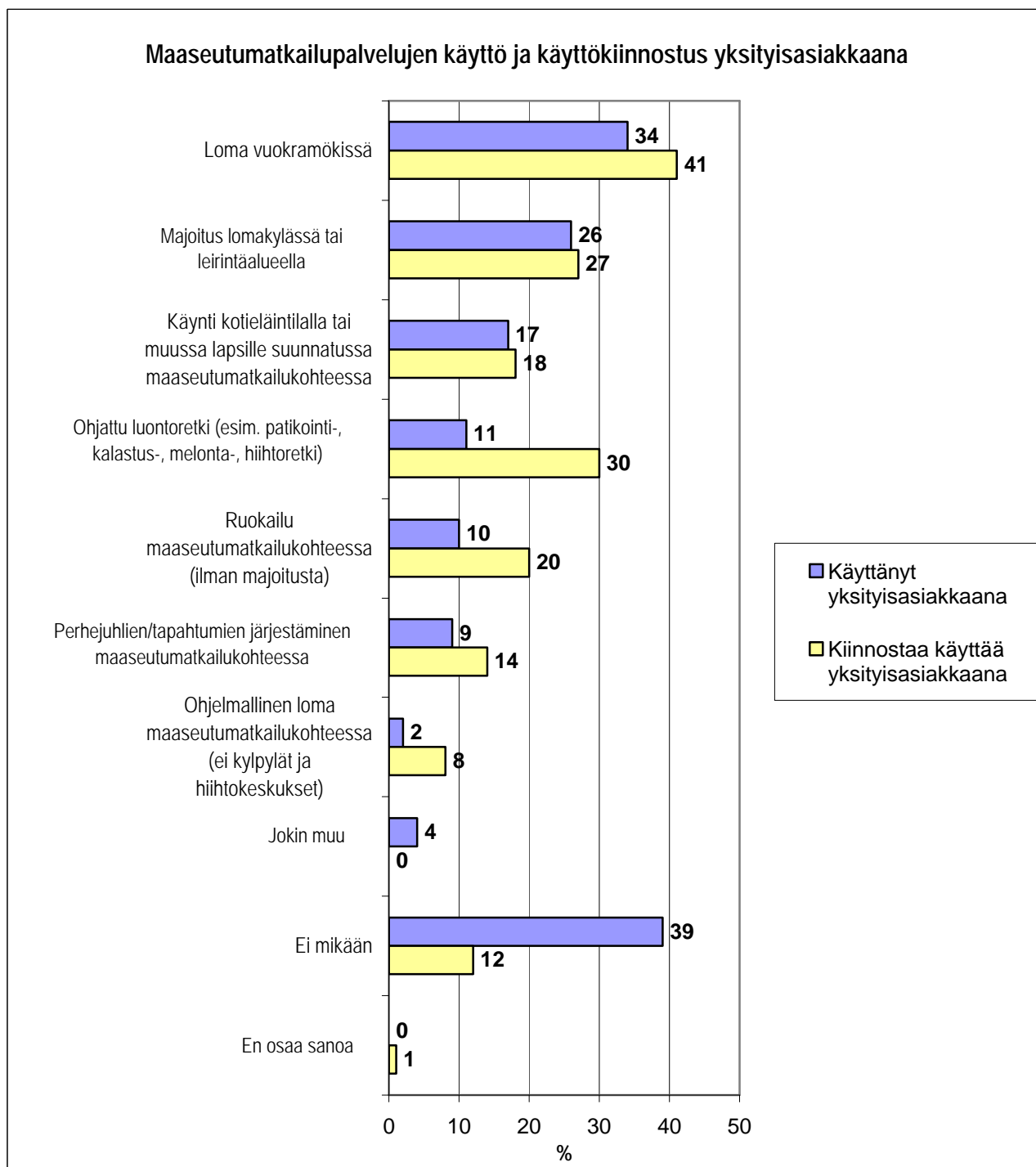
Haastateltavia pyydettiin nimeämään ne kotimaan maaseutumatkailupalvelut, jotka kiinnostivat heitä niin paljon, että he voisivat kuvitella käyttävänsä niitä lähivuosina yksityisasiakkaana. Yhteensä vastaajat saivat valita kiinnostuksen kohteensa 20 eri maaseutumatkailupalvelusta, jotka ryhmiteltiin kolmeen luokkaan:

1. majoituksen sisältävät maaseutumatkailupalvelut
2. paikalliskulttuuriin liittyvät maaseutumatkailupalvelut ja
3. maaseutumatkailun ohjelma- ja oheispalvelut.

Valtaosa vastaajista (88 %) ilmoitti olevansa kiinnostunut käyttämään jotain kotimaan maaseutumatkailupalvelua lähivuosina. Vuonna 1997 kiinnostuneita oli 81 % vastaajista, mutta tuolloin vastausvaihtoehtoja oli tarjolla vähemmän.

Keskimääräistä vähemmän maaseutumatkailupalvelujen käytöstä olivat kiinnostuneita 65–74-vuotiaat sekä 55–64-vuotiaat. Samoin pienemmällä paikkakunnilla asuvat (alle 30 000 asukasta) olivat keskimääräistä vähemmän kiinnostuneita maaseutumatkailupalvelujen käytöstä lähivuosina.

Seuraavassa verrataan maaseutumatkailupalvelujen toteutunutta käyttöä yksityisasiakkaana vastaajien kiinnostukseen käyttää maaseutumatkailupalveluja lähivuosina yksityisasiakkaana siltä osin kun annetut vastausvaihtoehdot vastaavat toisiinsa.



**Kuva 3. Maaseutumatkailupalvelujen käyttö yksityisasiakkaana viimeisten viiden vuoden aikana verrattuna kiinnostukseen käyttää maaseutumatkailupalveluja lähivuosina yksityisasiakkaana**

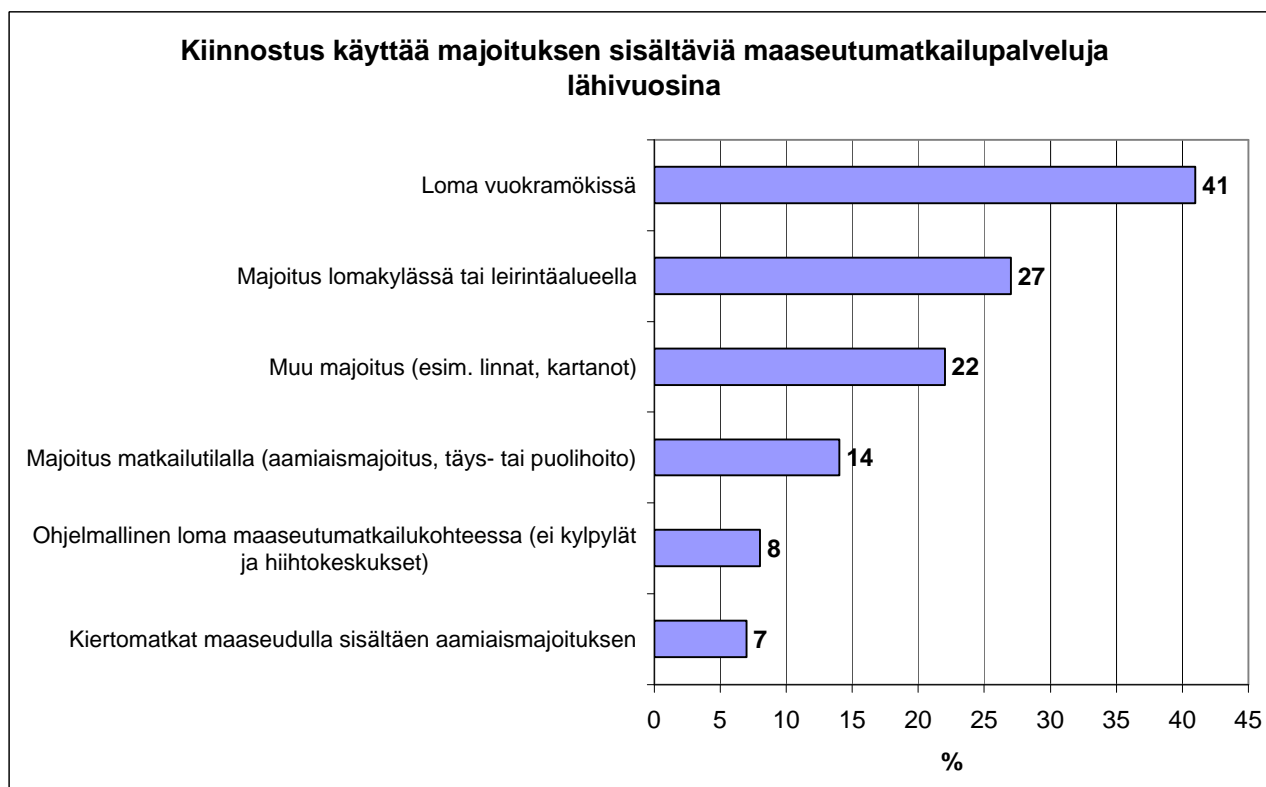
Majoituksen sisältävistä maaseutumatkailupalveluista eniten ja selvää kasvupotentiaalia näyttäisi olevan edelleen lomilla vuokramökissä ja ohjelmallisilla lomilla maaseutumatkailukohteessa.

Muista maaseutumatkailupalveluista etenkin ohjattujen luontoretkien kysynnän voidaan olettaa kasvavan: kolmannes vastaajista (30 %) oli kiinnostunut osallistumaan ohjatuille luontoretkeille mutta niille on osallistunut vasta noin kymmenesosa

(11 %) vastaajista. Tässä tutkimuksessa ei voitu selvittää mahdollisia luontoretkipalvelujen käytön esteitä kuten niiden korkeahkoa hintatasoa yksityisasiakkaille. Myös ruokailu maaseutumatkailukohteessa ilman majoitusta kiinnostaa selvästi useampia vastaajia (20 % vastaajista) kuin palvelua tähän mennessä käyttänyt (10 %).

### 3.1 Majoituksen sisältävät maaseutumatkailupalvelut

Haastateltujen kiinnostus käyttää majoituksen sisältäviä maaseutumatkailupalveluja yksityisasiakkaana lähivuosina on esitetty kokonaisuudessaan kuvassa 4.



**Kuva 4. Kiinnostus käyttää majoituksen sisältäviä maaseutumatkailupalveluja lähivuosina yksityisasiakkaana**

Kiinnostavimpina lomanviettotapoina maaseudulla vastaajat pitivät lomaa vuokramökissä, jota eri maaseutumatkailupalvelujen vaihtoehdoista ajatteli voivansa käyttää lähivuosina 41 % vastaajista. Noin kolmannes vastaajista (27 %) oli kiinnostunut majoittumaan lomakylässä tai leirintäalueella. Houkuttelevimmiksi nämä palvelut kokivat 15–44-vuotiaat, lapsiperheet ja korkeintaan ylioppilas-/lukio-koulutuksen saaneet. Henkilöt, jotka omistivat kesämökin, eivät sen sijaan olleet ymmärrettävästikään erityisen kiinnostuneita näistä palveluista.

Linna-, kartano-, tai muusta vastaavasta majoituksesta oli kiinnostunut noin viidesosa vastaajista (22 %). Tämä lomailutapa kiinnosti erityisesti naisia, 15–44-vuotiaita sekä eri talouden tyypeistä sekä lapsettomia pariskuntia että lapsiperheitä.

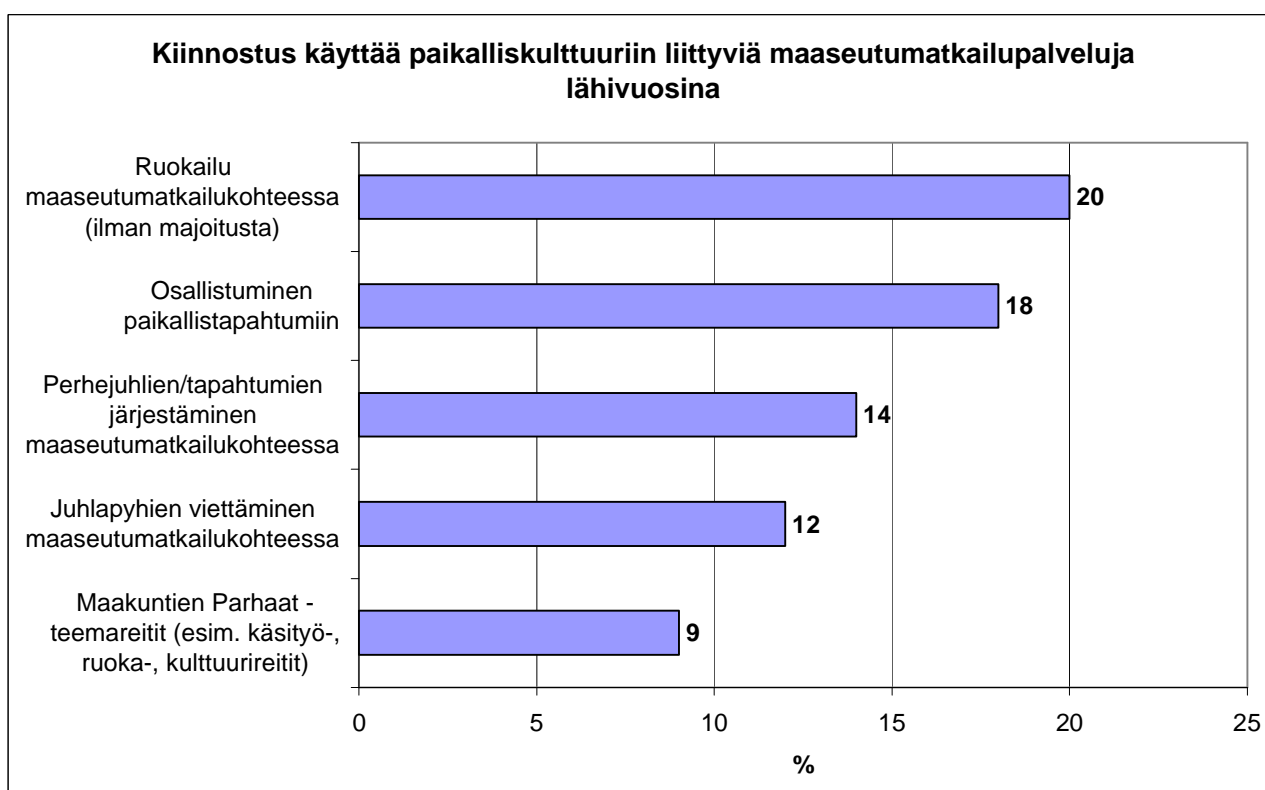
Matkailutilalla täys- tai puolihoitossa tai aamiaismajoituksessa oli kiinnostunut viettämään lomaa 14 % haastatelluista. Erityisen kiinnostuneita majoituksesta matkailutilalla olivat naiset ja 25–54-vuotiaat. Eri ammattiryhmistä tämä lomaviettotapa kiinnosti eritoten toimihenkilöitä.

Haastatelluista noin kymmenesosa (8 %) oli kiinnostunut viettämään ohjelmallista lomaa maaseutumatkailukohteessa (pois luettuna kylpylät ja hiihtokeskukset).

Maaseudun kiertomatkoille oli kiinnostunut osallistumaan 7 % vastaajista. Keskimääräistä kiinnostuneempia maaseudun kiertomatkoista olivat naiset ja 45–54-vuotiaat. Näiden kiertomatkojen yksityiskohtaisempaa sisältöä ei ollut mahdollista tarkentaa vastaajille tässä tutkimuksessa, mikä on syytä huomioida tutkimustuloksia arvioitaessa.

### 3.2 Paikalliskulttuuriin liittyvät maaseutumatkailupalvelut

Maaseudun paikalliskulttuuriin liittyvistä matkailupalveluista kiinnostuneiden määrät käyvät ilmi kuvasta 5.



Kuva 5. Kiinnostus käyttää paikalliskulttuuriin liittyviä maaseutumatkailupalveluja lähivuosina yksityisasiakkaana

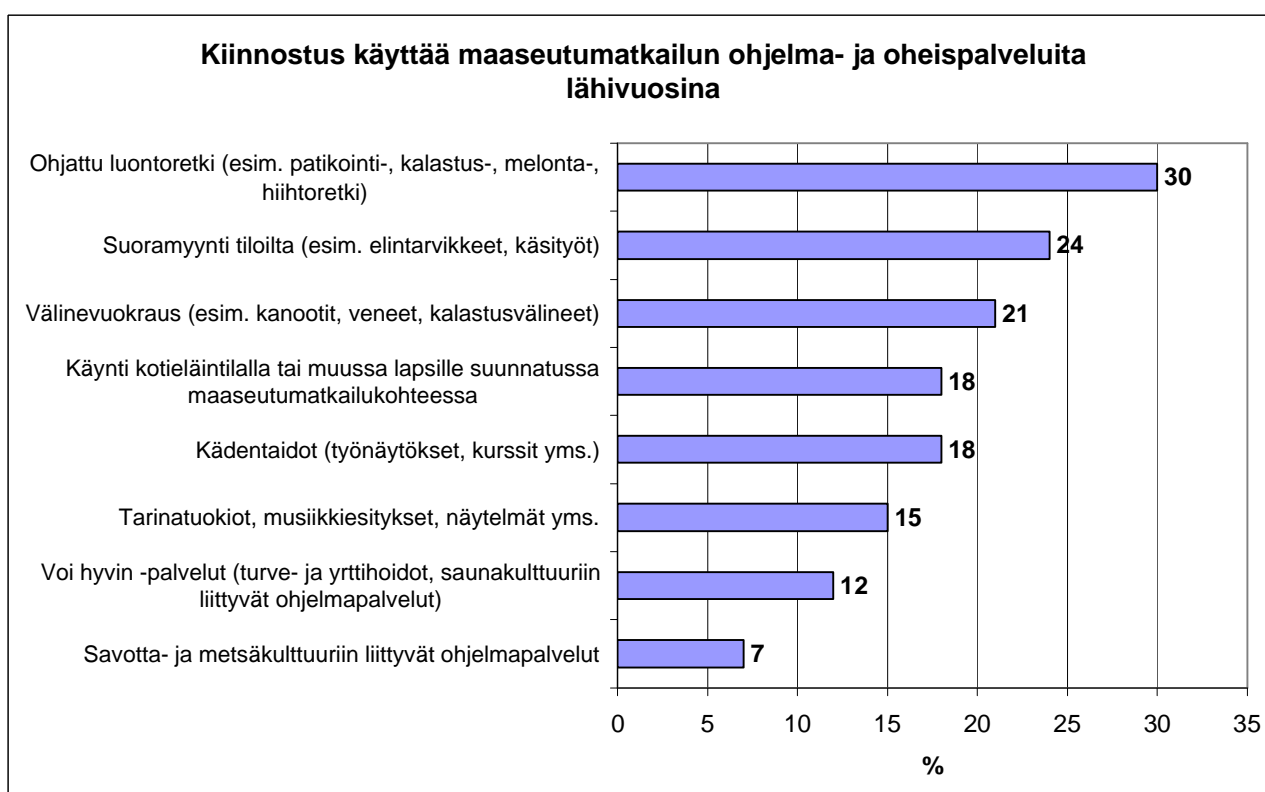
Kiinnostavimmiksi paikalliskulttuuriin liittyviksi palveluiksi koettiin ruokailu maaseutumatkailukohteessa ilman majoitusta (20 %) ja osallistuminen paikallistapahtumiin (18 %). Perhejuhlia tai tapahtumia maaseutumatkailukohteessa oli kiinnostunut järjestämään 14 % vastaajista ja 12 % oli kiinnostunut viettämään juhlapyhiä maaseu-

tumatkailukohteessa. Noin kymmenes (9 %) oli kiinnostunut kokeilemaan Maakuntien Parhaat -teemareittejä.

Naiset olivat kauttaaltaan kiinnostuneempia paikalliskulttuuriin liittyvistä maaseutumatkailupalveluista kuin miehet. Koulutustaustaltaan paikalliskulttuurin palveluista olivat kiinnostuneimpia vähintään opistotasoisien koulutuksen saaneet ja eri ammattiryhmistä toimihenkilöt.

### 3.3 Maaseutumatkailun ohjelma- ja oheispalvelut

Kuvasta 6 käy ilmi haastateltujen kiinnostus käyttää maaseutumatkailun ohjelma- ja oheispalveluita.



**Kuva 6. Kiinnostus käyttää maaseutumatkailun ohjelma- ja oheispalveluita lähivuosina yksityisasiakkaana**

Eniten kiinnostusta vastaajissa herättivät ohjatut luontoretket, joihin kertoi haluavansa osallistua noin kolmannes vastaajista (30 %). Seuraavaksi kiinnostavimmaksi koettiin esim. elintarvikkeiden ja käsitöiden suoramyynti tiloilta (24 %) ja välinevuokraus (21 %). Lapsille suunnatuissa maaseutumatkailukohteissa kuten kotieläintiloilla oli kiinnostunut vierailemaan noin viidennes (18 %) vastaajista. Samoin erilaisista kädentaitoihin liittyvistä oheispalveluista oli kiinnostunut noin viidennes vastaajista (18 %). Tarinatuokioista, musiikkiesityksistä ja näytelmistä maaseutumatkailun oheispalveluina oli kiinnostunut 15 % vastaajista. Noin kymmenesosa vastaajista kiinnostivat voi hyvin -palvelut (12 %) ja savotta- ja metsäkulttuuriin liittyvät ohjelmapalvelut (7 %).

Naiset olivat pääsääntöisesti kiinnostuneempia käyttämään maaseutumatkailun ohjelma- ja oheispalveluita kuin miehet lukuun ottamatta savotta- ja metsäkulttuuriin liittyviä ohjelmalveluita ja välinevuokrausta. Eri ikäryhmistä ohjelma- ja oheispalveluista olivat kiinnostuneimpia pääasiassa 35–44-vuotiaat. Koulutustaustan mukaan tarkasteltuna kiinnostuneimpia olivat vähintään opistotasaisen koulutuksen saaneet.

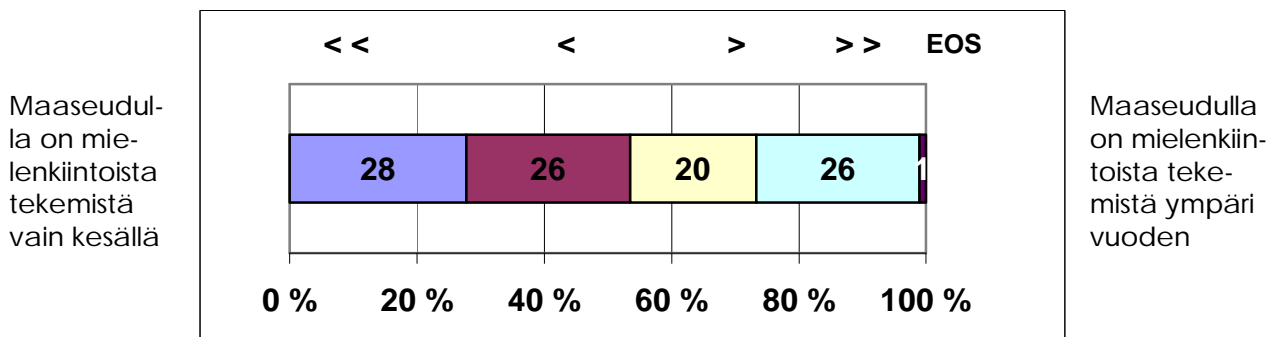
#### 4 KÄSITYKSET MAASEUTUMATKAILUSTA

Haastateltavia pyydettiin ottamaan kantaa mielipiteidensä tai mielikuviansa perusteella 12 väittämäpariin, jotka koskivat lomaviettoa Suomen maaseudulla. Väittämien avulla pyrittiin ymmärtämään syvällisemmin kuluttajien maaseutumatkailuun liittyviä mielikuvia, käsityksiä ja asenteita. Väittämäparien laajempina aihealueina olivat maaseudun vetovoima, maaseutulomakohteen valinta, maaseutumatkailupalvelujen varaus- ja myyntikanavat ja maaseutumatkailupalvelujen laatu.

Vastaajia pyydettiin asemoimaan mielipiteensä tai mielikuvansa neliportaiselle asteikolle sen mukaan, kumpi väittämistä oli lähempänä heidän mielipidettään/mielikuvaansa. Viidentenä vastausvaihtoehtona oli "en osaa sanoa". Seuraavassa sanallisessa raportoinnissa haastateltujen vastaukset on "niputettu" pääosin kolmeen luokkaan sen mukaan, kumpaa väittämää lähempänä heidän mielipiteensä/-kuvansa olivat vai eivätkö he osanneet ottaa kantaa aiheeseen. Tarkemmat jakaumat on esitetty raportin liiteosiossa.

##### Maaseudun vetovoima

Hieman yli puolet vastaajista (54 %) oli sitä mieltä, että maaseudulla on mielenkiintoista tekemistä vain kesällä, kun taas 46 %:n mielestä maaseutu tarjoaa mielenkiintoista tekemistä ympäri vuoden (kts. kuva 7).



Kuva 7. Maaseudun houkuttelevuus kesällä ja ympäri vuoden

Eryyisesti 25–54-vuotiaat kokivat maaseudun mielenkiintoiseksi vain kesällä, samoin lapsiperheet. Ammattitaustan mukaan tarkasteltuna kriittisimmin maaseudun ym-

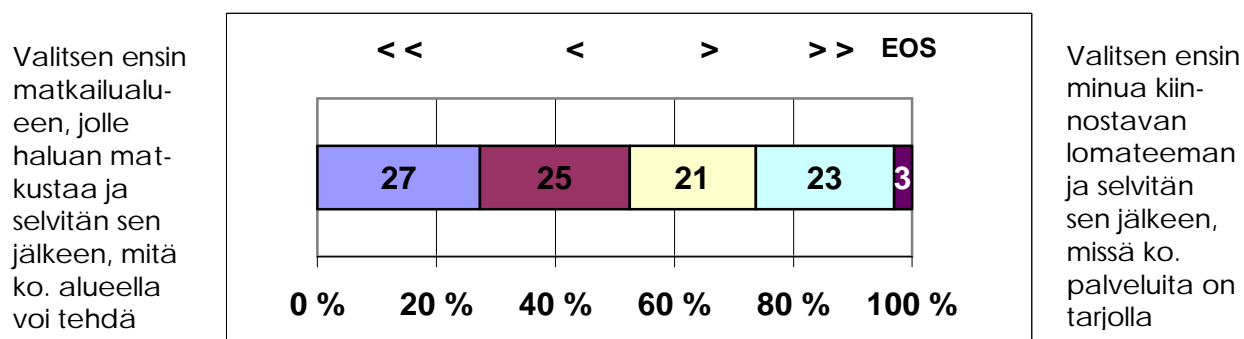
pärivuotiseen vetovoimaan suhtautuivat työväestö, toimihenkilöt, johtavassa asemassa olevat ja yrittäjät. Koulutustaustaltaan ylioppilas-/lukiokoulutuksen saaneet uskoivat yllättäen maaseudun ympärivuotiseen vetovoimaan päinvastoin kuin muun koulutustaustan omaavat.

Pienemmillä paikkakunnilla (alle 30 000 asukasta) ja haja-asutusalueilla asuvat, olivat erityisen vahvasti sitä mieltä, että maaseutu tarjoaa mielenkiintoista tekemistä vain kesällä. Suuremmilla paikkakunnilla asuvat sen sijaan uskoivat enemmän maaseudulla olevan mielenkiintoista tekemistä ympäri vuoden. Kesämökin omistajat uskoivat maaseudun ympärivuotiseen vetovoimaan hieman enemmän kuin kesämökkiä omistamattomat henkilöt.

## Maaseutulomakohteen valinta

### Matkailualue vs. lomateema

Hieman yli puolet vastaajista (52 %) ilmoitti yleensä valitsevansa ensin matkailualueen, jolle he haluavat matkustaa ja vasta sitten heitä kiinnostavan lomateeman (esim. voi hyvin -lomat) (kts. kuva 8). Kuitenkin 44 % ilmoitti valitsevansa ensin mieleisensä teeman matkalle. On kuitenkin syytä huomioida, että lomakohteen valinta esimerkiksi maantieteellisen alueen tai loman teeman suhteen on usein tapauskohtainen "prosessi".



**Kuva 8. Matkailualueen ja lomateeman vaikutus maaseutulomakohteen valintaan**

Miehillä maaseutulomakohteen valinta oli hieman paikkasidonnaisempaa kuin naisilla. Eri-ikäisistä vastaajista etenkin ikäryhmään 15–34-vuotiaat kuuluvat kokivat matkakohteen maantieteellisen sijainnin tärkeämmäksi kuin lomateeman. Eri talouden tyypeistä näin ajattelivat erityisesti lapsiperheet ja lapsettomat pariskunnat.

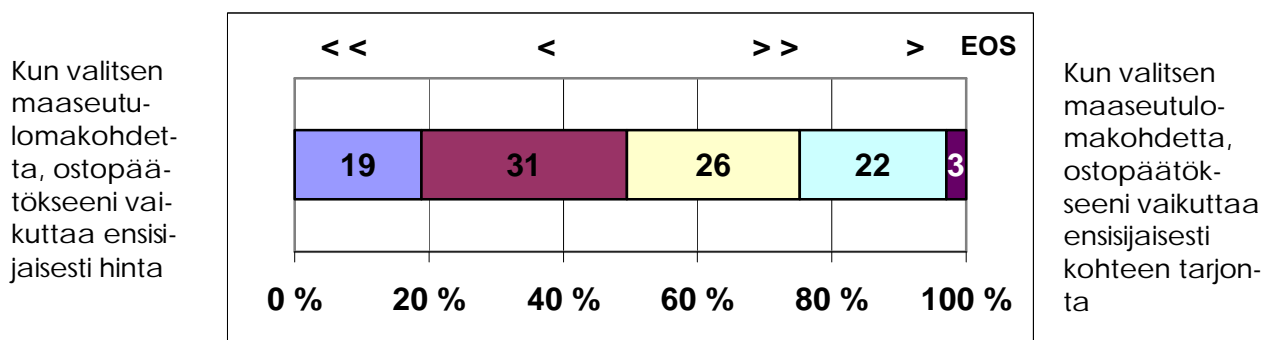
Erytisesti opiskelijat ja koululaiset kokivat maaseutulomakohtetta valitessaan tärkeämmäksi matkakohteen sijainnin kuin lomateeman. Koulutustaustan mukaan tarkasteltuna erityisen vahvasti tätä mieltä olivat opistotasaisen koulutuksen saaneet. Sen sijaan ylioppilas-/lukiokoulutuksen saaneille lomateema oli tärkeämpi kuin matkakohteen sijainti maaseutulomakohtetta valitessa. Myös kesämökin omistavilla henkilöillä lomateema ajoi kohteen sijainnin edelle.

Erityisesti pienillä paikkakunnilla (alle 10 001 asukasta) asuvat kokivat matkailualueen selvästi tärkeämmäksi kuin lomateeman.

Kuluttajat, joiden mielestä maaseudulla on mielenkiintoista tekemistä ympäri vuoden, painottavat keskimääräistä enemmän matkakohteen sijaintia verrattuna lomateemaan maaseutulomakohtetta valitessaan.

### Hinta vs. kohteen tarjonta

Puolet vastaajista (50 %) ilmoitti hinnan vaikuttavan enemmän ostopäätökseen kuin kohteen tarjonnan maaseutulomakohtetta valitessa. 48 %:lle vastaajista taas kohteen tarjonnalla oli enemmän merkitystä kuin hinnalla (kts. kuva 9). Tämä viestii siitä, että palvelujen "oikeaan" hinnoitteluun ja myös hyvään hintalaatusuhteeseen on jatkossakin syytä kiinnittää erityistä huomiota.



Kuva 9. Maaseutuloman hinnan ja maaseutulomakohteen tarjonnan vaikutus ostopäätökseen

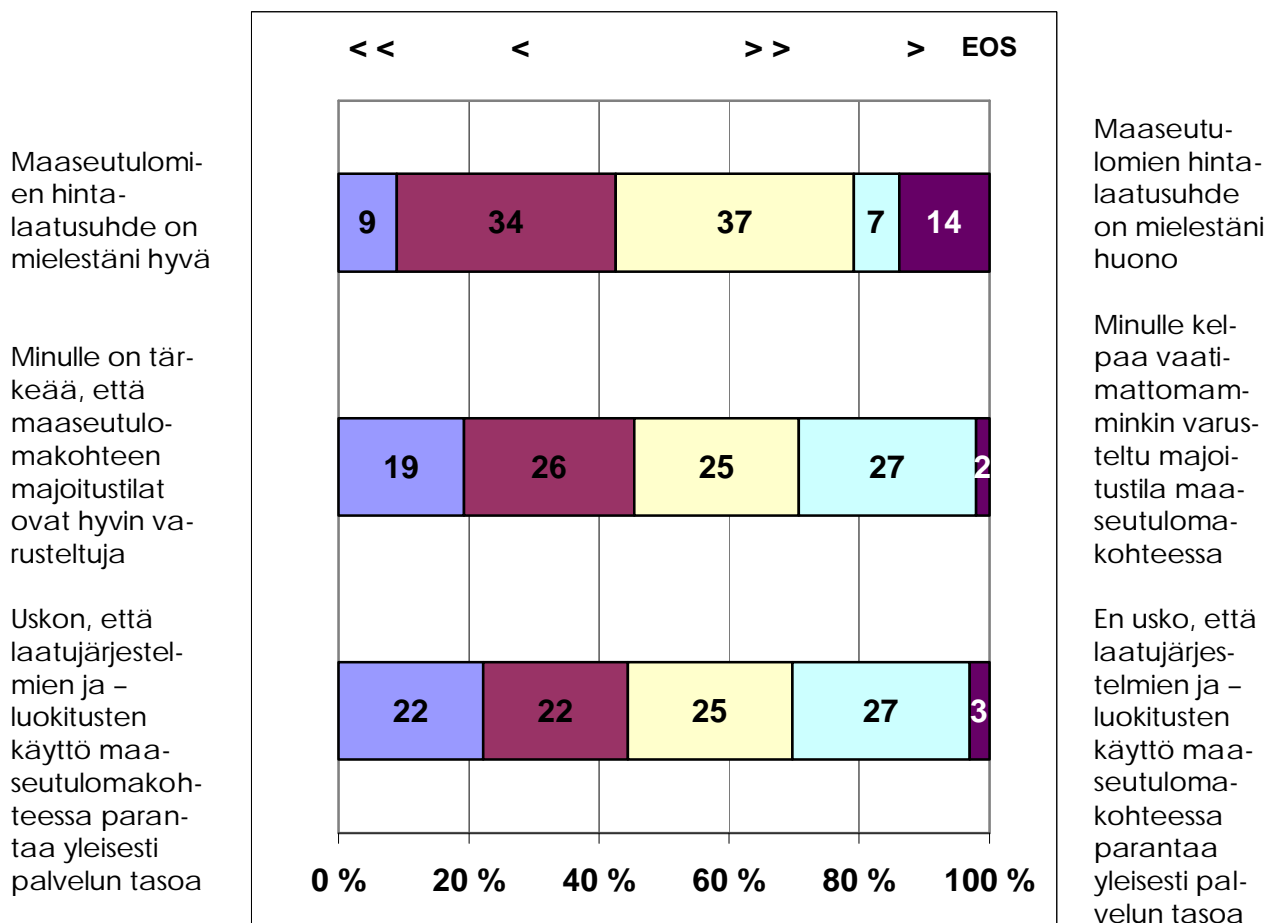
Naisilla kohteen tarjonta vaikutti enemmän ostopäätökseen kuin hinta, miehille taas hinta merkitsi enemmän. Eri ikäryhmistä hinnan merkitys korostui 55–64-vuotiailla, muut ikäryhmät puolestaan suhtautuivat kokonaisuudessaan asiaan neutraalisti.

Työväestö sekä opiskelijat ja koululaiset pitivät yllättäen kohteen tarjontaa jossain määrin tärkeämpänä kuin hintaa. Erityisesti johtavassa asemassa olevilla ja yrittäjillä hinnan merkitys nousi keskimääräistä tärkeämmäksi maaseutulomakohteen valintaa koskevaa ostopäätöstä tehtäessä. Tämä tulos saattaa kertoa tämän ryhmän kohdalla siitä ajattelutavasta, että korkeampi hinta voi olla myös tietynlainen laadun takuu.

### Maaseutulomien laatu

Lähes yhtä moni vastaaja arvioi maaseutulomien hinta-laatusuhteen hyväksi (43 %) kuin huonoksi (44 %). 14 % vastaajista ei ollut mielipidettä/-kuvaa maaseutulomien hinta-laatusuhteesta (kts. kuva 10). Tulos kertoo siitä, että suomalaisilla on nykyään varsin vaihteleva kuva maaseutulomien hinta-laatusuhteesta, mikä lienee myös tilanne käytännössä. Tämä kuluttajien epäselvä hinta-laatusuhteeseen on syytä huomi-

oida käytännön kehittämistyössä ja markkinointiviestinnässä, sillä se ei liene omiaan lisäämään maaseutumatkailupalvelujen uskottavuutta ja vetovoimaisuutta.



Kuva 10. Vastaajien käsitykset maaseutumatkailupalvelujen tasosta

15–54-vuotiaat suhtautuivat maaseutulomien hinta-laatusuhteeseen kriittisemmin, kun taas 55–74-vuotiaiden mielestä hinta-laatusuhde oli hyvä. Myöskään lapsiperheet eivät olleet erityisen vakuuttuneita maaseutulomien hyvästä hinta-laatusuhteesta.

Haja-asutusalueilla ja pienemmällä paikkakunnilla asuvat (alle 30 001 asukasta) suhtautuivat maaseutulomien hinta-laatusuhteeseen kriittisemmin kuin suuremmilla paikkakunnilla asuvat.

#### Majoituskohteen hyvä vs. vaatimattomampi varustelu

Lievä enemmistö vastaajista (52 %) ilmoitti, että heille kelpaa vaatimattomammin varusteltu majoitustila maaseutulomakohteessa (kts. kuva 10). Vaatimattomampiin majoitustiloihin tyytyväiset olivat myös tyytyväisiä maaseutulomien hinta-laatusuhteeseen. Hieman alle puolelle (45 %) vastaajista majoitustilojen hyvä varustelu oli tärkeää. Vaikka kuluttajien vaatimustaso majoitustilojen varustelun suhteen on koko ajan lisääntynyt, edelleen suuri joukko kuluttajia vaikuttaisi olevan kiinnostuneempi vaatimattomammin varustelluista ja edullisemmista majoitustiloista.

Eri talouden tyypeistä erityisesti lapsiperheet eivät kaivanneet hyvin varusteltuja majoitustiloja, millä saattaa olla omat yhteys esim. käytettävissä olevaan ostovoimaan.

Johtavassa asemassa olevista ja yrittäjistä useampi koki hyvin varustellut majoitustilat tärkeiksi, muissa ammattiryhmissä oltiin tyytyväisiä vaatimattomammin varusteltuihin majoitustiloihin.

### Laatujärjestelmät ja -luokitukset palvelun tason parantajina

Hieman yli puolet (52 %) vastaajista ei uskonut laatujärjestelmien ja -luokitusten käytön maaseutulomakohteessa parantavan palvelun tasoa yleisesti (kts. kuva 10).

Vaikuttaisi siltä, että kuluttajat eivät miellä laatujärjestelmiä ja -luokituksia sinänsä laadun takeeksi. Enemminkin koetaan, että yrittäjän oma halu panostaa laadun varmistamiseen ja kehittämiseen on kaikkein keskeisin tekijä ehkä jopa riippumatta siitä, onko yrityksessä käytössä jokin virallinen laatujärjestelmä tai -luokitus.

Keskimääräistä pessimistisemmin laatujärjestelmien ja -luokitusten merkitykseen suhtautuivat naiset, 15-54-vuotiaat, lapsiperheet sekä korkeimmin koulutetut henkilöt.

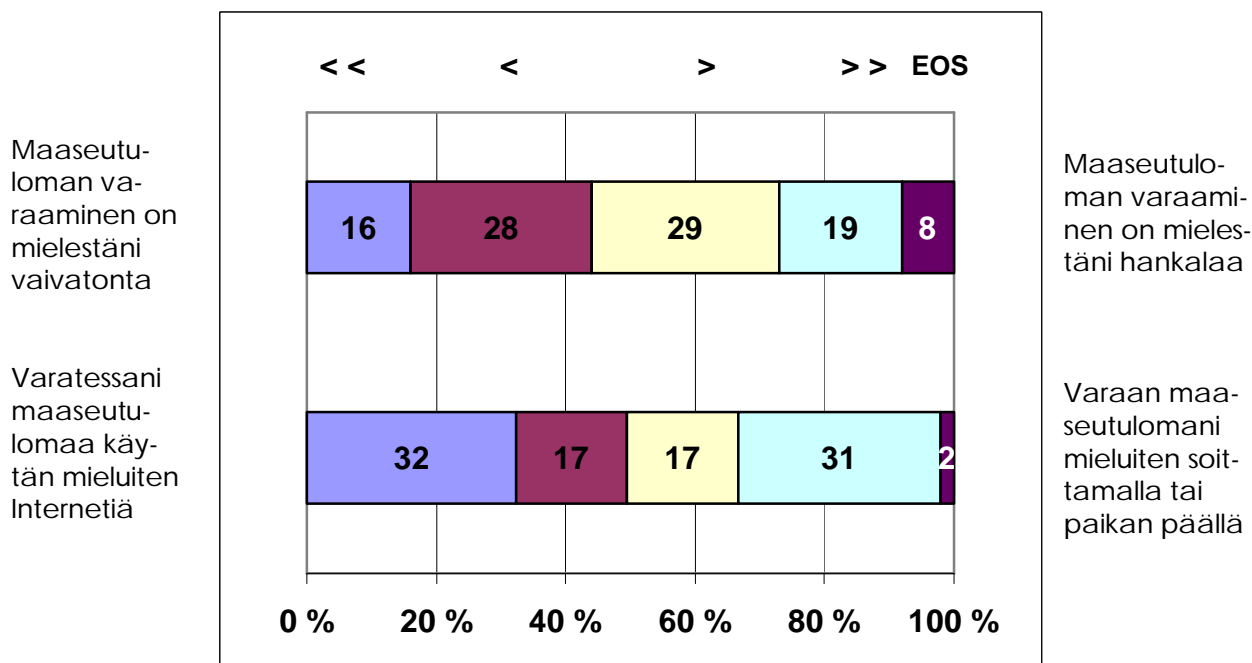
Henkilöt, jotka pitivät maaseutulomien hinta-laatusuhdetta huonona, uskoivat laatujärjestelmien ja -luokitusten käytön kohottavan palvelun tasoa maaseutulomakohteessa. Toisaalta henkilöt, joiden mielestä maaseutulomien hinta-laatusuhde oli hyvä, eivät uskoneet laatujärjestelmien ja -luokitusten käyttöön palvelun tasoa nostavana tekijänä.

### Maaseutulomien varaaminen ja ostaminen

#### Maaseutulomien varaamisen vaivattomuus vs. hankaluus

Maaseutulomien varaamisen helppous samoin kuin käsitykset maaseutumatkailupalvelujen saatavuudesta yleensäkin jakavat kuluttajat vahvasti kahteen ryhmään.

Vastaajista 48 % koki maaseutulomien varaamisen hankalaksi ja 44 % puolestaan helpoksi (kts. kuva 11).



Kuva 11. Vastaajien käsitykset maaseutulomien varaamisesta

Matkatoimistosta tai välittäjäorganisaatiolta maaseutulomansa ostavat kokivat varaamisen enemmän vaivattomaksi kuin hankalaksi. Henkilöt, jotka ostivat maaseutulomansa mieluiten suoraan maaseutumatkailupalvelun tuottajalta, kokivat varaamisen puolestaan hankalaksi. Samoin he kokivat sopivan maaseutulomakohteen löytämisen vaikeaksi.

Naisten mielestä varaaminen oli hieman hankalampaa kuin miesten. 15–44-vuotiaiden mielestä maaseutulomien varaaminen oli hankalaa, 55–64-vuotiaiden mielestä taas helpompaa.

Työväestö, toimihenkilöt sekä opiskelijat ja koululaiset kokivat maaseutulomien varaamisen muita ammattiryhmiä hankalammaksi.

Koulutustaustaltaan ammatti-, teknisen tai kauppakoulun, yliopisto-/lukiotason ja erityisesti ammattikorkeakoulu- tai yliopistotasaisen koulutuksen suorittaneet kokivat maaseutulomien varaamisen hankalaksi. Muun koulutustaustan omaavat eivät kokeneet varaamista erityisen vaivattomaksi tai hankalaksi.

#### Varaaminen Internetin avulla vs. varaaminen soittamalla tai paikan päällä

Noin puolet vastaajista (49 %) ilmoitti varaavansa maaseutuloman mieluiten Internetin kautta, toinen puoli (48 %) puolestaan soittamalla tai paikan päällä (kts. kuva 11). Tulos kertoo siitä, että kuluttajat odottavat myös maaseutumatkailupalvelujen tuottajilta ja välittäjäorganisaatioilta yhä enenevässä määrin mahdollisuutta tulla palveluksi Internetin kautta. Tämä on erityisen keskeinen kehittämishaaste niille maaseutumatkailuyrityksille, jotka käyvät kauppaa pääasiassa suoraan kuluttajien kanssa.

Mieluiten Internetiä varaamiseen käyttivät 25–34-vuotiaat.

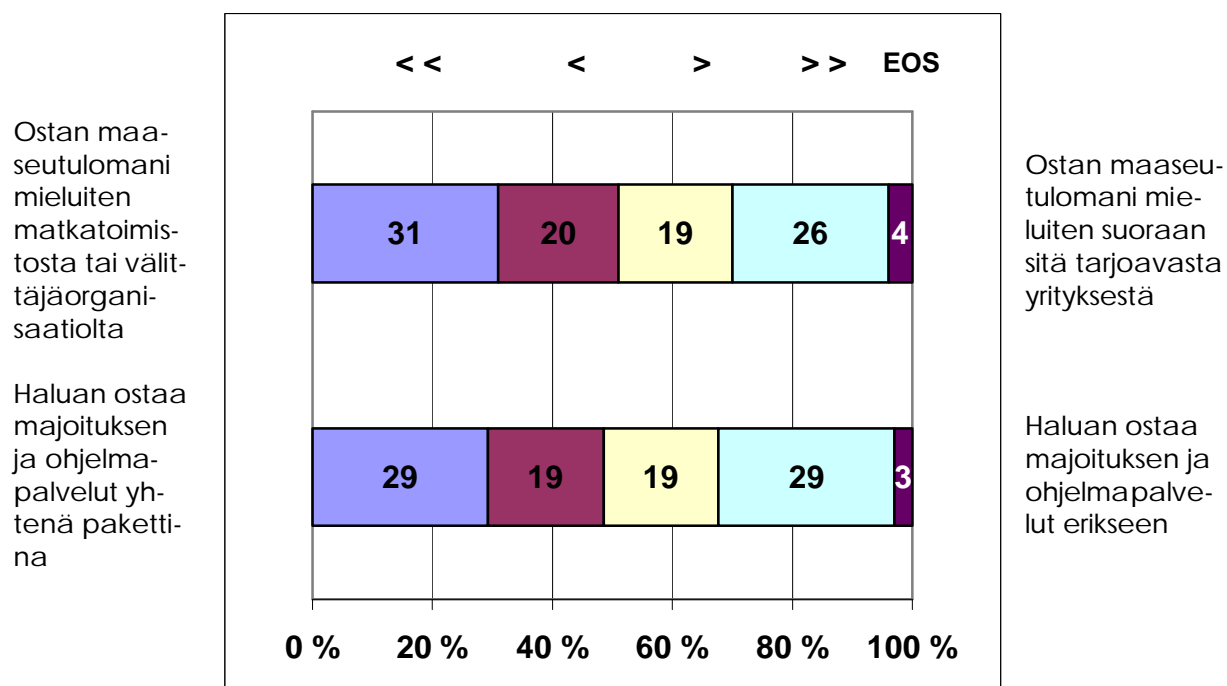
Myös johtavassa asemassa olevat ja yrittäjät suosivat maaseutulomien varaamista Internetin kautta.

Ammattikorkeakoulu- tai yliopistokoulutuksen saaneet suosivat soittamista tai paikan päällä käyntiä varatessaan maaseutulomaa, muun koulutustaustan omaavat puolestaan Internet-varauksen tekoa.

Pienemmillä paikkakunnilla (alle 30 001 asukasta) asuvat suosivat maaseutulomien varaamista Internetin kautta, suuremmilla paikkakunnilla (yli 30 000 asukasta) asuvat puolestaan varauksen tekoa puhelimitse tai paikan päällä käyden.

### Ostaminen matkatoimistosta tai välittäjäorganisaatiolta vs. suoraan maaseutumatkailuyrityksestä

Hieman yli puolet (51 %) vastaajista ilmoitti ostavansa maaseutulomansa mieluiten matkatoimistosta tai välittäjäorganisaatiolta. Vajaa puolet (45 %) ilmoitti puolestaan ostavansa maaseutulomansa mieluiten suoraan sitä tarjoavalta yritykseltä (kts. kuva 12).



Kuva 12. Vastaajien käsitykset koskien maaseutulomien ostamista

15–54-vuotiaat suosivat ostamista matkatoimistosta tai välittäjäorganisaatiolta, 55–74-vuotiaat taas ostamista suoraan maaseutumatkailuyrittäjältä. Eri talouden tyypeistä erityisesti lapsiperheet kannattivat maaseutuloman ostamista matkatoimistosta tai välittäjäorganisaatiolta.

Opiskelijat ja koululaiset sekä eläkeläiset ilmoittivat ostavansa maaseutulomansa mieluiten suoraan sitä tarjoavasta yrityksestä. Muut ammattiryhmät, erityisesti toimihenkilöt, suosivat matkatoimistojen tai välittäjäorganisaatioiden käyttöä.

#### Majoituksen ja ohjelmapalvelujen ostaminen pakettina vs. erikseen

Majoituksen ja ohjelmapalvelujen ostamiseen yhtenä pakettina tai erikseen vastaajat suhtautuivat pääasiassa neutraalisti (kts. kuva 12). Ikäryhmittäin tarkasteltuna 25–34-vuotiaat puolsivat pakettikauppaa, 35–44-vuotiaat palveluiden ostamista erikseen. Yksinäistaloudet suosivat pakettikauppaa hieman keskimääräistä enemmän, lapsettomat pariskunnat taas palvelujen ostamista erikseen.

Työväestö, toimihenkilöt sekä erityisesti johtavassa asemassa olevat ja yrittäjät ilmoittivat ostavansa majoituksen ja ohjelmapalvelut mieluiten yhtenä pakettina. Opiskelijat ja koululaiset sekä eläkeläiset puolestaan ostivat palvelut mieluiten erikseen.

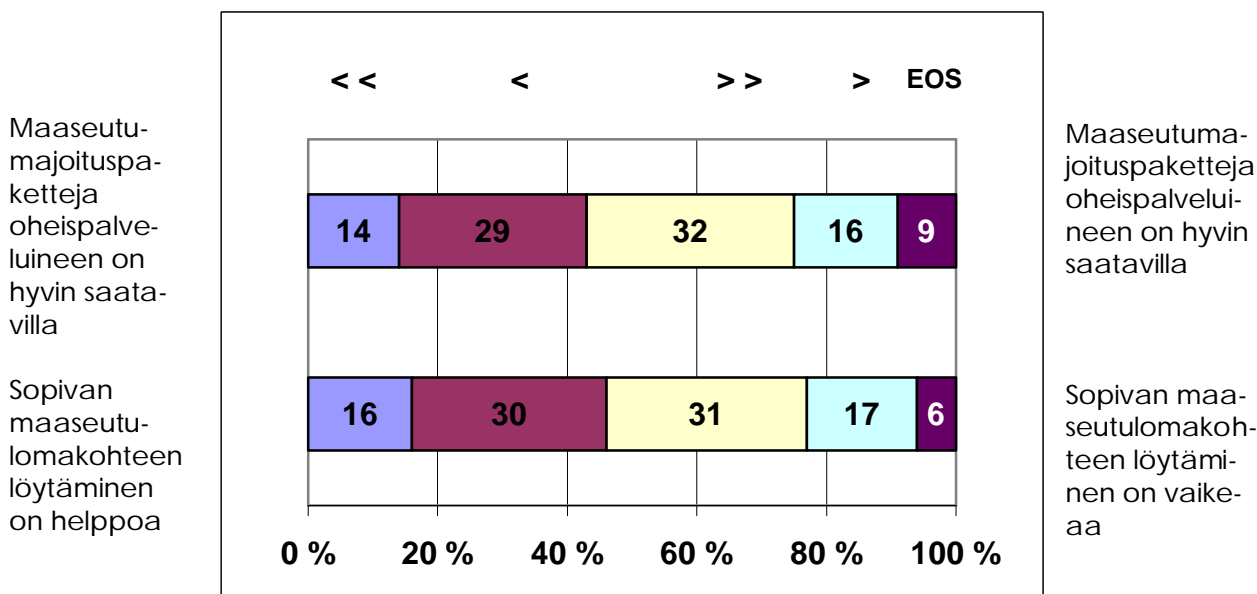
Ylioppilas-/lukiokoulutuksen tai ammattikorkeakoulu-/yliopistokoulutuksen saaneet suosivat palveluiden ostamista pakettina, opistotasaisen koulutuksen saaneet puolestaan ostivat palvelut mieluummin erikseen.

Myös kesämökkiläiset ja pienemmillä paikkakunnilla (10 001 – 30 000 asukasta) asuvat ostivat majoituksen ja ohjelmapalvelut mieluummin erikseen. Yli 50 000 asukkaan paikkakunnilla asuvat taas suosivat palvelujen ostamista pakettina.

Henkilöt, jotka ostivat maaseutulomansa mieluiten suoraan sitä tarjoavalta yritykseltä, halusivat myös ostaa majoituksen ja ohjelmapalvelut yhtenä pakettina. Matkatoimistosta tai välittäjäorganisaatiolta maaseutulomansa ostavat taas ostivat palvelut mieluiten erikseen.

#### Maaseutumatkailupalvelujen saatavuus

43 % vastaajista oli sitä mieltä, että maaseutumajoituspaketteja oheispalveluineen on hyvin saatavilla, 48 %:n mielestä saatavuus oli huono (kts. kuva 13).



Kuva 13. Vastaajien käsitykset maaseutumatkailupalvelujen saatavuudesta

Vastaavasti 46 % vastaajista kokee sopivan maaseutulomakohteen löytämisen helpoksi ja 48 % vaikeaksi. Miehet suhtautuivat maaseutumajoituspakettien saatavuuteen ja sopivan maaseutulomakohteen löytämiseen kriittisemmin kuin naiset.

Eriyisen hankalana maaseutumajoituspakettien saatavuutta oheispalveluineen pitivät 25–34-vuotiaat. Lapsiperheet puolestaan kokivat sekä maaseutumajoituspakettien saatavuuden että itselle sopivan maaseutulomakohteen löytämisen ongelmalliseksi.

Ammattiryhmittäin tarkasteltuna maaseutumajoituspakettien saatavuutta ja sopivan maaseutulomakohteen löytämistä pitivät hankalimpina johtavassa asemassa olevat ja yrittäjät, jotka lienevät maaseutumatkailupalvelujen kuluttajina myös erityisen vaativa ja laatutietoinen asiakasryhmä. Eläkeläiset puolestaan suhtautuivat asiaan positiivisemmin. Kyseinen asiakasryhmä lienee matkailukuluttajina yleensä mukautuvaisempia ja suhtautunee yleensäkin palvelujen laatuun vähemmän kriittisesti.

Koulutustaustan mukaan tarkasteltuna kriittisimmin maaseutumajoituspakettien saatavuuteen oheispalveluineen suhtautuivat ammattikorkeakoulu- tai yliopistotasoinen koulutuksen saaneet.

Pienillä paikkakunnilla (alle 10 001 asukasta) asuvien mielestä maaseutumajoituspakettien saatavuus oheispalveluineen oli huonompi kuin isommilla paikkakunnilla asuvien mielestä.