

MATKAILIJALLE MERKITYKSELLINEN VASTUULLISUUS majoitus- ja ruokapaikoissa

Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti

Hanna-Maija Väisänen

Kohti vastuullista matkailua -projekti

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



TIIVISTELMÄ majoituspaikat

- Suomalaisille ja venäläisille matkailijoille merkityksellinen vastuullisuus majoituksen osalta Etelä-Savossa koostuu maisemista, majoituspaikan siisteydestä ja hyvästä kunnosta, huomioivasta palvelusta, rauhallisuudesta, mahdollisuudet liikuntaan ja liikkumiseen. Suomalaisille myös paikallisuudesta.
- Suomalaisille ja venäläisille ilon tunteita tuotti eniten (kaunis) maisema ja miljö. Maisemat ovat tärkeä osa matkailua ja ne tulisi ylläpitää matkailullisesti houkuttelevina (esim. maisemaan sopivat rakennukset, maiseman hoito, luonnon ylläpitäminen esteettisesti kauniina). Lisäksi ympäristön siisteys luo viihtyvyyttä ja vaikuttaa täten matkakokemukseen.
- Muita positiivisia tunteita (mukavuus, tyytyväisyys) tuottivat majoituspaikan/-huoneen siisteys ja kunto, kuten esimerkiksi hyvä siivouksen taso, huoneen tai majapaikan fyysisten puitteiden hyvä kunto. Paikan rauhallisuus (ei häiritseviä ääniä) oli myös positiivinen asia. Sosiaalisen vastuullisuuteen liittyy kokemus siitä, että palvellaan tasavertaisesti ja ystävällisesti. Lisäksi kulttuuri osana matkailutuotetta esimerkiksi saunan muodossa on positiivisia tunteita herättävä.
- Negatiivisia tunteita aiheutti erityisesti, jos paikat olivat epäkunnossa tai epäsiistit. Myös häiritsevät äänet ärsyttivät. Matkailijat kokivat olonsa epämukavaksi, jos he eivät saaneet riittävästi tai oikeata tietoa heidän lomaansa liittyvistä asioista.
- Vastuullisuuteen liittyvät asiat tuottivat matkailijalle useimmiten enemmän positiivisia kuin negatiivisia tunteita (majoitus- ja ruokapaikoissa).

TIIVISTELMÄ ruokapaikat

- Suomalaisille ja venäläisille matkailijoille merkityksellinen vastuullisuus ruokapaikkojen osalta Etelä-Savossa koostuu maisemista ja miljööstä, asiakkaat huomioivasta palvelusta, paikallisista elintarvikkeista ja erityisryhmien huomioimisesta.
- Suomalaiset:
 - Vastuullisuuteen liittyen eniten positiivisia tunteita oli tulkittavissa arvosteluista, kun matkailija kirjoitti ruokapaikan miljööstä ja maisemista, hyvästä asiakaskohtelusta, paikallisista ruokatuotteista, erityisryhmien huomioimisesta ja paikan kunnosta.
 - Negatiivisia tuntemuksia aiheuttivat asiakkaiden huono kohtelu, ruokapaikan miljööseen liittyvät asiat ja huono kunnossapito.
- Venäläiset:
 - Vastuullisuuteen liittyen eniten positiivisia tunteita oli tulkittavissa arvosteluista, kun matkailija kirjoitti ruokapaikan miljööstä ja maisemista, hyvästä asiakaskohtelusta, erityisryhmien huomioimisesta, paikallisista ruokatuotteista ja saavutettavuudesta.
 - Negatiivisia tuntemuksia esiintyi hyvin vähän ja ne olivat liitettävissä asiakkaiden huonoon kohteluun, erityisryhmien huomiotta jättämiseen, ruokapaikan miljööseen liittyviin asioihin ja riittämättömään tiedon saantiin.

SISÄLLYSLUETTELO

Tausta	5
Mitä tehtiin?	6
Tuloksia: Majoitus	7
• VINKIT viestintään majoituspaikoille	14
Tuloksia: Ruokapaikat	15
• VINKIT viestintään ruokapaikoille	21

TAUSTA

- Matkailijan positiivisilla matkailukokemuksella on suora yhteys asiakastyytyväisyyteen. Siksi ei ole samantekevää miten vastuullisuus näyttäytyy matkailijalle ja miten se koetaan.
- Matkailu perustuu mielihyvää, nautintoa ja hauskuutta tuoviin kokemuksiin ja elämyksiin.
- Matkailijat saattavat pitää vastuullisia tuotteita ja palveluja kalliimpina, vähemmän laadukkaampina tai enemmän vaivannäköä vaativina. Siksi vastuullisuus saattaa sopia huonosti kuluttamiseen, jossa haetaan mielihyvään liittyviä kokemuksia.
- Tunnepitoisilla kokemuksilla/elämyksillä on vahva motivoiva vaikutus kuluttajan eettisiin valintoihin, joten siksi tässä esityksessä tarkastellaan elämystä tunnekokemusten kautta.
- Vastuullisuudella matkailussa tarkoitetaan kaikkia niitä toimenpiteitä ja asioita, jotka edistävät kestäväää kehitystä.
- Nämä kalvot perustuvat Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin Raportteja-sarjan julkaisuun "Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus", joka on luettavissa Ruralia-instituutin nettisivuilla: <https://www.helsinki.fi/fi/ruralia-instituutti/julkaisut>. Julkaisu on tuotettu Etelä-Savon maakuntaliiton EAKR-rahoituksesta rahoittamassa projektissa Kohti vastuullista matkailua.

MITÄ TEHTIIN?

Tutkittiin, mikä on asiakkaille merkityksellinen vastuullisuus matkailussa tarkastelemalla matkailijoiden Tripadvisorin nettisivulla kirjoittamia arvosteluja. Koska matkailu on elämyskuluttamista, tarkasteltiin nimenomaan matkailijoiden kokemuksia ja tunteita, jotka liittyivät jollakin tavoin vastuullisuuteen.

- Aineisto Tripadvisorista: Tutkimuksessa tarkasteltiin erikseen Etelä-Savon alueen majoitusta (47 kpl) ja ruokapaikkoja (40 kpl) koskevat asiakasarvostelut (suomen ja venäjän kieliset).
- Majoituskohteet
 - suomenkielisiä arvosteluja 222 kpl, venäjänkielisiä 480 kpl
- Ruokapaikat
 - suomenkielisiä arvosteluja 625 kpl, venäjänkielisiä 203 kpl
- Aineistosta luokiteltiin 1) matkailijoiden kokemia tunteita, 2) matkailijoiden kertomia vastuullisuuteen liittyvät asioita, ja tarkasteltiin näiden päällekkäisyyttä.
- Seuraaville dioille on koottu tärkeimmät tulokset.



TULOKSIA

MAJOITUS



Kuva: Hanna-Maija Väisänen

Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus

MAJOITUS

Matkailijat kiinnittävät hyvin paljon huomioita majoitustilojen ja ympäristön kuntoon.

Kunnossa pidetyt tilat ja ympäristö tuottavat matkailijoille mukavuutta, vaivattomuutta ja tyytyväisyyttä.



Kuva: Hanna-Maija Väisänen

Epäsiistit tilat tai rikki olevat yksityiskohdat aiheuttavat matkailijoille tyytymättömyyttä.

Majoitustilojen siisteydestä ja kunnossapidosta huolehtiminen on vastuullisuutta, jolla saadaan aikaan positiivinen asiakaskokemus.

Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus

MAJOITUS

Matkailijat aistivat kaikilla aisteillaan; katselemisen lisäksi he kuuntelevat, haistavat ja maistavat.

Hiljaisuus / häiritsevien äänien puuttuminen sekä sopiva lämpötila luovat mukavuutta ja nautintoa matkailijoille.



Kuva: Hanna-Maija Väisänen

Erytisesti venäläiset matkailijat Suomessa arvostavat hiljaisuutta.

Paikallinen/kotimainen ruoka ja tuotteet majoituspaikassa lisäävät kotimaisten matkailijoiden tyytyväisyyttä.

Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus

MAJOITUS

Matkailijat ihastelevat usein majoituspaikan sekä paikkakunnan maisemia ja ympäristöä.

Matkailijaa miellyttävät maisemat tuottavat matkailijoille iloa, tyytyväisyyttä ja jopa rentoutumista. Ympäristön siisteys luo viihtyvyyttä.



Kuva: Hanna-Maria Väisänen

Majoituspaikka hyötyy kauniista maisemista ympärillään. Sen vuoksi niiden hoitaminen niin, että maisemaa tai ympäristöä ei pilata esimerkiksi sopimattomalla rakentamisella, on vastuullisuutta.

Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus

MAJOITUS

Matkailijat nauttivat matkailupaikan ympäristön tuomista aktiviteettimahdollisuuksista.

Matkailijoille kannattaa luoda mahdollisuuksia lihasvoimin tapahtuviin aktiviteetteihin.



Kuva: Hanna-Maija Väisänen

Erytisesti venäläiset matkailijat nauttivat mahdollisuudesta liikuntaan ja liikkumiseen (useimmiten luonnossa/ulkona). Tämä liittyy usein haluun nauttia puhtaasta ja raikkaasta ulkoympäristöstä.

Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus

MAJOITUS

Kulttuuri osana matkailutuotetta antaa nautintoa ja iloa erityisesti kotimaisille matkailijoille.

Kulttuuria kannattaa tuotteistaa tai tuoda esille niin, että ulkomaisetkin asiakkaat voivat nauttia siitä.



Kuva: Hanna-Majja Väisänen

Hotelli, B&B tai muu majoituspaikka voi toimia paikallisen kulttuurin kouluttajana niin kotimaisille kuin ulkomaalaisille matkailijoille.

Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus

MAJOITUS

Matkailijat pitävät siitä, että heidät otetaan vastaan lämminsydämisesti ja palvellaan tasavertaisesti.

Erityisryhmien, kuten lapsien tai liikuntarajoitteisten, huomioiminen muistetaan, sillä onhan matka joka seurueen jäsenelle yhtä tärkeä.



Kuva: Hanna-Majja Välsäjen

Ystävällisyys ja välittäminen kaikkia matkailijoita kohtaan viestii suvaitsevaisuudesta.

Palvelu matkailijan omalla kielellä on eduksi, mutta henkilökunnan auttava ja huolehtiva asenne on korvaamaton positiivisen matkailukokemuksen aikaan saamisessa.

Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus

VINKIT viestintään MAJOITUSPAIKOILLE

- Matkailijalle merkitsevät:
 - Maisema, lähiympäristö, jossa lomailee
 - Itse majoitusrakennukset/-tilat, erityisesti niiden hyvä kunto
 - Majoituspalveluissa myös aamupalalla on merkitystä
- Tue vastuullisuusviestinnässä positiivisia tunteita nostavia aiheita!
 - Kerro majoituspaikan lähiympäristöön liittyvistä asioista
 - Kerro luonnosta ja miten siitä pidetään huolta
 - Kerro liikkumisen mahdollisuuksista
 - Kerro saunasta (kulttuuri, terveellisyys)
 - Majoituspaikan kannattaa kertoa avoimesti, jos jokin ei toimi tai ole saatavilla
 - Venäläisille erityisesti: puhtaaseen, raikkaaseen ilmaan ja luonnon liittyvät asiat

TULOKSIA

RUOKAPAIKAT



Kuva: Julia Kivelä

Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus

RUOKAPAIKAT

Kaunis maisema ja hyvin hoidettu ympäristö on itse ruoan lisäksi tärkeä osa nautinnollista ruokaelämystä.



Kuva: Hanna-Maija Väisänen

Ruokapaikkojen siisteydestä ja kunnossapidosta huolehtiminen on vastuullisuutta, jolla saadaan aikaan positiivinen asiakaskokemus.

Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus

RUOKAPAIKAT

Miellyttävä maisema ja miljöö voivat tuottaa ruokailuhetkeen rentoutumista ja rauhallisuuden tunnetta.



Kuva: Hanna-Maija Väisänen

Ruokapaikka hyötyy kauniista maisemista ja miljööstä ympärillään. Niiden hoitaminen ja ylläpitäminen on vastuullisuutta - samalla antaen lisäarvoa ruokakokemukseen.

Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus

RUOKAPAIKAT

Paikalliset ja sesonginmukaiset tuotteet ilahduttavat matkailijoita.

Paikallisuus ja sesonginmukaisuus yhdistettiin hyvään ja maukkaaseen ruokaan.



Kuva: Julia Kivelä

Tee paikallisuus selväksi ulkomaisille asiakkaille, koska he eivät pysty sitä välttämättä tunnistamaan.

Ruokapaikka voi toimia ruokakulttuuriasioiden kouluttajana ulkomaalaisille.

Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus

RUOKAPAIKAT

Ruoka on ruokailupaikoissa kokemuksen keskiössä. Hyvä ja maukas ruoka saa aikaan iloiset ja tyytyväiset asiakkaat.

Tyytyväisyyttä lisäävät hyvä hinta-laatusuhde ja valikoima.



Kuva: Markku Itkonen

Eniten negatiivista mieltä aiheuttavat tyytymättömyys ruokaan, hinta-laatu -suhteeseen tai palveluun.

Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus

RUOKAPAIKAT

Matkailijat pitävät siitä, että heitä palvellaan tasavertaisesti ja ystävällisesti, erityisryhmät huomioon ottaen.

Matkailijat mieltävät hyvän palvelun olevan ennen kaikkea ruokapaikan henkilöstön osaavaa ammattitaitoa.



Kuva: Hanna-Maija Väisänen

Erityisryhmien huomioiminen on hyvää palvelua ja vastuullisuutta.

Erityisryhmien huomioiminen on mm.

- lasten,
- liikuntarajoitteisten,
- erityisruokavaliota noudattavien huomioimista.

Matkailijalle merkityksellinen vastuullisuus

VINKIT viestintään RUOKAPAIKOILLE

- Matkailijalle merkitsevät:
 - Ruokapaikan miljöö: rakennukset/-tilat, pihapiiri -> erityisesti niiden kunnossa pitäminen ja kulttuuriset arvot
 - Itse ruoan on oltava hyvää, paikallisuus vahvistaa merkitystä
 - Kaikkien asiakkaiden tasapuolinen huomioiminen
- Tue vastuullisuusviestinnässä positiivisia tunteita nostavia aiheita!
 - Kerro ruokapaikan fyysisiin puitteisiin liittyvistä asioista ja miten niistä pidetään huolta
 - Kerro paikan lähiympäristöön liittyvistä asioista
 - Kerro ruoan paikallisuudesta ja ruokakulttuurista,
 - Kerro erityisruokavaliotarjonnasta

Lähdeluettelo

- Alba, J.W. & Williams, E.F. 2013. Pleasure principles: A review of research on hedonic consumption. *Journal of Consumer Psychology*, Volume 23, Issue 1, January 2013, Pages 2–18.
- Miao, L., Lehto, X. and Wei, W. 2011. The Hedonic Experience of Travel-Related Consumption. (July 30, 2011). International CHRIE Conference-Refereed Track. Paper 7.
- Font, X. & McCabe, S. 2017. Sustainability and marketing in tourism: its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential, *Journal of Sustainable Tourism*, 25:7, 869-883.
- Olson, E.L. 2013. It's not easy being green: the effects of attribute tradeoffs on green product preference and choice. *J. of the Acad. Mark. Sci.* (2013) 41:171–184.
- Malone, S., McCabe, S. & P. Smith, A.P. 2014. The role of hedonism in ethical tourism. *Annals of Tourism Research* 44 (2014) 241–254.
- Swarbrooke, J. 1999. *Sustainable Tourism Management*. London: CABI Publishing.

Kiitos

Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti

hanna-maija.vaisanen@helsinki.fi

<https://www.xamk.fi/tutkimus-ja-kehitys/kohti-vastuullista-matkailua/>

<https://www.helsinki.fi/fi/ruralia-instituutti>

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

