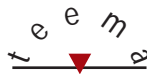


Lasse Lovén

Kansallispuistojen asiakasseuranta luontomatkailupalvelujen kehittämisessä



Kansallispuistot luontomatkailukohteina

Suomen 32 kansallispuiston verkosto on kehittynyt vuonna 1938 perustettujen Pallas-Ounastunturin ja Pyhätunturin kansallispuistojen jälkeen mittavaksi luonnonsuojelun ja luontomatkailun infrastruktuuriksi. Matkailutoiminta vaikuttaa näillä kohteilla alueittain vaihtelevalla voimaperäisyydellä luontoon. Useissa kansallispuistoissa matkailun kestävyyttä on parannettu erilaisilla rakenteilla ja palvelujärjestelmillä. Osa puistoista on toistaiseksi lähes luonnontilaisina.

Vuonna 1997 kansallispuistojen hoidon menot kohosivat 100 milj. markkaan ja suojelualueverkon hoito työllisti kaikkiaan noin 350 htv (Metsähallituksen... 1998). Palvelujen kehittämisen mukana puistojen asiakasmäärä on voimakkaasti kasvanut. Puistojen yhteenlaskettu kävijämäärä ylitti vuonna 1997 jo 1 miljoonan asiakkaan rajan. Viiden vuoden jaksolla 1993–1997 kansallispuistojen asiakasmäärä kaksinkertaistui. Metsähallituksen (1998) arvion mukaan koko maan yhteensä 1 350 luonnonsuojelualueella vieraili vuonna 1997 yhteensä 2,1 milj. kävijää.

Ensimmäinen Suomen kansallispuistojen opastuskeskus valmistui Pallas-Ounastunturin kansallispuistoon vuonna 1968. Pallaksen opastuskeskus sisälsi suullisen opastuksen toimipisteen sekä pieni-muotoisen luontonäyttelyn ja kirjastonurkkauksen ja valokuvien esittelyyn tarkoitetun auditorion. Luontomatkailun palvelujen kehittyessä opastuskes-

kusten kokonaismäärä oli vuonna 1998 yhteensä 13. Uuden opastuskeskuksen rakentaminen on vireillä mm. Kolin ja Kurjenrahkan kansallispuistossa.

Retkeilijöiden opastukseen painottunut opastuskeskusten toiminta-ajatus muuttui 1980-luvulla ja suuntautui aiempaa enemmän luonto- ja retkeilynäyttelyjen sekä taidenäyttelyjen tuottamiseen. Samalla opastuskeskusten nimi uudistettiin ”luontokeskukseksi”. Uusimpien luontokeskusten toimintokokonaisuuksia voidaan kuvata määritteillä ”luontomatkailukeskus” tai ”kulttuuriperintökeskus”.

Ketkä ovat puistojen asiakkaat

Kansallispuistot ovat yleishyödyllisiä palveluja tuottavia toimintayksiköitä, joilla on oma julkinen hoito- ja hallinto-organisaatio (Kansallispuistokomitea 1976). Kansallispuistojen toiminnan kehittäminen perustuu lakimääräiseen suunnitteluprosessiin, joka tuottaa alueen hoidon ja käytön runkosuunnitelman sekä tarpeellisen joukon teemakohtaisia erillissuunnitelmia. Suunnitelmia laadittaessa tulee ottaa erityisesti huomioon kohteiden suojeluarvojen ylläpito ja turvaaminen.

Kansallispuistojen hoidon suunnittelu on prosessina huomattavan monimutkainen, minkä osoittaa esim. Pallas-Ounastunturin kansallispuiston vuonna 1998 valmistunut runkosuunnitelma. Puistojen hoitoa suunniteltaessa on tunnettava kaikki keskeiset sidosryhmät ja oltava selvillä niiden erityistavoitteis-

ta. Työvälineinä ovat vuorovaikutteisen monitavoitteisen suunnittelun menettelytavat, joihin olennaisena osana kuuluu asiakasryhmien kartoitus ja asiakaspalautteen järjestelmällinen hankinta.

Kansallispuiston asiakkaita voidaan tarkastella ryhminä ja edelleen yksilöinä (Hemmi ym. 1986, Sievänen 1993). Asiakasryhmiksi kutsutaan tässä sellaisia sidosryhmiä, jotka saavat tai haluavat käyttää kansallispuiston tarjoamia hyödykkeitä joidenkin tarpeidensa tyydyttämiseen (vrt. Bernard 1988). Asiakasryhmiä voivat olla esimerkiksi eräopasyrietykset ja näiden asiakkaat, omatoimiset retkeilijät ja vaeltajat sekä luvanvaraisesti toimivat kalastajat tai tutkijat. Näiden lisäksi kansallispuistolla on yleensä useita sidosryhmiä, joiden avulla tai joiden kanssa yhteistoiminnassa puisto tarjoaa asiakkailleen joitain palveluja, esim. turvallisuus- ja pelastuspalveluja.

Seuraavassa käsitellään asiakastutkimuksen esimerkkitapauksena Pallas-Ounastunturin kansallispuistossa tekeillä olevaa tutkimus- ja kehittämissprojektiä.

Asiakastietojen hankinta Pallas-Ounastunturilla

Pallas-Ounastunturin kansallispuiston luontokeskuksissa käynnistettiin (Lovén ja Saarinen 1996) vuonna 1996 tutkimusprojekti, jossa pyritään kehittämään ja testaamaan luontomatkailualueelle soveltuvaa asiakasryhmien seuranta- ja palautejärjestelmää. Aineisto kerättiin kaksisivuisella kyselylomakkeella, jota täydennettiin hiljaisten kausien ja ruuhkasesongin aikana tehdyllä systemaattisella otoksella. Lomakkeella esitettiin 26 kysymystä, jotka liittyivät asiakasprofiiliin, asiakassuhteen kestoon ja asiakkaan tyytyväisyyteen. Projektin menetelmiä ja tuloksia raportoidaan tarkemmin myöhemmin valmistettavassa tutkimusjulkaisussa.

Asiakassegmentit

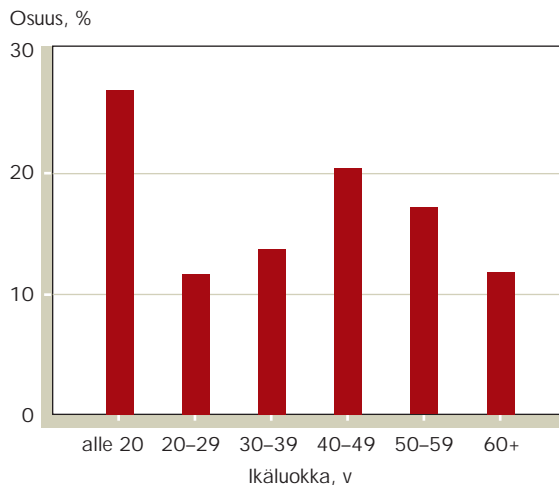
Matkailukohteen asiakkaita on ryhmitelty eli segmentoitu mm. sukupuolen, iän, koulutuksen ja kotipaikan mukaan (esim. Saastamoinen 1972, Saarinen 1995). Ryhmittelyn perusteina on oletus siitä, että eri ryhmillä on systemaattisesti toisistaan poikkeavat

Taulukko 1. Pallas-Ounastunturin kansallispuiston luontokeskusten asiakkaiden sukupuolijakauma vuonna 1997.

	Hetta %	Pallas %
Nainen	58	63
Mies	42	37
Yhteensä vastaajia	435	278

tarpeet tai kulutustottumukset. Luontomatkailukohteessa demografisten erojen perusteella tapahtuva ryhmittely on ongelmallinen. Vaihtoehtona voi olla esim. asiakkaiden harjoittamiin toimintoihin perustuva ryhmittely. Toistaiseksi ei tunneta demografisten asiakassegmenttien luontomatkailukäyttäytymistä riittävästi, jotta voitaisiin karsia tarpeettomat ryhmittelyt pois seurannasta. Tämän vuoksi ne sisällytettiin projektissa asiakasseurantaan.

Pallas-Ounastunturin kansallispuistossa luontokeskusten naispuolisten asiakkaiden ryhmän osuus 63 % oli merkittävästi suurempi kuin miesten (taulukko 1). Naisten osuus ylitti myös merkittävästi heidän osuutensa koko Suomen väestöjakaumassa.



Kuva 1. Pallas-Ounastunturin kansallispuiston luontokeskusten asiakkaiden ikäjakauma vuonna 1997.

Taulukko 2. Luontokeskuksen asiakkaan omavalmintainen viiteryhmä.

Mihin seuraavista ryhmistä katsotte lähinnä kuuluvanne?

	Hetta		Pallas	
	%		%	
Vaeltaja	27,1		35,3	
Päiväretkeilijä	16,2		23,4	
Laskettelija	4,1		12,9	
Ohikulkeva matkailija	15,9		4,7	
Seuramatkan jäsen	11,2		7,6	
Leirikoululainen	13,9		9,4	
Paikallinen asukas	4,3		1,4	
Jokin muu	7,3		5,4	
Yhteensä vastauksia	439		278	

Hetan ja Pallaksen luontokeskuksen asiakkaiden keski-ikä oli luokassa 30–39 vuotta. Nuorison (alle 20 vuotta) osuus asiakkaista oli kummassakin kohteessa huomattavan suuri eli 26 %. Vähintään 60-vuotiaiden osuus oli 12 % (kuva 1). Nuorison osuutta kasvattavat luontokeskuksissa tarjolla olevat leirikoulupalvelut, jotka vetävät koululaisryhmiä niiden käyttäjiksi.

Korkeakoulutason koulutuksen saaneita oli 22 % asiakkaista, opistotason koulutuksen saaneita 24 % ja ammattikoulutuksen saaneita 15 % asiakkaista. Loput asiakkaista olivat edelleen koulutuksessa tai heillä ei ollut muuta kuin perus-/kansakoulutason koulutus.

Demografisten ryhmittelyperusteiden lisäksi luontokeskusten asiakkailta tiedusteltiin omavalmintaista viiteryhmää kysymyksellä, jossa oli esivalinta ja avoimen vastauksen mahdollisuus. Esivalinnan vaihtoehdot oli määritetty tutkimuksen suunnitteluvaiheessa tehtyjen testihaastattelujen pohjalta. Esivalintaiset viiteryhmät kattoivat 93–95 % kaikista valinnoista (taulukko 2).

Suosituin viiteryhmä oli ”vaeltajat”, johon samaistui 30–35 % vastaajista. Toiseksi suosituin viiteryhmä oli ”päiväretkeilijä”. Hetan ja Pallaksen asiakkaiden viiteryhmäjakaumat erosivat merkitsevästi toisistaan. Hetan asiakkaiden viiteryhmäjakauma oli tasaisempi kuin Pallaksen. Pallaksen asiakkaat olivat enemmän omatoimisesti luontoon suuntautuneita kuin Hetan asiakkaat. Hetan asiakasprofiilissa

Taulukko 3. Luontokeskusten asiakkaiden tyytyväisyys eräisiin palveluihin (asteikko 4–10).

Palvelu	Arvosana		Vastauksia	
	Hetta	Pallas	Hetta	Pallas
	Keskiarvo	Keskiarvo	kpl	kpl
Näyttely	9,0	8,8	452	270
Diaesitys	9,1	9,0	392	184
Esitemateriaali	8,7	8,3	387	201
Myyttävä tuotevalikoima	8,1	7,7	322	155
Asiakaspalvelu	9,3	9,0	414	248
Luontokeskuksen sijainti	8,9	9,2	441	260
Kokonaisuus	9,1	8,9	453	259

olivat vahvasti edustettuina ohjelmoitujen luontomatka- ja palvelujen asiakkaat ja omatoimiset kiertomatka- ja palvelujen asiakkaat.

Asiakastyytyväisyys

Molempien luontokeskusten palvelut arvioitiin pääosin korkeatasoisiksi (taulukko 3). Hetan luontokeskuksen näyttely ja esitepalvelu arvioitiin paremmaksi kuin Pallaksen näyttely. Kriittisin asiakaspalautte annettiin luontokeskuksissa myytävästä tuotevalikoimasta. Arvostelun keskiarvo oli hyvän ja tyydyttävän rajamailla. Pallaksen luontokeskuksessa oleva myytävien tuotteiden valikoima oli heikompi kuin Hetassa.

Molempien luontokeskusten asiakaspalvelun taso arvioitiin kiitettäväksi, mutta Hetan palvelu arvioitiin vielä Pallasta paremmaksi. Pallaksen luontokeskuksen sijainti puolestaan arvioitiin paremmaksi kuin Hetan. Asiakkaiden saama kokonaisvaikutelma oli molemmissa luontokeskuksissa kiitettävää tasoa. Hetan luontokeskuksen kokonaisarvostus oli kuitenkin korkeampi kuin Pallaksen.

Asiakaspalautteen kehittäminen

Asiakaspalautteen käyttöarvoa parantaisi olennaisesti, jos sen avulla saataisiin edustava ja harhaton

kokonaiskuva keskeisistä asiakasominaisuuksista ja heidän tyytyväisyydestään. Projektissa tullaan jatkossa analysoimaan mm. asiakasprofiilin mahdollisia sesonkiluontoisia eroja ja erilaisten otantamallien tuottamien tulosten harhattomuutta segmenttijakauman kuvaamisessa. Samoin on tarpeen selvittää tarkemmin eri laajuisten näytteiden ja otosten tehokkuutta ja taloudellisuutta asiakassegmenttien ryhmäkohtaisen palautteen keräämisessä. Asiakassegmentin tyytyväisyydestä kansallispuiston palveluihin saataneen kohtuullisen luotettava kuvaus noin 150 havainnon suuruisella näytteellä. Segmenttien runsaus nostaa kuitenkin kokonaisaineiston nopeasti epätaloudellisen laajaksi. Siten on perusteltua selvittää, eroavatko eri asiakassegmenttien tavoitteet kansallispuiston palveluvarustuksesta todellisuudessa merkittävästi toisistaan.

Pallas-Ounastunturin kansallispuistossa tehtävällä asiakastutkimuksella saatiin välittömästi konkreettisia tuloksia. Puiston palveluja mitoitettaessa on perusteltua ottaa painotetusti naisten tarvitsemat erityispalvelut huomioon. Pallaksella on syytä keskittyä suurten pääsegmenttien kuten vaeltajien ja päiväretkeilijöiden tarvitsemiin palveluihin. Hetassa taas on perusteltua suunnata palveluja ohjelmalveluyritysten ja niiden asiakkaiden palveluun sekä leirikouluvarustukseen.

Pallas-Ounastunturin kansallispuiston luontokustusten asiakkaat ovat yleisesti erittäin tyytyväisiä saamiensa palvelujen määrään ja laatuun. Vähäisiä puutteita on asiakkaiden kaipaamissa myyntituotteissa. Tämä voidaan tulkita piileväksi tuotekysynnäksi tai ostohalukkuudeksi, joka mahdollistaisi luontokustusten omatoimista tulonhankintaa, jos mahdollinen myyntiin otettava tuotevalikoima vastaisi asiakkaiden kysyntää. Tuloksen perusteella ei kuitenkaan voida päätellä, mitkä olisivat ne myyntituotteet, joilla olisi aitoa kysyntää. Se voitaisiin selvittää erikseen liittämällä asiakaskyselyyn sopivia tarkentavia kysymyksiä. Säännöllisesti kerättävä asiakaspalaute sisältäisi asiakassegmenttien jakaumaa ja asiakkaiden toimintaa seuraavan perusosan ja asiakastytyväisyyden eri teemoja kartoitettavia lisäkysymyksiä, joita voidaan vaihtaa ajankohtaisten tarpeiden mukaan.

Kirjallisuus

- Bernard, K. 1988. Consumer demand or customer satisfaction. *European Journal of Marketing* 22(2): 61–72.
- Hemmi, J., Lehtinen, J.R. & Vuoristo, K.-V. 1986. Matkailu ja matkailijat. WSOY. 353 s.
- Kansallispuistokomitean mietintö. 1976. Komiteamietintö 88. 198 s.
- Lovén, L. & Saarinen, J. 1996. Pallas-Ounastunturin kansallispuiston asiakastutkimus; suunnitelma ja toimintaohjeet luontokeskuksille. Julkaisematon muistio. Metla, Rovaniemen tutkimusasema. 8 s.
- Metsähallituksen luonnonsuojelu. Vuosikertomus 1997. Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja, Sarja B:43. 70 s.
- Penttilä, T., Piri, E. & Vuopio, M. (toim.). 1998. Pallas-Ounastunturin kansallispuisto; hoito- ja käyttösuunnitelma 1998–2017. Metsätutkimuslaitoksen tiedonantoja 716. 108 s.
- Saarinen, J. 1995. Urho Kekkosen kansallispuiston retkeily-ympäristön viihtyvyys. Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja, Sarja A:37.
- Saastamoinen, O. 1972. Saariselän-Itäkairan alueen virkistyskäyttö. Lisensiaattitutkimus. Helsingin yliopisto, kansantalouden metsäekonomian laitos. 171 s.
- Sievänen, T. 1993. Kolin kansallispuiston kävijät. Metsätutkimuslaitoksen tiedonantoja 465. 56 s.

■ MMK, MH Lasse Lovén (lasse.lovén@metla.fi) toimii tutkijana Metsätutkimuslaitoksen Joensuun tutkimusasemalla ja puistonjohtajana Kolin kansallispuistossa.