

flowhouse



PÄIJÄT-HÄMEEN ASUKASKYSELY

Kristian Sievers 06.11.2025

MIKSI ASUKKAIDEN OSALLISTAMINEN ON TÄRKEÄÄ MATKAILUN KEHITTÄMISESSÄ?

Asukkaat ovat arjen asiantuntijoita

- He näkevät matkailun vaikutukset ympäristöön, palveluihin, liikenteeseen ja yhteisöön.
- Heidän kokemuksensa vaikuttavat alueen vetovoimaan ja vieraanvaraisuuteen.

Osallistaminen lisää luottamusta ja hyväksyttävyyttä

- Strateginen kehittäminen vaatii sosiaalista toimilupaa: hyväksyntää, tukea ja yhteisomistajuutta.
- Ilman osallistamista matkailu voi menettää toimintavaltansa ja luottamuksen.

Osallistaminen tuo innovaatioita ja paikallista näkökulmaa

- Asukkaiden ideat voivat tuoda uusia ratkaisuja, vahvistaa paikalliskulttuuria ja parantaa palveluita.
- Strategiat, jotka perustuvat kuulemiseen, ovat kestävämpiä ja vaikuttavampia.





Puhdas luonto, järvet ja maisemat tarjoavat rauhaa ja vetovoimaa



Lahden satama, Vääksy ja Lahden tapahtumat nähdään elinvoimaisina matkailun keskuksina



Ravintola- ja kahvilapalvelut ovat monipuolistuneet ja tukevat sekä matkailijoita että paikallisia.

Näihin asioihin vastaajat ovat matkailussa tyytyväisiä



Matkailu tuo alueelle työtä, näkyvyyttä ja taloudellista elinvoimaa.



Ystävällinen palvelu ja yhteisöllinen tunnelma vahvistavat myönteistä kokemusta.



Hyvä saavutettavuus ja sijainti tekevät alueesta helposti lähestyttävän.



Luontokohteiden saavutettavuus ja reitit tulisi kehittää selkeämmiksi ja houkuttelevammiksi



Paremmat liikenneyhteydet ja pysäköinti, erityisesti julkinen liikenne.



Keskusta-alueiden viihtyisyys ja siisteys kaipaa panostusta.

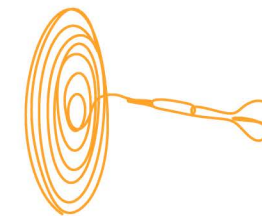
Näitä asioita asukkaat toivovat matkailusta



Ympäristön muokkaantuminen ja luonnonvarojen kulutus huolestuttaa



Asukkaiden vaikutusmahdollisuuksia matkailun kehittämiseen



Enemmän tapahtumia ja ohjelmaa sekä asukkaille että matkailijoille

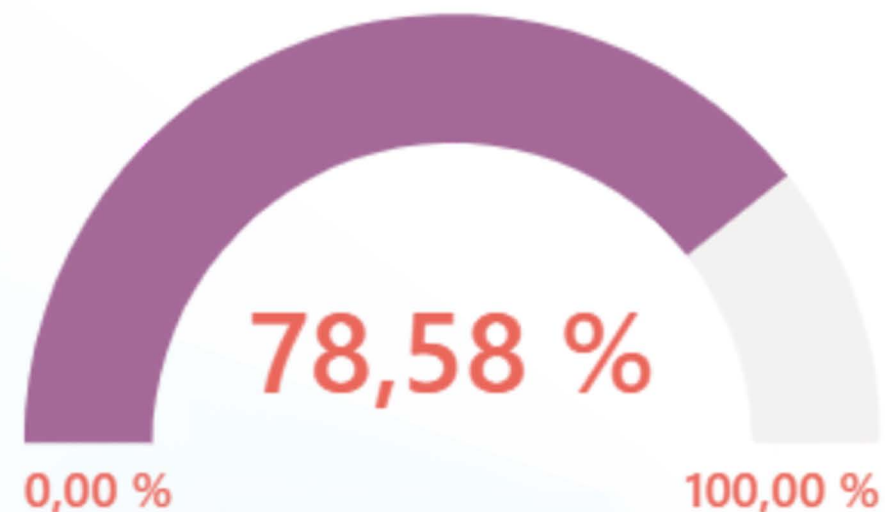


Lisää majoitusta, ravintoloita ja kahviloita eri puolille maakuntaa.

SOSIAALISTEN VAIKUTUSTEN INDIKAATTORI

- Asukkaiden mielipidettä Päijät-Hämeen suuntautuneen matkailun sosiaalisista vaikutuksista kysyttiin yhdeksän väittämän toteutumisen osalta.
- Päijät-Hämeen asukkaiden vastauksissa arvo on 78,58 % ja tämä on erittäin hyvä tulos. Vastausten jakaantuminen sosiaalisten vaikutusten osalta on seuraavalla sivulla.

Social Indicator ⓘ



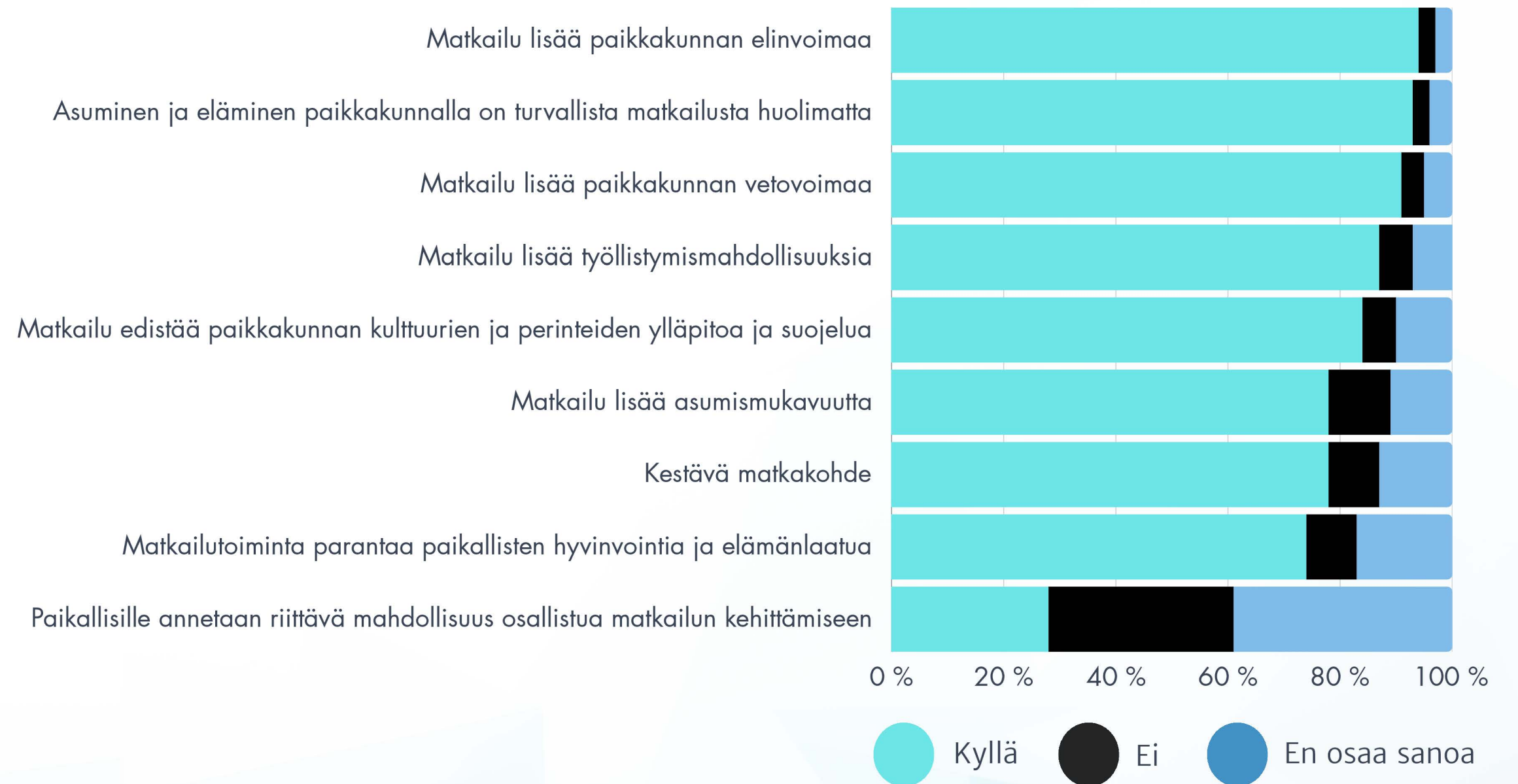
Sosiaalisen vaikutuksen indikaattori = KYLLÄ-vastausten osuus (%) sosiaalisia vaikutuksia koskeviin väittämiin (9 kpl) kaikilta vastaajilta. Luku kuvastaa näin ollen kokonaiskuvaa sosiaalisesta vaikutuksesta. Mitä lähempänä arvo on 100 %, sitä parempi.

Indikaattorin hyödyt:

- Yksinkertainen ja helppo seurata – yksi kysymys antaa selkeän mittarin suhtautumiselle sosiaalisiin vaikutuksiin.
- Vertailtavuus – mahdollistaa vertailun kilpailijoihin ja verrokkikohteisiin

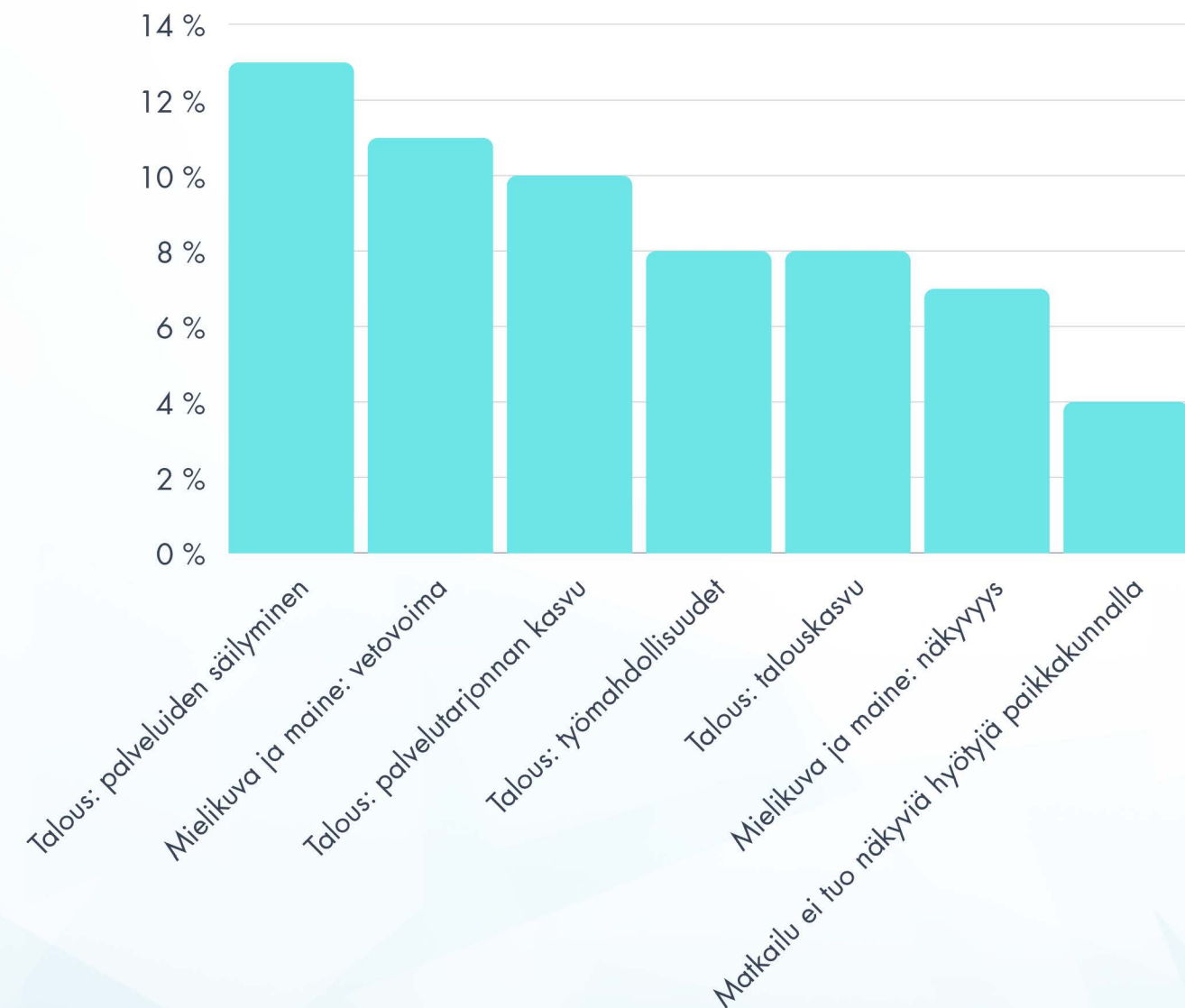
MATKAILUN SOSIAALISET VAIKUTUKSET

- 78 % vastaajista kokee, että Päijät-Häme on kestävä matkailukohde.
- Vastaajat kokevat Päijät-Hämeen turvalliseksi ja vetovoimaiseksi, ja he näkevät matkailun vahvistavan alueen elinvoimaa, vetovoimaa ja työllistymismahdollisuuksia.
- 28 % vastaajista katsoo, että paikallisille ei anneta riittävästi mahdollisuuksia osallistua matkailun suunnitteluun ja kehittämiseen.
- On kuitenkin huomioitava, että 39 % vastaajista ei osannut sanoa, annetaanko paikallisille riittävästi osallistumis-mahdollisuuksia.

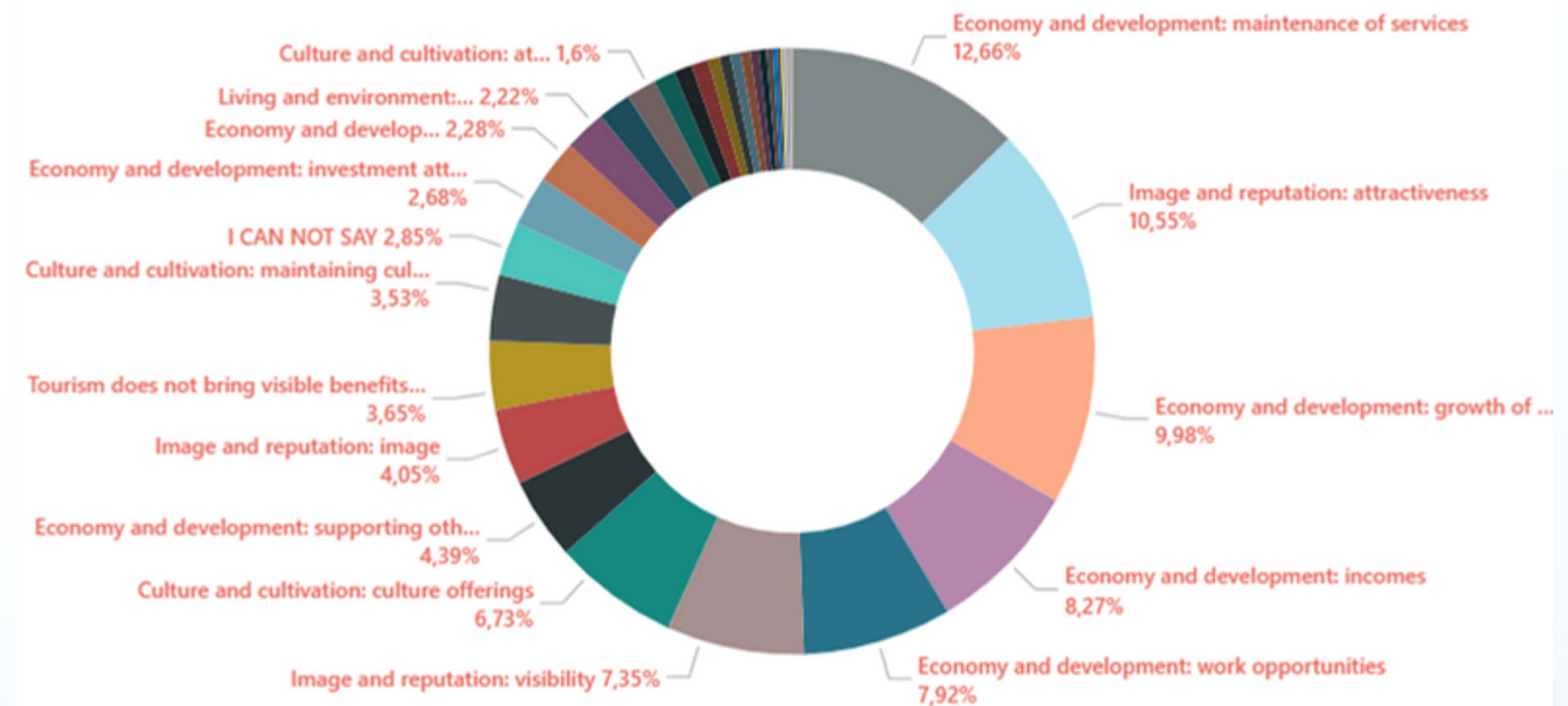


MATKAILUN SUURIMMAT HYÖDYT

- Vastaajien mielestä matkailun suurimmat hyödyt liittyvät taloudellisiin näkökulmiin ja näkyvyyteen. Matkailu tuo alueelle työtä, rahaa ja auttaa palvelujen säilymisessä. Vain noin 4% vastaajista kokee, ettei matkailu tuo alueelle näkyviä hyötyjä.
- Vastauksissa oli melko suurta hajontaa ja monet vaihtoehdot olivat vastaajista suurimpia hyötyjä.

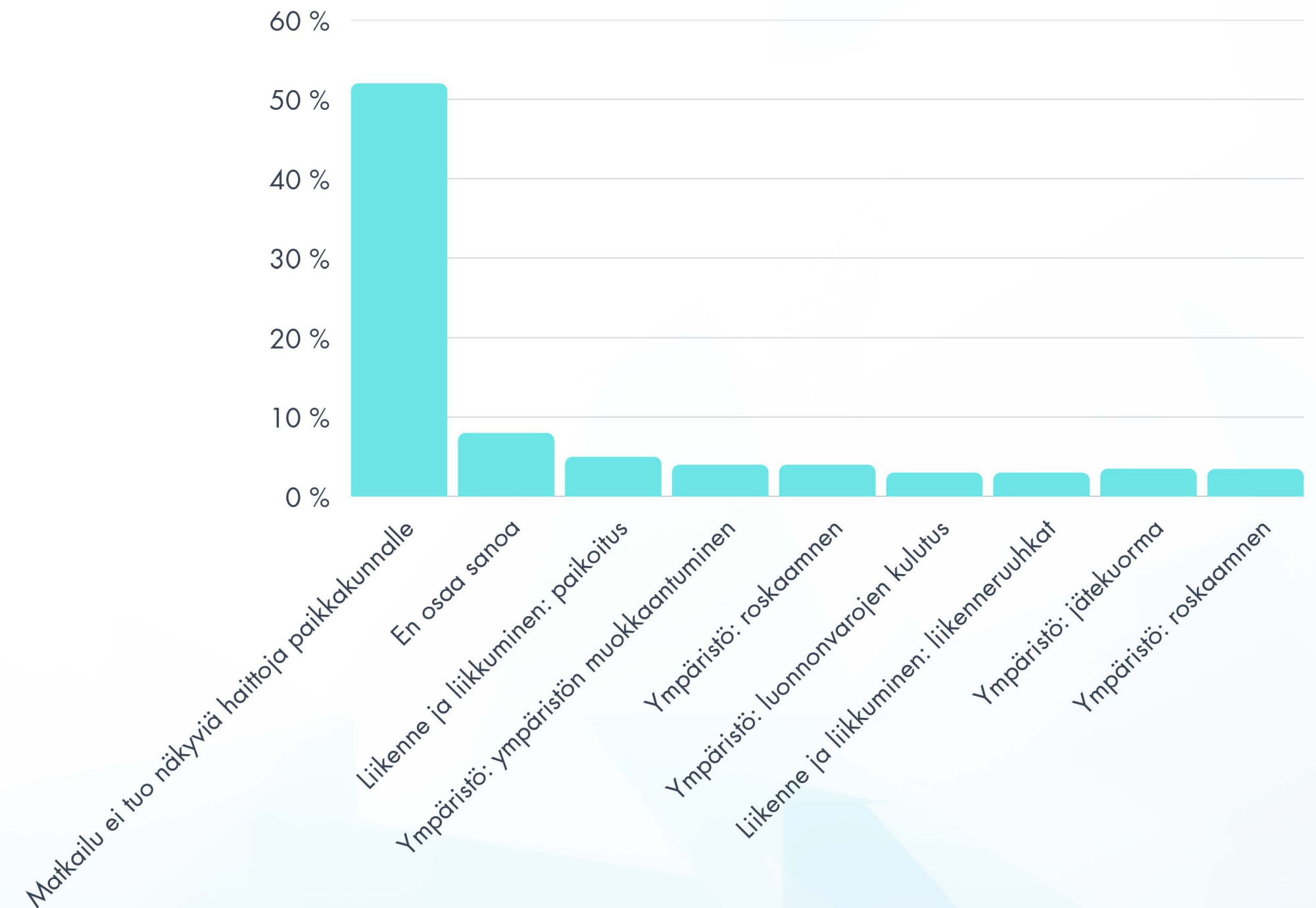


Matkailun suurin hyöty paikkakunnalle



MATKAILUN SUURIMMAT HAITAT

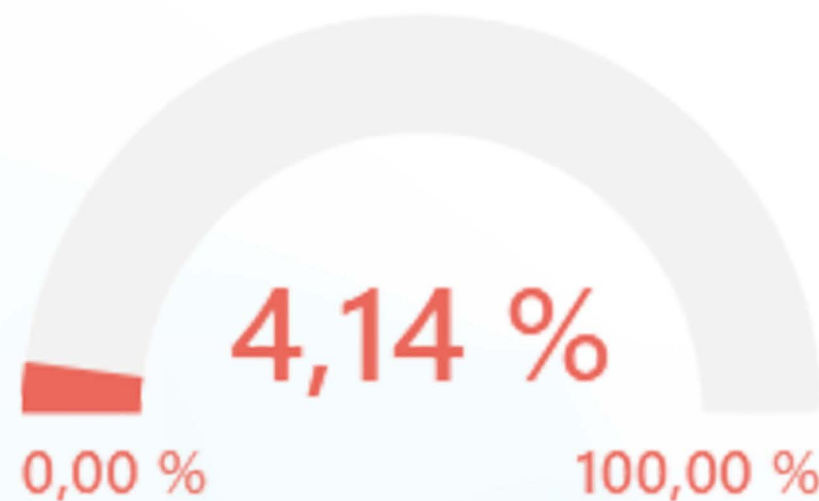
- Yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että matkailu ei aiheuta haittaa alueella.
- Liikenteessä haittoina nousivat esiin pysäköintiin ja ruuhkiin liittyvät.
- Ympäristön muokkaantuminen, luonnonvarojen kulutus sekä saastuminen ja roskaaminen koetaan joidenkin vastaajien mielestä haittoiksi.
- Tulosten mukaan matkailun koetaan haittaavan vain pistemäisesti ja vähäisesti Päijät-Hämeessä.



PAIKALLISTEN SUOSITTELUHALUKKUUS MATKAILUUN

- Asukkaiden mielipidettä Päijät-Hämeeseen suuntautuvasta matkailusta kysyttiin suositteluhaluuden muodossa. Suositteluhaluus (NPS) tarkoittaa sitä, miten todennäköisesti asukas suosittelisi Päijät-Hämettä tuttavilleen matkailukohteena.
- Kysymyksen vastausvaihtoehdot ovat asteikolla 1–10. NPS lasketaan vähentämällä arvostelijoiden prosenttiosuus suosittelijoiden prosenttiosuudesta. Tulosasteikko on -100 – +100.
- Kaikkien vastaajien NPS oli 4,14 %, mikä on matala ja on alle Suomessa tehtyjen asukaskyselyiden keskiarvoa (30). Hyvän tason rajana pidetään tyypillisesti arvoa 50 %, joten kehittämisen varaa vielä on.

NET PROMOTER SCORE



Net Promoter Score (NPS) on suosittu asiakastyytyväisyyden ja -uskollisuuden mittari, joka perustuu yksinkertaiseen kysymykseen: "Kuinka todennäköisesti suosittelisit yritystämme, tuotettamme tai palveluamme ystävälle tai kollegalle?"

Asiakkaat vastaavat asteikolla 0–10, ja vastaajat jaetaan kolmeen ryhmään:

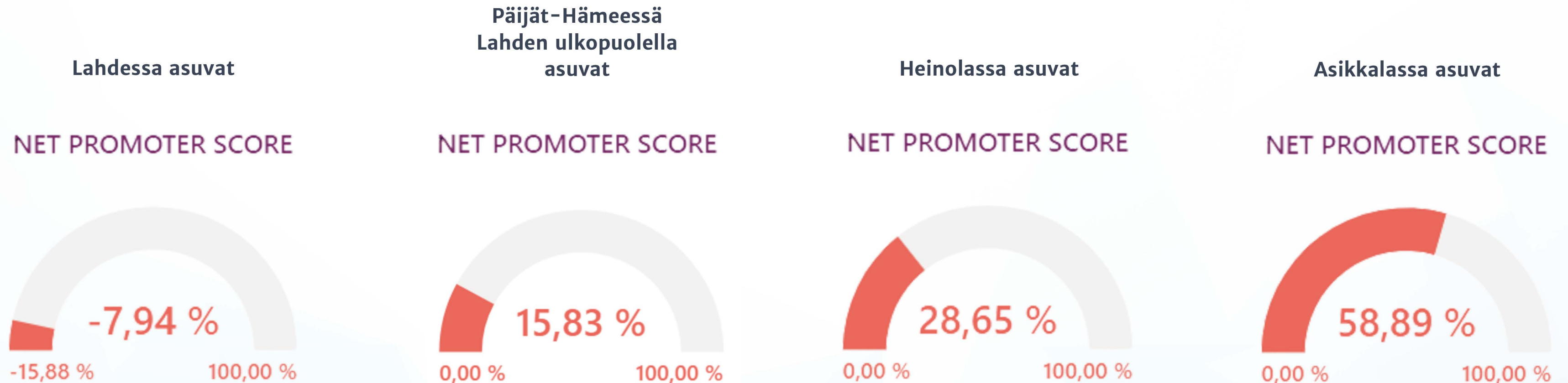
- Suosittelijat (9–10): Uskolliset asiakkaat, jotka edistävät kasvua suositusten kautta.
- Passiiviset (7–8): Tyytyväisiä, mutta eivät erityisen sitoutuneita.
- Arvostelijat (0–6): Tyytymättömiä asiakkaita, jotka saattavat vahingoittaa brändin mainetta.

NPS:n hyödyt:

- Yksinkertainen ja helppo seurata – yksi kysymys antaa selkeän mittarin asiakastyytyväisyydelle.
- Vertailtavuus – mahdollistaa vertailun kilpailijoihin ja toimialan standardeihin.

SUOSITTELUHALUKKUUS ERI ASUINALUEILLA

- NPS oli kaikkien vastaajien osalta 4,14%, ja vastausten vaihteluväli asuinpaikkojen mukaan oli suurta.
- Suositteluhaluukkuus oli korkeimmillaan, yli 58 % Asikkalassa asuvien joukossa ja alhaisimmillaan Lahdessa asuvilla. Ilman lahtelaisia NPS oli lähes 16%.
- Heinolassa suositteluhaluukkuus oli lähes 29%



AVOIMET PALAUTTEET - MISSÄ PÄIJÄT-HÄMEESSÄ ON ONNISTUTTU

Aineistojen positiiviset ja avoimet kommentit korostavat erityisesti seuraavia vahvuuksia:

Luonto ja ympäristö

- Puhdas luonto, järvet, metsä, maisemat ja rauha koetaan vetovoimaisiksi. Mökkeily ja luonnonläheisyys nousevat vahvasti esiin.

Palveluiden laatu ja ystävällisyys

- Palvelukokemukset kuvataan pääosin positiivisina: ystävällinen ja asiakaslähtöinen palvelu, viihtyisät kahvilat ja ravintolat sekä sataman palvelut saavat kiitosta.

Saavutettavuus ja sijainti

- Monet kokevat alueen sijainnin ja liikenneyhteydet hyväksi; erityisesti Lahden vetovoimaiset tapahtumat ja satama nostetaan esille.

Yhteisöllisyys ja ihmiset

- Lämminhenkisyys, kohtaamiset ja paikallinen tunnelma vahvistavat myönteistä kuvaa.

Mökki ja oma rauha

- Vapaa-ajan asumisen merkitys ja mahdollisuus vetäytyä omaan rauhaan koetaan tärkeänä alueen vahvuutena.

AVOIMET PALAUTTEET - ASUKKAIDEN EHDOTUKSET MATKAILUN KEHITTÄMISEEN

Avoimet ja negatiiviset vastaukset nostavat esiin useita kehittämisen kohteita:

Palveluiden ja tarjonnan monipuolistaminen

- Toiveita enemmän ravintoloista, kahviloista, majoituksesta, kylpylöistä, maauimaloista sekä pienistä kivijalkakaupoista ja kulttuuripalveluista.

Tapahtumat ja ohjelmat

- Lisää tapahtumia ja sisältöä päiväkävijöille, monipuolisempaa tekemistä eri kohderyhmille.

Liikenne ja saavutettavuus

- Parkkipaikkojen rajallisuus, julkisen liikenteen heikkous (mm. junayhteydet Heinolaan, bussivuorojen vähyys) sekä liikennejärjestelyt koetaan ongelmaksi.

Keskusta-alueiden viihtyisyys ja ympäristön kunto

- Toiveita siisteydestä, istutuksista, tyhjien rakennusten kunnostamisesta sekä yleisestä viihtyvyyden parantamisesta.

Työpaikat ja elinvoima

- Osa vastaajista näkee, että alueen vetovoima ja palvelujen kehittäminen edellyttävät myös työpaikkojen lisäämistä ja elinvoiman vahvistamista.

Sää

- Useissa vastauksissa sää mainittiin kielteisenä tekijänä, jota ei voi muuttaa, mutta jonka vaikutusta voidaan pyrkiä lieventämään tarjoamalla säästä riippumattomia palveluja.

MINNE ASUKKAAT VEISIVÄT PÄIJÄT-HÄMEESEEN SAAPUVAT VIERAANSA?

- Vastausten määrä: 1 447 kpl. Jokainen vastaus sisältää avoimen maininnan yhdestä tai useammasta kohteesta, johon vastaaja veisi vieraat. Vastausten joukossa on sekä yksittäisiä kohdenimiä (“Hyppyrimäet”, “Vääksyn kanava”) että pitkiä luetteloita useista kohteista ja perusteluista.
- Vastausten pituus keskimäärin 6 sanaa/vastaus, mediaani 4 sanaa. Lyhin vastaus: 1 sana (“Messilä”, “Kotini”, jne.), pisin vastaus: 99 sanaa (pitkät luettelot ja tarkemmat kuvaukset)

1. Tunnetut matkailukohteet

- Tyypillisiä ovat alueen vetovoimaiset nähtävyydet ja harrastuskohteet. Esimerkkejä: Messilä, Lapakisto, Maauimala, Hiihtomuseo, Enonsaari.

2. Kaupungit ja kunnat

- Usein vastauksissa mainittiin koko kunta kohteena. Esimerkkejä: Heinola, Sysmä, Asikkala, Kärkölä, Hollola.

3. Luontokohteet ja yleisviittaukset (Suurin kategoria: n 73 erilaista sanaa tai muotoa)

- Luontoon liittyvät maininnat toistuvat: järvet, metsät, harjut, rannat, polut. Esimerkkejä: Vesijärvi, Päijänne, Pulkkilanharju, järvimaisemille, metsäpolulle.

4. Muut paikat ja palvelut

- Painottuvat torit, teatterit, ravintolat ja perheystävälliset palvelut. Esimerkkejä: Kauppatori, teatterit, ravintolaan, perhepuisto, kahvila.

Kokonaisuutena aineisto kattaa koko skaalan alueen vetovoimatekijöistä: tunnetut matkailukohteet, kuntakeskukset, luontoon liittyvät elämykset sekä arjen ja vapaa-ajan palvelut. Valtaosa kommentteista on napakoita mainintoja matkailu- tai luontokohteista. Mukana on myös yksittäisiä pidempiä vastauksia, joissa annetaan useita esimerkkejä tai selityksiä, miksi kohde on vierailun arvoinen.

Kokonaisuutena aineisto on laaja ja monipuolinen listaus Lahden seudun nähtävyyksistä, luontokohteista, tapahtumapaikoista ja palveluista.

MINNE ASUKKAAT VEISIVÄT PÄIJÄT-HÄMEESEEN SAAPUVAT VIERAANSA?

TOP 30

- Selvästi suurimmat vetonaulat ovat Lahden satama, Vääksy, Lahti yleisesti, Malva, Heinola ja Päijänne/Pulkkilanharju.
- Lisäksi Urheilukeskus, museot, Sibeliustalo, Vesijärvi, Lapakisto, Messilä ja Enonsaari muodostavat alueen suositeltujen vierailukohteiden ”kärkiryhmän”.
- Mielenkiintoista on, että monet kohteet ovat Lahdessa mutta lahtelaisten suositteluhaluus (NPS) on matalin.

Sija	Kohde
1.	Lahden Satama
2.	Vääksy & Vääksyn kanava
3.	Lahti (yleisesti)
4.	Malva (Lahden visuaalisten taiteiden museo)
5.	Heinola
6.	Päijänne & Pulkkilanharju
7.	Urheilukeskus & Hyppyrimäet
8.	Museot (yleisesti)
9.	Luonto (yleinen maininta)
10.	Hollola
11.	Sibeliustalo
12.	Vesijärvi
13.	Mukkula
14.	Lapakisto
15.	Salpausselkä
16.	Iitti
17.	Launeen perhepuisto
18.	Teatteri
19.	Maaumala
20.	Siltasaari
21.	Messilä
22.	Enonsaari
23.	Pikku-Vesku
24.	Orimattila
25.	Padasjoki
26.	Kärkölä
27.	Tori (Lahden tori ja torielämä)
28.	Ravintolat & kahvilat
29.	Hiihtoladut / ulkoilureitit
30.	Hiihtomuseo

MINNE VEISIT VIERAASI?

- Lahdessa asuvien vastauksissa satama nousee enemmän esiin ja hieman enemmän Lahti kohteita muutenkin.
- Oman kunnan ja alueen arvostus näkyy Lahden ulkopuolella asuvien vastauksissa ja vastaukset hajaantuvat hieman enemmän.



Vastaaja asuu Lahdessa



Vastaaja ei asu Lahdessa

YHTEENVETO

Päijät-Hämeen asukkaat suhtautuvat pääosin myönteisesti alueen matkailun kehitykseen. Asukaskyselyn tulokset osoittavat, että paikalliset kokevat matkailun tuovan alueelle työtä, elinvoimaa ja palveluita – ja että matkailu nähdään yleisesti positiivisena voimana alueella.

Puhdas luonto, järvet ja maisemat koetaan tärkeimpänä vetovoimatekijänä, ja niiden saavutettavuuden sekä hyödyntämisen vahvistamista pidetään tärkeänä.

Myös satama, Vääksy ja Lahden tapahtumat nähdään elinvoiman keskuksina, joiden ympärille toivotaan entistä enemmän elämyksiä ja ohjelmaa.

Kehittämistarpeissa korostuu palveluiden monipuolistaminen: majoitus-, ravintola- ja kahvilapalveluille sekä kylpylä- ja maauimalatarjonnalle nähdään selkeä tarve. Lisäksi saavutettavuuden ja liikennejärjestelyjen parantaminen sekä keskusta-alueiden siisteys ja viihtyisyys nousevat keskeisiksi parannuskohteiksi.

Vaikka asukkaat arvostavat matkailun tuomia hyötyjä, suositteluhalukkuus (NPS) jää vielä matalalle. Tämä viittaa tarpeeseen vahvistaa paikallisille suunnattua viestintää ja markkinointia, jotta matkailun kehitys koetaan yhä selkeämmin myös asukkaiden arkea tukevaksi.

Kokonaisuutena matkailun sosiaaliset vaikutukset arvioidaan erittäin myönteisiksi. Haittoja ei juuri tunnisteta, vaan matkailun nähdään tuovan työtä, elinvoimaa ja palveluita alueelle.

Tämä luo hyvän perustan Päijät-Hämeen matkailun kehittämiseksi tulevana vuosina.