

# Asiakastutkimus Kittilän kirkonkylän palveluyritysten liiketoiminnan kehittämisen tueksi

Loppuraportti



estea

# Loppuraportin rakenne

1. Tutkimuksen lähtötilanne, tavoite ja toteutus
2. Tutkimuksen tulokset
  - Vetovoima ja viihtyvyys
  - Asiointi ja kokemuksellisuus
  - Palvelut
  - Tapahtumat
  - Kestävyys ja kiertotalous
3. Innosession tulokset
4. Konseptikyselyn tulokset
5. Jatkosuositukset



# Lähtötilanteen kuvaus

## Lähtötilanne

Asiakastutkimus tehdään osana Kestävää liiketoimintaa Narikalla –hanketta

Kittilän kirkonkylä (Narikka) on keskeinen kuntakeskus, jossa toimii useita yrityksiä eri toimialoilla. Alueella on kuitenkin tunnistettu tarve lisätä **vetovoimaisuutta** ja **viihtyisyyttä** niin paikallisten asukkaiden kuin matkailijoiden näkökulmasta.

Kittilän kirkonkylän yritykset eivät hyödynnä täysin **ohikulkijoiden ja matkailijoiden potentiaalia** liiketoiminnassaan, vaikka matkailijavirrat Levin ja Ylläksen kautta tarjoaisivat merkittäviä kasvumahdollisuuksia.

- **Levin ja Ylläksen matkailu** tuovat alueelle merkittävästi kävijöitä, mutta haasteena on pysäyttää matkailijavirta Kittilän kirkonkylän yrityksiin ja houkutella heidät käyttämään paikallisia palveluita. Yksi haaste on selkeän keskuksen puute kirkonkylällä

Kittilän kunta ja Kideve Elinkeinopalvelut pyrkivät edistämään **kestävää liiketoimintaa**, kiertotalousratkaisuja ja ekologisesti kestäviä valintoja.

Aiemmin on keskitytty kestävän matkailun kehittämiseen Levin ja Kittilän alueella, mutta nyt halutaan laajentaa kestävän kehityksen periaatteet kattamaan **kirkonkylän palvelualan yritykset**.

# Tutkimuksen tavoite

## Ensisijainen tavoite

Asiakastarpeiden ja ostovoiman selvittäminen Kittilän kirkonkylän palveluyritysten kannalta:

- Selvitetään asiakkaiden valmiutta käyttää rahaa ekologisuutta edistäviin palveluratkaisuihin
- Kartoittaa asiakaskunnan näkökulmasta potentiaalisia palveluita ja tuotteita.

## Muut, välilliset tavoitteet

Tuottaa tietoa asiakkaista Kittilän kirkonkylän palveluyritysten liiketoiminnan kehittämisen tueksi.

Tuottaa tietoa ekologisesti kestävien palvelumallien innovoinnin tueksi

- Erityisesti halutaan kannustaa kiertotaloutta hyödyntäviin investointeihin ja ratkaisuihin
- Tukea Kittilän kirkonkylän palveluyritysten liiketoiminnan kehittämistä **taloudellisesti kestävämmäksi** houkuttelemalla uusia asiakkaita ja sitouttamalla nykyisiä asiakkaita paremmalla palvelutarjonnalla.
- Tunnistaa uusiutuvan energian, vähähiilisten ja energiatehokkaiden palveluiden ja tuotteiden kehitysmahdollisuudet ja luoda edellytyksiä kestävänn liiketoiminnan innovaatioille

**Vetovoimaisuuden ja asiakaskokemuksen parantaminen** houkuttelemalla enemmän matkailijoita ja sitouttamalla paikallisia asiakkaita.

# Tutkimuksen pääkohderyhmät

## 1. Tunturi-Lapin asukkaat

- Paikalliset asukkaat (Kittilän kirkonkylän sekä laajemmin Levin ja muiden sivukylien asukkaat) muodostavat **jatkuvan asiakaspohjan**, joka tukee palveluyritysten liiketoiminnan kestävyyttä ympärivuotisesti.
- Asukkaita voidaan jakaa pienempiin kohderyhmiin esimerkiksi asumisajan (vakituisesti vai sesongin ajan) tai sosioekonomisen taustan perusteella, jos sillä on merkitystä
- Kiertotalouden palveluita kehittäessä mielenkiintoinen alakohderyhmä on sesonkityöntekijät, jotka saattavat tarvita tuotteita ja palveluita vain lyhyeksi aikaa käyttöönsä. Toisaalta sesonkiluonteisuutta pyritään Kittilässä vähentämään

## 2. Levillä ja Ylläksellä matkailevat asiakkaat

- Matkailijoilla on merkittävä rooli alueen taloudessa, ja heidän houkuttelemisensa Kittilän kirkonkylän palveluiden pariin on yksi projektin keskeisistä tavoitteista.
- Matkailijoita voidaan jakaa edelleen pienempiin kohderyhmiin esimerkiksi liikkumistavan mukaan (autolla, julkisilla, lentäen) tai kansalaisuuden mukaan
- Lentokenttä ei sijaitse matkan varrella Levillä eikä Ylläksellä matkaileville – mahdollisesti omalla autolla liikkuvat ovat potentiaalisempia asiakkaita tai vaihtoehtoisesti jos pakettimatkoja saadaan houkuteltua retkille Kittilään

Tutkimuksen ensisijaiset kohderyhmät ovat **palveluiden kuluttajat**, eli asukkaat ja matkailijat, joiden tarpeita ja kiinnostusta kiertotalousratkaisuihin selvitetään sekä valmiutta investoida näihin. Tutkimuksen tulokset palvelevat erityisesti Kittilän palveluyritysten palvelukehitystä tuoden yrityksille näkymää siitä, millaisia palveluita ja kiertotalouden ratkaisuja asiakkaat kaipaavat.

# Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin kahden erillisen kyselyn avulla. Kyselyt toteutettiin Webropol-alustalla. Lisäksi kerättiin kolmannen kyselyn avulla yhteystietoja palkintojen arvontaa varten (4 x 125e Sokos Hotel –lahjakortti)

- Kysely Kittilän ja lähikuntien asukkaille: 187 vastausta
- Kysely Kittilän ja lähialueiden matkailijoille: 70 vastausta

Kyselyjä markkinoitiin Kittilän kunnan ja Kideve Elinkeinopalveluiden sivuilla, Kittilän Instagram-sivuilla sekä satunnaisina nostoina Visit Levin Instagram-tarinoissa. Lisäksi asukaskyselystä oli maininta Kittilän kuntatiedotteen yhteydessä ja muutamissa vilkkaissa kauppapaikoissa oli kyselyä mainostavat posterit.

Kyselyjen lisäksi toteutettiin 10 pikahaastattelua matkailijoille Kittilän Levillä xx.-xx.4.2025.

- Pikahaastatteluiden tavoite oli täydentää matkailijakyselyn dataa erityisesti kv-matkailijoiden näkökulmasta

## Tutkimuksen luotettavuus

- Etenkin asukaskyselyn luotettavuus on hyvä, ja vastaajia saatiin useista eri demografisista ryhmistä
- Asukaskyselyn N = 187 on riittävä määrä tarjoamaan luotetavan ja kattavan kuvan asukkaiden näkemyksistä
- Matkustajia sen sijaan ei tavoitettu kauden loppumisen takia haluttua määrää
- Matkailijakyselyn N = 70 ei välttämättä voida yleistää koskemaan matkailijoiden näkemyksiä yleisemmin. Kansainvälisiä matkailijoita ei tavoitettu juuri lainkaan

Molempien kyselyiden avoimiin vastauskenttiin saatiin erittäin kiitettävä määrä avoimia vastauksia, joiden pohjalta kyselyn määrällistä dataa pystyttiin analyysissä hyvin rikastamaan

# Tutkimuksen tulokset

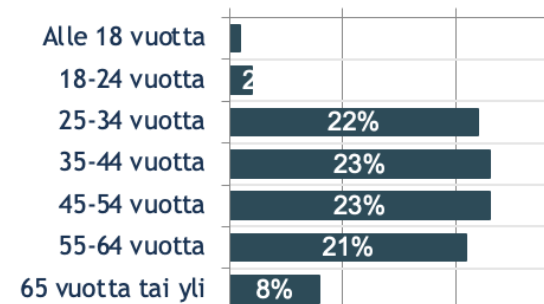
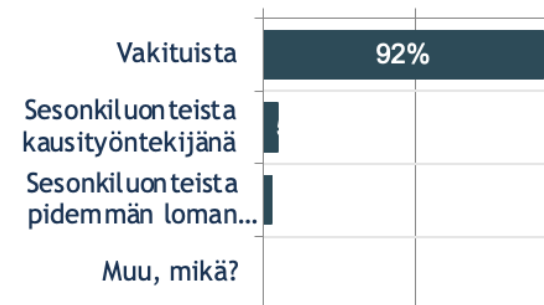
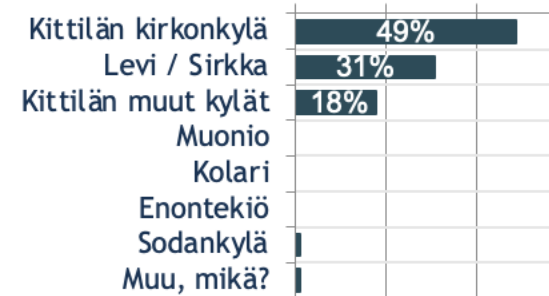
# Yhteenveto tutkimuksen tuloksista

- Tutkimuksen tulosten mukaan Kittilän kirkonkylällä kaivataan paljon alueen kehittämistä vetovoimaisuuden ja viihtyvyyden lisäämiseksi.
- Yrittäjien välistä yhteistyötä tarvitaan aukioloaikojen pidentämisessä, kylän elävöittämisessä, kokemuksellisuuden lisäämisessä, uusien palvelujen kehittämisessä sekä palvelujen markkinoinnissa
- Kirkonkylän vetovoima on heikko matkailijoiden näkökulmasta – Leviltä löytyy jo kaikki tarvittavat palvelut
  - Matkailijat eivät tiedä Kittilän kirkonkylän palveluista (viestinnällinen haaste), mutta sieltä myös puuttuu selkeä nähtävyys tai vierailtava kohde
- Aukkaat kuvailevat kirkonkylän viihtyvyyttä "ei-viihtyisäksi" ja "ankeaksi". Kirkonkylä kaipaa asukkaiden mielestä sekä kevyen liikenteen katuremonttia että yleisilmeen siistimistä
  - Viihtyvyyden lisääminen ei toimisi matkailijoille vetovoimatekijänä, mutta lisäisi asukkaiden viihtyvyyttä
  - Matkailijat kuvaavat kirkonkylää kompaktiksi, ohiajettavaksi asiointikohteeksi. Päivittäistavarakaupat saavat matkailijan pysähtymään kirkonkylällä
- Aukkaat ja matkailijat toivovat erityisesti seuraavia palveluita: kohtaamispaikat (mm. kahvilat, ravintolat, kulttuuripaikat), liikuntamahdollisuudet (uimahalli, monitoimihalli, luontoreitit) sekä paikallisia tuotteita ja palveluita
- Tapahtumat voisivat toimia matkailijoille vetovoimatekijöinä asioida Kittilän kirkonkylällä
  - Aukkaat toivovat erityisesti torialueen elävöittämistä ja toritapahtumia
  - Matkailijoita kiinnostavat paikalliset markkinat ja toritapahtumat, kulttuuri- ja musiikkitapahtumat sekä sesonkiluontoiset tapahtumat
- Ekologisuus ja vastuullisuus koetaan tärkeiksi arvoiksi, mutta niiden oletetaan olevan sisään leivottuna palveluihin ja tuotteisiin
  - Kierrätyskeskuksissa käynnin syynä on ostaminen, ekologisuus yksin ei riitä syyksi asioida
  - Ekologisuutta tärkeämmäksi koetaan hinta sekä mukavuus – näistä ei olla valmiita tinkimään
  - Ekologista palveluista kiinnostaa eniten paikallisesti tuotetut tuotteet, lähiruoka ja luomutuotteet. Aukkaat toivovat lisäksi huolto- ja korjauspalveluita sekä parempia kierrätyspisteitä



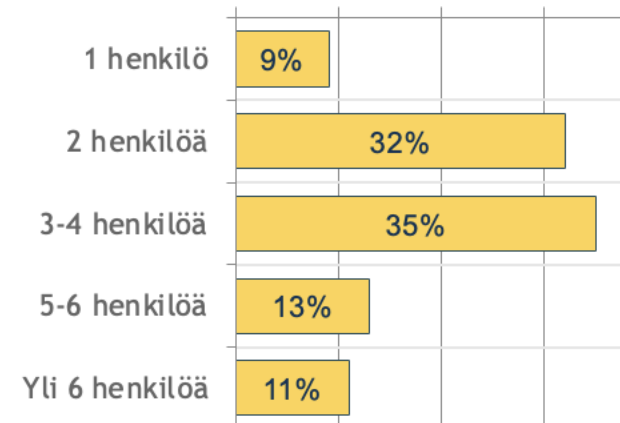
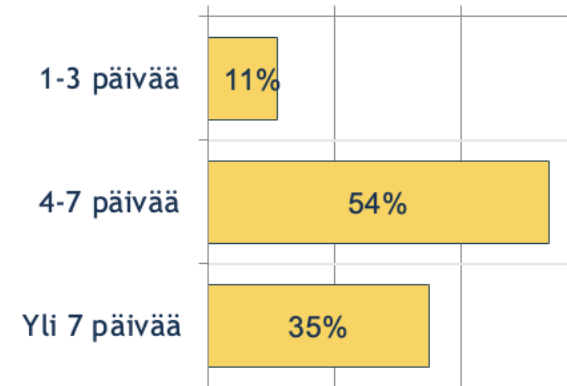
# Asukaskyselyn vastaajaprofiili

- Vastaajista ylivoimaisesti suurin osa (**98%**) oli **kittiläläisiä**, joista 31% asuu Sirkassa ja 49% Kittilän kirkonkylällä
- Muita Tunturi-Lapin kuntia ei tavoitettu
- Suurin osa vastaajista asuu alueella **vakituisesti**.
- Sesonkiluonteisesti**, joko kausityön tai muun syyn takia, asuvia vastaajia oli **8%**
- Asukaskyselyn vastaajien ikäjakauma oli tasainen. Nuoria, 18-24-vuotiaita ei juuri tavoitettu



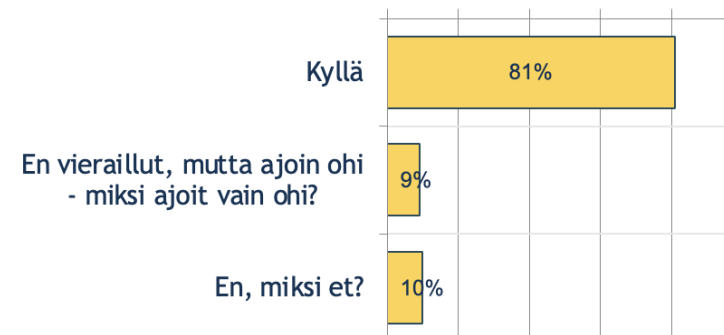
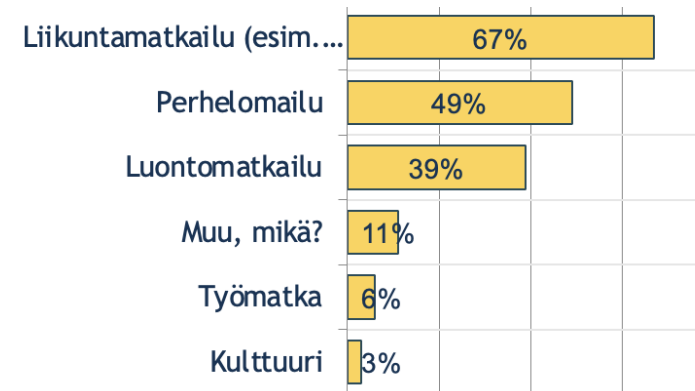
# Matkailijakyselyn vastaajaprofiili

- Valtaosa vastaajista (>90%) olivat **kotimaan matkailijoita**.
- Eniten vastaajia (25%) oli **pääkaupunkiseudulta** sekä 20% kaupungeista **Turku, Rovaniemi** ja **Seinäjoki**
- Ulkomaan matkailijoita ei juurikaan tavoitettu kyselyllä. Vastaajia oli eniten Pohjoismaista.
- Myös matkailijoita vastasi tasaisesti eri ikäryhmistä. Alle 18-vuotiaita ei tavoitettu
- Vastaajat olivat matkalla **2-4 hengen seurueessa** ja suurin osa vietti matkalla aikaa enemmän kuin 4 päivää. muista lähteistä (mm. Visit Finland, Tilastokeskus) tiedetään seuraavaa:
  - Kotimaiset matkailijat viiptyvät Lapissa keskimäärin pidempään (usein 5–7 yötä).
  - Ulkomaalaiset viiptyvät usein 3–5 yötä, riippuen sesongista ja kohteesta.

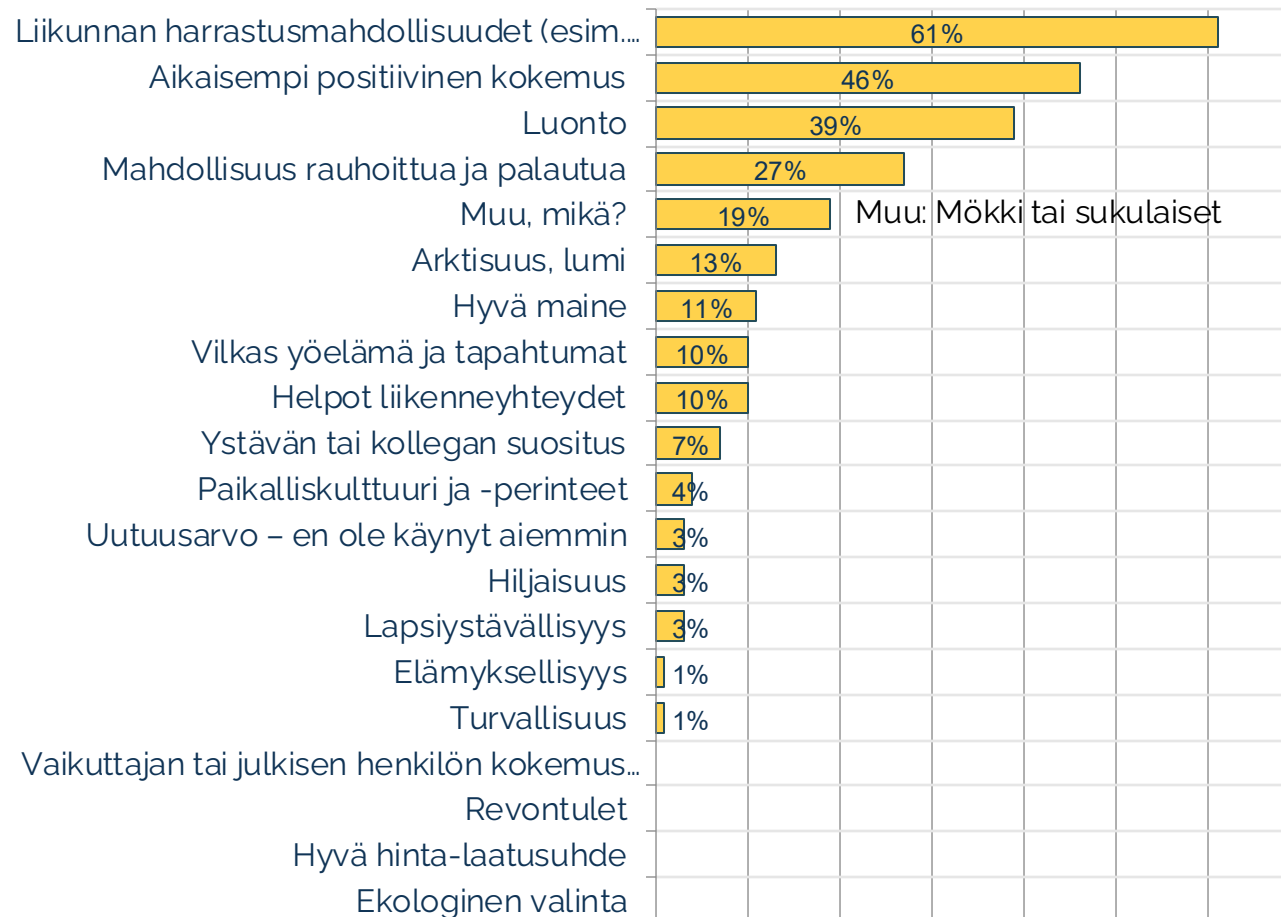


# Matkailijoiden matkan päätarkoitus on liikkuminen ja suurin osa oli vieraillut Kittilässä matkan aikana

- Tärkeimmät matkan **päätarkoitukset** kyselyn vastaajille ovat
  - Liikunta- (67%) ja luontomatkailu (49%)
  - Vastaajista noin puolet (49%) on perhelomalla
- Valtaosa vastanneista oli vieraillut matkansa aikana Kittilän kirkonkylällä, mikä on upea määrä.
- 19% vastanneista ei vieraillut kirkonkylällä ja antoi syyksi:
  - Heillä oli jo muut matkakohteet, joissa oli tarvittavat palvelut
  - He kokivat alueen vähemmän kiinnostavaksi eivätkä kokeneet tarpeelliseksi pysähtyä
  - Sijainti tai saavutettavuus ei sopinut heidän matkasuunnitelmaansa



# Liikuntamahdollisuudet, positiiviset kokemukset ja luonto innostavat matkailijoita



Matkakohteen valintaan eniten vaikuttivat: liikunnan harrastusmahdollisuudet (61%), aikaisempi positiivinen kokemus (46%), luonto (39%) sekä mahdollisuus rauhoittua ja palautua.

19% vastaajista valitsi matkakohteen siksi, että alueella asuu sukulaisia tai vastaajalla on mökki käytettävissä alueella.

# Vetovoima ja viihtyvyys

Miten kittiläläiset kokevat kirkonkylän? Entä millainen mielikuva matkailijoilla on Narikasta?



# Kittilän kirkonkylän vetovoimassa ja viihtyvyydessä on kehitettävää – etenkin asukkaiden mielestä

- Asukkaat vastasivat aktiivisesti (**n=157/187**) avoimeen kysymykseen kirkonkylän viihtyisyydestä.
- Vastaajien suuri määrä kertonee asian tärkeydestä asukkaille. Vastaajat kuvasivat viihtyvyyttä kattavasti
- Vain **yksi asukas (0.5 %)** mainitsi alueen viihtyisyyden asioinnin perusteeksi. Matkailijoista ei kukaan (0%) mainitsi viihtyisyyden syyksi asioida kirkonkylällä
- Asukkaille kirkonkylä on vakituinen asiointipaikka, kun taas matkailijat pääsääntöisesti ajavat kirkonkylän ohi tai korkeintaan pysähtyvät pakolliselle asiointikäynnille ennen varsinaisen kohteen (Levi tai Ylläs) saavuttamista
  - Asukkaat kuvasivat Kittilän kirkonkylän yleistä viihtyvyyttä suorasanaisemmin ja karummin kuin matkailijat
  - **Matkailijat kokevat Kittilän kirkonkylän ohikulkupaikaksi, jolloin alueen viihtyvyydellä ei ehkä ole heille suurta merkitystä**

Eniten nousseet teemat Kittilän kirkonkylän viihtyvyyteen liittyen:



# Kylän yleisilme, purkukuntoiset rakennukset ja yleinen epäsiisteys häiritsevät asukkaita

## Kylän yleisilme ja viihtyisyys toistuu n. 90+ kertaa negatiivisena teemana vastauksissa

- Asukkaat kokevat kylän yleisilmeen ankeaksi, vanhentuneeksi tai jopa rumaksi.
  - Yleisin vastaus on "ei viihtyisä"
  - Muita esimerkkejä vastauksista: "karu", "kolkko", "ei houkuttele pysähtymään", "kuin neuvostoliitosta".
- Huomattavan suuri osa (n=50) asukaskyselyn vastaajista toivoo ränsistyneiden rakennusten purkua tai asuttujen, huonokuntoisten talojen maalaamista
  - Usein ehdotetaan kannustimia tai jopa uhkasakkoja rakennusten siistimiseksi.
- Pitkä suora valtatie koetaan epäviihtyisäksi eikä se toimi kylän sydämenä.

## Esteettisyys ja siisteys

- Moni nostaa esiin epäsiisteysten, roskat, katupölyn ja hoitamattomat pihat viihtyvyyttä laskevaksi tekijäksi
- Esimerkiksi joen varren reittiä kehutaan muuten, mutta näkymät epäsiisteille pihaille pilaavat tunnelman
- Kaivataan lisää vihreyttä ja maisemointia: puita, pensaita, puistoja, penkkejä ja torialueen kehittämistä.

# Autoilupainoitteinen infra tuntuu asukkaille turvattomalta eikä lisää sosiaalista viihtyvyyttä

## Liikenne on turvattoman tuntuista jalankulkijalle

- Kirkonkylä kuvataan autoilupainotteiseksi, jalankulkijaystävällisyys puuttuu.
- Moni mainitsee vaarallisen liikenteen ja kevyen liikenteen väylien puutteen. Jalankulku tuntuu usealle vastaajalle turvattomalta
- Mainitaan mm. "jalankulku hengenvaarallista", "liikenneympyrät tarvitaan", "asfalttikenttä hallitsematon".

## Sosiaalinen viihtyvyys - torielämä ja kohtaamispaikat puuttuvat

- Useissa vastauksissa toistuu kaiku siitä, että torielämä on kuollutta, että kahviloita ei ole, tai että keskustassa ei ole paikkaa olla tai kohdata muita ihmisiä.
- Esim. "missä kahvila?", "torilla ei mitään", "ei paikkaa istua tai kohdata toista ihmistä".
- Asukkaat toivovat mm. torialueen elävöittämistä, kahvilaa, tapahtumapaikkaa ja oleskelualueita.

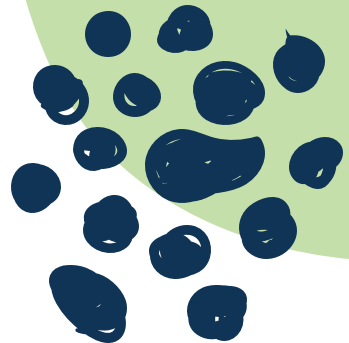




# Kirkonkylä on rauhallinen paikka asua

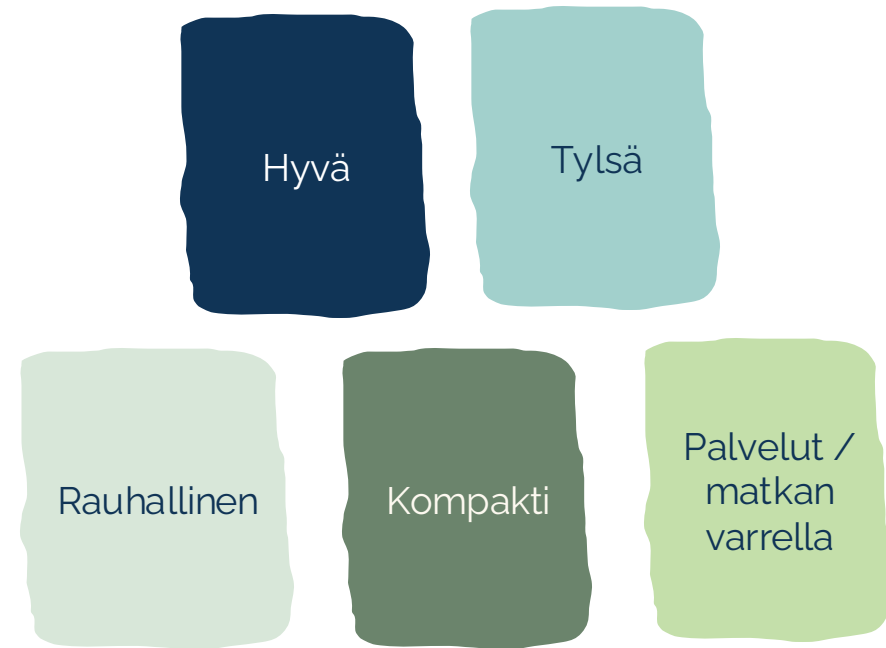
## Positiivisia huomioita kirkonkylän viihtyvyydestä

- Asukkaat kokevat kirkonkylällä asumisen rauhalliseksi ja Kittilä viihtyisäksi asuinpaikaksi, vaikka keskustaa ei viihtyisäksi asiointi- tai oleskelupaikaksi koetakaan
- Muutamassa vastauksessa mainitaan kylän olevan "kompakti", "mukava" tai "selkeä".
- Kesäkukat ja istutukset saavat mainintoja positiivisena asiana esimerkiksi muutamien kauppojen edessä
- Talvisin jouluvalot ja kesäisin valtatievarressa oleva koivukuja mainitaan viihtyisyyttä lisäävinä tekijöinä
- Kittilän kirkko ja sen arkkitehti Engel mainitaan erityisenä potentiaalisena vetovoimatekijöinä



# Matkailijat eivät kiinnitä huomiota samoihin asioihin kuin asukkaat

- Matkailijoita pyydettiin kuvaamaan Kittilän kirkonkylää yhdellä sanalla avoimena kysymyksenä
- Kysymykseen vastattiin runsaasti: 60/70 kyselyn täyttäneitä antoi kuvauksen
- Eniten nousseet teemat Kittilän kirkonkylään liittyen:



# Kittilän kirkonkylä näyttäytyy "perushyvä" mutta tylsänä matkailijoille

## Hyvä

- Useissa vastauksissa toistuivat sanat kuten "hyvä", "toimiva", "kodikas", "hyödyllinen"
- Matkailijoilla on "perushyvä" mielikuva Kittilän kirkonkylästä
- Matkailijat kehuivat kirkonkylää enemmän kuin asukkaat – voi kertoa vieraskoreudesta tai siitä, että matkailija ei kiinnitä samalla tavalla epäsiisteyteen tai viihtyvyyteen huomioita kuin asukas. Matkailija on ajatuksissaan jo "melkein perillä Levillä"

## Tylsä ja ohitettava?

- Monet matkailijat kuvaavat kirkonkylää *"tylsäksi"*, *"väsähtäneeksi"*, *"yhden tekeväksi"*, *"epämääräiseksi"*, tai *"mielenkiinnottomaksi"*.
- Nämä sanat vastaavat suoraan asukkaiden toistuvaan kommenttiin: "ei viihtyisä".
- Myös matkailijat mainitsevat epäsiististä ilmeestä, ränsistyneistä taloista, kevyen liikenteen väylistä ja ankeasta yleisilmeestä



# Matkailijoiden mielikuva kirkonkylästä on rauhallinen ja kompakti – ruokakaupat saavat pysähtymään

## Rauhallisuus

- Useampi matkailija (vähintään 5 mainintaa) kuvasi kirkonkylää sanalla *"rauhallinen"*.
- Myös asukkaat mainitsevat kylän olevan viihtyisä asuinpaikka sen rauhallisuuden vuoksi, vaikka keskustaa ei koeta houkuttelevaksi asiointi- tai oleskelupaikaksi.

## Kompakti / pieni / toimiva

- Sanat kuten *"kompakti"*, *"pieni"*, *"toimiva"*, *"tarvittavat asiat löytyi"*, *"positiivinen"*, *"perussiisti"* löytyvät useasta matkailijavastauksesta.
- Ne tukevat asukkaiden mainintoja siitä, että kylällä on peruspalvelut ja se toimii arjen asiointipaikkana.

## Palvelut

- Kyselyyn vastanneista matkailijoista jopa 80% kertoi vierailleensa Kittilän kirkonkylällä matkansa aikana
- Erityisesti K-Supermarket sai mainintoja hyvänä asiointipaikkana matkan varrella Leville

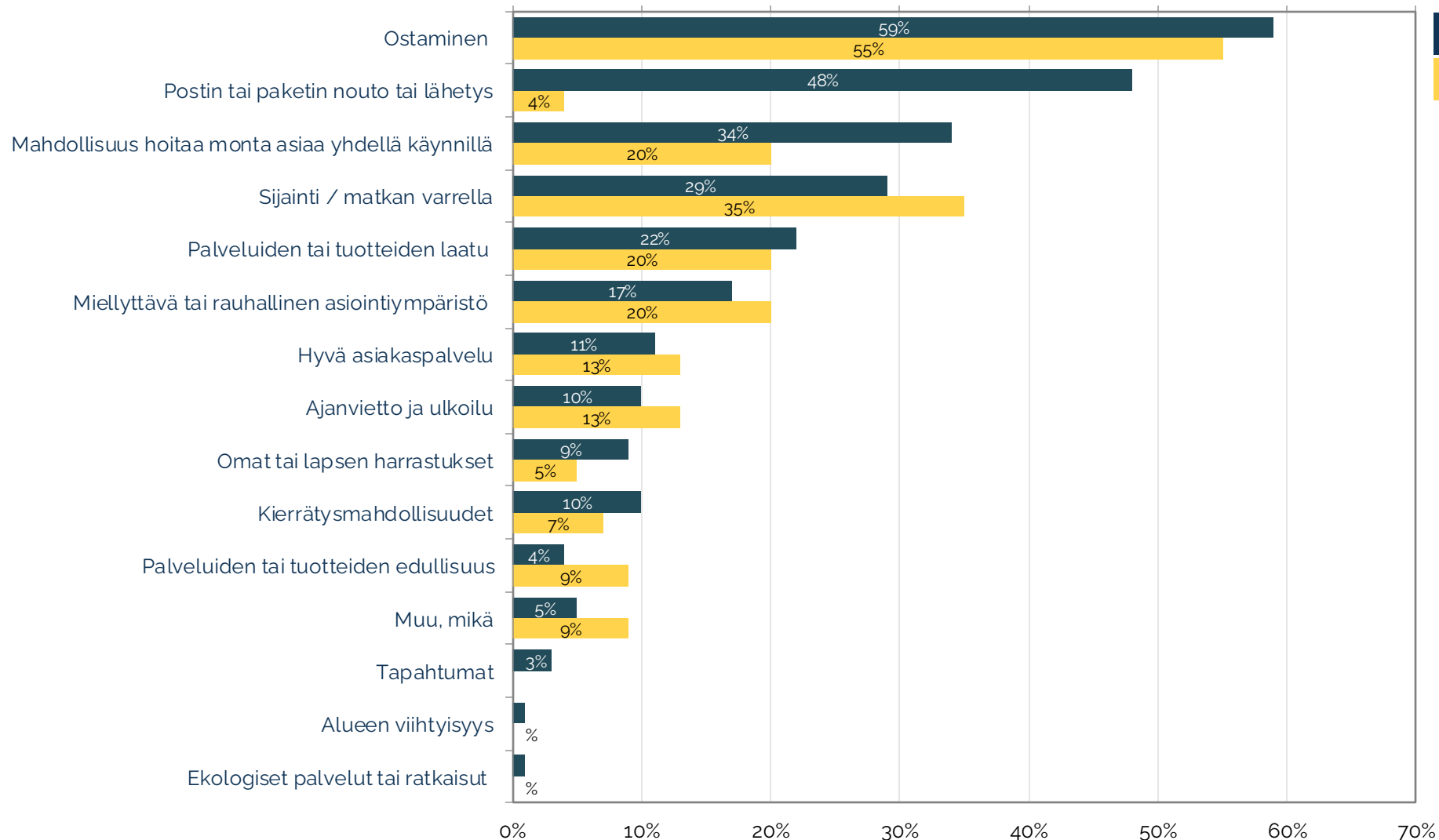


# Asiointi ja kokemuksellisuus

Mikä saa asioimaan Kittilän kirkonkylällä?



# Ostaminen on tärkein syy asioida Kittilän kirkonkylällä



Asukkaat

Matkailijat

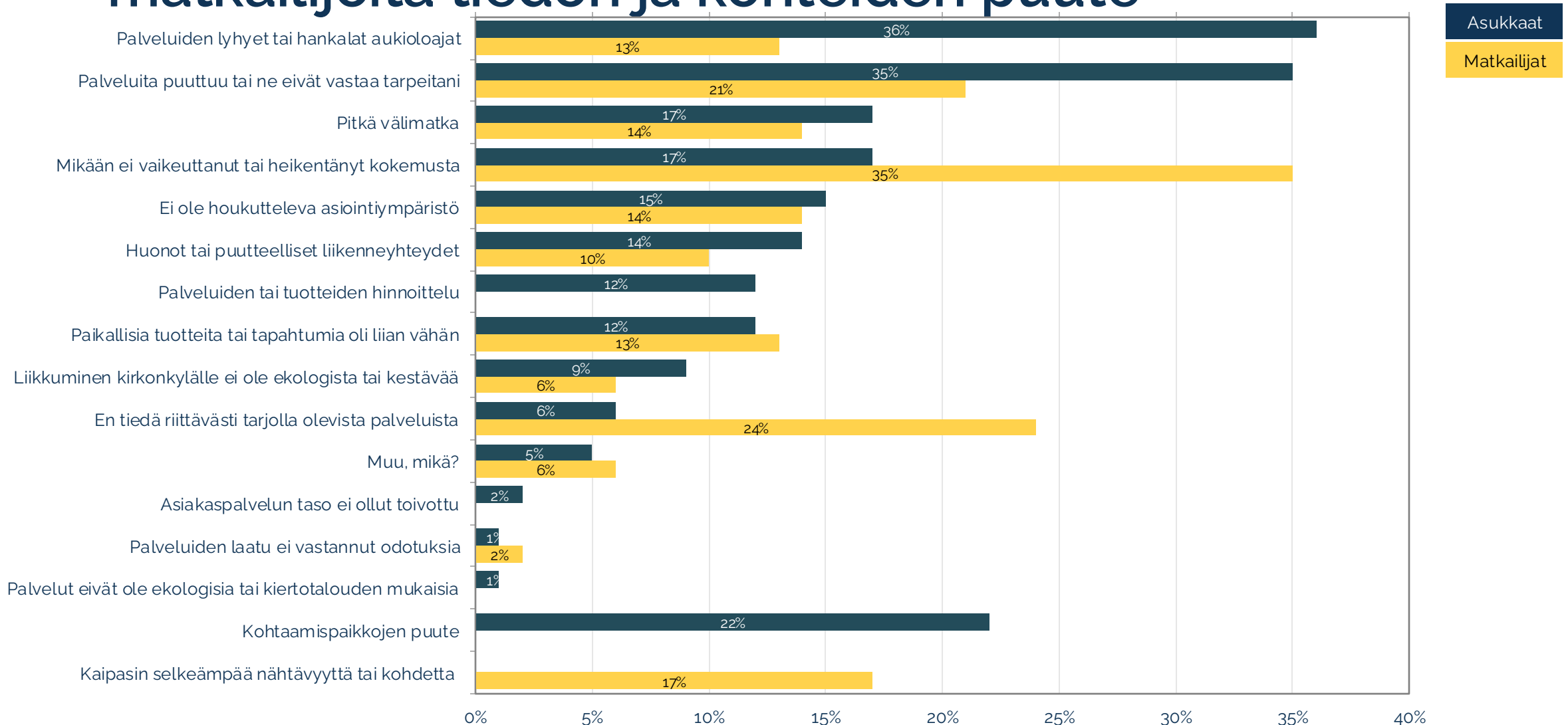
- Sekä asukkaat (**59%**) että matkailijat (**55%**) valitsivat **ostamisen** tärkeimmäksi syyksi asioida Kittilän kirkonkylällä
  - Tämä voi viitata siihen, että kirkonkylä toimii ensisijaisesti ostospaikkana – ei oleskelu- tai elämyspaikkana.
- Postin tai paketin nouto ja lähetys** sekä **mahdollisuus hoitaa monta asiaa yhdellä käynnillä** on selvästi tärkeämpää asukkaille kuin matkailijoille

# Laatu sekä miellyttävä asiointiympäristö ovat perusoletuksia

- **Palveluiden tai tuotteiden laatu ja miellyttävä asiointiympäristö** vaikuttavat asiointiin kohtalaisesti molemmilla ryhmillä (**n. 20 %**).
  - Laatu korostuu aavistuksen enemmän asukkaille, kun taas ympäristön miellyttävyys painottuu hieman enemmän matkailijoille – vaikka avoimissa vastauksissa kylän viihtyisyyttä ei juurikaan kehitetty.
  - Rauhallinen ja miellyttävä asiointiympäristö voidaan kokea myös suhteessa Levin vilkkaisiin asiointiympäristöihin – yksi vastaaja mainitsi tästä
- Asukaskyselyn vastaajista yksi (**0.5%**) koki **ekologiset palvelut** asioinnin syyksi. **Yksikään** matkailijakyselyn vastaajista ei nimennyt ekologisuuksi asioinnin syyksi
  - Johtuuko vähäinen vastausmäärä ekologisten ratkaisujen puutteesta vai siitä, että ekologiset palvelut eivät saa ihmisiä liikkeelle?
  - Kierrätyskeskuksessa ja Vihreässä Ahmassa käydään kuitenkin melko aktiivisesti



# Asukkaita haittaavat lyhyet aukioloajat, matkailijoita tiedon ja kohteiden puute





# Asukkaat toivovat laajempia aukioloaikoja, matkailijoilta puuttuu selkeä nähtävyys tai kohde

- Sekä asukkailta että matkailijoilta kysyttiin, mikä estää tai haittaa kirkonkylällä asiointia
- Huom – monivalintavaihtoehdot olivat yhtä vastausvaihtoehtoa lukuun ottamatta identtiset:
  - Asukkailla oli vaihtoehto "kohtaamispaikkojen puute" (ei vaihtoehtona matkailijoilla)
  - Matkailijoilla oli vaihtoehto "Kaipaisin selkeämpää nähtävyyttä tai kohdetta" (ei vaihtoehtona asukkailla)
- Matkailijoista 35% sanoo, että mikään ei vaikeuttanut tai estänyt asiointia
  - Tämä voi kertoa siitä, että matkailijoilla ei ole vahvaa sidettä tai riippuvuutta kirkonkylän palveluista – moni vain kulkee ohi.
- Asukkaille ehdottomasti eniten haittaavat tekijät olivat lyhyet tai hankalat aukioloajat (36%) sekä puuttuvat tai tarpeita vastaamattomat palvelut (35%)
  - Myös kohtaamispaikkojen puute (22%) nousee asukkaiden vastauksissa
- Matkailijoilla eniten haittaava tekijä oli tiedon puute palveluista (24%) sekä nähtävyyden tai kohteen puute (17%)
  - Matkailijoille ei ole selkeää vetovoimaa asioida kirkonkylällä. Tämä voi johtua sekä vetovoimatekijöiden puutteesta että viestinnällisistä kehityskohteista
  - Nähtävyyksiksi tai kohteiksi toivotaan esimerkiksi ulkoilma-aktiviteetteja lasten kanssa (lumilabyrintti, porojen hoito), uima- ja monitoimihallia, vesistöalueen kehittämistä

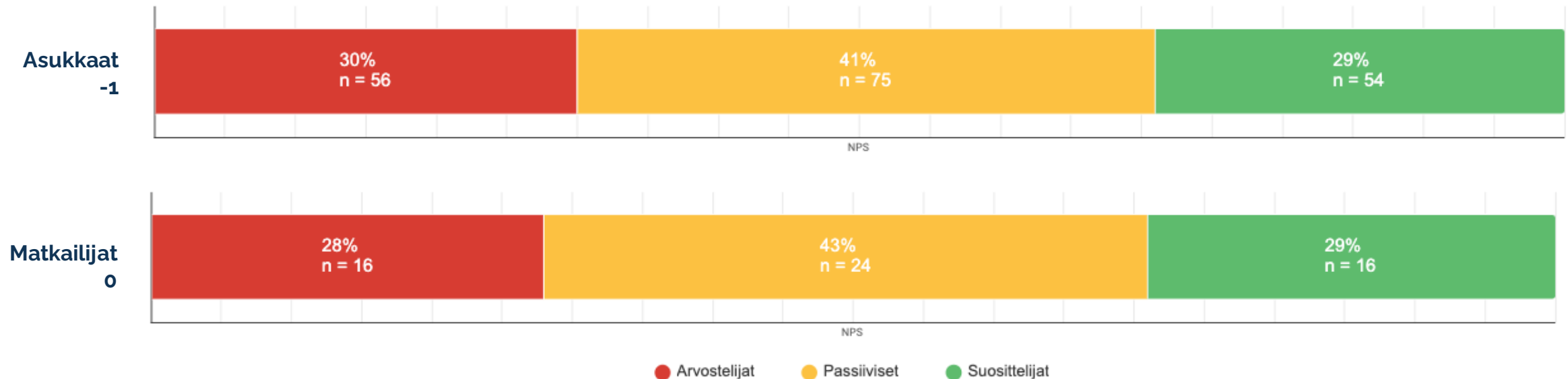
# NPS osoittaa, että asiakaskokemuksessa on kehitettävää

- Molempien ryhmien NPS-luku on neutraali: asukkaiden lievästi negatiivinen (-1), matkailijoiden täsmälleen nolla.
- Tämä kertoo, että vaikka osa vastaajista on tyytyväisiä, suuri osa on neutraaleja ja kolmannes jopa kriittisiä.
- Tulos osoittaa, että Kittilän kirkonkylän asiakaskokemuksessa on selvästi kehittämisen varaa

## Mikä NPS?

NPS (Net Promoter Score) -luku kertoo, kuinka todennäköisesti vastaajat suosittelisivat Kittilän kirkonkylää ystävälle tai naapurille. Vastaajat jaetaan suosittelijoihin (arvosanat 9–10), passiivisiin (7–8) ja arvostelijoihin (0–6). NPS saadaan vähentämällä arvostelijoiden osuus suosittelijoiden osuudesta.

NPS tarjoaa nopean yleiskuvan asiakastyytyväisyydestä ja toimii hyvänä vertailulukuna tulevien toimenpiteiden vaikuttavuuden arviointiin

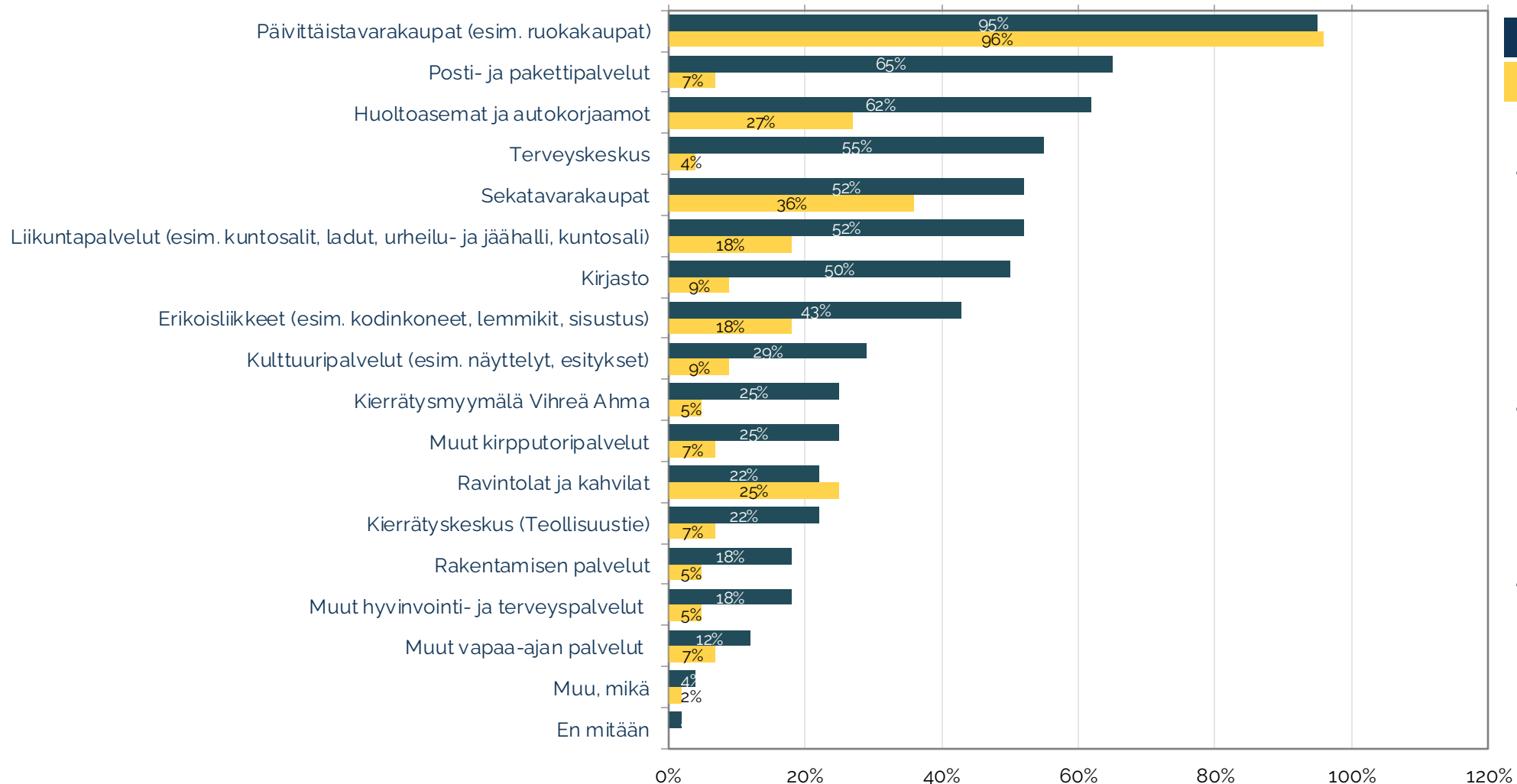


# Palvelut

Mitä palveluita käytetään? Paljonko rahaa käytettiin? Mitä palveluja kaivataan?



# Päivittäistavarakaupat vetävät sekä asukkaita että matkailijoita Kittilän kirkonkylälle

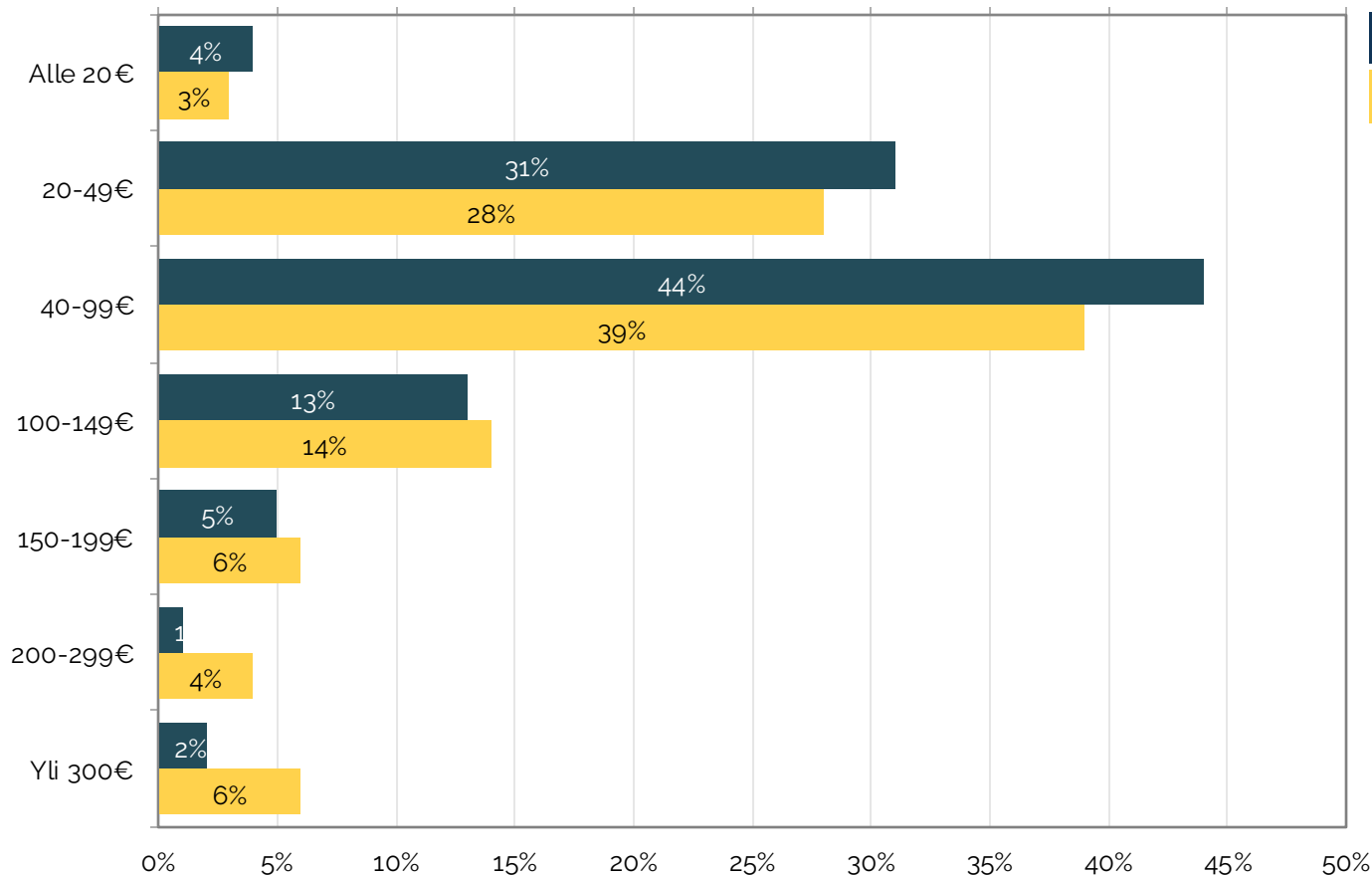


Asukkaat

Matkailijat

- Asukkaat käyttivät säännöllisesti ja monipuolisesti eri palveluita arjessa, kuten päivittäistavarakauppaa, posti- ja pakettipalveluita, huoltoasemaa ja autokorjaamaa.
- Myös julkiset palvelut, kuten terveysasemapalvelut ja kirjasto olivat ahkerassa käytössä.
- Matkailijat asioivat Kittilässä pääasiassa päivittäistavarakaupassa.

# Asukkaat ja matkailijat käyttävät rahaa alueen palveluihin suunnilleen yhtä paljon



Suurin osa vastaajista käytti 20-99€ alueen palveluihin ja tuotteisiin, suurta eroa asukkaiden ja matkailijoiden rahankäytössä ei ollut

# Kittilän kirkonkylälle kaivataan enemmän kohtaamispaikkoja

## Kohtaamispaikat

- Selvästi eniten toivotaan kahvila- ja ravintolapalveluita (lounaspaikka, leipomokahvila), erityisesti ilta-aikaan auki olevaa paikkaa. Ruokailun viihtyisyys ja erottuvuus, paikalliskulttuurin esiin tuominen nousevat
- Kahvila- ja ravintolapalveluissakin toiveena on erityisesti kohtaamispaikat: tiloja, missä kohdataan, viivytään ja saadaan elämyksiä
- Aasukkaat toivovat kesäisin torialueen pirstystä, viihtyisää puistoaluetta tai pöytiä istuskeluun sekä jäätelökioskia.

- Aasukkaat toivovat eri ikäisille omia paikkoja: ikääntyneet, aikuiset, nuoret ja lapsiperheet. Myös yrittäjät kaipaavat toimitilaa ja "kylän yhteistä olohuonetta".
  - Lapsiperheille enemmän tapaamis- ja puuhailupaikkoja
  - Kulttuuritalo mainittiin myös useasti – toiveena erityisesti paikka, jossa myös tapaamispaikka
  - Kirjastolle toivotaan terveyskeskuksen kaltaista pientä kahviota, jossa kahvittelu ei maksaisi paljon – pääpaino kohtaamisissa

### Yhteenveto:

Kirkonkylälle toivotaan laadukkaita, persoonallisia ja paikalliskulttuuria esiin tuovia kohtaamispaikkoja, kuten kahviloita ja ravintoloita, jotka täydentävät nykyistä tarjontaa ja myös houkuttelevat matkailijoita kirkonkylälle. Tarjontaa toivotaan kaiken ikäisille sekä aukioloaikojen laajuutta.

# Kittilästä toivotaan elävämpää ja vetovoimaisempaa keskustaa

## Kaupalliset palvelut

- Pidempiä aukioloaikoja toivotaan paljon (36% asukkaista)
- Lisäksi toivotaan lisää hintakilpailua, kuten Lidl, Rusta. Lidl mainittiin 21 avastauksessa
- Myös erikoisliikkeitä toivotaan: esim. vaate- ja kenkäkauppoja, urheiluvälineitä, kaluste- ja sisustusliike, kirja- ja askartelukauppa. Lisäksi asukkaat toivoivat kauneuspalveluita, kuten kampaamoja ja kauneushoitolaa.
  - Yksittäisiä mainintoja saivat mm. avanto ja sauna, etätyöpisteet, automaattiset pesulapalvelut, isompi parkkialue
- Julkinen liikenne on puutteellinen, etenkin kausityöntekijöille. Kaivataan säännöllistä liikennettä kirkonkylälle ja lähikyliin
- Asukkaat toivoivat kiertotalouteen liittyvien palvelujen kehittämistä:
  - kirpputoria, jonne mahtuu paremmin esim. kaksosrattailla tai pyörätuolilla,
  - suutaria,
  - pienkoneiden sekä polkupyörien korjaus- ja huoltopalvelua,
  - korjauspajaa vanhoille huonekaluille sekä entrauspajaa metalleille,
  - käyttökelpoisten tavaroiden noutopistettä, pahvin ja muovin kierrätyspisteitä myös kylän eteläpäähän ´
  - latausasema autolle (hajamainintoja)

### Yhteenveto:

Kaivataan elävämpää ja vetovoimaisempaa keskustaa, jossa olisi nähtävää, ostettavaa ja koettavaa – myös iltaisin. Matkailijoille palvelujen markkinointia, sekä tapahtumien kehittämistä. Palvelujen saavutettavuuden parantaminen mm liikenneyhteyksiä parantamalla. Asukkailla on toiveita kiertotalouden palveluille.

# Liikkumiseen ja ulkoiluun liittyviä toiveita on runsaasti

## Liikkuminen

- Erityisesti toivottiin uimahallia, sekä asukkaiden että matkailijoiden puolesta.
  - Asukkaille uimahalli lisäisi viihtyvyyttä
  - matkailijalle olisi vetovoimatekijä (kilpailuna kylpylälle)
- Toivotaan lisää sisäliikunnan mahdollistavia tiloja, monitoimihalli (eri lajeille, kuten tennis, padel, palloilu). Monitoimihalli voisi toimia myös vetovoimatekijänä matkailijoille: matkailijoille urheilu oli suurin syy matkustaa.
- Asukkaat kaipaavat kohtuuhintaista (kunnan) kuntosalia
- Ulkoliikuntaa mahdollistavia tiloja, kuten ulkokuntosali, kuntoportaita, lisää ympärivuotisia ulkoilureittejä (joita pääsee myös lastenrattailla tai pyörätuolilla)
  - Erityisesti mainittiin Ounasjoen varren parempi hyödyntäminen
- Toimintapaikkoja eri ikäisille esim. lasten leikkipaikkoja
- Asukkaat kaipaavat kevyen liikenteen väylien kehittäminen sekä turvallisemmat kävely- ja pyöräilymahdollisuudet esim. Kittilä – Sirkka, Kittilä – Pakatti, Alakittilä ja jopa Muonioon

### **Yhteenveto:**

Tarvetta on kattaville liikunta- ja hyvinvointipalveluille, jotka palvelevat eri-ikäisiä vuoden ympäri.



# Paikalliskulttuuri ilahduttaisi sekä asukkaita että matkailijoita

## Paikallisuus

- Sekä matkailijat että asukkaat toivovat paikalliskulttuurin esiin tuomista,
  - Esim. käsityöt, kädentaidot, kotiseutumuseot, kulttuurihistorialliset kohteet
  - Katulaatat, veistokset, tapahtumat ja paikalliset tarinat
- Matkailijat toivoivat yöelämän, nähtävyyksien ja tapahtumien kehittämistä
- Matkailijat eivät tunne Kittilän palvelutarjontaa: Tarvitaan yhteismarkkinointia.
- **Levin palvelut ovat niin hyvät ja kattavat, että matkailijalla ei ole syytä lähteä Kittilään palveluiden takia.**

### **Yhteenveto:**

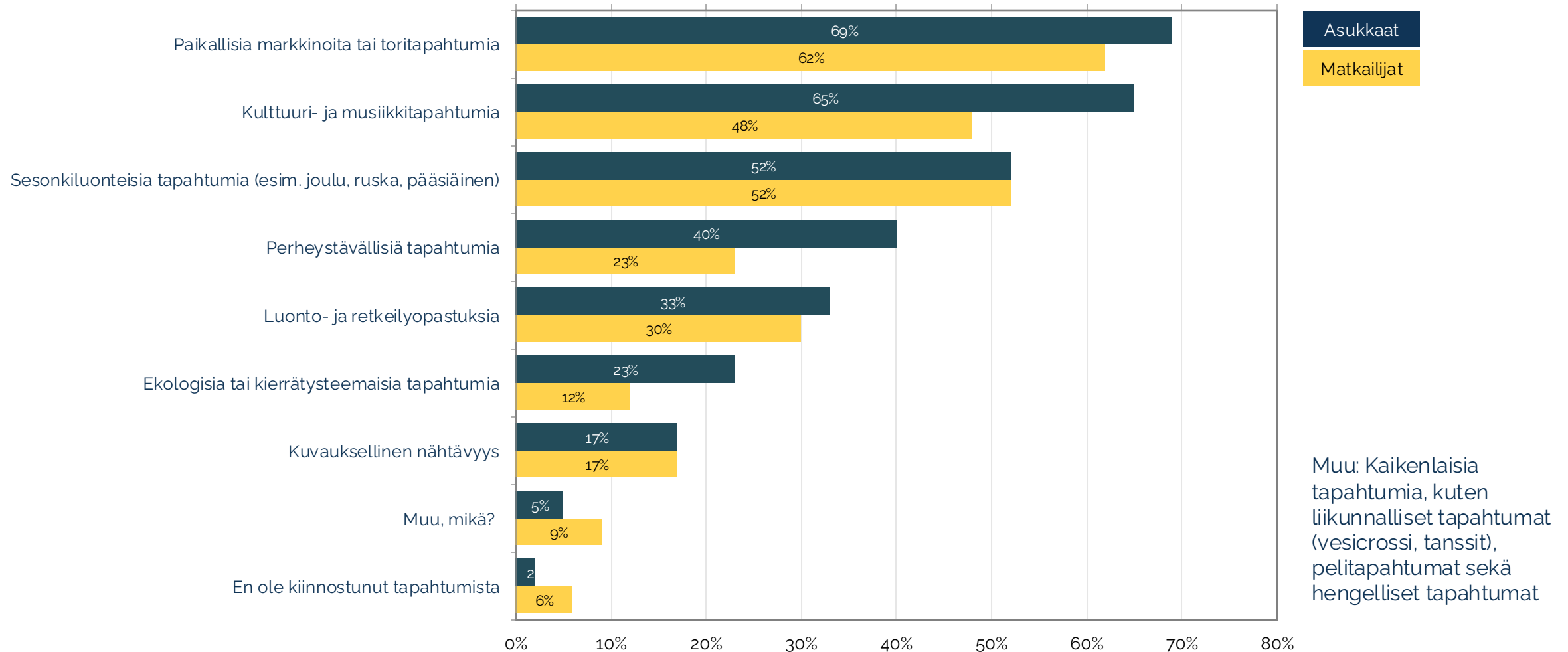
Paikallinen identiteetti nähdään vahvuutena – sitä halutaan kehittää ja nostaa esiin näkyvyyden ja elämysten kautta ratkaisuilla, mitkä ovat visuaalisia ja ammentavat alueen historiasta.

# Tapahtumat

Millaiset tapahtumat kiinnostavat?  
Saadaanko tapahtumista houkutustekijöitä matkailijoille?



# Tori- ja kulttuuritapahtumat kiinnostavat asukkaita ja matkailijoita



# Tapahtumat voisivat toimia matkailijoiden houkuttelukeinona

## Asukkaiden toiveet tapahtumille

- Asukkaiden intresseissä oli paikalliset markkinat tai toritapahtumat, kulttuuri- ja musiikkitapahtumat sekä sesonkiluontoiset tapahtumat (esim. jouluku, ruska, pääsiäinen).
- Asukkaat toivoivat myös perheystävällisiä tapahtumia.
- Torin kehittäminen on erityisesti kuntalaisten intresseissä. Tärkeänä nähtiin viihtyvyyden ja palvelujen kehittäminen, kuten kahvila, jäätelökioski jne.
- Tapahtuman ajankohdan valinnassa on hyvä huomioida muut tapahtumat (kuten Pajalan markkinat), ettei tule päällekkäisyyksiä

## Matkailijoiden toiveet tapahtumille

- Tapahtumat voivat toimia matkailijoiden houkuttelukeinona. Matkailijoita kiinnostavat paikalliset markkinat ja toritapahtumat, kulttuuri- ja musiikkitapahtumat sekä sesonkiluontoiset tapahtumat
- Matkailijat tarvitsevat syyn lähteä Levin hyvien palveluiden äärestä Kittilään - syyksi ei riitä rötisköjen siivoaminen vaan matkailijoita tulee houkutella erilaisilla tapahtumilla ja nähtävyyksillä, tuoden niissä esiin paikallisuutta ja erilaisuutta. Siisti ympäristö on oletuksena ja "perustaso".
- Tapahtumien kuvauksellisuus on hyvä olla suunnittelussa yhtenä lähtökohtana, jotta matkailijat jakavat kokemuksiaan sosiaalisessa mediassa lisäten alueen houkuttelevuutta muille

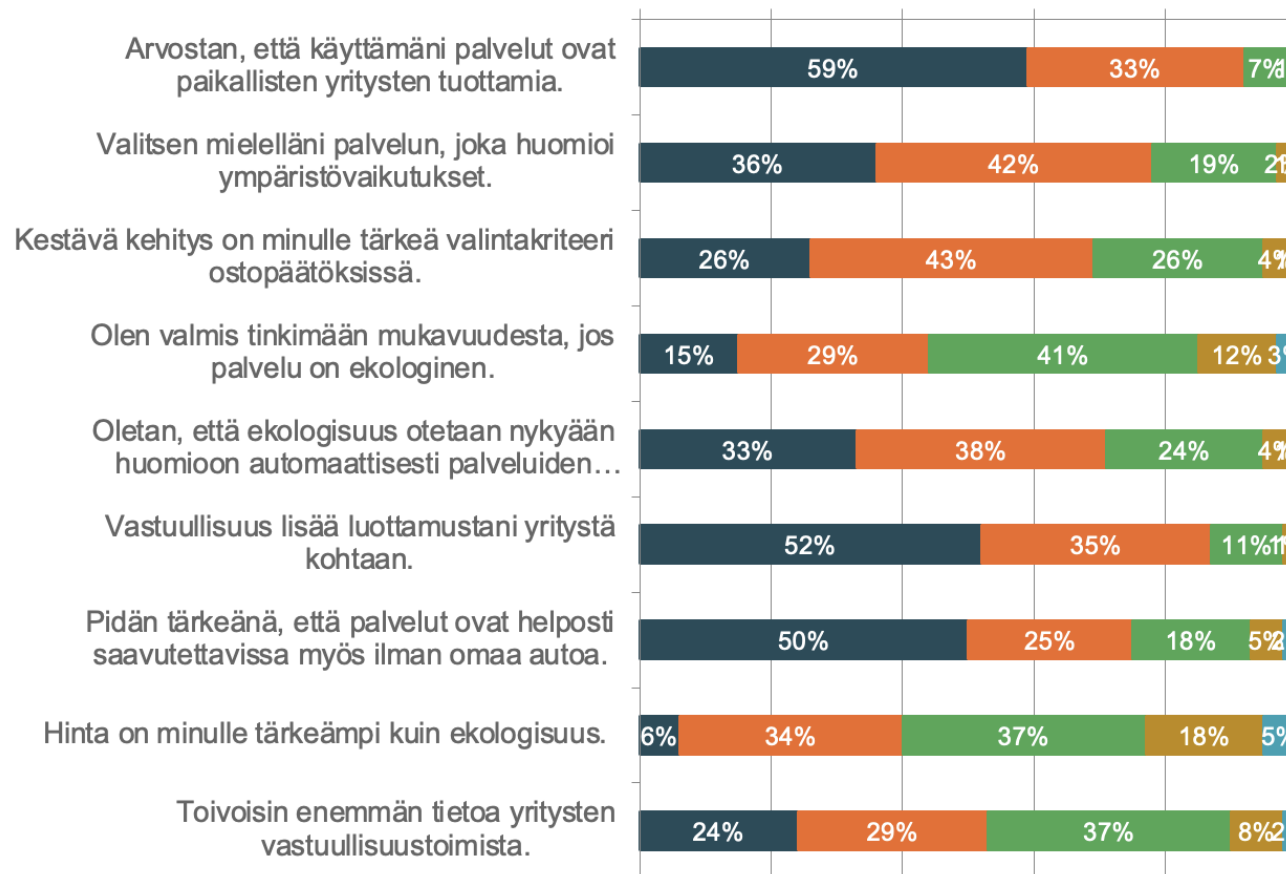
# Kestävyys ja kiertotalous

Palvelujen ekologisuuden tärkeys

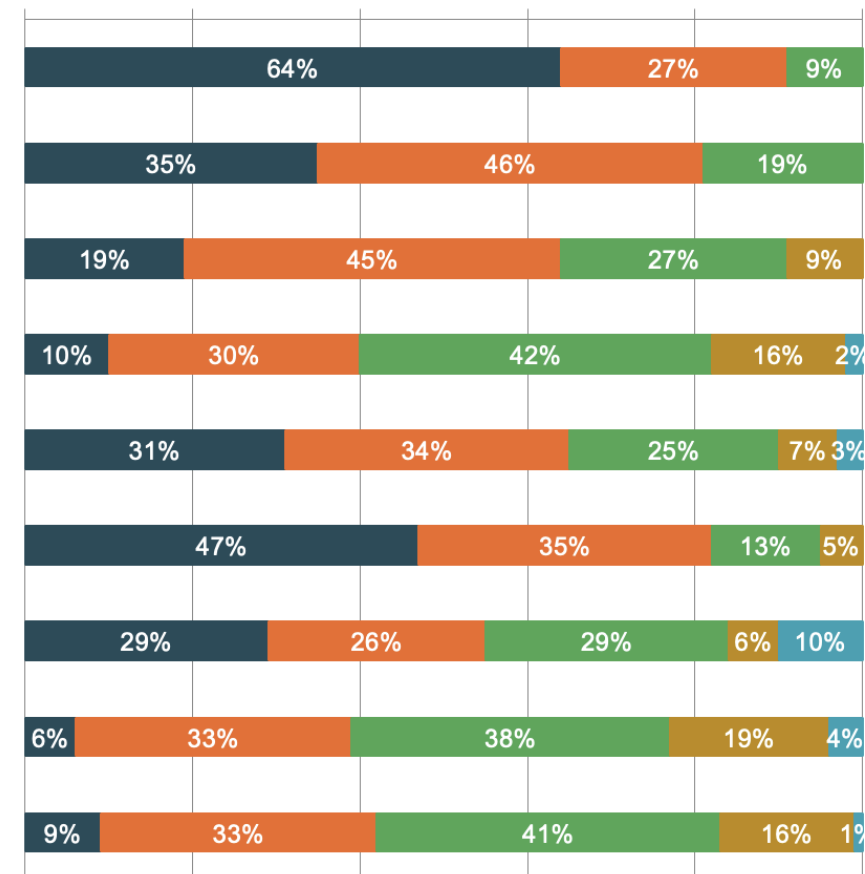
Millaiset ekologiset tai kestävän kehityksen mukaiset palvelut kiinnostavat?

# Ekologisuus on tärkeä arvo, mutta ei ohjaa valintoja

Asukas



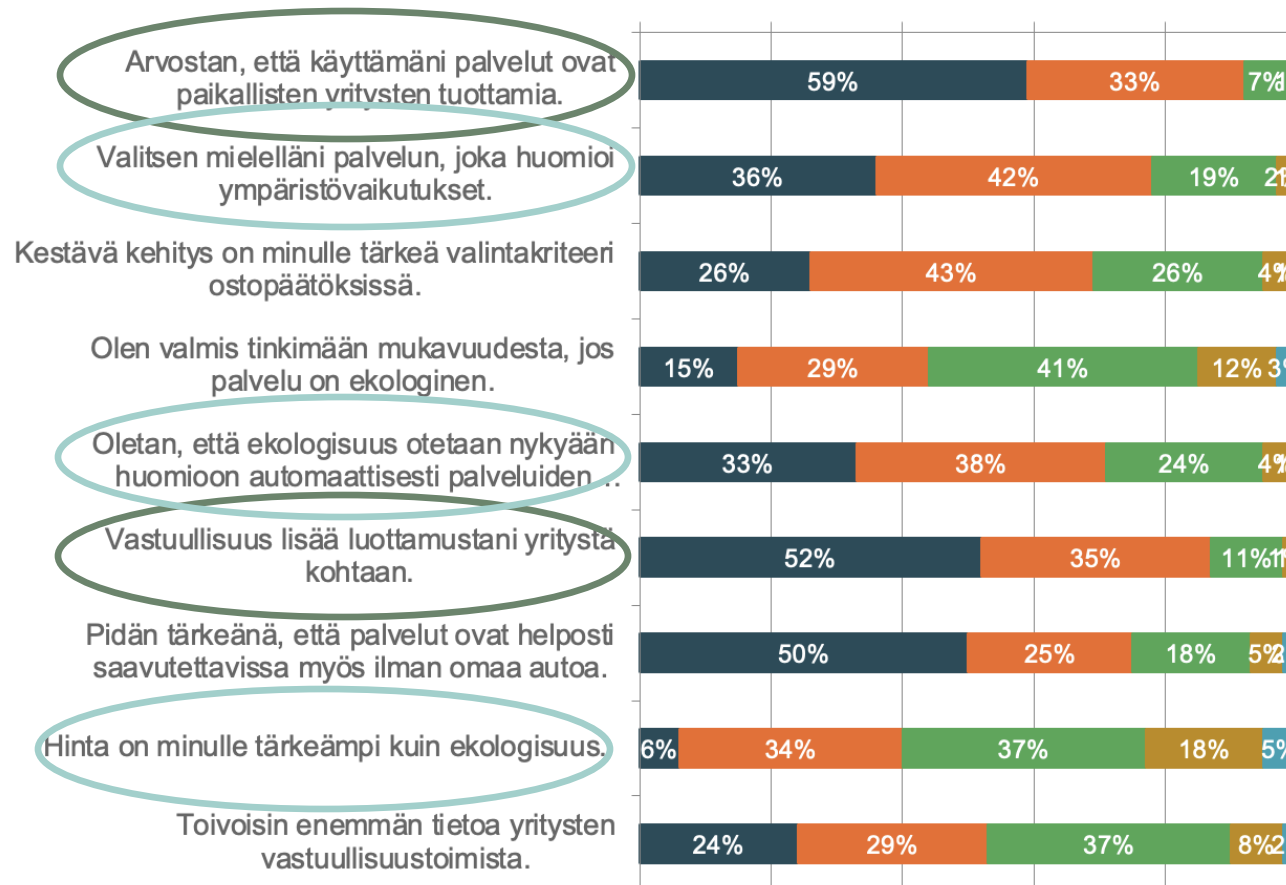
Matkailija



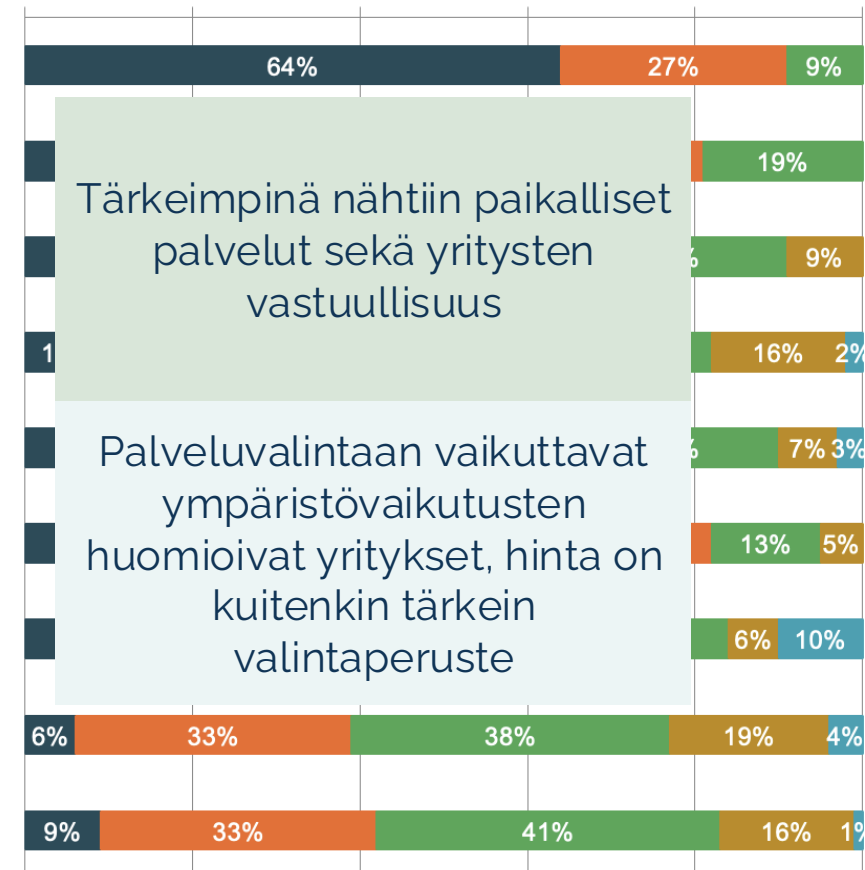
5 4 3 2 1

# Ekologisuus on tärkeä arvo, mutta ei ohjaa valintoja

Asukas

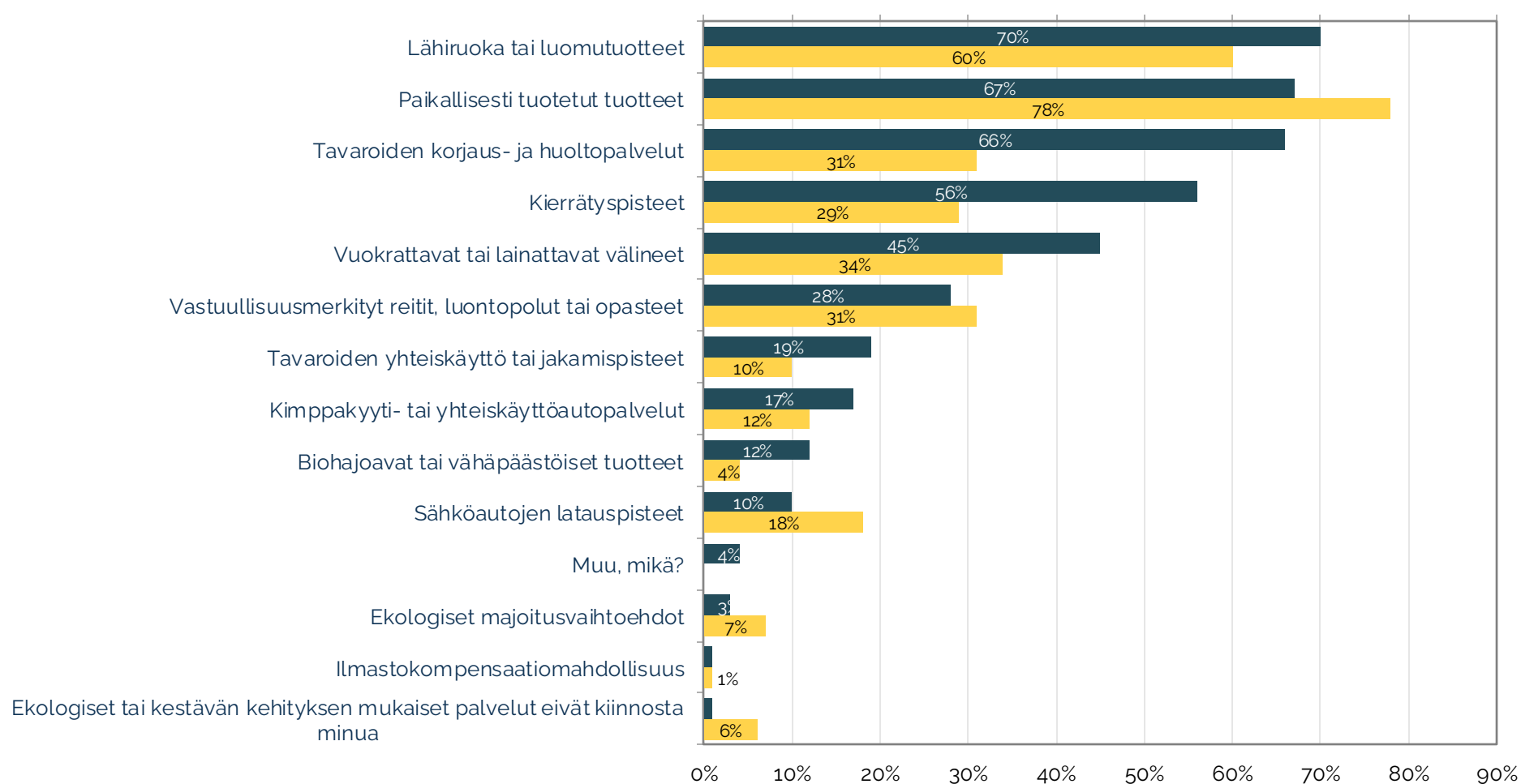


Matkailija



■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1

# Lähiruoka ja luomutuotteet kiinnostavat eniten, asukkaat toivovat lisäksi korjaus- ja huoltopalveluita



Asukkaat

Matkailijat

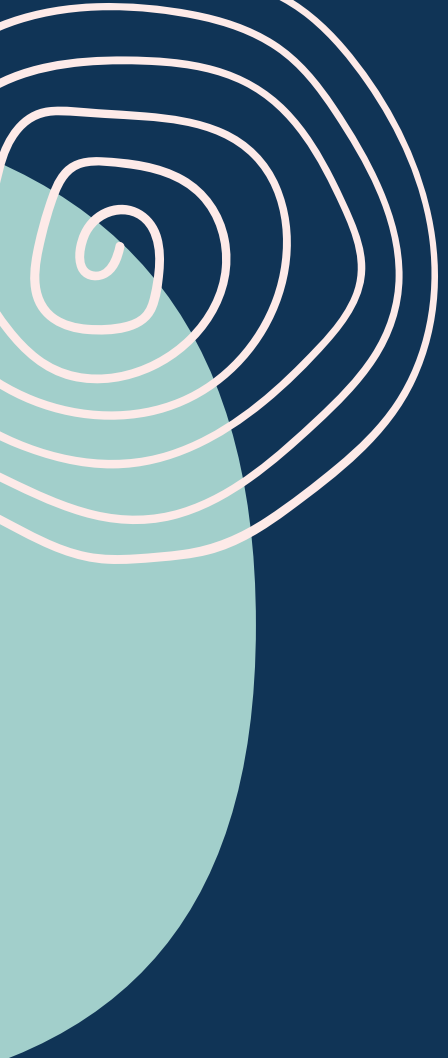
Muu (asukkaat): Julkisen liikenteen kehittäminen, kierrätyspisteiden tiheämpi tyhjennys, kauppahalli paikallisille yrittäjille



# Ekologisuuden oletetaan olevan sisäänrakennettuna palveluihin

- Asukkaita ja matkailijoita kiinnostivat erityisesti paikallisesti tuotetut tuotteet sekä lähiruoka ja luomutuotteet.
- Asukkaat toivoivat arkea helpottavia tavaroiden huolto- ja korjauspalveluita, kierrätyspisteitä sekä vuokrattavia ja lainattavia välineitä.
- Ekologisuus ja kiertotalous ovat arvoina tärkeitä ja niiden oletetaan olevan sisäänrakennettuna vastuullisesti toimivan yrityksen tuotteita ja palveluita.
  - Eniten arvostettiin palvelujen paikallisuutta sekä yritysten vastuullisuutta
    - Vastaajista yli 80 % oli sitä mieltä, että vastuullisuus lisää luottamusta yritykseen.
  - Vastaajista n 80 % oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että he valitsevat mieluiten ympäristöä huomioivan palvelun.
    - Hinta on kuitenkin tärkein valintaperuste, myös palvelun mukavuudesta ei olla valmiita tinkimään ekologisuuden takia
- Ekologiset palvelut eivät riitä syyksi asiointikäynnille





# Innosession tulokset

Teamsissa järjestettiin to 14.8. Innosessio alueen yrittäjille ja muille toimijoille. Innosession tavoitteena oli ideoida ratkaisuaihioita kyselyn tulosten perusteella .



# Top 10 kehitysideaa Kittilän kirkonkylälle



## 1. Yhteisöllinen kohtaamispaikka

Useassa muodossa toistunut idea: kahvila, kulttuurikahvila, oleskelupaikka, jäätelökioski, harrastetila.

Vastaa asukkaiden kaipuuseen kohtaamispaikoista ja kylätunnelmasta ja uusista palveluista. Voisi olla paikka, jossa useampi toimija saman katon alla, esim. kulttuurikeskus



## 2. Kittilän Amazing Race -tyyppinen palvelupeli

Tehtäviä ratkottavana ympäri Kittilän kirkonkylää!

Yhdistää tapahtuman, kaupalliset palvelut ja kokemuksellisuuden.

Edistää yrittäjien näkyvyyttä ja tuo elämää keskustaan.

Voidaan toteuttaa matalalla kynnyksellä useissa eri sesongeissa.



## 3. Narikka-tuotteet ja paikallisen tuotteiden brändäys

Ekologiset ja paikalliset tuotteet esiin Narikan kautta.

Voidaan tuotteistaa esim. "Narikka-lippu" tai tuotesarja.

Yhdistettävissä elämyksiin ja matkamuistotarjontaan.

Myynnissä päivittäistavarakaupoissa erottuvassa hyllyssä



## 4. Kittilä-passi ja tarinapolut

Yhdistää jo olemassa olevia kohteita, liikuntaa ja paikallishistoriaa.

Mahdollistaa laajan osallistumisen (asukkaat, matkailijat, koulut) ja viestii paikallisidentiteettiä.

# Top 10 kehitysideaa Kittilän kirkonkylälle

5

## TORIN KEHITTÄMINEN JA ELÄVÖITTÄMINEN

- Penkit, viherrakentaminen, markkinat, vaihtopäivät, musiikkia, pop up –toimintaa.
- Voisi toimia kirkonkylän keskipisteenä ja monikäyttöisenä tapahtumapaikkana



### 5. Torin kehittäminen ja elävöittäminen

Penkit, viherrakentaminen, markkinat, kierrätys- ja vaihtopäivät, musiikkia, pop up –toimintaa, tapahtumien säännöllisyys esim joka viikon tai kuukauden tietty päivä.

Voisi toimia kirkonkylän keskipisteenä ja monikäyttöisenä tapahtumapaikkana.

6

## Digitaalinen näkyvyys ja viestintä

- Tarve paremmalle tiedolle palveluista ja tapahtumista. Esim, Kittilä-app, Narikan sivut, diginäytöt
- Tärkeää erityisesti matkailijoiden tavoittamisessa



### 6. Digitaalinen näkyvyys ja viestintä

Tarve paremmalle tiedolle palveluista ja tapahtumista. Esim. Kittilä-app, Narikan sivut, diginäytöt. Tärkeää erityisesti matkailijoiden tavoittamisessa.

7

## 7. Vuodenaikojen juhlat ja tapahtumakokonaisuudet

Kaamosjuhla, yöttömän yön tapahtuma, sadonkorjuutapahtuma jne.

Rytmittää vuotta ja mahdollistaa säännöllisen tapahtumatuoannon.





# Top 10 kehitysideaa Kittilän kirkonkylälle

8



## 8. Ekologinen korjauspaja ja vuokrauspalvelut

Matala kynnyks, yhteisöllinen korjaaminen + ammattilaisneuvonta.  
Myös työllistämispotentiaalia.  
Ekologisuus yhdistyy konkretiaan ja osaamisen jakamiseen.

9



## 9. Uimarannan ja joen alueen kehittäminen

Oleskelupaikkoja, kiosk, saunamaailma, laituri. Kytkevävissä  
reittien ja tapahtumien kehittämiseen.  
Joen hyödyntäminen mainittu useassa vastauksessa.

10



## 10. Valaistut reitit ja visuaaliset nähtävyydet

Tunnelmavalot, iso valokuvattava nähtävyys, lintutornin  
valaistus, VR-tarinapolku. Ounasjoen varren reitin  
kehittäminen ja markkinointi  
Tukee matkailun sesonkien laajentamista ja  
elämyksellisyyttä.

# Kaikki ideat teemoittain 1/4

## Kohtaamispaikat & yhteisöllisyys

- **Yhteisöllinen kahvila tai kulttuurikahvila** (1): paikka taiteelle, kulttuurille (kansallispuvut, tarinallisuus, historia) ja tapahtumille, teemaillat, myös matkailijoille.
- **Torin ja puistojen viihtyisyyden parantaminen**: penkkejä, kioskeja, jäätelökioski, toritapahtumat (myös kesätyöpaikkoja nuorille), kesä- ja talvimarkkinat. Kukilla saatu nyt lisättyä hienosti viihtyvyyttä.
- Torille **pysyvä rakennelma**, mitä hyödyntää eri aikoina esim matkailuinfo.
- **Yhteisöllinen harrastetila**: käsitöille, maalaamiselle, korjauksille – matalan kynnyksen tekemistä.
- **Vaihto-/kierrätyspäivät, siivouspäivä, katukirppikset** (1): kuntalaisten kohtaamisiin.
- **Uimaranta ja saunamaailma** (1): sekä kunnostusta että uusia palveluita yhteisölliseen käyttöön.
- **Leirintäalue ja sen yhteisöllinen kehittäminen**: toive varsinkin paikallisten näkökulmasta.
- **Kulttuuritalo Narikalle**: Keskus, missä monta toimijaa saman katon alla

## Liikunta ja ulkotilat

- Liikunta- ja hyvinvointipalvelut nousivat sekä tutkimuksessa että työpajassa esiin:
- **Kittilänkiertopassi** (2): houkuttelee liikkumaan ja tutustumaan alueeseen.
- **Tunnelmavalot kävelyreiteille** (2): lisää viihtyvyyttä ja turvallisuutta talvella.
- **Oleskelulaituri joen varteen** (1): yhdistyy hyvin tutkimuksessa esiin nousseeseen Ounasjoen hyödyntämistoiveeseen.
- **Vuokrattavat liikuntavälineet ja parempi viestintä olemassa olevista liikuntamahdollisuuksista.**
- **Paikallisten tekemät opasteet liikuntakohteisiin** (1).

# Kaikki ideat teemoittain 2/4

## Paikalliskulttuuri ja tarinat

Tutkimuksessa paikalliskulttuuri tunnistettiin vetovoimatekijäksi:

- **Tarinallistaminen** (tulossa hankkeessa): tarinapolut, historia, VR, QR-koodit.
- **Kittilä muistojen arkisto (digitaalinen)** (1): historia, kuvat, muistot yhteen paikkaan.
- **Harrin lappalaismuseo / kylien historiaa kokoava paikka** (2).
- **Vuodenaikojen juhlat** (2): kaamos, yötön yö, sadonkorjuu.
- **Kirkko 200v -näkökulma, kirkon hyödyntäminen tapahtumissa** (1).
- **Särestöniemen näkyvyyden tuominen kirkonkylälle** (1).

## Ekologisuus ja kiertotalous

Ekologisuus ei tutkimuksen mukaan ollut pääasiallinen motivaattori asiointiin, mutta sen arvo tunnistetaan:

- **Rakennusvälineiden vuokraus**, korjauspajat, ammattilaisneuvonta (1).
- **Lähiruoan, luonnontuotteiden ja paikallisen tuotannon parempi esille tuominen.**
- **Paikallisten tuotteiden yhteismyyntipaikka torille / Narikalle / vähittäiskauppoihin** (1).
- **Ekologinen Narikka-tuotesarja** (1), paikallisuuteen pohjautuva "avainlippu".
- **Yrittäjien tukeminen ekologisuuden kehittämisessä – osaamista ja näkyvyyttä tarvitaan.**

# Kaikki ideat teemoittain 3/4

## Uudet palvelut ja liiketoiminnan kehitys

Kirkonkylältä puuttuu erottuva vetovoimatekijä – tätä haluttiin korjata:

- **Uusia liiketiloja ja toimitiloja** (2): yritysten perustamista tuettava konkreettisesti.
- **Yritysryhmähanke** (1): yhteistyöllä uusia palveluita.
- **Narikka-tuoteperhe**: brändättävä tuoteperhe paikallisesti.
- **Kohtaamispaikat myös palveluiden kontekstissa** (esim. palvelumummo tai -vaari).
- **Yhdistä elämyksiä ja tuotteita**: kaupallista arkea elämyksillä.
- **Leader rahan** hyödyntäminen, myös mahdollisuus tehdä isommin

## Viestintä ja saavutettavuus

Tutkimuksessa matkailijat kokivat, ettei heillä ole tietoa Kittilän palveluista. Työpajassa ehdotettiin:

- **Yrittäjien yhteiset pidennetyt aukioloajat + toritapahtumat** (1–2 ääntä).
- **Digitaaliset näytöt, Kittilä-app, Narikan nettisivut**.
- Uuden **joenrantareitin markkinointi** ja valaistuksen kehittäminen
- **Yhteiskyydit** tapahtumiin ja kyliltä keskustaan.
- **Oma “Ahma-juna”, Bussikuljetus Levin ja kirkonkylän välillä** (1).
- **Somepersoonien hyödyntäminen** markkinoinnissa (1).
- **Paikalliset tuotteet “lipun” tai merkin alla** (2).



# Kaikki ideat teemoittain 4/4

## Tapahtumat ja elämykset

Tapahtumat tunnistettiin mahdollisuudeksi luoda vetovoimaa:

- **Kittilä Amazing Race** (2): palveluiden hyödyntäminen tehtävärasteilla.
- **Päivä- ja sesonkitapahtumat**: piknikit, kaamosjuhlat, käsityöpäivät, konsertit, jne.
- **Porotalouteen liittyvät tapahtumat, poronvuodesta kertova reitti** (2). Miten paliskunnat voisivat auttaa viihtyvyyden kehittämisessä
- **Videoesitykset hautausmaalla merkkihenkilöistä, VR-nähtävyydet.**
- **Ounasjoen hyödyntäminen tapahtumissa** (1).

## Nähtävyydet ja visuaaliset kokemukset

Matkailijat kokevat Kittilän helposti ohitettavaksi. Tarvitaan kohde:

- **Tarinapolut, iso some-hahmo** (vrt. Jounin poro) (1).
- **Lintutornin valaistus** (2).
- **Yhteisötaideteos, visuaaliset taide-elementit.**
- **Lapinkylän historia esiin videoin ja kuvina.**

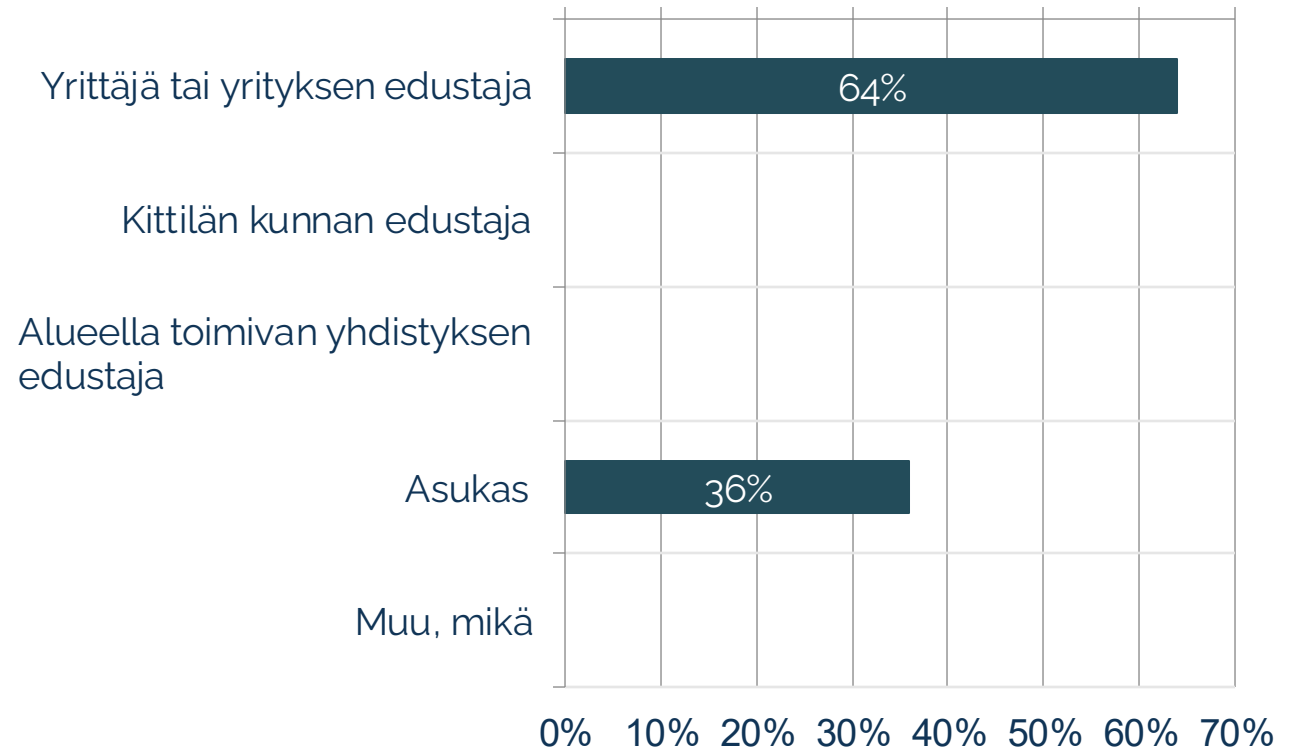
# Konseptikyselyn tulokset

Innosession ratkaisuaihiot jaettiin kyselyn  
muodossa Kittilän alueen yrittäjille



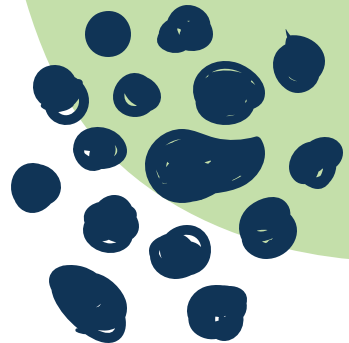
# Kyselyn tausta ja vastaajat

- Kysely jaettiin Kideven uutiskirjeessä
- Kyselyssä esiteltiin "TOP 10" -ideat työpajasta
  - Vastaajia pyydettiin arvioimaan ideat kouluasteikolla 4-10
  - Lisäksi ideoita sai kommentoida vapaasti sekä antaa niille jatkokehitysehdotuksia
  - Vastaajia oli yhteensä 12
- Seuraavat kalvot esittelevät tulokset
- Konsepti-ideat on esitelty paremmuusjärjestyksessä äänestyksen tulosten perusteella



# Äänestyksen tulos

- 1) Idea 5: Torin kehittäminen ja elävöittäminen (9.6)
- 2) Idea 9: Uimarannan ja joen alueen kehittäminen (9.5)
- 3) Idea 10: Valaistut reitit ja visuaaliset nähtävyydet (9.3)
- 4) Idea 1: Yhteisöllinen kahvila tai kohtaamispaikka (9.3)
- 5) Idea 7: Vuodenaikojen juhlat ja tapahtumakokonaisuudet (9.0)
- 6) Idea 3: Narikka-tuotteet ja paikallisten tuotteiden brändäys (8.8)
- 7) Idea 8: Ekologinen korjauspaja ja vuokrauspalvelut (8.6)
- 8) Idea 4: Kittilä-kiertopassi ja tarinapolut (8.4)
- 9) Idea 6: Digitaalinen näkyvyys ja viestinnän kehittäminen (8.4)
- 10) Idea 2: Kittilän Amazing Race -tyyppinen tapahtuma (7.8)



# 1 Torin kehittäminen ja elävöittäminen

Penkit, viherrakentaminen, markkinat, kierrätys- ja vaihtopäivät, musiikkia, pop up -toimintaa, tapahtumien säännöllisyys esim. joka viikon tai kuukauden tietty päivä. Voisi toimia kirkonkylän keskipisteenä ja monikäyttöisenä tapahtumapaikkana.



**Keskiarvo**

9,6

**Mediaani**

10,0

## Kommentit

En ole varma missä tori sijaitsee, olisi kiva jos huomaan sen tulevaisuudessa.

Säännöllisyys on tärkeää.

toimiva tori olisi tärkeä

Kyllä penkejä enemmän narikalle. Myös katurossuksia enemmän, ettei roskat tipahtaisi joillakin maahan.

## Kehitysehdotukset

Tori on ihan liian pieni. Sen voisi siirtää, ihan mihin tahansa, esim. jonkun purettavan rakennuksen paikalle.

## 2 Uimarannan ja joen alueen kehittäminen

Oleskelupaikkoja, kiosk, saunamaailma, laituri, ulkoilureitit. Kytkettävissä reittien ja tapahtumien kehittämiseen.



**Keskiarvo**

9,5

**Mediaani**

10,0

### Kommentit

Matkailijat eivät edes huomaa jokea tänä päivänä kun ajavat Kittilän läpi. Kittilä voisi olla niin kaunis. Voisiko jopa vetää tiet uusiksi?

Leirintäalue, uimaranta ja kiosk, välittömästi suunnitteluun.

ihana idea, käyttäisin jos olis! Loistava idea.

### Kehitysehdotukset

Tulvavallin päälle kävely-pyöräily-reitti Leville saakka. Leirintäalueen mökit kuntoon, kiosk käyttöön ja uimarannan kanssa yhteiskäyttöön tai uimarannalle oma sauna, jonka voi lämmittää kuka tahansa.

Kesäajalle uimarannalle pieni siirrettävä kioskin tyyppinen. Tulva aikana paikka kastuisi, joten sen pitäisi olla siirrettävä paikka. Vaunu, kontti yms. Jos Rannalla olisi jäätelökiosk se houkuttaisi ihmisiä rannalle. Sup-lautoja voisi myös vuokrata jostain kirkonkylältä. Levillä on saunabaari, Kittilään pitäisi saada oma kesä-ajan kohtaamispaikka.

3

## Valaistut reitit ja visuaaliset nähtävyydet

Tunnelmavalot, Ahma-leikkipuisto, iso valokuvattava nähtävyys, lintutornin valaistus, VR-tarinapolku. Ounasjoen varren reitin kehittäminen ja markkinointi. Tukee matkailun sesonkien laajentamista ja elämyksellisyyttä.



### Kommentit

Kesällä voisi olla ongintakilpailu, talvella pilkkikilpailu.

Aivan loistava idea

**Keskiarvo**

9,3

**Mediaani**

10,0



4

## Yhteisöllinen kahvila tai kohtaamispaikka

Kahvila, kulttuurikahvila, oleskelupaikka, jäätelökioski tai harrastetila. Paikka, jossa viettää aikaa yhdessä - myös iltaisin. Voisi olla myös paikka, jossa useampi toimija saman katon alla, esim. kulttuurikeskus



**Keskiarvo**

9,3

**Mediaani**

9,0

### Kommentit

Kulttuurikeskus kuulostaa ihanalta. Vaihtuvia taidenäyttelyjä, kahvila/lounas/viinibaari, pientä tekemistä pelien/askartelun muodossa jne.

Kulttuurikeskus

Olis mukava joku kahvila tms missä vois olla myös leikkipaikka niin ois vanhemmille ja lapsille helppo paikka

Ihana idea!

### Kehitysehdotukset

Urheiluhallin kahvilaa voisi "pyörittää" joku yrittäjä. Kesäisin urheiluhallin parkkipaikalle jätskikioski, tuoleja ja pöytiä, niin oppilaat saavat luokkaretkirahaa.

Kirjasto, kahvila (yrittäjävetoinen), yhdistyksille työskentely/kokoustila

Tila pitäisi olla vain helposti päästävissä, mielellään tietenkin Kittilän kylällä

Cafesoma oli aikoinaan kohtaamispaikka. Koronan jälkeen en muista, että olisimme käyneet ystävien kanssa kahvitellessa muuallakuin Levillä cafe housessa. Sellainen kahvittelu paikka pitäisi saada Kittilään.



5

# Vuodenaikojen juhlat ja tapahtumakokonaisuudet

Kaamosjuhla, yöttömän yön tapahtuma, sadonkorjuutapahtuma jne. Rytmittää vuotta ja mahdollistaa säännöllisen tapahtumatuotannon.



**Keskiarvo**

9,0

**Mediaani**

10,0

## Kommentit

Sadonkorjuutapahtuma voisi olla elo-syykuun aikaa. Silloin voisi olla syysmarkkinat. Muistelen aikaa kun Kittilässä oli ruskamarkkinat. Sen tapaista vain Kittiläläisille, yhdistykset, seurat ym.

Kyllä

## Kehitysehdotukset

Esim. joku tapahtuma ennen "festarikesää" siis jo kesäkuun alkupäivillä.

Tällä hetkellä tapahtumia Kittilässä on markkinat ja jouluyö. Syysmarkkinat ja jokin kevät rieha olisi hyvä saada niin tulisi kaikille neljälle vuodenaikalle tapahtumat.

## 6 Narikka-tuotteet ja paikallisten tuotteiden brändäys

Ekologiset ja paikalliset tuotteet esiin Narikan kautta. Voidaan tuotteistaa esim. "Narikka-lippu" tai tuotesarja. Yhdistettävissä elämyksiin ja matkamuistotarjontaan. Myynnissä päivittäistavarakaupoissa erottuvassa hyllyssä



**Keskiarvo**

8,8

**Mediaani**

9,0

### Kommentit

Hieno ajatus! Miettikää tarkkaa mihin vetää rajat, kuka/mikä pääsee mukaan, mitä ei.

Jospa saatais eurot jäämään lähipalveluille ja kivijalkakauppiaille.  
Lopetettais Ikean matkat jne. Yleishyödylliset yhdistyksetkin hoitaisivat vain oman roolinsa, eivätkä tekis ostosmatkoja muualle. Säästettäis luontoakin.

Hyvä idea. Lapsuudenkoti narikkatiellä niin ois ihana tämmönen

Tämä kuulostaa hyvältä.

### Kehitysehdotukset

Jakaisin kouluhinkin tietoa, kuinka tärkeä on käyttää oman kylän palveluja. Äidit ja isät saisivat sen myötä töitä.

## 7 Ekologinen korjauspaja ja vuokrauspalvelut

Matala kynnys, yhteisöllinen korjaaminen + ammattilaisneuvonta. Myös työllistämispotentiaalia. Ekologisuus yhdistyy konkretiaan ja osaamisen jakamiseen.



**Keskiarvo**

8,6

**Mediaani**

9,0

### Kommentit

hyvä idea, kannatan kestävää kehitystä

Kuulostaa hyvältä.

### Kehitysehdotukset

Meillähän on jo työpaja, voisiko sitä kehittää tuohon suuntaan?

## 8 Kittilä-kiertopassi ja tarinapolut

Itsenäisesti ajasta riippumattomasti kierrettävä Kittilän alueen kohteiden passi. Yhdistää jo olemassa olevia kohteita, liikuntaa ja paikallishistoriaa. Mahdollistaa laajan osallistumisen (asukkaat, matkailijat, koulut) ja viestii paikallisidentiteettiä.



**Keskiarvo**

8,4

**Mediaani**

8,5

### Kommentit

Hyvä, jos tämä menee eteenpäin, tehkää hyvin!

Hyvä idea käydä läpi mutta itsenäiset asiat on aika tylsiä

## 9 Digitaalinen näkyvyys ja viestinnän kehittäminen

Parempaa, kattavampaa ja helposti löydettävää tietoa Narikan palveluista ja tapahtumista. Esim. Kittilä-app, Narikan sivut, diginäytöt. Tärkeää erityisesti matkailijoiden tavoittamisessa.



**Keskiarvo**

8,4

**Mediaani**

8,0

### Kommentit

Nettisivut ja diginäytöt hyvät, onko appi turhaa työtä matkailijoiden tavoittamisessa...

Helposti toteutettavissa ammattilaisilta.  
Ylläpito tärkeää.

ei ainakaan omaa sovellusta, niitä on jo puhelin täynnä eikä oikein someakaan kannata. toimivat nettisivut ois hyvä

Kuulostaa hyvältä.

### Kehitysehdotukset

Kittilä apissa voisi olla lueteltuna Kittilän nähtävyydet tekeminen. Ukonpuljun reitti, Levin ice-age rata, levin portaat. Kaikkia näitä paikkoja ei edes paikalliset tiedä. Lisäksi saatavat palvelut kampaajat, kynsi- ja ripsiteknikot.

# Kittilän Amazing Race –tyyppinen tapahtuma

Tehtäviä ratkottavana ympäri Kittilän kirkonkylää! Yhdistää tapahtuman, kaupalliset palvelut ja kokemuksellisuuden. Edistää yrittäjien näkyvyyttä ja tuo elämää keskustaan. Tavoitteena saada osallistujat myös kuluttamaan palveluita.



**Keskiarvo**

7,8

**Mediaani**

8,0

## Kommentit

Kiva idea, vaikka vaikutus on hyvin lyhyt (tapahtuman aikana), mutta saa varmasti ihmiset aktivoimaan.

Kuka järjestää?  
Vaikka eri järjestöt ja seurat vuorollaan, teemoittain

Hauska idea

Varmasti osallistuisin!

## Kehitysehdotukset

Esim. kerran kuukaudessa tapahtumapäivä, kaupat esittelevät uutuuksia/tarjouksia, kilpailuja,

Olispa hauska idea missä paikat tulisivat tutuksi

# Jatkosuositukset





# Asiakastutkimuksen tulosten hyödyntäminen toiminnan kehittämisessä – 5 ehdotusta

1

Työpaja 1:  
Narikan  
tulevaisuuspäivä

2

Työpaja 2:  
Kunnan toiminnan  
kehittämisen  
innosessio

3

Projekti:  
Kokeiluilla ideat testiin

4

Tutkimus:  
Nuorisotutkimus  
Kittilän kirkonkylän  
kehittämiseksi

5

Tutkimus:  
Uusien asukkaiden  
houkuttelu Kittilän  
kirkonkylälle



# estea

Tea Tuohioja & Minna Puisto

[tea.tuohioja@estea.fi](mailto:tea.tuohioja@estea.fi)

+358 503241752

[estea.fi](http://estea.fi)