

**LUONTOMATKAILUN JA –VIRKISTÄYTYMISEN TARJONTA
JA VETOVOIMATEKIJÄT KESKI-SUOMESSA**

Hilpi Junnila

Liikuntasuunnittelun ja –hallinnon

Pro gradu -tutkielma

Kevät 2000

Liikunnan sosiaalitieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

TIIVISTELMÄ

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Liikunnan sosiaalitieteiden laitos/ Liikunta- ja terveystieteiden tiedekunta

JUNNILA, HILPI: Luontomatkailun ja –virkistäytymisen tarjonta ja
vetovoimatekijät Keski-Suomessa

Pro gradu –tutkielma, 107 s., 10 liites.

Liikuntasuunnittelu ja –hallinto

2000

Tällä tutkimuksella selvitettiin aktiivisen luontomatkailun tarjontaa ja vetovoimatekijöitä Keski-Suomen maakunnassa. Työ toteutettiin luontomatkailun teematutkimuksena osana Luonnon virkistyskäytön valtakunnallinen inventointi (LVVI) –tutkimusta ja sen tarjontatutkimusosaa. Tutkimuksella haluttiin selvittää aktiivisten (ohjattujen ja omatoimisten) luontomatkailupalvelujen tarjontaa sekä tutkia palveluntarjoajien käsityksiä luontomatkailun vetovoimatekijöistä Keski-Suomessa. Lisäksi haluttiin selvittää miten yrittäjät hyödyntävät julkisia virkistysmahdollisuuksia (esim. ulkoilureitit) matkailutoiminnassaan sekä miten julkisilla reiteillä liikkuvat henkilöt voivat hyödyntää yritysten tarjoamia palveluja. Tutkimusta ja sen tuloksia käytetään myös valtakunnallisen LVVI-tietojärjestelmän sekä sen luontomatkailuosion kehittämiseen.

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena, jonka kohteena olivat kaikki omatoimisia tai ohjattuja luontomatkailupalveluja tarjoavat yritykset tai muut tahot Keski-Suomen maakunnan alueella. Kyselyyn vastasi yhteensä 90 palveluntarjoajaa. Tuloksissa todettiin aktiviteettitarjonnan olevan monipuolista ja runsasta, jokainen yrittäjä tarjosi keskimäärin yli 12 erilaista luontoaktiviteettia. Tarjotuimmat aktiviteetit olivat kalastus, patikointi ja hiihto, joita tarjosi noin 70 prosenttia vastanneista. Luontomatkailun tärkeimmiksi vetovoimatekijöiksi todettiin luontoympäristö ja siinä erityisesti järvet sekä vesistöt. Aktiviteettien osalta vetovoimaa loivat ammattitaitoinen ohjaus ja opastus ja aktiviteettikohtaiset erityispiirteet. Niin aktiviteetteihin liittyvien palvelujen kuin oheispalvelujenkin kohdalla monipuolinen ja asiakkaan tarpeiden mukaan suunniteltu palvelu koettiin vetovoimaiseksi.

Tutkimuksessa todettiin liikuntamatkailun ja luontomatkailun läheinen yhteys sekä käsitteiden teoreettinen jäsentymättömyys. Kansainvälisiä käsitteenmäärittelyjä ei voi suoraan soveltaa suomalaiseen aktiiviseen luontomatkailuun, mikä perustelee kansallisen, suomalaisista lähtökohdista tehtävän tutkimuksen tarpeellisuutta. Matkailun vetovoiman tutkimisen osalta olemassaolevat mallit soveltuvat vain osin liikunnallisten aktiviteettien vetovoiman tutkimiseen.

Asiasanat: luontomatkailu, liikuntamatkailu, matkailutarjonta, matkailun vetovoima

SISÄLTÖ:

JOHDANTO	5
1 MIKSI TUTKIA MATKAILUA JA ULKONA LIIKKUMISTA?	8
1.1 MITÄ MATKAILU ON?	8
1.2 SUOMI VETOVOIMAISENA LUONTOMATKAILUMAANA	10
1.3 LUONNON VIRKISTYSKÄYTÖN VALTAKUNNALLINEN INVENTOINTI (LVVI) -TUTKIMUS	12
1.4 LUONTO, LIIKUNTA JA MATKAILUN TRENDIT	15
2 LIIKUNTAMATKAILU MATKAILUMUOTONA	20
2.1 LIIKUNTAMATKAILUN KÄSITE	21
2.2 LIIKUNTAMATKAILUN MUODOT	23
3 LUONTO MATKAILUYMPÄRISTÖNÄ	27
3.1 LUONTOMATKAILUN KÄSITTEESTÄ	27
3.2 VIRKISTÄYTYMINEN JA ULKOILU	28
3.3 LUONTOMATKAILUN MUODOT	30
3.4 LUONTOMATKAILU SUHTEESSA YMPÄRISTÖÖN	32
3.5 TARJONTA JA SAATAVUUS LUONTOMATKAILUSSA	37
4 MATKAILUN VETOVOIMA TUTKIMUSKOHTEENA	40
4.1 ERILAISIA KÄSITYKSIÄ MATKAILUN VETOVOIMASTA	42
4.2 LUONTOMATKAILUN VETOVOIMATEKIJÄT	48
4.3 LIIKUNTA- JA LUONTOAKTIVITEETTIEIEN VETOVOIMA	52
5 MATKAILU KESKI-SUOMESSA	56
5 TUTKIMUSTEHTÄVÄ JA TUTKIMUKSEN VIITEKEHYS	60
6 TUTKIMUKSEN KULKU	62
6.1 KYSELYTUTKIMUS	62
6.2 TULOSTEN ANALYSOINTI	63
6.3 TUTKIMUSKYSELYN TOTEUTTAMINEN	64
6.4 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUDESTA	66

8	TULOKSET	68
8.1	AINEISTON KUVAUS.....	68
8.2	VASTAAJAPROFILIT.....	69
8.3	MATKAILUPALVELUJEN TARJONTA	71
8.3.1	<i>Luontomatkailuaktiviteetit.....</i>	<i>72</i>
8.3.2	<i>Muut matkailupalvelut</i>	<i>77</i>
8.4	VETOVOIMATEKIJÄT.....	78
8.4.1	<i>Sijainti</i>	<i>80</i>
8.4.2	<i>Luontoympäristö.....</i>	<i>80</i>
8.4.3	<i>Kulttuuriympäristö.....</i>	<i>82</i>
8.4.4	<i>Aktiviteetteihin liittyvät tekijät</i>	<i>82</i>
8.4.5	<i>Virkistysmahdollisuudet</i>	<i>84</i>
8.4.6	<i>Palvelut.....</i>	<i>84</i>
8.4.7	<i>Yhteenvedo vetovoimatekijöistä</i>	<i>86</i>
8.5	YHTEYDET JULKISIIN VIRKISTYSMAHDOLLISUUKSIIN.....	86
8.5.1	<i>Yritysten palvelujen hyödyntäminen julkisilla reiteillä liikkuville</i>	<i>89</i>
8.5.2	<i>Yhteistyön kehittäminen matkailuyrittäjien ja julkisten palveluntarjoajien välillä</i>	<i>90</i>
9	POHDINTA.....	93
	LÄHTEET	102
	LIITTEET	108

JOHDANTO

”Suomen liikunnan ja matkailun olemus on pohjimmiltaan sen luonnossa; vihreissä metsissä, tuhansissa järvissä, pauhaavissa koskissa, sen talvisilla hangilla ja kesäisillä tanhuvilla.” Näin totesi Ilmari Laukkonen jo vuonna 1946. (Hemmi 1995, 186)

Liikunnan harrastaminen on maailmanlaajuinen sosiaalinen ilmiö ja kuuluu ihmisten suosituimpiin vapaa-ajan viettotapoihin. Samanaikaisesti matkailun on ennustettu kasvavan maailman suurimmaksi elinkeinoksi uuden vuosituhannen alussa. Kosketuspinta liikunnan ja matkailun välillä on kasvanut nopeasti, matkailu ja liikunta sopivat hyvin yhteen ja molemminpuoliset hyödyt ovat huomattavat. (Kurtzman & Zauhar 1997) Liikuntamatkailusta on tullut tärkeä osa matkailun markkinoita. Matkailijoista jopa noin neljänneksen voidaan katsoa olevan liikuntamatkailijoita, jolloin liikunta tai urheilu tai näiden seuraaminen on matkan pääasiallinen tarkoitus. Liikuntamatkailun markkina-arvosta ei ole olemassa varsinaisia tilastoja, koska liikuntamatkailua ei yleensä eritellä muusta matkailusta. (Standeven & De Knop 1999, 323)

Liikunta- ja luontomatkailu ovatkin selkeästi matkailun kasvavien trendien joukossa. Tästä huolimatta tutkimus liikunnan ja matkailun välisistä yhteyksistä on ollut vähäistä ja vasta viime vuosina ovat liikunnan ja matkailun väliset yhteydet alkaneet saada huomiota maailmanlaajuisena ilmiönä ja liikunnan merkitys matkailun motiivina on tunnistettu ja tunnustettu. Vaikka luontomatkailulla on toimintaympäristöön liittyen omat erikoisominaisuutensa, pidetään luontomatkailua tässä tutkimuksessa liikuntamatkailun yhtenä osana. Luontomatkailun läheistä suhdetta liikuntamatkailuun perustellaan sillä, että suurin osa luonnossa tapahtuvasta aktiivisesta matkailusta toteutuu erilaisina fyysisinä aktiviteetteina. Osa näistä aktiviteeteista on fyysisesti erittäin vaativia (esim. kalliokiipeily), osaan taas riittää vähempikin fyysinen ponnistus (esim. sienestys). Pieneen osaan tutkituista luontoaktiviteeteista ei liity juurikaan omaa fyysistä toimintaa (esim. lintujen tarkkailu, moottorikelkkailu), mutta nämä ovat selvänä vähemmistönä liikunnallisiin aktiviteetteihin verrattuna.

Luontomatkailua onkin Suomessa tutkittu eri tieteenaloilla liikuntamatkailua huomattavasti enemmän, mutta liikunnan merkitystä ja roolia luontomatkailussa tai osana luontomatkailun vetovoimaa ei ole tutkittu. Tässä työssä tarkastellaan suomalaisessa luontoympäristössä tapahtuvaa aktiivista ja liikunnallista matkailua sekä sen tarjontaa ja vetovoimatekijöitä. Näitä tarkastellaan kansainvälisten luokittelujen ja mallien avulla, joita ovat esimerkiksi Wallin tarjontateoria, Lew:n ja Leiperin matkailun vetovoimateoriat sekä Inskeepin jaottelu luontomatkailun vetovoimatekijöistä. Tarkastelussa pohditaan myös kansainvälisten ja verrattain yleisten mallien soveltuvuutta suomalaiseen luontomatkailuun ja sen tutkimiseen.

Henkilökohtainen kiinnostus tutkimukseni aihepiiriin on pitkäaikainen. Kolme ja puoli vuotta sitten aloitin matkailuopinnot liikuntaopintojeni ohella ja jo silloin toivoin että voisoin hyödyntää sekä liikunnan että matkailun tietämystäni opinnäytetyön tekemisessä. Samasta syystä kirjoitin kandintutkielmiani aiheesta Luontoliikunta Suomen matkailun vetovoimatekijänä. Pääsin myös tutustumaan pohjoisamerikkalaiseen luontomatkailuun Kanadassa tekemiäni yliopisto-opintojen ja työharjoittelun kautta ja huomasin että luontovirkistäytyminen ja -matkailu olivat sekä tieteenä että elinkeinona melko lailla Suomea pidemmällä. Tämä antoi lisää motivaatiota ja mielekkyyttä tutkimuksen toteuttamiseen.

Tutkimus tehtiin luontomatkailun teematutkimuksena osana Luonnon virkistyskäytön valtakunnallinen inventointi (LVVI) -projektia ja sen tarjontatutkimusosaa. Työn tarkoituksena oli tutkia luontomatkailupalvelujen tarjontaa ja vetovoimatekijöitä Keski-Suomen maakunnassa. Tarkoituksena oli lisäksi selvittää yhteyksiä julkisten virkistysmahdollisuuksien (ulkoilureitit, virkistysalueet ja -paikat) tarjoajien ja matkailuyrittäjien välillä sekä tarkastella yhteistyömahdollisuuksia, joita voisi toteuttaa esim. valtakunnallisen LVVI-tietojärjestelmän avulla.

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena, jonka kohteena olivat kaikki omatoimisia tai ohjattuja luontomatkailupalveluja tarjoavat yritykset tai muut tahot Keski-Suomen maakunnan alueella. Kyselyyn vastasi yhteensä 90 palveluntarjoajaa. Tutkimuksen tuloksista voidaan sanoa, että luontomatkailupalvelujen tarjonta oli varsin monipuolista ja runsasta ja palveluja tarjosivat monenlaiset yrittäjät ja matkailukohteet.

Suurelle osalle palveluntarjoajista luontomatkailu oli kuitenkin vain sivutoimi, mikä näkynee myös palvelujen laadussa ja ammattimaisuudessa. Luontomatkailun vetovoimatekijöitä olivat ennen muuta yleiseen luontoympäristöön sekä erityisesti vesistöihin liittyvät tekijät. Aktiviteeteissa vetovoimaiseksi koettiin hyvä opastus ja ohjaus sekä palvelujen kohdentaminen ja soveltaminen eri ryhmille.

Tutkimusraportti rakentuu yhdeksästä eri kappaleesta, joista ensimmäisessä kerrotaan tutkimuksen taustasta ja perustellaan tutkimuksen tarpeellisuutta. Kappaleissa 2-4 käydään läpi tutkimukseen liittyvää keskeistä teoreettista taustaa, jossa olennaisia asioita ovat liikunta- ja luontomatkailu sekä matkailun vetovoima. Kappaleessa viisi esitellään tutkimuksen kohde eli Keski-Suomen maakunta ja sen matkailun tunnusomaisia piirteitä. Kappale kuusi kertoo tutkimuksen tarkoituksen ja kokoaa tutkimuksen keskeisen aineksen. Seuraavissa kappaleissa 7 ja 8 kerrotaan tutkimuksen käytännön toteutuksesta, aineistosta ja aineiston keruusta sekä tutkimustuloksista. Viimeiseksi pohdinnassa käsitellään tutkimuksen ja tutkimustulosten merkitystä omalla aihealueellaan sekä esitetään muutamia jatkotutkimusaiheita.

1 MIKSI TUTKIA MATKAILUA JA ULKONA LIIKKUMISTA?

Tässä kappaleessa käydään lyhyesti läpi matkailun kansainvälistä merkitystä, esitellään matkailukäsitteen yleinen määritelmä sekä perustellaan tämän tutkimuksen tarpeellisuutta siinä aihepiirissä, jota se käsittelee. Kappaleessa tutustutaan Suomeen luontomatkailumaana, valtakunnalliseen luonnon virkistyskäyttöä koskevaan LVVI-tutkimukseen sekä matkailun ja erikseen luonto- ja liikuntamatkailun tämänhetkisiin trendeihin ja tulevaisuuden kasvunäkymiin.

Matkailu on viime vuosikymmenten aikana kasvanut räjähdysmäisesti ja kasvu on edelleen kiihtymässä. Matkailu kuuluu nopeimmin kasvaviin teollisuudenaloihin Euroopassa ja maailmassa. Kansainvälisten turistien määrän arvioidaan Euroopassa kasvavan 335 miljoonasta 527 miljoonaan vuosien 1995 ja 2010 välillä (European Commission 1998, 8). Matkailuelinkeinon keskusjärjestön, World Travel and Tourism Councilin arvion mukaan matkailu oli jo vuonna 1992 kasvanut maailman suurimmaksi elinkeinoksi, työllistäen noin 130 miljoonaa ihmistä eli 7 % maailman työvoimasta. Vaikka matkailu on globaalillakin tasolla erittäin tärkeä elinkeino, on ulkomaanmatkailu edelleen vain rikkaiden maiden kansalaisten etuoikeus. Maailman matkailun keskusjärjestön World Tourism Organizationin mukaan vuonna 1996 ainoastaan 3,5% maailman väestöstä teki ulkomaanmatkoja. Tilastojen epäyhtenäisyyksien ja puuttuvien tilastojen vuoksi on vaikea tarkoin määrittellä matkailun todellisia maailmanlaajuisia vaikutuksia. (Standeven & De Knop 1999, 322)

1.1 Mitä matkailu on?

Matkailukäsitteen määrittelemine on erittäin vaikeaa ja universaalien määritelmän puuttuessa siitä on lukuisia erilaisia tulkintoja. Matkailulle ja matkailijalle ei yksiselitteisiä ja kaikkien hyväksymiä käsitteitä ole olemassa, mikä johtuu matkailuilmiön monimuotoisuudesta ja globaalisuudesta. Matkailun eri muotojen, kuten esimerkiksi liikunta- ja luontomatkailun määrittely tai toisistaan erottaminen ei myöskään ole yksinkertaista, koska molempiin liittyy samoja toimintoja, mutta myös toisilleen lähes vastakkaisia toimintoja. Liikuntamatkailusta voidaan ottaa esimerkiksi kesäolympialaisten seuraaminen tai hiihtely Lapin keväisillä hangilla.

Yhtäläisyyksiä kaupallisen ja passiivisen liikuntamatkailun tai luonnossa tapahtuvan aktiivisen liikuntamatkailun välillä on vähän.

Tunnetun matkailututkijan Jafar Jafarin mukaan turismi on oppi:

- 1) *ihmisestä, joka on poissa omasta elinympäristöstään*
- 2) *elinkeinosta, joka vastaa hänen tarpeisiinsa*
- 3) *sekä näiden kahden vaikutuksesta matkailun kohdeympäristöön ja sen väestöön*

Jafarin mukaan matkailun kokonaisuuteen kuuluvat siis matkailija ja matkailuelinkeino sekä näiden kahden vaikutus matkailukohteen ympäristöön ja sen väestöön. Nämä tekijät ovat toisiinsa vahvasti sidoksissa ja muutokset yhdessä tekijässä vaikuttavat myös muihin. (Jafari 1996)

Toisen, suomalaisen määritelmän mukaan matkailu on niiden suhteiden ja ilmiöiden kokonaisuus, jotka ovat yhteydessä vieraspaikkakuntalaisten ja -maalaisten matkustamiseen ja oleskeluun jollakin alueella. Matkailu on sekä vapaa-ajan matkailua että työmatkailua, mistä on kuitenkin määritelmällisiä erimielisyyksiä. Matkailijalla tarkoitetaan henkilöä, joka vapaa-aikanaan tai ammatillisista syistä matkustaa tilapäisesti kotipaikkakuntansa ulkopuolelle. Matkailijat jaetaan tilapäiskävijöihin, jotka viipyvät vähintään 24 tuntia sekä päiväkävijöihin, jotka viipyvät alle vuorokauden eivätkä yleensä majoitu. (Hemmi & Vuoristo 1993, 10-13, 126) Ahon (1996) mukaan matkailija on henkilö, joka vapaaehtoisesti ja tilapäisesti vierailee toisella paikkakunnalla vaihtelun kokemiseksi.

Matkailijatilastoissa erotetaan toisistaan työmatkailijat ja vapaa-ajan matkailijat, kansainväliset ja kotimaan matkailijat, mutta ei yleensä eri alatyyppejä, kuten esim. liikuntamatkailijoita. Tässä työssä keskitytään suomalaiseen vapaa-ajan matkailuun ilmiönä ja elinkeinona. Vapaa-ajan matkailua pidetään matkailututkimuksessa yleensä ns. varsinaisena matkailuna, koska se perustuu vapaaehtoisuuteen, toisin kuin työmatkailu.

1.2 Suomi vetovoimaisena luontomatkailumaana

”Suomen matkailun toiminta-ajatus rakentuu näkemyksestä, että maamme on luontopainotteisen aktiivilomailun maa, jota työ- ja kulttuurimatkailu täydentävät.” (Vuoristo 1998, 70)

Tämä toiminta-ajatus ei ole kuitenkaan vielä toteutunut ja Suomen matkailun tulevaisuuden haasteena onkin tämän keskeneräisen kehityksen loppuunsaattaminen. Luontomatkailussa Suomella on sijaintiin liittyvää vetovoimaa, johon liittyvät yöttömät yöt, päivättömät päivät ja vuodenaikojen vaihtelu. Suomi on siten otollinen kohdemaaksi erikoistuneeseen kesä- ja talvimatkailuun, kuten esim. veneilyyn, retkeilyyn, kalastukseen, hiihtoon, marjastukseen ja sienestykseen. (Vuoristo 1998, 70, 120)

Kaupungistuneessa maailmassa Suomella on myös tarjota jotain sellaista, minkä merkitystä ei ehkä vielä ymmärretä, eli tilaa. Kaupungistumisen myötä ihmisten halu viettää loma-aikansa rauhassa luonnon keskellä tulee todennäköisesti kasvamaan, jolloin tilan ja luonnon markkina-arvo nousee entisestään. On siis syytä olettaa, että seuraavina vuosikymmeninä Suomi muuttuu yhä selvemmin luontomatkailun kohdemaaksi ja ulkomaalaiset luontomatkailijat kasvattavat kokonaismatkailun markkinaosuutta. (Vuoristo 1998, 234-236)

Suomen matkailun määrällisen kasvun voidaan olettaa olevan paremman kuin Euroopassa keskimäärin. Tämä johtuu edellä mainituista syistä (muun Euroopan ruuhkautuminen, luontomatkailun suosion kasvu), ”kaukomatkailun” yleisestä kasvutrendistä, Venäjän läheisyydestä (venäläisten matkat Suomeen, Suomi kauttakulkumaana), sekä Suomen korkeatasoisesta infrastruktuurista ja turvallisuudesta matkailumaana. Matkailun Edistämiskeskus on tutkinut ulkomaalaisten matkailijoiden Suomeen tulon syitä ja tärkeimpänä syynä kaikista on luonnonläheisyys, jota seuraavat uusi kohde, ruuhkattomuus, saasteettomuus ja eksoottisuus. (Vuoristo 1998, 112, 234) Ruuhkattomuutta, saasteettomuutta ja eksoottisuutta voidaan pitää myös suomalaisen luontomatkailun vetovoimatekijöinä.

Kauppa- ja teollisuusministeriö (1996) on Matkailun edistämiskeskuksen ja Suomen Matkailun Kehitys Oy:n kanssa laatinut Suomen matkailupolitiikan ja sen tavoitteet vuoteen 2000. Poliitiikan päämääränä on kehittää matkailuelinkeinoa ja sen työllistävää vaikutusta samalla varjellen maan merkittäviä luonto- ja ympäristöarvoja. Yksilömatkailu sekä luontoon ja kulttuuriin liittyvä aktiivilomailu ovat maailmalla kasvussa, mikä auttaa Suomen matkailullisten vahvuuksien höydyntämistä. Suomen luonnon mahdollisuudet, korkeatasoinen infrastruktuuri sekä kauttakulkuasema tarjoavat eksoottisen, mielenkiintoisen ja monisesonkisen matkailukohteen. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 1996)

Maaseutu- ja luontomatkailu työllistäjinä

Borg määrittelee maaseutumatkailun taajamien ja matkailukeskusten ulkopuolisella maaseudulla tapahtuvaksi matkailuksi, joka on usein pienimuotoista, maatilatalouteen ja ulkoiluun liittyvää, yksilöllistä palvelua käsittävää matkailua (Silvennoinen, Tahvanainen, Tyrväinen 1997). Luontomatkailu on lähellä maaseutumatkailua, sillä se tapahtuu yleensä samassa ympäristössä ja monet maaseudun matkailuyrittäjät tarjoavat asiakkailleen myös erinäisiä luontoaktiviteetteja.

Maaseudulla, joka kattaa 99 prosenttia Suomen pinta-alasta, tulonhankinta on vaikeutunut maatalouden vapautuvien markkinoiden seurauksena. Muutokset vaikuttavat erityisesti Keski-, Itä- ja Pohjois-Suomen alueilla, missä tilakoko on keskimääräistä pienempi. Matkailu on varteenotettava keino, jolla rakennemuutoksen kielteisiä vaikutuksia voidaan tulevaisuudessa ehkäistä. Maatiloilla on hyvät edellytykset aloittaa matkailutoiminta, koska niillä on olemassa työpanosta ja valmiit rakennukset. Tilat myös usein sijaitsevat matkailullisesti vetovoimaisilla alueilla. (Silvennoinen, Tahvanainen, Tyrväinen 1997)

Maaseutumatkailija viihtyy Suomessa verraten pitkään ja on aktiivinen liikunnan harrastaja. Matkailun trendit osoittavatkin, että pienessä mittakaavassa ja perhetasolla tapahtuva luontomatkailuyrittäjäyys tulee kasvamaan ja liikunnallisten aktiviteettien lisääntyvä suosio parantaa maaseutumatkailun asemaa esimerkiksi matkailusesongin pitenemisen muodossa. Ulkoilu ja erilaiset ohjelmat ovat tärkeä osa lomanviettoa niin suomalaisille kuin ulkomaalaisillekin matkailijoille. (Silvennoinen, Tahvanainen, Tyrväinen 1997)

Maaseutumatkailun todellista työllistävää vaikutusta on vaikea selvittää, koska maaseutumatkailuyritysten tilastointi on vaikeata ja puutteellista. Matkailuun erikoistuneet tilat saavat pääansionsa matkailutuloista, mutta osa yrityksistä tarjoaa matkailupalveluja vain lisäansioiden hankkimiseksi (esim. mökkivuokraus). Erilaisten yrittäjien luokittelu on hankalaa, mihin palataan vielä tähänkin tutkimukseen vastanneiden yhteydessä. Matkailu työllistää tulevaisuudessa yhä enemmän maaseudun väestöä, sillä ulkomaalaisten ja suomalaisten kiinnostus maaseutu- ja luontoympäristössä tapahtuvia lomia kohtaan on suuri.

1.3 Luonnon virkistyskäytön valtakunnallinen inventointi (LVVI) -tutkimus

Valtakunnallinen LVVI-tutkimus selvittää luonnon virkistyskäytön kysyntää ja tarjontaa. Tutkimusta koordinoi Metsäntutkimuslaitos ja se toteutetaan useamman eri tutkimus- ja rahoitusyksikön yhteistyönä. LVVI-esitutkimus tehtiin vuonna 1997 ja varsinainen tutkimus toteutetaan vuosina 1998-2000. LVVI-tutkimus jakautuu kysyntä- ja tarjontatutkimukseen. Kysyntätutkimuksessa kerätään koko väestöön kohdistuvilla postikyselyillä ja puhelinhaastatteluilla tietoa väestön ulkoilutottumuksista ja muusta luonnossa virkistäytymisestä, virkistäymisen määrästä sekä kohdentumisesta eri alueille ja eri vuodenajoille. Kysyntätutkimuksesta vastaavat Metsäntutkimuslaitos, Helsingin yliopisto ja Tilastokeskus. (Sievänen 1998,7)

Tarjontatutkimuksen toteuttamisesta vastaavat Suomen ympäristökeskus, Metsäntutkimuslaitos, Metsähallitus ja Jyväskylän yliopisto. Tarjontatutkimus tuottaa tietoa virkistysmahdollisuuksien tarjonnasta. Virkistysmahdollisuuksilla tarkoitetaan ulkoilureittejä, virkistysalueita, sekä muita virkistyspalveluja, kuten esim. kalastusalueita, uimarantoja tai hiihtokeskuksia. Tietoa kerätään kyselylomakkeiden avulla kaikilta Suomen kunnilta sekä valtion hallinnoimien alueiden osalta Metsähallitukselta. Tarjontatutkimuksella kerätty tieto liitetään valtakunnalliseen liikuntapaikkarekisteriin eli LIPAS-rekisteriin omaksi LVVI-tietokannakseen. Sekä kysyntä- että tarjontatutkimuksissa toteutetaan perustutkimuksen ohella myös teematutkimuksia. Luontomatkailuun liittyviä teematutkimusaiheita ovat esim. luontomatkailun kysynnän tarkastelu sekä luontomatkailutarjonnan selvittäminen ja sen kehittäminen. (Sievänen 1998, 19-21)

Valtakunnallisesti kerättyä tietoa voidaan käyttää ulkoilumahdollisuuksia ja luonnon virkistyskäyttöä koskevan päätöksenteon tukena. Tietoa luonnon virkistyskäytöstä tarvitaan myös kansainvälisiin vertailuihin. (Sievänen 1998, 22) Eri kanavien, kuten esim. internetin välityksellä tiedot saatetaan myös luontomatkailijoiden, matkailuyrittäjien ja tavallisten ulkoilijoiden käyttöön. Lisätietoa projektin yhteistyötahoista ja tutkimuksen sisällöstä on saatavilla internetissä osoitteessa: www.sport.jyu.fi/lvvi (Suomalaisen liikunnan tietopankki 1999).

LVVI ja matkailun tietojärjestelmät

Matkailun edistämiskeskuksen (1999) kotisivuilla www.mek.fi on raportti matkailun tietojärjestelmistä. Informaatioteknologia ja verkostoituminen tarjoavat tehokkaita välineitä oman yrityksen tai matkailualueen tunnetuksi tekemiseen. Niiden avulla matkailuyrittäjä voi olla sähköisesti läsnä siellä, missä matkoja suunnitellaan ja ostetaan. Korkeatasoisen informaatioteknologian avulla Suomen matkailu voi tehokkaasti vahvistaa omaa kilpailukykyään. Informaatiojärjestelmät edistävät matkailupalvelujen myynnin ohella myös matkailun tuotesuunnittelua ja markkinointia. (Matkailun edistämiskeskus 1999)

PROMIS eli Professional Marketing Information Service on Matkailun Edistämiskeskuksen ja Suomen Matkailu ry:n yhteistyönä tuotettu Suomen matkailutiedon englanninkielinen peruspankki. PROMIS-järjestelmä on matkailutuotetiedon valtakunnallinen tiedontuotantjärjestelmä, joka tarjoaa ammattilaiskäyttöön tarkoitettua tietoa matkailupalveluja tuottavista yrityksistä, niiden tarjonnasta ja kontaktihenkilöistä sekä matkailuyleistietoa Suomesta. Matkailun edistämiskeskus koordinoi matkailun www-markkinoinnin EU-pilottihanketta, joka on nimeltään X-SITE/FIN eli Excellent Services on Internet for Tourism in Europe- The Finnish Pilot. Hanke perustuu PROMIS-järjestelmän kehittämiseen ja on päättynyt kesäkuussa 1999. (Matkailun edistämiskeskus 1999)

LVVI-tietojärjestelmän rakentaminen on aloitettu Jyväskylän yliopiston liikunnan sosiaalitieteiden laitoksella valtakunnallisen LVVI-tutkimuksen myötä vuonna 1998. Tietojärjestelmä on osa Suomalaista liikunnan tietopankkia, jonka osoite on www.jyu.sport.fi. LVVI-tietojärjestelmä on internetpohjainen sovellus, johon kerätään valtakunnallisesti tiedot virkistysalueista, ulkoilureiteistä ja muista virkistyspalveluista.

Tietojärjestelmään tehdään kaksi sovellusta, joista laajempi on ns. päivittävä sovellus rekisteröityneille käyttäjille, joita ovat esim. kunnat ja tulevaisuudessa mahdollisesti myös matkailuyrittäjät. Toinen, ns. jokamies-sovellus, on avoin kaikille internetin käyttäjille. Rekisteröityneiden käyttäjien sovelluksella kunnat voivat päivittää omia tietojensa samalla periaatteella kuin LIPAS-rekisterissäkin.

Ilman rekisteröitymistä voi tulevaisuudessa käyttää kaikille avointa internet-sovellusta, jonka tekeminen on aloitettu keväällä 1999. Avoin sovellus sisältää virkistäytyjälle ja luontomatkailijalle tarpeellista perustietoa ulkoilureiteistä, virkistysalueista ja virkistyspalveluista. Molemmat sovellukset tehdään kolmikielisinä (suomi, ruotsi, englantia), joten tietoa voivat hakea myös ulkomaalaiset Suomesta kiinnostuneet luontomatkailijat. Järjestelmän perustana ovat julkiset (kuntien ja valtion omistamat) virkistysmahdollisuudet ja niihin sisältyvät palvelut, kuten esim. opastuskeskukset, reittimerkinnät, tulentekopaikat, käymälät tai autiotuvat. Järjestelmää on tarkoitus laajentaa matkailua paremmin palvelevaksi liittämällä siihen myös yksityisyrittäjien tarjoamia luontomatkailupalveluja, kuten esim. välinevuokrausta, opaspalveluja sekä luontoaktiviteetteihin liittyviä ohjelma-, majoitus- ja ravitsemispalveluja.

Luontomatkailupalvelujen laajuuden selvittäminen Keski-Suomessa onkin yksi tämän tutkimuksen päätarkoituksista, jotta tietojärjestelmän laajentamista matkailupuolelle voidaan tehokkaammin suunnitella ja testata. Koska luontomatkailuyrittäjien tiedot on tarkoitus liittää osaksi LVVI-tietojärjestelmää, vastaavat palvelun tarjoajat tutkimuskyselyyn omalla nimellään. Tutkimuskyselyssä selvitetään myös onko vastaajilla sähköpostiosoite, omat tai muiden ylläpitämät internet-sivut sekä linkkejä muihin esim. alueellisiin matkailupalveluihin. Näin voidaan arvioida luontomatkailuyritysten tietoliikennevalmiuksia sekä valmiuksia liittyä osaksi LVVI-tietojärjestelmää, jossa yritys itse vastaa omien tietojensa paikkansapitävyydestä ja päivityksestä.

LVVI-tietojärjestelmän rakentaminen ja tutkimuksen tiedonkeruu ovat vielä kesken, minkä vuoksi järjestelmä on vasta koekäytössä, eikä yllämainittujen tietojen haku ole vielä julkisesti mahdollista. Tietojen kerääminen jatkuu vuoden 2000 loppuun, minkä jälkeen tietoja aletaan päivittää.

Sekä LVVI päivittävä että avoin web-sovellus ovat valmiita koekäyttöön syksyn 1999 aikana, vaikkakin niiden kehittämistyö tiedonhaun helppouden, nopeuden ja tarkoituksenmukaisuuden saavuttamiseksi jatkunee vielä vuosia. Tulevaisuudessa LVVI-tietojärjestelmällä on edellytyksiä laajuutensa ja kattavuutensa takia toimia luonnossa virkistäytyjän ja luontomatkailijan tehokkaana tiedonlähteenä. LVVI-informaation tehokas matkailullinen hyödyntäminen kuitenkin vaatii yhdistymistä osaksi jotakin yleisesti ja laajasti käytössä olevaa matkailun varausjärjestelmää, kuten esim. edellä esitettyä Matkailun Edistämiskeskuksen hallinnoimaa PROMIS-järjestelmää (Suoranta 1999).

1.4. Luonto, liikunta ja matkailun trendit

Matkailualalla trendien ennustaminen on ongelmallisempaa kuin monilla muilla aloilla, koska historiallista tietoa aikaisemmasta kehityksestä puuttuu ja sekä mittaus- että tilastokäytännöt alalla vaihtelevat. Lisäksi matkailijoiden käyttäytyminen on monimutkaista ja yllättävää, jolloin vaikeasti mitattavien laadullisten tekijöiden yhteisvaikutus on suuri. (Kaivo-oja, Rajamäki 1998) Koska matkailu on maailmanlaajuinen ilmiö, siihen sisältyy erilaisia ja eriaikaisia trendejä eri maanosissa ja maissa. Informaatioteknologian lisääntyminen matkailun markkinoinnissa ja tiedonvälityksessä koskettaa lähes kaikkia matkailuelinkeinon osa-alueita. Myös luonto ja liikunta ovat vahvasti näkyvillä tämän päivän matkailussa. Riippuen maasta ja alueesta, aktiivinen lomanvietto ja luontomatkailu ovat matkailun kasvavia trendejä ja siksi ajankohtainen tutkimusaihe.

Kauppa- ja teollisuusministeriön (1996) tuottamassa Suomen matkailustrategiassa käydään läpi matkailun eri osa-alueita ja niiden merkitystä tulevaisuuden matkailussa. Kansainvälisissä matkailuorganisaatioissa Suomen tavoitteena on tukea kansainvälisten verkostojen luomista, tieto- ja varausjärjestelmien kehitystä sekä ympäristöä säästävän matkailun edistämistä. Suomen matkailun kehittämistoimintaa suunnataan luonto- ja kulttuurimahdollisuuksien tuotteistamiseen. Kestävä kehitys ja ympäristöystävällinen matkailu nostetaan maamme matkailuvaltiksi ympäristöystävällisen Suomi-imago markkinoinnin avulla. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 1996)

Ohjelmapalvelualalla luontoon, kulttuuriin, harrasteisiin ja erilaisiin elämyksiin perustuvat ohjelmapalvelutuotteet tarjoavat uusia vetovoimatekijöitä. Ohjelmapalvelualalla luontoon ja kulttuuriin perustuvien matkailutuotteiden tuotteistamista tulee jatkaa, kehittämistä tehdään kunkin alueen olosuhteiden mukaan. Yhteistyötä julkisen sektorin ja matkailuyrittäjien välillä tulee tehostaa ja pienten ohjelmapalveluyritysten verkostoitumista tukea ja edistää. Insenttiivimatkoilijat ovat ohjelmapalvelujen tärkeä kohderyhmä ja ennen kaikkea luonnon tarjoamat monipuoliset mahdollisuudet on hyödynnettävä myös tämän ryhmän kohdalla. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 1996)

Matkailustrategiassa korostetaan tietojärjestelmien kehitystä, luontomahdollisuuksien tuotteistamista, ohjelmapalveluiden vetovoiman huomioimista sekä yhteistyötä julkisen sektorin ja matkailuyrittäjien välillä, joita kaikkia käsitellään myös tässä tutkimuksessa. Luontoon perustuvien aktiviteettien tarjonnan ja vetovoimaisuuden tarkastelulla voidaan LVVI-tietojärjestelmää kehittää matkailuelinkeinoa paremmin palvelevaksi.

Liikuntamatkailu trendinä

Euroopan Unioni esittää arvion Euroopan turismin kasvusuunnista vuoteen 2010 asti. Yhtenä voimakkaan kasvun kohteena ovat liikuntapaikat ja muut vapaa-ajan viettopaikat (leisure and sport facilities), näistä erityisesti ne, jotka on tarkoitettu ns. uusille urheilulajeille. Uusia urheilulajeja ei raportissa eritellä, mutta niihin voisivat kuulua esim. lumilautailu, maastopyöräily tai erilaiset seikkailuradat. Edelleen kasvua ennustetaan kylpylöille sekä terveyden ja kunnon ylläpitämiseen liittyville kohteille (spa, health and fitness facilities). (European Commission 1998, 8)

Kourin (1991) Liikuntamatkailu Suomessa -raportin loppuyhteenvedossa esitellään liikunnan ja matkailun kehittämistrendejä. Matkailun yleisistä kehitystrendeistä aktiivisen vapaa-ajan vieton ja harrastuksien kasvu vaikuttavat eniten liikuntamatkailun kasvuun. Liikunnan trendeistä luontomatkoilun kannalta mielenkiintoisin on puhtaan luonnonympäristön kasvava suosio liikuntaympäristönä. (Kouri 1991, 73-81)

Luonto ja siihen liittyvät mahdollisuudet halutaankin Suomessa saada liikuntamatkailun painopisteeksi. Perusteina tälle ovat luonnon suuri vetovoima ja edulliset investoinnit muuhun liikuntarakentamiseen verrattuna. Luonto siihen liittyvine aktiviteetteineen on Suomen vetovoimaisin matkailuvaltti ulkomaalaisille matkailijoille ja näinollen luontomatkailu ja siihen liittyvät ohjelmalliset palvelut korostuvat liikuntamatkailun kehittämisessä. Luontoliikunnan kehittäminen vaatii tuotteistamista, jossa on huomioitava mm. kartat ja opasteet, välinevuokraus, huoltopisteet, ohjelma- ja oheispalvelut sekä yhteistyö eri tahojen kesken. Luontomatkailu tulee kuitenkin toteuttaa häiritsemättä luonnon tasapainoa ja ohjaamalla matkailijat tietyille alueille. (Kouri 1991, 73-81)

Liikuntamatkailu on trendikästä tällä hetkellä, mutta myös tulevaisuudessa, sillä matkailun kasvu on tulevaisuudessa rajua ja samanaikaisesti kasvaa ihmisten liikunnan harrastaminen ja aktiivinen vapaa-ajan vietto. Liikunnan kansainvälistyessä palvelujen ja toimintojen kehittäminen kansainvälisen kysynnän mukaiseksi nousee tärkeäksi painopistealueeksi. Fyysisen aktiivisuuden ja hyvän terveyden välinen yhteys tunnustetaan maailmanlaajuisesti, fyysisen inaktiivisuuden on todettu olevan suurin ennenaikaisen kuoleman riskitekijöistä (Blair 1996). Tällä hetkellä valtaosa liikuntamatkailijoista on nuoria tai keski-ikäisiä, tulevaisuudessa on myös toimintakykyisten eläkeläisten kasvava joukko potentiaalisina liikuntamatkailijoina huomioitava.

Uusia urheilulajeja syntyy koko ajan vanhojen rinnalle ja usein juuri matkalla saadaan ensimmäinen kokemus uudesta lajista ja syntyy kipinä sen harrastamiseen. Samoin kuin liikunta tukee matkailun kehitystä, voi myös matkailu siis tukea liikunnan kehitystä. Monia suuria liikuntapaikkoja ei ole taloudellisestikaan mahdollista rakentaa, jolle niiden käyttäjiksi saada myös matkailijoita. Tällaisia liikuntapaikkoja ovat esim. kylpylät ja laskettelukeskukset.

Luontomatkailun trendeistä

Lew (1998) on tutkinut ekoturismin kansainvälisiä trendejä yrittäjien näkökulmasta. Tutkimus tuo esille monenlaisia arvioita tulevaisuudesta, eivätkä yrittäjät ole aina yksimielisiä alan tulevaisuuden näkymien suhteen. Näkyvin trendi on asiakaskunnan laajeneminen ja itsenäisten matkailijoiden määrän kasvu. Kokonaismäärän kasvaessa myös ryhmämatkailijoiden määrä lisääntyy, mutta heitä voimakkaammin lisääntyy pelkästään kartoja ja informaatiota haluavien matkailijoiden osuus. Terveiden ylläpito matkan motiivina on tärkeää, sillä kohteissa halutaan mieluummin kävellä kuin ajaa esim. maastoautolla, jos se on mahdollista. Lisääntynyt mielenkiinto kasvattaa kysyntää myös uusille ja koskemattomille alueille, joille turistit eivät ole vielä ehtineet. Tästä seuraa myös uhkakuvia, mikäli turismi leviää ekosysteemeiltään herkille alueille ja yrittäjien tietopohja esim. alueen kantokyvystä ei ole riittävä. Taloudellisin tavoittein matkailua saatetaan kasvattaa lyhytnäköisesti. (Lew 1998, 742-746)

Dwyer (1994) analysoi tulevaisuuden tutkimustarpeita luonnossa virkistäytymiseen (outdoor recreation) liittyen ja perustelee matkailun ja luonnossa virkistäytymisen yhdistävän tutkimuksen tarpeellisuutta. Hänen mielestään virkistäytymiseen liittyvään matkailuun on kiinnitetty liian vähän huomiota, vaikka lähes kaikki ulkona virkistäytyminen sisältää matkan paikalle, missä aktiviteetti tapahtuu. Matka- tai virkistäytymiskohteen valintaan liittyvistä tekijöistä ei tiedetä tarpeeksi. Dwyer perää lisää tietoa niistä syistä, mitkä vetävät ihmisiä tiettyihin kohteisiin ja saavat mahdollisesti jopa välttelemään toisia. Näitä vetovoimaan liittyviä аспекteja tulisi hänen mielestään tutkia hyvin laajasti sisältäen kohteisiin liittyviä fyysisiä, biologisia ja sosiaalisia tekijöitä. (Dwyer 1994, 8)

Suomessa luontomatkailun tulevaisuutta ja sen kehittämisen painopisteitä on käsitelty mm. Kauppi (1996), joka ehdottaa Suomen luontomatkailun kehittämiseksi seuraavia keskeisiä tekijöitä:

- 1) *Aktiivisen imagon luominen*, jossa korostetaan Suomen luontoon liittyviä monipuolisia harrastusmahdollisuuksia sekä tuotetarjonnaltaan rikkaita alueita;
- 2) *Tuotetarjonnan uudistaminen* kehittämällä asiakkaiden tarpeisiin ja paikallisiin vahvuuksiin perustuvia tuotteita sekä parantamalla omatoimisen matkailun mahdollisuuksia;

- 3) *Markkinoinnin tehostaminen* markkina-aluekohtaisen segmentoinnin avulla sekä parantamalla jakeluteihin liittyvää osaamista;
- 4) *Yhteistyön edistäminen* eri viranomaisten ja matkailuyritysten kesken siten, että luontomatkailun tarpeet tulevat huomioonotetuiksi jo suunnitteluprosesseissa;
- 5) *Yrittäjien koulutus*, jonka avulla varmistetaan suomalaisen luontomatkailutuotteen kilpailukyky ja tuotteiden laatu sekä turvallisuus. (Kauppi 1996, 36)

Kaupin näkemyksiä ja ehdotuksia luontomatkailun kehittämistä voidaan tarkastella myös tämän tutkimuksen aineiston avulla, koska Kauppi korostaa aktiivisuutta, omatoimisen matkailun mahdollisuuksia ja yhteistyötä julkisen ja yksityisen sektorin välillä. Näitä asioita halutaan selvittää tässä tutkimuksessa.

2 LIIKUNTAMATKAILU MATKAILUMUOTONA

Liikuntamatkailuilmion syntynä voidaan Standevenin ja De Knopin (1999) mukaan pitää jo muinaisen Kreikan olympialaisia, joten mitenkään uudesta ilmiöstä ei ole kyse. Kreikan olympialaisissa kymmenet tuhannet ihmiset matkustivat pitkiäkin matkoja päästäkseen osallistumaan kisoihin tai seuraamaan niitä. (Standeven & De Knop 1999, 14) Liikunnan ja matkailun väliset yhteydet ovat kuitenkin vasta viime vuosina saaneet huomiota matkailun maailmanlaajuisilla markkinoilla. Matkatoimistot markkinoivat monipuolisia liikunta- ja seikkailulomia ja matkakohteet yrittävät lisätä vetovoimaisuuttaan rakentamalla uusia liikuntapaikkoja. Jotkut kohteet keskittävät lähes kaiken markkinointinsa vain liikuntamatkailijoille (esim. laskettelu- ja golfkohteet). Urheilutapahtumat ja niissä kävijät taas muodostavat liikuntamatkailussa kokonaan oman kohderyhmänsä. Tour de France on vuosittaisista urheilutapahtumista suurin, Tourin aikana miljoonat katsojat seuraavat kilpailua 2500 mailin pituisen reitin varrella (Standeven, De Knop 1999, 4-5).

Liikuntamatkailuun liittyvä ensimmäinen tieteellinen kongressi on pidetty vuonna 1971 Helsingissä, jolloin ICSSPE:n (International Council for Sport Science and Physical Education) kongressin aiheena oli "Activity Holiday- Making" (Standeven & De Knop 1999, 5). Ensimmäinen varsinainen teos liikuntamatkailusta on Dreyerin ja Kruegerin vuonna 1994 ilmestynyt saksankielinen *Sporttourismus* (Journal of Sport Tourism 1999). Ensimmäinen englanninkielinen vastaava teos *Sport Tourism* (Standeven & De Knop 1999) käsittelee laajasti liikuntamatkailun eri osia ja tasoittaa toivottavasti tietä liikuntamatkailun eri osa-alueisiin keskittyville tutkimuksille. Alan ensimmäinen tieteellinen aikakauslehti *The Journal of Sport Tourism* on alkanut ilmestyä vuonna 1993 ja on luettavissa sähköisesti internetissä (Journal of Sport Tourism 1999). Suomessa toistaiseksi ainoa laajempi tutkimus liikunnan ja matkailun yhteyksistä on Ilkka Kourin tekemä Liikuntamatkailu Suomessa -julkaisu vuodelta 1991.

Suomessa tapahtuvaa melko pienimuotoista liikuntamatkailua on hankala rinnastaa miljoonien osallistujien liikuntatapahtumiin, sillä täällä luonnon merkitys matkailijan liikuntaympäristönä on huomattavasti suurempi kuin tiheään asutuissa Keski-Euroopan maissa. Liikuntamatkailun määrittelyminen on tämän tutkimuksen kannalta ensisijaisen tärkeää, koska luontomatkailu muodostuu suurelta osin liikunnallisista aktiviteeteista ja tässä tutkimuksessa halutaan painottaa nimenomaan luontomatkaillen liikunnallista sisältöä. Luontomatkaillen ja liikuntamatkailua ei siis pidä ajatella kahtena toisistaan erillisenä käsitteenä, vaikka liikuntamatkailun kentässä on monia luontomatkaillen jopa vastakkaisia muotoja, eikä kaikkea luontomatkailluakaan voida pitää liikuntamatkailuna.

2.1 Liikuntamatkailun käsite

Kourin (1991) mukaan liikuntamatkaillen käsittää kaikki ne suomalaiset tai ulkomaalaiset matkailijat, jotka tulevat matkakohteeseen liikuntapalvelujen tai urheilu-/liikuntatapahtumien vuoksi eli liikunta on heille matkan pääasiallinen tarkoitus. Liikuntamatkailija on henkilö, joka saapuu paikkakunnalle liikuntapalvelujen vuoksi, joko osallistumaan liikuntaan, seuraamaan sitä katsojana tai käyttämään matkakohteeseen liittyviä liikunnallisia oheispalveluja. Kouri jakaa liikuntamatkailun aktiiviseen ja passiiviseen liikuntamatkailluun. Aktiiviseen liikuntamatkailluun sisältyy liikunnan harrastaminen matkan aikana, passiivinen liikuntamatkaillen tarkoittaa liikunta- tai urheilutapahtumien seuraamista yleisönä. (Kouri 1991, 6-7)

Kourin määrittelyssä liikuntapalvelut nousevat keskeiselle sijalle. Liikuntapalvelun sisältöä Kouri ei ole kuitenkaan määritellyt, mikä jättää koko liikuntamatkailun käsitteen sisällön avoimeksi. Esimerkkinä tästä voivat olla luontomatkaillen, jotka matkaavat kohteeseen usein enemmän luonnonympäristön kuin liikuntapalvelujen vuoksi. Omatoiminen vaellus, melonta tai pyöräily ovat osa liikuntamatkailua, vaikka palveluksi saattaa riittää pelkkä reittikartta, sillä liikunta yhdistettynä luonnon kokemiseen on matkan päätarkoitus. Vaikka liikuntamatkaillen sisältää monia pitkälle tuotteistettuja palveluja, näiden määrän tai tason määrittelymisen sijaan itse liikunta tai sen seuraaminen on liikuntamatkailun käsitteessä kuitenkin keskeisintä sisältöä.

Liikuntamatkailun monimuotoisuuden lisäksi määrittelyä hankaloittavat liikunnan ja urheilun (sport) erilaiset määritelmät eri maissa. Ei ole olemassa yhteistä kansainvälistä määritelmää siitä, mitä liikunta on ja mitä muotoja se voi sisältää. Kun liikuntaan lisätään matkailun olennaiset tekijät, käy määrittelemisen vielä vaikeammaksi, koska liikunta ja matkailu ovat jo yksinäänkin niin monimuotoisia ilmiöitä.

Liikuntamatkailun englanninkielisen vastineen, sport tourism:in sisältöä selittävät Standeven ja De Knop (1999) seuraavasti:

”Neither sport or tourism are adequately described as industries; they are activities in which people engage. Sport is about an experience of physical activity, tourism about an experience of travel and place.” (Standeven, De Knop 1999, 38)

Liikunnan ja matkailun määritelmäksi ei riitä niiden kuvaaminen elinkeinona tai toimialana, vaan ne ovat molemmat aktiviteetteja, joihin osallistutaan. Liikunnassa keskeisintä on fyysisen toiminnan kokemus, matkailussa olennaisinta on itse matkallaolo ja matkakohteen kokeminen.

Liikuntamatkailu voidaan tämän perusteella määrittää edelleen seuraavasti:

”The nature of sport tourism is about an experience of physical activity tied to an experience of travel and place.” (Standeven, De Knop 1999, 58)

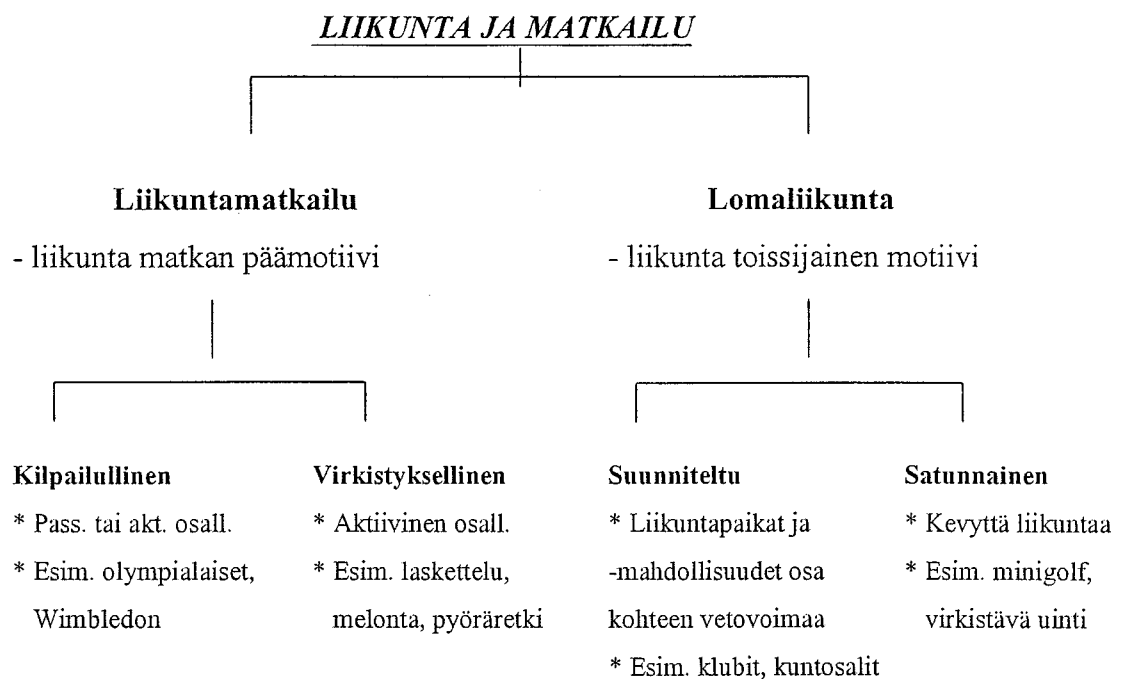
Eli liikuntamatkailu on liikunnallinen kokemus, joka sitoutuu tiettyyn paikkaan tai paikkoihin, eli matkan kohteeseen tai kohteisiin, jos kyseessä on kiertomatka, kuten esim. pyöräretki. Tämä on mielestäni hyvä määritelmä liikuntamatkailulle, koska se painottaa matkailussa keskeisen asian, paikan merkitystä, vaikka itse toimintaa eli liikuntaa ei silti unohdeta. Tähän tutkimukseen tämä määritelmä on sopivin, koska luontoliikunnassa ja –matkailussa paikan merkitys on suuri, usein suurempi kuin muilla, enemmän ”tuotteistetuilla” liikuntamatkailun osa-alueilla.

Edellä käsitellyn perusteella voidaan todeta, ettei liikuntamatkailulle ole vielä löydettävissä vakiintunutta ja yleisesti hyväksyttyä käsitteenmäärittelyä. Tämän vuoksi eri tutkijoiden onkin aina määriteltävä, mitä he liikuntamatkailusta puhuessaan kulloinkin sillä tarkoittavat ja ositettava käsitettä esim. aktiiviseen ja passiiviseen liikuntamatkailuun tai kilpa-urheiluun ja kuntoliikuntaan, jotka ovat lähtökohdiltaan ja sisällöiltään jo varsin erilaisia.

Tässä tutkimuksessa painottuu vapaa-ajalla tapahtuva, ei-kilpailullinen, aktiivinen liikuntamatkailu, johon edellä esitetty liikunnan, matkan ja paikan kokemuksen yhdistämä määritelmä erinomaisesti sopii.

2.2 Liikuntamatkailun muodot

Tässä kappaleessa käsitellään liikuntamatkailun muotoja, joita selkiytetään eri tutkijoiden luomin kuvioin ja käsittein. Oheisessa Gammonin ja Robinsonin (1997) liikunnan ja matkailun viitekehysessä liikuntamatkailun ryhmittelyperusteina ovat liikkumisen motiivit ja matkalla tapahtuvan liikunnan suunnitelmallisuus.



KUVIO 1. Liikunnan ja matkailun viitekehys (Gammon & Robinson 1997)

Mallin vasen puoli kuvaa liikuntamatkailua (Sport Tourism), joka jaetaan kilpailulliseen ja virkistyselliseen puoleen. Liikuntamatkailun kilpailullinen puoli käsittää matkailijat, jotka osallistuvat kilpaurheilutapahtumiin aktiivisesti kilpailijoina tai passiivisesti katsojina. Virkistystä hakevat liikuntamatkailijat osallistuvat aktiivisesti vapaa-ajan liikuntaan matkansa aikana. Tärkein kriteeri liikuntamatkailijan määrittämiseksi on se, että liikunta on matkan päämotiivi. (Gammon & Robinson 1997)

Liikuntamatkailu, jossa liikunta ei ole matkan päätarkoitus, jää tarkasteluissa usein vähälle huomiolle, vaikka se muodostaa tärkeän osan liikunnan ja matkailun välisistä yhteyksistä. Gammon ja Robinson (1997) kutsuvat tätä osaa nimellä Tourism Sports, Standeven ja De Knop (1999) käyttävät samasta asiasta nimitystä Holiday sport activities, suomeksi voitaneen puhua esim. lomaliikunnasta. Ylläolevan mallin oikea puoli käsittää lomaliikunnan, jonka harrastajille matka ja sen kohde ovat pääasioita ja liikunta on vasta toissijainen matkamotiivi. Lomaliikunta voidaan jakaa suunniteltuun ja satunnaiseen. Ne matkailijat, jotka tietävät jo matkalle lähtiessään kohteessa olevista liikuntamahdollisuuksista tai -tapahtumista, kuuluvat suunnitellun lomaliikunnan pariin. He ottavat lomalle mukaan esim. tennismailan ja -tossut tai varaavat etukäteen liput jalkapallo-otteluun.

Liikuntamahdollisuudet ovat tällöin ikäänkuin tukemassa matkustuspäätöstä tiettyyn kohteeseen ja antavat kohteelle toiminnallista vetovoimaa. Satunnaiset lomaliikkuajat taas harrastavat liikuntaa lomallaan hetken mielihohteesta, ilman ennakkosuunnitelmia tai tietoa matkakohteen liikuntamahdollisuuksista. He näkevät minigolfkentän ja päättävät kokeilla pelaamista, koska se on mahdollista ilman omia välineitä tai muuta valmistautumista. (Gammon & Robinson 1997) Edellä esitetty malli ei ole täydellinen, eikä varmasti käsitä kaikkia ihmisiä, jotka ovat matkallaan tekemisissä liikunnan tai liikuntatapahtumien kanssa. Mallin avulla voidaan kuitenkin selkeästi hahmottaa erilaisia liikuntamatkailun segmenttejä.

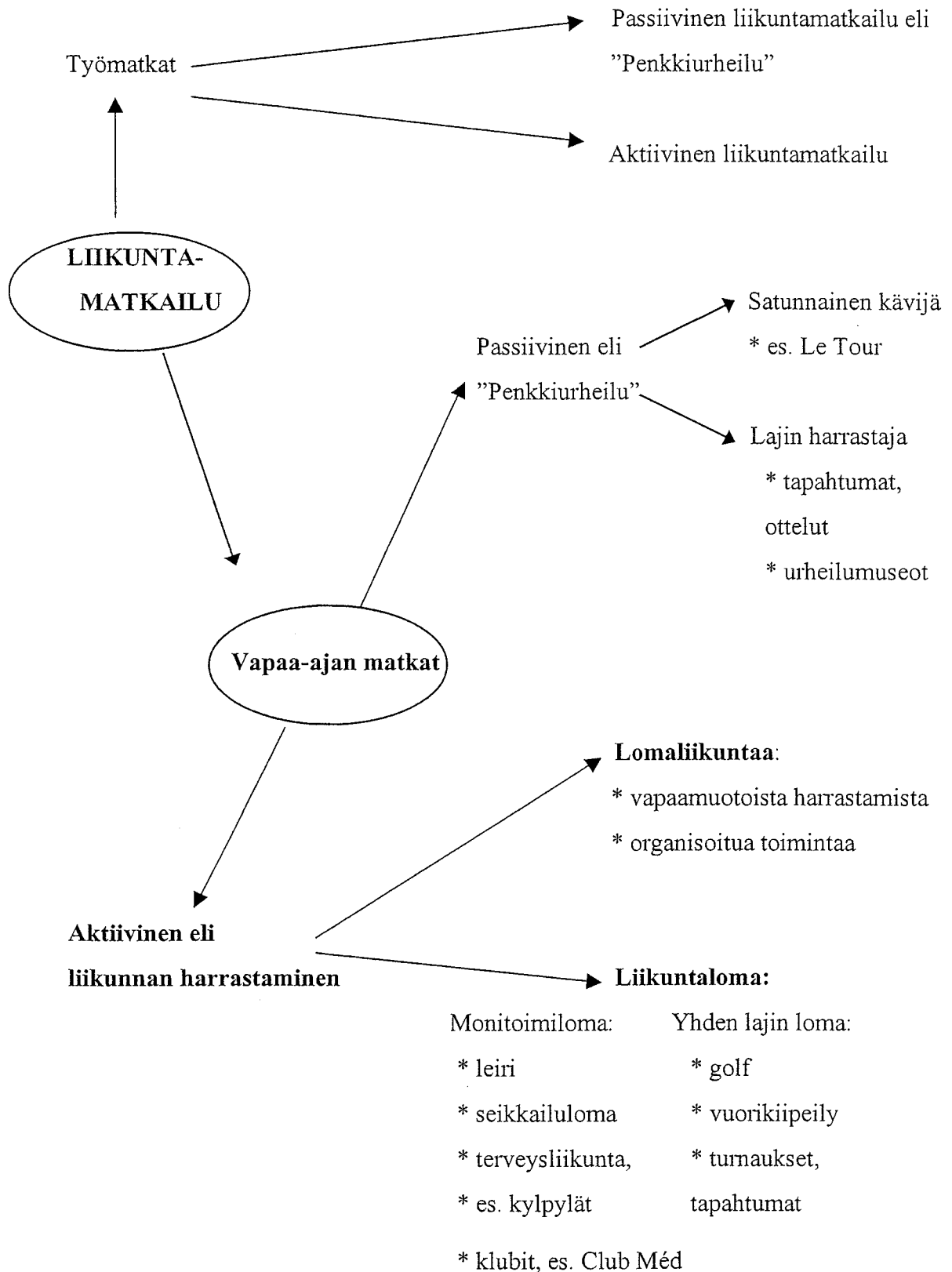
Seuraavassa Standevenin ja De Knopin (1999) kuviossa 2. Liikuntamatkailun muodot liikunnan kilpailullisuus tai suunnitelmallisuus eivät ole eri ryhmiä erottavia tekijöitä. Standeven ja De Knop tekevät erottelunsa työ- ja vapaa-ajalla tapahtuvan matkailun, liikunnan aktiivisuuden ja passiivisuuden sekä harrastettujen liikuntalajien määrän perusteella. Liikuntamatkailu saa tässäkin jaottelussa monia eri ulottuvuuksia ja tarkoituksia eri ryhmien kohdalla. Luontomatkailu ei kuitenkaan tässä, kuten ei Gammonin ja Robinsoninkaan jaottelussa, erottaudu omaksi kokonaisuudekseen, eikä sen suuri merkitys osana liikuntamatkailua tule juurikaan esille.

Helppoiten aktiivinen luontomatkailu on ehkä sijoitettavissa Gammonin ja Robinsonin (1997) virkistysellisen liikuntamatkailun kategoriaan, koska luontomatkailu on yleensä ei-kilpailullista ja lähes aina aktiivista. Luontomatkailuaktiviteetit kuuluvat kuitenkin oleellisina osina myös lomaliikuntaan (kuviot 1 ja 2) ja liikuntalomiin (kuvio 2). Luontomatkailu voi olla vapaamuotoista tai organisoitua ja se voi perustua joko yhteen tai moniin eri aktiviteetteihin. Tämän työn osalta keskitytään vapaa-ajalla tapahtuvaan aktiiviseen liikuntamatkailuun, jossa matkailijan oma fyysinen toiminta on keskeistä.

Kurzman (1997) on jakanut liikuntamatkailun viiteen eri kategoriaan perustuen matkan luonteeseen. Nämä kategoriat ovat liikuntatapahtumat (sports events), -attraktiot (sport attractions), -kiertueet (sport tours), -kohteet (sport resorts) sekä -risteilyt (sport cruises). Tämä on ainoa esilletulleista jaotteluista, jossa ryhmittely on tehty matkan luonteen mukaan, eikä sen mukaan, minkälaista liikuntaa matkalla harrastetaan. Liikuntamatkailun merkitystä esilletuotaessa olisi tärkeä pystyä erottelemaan liikuntamatkailijat muista matkailijoista, mikä tällä jaottelulla voisi onnistua.

Esimerkkejä Kurzmanin kategorioista ovat: 1.Liikuntatapahtumiin kuuluvat esim. kansainväliset urheilukilpailut sekä erilaiset ystävyysottelut tai -kilpailut. 2.Attraktioihin luetaan kuuluviksi es. urheilumuseot, liikunnalliset teemapuistot ja golfkentät. 3.Kiertueita ovat ammattilaiskiertueet yhtä hyvin kuin pyöräilyretketkin. Näillä ei ole yhtä tiettyä matkakohdetta, vaan matka kulkee kohteesta toiseen. 4.Liikuntamatkailukohteita ovat esim. sukelluskohteet, hiihtokohteet, tai liikunnan harjoituskeskukset 5.Risteilyt (cruise) sisältävät risteilyjen lisäksi myös muuta vesillä liikkumista, kuten esim. purjehdusta tai kalastusta. (Kurtzman 1997)

Jo näiden kolmen (Gammon & Robinson, Standeven & De Knop, Kurtzman) liikuntamatkailua käsittelevän mallin avulla voidaan todeta liikuntamatkailun monimuotoisuus sekä se, kuinka hankalaa liikunnan harrastamisen tai sen seuraamisen kaikkia muotoja on sovittaa yhdeksi määritelmäksi. Ehkä juuri siksi määritelmät ja niihin valitut jaotteluperusteet ovatkin niin mielenkiintoisia.



KUVIO 2. Liikuntamatkailun muodot (Mukaiillen Standeven, De Knop 1999, 13)

3 LUONTO MATKAILUYMPÄRISTÖNÄ

Tässä kappaleessa käsitellään luontoa ja sen erityisominaisuuksia matkailuympäristönä, mikä on tämän tutkimuksen keskeisintä sisältöä. Tarkastelu sisältää luontomatkailun, virkistytymisen ja ulkoilun käsitteiden määrittelyä, luontomatkailun eri muotojen esittelyä ja niiden ryhmittelyä sekä ryhmittelyyn sisältyvien ongelmien käsittelyä. Kappaleessa pohditaan myös minkälainen vaikutus erilaisilla luontoympäristöillä on matkailijan saamaan kokemukseen, koska matkailijalle mieluisen ympäristön löytäminen ja luominen on luontomatkailun perusta. Tämän tutkimuksen kannalta kappale 3.5 luontomatkailun tarjonnasta ja saatavuudesta liittyy suoraan toiseen tutkimuksen pääongelmista eli luontomatkailun tarjontatekijöiden tarkasteluun.

3.1 Luontomatkailun käsitteestä

”Luontomatkailu on matkustamista luontoon joko omatoimisesti tai matkanjärjestäjän ohjaamana siten, että olennaisena osana matkaa on lihasvoimaan tai luonnonvoimiin perustuva liikkuminen, kun matkan päätarkoitus kuitenkin on luontoelämysten kokeminen.” (Valkama 1997, 98)

Hemmin (1995, 232) mukaan luontomatkailu tarkoittaa matkustamista luontonsa puolesta mielenkiintoisille ja lähes luonnontilaisille alueille, joilla on tarjolla luontoon liittyviä matkailutuotteita ja joilla voidaan tarkkailla ja opiskella luontoa. Luontomatkailuun sisältyvät luontoliikunta, luonnossa tapahtuva elämys- ja seikkailumatkailu sekä muu vieraalla paikkakunnalla tai vieraassa maassa tapahtuva virkistys- tai retkeilytoiminta. Luontoaktiviteetit voidaan lukea matkailuun liittyviksi silloin, kun ne toteutetaan harrastajan kotipaikkakunnan ulkopuolella. Matkaan ei välttämättä tarvitse liittyä majoittuminen. Luontomatkailussa suositaan ihmisen tai eläimen lihasvoimalla tapahtuvaa liikkumista, ulkoilua ja retkeilyä.

Sekä Valkama että Hemmi korostavat määrittelyissään lihasvoimalla tapahtuvaa liikkumista, mikä voi olla joko omatoimista tai ohjattua. Pelkkä luonnossa liikkuminen ei heidän mielestään matkailijaa vielä luontomatkailijaksi tee, sillä liikunnan ohella matkaan tulee sisältyä myös luonnontarkkailua ja luontoelämysten kokemista.

Olen tässä asiassa samaa mieltä ja uskon, että lähes kaikki luonnossa liikkujat myös tarkkailevat sitä ympäristöä, missä toimivat. Näin varsinkin silloin kun ollaan matkalla eikä ympäristö ole jokapäiväinen tai ennestään tuttu.

Lasse Kauppi määrittelee tutkimuksessaan luontomatkailun sellaiseksi matkailuksi, joka hyödyntää luonnon antamia harrastusmahdollisuuksia joko omatoimisin tai valmiiksi tuoteistettuina palveluina (Kauppi 1996, 3). Kaupin määritelmä on yksinkertaisuudessaan selkeä ja kattava. Luontomatkailun käsite onkin Suomen matkailussa jo liikuntamatkailua huomattavasti selvemmin jäsentynyt ja yleisemmin käytetty käsite. Tässä työssä riittää keskittyminen suomalaiseen luontomatkailuun ja sen ominaisuuksiin, jotka ovat edellä esitellyissä määritelmissä tulleet selvästi esille. Luontomatkailun määritelmä sisällytetään tässä työssä mahdollisuuksien mukaan osaksi liikuntamatkailua, koska tutkimuksessa ollaan nimenomaan kiinnostuneita aktiivisesta luontomatkailusta, jossa fyysinen toiminta on keskeinen ellei keskeisin elementti.

Kansainvälisessä keskustelussa luontomatkailu ei enää olekaan mitenkään yksiselitteinen käsite. Englanninkielisiä luontomatkailua kuvailevia termejä ovat mm. action tours, ecotravel, ecotourism, nature tours, wildlife journeys, special interest holidays, adventure tourism, safaris, expeditions, outdoor adventures jne. (ITB -esitteet 1999) Hemmi on kerännyt luontomatkailutermejä kirjallisuudesta, joita ovat esim. environmental tourism/education, green tourism, wilderness tourism ja sustainable tourism (Hemmi 1995, 18). On mahdotonta selvittää, minkälainen luontomatkailufilosofia kunkin käsitteen taustalta löytyy, osa luontomatkailuyrittäjistä on varmasti sitoutunut kestävään kehitykseen ja luonnon suojeluarvoihin, mutta pelkän nimen perusteella ei näitä yrityksiä voine muista erotella. Nimen avulla erottuminen lienee usein myös markkinointikeino, jolla yritetään luoda mielikuvia yrityksen profiloitumisesta tiettyyn filosofiaan tai tiettyyn kohderyhmään.

3.2 Virkistäytyminen ja ulkoilu

Järviluoma (1995, 8) on käsitellyt virkistäytymisen eri merkityksiä, joista tässä esitellään keskeisempiä ja tämän tutkimuksen kannalta olennaisia. Alkuperäisessä merkityksessään virkistäytymisellä on tarkoitettu sellaisia kokemuksia, jotka uudistavat (re-create) ruumista ja mieltä, jotta ihmiset pystyisivät parempiin työsuorituksiin.

Yhdysvaltalaisen virkistäytymispioneerien Clawsonin ja Knetschin (1966, 6, 27) mukaan yleisin tapa käsittää virkistäytyminen on nähdä se aktiviteettina tai aktiviteetteina, joita harjoitetaan vapaa-aikana vapaasta tahdosta. He ovat sitä mieltä, että jos toimintaan ei liity pakon tai ”pitäisi tehdä” tunnetta, aktiviteetti on lähes varmasti virkistäytymistä.

Järviluoman (1995) keräämässä yhteenvedossa virkistäytyminen voidaan jakaa karkeasti ulkoiluun (outdoor recreation) ja pääosin sisätiloissa tapahtuvaan muuhun virkistäytymiseen (indoor recreation). Ulkoilulle ei kuitenkaan riitä kriteeriksi ainoastaan se, että aktiviteetti tapahtuu ulkoilmassa, vaan yleensä ulkoilu kytetään tavalla tai toisella luontoon. Ulkoilulla ymmärretään ulkosalla/luonnossa jalan, hiihtäen, pyöräillen, veneillen tms. vapaa-ajan viettämistarkoituksessa tapahtuvaa liikkumista sekä tilapäistä oleskelua esim. telttailua, marjojen poimimista, onkimista tai yleistä luonnonharrastusta varten. Järviluoman mukaan eräs kattavimmista virkistäytymisen määritelmistä on Krausin määritelmä:

”Virkistäytymisellä tarkoitetaan vapaa-aikaan kytkeytyviä aktiviteetteja tai kokemuksia, jotka yleensä valitaan vapaa-ehtoisesti, joko niistä saatavan tyydytyksen tai mielihyvän takia tai koska niihin nähdään liittyvän erilaisia henkilökohtaisia tai sosiaalisia arvoja. Virkistäytymisen tavoitteet ovat rakentavia ja yhteiskunnallisesti hyväksyttäviä.” (Järviluoma 1995, 6)

Virkistäytymisen määritelmä sisältää liikuntaa ja luonnonharrastamista, eli se yhdistää liikuntamatkailuun ja luontomatkailuun liittyviä elementtejä niin, että virkistäytyminen ja siitä saatava mielihyvä ovat määritelmien keskeiset asiat. Krausin määritelmässä käsitteeseen liitetään lisäksi erilaiset arvot ja virkistäytymisen yhteiskunnallisesti positiivinen vaikutus. Matkailun positiivisista vaikutuksista ei aina olla yksimielisiä, mutta Suomessa matkailua ja sen esim. työllistävää vaikutusta pidetään pääosin positiivisena. Tässä tutkimuksessa virkistäytymistä käytetään osin rinnan matkailun käsitteiden kanssa sen aktiviteettikeskeisyyden vuoksi. Matkailijat ovat virkistäytyjiä yhtä lailla kuin muutkin virkistäytyjät, vaikka virkistäytyvätkin poissa kotipaikkakunnaltaan tai kotiympäristöstään.

Matkailijan ja virkistäytyjän merkittävin ero lienee matkustetuissa etäisyyksissä eli siinä, kuinka kauas ollaan valmiita lähtemään virkistäytymään. Lomien aikana on mahdollisuus lähteä pidemmälle, vaikka ulkomaille virkistäytymään ja viikonloppuisin tapahtuvan virkistykseen tai matkailun mahdollisuudet ovat jo huomattavasti rajatut. Jos luontoon halutaan lähteä esim. arki-iltaisinkin, on kyseessä yleensä ns. lähivirkistäytyminen, eikä tällöin voida enää puhua matkailusta. Matkailua voitaneenkin pitää virkistäytymisen eräänlaisena ääripäänä, johon liittyy pitkähkö poissaoloaika kotoa ja matkustaminen kohteeseen, jossa halutaan ulkoilla ja virkistäytyä. Kirjallisuudessa puhutaan usein vain joko matkailusta tai virkistyksestä, mutta Mathieson ja Wall (1982) ovat sitä mieltä, että kyseessä on saman ilmiön kaksi eri muotoa, joiden tarkasteleminen samanaikaisesti on järkevämpää kuin erikseen. Virkistäytyjät ja matkailijat voi monesti löytää samoista kohteista tekemästä samanlaisia asioita. (Mathieson & Wall 1982, 7-9) Matkailijoita ja muita virkistäytyjiä palvelevat kuitenkin yleensä eri tahot. Matkailija saa tietonsa matkailuneuvontapisteistä tai yhä enenevässä määrin matkailuun erikoistuneista internetpalvelimista. Virkistäytyjiä palvelevat ensisijaisesti kuntien liikunta- ja vapaa-aikatoimet sekä muita julkisia virkistyspalveluja, kuten esim. valtion virkistysalueita ja suojelualueita, ylläpitävät tahot.

3.3 Luontomatkailun muodot

Kappaleissa 2.1 ja 3.1 esiteltiin liikunta- ja luontomatkailun käsitteitä ja niiden sisältöjä. Tämän tutkimuksen kannalta on aiheellista tarkastella myös näiden käsitteiden välisiä yhteyksiä, sekä luonnon ympäristössä tapahtuvan aktiivisen tai liikunnallisen matkailun sisällyttämistä ko. käsitteisiin. Useissa tilanteissa ei liikunta- ja luontomatkailutoimintoja ole tarpeen tai edes mielekästä erotella. Matkailija voi mieltää itsensä luonto- tai liikuntamatkailijaksi ja molemmat tekevät luonnossa samoja asioita; molemmat yleensä liikkuvat ja tutustuvat luontoympäristöön matkakohteessaan. Hemmi (1995, 223) luokittelee luontomatkailuaktiviteetit 1) luontoliikunta-aktiviteeteiksi, 2) luontoharrastusaktiviteeteiksi ja 3) muiksi aktiviteeteiksi. Tämä jaottelu ei ole yksiselitteinen eikä sitä käytetä tässä tutkimuksessa, sillä tiettyjä aktiviteetteja voisi sijoittaa moneen eri ryhmään, eivätkä ryhmien jaotteluperusteet ole riittävän selkeät tai toisiaan rajaavat. Tämän tutkimuksen kannalta keskeisimmän eli luontoliikunnan määrittelyperusteita on syytä kuitenkin tarkastella.

Luontoliikunta

Vuolteen (1992) mukaan luontoliikunnalla tarkoitetaan vapaa-ajalla luonnon ympäristössä tapahtuvaa fyysisesti aktiivista harrastustoimintaa, jossa tavoitteena on liikunnan tai muun tarpeen tyydyttäminen. Luontoliikunnan käsitteessä keskeistä on toiminnan tarkoitus eli intentio. Tarkoituksen perusteella voidaan luontoliikunnasta erottaa kilpaurheilullinen toiminta, kunto- ja virkistyskeskeinen liikunta sekä hyötyliikunta. Eri motiivit virkistäytymisestä ja rentoutumisesta suuriin kalasaaliisiin tai jännittäviin elämyksiin ovat vuoroin toiminnan hallitsevia motiiveja. (Vuolle 1992, 19) Matkailijoiden luontoliikunta lienee useimmiten virkistyskeskeistä, mutta myös hyötyliikuntaa, sillä esim. kalastuksesta tai sienestyksestä kiinnostuneita matkailijoita on melko paljon. Telama (1992, 61) korostaa ihmisen kokoaikaista suhdetta toimintaan (liikunta) ja toimintaympäristöön (luonto) ja määrittelee luontoliikunnan seuraavasti:

”Luontoliikunnalla tarkoitetaan laajasti kaikkea omilla lihaksilla aikaansaattua fyysistä aktiivisuutta, mikä tapahtuu aidossa tai osittain rakennetussa luonnonympäristössä.”

Luontoaktiviteetit

Hemmin määrittelyssä luonnonharrastusaktiviteetteja ovat mm. linturetket, kivilajien keruu tai luontovalokuvaus. Muihin aktiviteetteihin lukeutuvat esimerkiksi koiravaljakkoajelut ja moottorikelkkasafarit. (Hemmi 1995, 231-276) Harrasteiden erotteluperusteeksi sopinee fyysinen passiivisuus tai vain vähäinen aktiivisuus, mutta muiden aktiviteettien määrittely on hankalampaa. Luontoaktiviteeteissa myös varsin usein yhdistyvät niin liikunnallisuus kuin luontoharrastuskin. Esimerkiksi sukeltaja haluaa tutustua vedenalaiseen luontoon, mikä ei ole mahdollista ilman omaa fyysistä aktiivisuutta, jolloin kysymyksessä lienee sekä luontoliikunta että luonnon harrastus.

Onko jonkin aktiviteetin (esim. koiravaljakkoajelu, koskenlasku tai kalastus) kohdalla kysymys luontoliikunnasta vai ei, ei ehkä olekaan suurta merkitystä. Luontoliikunnan toteutuessa osana matkailua lienee yksinkertaisempaa puhua aktiivisesta luontomatkailusta tai luontoaktiviteeteista, jolloin käsitteen alle mahtuvat kaikki luonnossa tehtävät toiminnot, joiden toteuttamiseen matkailija itse aktiivisesti osallistuu. Näistä aktiviteeteista suuressa osassa liikunta on toiminnan keskeisin osa. Tässä tutkimuksessa keskitytään nimenomaan aktiiviseen, omaan fyysiseen toimintaan perustuvaan luontomatkailuun.

Toiminnan ei kuitenkaan välttämättä tarvitse olla ns. kuntoa kohottavaa liikuntaa, vaan sen päämotiivina voi olla myös luonnon antimista saatava hyöty, virkistäytyminen ja luonnosta oppiminen.

Ohjelmapalvelut

Luontomatkailun sisällöltään osin epämääräiseen käsitteistöön kuuluu myös matkailuelinkeinon sisällä jo melko vakiintunut ohjelmapalvelun käsite. Harju-Autti (1998) kuvailee matkailun ohjelmapalveluja matkailutuotteeseen liittyviksi aktiviteeteiksi, jotka muodostavat matkan toiminnallisen osan. Suomalaisessa matkailukäsitteistössä ohjelmapalveluina on pidetty lähinnä luontoon liittyviä ohjattuja aktiviteetteja, kuten esim. moottorikelkkasafareita ja kanoottiretkiä. Yleisesti luontoaktiviteetteihin on katsottu kuuluvaksi vaellukset ja muu luonnossa liikkuminen ilman ohjattua maksullista toimintaa ja tuotteistamista. Ohjelmapalvelut tarjoavat matkailu- ja yritystoimintana matkailijoille luontoon liittyvää ohjattua ja tuotteistettua toimintaa, jonka tavoitteena on elämyksien tuottaminen. Ohjelmapalveluiksi voidaan edelleen määritellä myös harrastus- ja virkistyspalvelut, rakennetut aktiviteetti- ja huvikohteet, kilpailutapahtumat sekä kulttuuri- ja taidetapahtumat. (Harju-Autti 1998, 5-11) Tässä käsitteessä palvelu on keskeisellä sijalla, mikä sulkee omatoimiset luontomatkailijat pois käsitteen piiristä. Matkailuelinkeinoa tarkasteltaessa ohjelmapalvelutermi kuitenkin puolustaa paikkaansa, koska siihen liittyvät matkailussa olennaiset tukipalvelut, kuten esim. ruoka- ja majoituspalvelut. Tukipalvelut ovat tärkeä osa matkaohjelmaa ja ne vaikuttavat merkittävästi myös siihen, miten varsinainen ohjelmapalvelu koetaan ja minkätasoiseksi se arvioidaan. Koska tämä tutkimus tarkastelee tarjontaa ja aktiviteetteja yrittäjien ja palveluntarjoajien näkökulmasta, on aktiviteetteihin liitetyillä oheispalveluilla myös suuri merkitys.

3.4 Luontomatkailu suhteessa ympäristöön

Eri ihmiset näkevät luonnon ja sen merkityksen itselleen eri tavoin. Telama (1992) tarkastelee luonnon merkitystä luontoliikkuajalle neljällä eri tasolla, jotka ovat luonto 1)havainto- ja elämysympäristönä, 2)toimintaympäristönä, 3)itseisarvona ja 4)uusintajana ja virkistäjänä. Luontokokemus on hyvin yksilöllinen ja sama ympäristö voi tarjota eri ihmisille vaihtelevia elämyksiä. Kokemukset vaihtelevat sekä ympäristöstä että toiminnasta aikaisemmin saatujen kokemusten mukaan.

Luonto havainto- ja elämisympäristönä tarkoittaa luonnon kokemista aistien avulla. Luonnon maisemilla, äänillä ja luonnossa saaduilla tuntoaistimuksilla on suuri motivoiva merkitys luonnossa liikkuvalla ihmiselle, eli esteettiset ja emotionaaliset elämykset ovat tärkeitä. Luontomaisemat asetetaan rakennettujen maisemien edelle ja erityisesti vedellä on maisemassa korkea miellyttävyyssarvo. (Telama 1992, 61-77)

Luonto toimintaympäristönä voi merkitä haasteita, joita luonto tarjoaa, mahdollisuutta eristäytymiseen, hyödyn tavoittelua (marjastus, kalastus) tai luontopainotteisia harrasteita. Haasteiden kohtaaminen ja omien rajojen ylittäminen on monelle aktiiviselle luontomatkailijalle motivoivaa, on kyse sitten kalliokiipeilystä, koskimelonnasta tai pitkästä hiihtovaelluksesta. (Telama 1992, 61-77) Monille se on jopa koko luontomatkailun suola. Työskentelin kesän 1998 Kanadan Kalliovuorilla koskimelontaa, kiipeilyä, vaelluksia ja muita luontopalveluja tuottavassa matkailuyrityksessä ja sain moneen kertaan havaita matkan huippuhetkien sisältyvän niihin hetkiin, jolloin matkailija tunsi ylittäneensä omat rajansa. Rima tähän oli eri henkilöillä ja ryhmillä luonnollisesti eri korkeudella, mutta merkityksellisintä oli se, että matkailija löysi luonnonympäristössä itsestään sellaisia voimavaroja, joita ei aikaisemmin uskonut itsellään olevan.

Ne ihmiset, jotka suhtautuvat luontoon itseisarvona, perustelevat luonnon kiinnostavuutta mm. seuraavin väittein: *”Luonto edustaa elämää itseään, luonto symboloi jatkuvuutta ja pysyvyyttä, luonto edustaa ihmistä suurempia voimia sekä mysteerää ja henkisyttä.”* Voimakasta yhteyttä luontoon voidaankin verrata uskonnollisiin kokemuksiin, jotka näkyvät hyvin esim. luonnon kansojen uskonnoissa. (Telama 1992, 61-77)

Luonnossa liikkuminen koetaan myös virkistävänä, vaikka sitä mihin virkistävä vaikutus perustuu, on vaikea yleisesti määritellä. Virkistys syntyy toiminnasta ja ympäristöstä saatujen elämysten yhteisvaikutuksesta. Suomalaiset liikunnanharrastajat mainitsevat useimmiten liikuntamotiivikseen juuri virkistäytymisen, mihin liittyy sekä vireystilan kohoamista että rentoutumista ja ahdistuksen vähenemistä. (Telama 1992) Luontomatkailijan tai luonnossa virkistäytyjän motiivit lienevät luontoliikkujaan verrattuna hyvin samanlaisia, matkailijaa kiinnostanee ympäristö tavallista luontoliikkuja enemmän, koska se saattaa olla täysin totutusta poikkeava.

Vuolle (1992, 11-12) luokittelee liikuntaympäristöt kolmeen eri kategoriaan ja tätä luokittelua voidaan käyttää myös luontomatkailun ympäristöjen ymmärtämiseksi. Aito luonnonympäristö ei sisällä mitään tehtyjä rakenteellisia ratkaisuja. Tämä ympäristö on esim. erämaata, josta puuttuvat ihmisen kädenjäljet tai ne ovat ajan peittämiä. Muokatussa liikuntaympäristössä liikutaan ulkona luonnossa, sinne rakennetuilla liikuntapaikoilla: kuntopoluilla, laduilla, laskettelurinteillä, golfkentillä jne. Rakennetussa liikuntaympäristössä fyysinen yhteys luontoon puuttuu täysin.

Luontomatkailua tarkasteltaessa mahdolliset liikuntaympäristöt ovat aito tai muokattu ympäristö. Sitä, onko liikunta muokatussa ympäristössä varsinaisesti luontoliikuntaa, on vaikea perustella. Muokattuja ympäristöjä on hyvin erilaisia, toisissa ympäristö on edelleen lähes luonnonmukainen tai aito (esim. merkityt vaellusreitit) ja toisissa muokkaus on muuttanut merkittävästi ympäristöä (esim. golfkenttä). Muokattu ympäristö onkin ehkä parhaiten ymmärrettävissä jana, jonka toisessa päässä ovat lähes aidot, vähän muokatut luonnonympäristöt ja toisessa päässä enää vähän suoraan luonnon kanssa tekemisessä olevat ulkoliikuntaympäristöt. Myös monet perinteiset ulkoliikuntalajit ovat nykyään siirtymässä myös sisätiloihin, sillä esim. hiihtoa, laskettelua, golfia ja kiipeilyä harrastetaan jo rakennetuissa sisätiloissa. Edellä esitetty Vuolteen jaottelu ei siis ole enää yksiselitteinen.

Manning (1986) esittelee Recreation Opportunity Spectrumin (ROS), jossa on ryhmitelty ulkoilumahdollisuuksia erilaisten ympäristöjen mukaan. ROS on luotu jo 70-luvulla ja se on ollut laajalti käytössä Pohjois-Amerikassa, jota voidaan pitää luontovirkistäytymisessä edelläkävijänä. ROS:ssa virkistäytymismahdollisuudet jaetaan viiteen luokkaan primitiivistä moderniin sen mukaan, kuinka paljon luontoympäristöä on alueella muokattu, mikä on alueen infrastruktuuri (esim. liikenneyhteydet ja tiet) sekä minkälaisia palveluja alueella on. Seuraava kuvio esittelee ROS:n kokonaisuudessaan. Ensimmäinen palsta kertoo luokan, johon kyseinen virkistymismahdollisuus kuuluu, keskimmaisessä palstassa kerrotaan kokemuksista, jotka ovat kyseisessä luokassa tyypillisiä ja oikeanpuoleisessa palstassa käsitellään niitä rakenteita, jotka virkistäytyjä eri luokissa kohtaa. Puitteet tai rakenteet jaetaan fyysisiin, hallinnollisiin ja sosiaalisiin rakenteisiin.

Luokka	Kokemukset	Rakenteet (fyysiset, hallinnolliset, sosiaaliset)
1 Primitiivinen	Eristäytyminen, haasteet, riskit, ihminen "osana luontoa"	Aito luonnonympäristö, suuret alueet, ei mukavuuksia
2 Puoli-primitiivinen a. Motorisoimaton b. Motorisoitu	Ks. yllä, ihminen "vuoro-vaikutuksessa luonnon kanssa"	Pääosin aito luonnon ympäristö, suuret ja keskisuuret alueet, luonnonsuojelu pääintressi
3 Osin muokattu	Erätaitojen harjoittelu, riskien merkitys vähäinen	Peruspalveluja, turvallisuusohjeita
4 Muokattu	Sosiaalinen kanssakäyminen, yhdessäolo	Virkistäytymistä varten muokatut alueet, palveluja eri aktiviteeteille, liikenneyhteydet, parkkipaikat jne.
5 Moderni	Fyysisen ympäristön merkitys pieni, tärkeintä yhdessäolo ja mukavuudet	Kaupunkimainen ympäristö, vähän varsinaista luontoa, julkiset liikenneyhteydet

KUVIO 3. Recreation Opportunity Spectrum - Virkistysmahdollisuuksien luokittelu
(Manning 1986, 102-104)

Primitiivinen ympäristö tarjoaa mahdollisuuden eristäytymiseen muista ihmisistä sekä haasteita ja riskejä luonnossa selviytymiseksi. Tässä ympäristössä matkailijalta/virkistäytyjältä vaaditaan hyviä erätaitoja, kuten esim. suunnistus, ensiapu, leiriytymis- ja ruuanlaittotaitoja. Puoliprimitiivinen ympäristö tarjoaa samoja mahdollisuuksia, mutta muiden ihmisten kohtaaminen on todennäköisempää ja riskit ja haasteet ovat mahdollisesti edellistä luokkaa pienemmät. Puoliprimitiivinen jaetaan motorisoimattomaan ja motorisoituun alaluokkaan, jolloin jälkimmäisessä on mahdollisuus ja lupa liikkua motorisoiduin ajoneuvoin. Näitä kolmea luokkaa seuraavat vielä luokat osin muokattu, muokattu ja moderni ympäristö. (Manning 1986, 102-110)

Siirryttäessä luokissa primitiivisistä kohti muokatumpaa ympäristöä, vähenevät luonnon antamat haasteet ja mahdollisuudet eristäytymiseen muista ihmisistä. Tärkeämmäksi nousevat yhdessäolon tarpeet ja erilaiset mukavuudet, joista tulee lopulta tärkeämpiä kuin ympäristöstä. Riskeillä on kahdessa viimeisessä luokassa vähän tai ei ollenkaan merkitystä, myöskään erätaitoja ei näissä luokissa tarvita, mutta taitojen harjoittelu esim. osin muokatussa ympäristössä saattaa olla tärkeä virkistäytymismotiivi. (Manning 1986, 102-110)

Aktiviteetti:	Patikointi	Kalastus erityisryhmille
Luokka:	Puoliprimitiivinen, motorisoimaton	Muokattu
Kokemus:	Fyysinen aktiviteetti, luonnon asettamat haasteet	Yhdessäolo, itsetunnon kohottaminen
Puitteet:	<u>Fyysiset:</u> erämaa /laaja metsä <u>Sosiaaliset:</u> muutamia ihmisiä <u>Hallinnolliset:</u> valtion kansallispuisto, ohjeita ja rajoituksia	<u>Fyysiset:</u> muokattu kalastusalue, erityisryhmille sopiva laituri <u>Sosiaaliset:</u> muita kalastajia, alan harrastajia <u>Hallinnolliset:</u> yksityisomistus, varattava etukäteen

KUVIO 4. Esimerkkejä ROS:n soveltuvuudesta luontomatkailuun

Sillä, mihin eri luokkiin kuuluviksi erilaiset virkistysmahdollisuudet koetaan, on merkitystä tarkasteltaessa erilaisten ympäristöjen matkailullista vetovoimaa. ROS on edellä esiteltyä Vuolteen liikuntaympäristöluokittelua laajempi ja tarkempi ja koska vastaavaa jaottelua ei ole Suomessa käytössä, voidaan sen avulla syventää käsitystä ympäristön merkityksestä osana matkailijan/virkistäytyjän saamaa kokonaiskokemusta. Erilaisissa ympäristöissä korostuvat erilaiset motiivit ja tekemisen tarpeet. Matkailu- ja virkistysympäristöjä suunniteltaessa olisikin ajateltava, millaisia motiiveja ja ryhmiä suunnittelulla ensisijaisesti pyritään palvelemaan ja kenelle kohteen halutaan olevan vetovoimainen.

Aktiviteetin ja ympäristön väliset yhteydet

Aktiviteeteilla ja niistä aiemmin saaduilla kokemuksilla on suuri vaikutus siihen miten matkailija luontoympäristön kokee. Luontoon totumaton, täysin opastettava matkailija saattaa ajatella luonnolla olevan vain välineellistä arvoa, mikä mahdollistaa erilaisten aktiviteettien suorittamisen. Kokeneempi harrastaja tai matkailija taas osaa lukea luontoa ja sen ominaisuuksia hyvinkin tarkasti, mikä ei voi olla vaikuttamatta saatuun kokemukseen tai sen syvyyteen.

Esimerkiksi suunnistajan taidot eivät voi olla kovin korkealla tasolla, ellei hän osaa lukea tarkasti maanpinnan muotoja ja osata verrata näkemäänsä maisemaa karttaan. Vuorikiipeilijöiden, hiihtäjien ja laskettelijoiden on osattava arvioida säätä ja lumen ominaisuuksia edetäkseen turvallisesti ja välttyäkseen lumivyöryiltä. Melonnassa ja koskenlaskussa ympäristö ja liikkuva matkailija ovat myös tiiviissä vuorovaikutuksessa. Melojan on osattava "lukea" veden ja tuulen virtauksia. Esim. voimakas virta aiheuttaa nopeasti vaaratilanteita, jos ei tiedetä, miten kanootti viedään läpi virran tai osata arvioida, olisiko parempi kantaa kanootti ohi virran.

Kaikissa edellä mainituissa ja monissa muissa lajeissa ei ole yhdenmukaista, missä aktiviteettiin osallistutaan. Se, että olen esim. itse kiivennyt kallion ylös tai melonut läpi kosken, tekee tietyt paikat minulle paljon merkityksekkäämmiksi kuin monet muut kalliot ja kosket, joita olen vain katsellut tai valokuvannut. Näillä esimerkeillä toteutuu Standevenin ja De Knopin (1999) määritelmä matkailun ja liikunnan välisistä yhteyksistä. Sekä matkailu ja liikunta ovat toimintoja, joihin osallistutaan eri tavoin. Liikunta on fyysisen aktiivisuuden kokemus, matkailu on matkan ja paikan kokemista. (Standeven, De Knop 1999, 38) Aktiivinen luontomatkailu lieneekin parhaimmillaan silloin, kun sekä aktiviteetti, että paikka, jossa aktiviteetti tehdään, ovat molemmat vetovoimaisia ja auttavat matkailijaa saamaan elämyksiä ja kokemuksia.

3.5 Tarjonta ja saatavuus luontomatkailussa

Tarjonta ja saatavuus ovat matkailussa kysynnän avaintekijät ja lähtökohta vetovoimatekijöiden hahmottamiseen (Aho 1994). Matkailua yhtä hyvin kuin luonnossa virkistäytymistä voidaan lähestyä matkailu- ja virkistysmahdollisuuksien tarjonnan tai osallistujien luoman kysynnän lähtökohdista. Vuorovaikutus näiden kahden välillä on monitahoista, koskien esimerkiksi käytettävissä olevaa aikaa ja etäisyyttä, joka määrätyn ajan puitteissa on mahdollista matkustaa. Luontomatkailussa ja virkistäytymisessä tarjonnan osatekijöitä ovat tarjonnan eri tyypit, niiden määrä, laatu, kapasiteetti ja saatavuus. (Wall 1989, 6-10)

Tarjonnan tyyppejä edustavat tässä tutkimuksessa erilaiset luontoaktiviteetit ja niiden toteuttamiseen liittyvät palvelut sekä näihin liittyvät tukipalvelut, kuten esim. ateriat- ja majoituspalvelut. Tarjonnan tyyppejä voidaan tarkastella myös palveluja tarjoavien yritysten mukaan, joita ovat esim. ohjelmapalvelujen tuottajat, matkailuyrityksinä toimivat maatilat tai erilaiset toiminta- ja leirikeskukset. Myös julkisia virkistysmahdollisuuksia (ulkoilureitit, virkistysalueet ja -paikat) ja niiden merkitystä osana matkailutarjontaa käsitellään tässä tutkimuksessa. Tarjonnan määrää voidaan kuvata esim. sillä, kuinka paljon erilaisia aktiviteetteja ja palveluja on saatavissa tietyllä alueella tai kuinka paljon esim. kalastukseen liittyviä palveluja on Keski-Suomessa tarjolla. Laadun mittaaminen on vaikeampaa, eikä sitä tällä tutkimuksella pyritäkään mittaamaan, vaikka tarjonnan laatu tulee tässäkin työssä esille matkailun vetovoimatekijöitä käsiteltäessä. Kapasiteetti tai kantokyky liittyy niihin rajoituksiin, joita esim. luontoympäristö asettaa matkailun tarjonnan lisäämiselle, mutta myös siihen, pystytäänkö tarjonnalla kattamaan olemassaoleva kysyntä. Saatavuudella tarkoitetaan niitä tekijöitä, jotka tekevät palvelun ostamisen tai tuotteen kuluttamisen matkailijalle helpoksi tai vaikeaksi ja vaikuttavat täten myös tuotteen kysyntään.

Saatavuuden osatekijöitä ovat matkan pituudesta riippuvat kustannukset, kuljetukseen liittyvät tekijät, kohteiden aukioloajat (onko kohde auki esim. vain kesäisin, vai ympäri vuoden, voiko varauksia tehdä vain tiettyinä aikoina jne.), sisäänpääsyn tai osallistumisen hinta ja palvelutarjonnan kohderyhmä. Kohderyhmällä tarkoitetaan sitä, kenen on mahdollista osallistua ja käyttää palvelua.

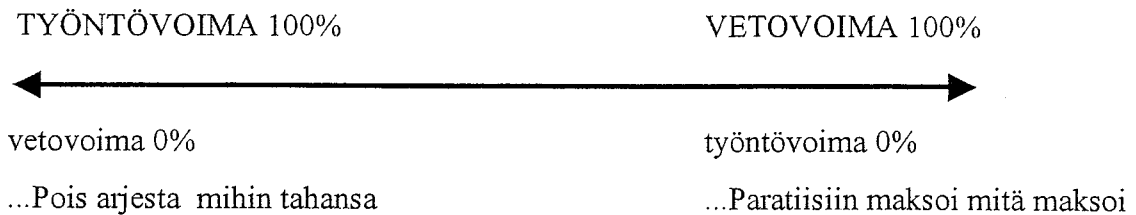
Tämä riippuu esim. siitä, onko kohde julkisessa tai yksityisomistuksessa, tai onko palvelut tarkoitettu ryhmille tai yksittäisille matkailijoille. (Wall 1989, 10) Tämän tutkimuksen osalta saatavuutta käsitellään kohteiden omistuksen ja osin myös palvelujen käyttäjien kohdalta.

Näiden osatekijöiden merkitys matkakohteen valinnassa on suuri ja Suomessa ei ehkä ole kiinnitetty tarpeeksi huomioita saatavuustekijöihin. ”Suomessa on helppo myydä, mutta vaikeata saada ostaa” (Lindqvist 1999). Mikäli esim. luontomatkailutuotteen ostaminen ei ole riittävän helppoa ja vaivatonta, jää tuote ostamatta riippumatta sen erinomaisuudesta tai vetovoimaisuudesta. Muun kuin ryhmä- tai liikematkailijan onkin edelleen vaikea päästä Suomessa luontomatkailemaan, sillä tarjonta on hajanaista ja retkeilyreiteistä, välinevuokrista ja muista palveluista olemassa olevaa tietoa ei ole koottu yhteen. Osin edellämainituista syistä tässä työssä kartoitetaan palvelutarjontaa ensisijaisesti omatoimisen ja liikunnallisen luontomatkailijan käyttöön, eikä niinkään suurten ryhmien tarpeisiin. Saatavuuden parantamiseksi matkailuelinkeinon ja kuntien haasteena on kunnallisten virkistyspalvelujen saaminen myös luontomatkailijan ulottuville mm. informaatiota lisäämällä ja tehostamalla kuntasektorin ja matkailun toimijoiden välistä yhteistyötä. Resursseja yhdistämällä voitaisiin lisätä palvelujen käyttäjien määrää ja tehostaa kunnallisten virkistyspalvelujen ja -reittien kunnossapitoa.

4 MATKAILUN VETOVOIMA TUTKIMUSKOHTENA

Seuraavissa kappaleissa esitellään matkailun vetovoiman liittyviä käsitteitä, joiden pohjalta tutustutaan tarkemmin matkailun vetovoiman ominaisuuksiin kansainvälisesti tunnettujen vetovoimatutkijoiden kuten MacCannellin, Leiperin ja Lew:n johdattelemina. Etenkin Lew:n käsitykset ovat sovellettavissa myös luontomatkailuun ja sen vetovoimaan. Lew jakaa vetovoiman maisemaan, aktiviteetteihin ja kokemuksiin, joiden mukaan myös luontomatkailun vetovoimatekijöitä voidaan tarkastella ja luokitella sekä sijoittaa erilaisiin vetovoimakehyksiin. Tämä tutkimus antaa aihetta myös luonnon vetovoiman yksityiskohtaisempaan luokitteluun, mihin käytetään apuna Inskeepin ja Vuoriston ryhmittelyjä. Tutkimuksen tuloksia tarkastellaan vetovoiman osalta ensisijaisesti Lew:n, Inskeepin sekä Vuoriston pohjalta.

Matkakohteen valintaan vaikuttavien tekijöiden tarkastelu on keskeinen teema matkailututkimuksessa. Tämä on perinteisesti nähty eräänlaisena valintaprosessina, jota ohjaavat erilaiset työntö- ja vetovoimatekijät. Vetovoimatekijät liittyvät matkakohteiden ominaispiirteisiin, työntövoima liittyy enemmän yksilöiden tarpeisiin. Enenevässä määrin matkailusta on kuitenkin tulossa tarve sinänsä, mikä tekee veto- ja työntövoimatekijöiden tutkimuksen aikaisempaa problemaattisemmaksi. (Saarinen 1995, 105,118) Matkalle lähtö on nykyään jo niin arkipäiväinen asia, minkä vuoksi matkalle lähdön syiden erittelemineen on tullut aiempaa vaikeammaksi. Toisaalta matkailun veto-voiman tutkimisen mielenkiintoisuus johtuneekin juuri sen problemaattisuudesta ja monimuotoisuudesta. Seuraavalla Ahon (1998) jatkumolla voidaan kuvata matkailun veto- ja työntövoimaa:



KUVIO 5. Matkailun työntö- ja vetovoimajatkumo (Aho 1998)

Jatkumon vasemmassa laidassa matkailijalla on pakottava tarve päästä pois arkiympyröistä minne tahansa, jolloin kohteen vetovoimalla ei ole mitään merkitystä. Oikeassa ääripäässä on pakottava tarve päästä tiettyyn erittäin vetovoimaiseen kohteeseen ilman että mitkään syyt, kuten esim. loma, kotiympäristössä työntäisivät matkallelähtijää. (Aho 1998) Puhtaasti työntö- tai vetovoimaperusteinen turismi lienee lähes mahdottomuus, sillä lomamatka pelkästään jostakin 'pois' tai matkustaminen ilman päämäärää tuntuu epäuskottavalta. Melkein aina matkakohteen valintaan ja ja matkan ajankohtaan liittyy jonkinlaista arviointia, joko nopeaa ja suuripiirteistä tai pitkäjänteistä ja huolellista. (Järviluoma 1994, 45)

Suomessa matkailun vetovoiman tutkimuksessa käytetään rinnan sanoja vetovoima ja attraktio, englanninkielinen vastine sanoille on attraction, josta ei vetovoimaa tai attraktiota voi erottaa. Järviluoma (1994, 38) tarkoittaa attraktioilla paikkaan sidottuja kohteita tai tapahtumia, joilla on erinäinen määrä vetovoimatekijöitä. Vetovoimatekijät ovat hänen mukaansa siis attraktioiden määritteitä. Myös Vuoristo (1994, 22-30) pohtii matkailuattraktion käsitettä, mutta ei tee englanninkielisiä lähteitä referoidessaan eroa vetovoiman ja attraktion välille. Myöskään omasta mielestäni ei attraktion ja vetovoiman käsitteitä voi erotella toisistaan, vaan niillä viitataan samaan problematiikkaan, joka monimuotoisuudessaan sisältää niin konkreettisia kuin abstraktejakin asioita.

Seppo Aho (1994) käsittää matkailun vetovoiman seuraavasti:

”Matkailullinen vetovoima voidaan määritellä yleisesti kaikkien niiden tekijöiden summaksi, jotka tuottavat erilaisiin muilla paikkakunnilla sijaitseviin kohteisiin suoranaisesti liittyvää vierailuhalukkuutta.”

Keskeisimmät tavoitteet voidaan tiivistää kahteen asiaan, elämyksien tai hyödyn tavoitteluun. Kolmas keskeinen tavoite voi olla ”pako arjesta”, johon voi kuitenkin liittyä kahden edellisen jonkinasteista tavoittelua. (Aho 1994, 171-172) Vetovoimakäsitteen monitahoisuus ja vetovoimatekijöissä tapahtuneet muutokset ovat aiheuttaneet sen, että yleisesti omaksuttua käytäntöä suhteessa attraktioihin ei ole päässyt syntymään (Vuoristo 1994, 23).

4.1 Erilaisia käsityksiä matkailun vetovoimasta

MacCannellin (1989) tunnetun matkailuattraktion määritelmän mukaan ilmiöllä täytyy olla kolme ominaisuutta ollakseen matkailuattraktio. Nämä ovat matkailija, paikka tai kohde johon tutustutaan ja informaationlähde eli markkeri, joka antaa paikalle nimen ja merkityksen. Vetovoima on empiirinen suhde näiden kolmen välillä. (MacCannell 1989, 41) Tämä määrittely ei kuitenkaan sovellu kaikkiin matkailuattraktioihin ja hyvin se soveltuu ainoastaan nähtävyysskeskeisiin kohteisiin. Määritelmän ulkopuolelle jää monia kohteita, joissa selviä nähtävyyksiä ei ole ja matkailija voi olla hyvin tyytyväinen matkaansa, vaikka ei olisi käynyt missään nähtävyyksissä. (Leiper 1990, 370-371) Jatkossa esiteltävän Lew:n ajatukset vetovoimasta menevätkin tätä määrittelyä syvemmälle kohti vetovoiman määrittelyä muista kuin vain ulkoisista lähtökohdista.

Leiper (1990) muodostaa oman matkailuattraktion määritelmänsä sijoittamalla MacCannellin paikan (sight) tilalle matkailuattraktion ytimen (nucleus). Attraktion ydin voi olla paikka, mutta myös esine, henkilö, tapahtuma tai jokin muu vetovoimaisena pidetty asia. Paikka voi olla fyysinen tai mielikuvista syntynyt, sillä paikasta syntyneellä mielikuvalla on ratkaiseva merkitys matkakohteen valinnassa. Yhden ytimen sijasta matkailuattraktio useimmiten koostuu kuitenkin monista eri ytimistä, joilla on erisuuruinen merkitys eri matkailijoille. Leiper jakaakin ytimet primaarisiin, sekundaarisiin ja tertiäärisiin. Primaarinen ydin on ratkaisevin matkapäätökseen vaikuttava vetovoimatekijä, myös sekundaarinen ydin tiedostetaan ennen kohteeseen saapumista, mutta se ei vaikuta itse matkapäätökseen. Kolmannen asteen ydin löydetään vasta kohteessa. (Leiper 1990, 370-376) Esimerkkejä näistä voisivat olla esim. Suomen 200000 järveä, minkä vuoksi Suomeen halutaan lähteä. Toisen tason ydin on Päijännejärvi, josta on jo kotimaassa nähty kauniita kuvia. Päijänteelle saavuttaessa saadaan tietää, että järven rannalla on ihastuttava ravintola, missä päätetään nauttia lounas.

Markkerit ovat informaationlähteitä mistä tahansa ilmiöistä, jotka ovat matkailuattraktion potentiaalisia keskuselementtejä. Markkereilla on suuri vaikutus matkapäätöksiin ja valittuihin aktiviteetteihin, joihin matkan aikana otetaan osaa. Matkalla ja uudessa ympäristössä ihmistä on helpompi houkutella osallistumaan uusiin aktiviteetteihin kuin kotiympäristössä. (Leiper 1990, 373-377)

Matkailun vetovoimaa esilletuotaessa ja markkinoitaessa on tärkeimpänä tavoitteena yleensä luoda tai valita ensisijainen eli primaarinen ydin matkailukohteelle. Tämä ydin on markkinoitava mahdollisimman laajan potentiaalisen matkailijajoukon tietoisuuteen, jotta mielenkiinto aluetta kohtaan syntyy. Kolmannen tason ytimiä on joiltain osin uskallettava jättää myös markkinoimatta, sillä matkailijalle näiden asioiden itsenäinen löytäminen saattaa tuottaa jopa enemmän mielihyvää kuin itse attraktio. Lew:n kognitiivisen kehyksen mukaan näistä matkailijoista tulee tällöin ”löytäjiä” (explorers), koska he ovat onnistuneet syventämään kokemustaan yli sen, mitä kaikille oli jo valmiiksi tarjolla. (Leiper 1990, 374)

Matkailuattraktion ytimen koko voi vaihdella kohderyhmästä riippuen hyvinkin paljon, minkä vuoksi matkailualueiden markkinoinnissa olisi aina huomioitava kohderyhmä ja mietittävä, miten tarkasti alueen ominaisuuksia kannattaa selvittää kaukaa tulevalle ryhmälle, joka ei tunne aluetta lainkaan. Toisaalta asiakkaan halutessa on tietoa kuitenkin oltava saatavilla, koska monia voivat yksityiskohdat kiinnostaa suuria kokonaisuuksia enemmän. Se, mitä ihmiset matkaltaan hakevat ja matkallaan haluavat kokea, on hyvin yksilöllistä ja vaikeasti ennakoitavissa. (Leiper 1990, 377-381)

Lew:n (1987) käsityksiin vetovoimasta syvennyttään tässä työssä MacCannellia ja Leiperiä enemmän, koska hänen luomillaan kolmella vetovoimamallilla saa luonnon vetovoima edellisiä enemmän selitysvoimaa, mikä on tämän työn kannalta keskeistä. Hänen mukaansa vetovoima koostuu seuraavista asioista:

- 1) *Maisemat (Landscapes to observe)*
- 2) *Aktiviteetit (Activities to participate)*
- 3) *Kokemukset (Experiences to remember)*

Vapaa-ajan matkailija haluaa matkaltaan arkipäivästä poikkeavia kokemuksia ja elämyksiä, joita lienee helppo saavuttaa osallistumalla erilaisiin aktiviteetteihin kauniissa ja vetovoimaisessa luontoympäristössä. Lew:n attraktiot ovat muodoltaan joko luonnon tai sosiaalisia attraktioita (ideographic), jotka heijastavat eriytyneisyyttä tai yhteisyyttä (organizational) ja tarjoavat matkailijalle joko turvaa tai riskejä (cognitive). Näiden kolmen: ideografisen, organisationaalisen ja kognitiivisen lähestymistavan avulla voidaan luokitella vetovoiman keskeisiä elementtejä. (Lew 1987, 553-558)

Ideografinen eli muodollinen malli on Lew:n mukaan matkailututkimuksessa yleisimmin käytetty typologiajaottelu ja mitä käytännönläheisemmästä tutkimuksesta on kysymys, sitä varmemmin ideografista lähestymistapaa käytetään. Ideografia edustaakin lähinnä vetovoiman konkreettisuuden esilletuomista. (Lew 1987, 553-558) Matkailuattraktioiden ideografinen tarkastelu soveltuu hyvin myös tähän tutkimukseen ja tutkimustuloksia tarkastellaan Lew:n mallia soveltaen. Ideografisen mallin mukaan vetovoimatekijät jaetaan luonto-orientuneisiin (nature) ja ihmisorientuneisiin (human). Tämä jaottelu ei kuitenkaan ole aina mahdollinen, jos ajatellaan esimerkiksi tiettyyn paikkaan sidottuja palveluja. (Lew 1987, 553-558) Matkailijat tulevat kohteeseen, kuten esim. leirintäalue kansallispuistossa, luonnonympäristön vuoksi, mutta jäisivät luultavasti tulematta, jos alueelle pääsemiseksi ei olisi rakennettu teitä tai muuta infrastruktuuria ja palveluja matkailijoita varten. Toisaalta matkailija valinnee valvotun ja muokatun uimarannan voidakseen uida turvallisesti, eikä siksi, että kyseinen uimaranta olisi luonnonympäristöltään tai maisemiltaan ehkä erityisen vetoava.

Edellisen kaltaisten tapausten takia Lew ottaa jaotteluun mukaan vielä kolmannen ulottuvuuden, joka on luonto- ja ihmisorientoituneiden tekijöiden yhteisvaikutus. Nämä vetovoiman ”välittäjät” (luonto, luonto/ihminen, ihminen) hän sijoittaa kolmeen ryhmään, joista ensimmäinen on yleinen ympäristö (general environment), joka on olemassa turismista riippumatta. Toinen ryhmä on ympäristön erityisominaisuudet (specific features), joista osalla on selkeät yhteydet turismiin ja osalla ei ole matkailullista merkitystä. Viimeisen ryhmän muodostavat matkailijaa varten luodut kokonaisympäristöt (inclusive environments), joiden päätarkoitus on toimia yksinomaan matkailuattraktioina.

Vetovoiman muodollisessa tarkastelussa Lew siis sijoittaa todellisia tai kuviteltuja paikkoja ominaisuuksiineen ja toimintoineen erilaisiin ympäristöihin. Yhdeksän eri typologian avulla hän selittää kaikki mahdolliset ideograafiset attraktiot. (Lew 1987, 553-558) Seuraavassa kuviossa on numeroitu eri attraktiotyypit ja korostettu luontomatkailun kannalta merkityksellisiä ryhmiä. Luontomatkailussa olennaiset tekijät liittyvät kuviossa seitsemään kaikkiaan yhdeksästä eri typologiasta, joten luontomatkailuun ideograafinen viitekehys näyttäisi soveltuvan hyvin. Tämän tutkimuksen avulla löydettyjä vetovoimatekijöitä tarkastellaan eri ympäristöjen ja vetovoiman välittäjien kannalta.

Vetovoiman välittäjät:		
LUONTO	LUONTO/ IHMINEN	IHMINEN
Yleiset ympäristöt:		
1. "Suuret" maisemat - vuoristo, saaristo, rannikko	4. Luonnon tarkkailu - kasvit, eläimet, kivilajit	7. Asutus & infrastruk. - kansat, kulttuurit
Ympäristön erityisominaisuudet:		
2. Maamerkit - geologiset, biologiset, hydrologiset	5. Luonto & vapaa-aika - reitit, virkistysalueet, uimarannat	8. Matkailun rakenteet - majoitus, ruoka, matkareitit, kuljetus
Matkailijaympäristöt:		
3. Ekologinen - kansallispuistot, suojelualueet	6. Osallistuminen - aktiviteetit: kesä, talvi, vesi	9. Vapaa-aika - tapahtumat, hovit

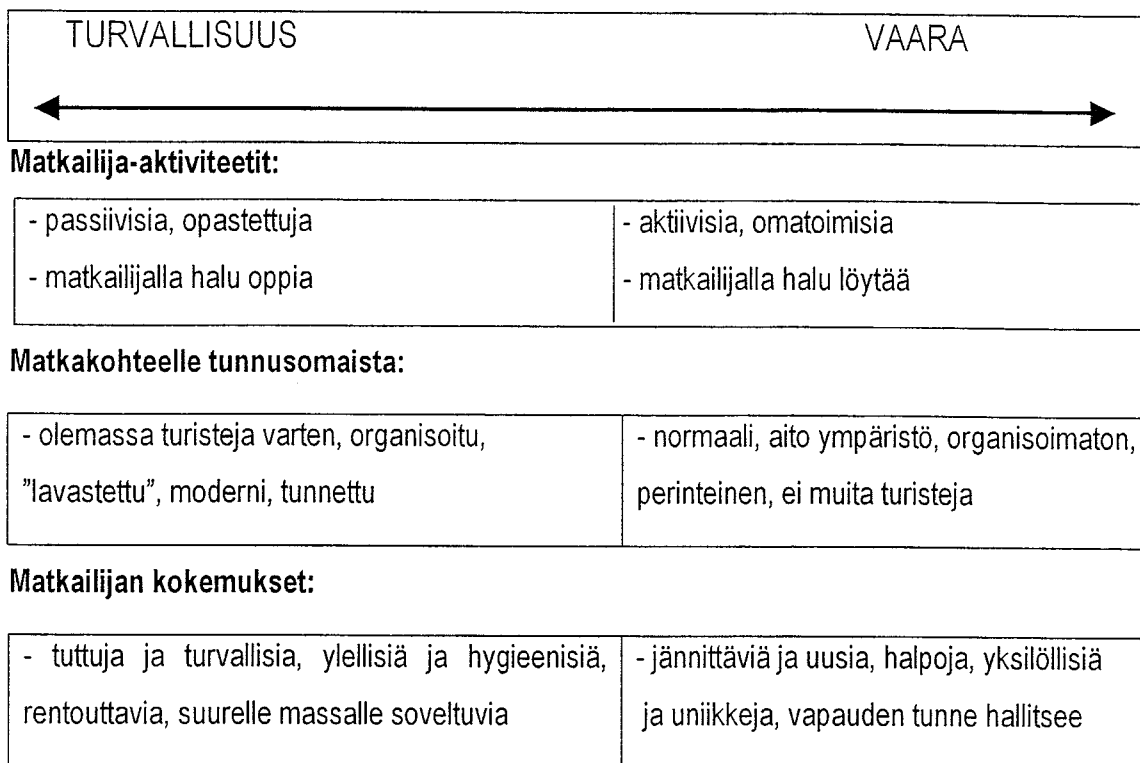
KUVIO 6. Ideograafinen matkailuattraktiotypologia (Lew 1987, 558)

Lew:n toinen, organisoitumiseen perustuva viitekehys pohtii vetovoiman suhdetta erityyneisyyteen ja yhteisyyteen mm. suhteessa tilaan ja aikaan. Organisaationäkökulmasta luontoattraktiot heijastavat Lew:n mielestä enemmän eriytyneisyyttä kuin yhteisyyttä. Eriytyneen attraktion infrastruktuuri on suunnitteleman, sen sijainti ei ole keskeinen ja sen matkailijoiden kantokyky on pieni. (Lew 1987, 561). Osa luontomatkoilijoista pitäneekin eriytyneisyyttä ja organisoimattomuutta tärkeänä osana vetovoimaa, jota luontoympäristöön sisältyy. Silti samaa ympäristöä käytetään usein myös sosiaalisia suhteita vahvistavana ympäristönä. Tämäkin viitekehys on mielenkiintoinen luontomatkoilun kannalta, mutta ideografiaa käsitteellisempi, eikä attraktioiden erityyneisyyttä tai yhteisyyttä tämän tutkimuksen tulosten osalta analysoida.

Lew:n kolmas eli kognitiivinen viitekehys perustuu matkailijan kokemuksiin ja havaintoihin, joiden myötä muodostuu attraktion ns. abstrakti vetovoima (Lew 1987, 560). Tämä viitekehys on merkityksellinen liikuntamatkailussa yleensä, sekä erityisesti luontoympäristöön liittyvien aktiviteettien vetovoiman tarkastelussa. Monen matkailijan tavoitteena on päästä kokemaan matkallaan jotain aitoa ja alkuperäistä, minkä saavuttamiseksi matkailijan täytyy päästä tavallaan matkakohteen sisään (MacCannell 1976, 94). Sisäänpääsyn hintana on riskinotto. Kognitiivisesti orientoitunut tutkimus onkin osoittanut, että sillä kuinka vaativia haasteita turistit ovat matkallaan valmiit vastaanottamaan, on läheinen yhteys erilaisissa kohteissa saatujen kokemusten vaikuttavuuteen ja elämyksien voimakkuuteen. (Lew 1987, 560)

Matkailukohteet voidaan karkeasti jakaa turisteille tarkoitettuihin ja muun kuin matkailun takia olemassaoleviin kohteisiin. Puhtaasti matkailijaa palvelevat kohteet ovat yleensä rakennetuissa, turvallisissa ja ns. epäautenttisissa ympäristöissä ja niistä kiinnostuvat turistit, joita MacCannell nimittää nähtävyysorientoituneiksi (marker involved). Nähtävyyksiä metsästäviä turisteja kiinnostaa enemmän tietylle nähtävyydelle annettu huomio ja arvo kuin itse nähtävyys tai paikka, missä se sijaitsee. Edellisten vastakohtana ovat nähtävyyksien sijaan ”näkemisestä” kiinnostuneet turistit tai matkailijat (sight involved). (MacCannell 1976, 111) Luontomatkailussa kokemukset syntyvät usein jännityksen ja vaaran tunteista ja luontoympäristöä voidaan pitää turvattomana jo sen perusominaisuuksien, aitouden ja rakenteettomuuden vuoksi. Luonnon nähtävyyksien ja vetovoiman kohdalla kyse ei yleensä olekaan nähtävyyksistä vaan näkemisestä, eli kiinnostus lähtee paikasta eikä sille esim. matkaoppaissa annetusta huomiosta.

Näkemisestä kiinnostuneidenkin ryhmässä on vielä erotettavissa monta tasoa siinä, kuinka paljon näkemisen ja kokemisen vuoksi ollaan valmiita uhraamaan omasta mukavuudesta. (MacCannell 1976, Lew 1987, 553-573) Kognitiivisessa vetovoimatarkastelussa keskeisintä on matkailijan aktiviteetin kautta saama kokemus ja sen aitous. Tämän vuoksi kognitiivisen viitekehysten avulla on mielekästä tarkastella nimenomaan luontoaktiviteetteja ja niihin liitettyjä vetovoimatekijöitä. Seuraavan sivun kuvio 7 hahmottaa kognitiivista typologiaa.



KUVIO 7. Kognitiivinen matkailuattraktiotypologia (Lew 1987, 562)

Kuvio tuo voimakkaimmin esille attraktioiden ääripäitä, vaikka suurin osa matkakohteista ja niissä saaduista kokemuksista sijoittuneee jonnekin kahden ääripään välille. Luokittelua hankaloittavat vielä eri matkailijoiden erilaiset tavat toteuttaa tarpeitaan. Jos matkan tavoitteena on esimerkiksi rentoutuminen, saattaa se yhdelle tarkoittaa rantalomaa ja kymmenien kilometrien vaellusta toiselle. (Leiper 1990, 372) Lew:n vetovoimatarkastelu on hyvin monipuolinen, eikä hänen mielestään yksikään tarkastelunäkökulma ole yksinään riittävä selvittämään kohteen tai kokemuksen vetovoimaisuutta. Kuten jo aikaisemmin todettiin, on ideografinen näkökulma yhdistettynä muihin yleisimmin käytetty sen funktionaalisuuden vuoksi. Kaikkien kolmen yhteistarkastelu antaa kuitenkin mahdollisuuden syvempään ymmärrykseen matkailun vetovoimasta. Seuraavaksi esitellään esimerkin avulla kaksi tässä tutkimuksessa merkittävintä viitekehystä eli ideografinen ja kognitiivinen kehys.

Esimerkkinä luontoattraktiosta tarkastellaan omatoimista melontaretkettä, joka tapahtuu merkityllä reitillä keskisuomalaisessa järvimaisemassa. Melontatapahtumaan sisältyy monia eri vetovoimatekijöitä. Jos melontaa tarkastellaan ideografisena attraktiona, toimivat vetovoiman välittäjinä luonto sekä luonto ja ihminen yhdessä. Järvi-Suomi on kokonaisuudessaan suurta yhtenäistä järvimaisemaa, mikä kuuluu ns. yleisiin ympäristöihin, jotka ovat olemassa matkailusta riippumatta. Tiettyä osaa suuresta alueesta on kuitenkin muokattu palvelemaan matkailijan tarpeita perustamalla esim. virkistysalue ja melontareitti sekä tarjoamalla opastusta ja välineitä melontaretken toteuttamiseksi. Järvimaiseman tarkkailun ohella yleisessä ympäristössä voi tarkkailla myös luontoa, kuten esim. järvellä liikkuvia lintuja.

Kognitiivisessa kehyksessä melonta fyysisenä ja omatoimisena aktiviteettina sijoittuu kuviossa 7. enemmän vaara- kuin turvapuolelle. Meloja haluaa toimia aidossa ympäristössä ja saada yksilöllisiä kokemuksia. Omatoiminen meloja on matkailijana enemmän ”näkemisestä” kuin nähtävyyksistä kiinnostunut. Luontomatkailijalle ei tavallisesti kelpaa lavastettu ympäristö tai itse passiivisena olo. Kohteen tai eri aktiviteettien vetovoimaisuuden esilletuomisessa kannattaa siis myös ajatella minkälaisille matkailijoille kohdetta haluaa markkinoida.

4.2 Luontomatkailun vetovoimatekijät

Luonto on aina ollut merkittävä matkailullinen vetovoimatekijä ja sen merkitys on entisestään kasvanut mm. ympäristötietoisuuden sekä aktiivilomailun kasvun myötä. Luonnon vetovoima matkailussa pitää sisällään monia tekijöitä, jotka perustuvat luonnon ominaisuuksiin ja niitä voidaan kategorisoida matkailijamotivaatioiden perusteella. Vetovoimatekijöitä ovat esimerkiksi ilmasto, kasvillisuus ja eläimistö, virkistys- ja suojelualueet, kauniit maisemat sekä luontoaktiviteetit. (Inskeep 1991, 77-80) Vuoristo (1992, 35) laajentaa listaa hieman ja pitää luonnon vetovoiman kannalta tärkeänä myös sijaintia, korkokuvaa ja maaperää (esim. harjut) sekä vesistöjä. Matkailukinjallisuudessa luonnonmaantieteelliset tekijät käsitellään usein varsin suppeasti ja niitä pidetään jopa itsestäänselvyyksinä ilmastoa lukuunottamatta (Vuoristo 1998, 55). Luontomatkailun vetovoimaa koskevassa tutkimuksessa, kuten tässä, niitä on kuitenkin aiheellista käsitellä ja eritellä.

Luonnonmaantieteelliset tekijät sekä luonnossa tehtävät aktiviteetit ovat vetovoimaan liittyvien tarkastelujen osalta tämän tutkimuksen perustaa. Vetovoimatekijöiden tarkastelu tutkimustulosten osalta noudattaa pitkälti Inskeepin ja Vuoriston jaotteluja. Maapallon luonnonmaantieteelliset vyöhykkeet ovat matkailun maantieteen aluerakenteen ja koko matkailun perusta. Nämä alueet voidaan jakaa matkailun kannalta vetovoimaisiin ja ei-matkailuun soveltuviin alueisiin. Maantieteellisiä tekijöitä ovat mm. yleinen sijainti ja sen määrämä matkailualueen etäisyys matkailun suuriin lähtöalueisiin, kuten esim. Eurooppaan. Suomen sijaintiin liittyviä vetovoimatekijöitä ovat napapiiri, yöttömät yöt ja päivättömät päivät eli kaamos.

Ilmasto

Kuiva, aurinkoinen ja lämmin ilmasto on matkailijoiden yleisesti suosima, vaikkakin tietyt aktiviteetit, kuten esim. laskettelu ja moottorikelkkailu vaativat kylmää ilmastoa ja lunta. Lämmintä tai kylmää ilmaa tarvitaan myös riittävän pitkät sesongit, jotta investoinnit olisivat kannattavia. (Inskeep 1991, 77-80) Suomen ilmasto ei ole matkailijan toivotuin, mutta Suomen mahdollisuutena on keskittyä ilmastomme erikoisuuksiin, kuten neljään eri vuodenaikaan, pitkään ja lumiseen talveen, sekä pitkään valoisaan aikaan kesäkautena. Selvä vuodenaikojen vaihtelu monipuolistaa maamme luonnonpiirteitä, koska jokaisena vuodenaikana luonto on erilainen, mitä voidaan käyttää luontomatkaailussa vahvuutena. Suomen sään epävakaisuus ja säätilojen huono ennustettavuus toisaalta kuitenkin vaikeuttavat luontomatkaailun yritystoimintaa. (Hemmi 1995, 186).

Kasvillisuus ja eläimistö

Kiinnostavat kasvit ja eläimet voivat olla tärkeitä attraktioita, varsinkin jos ne yhdistyvät vetovoimaisiin maisemiin. Kasveilla ja eläimillä on suuri merkitys eri harrasteisiin erikoistuneille luontomatkaailijoille, kuten esim. lintubongareille, valokuvaajille tai amatööribotanisteille. (Inskeep 1991, 78) Suomi kuuluu pohjoiseen havumetsävyöhykkeeseen ja Suomen pinta-alasta noin 60 % on metsää. Metsäluonto tarjoaa matkailijalle monia mahdollisuuksia erilaisiin luontoaktiviteetteihin sekä luonnon tarkkailuun, vaikka Suomen kasvisto ja eläimistö ovatkin kohtalaisen vähälajiset trooppisiin alueisiin verrattuna. (Hemmi 1995, 201-204)

Virkistys- ja suojelualueet

Merkitykselliset luontoalueet kasveineen ja eläimineen tulisi suojella esim. kansallispuistoina tai muina luonnonsuojelualueina. Suojelualueet ja muut merkityt virkistysalueet ovat itsessään attraktioita, koska ilman niitä matkailijoilla ei useinkaan ole mahdollisuutta saavuttaa kyseisiä alueita ja nauttia niiden tarjoamasta luonnon kauneudesta, elämistä tai erilaisista luontoaktiviteeteista. (Inskeep 1991, 79) Buckleyn (1999, 207-210) mukaan suojelualueiden virkistyskäyttö on maailmanlaajuisesti kasvussa ja luontomatkaillen kasvu lisää tarvetta yhä uusien suojelualueiden perustamiseen. Kasvua aiheuttavat yksityiset matkailijat ja virkistäytyjät sekä erilaiset kaupalliset retkikunnat ja ryhmät. Vierailuja tehdään kansallispuistoihin, World Heritage kohteisiin, muille suojelualueille, julkisille maille sekä erämaille.

Suomen luonnonsuojelualueet sijaitsevat pääosin valtion mailla ja suurinta osaa niistä sekä kaikkia erämailta ja valtion retkeilyalueita hoitaa Metsähallitus. Alueita on tarkoitus hoitaa niin, että luonnon monimuotoisuus ja uhanalaiset lajit säilyvät tulevillekin sukupolville. Suojelu- ja retkeilyalueilla on myös monia virkistäytymismahdollisuuksia sekä Metsähallituksen tarjoamia virkistyspalveluja. (Metsähallitus 1999) Matkaillen näkökulmasta kansallispuisto on Suomen tärkein suojelualuetyyppi. Muita matkaillen kannalta tärkeitä kohteita ovat erämaa-alueet, valtion retkeilyalueet ja eräät luonnonpuistot. (Hemmi 1995, 125) Liitteessä 1. luonnonsuojelualueita ja niiden ominaisuuksia on selitetty tarkemmin.

Vesistöt

Koska tutkimuksen kohdealue sijaitsee Järvi-Suomen sisävesialueella käsitellään tässä kappaleessa vain sisävesiä. Järviä on maamme pinta-alasta lähes 10% ja niiden lukumäärä on 187000. Virtaaviin vesiin kuuluvat joet ja purot, joista järviketjuja yhdistävät sisävesijoet ovat yleensä lyhyitä. Luontomatkaillen kannalta suurin merkitys on valjastamattomilla, luonnontilaisilla joilla, jotka toimivat melontareitteinä, koskimelontakohteina, kalastuskohteina ja nähtävyyksinä. (Hemmi 1995, 219-221) Vesistöjen merkitys maiseman kokemisessa miellyttäväksi on suuri ja myös tämän vuoksi vesistöt ovat luontomatkaillen tärkeä vetovoimatekijä.

Maisemallinen vetovoima

Pelkät kauniit maisemat tai maanpinnan muodot riittävät myös matkakohteen vetovoiman muodostumiseen, etenkin jos vielä suojelutoimenpitein on onnistuttu säilyttämään alue luonnonmukaisena ja puhtaana. Monia aktiviteetteja, kuten esim. valokuvausta, telttailua, vaellusta, luonnon tarkkailua tai erilaisia seikkailuaktiviteetteja, toteutetaan mieluiten kauniissa maisemaltaan kauniissa ympäristössä. (Inskeep 1991, 78) Tule maalle Keski-Suomeen -esitteessä kuvaillaan keskisuomalaisen luonnon ja sen maisemien vetovoimaa seuraavasti:

”Toivakka on jylhien vaarojen, vehmaiden laaksojen, kirkasvetisten järvien, metsälampien, purojen ja erämaiden maisema.” Kuhmoisista kerrotaan seuraavaa: *”Komeat näköalat, tuulenpesä ja mukuramännyt, ehkäpä huhuileva huuhkajakin, ilahduttavat patikoijaa Isojärven kansallispuistossa Kuhmoisten kunnassa.”* (Keski-Suomen matkailuyhdistys 1998)

”Autenttinen” luonto

Wang (1999) pyrkii artikkelissaan *Rethinking authenticity in tourism experience* laajentamaan MacCannellin *the Tourist* kirjassa esittämää autenttisuuden määritelmää ja autenttisuuden merkitystä matkailuattraktion syntymisessä. Perinteinen autenttisuuden määritelmä ei enää riitä selittämään suurta osaa turismista, koska se on nähtävyysorientoitunut ja sulkee ulkopuolelleen esim. sosiaalisen kanssakäymisen, luontomatkailun sekä erilaiset aktiviteetit ja harrasteet. Monet tutkijat ovat silti edelleen sitä mieltä, että matkailijat lähtevät liikkeelle nimenomaan päästäkseen näkemään ja kokemaan jotain autenttista eli aitoa ja turismitutkimuksessa autenttisuudella on edelleen vankka sijansa.

Wang jakaa autenttisuuden kahteen osaan. Toinen puoli autenttisuutta on MacCannellin määrittelemä, perinteinen, kohteen autenttisuus (authenticity of toured objects), jossa ollaan kiinnostuneita esim. museossa olevien tavaroiden aidosta alkuperästä. Toinen, tästä varsin poikkeava osa autenttisuutta on matkailijan saama autenttinen kokemus. Eli jos matkailija kokee saavansa aidon kokemuksen siinä ympäristössä, jossa matkakohde sijaitsee, täyttyvät autenttisuuden tunnusmerkit. Luontoympäristö ei sovellu MacCannellin autenttisen matkakohteen määritelmään, mutta luontomatkailussa saatuja aitoja kokemuksia aidossa ympäristössä ei voitane kyseenalaistaa. (Wang 1999, 351-352)

Luontoympäristön ”aitoudella” ja koskemattomuudella on varmasti merkitystä sen kannalta, miten vetovoimaiseksi luonto matkailullisesti koetaan. Pyrittäessä kasvattamaan luontomatkailua, pitäisi huomioida luonnon kantokyky, sekä muistaa että vetovoima vähenee, mikäli matkailijoita on luonnossa liikaa. Luonnossa virkistäytymisen määrä suojelualueilla ja erämailla on kansainvälisesti kasvussa ja siihen on löydettävissä monia syitä, kuten esim. luontoalueiden entistä parempi saavutettavuus (paremmat tiet, enemmän kulkuneuvoja), vapaa-ajan lisääntyminen, luontoalueiden vähäisyys osana ihmisten asuinympäristöjä sekä lisääntynyt luonto- ja ekomatkailu. Alkuperäinen ts. koskematon luonto on usein luontomatkailun keskeinen vetovoimatekijä.

Muiden ihmisten puuttuminen ympäriltä lisäänee vetovoimaa monien matkailijoiden kohdalla. Lisääntynyt matkailu suojelualueille on aiheuttanut keskustelua siitä, mikä on luonnonsuojelualueiden ensisijainen käyttötarkoitus, luonnon suojelu vai ihmisten virkistyminen. Mikäli matkailusta tulee näillä alueilla tärkeä elinkeino, aiheuttaa se helposti ristiriitaa luonnonsuojelun tavoitteiden kanssa. Suomessa ympäristön tila on hyvä ja matkailijamäärät vielä vähäiset, joten ongelmilta on toistaiseksi vältytty, mutta esim. Pohjois-Amerikassa matkailun ja luonnonsuojelun eriävät tavoitteet ja miljoonat matkailijat aiheuttavat ongelmia, joita on vaikea ratkaista kaikkia osapuolia tyydyttävästi.

Butlerin (1997) mielestä luontomatkailussa tulisi keskittyä ns. todelliseen vetovoimaan (intrinsic attractions) pelkkien vetovoiman ulkoisten tunnusmerkkien sijasta. Todellisella vetovoimalla hän tarkoittaa autenttisia, ei-matkailijaorientoituneita, seikkailullisia ja yksilöllisiä attraktioita, joita käsiteltiin myös Lew:n kognitiivisen attraktiomallin yhteydessä. Butlerin mielestä palveluntarjoajat eivät useinkaan näe, mitä ainutlaatuisia ominaisuuksia heidän omassa ympäristössään on ja yrittävät tarjota jokaiselle jotakin sen sijaan että keskittyisivät palvelemaan niitä ryhmiä, jotka ovat kiinnostuneita juuri kyseisen alueen luonnosta ja harrastusmahdollisuuksista. Jokaiselle jotakin metodilla eivät todellisen matkailuattraktion tunnusmerkit täyty. (Butler 1997)

4.3 Liikunta- ja luontoaktiviteettien vetovoima

Aktiviteettien vetovoimaisuuden arvioiminen ei ole tutkimuksissa ollut yhtä suosittua, kuin esim. tiettyjen kohteiden tai maantieteellisten alueiden vetovoiman selvittäminen. Aktiviteettien osuutta osana kohteen kokonaisvetovoimaa onkin vaikea mitata vain määrällisesti, laskemalla esim. ohjelmapalvelujen lukumäärää. Vetovoimaan vaikuttanee määrää enemmän se, mitä palveluja on tarjolla, miten ne toteutetaan ja millainen on palvelujen laatu. Tässä tutkimuksessa aktiviteetteja tutkitaan sekä tarjonnan että vetovoiman osalta, aktiviteettien vetovoiman tutkimiseen ei varsinaista teoriaa ole olemassa, mutta Lew:n kognitiivista kehystä voidaan tulosten tarkastelussa käyttää osin hyväksi.

Aktiviteettikeskeiset attraktiot voivat olla riskejä sisältäviä ja fyysisesti vaativia ns. ”kovia seikkailuja” (hard adventure), kuten esim. jää- tai vuorikiipeily, mutta yhtä hyvin ne voivat olla vähemmän fyysistä kapasiteettia vaativia, suhteellisen riskittömiä ns. ”pehmeitä seikkailuja” (soft adventure), kuten järvimelontaa tai kalastusta. (Canadian Tourism Commission 1997, 3)

Kouri (1991) on kysynyt Suomen kunnilta liikuntapalvelujen merkitystä kuntien matkailussa. Kyselyssä on käytetty Likertin asteikkoa 1-5, jolloin arvo yksi tarkoittaa erittäin pientä merkitystä ja arvolla viisi on erittäin suuri merkitys. Arvot kolme ja neljä tarkoittavat kohtalaista ja suurta merkitystä. Liikuntapalvelujen merkitys matkailussa oli koko maan keskiarvona 3,37 eli kohtalainen/suuri. Muista kysytyistä vetovoimatekijöistä (yhteensä 7 eri tekijää) vain luonnon kauneus sai suuremman keskiarvon (3,67) kuin liikuntapalvelut. Liikunta ja luonnon vetovoima yhdessä ovat siis Kourin tutkimuksen mukaan ylivertaisia matkailun vetovoimatekijöinä. (Kouri 1991, 13-14) Luonnossa tapahtuva liikunta ja muu virkistäytyminen kiinnostavat myös ulkomaalaisia. Matkailun Edistämiskeskuksen vuonna 1990 tekemässä kyselyssä jotain liikuntamuotoa ilmoitti Suomessa harrastaneensa yli puolet (55%) kyselyyn vastanneista. Ylivoimaisesti suosituin harrastus oli luonnossa retkeily, jota harrasti joka kolmas ulkomaalainen matkailija. Vesistöjä vaativat lajit, eli soutu, melonta, purjehdus ja kalastus olivat seuraavina. Pyöräilyä, erämaavaellusta ja muita lajeja harrasti vajaa kymmenesosa kaikista matkailijoista. (Kouri 1991, 44)

Kaupin (1996) mukaan luontoon liittyvistä kesäaktiiviteeteista ulkomaalaisten keskuudessa suosituimpia ovat olleet kalastus, erävaellus, marjastus ja sienestys sekä pyöräily ja melonta. Talvi-aktiiviteeteista suurimman suosion ovat saavuttaneet hiihtovaellukset, maastohiihto, moottorikelkka-, poro- ja koiravaljakkosafarit sekä laskettelu. (Kauppi 1996) On kuitenkin huomioitava, että kiinnostus erilaisiin liikunta-aktiiviteetteihin on huomattavasti korkeampi kuin todellisuudessa Suomessa harrastettujen aktiiviteettien osuus. Matkailijat eivät tavoita haluamiaan palveluja, sillä monet ovat ensimmäistä kertaa Suomessa, joka on useimmille tuntematon maa. Tähän asti Suomi onkin pystynyt vain osin huomioimaan suuren asiakaspotentiaalin, johon kuuluu eurooppalaisia vaeltajia, virkistyskalastajia, melojia, hiihtäjiä ja pyöräilijöitä erilaisine toiveineen. (Vatanen 1995, 33)

Luontoaktiiviteettien vetovoimaa voisi lisätä niiden saatavuutta parantamalla. Saatavuuteen liittyvät esim. vuokravälineiden (es. melonta, kalastus, kiipeily, maastopyöräily) saatavuus, sekä asiantunteva ohjaus, jonka avulla asiakas voi luottavaisesti kokeilla myös uusia lajeja. Yhtenä erittäin tärkeänä osana vetovoiman lisäämistä ovat asianmukaiset kartat ja opasteet, joilla seutua tuntematonkin ulkopaikkakuntalainen tai ulkomaalainen matkailija uskaltaa lähteä luontoon. Mahdollisuuksia luontoaktiiviteettien matkailulliseen tuotteistamiseen ja tätä kautta vetovoiman lisäämiseen on lähes rajattomasti. Tuotteistamisen ei välttämättä tarvitse merkitä edes muuta kuin kunnossapidettyjä levähdyspaikkoja ja ajantasaisia reittikarttoja.

Elämykset osana vetovoimaa

Elämysten merkitys vetovoiman muodostumisessa on keskeinen ja elämykset liittyvät olennaisesti luonnon virkistys- ja matkailukäyttöön. Nykymatkailija saa elämyksensä yhä useammin oman, aktiivisen toiminnan kautta (Kauppi 1996, 4). Aktiiviteettien ohella myös maasto, kasvillisuus, maisemat, sää, vuorokauden aikojen ja vuodenaikojen vaihtelut sekä luonnon erilaiset tuoksut ja äänet vaikuttavat elämyksien muodostumiseen. Kuutamohiihto talvipakkasilla, keväänaamuinen linturetki tai sienestys syyssateessa ovat esimerkkejä elämyksistä metsässä. (Vähätalo, Ruotsalainen 1996, 9, 51)

Hyvin toimivassa elämyspalvelussa on kaikille ihmistyypeille koettavaa. Ne tuottavat eriasteisia ja erilaisia mielihyvän tuntemuksia kaikille (Vähätalo, Ruotsalainen 1996, 56). Kuitenkin elämysten suunnittelussa tulisi huomioida myös erilaisten asiakasryhmien erilaiset tarpeet. Kokemattomat luontomatkailijat vaativat paljon ohjausta ja turvallisuuden tuntua, kokeneemmat saavat elämyksensä jännityksestä ja riskien ottamisesta. Myös asiakkaiden fyysinen kunto ja liikuntatausta vaikuttavat siihen, kuinka vaativiin suorituksiin he ovat valmiita ja kykeneviä. Liika elämysten tavoittelu ja liikojen riskien ottaminen voi johtaa myös epätoivottuihin ilmiöihin. Alpeilla kuolee vuosittain kymmeniä laskettelijoita ja vuorikiipeilijöitä, jotka ovat saattaneet aliarvioida luonnon asettamia haasteita tai ovat halunneet kohdata haasteet riskeistä huolimatta.

Mikä tahansa onkin luontomatkailussa markkinoitava tai myytävä tuote, niin taidot, kokemukset ja elämykset ovat ainoat asiat, mitkä matkailijalle matkan jälkeen jäävät matkasta muistoksi. Luonto-opastukseen ja informaatioon tulisi kiinnittää nykyistä enemmän huomiota ja suoda kaikille luontomatkailijoille mahdollisuus päästä syvemmälle ja monimuotoisemmin sisään siihen ympäristöön, johon he haluavat tutustua. De Faché (1999) korostaa voimakkaasti sitä, että matkailijat eivät tänä päivänä enää hae pelkkiä kohteita, vaan elämyksiä ja kokemuksia. Matkailumarkkinoinnissa pitäisi kuvailla enemmän elämyksiä, jotka liittyvät esim. uusiin maisemiin ja ympäristöihin sekä uusiin aktiviteetteihin.

5 MATKAILU KESKI-SUOMESSA

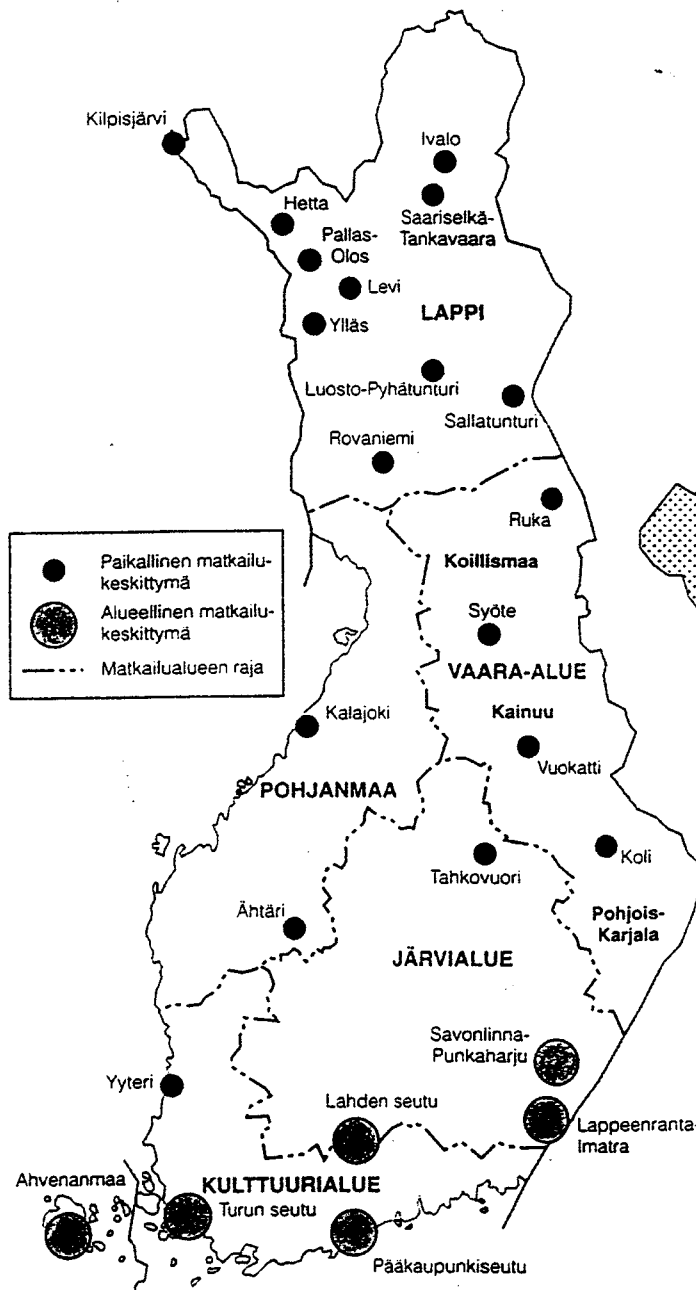
Suomi jaetaan matkailussa viiteen suuralueeseen, joita ovat Kulttuurialue, Järvialue, Vaara-alue, Pohjanmaa ja Lappi (ks. kuvio 8, sivulla 57). Järvialueella on lähes 200 000 järveä ja tällä alueella järviluonto on luonnollisesti parhaimmillaan. Järvi-aluetta voidaankin pitää Suomen matkailun potentiaalisena ydinalueena. Alueella on erinomaiset mahdollisuudet ympärivuotiseen lomamatkailuun ja viikonlopputurismiin, koska etäisyydet ovat verrattain lyhyet. Suuret vesistöalueet, kuten esim. Päijänne ovat vetovoimaisia ja ilmentävät tyypillistä suomalaismaisemaa, johon kuuluu vettä, metsää sekä vaihtelevaa korkokuvaa. (Vuoristo 1998, 94-98)

Keski-Suomen maakunta tutkimuksen kohdealueena on osa Järvi-Suomen maantieteellistä matkailu-aluetta ja se sijaitsee Järvi-Suomen länsiosassa. Tämän tutkimuksen tuloksia voidaan tietyin rajoittein laajentaa koskemaan koko Järvi-alueen luontomatkailua ja sen vetovoimaa. Järvi-alueen vetovoimaa ja matkailumahdollisuuksia ei ole tutkittu läheskään yhtä laajasti kuin esim. Lapin matkailu-aluetta. Tutkimuksen kohdealue haluttiinkin valita nimenomaan Järvisuomen alueelta, koska matkailupotentiaalin lisäksi alueella on myös luonnon vetovoimaa keskimäärin muita Suomen kuntia enemmän (ks. kuvio 9, sivulla 57). (Vuoristo, Santasalo 1992).

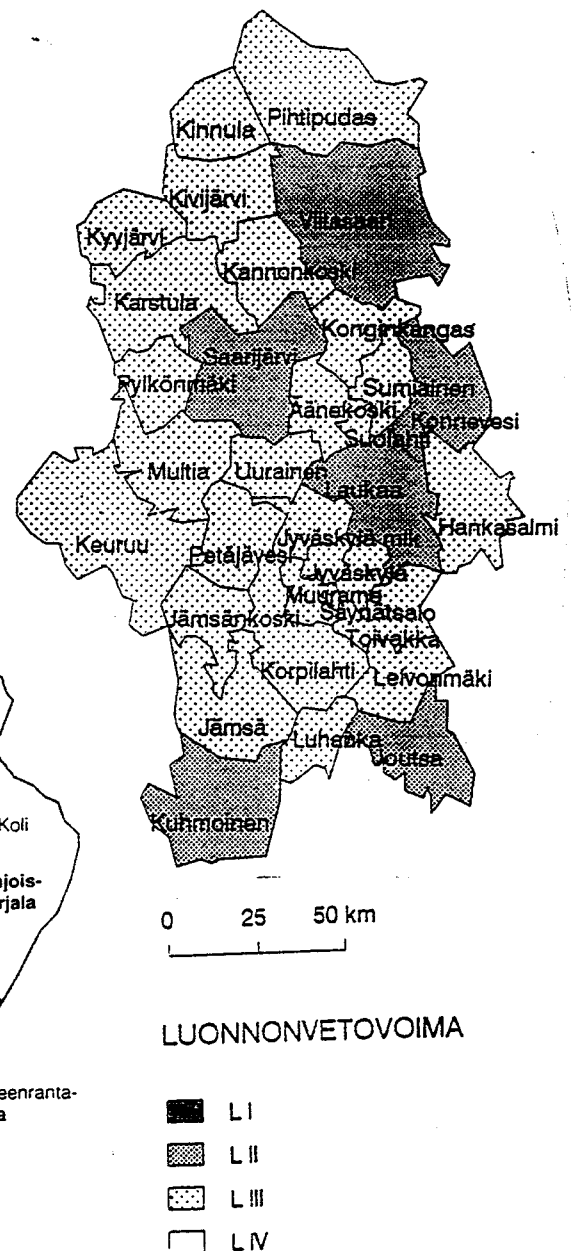
Keski-Suomen maakunta on valittu tutkimuksen kohteeksi ja valtakunnallisen LVVI-tutkimuksen luontomatkailupilotiksi myös siksi, että tutkimus on helppo suorittaa ja yhteistyö eri tahojen kanssa sujuu helpommin, kun fyysinen etäisyys tutkijan ja tutkittavien välillä on pieni. Keski-Suomesta löytyy paljon luontomatkailun toimialalla toimivia yrityksiä sekä luonnon vetovoimaa, joiden avulla palveluja on helpompi markkinoida. Aktiiviseen lomaviihtoon kuten esim. melontaan, kalastukseen, vaeltamiseen tai pyöräilyyn maakunnassa on erinomaiset mahdollisuudet.

Keski-Suomen asukasluku on noin 270 000 ja kuntia maakunnassa on 30. Maakunnan pääkaupunki on Jyväskylä, joka on 77 000 asukkaan yliopistokaupunki ja suosittu kongressikaupunki. Muita kaupunkeja ovat Jämsä, Saarijärvi, Keuruu, Suolahti, Äänekoski ja Viitasaari.

Keski-Suomi on helppo saavuttaa kaikkialta Suomesta hyvien liikenneyhteyksien vuoksi. Puhtaan luonnon keskellä olevat järvet hallitsevat keskisuomalaista maisemaa, mikä tekee maakunnasta ideaalisen matkailukohteen. (Central Finland-Holiday Finland 1999) Keski-Suomen matkailu on kasvanut koko 90-luvun, vuonna 1998 yöpymisiä oli yli 900000. Ulkomaalaisista suurimman ryhmän muodostavat venäläiset (22% yöpymisistä), joiden perässä seuraavat saksalaiset (19% yöpymisistä) ja virolaiset (6%). Näistä venäläiset viihtyvät Keski-Suomessa enimmäkseen talvella ja saksalaiset kesällä. (Keskisuomalaisen verkkolehti 1999)



KUVIO 8. Suomen matkailualueet ja matkailukeskittymät (Vuoristo 1998, 95)



KUVIO 9. Luonnon vetovoima Keski-Suomen maakunnan kunnissa. (Vuoristo, Santasalo 1992, 62)

Edellisen sivun kartoilla on kuviossa 8. kuvattu Suomen viisi matkailualueutta matkailukeskittymiseen. Keski-Suomi sijoittuu osaksi laajahkoa järvioluetta. Kuviossa 9. näkyvät Keski-Suomen maakunnan kunnat sekä niille määritelty luonnon vetovoima. Vuoriston ja Santasaloon (1992) tekemässä tutkimuksessa, jota selitetään tarkemmin seuraavassa kappaleessa, kaikki kunnat sijoittuvat joko luokkaan kaksi tai kolme.

Vuoristo ja Santasalo (1992) ovat kartoittaneet Suomen matkailun aluerakennetta ja jakaneet matkailun kokonaisvetovoiman neljään eri osa-alueeseen, joita ovat majoitus- ravitsemis- ja liikennepalvelut, ohjelma- ja tapahtumapalvelut, kulttuurivetovoima- ja palvelut sekä neljäntenä luonnon vetovoima. Jokainen kunta on sijoitettu neljään eri luokkaan eri vetovoimatekijöiden suhteen. Tässä työssä tarkastelun alla on Keski-Suomen maakunnan alueen 30 kuntaa ja näille määritelty vetovoima. Vetovoimaluokista luokka neljä on vetovoimaltaan vaatimattomin, kun taas luokkaan yksi sijoitetuilla kunnilla on eritellyllä osa-alueella valtakunnallisen tason vetovoimaa.

Luonnon vetovoima on edellämainituista neljästä ryhmästä ainoa, jossa Keski-Suomen maakunnan kaikki kunnat sijoittuvat vähintään luokkaan kolme, kun esimerkiksi kulttuurivetovoiman osalta 28 kuntaa eli 93% sijoittuu alimpaan eli neljänteen luokkaan. Luonnon vetovoiman osalta keskisuomalaisista kunnista 20% sijoittuu toiseen luokkaan ja loput 80% kolmanteen luokkaan. Ohjelmapalveluissa luonnon vetovoiman ei silti ole juurikaan todettu näkyvän, tai sitä ei ole hyödynnetty, sillä ohjelma- ja tapahtumapalvelujen vetovoimaryhmässä 70% kunnista on sijoitettu alimpaan eli neljänteen luokkaan. Luonnon vetovoima on Vuoriston ja Santasaloon tutkimana Keski-Suomessa tärkein vetovoimatekijä. (Vuoristo, Santasalo 1992)

Edellä käsitellyssä Kourin liikuntamatkailuraportissa Keski-Suomen liikuntapalvelut arvioitiin viisiportaisella Likertin asteikolla vetovoimaltaan kolmen ja puolen arvoiseksi, eli liikuntapalvelujen merkitys oli kohtalainen/suuri. Luonnon vetovoima luokiteltiin merkitykseltään suuureksi eli sen arvo oli tasan neljä. Keski-Suomen tuloksia voidaan katsoa vielä vetovoimaisimpien liikuntalajien kannalta. Kuntoliikunta ja hiihto olivat Kourin tutkimuksessa matkailun kannalta tärkeimmiksi koetut lajit, muita kymmenen parhaan listalla olevia ei-kilpaurheilulajeja ovat vapaa-ajan kalastus, suunnistus, soutu ja uinti. (Kouri 1991,13,20)

Kaikkia edellämainittuja lajeja harrastetaan luonnon ympäristössä. Kourin raporttiin tiedot on kerätty kunnilta, matkailuyrittäjien käsitykset eri aktiviteettien tärkeydestä voivat siis olla näistä hyvinkin poikkeavat. Varsinaista tärkeysjärjestystä ei tässä tutkimuksessa selvitetä, mutta tarkastellaan eri aktiviteettien tarjontaa ja yrittäjien näkemyksiä aktiviteettien merkityksestä vetovoiman muodostajina.

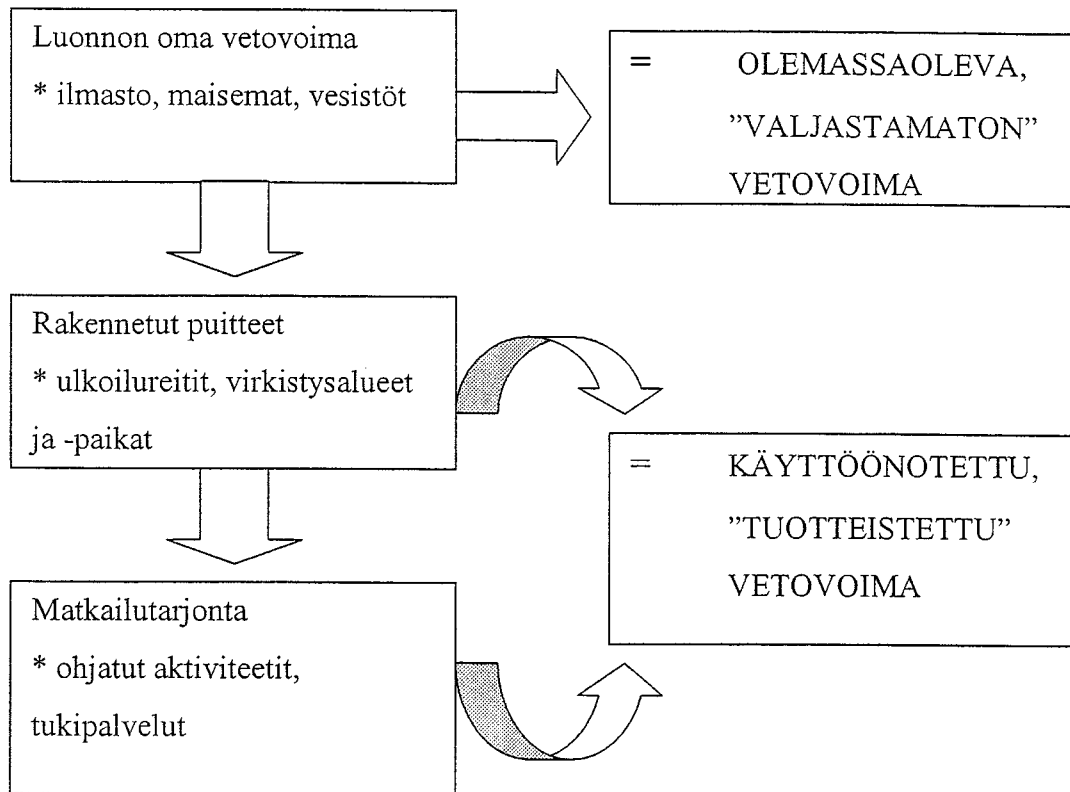
6 TUTKIMUSTEHTÄVÄ JA TUTKIMUKSEN VIITEKEHYS

Tämän tutkimuksen tehtävänä on,

- 1) Kartoittaa aktiivisten (ohjattujen ja omatoimisten) luontomatkailupalvelujen tarjonta Keski-Suomen maakunnan alueella
- 2) Tutkia mistä luontomatkailun vetovoima Keski-Suomessa muodostuu tarjonnan eli yrittäjien ja muiden palveluntarjoajien näkökulmasta
- 3) Selvittää minkä verran yksityiset palveluntuottajat käyttävät julkisia virkistytymismahdollisuuksia (reitit, alueet, paikat) toiminnoissaan ja minkälaista yhteistyötä he toivoisivat julkisten palveluntarjoajien kanssa.
- 4) Käyttää tutkimuksen tietosisältöä ja tuloksia apuna LVVI-tietojärjestelmän suunnittelussa ja kehittämisessä luontomatkailutietojen osalta.

Luontomatkailun vetovoiman osalta tutkimus perustuu edellä esiteltyihin Lew:n vetovoimamalleihin sekä Inskeepin ja Vuoriston määritelmiin luonnon vetovoiman elementeistä matkailussa. Inskeepin mukaan luonnon vetovoiman elementtejä ovat ilmasto, kasvit ja eläimet, maanpinnan muodot ja maisemat, suojelu- ja virkistysalueet sekä luontoaktiviteetit. Vuoristo pitää tärkeänä näiden lisäksi sijaintia ja vesistöjä. Tulosten analyysissä vetovoimatekijöitä ryhmitellään Inskeepin ja Vuoriston määrittelyjen mukaan, mutta tarpeen vaatiessa vetovoimatekijöihin voidaan lisätä myös muita luokkia.

Inskeepin ja Vuoriston elementit muodostavat vetovoiman sisällön, mutta vasta matkailutarjonnan kautta vetovoima konkretisoituu ja matka vetovoimaiseen kohteeseen on mahdollista toteuttaa. Wallin (1989) muodostama matkailun ja ulkona virkistytymisen viitekehys jakaa matkailun tarjonta- ja kysyntätekijöihin. Tässä työssä käsitellään viitekehysten tarjontatekijöihin liittyvää osaa. Luontomatkailutarjonta antaa matkailijoille mahdollisuudet matkan ja haluamiensa aktiviteettien toteuttamiseen. Tarjonta koostuu tarjonnan tyypeistä, määrästä, laadusta, kapasiteetista ja saavutettavuudesta, joita on selvitetty tarkemmin kappaleessa 3.5.



KUVIO 10. Tutkimuksen pääasioita kokoava viitekehys

Tässä viitekehyksessä on esitetty tutkimuksen keskeinen sisältö, sekä se miten vetovoima- ja tarjontatekijöitä tässä tutkimuksessa käsitellään ja ymmärretään toisiinsa liittyvänä kokonaisuutena. Kuvion avulla tutkimustehtävän keskeinen aines, joka liittyy tarjonta- ja vetovoimatekijöihin, saadaan esille. Tarjonta ja vetovoima eivät ole toisistaan irrallisia, sillä tarjonnan luomiseksi tarvitaan ainakin jonkinasteista vetovoimaa. Toisaalta erittäinkin vetovoimaisella luontoympäristöllä, jossa aktiviteetteja voisi toteuttaa kauniissa maisemissa, ei ole suurtakaan matkailullista merkitystä, mikäli sitä ei olla lainkaan tuotteistettu, eikä se ole matkailijalle "tarjolla". Tuotteistamisen aste vaihtelee kevyestä luonnon muokkauksesta (esim. retkeilyreitit) kaikenkattaviin luonto-ohjelmapaketteihin.

7 TUTKIMUKSEN KULKU

Tutkimuksen toteuttamiseen olisi voinut soveltaa moniakin eri tutkimusmenetelmiä riippuen tutkimuksen rajauksesta sekä siitä, mitä asiaa tutkimuksessa haluttiin painottaa. Alunperin tutkimus oli tarkoitus tehdä haastattelututkimuksena ja keskittyä luontomatkailun vetovoimaan ja sen kuvaamiseen. Tällöin tutkimuksesta olisi tullut laadullinen tutkimus ja se olisi perustunut suurelta osin tutkijan ja haastateltavien omiin tulkintoihin siitä, mitä on matkailun vetovoima. Koska tutkimuksesta kuitenkin haluttiin olevan myös hyötyä Keski-Suomen matkailuelinkeinolle ja LVVI-tietojärjestelmän kehittämiseksi, päädyttiin kyselytutkimukseen.

Kyselyn avulla voidaan haastattelua tehokkaammin kartoittaa luontomatkailun määrää ja tarjolla olevia palveluja. Luontomatkailun vetovoiman selittämisestä ei silti luovuttu, vaan kyselyssä kerättiin avoimin kysymyksin vastaajien käsityksiä vetovoimatekijöistä, joskaan ei varmasti yhtä syvällisesti kuin mihin haastattelun avulla olisi pystynyt. Kyselyn avulla on kuitenkin mahdollista saavuttaa paljon suurempi joukko yrittäjiä kuin haastatteleamalla, jolloin tulosten yleistettävyys paranee. Vetovoimatekijöiden selventämiseksi ja tarjonnan laadun arvioimiseksi tutkimuksen toisena menetelmänä ajateltiin kyselyn tukena käyttää esiteanalyysiä, jota varten matkailuyritykset ovat itse toimittaneet analysoitavat esitteet vastaustensa yhteydessä. Myös matkailuyritysten internetsivujen analysointi oli harkinnassa, koska monilla sivuilla tuli käytyä valittaessa tutkimukseen sopivia yrityksiä. Esiteanalyysistä ja internetsivujen analysoinnista kuitenkin luovuttiin, koska saadut esitteet olivat tasoltaan hyvin vaihtelevia ja niitä saatiin vain hieman yli puolelta vastaajista. Internetsivujen analysoiminen olisi vaatinut jo kokonaan uuden tutkimuksen. Lopulta laajahkoa kyselyä pidettiin riittävänä materiaalina opinnäytetyötä varten.

7.1 Kyselytutkimus

Tutkimuksen perustana on survey- eli kyselytutkimus millä tarkoitetaan sitä, että tietoa kerätään standardoidulla kyselylomakkeella tietyistä perusjoukosta otetulla otoksella. Kerätyn aineiston avulla voidaan kartoittaa, kuvailla tai selittää erilaisia ilmiöitä. Tämä tutkimus on luonteeltaan lähinnä kartoittava ja kuvaileva. Kartoittavan tutkimuksen tarkoituksena on selvittää vähän tunnettuja ilmiöitä ja etsiä uusia näkökulmia tai jopa löytää uusia ilmiöitä. Kuvaileva tutkimus dokumentoi ilmiöistä keskeisiä ja kiinnostavia piirteitä. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 1997, 130-136)

Postikyselyn etuja ovat mm. sen edullisuus ja helppous aineistonkeruumenetelmänä. Kaikki vastaajat saavat samat kysymykset ja heillä on niin paljon aikaa vastata kysymyksiin, kun he kokevat tarvitsevansa. Kyselyn haittoja ovat suuri kato (70% vastausprosentti on jo hyvä, mutta monissa tutkimuksissa siihenkään ei yllätä) ja se ettei tutkija voi kommunikoida vastaajan kanssa, jos vastaaja ei esim. ymmärrä tiettyä kysymystä. Kyselyssä myös kysymysten määrä on rajoitettu, koska kovin pitkiin kyselyihin ei yleensä viitsitä vastata. (Koski 1996)

Tämän tutkimuksen kyselylomake jakaantui kolmeen osaan, joista ensimmäisessä eli A-osassa selvitettiin vastaajien tausta- ja yhteystietoja sekä yrityksen sähköistä linkittymistä. Toisessa ja kolmannessa osassa (B- ja C-osat) selvitettiin yrityksen tai muun tahon tarjoamia luontomatkailupalveluja ja muita palveluja sekä niiden soveltuvuutta yksittäisille henkilöille, ryhmille, liikuntaesteisille sekä ulkomaalaisille. Kyselylomakkeen neljäs eli D-osa koski luontomatkailun vetovoimaa ja siihen liittyviä tekijöitä, viidennen eli E-osan avulla haluttiin selvittää palvelun tarjoajan yhteyksiä julkisiin virkistyspalveluihin ja niiden tarjoajiin.

7.2 Tulosten analysointi

Tutkimuksen tulosten analysoinnissa yhdistetään erilaisia menetelmiä, jolloin kyseessä on ns. triangulaatio. Denzin erottaa neljä erilaista tapaa trianguloida tutkimuksenteossa. Näitä ovat aineisto-, tutkija-, teoria- ja menetelmätriangulaatio (Eskola ja Suoranta 1996, 40-42). Tässä tutkimuksessa käytetään menetelmätriangulaatioita, sillä menetelmätriangulaationa voidaan pitää määrällisten eli kvantitatiivisten ja laadullisten eli kvalitatiivisten analysointimenetelmien käyttöä samassa tutkimuksessa.

Tulokset voidaan jakaa kahteen eri ryhmään. Kyselylomakkeissa osa kysymyksistä on strukturoituja, jolloin vastaajalle on annettu valmiit vastausvaihtoehdot. Näiden kysymyksien vastauksia voidaan käsitellä tilastollisesti. Tässä tutkimuksessa tätä osaa tuloksista käsitellään SPSS 8.0 for Windows -ohjelman avulla. Kyselyssä olevia avoimia kysymyksiä, joihin vastaajilla on mahdollisuus kirjoittaa oma vastauksensa ryhmitellään erilaisiksi teemoiksi ja käsitellään enemmän laadullisesti kuin määrällisesti. Vastauksista pyritään etsimään teemoja ja yhtäläisyyksiä, jotka toistuvat monissa vastauksissa, mutta yksittäinenkin vastaus voi olla arvokas tutkimuksen kannalta. Tällainen vastaus tuo erityisen selvästi esille esim. vetovoimaan liittyviä yksityiskohtia tai asioita, joita muut vastaajat eivät ole tulleet ajatelleeksi.

7.3 Tutkimuskyselyn toteuttaminen

Tutkimus on toteutettu kyselytutkimuksena, jonka täydentäjänä kyselyyn vastanneita on pyydetty toimittamaan esite ja hinnasto heidän tarjoamistaan luontomatkailupalveluista. Tutkimuksen perusjoukkona ovat aktiivisia (omatoimisia tai ohjattuja) luontomatkailupalveluja tarjoavat yritykset tai muut tahot Järvisuomessa. Tutkimuksen otoksena ovat luontomatkailupalveluja tarjoavat yritykset ja muut tahot Keski-Suomen maakunnassa.

Matkailussa Keski-Suomi on jaettu 7 eri seutuun, joille on nimetty matkailun seutuvastaavat. Nämä seudut ovat Jämsän seutu, Kaakkoinen Keski-Suomi, Saarijärven seutu, Ääneseutu, Jyväskylän seutu, Viitasaaren seutu ja Keurusseutu. Jotta tutkimuksen kannalta relevantit yritykset pystyttiin löytämään, piti yrityksistä ja niiden toiminnasta saada jotain tietoja. Näitä tietoja kerättiin alueellisista ja maakunnallisista matkailuesitteistä, seutujen, kuntien ja yritysten ylläpitämiltä internetsivuilta sekä matkailun seutuvastaavien avustuksella. Seutuvastaaviin oltiin yhteydessä ensin puhelimitse, jolloin heille kerrottiin tutkimuksesta ja pyydettiin heidän apuaan tutkittavien yritysten selvittämisessä sekä kyselyjen toimittamisessa yrityksille. Seutuvastaaville lähetettiin kyselyjen yhteydessä lista yrityksistä, joille kysely ainakin tulisi toimittaa. Lisäksi heitä pyydettiin täydentämään oman seutunsa yrityslistaa niillä matkailuyrityksillä, jotka heidän mielestään olivat listattujen lisäksi relevantteja tutkimuksen kannalta.

Kaikkiaan matkailuyrityksiä on Keski-Suomessa noin 400 ja näistä osin tai kokonaan luontomatkailun toimialalla arveltiin aluksi olevan noin 150. Seutuvastaavien, matkailuesitteiden ja internetin avulla tehdyn selvityksen jälkeen yrityksiä, joiden arveltiin toimivan osin tai kokonaan luontomatkailun parissa, löytyi kuitenkin yhteensä 198 kpl. Kysely päätettiin lähettää kaikille tiedossa oleville yrityksille.

Kyselyn ensimmäinen kierros suoritettiin matkailun seutuvastaavien avustuksella. Ennen kyselylomakkeiden lähettämistä soitettiin matkailun seutuvastaaville ja kerrottiin heille tutkimuksesta ja LVVI-tietojärjestelmästä, sekä niiden tavoitteista ja selvitettiin kenelle kyselyt lähetetään. Tämän jälkeen kyselyt saatekirjeineen (liite 2) ja muun informaatiomateriaalin (LVVI-tutkimusesite, Suomalaisen liikunnan tietopankin esite, sekä näistä kertovat artikkelit Liikunta ja Tiede sekä Ympäristö -lehdissä) kanssa lähetettiin seutuvastaaville tai muille asianosaisille. Seutuvastaaville lähetettiin eri määrä kyselylomakkeita riippuen luontomatkailuyritysten määrästä seudulla. Määrää arvioitiin matkailuesitteiden sekä internetistä saatujen tietojen perusteella ja seutuvastaavia pyydettiin monistamaan lisää kyselyjä tarpeen mukaan. Lisäksi kaikille annettiin ohjeet kyselyyn vastaamisesta internetissä. Jos yrittäjä halusi vastata kyselyyn internetin välityksellä, ei paperilomaketta tällöin tarvinnut palauttaa. Kyselyt lähetettiin yrityksiin eri seuduilla aikavälillä 21. 7 – 4.8. 1999. Kyselyyn vastaamisen takarajaksi annettiin 30.8.

Ensimmäisen kyselykierroksen jälkeen vastauksia oli niin vähän (vastausprosentti 29%), että kyselykierros suoritettiin toistamiseen. Toisella kierroksella saatekirjettä hieman muutettiin ja pyrittiin motivoimaan vastaajia. Ennen toista kierrosta otettiin puhelimitse yhteyttä seutuvastaaviin ja pyydettiin heitä lähettämään nimi- ja osoitelista yrityksistä, joille kyselyt oli lähetetty. Kyselyt postitettiin 22.9. ja niiden eräpäivä oli 15.10.1999. Tämän jälkeen joihinkin yrityksiin vielä soitettiin ja lähetettiin sähköpostia, jolloin viimeiset vastaukset saatiin lokakuun loppuun mennessä. Karhukierroksen jälkeen 98 yritystä oli antanut vastauksensa tutkimukseen.

Tutkimuksen laskennalliseksi vastausprosentiksi saatiin siis 49, mutta koska tutkitun yrittäjä- ja palveluntarjoajajoukon suuruudesta ei ole varmuutta, ei vastaamattomuuden syitä voida tietää, eikä määritellä varsinaista katoa. Kaikki lomakkeet eivät kohdentuneet halutuille tahoille, sillä osa vastauksista todettiin tutkimukseen sopimattomiksi. Toisaalta kaikkia luontomatkailupalvelujen tarjoajia ei varmasti edes tavoitettu suuresta taustatyöstä huolimatta. Tämä tutkimus ja sen myötä tehdyt johtopäätökset perustuvat niiden 90 palveluntarjoajan vastauksiin, jotka vastaustensa perusteella tutkimukseen hyväksyttiin.

7.4 Tutkimuksen luotettavuudesta

Tutkimuksen luotettavuutta tarkasteltaessa pitää ottaa huomioon erinäisiä tekijöitä, joita ovat ainakin tutkimuksen kyky mitata niitä asioita, joita haluttiin mitata eli validiteetti, tutkimustulosten yleinen luotettavuus ja yleistettävyyys eli reliabiliteetti sekä aineiston sisäinen luotettavuus. Aineiston sisäisellä luotettavuudella tarkastellaan sitä, ovatko vastaajat voineet olla ja olleet vastauksissaan totuudenmukaisia ja jos eivät, niin mistä syistä.

Tulosten validiteetti

Tulosten validiteetilla tarkoitetaan sitä, onko tutkimuksella pystytty mittaamaan niitä asioita, joita haluttiin mitata, eli onko tutkimuksen toteuttamiseen valittu oikeat mittarit. Tällä tutkimuksella selvitettiin luontomatkailun tarjontaa ja vetovoimaa Keski-Suomessa, joka on vain osin määrällisesti mitattava ilmiö. Kyselylomake pyrittiin laatimaan selkeästi täytettäväksi ja eri aihekokonaisuudet oli ryhmitelty erikseen. Kaikki kysymykset eivät ehkä kuitenkaan kyenneet antamaan vastauksia haluttuihin asioihin ja joitakin asioita, jotka kokonaisuuden kannalta olisivat olleet hyödyllisiä, jäi kysymättä. Kyselyssä olisi voinut kysyä esim. yrityksen päätuotteista ja pääasiakasryhmistä.

Tulosten reliabiliteetti

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten yleistettävyyttä koko perusjoukon eli tässä tapauksessa Järvi-Suomen matkailualueen suhteen. Vastauksissa on edustettuna hyvin monenlaisia luontomatkailuyrityksiä, pieniä ja suuria, matkailua pääelinkeinonaan harjoittavia sekä niitä, joille matkailuaktiviteetit ovat sivuelinkeino esim. maatalouden harjoittamisen rinnalla. Yritykset edustavat tasaisesti koko otosaluetta eli Keski-Suomen maakuntaa ja maakunnan kaikkia seitsemää matkailuseutua. Yritykset sijaitsevat pienissä kunnissa sekä kaupungeissa, periferioissa ja lähes kaupungin keskustassa. Yritykset tarjoavat Järvi-Suomen matkailualueella tyypillisiä aktiviteetteja, joten ainakin Järvi-alueella tutkimuksen reliabiliteetti on hyvä.

Tutkimustuloksia voitaneen varauksellisesti ja joiltain osin yleistää koskemaan jopa koko Suomen luontomatkailutarjontaa sekä sen ominaisuuspiirteitä. Varauksina tulosten yleistämisessä koskemaan koko Suomea on pidettävä erilaisia luontoympäristöjä, sijaintia ja ilmastoa (esim. Lappi, Pohjanmaa, saaristo-Suomi).

Aineiston sisäinen luotettavuus

Aineisto on sisäisesti luotettava, jos vastaajien antamat vastaukset vastaavat heidän todellisia käsityksiään asioista. Tähän tutkimukseen vastaajat vastasivat omalla nimellään, joten tarjontatietojen osalta (kuten esim. tarjotaanko majoitusta tai nimettyjä aktiviteetteja) vastaukset pitänevät paikkansa. Toisaalta voidaan ajatella yritysten halunneen tuoda esille vain parhaita puolia omasta yrityksestään ja tarjoamistaan palveluista ja tämän vuoksi jopa hieman kaunistelleen tai liioitelleen totuutta kysyttäessä esim. tarjottuja aktiviteetteja. Vetovoimatekijöiden suhteen kyse on vastaajien omista käsityksistä ja mielipiteistä, joten kaikkia vastauksia tulee pitää ”oikeina”. Jo kyselyä laadittaessa vastaajien vastaaminen omalla nimellään oli tiedossa ja tämän vuoksi ei kysytty esim. palveluissa esiintyviä puutteita tai heikkouksia, vaan päinvastoin palveluiden hyviä ja vetovoimaisia ominaisuuksia.

8 TULOKSET

Tutkimuksen tulososassa käydään läpi tutkimuskyselyn avulla löydetyt tulokset. Tulosten alkuosassa kuvataan kerättyä aineistoa sekä tutkimukseen vastanneita yrityksiä ja muita palveluntarjoajia. Varsinaiset tutkimustulokset voidaan jakaa kolmeen osaan, luontomatkailun tarjontaan, vetovoimatekijöihin ja julkisiin virkistysmahdollisuuksiin liittyviin tutkimusaiheisiin. Tulokset käsitellään mainitussa järjestyksessä. Koska tutkimuskyselyyn liittyi monia avoimia kysymyksiä, ei määrällisyys tai laskennallisuus ole tulosten raportoinnin tärkein mittari. Avoimista kysymyksistä saaduista vastauksista on muodostettu erilaisia aihekokonaisuuksia, joiden mukaan tulokset on jaoteltu omiin kappaleisiinsa.

8.1 Aineiston kuvaus

Tutkimuksessa kyselylomakkeita lähetettiin kaikkiaan 198 kpl ja kyselyyn vastasi 98 yritystä tai palvelun tarjoajaa. Lähes viidesosa vastaajista vastasi kyselyyn internetissä, loput palauttivat lomakkeen postitse. Kaikista vastanneista valittiin varsinaiseen tutkimusaineistoon kuitenkin vain 90 vastausta, sillä loput vastanneet ilmoittivat etteivät tarjoa lomakkeessa kysyttyjä luontomatkailupalveluja tai ovat lopettaneet toimintansa kokonaan. Tutkimusotosta sekä sen muodostamiseen liittyviä ongelmia on käsitelty kappaleessa 7.3. Vastaukset edustivat maakunnan kaikkia seitsemää matkailuseutua seuraavasti:

Jyvässeutu	18 vast.
Jämsän seutu	17 vast.
Kaakkoinen Keski-Suomi	12 vast.
Keurusseutu	13 vast.
Saarijärven seutu	13 vast.
Viitasaaren seutu	9 vast.
Äänesseutu	<u>8 vast.</u>
YHT.	90 vastausta

Keski-Suomen maakunnan kolmestakymmenestä kunnasta 27 kuntaa oli edustettuna tutkittujen yritysten kotikuntina, kunnista Jyväskylän maalaiskunta, Kyyjärvi ja Multia puuttuivat. Kunnat, joiden alueelta saatiin eniten vastauksia olivat Jämsä, Keuruu ja Jyväskylä, joista kustakin saatiin vähintään 10 prosentin osuus kaikista vastauksista. Loput vastaukset jakautuivat muiden kuntien kesken yhdestä kahdeksaan prosentin vastaajaosuusiksi. Useiden yritysten toiminta-alue on kuitenkin suurempi kuin pelkkä yrityksen kotikunta. Yli kolmannes yrityksistä toimi useamman kuin yhden kunnan alueella, vähintään viiden kunnan alueella tai vielä laajemmalla, esim. maakunnan alueella, toimi runsas kymmenen prosenttia palveluntarjoajista.

8.2 Vastaajaprofiilit

Tutkimukseen vastasi hyvin erityyppisiä ja -kokoisia yrityksiä. Tutkimusmateriaalin ymmärtämiseksi ja analysoimiseksi on siksi syytä luoda jonkinlainen kokonaiskäsitys vastaajajoukosta eli niistä yrittäjistä tai muista tahoista, jotka Keski-Suomessa tarjoavat luontomatkailupalveluja eri muodoissa. Vastanneet yritykset tai muut palveluntarjoajat on luokiteltu yritysten toimintamuotojen sekä heidän tarjoamiensa pääasiallisten palvelujen mukaan. Eri luokat eivät ole toisiaan täysin poissulkevia, jolloin jotkut palveluntarjoajista sopivat kahteen eri luokkaan. Vastaajaprofiilien muodostamisessa on käytetty apuna kyselylomakkeita sekä yritysten omia esitteitä. Vaikka luokittelu perustuu tutkijan omiin arvioihin, eikä ole aukoton, pystytään sen avulla muodostamaan kuva eri luokkiin sijoitettujen palveluntarjoajien tunnuspiirteistä.

1. *Täyden palvelun matkailuyritykset* tarjoavat matkailijalle ohjelman, ruuan ja majoituksen ja ovat yleensä päätoimisia matkailuyrityksiä. Näiden osuus tutkimusaineistossa oli noin neljäsosa kaikista yrityksistä.
- 2a. *Luonto-ohjelmalveluihin erikoistuneet täyden palvelun matkailuyritykset* tarjoavat matkailijoille saman palvelut kuin edellä, mutta markkinoinnissaan ja muussa tiedottamisessa he haluavat olla esillä nimenomaan luontoaktiviteetteihin erikoistuneina yrityksinä. Luokkien 1 ja 2a yritykset olivat yleensä useiden työntekijöiden yrityksiä.
- 2b. *Luonto-ohjelmalveluja tarjoavat osuuskunnat, kylätoimikunnat tai vastaavat* järjestävät matkailijoille monipuolisia luontoaktiviteetteja, mutta usein myös muuta toimintaa, joka ei ole matkailusidonnaista.

Osuuskunnat ja erilaiset toimikunnat eivät myöskään ole varsinaisia yrityksiä. Yhteensä luokkiin 2a ja 2b sijoittui vajaa viidennes vastaajista.

3. *Eräoppaat ja muut ammatinharjoittajat* ovat useimmiten yhden miehen yrityksiä tai toiminimiä. Heillä ei yleensä ole kiinteää toimipistettä, vaan he voivat helposti viedä asiakkaansa eri kohteisiin. Luontoaktiviteettien opastus on tässä luokassa keskeisintä, oppaana toimiminen ei välttämättä ole kuitenkaan henkilön päätoiminen työ, koska työ on usein kausiluonteista. Eräoppaita tai vastaavia oli noin kymmenesosa palveluntarjoajista.
4. *Yhteen aktiviteettiin keskittyneet yritykset* keskittävät markkinointinsa yhteen toimintaan, tämän luokan tyypillisiä palveluja ovat esim. ratsastus- ja golfmahdollisuuksia sekä kalastuspalveluja tarjoavat yritykset. Lähes viidennes palveluista kuului tähän luokkaan.
5. *Omatoimiaktiviteetteja tarjoavilla yrityksillä* jokin muu toiminta kuin luontoaktiviteetit on tavallisesti yrityksen päätuote. Nämä yritykset keskittyvät esim. majoitus- ja ravitsemispalveluihin, juhlien järjestämiseen tai kokouspalveluihin ja voivat olla esim. hotelleja, lomamökkien vuokraajia tai maatiloja. Matkailu on osalle pääelinkeino, mutta ei kaikille. Tämä luokka edusti myös suurehkoa eli yhtä viidesosaa vastauksista.

Loppu reilu viidennes vastanneista voidaan sijoittaa luokkaan 6. *Muut*. Tähän luokkaan kuuluvista ryhmistä leirintäalueilla lienee eniten luontomatkaillusta merkitystä, sillä tutkitut leirintäalueet tarjosivat aktiviteetteja monipuolisesti. Luokkaan *muut* kuuluivat myös ne yrittäjät, jotka pitivät päätuotteinaan maatilan elämään liittyviä aktiviteetteja sekä tarjosivat matkailijoille mahdollisuuden osallistua tilan elämään. Viimeisen osan tästä luokasta muodostivat palveluntarjoajat, jotka palvelevat satunnaisesti matkailijoita, mutta päätoimisesti muita asiakkaita. Näitä ovat esim. kansanopisto tai ratsastuskoulu.

Tämän luokittelun perusteella ei yrityksiä tai palveluntarjoajia voida laittaa mihinkään arvojärjestykseen, eikä tietää, mikä osa yrityksistä palvelee matkailijoita täysipäiväisesti tai vain sivutoimisesti. Luokkiin 1 ja 2 kuuluvat yritykset ovat todennäköisimmin päätoimisia matkailuyrittäjiä, mutta päätoimista matkailuyrittäjyyttä löytynee myös kaikissa muissa luokissa. Tuloksissa puhutaan jatkossa sekä yrittäjistä että palveluntarjoajista, joilla molemmilla viitataan koko vastaajajoukkoon, vaikka kaikki vastanneet eivät olisikaan yrittäjiä sanan varsinaisessa merkityksessä.

Vastaajien sähköiset yhteydet

Kyselyn A-osassa eli vastaajien yhteystiedoissa kysyttiin myös yritysten mahdollista sähköpostiosoitetta ja www-sivujen osoitetta. Jos yrityksellä oli www-sivut, kysyttiin onko ne linkitetty esim. alueellisen tai muun matkailuorganisaation kanssa. Joko sähköposti tai omat internetsivut oli 60 prosentilla yrityksistä. Ne myös kasautuivat paljolti samoille yrityksille, sillä niistä yrityksistä, joilla ”sähköisiä” yhteyksiä oli, kolmella neljäsosalla oli sekä sähköposti että internetsivut. Lopuilla yrityksistä oli käytössään vain joko sähköposti tai internetsivut, siten että sähköposti ja internetsivut olivat yksinään yhtä yleisiä (13 % kumpaakin). Yrittäjien omista internetsivuista oli linkitetty kolmasosa, jolloin melko suuri osa eli kaksi kolmasosaa sivuista olivat verkossa pelkästään omina itsenäisinä sivuinaan. Yleisimpiä linkkejä olivat alueelliset matkailusivut (esim. Jämsän seudun kehitys: www.jamsek.fi, Keski-Suomen matkailuyhdistys: <http://travel.ksp.fi>, Saarijärven seudun matkailu: www.travel.fi/saarijarvenseutu) ja kuntien sivut (esim. www.keuruu.fi, www.viitasaari.fi). Joillakin yrityksillä oli linkit myös erilaisiin valtakunnallisiin matkailupalvelimiin tai muihin palvelimiin, mutta nämä eivät kuitenkaan olleet yhtä suosittuja kuin alueelliset ja kuntien linkit.

Kaikkiaan näyttäisi siltä, että luontomatkailupalveluja tarjoavilla yrityksillä on Keski-Suomessa melko paljon sähköisiä yhteyksiä. Pelkät olemassaolevat yhteydet eivät kuitenkaan vielä riitä, sillä yhteyksien merkitys muotoutuu vasta niiden käytön ja hyödyntämisen opetteluun ja osaamisen myötä. Tässä asiassa lienee monilla yrityksillä vielä kehittymisen varaa.

8.3 Matkailupalvelujen tarjonta

Tässä kappaleessa käsitellään matkailupalvelujen tarjonnan osalta tutkimuksessa selvitettyjä tekijöitä. Ohjatut ja omatoimiset luontomatkailuaktiviteetit ja niiden tarjonta on näistä tämän tutkimuksen kannalta tärkein tekijä. Lisäksi käsitellään lyhyesti matkailijan kannalta oleellisia ns. tukipalveluja, kuten esim. ruoka-, majoitus- ja kuljetuspalveluja.

8.3.1 Luontomatkailuaktiviteetit

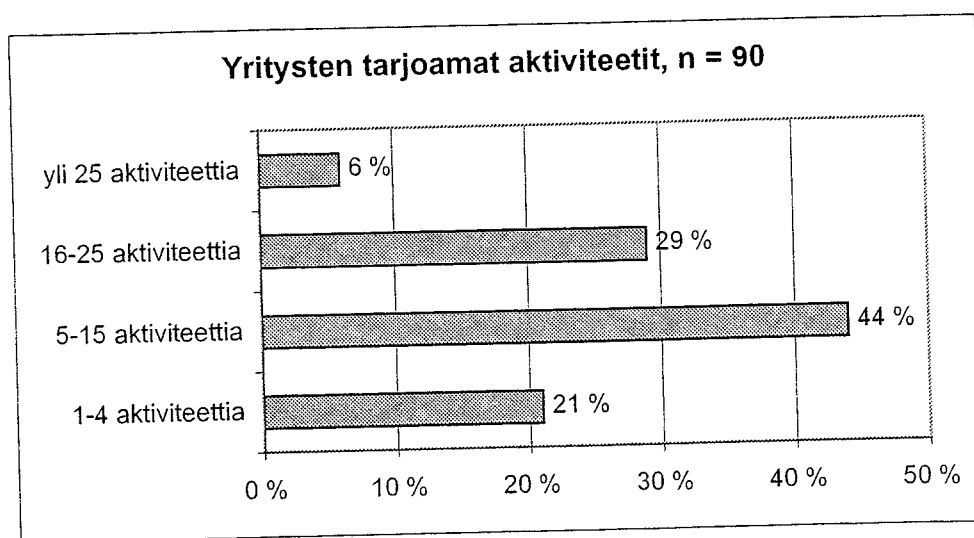
Kyselyn toisessa eli B-osassa (kysymykset 10-13) haluttiin selvittää yrittäjien tarjoamia ohjattuja ja omatoimisia luontomatkailuaktiviteetteja. Kyselylomakkeessa annettiin 33 eri aktiviteettivaihtoehtoa, joista vastaaja voi valita ne mitä itse tarjoaa sekä lisätä mahdolliset muut tarjoamansa aktiviteetit kohtaan muut. Seuraavassa taulukossa luontoaktiviteetit ovat suosituimmuusjärjestyksessä sen mukaan, mitä aktiviteetteja tarjottiin eniten, mutta ohjaus tai omatoimisuus ei vaikuta listan järjestykseen. Kaikki prosentit on laskettu kaikista vastanneista, ei pelkästään niistä, jotka aktiviteettia tarjosivat. Nähdäkseen kuinka suuri osa yrityksistä tarjoaa nimettyä aktiviteettia, on luettava taulukon ensimmäistä saraketta. Jos esim. melontaa tarjoaa 51 prosenttia yrityksistä, tarjotaan sitä näissä yrityksissä joko ohjattuna tai omatoimisena aktiviteettina tai molempina. Kuinka paljon tiettyä aktiviteettia tarjotaan ohjattuna tai omatoimisena, näkyy seuraavissa sarakkeissa. Taulukkoa luettaessa on huomioitava, että ohjatut ja omatoimiset aktiviteetit eivät ole toisiaan poissulkevia vaihtoehtoja. Sama yritys saattaa tarjota esim. hiihtoa sekä ohjattuna että omatoimisena aktiviteettina, minkä vuoksi prosentteja ei voi laskea yhteen, eikä niiden summaksi tule sata.

TAULUKKO 1. Luontoaktiviteetit suosituimmuusjärjestyksessä

Aktiviteetti	Yrityksistä % tarjoaa	Ohjattuna %	Oma- toimisena %
1.Kalastus	70	43	65
2.Patikointi	70	43	65
3.Hiihto	68	41	65
4.Marjastus	67	39	61
5.Uinti	66	14	64
6.Luontoretkeily	64	46	50
7.Pilkkiminen	63	35	58
8.Sienestys	62	30	59
9.Soutu	62	20	60
10.Pyöräily	54	18	53
11.Melonta	51	30	47
12.Erätretkeily	50	33	39
13.Veneily	46	20	40
14.Lintujen tarkkailu	43	14	39
15.Metsästys	33	23	22
16.Moottorikelkkailu	33	20	25
17.Suunnistus	33	18	28
18.Avantouinti	31	10	30
19.Maastopyöräily	27	10	24
20.Koskenlasku	26	19	18
21.Laskettelu	26	9	26
22.Rekiajelu	26	20	6
23.Lumikenkäkävely	22	19	16
24.Maastoratsastus	21	14	11
25.Lumilautailu	20	10	18
26.Kalliokiipeily	18	14	6
27.Surffaus	17	6	13
28.Koiravaljakkoajo	13	12	2
29.Vesihiihto	12	6	8
30.Purjehdus	10	2	9
31.Retkäläistelu	10	3	10
32.Golf	9	4	4
33.Jääkiipeily	3	3	-

Aktiviteettitarjonta oli monipuolista, sillä 12 listan kärjessä olevaa aktiviteettia tarjosi vähintään puolet vastanneista yrityksistä. Keskimäärin yksi yritys tarjosi siis hieman yli 12 aktiviteettia. Hajonta eri yritysten välillä oli kuitenkin suurta, keskihajontaluku oli lähes 8 ja yleisin annettu arvo oli 1. Suosituimmat aktiviteetit edustavat perinteisiä suomalaisia ulkoilutapoja ja mukaan mahtuu myös useita hyötyliikuntamuotoja. Kaikkia aktiviteetteja oli tarjolla ohjattuna, ainoa aktiviteetti, jota ei omatoimisesti voinut harrastaa, oli jääkiipeily. Seuraavassa kuviossa on yritykset jaettu neljään eri ryhmään tarjottujen aktiviteettien määrän mukaan.

TAULUKKO 2. Luontoaktiviteettien tarjonta



Jos tarkastellaan suosituimmuusjärjestystä erikseen ohjattujen ja omatoimisten aktiviteettien kohdalla, on kymmenen suosituimman listassa seitsemän samaa aktiviteettia (kalastus, patikointi, hiihto, marjastus, luontoretkeily, pilkkiminen, sienestys), joten suuria eroja ei ohjattujen ja omatoimisten aktiviteettien suosituimmuusjärjestyksissä ole. Vastanneista 90 palveluntarjoajasta yli yhdeksän kymmenestä tarjosi vähintään yhtä aktiviteettia ohjattuna. Ohjatuista aktiviteeteista luontoretkeily oli suosituin, mutta omatoimisena se oli vasta kymmeneksi suosituin. Samoin metsästys on ohjattuna kymmenen suosituimman listassa, mutta omatoimisena se oli vasta kahdeskymmenes. Omatoimisia aktiviteetteja tarkasteltaessa uinti, soutu ja pyöräily ovat ne lajit, jotka ovat omatoimisina huomattavasti enemmän tarjottuja kuin ohjattuna.

Aktiviteettitarjontaa voidaan eritellä vielä erikseen kesä- ja talviaktiviteettien ja vesiaktiviteettien tarjontaa tarkastelemalla. Tarjotuista 33 aktiviteetista 11 voidaan pitää lunta tai jäätä vaativina talviaktiviteetteina ja jäljellejääviä 22 voidaan harrastaa kesällä tai lumettomana aikana eli myös keväällä ja/tai syksyllä. Kymmenen tarjotuimman aktiviteetin joukossa oli vain kaksi talviaktiviteettiä, joista hiihto oli kaikista aktiviteeteista kolmanneksi eniten tarjotuin.

Keski-Suomen järvien ja vesistöjen runsaus näkyy myös tarjotuissa aktiviteeteissa. Kalastus on patikoinnin ohella eniten tarjottu aktiviteetti, kahdenkymmenen tarjotuimman aktiviteetin joukkoon mahtuu kalastuksen lisäksi vielä seitsemän muuta vesistöjä vaativaa toimintaa. Nämä ovat uinti, pilkkiminen, soutu, melonta, veneily, avantouinti ja koskenlasku. Vesiaktiviteetteihin, kuten esim. melontaan voi helposti liittää myös maalla tapahtuvia toimintoja, kuten esim. lyhyitä vaelluksia.

Muut/ ei-määritellyt luontoaktiviteetit

Vajaa puolet vastanneista (42 %) tarjosi erilaisia luontoympäristössä tapahtuvia toimintoja myös annetun 33 aktiviteetin listan ulkopuolelta. Näistä ”määrittelemättömistä” aktiviteeteista 78 prosenttia oli ohjattuja ja 35 prosenttia omatoimisia, mitkä eivät edelleenkään ole toisiaan poissulkevia vaihtoehtoja. Nämä aktiviteetit olivat hyvin monisisältöisiä ja niiden tarkastelemiseksi vastauksia on syytä luokitella.

Annetun listan ulkopuolisista aktiviteeteista eri nimillä esitellyt *seikkailut* olivat suosituimpia, niitä tarjosi 13 prosenttia kaikista vastaajista. Seikkailuihin yhdistettiin tässä myös ns. tiimikoulutus ja siihen liittyvät toiminnot. Esimerkkejä erilaisista tarjotuista seikkailuista ovat seikkailuretket ja -radat, vaijeriseikkailu ja maahisseikkailut. Ryhmän yhteishengen parantamiseksi voi kokeilla esim. tiimikoulutusta tai tiimirataa. Omalla tavallaan seikkailullisia lienevät myös erilaiset *safarit*. Safarille voi Keski-Suomessa lähteä vaikka mönkijällä, maastoautolla, resiinalla tai potkukelkalla. Seikkailujen, tiimikoulutuksen ja safareiden osuus tarjotuista muista aktiviteeteista oli yhteensä kolmannes.

Erä- ja luontotaitojen kehittämiseksi tarjottiin *eräkoulutusta, metsätaitoilua, luontokursseja ja -leirejä*. Taitojen opetteluun liittyvät myös esim. *ekologiset viljelytaidot ja perinteiset käsityötaidot*. Matkailijoille tarjottiin luomuviljelyneuvontaa, ekologista rakentamisoppia, yrttiretkiä, sieni- ja kasvivärjäyksen sekä päreenteon taitoja. Erä- ja luontotaidot sekä maanviljely- ja käsityötaidot edustivat reilua neljänneistä ei-määritellyistä aktiviteeteista.

Illanvietot ja iltaohjelmat ovat oleellinen osa monen matkailijan etsimää luontomatkailun kokonaistuotetta. Luontomatkailuun liittyvinä aktiviteetteina iltaohjelmat muodostivat tässä ryhmässä noin 15 prosentin kokonaisuuden. Tarjottuihin ohjelmiin liittyivät usein ruokailut maastossa, kodassa tai jopa luolassa. Illanvieton vetäjänä voi olla esim. shamaani. Iltaohjelmaksi voi valita myös hiljentymistä tai tähtitaivaan tutkiskelua.

Edellä esiteltyt seikkailut, luonto- ja käsityötaidot ja iltaohjelmat olivat lähes poikkeuksetta ohjattuja aktiviteetteja. Viimeinen luokka sisältää erilaisia *liikuntalajeja*, jotka ammuntaa lukuunottamatta olivat enimmäkseen omatoimisia. Ammuntaurheilu sai liikuntalajeista eniten mainintoja, yksittäisenä lajina jousiammunta oli suosituin. Omatoimisista aktiviteeteista mainittiin mm. rantalentopallo ja lentopallo, sauvakävely, potkukelkkailu ja ”pulkkailu”, luistelu ja rullaluistelu, pöytätennis ja tennis sekä minigolf. Näitä liikuntalajeja ei löytynyt kyselylomakkeen aktiviteettilistasta, eikä kaikkia voidakaan pitää luontomatkailuun liittyvinä toimintoina.

Kyselyn B-osan kysymyksessä 11 selvitettiin luontoaktiviteettien soveltuvuutta ryhmille ja yksittäisille matkailijoille. Ohjatuista aktiviteeteista kaksi kolmasosaa soveltui yhtä hyvin ryhmille kuin yksittäisillekin matkailijoille, lähes yksi kolmannes soveltui paremmin ryhmille ja jäljellejäävää 5 prosenttia yrittäjät tarjosivat mieluummin yksittäisille matkailijoille. Toivottu ryhmän minimikoko vaihteli kahdesta kymmenen hengen ryhmiin. Soveltuvuutta selvitettiin ennen muuta ohjattujen aktiviteettien kohdalla, koska omatoimiset aktiviteetit soveltunevat yleensä kaikille matkailijoille. Tosin suurten ryhmien kohdalla esim. välineiden riittävyys voi muodostua omatoimistenkin aktiviteettien kohdalla rajaavaksi tekijäksi.

Vastaajilta kysyttiin myös (kysymys 12), onko heillä vastuuvakuutusta tarjoamiensa aktiviteettien osalta. Tällä kysymyksellä haluttiin arvioida vastaajien matkailutoiminnan ammattimaisuutta. Vakuutusksymyksellä viitattiin vain ohjattuihin aktiviteetteihin, joita 92 prosenttia yrityksistä tarjosi. Ohjattuja aktiviteetteja tarjoavista yrityksistä 59 prosentilla oli aktiviteettien osalta vastuuvakuutus, 36 prosentilla ei. Lopuilla vakuutuksen sai tarvittaessa tai se koski vain osaa aktiviteeteista.

Liikuntaesteisten luontomatkailupalvelut

Vastanneista yli kaksi kolmasosaa (68%) ilmoitti, ettei heillä ole tarjolla erityisiä palveluja liikuntaesteisille. Jäljellejäävästä 30 prosentista runsas 20 prosenttia tarjosi sekä ohjattuja että omatoimisia aktiviteetteja. Loput 11 prosenttia tarjosivat liikuntaesteisen liikkumista helpottavia rakenteita, kuten esim. invawc:t ja luiskat, mutta eivät varsinaisia aktiviteetteja.

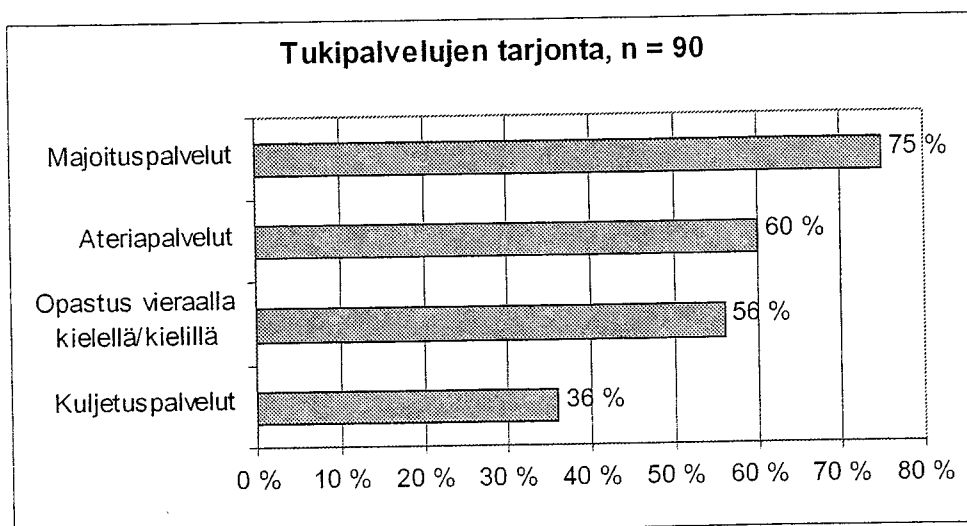
Ohjatuista aktiviteeteista kalastus oli ylivoimaisesti suosituin, seuraavaksi eniten tarjottiin muita vesiaktiviteetteja, kuten melontaa ja veneilyä. Joitakin mainintoja saivat myös erilaiset retket (luontoretki, yrttiretki, latoretki) ja illanvietto-ohjelmat. Yksittäiset yrittäjät tarjosivat ohjattua ratsastusta, laskettelua, lumilautailua, golfia ja seikkailua liikuntaesteisille. Omatoimisten aktiviteettien toteuttaminen on liikuntaesteisille mahdollista, jos tarjolla on liikkumista helpottavia rakenteita ja välineitä. Kalastus oli omatoimisissakin aktiviteeteissa tarjotuina aktiviteetti. Liikuntaesteisille soveltuviksi oli rakennettu myös luontopolkuja, nuotiopaikkoja, eräalue sekä kanoottireitti. Liikkumista helpottavia välineitä oli tarjolla kalastukseen (mm. kalastusvene) ja veneilyyn sekä lasketteluun. Yleisistä rakenteista mainittiin useassa vastauksessa luiskat, invawc:t ja liikuntaesteisille soveltuvat mökit tai huoneet, sekä saunat.

8.3.2 Muut matkailupalvelut

Tässä kappaleessa käsitellään kyselylomakkeen kysymyksiä 14 ja 15 eli niitä myyntikanavia, joiden kautta yritysten tarjoamia palveluja voi ostaa, sekä luontomatkailuyritysten tarjoamia muita matkailupalveluja. Näitä ovat ravitsemis-, majoitus-, kuljetus- ja opaspalvelut. Palvelujen ostamisen suhteen vastaajille annettiin kolme vastausvaihtoehtoa, jotka olivat suoraan palvelun tarjoajalta, matkailupalvelun kautta tai muulla tavoin. Näistä vastaaja sai valita niin monta kuin tarvitsi.

Suoraan palvelun tarjoajalta voi palveluja ostaa yli yhdeksässä tapauksessa kymmenestä. Matkailupalvelua käytti viidesosa yrittäjistä ja muilla tavoin palvelujaan myi 17 prosenttia vastaajista. Matkailupalvelut, joita yrittäjät käyttivät, olivat kunnallisia (esim. Pihtiputaan kunta, Matkailuyhdistys Kinnula), alueellisia (esim. Keski-Suomen matkailuyhdistys, Jämsän Seutukunnan Kehitys oy, Saarijärven Seudun Matkailu ry, Jyväskylän seudun matkailupalvelu) ja valtakunnallisia (esim. Lomarengas, Wild and Free). Alueelliset matkailupalvelut olivat selvästi kunnallisia tai valtakunnallisia palveluja suosituimpia, sillä niiden käyttöosuus kaikista oli 63 prosenttia. Muita tapoja kuin suoramyynti tai matkailupalvelun kautta myynti olivat esimerkiksi hotellien, osuuskuntien, muiden matkailuyritysten ja internetin kautta myynti. Muista tavoista hotellien kautta myynti oli suosituinta.

TAULUKKO 3. Matkailun tukipalvelujen tarjonta



Majoitusta tarjosi kolme neljäsosaa yrityksistä ja majoitus olikin tukipalveluista selvästi yleisimmin tarjottu palvelu. Toiseksi eniten tarjottiin ravitsemis- tai ateriapalveluja, joita tarjosi 60 prosenttia vastaajista, minkä lisäksi pieni osa myi ateriapalveluja vain tilauksesta. Kuljetuspalveluja tarjosi reilu kolmannes yrittäjistä, sekä lisäksi muutamat yrittäjät suostuivat kuljettamaan vain majoittujia tai kalustoa. Opaspalvelujen osalta oltiin kiinnostuneita vieraskielisistä opaspalveluista, koska suomenkielisten opaspalvelujen yleisyys ilmeni jo ohjatun aktiviteettitarjonnan yhteydessä. Opastusta vähintään yhdellä vieraalla kielellä tarjosi yli puolet yrityksistä, vähintään kahdella kielellä yli kolmannes ja kolmella tai enemmällä vierailta kielillä noin viidennes yrityksistä.

8.4 Vetovoimatekijät

Luontomatkailuun liittyvien vetovoimatekijöiden kuvaaminen ja analysoiminen on yksi tämän tutkimuksen päätarkoituksista. Kyselyssä vetovoimaan liittyviä tekijöitä selvitettiin neljällä eri kysymyksellä, jotka koskivat luontoympäristön, aktiviteettien, muiden palvelujen sekä yritykseen liittyvien erityistekijöiden vetovoimaisuutta. Nämä kysymykset olivat avoimia, eli vastaajat vastasivat niihin omin sanoin. Näitä avoimia vastauksia on luokiteltu eri vetovoimatekijöiden osalta ja tuloksissa on tuotu esille merkityksellisimmät ja eniten mainintoja saaneet luokat sekä kussakin luokassa tärkeimpinä pidetyt vetovoimatekijät. Tuloksiin on poimittu myös lainauksia hyvin vetovoimaa kuvastavista tai muuten omaperäisistä vastauksista. Tuloksia ei käy läpikyselylomakkeen kysymyksien mukaan, koska eri kysymyksissä toistuivat samat asiat. Kaikki vastauksissa esiintyneet vetovoimatekijät on luokiteltu kuuteen suurempaan ryhmään, jotka ovat sijaintiin, luontoympäristöön, kulttuuriympäristöön, aktiviteetteihin, virkistysmahdollisuuksiin ja palveluihin liittyvät vetovoimatekijät. Nämä kuusi vetovoimatekijää on seuraavassa taulukossa eritelty sellaisiin pienempiin kokonaisuuksiin, joista niiden voidaan katsoa muodostuvan. Jokaisen ryhmän kohdalle on merkitty, kuinka monta kertaa kyseiseen ryhmään kokonaisuudessaan sekä sen eri alaryhmiin on vastauksissa viitattu. Koska kyseessä ovat avoimet vastaukset, on sama vastaaja voinut antaa kunkin vetovoimatekijän (esim. luontoympäristö) suhteen useampia kuin yhden vetovoimaisen ominaisuuden.

TAULUKKO 4. Luontomatkailun vetovoimatekijät ja niiden yleisyys vastauksissa

(n = 90)

1. Sijainti Yht. 21	Maantieteellinen 4	Saavutettavuus 17			
2. Luonto- ympäristö Yht. 91	Yleensä 25	Maanpinnan muodot 9	Vesistöt 36	Kasvillisuus ja eläimistö 4	Eriytyistä 17
3. Kulttuuri- ympäristö Yht. 39	Historia ja perinteet 6	Maalaismiljö 33			
4. Aktiviteetit Yht. 93	Ohjaus& opastus 22	Kohderyhmä 14	Palvelujen organisointi 13	Tunnusomaista 31	Oheishjelmat 13
5. Virkistys- mahdolli- suudet Yht. 47	Reitit 22	Virkistysalueet 7	Virkistyspaikat 8	Muut 10	
6. Palvelut Yht. 109	Luonne ja organisointi 50	Ateriapalvelut 26	Majoituspalvelut 19	Muut palvelut 14	

8.4.1 Sijainti

Sijaintia vetovoimatekijänä ei kyselylomakkeessa mainittu lainkaan, mutta se tuli silti esille melko monissa vastauksissa. Yhteensä sijaintiin liittyviä tekijöitä mainittiin noin 20. Sijainnin suhteen voidaan eritellä luonnonmaantieteelliseen sijaintiin liittyvät tekijät, sekä helposti saavutettavan sijainnin edut. Luonnonmaantieteellinen sijainti tuli esille vain muutamissa vastauksissa, joissa keuhuttiin keskisuomalaista luontoa, lumisia talvia ja leppoisia kelejä rannikkoseutun verrattuna. Sijainnin myötä saavutettavuuteen liittyviä tekijöitä olivat mm. hyvät liikenne- ja tieyhteydet, sijainti kaupungissa tai kaupungin läheisyydessä. Vastauksissa pidettiin tärkeänä myös sitä, että seudun muu matkailutarjonta oli lähellä tai palveluja oli saatavilla monipuolisesti pienellä alueella. Esimerkiksi yrittäjien verkostoituminen loi hyvät mahdollisuudet monipuoliseen palvelutarjontaan.

8.4.2 Luontoympäristö

Luontoympäristöön liittyvät vetovoimatekijät jaettiin vastausten perusteella yleistä luonnon vetovoimaa, maanpinnan muotoja, kasvillisuutta ja eläimistöä, vesistöjä ja tapauskohtaisia erityistekijöitä kuvaaviin vastauksiin. Luontoympäristöön liittyviä vetovoimatekijöitä vastaajat löysivät runsaasti, sillä mainintoja kertyi yhteensä 91. Yleisesti luonnonympäristön vetovoimaa kuvaavissa vastauksissa toistuivat maininnat kauniista, upeasta, ainutlaatuisesta ja monipuolisesta luonnosta, minkä lisäksi luonnon puhtautta ja rauhaa pidettiin myös tärkeinä. Maanpinnan muodoista vaihteleva maasto oli eniten mainittu, minkä lisäksi jylhiä maisemia, korkeuseroja ja rotkoja pidettiin myös vetovoimaisina. Kasvillisuuteen tai eläimistöön liittyviä attraktioita olivat rikas eläimistö, hieno linnusto sekä erilaiset metsät. Myös monissa aktiviteeteissa (esim. marjastus, kalastus, metsästys) hyödynnetään kasvillisuutta ja eläimistöä, mihin palataan aktiviteetteihin liittyvän vetovoiman yhteydessä.

Keski-Suomen kuuluminen Järvi-Suomen maantieteelliseen matkailualueeseen näkyi vastauksissa selvästi, sillä vesistöjen uskottiin muodostavan tärkeän osan luonnon vetovoimasta. Vesistöt mainittiin kaikkiaan 36 kertaa. Järvistä Päijänne mainittiin viisi kertaa, muut järvet tai joet keräsivät yksittäisiä mainintoja. Järvimaisemia yleensä, järvien ja vesistöjen runsautta sekä puhtautta arvostettiin. Vetovoimaiseen maisemaan sisältyivät vastaajien mielissä kauniit saaret, rannat ja hiekkarannat sekä kosket.

Yrityksen omaan toimintaympäristöön liittyi tekijöitä, joita pidettiin erityisen vetovoimaisena juuri oman sijainnin tai tarjottujen aktiviteettien vuoksi. Näihin erityistekijöihin liitettiin usein myös tunteita ja kokemuksia, joita omassa ympäristössä matkailijoiden olisi mahdollista saavuttaa. Vastauksissa tarjottiin mm.

- 1) *"Kiireetöntä luonnontarkkailua suurta luontokirjaa opiskellen."*
- 2) *"Mahdollisuus liikkua luonnossa suuren luontokappaleen (hevonen) kanssa, joka ei saastuta eikä pidä kovaa ääntä."*
- 3) *"Veneilyloma kauniissa ja puhtaassa järviluonnossa on vertaansa vailla. Järvimaisema tarjoaa oivat edellytykset arjesta irtautumiseen."*

Kysyttäessä luontoympäristöön liittyviä vetovoimatekijöitä antoivat muutamat vastaajat seuraavanlaiset vastaukset:

”Puhdas ja kaunis järviluonto, Järvi-Suomen leppoisimmat keliolosuhteet rannikkoseutuun verrattuna ja hyvät luonnonsatamat.”

”Erämaaluonto on kaunista, puhdasta ja rauhaisaa. Täällä on hieno linnusto ja kalaisat, puhtaat vedet.”

8.4.3 Kulttuuriympäristö

Kulttuuriympäristö oli sijainnin ohella toinen vetovoimatekijä, johon kyselylomakkeessa ei viitattu, mutta koska siihen liittyviä mainintoja oli melko paljon, käsitellään se omana otsikkonaan. Kulttuuriympäristön vetovoima jaettiin historiaa ja perinteitä tai maalaisympäristöä kuvaaviin vastauksiin. Historiasta tuotiin esille mm. jo kivikaudella asuttu pihapiiri, Isonvihan aikaisiin tapahtumiin liittyvä ympäristö sekä vanhat, historialliset ja perinteikkäät tilat. Maalaismiljö ja siihen kuuluvat asiat koettiin myös vetovoimaisiksi. Maaseudun rauha tai ympäristön turvallisuus oli kirjattu yhteensä 16 vastaukseen. Kaunista maalaismaisemaa, aitoja ja toimivia maatiloja sekä arkisista askareista koottuja elämyksiä tarjottiin myös matkailuhoukuttimiksi. Eräs vastaaja kiteytti tunnelman seuraavasti:

”Vanhan tuvan miljöössä arkihuolet unhoittuu ja vieraat voivat kokea kiireettömyyden tunteen, rentoutua savusaunan lauteilla ja levätä.”

8.4.4 Aktiviteetteihin liittyvät tekijät

Aktiviteetteihin liittyvät tekijät jaettiin saatujen vastausten perusteella kohderyhmää, ohjausta ja opastusta, aktiviteettien erityispiirteitä, palvelujen organisointia, sekä oheisohjelmia koskeviin kirjoituksiin. Vaikka virkistysmahdollisuudetkin liittyvät aktiviteetteihin ja niiden toteuttamiseen, haluttiin ne käsitellä erikseen tästä ryhmästä, koska niihin liittyy myös muita jatkossa käsiteltäviä aiheita.

Kohderyhmä mainittiin reilussa kymmenessä vastauksessa, joten sen merkitys koettiin melko keskinertaiseksi. Monet yrittäjät lupasivat tarjota kaikille soveltuvia aktiviteetteja ja alhaista kynnystä tulla mukaan. Perheet ja lapset mainittin kohderyhmistä erikseen, samoin aikuiset. Jos pääkohderyhmänä olivat lapsiperheet, luvattiin aktiviteetit toteuttaa lasten ehdoilla.

Ohjauksen ja opastuksen osalta tärkeimpänä pidettiin ammattitaitoisia ja asiantuntevia oppaita ja osaamista tarjottujen aktiviteettien suhteen. Ammattitaito voi syntyä vankan kokemuksen tai saadun koulutuksen tai parhaassa tapauksessa molempien perusteella. Hyvä opas voi olla mukana ohjaamassa monia eri aktiviteetteja. Toisaalta sekin, että ohjattuja aktiviteetteja yleensä tarjottiin, koettiin jo sinällään vetovoimaa lisääväksi tekijäksi. Ohjauksen yksilöllisyys ja henkilökohtainen palvelu saivat huomiota, eräs vastaaja muisti kertoa hyvistä opasteista, joiden vuoksi eksymismahdollisuus on pieni. Varsinkin ulkomaalaisten kohdalla lienevät hyvät opasteet ensiarvoisen tärkeitä.

Vastaajista 30 oli kuvaillut aktiviteettien toteuttamisen tunnusomaisia piirteitä omassa yrityksessään. Aktiviteettien monipuolisuus sai eniten mainintoja, monipuolisuutta kuvastettiin myös sillä, että erilaisia aktiviteetteja oli tarjolla vuoden ympäri. Joidenkin mielestä aktiviteettien helppous tai rauhallisuus oli puoleensavetävää, toiset taas korostivat haasteellisuutta tai tarjoamiaan erikoisuuksia. Myös palvelun laatuun ja turvallisuuteen kiinnitettiin huomiota. Erikoisuuksia olivat mm. mahdollisuus ajaa itse koiravaljakkoa, osallistuminen perinteiseen nuotanvetoon tai ratsastus varmajalkaisilla ja turvallisilla islanninhevosilla.

Aktiviteettien ja niihin liittyvien palvelujen organisoinnissa korostui ennenkaikkea joustavuus. Aktiviteetit voitiin järjestää asiakkaan toivomuksien mukaan ja kaikista palveluihin liittyvistä seikoista voi sopia. Joissain tapauksissa asiakas voi valita monien yrittäjien tarjoamista palveluista yhdellä puhelinsoitolla. Aktiviteettien organisoinnissa vetovoimaisena pidettiin myös välineiden vuokrausta ja hyvää kalustoa, jotka mainitsivat yhteensä viisi yrittäjää.

Oheisohjelmiin sisällytettiin kyselylomakkeen ulkopuoliset ei-liikunnalliset aktiviteetit. Näistä suosituin oli saunominen ja tavallisen saunan lisäksi matkailijalle oli tarjolla myös savusaunaa, yrttisaunaa ja turvesaunaa. Vetovoimaa uskottiin olevan myös toimivilla kokouspalveluilla, kokemuksella tilaisuuksien järjestämisestä sekä hienoilla kesätapahtumilla, joihin asiakas voi osallistua.

Aktiviteetteihin liittyviä vetovoimatekijöitä on seuraavassa esimerkkivastauksessa huomattavan monta.

”Tauko- ja aktiviteettipaikat on valmiiksi suunniteltu ja rakennettu palvelemaan erilaisia ryhmiä, joille ohjelma voidaan tehdä valmiiksi, tai sen voi myös ryhmä itse toteuttaa. Eräalueella on seikkailualue, lampi, jossa voi kalastaa sekä aloittelijalle sopiva kalliorinne laskeutumista varten. Melontaretken voi suunnitella omatoimiseksi käyttäen valmiita rantautumispaikkoja tai varaamalla opaspalvelut osuuskunnalta. Omia välineitä ei välttämättä tarvitse, sillä voimme varustaa retkeilijän sekä välineiden että tarvikkeiden puolesta (mm. kanootit ja maastopyörät).”

8.4.5 Virkistysmahdollisuudet

Virkistysmahdollisuudet on tuloksissa luokiteltu LVVI-tutkimuksen jaottelun mukaisesti ulkoilureitteihin, virkistysalueisiin ja virkistyspaikkoihin (ks. liite 1.) sekä muihin LVVI-tutkimuksessa määrittelemättömiin mahdollisuuksiin. Kaikkiaan virkistysmahdollisuudet tulivat vetovoimaa lisäävinä tekijöinä vastauksissa esille 47 kertaan. Ulkoilureiteistä mainittiin Maakuntaura ja Wanhan Witosen melontareitti sekä erilaiset luontopolut moneen kertaan. Erityisesti luontopolkuja monet yrittäjät olivat rakentaneet myös itse, eräs luontopolku soveltui liikuntaesteisille ja toisen varrelta löytyi mm. kota ja näköalapaikka. Hyvät patikointi- ja retkeilymahdollisuudet, lenkkimaastot, hiihtoladut, ratsastusvaellusreitit ja rauhalliset veneilyreitit edustivat muita reitteihin liittyviä esimerkkejä. Virkistysalueista Himos ja Isojärven kansallispuisto nimettiin, luonnonsuojelu-, virkistys- ja eräalueita yleensä piti vetovoimaisina 8 vastaajaa. Virkistyspaikoista huomiota saivat hiihtokeskukset, ympäristöystävälliset golfkentät ja hyvät kalastusalueet. Muista virkistysmahdollisuuksista, joita LVVI-tutkimuksen yhteydessä ei luokiteltu, markkinoitiin yleisimmin hyviä metsästysalueita ja marjamaita. Lisäksi kirjoitettiin hyvistä sieni-, ulkoilu- ja retkeilymaastoista.

8.4.6 Palvelut

Palvelujen osalta vetovoimatekijät jaettiin vastausten perusteella palvelujen luonteeseen ja organisointiin liittyviin, ateriapalveluihin, majoituspalveluihin sekä muihin palveluihin. Palvelujen luonnetta ja organisointia kuvailtiin vastauksissa mieluiten, sillä niihin liittyi kaikkiaan 50 vastausta, joita voidaan ryhmitellä seuraavasti:

TAULUKKO 5. Palvelut luontomatkailun vetovoimatekijöinä

Palvelun ominaisuus/ vastausten lukumäärä	Lainauksia annetuista vastauksista:
Yksilöllisyys/Joustavuus 15	Räätälöidyt ohjelmat asiakkaan toiveiden mukaan, jokainen voi harrastaa mitä haluaa, yksilöllinen ja joustava palvelu
Monipuolisuus 11	Palvelujen kattavuus ja monipuolisuus, hoidetaan sielu ja ruumis, elämyksiä ympäri vuoden
Laatu 8	Maakuntien parhaat laatumerkki, hyvä palvelu, pitkä kokemus
Vaivattomuus 5	Helppous, yksinkertaisuus, kiireettömyys
Hinta 4	Kohtuuhinnat, hyvä hinta-laatusuhde, edullisuus
Ympäristön huomioiminen 4	Kestävän kehityksen toteuttaminen, ympäristökäsikirja tekeillä
Ystävällisyys 3	Palveluhalukkuus, ystävällinen henkilökunta

Yksilöllinen palvelu koettiin luontomatkailussa tärkeimmäksi vetovoimatekijäksi, mitä seurasivat palvelujen monipuolisuus ja laadukkuus. Hinta ei näyttänyt olevan yleisesti ajateltuna vetovoimatekijä. Vetovoima luonnollisesti lisääntynee, jos mahdollisimman monia ylläolevista palvelun osatekijöistä pystytään omassa toiminnassa toteuttamaan.

Ateriapalvelujen osalta vetovoimatekijät voidaan jakaa kolmeen ryhmään. Ensimmäiseen ryhmään sijoitettavat vastaukset käsittelivät ateriapalveluja yleisesti, näissä matkailijat voivat hyödyntää esim. kahviota, tilausravintolaa tai ravintolaa A-oikeuksin. Seuraavan ryhmän vastaukset menivät hieman syvemmälle, eli ei pelkkää ruoka, vaan vasta korkeatasoista ruokaa pidettiin palvelun vetovoimatekijänä. Mainiota maalaisruokaa, maistuvaa kotiruokaa ja korkeatasoisia ravintolapalveluja löytyi vastauksista.

Kolmanteen ryhmän voidaan sijoittaa ruokailuun kuuluvat erikoisuudet, joita yrittäjät tarjosivat liittyen joko itse ruokaan tai sen tarjoiluun. Ruokaerikoisuuksia piti vetovoimatekijänä yhteensä 12 vastaajaa ja niihin sisältyi esimerkiksi luomuruokaa, villisika-aterioita, lettukestejä kodassa, kuusenkerkkäjuomaa ja ulkoruokailuja luonnossa.

Majoituspalveluja piti vetovoimatekijänä lähes kaksikymmentä vastaajaa ja niiden suhteen voidaan tehdä samantyyppinen jaottelu kuin ateriapalvelujenkin kohdalla. Muutaman vastaajan mielestä majoituksen tarjoaminen oli sinällään vetovoimaista, huomattavasti suurempi osa kuitenkin korosti majoituspalvelujen korkeaa laatua (esim. korkeatasoinen majoitus hirsihuiloissa, erittäin tasokkaat lomahuoneistot, hyvin hoidetut mökit ja ympäristö). Lisäksi hieman omaperäisempiä ja luonnonläheisiä majoitusvaihtoehtoja, kuten salotorppaa, erämaakämppejä ja laavuja haluttiin tuoda matkailijan ulottuville. Muiden palvelujen osalta tarjolla oli erilaisia tapahtumia, ekokylän elämää, sekä kokous- tai ryhmätilaisuuksia yhdistettynä esim. melontaan tai muihin luontoaktiviteetteihin. Oheispalvelujen liittäminen varsinaiseen aktiviteettiin oli muiden palvelujen osalta tunnusomaista.

8.4.7 Yhteenveto vetovoimatekijöistä

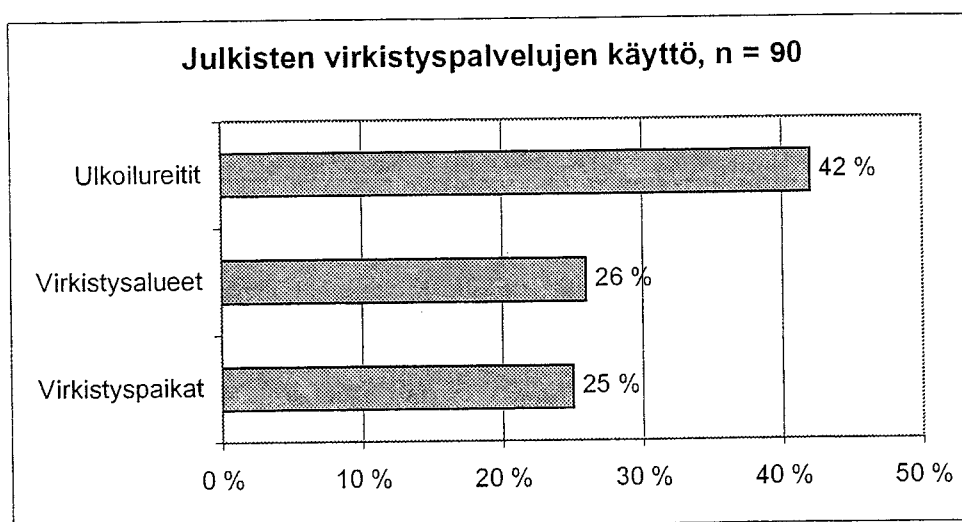
Matkailullinen vetovoima ei edellä käsiteltyjen aiheiden ja teemojen valossa ole mitenkään yksiselitteinen tai yksinkertainen kokonaisuus. Se, mikä koetaan vetovoimaiseksi omassa ympäristössä tai tarjotuissa palveluissa, on hyvin yksilöllistä. Palveluntarjoajien täytyy joko osata käyttää ja markkinoida ympärillään olevaa luonnonvetovoimaa tai luoda omat palvelunsa ja aktiviteettinsa niin vetovoimaisiksi, ettei ylivertaista luonnonvetovoimaa tarvita. Käsitykseksi vetovoimasta ei riittäne erään yrittäjän antama vastaus: *”Vetovoiman huomaa, kun on itse poikennut paikan päällä.”* Matkailija tuskin lähtee poikkeamaan paikan päälle, ellei tarkemmin tiedä, miksi paikka on vetovoimainen. Seuraavassa vastauksessa vetovoimaisina liittyviä tekijöitä on oman yrityksen kannalta analysoitu tarkasti:

”Tarjoamme elämyksiä matkailijoille ympäri vuoden, ohjelmapalvelut ovat keskeisesti lähtöisin luonnosta. Turvallisuus oleskella täällä tukee perhematkailua, virkistys- ja harrastusmatkailua sekä mökkimatkailua.”

8.5 Yhteydet julkisiin virkistysmahdollisuuksiin

Tutkimuksessa haluttiin selvittää myös matkailuyrittäjien yhteyksiä julkisiin virkistysmahdollisuuksiin, kuten ulkoilureitteihin, virkistysalueisiin ja virkistyspaikkoihin. Jaottelu noudattaa valtakunnallisen LVVI-tutkimuksen virkistysmahdollisuuksien luokittelua. Kyselyn avulla haluttiin selvittää, kuinka suuri osa yrittäjistä käyttää toimintojensa toteuttamiseen julkisia palveluja. Vastaavasti haluttiin tietää voivatko julkisten palvelujen käyttäjät, kuten esim. luonnossa virkistäytyvät hyödyntää yrityksen tarjoamia palveluja.

TAULUKKO 6. Yritysten käyttämät julkiset virkistyspalvelut



Julkisia virkistyspalveluja ilmoitti käyttävänsä kaikkiaan noin kaksi kolmasosaa (64 %) kyselyyn vastanneista yrittäjistä. Ylläolevassa taulukossa julkiset palvelut on eritelty reitteihin, virkistysalueisiin ja -paikkoihin. Taulukossa on huomioitava, etteivät eri vaihtoehdot ole toisiaan poissulkevia, sillä reiteistä, virkistysalueista ja -paikoista vähintään kahta eri mahdollisuutta käytti noin kolmannes vastaajista. Joka seitsemäs yritys (14 %) ilmoitti käyttävänsä palvelujensa toteuttamiseen kaikkia kolmea kyselylomakkeessa annettua virkistysmahdollisuutta.

Reitit

Kuten jo edellä mainittiin, julkisia ulkoilureittejä matkailuyrittäjät käyttivät paljon. Reittien pituudet vaihtelevat yli maakuntarajojen ulottuvista pitkistä reiteistä kuntien tai taajamien muutamien kilometrien mittaisiin ulkoilureitteihin. Osa mainituista reiteistä sijaitsi ulkoilualueilla tai kansallispuistoissa, jolloin ne voitaisiin lukea myös seuraavaan ryhmään eli virkistysalueisiin kuuluviksi. Tuloksia on kuitenkin tulkittu niin, että mikäli vastaaja on reittien nimeä kysyttäessä antanut vastaukseksi esim. kansallispuiston tai ulkoilualan nimen, hän luultavimmin käyttää hyväkseen ensisijaisesti näillä alueilla olevia reittejä.

Eri reitit tulivat avoimissa vastauksissa esille 80 kertaa ja myös hajonta eri reittien välillä oli suurta, sillä kaikkiaan yksittäisiä tai yhden kunnan alueella olevia reittejä (esim. Laukaan kunnan reitistöt) mainittiin 48 erinimistä. Yksittäisistä reiteistä eniten käytettyjä (vähintään neljä mainintaa) olivat Maakuntaura (12 mainintaa), Wanhan Witosen melontareitti, Saarijärven koskireitti sekä Pyhähäkin kansallispuiston reitit. Pitkistä eli maakunnallisista tai ylimaakunnallisista reiteistä mainittiin Maakuntauran ohella Pirkan Taival, Lapin sormi, Keski-Suomen pyöräilyreitistö ja Metsähallituksen reitit. Alueellisista reiteistä käytettiin mm. Jämsän alueen retkeilyreitistöjä. Myös kunnallisia reittejä oli vastauksissa monia (esim. Laajavuoren ulkoilureitit sekä Muuramen kunnan hiihtoladut). Eniten mainintoja saivat kuitenkin eri ulkoilumuotojen mukaiset paikalliset reitit. Matkailuyrittäjät käyttävät toiminnassaan hyväkseen moottorikelkkauria ja -reittejä, patikointireittejä, pyöräilyreittejä, melonta- ja veneilyreittejä sekä luontopolkuja. Moniin vastauksiin oli kirjoitettu vain reitin nimi, minkä vuoksi läheskään kaikista ei reitin käyttötarkoitusta tai edes sijaintia saanut selville.

Virkistysalueet

Virkistysalueita eivät yrittäjät toiminnassaan hyödyntäneet läheskään yhtä paljon kuin reittejä, sillä kaikkiaan alueet mainittiin vastauslomakkeissa vain 23 kertaa. Reittien ja alueiden kohdalla toistuivat vastauksissa osin samat ulkoilualueet ja kansallispuistot, mutta jos vastauslomakkeessa hyödyntäminen oli merkitty nimenomaan alueen kohdalle, lienee useimmiten kyseessä alueen laajempi kuin pelkkä reittien käyttö.

Himoksen alue oli alueista käytetyin, seuraavaksi eniten käytettiin Pyhähäkin kansallispuiston, Laajavuoren ja Jyväskylän seudun ulkoilualueita. Julkisista alueista voi alueen hallinnoijana valtion tai kunnan ohella olla myös virkistysalueyhdistys, kuten esim. Päijänteen virkistysalueyhdistys. Reittien ja virkistyspaikkojen kohdalla käyttötarkoitus tuli vastauksissa esille alueita selkeämmin, vaikka sitä, mihin toimintoihin yrittäjät virkistysmahdollisuuksia käyttävät, ei kysytykään.

Virkistyspaikat

Virkistyspaikkojen kohdalla ei vastaajille ollut aivan selvää, mitä virkistyspaikoilla tarkoitettiin, mutta suurin osa vastauksista kuvasi kuitenkin sellaisia virkistyspaikkoja, joiden käyttöä kysymyksellä haluttiin selvittää. Kaikki vastaajat eivät tieneet virkistysalueen ja -paikan eroja, minkä vuoksi joitakin vastauksia (kuten esim. kalastusalueita) siirrettiin ryhmästä toiseen. Tämä tapahtui siksi, koska tutkimuksessa haluttiin noudattaa LVVI -tutkimuksen luokittelua, jossa mm. kalastusalueet ovat virkistyspaikkoja, eivätkä virkistysalueita (ks. liite 1.).

Julkisia virkistyspaikkoja palveluntarjoajat käyttivät monipuolisesti. Vastausten ja LVVI-luokittelun perusteella käytetyt paikat voidaan jakaa uimapaikkoihin ja -rantoihin, veneilyn tukikohtiin, kalastusalueisiin, hiihtokeskuksiin, leirintäalueisiin sekä muihin virkistyspaikkoihin. Näitä käytettiin melko tasamääräisesti, kalastusalueita kuitenkin eniten. Esimerkkejä käytetyistä kalastusalueista ovat Kuhnamon, Jääsjärven, Horojärven, Juokslahden ja Kuusaankosken kalastusalueet. Muihin virkistyspaikkoihin luettiin kuuluviksi esim. lintutornit, näköalapaikat ja kodat.

8.5.1 Yritysten palvelujen hyödyntäminen julkisilla reiteillä liikkuville

Yrityksiä pyydettiin vastaamaan myös kysymykseen: voivatko julkisilla reiteillä tai virkistysalueilla liikkuvat henkilöt hyödyntää yrityksen tarjoamia palveluja? Jos vastaus oli myönteinen, pyydettiin esimerkkiä siitä, miten yrityksen palveluja voisi hyödyntää. Vastaajista yli 60 prosenttia oli sitä mieltä, että julkisten reittien ja alueiden käyttäjät voivat hyödyntää myös yrityksen palveluja. Muutamaa prosenttia lukuunottamatta vastaajat osasivat antaa myös esimerkin siitä, miten heidän palvelujaan voisi hyödyntää.

Palvelut jaettiin saatujen esimerkkien pohjalta neljään eri ryhmään eli ateria- ja majoituspalveluihin, opastus- ja välinevuokrauspalveluihin sekä suoraan tiettyjen aktiviteettien harrastajille tai tiettyjen reittien käyttäjille suunnattuihin palveluihin.

Ateria- tai ruokapalveluja tarjosi julkisilla reiteillä tai alueilla liikkujille 40 prosenttia yrittäjistä. Suurin osa tarjosi ateria –tai ravintolapalveluja kaikille, pieni osa tarjosi ruokaa ainoastaan tilauksesta. Loput yrittäjät tarjosivat kahvitusta (esim. nokipannukahvit ladulla, kioski-kahvio), eväspalveluja tai ruuan ostomahdollisuutta suoraan tilalta. Eräs palveluntarjoaja oli rakentanut reitin varrelle ruokailupaikan, joka oli kaikkien reitillä liikkujien käytössä. Majoitusta ja/tai saunomismahdollisuutta tarjosi vajaa kolmannes vastanneista, joista muutamissa tapauksissa yöpymään pääsi vain ennakkotilauksesta. Opaspalveluihin tai välinevuokraukseen oli mahdollisuus joka neljännessä yrityksessä. Opastus oli välinevuokrausta yleisempää, välineistä vuokralle annettiin mm. karttoja, kanootteja, suksia, polkupyöriä, rinkkoja ja makuupusseja.

Loput vastanneista (25%) olivat nimenneet eri tyyppisiä reittejä tai niiden käyttäjiä, joille heidän palvelunsa erityisesti soveltuivat. Yrityksiä ja niiden palveluja sivusivat esim. moottorikelkkareitit ja –urat, melonta- ja veneilyreitit, maakuntaura sekä patikka- ja pyöräilyreitit. Patikoijat ja moottorikelkkailijat voivat nauttia ulkoruokailuista laavulla tai kodalla sekä mahdollisuudesta saunoa. Koskireitillä liikkuvat melojat voivat halutessaan saada melontaopastusta, muilla reiteillä melojia houkuteltiin rantautumispaikoilla sekä tarjoamalla leiriytymis-, sauna-, kahvila- ja ruokapalveluja. Kalastajille oli tarjolla välinevuokrausta sekä ruoka- ja majoitusmahdollisuuksia. Maakuntauran varrelta löytyi palvelupisteitä ja myös seikkailu- ja ohjelmapalveluja oli mahdollista tuoda suoraan reittien varteen. Muita oheispalveluja olivat mm. vesijettien tankkaukset ja kuljetuspalvelut (esim. melojille).

Huomionarvoinen oli myös yksittäinen vastaus, jossa todettiin ettei yrityksen palveluja voi hyödyntää, koska julkisilla reiteillä ei ole tietoa yksityisistä palveluntarjoajista. Tällä tarkoitettaneen, että reittien varrella ei ole informaatiota yrittäjien tarjoamista palveluista, mikä lienee suurelta osin totta. Kysymällä myös niistä esteistä mikseivät julkiset ja yksityiset palvelut yrittäjien mielestä toimi yhdessä, olisi saatu varmasti vielä enemmän antia asian pohdiskeluun ja ratkaisumallien keksimiseksi.

8.5.2 Yhteistyön kehittäminen matkailuyrittäjien ja julkisten palveluntarjoajien välillä

Ehdotuksia siitä, miten yhteistyötä yrittäjien ja julkisten palveluntarjoajien välillä voisi tai tulisi kehittää, tuli kaikkiaan lähes 70 prosentilta vastaajista. Muutamat vastaajat eivät kuitenkaan näyttäneet ymmärtäneen, mitä julkisilla virkistyspalvelujen tarjoajilla tarkoitettiin. Koska näissä vastauksissa tuotiin esille lähinnä yritysten välisiä yhteistyömahdollisuuksia, jätettiin ne pois vastausten analysoinnista. Seuraavassa taulukossa saadut vastaukset on luokiteltu sen mukaan, mihin asioihin yhteistyössä pitäisi vastaajien mielestä keskittyä. Taulukosta käyvät ilmi myös eri yhteistyötapojen prosenttiosuudet vastauksissa ja siitä on mahdollista lukea lainauksia saaduista vastauksista.

TAULUKKO 7. Yrittäjien toiveita yhteistyömuodoista julkisten virkistyspalvelujen tarjoajien kanssa

Toivottu yhteistyömuoto	Ehdotuksia kaikista %	Esimerkkejä vastauksista
1. Yhteismarkkinointi	27	Yhteismarkkinointi, markkinoinnin tehostaminen ja kehittäminen, yhteisiä paketteja & tarjouksia, yhteisten tuotteiden kehittäminen
2. Tiedotus	24	Tiedonkulun parantaminen, enemmän tietoa siitä, mitä kukin tekee, ettei kaikki sählää kaikkea, tiedotusta puolin ja toisin
3. Virkistysmahdollisuuksien kehittäminen	18	Ulkoilureittien suunnittelu, kodat ja taukopaikat kuntoon, keskustelut virkistyspaikkojen kehittelystä, reitistöjen merkinnät, opasteet ja kartat kuntoon → kartoja jaettavaksi matkailuyrityksiin
4. Yhteistyöhengen luominen	13	Yhteistyö todelliseksi, turha omaan napaan tuijottaminen pois, yhteinen etu antaa enemmän pitkällä aikavälillä, asenteet yksiin
5. Julkinen sektori vs. yrittäjät	10	Yrittäjille sellaiset toiminnot, mitä kuntien ei ole tarkoituksenmukaista toteuttaa, julkisten päättäjien myönteinen suhtautuminen yrittäjiin
6. Palaverit	8	Säännöllisiä suunnittelu- ja yhteistyöpalavereja

Markkinointia yleensä ja erityisesti yhteismarkkinointia pidettiin tärkeimpänä yhteistyömuotona. Vastauksista ei käynyt tarkkaan selville minkä eri tahojen kanssa yhteismarkkinointia tulisi tehdä. Tiedotus ja sen tehostaminen tuli markkinoinnin ohella vastauksissa vahvimmin esille. Vastauksissa ehdotettiin mm. opaspankkia, josta löytyisivät luonto-oppaiden yhteystiedot ja yhteystiedot yleensä koettiin tarpeellisiksi.

Lisäksi kaivattiin informaatiokanavaa, jonka avulla tietoa tarjolla olevista palveluista saataisiin tehokkaammin matkailijoiden ulottuville. Näiden vastausten perusteella LVVI-tietojärjestelmällä olisi käyttöä ja tarvetta myös matkailuyrittäjien keskuudessa.

Osa yrittäjistä haluaisi olla myös enemmän mukana julkisten virkistysmahdollisuuksien suunnittelutyössä, etenkin ulkoilureittien suunnittelussa. Rakennettavien reittien toivottiin kulkevan lomakohteiden läpi tai sivuavan niitä, jolloin kaikkien reiteillä liikkujien olisi helppo saavuttaa tarjolla olevat palvelut. Kartat olemassaolevista reiteistä ja tieto siitä, että reitit ja niiden taukopaikat ovat kunnossa, johtaisi julkisten reittien entistä tehokkaampaan hyödyntämiseen luontomatkailetoiminnassa.

Edellisiä yhteistyötapoja hieman vähemmän huomiota saivat yhteistyöpalaverit ja tapaamiset. Toisaalta edellä mainittujenkin yhteistyömuotojen toteuttamismuotona lienevät yleisimmin yhteiset tapaamiset. Joidenkin yrittäjien mielestä yhteistyön esteenä oli lähinnä oikeiden asenteiden puuttuminen, mutta valmiutta monimuotoiseen yhteistyöhön silti löytyi, sillä esim. yritysten verkostoituminen tuli esille useissa vastauksissa. Julkisesta sektorista yhteistyön osapuolina nimettiin kunnat ja Metsähallitus, kyselyssä julkisella sektorilla oli ajateltu lähinnä kuntia ja niiden kanssa tapahtuvaa yhteistyötä. Seuraavassa vastauksessa korostetaan paikallisten asukkaiden merkitystä luontomatkailupalvelujen tuottajina:

”Julkisia palveluja tarjottaessa ja suunniteltaessa on tärkeä muistaa paikallisten asukkaiden elinmahdollisuudet eli kysytään ensin paikallista luontomatkaileuyrittäjiltä ennenkuin tuodaan palveluja keskustoista. Esimerkiksi eräopas- ja ruokapalvelut olisi ostettava luontoalueiden lähialueilta. Myös suunniteltaessa uusia reitistöjä pitäisi paikalliset asukkaat ottaa mukaan jo suunnitteluvaiheessa.”

9 POHDINTA

Tämän tutkimuksen päätarkoituksena oli tutkia minkälaista on luontomatkailun tarjonta Keski-Suomessa ja mitkä ovat sen vetovoimatekijät. Lisäksi tarkoituksena oli selvittää yhteyksiä julkisten virkistysmahdollisuuksien tarjoajien ja matkailuyrittäjien välillä sekä miettiä keinoja, joilla yhteistyötä ja samalla julkisten virkistysmahdollisuuksien käyttöä voisi tehostaa. Julkiset ulkoilureitit ja virkistysalueet voisivat yhdistyä matkailuyrittäjien tarjoamiin palveluihin esim. valtakunnallisessa internet-pohjaisessa LVVI-tietojärjestelmässä. Ennen kuin tutkimuksen tarkoituksen saattoi toteuttaa, piti pohtia ja argumentoida luontomatkailun käsitettä ja luonto- ja liikuntamatkailuilmiöiden sisältöä kokonaisuudessaan. Luontomatkailu liittyy nimensä mukaisesti vahvasti luontoon ja luontoympäristöön. Se, mitä nimestä ei käy ilmi, on tämän tutkimuksen kannalta kuitenkin vielä olennaisempaa ja tärkeämpää. Eli se, miten luontomatkailu toteutuu liikuntana, ei kilpailullisena, mutta monesti kuntoa kohottavana, virkistävänä ja ennen kaikkea kokemuksia ja elämyksiä antavana fyysisenä toimintana. Tavallisella hiihtolenkillä, samalla reitillä jonka on hiihtänyt kenties kymmeniä kertoja, voivat elämykset fyysistä väsymystä lukuunottamatta jäädä vähiin. Luontomatkailija sensijaan hiihtää lenkkinsä itselleen uudessa, jopa vieraassa ympäristössä ja on yleensä valmis vaihtamaan sekä aikaa että rahaa onnistuneeseen kokemukseen. Tämän vuoksi hän lienee etuoikeutettu saamaan sellaisia kokemuksia ja elämyksiä, joita arkisessa, kotiympäristössä tapahtuvassa luontoliikunnassa ei ole helppo saavuttaa.

Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmänä käytettiin postikyselyä, jonka ohella kyselyyn oli mahdollista vastata myös internetissä, mikä lienee uutta opinnäytetöitä varten suoritetuissa kyselyissä. Tutkimuksella pyrittiin tavoittamaan kaikki Keski-Suomessa luontomatkailupalveluja tarjoavat yrittäjät tai muut tahot. Ei voida kuitenkaan tarkalleen tietää, kuinka paljon näitä yrityksiä on ja saavutettiin kyselyllä juuri haluttuja aktiviteetteja tarjoavia yrityksiä. Vastaamattomuuteen lienee siis monia syitä, eikä varsinaisesta kadosta ole tarkoituksenmukaista puhua. Tutkimustuloksia voitaneen ”kadosta” huolimatta pitää luotettavana kuvauksena 90 keskisuomalaisen yrityksen tarjoamista luontomatkailupalveluista.

Sitä konkreettista yrityskohtaista faktatietoa, mikä kyselyllä kerättiin LVVI-tietojärjestelmän luontomatkailuosion pohjaksi, ei olisi voinut kerätä muulla tavoin tai muilla menetelmillä. Tämä puoltaa kyselyn valitsemista tutkimusmenetelmäksi. Jos vetovoimaa ja tarjontaa olisi haluttu tutkia yleisemmällä tasolla keräämättä mitään yksityiskohtaisia tietoja yrityksiltä, esim. haastattelut olisivat soveltuneet tutkimusmenetelmäksi. Tämä olikin alkuperäinen suunnitelma, mutta elinkeinon edustajien toiveesta ja LVVI-tietojärjestelmän kehitystarpeiden vuoksi päädyttiin kyselytutkimukseen.

Tulokset

Tulososan kappaleessa 8.2 vastaajia jaoteltiin eri luokkiin sen mukaan, mitkä arveltiin olevan yritysten päätoimintamuodot. Tämän jakson selkiyttämiseksi ja luontomatkailuelinkeinon parissa toimijoiden analysoimiseksi olisi kyselyssä pitänyt olla muutama kysymys lisää. Vastaajilta olisi voinut kysyä esim. yrityksen päätuotteista sekä ensisijaisista asiakasryhmistä, joille palveluja markkinoidaan. Tällöin yritysten luokittelu olisi ollut helpompaa ja se olisi perustunut enemmän todelliseen tietoon kuin pelkkään tuntumaan. Asiakasryhmien suhteen olisi voinut erotella esim. kotimaan ja ulkomaan matkailijat tai muita eri segmenttejä esim. harrastusten perusteella. Näitä olisi ollut mahdollista tarkastella erikseen tarjonnan ja merkittävänä pidettävien vetovoimatekijöiden suhteen. Varsin mielenkiintoista olisi ollut myös tietää, kuinka suuri osa yrityksistä toimii matkailu elinkeinon parissa päätoimisesti. Tätä olisi voinut selvittää esim. kysymällä kuinka suuren osan tuloistaan yritys saa matkailijoille myymistään palveluista.

Wall (1989) jakaa tarjonnan luontomatkailussa ja -virkistytymisessä tarjonnan tyypeihin, määrään, laatuun, kapasiteettiin ja saatavuuteen. Tässä tutkimuksessa näistä käsiteltiin tyypejä ja määrää sekä jonkin verran saatavuutta. Matkailutarjonta sisälsi tässä tutkimuksessa aktiviteetit ja niihin liittyvät tukipalvelut, mutta osaltaan tarjontaan liittyvät myös julkiset ulkoilureitit, virkistysalueet ja -paikat ja niiden käyttömahdollisuudet luontomatkailussa. Aktiviteettitarjonta oli tutkituissa yrityksissä runsasta ja monipuolista ja ohjattujen aktiviteettien osalta tulokset pitänevät hyvin myös paikkansa.

Omatoimisten aktiviteettien osalta kyselylomakkeessa annettiin vastausohjeeksi seuraavaa: omatoimisilla aktiviteeteilla tarkoitetaan sellaisia aktiviteetteja, joita varten tarjotaan esim. reitti, paikka, kartta tai välineet. Suosittuja omatoimisia aktiviteetteja olivat esim. hiihto ja pyöräily, mikä useimmissa vastauksissa kai tarkoitti, että yrityksen ympäristöstä löytyy hiihtolatuja tai pyöräilyreittejä. Ne yrittäjät, jotka lisäksi pystyisivät varustamaan asiakkaansa suksilla ja polkupyörällä, lienevät harvemmassa. Välinevuokraus kuuluukin asioihin, joita tutkimuksella olisi voinut tarkemmin selvittää ja mikä myös LVVI-tietojärjestelmän osalta vaatii lisäselvitystä.

Joidenkin lajien kohdalla voidaan esittää epäilyksiä siitä, onko niiden omatoiminen harrastaminen mahdollista niin laajalti kuin vastauksissa annettiin ymmärtää. Esim. omatoimista suunnistusta tarjosi lähes kolmannes vastaajista. Omatoimiseen yhtä hyvin kuin ohjattuunkin suunnistukseen tarvitaan suunnistuskartat, samoin kuin rastit metsässä, joita ei ehkä kuitenkaan näin monesta yrityksestä olisi todellisuudessa löytynyt. Jos vastaaja ei tuntenut lajin vaatimuksia, saattoi hän merkitä eri aktiviteetteja mielummin liioitellen kuin ainakaan liian vähän. Omasta yrityksestä ja sen palveluista pyrittiin luonnollisesti antamaan mahdollisimman positiivinen kuva. Toisaalta oli vastaajia, jotka tarjosivat vain yhtä aktiviteettia ja olivat ehkä vakuuttuneita, että kyseinen aktiviteetti edustaa parasta osaamista tai parhaita olosuhteita mitä he pystyvät tarjoamaan.

Tarjolla olevan hyödykkeen tai palvelun saatavuuden tarkastelu on osa tarjonnan tutkimista. Tässä tutkimuksessa saatavuutta eriteltiin mm. kesä- ja talviaktiviteettien sekä vesistöjä vaativien aktiviteettien osalta. Kesäisin tarjonta oli saatujen tulosten perusteella talvea monipuolisempaa ja runsaampaa, mutta myös kysyntä lienee suurempaa. Myös vesiympäristöön liittyvillä aktiviteeteilla oli näkyvä osuus tarjonnassa. Saatavuuteen liittyvät myös palvelujen kohdentaminen ja myyminen. Tässä tutkimuksessa tarkasteltiin palvelujen kohdentumista ryhmille ja yksittäisille matkailijoille sekä myyntikanavia. Kaksi kolmasosaa vastanneista tarjosi palvelujaan sekä ryhmille että yksittäisille matkailijoille, joten yksittäiselläkin matkailijalla riitti valinnanvaraa aktiviteettien ja palvelujen suhteen. Silti joitakin aktiviteetteja lienee yhä hankalaa lähteä harrastamaan yksin tai pienessä ryhmässä.

Myyntikanavista ylivoimaisesti yleisintä oli palvelujen myynti suoraan palveluntarjoajan kautta, mikä osoittanee etteivät keskisuomalaiset luontomatkailupalvelut yleisesti ole kovin laajalti tiedossa tai saatavissa. Ulkomaalaisille matkailijoille ne lienevätkin monesti ulottumattomissa, sillä esim. yritysten omien sivujen löytäminen internetistä on lähinnä sattumankauppaa. Palvelujen saatavuuden tehostamiseksi ensimmäinen askel on omien palvelujen myynti matkailupalvelun tai muun vastaavan organisaation kautta. Palvelujen myyminen poikkeaa tosin niistä tiedottamisesta tai markkinoimisesta. Tiedottamiseen ja markkinointiin esim. internet tai siellä sijaitseva valtakunnallinen luontomatkailun tietojärjestelmä varmasti soveltuisi myyntiä paremmin.

Julkisilla reiteillä liikkuvien virkistäytyjien, retkeilijöiden ja matkailijoiden on myös mahdollista hyödyntää matkailuyritysten palvelutarjontaa. Ongelmana on kuitenkin se, etteivät julkisilla reiteillä liikkuvat ihmiset monesti tiedä, mitä palveluja reitin varrella tai sen läheisyydessä olisi tarjolla. Tiedottamisen parantaminen julkisen ja yksityisen sektorin välillä tulikin yhteistyön kehittämiseen liittyvän kysymyksen vastauksissa vahvasti esille. Myös Kauppi (1996) pitää luontomatkailun kehittämisen yhtenä painopistealueena yhteistyön edistämistä eri viranomaisten ja matkailuyritysten kesken. LVVI-tietojärjestelmässä on suunnitteilla mm. kuntien ulkoilureittikarttojen piirtäminen internetiin, jolloin reitin varrelle voisi merkitä erilaisia palvelupisteitä ja kertoa saatavilla olevista matkailupalveluista. Näitä palvelupisteitä voitaisiin myös linkittää kartalta suoraan yritysten kotisivuihin, joilta matkailija saisi lisätietoa haluamistaan palveluista.

Vetovoiman tutkimiseen liittyi monia eri malleja ja teorioita, joita esiteltiin kappaleessa neljä. Luontomatkailuun liittyvien vetovoimatekijöiden ryhmittelyssä käytettiin tulososassa hyväksi Inskeepin ja Vuoriston määrittelemiä luontomatkailun vetovoimatekijöitä. Näitä olivat mm. sijainti, ilmasto, maisemat ja maanpinnan muodot, vesistöt, kasvillisuus ja eläimistö, virkistys- ja suojelualueet sekä luontoaktiviteetit. Luontoattraktioiden tarkasteluun esitettiin kappaleessa neljä soveltuvaksi myös Lew:n matkailuattraktioiden viitekehyksiä, erityisesti ideografista ja kognitiivista kehystä.

Ideografinen viitekehys soveltuu luontomatkailun vetovoiman tarkasteluun hyvin. Keski-Suomen vetovoimatekijöistä ideografiseen kehykseen voidaan sijoittaa esim. järvimaisemat ja vesistöt yleensä. Nämä edustavat Lew:n ns. ”suuria” maisemia ja jopa hallitsevat maisemaa monin paikoin. Näissä pelkästään luonto on vetovoiman välittäjänä. Ympäristön erityisominaisuuksista vetovoimaisina pidettiin myös erilaisia virkistysmahdollisuuksia ja -paikkoja, kuten esim. ulkoilureittejä tai kansallispuistoja. Näiden kautta vetovoima välittyy sekä luonnon että ihmisen toimesta. Erityisominaisuuksiin kuuluvat myös matkailuun liittyvät rakenteet, joita ovat esim. majoitus-, ruoka- ja kuljetuspalvelut. Palvelujen osalta löydettiin vastauksissa paljon vetovoimatekijöitä ja palvelut olivat tiiviisti sidoksissa siihen esim. luonto- tai maalaisympäristöön, jossa asiakas niitä voi hyödyntää. Lew:n kehyksen matkailijaympäristöihin sijoittuvat erilaiset aktiviteetit ja yllättäen myös kansallispuistot. Suomessa kansallispuistot ovat kuitenkin verrattavissa muihin julkisiin virkistysmahdollisuuksiin kuten reitteihin tai muihin virkistysalueisiin, eivätkä ole pelkästään matkailijoille suunniteltuja ympäristöjä. Tällainen lienee kuitenkin tilanne yhä enenevässä määrin esim. Pohjois-Amerikassa, joissa useissa kansallispuistoissa käy vuosittain miljoonia matkailijoita.

Tuloksissa esiteltyjen luonto- ja liikunta-aktiviteettien ja niiden vetovoiman tarkasteluun soveltuu Lew:n kognitiivinen viitekehys ideografista kehystä paremmin. Aktiviteettien vetovoima perustuu ennen kaikkea matkailijan saamiin kokemuksiin ja sitä on vaikea kuvailla tai mitata. Sillä on kuitenkin nykyajan matkailussa suuri merkitys, koska ihmiset eivät useinkaan lähde matkalle pelkästään tietyn kohteen takia, eivätkä pelkästään oleilemaan, vaan tekemään, kokemaan ja oppimaan erilaisia asioita. Aktiviteetteja kuvattiin sekä turvallisiksi ja helpoiksi että haasteellisiksi, joten erilaiset matkailijat olisivat luultavasti löytäneet oman tasonsa ja toiveidensa mukaisia toimintoja. Vastauksissa ei kuitenkaan oikeastaan kuvailtu matkailijalle tarjolla olevia elämyksiä, ehkä juuri siitä syystä, että niiden kuvaileminen on vaikeaa. Ilman kuvauksia aktiviteettien sisällöistä tai niihin sisältyvistä huippuhetkistä matkailijan on vaikea valita itselleen soveltuva aktiviteetti, varsinkaan jos hänellä ei ole kokemusta luonnossa liikkumisesta. Ehkäpä hän ei edes kiinnostu mistään aktiviteetista niin paljoa, että lähtisi sitä kokeilemaan.

Keski-Suomi luontomatkailukohteena

Keski-Suomi ei kuulu Suomen matkailussa tärkeimpiin tai vetovoimaisimpiin matkailualueisiin. Osana matkailumaantieteellistä Järvi-aluetta Keski-Suomella on kuitenkin luontomatkailullista vetovoimaa enemmän kuin monilla muilla alueilla Suomessa. Vuoristo (1998) pitääkin Järvi-aluetta matkailun potentiaalisena ydinalueena mm. verrattain lyhyiden etäisyyksien vuoksi. Hän korostaa suurten vesistöalueiden vetovoimaa, jotka ilmentävät tyypillistä suomalaista maisemaa. Järvet ja joet voivat toimia myös monien eri aktiviteettien suorituspaikkoina. Vesiaktiviteetteja (esim. kalastus, veneily, melonta, uinti, pilkkiminen, avantouinti, koskenlasku) tarjottiinkin monipuolisesti ja ne voisivatkin olla keskisuomalaisen luontomatkailun erikoistumisaluetta. Leiperin (1990) mukaan matkailun vetovoimaa markkinoitaessa tärkeimpänä tavoitteena on yleensä luoda tai valita ensisijainen eli primaarinen ydin matkailukohteelle. Keski-Suomen matkailussa tällaista ensisijaista ja vetovoimaista ydintä ei tällä hetkellä ole, minkä vuoksi erikoistuminen omiin vahvuuksiin ja profiloituminen tiettyihin tai tietynlaisessa ympäristössä tapahtuviin aktiviteetteihin on tärkeää.

Mikäli pyritään tarjoamaan jokaiselle jotakin, mitä moni vastaaja pitikin vetovoimaisena, on tuloksena helposti huonolaatuinen palvelu. Kaikkiin asioihin ei voi erikoistua, vaan yrittäjienkin olisi löydettävä omien palvelujensa ja oman toimintaympäristönsä vahvuudet ja keskityttävä niiden markkinoimiseen. Jos Keski-Suomessa vahvuusalueeksi valittaisiin esimerkiksi vesistöt ja niihin liittyvät aktiviteetit, voitaisiin sen jälkeen kohdentaa voimavaroja esim. melontareittien ja rantautumispaikkojen kunnostukseen ja jalostaa edelleen esim. melontapaketteja matkailijoille. Kalastuksen ollessa kaikkein tarjotuin aktiviteetti, myös julkisten kalastusalueiden kuntoon ja kalastuspakettien laatuun ja saatavuuteen tulisi kiinnittää huomiota.

Tutkimuksen tuloksia voidaan yleistää koskemaan ei vain Keski-Suomen maakuntaa, vaan koko Järvi-aluetta. Vetovoimatekijät ovat samankaltaisen luonnonympäristön vuoksi yhtenevät ja myös yritykset ja niiden tarjoamat aktiviteetit olisivat muuallakin Järvi-alueella luultavasti melko samanlaisia.

Ammattimainen matkailutoiminta voisi tietyillä matkailuun keskittyneimmillä alueilla olla laajempaa kuin Keski-Suomessa. Täällä suuri osa tutkimukseen osallistuneista yrittäjistä palveli matkailijoiden ohella myös muita asiakasryhmiä tai toimi esim. maatalousyrittäjinä.

Jatkotutkimushaasteita

Tutkimuksen avulla voitiin todeta, ettei aktiivista luonto- ja liikuntamatkailua ja niiden moninaisuutta kuvaavia, hyviä käsitteenmäärittelyjä tai selitysmalleja ole olemassa. Tämän vuoksi aktiivisen liikuntamatkailun ja luonnossa tapahtuvan liikuntamatkailun laajempi tutkimus ja asioiden määrittely nimenomaan liikuntatieteen näkökulmasta on edelleenkin varsin tarpeellista tutkimustradition alkuun saattamiseksi. Passiivinen liikuntamatkailu on kokonaan oma tutkimusaiheensa. Passiivinen ja aktiivinen liikuntamatkailu olisikin pidettävä toisistaan vielä selkeämmin erillisinä käsitteinä, sillä esim. jääkiekkopelin seuraamiseen tai retkiluisteluun ei löydy montakaan yhteistä tekijää, vaikka molemmissa luistelu onkin keskeistä.

Suomalainen aktiivinen, ei-kilpailullinen liikuntamatkailu on hyvin luontosidonnaista eikä ole verrattavissa tiheästi asutun Keski-Euroopan liikuntamatkailuun, jossa aktiivinen liikuntamatkailu tapahtuu joko pitkälle muokatuissa luontoympäristöissä tai sisätiloissa. Sisätiloissa liikutaan ja virkistäydytään teemapuistoissa, kylpylöissä ja jopa laskettelukeskuksissa. Vaikka Suomessakin hiihdetään jo sisätiloissa, ei keinotekoinen luontoympäristö ole kuitenkaan virkistys- tai kuntoilumotiivein liikkuvan matkailijan toimintaympäristö, ei tällä hetkellä eikä toivottavasti myöskään tulevaisuudessa. Mikäli Suomea aletaan markkinoida keinotekoisessa ympäristössä tapahtuvan liikuntamatkailun maana, menetetään Suomen suurin vetovoimatekijä, ruuhkaton luontoympäristö. Metsissämme on niin paljon tilaa liikkuville matkailijoille, että sitä eivät kaikki ulkomaalaiset saata uskoa edes todeksi.

Luonto- ja liikuntamatkailun käsitteet ja niiden määrittelyt ovat sidoksissa maantieteellisiin tekijöihin ja ennen muuta matkailun kohdemaan kulttuuriin. Suomessa ulkonaliikkumiskulttuurille ominaista ja ainutlaatuista ovat esim. jokamiehenoikeudet, joiden markkinointiin matkailumielessä ei liene syytä ryhtyä. Suomessa on myös olemassa pitkät perinteet luonnon hyväksikäytölle esim. marjojen ja sienten keruun muodossa, mikä on osoittautunut myös matkailijoita kiinnostavaksi perinteeksi.

Matkailun vetovoimaa käsittelevien teorioiden ja määritelmien osalta voidaan myös suurelta osin sanoa, ettei niitä ole luotu vieraassa ympäristössä tapahtuvan fyysisen toiminnan ja sen vetovoimaisuuden analysoimiseksi. Liikunnan ja siitä saatujen kokemusten ja elämysten merkitys osana matkakohteen vetovoiman muodostumista on tutkimusaiheena vaikea mutta mielenkiintoinen. Liikunnan matkailun vetovoimaan liittyvän merkityksen syventämisessä riittäisi tutkittavaa myös jatkossa. Tämän tutkimiseen voisi hyödyntää ns. paikan tunteesta (sense of place) tehtyjä tutkimuksia, joista matkailun alalla tunnetuimpia lienee Relphin *Place and Placelessness*. Myös ihmisen luontosuhteesta ja siihen yhdistyvistä paikan tunteesta on olemassa tähän mahdollisesti soveltuvaa tutkimusta. Edelleen jatkotutkimuksen lähtökohtana voisi olla tutkimuksen kappaleessa kolme esitelty Recreation Opportunity Spectrum (ROS). Suomalaisten virkistytymis- ja luontomatkailuympäristöjen tarkastelu suhteessa ROS:iin voisi tuoda esille yhtäläisyyksiä sekä eroavaisuuksia verrattuna esim. pohjoisamerikkalaiseen luontoympäristöön ja siellä tapahtuvaan virkistytymiseen ja matkailuun.

Tässä tutkimuksessa asioita tarkasteltiin matkailutarjonnan eli yrittäjien ja muiden palveluntarjoajien näkökulmasta ja on muistettava, että saadut tulokset koskevat vain matkailun toista eli tarjontapuolta. Kokonaisvaltaisten johtopäätösten tekemiseksi samoja asioita olisi tutkittava myös kysynnän näkökulmasta. Kysynnän eli matkailijoiden silmillä katsottuna esim. vetovoimatekijät voisivat muodostua melko toisenlaisiksi. Se, mitä yrittäjä pitää omassa toiminnassaan vetovoimaisena, ei kenties asiakkaan kannalta olekaan kiinnostavinta tai houkuttelevinta. Molempien osapuolien käsityksiä tutkimalla tarjontaa voitaisiin paremmin kohdentaa vastaamaan olemassaolevaa tai piilevää kysyntää.

Jo johdannossa kerroin tienneeni jo pitkän ajan tekeväni opinnäytetyöni liikuntaan, matkailuun ja luontoon liittyen. Mitä tästä kaikesta sitten opin? Vaikea sanoa, ehkä kykyä itsenäisiin päätöksiin tutkimuksenteossa ja kriittistä silmää, jolla usean vuoden ajan luin ja arvioin laajalti aihepiiriin liittyviä artikkeleita ja teoksia. Vaikka tiesin tutkimuksen vähyydestä valitsemassani aihepiirissä, olin silti yllättynyt siitä, kuinka vähän liikunnan ja matkailun yhteyksiä Suomessa on tutkittu.

Koin siis olevani ”tutkijana” onnekas siitä syystä, että pääsin pohtimaan asioita ja yhdistelemään lankoja eri asioiden välillä itselleni kertyneen tietämyksen ja tuntemuksieni mukaan. Vailla mahdollisuutta päästä tai joutua toistamaan samoja asioita, jotka joku olisi valmiiksi pohtinut tai antanut omat ratkaisumallinsa, sillä sellainen ei minulle yleensä sovi. Toivoakseni omat pohdintani saavat myös muita liikunnan ammattilaisia tarttumaan aiheeseen ja edesauttamaan liikunnan merkityksen esilletuomista osana matkailun suurta kokonaisuutta.

Luonnon suosio matkailuympäristönä on kasvanut ja kasvane edelleen ja luontoympäristö tulee vahingoittumaan yhä kasvavista matkailijavirroista ympäri maailman. Luontoympäristöä ja sinne pääsyä ei kuitenkaan voitane rajoittaa vain tiettyjen ihmisten etuoikeudeksi. Kanadalainen Gary Snider (1994) näkee luonnossa virkistäytymisen tarpeen ja oikeutuksen seuraavasti:

”It has always been part of basic human experience to live in a culture of wilderness. There has been no wilderness without some kind of human presence for several hundred thousand years. Nature is not a place to visit, it is home – and within that home territory there are more familiar and less familiar places.” (Snider in Peepre & Jickling 1994)

Mikäli matkailija osaa suhtautua luontoympäristöön samalla arvostuksella kuin kotiympäristöönsä, on häntä helppo ohjata toteuttamaan kestäväää luontomatkailua. Vasta kun luontoympäristö on tullut tutuksi omakohtaisten kokemusten ja elämysten myötä, oppii arvostamaan sen ainutlaatuisuutta ja huolehtimaan siitä, että mahdollisuus vastaavanlaisiin kokemuksiin säilyy myös tuleville sukupolville.

LÄHTEET

- Aho, S. (1994). Matkailullisen vetovoiman koostumus ja esiintuominen. Teoksessa Aho, S. (toim.) Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteina. Oulu: Monistus- ja kuvakeskus, 171-189.
- Aho, S. (1996). Matkailualan verkostoyliopiston luento kurssilla Matkailun perusteet. 15.10.1996 Savonlinna.
- Aho, S. (1998). Matkailualan verkostoyliopiston luento kurssilla Matkailun trendit. 10.12.1998 Savonlinna.
- Blair, S., N. (1996). Influences of Cardiorespiratory Fitness and Other Precursors on Cardiovascular Disease and All-Cause Mortality in Men and Women. *Journal of the American Medical Association* 276(3), 205-210.
- Buckley, R. (1999). Tools and Indicators for Managing Tourism in Parks. *Annals of Tourism Research* 26 (1), 207-210.
- Butler, J. (1997). Lecture given in Summit on Adventure and Ecotourism 8-9.11.1997, Devon, AB, Canada.
- Canadian Tourism Commission (1997). Adventure travel & ecotourism: The challenge ahead. Canadian Tourism Commission.
- Central Finland-Holiday Finland (1999). Keski-Suomen matkailuesittely. http://www.mek.fi/promis/pro_coun.nsf/023f56b4d91e820642256433005b6119/557b0c56b5651cf1c22565cd002434b4?OpenDocument, 27.7.1999.
- Clawson, M., Knetsch, J.L.(1966). Economics of outdoor recreation. Baltimore, US: The Johns Hopkins Press.
- De Faché, W. (1999). Matkailualan verkostoyliopiston kurssin Innovation and Quality destination management luennot 9-14. 8. 1999 Lieksa.

- Dwyer, J. F. (1994). Customer diversity and the future demand for outdoor recreation. General technical report RM-252. Fort Collins:USDA, Forest Service.
- European commission (1998). European tourism -new partnerships for jobs. Euroopan Unionin esitehtinen, Brussels: European Commission.
- Eskola, J., Suoranta, J. (1996). Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.
- Gammon, S., Robinson, T. (1997). Sport and tourism: A conceptual framework. Journal of Sport Tourism 4(3), <http://www.mcb.co.uk/journals/jst/archive/vol4no3/jst15.htm#BS5>, 20.7. 1999.
- Harju-Autti, A. (1998). Matkailun ohjelmapalvelut. KTM -toimialaraportti 1997. Helsinki: Kirjapaino Snellman Oy.
- Hemmi, J. (1995). Ympäristö- ja luontomatkailu. Kokkola: KP Paino.
- Hemmi, J., Vuoristo, K.-V. (1993). Matkailu. Porvoo: WSOY.
- Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. (1997). Tutki ja kirjoita. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Inskip, E. (1991). Tourism planning: An integrate and sustainable development approach. New York, NY: Van Nostrand Reinhold.
- ITB –esitteet (1999). Berliinin kansainvälisillä ITB (International Tourism Börse) – matkailumessuilla 5-9.3.1999 kerätyt luontomatkailuesitteet. Berliini, Saksa.
- Jafari, J. (1996). Matkailualan verkostoyliopiston luento kurssilla Matkailun perusteet. 16.9.1996 Savonlinna.
- Journal of Sport Tourism (1999). Esittelysivut. Saatavissa: <http://www.mcb.co.uk/journals/jst/issues.htm>, 22.7.1999.
- Järviluoma, J. (1994). Matkailun työntö- ja vetovoimatekijät ja niiden heijastuminen lomakohteen valintaan. Teoksessa Aho, S.(toim.) Matkailu alueellisena ilmiönä. Oulu: Monistus- ja kuvakeskus, 31- 48.

- Järviluoma, J. (1995). Vapaa-ajan, virkistytymisen ja matkailun määritelmistä. Teoksessa Järviluoma, J., Saarinen, J., Vasama, A.(toim.) "Jos metsään haluat mennä nyt..." Näkökulmia luonnon virkistys- ja matkailukäyttöön. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 571. Saarijärvi: Gummerrus Kirjapaino Oy, 6-15.
- Kaivo-oja, J., Rajamäki, P. (1998). Matkailu-alan verkostoyliopiston luento kurssilla Matkailun trendit. 8.12.1998 Savonlinna.
- Kauppa- ja teollisuusministeriö (1996). Suomen matkailustrategia vuoteen 2000.
<http://www.mek.fi/mis2/webdocs.nsf/WebIndex/SuomenMatkailustrategia2000Fin#1>, 23.7.1999.
- Kauppi, L. (1996). Suomen luonto kansainvälisenä matkailutuotteena. Matkailun koulutus- ja tutkimuskeskus A:70. Helsinki: MKTK.
- Keskisuomalaisen verkkolehti (1999).
<http://lehti.keskisuomalainen.fi/sl/ks/per/keskisuo.htm>, 26.10.1999
- Keski-Suomen matkailuyhdistys (1998) Matkailuesite: Tule maalle Keski-Suomeen.
- Koski, P. (1996). Liikunnan sosiaalitieteiden tutkimusmenetelmät (LSO 206) – kurssin luento 18.10.1996. Jyväskylä.
- Kouri, I. (1991). Liikuntamatkailu Suomessa. Matkailun Koulutus- ja Tutkimuskeskus.
- Kurtzman, J. (1997). Sports Tourism categories. *Journal of Sport Tourism* 3 (4).
<http://www.mcb.co.uk/journals/jst/archive/vol3no4/categories.htm>, 27.7. 1999.
- Kurtzman, J., Zauhar, J. (1997). A Wave in time – the sport tourism phenomena. *Journal of Sport tourism* 4 (2).
<http://www.mcb.co.uk/journals/jst/archive/vol4no2/welcome.htm#BS4>, 27.7 1999.
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367-384.
- Lew, A. (1998). Ecotourism trends. *Annals of Tourism Research* 25(3), 742-746.

- Lew, A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 14(4), 553-575.
- Lindqvist, L.-J. (1999). Matkailualan verkostoyliopiston luento kurssilla Matkailun markkinointi. 16.2.1999 Savonlinna.
- MacCannell, D. (1976 & 1989). *The tourist: A new theory of the leisure class*. New York, NY: Schocken Books Inc.
- Manning, R.E. (1986). *Studies in Outdoor Recreation -Search and Research for Satisfaction*. Corvallis, OR: Oregon State University Press.
- Mathieson, A., Wall, G. (1982). *Tourism: economic, social and physical impacts*. London: Longman Ltd.
- Matkailun edistämiskeskus (1999). MEKin mukana tietomarkkinoilla. <http://www.mek.fi/mis2/webdocs.nsf/WebIndex/ItjarjFin>, 26.7.1999.
- Metsähallitus (1999). Luonnon suojelua ja virkistyskäyttöä. <http://www.metsa.fi/luo/index.htm>, 6.8.1999.
- Peepre, J., Jickling, B. (1994). *Northern protected areas and wilderness*. Whitehorse, Yukon, Canada: Canadian Parks and Wilderness Society and Yukon College.
- Pouta, E., Heikkilä, M. (toim.) (1998). *Virkistysalueiden suunnittelu ja hoito*. Ympäristöministeriö: Ympäristöopas 40. Vantaa: Sinari Oy.
- Saarinen, J. (1995). Matkailualueen hahmottuminen ja matkailun vetovoimatekijät: Esimerkkinä Saariselän matkailualue. Teoksessa Aho, S.(toim.) *Matkailu alueellisena ilmiönä*. Oulu: Monistus- ja kuvakeskus, 105-122.
- Sievänen, T.(toim.) (1998). *Luonnon virkistyskäytön valtakunnallinen inventointi*. LVVI- tutkimus 1997-2000: Esitutkimusraportti. Helsinki: Metsäntutkimuslaitos.

- Silvennoinen, H., Tahvanainen, L., Tyrväinen, L. (1997). Matkailu, maaseutu & ympäristö –matkailun nykytila ja tulevaisuuden näkymät. Teoksessa Matkailun osaamiskeskus, Matkailualan Verkostoyliopisto (toim.) Kestävä Matkailu. Kestävän matkailun julkaisuja 1. Mynämäki: Mynäprint Oy, 14-33.
- Standeven, J., De Knop, P. (1999). Sport tourism. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Suomalaisen liikunnan tietopankki (1999). LVVI-esittelysivut. Saatavissa: <http://www.sport.jyu.fi/lvvi>, 26.7. 1999.
- Suomen Ympäristökeskus ja Jyväskylän yliopisto (1999). LVVI-tarjontatutkimuksen kyselylomakkeet ja saatekirjeet.
- Suoranta, K. (1999). Keskustelu Keski-Suomen matkailun toimialajohtaja Kari Suorannan kanssa 7.7 1999. Jyväskylä.
- Telama, R. (1992) Luontoliikunnan motivaatio: Luonto liikunnan harrastajan havainto-, elämys- ja kokemusmaailmana. Teoksessa Lyytinen, T., Vuolle, P.(toim.) Ihminen - luonto -liikunta. Jyväskylä: Kopi-Jyvä Oy, 61- 77.
- Vatanen, P. (1995). Ulkoilu- ja luontoliikunta Suomen markkinoinnissa. Julkaisussa: Ulkoilupolitiikka 2000 –konferenssiraportti. Helsinki: Suomen Latu ry.
- Valkama, S. (1997). Luontomatkaailun ja ympäristönsuojelun kohtaaminen – Vaikeuksien takana piilee myös todellisia mahdollisuuksia. Teoksessa Matkailun osaamiskeskus, Matkailualan Verkostoyliopisto (toim.) Kestävä Matkailu. Kestävän matkailun julkaisuja 1. Mynämäki: Mynäprint Oy, 97-102.
- Vuolle (1992). Väestön luontoliikuntakäyttäytyminen. Teoksessa Lyytinen, T., Vuolle, P.(toim.) Ihminen -luonto -liikunta. Jyväskylä: Kopi-Jyvä Oy, 11-27.
- Vuoristo, K-V. (1994). Attraktio matkailututkimuksen käsitteenä. Teoksessa Aho, S.(toim.) Matkailu alueellisena ilmiönä. Oulu: Monistus- ja kuvakeskus, 22-30.
- Vuoristo, K-V. (1998). Matkailun muodot. Porvoo: WSOY.

- Vuoristo, K.-V., Santasalo, T. (1992). Suomen matkailun aluerakenne 1991. MEK A:74 1991. Helsinki: Valtion painatuskeskus.
- Vähätalo, L., Ruotsalainen, M. (1996). Metsästä elämyksiä – Opas metsämatkailupalvelun tuottamiseen. Helsinki: F.G. Lönnberg.
- Wall, G. (1989). The nature of recreation. Teoksessa Wall, G. (toim.) Outdoor recreation in Canada. Toronto, ON: John Wiley & Sons, 1-17.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.

LIITTEET

LIITE 1: Virkistysmahdollisuudet LVVI-tarjontatutkimuksessa

1. Ulkoilureitit

Ulkoilureitti on kartalle ja useimmiten myös maastoon merkitty reitti, joka ohjaa esteetöntä kulkemista mielenkiintoisessa ja viihtyisässä ympäristössä. Reiteillä voidaan yhdistää virkistysalueet taajamiin ja näin parantaa alueiden saavutettavuutta. Virkistysalueiden sisällä reitit helpottavat kulkemista ja säästävät luontoa kulumiselta. Reittien yhteyteen voi kuulua erilaisia oheispalveluja, kuten levähdys-, tauko- ja yöpymispaikkoja. Ulkoilureiteillä voidaan harrastaa erityyppisiä liikuntamuotoja, kuten kävelyä, retkeilyä, juoksua, pyöräilyä, ratsastusta ja hiihtoa. Eri ulkoilumuodot asettavatkin reiteille omat vaatimuksensa, vaikka sama reitti voikin palvella useampaa kulkutapaa. Reittien pituus vaihtelee lähireiteistä paikallisiin, valtakunnallisiin ja kansainvälisiin reitteihin. (Pouta, Heikkilä 1998)

LVVI-tutkimuksessa ulkoilureittejä on määritelty 13 erilaista. Näistä ns. lähireittejä ovat kävely- ja pyöräilyreitit, lähinnä kävellen liikkumiseen liittyvät myös luontopolut, sekä retkeily- ja eräretkeilyreitit. Hiihtoladuista on luokiteltu erikseen perinteiseen ja luisteluhiihtoon sekä vain perinteiseen hiihtoon soveltuvat reitit, joiden ohella talvella käytettäviin reitteihin kuuluvat myös moottorikelkkailureitit. Lisäksi tutkimuksella kerätään tietoa vielä ratsastus-, maastopyöräily-, vesiretkeily- ja pyörätuolireiteistä. (Suomen Ympäristökeskus, Jyväskylän yliopisto 1999)

2. Virkistysalueet

LVVI-tutkimuksessa virkistysalueet jaettu yhteensä 11 eri tyyppiin, jotka esitellään tässä lyhyesti. Luontomatkailun kannalta merkityksellisimmistä alueista kerrotaan muita laajemmin. Ellei muuta ole mainittu, lähteenä on LVVI-tarjontatutkimuksen kyselylomakkeisiin liittyvä saatekirje ja siihen liittyvät liitteet. (Suomen Ympäristökeskus, Jyväskylän yliopisto 1999)

1. *Lähipuistot* ovat voimakkaasti hoidettuja puistomaisia ulkoilualueita, jotka sijaitsevat taajamissa asuinalueiden välittömässä läheisyydessä. Ne toimivat leikki-, oleskelu- ja kävelypaikkoina. Niiden vähimmäispinta-ala on 1,5-3 hehtaaria.

2. *Ulkoilupuistot* ovat voimakkaasti hoidettuja puistomaisia ulkoilualueita, jotka sijaitsevat taajamissa tai niiden välittömässä läheisyydessä. Ne toimivat mm. kävely-, leikki-, oleskelu-, lenkkeily- ja pyöräilypaikkoina. Suositus ulkoilupuistojen vähimmäiskooksi on 20-25 hehtaaria.

3. *Ulkoilualueet* ovat osin hoidettuja ja osin luonnontilaisia alueita. Ne sijaitsevat 1-10 kilometrin päässä asuinalueesta ja ovat laajudeltaan jopa 100-200 ha:n kokoisia. Ulkoilualueet tyydyttävät pääasiassa paikallisia virkistysaluetarpeita. Niitä käytetään kävelyyn, hiihtoon, lenkkeilyyn jne. ja niissä on usein uintimahdollisuus. Pääosa ulkoilualueista on metsää.

4. *Retkeilyalueet* ovat joko kuntien tai valtion omistamia alueita. Kuntien retkeilyalueet sijaitsevat enintään 1,5 tunnin ajomatkan päässä taajamasta ja sisältävät hoidettuja sekä luonnontilaisia alueita. Kooltaan ne ovat noin 500 ha.

5. *Matkailupalvelujen alueet* ovat matkailu- ja lomakeskuksille ja muille vastaaville matkailua palveleville toiminnoille varattuja alueita.

6. *Luonnonsuojelualueet*

Luonnonsuojelulain mukaan suojelualueita ovat valtion kansallispuistot ja luonnonpuistot sekä muut valtion maiden tai yksityismaiden luonnonsuojelualueet. (Suomen Ympäristökeskus, Jyväskylän yliopisto 1999) Luonnonpuistot on perustettu tieteellisiin tarkoituksiin. Ne palvelevat ensisijaisesti luonnonsuojelua ja tutkimusta sekä suojelun sallimissa rajoissa myös opetusta. Luonnonpuistot perustetaan lailla tai asetuksella valtion maalle. Suomen 19 luonnonpuistosta 14 on Metsähallituksen, 5 Metsäntutkimuslaitoksen hoidossa. Luonnonpuistot ovat pääosin yleisöltä suljettuja ja niissä ei yleensä saa liikkua ilman kirjallista lupaa. Lupia myönnetään vain tieteellisiin tarkoituksiin. Eräissä luonnonpuistoissa saa kulkea merkityillä poluilla. (www.metsa.fi/luo/index.htm, 15.9.1999)

7. *Monikäyttöalueet.* Maa- ja metsätalousalueita, joita käytetään jokamiehen oikeuteen perustuen myös ulkoiluun, voidaan nimittää monikäyttöalueiksi.

8. *Kansallispuistot* ovat suuria, monipuolisia luonnonsuojelualueita, jotka ovat samalla kaikille avoimia nähtävyyksiä. Niiden ensisijaisena tarkoituksena on turvata luonnon oma muutos. Kansallispuistoissa on paljon tyypillistä suomalaista luontoa. Ne ovat myös kansallisesti ja kansainvälisesti arvokkainta osaa luonnostamme. Niihin kuuluu kansallismaisemia ja muita huomattavia luonnonnähtävyyksiä. Puistoissa voit virkistäytyä ja kokea luonnonrauhaa upeissa maisemissa. Helppo tapa aloittaa retkesi on tutustua ensin luontokeskukseen, joita on rakennettu eräiden puistojen yhteyteen. Niistä saat hyvät vinkit onnistuneelle retkelle. Kansallispuistoja on yhteensä 32. Niiden yhteispinta-ala on noin 7300 km². (www.metsa.fi/luo/indlsa.htm, 15.9.1999)

9. *Erämaa-alueet*

Erämaat ovat laajoja, asumattomia takamaita. Suomalaisille erämaat ovat perinteisesti olleet riistan ja kalan pyyntialueita ja sieltä on löytynyt myös uusiutuvia luonnonvaroja. Pyyntimatkoilla erämaissa vietettiin kerrallaan montakin päivää, viikkoja tai jopa kuukausia. Nykyihmiselle erämaa on arvoja: rauhaa, meluttomuutta, jäljettömyyttä, yksinoloa. Pohjoisimpaan Lappiin perustettiin vuonna 1991 erämaalaille 12 erämaa-alueita, joiden tarkoituksena on säilyttää alueiden erämaalunne, turvata saamelaiskulttuurin ja luontaiselinkeinojen asema sekä monipuolistaa luonnon käyttöä. Suomen 12 erämaa-alueita kattavat yhteensä melkein 15 000 km²:n kokoisen alueen ja ne ovat valtion omistuksessa. Erämaa-alueita hoitaa Metsähallitus. Erämaa-alueiden metsät pidetään luonnontilassa tai siellä harjoitetaan vain luonnonmukaista metsänhoitoa. Erämaa-alueille ei saa rakentaa pysyviä teitä.

(www.metsa.fi/retkeily/inderamaa.htm, 15.9.1999)

10. *Valtion retkeilyalueet* ovat monipuolisia retkeilyyn ja muuhun virkistyskäyttöön tarkoitettuja alueita. Suomessa on seitsemän ulkoilulaille perustettua valtion retkeilyaluetta ja ne kaikki ovat Metsähallituksen hallinnassa. Retkeilyalueille on rakennettu retkeilijää varten monipuolista palveluvarustusta. Kaikilla retkeilyalueilla on merkittyjä polkuja, telttailualueita, laavuja, luontopolkuja ja usein vielä opastuskeskuskin.

Myös liikuntaesteisten tarpeet on otettu huomioon retkeilyalueiden rakentamisessa. Yleensä valtion retkeilyalueilla on myös vuokrakämppeä, mahdollisuus kalastaa ja metsästääkin. (www.metsa.fi/retkeily/indretkal.htm, 15.9.1999)

11. *Virkistysmetsien* pääasiallinen käyttömuoto on virkistys. Virkistysmetsissä ei ole reittejä.

3. Virkistyspalvelut/-paikat

Virkistyspalveluilla tarkoitetaan tiettyjä virkistyskäyttömuotoja tai matkailutoimintaa palvelevia alueita tai tukikohtia. Näitä ovat maastohiihtokeskukset, rinnehihtokeskukset, kalastusalueet, veneilyn tukikohdat (retkisatamat), uimarannat ja -paikat sekä retkeilykeskukset. Virkistyspalvelut voivat sijaita varsinaisten virkistysalueiden sisällä tai niiden ulkopuolella. (Sievänen 1998)

LIITE 2: Kyselyn saatekirje

Jyväskylä 20.9.1999


Luonnon virkistyskäytön valtakunnallinen inventointi (LVVI)/
Keski-Suomen luontomatkailututkimus

Hyvä yrittäjä/ Luontomatkailupalvelujen tarjoaja,

Tällä tutkimuksella kartoitetaan aktiivisia (omatoimisia tai ohjattuja) luontomatkailupalveluja sekä niiden vetovoimatekijöitä Keski-Suomen maakunnan alueella. Vastauksesi on valtakunnallisen LVVI-tietojärjestelmän kehittämisen sekä tutkimuksen onnistumisen kannalta toivottu ja tärkeä. Voit toimittaa vastauksesi minulle tämän kirjeen mukana olevassa palautuskuoressa tai internetin kautta **lokakuun 15. päivään mennessä**. Internetissä kyselyyn voi vastata osoitteessa www.sport.jyu.fi/lvvi/kysely, jolloin paperilomaketta ei tarvitse palauttaa. Internetissä vastaamiseen tarvitset käyttäjätunnuksen (user name) lvvi sekä salasanan (password) kysely99.

Luontomatkailutarjonnan selvittäminen on osa valtakunnallista LVVI- tarjontatutkimusta (ks. punainen esite), jossa luontomatkailun osalta Keski- Suomi on valittu tutkimuksen pilottimaakunnaksi. Kyselyyn vastaamalla olette mukana valtakunnallisen, internet-pohjaisen LVVI-tietojärjestelmän täydentämisessä ja kehittämisessä luontomatkailupalvelujen osalta. LVVI-järjestelmään tallennetaan vuoden 2000 aikana tiedot Suomen kuntien ja valtion virkistysalueista, ulkoilu- ja retkeilyreiteistä, sekä virkistyspalveluista, joita ovat esim. hiihtokeskukset, venesatamat ja uimarannat. Tämän tutkimuksen avulla järjestelmää muokataan matkailijoita ja matkailuelinkeinoa paremmin palvelevaksi liittämällä luontomatkailupalvelut osaksi varsin laajaksi muodostuvaa LVVI-tietokantaa. Luontomatkailututkimukseen tai kyselyyn ja sen vastaamiseen liittyvissä asioissa lisätietoja antaa Hilpi Junnila.

Syksyisin luonto-, liikunta- ja matkailuterveisin, kiitollisina avustasi


Liik yo Hilpi Junnila

p. 014-602022

e-mail: junnila@maila.jyu.fi



LIPAS-projektipäällikkö Sinikka Hänninen

p. 014-602023

e-mail: hanninen@voima.jyu.fi

Osoite: LIPAS –projekti,
Liikunta- ja terveyslaboratorio
PL 35, 40351 Jyväskylä

LIITE 2: Internetkyselyn saateteksti

Viite: Luonnon virkistyskäytön valtakunnallinen inventointi (LVVI) /
Keski-Suomen luontomatkailututkimus

Hyvä vastaaja,

Valtakunnallinen LVVI-rekisteri on rakenteilla Jyväskylän yliopistossa ja se liitetään osaksi Suomen liikunnan tietopankkia, jossa on tällä hetkellä tiedot 29 000 liikuntapaikasta (LIPAS) ja noin 7000 liikuntaseurasta tai muusta liikuntajärjestöstä (LIITO), ks. www.sport.jyu.fi. LVVI:iin kerätään tiedot julkisista **ulkoilureiteistä**, virkistysalueista ja muista virkistyspalveluista. Rekisteristä on työn alla jokamiehen avoin internetsovellus, joka toteutetaan kolmikielisenä (suomi, ruotsi, englanti) sekä laajempi sovellus rekisteröityneille käyttäjille. Myös alueiden ja reittien kartat tulevat olemaan osa tietokantaa.

Osa valtakunnallista LVVI-tutkimusta on luontomatkailun tarjonnan selvittäminen, minkä osalta Keski-Suomi on valittu tutkimuksen pilottimaakunnaksi. Oheisella kyselyllä kartoitetaan luontomatkailupalveluja Keski-Suomen maakunnassa, saadut tiedot liitetään osaksi LVVI-rekisteriä. Tarjoamillasi palveluilla on siis tähän kyselyyn vastaamalla mahdollisuus päästä osaksi laajaa tietokantaa. Rekisteristä tietoa voidaan hakea palvelun sijainnin sekä tarjottujen aktiviteettien perusteella, perustiedot **palveluista** löytyvät rekisteristä ja lisätietoja saa linkin avulla esim. yrityksen omilta internetsivuilta.

Kaikissa kyselyyn ja sen vastaamiseen liittyvissä asioissa lisätietoja antaa tutkimuksen toteuttaja, liik. yo Hilpi Junnila.

Kesäisin luonto-, liikunta- ja matkailuterveisin, kiitollisina avustasi

Liik. yo Hilpi Junnila

p. 014-602022

e-mail: junnila@mail.jyu.fi

LIPAS-projektipäällikkö Sinikka Hänninen

p. 014-602023

e-mail: hanninen@voima.jyu.fi

Osoite: Jyväskylän yliopisto/LIPAS-projekti

Liikunta ja terveyslaboratorio

PL 35, 40351 JYVÄSKYLÄ

LIITE 3: Kysely /Luontomatkailupalvelut ja niiden vetovoimatekijät Keski-Suomessa

HUOM. Vastaa kaikkiin kysymyksiin!

Kyselyyn voi vastata myös internetissä, osoite www.sport.jyu.fi/lvvi/kysely, vastaamista varten käyttäjätunnus (user name) on lvvi ja salasana (password) on kysely99

A. Luontomatkailupalvelua tarjoavan yrityksen tai muun tahon yhteystiedot

1. Yrityksen nimi: _____
2. Yhteyshenkilö: _____
3. Puhelinnumero/-t: _____
4. Osoite: _____
5. Sähköposti: _____
6. Kunta, jossa yritys sijaitsee: _____
7. Kunta/kunnat, joiden alueella yritys toimii: _____

8. Onko yrityksellä www-sivut?

- on ei

Yrityksen www-sivun osoite: _____

9. Onko sivut linkitetty esim. alueellisen tai muun matkailuorganisaation kanssa?

- on ei

Linkkisivujen osoitteet, joilta palvelun löytää: _____

B. Luontomatkailupalvelut

10. Mitä seuraavista yritys tarjoaa ohjattuna aktiviteettina?

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Avantouinti | <input type="checkbox"/> Eräretkeily | <input type="checkbox"/> Golf |
| <input type="checkbox"/> Hiihto | <input type="checkbox"/> Jääkiipeily | <input type="checkbox"/> Kalastus |
| <input type="checkbox"/> Kalliokiipeily | <input type="checkbox"/> Koiravaljakkoajo | <input type="checkbox"/> Koskenlasku |
| <input type="checkbox"/> Laskettelu | <input type="checkbox"/> Lintujen tarkkailu | <input type="checkbox"/> Lumikenkävävely |
| <input type="checkbox"/> Lumilautailu | <input type="checkbox"/> Luontoretkeily | <input type="checkbox"/> Maastopyöräily |
| <input type="checkbox"/> Marjastus | <input type="checkbox"/> Melonta | <input type="checkbox"/> Metsästys |
| <input type="checkbox"/> Moottorikelkkailu | <input type="checkbox"/> Patikointi | <input type="checkbox"/> Pilkkiminen |
| <input type="checkbox"/> Purjehdus | <input type="checkbox"/> Pyöräily | <input type="checkbox"/> Maastoratsastus |

- | | | |
|--|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Retkiluistelu | <input type="checkbox"/> Rekiajelu | <input type="checkbox"/> Sienestys |
| <input type="checkbox"/> Soutu | <input type="checkbox"/> Surffaus | <input type="checkbox"/> Suunnistus |
| <input type="checkbox"/> Uinti | <input type="checkbox"/> Veneily | <input type="checkbox"/> Vesihiihto |
- Muut aktiviteetit, mitä _____
-

Liikuntaesteisten palvelut, mitä _____

11. Soveltuvatko palvelut ensisijaisesti ryhmille tai yksittäisille henkilöille?

- ryhmille, mikä on ryhmän minimikoko? _____
- yksittäisille henkilöille
- yhtä hyvin molemmille

12. Onko yrittäjällä aktiviteettien osalta vastuuvakuutus?

- on ei

13. Mitä seuraavista aktiviteeteista asiakkaan on mahdollista harrastaa omatoimisesti?

(ts. aktiviteettia varten tarjotaan esim. reitti, paikka, kartta tai välineet)

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Avantouinti | <input type="checkbox"/> Eräretkeily | <input type="checkbox"/> Golf |
| <input type="checkbox"/> Hiihto | <input type="checkbox"/> Jääkiipeily | <input type="checkbox"/> Kalastus |
| <input type="checkbox"/> Kalliokiipeily | <input type="checkbox"/> Koiravaljakkoajo | <input type="checkbox"/> Koskenlasku |
| <input type="checkbox"/> Laskettelu | <input type="checkbox"/> Lintujen tarkkailu | <input type="checkbox"/> Lumikenkäkävely |
| <input type="checkbox"/> Lumilautailu | <input type="checkbox"/> Luontoretkeily | <input type="checkbox"/> Maastopyöräily |
| <input type="checkbox"/> Marjastus | <input type="checkbox"/> Melonta | <input type="checkbox"/> Metsästys |
| <input type="checkbox"/> Moottorikelkkailu | <input type="checkbox"/> Patikointi | <input type="checkbox"/> Pilkkiminen |
| <input type="checkbox"/> Purjehdus | <input type="checkbox"/> Pyöräily | <input type="checkbox"/> Maastoratsastus |
| <input type="checkbox"/> Retkiluistelu | <input type="checkbox"/> Rekiajelu | <input type="checkbox"/> Sienestys |
| <input type="checkbox"/> Soutu | <input type="checkbox"/> Surffaus | <input type="checkbox"/> Suunnistus |
| <input type="checkbox"/> Uinti | <input type="checkbox"/> Veneily | <input type="checkbox"/> Vesihiihto |
- Muut aktiviteetit, mitä _____
-

Liikuntaesteisten palvelut, mitä _____

14. Miten ohjattuja & omatoimipalveluja voi ostaa?

suoraan palvelun tarjoajalta

matkailupalvelun kautta, mistä _____

muuten, miten _____

C. Muut palvelut

15. Mitä muita palveluja yritys luontomatkailijalle tarjoaa?

Ravitsemispalvelut on ei

Majoitus on ei

Kuljetuspalvelu on ei

Opaspalvelu eri kielillä on ei

Millä kielillä? _____

D. Vetovoimatekijät

16. Mitä palvelun vetovoimaisuutta lisääviä tekijöitä halutaan markkinoinnissa tuoda esille?

Luontoympäristön suhteen _____

Aktiviteettien suhteen _____

Muiden palvelujen suhteen _____

17. Mistä muista syistä teidän palvelunne on matkailijalle erityisen vetovoimainen?

E. Yhteydet julkisiin luonnossa virkistäytymispalveluihin

18. Käyttääkö yritys palvelujensa toteuttamiseen **julkisia** ulkoilureittejä, virkistysalueita tai muita virkistyspaikkoja (es. uimarannat, hiihtokeskukset, kalastusalueet, retkeilykeskukset, venesatamat)

kyllä ei

Jos, kyllä niin mitä,

ulkoilureittejä, reitin/reittien nimi _____

virkistysalueita, alueen nimi _____

virkistyspaikkoja, paikan nimi _____

19. Voivatko julkisilla reiteillä tai virkistysalueilla liikkuvat henkilöt hyödyntää yrityksen tarjoamia palveluja?

kyllä ei

Esim. miten _____

20. Miten haluaisit kehittää yhteistyötä julkisten virkistyspalvelujen tarjoajien ja luontomatkailuyrittäjien välillä?

LIITÄ VASTAUKSEESI YRITYKSESI ESITE JA HINNASTO PALVELUISTA,

KIITOS VASTAUKSISTASI !