

Sisilian imago suomalaisten matkakohteena

Karoliina Saxman



Tekijä Karoliina Saxman	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Sisilian imago suomalaisten matkakohteena	Sivu- ja liitesivumäärä 38 + 5
<p>Sisilia on Italialle kuuluva saari Välimerellä. Sinne järjestetään Suomesta valmismatkoja kesäaikaan, mutta myös omatoimimatkailijat ovat löytäneet kohteen.</p> <p>Tämä opinnäytetyö toteutettiin osana matkailun opintoja Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa keväällä 2017. Työn tavoitteena oli selvittää millainen matkailuimago Sisilialla on suomalaisten keskuudessa. Lisäksi tutkittiin miten mielikuvat eroavat Sisiliassa käyneiden ja ei-käyneiden välillä.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä kyselylomakkeen avulla, joka luotiin Webropol-ohjelmalla. Kyselyyn saatiin vastauksia Facebookin kautta sekä paperisella kyselylomakkeella, joka jaettiin Sisiliassa suomalaisille matkailijoille. Kysely oli auki 6.4.-23.4.2017 ja siihen saatiin yhteensä 112 vastausta. Vastaajista 34 oli käynyt Sisiliassa ja 78 taas ei ollut koskaan vierailut siellä.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu Sisiliasta matkakohteena ja siinä kerrotaan yleistiedon lisäksi Sisilian historiasta ja maailmanperintökohteista. Tutkimukseen liittyvänä teoriana käsitellään matkakohteen imagoa sekä Sisilian matkailun vetovoimatekijöitä ja uhkia. Näihin liittyen on myös esitetty SWOT-analyysi. Empiirisessä osassa kerrotaan kvantitatiivisesta tutkimusmenetelmästä ja kuvataan tutkimuksen kulku ja tutkimustulokset. Lopuksi myös pohditaan tutkimustuloksia ja koko prosessia.</p> <p>Tutkimuksessa kävi ilmi, että suomalaisilla on pääasiassa positiivinen mielikuva Sisiliasta. Heillä, jotka eivät Sisiliassa ole käyneet, oli mielikuva positiivisempi kun Sisiliassa käyneillä. Eniten mielikuvia herättivät Sisilian luonto, ilmasto, ruokakulttuuri ja mafia.</p>	
Asiasanat Sisilia, imago, kvantitatiivinen tutkimus, suomalaisten matkailu	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Sisilia	3
2.1	Perustietoa Sisiliasta.....	3
2.2	Historia lyhyesti.....	9
2.3	Maailmanperintökohteet.....	10
3	Matkakohteen imago.....	13
3.1	Imago käsitteenä.....	13
3.2	Sisilian matkailuimagon vetovoimatekijät	16
3.3	Sisilian matkailuimagon uhat.....	16
3.4	SWOT-analyysi.....	18
4	Tutkimus ja sen kulku.....	21
4.1	Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä	21
4.2	Aineiston hankinta kyselyn avulla.....	22
4.3	Tutkimuksen luotettavuus	23
5	Tutkimustulokset	25
5.1	Vastaajien taustatiedot.....	25
5.2	Vastaajien mielikuvat ja kokemukset Sisiliasta	27
5.3	Vastuserot Sisiliassa käyneiden ja ei-käyneiden välillä	30
5.4	Ristiintaulukointi	30
6	Johtopäätökset.....	32
7	Pohdinta.....	34
	Lähteet	35
	Liitteet.....	39
	Liite 1. Kyselylomake.....	39

1 Johdanto

Sisilia on Italialle kuuluva saari Välimerellä, joka on hyvin monipuolinen matkailumaa. Sieltä löytyy paljon nähtävää ja koettavaa niin historian, kulttuurin, ruoan, luonnon, aktiviteettien, shoppailun kuin rantojenkin ystäville. Suomesta järjestetään valmismatkoja Sisiliaan huhtikuulta lokakuulle, mutta myös omatoimimatkailijat ovat löytäneet kohteen. Sisilia ei kuitenkaan käytä koko matkailupotentiaaliaan, sillä kysyntää voisi kasvattaa paremman markkinoinnin avulla. Kohde kaipaa myös matkailupalveluiden parantamista ja työntekijöiden osaamisen kehittämistä. Myös talvi- ja tapahtumamatkailua voisi kehittää.

Kirjoittaja sai idean työhön saatuaan työkeikan Sisiliasta, joka vaati hyvää kohdetuntemusta. Tässä opinnäytetyössä tehtiin tutkimus, jolla haluttiin tutkia millainen imago suomalaisilla on Sisiliasta matkakohteenä. Jenkinsin (1999, 1, 3) mukaan matkakohteen imago on tietämyksen, mielikuvien, ennakkoluulojen, kuvitelmien ja tunteiden summa, joka yksilöllä tai ryhmällä on jostakin paikasta. Siihen vaikuttavat myös esimerkiksi media sekä perheen ja ystävien kokemukset. Luvussa 3 kerrotaan matkakohteen imagosta.

Tutkimuksen pääongelmana on:

- Millainen mielikuva suomalaisilla on Sisiliasta?
- Eroavatko Sisiliassa käyneiden ja ei-käyneiden mielikuvat toisistaan?

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimusmenetelmällä. Kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä tuloksia analysoidaan tilastollisin menetelmin. Tavoitteena on yleistäminen ja tutkimusten tulosten katsotaankin edustavan koko joukkoa. Otoksen on oltava riittävän suuri, jotta tulokset olisivat luotettavia ja yleistettävissä. (Kananen 2008, 10-11.) Kyselylomake luotiin Webropol-järjestelmällä ja se jaettiin sekä Facebookin kautta että paperisella lomakkeella. Vastauksia saatiin yhteensä 112 ja näistä 78 oli käynyt Sisiliassa ja 34 taas ei. Tutkimuksessa on kysytty vastaajien mielikuvia Sisiliasta ensin avoimella kysymyksellä spontaanien vastausten saamiseksi. Tämän jälkeen on pyydetty arviomaan erilaisia positiivisia ja negatiivisia asioita Sisiliasta matkakohteenä.

Opinnäytetyössä kerrotaan ensin yleistietoa Sisiliasta sekä sen kulttuurista, historiasta ja maailmanperintökohteista. Tämän jälkeen käydään läpi imagoteoriaa sekä Sisilian vetoimatekijöitä ja uhkia. SWOT-analyysissä pohditaan Sisilian vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia matkakohteenä. Empiirisessä osassa kuvataan tutkimuksen vaiheet ja käsitellään tutkimuksen luotettavuutta. Validiteetti tarkoittaa pätevyyttä eli että tutkitaan oikeita asioita tutkimusongelman kannalta. Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten

pysyvyyttä ja tarkkuutta. (Heikkilä 2014, 27-28.) Tutkimustulokset esitellään aina taustatiedoista mielikuviin. Sisiliassa käyneiden ja ei-käyneiden vastausten eroja myös vertaillaan. Ristiintaulukoinnilla analysoidaan eroavaisuuksia sukupuolten, iän ja asuinpaikan välillä. Johtopäätöksissä käsitellään tutkimustuloksia ja esitetään kehitysideoita. Työn päättää pohdinta-luku, jossa pohditaan koko työprosessia. Lopussa on lähdeluettelo ja kyselylomake liitteenä. Työn lähteinä on käytetty sekä suomenkielisiä että kansainvälisiä lähteitä Internetistä ja kirjoista sekä Sisilian paikallisoppaan haastattelua.

2 Sisilia

Tässä luvussa kerrotaan Sisiliasta matkakohteena. Ensimmäiseksi käydään läpi yleistietoa, kulttuuria ja tärkeimpiä kaupunkeja, jonka jälkeen paneudutaan historiaan ja UNESCO:n maailmanperintökohteisiin.

2.1 Perustietoa Sisiliasta

Sisilia on Välimeren suurin saari ja se kuuluu Italialle. Saari sijaitsee Italian saappaankärjen tuntumassa, ja matkaa manner-Italiaan onkin vain kolme kilometriä Messinansalmea pitkin ja Afrikkaan 150 kilometriä. Saari on muodoltaan kolmiomainen ja sillä on pinta-alaa lähisaarineen 25 708 km². Sisilia on autonominen alue, jonka asukasluku on reilu viisi miljoonaa. Saari on jaettu yhdeksään maakuntaan, joista jokainen on nimetty hallinnollisen keskuksensa mukaan. Sisiliassa puhutaan italian lisäksi sisiliaa, jossa on sanoja saarta hallinnoiden kansojen kielistä. Voidaankin sanoa, että asukkaat mieltävät itsensä enemmän sisilialaisiksi kuin italialaisiksi. (Kinnunen, Helka & Luoto 2012. 2012, 9-10.)



Kuva 1. Sisilia Italiassa (Wikimedia 2011)

Vaikka Sisilia sijaitseekin hyvin lähellä manner-Italiaa, eroaa se siitä monellakin tapaa. Etelä-Afrikan läheisyys sekä monet valloittajat, joista espanjalaiset ja arabit tärkeimpinä, ovat antaneet oman vivahteensa Sisilian kulttuuriin. Tämä kulttuurien sekoittuminen näkyy parhaiten gastronomiassa, käsitöissä, kansanperinteessä sekä murteessa. Suurimmat kaupungit ovat Palermo ja Catania, joihin pysähtyvät Välimeren risteilyalukset. Lomakoh-teista mainitsemisen arvoisia ovat Taormina ja Cefalù. Taormina on hienostut lomakohde, jossa voi nauttia oopperasta ja kulttuuritapahtumista sekä ihailia kreikkalaisroomalaista te-atteria ja taustalla hämmöttävää Etnaa. Cefalù taas on kalastajasatama, joka soveltuu hy- vin perheille. Siellä on hyvä uimaranta sekä upea katedraali. Cefalù onkin ulkomaalaisten matkanjärjestäjien suosiossa. (Boniface, Cooper & Cooper 2016, 341-342.)



Kuva 2. Isola Bella, Taormina (Saxman 2017)

Sisiliassa on useita luonnon nähtävyyksiä sekä perintökohteita. Etnan tulivuori on yksi maailman suurimmista aktiivisista tulivuorista, ja se on saavutettavissa teitse sekä kaape- lihissillä. Sisilian lähisaaret tarjoavat upeat mahdollisuudet aktiviteetteihin, kuten laite- sukellukseen, mutta myös toisaalta pysähtymispaikan laittomalle pakolaisuudelle. Sisilian perintökohteissa on nähtävillä vahvasti Sisilian rikas historia. Merkittävin arkeologinen nähtävyys on kreikkalaisten rakentama Agrigenton TempPELLilaakso. (Boniface ym. 2016, 342.)

Sisilian maisemat ja olosuhteet ovat vaihtelevat. Pensaskasvillisuuden peittämä rannikko, vehreät metsät, viini- ja hedelmätarhat, karut vuorenrinteet ja kukkulat sekä keväisin kukkaloisto kertovat luonnon monimuotoisuudesta. Kesät ovat ja kuumia ja talvet leudompia, mikä on tyypillistä Välimeren ilmastolle. Aurinko paistaa Sisiliassa enemmän kuin muualla Euroopassa ja keskikesällä lukemat voivat kohota jopa yli 40 C-asteeseen – varsinkin jos kuuma sirocco-tuuli puhaltaa Saharasta. Sisämaassa on kuivempaa ja kuumempaa kuin rannikolla. Talvisin vuoret saavat lumipeitteen, ja tuolloin Madonien luonnonpuistossa sekä Etnalla onkin mahdollista hiihtää. (Kinnunen ym. 2012, 9, 13-14.)



Kuva 3. Sisilian kaupunkeja (Wikimedia 2007)

Palermo on saaren pääkaupunki ja se sijaitsee pohjoisrannikolla Pellergrino-vuoren juurella. Ensivaikutelmana kaupungista voi olla ankea kaoottisen liikenteen, katujen roskakasojen ja maanjäristyksen jälkeen huonosti rakennettujen talojen vuoksi. Kaupungista löytyy kuitenkin hienoja kirkkoja ja palatseja, hyvät ostosmahdollisuudet sekä mielenkiintoisia museoita. Palermo onkin Sisilian kulttuurin ja talouden keskus sekä tärkeä satamakaupunki. (Kinnunen ym. 2012, 106.)



Kuva 4. Palermon katedraali (Saxman 2017)

Saaren itärannikolla sijaitseva Catania on toiseksi suurin kaupunki, josta löytyy kaiken kaaoksen ja melun vastapainoksi kaunis Unescon listaama historiallinen keskusta. Kaupunki on kokenut aikanaan kovia, sillä 1600-luvulla Etna purkautui valuttaen laavaa kaupungin kaduille ja tappaen 12 000 ihmistä. Etnan syöksemistä mustista laavakivistä rakennettiin kirkkoja ja palatsi barokkityyliin. Myöhemmin maanjäristys teki lisää tuhoa jättäen 20 000 vainajaa. Kaupungin nähtävyyksiin kuuluvat muun muassa Piazza del Duomon keskusaukio ja siellä sijaitseva kaupunkia suojeleva elefanttisuihkulähde, Fontana dell'Elefante. Kaupungin pitää eläväisenä vilkkaat kalamarkkinat sekä sadat opiskelijavoitotiset baarit ja klubit. (Clark & Maric 2014, 171.)

Suosituin turistikohde on 11 0000 asukkaan Taormina, joka sijaitsee Monte Tauro -vuoren rinteellä. Maisemat ovat näyttävät merelle sekä kauempana hämmöttävälle Etnalle. Kaupungin rikas historia on nähtävissä sen arkkitehtuurissa, ja kaupunki onkin houkutellut vuosisatoja paikalle taiteesta ja historiasta kiinnostuneita henkilöitä. Suuren yleisön matkakohteena se on ollut 1960-luvulta lähtien, ja lomasesonkina kaupungissa riittääkin viilina – varsinkin kun taidetapahtumat, kuten oopperafestivaalit, valtaavat paikan. Kaupungin alapuolella sijaitsevalle uimarannalle pääsee kätevästi gondolilla. Kaupungin pääkadulla Corso Umbertolla voi tehdä ostoksia kalliissa ja tyylikkäissä liikkeissä ja piipahtaa

herkkupuodeissa tai kahviloissa. Tärkein historiallinen nähtävyys on henkeäsalpaavalla paikalla sijaitseva Teatro Greco (kreikkalainen teatteri). Kreikkalaiset rakensivat sen ennen ajanlaskun alkua ja roomalaiset myöhemmin muokkasivat sitä muun muassa gladiattoritaisteluja varten. Teatterin katsomo on hakattu vuorensiinään. (Kinnunen ym. 2012, 49-52, 54.)



Kuva 5. Kreikkalainen teatteri, Taormina (Saxman 2017)

Toinen tärkeä lomakohde on pohjoisrannikolla 74 kilometrin päässä Palermosta itään sijaitseva Cefalù. Keskiaikainen tunnelma on edelleen aistittavissa vanhassa kaupungissa, jossa sijaitsee upea Duomo-katedraali. Kaupungin parin kilometrin pituinen hiekkaranta on yksi Sisilian parhaista uimarannoista. Rocca-vuori ja sen huipulla olevat arabialaisten rakentaman linnoituksen rauniot kohoavat kaupungin takana. Pitkän porrassousun jälkeen ylhäältä avautuvat upeat näkymät kaupungin ja meren ylle. (Clark & Maric 2014, 116; Kinnunen ym. 2012, 134.)

Sisiliasta puhuttaessa nousee aina esille paikallinen ruoka. Sisilialaiseen ruokakulttuuriin on tullut vaikutteita valloittajien ja kauppamiesten mukana kaukaisiltakin mailta. Espanjalaisien mukana tulivat muun muassa tomaatti ja peruna ja arabialaisten sitrushedelmät,

riisi, mausteet, sokeriruoko ja couscus. Roomalaiset opettivat palkokasvien ja viljan viljelyn, kun taas kreikkalaiset toivat oliivit, viinin, hunajan ja ricotta-juuston. Tyypillistä sisilialaiselle ruoalle on kalan ja äyriäisten runsas käyttö, tuoreet vihannekset, makeat leivonnaiset sekä Italiaa voimakkaampi maustaminen. Pasta ja risotto ovat tärkeä osa päivittäistä ruokaa ja paikallisia erikoisuuksia ovat sardiinipasta sekä musta risotto, joka saa värinsä mustekalan musteesta. Munakoiso, tomaatti, kapris, villifenkoli ja pinjansiemen kuuluvat olennaisena osana sisilialaiseen keittiöön. Pääruoaksi valitaan usein kalaa tai muita meren antimia. Sisämaassa syödään enemmän lihaa, joka tarjoillaan usein grillattuna. Jälkiruoaksi sopivat esimerkiksi mantelileivonnaiset, marsipaanihedelmät tai jäätelö. (Kinnunen ym 2012, 198-199.)

Sisiliassa on viljelty viiniä aina siitä lähtien kun kreikkalaiset toivat viiniköynnöksen saarelle. Kuuma ja kuiva ilmasto sekä kalkkikiveä sisältävä saviperäinen ja vulkaaninen maaperä luovat hedelmälliset puitteet viiniköynnöksen kasvattamiselle. Viiniviljelyalueita on ympäri saarta, mutta suurin osa viineistä tulee saaren länsipuolelta. Omien rypälelajikkeiden lisäksi kasvatetaan myös ranskalaisia lajikkeita, ja laatuviinejä tuodaan myös muun muassa Suomeen. Sisilia on ollut tunnettu erityisesti makeista viineistä, joista kuuluisin on sherryn ja portviinin kaltainen Marsala, joka tulee Marsalan kaupungin ympäristöstä. Se soveltuu myös ruoanlaittoon. (Kinnunen ym. 2012, 206-208.)

Uskonto on vahvasti läsnä Sisiliassa. Suurin osa väestöstä on roomalaiskatolilaisia, kun taas pienen vähemmistön muodostavat muslimiyhteisöt Palermossa ja Mazara del Vallossa. Jopa ennen kuin roomalaiskatolisuus tuli Italian viralliseksi uskonnoksi vuonna 1929, Sisilia oli jo täysin katolilainen johtuen Espanjan 500 vuotisesta herruudesta. Vuonna 1985 Italiassa katolisuus menetti valtioneuskonnon aseman, eikä uskonnon opetus ollut enää pakollista. Tämä ei kuitenkaan vaikuttanut Sisiliaan merkittävästi, jossa katolisen kirkon asema on vahva ja suosio erittäin suuri. (Clark & Maric 2014, 290.)

Pyhiinvaellusmatkat ovat edelleenkin suosittuja muun muassa Madonien vuoristossa sijaitsevaan Gibilmannan kirkkoon. Pyhimysten päivää vietetään juhlavasti ja erityisesti nimipäivien vietto on tärkeää, koska lapsille annetaan usein kasteessa pyhimyksen nimi. Kaupunkeja ja kyliä vartioivat ihmetekoja tekevät suojelupyhimykset ja noin puolet kirkkoista on omistettu valta-asemassa olevalle Madonnalle. (Kinnunen, Helka & Luoto 2012, 2012, 12.) Kirkkovoosi huipentuu aina pääsiäisen jälkeiseen hiljaiseen viikkoon, *Settimana Santaan*. Silloin sisilialaiset ottavat vapaata töistä ollakseen perheensä kanssa ja osallistukseen uskonnollisiin juhlamenoihin, kuten näyttäviin kulkueisiin. Näistä kuuluisin on nelipäiväinen I Misteri Traponissa, jossa kuvataan Jeesuksen kärsimyshistoriaa kantamalla patsaita ympäri kaupungin katuja. (Clark & Maric 2014, 291.)



Kuva 6. Pääsiäiskulkue, Trapani (Saxman 2017)



Kuva 7. Cannoli ja marsipaanimakeiset (Saxman 2017)

2.2 Historia lyhyesti

Sisilialla on ollut tärkeä merkitys historiallisesti sen keskeisen sijainnin vuoksi Välimerellä, ja moni hallitsija onkin halunnut saada saaren haltuunsa. Saaren ensimmäisistä asukkaista ei ole tietoa, mutta muun muassa Monte Pellegrinon luolien löydökset viittaavat siihen, että saarella on ollut asutusta jo paleoottisella kivilaudella. Ensimmäiset asukkaat saapuivat todennäköisesti Messinansalmen yli. 15-10. vuosisadoilla eKr. saaren asuttivat sikaanit, elymniläiset sekä siculit. Viimeiseksi mainituimman mukaan sai myös koko saari nimekseen Sicania (Sicilia) heidän voittoisan taistelunsa jälkeen. Foinikialaiset olivat ensimmäisiä niin sanottuja ulkopuolisia, jotka pyrkivät kontrolloimaan Sisiliää. He perustivat kauppaseman saarelle v. 858 eKr. ja lisäsivät saaren vaurautta sekä tutustuttivat alkuperäisasukkaat uskontokulttuuriinsa. Vuonna 733 eKr. korinttilaiset perustivat saaren itärannikolle Syrakusan, josta kasvoi saaren suurin kaupunki. Tämän jälkeen Sisilia liitettiin Suur-Kreikkaan ja saaren asukkaat omaksuivat Kreikan kulttuurin ja kielen. Sen aikaisten mahtavien rakennusten raunioita voi edelleen käydä ihastelemassa Sisiliassa. (Luoto 2012, 17-20.)

Roomalaiset halusivat myös valloittaa Sisilian, mikä onnistuikin useiden puunilaissodiksi kutsuttujen taisteluiden jälkeen. Monet barbaarikansat tekivät ryöstöretkiään Sisiliassa Rooman vallan aikakaudella, kunnes saari liitettiin Bysantin imperiumiin, josta myös kristinusko levittäytyi saarelle. Arabit taas puolestaan valloittivat saaren vuonna 837 ja jättivät

oman jälkensä arkkitehtuuriin ja taiteeseen. Tämän jälkeen saarta hallitsivat myös viikin- kien jälkeläiset Normannit sekä saksalaiset, ranskalaiset, itävaltalaiset ja espanjalaiset. Kansan keskuudessa alkoi kuitenkin kyteä ajatus itsenäisestä Sisiliasta, joka onnistuikin vuonna 1980 tehdyn maihinnousun johdosta. Itsenäisyys ei kuitenkaan taannut kukois- tusta, vaan kurja talous aiheutti nälkää ja monet lähtivätkin siirtolaisiksi Yhdysvaltoihin, Etelä-Amerikkaan ja Tunisiaan. Kurjuutta lisäsi myös Messinan maanjäristys vuonna 1908, joka tuhosi kaupungin ja jätti jälkeensä 84 000 vainajaa. (Luoto 2012, 24, 29-34.)

Monet Amerikassa rikastuneet sisilialaiset palasivat takaisin ensimmäisen maailmanso- dan jälkeen. He eivät kuitenkaan onnistuneet helpottamaan köyhien oloja vaan enemmän- kin riistäminen vain lisääntyi. Tässä tilanteessa koko italialainen yhteiskunta joutui jonkin- laiseen sekasortoon ja maa ajautui oikeistodiktatuurin valtaan Benito Mussolinin johtaman fasistisen liikkeen johdolla. Fasistien valta päättyi toiseen maailmansotaan, jossa liittoutu- neet ottivat Sisilian haltuunsa. Vaikka tilanne on myöhemmin rauhoittunut, ei se ole kui- tenkaan tuonut vaurautta, vaan kansa oli edelleen jakautunut kahteen luokkaan – rikkaa- seen mafiaan ja nälässä elävään köyhälistöön. Myöhemmin Euroopan yhteisön taloudelli- nen tuki ja matkailu ovat auttaneet Sisiliaa pääsemään jaloilleen. Sisilia liittyi EU:n jäse- neksi vuonna 1958 ja se otti eurot käyttöön vuonna 1999 (Euroopan Unioni 2017; Luoto 2012, 34-35.)

2.3 Maailmanperintökohteet

UNESCO on vuonna 1972 hyväksynyt kansainvälisen yleissopimuksen maailman kult- tuuri- ja luonnonperinnön suojelemiseksi. Lähtökohtana sille on maailman uhanalaisen kulttuuri- ja luonnonperinnön säilyttäminen tuleville sukupolville. Sen tavoitteena on levi- tää tietoa ja lisätä arvostusta kansakuntien ainutlaatuisesta perinnöstä. Sopimuksen poh- jalta tuetaan kansainvälisessä yhteistyössä kulttuuriperinnön vaalimista, kunnostamista ja pelastamista, jos kansalliset voimavarat eivät riitä. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017.)

Sisiliassa on yhteensä seitsemän UNESCO:n maailmanperintökohdetta, joista yksi tunne- tuimmista on itärannikolla sijaitseva Etnan tulivuori. Se on maailman aktiivisin tulivuori, josta on dokumentoitu jo ainakin 2700 vuoden ajan. Etna on 3329 metriä korkea ja se on- kin Euroopan korkein tulivuori. Etna on tärkeä tutkimus- ja opetuskohde, josta on merkittä- vää tieteellistä ja kulttuurista hyötyä maailmanlaajuisesti. Vuori on kuulunut vuodesta 1987 asti alueen luonnonpuistoon. Liparisaaret (Eoliset saaret) sijaitsevat Sisilian koillispuolella. Saariin kuuluu seitsemän suurempaa saarta sekä muita pienempiä saaria. Saaret ovat vulkaanista alkuperää ja niillä on yhä toiminnassa olevia tulivuoria. Saarilta avautuvat

upeat maisemat, jotka vaihtelevat aina persoonallisista kallionmuodostelmista ja mustahiekkaisista uimarannoista vehreisiin viininviljelyalueisiin. Saariryhmän pääsaari on Liparin saari, jonka nähtävyydet ovat arkeologinen museo sekä merirosvoilta suojaamaan rakennettu linnoitus. Saaria on tutkittu jo ainakin 1700-luvulta lähtien, ja niistä on edelleen merkittävää hyötyä tieteelle ja tulivuorten tutkimustyölle (Kinnunen ym. 2012, 187-188; UNESCO 2017.)



Kuva 8. Etna (Saxman 2017)

Syrakusa ja Pantalican kivinen nekropoli ovat osoitus vuosisatojen ajan kehittyneestä antiikin Kreikan kulttuurista sekä Välimeren sivilisaatiosta. Pantalican nekropolissa on yli 5000 kalliin hakattua hautaa. Syrakusassa taas on useita raunioita kuten kreikkalainen teatteri, roomalainen amfiteatteri sekä Ateenan ja Apollon temppelit. Toinen arkeologinen maailmanperintökohde on Agrigenton arkeologinen alue eli Tempelilaakso. Agrigento oli aikanaan yksi Välimeren johtavista kaupungeista ja se perustettiin Kreikan siirtomaalle. Alueella olevat temppelit edustavat ainutlaatuisinta doorilaista arkkitehtuuria maailmassa. Villa Romana del Casale taas on yllellinen roomalainen huvila, jonka lähes jokaista huonetta koristavat hienot mosaiikit. Eteläiset Val di Noton barokkikaupunkeihin kuuluvat Caltagirone, Militello Val di Catania, Catania, Modica, Noto, Palazzolo Acreide, Ragusa ja

Scicli. Kaupungit ovat rakennettu uudelleen vuoden 1693 tuhoisan maanjäristyksen jälkeen. Ne edustavatkin merkittävää yhteisöllisyyttä, korkealaatuista arkkitehtuuria ja taidetta sekä innovatiivista kaupunkisuunnittelua. Pohjoisrannikolla taas Arabi-normannilainen Palermo sekä Cefalù ja Montrealen katedraalit käsittävät yhteensä yhdeksän uskonnollista ja valtiollista rakennusta Normannin kuningaskunnasta 1000-luvun alkupuolelta: kuningaskunnan pääkaupungin Palermon kaksi palatsia, kolme kirkkoa, katedraalin ja silan sekä Cefalù ja Montrealen katedraalit. Ne yhdistävät länsimaalaisen, islamilaisen sekä bysanttilaisen kulttuurin, jotka synnyttivät uusia taiteen ja arkkitehtuurin ilmentymiä. (UNESCO 2017.)

3 Matkakohteen imago

Tässä luvussa selitetään mitä matkakohteen imago tarkoittaa sekä mitkä tekijät siihen vaikuttavat ja miten sitä voi tietoisesti muokata. Lisäksi käsitellään Sisilian vetovoimatekijöitä ja uhkia matkailun näkökulmasta. Lopuksi esitetään SWOT-teoria Sisilian heikkouksista, vahvuuksista, mahdollisuuksista ja uhista matkakohteena.

3.1 Imago käsitteenä

Jenkinsin mukaan (1999, 1-3.) matkakohteen imago on tietämyksen, mielikuvien, ennakkoluulojen, kuvitelmien ja tunteiden summa, joka yksilöllä tai ryhmällä on jostakin paikasta. Jokaisen mielikuva on ainutlaatuinen ja siihen vaikuttavat muun muassa henkilön muistot, miellelyhtymät ja etäisyys kohteesta. Ihmisillä on usein realistisempi ja vahvempi kuva paikoista, jotka sijaitsevat lähellä heidän kotiaan, koska he ovat todennäköisemmin vierailleet siellä ja saaneet siitä tietoa median ja tuttavien kautta. Matkakohteen imago on tärkeää, koska se vaikuttaa kohteen valintaan, päätöksen tekoon sekä tyytyväisyyteen matkakokemuksesta. Alla olevassa kuviossa on esitetty tekijöitä, jotka vaikuttavat matkakohteen imagon muodostumiseen.

Kuvio 1. Kuluttajan matkailuimagon syntymiseen vaikuttavia tekijöitä (Stabler, 1988, teoksessa Jenkins 1999, 3.)



Imagon voi myös määritellä olevan sitä mitä uskomme olevan totta. Imago koostuu kaikesta siitä mitä henkilö tietää kohteesta ja se muodostuu menneiden kokemusten perusteella. Markkinoinnilla yritetään vaikuttaa ihmisten kohdetuntemukseen. Positiivinen medianäkyvyys auttaa matkakohteen mainostamisessa, kun taas negatiivinen vaikuttaa päinvastaisesti. Toisaalta negatiivinenkin julkisuus lisää kohteen tunnettavuutta. Hyödyllinen imago vaikuttaa matkailijoiden päätöksen tekoon matkakohdetta valittaessa. Matkakohteen imagoa ei voi luoda tyhjästä, vaan on käytettävä asioita, jotka jo ovat tai voisivat olla olemassa. (Morgan, Pritchard & Pride 2010, 264.)

Matkakohteen imago on ollut 70-luvulta lähtien yksi matkailun tutkituimmista asioista. Tutkimukset ovat usein keskittyneet matkailijakäyttäytymiseen ja matkakohteen tehokkuuteen kehittämiseen. Jokaisella paikalla on omintakeiset piirteensä ja ominaisuutensa, jotka voivat johtaa erilaisiin mielikuviin paikasta. Fyysiset ja inhimilliset piirteet ovat tärkeimpiä matkailijoita houkuttelevia tekijöitä. Fyysiset piirteet sisältävät ympäristöön liittyviä asioita, kuten ilmaston, kasvillisuuden, vuoret ja rannat, jotka houkuttelevat matkailijoita erilaisiin aktiviteetteihin kuten vuorikiipeilyyn ja reppureissaamiseen. Inhimilliset piirteet taas sisältävät ihmisten aikaansaamia kulttuuriin liittyviä tekijöitä, kuten arkkitehtuurin, historian, ravintolat, hotellit ja museot. Yksilön persoonallisuus vaikuttaa myös näkemyksiin matkakohteesta, ja esimerkiksi opiskelija ja liikematkustaja voivatkin nähdä kohteen täysin eri lailla. Tunteet ovat myös tärkeässä roolissa matkakohteen imagon syntymiselle ja usein negatiiviset tunteet kestävät kauemmin kuin positiiviset. Esimerkiksi köyhyys Afrikassa voi herättää sympatiaa ja tsunami Aasiassa taas pelkoa ja ahdistusta. (Kim & Chen 2016, 154-155, 157-159.)

Brändäys liittyy oleellisena osana imagon muodostumisprosessiin. Brändäminen tarkoittaa ”imagon tietoista kehittämistä strategisten innovaatioiden avulla asiakkaan mielessä syntyväksi käsitteeksi tuotteesta tai palvelusta”. (Rantapallo 2015.) Useimmat matkakohdet mainostavat saman tyyppisiä asioita, kuten ylellisiä hotelleja, ystävällisiä ihmisiä, kulttuuriperintöä ja maisemia. Tämän vuoksi olisikin tärkeä erottua muiden joukosta luomalla ainutlaatuinen identiteetti matkakohteelle. Kaikilla menestyneillä brändeillä on myös emotionaalista arvoa käyttäjälleen eli tunteet ovat tärkeä osa brändäämistä. Myös matkakohteen, jossa kuluttaja viettää lyhyen kovalla työllä ansaitun lomansa, tulisi olla emotionaalisesti houkutteleva. Matkakohteiden kilpailua ei käydä enää vain hinnoista vaan on voitettava kuluttajien sydämet puolelleen. (Morgan, Pritchard & Pride 2010, 60-61.)

Suuret tapahtumat voivat lisätä matkakohteen tunnettavuutta. Ne ovat oiva markkinoinnin keino, jolla saadaan houkuteltua lisää matkailijoita kohteeseen. Tällaisia tapahtumia voivat olla esimerkiksi kansainväliset urheilutapahtumat, vuosijuhlat tai messut. (Kim & Chen

2016, 158.) Olympialaiset ovat auttaneet monia kaupunkeja, kuten Barcelonaa, Sydneytä ja Bekingiä, tulemaan tunnetuiksi. Olympiakaupungit investoivat infrastruktuuriin ja markkinointiin, ja saavat näin paljon näkyvyyttä mediassa. (Ashworth & Kavaratzis 2010, 30.) Huolimatta tapahtumamatkailun kasvusta, psykologisiin prosesseihin tapahtumien ja matkailubrändin taustalla on kiinnitetty turhan vähän huomiota. Kehittäessä matkakohteen tapahtumia, on ensin tutkittava, mitä miellejhtymiä ihmiset liittävät matkakohteeseen. Tämän jälkeen voidaan valita, millaisia tapahtumia järjestetään vahvistamaan, parantamaan tai muuttamaan matkakohteen imagoa. Esimerkiksi jos kohde on tunnettu rannoista, voisi siellä järjestää beach volley turnauksen vahvistamaan jo olemassa olevaa imagoa. Jos taas kohde ei ole tunnettu lapsiystävällisyydestä, sen imagoa voisi parantaa perheille sopivilla tapahtumilla. (Morgan, Pritchard & Pride 2010, 283-287.)

Matkakohteen imagoon vaikuttavat myös muun muassa elokuvat, televisio, kuvat, musiikki ja julkisuuden henkilöt. Eri medioissa mainostamiseen käytetään yhä enemmän rahaa budjetista kilpailun kasvaessa jatkuvasti. Matkakohteet ovatkin luoneet yhteistyötä matkailun, vapaa-ajan ja viestinnän alojen markkinointiin. Pelkät kauniit kuvat rannoista, vuorista, rakennuksista tai tapahtumista eivät riitä, vaan mainoksissa tulee ilmetä mitä elämyksiä matkailija voi kokea lomallaan. Erityisesti paikallisten ja matkailijoiden vuorovaikutuksen esitleminen on tärkeää, sillä ihmiset ovat luonnostaan sosiaalisia ja uteliaita ja haluavat nähdä miten paikalliset elävät muualla päin maailmaa. Harva haluaa matkustaa kohteeseen, joka on täysin eristyksissä ihmisistä. (Bowen, Kotler & Makens 2014, 556.) Myös perheen ja ystävien kokemukset muokkaavat osaltaan matkakohteen imagoa ja vaikuttavat näin päätöksen tekoon. Mielikuvat kohteesta luovat matkailijalle ennakko-odotuksia, joihin he peilaavat kokemustaan ja saamaansa palvelua. Parhaassa tapauksessa odotukset ylittyvät. (Kim & Chen 2016, 160.)

Alati muuttuvassa maailmassa kriisit ovat tulleet tavalliseksi ongelmaksi. Teknologian aikakaudella uutiset leviävät mediassa hetkessä maailmanlaajuisesti. Terrori-iskut, tsunamit, hurrikaanit ja tautiepidemiat voivat hetkessä tuhota matkakohteen, kun taas media voi aiheuttaa pitkän ajan kuluessa paljon harmia. Esimerkiksi jatkuvat uutiset kohteen rikoksista vaikuttavat epäedullisesti ihmisten mielikuviin kohteesta. Negatiivinen imago onkin nykypäivänä hyvin kohtalokasta matkakohteelle, koska kilpailu kasvaa jatkuvasti. Imago ei välttämättä perustu faktoihin vaan voi olla täysin stereotyyppien varassa, joita on haastavaa muuttaa. (Avraham & Kettler 2008, xii-xiii.)

3.2 Sisilian matkailuimagon vetovoimatekijät

Sisiliaa voidaan sanoa yhdeksi houkuttelevimmista kohteista Euroopassa. Sen sijainti on keskeinen idän ja lännen sekä Afrikan ja Euroopan välissä, ja sillä on ollut tärkeä asema Välimeren kulttuurin synnyssä. Muinaisten sivilisaatioiden jäänteet ovat edelleen nähtävissä joka puolella. Palermossa voi kävellä kaupunkia ihastelemissa taiteellisia ja arkkitehtuurisia helmiä aina Bysantista Barokkiin. Vaihtelevat maisemat merellisestä vuoristoon ja Etnan tulivuoreen sekä monipuoliset aktiviteettimahdollisuudet tarjoavat matkailijalle paljon elämyksiä. Ruokakulttuuri pitkin perinteinen, tuoreine raaka-ainoineen ja rikkaine makuineen on vertaansa vailla. (Clark & Maric 2014, 4.)

Lomamatkat, Aurinkomatkat, TUI, Tjäreborg ja Apollomatkat järjestävät matkoja Sisiliaan. Osalla matkanjärjestäjistä Sisilia on omatoimikohde. Lomakohdevalikoimaan kuuluvat Cefalù, Taormina, Taormina Mare, Giardini-Naxos, Letojanni ja Syrakusa. Finnairilla ja Primera Airilla on suoria lentoja Cataniaan ja lentoaika on noin 4 tuntia ja 10 minuuttia. Matkailukausi on vilkkaimmillaan keskikesällä kesäkuusta elokuulle. Suomalaiset matkanjärjestäjät tekevät matkoja Sisiliaan pääasiassa toukokuulta lokakuulle. (Apollomatkat 2017; Aurinkomatkat 2017; Lomamatkat 2017; Tjäreborg 2017 ja TUI 2017.)

3.3 Sisilian matkailuimagon uhat

Sisilia tuo monille ensimmäisenä mieleen mafian ja siihen liittyvät raakuudet, jotka voivat olla uhkana turvallisuudentunteelle. Toisaalta taas mafiasta kertovat maailmankuulut Kummisetä-elokuvat, joissa Marlon Brando näytteli Corneolen mafiaperheen päällikköä, ovat osaltaan houkuttelleet Sisiliaan turisteja, erityisesti Corleonen kaupunkiin. Mafian alkuperästä ei ole täyttä varmuutta, mutta sen on arveltu syntyneen viimeistään 1800-luvulla, jolloin kauppiaat ja suurmaanomistajat värväsivät yksityisiä suojelujoukkoja vartioimaan omaisuuttaan eli ensimmäiset mafiosot olivat palkkasotilaita. Heistä tuli rikollisia Sisilian jouduttua taloudellisen ja poliittisen sekasorron valtaan ja näin syntyi *Cosa Nostra* (meidän asiamme). Mafian menestyksen salaisuuksia ovat järjestäytynyt rikollisuus ja *omertá*, eli vaikeneminen mafian asioista kuoleman uhalla. Italialainen mafia koostuu perhekunnista, eli klaaneista, joissa on tarkka hierarkia ja omista huolehditaan viimeiseen asti. Mafia onkin salaseura, josta ei voi erota kuin kuoleman kautta. (Sisilia.net 2017.)

1930-luvulla diktaattori Benito Mussolini otti asiakseen mafian poistamisen Sisiliasta. Useat mafiosot onnistuivat kuitenkin pakenemaan Yhdysvaltoihin, jossa he perustivat oman menestyksekkään mafiansa, josta Kummisetäkin kertoo. 1970-luvulla Sisilian mafiaperheet taistelivat keskenään vallasta ja niiden seurauksena tehdyt salamurhat aiheuttivat 1980-luvun alkuvuosina suuren mafiasodan. Ainoastaan Salvatore Riinan klaani pystyi

säilyttämään valtansa ja Riina julistikin sodan Italian valtiota vastaan. Hänen toimestaan useita poliitikkoja, valtion virkamiehiä ja tuomareita tapettiin. Lopulta poliisit onnistuivat saamaan Tommaso Buscettan vasikoimaan, ja tämän tietojen perusteella satoja mafiiosoja vietiin oikeuteen. Kuitenkin vasta vuonna 1992 valtio alkoi uudelleen kamppailemaan mafiaa vastaan, jolloin Riina pidätettiin ja tuomittiin ja toinen mafiajohtaja Bernardo Provenzano puolestaan vuonna 2006. (Sisilia.net 2017.)

Mafia kuitenkin elää edelleen ja sitä on ollut vaikea kitkeä sisilialaisesta elämästä, koska sillä on toimintaa niin monella eri saralla. Nykypäivänä mafia rahoittaa toimintaansa suojelurahoilla, koronkiskonnalla, rakennusalan rahanpesulla, uhkapeleillä sekä huume-, ase- ja ihmiskaupalla. Sillä on myös arvokkaita yhteyksiä Italian puolueisiin. Mafia ei kuitenkaan vaikuta turistien elämään eikä ole heitä koskaan vahingoittanut, vaan kahakat ovat aina mafian sisäisiä tai Italian virkamiehiin kohdistuvia. Nykyisin mafian vastainen liike on saanut enemmän jalansijaa sekä rikottua hiljaisuuden mafian vastaisessa sodassa. (Sisilia.net 2017; Clark & Maric 2014, 299.)

Mafia on sotkeutunut myös Välimeren siirtolaiskriisiin. Italiaan ajautuvista pohjoisafrikkalaisista koituu valtavat kustannukset Italian hallitukselle vuosittain. Hallitus tarjoaa pakolaisia majoittaville rahallista korvausta, ja Italian valvontaryhmien ja syyttäjien mukaan mafia on sotkeutunut järjestelmään ja onnistunut saamaan vastaanottokeskuksille kuuluvia rahoja itselleen. (Tekniikka & Talous 2015.) Monet hukkuvat meren ylityksellä ja Italia on ensimmäinen maa, joka yrittää löytää nimen ja identiteetin heille (YLE 2016). Pakolaisiin tai hukkuneisiin lomallaan harvemmin törmää ja Etelä-Italian rannikko vetää edelleen runsaasti matkailijoita ja auringon palvoja puoleensa (Spiegel 2015).

Erilaiset luonnonmullistukset ovat myös yksi matkailun uhka. Sisilia sijaitsee Afrikan ja Euroasian mannerlaattojen liitoskohdassa ja se onkin yksi maailman aktiivisimmista tulivuorista. Tuhoisin purkaus oli vuonna 1669, jolloin laavavirrat tuhosivat Etnan rinteiden kyliä ja osan Catanian kaupungista. 2000-luvulla Etnalla on ollut jatkuvasti purkauksia ja välillä Catanian lentokenttä on jouduttu sulkemaan tuhkapilven vuoksi. (Tripsteri 2017.) Keväällä 2017 Etnalla oli useita purkauksia ja 10 ihmistä loukkaantui, kun tulivuoren syöksemät kivet alkoivat lentämään heidän päälleen. Ihmiset olivat tulleet seuraamaan tulivuoren purkauksia ja heidän joukossaan oli tiedemiesten ja toimittajien lisäksi myös turisteja. (YLE 2017.) Myös maanjäristykset koettelevat Sisiliä aika ajoin. Vuonna 1693, vain reilu 20 vuotta tuhoisan tulivuoren purkauksen jälkeen, maanjäristys Catanian alueella tappoi kymmeniä tuhansia ihmisiä. Vuonna 1908 Messinan maanjäristys taas oli entistä tuhoisampi. Molempia maanjäristyksiä seurasi myös tsunamit, jotka huuhtoivat alleen lisää ihmishenkkiä ja rakennuksia. (New Historian 2015.) On myös esitetty uhkakuvia ilmaston lämpenemisen vaikutuksista Etelä-Eurooppaan, jolloin Sisilia voisi aavikoitua. Välimerellä on

herkkä ilmasto ja seudun oliivipuut, pinjat ja rautatammet ovat vaarassa ilmaston muuttuessa. Tutkijoiden mukaan vain päästöjen vähentäminen auttaisi asiaa. (Helsingin Sanomat 2016).

3.4 SWOT-analyysi

Lyhenne SWOT on muodostettu englannin kielen sanoista Strengths (vahvuudet), Weaknesses (heikkoudet), Opportunities (mahdollisuudet) ja Threats (uhat). Tässä on kuvattu näitä tekijöitä matkakohteen kannalta. Vahvuudet ja heikkoudet ovat sisäisiä tekijöitä ja kuvaavat nykyhetkeä. Vahvuudet auttavat matkakohdetta saavuttamaan tavoitteensa ja palvelemaan matkailijoita. Heikkoudet taas vaikuttavat negatiivisesti matkakohteen toimintaan ja häiritsevät tavoitteiden saavuttamisessa. Mahdollisuudet ja uhat ovat ulkoisia tekijöitä, jotka vaikuttavat tulevaisuudessa kohteen mahdollisuuteen onnistua. Mahdollisuudet ovat myönteisiä asioita tai trendejä ja uhat taas epäedullisia aiheuttajia, jotka luovat haasteita. SWOT-analyysiä, eli nelikenttäanalyysiä, käytetään paljon matkailualalla ympäristön analysoimiseen, vaikka se ei varsinaisesti ennakoitimenetelmäksi sovellu. Sillä voidaan kuitenkin jäsenellä tulevaisuuteen vaikuttavia tekijöitä. SWOT-analyysi voi olla hyvin subjektiivinen, vaikka sen tekijöillä olisikin samat tiedot kohteesta, joten tuloksia tulisi käyttää suuntaa antavina. Tulokset auttavat tunnistamaan kriittiset kohdat ja toisaalta hyödyntämään vahvuuksia uusien mahdollisuuksien löytämiseksi, ja näin viemään matkakohdetta oikeaan suuntaan. (Bowen ym. 2014, 111; Matkailu.org 2013; Opetushallitus 2017; PK-RH-riskienhallinta 2017.)

Alla olevassa taulukossa on esitetty SWOT-analyysi Sisiliasta matkakohteena. Tiedot on koottu haastattelemalla sisilialaista paikallisopasta Ester Vargaa 19.4.2017. Hänen mukaansa Sisilialla on lukuisia vahvuuksia matkakohteena. Saari on hyvin monipuolinen ja uutta nähtävää riittää aina – onhan saari Välimeren suurin. Sisilia on myös hyvin ainutlaatuinen ja sille ei löydy merkittäviä kilpailijoita. Saari sijaitsee keskeisellä paikalla, jonne on hyvät lento- ja laivayhteydet. Ilmasto on miellyttävä ja aurinkoinen. Sisilian rikas kulttuuri aina ruoasta arkkitehtuuriin sekä värikäs historia kiinnostavat matkailijoita. Luonto tarjoaa kauniita maisemia ja aktiviteettimahdollisuuksia. Paikalliset ihmiset ovat vieraanvaraisia ja valmiita palvelemaan matkailijoiden tarpeita. Sisiliaa voi pitää myös turvallisenä matkakohteena. Siellä ei esimerkiksi ole tähän mennessä esiintynyt terrorismia, vaikka muslimiyhteisöjä on saarella. Muslimit ovat asuneet saarella 800-luvulta lähtien ja he ovat osa yhteiskuntaa.

Heikkouksena taas on matkailuosaaminen. Palermon yliopistossa voi opiskella matkailua, mutta matkailumarkkinoinnin ja kielten osaamisessa on puutteita. Monella Sisilian matka-kohteella on paljon potentiaalia, mutta matkailijat eivät ole tarpeeksi tietoisia niistä. Sisilia on yksi kalleimmista Välimeren saarista, mutta laatu ei vastaa hintoja. Infrastruktuurissa on myös parantamisen varaa ja osa teistä on huonossa kunnossa. Liikennekulttuuri on monelle liian vauhdikas, mikä rajoittaa myös autonvuokraamista. Julkisessa liikenteessä taas on kehittämisen varaa, sillä esimerkiksi paikallisbussit kulkevat harvoin ja niiden aikatauluihin ei voi luottaa. Kausiluonteisuus on myös yksi heikkous, sillä matkailu rajoittuu lähinnä kesäkuukausille.

Sisilian matkailun mahdollisuutena olisikin talvimatkailu. Sisiliassa on yhteensä kolme laskettelukeskusta; kaksi sijaitsevat Etnalla ja yksi Madonien vuoristossa. Kulttuuritapahtumat ja uskonnolliset juhlat ovat myös yksi mahdollisuus. Palermo tulee olemaan Italian kulttuuripääkaupunki vuonna 2018. Pääsiäinen on vuoden suurin juhla, jota vietetään näyttävien menoin. Näissä uskonnollisissa tapahtumissa näkee suurimmaksi osaksi vain paikallisia ihmisiä, kun paremmin organisoimalla niillä voitaisiin houkutella myös enemmän matkailijoita. Risteilymatkailussa on myös paljon potentiaalia ja suuret risteilyalukset tuovatkin tuhansia matkustajia esimerkiksi päiväksi Palermoon. Matkailu digitalisoituu ja matkailusovellusten kehittäminen olisi tärkeää. Tällaiset ovat jo hyvin toiminnassa Cataniassa ja Ragusassa, mutta niitä voisi kehittää myös lomakohteissa kuten Cefalùssa.

Uhkina on piittaamattomuus ympäristöasioista. Sisiliassa jätehuolto ei toimi parhaalla tavalla ja jätteet lojuvat kaduilla joskus useitakin päiviä. Jätteitä ei myöskään kierrätetä kunnolla. Ekologiset arvot ovat yhä tärkeämpiä matkailijoille, joten ympäristöasioiden laiminlyönti ei anna hyvää kuvaa maasta. Myös rantojen ja meren saastuminen ovat ongelma. 50- ja 60-luvulla öljynpumpput saastuttivat rantoja ja tekivät niistä käyttökelvottomia. Luonnonkatastrofit ovat myös yksi uhka, sillä Sisilia sijaitsee maanjäristysalueella, jossa on vulkaanista toimintaa. Etnan purkaukset ovat esimerkiksi tuhonneet lasketteluhissejä ja matkailupalveluita, ja myös matkailijoita on loukkaantunut. Tosin tämä on johtunut usein siitä, että he eivät ole noudattaneet turvallisuusmääräyksiä Etnalla vaeltaessaan. Purkauksen aiheuttama tuhkapilvi voi pysäyttää lentoliikenteen Catanian lentokentällä. Toisaalta taas Etna myös kiinnostaa matkailijoita juuri sen aktiivisuuden vuoksi. Matkailun uhkakuviksi Sisilian kohdalla voisi ajatella olevan pakolaisuus ja mafia. Vargas ei kuitenkaan koe tämän olevan uhka. Sisilialla on rikas historia ja paikalliset ovat tottuneet monikulttuurisuuteen. Pakolaisia on lähinnä isoissa kaupungeissa. Mafia ei oikeastaan vaikuta matkailijoihin, vaan enemmänkin kiinnostaa heitä. Kummisetä-elokuvien kuvauspaikoille Taorminan lähelle sekä mafiasta kuuluisaan Corleonen kylään järjestetäänkin retkiä. Alla olevaan taulukkoon on koottu SWOT-analyysi Sisilian matkailusta.

Kuvio 2. SWOT-analyysi Sisiliasta

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none">• monipuolisuus• ainutlaatuisuus• ilmasto• sijainti• luonto• vieraanvaraisuus• kulttuuri ja historia	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none">• matkailun, markkinoinnin ja kielten osaaminen ja koulutus• hinta-laatu-suhde• kausiluontoisuus• infrastruktuuri• liikenne
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none">• uskonnolliset juhlat• laskettelumatkailu• Palermo Italian kulttuuripääkaupunki 2018• risteilyalukset• digitaaliset matkailusovellukset	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none">• luonnonmullistukset• ympäristöongelmat

4 Tutkimus ja sen kulku

Tämä tutkimus toteutettiin tekemällä kysely kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä. Tässä luvassa kerrotaan mikä on kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä ja miten sitä käytetään, sekä kuvataan aineiston hankkimisen prosessi. Lopuksi kerrotaan tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä sekä arvioidaan tämän tutkimuksen luotettavuutta.

4.1 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Tämä tutkimus tehtiin kvantitatiivisena tutkimuksena eli määrällisenä tutkimuksena. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa mittauksen tuloksena saatua aineistoa analysoidaan tilastollisin menetelmin. Tavoitteena on yleistäminen ja tutkimusten tulosten katsotaankin edustavan koko joukkoa. Otoksen on oltava riittävän suuri, jotta tulokset olisivat luotettavia ja yleistettävissä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa lasketaan määriä ja halutaan selvittää ilmiöiden frekvenssejä eli esiintymistiheyksiä. (Kananen 2008, 10-11.) Tutkimuksen avulla saadaan usein selvitettyä olemassa oleva tilanne, mutta ei välttämättä selvittämään asioiden syitä. Tuloksia havainnoidaan kuvioin ja taulukoin ja asioita esitellään numeeristen suureiden avulla. (Heikkilä 2014, 15.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen tekemiseen liittyy useita eri vaiheita, joita kutsutaan tutkimusprosessiksi. Ensimmäisenä tulee valita tutkimusongelma, johon haetaan vastausta tai ratkaisua sekä kohderyhmä. Tämän jälkeen mietitään mitä tietoa tarvitaan sekä mistä ja miten se kerätään. Tiedonkeruumenetelmää valitessa tulee ottaa huomioon kohderyhmä. Internetin kautta tehtävät kyselyt ovat nopeasti yleistyneet, mutta on tärkeää miettiä onko kohderyhmällä osaamista tai mahdollisuutta käyttää Internetiä. Vaihtoehtona olisi esimerkiksi paperisen lomakkeen jakaminen. Kysymykset tulee laatia huolellisesti virhetulkintojen välttämiseksi ja ne tulee myös testata etukäteen. Tämän jälkeen voidaan tehdä itsekenttätyö ja raportoida tulokset. Kvantitatiiviseen tutkimukseen liittyy aina virhemahdollisuuksia ja tutkimukset harvoin onnistuvat kokonaan. Tulokset ovat virheellisiä, jos valittu joukko ei vastaakaan todellista kohderyhmää. Kaikkia asianomaisten tutkiminen ei kuitenkaan ole taloudellista. Kirjoittajan tuleekin käydä läpi luotettavuuskysymykset, jotta tulee ilmi että nämä asiat on huomioitu. (Kananen 2008, 11-13; Heikkilä 2014, 17.)

Hyvän tutkimuksen perusvaatimukseen kuuluu useita eri tekijöitä. Onnistuneesta tutkimuksesta kertoo se, että tutkimuskysymyksiin saadaan luotettavia vastauksia. Tutkimus tulee tehdä puolueettomasti, rehellisesti ja aiheuttamatta haittaa vastaajalle. Tutkimustulokset eivät saa olla tutkijasta riippuvaisia. Tutkimusta tehdessä voi aina sattua tahattomia virheitä, mutta tahallinen vääristely tai kontrolloikeinojen käyttämättä jättäminen ovat vakavia rikkeitä. Jokaiseen tutkimukseen liittyy subjektiivisia valintoja esimerkiksi kysymysten

muotoilusta, mutta omat poliittiset tai moraaliset näkemykset eivät saa vaikuttaa tutkimusprosessiin. Avoimuutta tulee noudattaa niin tutkittaville tutkimuksesta kerrottaessa, tuloksia raportoidessa ja epätarkkuusriskejä arvioidessa. Tuloksissa on kunnioitettava yksilöiden tietosuojaa sekä yritysten liikesalaisuutta, ja yksittäistä vastaajaa ei saa tuloksista tunnistaa. Tutkimuksen tulee olla hyödyllinen ja jotain uutta esiin tuova, ja turhien kysymyksiä tulee välttää tutkimuslomakkeessa. Hyvän tutkimuksen tunnusmerkkinä on myös taloudellisuus, jota ei kaikissa tieteellisissä tutkimuksissa ole oleellista, mutta esimerkiksi markkinointitutkimuksiin se kuuluu oleellisena osana. (Heikkilä 2014, 27-30.)

4.2 Aineiston hankinta kyselyn avulla

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä laatimalla kyselylomake, joka löytyy työn lopusta liitteenä (liite 1). Kyselylomake luotiin Webropol -tutkimusalan avulla, koska se oli kyselyn tekijälle entuudestaan tuttu aikaisempien opintoihin liittyvien tutkimusten kautta sekä hyväksi ja helpoksi havaittu. Sen avulla oli myös kätevää jakaa kyselylomake sähköisesti. Vastaajajoukoksi tavoiteltiin suurta joukkoa, jotta sitä voitaisiin yleistää suomalaisiin. Tavoitteena oli myös saada sekä Sisiliassa käyneitä ja niitä, jotka eivät ole siellä koskaan käyneet, koska haluttiin tutkia eroavatko näiden mielikuvat toisistaan. Kysely avattiin 6.4.2017 ja se jaettiin Facebookissa kyselyn tekijän kontakteille, joita pyydettiin myös jakamaan kyselyä heidän tuttavilleen. Vastauksia tuli nopeasti noin 80, mutta suurin osa vastaajista olivat nuoria naisia, jotka eivät olleet koskaan käyneet Sisiliassa. Niinpä kyselylomake jaettiin paperisena 11.4.2017 Sisiliassa tutkimuksen tekijän asiakkaille heidän lomansa viimeisenä päivänä. Näin saatiin lisää vastauksia Sisiliassa käyneiltä sekä myös iäkkäämmiltä vastaajilta. Näitä vastauksia saatiin yhteensä 21. Kysely suljettiin 23.4.2017, mihin mennessä vastaajia oli saatu yhteensä 112. Tavoitteena oli ollut saada vähintään 100 vastausta, joten tavoite ylittyi hieman.

Kyselyn alussa tiedustellaan taustatietoja vastaajasta; näitä ovat sukupuoli, ikä sekä asuinpaikka. Taustatietokysymyksillä haluttiin varmistaa että vastaajia olisi molempien sukupuolien edustajia kaikista ikäluokista ympäri Suomen, jotta tuloksia voitaisiin yleistää koskevaksi yleisesti suomalaisia. Haluttiin myös selvittää vaikuttavatko nämä tekijät vastauksiin. Taustatietojen jälkeen tiedustellaan onko vastaaja vierailut Sisiliassa, minkä perusteella vastaajat jaetaan kahteen eri ryhmään. Kyllä-vastanneilta kysytään matkan tarkoitusta ja kiinnostusta vierailulla uudelleen Sisiliaan. Ei-vastanneilta sen sijaan kysytään miksi he eivät ole koskaan siellä vierailleet sekä voisivatko he kuvitella vierailevansa Sisiliassa. Molemmilta ryhmiltä kysytään avoin kysymys, jossa tiedustellaan mitä vastaajalle tulee mieleen Sisiliasta. Kysymys haluttiin pitää avoimena, jotta ei johdateltaisi vastaajaa,

vaan saataisiin spontaaneja ja aitoja vastauksia. Näin myös saataisiin selville, jos vastaajilla ei olisi mitään mielikuvaa Sisiliasta, joka antaisi olettaa, että Sisilia ei ole kovin tunnettu matkakohde suomalaisten keskuudessa.

Lopuksi molempia ryhmiä pyydetään arvioimaan miten eri väitteet vastaavat heidän kokemuksiinsa tai mielikuviaan Sisiliasta. Asteikkona on 1. täysin eri mieltä, 2 jokseenkin eri mieltä, 3 jokseenkin samaa mieltä sekä 4 täysin samaa mieltä. Asteikkoon ei laitettu keskimmäistä numeroa, koska haluttiin saada jokaiseen kysymykseen selkeä mielipide puoleen tai vastaan. Kyselyihin vastaajilla on taipumus valita keskimäinen asteikko, jos selkeää mielipidettä ei asiasta ole, ja tämä ei olisi ollut tämän tutkimuksen kannalta hyödyllistä. Viimeisen kysymyksen arvioitavina aiheina on sekä negatiivisia että positiivisia matkailuun liittyviä tekijöitä, jotka liittyvät muun muassa palveluihin, ympäristöön, turvallisuuteen ja yhteiskuntaan. Molemmilta ryhmiltä kysyttiin siis samankaltaiset kysymykset, jotta ne olisivat mahdollisimman vertailukelpoiset analysoidessa tuloksia. Kysely haluttiin myös pitää mahdollisimman selkeänä ja lyhyenä, jotta mahdollisimman moni jaksaisi siihen vastata. Kyselyä jaettaessa mainittiin myös, että ei ole väliä onko Sisiliassa koskaan käynyt. Tällä haluttiin varmistaa, että vastaajalle ei ole tule sellaista mielikuvaa että hänen tarvitsi olla tietoa Sisiliasta kyselyyn vastatakseen.

4.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuus on tärkeä osa kvantitatiivista tutkimusta ja sen arvioinnista käytetään validiteetti- ja reliabiliteettikäsitteitä. Validiteetti tarkoittaa pätevyyttä eli että tutkitaan oikeita asioita tutkimusongelman kannalta. Validiteetti taataan käyttämällä oikeaa mittaria ja tutkimusmenetelmää sekä mittaamalla oikeita asioita. Sitä on vaikea mitata jälkikäteen, joten huolellinen etukäteen suunnittelu on tarpeen. Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten pysyvyyttä ja tarkkuutta. Samat tulokset tulee saada toistettaessa tutkimus eli tulokset eivät johdu sattumasta. Toisaalta tieteellisen tutkimuksen tuloksia ei ole syytä yleistää niiden pätevyysalueen ulkopuolelle, koska ne eivät välttämättä päde toisessa yhteiskunnassa tai ajassa johtuen yhteiskunnan vaihtelevuudesta ja monimuotoisuudesta. Tutkijan tulee olla kriittinen ja tarkka ja käyttää vain tutkimusmenetelmiä, jotka hän hallitsee hyvin. Otoksoon on oltava tarpeeksi suuri ja edustettava koko perusjoukkoa. Esimerkiksi, jos tutkitaan suomalaisten ostokäyttäytymistä, tulee huomioida koko maa eikä vain Etelä-Suomi. Reliabiliteetti ei takaa validiteettia. (Heikkilä 2014, 27-28; Kananen 2008, 79-81.)

Tätä tutkimusta voidaan pitää luetettavana. Teoriaosuudessa on pyritty käyttämään mahdollisimman monipuolisia, luotettavia ja tuoreita lähteitä., sekä suomalaisia että kansainvälisiä, joita ovat olleet internetsivujen ja uutisten lisäksi kirjat. Kyselyn tekijä on myös kiinnittänyt erityistä huomiota paperilomakkeiden vastausten syöttämiseen Webropol-alueelle, jotta näppäilyvirheitä ei syntyisi. Kysymykset on muotoiltu selkeiksi, jotta ne ymmärretään oikein ja samalla tavalla. Kyselylomake testattiin koehenkilöillä ennen sen julkaisemista. Lomakkeen olisi voinut myös testata henkilöllä, joka on käynyt Sisiliassa. Paperilomakkeen kautta nimittäin tuli ilmi, että osa ei vastannut kaikkiin kohtiin kysymyksessä, jossa piti arvioida eri matkailuun liittyviä tekijöitä, kuten aktiviteettitarjontaa. Osa vastaajista ei vastannut kaikkiin kohtiin ja yksi oli myös kirjoittanut yhteen kohtaan ”en tiedä”. Tarkoituksena oli tutkia mielikuvia eli asioista ei tarvinnut olla kokemusta, vaikka olisi Sisiliassa käynyt. Tämän olisikin voinut selventää vielä kysymykseen. Suurempi määrä vastauksia ja tasaisempi jakautuminen eri vastaajaryhmien, kuten iän välillä, olisi voinut lisätä tutkimuksen yleistettävyyttä kaikkiin suomalaisiin ja näin myös luotettavuutta.

5 Tutkimustulokset

Tässä luvussa kerrotaan vastaajien taustatiedot sekä esitellään vastaajien mielikuvat Sisiliasta ja vertaillaan vaikuttaako vastaukseen se, että on käynyt itse paikan päällä. Päättökimustuloksista on yhteenvetotaulukko. Ristiintaulukoinnissa arvioidaan vastaajien iän, sukupuolen ja asuinpaikan vaikutusta vastauksiin. Vastaavanlaista tutkimusta, jossa kohdeyryhmänä olisivat suomalaiset ja tutkimuksen kohteena olisi Sisilian matkailuimago, ei ole aikaisemmin tehty.

5.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyyn tuli vastauksia yhteensä 112 ja näistä 72% oli naisia ja 28% miehiä. Suurin vastaajaryhmä iän mukaan olivat 20-30-vuotiaat, heitä oli n. 63% vastaajista. Yli 50-vuotiaita myös melko paljon, kun taas alle 20 vuotiaita ja 41-50-vuotiaita vain muutamia. Alla olevassa taulukossa on nähtävillä miten muut ikäryhmät jakautuivat.

Taulukko 1. Ikä (N=110)

	N	Prosentti
alle 20 v.	3	2,7%
20-30 v.	70	63,06%
31-40 v.	9	8,11%
41-50 v.	3	2,7%
51-60 v.	12	10,81%
yli 60 v.	14	12,61%

Suurimman osan vastaajista asuinpaikka oli Etelä-Suomi. Vastaajia tuli myös muista osista Suomea lukuun ottamatta Ahvenanmaata. Ulkomailla asuvia suomalaisia vastasi myös kyselyyn. Alla olevassa taulukossa on nähtävillä vastaajien asuinpaikka.

Taulukko 2. Asuinpaikka (N=110)

	N	Prosentti
Etelä-Suomi	52	47,27%
Itä-Suomi	20	18,18%
Länsi-Suomi	21	19,09%
Keski-Suomi	2	1,82%
Pohjois-Suomi	1	0,91%
Ahvenanmaa	0	0%
Ulkomaat	14	12,73%

Vastaajista 34 oli käynyt Sisiliassa ja 78 taas ei. Sisiliassa käyneiden matkan tarkoitus oli suurimmalla osalla vapaa-ajan matka. Työmatka ja sukulaisten tai ystävien tapaaminen saivat myös muutaman äänen, mutta opiskelu tai muut syyt eivät yhtään. Sisiliassa käyneistä reilu enemmistö eli n. 94% ilmoitti voivansa kuvitella matkustavansa uudelleen Sisiliaan.

Niistä, jotka eivät olleet koskaan käyneet Sisiliassa, ilmoittivat yli puolet syyksi muiden kohteiden olevan kiinnostavampia. Toiseksi eniten vastattiin ajanpuute. Vähemmistö vastaajista valitsi ”Muu, mikä?”. Osa näistä kertoi syyksi sen, että Sisilia ei vain ole tullut mieleen lomakohtetta valittaessa. Osa myös kertoi kuulleensa negatiivista asioita Sisiliasta tai että suoria lentoja ja tietoa matkustusvaihtoehdoista ei ole. Alla olevassa taulukossa on esitelty syiden prosentuaalinen jakautuminen. Selvä enemmistö (n. 97%) voisi kuitenkin kuvitella matkustavansa Sisiliaan.

Taulukko 3. Miksi et ole käynyt Sisiliassa? (N=79)

	N	Prosentti
Kiinnostuksen puute	12	15,19%
Ajanpuute	31	39,24%
Kustannulliset syyt	20	25,32%
Muut kohteet ovat mielenkiintoisempia	45	56,96%
Muu, mikä?	7	8,86%

5.2 Vastaajien mielikuvat ja kokemukset Sisiliasta

Sisiliassa käyneiltä ja niiltä, jotka eivät ole siellä koskaan käyneet, kysyttiin mitä heille tulee mieleen Sisiliasta. Sisiliassa käyneistä monet mainitsivat luontoon liittyviä asioita, kuten vehreyden, vuoristot, Etnan, meren, oliivi- ja sitruspuut ja kauniit maisemat. Ruoka mainittiin myös useampaan kertaan sekä historia, kulttuuri ja ystävälliset ihmiset. Negatiivisina asioina taas oli lueteltu yhteistyön tekemisen vaikeus paikallisten kanssa, roskat kaduilla, vanhanaikaisuus ja Palermon kaupunki. Myös mafia mainittiin muutamaan kertaan.

Niiden, jotka eivät olleet käyneet Sisiliassa, vastauksissa toistuivat myös luonto, rannat, meri, kauniit maisemat, lämmin ilmasto, Etna, hyvä ruoka ja viini sekä mafia. Toisaalta mainittiin myös talouskriisi, köyhyys, kalliit hinnat ja tylsyys. Muutamaan kertaan oli kirjoitettu massaturismin puuttumisesta. Vastauksissa mainittiin myös Limoncello-likööri, Kumisetä-elokuvat, kapeat tunnelmalliset kujat sekä ”huivipäiset italialaismummit ja lakkipäiset papat”. Sisiliasta oli siis hyvin yksityiskohtaisiakin mielikuvia henkilöillä, jotka eivät olleet siellä koskaan käyneet. Mielikuvia oli syntynyt oletettavasti osaksi elokuvien ja median kautta.

Sisiliassa käyneet olivat eniten samaa mieltä siitä, että Sisiliassa on kauniita maisemia. Miellyttävästä ilmastosta, aidosta paikallisesta elämästä ja mielenkiintoisesta historiasta oltiin myös hyvin samaa mieltä. Positiivisista asioista eniten eri mieltä oltiin taas hyvistä ostosmahdollisuuksista. Myös siisteydestä, aktiviteettien paljoudesta ja lapsiystävällisyydestä oltiin hieman eri mieltä. Korruptiota, mafiaa, pakolaisuutta tai luonnonmullistuksia ei koettu merkittäviksi ongelmiksi. Negatiivisista asioista kaoottinen liikenne sai eniten ääniä ja vähiten taas pakolaisongelma. Alla olevassa taulukossa on esitelty kaikki tulokset ja myös keskiarvot vastauksista.

Taulukko 4. Sisiliassa käyneiden vastaukset.(N=34)

	1 Täysin eri mieltä	2 Jokseenkin eri mieltä	3 Jokseenkin samaa mieltä	4 Täysin samaa mieltä	Yhteensä	Keskiarvo
Paljon nähtävyyksiä	0	4	16	14	34	3,29
Mielenkiintoinen historia	0	1	17	16	34	3,44
Rikas kulttuuri (taide, arkkitehtuuri, ym.)	1	2	17	14	34	3,29
Kauniita maisemia	1	0	4	29	34	3,79
Hyvät ostosmahdollisuudet	1	15	16	2	34	2,56
Vieraanvaraisia ihmisiä	0	2	19	12	33	3,3
Turvallista matkustaa	0	3	20	11	34	3,24
Siisti	0	16	13	5	34	2,68
Romanttinen	0	4	19	9	32	3,16
Lapsiystävällinen	0	8	16	5	29	2,9
Paljon aktiviteetteja (esim. vaellus, ratsastus, sukellus)	0	6	22	2	30	2,87
Hyvä ruoka	2	3	16	13	34	3,18
Miellyttävä ilmasto	0	1	12	21	34	3,59
Hyvät rannat	0	7	14	11	32	3,13
Kaoottinen liikenne	0	11	11	12	34	3,03
Aitoa paikallista elämää	0	3	11	20	34	3,5
Korruptoitunut	2	13	13	3	31	2,55
Paljon mafiaa	4	17	8	1	30	2,2
Pakolaisongelma	7	13	7	2	29	2,14
Paljon luonnonmullistuksia (maanjärjestykset, tulivuorenpurkaukset)	3	16	10	3	32	2,41
Yhteensä	21	145	281	205	652	3,01

Myös ne, jotka eivät olleet käyneet Sisiliassa olivat eniten samaa mieltä kauniista maisemista. Seuraavaksi eniten oltiin samaa mieltä hyvästä ruoasta ja miellyttävästä ilmastosta. Hyvät ostosmahdollisuudet jäivät häntäpäähän, samoin kuin lapsiystävällisyys ja ehkä yllättäen nähtävyyksien paljous. Korruptio koettiin kielteisistä asioista eniten merkittäväksi ja pakolaisongelma taas vähiten. Alla olevassa taulukossa on esitelty kaikki tulokset ja keskiarvot.

Taulukko 5. Sisiliassa käymättömien vastaukset (N=77)

	1 Täysin eri mieltä	2 Jokseenkin eri mieltä	3 Jokseenkin samaa mieltä	4 Täysin samaa mieltä	Yhteensä	Keskiarvo
Paljon nähtävyyksiä	5	23	39	10	77	2,7
Mielenkiintoinen historia	3	13	30	30	76	3,14
Rikas kulttuuri (taide, arkkitehtuuri, ym.)	5	12	40	19	76	2,96
Kauniita maisemia	2	0	10	64	76	3,79
Hyvät ostosmahdollisuudet	9	34	28	4	75	2,36
Vieraanvaraisia ihmisiä	0	5	52	18	75	3,17
Turvallista matkustaa	3	13	42	18	76	2,99
Siisti	4	20	42	10	76	2,76
Romanttinen	2	5	35	34	76	3,33
Lapsiystävällinen	3	26	36	10	75	2,71
Paljon aktiviteetteja (esim. vaellus, ratsastus, sukellus)	2	20	38	15	75	2,88
Hyvä ruoka	1	4	18	53	76	3,62
Miellyttävä ilmasto	2	2	20	52	76	3,61
Hyvät rannat	1	5	43	26	75	3,25
Kaoottinen liikenne	7	35	23	9	74	2,46
Aitoa paikallista elämää	1	6	44	24	75	3,21
Korruptoitunut	6	24	30	15	75	2,72
Paljon mafiaa	14	23	22	16	75	2,53
Pakolaisongelma	12	33	25	5	75	2,31
Paljon luonnonmullistuksia (maanjärjestykset, tulivuorenpurkaukset)	9	37	25	4	75	2,32
Yhteensä	91	340	642	436	1509	2,94

Alla olevassa taulukossa on yhteenveto päätutkimustuloksista. Suurin syy olla matkustamatta Sisiliaan oli se, että muut kohteet ovat mielenkiintoisempia. Eniten mielikuvia herättäneet asiat olivat pääasiassa positiivisia. Sisilian vahvuudet ja heikkoudet on koottu taulukoista, joissa vastaajat arvioivat erilaisia Sisilian matkailuun liittyviä tekijöitä mielikuviansa pohjalta.

Taulukko 6. Päätutkimustulokset

Suurin syy siihen, että ei ole matkustanut Sisiliaan	Muut kohteet ovat mielenkiintoisempia
Eniten mielikuvia herättävät asiat Sisiliasta	Luonto, ilmasto, ruoka, kulttuuri, mafia
Sisilian vahvuudet	Maisemat, ilmasto, autenttisuus, ruoka, historia
Sisilian heikkoudet	Ostosmahdollisuudet, lapsiystävällisyys, aktiviteetti- ja nähtävyystarjonta

5.3 Vastuserot Sisiliassa käyneiden ja ei-käyneiden välillä

Vastauksia tuli yli kaksi kertaa enemmän niiltä, jotka eivät ole Sisiliassa käyneet. Tosin osa jätti kummastakin ryhmästä vastaamatta joihinkin kysymyksiin. Tulokset eivät siis ole täysin keskenään vertailukelpoisia, mutta kuitenkin suuntaa antavia. Suurin osa Sisiliassa käyneistä oli valmis matkustamaan uudelleen Sisiliaan ja myös suurin osa ei-käyneistä voisi kuvitella matkustavansa Sisiliaan, erona oli vain 3 %. Avointen kysymysten perusteella vastauksista ei ilmennyt mitään kovin merkittäviä eroja. Sisiliassa käyneet mainitsivat historian, kulttuurin ja ystävälliset ihmiset, mitä ei muiden vastauksissa tullut ilmi. Monelle Sisilian rikas historia ja kulttuuriperintö eivät siis ole olleet tuttua elleivät he ole Sisiliassa käyneet.

Taulukoissa, joissa vertailtiin eri matkailuun liittyviä asioita, tulokset erosivat jonkin verran Sisiliassa käyneiden ja ei-käyneiden välillä. Samat tai lähes samat tulokset tulivat kohdista ”Kauniita maisemia”, ”Paljon aktiviteetteja” ja ”Miellyttävä ilmasto”. Eniten eri mieltä taas oltiin nähtävyyksien paljoudesta ja hyvistä rannoista. Niillä, jotka eivät ole Sisiliassa käyneet, oli parempi mielikuva rannoista ja huonompi taas nähtävyyksistä. Lähes jokaisesta muusta asiasta Sisiliassa käyneillä oli parempi mielikuva. Mafia, korruptio ja pakolaisuus olivat negatiivisena asiana Sisiliassa käymättömien mielessä enemmän.

5.4 Ristiintaulukointi

Vertaillessa sukupuolen vaikutusta vastauksiin, löytyi jonkun verran pieniä eroavaisuuksia. Miehillä suurin syy siihen, miksi he eivät ole matkustaneet Sisiliaan oli ajanpuute. Naisille se taas oli ”muut kohteet ovat mielenkiintoisempia”. Avoimissa kysymyksissä koskien mielikuvaa Sisiliasta, ei ollut oikeastaan eroja miesten ja naisten välillä. Molempien sukupuolien edustajien vastauksissa toistuivat samat asiat ruoasta, luonnosta, ilmastosta ja mafiaa. Myöskään arvioidessa eri väittämiä Sisiliasta, ei suuria eroavaisuuksia sukupuolien välillä ollut havaittavissa. Sisiliassa ei-käyneillä miehillä oli parempi kuva Sisilian nähtävyyksistä, historiasta ja kulttuurista, mutta muuten naisten mielikuva Sisiliasta oli positiivisempi kuin miesten. Sisiliassa käyneet miehet taas näkivät Sisilian positiivisemmässä valossa kuin ne, jotka eivät siellä olleet käyneet.

41-50-vuotiaita miehiä ei ollut vastaajissa ollenkaan eikä alle 20-vuotiaita Sisiliassa ei-käyneitä. Ikä ei vaikuttanut mielikuviin Sisiliasta vaan kaikissa ikäryhmissä toistuivat samantyylliset asiat. Vertaillessa eri väittämiä Sisiliassa käyneiden ikäryhmien kesken, vastaukset vaihtelivat paljon eikä voi sanoa, että jokin ikäryhmä olisi ollut samaa mieltä useasta-

kin tutkittavasta asiasta. 20-30-vuotiaat kokivat Sisilian turvallisimmaksi. Nuorten mielikuvissa ruoka oli parempaa kuin iäkkäämpien mielestä. Iäkkäämmät ihmiset kokivat pakolaiset ja mafian negatiivisemmaksi asiaksi kuin nuoret.

Sisiliassa käyneet olivat Itä- ja Etelä-Suomesta sekä yksi ulkomailta. Sisiliassa ei-käyneitä oli kaikilta alueilta, mutta eniten Etelä-Suomesta. Avoimessa kysymyksessä ei asuinpaikalla ollut merkitystä vastauksiin. Ulkomailla asuvilla tosin oli yksityiskohtaisempia mielikuvia Sisiliasta. Tutkittaessa eri väittämien vastauksia asuinpaikan mukaan, ei noussut mitään merkittävää esille. Asioista oltiin siis melko samaa mieltä riippumatta asuinpaikasta. Suurimmat erot olivat koskien kulttuurin rikkautta ja turvallisuutta. Ulkomailla asuvat kokivat Sisilian kulttuurin vähiten rikkaaksi, mutta taas eniten turvalliseksi matkustaa. Tämä voisi johtua siitä, että he ovat todennäköisemmin nähneet paljon eri kulttuureja ja matkustaneet turvattomissakin maissa. Itäsuomalaiset taas kokivat Sisilian vieraanvaraisemmaksi kuin muut.

6 Johtopäätökset

Kyselyn otanta 112 on melko vähän, kun tutkimuskohteena ovat kaikki suomalaiset. Taus-tatietokysymysten kautta selvisi, että vastaajat eivät jakautuneet kovin tasaisesti. Vastaa-jissa naisia oli huomattavasti enemmän kuin miehiä. Suurin ikäryhmä olivat 20-30-vuotiaat ja eniten vastaajia oli Etelä-Suomesta. Vastaajia etsittiin Facebookin kautta, mikä on var-masti vaikuttanut vastausjakaumaan. Kyselyn tekijän kontakteissa on myös paljon matkai-lualan ihmisiä, joten tämä on myös voinut vaikuttaa osaltaan tuloksiin. Kaikki eivät olleet kuitenkaan vastanneet kaikkiin kysymyksiin. Kyselylomakkeessa kysymykset olisikin pitä-nyt asettaa pakollisiksi. Paperilomaketta jaettaessa taas olisi voinut korostaa sitä, että on tärkeää vastata kaikkiin kohtiin.

Imagotutkimuksia on tehty paljon eri matkakohteista, joten niistä oli hyötyä tutkimuksen tekemiseen. Niistä sai ideoita millaisia erilaisia väittämiä Sisiliasta voisi tutkia. Tuloksissa yllättävää oli se, että Sisiliassa ei-käyneillä oli niinkin paljon mielikuvia saaresta. Tähän on varmasti vaikuttanut media ja elokuvat. Sisilia on ollut uutisissa tulivuorenpurkausten ja mafian vuoksi ja kummisetä-elokuvat olivat myös monelle tutut. Bowenin, Kotlerin ja Ma-kensin (2014, 556.) mukaan elokuvilla ja medialla onkin suuri vaikutus matkakohteen ima-goön. Toisaalta myös matkailualan ihmisillä on opintojen tai työn kautta oletettavasti pa-rempi kohdetuntemus.

Suurin syy siihen, että vastaajat eivät olleet käyneet Sisiliassa oli kiinnostuksen puute. Tästä voi päätellä, että Sisilia ei ole kuitenkaan kovin tunnettu suomalaisten lomakohteenä ja että se ei ole osannut markkinoida itseään tarpeeksi hyvin. Lähes kaikilla oli kui-tenkin edes jonkun näköisiä mielikuvia paikasta. Olisi voinut olettaa, että mafia, korruptio ja luonnonmullistukset olisivat huolestuttaneet vastaajia, mutta suurin osa ei kokenut näitä kovinkaan suureksi uhaksi. Myöskään Vargas (19.4.2017) ei kokenut tätä uhaksi haastat-telussa. Tulos voi johtua siitä, että suurin osa vastaajista oli nuoria ja paljon matkustavia, jolloin maailmankatsomus on avarampi ja myös tietoisuus siitä, että uutisissa asiat esite-tään negatiivisemmassa valossa kuin ne oikeasti ovat. Kaiken kaikkiaan tuloksista voi ve-tää johtopäätöksen, että suomalaisilla on positiivinen mielikuva Sisiliasta matkakohteena.

Mielikuvien synty on monimutkainen prosessi ja on mahdotonta tietää, vaikuttivatko esi-merkiksi vastanneiden luonteen piirteet vastauksiin. Stabler (1988, teoksessa Jenkins 1999, 3.) listaa kuluttajan matkailuimagon syntymiseen vaikuttavia tekijöitä. Tämän poh-jalta voi olettaa Sisiliassa käyneiden vastauksiin vaikuttaneen eniten heidän kokemukset

ja havainnot matkalta. Ne, jotka eivät Sisiliassa olleet käyneet, taas pohjasivat oletettavasti mielipiteensä enemmän mediaan ja kuulopuheisiin. Sisilia on vain yksi Italian saarista ja jos olisi kysytty mielikuvia koko Italiasta, olisivat ne olleet varmasti selkeämmät ja vahvemmat. Toisaalta Sisilialla on vahva oma identiteettinsä ja onhan se myös itsehallintoalue. Se on myös paljon suurempi kuin esimerkiksi suomalaisille ehkä tunnetummat saaret Kreeta tai Teneriffa.

Paikallisopas Vargan (19.4.2017) haastattelu oli yhteneväinen tulosten kanssa. Sisilian tulisi markkinoida paremmin itseään ja tuoda esille sen monipuolisuutta. Sisilialla on mielettömän rikas historia ja kulttuuri ja olikin harmillista huomata, että vastaajat eivät olleet kovin tietoisia tästä. Kuinka moni tietää, että Taorminassa järjestetään joka kesä suuret Hollywood tähtiäkin houkuttelevat elokuvafestivaalit ja toukokuussa 2017 G7-huippukokous, jonne myös Yhdysvaltain presidentti osallistuu? Vastauksissa kukaan ei maininnut yhtäkään tapahtumaa. Kimin ja Chenin (2016, 158) mukaan erilaisilla tapahtumilla voisi lisätä positiivisia mielikuvia saaresta ja näin lisätä sen suosiota. Morgan, Pritchard ja Pride (2010, 286) esittävät, että matkakohteen kannattaa järjestää jo olemassa oleviin mielikuviiin liittyviä tapahtumia. Esimerkiksi ruokakulttuuria toistui monen vastauksessa ja positiivista mielikuvaa siitä voisi vahvistaa ruokafestivaaleilla. Kukaan ei maininnut myöskään maailmanperintökohteita, vaikka niitä Sisiliassa on useita. Myöskään sisilialaiset julkisuuden henkilöt eivät olleet suomalaisille tuttuja. Bowen, Kotler ja Makens (2014, 556) korostavat, että pelkän luonnon ja maisemien kuvaamisen sijaan on tärkeää esitellä paikallisten ja matkailijoiden vuorovaikutusta. Sisiliassa pääsee näkemään paljon paikallista elämää ja tätä voisikin tuoda esille markkinointikuvissa.

7 Pohdinta

Tutkimuksen voisi tehdä suuremmalle joukolle, jolloin tulokset olisivat vertailukelpoisemmat ja yleistettävämmät. Näin saisi myös ristitaulukoinnista enemmän irti. Kvantitatiivisen tutkimuksen lisäksi voisi tehdä myös kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen. Syvähaastatteluilla saisi tietoa taustavaikuttimista ja mielikuvien syntyprosessista. Olisi myös mielenkiintoista tehdä tutkimus Sisiliaan ensimmäistä kertaa matkustaville henkilöille ennen matkaa ja sen jälkeen. Näin voisi vertailla saman henkilön mielikuvia, jolloin tulokset olisivat täysin vertailukelpoiset.

Kirjoittaja sai idean opinnäytetyön aiheeseen saatuaan töitä Sisiliasta. Työ vaati Sisilian matkakohteen tuntemista, joten opinnäytetyön tekeminen aiheesta antoi hyvän perehdytyksen tähän jo etukäteen. Idea imagotutkimukseen tuli taas ohjaajalta. Opinnäytetyön oli tarkoitus valmistua jo ennen Sisiliaan lähtöä, mutta sen viivästyessä se kirjoitettiin loppuun Sisiliassa ja sieltä Suomeen palattua. Tämä oli toisaalta myös hyvä asia, koska näin saatiin paikan päällä tehtyä paikallisoppaan haastattelu Sisilian matkailun vetovoimatekijöistä ja uhista, kerättyä lisää vastauksia kyselyyn Sisiliassa olleilta suomalaisilta lomailijoilta sekä otettua valokuvia paikan päältä.

Opinnäytetyön tekeminen oli opettavaista aikaa, josta on varmasti hyötyä myös tulevaisuudessa. Se on laajin opintojen aikana tehtävä kirjallinen työ. Jokaisena lukukautena on tehty vastaava työ, mutta ryhmätyönä, jolloin oma osuus on jäänyt pienemmäksi. Nyt työ tehtiin alusta loppuun yksin, joten Webropol-järjestelmäkin tuli tutummaksi. Opinnäytetyö opetti myös ajanhallintaa, keskittymiskykyä ja priorisointia, sillä tekijä teki paljon töitä samaan aikaan. Imagoteorian kirjoittaminen oli haastavaa, koska lähdemateriaalina oli ainoastaan englanninkielistä kirjallisuutta, joidenka teorit ja käsitteet eivät taipuneet suomeksi kovin yksinkertaisesti. Toisaalta lähdemateriaalia oli paljon ja olikin haasteellista löytää ne oleellimmat asiat. Oma ohjaaja on kuitenkin auttanut koko prosessissa ja ohjannut työtä aina oikeaan suuntaan. Kaikkiin seminaareihin ei ollut kirjoittajalla mahdollisuutta osallistua, mutta lähipiiristä sai onneksi vertaistukea henkilöiltä, jotka kirjoittivat opinnäytetyötä samaan aikaan. Kaiken kaikkiaan kirjoittaja on tyytyväinen lopputulokseen ja siihen, että työ valmistui ajallaan. Työstä on toivottavasti hyötyä muille matkailualan opiskelijoille ja Sisiliaan matkaa suunnitteleville.

Lähteet

Apollomatkat 2017. Sisilia. Luettavissa: <http://www.apollomatkat.fi/lomavalikoima/eurooppa/italia/sisilia>. Luettu: 20.4.2017.

Aurinkomatkat 2017. Sisilia. Luettavissa: <http://www.aurinkomatkat.fi/italia/sisilia>. Luettu: 20.4.2017.

Avraham, E. & Ketter, E. 2008. Media strategies for marketing places in crisis: improving the image of cities, countries and tourist destinations. Elsevier. Oxford & Burlington.

Boniface, B., Cooper, C. & Cooper, R. 2016. Worldwide destinations: the geography of travel and tourism. Routledge. Abington & New York.

Bowen, J, Kotler, P. & Makens, J. 2014. Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson Education Limited. Essex.

Clark, G. & Maric, V. 2014. Sicily. Lonely Planet Publications.

Euroopan Unioni 2017. Italia. Luettavissa: https://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries/italy_fi. Luettu: 19.3.2017.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Edita. Porvoo.

Helsingin Sanomat 2016. Ranskalaistutkija: Välimeren rantoja uhkaa aavikoituminen. Luettu: <http://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000002927571.html>. Luettu: 14.5.2017.

Jenkins, O. 1999. Understanding and Measuring Tourist Destination Images. Australian Housing and Urban Research Institute, University of Queensland. Queensland. Luettavissa: <http://ctseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.390.9401&rep=rep1&type=pdf>. Luettu: 30.4.2017.

Kim, H. & Chen, J. Destination image formation process: A holistic model. Journal of Vacation Marketing 2016. SAGE. Yhdysvallat. Luettavissa: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1356766715591870>. Luettu: 29.4.2017.

Matkailu.org 2013. Mitä ympärillämme tapahtuu? Luettavissa: <http://www.matkailu.org/tutkimukset/tietoa-teemoittain/40-ennakointi/opas-ennakointiin-matkailualalla/miten-ennakointia-tehdaan-kate/239-mita-ymparillamme-tapahtuu>. Luettu: 23.3.2017.

Morgan, N., Pritchard A., & Pride, R. 2010. Destination Branding. Elsevier.

New Historian 2015. Worst Earthquake in European History Strikes Sicily. Luettavissa: <http://www.newhistorian.com/5668-2/5668/>. Luettu: 15.5.2017.

Kananen, J. 2008. Kvantti: kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylän ammatti-korkeakoulu. Jyväskylä.

Kinnunen, A., Helka L. & Luoto R, 2012. Sisilia: tulenjumalten saari. Fenix-kustannus. Espoo.

Lomamatkat 2017. Sisilia. Luettavissa: <http://www.lomamatkat.fi/kohteet/italia/sisilia/>. Luettu: 20.4.2017.

Luoto R, 2012. Sisilian historian käännekohtia. Teoksessa Sisilia: tulenjumalten saari. Fenix-kustannus. Espoo.

Opetushallitus 2017. SWOT-analyysi. Luettavissa: http://www.oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/laadunhallinnan_tuki/wbl-toi/menetelmia_ja_tyovalineita/swot-analyysi. Luettu: 23.3.2017.

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017. Maailmanperintö. Luettavissa: http://www.minedu.fi/OPM/Kansainvaliset_asiat/kansainvaliset_jaerjestoet/unesco/maailmanperinto/?lang=fi. Luettu: 23.2.2017.

PK-RH-riskienhallinta 2017. Nelikenttäanalyysi-SWOT. Luettavissa: <http://www.pk-rh.fi/index.php?page=swot>. Luettu: 25.3.2017.

Rantapallo 2015. Tarinankerronta ja brändäys – matkailuammattilaisen avaintaidot. Luettavissa: <http://www.rantapallo.fi/asiantuntijat/matkailukoulutus/tarinankerronta-ja-bran-days-matkailuammattilaisen-avaintaidot/>. Luettu: 14.5.2017.

Saxman, K. 2017. Kuva. Isola Bella, Taormina.

Saxman, K. 2017. Kuva. Palermon katedraali.

Saxman, K. 2017. Kuva. Kreikkalainen teatteri, Taormina.

Saxman, K. 2017. Kuva. Pääsiäiskulkue, Traponi.

Saxman, K. 2017. Kuva. Cannoli ja marsipaanimakeiset.

Saxman, K. 2017. Kuva. Etna.

Sisilia.net 2017. Mafia. Luettavissa: <http://sisilia.net/mafia>. Luettu: 22.3.2017.

Spiegel 2015. Tourists and refugees cross paths in the Mediterranean. Luettavissa: <http://www.spiegel.de/international/europe/tourists-and-refugess-cross-paths-in-the-mediterranean-a-1046969.html>. Luettu: 14.5.2017.

Tekniikka & Talous 2015. Italian mafia löysi bisneksen, joka on huumeitakin kannattavampi. Luettavissa: http://www.tekniikkatalous.fi/talous_uutiset/italian-mafia-loysi-bisneksen-joka-on-huumeitakin-kannattavampi-3326584. Luettu: 16.4.2017.

Tjäreborg 2017. Sisilia. Luettavissa: <https://www.tjareborg.fi/italia/sisilia>. Luettu: 20.4.2017.

Tripsteri 2017. Etna –Sisilia. Luettavissa: <http://www.tripsteri.fi/sisilia/etna/>. Luettu: 15.5.2017.

TUI 2017. Sisilia. Luettavissa: <http://www.tui.fi/lomakohde/italia/sisilia/g-000000238>. Luettu: 20.4.2017.

UNESCO World Heritage Centre 2017. Arab-Norman Palermo & the Cathedral Churches of Cefalù and Monreale. Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/list/1487>. Luettu: 23.2.2017.

UNESCO World Heritage Centre 2017. Archaeological Area of Agrigento. Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/list/831>. Luettu: 23.2.2017.

UNESCO World Heritage Centre 2017. Isole Eolie (Aeolian Islands). Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/list/908>. Luettu: 23.2.2017.

UNESCO World Heritage Centre 2017. Late Baroque Towns of the Val di Noto (South-Eastern Sicily). Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/list/1024>. Luettu: 23.2.2017.

UNESCO World Heritage Centre 2017. Mount Etna. Luettavissa:
<http://whc.unesco.org/en/list/1427>. Luettu: 23.2.2017.

UNESCO World Heritage Centre 2017. Syracuse and the Rocky Necropolis of Pantalica.
Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/list/1200>. Luettu: 23.2.2017.

UNESCO World Heritage Centre 2017. Villa Romana del Casale. Luettavissa:
<http://whc.unesco.org/en/list/832>. Luettu: 23.2.2017.

Varga, E. 19.4.2017. Paikallisopas. Cassata Travel. Haastattelu. Cefalù.

Wikimedia 2011. Sicily in Italy. Luettavissa: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/12/Sicily_in_Italy.svg. Luettu: 13.2.2017.

Wikimedia 2007. Sicily cities map. Luettavissa: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9f/Sicily-cities-map-bjs.jpg>. Luettu: 13.2.2017.

YLE 2016. Välimeri on pakolaisten syvä hauta. Luettavissa: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/08/18/valimeri-pakolaisten-syva-hauta>. Luettu: 14.5.2017.

YLE 2017. Etna-tulivuori purkautui Sisiliassa – 10 loukkaantui. Luettavissa: <http://yle.fi/uutiset/3-9515014>. Luettu: 15.5.2017.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Sisilian matkailuimago

Arvoisa kyselyn vastaanottaja,

Olen matkailualan opiskelija Haaga-Heliasta Porvoosta ja teen tutkimusta Sisilian imagosta suomalaisten matkakohteena. Tutkimuksen avulla haluan selvittää miten mielikuvat eroavat Sisiliassa käyneiden ja ei-käyneiden välillä. Antamianne tietoja käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisesti ja ne julkaistaan ainoastaan yhteenvedon muodossa.

Kiitos paljon vastauksestanne!

1. Sukupuoli

- Mies Nainen En halua vastata

2. Ikä

- alle 20 v.
 20-30 v.
 31-40 v.
 41-50 v.
 51-60 v.
 yli 60 v.

3. Asuinpaikka

- Etelä-Suomi
 Itä-Suomi
 Länsi-Suomi
 Keski-Suomi

- Pohjois-Suomi
- Ahvenanmaa
- Ulkomaat

4. Oletko käynyt Sisiliassa?

Jos vastaat en, siirry kohtaan 9.

- Kyllä
- En

Kyllä vastanneet

5. Mikä oli matkan tarkoitus?

- Vapaa-ajan matka
- Työmatka
- Opiskelu
- Ystävien tai sukulaisten tapaaminen

Muu, mikä?

6. Voisitko kuvitella matkustavasi uudelleen Sisiliaan?

- Kyllä
- En

7. Mitä sinulle tulee mieleen Sisiliasta?

8. Missä määrin seuraavat väitteet vastaavat kokemustasi Sisiliasta.

	1 Täysin eri mieltä	2 Jokseen- kin eri mieltä	3 Jokseenkin samaa mieltä	4 Täysin samaa mieltä
Paljon nähtävyyksiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielenkiintoinen historia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rikas kulttuuri (taide, arkkitehtuuri, ym.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kauniita maisemia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvät ostosmahdollisuudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vieraanvaraisia ihmisiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turvallista matkustaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siisti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Romanttinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lapsiystävällinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paljon aktiviteetteja (esim. vaellus, ratsastus, sukellus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvä ruoka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miellyttävä ilmasto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvät rannat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaoottinen liikenne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aitoa paikallista elämää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Korruptoitunut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paljon mafiaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pakolaisongelma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paljon luonnonmullistuksia (maanjäristykset, tulivuorenpurkaukset)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ei vastanneet

9. Miksi et ole käynyt Sisiliassa?

- Kiinnostuksen puute
- Ajanpuute
- Kustannulliset syyt
- Muut kohteet ovat mielenkiintoisempia
- Muu, mikä?

10. Voisitko ajatella matkustavasi Sisiliaan?

- Kyllä En

11. Mitä sinulle tulee mieleen Sisiliasta?

12. Missä määrin seuraavat väitteet vastaavat mielikuvaasi Sisiliasta.

	1 Täysin eri mieltä	2 Jokseen- kin eri mieltä	3 Jokseenkin samaa mieltä	4 Täysin samaa mieltä
Paljon nähtävyyksiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielenkiintoinen historia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rikas kulttuuri (taide, arkkitehtuuri, ym.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kauniita maisemia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hyvät ostosmahdollisuudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vieraanvaraisia ihmisiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turvallista matkustaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siisti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Romanttinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lapsiystävällinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paljon aktiviteetteja (esim. vaellus, ratsastus, sukellus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvä ruoka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miellyttävä ilmasto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvät rannat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaoottinen liikenne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aitoa paikallista elämää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Korruptoitunut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paljon mafiaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pakolaisongelma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paljon luonnonmullistuksia (maanjärjestykset, tulivuorenpurkaukset)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>