



SAVONIA

OPINNÄYTETYÖ - YLEMPI AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

PATIKOINTI MALLORCALLA

Patikointireitin laatu ja matkakohteen vetovoima

TEKIJÄ: Jenni Turpeinen

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala			
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja ravitsemisalan tutkinto-ohjelma			
Työn tekijä Jenni Turpeinen			
Työn nimi Patikointi Mallorcalla: patikointireitin laatu ja matkakohteen vetovoima			
Päiväys	20.5.2019	Sivumäärä/Liitteet	67/4
Ohjaaja Matkailun yliopettaja Hilka Lassila			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Savonia-ammattikorkeakoulu			
<p>Tiivistelmä</p> <p>Luontomatkailu on yksi matkailun nopeimmin kasvavista osa-alueista, jonka suosioon vaikuttavat lukuisat globaalit trendit. Luontomatkailun suosio ja matkailijoiden uudenlaiset vaatimukset ovat vaikuttaneet myös esimerkiksi perinteisten rantalomakohteiden tuotetarjontaan, jota on alettu kehittää ja monipuolistaa kilpailussa pärjämiseksi.</p> <p>Tämän tutkimuksen kohdealueena oli rantalomakohteena tunnettu Mallorca, jonka matkailutarjontaa on viime vuosina laajennettu aktiivisen matkailun suuntaan esimerkiksi kehittämällä saaren patikointireittejä. Opinnäytetyön ensisijaisena tavoitteena oli selvittää millaisena Mallorcalla patikoivat matkailijat kokevat tutkimuksen kohteeksi valitun patikointireitin laadun. Tarkoituksena oli lisäksi kartoittaa Mallorcan vetovoimatekijöitä sekä patikoinnin merkitystä matkailijoille. Myös luonnon merkitys matkakohteen vetovoimatekijänä kiinnosti, koska sitä ei ole aiemmin juurikaan tutkittu Mallorcan kaltaisissa kohteissa. Tutkimuksen viitekehys rakentui palvelun laadusta sekä matkailun työntö- ja vetovoimatekijöistä. Patikointireitin laatua arvioitiin vertaamalla sen toteutumista laadukkaan retkeilykohteen kriteereihin. Tutkimus oli menetelmältään laadullinen ja aineisto kerättiin tutkimuksen kohteeksi valitun patikointireitin (Can Boi - Muleta) varrella informoidulla kyselylomakkeella keväällä 2019. Tutkimukseen osallistui 26 matkailijaa, joista 25 oli saksalaisia ja yksi tanskalainen. Tarkastelun kohteena oleva reitti oli yksi pitkän matkan reitistö GR 221:n etapeista.</p> <p>Tuloksista voidaan päätellä, että tutkitun patikointireitin laatu on yleisesti ottaen hyvä. Laatua voisi kuitenkin parantaa entisestään kehittämällä opastekokonaisuutta, kuten lisäämällä reittimerkintöjä sekä muita opasteita patikointireitin varrelle. Myös pitkänmatkan patikointijien laatukokemukseen vaikuttavien palveluiden kehittäminen, kuten GR 221 reitistön varrella sijaitsevien retkeilymajojen varaussivuston käyttäjäystävällisyyden ja toimivuuden parantaminen sekä matkatavaroiden kuljetuspalveluita tarjoava yritys, voisi parantaa retkeilyreitien ja -kohteen laatua. Tulosten perusteella Mallorcaa voi luonnehtia myös luontomatkailukohteeksi. Luonto tai hyvät patikointimahdollisuudet olivat olleet useimmille tärkeimpiä syitä matkakohteen valinnassa. Myös hyvät kulkuyhteydet kohtaan olivat vaikuttaneet monien päätökseen. Luonnon vetovoimaisuus ja merkitys tutkittaville korostui vastauksissa. Luonto oli monille tärkeä syy patikointiharrastukseen ja erilaiset luontokokemukset nousivat esille asioina, joista oli pidetty eniten tehdyllä vaelluksella. Patikointi oli useimmille Mallorcan loman primäärinen aktiviteetti, koska yli puolet vastaajista oli useamman päivän vaelluksella ja valtaosa aikoi tehdä lomallaan huomattavan määrän vaelluksia.</p> <p>Tutkimuksen tuloksia voi hyödyntää sovelletusti myös muissa patikointikohteissa, koska laatu muodostuu kaikilla patikointireiteillä samoista tekijöistä.</p>			
Avainsanat Laatu, luonto, luontomatkailu, patikointi, työntö- ja vetovoimatekijät			

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism and Hospitality Management			
Author Jenni Turpeinen			
Title of Thesis Hiking in Mallorca: the quality of the hiking trail and pull factors of the destination			
Date	20.5.2019	Pages/Appendices	67/4
Supervisor(s) Principal lecturer in tourism management Hilikka Lassila			
Client Organisation /Partners Savonia University of Applied Sciences			
<p>Abstract</p> <p>Nature tourism is one of the fastest growing sectors in the tourism industry, which is explained by various global trends. The popularity of nature tourism and new kinds of demands from tourists have also affected the product range of traditional beach destinations which has led to development and diversification.</p> <p>The target area of this thesis was the island of Mallorca which is better known as a beach destination. During the last few years Mallorca's tourism has developed towards more active holidays. An example of this is hiking trails being improved. The primary purpose of this thesis was to find out how travelers hiking in Mallorca find the quality of the hiking trail chosen for the investigation. The secondary purpose was to examine the pull factors of Mallorca and find out what the meaning of hiking for travelers is. Also, the significance of nature as a pull factor was a matter of interest, because it has not been investigated much in destinations like Mallorca. The framework of the research consisted of service quality and push and pull factors. The quality of the trail was compared to the criteria given for the good quality hiking destination. The research was qualitative, and the data was gathered with an informed questionnaire by the hiking trail chosen (Can Boi - Muleta) during the spring 2019. Overall 26 travelers participated in the research, of which 25 were Germans and one Danish. The trail in question was one of the stages of the long-distance trail GR 221.</p> <p>According to the results it can be inferred that the quality of the trail was mostly good even though some factors for improvement were found. The quality could be developed by improving the signage set, like adding more markings and other signs along the way. Also, improvement of the services which have an influence on the quality experience of long-distance hikers could better the quality of the hiking trail and Mallorca as a hiking destination. This could be the development of the website where the refuges by the GR 221 hiking trail network can be booked and the creation of a company which offers transfer for the luggage. The results show that Mallorca can also be called a nature tourism destination. Nature or good hiking possibilities had been the most important reasons to choose Mallorca as a holiday destination for most of the participants. Also, good transport connections had influenced on the decision of many travelers. Attractiveness and significance of nature were highlighted in the answers. The nature was the most important reason for the hiking as a hobby and different kind of nature experiences were the things that people liked most on the hike they did. It can be said that hiking was the primary activity on the holiday in Mallorca, because more than half of the respondents were doing a long-distance hike and the majority were going to do a remarkable number of hikes during their holiday.</p> <p>The results of this research can be useful in other hiking destinations too, because the quality of hiking trail always consists of the same factors.</p>			
<p>Keywords Hiking, nature, nature tourism, push and pull factors, quality</p>			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	5
1.1	Tutkimuksen aihe, tavoite ja tausta	6
1.2	Tutkimusongelma, tutkimuskysymykset ja tutkimuksen viitekehys.....	7
1.3	Tutkimuksen rakenne ja käytettävät lyhenteet	8
2	LUONNON VIRKISTYSKÄYTTÖ	9
2.1	Luonnossa liikkumisen hyödyt, motiivit ja tavat.....	9
2.2	Lähivirkistys ja luontomatkailu	10
2.3	Patikointi	11
2.3.1	Patikointireitit ja niiden merkitseminen	13
2.3.2	Patikointi Mallorcalla	14
3	LAATU JA MATKAKOHTTEEN VETOVOIMA	19
3.1	Asiakaskokemuksen ja palvelun laadun rakentumisen prosessi.....	19
3.1.1	Laadukas luontokohde.....	24
3.1.2	Laadun arvioiminen tässä tutkimuksessa	27
3.2	Matkakohteen vetovoima.....	28
3.3	Aiemmat tutkimukset	33
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	36
4.1	Tutkimusmenetelmä ja aineistonkeruutapa	36
4.2	Aineistonkeruun suunnittelu ja toteutus.....	38
4.3	Tutkimusaineiston käsittely ja analysointi	41
4.4	Luotettavuuden arviointi.....	43
5	TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	45
5.1	Tutkimustulokset	45
5.1.1	Patikointi harrastuksena	46
5.1.2	Vetovoimatekijät	48
5.1.3	Patikointireitin laatu	52
5.2	Johtopäätökset	58
6	POHDINTA.....	60
	LÄHTEET	61
	LIITE 1: KYSELYLOMAKE.....	68

1 JOHDANTO

Luontomatkailun sanotaan olevan yksi matkailun nopeimmin kasvavista osa-alueista (Rennicks 1997, 8). *”Kaupunkilaistuminen, väestön ikääntyminen, kansainvälistyminen, terveyden ja hyvinvoinnin merkityksen sekä uuden teknologian lisääntyminen”* ovat tekijöitä, jotka vaikuttavat oleellisesti luontomatkailun ja muun luonnon virkistyskäytön kasvuun (Tyrväinen, Sievänen, Konu, Tuohino, Aapala ja Ojala 2018). Luontomatkailun ja luonnossa liikkumisen suosion voi havaita esimerkiksi sosiaalisen median kanavissa, joissa on lukuisia luontoon ja retkeilyyn liittyviä ryhmiä. Ryhmissä vaihdetaan muun muassa matkailukohteisiin, varusteisiin ja retkeilyreittein liittyviä vinkkejä sekä pyydetään muilta yhteisön jäseniltä suosituksia ja kommentteja erilaisiin luonnossa liikkumiseen liittyviin asioihin. Facebookin *”Retkipaikka – luontoseikkailijoiden ja retkeilijöiden kohtaamispaikka”*, *”Kansallispuistot tutuiksi”* ja *”Vaellus”* ovat vain muutamia esimerkkejä luontoaiheisista ryhmistä, joissa aloitetaan päivittäin kymmeniä keskusteluita, jaetaan kuvia ja kokemuksia sekä puhutaan siitä mikä kiinnostaa kaikkia ryhmän jäseniä – luonnosta. Tyypillisinä luontomatkailukohteina pidetään esimerkiksi Norjaa, Islantia ja Suomea, joiden vetovoima ja matkailu pohjautuu pitkälti luontoon liittyviin elementteihin. Luontomatkailua pyritään kuitenkin kehittämään ja nostamaan esille myös muissa matkakohteissa.

Tämän tutkimuksen kohteena on Mallorcan saari, joka on osa Espanjaan kuuluvaa Baleaarien saari-ryhmää, ja matkailullisesti yksi Espanjan tärkeimpiä alueita. Baleaarit eli Mallorca, Menorca, Ibiza ja Formentora assosioituvat vahvasti 3S-kohteiksi (sun, sea and sand) ja ovat eräitä maailman suosituimmista rantalomakohteista. Myös Baleaarien asukkaiden toimeentulo pohjautuu pitkälti 3S-sektoriin, sillä matkailuala on yksi saariryhmän suurimmista työllistäjistä. Välimeren alueen rantalomaturismi on tyypillisesti hyvin sesonkipainotteista ja matkailijamäärät eroavat paljon lämpimän kesän (rantalomakausi) ja kylmän (talvi) sesongin välillä. Saarten keskeinen sijainti lähellä monia Euroopan kaupunkeja houkuttelee vuosittain miljoonia matkailijoita, mutta koventunut kilpailu, matkailijoiden uudenlaiset vaatimukset sekä matkailun sesonkiluonteisuus ovat syitä sille, miksi matkailutarjontaa halutaan monipuolistaa ja kehittää. Yhä useammat matkailijat osoittavat kiinnostusta urheilu- ja kulttuuriaktiiviteetteja kohtaan, joten saarten matkailua on alettu laajentamaan aktiivisen matkailun suuntaan. (Bafaluy, Amengual, Romero ja Homar 2012; García Sastre, Alemany-Hormaeche, Aguilo Lemoine ja Montaña Moreno 2015; Rejón-Guardia, García-Sastre ja Alemany-Hormaeche 2018a.)

Kilpailu matkailukohteiden kesken on kovaa ja uusia potentiaalisia kohteita tulee markkinoille jatkuvasti. Useissa tutkimuksissa on nostettu esille, kuinka tärkeää matkailukohteiden monipuolisuus on kasvavassa kilpailussa. Uusien matkailutuotteiden tarjonta ja erityisesti pienempien erityistuotteiden (niche) tuominen matkailumarkkinoille nähdään tärkeänä kilpailussa menestymisessä. (Rodrigues, Kastenholz ja Rodrigues 2010, 331.) Myös Kauppila (2014, 25-26) mainitsee, että alan kirjallisuudessa on käsitelty laajalti perinteisten *”sun, sea, sand”* -tuotteeseen perustuvien matkailukohteiden monipuolistamista uudella matkailutuotetarjonnalla. Eri kohteissa ympäri maailman on hyödynnetty muun muassa luonnon ja kulttuurin vetovoimaa tuotteistamalla niitä sekä tuomalla tällä tavoin lisäarvoa ja täydennystä matkakohteiden tuotevalikoimaan. Matkailukohteiden tuotetarjontaa monipuolistamalla pyritään myös tekemään matkakohteista houkuttelevia ympärivuoden sekä tällä tavoin

tasoittamaan matkailun sesonkiluonteisuutta ja siitä aiheutuvia ongelmia, kuten paikallisväestön kausittaista työttömyyttä. (Uusitalo, Tuulentie, Kantola, Huhta ja Nivala 2018, 7.)

Yksi esimerkki pienempää kohderyhmää kiinnostavasta matkailutuotteesta on patikointi, jota pidetään tärkeänä virkistys- ja matkailuaktiviteettina ja, jolla voi olla myös positiivinen vaikutus maaseutu- ja luontoalueiden houkuttelevuuteen, kestävään kehitykseen sekä luonnon ja perinteiden suojeluun. Patikointireittien ylläpito on suhteellisen edullista ja niitä voivat hyödyntää sekä matkailijat että paikallinen väestö. Patikointireittien suunnittelulla ja ylläpidolla on kuitenkin vaikutusta siihen, että positiivisia hyötyjä voidaan todella saavuttaa. Jotta laadukkaita käyttäjäkokemuksia on mahdollista tuottaa ja samanaikaisesti ylläpitää luontoa resurssina kestävästi, tulee matkailutuotteen suunnittelussa huomioida matkailijoiden ympäristöön liittyvät näkemykset, maisemamieltymykset sekä millaista infrastruktuuria ja tukipalveluita he tarvitsevat luonnossa liikkuaan. (Rodrigues ym. 2010, 331, 340-341.)

Toimenpiteitä uudenlaisten matkailutuotteiden kehittämiseksi ja markkinoimiseksi sekä matkailun ympärivuotisuuden lisäämiseksi on tehty myös Mallorcalla. La Agencia de Turismo Baleares (Baleaarien matkailutoimisto) julkaisi vuoden 2017 alussa uuden matkailustrategian ”Better in Winter”, jonka tarkoitus on markkinoida Baleaarien saaria ympärivuotisina matkailukohteina sekä lisätä matalasesongin vetovoimaisuutta erilaisten matkailutuotteiden avulla (Europa Press 2017-03-16). Mallorcan matkailustrategiassa panostetaan vahvasti aktiviteettimatkailuun ja esimerkiksi patikointireittien turvallisuutta, viitoitusta sekä ylläpitoa on parannettu viime vuosina. Pitkänmatkan patikointireitistön ”La Ruta de Pedra en Sec”:n (GR 221) sekä sen varrelle sijaitsevien matkailumajojen (refuges) markkinointia on lisätty esimerkiksi kansainvälisillä matkailumessuilla. (Ruiz Collado 2018-12-26.)

Myös García Sastre ym. (2015) mainitsevat, että Baleaarien hallitus ja Consell de Mallorca panostavat entistä enemmän urheilu ja vapaa-ajan aktiviteettien markkinointiin matalasesongilla. Valtaosa Mallorcan patikointireiteistä sijoittuu Serra de Tramuntanan vuoristoon, jonka läpi kulkevasta GR 221 patikointireitistöstä on tulossa yksi suosituimmista patikointikohteista Euroopan markkinoilla (Balfaluy ym. 2012; Lera, Pérez, Guerrero, Martínez Eguíluz ja Juiz 2017). Vuoriston alue on myös Unescon maailmanperintökohde ja luonnon kulttuurimaisemana monin tavoin vetovoimainen kohde patikoijille. (Rejón-Guardia, García-Sastre ja Alemany-Hormaeche 2018a.)

1.1 Tutkimuksen aihe, tavoite ja tausta

Opinnäytetyöni aiheena on Mallorca patikointikohteena ja tutkimuksen ensisijaisena tavoitteena on selvittää, millaisena Mallorcalla patikoivat matkailijat kokevat tutkimuksen kohteeksi valitun patikointireitin laadun. Lisäksi tarkoituksena on selvittää, mitkä ovat ensisijaisia syitä Mallorcalla matkustamiseen ja tullaanko Mallorcalla nimenomaan patikoimaan vai onko patikointi vain yksi loman monista aktiviteeteista. Myös luonnon merkitys matkakohteen vetovoimatekijänä kiinnostaa. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat Mallorcalla patikoivat, englantia puhuvat matkailijat ja laadun tarkastelun kohteena GR 221 reitistöön kuuluva patikointireitti (Can Boi – Muleta).

Idea opinnäytetyön aihepiiriin tuli koulutusohjelman yliopettaja Hilka Lassilalta, joka on myös opinnäytetyön ohjaaja. Lassila toimii projektipäällikkönä Outdoor (OF) Pohjois-Savon luontoliikuntareittien tuotteistaminen markkinoille -projektissa, jonka tavoitteena on kehittää Pohjois-Savon luontoliikuntareittien matkailullista vetovoimaisuutta OF-ohjelman kriteerien ja ohjeistuksien mukaisesti. Projektin tavoitteena on tuotteistaa luontoliikuntareittejä, tuottaa monipuolinen digitaalinen materiaali monikanavaiseen viestintään sekä rakentaa luontoliikuntareittien ympärillä toimivien yritysten ja yhteisöjen verkosto. (Lassila 2018-11-28.) Tarkoituksena on saada tämän opinnäytetyön avulla tietoa, jota voi mahdollisesti hyödyntää sovelletusti myös Pohjois-Savon luontoliikuntareittien tuotteistamisessa.

Opinnäytetyön aihevalintaa puolsi myös oma kiinnostus luonnossa liikkumiseen ja patikointiin. Tutkimusalueeksi valikoitui Mallorca, jonka patikointireitit ovat oman harrastamisen vuoksi tuttuja ennestään. Varsinainen tutkimusaihe täsmentyi tutustuessani aiempiin patikointia Mallorcalla käsitteleviin tutkimuksiin, niiden tuloksiin sekä esille tulleisiin kehityskohteisiin. García Sastren ym. (2015) Mallorcalla patikoivien ulkomaalaisten profiilia kartoittavassa tutkimuksessa selvisi, että lähes 80 % tutkimukseen osallistuneista oli sitä mieltä, että patikointireiteillä ei ole reittimerkintöjä riittävästi tai niitä on hyvin vähän. Lisätutkimusta ja kehittämistä vaativiksi asioiksi nostettiin tutkimuksessa reittimerkintöjen lisäksi muun muassa topografiset reittioppaat sekä tiedonsaanti reiteistä. Myös omat kokemukseni sekä muilta kuulemani kokemukset Mallorcalla patikoinnista ovat samassa linjassa García Sastren ym. (2015) saamien tulosten kanssa, joten tarkemmalle esille nousseiden kehityskohteiden tutkimiselle on tarvetta.

1.2 Tutkimusongelma, tutkimuskysymykset ja tutkimuksen viitekehys

Tämän opinnäytetyön asiaongelmana ovat García Sastren ym. (2015) tutkimuksessa ilmi tulleet puutteet Mallorcan patikointireittien riittämättömissä reittimerkinnöissä ja yleisessä saavutettavuudessa. Opinnäytetyön tutkimusongelma on johdettu kyseisessä tutkimuksessa ilmi tulleista kehityskohteista ja tarkoituksena on tutkia tarkasteluun valitun patikointireitin laatua, tarkastelemalla kuinka Räsänen (2016) esittelemät retkeilykohteen suunnittelussa huomioitavat seikat sillä toteutuvat. Tutkimuksen alakysymykset liittyvät tutkimuksen kohderyhmän luontosuhteeseen, patikoinnin merkitykseen sekä matkakohteen vetovoimaan, joiden avulla selvitetään millainen, on Mallorcalla patikoiva matkailija ja onko Mallorca muutakin kuin perinteinen rantalomakohde. Tämä on kiinnostava kysymys, koska esimerkiksi Järviluoma (2006, 194) on maininnut, että luonnon merkitystä matkailun vetovoimatekijänä olisi hyvä tutkia myös vetovoimatekijöiltään monipuolisissa matkailukohdeissa ja etelän rantalomakohteissa, jotta siitä voisi muodostaa laajemman kokonaiskuvan.

Tutkimuksen tutkimusongelma ja pääkysymys:

Millainen on tarkasteluun valitun patikointireitin laatu?

Alakysymykset:

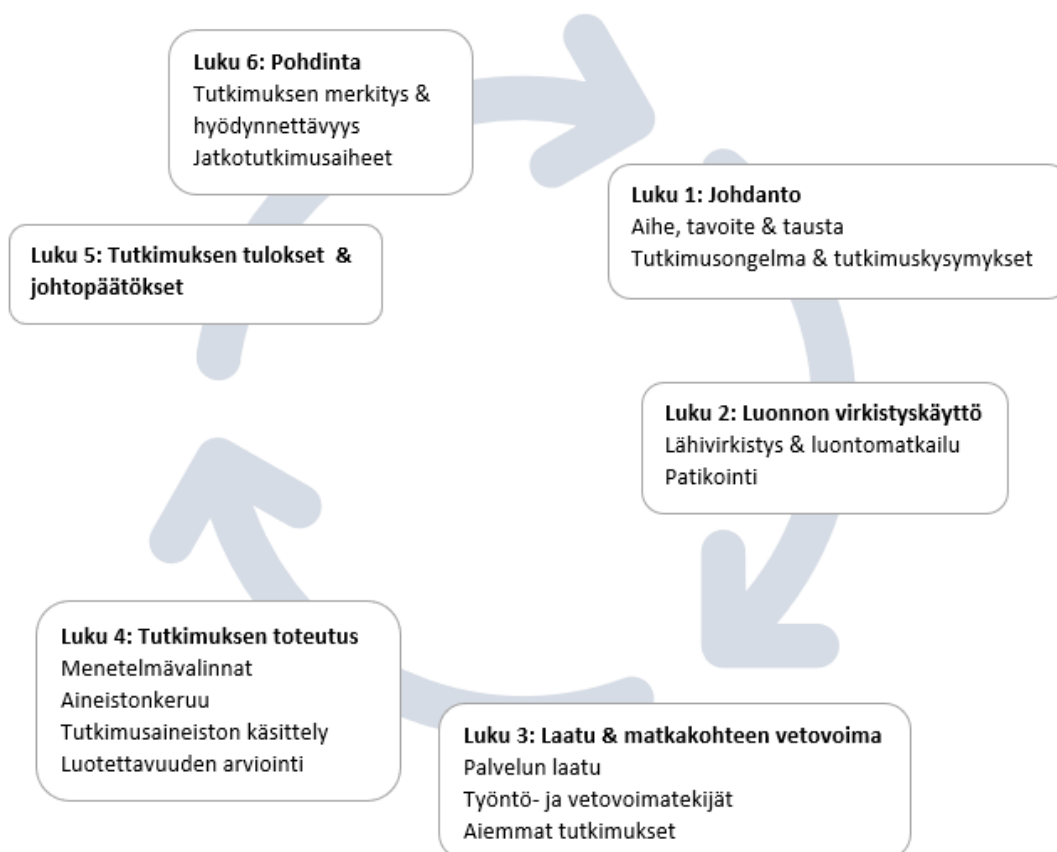
Millaisia ovat matkailijoiden ensisijaiset syyt Mallorcan matkakohteeksi valinnassa?

Millainen on Mallorcalla patikoivien matkailijoiden suhde luontoon ja patikointiin?

Tutkimus on menetelmältään laadullinen ja vastausta tutkimustehtävään haetaan keräämällä aineisto informoidun kyselyn avulla. Tutkimuksen viitekehys rakentuu tutkimusongelman pohjalta koostuen kahdesta kokonaisuudesta: laatu ja matkakohteen vetovoima. Viitekehyksessä rakennetaan pohjaa patikointireitin laadun tarkastelulle kuvaamalla erilaisia laadun määritelmiä sekä muita laatuun oleellisesti liittyviä käsitteitä, kuten palvelun määritelmää sekä asiakaskokemuksen ja asiakastyytyväisyyden rakentumista. Matkakohteen vetovoima puolestaan koostuu attraktioista sekä työntö- ja vetovoimatekijöistä, joiden avulla pyritään saamaan selville kohderyhmän Mallorcalla matkustamisen syitä. Patikointi on tyypillinen luonnossa harrastettava aktiviteetti, jonka vuoksi luonto sekä matkailun osa-alueena nimenomaan luontomatkailu liittyvät tutkimusaiheeseen ja tutkimustehtävää lähestytään luontokontekstissa.

1.3 Tutkimuksen rakenne ja käytettävät lyhenteet

Tutkimusraportti jakautuu kuuteen lukuun, joiden sisältö on kuvattu alla olevassa kuviossa 1.



KUVIO 1. Opinnäytetyön rakenne.

Käytettävät lyhenteet

ERA = European Ramblers Association

FEDME = Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada (Spanish Mountain Sports and Climbing Federation)

MEK = Matkailun edistämiskeskus (nykyisin Visit Finland)

3S = Sun, sea and sand

2 LUONNON VIRKISTYSKÄYTTÖ

Tässä luvussa kuvataan tutkimusaiheeseen kiinteästi liittyvää asiakokonaisuutta eli luontoa ja sen virkistyskäyttöä. Aihetta lähestytään ensin yleisellä tasolla kertomalla erilaisista luonnossa liikkumisen motiiveista, hyödyistä ja tavoista sekä luonnon virkistyskäytön eri muodoista: lähivirkistyksestä ja luontomatkailusta. Luonnon virkistyskäytön kuvauksen jälkeen siirrytään lähemmäksi tutkimuksen ydintä ja kerrotaan tarkemmin tämän opinnäytetyön kannalta keskeisestä luonnossa harrastettavasta aktiviteetista, patikoinnista. Patikointia käsitellään aluksi yleisesti, jonka jälkeen puhutaan reitien merkitsemisestä sekä patikoinnista tutkimuksen kohdealueella Mallorcalla.

2.1 Luonnossa liikkumisen hyödyt, motiivit ja tavat

Luonnossa liikkumisen mainitaan olevan yksi parhaista tavoista rentoutua ja virkistäytyä. Luonnon sanotaan tutkimusten perusteella vaikuttavan positiivisesti terveyteen ja hyvinvointiin muun muassa lisäämällä fyysistä aktiivisuutta, auttamalla palautumaan stressistä sekä edistämällä sosiaalista hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä. Tutkimusten mukaan jo lyhyen viiden minuutin luonnossa oleskelun tuloksena mieliala kohenee ja 15-20 minuutin oleskelu puolestaan lisää mielihyvää sekä laskee verenpainetta. Myös pelkän luontomaiseman näkeminen kuvassa, videolla tai ikkunan takana voi tuoda samanlaisia positiivisia terveydellisiä vaikutuksia. (Järviluoma 2006; Luonnonvarakeskus 2018; Luontoon.fi 2018a; Tyrväinen 2015.)

Luonnossa liikkumiseen on monenlaisia motiiveja, joista yleisimpiä ovat kauniiden maisemien katseleminen, luonnon kokeminen, liikkuminen, rentoutuminen ja rauhoittuminen (Tyrväinen, Savonen ja Simkin 2017, 6). Motiivit voivat Järviluoman (2006, 148) mukaan vaihdella esimerkiksi yksilö-, harrastus- ja tapauskohtaisesti. Luonnossa voi liikkua monin eri tavoin, joista useimmat tavat sopivat kaikille ilman erityisiä taitoja, varusteita tai lupia. Luonnossa toteutettavia aktiviteetteja ovat esimerkiksi: geokätköily, hiihto, kalastus, kiipeily, lintujen tarkkailu, lumikenkäily, marjastus ja sienestys, melonta, metsästys, moottorikelkkailu, patikointi, polkujuoksu, pyöräily, ratsastus, retkiluistelu, sauvakävely, sukellus, suunnistus, tähtitaivaan tarkkailu, vaellus, valokuvaus sekä veneily ja purjehdus. (Luontoon.fi 2018b.)

Kaikenlainen luonnossa liikkuminen ja oleilu vapaa-ajalla virkistäytymistarkoituksessa on luonnon virkistyskäyttöä (Sievänen ja Tyrväinen 2015, 262; Tyrväinen ym. 2018, 3), jota voi kutsua myös ulkoiluksi (Sievänen 2010, 12). Luonnon virkistyskäytön merkitys on lisääntynyt kaupungistumisen myötä ja luontoon hakeudutaan tarkoituksena saada siihen yhteys (Tyrväinen ja Tuulentie 2007, 6). Monet ulkoiluharrastuksista ovat liikunnallisia, mutta myös muut luonnonympäristöön sijoittuvat harrastukset, kuten luonnon tarkkailu tai maisemien ihailu, lasketaan ulkoiluksi. Ulkoilu tapahtuu yleensä lihasvoimin, mutta myös esimerkiksi moottorikelkkailu ja -veneily katsotaan ulkoiluharrastukseksi. (Sievänen 2010, 12-13.)

2.2 Lähivirkistys ja luontomatkailu

Metsähallitus (2014, 68) jakaa luonnon virkistyskäytön kahteen luokkaan: lähivirkistys ja luontomatkailu. Lähivirkistys käsittää korkeintaan päivän kestävät käynnit luonnossa vakinaisen asuinpaikan tai vapaa-ajan asunnon lähistöllä (Sievänen ja Neuvonen 2010, 39, 61). Luontomatkailu puolestaan kohdistuu oman asuinpaikkakunnan ulkopuolelle ja sisältää vähintään yhden yöpymisen muualla kuin vakinaisessa asunnossa eli täyttää matkailulle annetut reunaehdot sen kestosta sekä sijainnista suhteessa asuinpaikkakuntaan (Sievänen ja Neuvonen 2010, 40; Sievänen ja Tyrväinen 2015, 264).

Luontomatkailuun liittyy myös kaupallisuus eli joku taho, kuten esimerkiksi majoituspalvelujen tarjoaja tai luontoaktiviteettien järjestäjä, hyötyy luonnon virkistyskäyttäjistä jollain tapaa taloudellisesti. Esimerkiksi Ruotsissa, luonnossa harrastetut aktiviteetit ovat perinteisesti olleet hyvin yksinkertaisia ja tavanomaisia, kuten pyöräily, patikointi ja veneily, mutta vuosien saatossa erilaisten luonnossa harrastettavien aktiviteettien kirjo on kasvanut, harrastusolosuhteita on parannettu (esimerkiksi merkityt reitit ja näköalatornit) ja luonnon kaupallistaminen on täten hiljalleen alkanut. (Margarin ja Fredman 2017.)

Luonnon virkistyskäyttö

Luonnon virkistyskäyttäjiä ovat paikalliset asukkaat (lähivirkistäytyvät) ja matkailijat, jotka hyödyntävät erilaisia luonnon virkistyskäyttöä varten suunniteltuja palveluita, kuten rakennettuja reittejä, opastekokonaisuuksia (opastetaulut, viitat ym.), tulipaikkoja, autiotupia, ulkoilu- ja luontokeskuksia sekä muita virkistysalueilla (ulkoilu-, retkeily- ja luonnonsuojelualueilla) sijaitsevia rakenteita ja palveluita. Virkistysalueet voivat sijoittua mihin tahansa ympäristöön, jossa on mahdollista ulkoilla. Virkistysympäristöjä ovat niin metsä- ja vesialueet, kaupunkipuistot, kulttuuri- ja luonnonmaisema-alueet, erämaat kuin myös asuinalueiden kevyenliikenteenväylät ja niiden ympäristöt. (Sievänen 2010, 12-13.) Rennicks (1997, 8) liittyy lähivirkistykseen ja luontomatkailuun myös vahvasti luonto- ja kulttuuriresurssien kestävä käyttöön. Tyypillinen monipuoliseen lähivirkistykseen tarkoitettu alue on rajattu, pääsääntöisesti rakentamaton luonto- tai metsäympäristö, jossa on paljon luonnonmukaista kasvillisuutta. Virkistyskäyttöön suunnitelluilla alueilla on usein myös virkistyskäyttöä tukevia rakenteita, kuten ulkoilupolkuja. (Sievänen ja Tyrväinen 2015, 262.)

Mallorcalla on monenlaisia virkistyskäyttöön tarkoitettuja alueita, kuten pääkaupunki Palma de Mallorcan alueella sijaitseva Bellverin linnan alue, joka on säilytetty laajahkona metsäisenä virkistys- ja viheralueena kaupunkilaisille. Bellverin linna on tärkeä historiallinen vetonaula matkailijoille, mutta sen ympärillä oleva puisto palvelee myös ulkoilevia kaupunkilaisia, jotka liikkuvat luonnossa kävellen, juosten tai pyöräillen. Alue on koirien ulkoiluttajien suosiossa ja siellä näkee myös koululaisryhmiä sekä matkailijoita. Puistossa kulkee monenlaisia reittejä: villejä polkuja, päällystämättömiä teitä ja polkuja sekä asfaltoituja tienpätkiä. Puistossa kulkevat kulkuväylät ovat pääsääntöisesti merkitsemättömiä, mutta siellä on myös jonkin verran opasteita, jotka ohjaavat esimerkiksi linnalle tai puiston pääsisäänkäynneille. Puiston pääsisäänkäyntien yhteydessä on infotauluja, joihin on merkitty muun muassa puiston alueella kulkevat viralliset kulkuväylät, Bellverin linna ja lasten leikkipaikat.

Luontomatkailu

Useimpien määritelmien mukaan luontomatkailuksi lasketaan kaikki jollain tapaa luontoon tukeutuva matkailu (Järviluoma 2006, 58; MEK 2010, 6; Sievänen ja Tyrväinen 2015; Toivonen, Kettunen, Honkanen ja Saarinen 2005, 3), joten luontomatkailun käsite on laaja. Rantalan (2017, 59) mukaan luontomatkailua on yhtä lailla *"Rovaniemellä kaupunkilomalla olevan turistin moottorikelkkaretki kaupungin läpi virtaavan joen jäällä, Thaimaan rantalomailijan sukellusretki kuin ekomatkaajan vierailu afrikkalaisella suojelualueella"*. Näin laveasti määriteltynä voisi Toivosen ym. (2005, 3) mukaan myös massaturismin lukea luontomatkailuksi, sillä siihen liitetyt *"Sun, Sea, Sand"* ovat hyvin pitkälti luontoon liittyviä elementtejä.

Usein luontomatkailua pyritään kuitenkin rajaamaan eri keinoin ja joissakin määritelmissä lasketaan ainoastaan lihasvoimin tapahtuva liikkuminen luontomatkailuksi. Määritelmässä on myös rajauksia, jotka koskevat kestävyyttä ja ympäristöystävällisyyttä, jolloin luontomatkailu on hyvin lähellä ekomatkailua. (Petäjistö ja Selby 2011, 3, 9). Rennicksin (1997) näkemyksen mukaan luontomatkailu, ekomatkailu ja seikkailumatkailu ovat toisilleen rinnasteisia käsitteitä, jotka kuvaavat kaikki vastuullista, ympäristöä suojelevaa ja paikallisten ihmisten hyvinvointia ylläpitävää luontoalueille suuntautuvaa matkailua. Edwards, Jensen, Kajala, Sievänen ja Vistad (2013, 27) puolestaan näkevät ekomatkailun luontomatkailun alakäsitteenä, josta voi puhua silloin, kun tarkastellaan luontomatkailua kestävästä näkökulmasta. Sievänen ja Tyrväinen (2015, 262-263) sen sijaan sanovat, että luontomatkailun voi jakaa kolmeen luokkaan: liikkuminen luontoympäristössä (esimerkiksi seikkailumatkailu), tiettyihin luontoympäristön elementteihin kohdistuvaan matkailuun (kuten kalastusmatkailu ja villieläinsafarit) sekä ekoturismiin (tavoitteena luontoalueiden suojeleminen tai säilyttäminen).

Luontomatkailu ja luontoon perustuva matkailu on erittäin vaikeasti rajattavissa oleva toimiala sen moniulotteisuuden vuoksi ja siltä puuttuu selkeä, yhtenäinen määritelmä, joka kertoo mitä se tarkoittaa ottaen pitää sisällään. Luonnon merkitys matkailussa voi vaihdella, koska se voi olla sekä vetoimatekijä, toimintaympäristö, tausta muulle toiminnalle kuin myös hyödyntämisen tai oppimisen kohde (Petäjistö ja Selby 2011, 6, 9). Järviluoma (2006, 55, 58-60) toteaaakin, että luontomatkailun määritelmään vaikuttavat määritelmän tekijän henkilön omat tutkimukselliset lähtökohdat eikä yleistävään selitykseen välttämättä edes pyritä. Järviluoma painottaa yksittäisten matkailijoiden lomaltaan hakemia kokemuksia, koska hänen mukaansa oleellista on kuinka mahdolliset luontokokemukset ovat vaikuttaneet matkakohteen valintaan, sillä ne kertovat onko kyseinen matka luontomatkaksi vai ei.

2.3 Patikointi

Patikointi on luontomatkailua, mutta Räsänen ja Saaren (2003, 3, 9) mukaan se on pyöräilyn ja melonnan ohella myös tyypillinen aktiviteettimatkailun muoto. Aktiviteettimatkailu on määritelmänsä mukaan usein hyvin laaja matkailun muoto, jolla on paljon yhtäläisyyksiä ja päällekkäisyyksiä muiden matkailumuotojen kanssa. Aktiviteettimatkailun voi lukea osaksi niin luonto-, seikkailu- kuin liikuntamatkailuakin. Luonto- ja aktiviteettimatkailun yhteys vaihtelee tilannekohtaisesti. Aktiviteetti-

matkailijoiden harrasteet sijoittuvat usein luontoympäristöön, jolloin niihin liittyvät motiivit sekoittuvat ja ensisijainen matkustuspäätökseen johtanut motiivi määrittelee matkan painopisteen joko aktiviteetti- tai luontomatkailuksi. (Järviluoma, Keränen ja Takala 2016, 6-7.) Tässä tutkimuksessa ei patikointia jaotella joko aktiviteetti- tai luontomatkailuksi vaan sen ajatellaan olevan Räsänen ja Saaren (2003, 10) tulkinnan mukaisesti molempia: *”Luontomatkailu on matkailua, jonka vetovoimatekijät liittyvät luontoon ja johon liittyy ulkoiluaktiviteetteihin osallistumista. Tämän määrittelyn mukaan aktiviteettimatkailu on osa luontomatkailua”*. Räsänen ja Saaren (2011, 4) mukaan luonto eri muodoissaan on vaelluksella tärkeää. Patikoijaa motivoivat luonnon kokeminen sekä sen äänet ja kauniit maisemat, mutta myös luonnon rauha ja hiljaisuus. Vaelluksella saattaa olla myös henkisiä tavoitteita, kuten itsetuntemuksen kasvattaminen tai itsensä löytäminen. Pitkillä vaelluksilla motiivit liittyvät usein itsensä haastamiseen ja omien rajojen etsimiseen.

European Ramblers Association (2018a) määrittelee sekä kävelyn että patikoinnin liikkumiseksi jalkaisin ulkona. Molemmat ovat vapaa-ajan harrastuksia, joista on hyötyä sekä henkiselle että fyysiselle hyvinvoinnille ja, joille tyypillisiä piirteitä ovat yli tunnin kesto, suunnitelmallisuus ja tietynlaisien varusteiden tarve. Mehmetoglu ja Norrmann (2013) puolestaan mainitsevat patikoinnin olevan usein suunnitelmaton aktiviteetti, johon ei tarvitse juurikaan valmistautua. Kävelyn etuina pidetään yleisesti sitä, että se sopii kaikille iästä tai kunnosta riippumatta ja että sitä voi harrastaa milloin ja missä vain (European Ramblers Association 2018a; Luontoon.fi 2018a; Riikonen ja Rautiainen 2017, 26). Riikosen ja Rautiaisen mukaan esimerkiksi suomalaisista 85 % harrastaa kävelyä ja 27 % patikoi.

Mielestäni patikointi on kävelyä, mutta se on kestoiltaan yleensä pidempikestoisempaa kuin kävely ja sijoittuu usein haastavampaan maastoon. Kävellä voi missä vain, hetken mielihoiteesta ja minkälaisilla varusteilla tahansa, mutta patikointiretkellä suunnitellaan useimmiten etukäteen, se ei yleensä sijoitu kaupunkiympäristöön tai lähipuistoon vaan hieman kauemmaksi, kuten esimerkiksi metsään tai vuoristoon, jolloin myös pukeutuminen ja muu varustautuminen eroaa tavalliselle kävelylenkille varustautumisesta. Patikoidessa mukana on yleensä eväitä ja juotavaa, koska se saattaa olla jopa koko päivän kestävä aktiviteetti. Kävelylenkin pituutta tai tarkkaa reittiä ei välttämättä suunnitella etukäteen, mutta patikointireitti päätetään usein ennakkoon ja siitä etsitään myös tarkempaa tietoa. Usein patikoidessa käytetään joko paperista tai digitaalista karttaa, tai seurataan maastoon sijoitettuja opasteita.

Patikointi ja vaellus ovat usein rinnasteisina käytettyjä käsitteitä ja, kuten Riikonen ja Rautiainen (2017, 27) toteavat, ei termien käyttö ole kovin selkeää. He määrittelevät patikoinnin päivä- ja viikonloppuretkelyksi jalkaisin ja vaelluksen useamman vuorokauden mittaiseksi kulkemiseksi yöpymisvarusteiden kanssa. Toisen samankaltaisen määritelmän mukaan, vaelluksen voi jakaa eri osa-alueisiin, kuten kävelyyn, patikointiin (kevyempi päiväretkeily) ja vaellukseen (usean yön kestävä, vaativa vaellus) (MEK 2010a). Räsänen (2016, 5) puolestaan kutsuu sekä retkeilevää matkailijaa, vaellusmatkailijaa, retkeilijää ja kävelijää retkeilijöiksi. Myös Riikonen ja Rautiainen (2017, 27) mainitsevat, että retkeilytermiä käytetään usein puhuttaessa patikoinnista tai lyhyistä vaelluksista, mutta muistutavat, että retkeillä voi myös esimerkiksi pyöräillen tai ratsastaen.

Tässä opinnäytetyössä käytetään patikointia ja vaellusta synonyymeina. Pääsääntöisesti käytetään kuitenkin termejä patikoija/patikointi, kun patikointiretki kestää korkeintaan päivän ja vaeltaja/vaellus, kun vaellus kestää pidempään kuin päivän ja sisältää yöpymisiä vaellusreitien varrella.

2.3.1 Patikointireitit ja niiden merkitseminen

Luontoreittejä (nature trails) on hyvin erilaisilla alueilla, joista tyypillisimpiä ovat puistot, metsät ja luonnonsuojelualueet. Luontoreitin voi määritellä esimerkiksi liikkumistavan mukaan, kuten kävelypolut, ratsastusreitit ja pyöräilyreitit tai reitin ympäristön, maantieteellisen sijainnin tai pääasiallisen vetovoimatekijän perusteella, kuten esimerkiksi kansallispuistojen reitit tai aavikko- ja erämaareitit. (Timothy ja Boyd 2015, 60-61.) Ollilan ja Kestilän (2018, 4) mukaan reittejä ovat kaikki ylläpidetyt, maastossa liikkumiseen tarkoitetut kulkuväylät, jotka on opastekokonaisuuden avulla erotettu muista väylistä. Reitistö puolestaan on useamman reitin muodostama kokonaisuus. Patikointireiteistä kaikkein suosituimpia ovat rengasreitit. Luonnonkokeminen, maisema ja luonnonnähtävyydet ovat usein oleellinen osa reiteillä kulkemista, jonka vuoksi reittien suunnittelussa ja ylläpidossa on tärkeää kunnioittaa reitin luonnonmukaisuutta (Riikonen ja Rautiainen 2017, 28, 78).

Hyvän kävelyreitien ominaisuuksia ovat vaihtelevuus, kiemurtelevat polut, taukopaikat, julkisen liikenteen saatavuus ja kulttuurinähtävyydet (European Ramblers Association 2018b). Erilaiset reitit tarjoavat erilaisia kokemuksia ja sama reitti voi tarjota eri ihmisille hyvin erilaisia asioita, sillä toinen arvostaa enemmän reitin luontoa ja maisemia, kun taas toista reitin kulkenutta kiinnostaa enemmän reitin kulttuurillinen merkitys. Onkin tyypillistä, että reitit sisältävät sekä kulttuurin- että luonnonelementtejä. (Timothy and Boyd 2015, 60-61.) Myös Ollila ja Kestilä (2018, 13) mainitsevat, että vaikka reittien käyttäjien tarpeet ovat usein erilaisia, on heille kaikille yhteistä jonkinlaisen kokemuksen hakeminen luonnosta.

ERA:n mukaan kävelyreittien merkitseminen aloitettiin Euroopassa jo yli 100 vuotta sitten. Yleensä reittien merkinnästä vastaavat erilaiset organisaatiot, jotka käyttävät apunaan vapaaehtoistyöntekijöitä. Vaikka käytetyissä opastekokonaisuuksissa on eroavaisuuksia, noudattavat käytetyt reittimerkinnot ja niiden suositeltava käyttötapa tiettyjä periaatteita. (European Ramblers Association 2017, 3.) Opastekokonaisuus koostuu jatkuvasta reittimerkinnästä, viitoituksesta ja opastetauluista. Toimiva opastekokonaisuus on systemaattinen sekä tarkoituksenmukainen ja siinä on otettu huomioon muun muassa maasto sekä erilaisten reitin käyttäjien ominaisuudet. Jatkuvan reittimerkinnän tarkoitus on pitää reitillä kulkevat oikealla reitillä ja se toteutetaan yleensä maalamalla merkit puihin, kiviin tai erillisiin tolppiin. Tärkeintä on tarpeeksi tiheään ja näkyvälle paikalle sijoitettu, pimeälläkin erotuva reittimerkintä. Jatkuvan reittimerkinnän voi toteuttaa kahdella tapaa: käyttämällä samanlaista jatkuvaa merkintää reitistön kaikilla reiteillä tai erotella reitit toisistaan väri- tai symbolikoodauksella. Reitistöillä, joiden reiteillä käytetään aina samaa reittimerkkiä, hoidetaan ohjaus oikealle reitille risteuksiin sijoitettujen viittojen ja karttojen avulla. (Ollila ja Kestilä 2018, 4, 17, 18, 20, 26, 28, 29.)

Reiteillä käytetään monenlaisia viittoja, joiden tarkoitus on ohjata reitillä kulkevaa oikeaan suuntaan esimerkiksi risteyksissä. Viittojen tulisi olla helposti ymmärrettäviä ja selkeitä, joten viitoissa, kuten

muissakin opasteissa pyritään yksinkertaisuuteen. Yleisimpiä reittiviittoja ovat reitinnimiviitta (reitinnimi, suuntanuoli, reitin tunnus, kuluttavan symboli ja sen kokonaispituus), etäisyysviitta (määränpään nimi ja etäisyys sinne, suuntanuoli ja kuluttavan symboli), suuntaviitta (suuntanuoli ja kuluttavan symboli) ja paikannimiviitta (paikannimi). Risteyksissä saattaa olla paikoin useita eri reiteille ohjaavia viittoja, koska ne ovat monesti eri reittien solmukohtia. Jotta viitoitus säilyy helposti ymmärrettävänä ja selkeänä, on hyvä käyttää samanmittaisia viittoja, jotka on kiinnitetty samaan pylväseen ja samaan suuntaan opastavat viitat on ryhmitelty yhteen. (Ollila ja Kestilä 2018, 22-23, 25.)

Opastetaulut ovat monenlaista reitti- ja turvallisuustietoa sisältäviä opasteita, joita sijoitetaan ainakin reitin alkuun ja loppuun sekä mahdollisesti myös matkan varrelle. Opastetaulun tarkoitus on antaa reitistä riittävästi ennakkotietoa reitillä turvalliseen kulkemiseen. Tauluissa oleva tieto saattaa vaihdella tapauskohtaisesti, mutta yleensä ainakin tietyt perustiedot löytyvät: reitin tai reitistön nimi, pituus ja arvioitu kulkuaika, vaativuus, merkintä- ja viitoitustapa, reitin kartta sekä toimintaohje hätätilanteiden varalta. Reitien varrella on usein myös karttatauluja, jotka auttavat hahmottamaan sijainnin reitillä (olet tässä -merkintä) ja sujuvan etenemisen. Reittien varrella saattaa olla myös muita opastekokonaisuuden kannalta olennaisia merkintöjä, kuten hätätilanteiden varalta reitille sijoitetut paikannusmerkit, jotka auttavat hätätilanteissa pyytämään apua oikeaan paikkaan tai varoitus- ja kieltomerkkejä. (Ollila ja Kestilä 2018, 30, 32-34.)

Opastekokonaisuuden reitille sijoittelussa huomioitavia asioita:

1. Opasteviitat tulisi sijoittaa näkyville paikoille.
2. Reitti tulee aina merkitä molempiin suuntiin.
3. Pian risteyksen jälkeen tulee sijoittaa näkyvälle paikalle reittimerkki, joka vahvistaa suunnan oikeaksi.
4. Pitkillä risteyksettömillä osuuksilla sekä vaikeakulkuisessa maastossa on hyvä olla säännöllisesti oikean suunnan vahvistavia reittimerkkejä. (European Ramblers Association 2017, 3.)

2.3.2 Patikointi Mallorcalla

Mallorcalla on monenlaisia patikointireittejä ympäri saaren. Patikointireittiverkosto on monipuolinen, sillä reittejä kulkee niin rannikolla, tasanko- ja kosteikkoalueilla kuin vuoristossakin. Patikointi keskittyy kuitenkin vuodenajan siihen juurikaan vaikuttamatta pitkälti Serra de Tramuntanan alueelle, jossa kulkee esimerkiksi suosittu pitkänmatkan patikointireitti GR 221 (Lera ym. 2017) sekä lukuisia muita reittejä. Serra de Tramuntanan vuorijono ulottuu noin 90 kilometrin kokoiselle alueelle, kulken Mallorcan lounasosasta koillisosaan. Vuoristossa on toistakymmentä yli tuhat metristä huippua ja se kattaa yli 1000 km²:n kokoisen alueen, joka on 30 % Mallorcan maa-alasta. Vuoristo kulkee kaikkiaan kahdenkymmenen eri kunnan alueella. (Balears Natura 2018.)

Serra de Tramuntana on kuulunut kulttuurimaisemana Unescon maailmanperintöluetteloon vuodesta 2011. Unescon maailmanperintökomitea on määritellyt kulttuuriperintömaisemat ”ihmiskunnan ja luonnon yhteistyötä” kuvaaviksi maisemiksi. Kulttuurimaisemat voivat olla esimerkkejä erityisiä tekniikkoja käyttävästä kestävästä maankäytöstä, joissa on huomioitu ympäristön erityispiirteet ja

rajoitukset tai maisemia, joihin liittyy voimakkaita uskomuksia, taiteellisia ja perinteisiä tapoja ja, jotka muodostavat poikkeuksellisen hengellisen suhteen ihmisten ja luonnon välillä. (UNESCO 2018a.) Serra de Tramuntanan kulttuurimaisema on merkittävä esimerkki Välimeren alueen maanviljelysmaisemasta. Alueella yhdistyy kahden kulttuurin, muslimien ja kristittyjen, osaaminen. Serra de Tramuntanan kulttuurimaisema on ainutlaatuinen yhdistelmä maisemassa näkyviä viljelysterasseja, vedenkuljetusjärjestelmiä, hedelmätarhoja, vihannespuutarhoja ja oliivilehtoja sekä viljelysalueiden välillä ja reunoilla kulkevia erityistekniikalla rakennettuja kivimuureja (dry-stone walls). Kivimuurit ovat kuuluneet Unescon aineettoman kulttuuriperinnän luetteloon vuodesta 2018. Maisemaa värittävät alueen kylät, majakat, tornit ja pyhätöt, jotka täydentävät kokonaisuuden. (UNESCO 2018b.)

Tiedonsaanti Mallorcan patikointireiteistä

Mallorcan patikointireiteistä on tehty lukuisia eri kielillä painettuja kirjoja. Patikointireiteistä löytyy tietoa monilla kielillä lukuisilta internetsivuilta, kuten Mallorcan viralliselta matkailusivustolta, Balearien saarten internetsivuilta sekä saaren kansallispuistojen, maailmanperintökohde Serra de Tramuntanan ja Concell de Mallorcan internetsivuilta. Myös useilla Mallorcan kunnilla on omat internetsivunsa, joilta löytyy yleensä tietoa patikoinnista. Tietoa patikointireiteistä on saatavilla myös matkailuinfoista, joita on lähes jokaisessa saaren kylässä ja kaupungissa. Kuntien omat matkailufot ja niiden internetsivut tarjoavat kuitenkin yleensä reittivinkkejä- ja karttoja vain oman kuntansa patikointipoluille. Mallorcan paikallisliikenteen liikennöijä TIB (2018) tarjoaa verkkosivullaan erilaisia reittejä eri puolille Mallorca paikallisliikennettä käyttämällä. Sivustolla voi rastittaa kiinnostuksen kohteensa (kävely, kulttuuri tai rannat) ja nähdä valittuihin kiinnostuksen kohteisiin liittyvät vaihtoehdot, sijainnin saarella ja tarkemmat tiedot kyseisestä reitistä. Esimerkiksi patikointireiteistä on nähtävissä kirjallinen reittikuvaus, kartta sekä tiedot reitin aloitus- ja lopetuspisteille vievistä julkisista kulkuneuvoista ja niiden liikennöintikuukaudet. Erillinen aikatauluhaku auttaa etsimään sopivia aikatauluja syöttämällä hakukenttiin esimerkiksi lähtöosoitteen, päivämäärän sekä kelloajan.

Parhaiten tietoa patikointireiteistä on saatavilla Consell de Mallorcan internetsivulta, jossa on ladattavissa reittioppaat kahdelle pitkänmatkan patikointireitistölle, Dry stone route GR 221 ja Artà-Lluc Route GR 222, sekä koko perheelle sopiville patikointireiteille. Pdf-muodossa olevat reittioppaat sisältävät runsaasti tietoa jokaisesta reitistä sekä niiden kartat. Kaikkien reittioppaiden reitit on koottu lisäksi yhteen topografiseen karttaan, johon on merkitty myös reittien varrella sijaitsevat pitkänmatkan vaeltajille tarkoitetut majapaikat (refuges) sekä ne reittiosuudet, jotka eivät ole valmiita. Topografinen kartta on tarkka ja sitä on mahdollista zoomata todella lähelle, jolloin esimerkiksi kadunnimet, pinnanmuodot ja korkeuserot erottuvat selkeästi. Karttaa on mahdollista tarkastella myös kuvana. Nämä kolme reitistöä reitteineen löytyvät myös puhelimeen ladattavasta mobiiliapplikaatiosta, joka lanseerattiin keväällä 2019.

Internetistä on ladattavissa useita karttasovelluksia, joista voi olla apua Mallorcalla patikoidessa, sillä niihin on merkitty kaikki pienemmätkin maastossa kulkevat polut. Lisäksi monet sivustot ja luontoliikuntaportaalit, kuten Komoot, Outdooractive, Wikiloc ja Senderos de Mallorca tarjoavat tietoa ja kuvia reiteistä (vaikeustaso, korkeuserot, kesto) sekä reittikartan. Jänkälän (2016) mukaan Out-

dooractive on Euroopan suurin liikunta- ja luontomatkailuportaali, jonka kautta vuonna 2016 tavoitettiin 2,2 miljoonaa ihmistä Keski-Euroopasta. Mallorcan patikointireittejä Outdooractivesta löytyy yli 600 (Outdooractive 2018). Outdooractive palvelee ensisijaisesti saksankielisiä käyttäjiä eikä käännöksiä englanniksi ole aina saatavissa. Luontoliikuntaportaali tarjoaa kuitenkin hyvät reittikartat, joista voi olla patikoidessa apua, vaikka reittiohjeita ei olisikaan sopivalla kielellä saatavissa.

Patikointireittien merkitseminen Mallorcalla

Monien muiden maiden tavoin myös Espanjassa ja Mallorcalla on erilaisten opastekokonaisuuksien käyttö yleistä ja patikointireittien merkitsemisessä ei ole täysin yhtenäistä linjaa vaan opastekokonaisuudet vaihtelevat alueittain. Oman kokemukseni perusteella voi Mallorcan patikointireitit jakaa epävirallisesti neljään tyyppiin:

1. Viralliset, merkityt pitkänmatkan reitistöt GR 221 ja GR 222, joilla käytetään samanlaista opastekokonaisuutta. Reitit ovat hyvin opastettuja alusta loppuun saakka ja sama merkitsemistapa jatkuu kuntarajojenkin yli (etukäteisinformaatio ja pdf-kartat, yhtenäinen opastekokonaisuus reitillä). Myös majoitusmahdollisuudet (refuges) reittien varrella on merkitty karttoihin. (kuva 1.)
2. Muut merkityt reitit. Reitit ovat GR-reitistöjen tapaan merkitty alusta loppuun saakka. Reiteillä on yleensä opastetaulu alussa ja lopussa sekä viittoja ja jatkuva merkintä reitin varrella. Reittimerkinnöissä saattaa kuitenkin olla eroavaisuuksia eri kuntien alueilla eli reittien opastekokonaisuus ei ole yhtenäinen vaan erilaisia opastekokonaisuuksia käytetään. Reittien opastekokonaisuus muistuttaa paikoin GR-reitistöjen merkintöjä, sillä esimerkiksi suuntaviivat ja reittimerkit ovat hyvin samankaltaisia. Opastekokonaisuus eroaa GR-reittien merkinnöistä niin, että esimerkiksi reittimerkeistä puuttuu GR-reittejä identifioiva kirjaintunnus sekä sille tyypillinen värikoodi.
3. Osittain merkityt reitit. Nämä reitit löytyvät usein erilaisista karttasovelluksista ja luontoliikuntaportaalien sivustoilta (esimerkiksi Outdooractive). Reiteillä on monesti epävirallisia reittimerkkejä, kuten reitillä kulkijoiden kasaamia kivikasoja (vanha tapa merkitä reittejä), jotka ohjaavat polulla oikeaan suuntaan (kivikasalta näkee aina seuraavan). Näillä reiteillä käytetään toisinaan myös värimerkkejä eli esimerkiksi kiviin tai muualle maastoon maalattuja palloja tai nuolia. Merkinnät ovat kuitenkin monesti puutteellisia, joten oikealla reitillä pysyäkseen on hyvä käyttää apuna karttaa, koska reittimerkinnät eivät ole täysin riittäviä ja luotettavia. Nämä reitit ovat todennäköisesti olleet aiemmin merkittyjä reittejä, mutta niiden virallinen ylläpito on jossain vaiheessa lopetettu.
4. Merkitsemättömät reitit. Myös nämä reitit löytyvät usein karttasovelluksista, mutta reittimerkintöjä ei reittien varrella ole lainkaan.

Merkityt pitkänmatkan reitistöt GR 221 ja GR 222 ovat FEDME:n eli Espanjan vuoristourheilulajeja tukevan liiton sertifioimia ja yleisesti ottaen parhaiten merkittyjä Mallorcan patikointireiteistä.

FEDME:n lisensoimien kävelyreittien opastekokonaisuus on kaikkialla Espanjassa identtinen ja tarkoin määritelty. Alueelliset yhdistykset hallinnoivat toimintaa paikallistasolla. Patikointireitistöt on jaettu kolmeen ryhmään niiden pituuden mukaan ja opastekokonaisuus on reitistöillä yhtenäinen. Ainoastaan eriväriset kyltit ja kirjainlyhenteet erottavat GR-, PR- ja SL- reitistöt toisistaan. Mallorcalla on FEDME:n sertifioimista reiteistä ainoastaan GR-reitistöjä. (FEDME 2018a; 2018b; 2018c.)

FEDME:n tavoitteena on luoda patikointireiteille yhtenäinen, samassa linjassa eurooppalaisten suositusten kanssa oleva opastekokonaisuus, joka helpottaisi reiteillä kulkemista ja opasteiden tulkitsemista riippumatta siitä missä päin maata on. FEDME on laatinut reittien merkitsemistä koskevan yksityiskohtaisen ohjemanuaalin ja käytössä oleville reittimerkinnöille on tarkat ohjeet, jotka koskevat muun muassa reittimerkeissä käytettäviä värejä sekä niiden kokoa. Myös opasteiden sijoittamisesta reittien varrelle on tarkat ohjeistukset. FEDME:n hallinnoimilla reitistöillä käytetään kolmea rekisteröityä jatkuvan reittimerkinnän symbolia. Jatkuva reittimerkinnän käyttö vaihtelee reittien varrella, sillä symbolit voidaan maalata joko maastoon (esimerkiksi kiveen tai puunrunkoon) tai erillisiin opastepylväisiin. Reittisymbolien lisäksi risteyksissä tai muissa keskeisissä paikoissa käytetään erilaisia viittoja, jotka kertovat esimerkiksi etäisyydestä määränpähän tai ohjaavat oikeaan suuntaan. (FEDME 2018d, 4, 16-18, 26-32, 34-35, 37-38.)

Jokaisen GR-reitistöön kuuluvan etapin alussa ja lopussa tulee olla infotaulu. Infotauluissa olevaa informaatiota koskien on minimivaatimukset siitä, mitä tietoa niiden tulee vähintään antaa reitin käyttäjille. Reiteillä saattaa olla lisäksi myös muunlaisia opasteita, jotka antavat lisätietoja reitistä. Opasteita on usein myös jo ennen patikointireitin alkua. Näiden opasteiden tarkoitus on auttaa patikoijaa löytämään reitin alkupäähän ja ne on sijoitettu monesti muiden opasteiden yhteyteen. (FEDME 2018d, 26-30, 36; ks. myös Ollila ja Kestilä 2018.)

Mallorcalla on siis kaksi FEDME:n ohjeistuksen mukaisesti merkittyä GR-reitistöä, joista löytyy selkeästi eniten tietoa verrattuna muihin saaren patikointireitteihin. GR-reitistön reitit on myös merkitty parhaiten matkailijoiden tarpeita ajatellen, jonka vuoksi tässä opinnäytetyössä laadun tarkastelun kohteena on nimenomaan yksi GR 221:n etapeista. Ruta de Pedra en Sec GR 221 (Dry stone route), ja sen reittiverkosto perustuu pääosin vuosisatoja vanhaan tieverkostoon, joka kulkee Mallorcan saaren länsireunaa pitkin etelästä pohjoiseen. Toinen reitistöistä, Artà-Lluc Route GR 222, puolestaan kulkee saaren itäosasta länteen. GR 221 ja GR 222 ovat siis kaksi erillistä pitkänmatkan reitistöä, mutta ne risteävät Serra de Tramuntanan vuoristossa. Molemmat reitistöistä voi kulkea alusta loppuun yöpymällä esimerkiksi matkan varrella olevissa retkeilymajoissa tai kävellä päiväretkille sopivia lyhyempiä pätkiä. Tosin kummallakaan reitistöillä ei ole rengasreittejä, joten päiväretkien toteuttaminen vaatii hieman suunnitelmallisuutta reittien lähtö- ja päätöspisteille kulkemisen suhteen. Osan reiteistä voi kulkea paikallisliikennettä käyttäen. (Consell de Mallorca 2018.)

Reitistö GR 221 (kuva 1) kulkee Serra de Tramuntanan vuoristossa ja on maisemallisesti mielenkiintoinen sekä vaihteleva. GR 221 kulkee välillä lähellä rannikkoa ja välillä vuorilla (korkein kohta reitistön varrella noin 1200 metriä) ja sen vaihteleva maasto sekä kasvillisuus tuovat vaihtelevuutta sen

3 LAATU JA MATKAKOHTTEEN VETOVOIMA

Tämän tutkimuksen tietoperusta muodostuu teorioista, jotka liittyvät oleellisesti tutkimusongelman ja tutkimuskysymysten ratkaisemiseen. Tässä luvussa esiteltävä tutkimuksen viitekehys tulee näky-mään vahvasti tutkimuksen empiirisessä osassa, sillä se kietoutuu tiiviisti aineistonkeruuseen, -ana-lyysiin sekä tulkintaan, kuten myös tutkimuksen tulosten esittelyyn ja päätelmien tekoon. Luku ja-kautuu kolmeen osioon: laatu, matkakohteen vetovoima ja aiemmat tutkimukset.

Tutkimuksen keskeisin käsite on laatu, jota lähestytään määrittelemällä aluksi palvelun käsite, jonka jälkeen kuvataan ja määritellään laadun moniulotteista käsitettä sekä esitellään joitakin laadun arvi-oinnille kehitettyjä mittaustapoja. Muita oleellisia käsitteitä ovat asiakaskokemus ja -tyytyväisyys, jotka liittyvät läheisesti laadun kokemiseen, sillä esimerkiksi Jaakkolan, Oravan ja Varjosen (2009, 34) mukaan koettu laatu luo asiakastytyväisyyttä. Laatuun liittyvä osuus päättyy osioon, jossa ku-vataan mitä luontokohteen laatu on, mitä laatu tässä tutkimuksessa tarkoittaa sekä kuinka sen tasoa tarkastellaan ja arvioidaan.

Matkakohteen vetovoimasta kerrottaessa käsitellään attraktioita sekä työntö- ja vetovoimatekijöitä, jotka ovat myös keskeisiä tutkimuksen tavoitteiden kannalta. Aiempia patikointiin ja luontomat kai-luun liittyviä tutkimuksia sekä niissä esitettyjä tuloksia ja päätelmiä käsitellään pääosin omassa alalu-vussaan, mutta joitakin keskeisiä tutkimuksia sivutaan jo työntö- ja vetovoimatekijöitä kuvattaessa.

3.1 Asiakaskokemuksen ja palvelun laadun rakentumisen prosessi

“Quality starts with understanding customer needs and ends when those needs are satisfied” (Oak-land 2014, 4). Asiakkailta on monenlaisia odotuksia käyttämänsä palvelun suhteen. Odotukset voivat olla sumeita ja pohjautua esimerkiksi asiakkaan aiempiin kokemuksiin tai liittyä asiakkaan omakoh-taisiin käsityksiin. Odotukset voivat olla julkilausuttuja ja ne kertovat, mitä asiakas odottaa koetta-valta elämykseltä tai palveluprosessilta. Odotukset voivat olla myös epärealistisia, sillä asiakas on voinut esimerkiksi arvioida omat kykynsä väärin ja puutteelliset taidot vaikeuttavat elämyksen syn-tyä, johon asiakkaan omalla osallistumisella on keskeinen merkitys. Joskus odotukset saattavat olla myös hiljaisia eli asioita, joita asiakas on pitänyt itsestäänselvyyksinä esimerkiksi aikaisempien koke-musten perusteella. (Komppula ja Boxberg 2005, 49-51.) Ennako-odotuksia pidetään keskeisenä seikkana asiakastytyväisyyden rakentumisessa, sillä mitä korkeammat odotukset ovat, sitä vaike-ampi niitä on täyttää. Organisaatioiden toiminnassa asiakastytyväisyyttä pidetään tärkeänä, koska asiakastytyväisyys voi vaikuttaa sekä myyntiin että tuottavuuteen ja tyytyväiset asiakkaat kertovat usein positiivisista kokemuksistaan eteenpäin. (Head 2012.) Chu-Mei (2005) mainitsee asiakastyty- väisyyden ja palvelunlaadun välillä olevan selkeän yhteyden.

Tuulaniemen (2011, 112) mukaan asiakastytyväisyydellä tarkoitetaan sitä, kuinka palvelukokemuk- set ja asiakkaan kokema palvelun laatu vastaavat asiakkaiden etukäteisodotuksiin. Laatu itssessään on monesti hankala määritellä, sillä laatu tarkoittaa eri ihmisille eri asioita, koska sitä verrataan usein omien kokemusten perusteella niihin käsityksiin, joita laadulle on luonut (Arnold, Chapman ja Clive

2014, 47) eli laatu on hyvää sen täyttäessä tai ylittäessä asiakkaan odotukset (Jaakkola ym. 2009, 34). Laatuksitettä on usein myös hankala erottaa arvosta, joka on merkitykseltään hyvin samankaltainen, vaikkakin arvoa pidetään henkilökohtaisempana kuin laatua (Zeithalm 1988, 3, 14). Jaakkolan ym. (2009, 34) mukaan koettu laatu luo sekä arvoa että asiakastyytyvyyttä.

Laatua täytyy johtaa, jotta se täyttää laadulle asetetut vaatimukset laatuketjun jokaisessa vaiheessa. Laadun johtaminen on asiakkaan laadulle asettamien vaatimusten täyttämistä eli sen täytyy vastata asiakkaan tarpeisiin ja odotuksiin. Jotta asiakkaan vaatimukset voidaan täyttää, täytyy ensin tietää keitä ensisijaiset asiakkaat ovat ja, millaisia vaatimuksia heillä on. Vaatimukset voivat liittyä esimerkiksi saatavuuteen, toimitukseen, luotettavuuteen, huollettavuuteen tai kannattavuuteen. Luodakseen laadukkaan tuotteen tai palvelun, on myös ymmärrettävä laadun eri aspekteja, kuten sen muotoilun laatua eli kuinka hyvin tuote tai palvelu on suunniteltu vastaamaan vaatimuksia. Korkea laatu on aina ollut strateginen avaintekijä organisaatioiden menestyksessä. Laadun huono maine kestää pitkään ja sitä on hankala muuttaa. Laatu on siis muun muassa maineen rakentumisen avaintekijä, johon vaikuttavat laadun lisäksi muun muassa luotettavuus ja hinta. (Oakland 2014, 3-4, 8-9.)

Palvelut

Cooperin (2004, 574) ja Grönroosin (1988; 2015, 77-81) mukaan palvelu (service) on monimutkainen ilmiö, sillä se voi tarkoittaa hyvin erilaisia asioita. Palvelu voi tarkoittaa henkilökohtaista palvelua, palvelua tuotteena tai koneen tarjoamaa palvelua. Grönroos toteaa, että käsitettä voi tarkentaa niin, että useimmat palvelut ovat *"aineettomia, ennemmin aktiviteettejä kuin asioita, ne tuotetaan ja käytetään samanaikaisesti, ja asiakas osallistuu niiden tuottamiseen jollain tapaa"*. Tuulaniemi (2011, 33) kuvaa palveluja asiakkaan ja palveluntarjoajan väliseksi vuorovaikutusprosessiksi, jossa on keskeistä asiakasymmärrys ja koko palveluun liittyvän kokonaisuuden eli palveluekosysteemin ymmärtäminen. Palveluekosysteemi käsittää palvelujen tuottamiseen ja kuluttamiseen liittyviä asioita, kuten fyysiset ja virtuaaliset esineet sekä ympäristöt, asiakaspalvelijat, asiakkaat sekä muut palvelut, jotka jollain tavalla liittyvät palveluun.

Palveluiden aineettomuuden vuoksi niitä on hankala demonstroida etukäteen, sillä niitä ei ole olemassa ennen kuin ne kulutetaan ja niiden toteutukseen liittyy usein hyvin vahvasti myös sidosryhmien toiminta. Palveluita ei voi myöskään varastoida eli esimerkiksi myymätöntä lentolippua tietylle lennolle tai hotellihuonetta tietylle yölle ei voi käyttää myöhemmin jonakin muuna ajankohtana. Se, että palvelut tuotetaan ja käytetään samanaikaisesti vaikuttaa siihen, että palvelu on harvoin samanlainen ja palvelun taso vaihtelee tilanteittain. Palvelun sujuvuuteen ja siitä saatavaan mielikuvaan vaikuttavat myös monet ulkoiset tekijät, kuten muut asiakkaat tai henkilökunta sekä itse palvelun käyttäjä. (Cooper 2004, 574-577; Grönroos 2015 78-81, 99.)

Palvelun kulutusprosessin laajuutta eli, milloin palvelun kulutus alkaa ja päättyy, on hankala määrittellä. Periaatteessa voi sanoa, että koko palveluprosessi on palvelun kulutusta, koska käyttäjä osallistuu yleensä jollain lailla palvelun tuotanto- ja kulutusprosessiin. Palvelun laadun tutkimusten mukaan prosessin kokeminen eli vuorovaikutuksellinen laatu vaikuttaa oleellisesti siihen, miten palvelun

kokonaislaatu koetaan prosessin lopputuloksen lisäksi. (Grönroos 2015, 86, 294.) Palvelujen tuot- teistamisen ja suunnittelemisen kannalta on tärkeää käsittää palvelun keskeiset ominaisuudet, kuten sen sisältö, käyttötarkoitus ja toteutustapa. On myös tiedettävä, millaista hyötyä palvelua käyttävä asiakas tavoittelee, jotta osataan tuottaa asiakkaalle arvoa tuottava palvelu, joka vastaa tämän tarpeisiin. Palvelun voidaan ajatella jakautuvan osiin niin, että se muodostuu ydin-, tuki- ja lisäpalveluista, jotka yhdessä muodostavat kokonaispalvelupaketin. Ydinpalvelu on palvelun keskeisin ominaisuus, tukipalvelut ovat palvelunosa, jotka ovat välttämättömiä palvelun käytölle ja lisäpalvelut ovat valinnaisia palveluita, joiden avulla voi parantaa esimerkiksi palvelun laatumielikuvaa tai erottautua kilpailijoista. (Grönroos 2015, 224-226; Jaakkola, Orava ja Varjonen 2009, 11-12.) Kompola ja Boxberg (2005, 22) kutsuvat ydintuotetta palvelukonseptiksi, joka käsittää palvelun asiakkaalle tuot- taman hyödyn ja arvon. Palvelukonseptin pohjana on asiakkaan tarpeet sekä niiden taustalla olevat ensi- ja toissijaiset motiivit.

Matkailu- ja hyvinvointituotteista puhuttaessa käytetään myös käsitettä palvelutuote (service product), joka eroaa erityisine piirteineen perinteisestä tuotteelle annetusta määritelmästä, sillä monet tuotteet ovat palvelun ja tuotteen sekoituksia. Puhtaaksi palveluksi, jossa ei ole tuotteen piirteitä, voisi kutsua esimerkiksi opettamista ja puhtaaksi tuotteeksi vaatteita tai kahvipakettia. Tuotteita, joilla on enemmän palvelujen piirteitä kuin toisilla, voi mahdollisesti kutsua palvelutuotteiksi. (Cooper 2004, 574; Williams ja Buswell 2003, 11.)

Patikointireitit asettuvat palveluiden ja tuotteiden välimaastoon eli ovat palvelutuotteita. Ne eivät selvästikään ole tuotteita, mutta eivät myöskään puhtaasti palveluita, koska ne on tuotettu valmiiksi käyttöä varten ja niiden toteutuksesta uupuu esimerkiksi läsnä oleva henkilökunta, jolla voisi olla vaikutusta palvelun sujuvuuteen. Tosin monilla muilla ulkoisilla tekijöillä voi olla vaikutusta reittejä käyttävän henkilön tyytyväisyyteen ja palvelutuotteen käytön sujuvuuteen. Näitä tekijöitä voisivat olla esimerkiksi muut patikointireittiä käyttävät henkilöt, sääolosuhteet tai patikointireitin käytön mahdollistavat tukipalvelut, kuten bussiyhteydet lähtöpaikalle tai lisäpalvelut, kuten kahvila patikoin- tireitin lopussa. Patikointireittejä käsitellään kuitenkin tässä tutkimuksessa yksinkertaistamisen vuoksi palveluina, vaikka palvelutuotteen käsite niitä ehkä osuvammin kuvaisikin.

Mitä laatu on?

Lecklin ja Laine (2009, 15) toteavat, että laadulla on monia merkityksiä, se tarkoittaa eri yhteyksissä eri asioita ja se voi liittyä niin odotuksiin, toimintaan, tuotteeseen kuin myös abstraktiin käsitteeseen. Oakland (2014, 4) ja Zeithalm (1988, 3) mainitsevat, että laatu tarkoittaa laajasti määriteltynä jonkun asian erinomaisuutta tai paremmuutta, joka tosin Lecklinin ja Laineen (2009, 16) mukaan tarkoittaa eri organisaatioissa ja aloilla erilaisia asioita. Cooper (2004, 582) toteaa, että laatu on toiminnallisten ja teknisten tekijöiden muodostama kokonaisuus, jotka yhdessä vaikuttavat tyytyväisyyden syntyyn. Laatuun liitettyjä teknisiä elementtejä ovat Lecklinin ja Laineen (2009, 17) mukaan muun muassa tuoteominaisuudet, virheettömyys, asiakastyytyväisyys ja sopivuus käyttötarkoitukseen.

Wang, Lo ja Yang (2004, 326-327) mainitsevat, että laatua tarkastellaan eri yhteyksissä eri tavoin ja laadusta on laadittu muutamia selkeästi erottuvia käsitteitä eri yhteyksissä käytettäväksi. Heidän mukaansa markkinoinnin ja talouden yhteydessä laatua pidetään riippuvaisena tuotteen ominaisuuksista, toiminnan johtamisessa tuotteen tai palvelun laatu tarkoittaa toimivuutta sekä vastaavuutta asiakkaan tarpeisiin, kun taas palveluista puhuttaessa laatu on kokonaisarvio palvelukokonaisuudesta. Grönroos (2015, 113-117) toteaa, että käyttäjien näkemystä palvelun laadusta täytyy arvioida. Arviointia voi tehdä eri tavoin, mutta tyypillisesti arvioinnissa käytetään mittaussalleina kahdenlaista tapaa, joista käytetyimpiä ovat attribuuttipohjaiset mallit, kuten SERVQUAL-menetelmä. SERVQUAL-menetelmässä määritellään erilaisia palvelun ominaisuuksia kuvaavia attribuutteja, joita vastaajat arvioivat arvosanoin. Tätä menetelmää käytettäessä täytyy sen osatekijät ja attribuutit miettiä aina tilanne- ja palvelukohtaisesti, koska palvelut ovat keskenään erilaisia eikä mittari sellaisenaan sovi muutoksetta kaikkien palveluiden laadun arviointiin.

Palvelun laadun mallien rakenteet eroavat toisistaan, koska ne on laadittu selvittämään erilaisia ilmiöitä ja tutkimuksiin on tärkeää valita juuri kyseiseen asiayhteyteen sopiva malli (Erasmus 2017, 1-2; Seth, Deshmukh ja Prem 2005). Brady ja Cronin (2001) toteavat, että sellaisen palvelun laatua mittaavan mallin luominen, joka sopisi kaikille palvelualoille voi olla mahdoton luoda. He mainitsevat, että esimerkiksi voimakkaasti automatisoitujen palvelujen laatua tutkiessa ei ole välttämättä oleellista tutkia asiakkaan ja työntekijän välistä vuorovaikutusta, koska sitä on hyvin vähän tai ei ollenkaan. Kaikille malleille yhteistä on kuitenkin se, että niiden tarkoitus on tarjota puitteet palvelunlaadun ymmärtämiseen ja mittaamiseen (Martínez ja Martínez 2010) ja, että laatua täytyy aina tarkastella asiakkaan näkökulmasta, sillä asiakas on se, joka määrittelee laadun (Grönroos 1988).

Palvelujen laadun johtaminen on haastavaa, koska laatu on aineetonta, se täytyy varmistaa etukäteen ja siihen vaikuttavat paljon ihmisten henkilökohtaiset taidot, käytös ja kokemus. Palvelun laadun ymmärtämiseksi on laadittu monenlaisia määritelmiä, jotka voi jakaa käsitteellistämistavan mukaan pohjoismaiseen ja amerikkalaiseen näkökulmaan. Pohjoismaisessa näkökulmassa laatu jaetaan toiminnalliseen ja tekniseen laatuun, kun taas amerikkalaisessa näkökulmassa on viisi piirrettä: empatia, vaikuttavuus, konkreettinen ympäristö, luotettavuus ja reagointialttius. (Oriade 2012, 183-184.)

Grönroosin (1984, 37-39, 41; 1988; 2015, 100-102, 105-106) mukaan käsitys palvelun kokonaislaadusta muodostuu asiakkaan odotuksista ja siitä kuinka ne kohtaavat saadun palvelun. Aiemmat kokemukset vaikuttavat odotuksiin, mutta käsitys palvelusta muodostuu vasta palvelun kokemisen kautta. Grönroosin laatima palvelun laadun malli kuvaa konkreettisesti yhden näkökulman palvelun laadun rakentumiseen. Grönroosin palvelun laadun mallissa, laatuun vaikuttavina tekijöinä ovat tuotteen tekninen ja toiminnallinen laatu sekä palvelun tarjoajan imago, jotka yhdessä odotusten ja koetun palvelun kautta muodostavat käsityksen palvelun laadusta. Tekninen laatu tarkoittaa käytännössä sitä, mitä asiakas saa vuorovaikutuksessa palvelun tarjoajan kanssa, kun taas toiminnallinen laatu kertoo kuinka asiakas palvelun saa. Toiminnallisen laadun kokeminen on hyvin pitkälti myös subjektiivista ja sen vaikutus palvelun kokemiseen on myös merkittävämpi kuin teknisen laadun. Kolmas laadun ulottuvuus on imago, joka voi tarkoittaa esimerkiksi ravintolapalveluista puhuttaessa

ravintolan imagoa, mutta minun mielestäni se voi yhtä hyvin olla myös esimerkiksi maan tai paikan imago (tässä opinnäytetyössä Mallorca). Yrityskuvalla tai maakuvalla, joka muodostuu pääasiallisesti palvelun teknisestä ja toiminnallisesta laadusta, on vaikutusta asiakkaan muodostamiin odotuksiin. Imagoon saattavat vaikuttaa myös ulkoiset tekijät, kuten perinteet ja kuulopuheet sekä markkinointitoimet, kuten mainostus ja hinnoittelu. Näiden merkitystä Grönroos pitää kuitenkin vähemmän tärkeänä. Seth ym. (2005) painottavat, että Grönroosin laatumallia käyttääkseen täytyy ymmärtää, mitä ovat asiakkaan ennako-odotukset laadulta ja, miten palvelun laatuun voidaan vaikuttaa.

Asiakaskokemus ja asiakastyytyväisyys

Head (2012) toteaa, että asiakaskokemus, joko positiivinen tai negatiivinen, muodostuu kaikista niistä kokemuksista ja kohtaamisista, joita asiakkaalle kertyy palveluprosessin aikana kiinnostuksen heräämisestä palvelun käytön jälkeisiin tunnelmiin. Näitä asiakkaan palveluprosessiin liittyviä kohtauksia tai vaiheita kutsutaan usein kosketuspisteiksi, joita kokoamalla yhteen lineaarisesti, aikajärjestyksessä kulkevaksi ketjuksi voi kuvata asiakkaan kosketuspistepolun tai asiakasmatkan kokonaisuudessaan. Asiakkaan matkaa havainnoimalla voi konkreettisesti hahmottaa matkan yksittäisten vaiheiden vaikutusta asiakaskokemuksen muodostumiseen. Jotkut kosketuspisteet saattavat vielä puuttua kosketuspistepolulta, mutta niiden olemassaolo saattaisi tuoda asiakkaalle lisäarvoa. On myös tyypillistä, että jotkut kosketuspisteistä vaikuttavat asiakaskokemukseen enemmän kuin toiset, jonka vuoksi onkin tärkeää erottaa matkan nämä vaiheet. (Löytänä ja Korteso 2011, 61-62.) Asiakaskokemuksen tasoa voi lähteä selvittämään tutkimalla asiakkaiden tyytyväisyyttä (Stickdorn ym. 2018, 10).

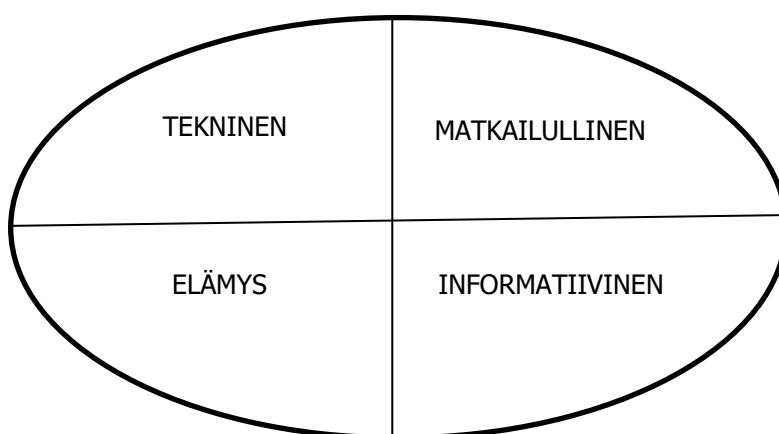
Matkakokemus voi Lüthjen (2001, 14, 25) mukaan olla matkaan liittyvä koettu tapahtuma, elämys tai matkustamiseen liittyvää tietoa tai osaamista, jonka on saanut kokemalla. Matkakokemuksia tutkimalla voi saada tietoa matkailutuotteeseen liittyvistä merkitysjärjestelmistä ja tulkinnoista, ymmärtää matkailijoiden toimintaa sekä miten he hyötyvät matkailusta. Matkailijoiden kokemuksia ymmärtämällä voi tunnistaa matkan osa-alueita, joilla on matkailijoille merkitystä ja tietoa hyödyntämällä on mahdollista parantaa esimerkiksi asiakastyytyväisyyttä kehittämällä matkailutuotteiden laatua paremmin asiakkaiden tarpeita vastaaviksi.

Elämys on kokemuksen laji, mutta kokemus ei ole aina elämys, vaikka elämyskin on kokemus. Saari (2001, 86, 94-95) erottelee kokemuksen ja elämyksen toisistaan mainiten, että kokemuksia voi olla hyvin monenlaisia ja ne voivat olla niin miellyttäviä kuin epämiellyttäviä, kun taas elämykset ovat pääsääntöisesti aina positiivisia. Matkailuelämyksen synty koetaan emotionaalisenä, tilannesidonnaisena ja hetkellisenä prosessina, kun taas kokemuksen rakentumista pidetään pidempi kestoisena prosessina, jonka syntyyn liitetään usein tiedollisuus ja jonkinlaiset ennako-oletukset. Elämykset ovat myöskin henkilökohtaisempia eikä niitä voi vertailla tai vaihtaa samalla tavalla kuin kokemuksia. Elämyksien syntymistä ei voi myöskään taata, mutta matkailuelinkeino voi luoda puitteet niiden kokemiselle. Elämyksen ulottuvuuksiksi on luettu edellä mainittujen piirteiden lisäksi muun muassa aitous, toiminnallisuus, kerronnallisuus, kaupallinen tuotteistaminen ja moniaistisuus, joiden kautta matkailijalle voi syntyä myönteisiä muistijälkiä.

Asiakastyytyväisyyttä kannattaa johtaa ja tehokkaaseen toimintaan tarvitaan luotettavia tapoja mitata tyytyväisyyttä. Asiakastyytyväisyys vaihtelee henkilöittäin, palveluittain sekä tuotteittain ja asiakastyytyväisyyden tasoon vaikuttavat muun muassa lukuisat psykologiset ja fyysiset seikat. Tyypillisesti tyytyväisyyttä mitataan kyselyin, joissa pyydetään omien kokemusten ja odotusten perusteella arvioimaan kyseiseen palveluun tai tuotteeseen liittyviä väitteitä. Kyselyissä yleisesti käytetty tyytyväisyysmittari on Likert-asteikko, jota voidaan käyttää esimerkiksi viisikohtaisena ja, jossa asteikon ääripäinä voivat olla esimerkiksi täysin eri mieltä (1) ja täysin samaa mieltä (5). (Head 2012.)

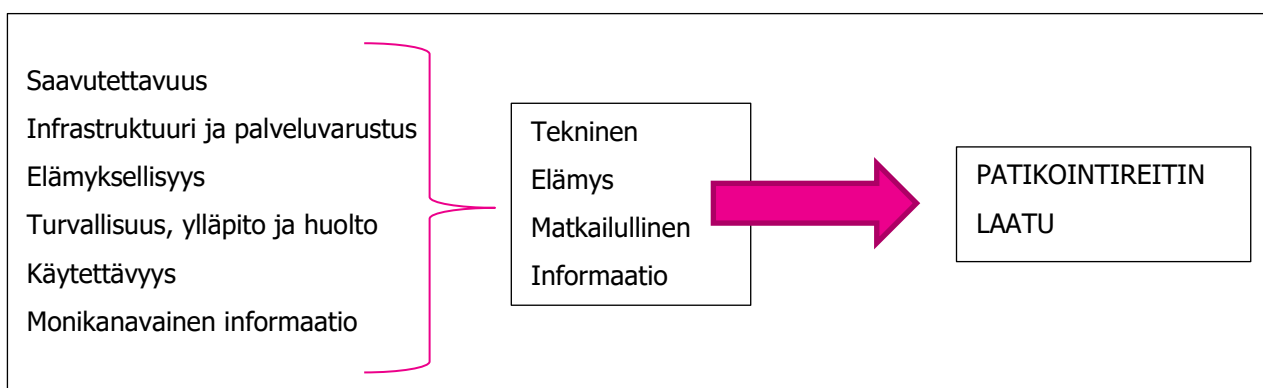
3.1.1 Laadukas luontokohde

Laatu on tärkeää myös matkailussa. Räsänen (2018, 16-18) korostaa laadun tärkeyttä luontokohteissa, sillä se vaikuttaa hänen mukaansa kuluttajien tekemiin valintoihin, asiakaskokemukseen sekä kehittämisen suunnitelmallisuuteen. Kiristyneessä kilpailussa pärjää paremmin tarjoamalla laatua, jonka voi Räsänen mukaan jakaa neljään kokonaisuuteen: tekninen, elämys, matkailullinen ja informatiivinen. Tekninen laatu sisältää infrastruktuurin ja rakenteet, kuten loogisen opastekokonaisuuden ja saavutettavuuden, kulutukselta suojaavat rakenteet (sora, pitkospuut, aidat sekä ohjaava informaatio) sekä kestävän kehityksen näkökulman huomioimisen esimerkiksi rakenteissa käytetyissä materiaaleissa, jätehuollossa ja saavutettavuudessa myös julkisella liikenteellä. Elämyksellinen laatu muodostuu maisemallisuuden ja tarinoiden hyödyntämisestä reitin suunnittelussa ja on tärkein peruste reittien valinnassa. Matkailullinen laatu puolestaan koostuu esimerkiksi palveluyritysten ja niiden tarjoaminen palveluiden monipuolisuudesta matkailualueella. Informatiivisuus muodostuu kaikesta reitistä saatavilla olevasta tiedosta ja sen laatuun vaikuttaa monikanavaisuus, helppo saatavuus, ymmärrettävyys, monipuolisuus ja visuaalisuus. Kuviossa 2 esitetään luontokohteen laatu jaettuna neljään kokonaisuuteen Räsänen (2018) näkökulman mukaisesti.



KUVIO 2. Luontokohteen laatu (Räsänen 2018, 16-18 määritelmän mukaisesti kuvattuna.)

Luontokohteen laadun tarkastelussa voi mennä vielä yksityiskohtaisemmalle tasolle ja käsitellä syvällisemmin seikkoja, joista luontokohteen laadun neljä kokonaisuutta koostuvat. Näitä seikkoja kutsutaan tässä opinnäytetyössä **retkeilykohteen kriteereiksi**. Ne ovat osa luontokohteen laatua ja tulevat pääosin esille edellisessä kappaleessa, jossa kerrotaan, mitä kukin luontokohteen laadun neljästä kokonaisuudesta pitää sisällään. Räsänen (2016) mainitsee, että seuraavat asiat tulisi huomioida retkeilykohteen kokonaisvaltaisessa suunnittelussa: saavutettavuus, infrastruktuuri ja palveluvarustus, monikäyttöisyys, elämyksellisyys, turvallisuus, käytettävyys, ylläpito ja huolto sekä monikanavainen informaatio. Retkeilykohteen kriteerit ovat keskeisiä tässä tutkimuksessa, koska patikointireitin laatua tarkastellaan näkökulmasta, että reitin laatu muodostuu karkeasti siitä, kuinka retkeilyreittien kriteerit, sillä toteutuvat (kuvio 3). Kiinnostuksen kohteena oleva patikointireitti ei ole monikäyttöreitti, joten monikäyttöisyys ei ole kriteerinä oleellinen ja se on poistettu alla olevasta listauksesta.



KUVIO 3. Patikointireitin laadun muodostuminen.

Saavutettavuus

Retkikohteet, jonne on helppo tulla ovat suosituimpia. Olennaista saavutettavuuden kannalta on, kuinka helppoa sinne saapuminen on autolla tai julkisella kulkuneuvolla. Retkeilykohteiden parkkipaikat sekä reittien aloitus- ja lopetuspisteiden sijainti olisi hyvä ottaa retkeilyreittien suunnittelussa huomioon. Saavutettavuuden kannalta oleellista tietoa ovat kaikkeen informaatiomateriaaliin (esimerkiksi kartat ja informaationsivut) merkityt reitin aloitus- ja lopetuspisteen osoitteet sekä GPS-koordinaatit. (Räsänen 2016, 16.) Myös Ollila ja Kestilä (2018, 14) painottavat reitin aloituspaikan hyvää sijaintia ja sinne selkeän opastamisen tärkeyttä. Heidän mukaansa on hyvä huomioida reitille eri tavoin ja eri suunnista tulevat käyttäjät niin että reitin aloituspaikkoja voi tarvittaessa olla useampia. Reitin aloituspaikka voi sijaita esimerkiksi usean reitin risteyskohdassa.

Infrastruktuuri ja palveluvarustus

Infrastruktuuria ovat reittien kulkuväylät ja niiden pinnoite sekä sillat ja ylityspaikat. Reittejä on hyvä rakentaa luontoa suojelevasti ja ohjata kulkuväylät pois herkiltä alueilta. Palveluvarustuksen, kuten WC:t ja roskalaatikat voi sijoittaa reittien risteyskohtiin, jolloin ne palvelevat kerralla useampia käyttäjiä ja niiden huolto helpottuu. Joissakin tapauksissa palvelujen keskittäminen voi luoda myös uutta liiketoimintaa. (Räsänen 2016, 16.) Reittiopasteilla voidaan ohjata retkeilijöitä pysymään merkityillä reiteillä ja ehkäistä luonnon kulumista (Vuorinen, Sorakunnas ja Högmander 2014, 35.)

Elämyksellisyys

Elämyksellisyttä ja reitin tunnelmaa tulee korostaa suunnitellen retkeilyreittejä niin, että reitillä kuljija kokee varmasti sen kohokohdat ja erityispiirteet, joita muistella jälkeensä. Jokainen reitti on uniikki ja elämyksellisyys rakentuu juuri kyseisen reitin ominaispiirteistä, kuten luonnosta ja reittiin liittyvästä historiasta tai kulttuurikohteista sen varrella. Reitien tarina on tärkeä ja se koostuu etukäteisinformaatiosta, kuvista ja tekstistä sekä paikan päällä koetusta. (Räsänen 2016, 17.) Ollila ja Kestilä (2018, 13, 16) mainitsevat lisäksi, että asiakkaan positiiviseen kokemukseen vaikuttavat myös erilaisten luontotyyppien ja maisemien läpi kulkeva reitti sekä hyvin suunniteltu opastekokonaisuus, joka mahdollistaa täydellisen keskittymisen reitin kohokohdista nauttimiseen vailla vaaraa ajautumisesta väärälle polulle. Myös reittien osuva nimeäminen on osa reitin tuotteistamista ja markkinointia.

Turvallisuus, ylläpito ja huolto

Reittien tulee täyttää niistä retkeilijöille annettu taso- ja laatulupaus, jonka vuoksi niiden säännöllinen huolto ja ylläpito on tarpeellista. Selkeä reittiverkosto ja ylläpidettävät reitit sekä ylläpidon tasolle luodut kriteerit ja käytävissä olevien resurssien määrä ovat lupaukset täyttävän retkeilyreitistön perusta. (Räsänen 2016, 19.) Turvallisuuden edistämiseen retkeilyreiteillä kuuluu vaaranpaikoista varoittaminen ja erilaiset turvallisuutta lisäävät toimenpiteet. Esimerkiksi liukkaista kallioista, putoamisvaarasta tai polkujen juurakoista tulee varoittaa reitin varrella sekä etukäteisinformaatiossa, kuten kartoissa ja oppaissa. Niissä on hyvä huomioida myös tiedot, jotka helpottavat tarvittaessa pelastustoimintaa. Selkeästi viitotetut ja merkityt reitit parantavat retkeilijän turvallisuutta sekä auttavat paikantamaan retkeilijän pelastustilanteissa. (Räsänen 2016, 17; Tukes 2018.)

Käytettävyys

Retkeilyreitien käytettävyttä parantaa muun muassa hyvä viitoitusjärjestelmä, joka helpottaa oikealla reitillä pysymistä ja vähentää eksymisvaaraa sekä reittiluokittelu ja monikanavainen informaatio. Reittiluokituksia on monenlaisia, mutta kaikkien tavoitteena on auttaa retkeilijää löytämään omalla kunnolla, kyvyllä ja taidoilla sopiva reitti ennakkoinformaation perusteella. (Räsänen 2016, 18.) Reittiluokittelussa käytetään yleisesti värikoodeja, jotka saattavat vaihdella reitillä kulkutavan mukaan, mutta esimerkiksi patikointireiteillä käytetyt värit ovat yleisesti sininen (helppo), punainen (keskivaahtava) ja musta (vaativa). Reitien vaativuus on hyvä kertoa reittikuvauksissa tekstinä ja ne voi merkitä karttaan myös värein. (Ollila ja Kestilä 2018, 12.)

Monikanavainen informaatio

Monikanavainen informaatiomateriaali on tärkeää retken jokaisessa vaiheessa reitin suunnittelusta, reitin aloituspaikan löytämiseen ja reitillä kulkemiseen asti. Informaatiota voi tarjota karttoina ja oppaina sekä painettuina että internetissä, mobiiliapplikaatioissa, kuten myös mahdollisuutena ladata GPS-laitteille. Tiedonhakuvaiheessa kartoitetaan itselle sopivia retkeilyreittejä ja erilaisia tiedonhaku-lähteitä on lukuisia. Erilaiset sosiaalisen median kanavat, google, luontomatkailuportaalit, alueen internetsivut sekä reittiesitteet, -oppaat ja -kartat toimivat yhdessä monipuolisena tiedonlähteenä. Reiteistä on hyvä olla tarjolla kokonaisvaltaista tietoa (pituus, kesto sekä sen tarjoamat elämykset ja

maisemat). Monikanavaisen informaation tarve on edelleen suuri matkakohteessa, jossa sekä painetut että interaktiiviset kartat, oppaat ja mobiiliapplikaatiot ovat keskiössä. Sosiaalisen median kanavat vaikuttavat puolestaan asiakkaan päätöksiin niin retkikohteen kuin palveluntarjoajan valinnan suhteen, koska muiden retkeilijöiden jakamilla kokemuksilla ja suosituksilla on markkina-arvoa. (Räsänen 2016, 19, 22-23.)

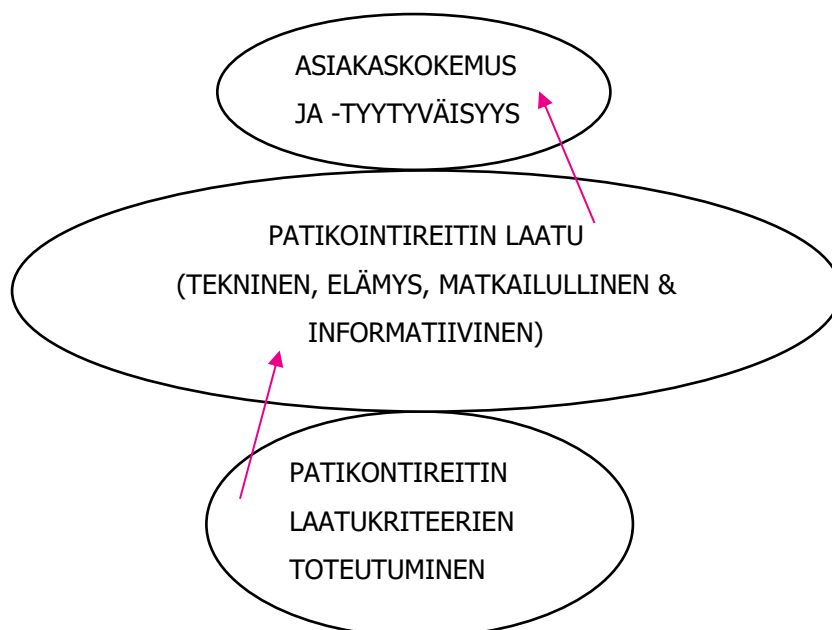
3.1.2 Laadun arvioiminen tässä tutkimuksessa

Grönroos (1984, 1988, 2015) mainitsee, että palvelunlaadulle on luotu lukuisia erilaisia mittausskalloja, mutta koska palvelut ovat keskenään erilaisia ei ole olemassa mallia, jota voisi sellaisenaan käyttää minkä tahansa palvelun laadun mittaamiseen. Laadun mittauksessa käytettävä malli ja siinä käsiteltävät attribuutit täytyy miettiä aina palvelukohtaisesti.

Tässä tutkimuksessa patikointireitin laatua tarkastellaan Räsänen (2018) tarjoamasta näkökulmasta, jonka mukaan laadukkaan luontokohteen laadun voi jakaa neljään kokonaisuuteen: tekninen, elämyksellinen, matkailullinen ja informatiivinen. Näitä neljää kokonaisuutta voi puolestaan tarkastella yksityiskohtaisemmin jakamalla ne retkeilyreitien kriteereihin (ks. luku 3.1.1), joita käytetään tässä tutkimuksessa laadun arvioinnissa. Lähtökohtana tässä tutkimuksessa on ajatus, että laadukas patikointireitti on sellainen, jolla retkeilyreitien kriteerit on otettu huomioon ja toteutuvat hyvin. Laadun toteutumista tarkastellaan kriteerikohtaisesti, mutta myös kokonaisuutena.

Laadun ja asiakastyytyväisyyden katsotaan olevan tiiviisti yhteydessä toisiinsa (ks. Chu-Mei 2005; Jaakkola 2009), joten selvittäessä patikointireitin kokemusta laadusta, kartoitetaan periaatteessa samalla myös asiakastyytyväisyyden tasoa. Patikointireitin laatua selvitetään pääosin muodostamalla retkeilyreitien kriteereihin liittyviä positiivisia väittämiä, joita arvioidaan Likertin asteikoilla. Väittämät koskevat pääosin laatua, mutta muutamassa väittämässä kysytään myös nimenomaan asiakastyytyväisyydestä. Laatuväittämien muodostamisesta ja aineistonkeruusta käytettävän kyselylomakkeen laatimisesta kerrotaan tutkimuksen toteutuksesta kerrottaessa (luku 4.2). Kuviossa 4 esitetään kuinka patikointireitin laatu, laatuksiteerien toteutuminen sekä asiakaskokemus ja asiakastyytyväisyys nivoutuvat toisiinsa tämän tutkimuksen viitekehityksessä.

Tutkimuksen tarkoitus ei ole muodostaa ehdotonta käsitystä patikointireitin laadusta, koska laatu on hyvin abstrakti ja moniulotteinen käsite, jonka arviointi ei ole yksiselitteistä. Patikointireitin laatuun vaikuttavia asioita on useita ja mittausmalli, jolla kaikkia laadun eri osa-alueita voisi luotettavasti mitata on ehkä jopa mahdoton luoda. Patikointireitin laatuun liittyvät väittämät muodostetaan retkeilyreitien suunnittelussa huomioitavien kriteereiden pohjalta (ks. Räsänen 2016) ja useat väittämistä arvioivat useamman kuin vain yhden kriteerin laatua.



KUVIO 4. Laatu tutkimuksen viitekehysessä.

3.2 Matkakohteen vetovoima

Käsitellessä matkalle lähtöön ja matkakohteen valintaan liittyviä syitä, törmätään käsitteisiin motiivit, työntö- ja vetovoimatekijät sekä attraktiot. Kauppila (2001, 127), Khoo-Lattimore (2012, 34), Vuoristo (2002, 16-17) sekä Walker ja Walker (2011, 7) määrittelevät työntövoiman yksinkertaisesti kysynnäksi eli matkustajan motivaatioksi (push) sekä tarjonnaksi eli matkakohteen vetovoimaksi (pull). Toisin sanoen, matkustaminen on työntövoimatekijöiden näkökulmasta katsottuna matkalle lähdön taustalla olevien tarpeiden tyydyttämisen väline, jotka kertovat miksi matkustetaan. Vetovoimatekijöitä pidetään puolestaan keskeisinä matkakohteen valintaan vaikuttavina syinä, joiden kautta voi jopa määritellä matkailukohteita tai -muotoja. Voi siis sanoa, että työntö- ja vetovoimatekijät ovat matkakohteen valintaprosessin kaksi eri puolta, jotka kuvaavat matkustusmotiivien kautta matkailijan henkilökohtaista arvomaailmaa. (Järviluoma 2006, 92-97, 109.)

Työntövoimatekijät ja matkustamisen syyt

Matkan taustalla olevia motiiveja voi luokitella ja jäsentellä eri tavoin, mutta usein ne jaetaan sosiopsykologisiin ja kulttuurisiin motiiveihin, jotka vaikuttavat omilla tavoillaan päätökseen lähteä matkalle ja ohjaavat matkakohteen valintaa. Matkustuksen taustalla olevia syitä voi olla monenlaisia, ja vain harvoin matkan taustalla on ainoastaan yksi motiivi. (Järviluoma 2006, 92-94, 97.) Robinson (2012, 138-141) mainitsee myös, että matkustusmotiivien ymmärtäminen on tärkeää asiakaskäyttäytymisen ja erityyppisen matkailun ymmärtämisen kannalta. Järviluoma (2006, 93) kertoo työntövoimatekijöinä toimivien sosiopsykologisten matkustamisen motiivien olevan Cromptonin (1979) määritelmän mukaisesti: *”pako arkiympäristöstä, itsetutkistelu ja -arviointi, rentoutuminen, statuksen kohottaminen, mahdollisuus käyttäytyä ilman arkiroolien esittämiä rajoitteita, perhesiteiden tiivistäminen sekä sosiaalisten kontaktien lisääminen”*. Motiivien nähdään Järviluoman (1994, 44) mukaan olevan lähtöisin yksilön fyysisistä tarpeista ja ulkoisesta ympäristöstä.

Vetovoimatekijöitä ja attraktioita

Matkakohteella täytyy olla tiedostettua vetovoimaa, jotta se vastaa matkailijan matkustusmotiveihin ja sinne matkustetaan. Vetovoimatekijöiden kehittäminen ja esiin tuominen on siis tärkeää (Kauppila 2001, 127.) Matkailun vetovoimatekijät ovat monitahoisia ja ne saattavat vaihdella esimerkiksi alueellisesti sekä ajallisesti (esimerkiksi sesonkivaihtelut). Vetovoimatekijät, jotka muodostavat matkakohteiden vetovoimaisuuden voivat olla esimerkiksi luontoon, maisemaan, kulttuuriin, historiaan, hintatasoon, matkailupalveluihin tai harrastusmahdollisuuksiin liittyviä. Vetovoimatekijät voivat olla myös joko tietylle matkakohteelle tyypillisinä pidettäviä asioita tai yksittäiselle matkailijalle ominaisia. Ne ovat toisinaan myös hyvin tilannekohtaisia ja niiden painoarvot vaihtelevat niin, että toisella kerta matkailijan pääasiallisena lomakohteen valintaan vaikuttavana vetovoimatekijänä toimii esimerkiksi luonto ja seuraavalla kerralla historia. (Järviluoma 2006, 62, 97, 106, 109, 121, 179.)

Vetovoimatekijät voivat olla myös negatiivisia eli niillä on ominaisuuksia, jotka ovat matkailijoiden mielestä luotaantyöntäviä ja vaikuttavat siihen, että he eivät matkusta johonkin kohteeseen. Voimakkaasti matkailijoiden käyttäytymiseen vaikuttavia ominaisuuksia ovat esimerkiksi sota tai ilman ja veden saastuminen. Myös korkea hintataso tai epäystävällinen palvelu voivat vaikuttaa matkustuspäätöksiin ja toisaalta myös negatiivisten vetovoimatekijöiden puuttuminen voi toimia matkakohteelle kilpailuetuna ollen positiivinen vetovoimatekijä. (Järviluoma 1994, 41.)

Mallorcalla lomailevan matkailijan matkakohteen valintaan vaikuttava vetovoimatekijä voi mielestäni olla yhtä hyvin luonto, maisema, kulttuuri kuin esimerkiksi harrastusmahdollisuuskin. On hyvin mahdollista myös, että Mallorcalla usein lomailevan lomakohteen valintaan vaikuttavat vetovoimatekijät vaihtelevat esimerkiksi sesongin mukaan. Kesällä pääasiallinen syy matkaan saattaa olla aurinko, ranta, meri ja lämpö, syksyllä sama matkailija patikoi Mallorcalla (harrastus), talvella loman painopiste on kulttuurissa ja keväällä saarelle houkuttelee luonto.

Yleisesti ottaen maisemaa pidetään yhtenä luontomatkailun tärkeimmistä vetovoimatekijöistä. Maisemaa voi havainnoida eri aistein, jotka vaikuttavat siitä tehtäviin havaintoihin. Maisemaa voi kuvata sen fyysisten ominaisuuksien perusteella tai sen vaikutuksella sitä havainnoivaan henkilöön. Maiseman kautta voi tuottaa myös elämyksiä, ja maiseman elämyksellisyyttä pidetään matkailupalvelujen kehittämisessä tärkeänä. Esimerkiksi luontomatkailupalveluissa pyritään siihen, että luonnossa liikkuja reagoisi maisemaan tiedollisen tason lisäksi myös tunteiden ja merkityksen tasolla, jolloin voidaan sanoa, että maisema on tuottanut elämyksen. Maisemakokemuksen muuttuminen elämykseksi ei kuitenkaan ole yksinkertainen ilmiö, sillä siihen vaikuttaa lukuisia seikkoja. Tällaisia seikkoja ovat esimerkiksi henkilökohtaiset odotukset eli kuinka hyvin maisema vastaa luontomatkailijan odotuksiin, oma luontosuhde, kulttuuri ja esteettisyys. (Lovén 2001, 98-100, 105.) Myös Jokinen (2001, 141-142) mainitsee kulttuuristen lähtökohtien vaikuttavan matkailijan luonnolle antamiin merkityssisältöihin. Jokisen mukaan arkitodellisuus vaikuttaa siihen, miten ihmiset näkevät luonnon, mitä asioita he sieltä hakevat ja miten. Matkailijoiden odotukset ja tarpeet saattavat siis erota hyvin paljon toisistaan eri kulttuureista tai asuinympäristöistä tulevien kesken.

Vetovoimainen luonto on matkailun vetovoimatekijä, joten huonosti suunnitellulla ja säädellyllä matkailulla saattaa olla kielteisiä vaikutuksia luontokohteen vetovoimaisuuteen (ympäristön kulumisen ja paikallisväestön matkailuvastainen asenne). Monet luonnossa harrastettavat aktiviteetit, kuten pyöräily ja ratsastus, kuluttavat maastoa, joten matkailusta saatuja tuloja voidaan ohjata kuluneiden reittien kunnostukseen sekä kulumisen ennaltaehkäisyyn esimerkiksi rakentamalla reittiverkostoja ja palveluvarustusta. Joissakin maissa kansallispuistoihin on pääsymaksu, jolla rahoitetaan alueen palvelutarjontaa. (Tyrväinen 2017, 93-94, 98.)

Matkailun vetovoimatekijöitä voi tutkia monin eri tavoin ja erilaisista näkökulmista. Niitä voi tutkia tarjonnan näkökulmasta esimerkiksi tarkastelemalla tapaa markkinoida matkakohdetta ja analysoida esimerkiksi erilaisten matkailuorganisaatioiden mainontaa sekä tapoja myydä matkakohdetta. Näkökulmana voi olla myös kysynnän näkökulma. Kysynnän näkökulmasta voidaan selvittää esimerkiksi potentiaalisten matkailijoiden mielikuvia kohteista ja niiden piirteistä tarkastelemalla vetovoimatekijöiden merkityksellisyyttä yleisesti tai tiettyjen matkailutapojen kohdalla. Tai keskittyä matkailukohteessa oleviin matkailijoihin ja kysyä heiltä syitä matkakohteen valintaan. Vetovoimatekijöitä on selvitetty useimmiten erilaisten määrällisten tutkimusmenetelmien avulla. (Järviluoma 2006, 100-105; Kauppila 2001.) Matkailun vetovoimaa on tarkasteltu useissa tutkimuksissa, joissa on kartoitettu muun muassa alueiden keskeisiä vetovoimatekijöitä sekä niiden välistä suhdetta taustamuuttujiin. Tutkimusten avulla on selvitetty muun muassa, mikä on alueen primääristä ja, mikä sekundaarista vetovoimaa, mitkä vetovoimatekijät ovat matkailijoille vähemmän tärkeitä sekä miten taustamuuttajat vaikuttavat matkakohteen valintaan. (Kauppila 2001.)

Konu, Tyrväinen, Pesonen, Tuulentie, Pasanen ja Tuohino (2017, 9-10) tarkastelivat tutkimuksessaan luontomatkailua erityisesti metsä- ja vesistömatkailun näkökulmista, jotka aikaisempien tutkimuksien mukaan ovat keskeisiä niin luonto- kuin hyvinvointimatkailussakin. He toivat esille myös luonnon ja kulttuurin yhteyden, sillä heidän mukaansa metsät ja vesistöt ovat usein myös kulttuuriympäristöjä ja voivat näin ollen samanaikaisesti toimia sekä luonto- että kulttuurimatkailukohteina. Heidän mukaansa yksittäisen matkailijan matkustusmotiivit määrittelevät onko matka kulttuuri- vai luontomatka. Järviluoma (2006, 61) on samoilla linjoilla, sillä hän kuvailee luonnon merkitystä matkailun vetovoimatekijänä näin: *"Luonnon matkailullinen vetovoima synnyttää luontomatkailun, joka muuntaa vetovoimaisuuden näkyväksi toiminnaksi, matkailumuodoksi, ja määrittää yksittäistapauksissa, onko matkailija luontomatkailija ja matka luontomatka ja koostetusti sen, onko matkailukohde luontomatkailukohde."*

Matkustusmotiiveista riippumatta luonto voi kuitenkin tuottaa lomalle lisäarvoa, vaikka ensisijainen vetovoimatekijä olisikin ollut esimerkiksi matkakohteen kulttuuri. Rennicks (1997, 8) mainitsee esimerkkinä massaturistit, joiden lomalla luontoon liittyvät aktiviteetit ja kokemukset voivat hyvinkin olla sekundäärisiä lisäarvon tuottajia. Pääsääntöisesti luontomatkailijat hyödyntävät matkallaan samoja oheispalveluja kuin muutkin matkailijat ja luonnossa liikkuminen saattaa myös olla yksi matkan monesta motiivista ja osa elämyksiä, joiden perusta on jokin muu kuin luonto (Tuulentie ja Tyrväinen 2015, 267). Järviluoma (2006, 63) mainitsee oletettujen luontokokemusten mahdollisen merki-

tyksen matkakohteen valinnassa myös muunlaisilla matkoilla, mutta painottaa edelleen, että luontomatkailussa painoarvo on nimenomaan luonnossa. Mehmetoglu ja Norrmann (2013) toteavat tutkimuksensa perusteella, että luontomatkailijan matkustusmotiivien ja lomalla harrastettujen (tai suunniteltujen) aktiviteettien välillä on vahva yhteys. Heidän mukaansa esimerkiksi patikointiin voidaan liittää kolme motivaatiotekijää, joilla on merkittävä vaikutus aktiviteetin harrastamiseen: fyysinen aktiviteetti ja uutuus positiivisina tekijöinä sekä patikointireitin tunnettuus negatiivisena.

Attraktiot ovat Cooperin (2004, 346) mukaan tärkein yksittäinen syy matkakohteen valintaan. Attraktiot ovat tiettyyn paikkaan sidottuja kohteita tai tapahtumia, joilla on tietty määrä erilaisia vetovoimatekijöitä. Vetovoimatekijät voi siis nähdä attraktioiden eli matkakohteiden määrittäenä, jotka kertovat tarkemmin millaista vetovoimaa kohteella tai tapahtumalla on. Attraktioita voivat olla kaikki kohteet ja tapahtumat, joilla on jonkinlaista matkailullista vetovoimaa. (Järviluoma 2006, 97-98, 106.)

Mallorcalla on lukuisia attraktioita, joista toiset ovat laajempia ja toiset suppeampia kokonaisuuksia. Mallorca yksistään on attraktio, kuten myös Mallorcan pääkaupungin Palma de Mallorcan symbolinen maamerkki katedraali. Muita attraktioita Mallorcalla ovat esimerkiksi Valldemossan kylä, Unescon maailmanperintökohde Serra de Tramuntanan vuoristo, markkinat, tippukiviluolat ja rannat. Markkinoita, tippukiviluolia ja rantoja voisi vielä täsmentää viittaamalla esimerkiksi Cuevas del Drachin tippukiviluoliin, Incan markkinoihin tai Es Trencin rantaan.

Matkailijoita houkuttelevilla paikoilla, matkakohteilla tai tapahtumilla ei voi sanoa olevan vain yhtä yhteistä ominaisuutta, joka toimisi kaikille yhteisenä vetovoimatekijänä vaan attraktiot ovat vetovoimatekijöidensä ja muiden ominaisuuksiensa suhteen epäyhtenäisiä. Attraktioita voi kuitenkin vetovoimatekijöiden mukaisesti luokitella eri tavoin, kuten jakamalla ne ensi- ja toissijaisiin attraktioihin tai kohde- ja tapahtuma-attraktioihin. Ensisijainen attraktio on pääasiallinen matkakohde, jossa vietetään yleensä pidempi aika lomasta, kun taas toissijainen attraktio voi olla esimerkiksi kiinnostava paikka, jossa pysähtytään matkalla primääriseen matkakohteeseen, koska se sijaitsee matkan varrella. Kohdeattraktio on jokin tietty paikka tai alue, kuten tässä opinnäytetyössä Mallorca tai Serra de Tramuntanan vuoristo. Tapahtuma-attraktio puolestaan voi olla esimerkiksi festivaali tai urheilukilpailu. Attraktioita voi luokitella myös sen mukaan ovatko ne julkisia vai yksityisiä tai maksaako niissä vierailu vai ei. (Järviluoma 2006, 97-98.) Attraktioiden yläkäsitteenä voidaan käyttää jakoa luonnon attraktioihin (natural attractions) ja keinotekoisiihin attraktioihin (man-made attractions), sillä attraktiot ovat aina jompiakumpia. (Walker ja Walker 2011, 12, 262, 273.)

Attraktiot voi määritellä passiivisiksi tai aktiivisiksi sen mukaan kuinka paljon matkailija osallistuu matkailukokemuksen toteuttamiseen. Passiivinen matkailu, kuten maisemien ihailu on yleensä vähemmän alkuperäistä ympäristöä kuluttavaa, kun taas aktiiviset matkailun muodot, kuten laskettelu ja sen ympärille rakentuvat matkailukeskukset vaikuttavat alueiden ulkonäköön usein huomattavasti enemmän. Matkailijoiden henkilökohtaisella taustalla on usein vaikutusta siihen millaisena he kokevat alueen vetovoimaisuuden. Tällaisia taustatekijöitä ovat esimerkiksi lähtöalue, ikä ja ammattiryhmä. (Vuoristo ja Vesterinen 2001, 15, 45.)

3.3 Aiemmat tutkimukset

Aiemmissa luontomatkailuun liittyvissä tutkimuksissa on tutkittu muun muassa luontomatkailun kohdealueita, alueiden käyttöä, luontomatkailijoita ja luontomatkailun vaikutuksia luontoon (Toivonen, ym. 2005, 21). Tutkimusten perusteella on luotu erilaisia luontomatkailijaprofiileja ja laadittu toimintasuunnitelmia, joiden avulla luontomatkailureitistöjä voitaisiin kehittää enemmän matkailijoiden tarpeita vastaaviksi.

Luonto vetovoimatekijänä

Luonnon merkitystä matkailun vetovoimatekijänä on tutkinut muun muassa Järviluoma (2006). Järviluoman tutkimus kohdistui Levin, Pallaksen, Pyhän ja Luoston matkailukeskuksissa vieraileviin suomalaisiin matkailijoihin. Tutkimuksessa kohdevalintaan vaikuttavina vetovoimatekijöinä nousivat esille luonto yleisesti, luonnon hiljaisuus, rauha ja kauniit maisemat. Naiset ja vanhemmat ikäluokat painottivat keskimääräistä enemmän luonnon merkitystä ja varsinkin ikävaihtelun merkitystä tulevaisuuden luontomatkailun kannalta Järviluoma piti tärkeänä. Luonnon merkitys kohteen vetovoimatekijänä korostui vaeltamista harrastavien motiiveissa.

Maisemaan liittyvät mielikuvat ja kokemukset

Maisemaan vaikuttavia maankäyttöratkaisuja on tärkeää tutkia alueilla, jonka matkailurakentaminen ja -tuotteistaminen perustuu maiseman ja luonnon hyödyntämiseen alueen vetovoimatekijöinä, jotta kehitystyötä osattaisiin tehdä kestävästi matkailijoiden tarpeet huomioiden. Matkailijoiden maisemaan liittyviä mielikuvia ja kokemuksia tutkittiin EU LIFE Ympäristö-rahaston tukeman ”Matkailualueet maisemalaboratoriona – Työvälineitä kestävän matkailun edistämiseen (LANDSCAPE LAB 2004–2007)” -hankkeessa, jonka tavoitteena oli selvittää, mitkä tekijät vaikuttavat mielikuvien syntyyn ja kokemusten rakentumiseen. Kiinnostuksen kohteena olivat myös kokemusten kokonaisvaltaisuus sekä kulttuurin vaikutus niihin. Tutkimuksessa havaittiin eroja suomalaisten ja ulkomaalaisten matkailijoiden mielikuvissa, johon selitys löytyi eroavista kulttuuriperinteistä ja matkailuesitteiden välittämisestä imagoista sekä kokemuksissa, johon vaikuttivat erilaiset tavat liikkua luonnossa. Kokemukset vastasivat pitkälti ennako-odotuksia sekä mielikuvia, sillä mielikuvat ohjaavat osin tapaa katsella ja aistia ympäristöä. Tuloksista laadittiin SWOT-analyysi, jossa heikkouksina mainittiin muun muassa ympäristöön sopimattomat, kirjavat rakennukset, maisemakuvan keskeneräisyys sekä matkailun palvelurakenteisiin liittyvät ongelmat, kuten epäselvät opasteet, villit polut, huonokuntoiset reitit ja mainokset. Uhkina puolestaan nähtiin luonnon etäännyminen, kuluminen ja saastuminen sekä metsänhakuut ja matkailijapyöydysimago. (Rantala ja Uusitalo 2007, 31-32, 37-39, 41.)

Kansainvälinen luontomatkailututkimus

MEK:n vuonna 2010 teettämässä kansainvälisessä luontomatkailututkimuksessa kartoitettiin mahdollisia asiakassegmenttejä luontomatkailuun Suomessa. Tutkimuksen kohteena olleista luontoaktiiviteeteistä yksi oli vaellus. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat tutkittavia aktiiviteettejä harrastavat tai harrastaneet henkilöt, jotka asuivat Ranskassa, Saksassa, Iso-Britanniassa, Venäjällä tai Hollannissa. (MEK 2010a 4-5.)

Luontomatkailututkimuksesta laadittiin kullekin aktiviteetille oma osaraportti. Vaellusmatkailun osaraportista ilmeni muun muassa, että yli 60:n prosentin vaellusta harrastavan matkailijan matkan tarkoituksena oli tutkimusta edeltävän kolmen vuoden aikana ollut luonto. Myös Espanja ja Mallorca nousivat raportissa esille. Espanja oli vaeltajien suosituin kohdemaata ja enemmistön mielestä paras luontomatkailumaa. Mallorca puolestaan sai useita mainintoja parhaana ulkomaisena kohteena. Ranskalaiset olivat selkeästi vaellusta eniten harrastava kansalaisuusryhmä, sillä yli 40 % vaellusta harrastavista oli ranskalaisia. Myös vaellusta harrastavat naiset erottuivat, koska yli 60 % vastaajista oli naisia. Tiedonhakukanavista suosituimmat olivat kohteen omat internetsivut, sillä yli 50 % haki tietoa sieltä. Myös kaverit ja tuttavat sekä matkanjärjestäjät ja alueiden internetsivut olivat suosittuja tiedonhankintakanavia. Sosiaalinen media oli vasta kuudenneksi suosituin kanava. Suosituin tiedonhakukanava vaihteli hieman kansalaisuuksien välillä. (MEK 2010b, 4-6, 11-12, 16.)

Tärkeimpiä kohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä olivat hintataso, mahdollisuus omatoimiseen toimintaan, kohteen turvallisuus ja luonto, aktiviteettien laatu sekä ilmaston soveltuvuus. Luontoaktiviteettiin yleisemmin käytetty aika oli 2-3 päivää ja toiseksi yleisin 4-7 päivää. Patikoinnista keskiarvoa enemmän kiinnostuneita olivat ranskalaiset. Tutkimuksessa kartoitettiin myös millaisia karttoja vaellusta harrastavat suosivat. Vastaajista enemmistö (44,3 %) kertoi käyttävänsä mieluiten ostamaansa paperikarttaa, kun taas sekä GPS-laitteen käyttäjien sekä netistä kartan tulostavien osuus oli suunnilleen sama, hieman yli 20 %. (MEK 2010b, 16, 23, 27-28, 31-32.)

Tutkimukset Mallorcalla

Myös Mallorcalla patikoivia matkailijoita on tutkittu aikaisemmin. Tutkimuksissa on ollut erilaisia näkökulmia ja tavoitteita, mutta kaikissa niissä on myös muodostettu profiilia tyypilliselle Mallorcalla patikoivalle matkailijalle. García Sastren ym. (2015) tutkimuksen tavoitteena oli muodostaa kuva patikoivista matkailijoista selvittämällä muun muassa demograafisia muuttujia, matkakohteen valinnan taustalla olevia tekijöitä sekä tyytyväisyyden tasoa. Rejón-Guardia ym. (2018a) puolestaan laativat tutkimuksensa avulla profiileja patikoiville kulttuurimatkailijoille, segmentoimalla patikoijia urheiluharrastuksen intensiivisyyden ja lomalla harjoitettujen kulttuuriaktiviteettien perusteella. Myös Rejón-Guardia ym. (2018b) halusivat muodostaa kuvan Mallorcalla patikoivasta matkailijasta, analysoida matkailijoiden käyttäytymistä ja syitä urheilun harrastamiseen matkakohteessa. Tässä tutkimuksessa vertailtiin lisäksi tutkimukseen osallistuneiden senioreiden (60-vuotiaat tai vanhemmat) ja ei-senioreiden (alle 60-vuotiaat) matkailukäyttäytymisen eroja.

García Sastren ym. (2015) kyselytutkimuksena huhti-kesäkuussa 2013 toteuttaman tutkimuksen mukaan tyypillinen Mallorcalla patikoiva ulkomaalainen matkailija on yleisimmin nainen (52 %) ja kansalaisuudeltaan joko saksalainen (52 %), englantilainen (14 %), sveitsiläinen (9 %) tai hollantilainen (9 %). Tutkimukseen osallistuneiden patikoijien ikäjakauma oli laaja, mutta eniten Mallorcalla patikoivat yli 60-vuotiaat, joita oli vastaajista noin 33 %. Valtaosalla vastanneista (96 %) oli aiempaa kokemusta patikoinnista, 45 % kertoi patikoivansa säännöllisesti ja 10 % todella usein. Suurimmiksi Mallorcan patikointikohteeksi valintaan vaikuttaneista syiksi paljastuivat sää, rannikon puoleensavettävyys sekä liikenneyhteydet kotimaan ja matkakohteen välillä. Nämä syyt täyttivät myös ennakkoko-

odotukset parhaiten. Huonoiten odotuksia vastasivat reittimerkinnät ja niiden topografiset oppaat sekä palveluiden hinta.

Rejón-Guardian ym. (2018b) huhti-kesäkuussa 2014 Serra de Tramuntanan vuoristossa toteuttamassa tutkimuksessa saatiin hyvin samankaltaisia tuloksia verrattuna García Sastren ym. (2015) tutkimukseen. Tutkimuksessa oli mukana myös espanjalaisia matkailijoita (ei mallorcalaisia), joita kyselyyn vastanneista oli 62,5 %. Ulkomaalaisista 50 % oli saksalaisia, 7,7 % walesilaisia, 5,8 % sveitsiläisiä, 3,8 % englantilaisia, 1,9 % hollantilaisia ja loput muita kansalaisuuksia. Tähän tutkimukseen osallistuneista enemmistö oli miehiä (55,8 %) ja noin 43 % osallistuneista oli 60-vuotiaita tai vanhempia. Vastaajien keski-ikä oli 60.94 vuotta. Seniorit lomailivat keskimäärin kauemmin kuin muut tutkimukseen osallistuneet ja olivat myös kokonaisuudessaan lomaansa tyytyväisempiä kuin ei-seniorit. Rejón-Guardian ym. (2018a, 269) tutkimukseen osallistuneet olivat nuorempia kuin García Sastren ym. (2015) ja Rejón-Guardian ym. (2018b) tutkimuksissa, sillä suurin ikäryhmä olivat 41-59-vuotiaat (43 %). Vastaajien kansalaisuus oli osittain samassa linjassa muiden tutkimusten kanssa, sillä valtaosa oli espanjalaisia (40,2 %), saksalaisia (30,1 %) ja englantilaisia (8,4 %).

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tässä luvussa kuvataan tutkimuksen toteutusta kokonaisuudessaan. Aluksi kuvataan tutkimusmenetelmän sekä aineistonkeruumenetelmän valintaa, jonka jälkeen kerrotaan aineistonkeruun suunnittelusta ja toteutuksesta sekä tutkimusaineiston käsittelystä ja käytetyistä analysointimenetelmistä. Luvun lopuksi pohditaan tutkimuksen luotettavuuden toteutumista.

4.1 Tutkimusmenetelmä ja aineistonkeruutapa

Tutkimusotteina sekä määrällinen että laadullinen tutkimus asettuvat empiirisen tutkimuksen kenttään. Empiirisen tutkimuksen tavoitteena voi olla esimerkiksi teoriasta poimitun hypoteesin testaaminen käytännön tasolla tai esimerkiksi jonkin ilmiön taustalla olevien syiden selvittäminen. Tutkimusprosessi etenee vaiheittain ja jokaisella valinnalla on vaikutusta seuraavaan. Tutkimusongelma sekä tutkimuskysymykset ohjaavat oikean tutkimusmenetelmän valintaa ja valittu tutkimusmenetelmä tutkimusaineiston keruutapaa. Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset kertovat, mihin asioihin tutkimuksen avulla halutaan saada vastaus. Tutkimuksen onnistumisessa on tärkeää valita kyseisen tutkimuksen tavoitteisiin sopiva tutkimusmenetelmä, joka on linjassa muiden valintojen kanssa ja, jonka avulla on mahdollista selvittää tutkimusongelma. Aineistonkeruutavoissa ei ole selvää eroa laadullisen ja määrällisen tutkimuksen välillä, vaikkakin menetelmille on olemassa niille ominaiset aineistonkeruutavat. Molemmilla tutkimusotteilla voi kerätä hyvin monenlaista aineistoa, mutta yleisesti ottaen määrällisen tutkimuksen aineisto on strukturoidumpaa kuin laadullisen tutkimuksen. Aineisto voi olla valmista tai nimenomaista tutkimusta varten kerättyä. (Hirsjärvi ja Hurme 2008, 14-16; Heikkilä 2014, 12, 20-21; Vilkkä 2015, 38-39, 41, 44-45.)

Laadullinen tutkimus

Opinnäytetyöni oli menetelmältään laadullinen, sillä tutkimusongelmaan ja tutkimuskysymyksiin oli mielestäni mahdollista saada vastauksia parhaiten kvalitatiivista tutkimusotetta käyttämällä. Tutkimuksen kannalta olennaisia kysymyksiä olivat laadulliselle tutkimukselle tyypilliset ”miksi, miten ja millainen”, sillä opinnäytetyön tarkoituksena oli ymmärtää tutkimuskohdetta ja selvittää syitä asioiden taustalla (Heikkilä 2014, 15-16) sekä saada tietoa tutkittavien ilmiöille antamista merkityksistä ja erilaisista näkökulmista (Hirsjärvi ja Hurme 2008, 28). Pyrkimyksenä oli myös ennemminkin löytää ja selvittää totuuksia kuin osoittaa todeksi olemassa olevia (Hirsjärvi ym. 2014, 161).

Informoitu kysely aineistonkeruutapana

Aineistokeskeisyys on laadulliselle tutkimukselle tyypillinen piirre ja aineistoa kerätään monin eri menetelmin. Tutkimusprosessin edetessä tarkentuu, mitkä asiat ovat keskeisiä tutkimuksen kannalta ja, millaista aineistoa on tarpeellista kerätä. (Kiviniemi 2018.) Laadullisessa tutkimuksessa voi aineistoa kerätä haastatteluin, kyselyin, havainnoiden tai käyttämällä valmiita dokumentteja (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 62). Myös jokapäiväisen vuorovaikutuksen kautta kerättyä epävirallista aineistoa voi hyödyntää (Kiviniemi 2018). Laadulliset tutkimusmenetelmät, kuten haastattelut ja havainnointi ovat hyvä tapa hankkia asiakasymmärrystä. Eri aineistonkeruutapoja yhdistelemällä voi varmistaa erilaisen näkökulmien ja ongelmien havaitsemisen, sillä esimerkiksi käyttäjien toimintaa havainnoidessa

voi huomata asioita, joita haastattelu ei tuo esille. Myös määrällisiä tutkimusmenetelmiä voi hyödyntää, mutta yleensä laadulliset menetelmät ovat tehokkaampia asiakasymmärryksen kasvattamisessa ja määrälliset menetelmät sopivat paremmin lopputuloksen (valmiin palvelun) mittaamiseen ja arviointiin. (Hämäläinen 2009, 29; Tuulaniemi 2011, 38-39, 61-62.) Kvantitatiivisesta tutkimuksesta poiketen, ei aineiston määrä ole kuitenkaan kvalitatiivisessa tutkimuksessa oleellista vaan ennemminkin tutkimuksen kannalta tarkoituksenmukainen aineisto. (Kiviniemi 2018.)

Keräsin aineiston englanninkielisten kyselylomakkeiden avulla, jotka tutkimukseen osallistuvat täyttivät itse. Aineistonkeruutapa oli tarkemmin kuvattuna informoitu kysely, jonka Heikkilä (2017, 17) mainitsee olevan kirjekyselyn ja henkilökohtaisen haastattelun välimuoto. Informoidulle kyselylle on Heikkilän mukaan tyypillistä, että tutkija on jollain tapaa läsnä aineistonkeruutilanteessa ja voi esimerkiksi tarkentaa kysymyksiä tai esittää lisäkysymyksiä. Informoitu kysely kuvaa parhaiten käytettyä aineistonkeruumenetelmää, koska olin läsnä tiedonkeruutilanteessa, kerroin täsmälliset ohjeet kyselylomakkeen täyttämiseksi väärinymmärrysten välttämiseksi sekä annoin tarvittaessa lisäohjeita tai esitin kysymyksiä eri tavoin, jotta vastaaja varmasti ymmärsi mitä häneltä lomakkeessa kysyttiin. Lisäkysymyksiä esitin tutkittaville tilanteen mukaan esimerkiksi kerätessäni täytettyjä kyselylomakkeita. Mikäli sain tutkittavilta vastauksia esittämiini lisäkysymyksiin tai he kertoivat muuten jotakin tutkimusaiheeseen liittyvää, kirjasin nämä lisäkommentit kyseisen vastaajan kyselylomakkeeseen.

Muiden tutkimuksellisten valintojen tapaan myös aineistonkeruutapojen perustelu on tärkeää eli, miksi tutkimusaineisto päätettiin kerätä juuri näin? Alun perin tarkoituksenani oli kerätä tutkimusaineisto tutkimushaastatteluin, mutta vertailtuani tarkemmin eri menetelmiä sekä niiden etuja, haittoja ja toteutusta käytännössä, tulin siihen tulokseen, että informoitu kyselylomake sopii tähän tutkimukseen ja omiin kykyihini suhteutettuna kaikkein parhaiten. Esimerkiksi Hirsjärvi ja Hurme (2008) mainitsevat, että haastattelu aineistonkeruumenetelmänä on monin tavoin haastava, koska haastattelijalla tulee olla osaamista ja kokemusta, jotta haastattelut toimivat luotettavana ja tehokkaana menetelmänä. Haastatteluissa on aina myös tulkintaongelmien riski eli kysymykset ja niissä käytetyt sanat saatetaan ymmärtää eri tavoin (Vilkkä, 2015). Haastatteluun aineistonkeruumenetelmänä liittyy siis erilaisia haasteita ja, koska odotuksena oli, että tutkimuksen kohderyhmästä valtaosa ei puhu englantia äidinkielenään arvioin, että kyselylomake toimisi luotettavampana aineistonkeruutapana.

Informoidun kyselyn etuina pidin myös seuraavia asioita:

- Tutkimukseen osallistujilla on enemmän aikaa harkita antamiaan vastauksia, koska he voivat täyttää lomakkeen kaikessa rauhassa, mutta tarvittaessa he voivat kuitenkin pyytää apua sen täyttämiseen.
- Tutkimusaineiston kerääminen on tehokkaampaa, koska useampi henkilö voi täyttää kyselylomakkeen samanaikaisesti.
- Tälle tutkimukselle keskeisen asian eli patikointireitin laadun arviointiin sopivin tapa on käyttää kirjallisia laatukriteereihin liittyviä väittämiä, joita arvioidaan Likertin asteikolla.

- Likertin asteikon käyttäminen laadun mittausvälineenä mahdollistaa myös vastausten keskinäisen vertailun sekä jonkinlaisen ehdollisen päätelmän teon patikointireittien laadusta, jonka tukena voi mahdollisesti käyttää vastaajien antamia kirjallisia ja suullisia patikointireitin laatuun liittyviä kommentteja.

Informoitu kysely on aineistonkeruutapana hyvin lähellä lomakehaastattelua, joka toteutetaan strukturoidun haastattelulomakkeen avulla niin, että tutkija esittää lomakkeen kysymykset suullisesti. Lomakehaastattelua voidaan kutsua informoiduksi haastatteluksi, koska myös lomakehaastattelun aikana tutkija voi halutessaan esittää lisäkysymyksiä. Suurin ero informoidun kyselyn ja informoidun lomakehaastattelun välillä on se, että lomakehaastattelussa tutkija kirjaa tutkittavan vastaukset lomakkeeseen vastaajan puolesta. (Vilkkä 2007, 29.) Sopivaa aineistonkeruumenetelmää pohtiessani mietin myös lomakehaastattelua yhtenä vaihtoehtona ja kokeilin sitä myös käytännössä. Yhden tutkimukseen osallistuneen kanssa toimimme lomakehaastattelun tavoin eli esitin kyselylomakkeen kysymykset suullisesti ja kirjasin ne lomakkeeseen vastaajan puolesta. En kuitenkaan huomannut lomakehaastattelussa erityistä etua verrattuna informoituun kyselyyn, koska tutkittavan vastaukset eivät olleet esimerkiksi laajempia kuin niiden, jotka kirjoittivat ne kyselylomakkeeseen itse.

4.2 Aineistonkeruun suunnittelu ja toteutus

Aineistonkeruun suunnittelu alkoi Mallorcan patikointiverkoston kartoituksella etsimällä tietoa internetistä, sosiaalisesta mediasta, saaren matkailutoimistoista sekä testaamalla Mallorcan lukuisia patikointireittejä käytännössä. Tarkoituksena oli samalla löytää parhaiten tutkimuksen tarkoitusta ja tavoitteita tukeva patikointireitti. Tutkimuksen kohteeksi otettavan patikointireitin valinnassa oli oleellista, että reitti on suosittu ja, sillä kulkee tutkimuksen kohderyhmään sopivia henkilöitä. Merkitystä oli myös, sillä kuinka patikointireittiä markkinoidaan eli miten helppoa matkailijoiden on löytää siitä tietoa. Tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia patikointireitin laatua, johon kuuluu oleellisesti myös reitillä käytettävä opastekokonaisuus, joten oli tärkeää, että reitti on ylläpidetty ja merkitty opastein. Patikointireitin valintaan vaikutti myös sen sijainti, jotta aineistonkeruu olisi mahdollisimman vaivatonta toteuttaa eikä aineistonkeruupaikalle matkustamiseen menisi tarpeettoman paljon aikaa.

Mallorcan patikointireiteistä selkeästi eniten markkinoitu on pitkänmatkan reitistö GR 221, josta löytyy tietoa useilla eri kielillä. Kyseinen reitistö on hyvin opastettu ja se on maisemallisesti, historiallisesti sekä kulttuurillisesti mielenkiintoinen. GR 221:een kuuluvilla etapeilla kulkee myös arvioni mukaan huomattavasti enemmän ulkomaalaisia patikoijia kuin muilla reiteillä, joten kyseinen reitistö sopi hyvin tutkimuksen tarkoitukseen. Oletin myös, että GR 221:n varrelta tavoittaisin sekä päiväpatikoijia että useamman päivän vaelluksella olevia.

Valitettavasti GR 221:llä ei ole rengasreittejä, koska se on pitkänmatkan reitistö, joka on ajateltu kuljettavan kokonaisuudessaan yöpymällä sen varrella olevissa retkeilymajoissa (refuges) tai kylissä. GR 221:n etappeja voi myös yhdistellä ja samana päivänä kulkea useamman etapin. GR-reitistön kanssa samoilla alueilla ja osittain samoja reittejä kulkee myös monia muita patikointireittejä, joten

oletuksena oli, että juuri yhtä tiettyä reittiä pitkin kulkevia henkilöitä voi olla vaikea tavoittaa. Tutkimukseen parhaiten sopivan reitin valitseminen oli siis haastavaa, koska pidin todennäköisenä sitä, että tavoittamani patikoijat ovat kulkeneet eripituisia matkoja ja mahdollisesti myös osittain eri reittejä.

Alun perin suunnitelmana oli tarkastella kolmea vaikeustasoltaan ja pituudeltaan erilaista reittiä, joista ainakin yksi olisi rengasreitti. Ajatuksena oli, että tällä tavoin voisi tavoittaa mahdollisesti kuntotasoltaan, iältään ja kenties kansalaisuudeltaan eroavia henkilöitä, koska näillä tekijöillä on aiempien tutkimusten perusteella vaikutusta reittivalintoihin (ks. MEK 2010b). Lopulta päätin kuitenkin valita tarkasteluun vain yhden GR 221:n etapeista, koska muut etapit sijaitsivat liian kaukana eikä niillä kokemukseni mukaan liiku tarpeeksi potentiaalisia haastateltavia. Valitsemani reitti, GR 221 reitistön etappi neljä, Can Boi – Muleta, on viralliselta pituudeltaan noin yhdeksän kilometriä, luokituksestaan helppo ja saavutettavissa myös paikallisliikennettä käyttämällä. Patikointireitin pituuteen tosin vaikuttaa kävelyn aloitus- ja lopetuspaikka, koska reitin voi aloittaa useammasta kohtaa.

Tutkimuksen kohderyhmä

Tutkimukseen osallistujat valitsin täysin sattumanvaraisesti niistä henkilöistä, jotka patikoivat itsenäisesti tutkimukseen valitulla patikointireitillä. Tutkimukseen kohderyhmää olivat kaikki patikointia Mallorcan lomansa aikana harrastavat henkilöt, jotka puhuivat englantia.

Kyselylomakkeen suunnittelu

Kyselylomake laaditaan teoreettisen viitekehysten ja tutkimuksen tavoitteiden pohjalta, joten ne tulee päättää ja avata ennen kyselylomakkeen laatimista, jotta lomakkeen avulla voidaan hankkia oikeanlaista tietoa. Kyselylomake pitää laatia ymmärrettävällä kielellä eli muokata teoreettiset käsitteet empiiriselle tasolle ja testata kysymykset ennen varsinaisen aineistonkeruun aloittamista. Kysymykset voivat olla standardoituja suljettuja tai strukturoituja monivalintakysymyksiä, avoimia tai sekamuotoisia kysymyksiä. (Vilka 2015, 60, 66-70.)

Kyselylomakkeen (liite 1) suunnittelussa oli pohjana tutkimusongelman ja tutkimuskysymysten ympärille rakennettu viitekehys eli matkakohteen vetovoima sekä laatu. Lomakkeen laatimisessa hyödynsin muun muassa aiemmissa luontomatkailuun liittyvissä tutkimuksissa käytettyjä kysymyksiä, joita muokkasinkin vastausvaihtoehtoineen tämän tutkimuksen tarkoituksiin sopiviksi. Noudatin lomakkeen suunnittelussa kauttalinjain KvantiMOTV- Menetelmäopetuksen tietovarannon (2019) ohjeistuksia. Kyselylomakkeen vastausohjeet sijoitin lomakkeen alkuun ja kerroin, että mikäli johonkin kysymyksistä tulee vastata poikkeavalla tavalla, on kysymyksen yhteydessä vastausohje. Sijoitin helpot kysymykset lomakkeen alkuun ja taustakysymykset, jotka koskivat esimerkiksi ikää ja sukupuolta, sijoitin lomakkeen loppuun. Pyrin suunnittelemaan lomakkeesta tiiviin, loogisesti etenevän ja ymmärrettävän kokonaisuuden, johon olisi nopea ja helppo vastata. Samaa asiaa koskevat kysymykset sijoitin peräkkäin ja kysymykset olivat pääasiassa monivalintakysymyksiä.

Kyselylomakkeessa kysyttiin vastaajien taustatietoja (ikä, kansalaisuus, sukupuoli, matkaseura ja matkan kesto), kyseisenä päivänä tehtyyn patikointireittiin liittyviä asioita, matkakohteen ja patikointireitin valintaan liittyviä seikkoja eli työntö- ja vetovoimatekijöitä, vastaajan harrastuneisuutta ja suhdetta patikointiin sekä patikointireitin laatuun liittyviä asioita. Lomakkeella kartoitettiin lisäksi asiakastyytyväisyyttä, ennako-odotusten toteutumista ja Mallorcalla patikoinnin suunnittelussa käytettyjä tiedonhakukanavia sekä käytettyjä karttoja.

Yleisesti ottaen kysymykset oli helppo laatia viitekehystä apuna käyttäen. Vaikeinta oli muodostaa tutkimusongelman kannalta oleelliset eli patikointireitin laatuun liittyvät kysymykset, sillä yksinkertaisten, mutta kattavien kysymysten laatiminen oli haastavaa. Lopulta päätin, että paras tapa arvioida laatua on laatia patikointireitin laadun eri osa-alueisiin liittyviä väittämiä, joita arvioidaan mielpideasteikolla. Laatukriteereiden arviointiasteikkona toimi viisiportainen Likertin asteikko. Laatuväittämät laadittiin pääosin kriteerien pohjalta, jotka Räsänen (2016) on maininnut retkeilyreitit suunnittelussa tärkeinä. Laatuväittämissä huomioitiin myös esimerkiksi luvuissa 2.3.1 (Patikointireitit ja niiden merkitseminen) ja 2.3.2 (Patikointi Mallorcalla) esiin tulevia asioita liittyen opastekokonaisuuden käyttöön merkityillä reiteillä. Väittämissä korostuivat laatukriteereistä saavutettavuus, elämyksellisyys, monikanavainen informaatio ja käytettävyys. Turvallisuus, ylläpito ja huolto sekä infrastruktuuri ja palveluvarustus olivat pienemmässä roolissa, mutta myös niihin liittyviä seikkoja sivuttiin. Laatukriteerit liittyvät tiiviisti toisiinsa, joten käytännössä moni väittämistä liittyi useamman kuin yhden kriteerin laatuun.

Avoimia kysymyksiä oli lomakkeessa lopulta viisi kappaletta. Niiden tarkoituksena oli, että tutkittava vastaisi kysymyksiin vapaasti omin sanoin eikä vastaaminen olisi rajattu tiettyihin vastausvaihtoehtoihin. Avoimia kysymyksiä kehoitetaan usein käyttämään harkiten, koska niihin saatetaan jättää vastaamatta tai vastaukset eivät vastaa tutkimuksen tarpeisiin (KvantiMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto 2019). Koin ne kuitenkin tarpeelliseksi muun muassa valitsemani tutkimusmenetelmän takia, koska avoimilla kysymyksillä voi saada nimenomaan laadulliselle tutkimukselle tyypillistä kuvailevaa tietoa, mutta myös sen vuoksi, että vastausvaihtoehtojen luetteleminen olisi pidentänyt lomakkeen pituutta tarpeettomasti, joka mainitaan avointen kysymysten eduksi myös KvantiMOTV - Menetelmäopetuksen tietovarannossa (2019). Alun perin aikomuksena oli tehdä lomakkeesta kaksipuolinen, mutta päätyessäni keräämään aineiston kokonaisuudessaan kyselylomakkeiden avulla lisäsin lomakkeeseen muutaman oleellisen kysymyksen, jolloin sen pituus kasvoi kolmeen sivuun. Tutkimuksen luotettavuutta pyrin parantamaan selkeillä kysymyksillä ja toisensa poissulkevilla vastausvaihtoehtoilla. Muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta (ikä, kansalaisuus ja sukupuoli) numeroin kysymykset sekä niiden vastausvaihtoehdot, jotta tietojen tallentaminen olisi myöhemmin vaivattomampaa. (KvantiMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto 2019.)

Tutkimuslomakkeet oli tarkoitus testata hyvän tutkimuskäytännön mukaisesti muutamalla tutkimuksen kohderyhmään kuuluvalla henkilöllä, mutta luovuin tästä ajanpuutteen ja matkakustannusten vuoksi. Tutkimuksen aineistonkeruupaikoille matkustamiseen kului aikaa noin 1,5-3 tuntia suunnatansa, jonka vuoksi päätin testata lomakkeen vain muutamalla lähipiiriin kuuluvalla, englantia hyvin

osaavalla henkilöllä. Heidän kommenttinsa perusteella muutin hieman joidenkin kysymysten rakennetta ja vastausvaihtoehtoja sekä poistin kysymyksiä, joissa oli toistoa. He kommentoivat kyselylomaketta myös hieman liian pitkäksi, mutta päätin kuitenkin olla tinkimättä pituudesta, koska kaikki lopulliseen lomakkeeseen jättämäni kysymykset olivat mielestäni tutkimuksen kannalta oleellisia.

Aineistonkeruun toteutus

Tutkimusaineisto kerättiin kahden päivän aikana maaliskuun vaihteessa 2019. Ensimmäisenä päivänä keräsin 15 kyselylomaketta ja toisena päivänä 11 lomaketta. Tutkimukseen osallistui siis yhteensä 26 henkilöä. Keräsin aineiston patikointireitin taukopaikoilla. Valtaosan lomakkeista keräsin patikointireitin päätepisteellä, Muletan retkeilymajalla, ja loput etapin varrella sijaitsevassa kahvilassa. Alueella oli molempina päivinä kymmeniä patikoijia, joten potentiaalisia tutkimukseen osallistujia olisi ollut enemmänkin, mutta koska lomakkeen täyttäminen vaati jonkin verran ohjausta, pidän keräämäni lomakkeiden määrää hyvänä.

Pyrin lähestymään potentiaalisia tutkimukseen osallistujia huomattessani heidän lopettaneen eväiden syönnin, odottavan tilausta kahvilan pöydässä tai olevan muuten kiireettömän näköisiä. Lähestyessäni mahdollisia tutkittavia, kysyin heiltä ensin puhuvatko he englantia, jonka jälkeen kerroin opiskelvani ja tekeväni opinnäytetyönäni tutkimusta liittyen Mallorcalla patikointiin. Kerroin etsiväni Mallorcan lomallaan patikoivia matkailijoita, jotka haluaisivat jakaa aiheeseen liittyviä kokemuksia. Kerroin kuinka kauan kyselylomakkeen täyttäminen kestää ja varmistin, että he ovat lomalla ja nimenomaan patikoimassa. Mikäli henkilöt olivat tutkimuksen kohderyhmään sopivia ja halukkaita osallistumaan, annoin heille kyselylomakkeen sekä kerroin yleiset vastausohjeet. Kävin läpi poikkeavat kysymykset, kuten kysymyksen kolme, jossa täytyi numeroida kolme tärkeintä syytä Mallorcalla matkustamiseen, avoimet kysymykset, joihin vastattiin omin sanoin sekä viimeisen kysymyksen 17, jossa tuli valita omaa mielipidettä lähinnä oleva vastausvaihtoehto Likertin asteikolta. Pyysin tutkimukseen osallistujia myös kertomaan heti, jos he eivät ymmärrä jotakin kysymyksistä, jotta voin selittää sen heille toisella tavalla.

Tutkimukseen osallistuttiin mielellään ja vain muutama henkilö kieltäytyi osallistumasta. Monet osallistujista vastasivat mielellään myös esittämiini lisäkysymyksiin ja muutamat heistä kertoivat keskustelujemme lomassa aiheeseen liittyvää lisätietoa ilman, että sitä erikseen kysyin. Tällä tavoin sain tietoa myös asioista, joista ei kysytty kyselylomakkeessa. Lomakkeeseen vastaaminen sujui mielestäni melko hyvin ja lähes kaikki tutkittavista vastasivat myös kaikkiin lomakkeessa esitettyihin avoimiin kysymyksiin, joten sain kattavasti myös vapaamuotoisia vastauksia. Lomakkeen sisältö oli oletettavasti valtaosin ymmärrettävä, sillä lisäohjeistusta ja apua pyydettiin ainoastaan muutamaaan laattaa arvioivan kysymyksen väittämistä.

4.3 Tutkimusaineiston käsittely ja analysointi

Laadullisessa tutkimuksessa ei ole merkitystä aineiston määrällä vaan pienempikin aineisto riittää. Määrää tärkeämpää on aineiston kattavuus, edustavuus ja, että sen avulla on mahdollista löytää

vastauksia tutkimusongelmaan sekä päästä tutkimuksen tavoitteisiin. (Vilkkä 2017, 97-98.) Harkinanvaraisesti kerätty laadullinen tutkimusaineisto analysoidaan yksityiskohtaisesti ja pyritään löytämään selityksiä tietynlaisiin käyttäytymismalleihin (Heikkilä 2014, 16). Kvalitatiivisessa analyysissä on tavoitteena ymmärtää ja tulkita aineistoa, kun taas kvantitatiivisessa tilastolliset menetelmät ovat käytetyimpiä. Tosin myös laadullisen tutkimuksen analysoinnissa voi hyödyntää osin myös määrällisiä menetelmiä ja kvantifioida aineistoa. (Luoma, Karjalainen ja Reinikainen 2011, 454-455.) Hirsjärvi ym. (2014, 182) sekä Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka (2006) mainitsevat, että vaikka laadullisen tutkimuksen aineistosta ei pääsääntöisesti tehdä yleistettäviä johtopäätöksiä, voidaan yksittäisiä tapauksia tarkasti tutkimalla selvittää, mitkä seikat toistuvat yleisemmällä tasolla.

Tämän tutkimuksen aineistonanalyysi eteni pitkälti Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan (2006) kuvaamin tavoin. Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan mukaan aineiston analyysi sisältää erilaisia vaiheita, kuten aineiston lukemista ja järjestelyä, sisällönerittelyä, jäsentämistä ja pohdintaa. Analyysi voi sisältää aineiston luokittelua aiheiden ja teemojen perusteella sekä tutkimusongelman kannalta keskeisten asioiden tarkastelun esiintymistä aineistossa. Tutkimuksen tarkoitus on tärkeä muistaa analyysiä tehdessä, sillä tutkimuskysymykset osoittavat, mikä on tutkimuksen kannalta olennaista tietoa eli, mitä aineistosta on tarpeellista nostaa esille. Tässäkin tutkimuksessa tutkimuksen tavoitteet olivat aineistoa analysoidessa keskiössä, sillä aineistosta etsittiin ensisijaisesti vastauksia tutkimukselle asetettuihin tutkimuskysymyksiin ja keskityttiin siihen osaan aineistosta, joka oli tutkimuksen tarkoituksen kannalta keskeistä.

Erlaisia analysointitapoja oikein käyttämällä ja yhdistelemällä voi parhaassa tapauksessa tehdä paremman laadullisen tutkimuksen. Hyvässä ja tasapainoisessa analyysissä ei käytetä ainoastaan valmiita aineistositaatteja vaan yritetään myös tulkita tutkimusaineistoa. Aineistoa kvantifioimalla voidaan esimerkiksi osoittaa, että tehdyt päätelmät eivät ole pelkkiä oletuksia. Laadullisen tutkimuksen kvantifiointi voi tarkoittaa siinä esiintyvien koodien tai teemojen laskemista. Koodaaminen on esimerkiksi tekstissä toistuvien samankaltaisuuksien merkitsemistä ja luokittelua käyttämällä alleviivauksia tai värejä. Koodauksen avulla voi selkeyttää aineiston sisältöä, kartoittaa mitä tutkimusaiheeseen liittyvää siinä on sekä helpottaa aineiston käsittelyä ja analysointia. (Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka 2006.) Tuomi ja Sarajärvi (2018, 101) mainitsevat, että kvalitatiiviset aineistot ovat usein niin suppeita, että kvantifiointista ei ole välttämättä merkittävää hyötyä tutkimustulosten kannalta. Tämän opinnäytetyön aineisto oli kuitenkin verrattain laaja laadulliseksi aineistoksi, 26 kyselylomaketta, joten kvantifiointilla oli mahdollista saada laatuja kuvailua tukevaa lisätietoa.

Miten käsittelin ja analysoin aineistoa?

Helpottaakseni aineistonkäsittelyä numeroin kyselylomakkeet saman tien saatua ne takaisin vastaajilta. Käytin lomakkeissa juoksevaa numerointia ja merkitsin niihin lisäksi aineistonkeruupaikan sekä päivämäärän. Mikäli kysyin tutkimuksen osallistujilta jotain lisäkysymyksiä tai he kertoivat muuten jotain aiheeseen liittyvää, kirjoitin vastaukset kyseisen vastaajan kyselylomakkeeseen. Tältä pohjalta oli myös helppo aloittaa tutkimusaineiston käsittely.

Heti aineistonkeruuta seuraavana päivänä syötin keräämiäni kyselylomakkeiden tiedot laatimaani Excel-taulukkoon. Tiedot oli nopea ja helppo syöttää, koska olin pääosin numeroinut kysymyksiin annetut vastausvaihtoehdot jo kyselylomakkeeseen, ja käytännössä vain siirsin vastaukset (numerot) Excel-taulukkoon. Kysymykset, joiden vastausvaihtoehtoja en ollut numeroinut kyselylomakkeeseen, numeroin jälkikäteen, jotta niiden käsittely olisi helpompaa. Monivalintakysymysten jokaiselle vastaukselle oli taulukossa oma sarake. Avointen kysymysten vastaukset kirjoitin sanasta sanaan niille varattuihin sarakkeisiin ja lisäsin taulukkoon ylimääräisen sarakkeen myös omia huomioita sekä suullisesti annettuja kommentteja varten. Muutamasta lomakkeesta puuttui vastauksia tai vastaus oli puutteellisesti merkitty. Puuttuvista tiedoista huolimatta huomioin tutkimuksessa myös osittain puutteellisesti tai virheellisesti täytetyt lomakkeet, koska niissä oli paljon myös hyödynnettävissä olevaa tietoa.

Merkittyäni kaikki tiedot Exceliin, laadin jokaisesta numerodataa sisältävän kysymyksen vastauksesta taulukon. Taulukot auttoivat näkemään vastausjakaumat selkeämmin ja niiden avulla oli myöhemmin mahdollista laatia tekstiä visualisoivia kuvioita. Taulukoiden laatimisen jälkeen tutustuin huolellisesti avoimiin kysymyksiin annettuihin vastauksiin käymällä niitä läpi useampaan kertaan. Tultuani tutuksi aineistoni kanssa, jäsentelin sitä etsimällä vastauksista yhtäläisyyksiä sekä tutkimusongelmaa valaisevaa tietoa. Ryhmittelin tutkittavien vastauksia niissä esiintyvien samankaltaisuuksien mukaan koodaamalla aineistoa käyttäen värejä ja alleviivauksia.

Jäsennellyäni ja ryhmiteltyäni aineistoa kysymyksittäin, pohdin millaista tietoa kuhunkin kysymykseen annetut vastaukset antavat tutkimusongelman kannalta. Toki olin jo kyselylomaketta laatiesani miettinyt, millaista tietoa kullakin kysymyksellä tavoittelen, mutta aineistoa tulkitessani mietin kriittisesti, mikä tieto on tutkimuksen kannalta oleellista sekä, mitä se ensisijaisesti kertoo. Jaottelin kysymykset ja niiden vastaukset kolmen kokonaisuuden alle: patikointi harrastuksena, vetovoimatekijät ja patikointireitin laatu, jonka jälkeen avasin ja tulkitsin aineistoa tarkemmin kunkin kokonaisuuden alle. Tapani käsitellä aineistoa oli vahvasti teoriasidonnainen, koska tutkimukseni viitekehys ohjasi aineiston käsittelyä. Aluksi tulkitsin ja analysoin aineistoa kuitenkin aineistolähtöisesti, jonka jälkeen otin viitekehysten ja, esimerkiksi siinä esittelemäni aiemmat tutkimukset, avuksi aineiston analyysiin ja tulkintaan.

4.4 Luotettavuuden arviointi

Tutkimuksen luotettavuuden tarkastelu ja arvioiminen on oleellinen osa tutkimusta. Viimeistään raportointivaiheessa tulee arvioida sen reliabiliteettia eli onko tehty tutkimus toistettavissa ja validiteettia eli onko siinä tutkittu sitä mitä oli tarkoitus. Tutkimuksen ulkoinen validius tarkoittaa tutkimuksen yleistettävyyttä ja sisäinen validius puolestaan sitä ovatko siinä käytetyt käsitteet teorian mukaiset ja tarpeeksi kattavat. (Metsämuuronen 2011a, 60, 72-73.)

Tuomi ja Sarajärvi (2018, 120, 122-123) mainitsevat, että laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arviointiin ei ole olemassa samanlaista selvää kaavaa kuin määrällisen tutkimuksen. Kvalitatiivisen

tutkimuksen luotettavuuden voi kuitenkin ajatella rakentuvan raportin johdonmukaisesta rakenteesta, jonka osiot liittyvät saumattomasti toisiinsa, jossa kerrotaan avoimesti ja yksityiskohtaisesti, miten tutkimus on tehty sekä perustellaan, miten kyseisiin valintoihin on päädytty. Toisin sanoen kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta voi parantaa kertomalla tutkimusraportissa selkeästi ja kattavasti tutkimusprosessista sekä tutkimuksen eri vaiheista. Tutkimuksen eettisyyteen liittyviä asioita on lukuisia, mutta esimerkiksi tiedonkeruuta ja haastatteluja ajatellen tärkeitä seikkoja ovat luottamus, yksityisyys ja tutkimuksen kohteina olevien henkilöiden suostumus tutkimukseen (Hirsjärvi ja Hurme 2008, 20).

Mielestäni luotettavuus toteutui opinnäytetyössäni hyvin, koska olen kirjoittanut tutkimukseni huomioiden Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 20) neuvot luotettavuuteen vaikuttavista tekijöistä. Olen kirjoittanut raportin johdonmukaisesti sekä kertonut avoimesti ja kattavasti tutkimusprosessin eri vaiheista sekä sen varrella tekemistäni valinnoista. Olen toiminut myös tieteelliselle tutkimukselle annettujen eettisten periaatteiden mukaisesti ja huomioinut Hirsjärven ym. (2014, 23-27) mainitsemat, tutkimuksen tekoon liittyvät eettiset tekijät. Olen noudattanut muun muassa tarkkuutta ja huolellisuutta ilmoittamalla selkeästi hyödyntämieni tekstien alkuperän sekä käyttänyt tarkkoja lähdemerkintöjä tekstissä ja lähdeluettelossa. Tulokset olen esittänyt kriittisesti ja kertonut rehellisesti tuloksia muuttamatta, millä perusteella olen päätenyt tekemiini johtopäätöksiin. Tutkimusaineiston keräys ja käsittely on ollut täysin luottamuksellista. Tutkimukseen osallistuminen oli täysin vapaaehtoista ja kerroin kaikille osallistujille, millaisesta tutkimuksesta on kysymys ja, millä tavoin tulen heidän antamia tietoa käsittelemään.

Tutkimuksen luotettavuuteen liittyvät puutteet liittyvät pääosin aineistonkeruussa käytettyyn kyselylomakkeeseen, koska kyselylomaketta käytettäessä ei voi olla koskaan täysin varma onko kysymykset ymmärretty oikein tai vastaukset annettu totuudenmukaisesti. Tutkimuksen luotettavuutta aineistonkeruun osalta olisi voinut parantaa testaamalla kyselylomake tutkimuksen kohderyhmään kuuluvilla vastaajilla, jolloin sen mahdolliset heikkoudet olisivat tulleet kenties paremmin esille. Kyselylomake oli englanninkielinen, mutta yhdenkään tutkimukseen osallistuneen äidinkieli ei ollut englanti. Valtaosa tutkittavista oli saksalaisia, joten luotettavuutta olisi voinut parantaa laatimalla saksankielinen kyselylomake englanninkielisen lomakkeen lisäksi, jolloin kielestä aiheutuvat väärinymmärryksen riskit olisivat vähentyneet. Luotettavuutta parantaa se, että olin itse aineistonkeruutilanteessa läsnä, annoin tutkimukseen osallistuneille selkeät vastausohjeet ja tarkensin tarvittaessa kysymysten sekä vastausvaihtoehtojen merkitystä. Kyselylomakkeen avoimiin kysymyksiin annettujen vastausten perusteella kysymykset olivat ymmärrettäviä, sillä tutkittavat vastasivat juuri siihen, mitä kysyttiin.

5 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 Tutkimustulokset

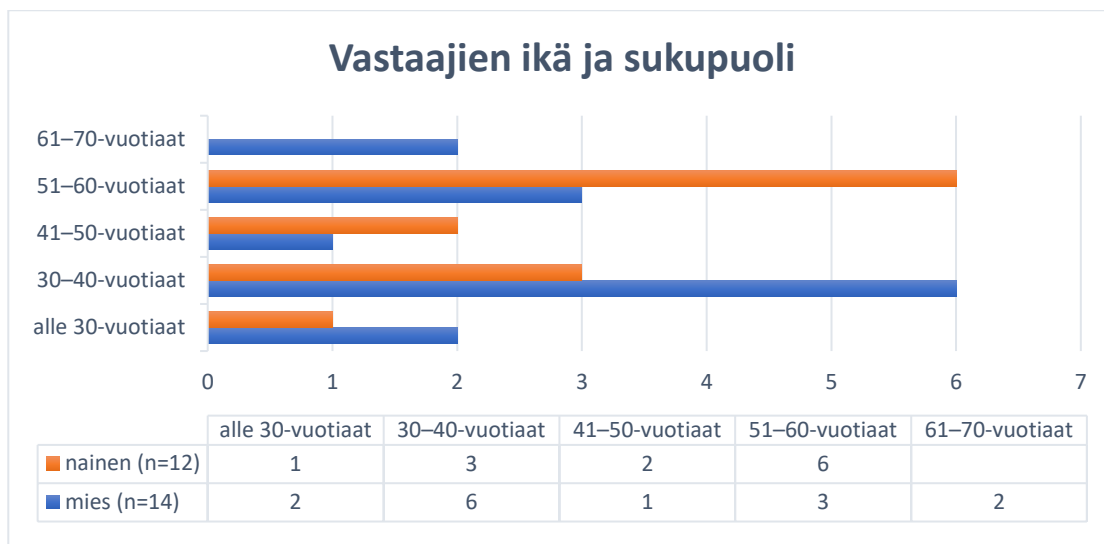
Tutkimustulokset on jaettu kolmen kokonaisuuden alle: patikointi harrastuksena, vetovoimatekijät ja patikointireitin laatu. Tulokset esitellään muun raportin tavoin suomeksi, mutta tutkimusaineistosta lainatut suorat sitaatit ovat englanniksi. Sitaatit ovat täysin siinä muodossa, jossa tutkittavat ovat ne kyselylomakkeeseen kirjanneet eikä niitä ole muutettu millään tapaa. Huomioitavaa on, että vaikka tulosten esittelyssä käytetään suhteellisen paljon kvantifiointia, ei tutkimusaineiston perusteella ole tarkoitus tehdä yleistyksiä. Tutkimus on laadullinen ja tutkimusaineisto suppea, joten tutkimustulokset kuvaavat tutkimukseen osallistunutta kohdejoukkoa eikä tulosten perusteella voi tehdä yleistyksiä.

Tutkimukseen osallistuneista kuusi henkilöä patikoi jollakin toisella kuin tarkastelun kohteena olleella reitillä (GR 221, etappi neljä), mutta myös heidän antamistaan vastauksista huomioitiin valtaosa. Muilla kuin tutkimuksen kohteena olleella reitillä patikoivien vastaukset jätettiin huomioimatta esimerkiksi kyselylomakkeen viimeisen kysymyksen 17 kohdalla, jossa arvioitiin patikointireitin laatua Likertin asteikolla. Myös patikointireitin laadun kuvailussa hyödynnettyjen avointen kysymysten vastauksista on käytetty ainoastaan etapilla Can Boi - Muleta patikoineiden kommentteja.

Tutkimukseen osallistuneet

Tutkimukseen osallistui yhteensä 26 henkilöä, joista naisia oli 12 ja miehiä 14. Yhtä tanskalaista miestä lukuun ottamatta, kaikki vastaajat olivat saksalaisia. Tutkimukseen osallistui hyvin eri ikäisiä henkilöitä, mutta yli 70-vuotiaita ei joukossa ollut lainkaan. Kuviossa 6 on esitetty tutkimukseen osallistujat iän ja sukupuolen mukaan. Kuten kuviosta voidaan havaita, oli vastaajien joukossa eniten 30–40-vuotiaita ja 51–60-vuotiaita. Tutkimukseen osallistuneista naisista oli enemmistö 51–60-vuotiaita ja miehistä 30–40-vuotiaita. Tutkimukseen osallistuneiden patikoijien profiili noudattaa pitkälti aiempien tutkimusten muodostamaa käsitystä tyypillisestä Mallorcalla patikoivasta ulkomaalaisesta, sillä myös aiemmissa Mallorcalla tehdyissä tutkimuksissa on tullut esille saksalaisten patikoijien suuri määrä. Iältään tämän tutkimuksen osallistujat olivat keskimäärin hieman nuorempia kuin aiempiin tutkimuksiin osallistuneet.

Valtaosa vastanneista oli patikoimassa yhdessä perheen tai ystävien kanssa, sillä kuudentoista vastanneen matkaseurana oli perhe ja yhdeksän matkaseurana oli ystävä. Vain yksi vastanneista kertoi patikoivansa yksin. Lomamatkan yleisin kesto oli yksi viikko (13 vastaajaa) ja toiseksi yleisin 4–6 päivää (9 vastaajaa). Vain neljä vastaajista ilmoitti muun keston, joka oli kahden vastaajan kohdalla 11 päivää ja kahden vastaajan tapauksessa 12 päivää. Tutkimukseen osallistuneista 15 henkilöä oli useamman päivän vaelluksella eli heidän tarkoituksenaan oli kulkea pitkänmatkan reitistö GR 221 joko osittain tai kokonaisuudessaan sekä yöpyä matkan varrella sijaitsevilla retkeilymajoissa (refuges). Suurin osa tutkimukseen osallistuneista oli patikoimassa Mallorcalla ensimmäistä kertaa, mutta jopa seitsemän vastaajista kertoi patikoineensa Mallorcalla myös aiemmin. Viisi heistä oli patikoinut Mallorcalla kerran aiemmin, yksi kolme kertaa aiemmin ja yksi neljä kertaa.



KUVIO 6. Vastaajien ikä ja sukupuoli (n=26).

5.1.1 Patikointi harrastuksena

Jotta tutkimukseen osallistuvien suhteesta patikointiin voitaisiin muodostaa käsitys, kysyttiin heiltä useita kysymyksiä liittyen patikoinnin harrastamiseen yleisesti ja lomaillessa. Tutkittavilta tiedusteltiin kuinka usein he normaalisti patikoivat, miksi he patikoivat, kuinka usein he patikoivat lomillaan sekä millaisia vaelluksia he mieluiten tekevät lomaillessaan. Kysymykset olivat yhtä avointa kysymystä lukuun ottamatta monivalintakysymyksiä.

Suhde patikoinnin harrastamiseen

Kysyttäessä tutkittavilta kuinka usein he harrastavat patikointia, jakoutuivat vastaukset aika tasaisesti eri vaihtoehtojen välille niin, että kaikki muut paitsi vaihtoehto ”2-3 kertaa viikossa” saivat kannatusta. Kaikki tutkimukseen osallistuneet vastasivat kysymykseen ja selvisi, että useimmat tutkittavista harrastavat patikointia vähintään neljä kertaa vuodessa. Vain kolme vastaajista kertoi harrastavansa patikointia harvemmin kuin neljä kertaa vuodessa. Kysymyksessä seitsemän kysyttiin puolestaan, kuinka usein he patikoivat lomillaan. Taulukkoon 1 on koottu näiden molempien kysymysten vastaukset, jotta olisi helpompaa havaita onko patikoinnin harrastamisaktiivisuudella yleisesti ja lomalla nähtävissä yhteyttä toisiinsa.

TAULUKKO 1. Patikoinnin harrastusaktiivisuus yleisesti ja lomalla (n=26).

Patikoinnin harrastusaktiivisuus	Patikoinnin harrastaminen lomalla			
	joka lomalla	melkein joka lomalla	harvemmin	yht.
yleensä				
kerran viikossa	6	1		7
kerran kuukaudessa	1	6		7
neljä kertaa vuodessa	1	3	5	9
harvemmin			3	3
yhteensä	8	10	8	26

Taulukon 1 jakaumia voi tulkita niin, että ne henkilöt, jotka patikoivat usein arkena eli kerran viikossa tai kerran kuukaudessa, vaikuttaisivat olevan aktiivisia patikoijia myös lomaillessaan, koska he kertoivat patikoivansa joko joka lomalla tai melkein joka lomalla. Patikointia neljä kertaa vuodessa harrastavien patikointiaktiivisuus puolestaan vaihteli vastaajittain, sillä kaikki vaihtoehdot saivat kannatusta.

Kysymyksessä yhdeksän kysyttiin, millaisia vaelluksia tutkimukseen osallistujat tekevät mieluiten lomaillessaan. Tutkittavista 25 henkilöä vastasi kysymykseen ja vastausten perusteella päivävaellukset olivat vastaajien keskuudessa kaikkien suosituimpia. Päivävaelluksia kertoi tekevänsä mieluiten 12 vastaajaa, usean päivän kestäviä vaelluksia kuusi vastaajaa ja molempia seitsemän vastaajaa.

Tärkeimmät motiivit patikointiharrastuksen taustalla

Kysymyksessä kuusi, vastaajia pyydettiin kertomaan omin sanoin tärkeimpiä syitä patikointiin. Kysymykseen vastasi 22 henkilöä ja useimmat heistä mainitsivat vähintään kaksi syytä patikointiharrastukseensa. Vaikka vastauksia ei ollut paljon, oli niissä huomattavissa yhtäläisyyksiä, sillä tietyt syyt toistuivat vastauksissa.

Seuraavat asiat saivat eniten mainintoja (mainintojen määrä suluissa):

- luonto (14)
- rentoutuminen (7)
- uusien ihmisten tapaaminen tai yhdessäolo ystävien ja perheen kanssa (6)
- liikkuminen/urheilu (6)
- ulkona olo (5).

Myös maisemat (4), valokuvaus (2), meditaatio (2) sekä työn ja vapaa-ajan välinen balanssi (2) mainittiin syinä patikointiin. Muita mainittuja syitä olivat muun muassa hiljaisuus, ympäristöystävällinen tapa matkustaa, ”piilotettujen” paikkojen löytäminen, itsensä haastaminen, rauhallisuus, raikas ilma, terveys sekä uusien varusteiden testaaminen.

Patikoinnin ja luonnon välinen yhteys tuli vastauksissa vahvasti esille, sillä luonto oli selkeästi eniten mainintoja saanut syy patikointiharrastuksen taustalla. Patikoinnin todetaan olevan tyypillinen luonnossa harrastettava aktiviteetti (Luontoon.fi 2018.b) ja vastauksissa esiintyvät Tyrväisen, Savosen ja Simkinin (2017) mainitsemat tyypillisimmät luonnossa liikkumiseen liitetyt motiivit: kauniiden maisemien katseleminen, luonnon kokeminen, liikkuminen, rentoutuminen ja rauhoittuminen. Kysymykseen vastattiin melko monisanaisesti ja aiemmin mainitut syyt ovat vain poimintoja vastauksista. Luonto esiintyi vastauksissa eri yhteyksissä ja sitä voi vastausten perusteella kuvailla patikoinnin vetovoimatekijäksi, jonka koetaan tuottavan hyötyä monin eri tavoin. Patikointiharrastuksen taustalla vaikuttaisi olevan useimmiten useampi kuin yksi motiivi ja esimerkiksi luonnon maininneet vastaajat kuvaavat vastauksissaan vielä tarkemmin mikä luonnossa vetää puoleensa:

- *"I love the nature and the silence."*
- *"Come together to nature."*
- *"Work-life balance, movement + relaxing in nature after office job."*
- *"Nature, change from every day work life, spending time with friends."*
- *"I am moving and see I more details of nature and surroundings."*
- *"Relaxing, calmness, fresh air, being outside, taking photos."*

Myös Järviluoman (2006, 157, 160) tutkimuksessa tuli esille, että matkailijoiden harrastusmotiivit liittyvät pitkälti luontokokemuksiin, mutta luonnon merkitystaso ja harrastamisen motiivit vaihtelevat harrastettavan aktiviteetin mukaan. Järviluoman tekemien tulkintojen mukaan vaeltajille luonto on yleisimmin havainto- tai elämysympäristö tai itseisarvo.

5.1.2 Vetovoimatekijät

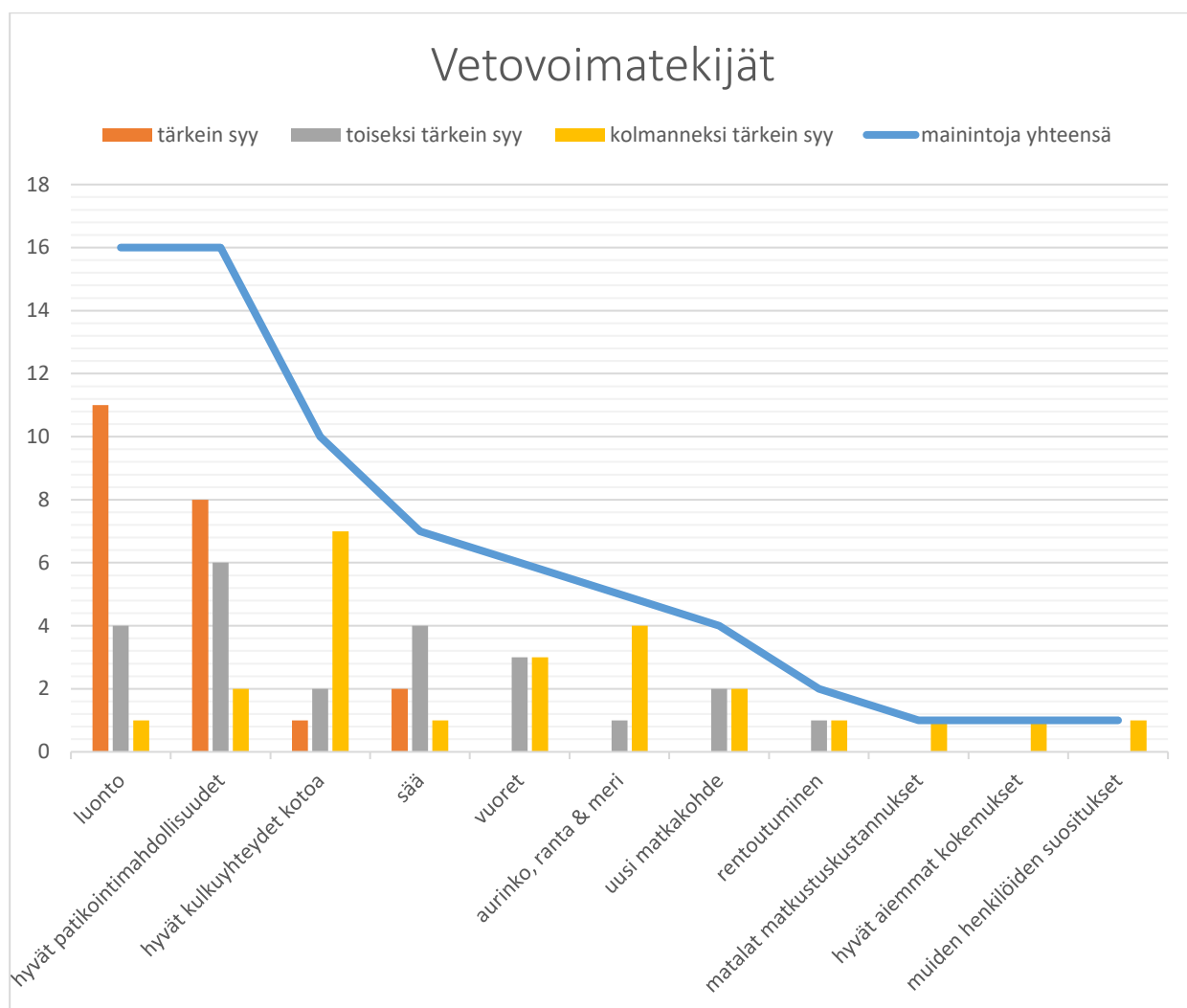
Vetovoimatekijöihin liittyviä asioita tiedusteltiin useissa kyselylomakkeen kysymyksissä. Kysymyksissä tiedusteltiin tärkeimpiä syitä Mallorcan matkakohteeksi valinnan taustalla, kuinka paljon patikoinnilla on yleisesti vaikutusta matkakohteen valintaan, kuinka usein tutkittavat patikoivat lomallaan, ovatko he patikoineet Mallorcalla aiemmin sekä kuinka monta vaellusta he aikovat tällä lomalla tehdä.

Mallorcan vetovoimatekijät

Kysymys kolme keskittyi pääasiallisesti Mallorcan vetovoimatekijöihin ja siinä täytyi kertoa numerojärjestyksessä kolme tärkeintä syytä Mallorcalle matkustamiseen. Kolmen kyselylomakkeen täyttäneen patikoijan vastaukset jätettiin pois vertailusta, koska valittuja vetovoimatekijöitä ei ollut numeroitu eikä vastauksia näin ollen voitu käyttää. Valmiita vastausvaihtoehtoja kysymykseen oli 18, joista kaikkiaan 11 mainittiin yhdeksi kolmesta tärkeimmästä syystä vähintään kerran.

Vetovoimatekijöistä erottuivat selkeästi luonto ja hyvät patikointimahdollisuudet, jotka molemmat mainittiin yhteensä 16 kertaa yhtenä tärkeimmistä matkakohteen valintaan johtaneista syistä. Muita tärkeimmiksi syiksi valittuja olivat: hyvät kulkuyhteydet, sää, vuoret, aurinko, meri ja ranta, uusi kohde, rentoutuminen, matalat matkustuskustannukset, hyvät aiemmat kokemukset sekä muiden henkilöiden suositukset. Rentoutumista, säätä, aurinkoa, merta ja rantaa voi määritellä myös matkalle lähtöön vaikuttaneiksi työntövoimatekijöiksi.

Kuviosta 7 voi havaita, että tärkeimmät kohdevalintaan vaikuttaneet syyt olivat selkeästi luonto, hyvät patikointimahdollisuudet sekä hyvät kulkuyhteydet. Luonto valittiin tärkeimmäksi vetovoimatekijäksi 11 kertaa ja hyvät patikointimahdollisuudet kahdeksan kertaa. Hyvät kulkuyhteydet kotoa valittiin yhdeksi tärkeimmistä syistä 10 kertaa, joista kerran tärkeimpänä. Huomioitavaa on, että vuoret ovat luontoon liittyvä vetovoimatekijä, kuten myös aurinko, ranta ja meri, joka ennestään vahvistaa luonnon merkitystä Mallorcalle matkanneiden vetovoimatekijänä.



KUVIO 7. Mallorcan vetovoimatekijät (n=23).

Jos tutkimukseen osallistuneiden matkakohteen valintaprosessia tulkitsee esimerkiksi Järviluoman (2006, 107) matkakohteen valintaprosessia kuvaavaa kuviota apuna käyttäen (kuvio 5, sivu 34) voi luontoa sekä hyviä patikointimahdollisuuksia pitää nimenomaan kohdeattraktion (Mallorcan) vetovoimatekijöinä ja hyviä kulkuyhteyksiä enemmänkin reunaehtona, jotka ovat mahdollisesti vaikuttaneet valintaan vertaillen eri matkakohteita keskenään.

Mallorcaa perinteisesti liitetyt vetovoimatekijät aurinko, ranta ja meri sekä sää, saivat kannatusta, mutta niiden merkittävyys patikointia lomallaan harrastavien kohdevalinnassa vaikuttaisi olevan kuitenkin pienempi. Olisikin mielenkiintoista esittää sama vetovoimatekijöitä koskeva kysymys erilaisessa ympäristössä Mallorcalla tavattaville matkailijoille. Voisi kuvitella, että esimerkiksi rannalla tai ostoskeskuksessa kysymykseen vastaavien henkilöiden vastauksissa painottuisivat hyvin erilaiset vetovoimatekijät kuin patikoiden keskuudessa. Toisaalta myös kysymyksen asettelulla ja vastausvaihtoehdoilla on merkitystä annettuihin vastauksiin. Esimerkiksi García Sastren ym. (2015) tutkimuksessa kysyttiin Mallorcalla lomallaan patikoivilta, mikä oli tiettyjen seikkojen tärkeys heille patikointikohdetta valitessa. Kysymykseen annetuista vaihtoehdoista erottuivat merkittävimpinä: sää, rannikon viehättävyys sekä kulkuyhteydet matkakohteeseen.

Luonto on noussut esille kohdevalintaan vaikuttava tekijänä myös aiemmissa luontomatkailuun liittyvissä tutkimuksissa. Järviluoman (2006, 161) tutkimuksessa tuli ilmi, että luonnolla ja siihen yhdistetyillä komponenteilla, kuten luonnon hiljaisuudella, rauhalla ja kauniilla maisemilla on merkitystä matkakohteen valintaan. Järviluoma toteaa lisäksi, että luonnon merkitys korostuu matkakohteen valinnassa, mikäli matkakohteessa harrastettava aktiviteetti, kuten vaellus, rakentuu pääasiallisesti luontoelämyksistä.

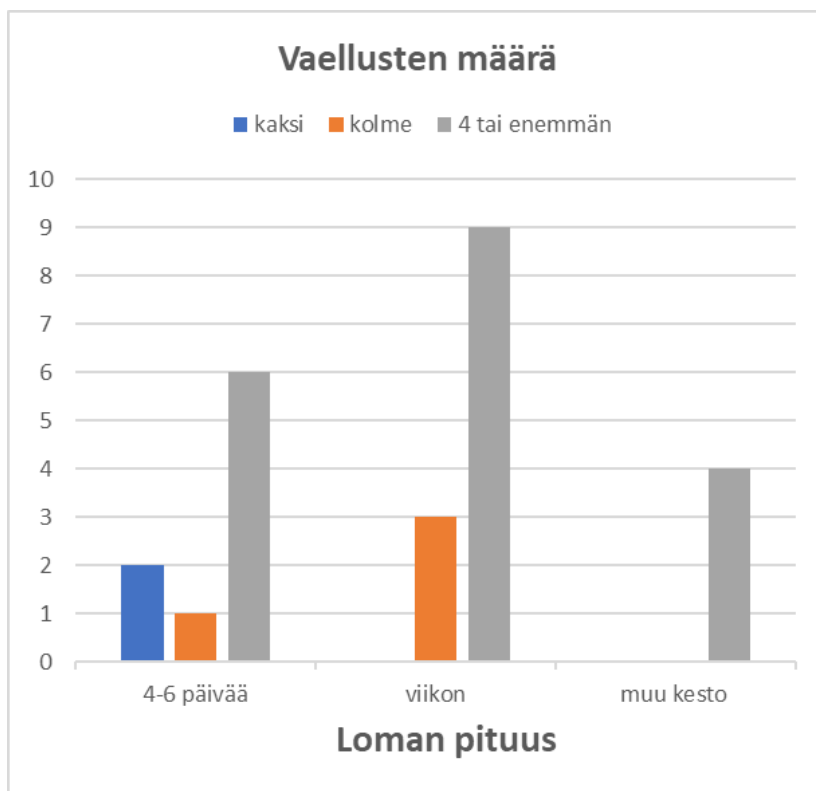
MEK:n (2010b) tutkimuksen mukaan patikointia lomallaan harrastavien matkan tarkoituksena on usein luonto, sillä 60 % tutkimukseen osallistuneista kertoi, että he olivat matkustaneet luontomatkailutarkoituksessa edellisen kolmen vuoden aikana. Myös Järviluoman (2017) toteuttamassa Kuusamon alueen suomalaisten kävijöiden asiakasprofiilia kartoittavassa matkailijatutkimuksessa selvitetiin matkakohteen valintaan vaikuttaneita seikkoja. Matkailututkimukseen osallistuneet saivat vapaasti kertoa, minkä vuoksi he olivat valinneet Kuusamon matkakohteeseen eli mitkä olivat olleet tärkeimpiä vetovoimatekijöitä. Teemoiteltujen vastausten tärkeimmiksi kohdevalintaan vaikuttaneiksi syiksi osoittautuivat luonto, harrastusmahdollisuudet sekä sijainti. Kuusamo on matkakohteena hyvin erilainen verrattuna Mallorcan, mutta kohdevalintaan vaikuttaneet syyt ovat täysin samat kuin tähän tutkimukseen osallistuneiden patikojien.

Patikoinnin merkitys lomakohteen valinnassa

Kysymyksessä kahdeksan tiedusteltiin, mikä on patikoinnin tärkeys matkakohdetta valittaessa. Vastaukset jakaantuivat kaikkien neljän vastausvaihtoehdon kesken eli patikoinnin tärkeys vaihteli henkilöittäin. Patikoinnilla vaikuttaisi kuitenkin vastausten perusteella olevan ainakin jonkinasteista merkitystä, sillä jopa 14 vastaajaa mainitsi sen yhdeksi pääsystä ja kaksi kertoi patikoinnin olevan kohdevalinnan pääsyy. Toisaalta seitsemän vastaajaa mainitsi myös, että patikointi ei ole kohdevalinnan kannalta tärkeä syy ja kaksi vastaajaa kertoi patikoinnin olevan vähemmän tärkeä syy. Huomionarvoista on, että patikoinnin merkitystä lomakohteen valinnassa kysyttiin yleisellä tasolla eikä pelkästään tämän kertaisen kohdevalinnan yhteydessä.

Mallorcan lomalla tehtävien vaellusten määrä

Vaikka osa vastaajista kertoi kysymyksen kahdeksan yhteydessä, että patikointi ei ole yleisesti ottaen matkakohteen valinnassa tärkeä tai että se on vähemmän tärkeä syy, vaikuttaa se kuitenkin olevan Mallorcan lomalla merkittävässä roolissa. Kysymykseen yksitoista annettujen vastausten perusteella patikoinnin voi nimittäin sanoa olevan selkeästi yksi Mallorcan loman pääaktiviteeteista. Kysymyksessä tiedusteltiin, kuinka monta vaellusta Mallorcan loman aikana oli tarkoitus tehdä. Jopa 19 vastaajista kertoi aikovansa tehdä lomansa aikana neljä tai useampia vaelluksia. Neljä vastaajaa kertoi aikovansa patikoida kolme kertaa ja kaksi vastaajaa kaksi kertaa. Jos suhteuttaa patikointiin käytettäviä päiviä Mallorcalla oleskelun keston (kuvio 8), voi todeta, että useimmat tutkimukseen osallistuneista käyttivät patikointiin lomansa aikana huomattavan määrän päiviä riippumatta loman kestosta. Huomioitavaa kuitenkin on, että ainakin 15 kaikista tutkimukseen osallistuneista 26:sta patikojasta, oli usean päivän kestäväällä pitkänmatkan vaelluksella, joka selittää osaltaan loman aikana tehtävien vaellusten määrää.



KUVIO 8. Vaellusten määrä loman aikana (n=25).

Mallorcan matkan päätarkoitus

Patikointi korostui vetovoimatekijänä myös muihin kysymyksiin annetuissa vastauksissa. Kysymys neljä, jossa tiedusteltiin, mikä on Mallorcan matkan päätarkoitus ja, mitä loman aikana on tarkoitus tehdä, lisättiin kyselylomakkeeseen ensimmäisen aineistonkeruupäivän jälkeen. Kysymyksen tavoitteena oli hankkia tutkittavien Mallorcan matkan päätarkoituksesta vielä tarkempi käsitys. Kysymyksen vastattiin vapaasti omin sanoin ja kaikki kyselylomakkeen toisena aineistonkeruupäivänä täytäneet vastasivat kysymykseen, joten vastauksia saatiin yhteensä 11 kappaletta. Kysymykseen vastattiin lyhyesti ja tutkittavat mainitsivat vastauksissaan yhdestä kolmeen syytä. Matkan päätarkoitus ei jäänyt vastausten perusteella kuitenkaan epäselväksi, sillä kymmenen yhdestätoista kysymykseen vastanneesta kertoi patikoinnin olevan matkansa päätarkoitus. Muita patikoinnin lisäksi mainittuja syitä olivat rentoutuminen (3 mainintaa) ja meri (2 mainintaa). Yksittäisiä mainintoja saivat lisäksi sää, nähtävyyksien katselu, ruoka sekä ajan viettäminen isojen kaupunkien ulkopuolella. Yksi vastaajista kuvaili matkansa tarkoitusta näin: *“Taking a few days off before the start of the new semester, hiking with my family and enjoying the nature”*.

Patikointireitin valintaan johtaneet syyt

Kysymyksessä 14 tiedusteltiin puolestaan, minkä vuoksi vastaajat olivat valinneet juuri kulkemansa patikointireitin. Kysymys oli muodoltaan avoin ja vastaajat saivat vapaasti kertoa valintaan johtaneita syitä. Käytännössä tällä kysymyksellä kartoitettiin tutkimuksen kohteena olevan reitin (Can Boi - Muleta) vetovoimatekijöitä. Vastauksissa mainittiin muun muassa maisemat (neljä kertaa) ja luonto (kuusi kertaa). Luontoon liittyvät syyt korostuivat tämän kysymyksen vastauksissa, sillä myös luon-

non vetovoimaisuuteen liittyvät rentoutuminen ja hiljaisuus olivat mainittujen syiden joukossa. Kahdeksan tutkittavaa mainitsi patikointireitin valintaan vaikuttaneen sen, että kyseinen patikointireitti on osa GR 221 reitistöä, jonka he olivat kävelemässä kokonaisuudessaan tai osittain.

Muutama vastaajista kertoi myös, kuinka oli päätyntä valitsemaan nimenomaan GR 221:n kulkemakseen pitkänmatkan reitistöksi mainitsemalla siihen liittyviä vetovoimatekijöitä: *“the way at the coast”* ja *“long distance trail along the sea that can be walked in early april”*. Näistä vastauksista päätellen GR 221:n sijainti pääosin rannikkoa myötäilevänä vaellusreitistönä vaikuttaisi siis joissakin tapauksissa olevan jopa yksi matkakohteen valintaan johtaneista tekijöistä. Esille voisikin nostaa ajatuksen, että lomamatkan päätarkoitus on ollut patikointi ja Mallorca on valikoitunut ainakin joidenkin patikointien matka- ja patikointikohteeksi nimenomaan rannikolla kulkevan reitistön vuoksi. Mallorcan rannikon puoleensavetävyyden merkitys patikointikohdetta valitessa tuli esille myös García Sastren ym. (2015) tutkimuksessa.

5.1.3 Patikointireitin laatu

Tässä tutkimuksessa patikointireitin laadun arvioinnissa oli lähtökohtana, että reitin laatu muodostuu siitä, kuinka (Räsänen 2016) retkeilyreitien suunnittelussa tärkeät kriteerit toteutuvat sillä. Patikointireitin laatuksikriteerit, joiden perusteella reitin laatua arvioitiin, olivat:

- saavutettavuus
- infrastruktuuri ja palveluvarustus
- elämyksellisyys
- turvallisuus, ylläpito ja huolto
- käytettävyys
- monikanavainen informaatio (Räsänen 2016).

Patikointireitin laatua arvioitiin kyselylomakkeessa ensisijaisesti kysymyksellä 17, jonka väittämät muodostettiin laatuksikriteerien pohjalta. Niiden henkilöiden vastauksia, jotka olivat patikoineet jollakin muulla kuin tarkastelun alla olevalla patikointireitillä, ei huomioitu tämän kysymyksen osalta, joten vastauksia saatiin kahdeltakymmeneltä tutkimukseen osallistuneelta. Patikointireittien laatuun liittyvien väittämien avulla ei saatu selville syvempää tietoa vastausten taustalta, koska Likertin asteikolla annettu vastaus kertoo ainoastaan mihin vastaajien mielipiteet asteikolla sijoittuvat. Patikointireitin laatuun liittyviä ja laatua kuvailevia kommentteja tuli kuitenkin esille myös kysymyksen 16 yhteydessä, joissa tiedusteltiin, mistä vastaaja oli pitänyt reitillä eniten ja oliko patikointireitillä jotakin, josta vastaaja ei pitänyt. Näihin kysymyksiin saatujen kommenttien perusteella voi sanallisesti kuvailla tutkimukseen osallistuneiden kokemuksia patikointireitin laadun eri osa-alueista. Monet avointen kysymysten yhteydessä esille tulleista asioista ovat myös seikkoja, joiden voidaan ajatella vaikuttavan useampaan patikointireitin laatuun vaikuttavaan tekijään.

Patikointireitin laatu laatuväittämillä arvioituna

Kysymyksessä 17 esitettiin yhteensä 17 patikointireitin laatuun liittyvää positiivista väitettä. Väitteitä arvioitiin Likertin mielipideasteikolla (1-5), jolta vastaajan tuli valita lähinnä omaa mielipidettään oleva vastaus. Vaihtoehdot olivat: täysin eri mieltä (strongly disagree), eri mieltä (disagree), neutraali/ei mielipidettä (neutral/no opinion), samaa mieltä (agree) ja täysin samaa mieltä (strongly agree). Mielipiteiden jakaumasta laadittiin yhteenvetotaulukko (taulukko 2), jossa on nähtävissä vastauksille annettujen mielipiteiden lukumäärät sekä keskiarvot. Keskiarvoa laskettaessa ei huomioitu neutraali/ei mielipidettä vastauksia vaan ne jätettiin laskennan ulkopuolelle. Mielipiteiden lukumäärä (n), josta keskiarvo on laskettu, mainitaan keskiarvon yhteydessä. Kaikki väittämät olivat positiivisia väittämiä eli, mitä korkeammalla numerolla väitettä mielipideasteikolla arvioitiin, sitä tyytyväisempiä siihen oltiin. Jotta taulukosta olisi helpompi erottaa kunkin väittämän yleisin mielipide, on eniten kannatusta saanut mielipide tummennettu. Väittämät esitetään taulukossa kyselylomakkeen tavoin englanniksi.

Taulukosta 2 voi huomata, että yleisesti ottaen vastaajat olivat väittämien kanssa useimmiten joko **samaa mieltä** tai **täysin samaa mieltä**. Kaikkiin väittämiin annettiin myös **neutraali/ei mielipidettä** vastauksia. Ainoastaan viiden väittämän kohdalla oli yksi tai useampi vastaajista ollut väittämän kanssa **eri mieltä**. Yhtä väittämää lukuun ottamatta, jokaisen patikointireitin laatuun liittyvän väittämän vastausten keskiarvo on vähintään neljä eli laatuun liittyvistä positiivisista väittämistä ollaan keskiarvon perusteella samaa mieltä. Väittämä ”I didn’t have to use any kind of map to navigate” oli laatuväittämistä ainut, jonka keskiarvo jäi selkeästi alle kolmen (2,67) lukuisten **eri mieltä** ja **täysin eri mieltä** vastausten vuoksi. Kyseinen väittämä oli väittämistä myös ainut, josta muutama vastaaja kertoi olevansa **täysin eri mieltä**.

Laatuväittämiin annettujen vastausten perusteella voi patikointireitin laatua pitää useimmilla osaluilla hyvänä. Reitin opastekokonaisuudessa voi kuitenkin päätellä olevan parantamisen varaa, koska väittämään ”I didn’t have to use any kind of map to navigate” annettujen vastausten perusteella patikointireitti ei useimpien mielestä ollut kuljettavissa ilman erillistä karttaa. Kartan käytöstä kysyttiin myös kyselylomakkeen kysymyksessä viisitoista (Did you use a map during the hike today? If yes, what kind of map (electric, paper etc.?)). Kysymykseen annettujen vastausten perusteella ainoastaan yksi vastaaja yhdeksästätoista ei ollut käyttänyt minkäänlaista karttaa vaelluksen aikana. Kyseinen vastaaja tosin kertoi patikoineensa Mallorcalla aiemmin jo neljä kertaa, joten on mahdollista, että kuljettu reitti oli ennestään tuttu eikä kartan käytölle ollut sen vuoksi tarvetta.

Eriäviä mielipiteitä annettiin myös väittämiin, jotka arvioivat reitin aloituspaikan saavutettavuutta, aloituspaikalle ohjaavia reittiopasteita, reittiopasteiden riittävyttä patikointireitin varrella sekä eksymisvaaran mahdollisuutta. Käytännössä siis suurin osa väittämistä, joista yksi tai useampi vastaaja oli eri mieltä, liittyivät jollakin tavalla reitin opastekokonaisuuteen. Tämän perusteella voisi tehdä johtopäätöksen, että tutkitun reitin opastekokonaisuus ei ole täysin riittävä. Opastekokonaisuus on keskeinen osa toimivaa ja laadukasta retkeilykohdetta ja, sillä on vaikutusta lähes kaikkiin patikointi-

reitin laatuun vaikuttaviin kriteereihin. Opastekokonaisuus vaikuttaa niin *saavutettavuuden, käytettävyyden, turvallisuuden* kuin myös *elämyksellisyyden* ja *infrastruktuurin* laatuun. Toisin sanoen hyvällä opastekokonaisuudella voi parantaa monen reitin laatuun vaikuttavan kriteerin tasoa.

TAULUKKO 2. Kysymyksen 17 laatuvaittämien vastausjakaumat ja keskiarvot.

	keskiarvo	täysin samaa mieltä	samaa mieltä	neutraali/ ei mieli-pidettä	eri mieltä	täysin eri mieltä
a) It was easy to find information about the hike.	4,74 (n=19)	14	5	1	-	-
b) Information of the hike was understandable and clear.	4,71 (n=17)	12	5	3	-	-
c) There was enough information available about the hike.	4,53 (n=17)	9	7	3	-	-
d) The hike was easily accessible with public transportation.	4,93 (n=15)	14	1	5	-	-
e) Starting point of the hike was easy to find.	4,56 (n=17)	11	5	3	1	-
f) There were good signposts to the starting point of the hike.	4,38 (n=16)	8	7	4	1	-
g) The trail was well signposted and easy to follow.	4,00 (n=17)	8	5	3	4	-
h) I didn't have to use any kind of map to navigate.	2,67 (n=18)	2	5	2	7	4
i) The trail was in good condition and I felt safe.	4,40 (n=15)	6	9	5	-	-
j) I didn't have to worry about getting lost during the hike.	4,44 (n=16)	9	6	4	1	-
k) The sceneries during the hike met my expectations.	4,67 (n=18)	12	6	2	-	-
l) The hike was varied, and I enjoyed every moment.	4,60 (n=20)	12	8	-	-	-
m) The difficulty of the hike met the ratings given.	4,46 (n=13)	6	7	7	-	-
n) The hike was exactly like the information provided.	4,47 (n=19)	9	10	1	-	-
o) Overall, the hike met my expectations.	4,65 (n=20)	13	7	-	-	-
p) I would recommend this hike to a friend.	4,70 (n=20)	14	7	-	-	-
q) I would recommend Mallorca as a hiking destination to a friend.	4,90 (n=20)	18	2	-	-	-

Esimerkiksi Ollila ja Kestilä (2018) mainitsevat, että toimiva opastekokonaisuus on systemaattinen, tarkoituksenmukainen ja siinä on huomioitu maasto sekä erilaisten käyttäjien ominaisuudet. Jatkuvan reittimerkinnän tarkoitus on pitää reitillä kulkevat oikealla reitillä ja tärkeintä ovat tarpeeksi tiheään sekä näkyville paikoille sijoitetut reittimerkinnät. ERA:n (2017) ja FEDME:n (2018d) mukaan suunnan oikeaksi vahvistavia reittimerkintöjä tulisi sijoittaa myös pian risteyksen jälkeen, pitkille risteyksettömille osuuksille sekä vaikeakulkuiseen maastoon.

García Sastren ym. (2015) tutkimuksessa esille noussut tyytymättömyys Mallorcan patikointireittien reittimerkintöjen määrään oli yksi syistä, jonka vuoksi tämän tutkimuksen tutkimusongelmaksi muodostui nimenomaan Mallorcan patikointireitin laadun kartoittaminen. García Sastren ym. (2015) tutkimuksessa kävi ilmi, että jopa 80 % Mallorcalla patikoineista ulkomaalaisista oli sitä mieltä, että reittimerkintöjä on hyvin vähän tai ei niitä ei ole riittävästi. Tämän tutkimuksen tulokset osittain vahvistavat tätä aiemmassa tutkimuksessa esille tullutta seikkaa, koska reittimerkintöjä ja opastekokonaisuutta käsitteleviin väittämiin annetut vastaukset paljastivat, että kaikki vastaajat eivät olleet niihin täysin tyytyväisiä.

Patikointireitin laatuun liittyviä kommentteja ja tulkintaa

Myös sanalliset kommentit tukivat osittain kysymykseen 17 annettujen vastausten herättämää epäilystä opastekokonaisuuteen liittyvistä puutteista. Opastekokonaisuutta kommentoitiin sanallisesti muutamissa lomakkeissa, kysyttäessä oliko reitillä jotakin, mistä tutkittava ei pitänyt. Yksi vastaajista kommentoi asiaa näin: *"signs weren't always readable"*. Sama vastaaja kertoi suullisesti eksyneensä patikointikumppaninsa kanssa oikealta reitiltä vaelluksen alkukilometreillä, koska he eivät olleet huomanneet yhtä opasteviitoista. He päätyivät kulkemaan GR 221:n etapin sijasta toista reittiä. Myös tälle osan matkaa kulkemalleen vaihtoehtoreitille he olisivat kaivanneet lisää merkintöjä, sillä väreihin merkittyjä reittimerkintöjä oli ollut hankala havaita maastosta.

Opastekokonaisuutta kommentoitiin myös näin: *"not many signs marking the way on some parts of the trail"* ja *"more red dots for finding the way over the hills"*. Ne vastaajat, jotka kirjoittivat avoimiin kysymyksiin jotain negatiivista opastekokonaisuuteen liittyen, olivat myös väittämien *"The trail was well signposted and easy to follow"* ja *"I didnt have to use any kind of map to navigate"* kanssa pääosin joko *eri mieltä* tai *täysin eri mieltä*. Väittämiin annetut vastaukset olivat siis samassa linjassa avoimiin kysymyksiin annettujen vastausten kanssa. Toisin sanoen, vapaasti muodostettujen vastausten kuvaileva tieto tukee osittain Likertin asteikon avulla saatua määrällistä tietoa.

"I didn't like the crowded trails/paths." Kyseisen patikoijan kokemukseen olivat vaikuttaneet muut samalla reitillä patikoineet. Samainen henkilö kertoi toisen kysymyksen yhteydessä valinneensa kyseisen patikointireitin sen luonnon ja hiljaisuuden vuoksi. On siis ymmärrettävää, että jos odotuksissa oli hiljainen ja rauhallinen vaellus luonnon keskellä, ei odotuksia ruuhkaisempi patikointireitti täysin vastannut niitä. Tämän voisi ajatella vaikuttaneen patikointireitin **elämyksellisyyteen**.

Patikointireitti kulkee muutamassa kohtaa autotien varrella ja kaksi vastaajista mainitsi sen asiana, josta ei reitillä pitänyt: *"walking along the road"* ja *"hiking on streets"*. Autotien varrella kulkeminen

on vahvasti reitin **elämyksellisyyteen** vaikuttava seikka, mutta myös reitin **turvallisuuden** ja **infrastruktuurin laatuun** vaikuttava tekijä. Myös Räsänen ja Saari (2011, 7) ovat maininneet, että: *"Vaeltajat eivät pidä asfaltoiduista vaellusosuuksista"*.

Reitin **elämyksellisyyteen** negatiivisesti vaikuttavia tekijöitä mainittiin avointen kysymysten vastauksissa jonkin verran, mutta toisaalta niistä myös ilmeni, millä tavoin reitin elämyksellisestämisessä oli onnistuttu. Vastauksissa korostuivat kaksi asiaa, joista patikoijat olivat erityisesti pitäneet reitillä: näköala/maisema ja luonto. Myös reitin monipuolisuus ja vaihtelevuus sai useamman maininnan seikkana, josta oli pidetty eniten ja sitä kommentoitiin muun muassa näin: *"good mix of difficulties" ja "variety of the track"*. Maisema mainittiin reitin kohokohtana jopa 12 kertaa ja muutamassa lomakkeessa kerrottiin vielä tarkemmin mikä maisemassa erityisesti viehätti: *"the views to the coast and to the mountains"*. Luonto itsessään mainittiin kuusi kertaa, mutta lisäksi kahdessa lomakkeessa mainittiin oliivipuut, jotka ovat osa luontoa, mutta myös ympäröivää maisemaa. Myös kysymyksen 17 väittämään *"The sceneries during the hike met my expectations"* annettujen vastausten mukaan, maisema vastasi hyvin tutkittavien odotuksia.

Lovén (2001) toteaa maiseman olevan luontomatkailun tärkeimpiä vetovoimatekijöitä ja, että maiseman kautta on mahdollista tuottaa elämyksiä, mutta esimerkiksi henkilökohtaisten odotusten, oman luontosuhteen ja kulttuurin vaikuttavan maisemakokemuksen muuttumisessa elämykseksi. Lovénin mukaan maiseman voi sanoa tuottaneen elämyksen, jos siihen reagoidaan sekä tiedollisella että tunteiden ja merkityksen tasolla. Räsänen (2016) mainitsee elämyksellisyyden syntyvän juuri kyseisen reitin kohokohdista sekä ominaispiirteistä, kuten luonnosta tai reittiin liittyvästä historiasta tai kulttuurista. Ollila ja Kestilä (2018) huomauttavat positiiviseen kokemukseen vaikuttavan lisäksi erilaisten maisemien ja luontotyyppien läpi kulkevan reitin.

Maisema ja luonto nousivat vastauksissa esille reitin kohokohtina eli voisi olettaa, että reitin elämyksellistämässä on onnistuttu ainakin luonnon ja maiseman osalta. Reitti kulkee vaihtelevassa maastossa ja useissa kohdin reitiltä näkee myös meren tai rannikon. Muutamat vastaajat mainitsivat maiseman sekä syynä kyseisen reitin valintaan että parhaaksi asiaksi reitillä, josta voisi päätellä, että reitin maisemat vastasivat kyseisen patikoijan odotuksia. Maiseman tärkeys, mutta toisaalta myös kokemuksen yksilöllisyys korostui tässä kommentissa: *"Hiking through forest without panoramic views was not as nice."* Kyseinen kommentti kertoo samalla siitä, että erilaisten maisemien ja luontotyyppien läpi kulkeva reitti ei välttämättä aina vastaa kaikkien reitillä liikkuvien odotuksia, koska eri henkilöiden odotukset ja kokemukset ovat hyvin erilaisia (ks. Saarinen 2001).

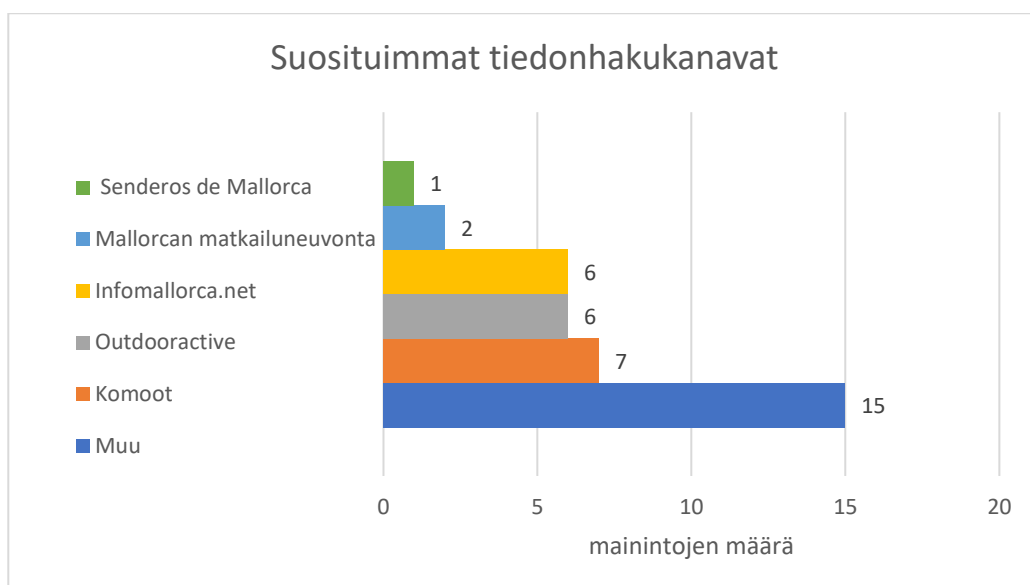
Laatuväittämissä ei suoranaisesti kysytty patikoijien mielipiteitä patikointireitin **infrastruktuurista ja palveluvarustuksesta**, mutta myös niihin liittyviä kommentteja saatiin sekä kyselylomakkeen avointen kysymysten yhteydessä että myös suullisissa kommentteissa. Yksi vastaajista mainitsi patikointireitin pinnoitteen asiana, josta ei patikointireitillä pitänyt: *"round stones on the way, hard to walk on"*, kun taas toinen tutkimukseen osallistunut kertoi pitäneensä eniten maaston vaihtelevaisuudesta: *"varied undergrounds."*

GR 221:n varrella sijaitseviin, pitkänmatkan patikoijille tarkoitettuihin, retkeilymajoihin (refuges) liittyviä kommentteja tuli myös muutamia. Pääsääntöisesti ne liittyivät retkeilymajojen varaukseen: *"In general, it was easy to book the refuges. Some are on the homepage, some not and you have to find the button where to change the language"*. Yksi tutkittavista kertoi kohdanneensa ongelmia majapaikan varauksessa, koska varaussivusto ei hyväksynyt aina luottokorttia, mutta hän oli onnistunut kuitenkin lopulta varaamaan suurimman osan tarvittavista majoituksista ennakkoon. Eräs vastaajista puolestaan kommentoi majapaikkojen varaussivustoa sanalla "terrible". Hän kertoi varausten kyllä lopulta onnistuneen, mutta mainitsi varausprosessin olleen monimutkainen. Yksi patikoijista kertoi reitin varrella sijaitsevien retkeilymajojen olleen yksi patikointireitistön valintaan johtaneista syistä.

Vastauksissa tuli esille myös seikkoja, joilla voisi parantaa esimerkiksi reitin **palveluvarustuksen** laatua. Eräs tutkimukseen osallistuneista patikoijista oli useamman päivän vaelluksella matkaseuralaisensa kanssa ja kertoi jäävänsä vaelluksen päätyttyä muutamaksi päiväksi lomailemaan lähelle vaelluksen päätepistettä. Hän kertoi yrittäneensä etsiä yritystä, joka toimittaisi heidän ylimääräiset tavaransa vaelluksen päätteeksi loppuloman kohteeseen, jotta heidän ei tarvitsisi kantaa mukanaan kaikkia viikon matkalle varattuja tavaroita. Tällaista palvelua tarjoavaa yritystä ei kuitenkaan ollut löytynyt. Räsänen (2016, 28) kertoo matkatavarakuljetusta tarjottavan esimerkiksi kolmen maan alueella kulkevalla Alpe Adria Traililla. Matkatavaroiden kuljetuspalvelua tarjoava yritys, GR 221:n varrella patikoiville, voisikin mahdollisesti parantaa koko reitistön ja samalla myös retkikohteen **palveluvarustuksen** laatua.

Monikanavainen informaatio on yksi laadukkaan retkeilyreitin kriteereistä ja sen mainitaan olevan tärkeää niin tiedonhakuvaiheessa, reitin aloituspaikkaa etsiessä kuin myös reitillä kuljettaessa (Räsänen 2016). Kysymyksessä kaksitoista, tutkimukseen osallistuneilta tiedusteltiin, millaisia tiedonhakukanavia he käyttivät etsiessään tietoa Mallorcalla patikoinnista. Kysymys oli monivalintakysymys eli vastaaja sai valita halutessaan useamman vaihtoehdon. Useimmat tutkittavista valitsivat yhden tai kaksi annetuista vaihtoehdoista. Vastausvaihtoehtoja oli kahdeksan ja kahta vaihtoehtoa lukuun ottamatta, Wikiloc ja Senderismo-mobiilisovellus, jokainen valittiin vähintään kerran. Kuviossa 9 on nähtävissä, minkä verran kukin vaihtoehdoista sai kannatusta.

Kuten kuviosta 9 on huomattavissa, saivat luontoliikuntaportaalit Outdooractive ja Komoot sekä Mallorcan saaren virallinen matkailusivusto Infomallorca.net saman verran kannatusta. Selkeästi suosituin vaihtoehtoista oli kuitenkin vaihtoehto "muu", jonka valinneet vastaajat kertoivat vapaasti, mikä heidän käyttämänsä tiedonhakukanava oli ollut. Useimmiten muuna tiedonhakukanavana mainittiin patikointikirja (10 mainintaa), internet sekä blogit mainittiin pari kertaa ja lisäksi yksittäisiä mainintoja saivat ystävät, matkakertomukset (travel reports) sekä verkossa ilmestyvä sanomalehti Mallorca Daily.



KUVIO 9. Patikojien käyttämät tiedonhakukanavat

Kysymyksessä viisitoista, tutkittavilta tiedusteltiin, käyttivätkö he patikoinnin aikana karttaa. Heitä pyydettiin lisäksi kertomaan, millaista karttaa he olivat käyttäneet. Vastauksen laajuutta ei ollut rajoitettu millään tapaa ja muutama kysymykseen vastannut mainitsi käyttäneensä sekä elektronista että paperista karttaa. Paperikarttoja ja elektronisia karttoja oli vastausten perusteella käytetty yhtä paljon, sillä molemmat mainittiin kymmenen kertaa. Paperiset kartat tarkoittivat useimmissa tapauksissa patikointikirjojen karttoja, mutta pari patikojaa kertoi käyttäneensä paperista GR 221 reitistön karttaa. Elektroniset kartat puolestaan olivat yleensä ulkoliikuntaportaalien mobiilisovellusten karttoja (seitsemän mainintaa), mutta myös navigaattori mainittiin kolme kertaa. Luontoliikuntaportaalien mobiilisovelluksista mainittiin muutamia kertoja Komoot, mutta myös sellaiset sovellukset kuin Deutscher Alpenverein ja Osmand mainittiin.

Sekä suosituimpia tiedonhakukanavia että käytettyjä karttoja koskevista kysymyksistä voi havaita, että tutkimukseen osallistuneet olivat hyödyntäneet hyvin monenlaisia tiedonhakukanavia ja karttoja. Sähköisten tiedonhakukanavien voisi vastausten perusteella todeta olevan hieman suosituimpia kuin esimerkiksi perinteisten patikointioppaiden, vaikkakin myös patikointioppaita oli käytetty vastausten perusteella paljon. Tutkittavat olivat käyttäneet myös monenlaisia karttoja ja vaikuttaisi siltä, että paperisia ja sähköisiä karttoja käytetään suurin piirtein yhtä paljon. Yhteenvetona voi todeta, että vastausten perusteella Mallorcalla patikoinnista löytyy tietoa monipuolisesti eri kanavista. Myös informaation laatu vaikuttaisi olevan hyvällä tasolla kysymykseen 17 tiedonhakua koskeviin laatuvaittämiin saatujen vastausten perusteella.

5.2 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli ensisijaisesti tutkia, millainen on tutkimuksen kohteena olevan patikointireitin laatu sekä kartoittaa, millaisia työntö- ja vetovoimatekijöitä Mallorcalle matkustamisen takana on. Tuloksista tehdyt johtopäätökset esitellään tiivistetysti tutkimuskysymyksittäin.

Millainen on tarkasteluun valitun patikointireitin laatu?

Laatu on käsitteenä monimutkainen ja, kuten Arnold ym. (2014) toteavat, on sen määrittely hankalaa, koska se tarkoittaa eri ihmisille eri asioita ja sitä verrataan kokemusten perusteella sille luotuihin käsityksiin. Tutkimustulosten perusteella vaikuttaisi kuitenkin siltä, että tutkimuksen kohteena olevan patikointireitin laatu on sen arvioinnissa käytettyjen laatuvaittämien ja muiden laatua arvioivien kommenttien perusteella pääosin hyvä.

Aineistosta ei tule esille, että missään patikointireitin laatuun vaikuttavassa kriteerissä olisi suuria puutteita vaan kaikkien kriteerien laatua voisi luonnehtia pääosin hyväksi. Tutkimuksessa kuitenkin selvisi, että tutkimukseen osallistuneet eivät olleet täysin tyytyväisiä reitillä käytettyyn opastekokonaisuuteen vaan siinä vaikuttaisi olevan joitakin puutteita. Opastekokonaisuus on keskeinen osa patikointireitin laatua, koska se vaikuttaa kaikkien retkeilykohteen kriteereiden laatuun ja samalla myös koettuun kokonaislaatuun. Patikointireitin kokonaislaatua voisi siis parantaa kehittämällä patikointireitin opastekokonaisuutta. Tuloksista käy myös ilmi, että useamman päivän vaelluksella olevien laatu- ja palvelukokemusta voisi parantaa kehittämällä reitin ja koko reitistön palveluvarustusta. Reitien palveluvarustusta ja samalla patikointireitin (tai oikeastaan patikointikohteen) laatua voisi parantaa kehittämällä GR 221:n varrella sijaitsevien retkeilymajojen varaussivuston käyttäjäystävällisyyttä ja toimivuutta. Pitkänmatkan patikoijien laatu- ja palvelukokemukseen positiivisesti vaikuttava tekijä voisi olla myös yritys, joka tarjoaisi matkatavaroiden kuljetuspalveluita GR 221:llä patikoiville.

Millaisia ovat matkailijoiden ensisijaiset syyt Mallorcan matkakohteeksi valinnassa?

Mallorca oli valittu matkakohteeksi yleisimmin joko luonnon tai hyvien patikointimahdollisuuksien vuoksi. Myös hyvät kulkuyhteydet kotoa olivat olleet monelle tärkeä syy matkakohteen valinnassa. Patikoinnin tärkeys yleisesti lomakohteen valintaan vaikuttavana tekijänä vaihteli, mutta suurimmalle osalle se oli yksi tärkeimmistä päätöksiin vaikuttavista seikoista. Mallorcan matkalla patikointi oli kuitenkin selkeästi matkan tärkeimpiä syitä. Valtaosa tutkittavista aikoi tehdä lomallaan neljä tai useampia vaelluksia, joten patikointiin oli tarkoitus käyttää paljon aikaa. Tämä vahvistaa käsitystä, että patikointi oli tutkimukseen osallistuneille yksi primäärisistä vetovoimatekijöistä. Yli puolet tutkimukseen osallistuneista oli useamman päivän vaelluksella GR 221 reitistöllä, joka kertoo patikoinnin tärkeydestä Mallorcan lomalla, koska pitkänmatkan vaellus vaatii suunnitelmallisuutta. Sekä GR 221 reitistön valinnassa useamman päivän kestävän vaelluksen reitistöksi että tutkimuksen kohteena olevan patikointireitin valinnassa, korostuivat luontoon liittyvät syyt.

Millainen on Mallorcalla patikoivien suhde luontoon ja patikointiin?

Tutkimuksen perusteella voi Mallorcaa profiloida myös luontomatkailukohteeksi. Luonnon ja patikoinnin merkitys Mallorcalla patikoiville korostui tutkimuksessa, sillä ne molemmat olivat vaikuttaneet vahvasti matkailijan tekemiin valintoihin esimerkiksi tämän kertaisen matkakohteen, mutta myös patikointireitin valinnassa. Luonnon vetovoimaisuus ja tärkeys vastaajille korostui muutenkin tuloksissa. Tutkimukseen osallistuneiden patikointiaktiivisuus vaihteli, mutta useimmat tutkittavista kertoivat patikoivansa kuitenkin vähintään neljä kertaa vuodessa. Luonto itsessään sekä muut luontoon liittyvät seikat olivat selkeästi tärkeimpiä syitä patikointiharrastukseen.

6 POHDINTA

Tutkimusta voisi luonnehtia onnistuneeksi, sillä tutkimusongelma selvitettiin ja tutkimuskysymyksiin saatiin vastaukset. Tutkimuksen kohteena olleen patikointireitin laadusta saatiin käsitys, laadussa ilmenneet puutteet pystyttiin nimeämään ja muutamia muita laatua mahdollisesti parantavia tekijöitä saatiin selville. Tulokset olivat myös samassa linjassa Garcia Sastren ym. (2015) tutkimuksen kanssa, jonka mukaan reittimerkintöjä ei Mallorcalla ole täysin riittävästi. Tässä tutkimuksessa ei varsinaisesti kysytty nimenomaan reittimerkintöjen määrästä, mutta koska reittimerkintöihin ja opastekokonaisuuteen kohdistuvia kysymyksiä oli useita, saatiin aiheeseen liittyvää lisätietoa eri näkökulmista ja opastekokonaisuudessa havaittiin edelleen puutteita. Jos yksikin patikoija eksyy seuraamaltaan reittimerkinnöin varustetulta reitiltä voi olettaa, että reittimerkinnöissä on puutteita?

Viittasin työni alussa Järviluoman (2006, 194) kommenttiin, jonka mukaan luonnon merkitystä matkailun vetovoimatekijänä olisi hyvä tutkia myös vetovoimatekijöiltään monipuolisissa matkailukohdeissa ja etelän rantalomakohteissa, jotta siitä voisi muodostaa laajemman kokonaiskuvan. Tämän tutkimuksen tulosten perusteella voisi esittää oletuksen, että luonto voi olla matkailijan tärkein vetovoimatekijä myös Mallorcan kaltaisessa rantalomakohteessa. Tämä oli myös tutkimuksen merkittävyyden kannalta tärkeä päätelmä, koska ymmärtääkseni luonnon ja patikoinnin merkitystä ei ole aiemmin juurikaan tutkittu Mallorcan kaltaisissa 3S-kohteissa. Vetovoimatekijöitä voisi tutkia vielä perusteellisemmin otannaltaan suuren määrällisen tutkimuksen avulla ja selvittää päteekö tutkimuksen herättämä ajatus myös, jos tutkimukseen osallistujia on enemmän. Laajempi tutkimus olisi myös hyvä toteuttaa pitkittäistutkimuksena, jolloin olisi mahdollista lisäksi selvittää onko keskeisissä vetovoimatekijöissä huomattavissa eroja eri vuodenaikoina patikoivien matkailijoiden välillä sekä tehdä myös vertailuja eri kansalaisuuksien välillä. Tämän tutkimuksen osallistajat olivat yhtä lukuun ottamatta saksalaisia, joten tutkimuksen tulokset kertovat hyvin pitkälti nimenomaan saksalaisen patikoijan käsityksistä patikointireitin laadusta, mutta myös nimenomaan saksalaiselle matkailijalle tyypillisistä vetovoimatekijöistä.

Jos miettii tämän tutkimuksen hyödynnettävyyttä esimerkiksi Outdoor (OF) Pohjois-Savon luontoliikunta-reittien tuotteistaminen markkinoille -projektia ajatellen voisi ajatella, että tutkimuksen tuloksista voi olla hyötyä jossakin määrin myös sille. Saksalaiset matkailijat ovat tärkeä kohderyhmä myös Suomen matkailulle ja siksi onkin tärkeää, että tutkimuksen avulla muodostettiin kuva nimenomaan saksalaisille patikoijille tärkeistä asioista. Tutkimuksessa tuli ilmi, että patikoijat käyttävät hyvin monenlaisia kanavia tiedonhankintaan, joten monikanavainen informaatio on tärkeää aivan kuten Räsänen (2016) mainitsee. Luontoliikuntaportaalien ja internetin merkitys tiedonhakukanavana korostui, mutta yllättävän moni käytti edelleen myös perinteisiä patikointioppaita ja paperikarttoja. Tutkimusta tehdessäni julkaistiin Mallorcalla oma mobiiliapplikaatio saaren tärkeimmille patikointireiteille (GR 221, GR 222 ja perheille sopivat reitit). Kukaan tutkimukseen osallistuneista ei kertonut käyttäneensä sitä, mutta mielestäni se on hyvä lisä ja parantaa tiedon saantia saaren patikointireiteistä – jos vain patikoijat mobiiliapplikaation jatkossa löytävät.

LÄHTEET

- ARNOLD, J. R. Tony, CHAPMAN, Stephen N. ja CLIVE, Lloyd M. 2014. Introduction to materials management. 7th ed., new international ed. [e-kirja]. Harlow: Pearson Education. [Viitattu 2019-02-06].
- BAFALUY, D., AMENGUAL, A., ROMERO, R. ja HOMAR V. 2012. Present and future climate resources for various types of tourism in the Bay of Palma, Spain. [artikkeli]. Regional Environmental Change Vol.14(5). [Viitattu 2019-01-11]. Saatavissa: http://meteorologia.uib.eu/ROMU/formal/types_tourism/types_tourism.pdf
- BALEARS NATURA 2018. [verkkosivu]. Paratge natural de la Serra de Tramuntana. [Viitattu 2018-12-20]. Saatavissa: http://en.balearsnatura.com/parque_natural/paraje-natural-de-la-serra-de-tramuntana/#descripcion
- BRADY, Michael K. ja CRONIN, J. Joseph 2001. Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. [artikkeli]. Journal of Marketing, Vol.65(3), 34-49. [Viitattu 2019-02-04].
- CHU-MEI, Liu 2005. The Multidimensional and Hierarchical Structure of Perceived Quality and Customer Satisfaction. [artikkeli]. International Journal of Management, Vol.22(3), 426-435, 508. [Viitattu 2019-02-05].
- CONCELL DE MALLORCA 2018. [Viitattu 2018-10-17]. Saatavissa: <https://caminsdepedra.consellde-mallorca.cat/en/hiking-routes>
- COOPER, Chris 2004. Tourism: principles and practice. 3rd ed. [e-kirja]. Harlow: Pearson Education. [Viitattu 2019-02-14].
- CROMPTON, John 1979. Motivations for pleasure vacation. [artikkeli]. Annals of Tourism Research Vol.6(4), 408-424.
- EDWARDS, David, FREDMAN, Peter, JENSEN, Frank S., KAJALA, Liisa, SIEVÄNEN, Tuija ja VISTAD, Odd Inge 2013. Review and evaluation of existing international nature-based recreation and tourism indicators and related issues. Julkaisussa: SIEVÄNEN, Tuija, EDWARDS, David, FREDMAN, Peter, JENSEN, Frank S. ja VISTAD, Odd Inge (toim.). Social Indicators in the Forest Sector in Northern Europe: A Review focusing on Nature-based Recreation and Tourism. [e-kirja]. Copenhagen: Nordic Council of Ministers, 15-30. [Viitattu 2018-11]. Saatavissa: <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:702571/FULLTEXT01.pdf>
- ERASMUS, Alet C. 2017. Service quality from different perspectives. Julkaisussa: COLLINS, Arthur (toim.) Service quality (SQ): perspectives, management and improvement strategies. [e-kirja]. Hauppauge, New York: Nova Science Publishers, Inc., 1-20. [Viitattu 2019-02-05].
- EUROPA PRESS 2017-03-16. 'Better in winter', la nueva apuesta de promoción turística de Islas Baleares. [sanomalehtiartikkeli]. [Viitattu 2019-01-07]. Saatavissa: <https://www.europapress.es/illes-balears/noticia-better-in-winter-nueva-apuesta-promocion-turistica-islas-baleares-20170316150322.html>
- EUROPEAN RAMBLERS ASSOCIATION 2017. Waymarking in Europe 2017. [esite]. [Viitattu 2018-12-05]. Saatavissa: http://www.era-ewv-ferp.com/fileadmin/user_upload/dokumenter/Walking_in_Europe/Waymarking_in_Europe/ENG_WAYMARKING_2017_01.pdf
- EUROPEAN RAMBLERS ASSOCIATION 2018a. [verkkosivu]. What is walking? [Viitattu 2019-03-08]. Saatavissa: <http://www.era-ewv-ferp.com/frontpage/>
- EUROPEAN RAMBLERS ASSOCIATION 2018b. Leading Quality Trails - Best of Europe. [esite]. [Viitattu 2019-01-16]. Saatavissa: http://www.era-ewv-ferp.com/fileadmin/_migrated/content_uploads/LQT_brochure_EN_01.pdf
- FEDME 2018a. Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada. [verkkosivu]. La Fedme. [Viitattu 2018-12-03]. Saatavissa: <http://misendafedme.es/la-fedme/>

- FEDME 2018b. Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada. [verkkosivu]. Las federaciones autonómicas. [Viitattu 2018-12-03]. Saatavissa: <http://misendafedme.es/las-federaciones-autonomicas/>
- FEDME 2018c. Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada. [verkkosivu]. Las marcas GR®, PR® y SL®. [Viitattu 2018-12-03]. Saatavissa: <http://misendafedme.es/las-marcas-gr-pr-y-sl/>
- FEDME 2018d. Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada. MANUAL DE SEÑALIZACIÓN DE SENDEROS GR, PR y SL 2018. [elektroninen julkaisu]. Päivitetty versio. Viitattu 2018-12-03]. Saatavissa: http://misendafedme.es/wp-content/uploads/2015/01/ManualSenderos-FEDME_RED.pdf
- GARCÍA SASTRE, María Antonia, ALEMANY HORMAECHE, Margarita, AGUILO LEMOINE, Angela ja MONTAÑO MORENO, Juan José 2015. Exploring the profile of international hikers in the Balearic Islands. Julkaisussa: PLEVNIK, Matej, RETAR, Iztok, PIŠOT, Rado and OBID, Alenka (toim.) Sustainable development of sports tourism. Koper: Annales University Press, 153-161. [Viitattu 2019-01-10]. Saatavissa: https://www.researchgate.net/profile/Natasa_Slak_Valek/publication/277775617_Abu_Dhabi_Sport_Tourism_from_zero_to_hero/links/55732fcb08ae7536374fd3bc.pdf#page=155
- GR 221 2016. Ruta de Pedra en Sec. Hiking trail in the Serra de Tramuntana. [elektroninen julkaisu]. Mallorca: Concell de Mallorca. [Viitattu 2019-01-22]. Saatavissa: https://caminsdepedra.conselldemallorca.cat/documents/514574/515654/GUIA_GR_221_ANG.pdf/ebacc330-def9-4ed6-02fb-9b1ea59c2968?t=1537524695519
- GRÖNROOS, Christian 1984. A Service Quality Model and its Marketing Implications. [artikkeli]. European Journal of Marketing, Vol.18(4), 36-44. [Viitattu 2019-02-10].
- GRÖNROOS, Christian 1988. Service quality: the six criteria of good perceived service quality. [artikkeli]. Review of Business, Vol.9(3). [Viitattu 2019-01-31].
- GRÖNROOS, Christian 2015. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 5.painos. Helsinki: Talentum Media.
- HEAD, Tabettha 2012. Customer experience management. [e-kirja]. Delhi: White Word Publications.
- HEIKKILÄ, Tarja 2014. Tilastollinen tutkimus. [e-kirja]. Helsinki: Edita. [Viitattu 2019-03-04].
- HIRSJÄRVI, Sirkka ja HURME, Helena 2008. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. [e-kirja]. Helsinki: Gaudeamus. [Viitattu 2019-03-04].
- HIRSJÄRVI, Sirkka, REMES, Pirkko ja SAJAVAARA, Paula 2014. Tutki ja kirjoita. 19. painos. Porvoo: Bookwell Oy.
- HÄMÄLÄINEN, Kai (toim.) 2009. Matkailupalveluita muotoilemassa: verkostomainen palvelutuotanto elämystuotteiden murroksessa. [verkkójulkaisu]. [Viitattu 2019-02-13]. Saatavissa: <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/humak-periskooppi-verkko.pdf>
- JAAKKOLA, Elina, ORAVA, Markus ja VARJONEN, Virpi 2009. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua: Opas yrityksille. [e-julkaisu]. 4.painos. Helsinki: Tekes. [Viitattu 2019-02-10].
- JOKINEN, Mikko 2001. Luontomatkailu Tunturi-Lapissa: näkökulmia tutkimustarpeisiin. Julkaisussa: JÄRVILUOMA, Jari ja SAARINEN, Jarkko (toim.) Luonnon matkailu- ja virkistyskäyttö tutkimuskohdeena. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 796, 137-151. [Viitattu 2018-11-14]. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:951-40-1766-8>
- JÄNKÄLÄ, Susanna 2016. Matkailun ohjelmalvelut. Toimialaraportti ennakoi liiketoimintaympäristön muutoksia. Toimialaraportit. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. [Viitattu 2018-10-18]. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-131-9>
- JÄRVILUOMA, Jari 1994. Matkailun työntö- ja vetovoimatekijät ja niiden heijastuminen lomakohteen valintaan. Julkaisussa: AHO, Seppo (toim.). Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohdeena. Oulu: Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos, 31-48.

- JÄRVILUOMA, Jari 2006. Turistin luonto. Tutkimus luonnon merkityksestä matkailun vetovoimatekijänä neljässä Lapin matkailukeskuksessa. [akateeminen väitöskirja]. [Viitattu 2018-11-21]. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:ula-20111141035>
- JÄRVILUOMA, Jari 2017. Kuusamon matkailijat 2016-2017. Kajaani: Kajaanin ammattikorkeakoulu. [Viitattu 2019-05-05]. Saatavissa: https://www.naturpolis.fi/files/6915/0167/5642/Kuusamon_matkailijat_2016-2017.pdf
- KAUPPILA, Pekka 2001. Julkaisussa: AHO, Seppo, HONKANEN, Antti, SAARINEN, Jarkko. Matkailuelämykset tutkimuskohteina: suomalaisen matkailututkijaverkoston 10-vuotisjulkaisu. Rovaniemi: Lapin yliopisto, 127-146.
- KAUPPILA, Pekka 2014. Matkailu aluekehityksen välineenä: Kuusamon matkailun alueellistoiminnallinen malli. Tutkimuksia 3/2014. [e-julkaisu]. [Viitattu 2019-02-18]. Saatavissa: http://www.kuusamo.fi/sites/default/files/tutkimus_matkailu_aluekehityksen_valineena.pdf
- KHOO-LATTIMORE, Dr. Catheryn 2012. Consumer behaviour. Julkaisussa: ROBINSON, Peter. Tourism: the key concepts. London: Routledge, 32-36.
- KIVINIEMI, Kari 2018. Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa: VALLI, Raine (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. 5. uudistettu ja täydennetty painos. [e-kirja]. Jyväskylä: PS-kustannus. [Viitattu 2018-11-19].
- KOMPPULA, Raija ja BOXBERG, Matti 2005. Matkailuyrityksen tuotekehitys. 2.painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- KONU, Henna, TYRVÄINEN, Liisa, PESONEN, Juho, TUULENTIE, Seija, PASANEN, Katja ja TUOHINO, Anja 2017. Uutta liiketoimintaa kestävän luontomatkailun ja virkistyskäytön ympärille – Kirjallisuuskatsaus. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 45/2017. [Viitattu 2018-11-16]. Saatavissa: http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79836/45_VIRKEIN_.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- KVANTIMOTV - MENETELMÄOPETUKSEN TIETOVARANTO 2019. Kyselylomakkeen laatiminen. [verkkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. [Viitattu 2019-04-06]. Saatavissa: <https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>
- LAINEN, Timo 2018. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Julkaisussa: VALLI, Raine (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. [e-kirja]. 5. uudistettu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus. [Viitattu 2018-11-19].
- LASSILA, Hilka 2018-11-28. Outdoors (OF) Pohjois-Savon luontoliikuntareittien tuotteistaminen markkinoille. [hankekuvaus]. [Viitattu 2018-12-13].
- LECKLIN, Olli ja LAINE, Risto O. 2009. Laadunkehittäjän työkalupakki. Helsinki: Talentum.
- LEA, Isaac, PÉREZ, Toni, GUERRERO, Carlos, MARTINEZ EGUÍLUZ, Víctor ja JUIZ, Carlos 2017. Analysing human mobility patterns of hiking activities through complex network theory. [artikkeli]. [Viitattu 2019-01-10]. Saatavissa: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0177712>
- LOVÉN, Lasse 2001. Maisemaelämys ja sen mittaaminen. Julkaisussa: AHO, Seppo, HONKANEN, Antti, SAARINEN, Jarkko. Matkailuelämykset tutkimuskohteina: suomalaisen matkailututkijaverkoston 10-vuotisjulkaisu. Rovaniemi: Lapin yliopisto, 98-107.
- LUOMA, Pentti, KARJALAINEN, Timo P. ja REINIKAINEN, Kalle 2011. Johdatus tietokoneavusteiseen laadulliseen tutkimukseen – esimerkkinä NVivo 8. Julkaisussa: METSÄMUURONEN, Jari (toim.). Laadullisen tutkimuksen käsikirja. [e-kirja]. Helsinki: International Methelp, 416-469. [Viitattu 2019-02-28].

- LUONNONVARAKESKUS 2018. [verkkosivu]. Luonnon hyvinvointivaikutukset. Tietoa luonnonvaroista: luonnon virkistyskäyttö. [Viitattu 2018-10-16]. Saatavissa: <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/virkistyskaytto/luonnon-hyvinvointivaikutukset/>
- LUONTOON.FI 2018a. [verkkosivu]. Luonnossa liikkuminen. Aktiviteetit. [Viitattu 2018-10-16]. Saatavissa: <http://www.luontoon.fi/aktiviteetit;jsessionid=D57A870AC3F559C663B21BF9FD256080>
- LUONTOON.FI 2018b. [verkkosivu]. Terveyttä ja hyvinvointia luonnosta. Retkeilyn ABC. [Viitattu 2018-10-16]. Saatavissa: <http://www.luontoon.fi/retkeilynabc/terveyttajahyvinvointialuonnosta>
- LÖYTÄNÄ, Janne ja KORTESUO, Katleena 2011. Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. [e-kirja]. Helsinki: Talentum.
- LÜTHJE, Monika 2001. Narratiivinen lähestymistapa tutkimuskohteena. Julkaisussa: AHO, Seppo, HONKANEN, Antti, SAARINEN, Jarkko. Matkailuelämykset tutkimuskohteina: suomalaisen matkailututkijaverkoston 10-vuotisjulkaisu. Rovaniemi: Lapin yliopisto, 11-31.
- MARGARYAN, Lusine ja FREDMAN, Peter 2017. Bridging outdoor recreation and nature-based tourism in a commercial context: Insights from the Swedish service providers. [artikkeli]. Journal of Outdoor Recreation and Tourism, March 2017, Vol.17, 84-92. [Viitattu 2018-12-14].
- MARTÍNEZ, Jose A. ja MARTÍNEZ, Laura 2010. Some insights on conceptualizing and measuring service quality. Journal of Retailing and Consumer Services, Vol.17(1), 29-42. [Viitattu 2019-02-07].
- MEHMETOGLU, Mehmet ja NORMANN, Øystein 2013. The link between travel motives and activities in nature-based tourism. [artikkeli]. Julkaisussa: Tourism Review of Aiest - International Association of Scientific Experts in Tourism 2013, Vol.68 (2), pp. 3-13. [Viitattu 2019-01-14].
- MEK 2010a. Kansainvälinen luontomatkailututkimus 2010. [Viitattu 2018-11-13]. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/A169-Kansainva%CC%88linen-luontomatkailututkimus-2010-Korj.pdf>
- MEK 2010b. Vaellusmatkailu. Osaraportti: Kansainvälinen luontomatkailututkimus 2010. [Viitattu 2018-11-13]. Saatavissa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/2010-Kv-luontomatkailututkimus_Vaellus.pdf?dl
- METSÄHALLITUS 2014. Suojelualueiden hoidon ja käytön periaatteet. Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja. Sarja B 203. Helsinki: Edita Prima Oy. [Viitattu 2018-11-13]. Saatavissa: ISBN 978-952-295-070-3 (PDF)
- METSÄMUURONEN, Jari 2011a. Metodologian perusteet ihmistieteissä. Julkaisussa: METSÄMUURONEN, Jari (toim.). Laadullisen tutkimuksen käsikirja. [e-kirja]. Helsinki: International Methelp, 18-73. [Viitattu 2019-02-26].
- OAKLAND, John S. 2014. Total quality management and operational excellence: text with cases. [e-kirja]. 4.painos. Abingdon, Oxon: Routledge. [Viitattu 2019-01-31].
- OLLILA, Erkki ja KESTILÄ, Sini 2018. Turvallinen ja asiakaslähtöinen opastekokonaisuus. Lapin ammattikorkeakoulun julkaisuja Sarja D. Muut julkaisut 1/2018. Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu. [Viitattu 2018-11-15]. Saatavissa: https://blogi.eoppimispalvelut.fi/reittimerkit/files/2018/02/opastekokonaisuus_21082018_verkko.pdf
- ORIADE, Ade 2012. Service Quality. Julkaisussa: ROBINSON, Peter. Tourism: the key concepts. London: Routledge, 183-185.
- OUTDOORACTIVE 2018. [verkkosivu]. [Viitattu 2018-10-18]. Saatavissa: <https://www.outdooractive.com/en/>
- PETÄJISTÖ, Leena ja SELBY, Ashley 2011. Luontomatkailuyritystoiminnan laajuus: Internet-aineistoon pohjautuva selvitys. Metlan työraportteja/ Working Papers of the Finnish Forest Research Institute 217. [Viitattu 2018-11-21]. Saatavissa: <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2011/mwp217.htm>.

- RANTALA, Outi 2017. Luontomatkailu. Julkaisussa: EDELHEIM, Johan ja ILOLA, Heli (toim.) Matkailu-tutkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press, 59-63. [Viitattu 2018-10-10]. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-310-952-0>
- REJÓN-GUARDIA, Francisco, GARCÍA-SASTRE, María Antonia ja ALEMANY-HORMAECHE, Margarita 2018a. Hikers as cultural tourists: differences between hard and soft behaviours. [artikkeli]. Julkaisussa: Anatolia (International Journal of Tourism and Hospitality Research), 2018, Vol.29, No. 2, 267–277. [Viitattu 2018-12-14]. Saatavissa: Taylor & Francis Online.
- REJÓN-GUARDIA, Francisco, GARCÍA-SASTRE, María Antonia ja ALEMANY-HORMAECHE, Margarita 2018b. The active senior tourist: The case of the Balearic Islands. Julkaisussa: KOZAK, Metin ja KOZAK, Nazmi (toim.) Tourist behavior: an experiential perspective. [verkkojulkaisu]. Cham, Switzerland: Springer, 173-186.
- RENNICKS, Jennifer 1997. Nature-based tourism. [artikkeli]. Julkaisussa: Business and Economic Review, Vol.43(2), 8-11. [Viitattu 2018-12-11].
- RIIKONEN, Tiina ja RAUTIAINEN, Anne 2017. Maastossa olevien ulkoilureittien monikäyttö: nykytila, esteet ja mahdollisuudet. [selvitys]. Suomen Latu. [Viitattu 2019-01-17]. Saatavissa: https://blogi.eoppimispalvelut.fi/reittimerkinnat/files/2015/09/Reittien-monik%C3%A4ytt%C3%B6selvitys_2017_Suomen-Latu_REILA.pdf
- ROBINSON, Peter 2012. Motivation. Julkaisussa: ROBINSON, Peter. Tourism: the key concepts. London: Routledge, 136-141.
- RODRIGUES, Áurea L. O., KASTENHOLZ, Elisabeth ja RODRIGUES, Apolónia 2010. Hiking as a wellness activity – an exploratory study of hiking tourists in Portugal. [artikkeli]. Journal of vacation marketing, Vol.16(4), 331–343. [Viitattu 2019-02-18].
- RUIZ COLLADO, J.L. 2018-12-26. Las rutas de senderismo de Mallorca, las más demandadas en Europa por sus itinerarios. Ultima Hora. [sanomalehtiartikkeli]. [Viitattu 2019-01-07]. Saatavissa: <https://www.ultimahora.es/noticias/local/2018/12/26/1047285/rutas-senderismo-mallorca-mas-demandadas-europa-por-itinerarios.html>
- RÄSÄNEN, Pirjo ja SAARI, Heli 2011. Vaellusreittien suunnitteluopas. Outdoors Finland. Outdoors Finland -aktiviteettien kehittämisohjelman kansallinen koordinointi 2009–2011. [Viitattu 2019-05-08]. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/05/OF-Vaellusreittien-suunnitteluopas.pdf>
- RÄSÄNEN, Pirjo 2016. Retkeilymatkailun suunnitteluopas. Outdoors Finland. [Viitattu 2018-11-09]. Saatavissa: https://issuu.com/outdoorsfinland/docs/retkeilymatkailun_suunnitteluopas/2
- RÄSÄNEN, Pirjo 2018. Luonnosta liiketoimintaa – Outdoors Finland - kansainvälistymishankkeen kokemuksia. Julkaisussa: JYLLILÄ, Sanna ja NIKKOLA, Kirsi (toim.) Luontoreiteiltä kansainvälisille matkailumarkkinoille: Outdoors Etelä-Pohjanmaa – Luontokohteet tunnetuksi -hanke. [verkkojulkaisu]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu, s. 16-19. [Viitattu 2019-01-15]. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/155135/SeAMK_OutDoors_EP_low_2.pdf?sequence=4&isAllowed=y&fbclid=IwAR3Ng9YXoyAs9keXaii1P3rx6gXnAruYUPlbQgMe-XygOT0ZdtYRSF3UYtRc
- SAARANEN-KAUPPINEN, Anita ja PUUSNIEKKA, Anna 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. Helsinki: Suomen Standardisoimisliitto. [Viitattu 2019-03-04]. Saatavissa: <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus>
- SAARINEN, Jarkko 2001. Matkailukokemuksista elämystuotantoon – matkailuelämys käsitteenä ja luontomatkailun mainonnassa. Julkaisussa: AHO, Seppo, HONKANEN, Antti, SAARINEN, Jarkko. Matkailuelämykset tutkimuskohteina: suomalaisen matkailututkijaverkoston 10-vuotisjulkaisu. Rovaniemi: Lapin yliopisto, 83-97.

- SETH, Nitin, DESHMUKH, S. ja VRAT, Prem 2005. Service quality models: a review. [artikkeli]. The International Journal of Quality & Reliability Management Vol.22(8/9), 913-949. [Viitattu 2019-01-29].
- SIEVÄNEN, Tuija 2010. Virkistyskäytön kysynnän tutkimus. Julkaisussa: SIEVÄNEN, Tuija ja NEUVONEN, Marjo (toim.) Luonnon virkistyskäyttö 2010. Metlan työraportteja/ Working Papers of the Finnish Forest Research Institute 212. Vantaa: Metsätutkimuslaitos, 12-18. [Viitattu 2018-12-10]. Saatavissa: <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2011/mwp212.pdf>
- SIEVÄNEN, Tuija ja NEUVONEN, Marjo 2010. Luonnon virkistyskäytön kysyntä 2010 ja kysynnän muutos. Julkaisussa: SIEVÄNEN, Tuija ja NEUVONEN, Marjo (toim.) Luonnon virkistyskäyttö 2010. Metlan työraportteja/ Working Papers of the Finnish Forest Research Institute 212. Vantaa: Metsätutkimuslaitos, 37-79. [Viitattu 2018-12-10]. Saatavissa: <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2011/mwp212.pdf>
- SIEVÄNEN, Tuija ja TYRVÄINEN, Liisa 2015. Virkistyskäyttö ja luontomatkailu. Julkaisussa: SALO, Kauko (toim.) Metsä. Monikäyttö ja ekosysteemipalvelut. Helsinki: Luonnonvarakeskus (LUKE), 262 - 266. [Viitattu 2018-10-09]. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-326-123-5>
- STICKDORN, Marc, LAWRENCE, Adam, HORMESS, Markus Edgar ja SCHNEIDER, Jakob 2018. This is service design doing: applying service design thinking in the real world: a practitioners' handbook. [e-kirja]. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.
- TIB 2018. [verkkosivu]. Tourism by public transport. [Viitattu 2018-11-09]. Saatavissa: <https://www.tib.org/en/web/ctm/turisme>
- TIMOTHY, Dallen J. ja BOYD, Stephen W. 2015. Tourism and Trails: Cultural, Ecological and Management Issues. [e-kirja]. Aspects of Tourism: 64. Bristol, Buffalo, Toronto: Channel View Publications. [Viitattu 2018-10-08].
- TOIVONEN, Anna-Liisa, KETTUNEN, Juhani, HONKANEN, Asmo ja SAARINEN, Jarkko 2005. Luonto- ja elämysmatkailu - elinkeinon edellytykset. Esiselvitys tutkimusaiheista. Kala- ja riistaraportteja 352. Helsinki: Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. [Viitattu 2018-11-29]. Saatavissa: <https://core.ac.uk/download/pdf/52287791.pdf>
- TUKES 2018. Turvallisuus- ja kemikaalivirasto. [verkkosivu]. Kuntoilu- ja ulkoilureitit. [Viitattu 2018-11-015]. Saatavissa: <https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/kuluttajille-tarjottavat-palvelut/kuntoliikunta-ja-ulkoilu/kuntoilu-ja-ulkoilureitit>
- TUOMI, Jouni ja SARAJÄRVI, Anneli 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. [e-kirja]. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi. [Viitattu 2019-02-26].
- TUULANIEMI, Juha 2011. Palvelumuotoilu. [e-kirja]. Helsinki: Talentum Media Oy.
- TUULENTIE, Seija ja TYRVÄINEN, Liisa 2015. Luontomatkailun merkitys elinkeinoelämän kannalta. Julkaisussa: SALO, Kauko (toim.) Metsä. Monikäyttö ja ekosysteemipalvelut. Helsinki: Luonnonvarakeskus (LUKE), 267 - 271. [Viitattu 2018-10-09]. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-326-123-5>
- TYRVÄINEN, Liisa ja TUULENTIE, Seija 2007. Luontomatkailun tutkimus laajenee, moninaisuus lisääntyy. Julkaisussa: TYRVÄINEN, Liisa ja TUULENTIE, Seija (toim.) Luontomatkailu, metsät ja hyvinvointi. Metlan työraportteja / Working Papers of the Finnish Forest Research Institute 52. Helsinki: Metsätutkimuslaitos, 5-13. [Viitattu 2018-10-19]. Saatavissa: <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2007/mwp052.htm>
- TYRVÄINEN, Liisa 2015. Metsän virkistyskäytön terveys- ja hyvinvointihyödyt. Julkaisussa: SALO, Kauko (toim.) Metsä. Monikäyttö ja ekosysteemipalvelut. Helsinki: Luonnonvarakeskus (LUKE), 272 - 276. [Viitattu 2018-12-10]. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-326-123-5>
- TYRVÄINEN, Liisa 2017. Matkailun ympäristövaikutukset. Julkaisussa: EDELHEIM, Johan ja ILOLA, Heli (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press, 93-99. [Viitattu 2018-10-19]. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-310-952-0>

- TYRVÄINEN, Liisa, SAVONEN, Eira-Maija ja SIMKIN, Jenni 2017. Kohti suomalaista terveystieteiden mallia. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 11/2017. Helsinki: Luonnonvarakeskus (LUKE). [Viitattu 2018-10-16]. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-326-366-6>
- TYRVÄINEN, Liisa, SIEVÄNEN, Tuija, KONU, Henna, TUOHINO, Anja, AAPALA, Kaisu ja OJALA, Olli 2018. Miten kehittää luonnon virkistys- ja matkailukäyttöä Suomessa? [artikkeli]. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan artikkelisarja 2/2018. Valtioneuvoston kanslia. [Viitattu 2018-12-13]. Saatavissa: https://tietokayttoon.fi/documents/1927382/2116852/2_2018_Miten+kehitt%C3%A4%C3%A4+luonnon+virkistys-+ja+matkailuk%C3%A4ytt%C3%B6%C3%A4+Suo-messa/cf8d1534-7440-4956-b74b-d4531f03a347?version=1.0
- UNESCO 2018a. Cultural Landscapes. [Viitattu 2018-12-20]. Saatavissa: <https://whc.unesco.org/en/culturallandscape/>
- UNESCO 2018b. Cultural Landscape of the Serra de Tramuntana. [Viitattu 2018-12-20]. Saatavissa: <https://whc.unesco.org/en/list/1371>
- UUSITALO, Marja, TUULENTIE, Seija, KANTOLA, Sini, HUHTA, Esa ja NIVALA, Vesa 2018. Polkuja luontoon – Levin kesäreittiverkoston kehittäminen käyttäjäkokemuksia ja ekologista tietoa yhdistäen. Julkaisussa: Matkailututkimus Vol.14(2), 7-23. [e-julkaisu]. [Viitattu 2019-02-18]. Saatavissa: <https://journal.fi/matkailututkimus/issue/view/5358/2018-2?acceptCookies=1>
- VILKKA, Hanna 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. [e-kirja]. Helsinki: Tammi. [Viitattu 2019-04-30]. Saatavissa: <http://hanna.vilkka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>
- VILKKA, Hanna 2015. Tutki ja kehitä. 4.uudistettu painos. [e-kirja]. Jyväskylä: PS-kustannus. [Viitattu 2019-02-26].
- VUORINEN, Jouni, SORAKUNNAS, Esko ja HÖGMANDER, Jouko 2014. Öron luontomatkailun kehittämissuunnitelma. Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja. Sarja C 127. [Viitattu 2018-11-14]. Saatavissa: ISBN 978-952-446-950-0 (PDF)
- VUORISTO, Kai-Veikko ja VESTERINEN, Nina 2001. Lumen ja Suomen maa. Porvoo: WSOY.
- VUORISTO, Kai-Veikko 2002. Matkailun muodot. 3.painos. Porvoo: WSOY.
- WALKER, John R. ja WALKER, Josielyn T. 2011. Tourism: concepts and practices. Boston: Prentice Hall.
- WANG, Yonggui, LO, Hing-Po ja YANG, Yongheng 2004. An Integrated Framework for Service Quality, Customer Value, Satisfaction: Evidence from China's Telecommunication Industry. [artikkeli]. Information Systems Frontiers, Vol.6(4), 325-340. [Viitattu 2019-01-30].
- WILLIAMS, Christine ja BUSWELL, John 2003. Service Quality in Leisure and Tourism. Wallingford: CABI publishing.
- ZEITHAML, Valarie 1988. Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. [artikkeli]. Journal of Marketing, Vol.52(3), 2-22. [Viitattu 2019-01-30].

10. Have you been hiking in Mallorca before this holiday? If yes, how many times?

- 1) yes, _____ 2) no

11. How many hikes you are planning to do on this holiday?

- 1) one 3) three
2) two 4) four or more

12. Have you been using any of the following options, when looking for an information about hiking in Mallorca?

- 1) Outdooractive 5) Infomallorca.net (Consell de Mallorca)
2) Komoot 6) "Senderismo" application
3) Wikiloc 7) Tourism information office
4) Senderos de Mallorca website 8) Other _____?

13. Name the hike you are doing today. Where did you start and where do you finish?

(If you are doing a long-distance hike (GR221), please tell also where you started and where are you finishing, and how many days you will walk in total.)

14. Why did you choose the hike you are doing today?

15. Did you use a map during the hike today? If yes, what kind of map (electric, paper etc.)?

- 1) yes, _____? 2) no
please specify the type of map

16. What have you liked most on this hike? Have there been something you didn't like?

17. Following statements are about the hike you are doing today.
Please tick (X) one box for each statement to show how much you agree or disagree with it.

Survey scale: 5=Strongly agree, 4= Agree, 3=No opinion/neutral, 2= Disagree, 1= Strongly disagree					
	5	4	3	2	1
a) It was easy to find information about the hike.					
b) Information of the hike was understandable and clear.					
c) There was enough information available about the hike.					
d) The hike was easily accessible with public transportation.					
e) Starting point of the hike was easy to find.					
f) There were good signposts to the starting point of the hike.					
g) The trail was well signposted and easy to follow.					
h) I didn't have to use any kind of map to navigate.					
i) The trail was in good condition and I felt safe.					
j) I didn't have to worry about getting lost during the hike.					
k) The sceneries during the hike met my expectations.					
l) The hike was varied, and I enjoyed every moment.					
m) The difficulty of the hike met the ratings given.					
n) The hike was exactly like the information provided.					
o) Overall, the hike met my expectations.					
p) I would recommend this hike to a friend.					
q) I would recommend Mallorca as a hiking destination to a friend.					

Are you...?

a) man

b) woman

Your nationality: _____

Your age:

1) under 30

4) 51-60

2) 30-40

5) 61-70

3) 41-50

6) over 70

Something else you would like to say?

Thank you for your answers and have a nice holiday!