

Porvoon vanhan kaupungin liikaturismi

Elisa Tamminen



Tekijä(t) Elisa Tamminen	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Porvoon vanhan kaupungin liikaturismi	Sivu- ja liitesivumäärä 38 + 1
<p>Tässä opinnäytetyössä tutkitaan, kokevatko matkailijat Porvoon vanhassa kaupungissa liikaturismista aiheutuvia ilmiöitä. Tutkimustuloksia analysoitaessa selvitetään, onko matkailijoiden kokemuksissa eroa ikäryhmien tai asuinpaikkojen välillä. Työn tavoitteena on tuottaa tutkimuksen myötä hyötyä Porvoon vanhan kaupungin matkailun kehittämiseksi, sekä toimeksiantajalle The TOURIST Project:ille, jonka tavoitteena on kasvattaa tietoisuutta kestävästä matkailusta sekä rakennuttaa Thaimaahan ja Vietnamiin kestävä matkailun koulutuskeskuksia.</p> <p>Opinnäytetyö koostuu kontekstista, jossa esitellään Porvoon vanhan kaupungin matkailua yleisellä tasolla, teoriaosuudesta, johon sisältyy kestävä matkailun, liikaturismin, kokemuksen ja mielikuvien muodostumisen teoriaa, tutkimusmenetelmäosuudesta, johon topäätöksistä ja kehittämismahdollisuuksista, sekä pohdintaosuudesta. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisin, eli määrällisin menetelmin survey- eli kyselytutkimuksena. Vastajat olivat Porvoon vanhassa kaupungissa vierailleita henkilöitä, ja heidät tavoitettiin sosiaalisen median välityksellä. Vastajia kyselyyn oli yhteensä 100. Vastaukset kyselyyn saatiin elokuussa 2019, ja analysointi tehtiin syys-lokakuun aikana. Tarkoitus oli kerätä vastaukset Porvoon vanhan kaupungin suurimman matkailusesongin, eli kesäkuukausien loppupuolella.</p> <p>Tutkimuksen mukaan vanhassa kaupungissa vierailleet matkailijat eivät koe merkittävässä määrin liikaturismin vaikutuksia. Ilmiöt ovat kuitenkin havaittavissa, joten matkailun kasvun jatkuessa myös liikaturismin mahdollistajat, sekä siitä seuraavat haittavaikutukset kohteelle tulisi ottaa huomioon Porvoon matkailun kehityksessä. Eniten matkailijoihin vaikutti parkkipaikkojen löytymisen vaikeus sekä hintatason korkeus, kun taas vähiten epäsiisteys tai melu.</p>	
Asiasanat Liikaturismi, kestävä matkailu, Porvoo, Vanha Porvoo, matkailu, mielikuva	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Porvoon vanha kaupunki matkakohteena	2
2.1	Yleistietoa.....	2
2.2	Historia	3
2.3	Porvoon vanhan kaupungin matkailu	4
3	Matkailun kestävyys ja liikaturismi	7
3.1	Matkailun kestävyys	7
3.2	Liikaturismi	10
3.2.1	Liikaturismin mahdollistajat	12
3.2.2	Miten liikaturismia voi torjua?	16
4	Kokemuksen ja mielikuvien muodostuminen matkailussa.....	18
5	Tutkimusmenetelmät	20
5.1	Määrällinen tutkimus	20
5.2	Tutkimusprosessin kuvaus.....	21
5.3	Tutkimuksen luotettavuus.....	22
6	Tulokset.....	24
6.1	Taustakysymykset.....	24
6.2	Matkailun vaikutukset Porvoon vanhassa kaupungissa	25
6.3	Ristiintaulukoinnin tulokset.....	27
7	Johtopäätökset	30
8	Pohdinta	32
	Lähteet	34
	Liitteet.....	37

1 Johdanto

Matkailuala on maailman suurin ala, ja se työllistää lähes 10 prosenttia koko maailman työvoimasta. Matkailu kasvaa ennätysvauhtia, eikä edes vallitsevat ilmastohuolet ole hidastaneet matkailun jatkuvaa kasvua. Matkailun kasvun seurauksena on kuitenkin herätty myös matkailun kestävyteen. Suurimpana huolen aiheena nykypäivän matkailussa pidetään liikaturismia, eli suosittujen matkakohteiden ylikuormittumista.

Porvoon vanha kaupunki on yksi Suomen suosituimmista matkakohteista. Porvoon valtiokorttina on päiväkävijät, ja Porvoossa ja sen vanhassa kaupungissa vierailee vuosittain lähes miljoona matkailijaa. Tämän opinnäytetyön tutkimuskysymys on, kokevatko kävijät Porvoon vanhassa kaupungissa liikaturismista aiheutuvia ilmiöitä, kuten väenpaljoutta, melua, epäsiisteyttä, vähäistä paikalliselämää tai palvelutarjonnan hahmottamisen vaikeutta. Tutkimustulosten analysoinnissa selvitetään, onko matkailijoiden kokemuksissa eroja ikäryhmien tai asuinpaikkojen välillä. Opinnäytetyön aihe on saatu toimeksiantona The TOURIST- nimiseltä projektilta, jossa Haaga-Helian oppilaitos on osallisena. Projektin tavoitteena on rakentaa kestävä matkailun koulutuskeskuksia ja kehittää innovatiivisia taloudenhallintastrategioita Thaimaahan ja Vietnamiin. The TOURIST- projektin myötä halutaan myös lisätä tietoisuutta kestävästä matkailusta.

Liikaturismi on tuore termi, vaikka turismin aiheuttamat ongelmat ovat olleet havaittavissa jo kymmeniä vuosia. Aiheesta on siis vielä melko vähän tietoa ja tutkimuksia, sekä todistusti toimivia keinoja liikaturismin ennaltaehkäisemiseksi tai vähentämiseksi. Tästä opinnäytetyöstä on siis hyötyä sekä Porvoon, että muiden kaupunkien kestävämmän matkailun kehitykselle, sillä työssä on esitelty näitä keinoja, sekä liikaturismin aiheuttajia.

Työssä käsitellään Porvoon vanhaa kaupunkia matkakohteena, jotta lukija saa käsityksen sen matkailun nykytilasta. Teoriaosuus koostuu kestävästä matkailusta, liikaturismista sekä mielikuvien ja kokemusten muodostumisen teoriasta. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena, eli määrällisenä kyselytutkimuksena. Kyselyyn vastasi 100 vastaajaa, ja vastaajat tavoitettiin sosiaalisen median eri kanavien kautta. Tutkimustulosten pohjalta on laadittu johtopäätökset ja kehittämismahdollisuudet. Lopussa vielä pohditaan opinnäytetyöprosessia kirjoittajan näkökulmasta.

Aihe on ajankohtaisen ja tuoreen teemansa vuoksi erittäin mielenkiintoinen myös kirjoittajalle. On hienoa ja hyvällä tavalla haastavaa tutkia aihetta, jota ei vielä paljoa ole tutkittu. Se, että tutkimuksen kohde on oma asuinpaikkokaupunki, tekee aiheesta vielä henkilökohtaisella tasolla tärkeän, sillä liikaturismin mahdolliset ilmiöt vaikuttavat myös omaan elämään.

2 Porvoon vanha kaupunki matkakohteena

Tässä luvussa esitellään Porvoon vanha kaupunki, käsitellään sen historiaa sekä Porvoon vanhaa kaupunkia matkakohteena nähtävyyksien, matkailupalveluiden sekä saavutettavuuden kautta.

2.1 Yleistietoa



Kuva 1. Vanha kaupunki jokilaaksossa (Flickr 2017)

Porvoo sijaitsee Uudenmaan maakunnassa, n. 50 kilometrin päässä Helsingistä. Porvoossa asuu kaiken kaikkiaan n. 50 000 ihmistä, joista n. 30 prosenttia on ruotsinkielisiä (Kuntaliitto 2017.) Porvoo on tunnettu ympäri maailman historiallisesta vanhasta kaupungistaan. Porvoon vanha kaupunki sijaitsee Porvoon jokilaaksossa, ja alue on nimetty kansallismaisemaksi ja arvokkaaksi kulttuuriympäristöksi. Vanhaa kaupunkia voisi kutsua maamme tunnetuimmaksi historialliseksi kaupunkimiljööksi (Vesterinen & Vuoristo 2009, 163-164.) Porvoon joen rannalla sijaitsevat punaiset ranta-aitat ovat alueen kuuluisimpia nähtävyyksiä ja ranta-aittojen luoma maisema onkin yksi Suomen kuvatuimmista kohteista (Kuva 1). Porvoon vanhassa kaupungissa asuu ja työskentelee noin 800 henkilöä. Asuinrakennuksia alueella on 250, ja piha- ja talousrakennuksia 300 (Visit Porvoo 2019.)

Porvoo ympäristöineen on myös merkittävä taiteen ja kirjallisuuden keskus, sillä alueella ovat vaikuttaneet muun muassa J.L. Runeberg sekä Albert Edelfelt. Porvoo on myös Suomen kustannustoiminnan, WSOY:n, historiallisia pääkeskuksia (Vesterinen & Vuoristo 2009, 164.)

2.2 Historia

Porvoo on Suomen toiseksi vanhin kaupunki, ja se on yksi Suomen kuudesta keskiaikaisesta kaupungista. Porvoosta tuli kaupunki ensimmäisen kerran vuonna 1380. Sen jälkeen se on menettänyt ja saanut takaisin kaupunkioikeutensa moneen otteeseen. Muun muassa Helsingin hyväksi Porvoota on koitettu autoittaa, ja Helsingin porvaristo teki kaikkensa hankaloittaakseen vanhemman Porvoon kaupankäyntiä ja merenkulkua. Lopulta Porvoo menetti oikeutensa myös ulkomaankauppaan, ja taisto jatkui 1700-luvulle saakka. Tuohon aikaan Porvoo oli yksi Suomen suurimmista kaupungeista, 1500:lla asukkaalla. Myös lukio siirrettiin Porvooseen Viipurista. Porvoossa pidettiin myös Porvoon valtiopäivät vuonna 1809, jolloin Suomi sai autonomisen asemansa (Porvoo.fi 2019a.)

Vuonna 1760 Vanhassa Porvoossa oli tuhoisa tulipalo, jolloin kaksi kolmasosaa alueesta paloi maan tasalle. Palon jälkeen talot alettiin rakentamaan kivistä, ja silloin annettiin kannustimena verohelpotusta kivitaloja rakentaville. Uutta keskustaa, empirekaupunkia, alettiin rakentamaan palon jälkeen, ja silloin Vanhaa kaupunkia uhkasi purku. Lopulta empirekaupungin tieltä purettiin vain osa vanhasta kaupungista, jonka jälkeen se jäi unholaan ja ehti rapistuakin, kunnes 1970-luvulla herättiin sen rakennushistorialliseen arvoon (Porvoo.fi 2019a.)



Kuva 2. Porvoo 1800-luvulla (Thinglink 2019)

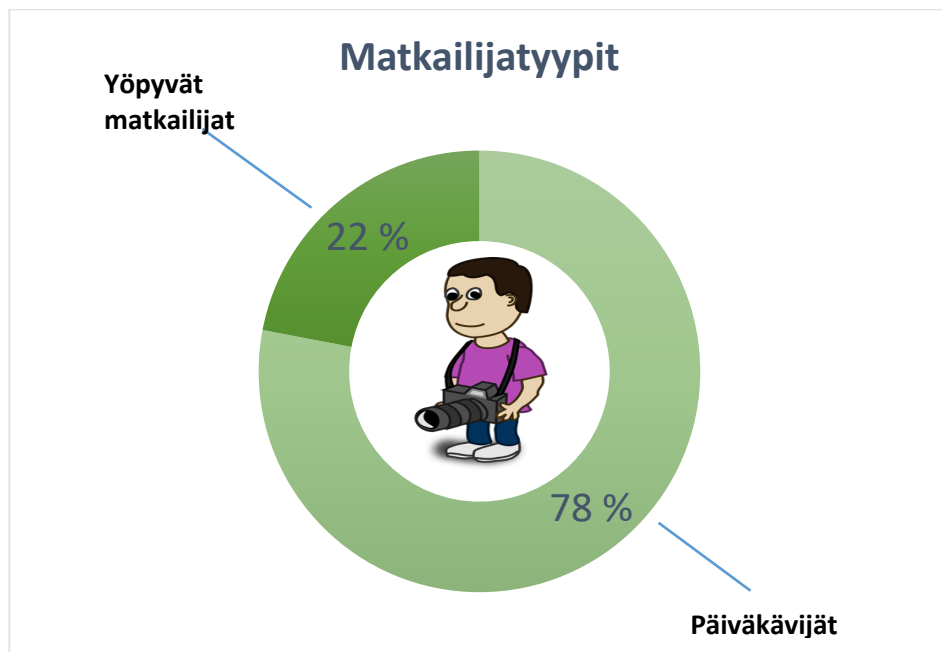
Monet vanhan kaupungin asuintalot ovat peräisin 1700- ja 1800-luvuilta. Vanhassa kaupungissa on asuinrakennuksien kautta edelleen nähtävissä vanhat, eri yhteiskuntaryhmien asuinalueet: jokirannan kauppiastalot, kirkon ympäristön virkamiesasunnot, sekä köyhempien, käsityöläisten alue. Myös tuomiokirkko ja kellotapuli, sekä asemakaavan pohjana oleva katujen tonttien sijoittelu ovat säilyneet keskiajalta (Kuva 2). Välikatu on

tiettävästi Suomen vanhin katu, ja Raatihuoneentori pisimpään yhtäjaksoisesti käytössä ollut tori (Porvoo.fi 2019a.)

2.3 Porvoon vanhan kaupungin matkailu

Vanha Porvoo on ranta-aittoineen ja värikkäine puutaloineen matkailijoiden kestopuosikkikohte Suomessa. Matkailijoita saapuu Porvooseen ympäri Suomea ja maailmaa, ja kulkuyhteydet Porvooseen ovatkin erinomaiset. Porvoon linja-autoasema sijaitsee aivan vanhan kaupungin tuntumassa, ja busseja kulkee Helsingin ja Porvoon välillä useita kertoja tunnissa. Kesä on ehdottomasti suosituinta matkustusajaksi, mutta myös talvella joulumarkkinat vetävät puoleensa turisteja. Kohde sopii erinomaisesti sekä kaupunkimatkailijoille että aktiivilomalijoille. Tekemistä riittää koko perheelle (Rantapallo 2019.)

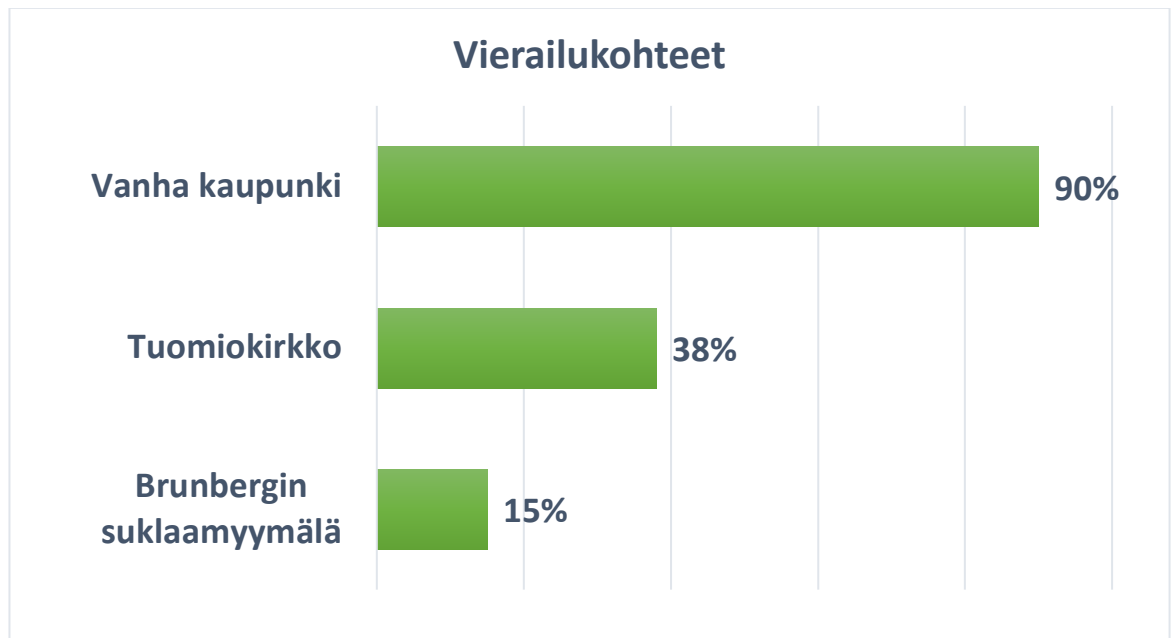
Porvoon vahvuutena matkailussa ovat päiväkävijät. Päiväkyntien suosio selittyy Porvoon sijainnilla ja osittain myös majoituskapasiteetilla. Ulkomaalaisten osuus päiväkävijöistä lisääntyy vielä Helsingistä saapuvien risteilymatkustajien vuoksi (TAK Oy 2016.)



Kuvio 1. Porvoon matkailijatyyppit (mukaillen TAK Oy 2016)

Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy:n Porvoon matkailijakyselyn (2016) mukaan Porvoossa vieraili kesällä n. 354 000 henkilöä. Heistä neljä viidesosaa, 78%, olivat päivämatkailijoita (Kuvio 1). Toisin kuin muilla suomalaisilla kohteilla, päiväkävijöiden ja yöpyjien suhteessa ei ole tilastollisesti suurta eroa suomalaisten ja ulkomaalaisten matkailijoiden välillä (TAK Oy 2016). Vuositasolla Porvoossa vierailee jopa lähemmäs miljoona matkailijaa (Porvoo.fi 2018).

Matkailijoiden kiinnostus Porvoota kohtaan on herännyt jo 1800-luvulla. Kilpailu kylpyläkaupunkina tunnetun Loviisan kanssa oli kovaa. Porvoo nähtiin jo tuolloin kansallisena symbolina, jossa yhdistyi Runebergin henki ja Albert Edelfeltin taide. Turismin merkitykseen herättiin 1920-luvulla, ja kaupungin ensimmäinen matkailulautakunta perustettiin vuonna 1930 (Uusimaa 2017.)



Kuvio 2. Suosituimmat vierailukohteet Porvoon vanhassa kaupungissa (mukaillen TAK Oy 2016)

Matkailijoiden keskuudessa suosituin vierailukohde Porvoossa on vanha kaupunki, sillä TAK Oy:n tutkimuksen mukaan 90% Porvoon matkailijoista tutustui matkallaan vanhaan kaupunkiin (Kuvio 2). Vanhassa kaupungissa puolestaan suosituimpia yksittäisiä vierailukohteita olivat Tuomiokirkko sekä Brunbergin suklaamyymälä (TAK Oy 2016.) Muita suosittuja nähtävyyksiä Vanhan Porvoon alueella ovat Porvoon Raatihuone eli Porvoon museo, Porvoon nukke- ja lelumuseo, sekä galleriat Vanha Kappalaisentalo ja Sofia (Porvoo.fi 2019b).

Tuomiokirkko sai lopullisen muotonsa 1400-luvulla (Porvoo.fi 2019c). Kirkko on vuosisatojen saatossa palanut viisi kertaa, viimeisimmin vuonna 2006, jonka jälkeen vuonna 2008 se otettiin uudelleen käyttöön (Rantapallo 2019). Porvoon Tuomiokirkko on kolmanneksi vierailuin kirkko Suomessa (Discovering Finland 2019).

Brunbergin suklaa- ja makeismyymälällä on perinteitä vuodesta 1871 lähtien (Porvoo.fi 2019d). Perheyrittys Brunberg sai alkunsa kun A.W. Lindfors perusti leipomon Porvoo-

seen. Leipomotuotteiden lisäksi vuonna 1879 yritys ryhtyi valmistamaan makeisia, ja vähitellen makeistoiminta erkaantui leipomotoiminnasta. Lennart Brunberg oppi makeisvalmistuksen tehtaalla, ja osti yrityksen. Brunberg Oy on pysynyt perheyriyksenä jo viiden sukupolven ajan, ja perinteiden vaalimisella on edelleen tärkeä rooli Brunbergin toiminnassa. Suosituimpia Brunbergin tuotteita ovat Alku-karamellit, Tryffelit, sekä suukot (Brunberg 2019.) Näitä herkkuihin pääsee tutustumaan vanhan kaupungin sydämessä, ja myymälässä riittää kävijöitä ympäri maailmaa.

Matkailupalveluilla tarkoitetaan niitä palveluita, joita turistit käyttävät matkansa aikana. Palveluihin lukeutuu esimerkiksi majoituspalvelut, kuljetuspalvelut, ravintolapalvelut, viihdetarjonta sekä infrastruktuuri. Vanhassa Porvoossa etenkin ravintolat, kahvilat ja putiikit ovat suuressa roolissa palvelutarjonnassa. Vaikka Porvoo on suosittu päivämattakohde, on tarjolla myös erilaisia majoitusvaihtoehtoja. Suloiset putiikkihotellit, perustasoiset ketjuhotellit, sekä kasvavassa suosiossa olevat kotimajoituspalvelut kuten AirBnB majoittavat turisteja Porvoossa (Rantapallo 2019). Ravintolatarjonta vanhassa kaupungissa on hyvin laaja. Vaikka vanhan kaupungin alue ei ole kovin suuri, on siellä toistakymmentä ravintolaa ja kahvilaa jokaiseen makuun. Porvoossa on helppo liikkua jalan, sillä palvelut sijaitsevat lähellä toisiaan.

3 Matkailun kestävyys ja liikaturismi

Tässä luvussa esitellään kansainvälisen matkailun nykytila, määritellään kestävä matkailu, sekä esitellään liikaturismi käsitteenä, sen mahdollistajat ja torjuntamahdollisuudet.

3.1 Matkailun kestävyys

Toisen maailmansodan jälkeen matkailuala on kasvanut verrattain pienestä toiminnasta maailman suurimmaksi alaksi. Maailman matkailujärjestön UNWTO:n mukaan kansainvälisten yön yli kestävien matkojen määrä tulee vielä tuplaantumaan 2000-luvun alussa, huolimatta maailmalla vallitsevasta epävakasta turvallisuustilanteesta. Voidaan jo väittää, että jokainen paikka maailmalla on nykypäivänä matkailukohde, joille kestävyys on ajankohtainen ongelma (Weaver 2006, 14.)

Maailman matkailujärjestön UNWTO:n mukaan kestävä matkailu tarkoittaa matkailua, jossa otetaan kokonaisvaltaisesti huomioon sen nykyiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristöön kohdistuvat vaikutukset, jotka käsittävät matkailijoiden, ympäristön, talouden, ja isäntäyhteisön tarpeet (Greentourism 2019). Kestävän matkailun kehittämisen ohjeita ja hallintakäytäntöjä voidaan soveltaa kaikkiin matkailumuotoihin kaiken tyyppisissä kohteissa, mukaan lukien massaturismin ja kapeammat matkailun osa-alueet. Kestävä matkailu käsittää ympäristölliset, taloudelliset ja sosio-kulttuuriset näkökulmat, ja näiden kaikkien kolmen ulottuvuuden välille on luotava sopiva tasapaino matkailun pitkän aikavälin kestävyden takaamiseksi (UNWTO 2019.)

Jotta matkailu olisi ympäristön kannalta kestävä, tulisi siinä hyödyntää optimaalisesti ympäristöresursseja, jotka ovat avainasemassa matkailun kehityksessä, ylläpitää olennaisia ekologisia prosesseja, ja edesauttaa luonnonperinnön ja biologisen monimuotoisuuden säilymistä. Sosio-kulttuurinen kestävyys matkailun kannalta käsittää isäntäyhteisöjen kulttuurin aitouden kunnioittamisen, heidän rakentamansa ja elävän kulttuuriperinnön sekä perinteisten arvojen suojelun, ja kulttuurien välisen ymmärryksen ja suvaitsevaisuuden edistämisen. Taloudellisesti kestävä matkailu on silloin, kun kaikille sidosryhmille tarjotaan tasapuolisesti jakautuneet sosiaaliset edut takaamalla toteuttamiskelpoiset, pitkäaikaiset taloudelliset toimenpiteet, mukaan lukien vakaan työllisyyden ja tulonhankinnan, isäntäyhteisöjen sosiaalipalvelut ja köyhyden vähentämisen (UNWTO 2019.)

Kestävyyden, eli ekologisen, sosio-kulttuurisen ja taloudellisen vastuun tulee näkyä sekä teoissa että sanoissa ja siksi matkailuyrityksien suositellaan noudattavan toiminnassaan kestävä kehityksen periaatteita kaikissa sen ulottuvuuksissa. Vastuullinen toimintatapa on yhä enenevässä määrin tärkeää matkailuyrityksille, ja kestävien valintojen näkyminen

asiakkaalle on edellytys kilpailukykyiseen ja pitkäjänteiseen toimintaan, sillä tutkimusten mukaan vastuullisesti toimivien yritysten asiakastyytyväisyys ja koettu laatutaso on korkeampaa. Yritykset saavat myös merkittäviä kustannussäästöjä energiasäästöjen myötä. Matkailijoille tärkeimpiä vastuullisuuden osoittajia matkailupalveluissa ovat esimerkiksi vesi- ja energiatehokkuus, jätehuolto, paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttö, paikallisten työllistäminen, kulttuuriperinnön vaaliminen, ja paikallisen väestön huomioon ottaminen. Ajanhermolla oleva matkailuyritys ymmärtää kestävien toimintatapojen vaikutuksen elinkeinonsa ja ympäristön tulevaisuudelle, ja tiedostaa niiden merkityksen yrityksensä taloudelliselle jatkuvuudelle (Business Finland 2019.)

Matkailun kestävyiden tärkeys kasvaa Euroopassa koko ajan. Booking.comin järjestämän kyselytutkimuksen mukaan 65% vastaajista valitsisi matkalleen ympäristöystävällisen majoituksen, ja 68%: lla vastaajista majoituspaikan valintaan vaikutti positiivisesti se, että majoitus on ympäristöystävällistä. Myös muut vallitsevat trendit ja tutkimukset osoittavat sen, että matkailuyrityksen vastuullinen toimintatapa on asiakkaille yhä tärkeämpää. Vastuullisuutta arvostavat matkustavat useammin, viihtyvät kohteessa pidempään, kuluttavat enemmän rahaa matkaa kohden, ja heistä yksi kolmasosa olisi halukkaita maksamaan enemmän vastuullisista palveluista. Lisäksi matkailijat etsivät kohteita, joissa ilma on puhdasta, paikallisuus on aistittavissa ja paikallisia on mahdollista tavata (Business Finland 2019.)

Kestävä matkailukehitys edellyttää kaikkien asiaankuuluvien sidosryhmien tietoista osallistumista sekä vahvaa poliittista johtajuutta laajan osallistumisen ja yksimielisyyden varmistamiseksi. Kestävän matkailun saavuttaminen on jatkuvaa prosessia, joka vaatii kokoai-kaista vaikutusten seurantaan ottamalla käyttöön tarvittavat ehkäisevät ja/tai korjaavat toimenpiteet. Kestävän matkailun tulisi myös ylläpitää matkailijoiden korkeaa tyytyväisyyttä ja varmistaa matkailijoille mielekäs kokemus lisäämällä heidän tietoisuuttaan kestävyyskysymyksistä ja edistämällä kestävä matkailun käytäntöjä heidän keskuudessaan (UNWTO 2019.)

Myös Porvoossa on haluttu kiinnittää huomiota siihen, että sekä asukkaiden että matkailijoiden asenteet kasvaviin kävijämääriin pysyvät positiivisina. Tavoitteena on tarjota Porvoossa toimiville matkailuyrityksille mahdollisuus kasvattaa tietoisuutta ja osaamista kestävä matkailun periaatteista, kuunnellen kaikkia osapuolia ja sidosryhmiä. Porvoon kaupungin matkailu- ja markkinointiyksikkö haluaa ottaa matkailun suunnitteluun mukaan paikalliset, vanhan kaupungin alueella asuvat ja työskentelevät ihmiset, yritykset sekä organisaatiot. Porvoon vanhan kaupungin kestävä matkailun nykytilasta on luotu käsitys, sekä

ideoitu mahdollisia toimenpiteitä ja ratkaisuja. Toimenpiteissä on pääosassa ydinviestin välittäminen: nauti Vanhasta Porvoosta, mutta kunnioita sitä (Porvoo.fi 2018.)

3.2 Liikaturismi

Matkailun kasvu on notkahtanut alas vain muutaman kerran sitten 1950-luvulla alkaneen massaturisminkauden; öljykriisin ollessa pahimmillaan 1970-luvulla, sekä finanssikriisin aikaan vuonna 2008. Edes ilmastonmuutosuhuolet eivät ole hidastaneet matkailun jatkuvaa kasvua. Itä-Suomen yliopiston matkailuliiketoiminnan professori Raija Komppula esittää Etelä-Suomen Sanomien artikkelissa "Lentomatkailu jatkaa kasvamistaan ilmastohuolista riippumatta" matkailun tulevaisuuden suurimmaksi huoleksi liikaturismin, eli suosittujen matkakohteiden ylikuormittumisen. Esimerkiksi Venetsiassa paikalliset joutuvat muuttamaan alueelta pois, kun turismin myötä hintataso on noussut niin paljon, ettei siellä voi elää (ESS.fi 2019.)

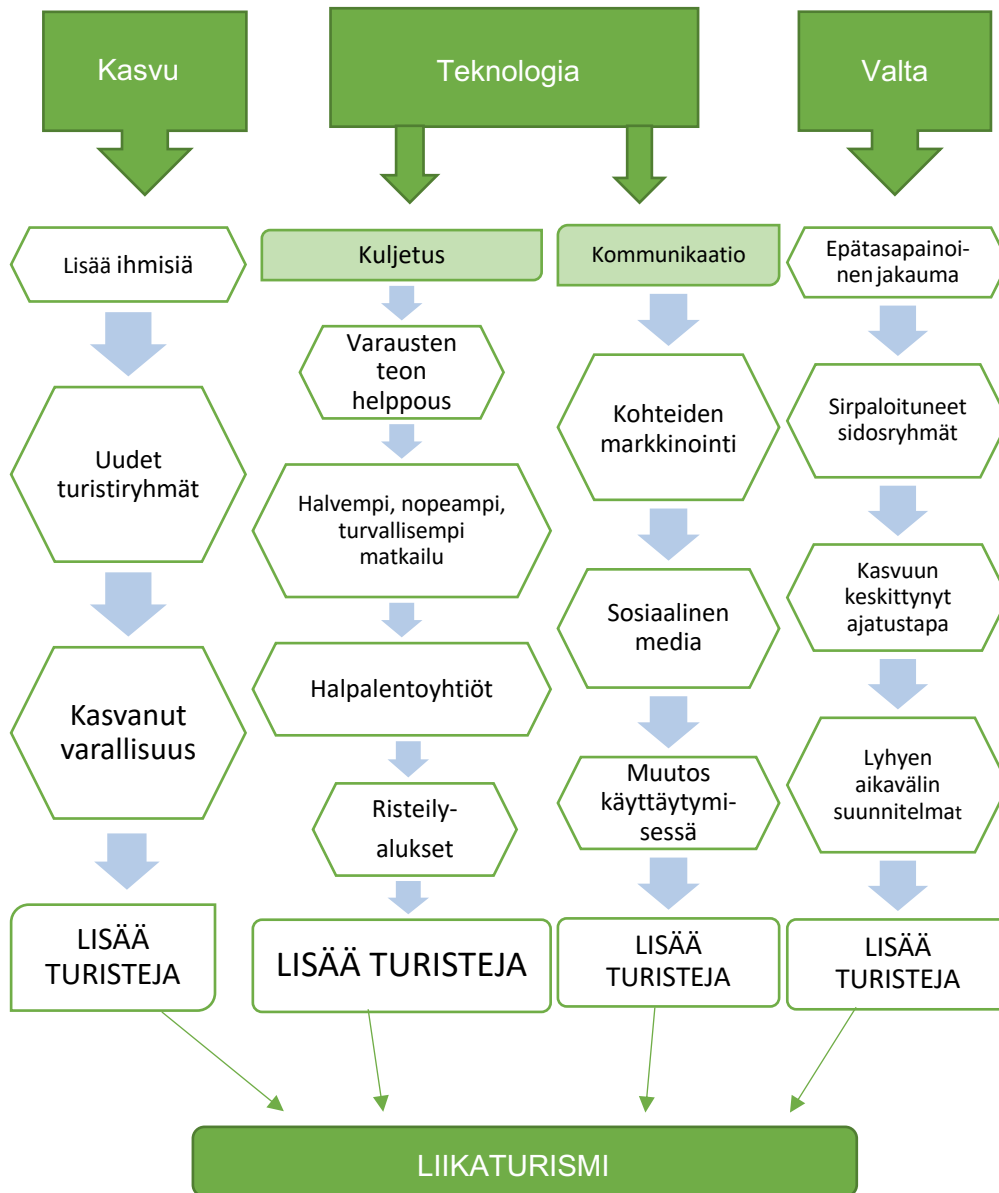
Muita liikaturismin aiheuttamia haittoja ovat esimerkiksi kapeiden katujen tukkeutuminen turistien ajoneuvoista, kun villieläimet pelotetaan pois niiden elinalueelta, kun turistit eivät näe nähtävyyksiä väenpaljouden takaa, ja kun hauraat ympäristöt alkavat heikentyä turismin seurauksena. Turismin positiivista seurauksista, kuten vaurauden lisääntymisestä maalaisyhteisöissä, talouden kasvusta, kriittisesti uhanalaisten lajien suojelusta ja murentuvien, historiallisten kaupunkien entisöinnistä huolimatta turismi aiheuttaa nykypäivänä monissa kohteissa enemmän haittaa kuin hyötyä, ja tämä voi ilmetä monessa muodossa. Kenties miljoona ylimääräistä matkailijaa matkustaa jonkin maan pääkaupunkiin, tai kaksikymmentä ylimääräistä matkailijaa pieneen, maalaisyhteisöön. Liikaturismi ei ole ongelma ainoastaan suurissa kaupungeissa, vaan siitä on dokumentoitu myös erämaissa, tai paikoissa kuten Isle of Skye. (Responsibletravel.com 2019.)

Liikaturismi- termi on saanut nopeasti vetovoimaa useilla sektoreilla, mukaan lukien yliopistot, politiikka, sosiaaliset liikkeet ja tiedotusvälineet. Tämä suhteellisen uusi termi, jota toisinaan kutsutaan myös "paikkojen rakastamiseksi kuolemaan asti", "menestyksen tunnusteluksi" ja "turismifobiaksi", on määritelty matkailijoiden liialliseksi kasvuksi, joka johtaa ylikuormittumiseen alueilla, joilla paikalliset asukkaat kärsivät väliaikaiset ja sesonkien tuomat turismihuiput, jotka ovat aiheuttaneet pysyviä muutoksia heidän elämäntapaansa, mukavuuksien ja palveluiden saatavuuteen ja yleiseen hyvinvointiin. Kohteet kokevat liikaturismia, kun majoittajat tai vieraat, paikalliset tai matkailijat, kokevat, että alueella on liikaa matkailijoita ja että elämän- tai kokemuksen laatu ovat heikentyneet hyväksyttömästi. Liikaturismin aiheuttamia huolenaiheita ovat liian monen turistin oleminen samassa paikassa, turistien öykkäroiminen tai epäsoviva käytös, asukkaiden ja turistien vastakkaisuus, tungos, infrastruktuurin kuormitus, autenttisuuden katoaminen, mukavuuksien ja palveluiden katoaminen, paikallisten elämänlaadun heikentyminen, sekä matkailijoiden kokemuksen laadun heikentyminen (Butler & Dodds 2019, 1.)

Nämä haitat eivät ole kuitenkaan tuoreita. Viimeisten neljän vuosikymmenen aikana matkailijoiden ja kohteiden paikallisten asukkaiden välille muodostuvat haitat ja niiden potentiaalisuus ovat puhuttaneet ja olleet tutkimuksen kohteena. Turismiin yksittäisissä kohteissa ja resorteissa liittyvät pulmat ovat myös puhuttaneet jo 1960-1970-luvuilla. Vaikkakin turismi ja turistit ovat aiheuttaneet erilaista haittaa vuosikymmenten ajan, on kuitenkin termi "liikaturismi" suhteellisen uusi. Ensimmäisen kerran termi esiintyi Google-haussa vuonna 2006, jonka jälkeen sen käyttö on yleistynyt matkailualalla. Turismin online-palvelu Skift popularisoi termin havainnoimalla liikaturismia uhkana kohteille, sillä ne dynaamiset voimat, jotka vaikuttavat matkailualalla aiheuttavat usein väistämättömiä negatiivisia seurauksia, ellei niitä hallita hyvin. Joissakin maissa tämä voi johtaa turismin laskuun, koska kestävyttä ei ole koskaan otettu käytäntöön matkailun taloudellisten, ympäristöllisten ja sosio-kulttuuristen vaikutusten torjumiseksi. Myöskään vaikutusta paikallisiin asukkaisiin ei voida aliarvioida (Butler & Dodds 2019, 1.)

3.2.1 Liikaturismin mahdollistajat

Jotta liikaturismia voidaan ymmärtää ja torjua, on tärkeää tiedostaa sitä aiheuttavat tekijät. Voidaan puhua myös liikaturismin "mahdollistajista" (Kuvio 3). On useita tekijöitä, joiden yhteisvaikutus synnyttää suotuisan ympäristön liikaturismin muodostumiselle (Butler & Dodds 2019, 5.)



Kuvio 3. Liikaturismin mahdollistajat (mukaillen Butler & Dodds 2019, 16)

Kaikki näistä tekijöistä eivät ole uusia, sillä vaikka monet tekijöistä ovat olleet olemassa jo pidempään, niiden vaikutus on kasvanut viime aikoina, ja kun tekijät sekoittuvat keskenään, niiden vaikutus voi olla dramaattinen kohteessa, jota ne koskevat (Butler & Dodds 2019, 5.)

Liikaturismin mahdollistajia ovat seuraavat: (Butler & Dodds 2019, 7).

- Matkailijoiden kasvanut määrä
- Matkustaminen on tullut edullisemmaksi
- Uudet ryhmät matkailijoiden keskuudessa
- Kasvuun keskittynyt ajattelutapa
- Keskittyminen lähitulevaisuuteen
- Kilpailu alueista, mukavuuksista ja palveluista
- Laajempi pääsy käsiksi mediaan ja tietoon
- Kohteet eivät pysty kontrolloimaan turistien määrää
- Vaikutusvallan epätasapaino sidosryhmien keskuudessa
- Turismin sidosryhmät ovat sirpaloituneita

Matkailijoita on nykyään enemmän kuin koskaan aiemmin. UNWTO:n mukaan matkailijoita oli vuonna 2016 yli miljardin, ja se arvioi kasvun jatkuvan vuosittain vielä n. 3,3 prosentilla. Kasvu matkailijoiden määrässä johtuu osittain ihmisten lisääntyneestä lukumäärästä maapallolla, sekä siitä, että ihmisiä, joilla on varaa matkustaa, on enemmän. Matkustaminen on edullisempaa, sillä ihmisillä on enemmän rahaa keskiluokan kasvaessa, jolloin matkustaminen on suhteellisesti halvempaa. Matkustamisen tullessa edullisemmaksi ja viisumisäännösten tullessa löyhemmiksi, uudet matkailijasegmentit, eli ryhmät, ilmaantuvat. Kasvu on ollut huomattavaa etenkin Kiinassa, ja pienemmässä mittakaavassa Intiassa. Kiinalaisten matkailijoiden kasvu on ollut massiivista vuodesta 2000 lähtien keskiluokan kasvusta johtuen. Vuonna 2000 kiinalaisia ulkomaanmatkailijoita oli 10,5 miljoonaa, kun vuonna 2017 heitä oli jo 145 miljoonaa. Luvun odotetaan kasvavan entisestään jopa 400:aan miljoonaan vuoteen 2030 mennessä (Butler & Dodds 2019, 5-9.)

Avainasemassa oleva liikaturismin mahdollistaja on yritysten, hallitusten, markkinointiorganisaatioiden ja kuljetusten tarjoajien asenteet ja ajatusmaailma, jotka keskittyvät ensisijaisesti kasvuun. Päätöksentekijöiden keskuudessa, sekä historiassa että nykypäivänä, keskitytään enemmän lukuihin muun sijaan. Turismi nähdään useissa maissa työllisyyden ja kehityksen mahdollistajana. Matkailuala ei pelkästään luo suurta määrää työpaikkoja, mutta se mahdollistaa myös kaivattuja ulkomaisia sijoituksia. Vuonna 2016 matkailuala työllisti 9,6% maailman työvoimasta, ja ala tuotti 7,6 triljoonaa USA:n dollaria maailmantalouteen. Näillä luvuilla on väistämätön vaikutus hallituksiin ja päätöksentekijöihin. Ottaen huomioon nämä houkuttelevat luvut, matkailua edistävästä yleissuunnitelmista ei ole puutetta. Valitettavasti tällaiset suunnitelmat keskittyvät melkein aina matkailijoiden määrän lisäämiseen sen sijaan, että osoitettaisiin, miten matkailualaa voitaisiin kehittää kestävästi ja paikallisissa rajoissa. Esimerkiksi Kanadan vuoden 2017 matkailuvision esitti seuraavat suuntaukset: Kanada kilpailee ollakseen yksi kymmenestä eniten vierailusta maasta maa-

ilmassa vuoteen 2025 mennessä, yön yli kestävien vierailujen määrä kasvaa kolmella-kymmenellä prosentilla vuoteen 2021 mennessä, ja Kiinasta tulevien matkailijoiden määrä tuplaantuu vuoteen 2021 mennessä (Butler & Dodds 2019, 9-10.) Myös Responsible Travel- sivustolla listataan liikaturismin aiheuttajaksi matkailualan keskittyminen kasvuun, vähäisellä tai jopa olemattomalla huomion kiinnittämisellä sen haittavaikutuksiin (Responsible Travel 2019).

Kasvuun keskittyneeseen ajatusmaailmaan liittyy päättäjien keskuudessa myös keskittyminen vain lähitulevaisuuteen. Yleensä hallitusten suunnitelmat tehdään vain kolmeksi tai viideksi vuodeksi, jolloin turismin vaikutuksiin pitkällä tähtäimellä ei keskitytä. Nämä kaksi tekijää ovat johtaneet markkinoiden epäonnistumisiin sekä kysynnän ja tarjonnan epäso-
pusuhteeseen, sillä kysyntää on vaikea hallita, kun se on luotu, ja vielä vaikeampaa on palauttaa tilanne entiseen (Butler & Dodds 2019, 11-12.)

Matkailun ollessa edullisempaa ja lentoyhtiöiden operoimissa yhä useampaan kohteeseen, matkailijat menevät paikkoihin, joissa ei ole lähiaikoina tulvinut turisteja. Tämä luo ongelmia alueilla, joilla ei ole tarvittavaa infrastruktuuria ja mahdollisuutta majoittaa suuria määriä turisteja, etenkin maalaisalueilla ja pienissä kaupungeissa. Liikaturismi vaikuttaa kuitenkin myös kehittyneitä kohteita ja kaupunkeja. Monet urbaanit keskukset kykenevät hallitsemaan suuria määriä matkailijoita, mutta jopa kaupungit kuten Barcelona, Praha, Venetsia ja New York kamppailevat kysymysten kanssa, joihin kaupunkien asukkaat ilmaisevat vastustusta. Enimmäkseen asukkaat ovat ilmaisseet tyytymättömyyttä tapaan, jolla majoituspalveluita tarjotaan nykypäivänä. Tarkemmin sanottuna ongelma on siinä, että turistit ja paikalliset kilpailevat keskenään kohteen tiloista, mukavuuksista ja palveluista. Yksityismajoittuminen, kuten AirBnB:n kautta majoittuminen, on kasvavassa suosiossa, jolloin seurauksena on asumusten ja niiden läheisten mukavuuksien kuten parkkialueiden, konserttien ja nähtävyyksien ja julkisten liikennevälineiden täyteen ahtautuminen (Butler & Dodds 2019, 12-13.)

Myös media on aina vaikuttanut ihmisten päätöksentekoon matkailun suhteen, mutta median vaikutus kasvaa koko ajan, sillä jatkuvasti suuremmalla osalla ihmisiä on pääsy mediaan. Viime vuosina elokuvat ja televisio-ohjelmat ovat olleet merkittävässä roolissa niissä nähtyjen kohteiden ja kuvauspaikkojen mainostamisessa. Elokuvat ja sarjat kuten Harry Potter ja Game of Thrones ovat johtaneet merkittävään turistimäärien kasvuun kuvauspaikoilla. Internet on tarjonnut matkailijoille mahdollisuuden sekä jakaa että saada tietoa, ja sen vuoksi että pääsy internetiin on levinnyt, tiedon määrä matkailuun liittyen on kasvanut. Lisäksi, matkojen digitaalinen myynti on kasvanut 67% vuosien 2014 ja 2018 välillä, ja näyttää kasvavan entisestään. Muutokset mediateknologiassa ja uuden median,

etenkin sosiaalisen median, ilmestyminen edesauttavat liikaturismin syntymistä, sillä sosiaalinen media tarjoilee aivan oman alustansa kohteiden markkinointiin. Facebookilla oli vuonna 2018 2,27 biljoonaa kuukausittaista kävijää, kun vastaavasti Instagramilla ja Twitterillä oli 300 miljoonaa kuukausittaista kävijää. Matkailukokemuksia jaetaan entistä enemmän sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisessa mediassa on mahdollista jakaa tietoa laajalle yleisölle, mutta myös jakaa heidän käyttäytymistään kohteessa, ja käyttäytymistä usein kopioidaan myöhempien kävijöiden kesken. Näin ollen, sosiaalinen media ei aiheuta ainoastaan epäkestävää määrää vierailijoita saapumasta kohteeseen, mutta myös jatkuvaa epäsopivaa käytöstä joidenkin vierailijoiden toimesta. Tämä saattaa johtaa epätyytyväisyyteen paikallisten asukkaiden keskuudessa mitä tulee matkailuun ja turisteihin (Butler & Dodds 2019, 13-14.)

Avainasemassa liikaturismin syntymisessä on myös kohteiden kyvyttömyys kontrolloida saapuvien turistien määrää, sillä niillä ei usein ole kontrollia kuljetusvälineiden liikenteeseen, etenkin lentokenttiin tai satamiin. Esimerkiksi monet lentokentät ja satamat ovat kansallisesti tai yksityisesti hallittuja, jolloin matkakohteella ei ole vaikutusvaltaa lentokenttien tai satamien liikenteeseen. Moniin kaupunkeihin, saariin, hiihtokeskuksiin ja muihin kohteisiin, joissa liikaturismia esiintyy, saapuu vierailijoita monen eri liikennöintimuodon kautta, jolloin ihmisvirtausten kontrolloiminen on erittäin hankalaa (Butler & Dodds 2019, 14-15.)

Liikaturismia aiheuttaa myös se, että sidosryhmien välillä on suuri epätasapaino mitä tulee päätöksentekoon. Paikallisasukkaita, tai yhteisöjä ei kuunnella tarpeeksi, ennekuin jotain menee pieleen. Nämä sidosryhmät eivät yleensä osallistu markkinointiin, suunnitteluun tai turismin muihin osa-alueisiin, vaan ovat enimmäkseen vaan informoituja tulevista työpaikoista tai taloudellisista hyödyistä. Turismi näin ollen yleensä hyväksytään paikallisten keskuudessa tällaisten lupausten varjolla, varsinkin jos alueella on taloudellisia vaikeuksia tai köyhyyttä. Lisäksi yritykset, jotka tuovat esille turismin sosiaalisia tai ympäristöllisiä ongelmia, eivät yleensä osallistu valtavirtaturismin tarjouksiin niiden pienen koon vuoksi. Tähän liittyvä ongelma on myös matkailualan päättäjien keskeinen yhteneväisyyden ja jaettujen tavoitteiden puuttuminen. Huolimatta monesta vaatimuksesta päättäjien yhteistyöhön, ala säilyy sirpaloituneena ja valtataistelut ovat jatkuvia (Butler & Dodds 2019, 15-16.)

3.2.2 Miten liikaturismia voi torjua?

Kaikki edellä mainitut liikaturismin mahdollistajat ovat kertyneet moneen kohteeseen, josta muuttuneisiin asenteisiin turismia kohtaan, varsinkin paikallisten keskuudessa. Nämä muutokset heijastuvat monissa maissa poliittisista kehityksistä. Maailmalaajuinen tietoisuus sosiaalisia ja ympäristöllisiä asioita kohtaan on kasvanut, sisältäen huolen elämänlaadusta, yksilön onnellisuudesta, toistuvista luonnonkatastrofeista yhdessä kasvaneen havaintokyvyn kanssa kohdistuen globalisaation vaikutuksiin, joista turismi on esimerkiksi. Vaikka liikaturismin hallitsemisen odotetaan olevan mahdollista, vain muutamat kohteet ovat kyenneet tähän onnistuneesti. Esimerkiksi Espanjassa on purettu vanhoja hotelleja, jotta alueelle on saatu rakennettua viheriäaluetta. Mutta jopa tällaisissa tapauksissa ei ole todisteita siitä, että toimenpiteet olisivat todellisesti säädellyt kysyntää. Vain harvat, jos mitkään, kohteet todella haluavat täysin estää matkailua, tai tiettyjen matkailijaryhmien saapumista kohteeseen (Butler & Dodds 2019, 12-17).



Kuva 3. Venetsia, Pyhän Markuksen aukion läheinen ihmistungos (CN Traveler 2018).

CNN listaa artikkelissaan "Destination trouble: Can overtourism be stopped in its tracks?" (John Minihane, 2019) monen maailman suosituimman matkakohteen esiin tuomia toimenpiteitä, joilla liikaturismia estetään tai ennaltaehkäistään kyseisissä kohteissa. Kohteita artikkelissa on listattu esimerkiksi Machu Picchu, Amsterdam, Venetsia, Bali, Rooma ja Barcelona. Esimerkiksi Venetsiassa (kuva 3), joka on ollut johtavassa roolissa liikaturismikohteiden keskuudessa, nousi otsikoihin heinäkuussa 2019, kun risteilyalus törmäsi turistiveneeseen Giudeccan kanaalissa. Venetsian suurin ongelma on päivämatkailijat, jotka saapuvat risteilyaluksilla. Kaupunki on esittänyt aloitteen veroon päivämatkailijoille, jonka

suuruus olisi 3-10 euroa riippuen vuodenajasta ja vierailijoiden määrästä alueella. Kyseessä ei ole tarkoitus hankkia lisää rahaa, vaan vähentää turismin haittavaikutuksia. Myös paikalliset ovat ottaneet ohjat omiin käsiinsä, ja he puhuttelivat turisteja itse ja antavat heille selkeitä ohjeita. Tämä ei kuitenkaan poista laajempia ongelmia, kuten korkeita vuokria tai paikallisten liikkeiden häviämistä. Suurimmat nähtävyydet, kuten Pyhän Markuksen kirkko, Kellotorni tai Dogen palatsi ovat esittäneet rajoituksia kävijämääriin. Kääntöportteja on asennettu rajoittamaan vierailijoiden virtausta joillakin alueilla. Vaikka näistä keinoista on jonkin verran hyötyä, suurin tulos kestävämmän Venetsian luomiseen saataisiin kuitenkin poliittisilla keinoilla, kuten suuremmalla panoksella käsityörytysten ylläpitämiseen, tai hintatason laskusta edullisemmaksi paikallisille. Dubrovnikissa Kroatiaassa, kamppaillaan samankaltaisten ongelmien kanssa. Dubrovnikin vanha kaupunki on kasvatanut suosiotaan sen esiintyneen Game of Thrones- televisiosarjassa. Vuonna 2018 Dubrovnikissa vieraili massiiviset 1,27 miljoonaa matkailijaa, eli kahdeksan prosenttia enemmän kuin vuonna 2017. Dubrovnikissa on kehitetty "Kunnioita kaupunkia"- projektia, jonka tavoitteena on kestävä ja vastuullinen matkailun kehitys. Yksi keinoista on vähentää kerralla saapuvien risteilymatkailijoiden määrää 4000:een. Dubrovnikia markkinoidaan myös "kaupunkina kaikkiin vuodenaikoihin", jolloin matkailijoiden määrä jakautuisi tasaisemmin ympäri vuoden. Kaupungissa on myös esitetty käytäntö, jonka mukaan kiertoajeluryhmien maksimikoko olisi kahdeksan henkilöä. Näin pystyttäisiin keskittymään enemmän myös kiertoajelun laatuun, eikä määrään (CNN 2019.)

4 Kokemuksen ja mielikuvien muodostuminen matkailussa

Tässä luvussa käsitellään sitä, miten kokemus ja mielikuvat muodostuvat matkailijalle. Kappaleessa esitellään myös porvoalaisille suunnattu tutkimus heidän mielikuvistaan omasta kotikaupunkinsa matkailusta sekä sen positiivisista ja negatiivisista vaikutuksista.

Matkan luonteesta riippumatta voidaan sanoa, että matka on matkailijalle yksi kokemus, joka alkaa silloin kun matkailija aloittaa matkan suunnittelun, ja päättyy silloin kun matkailija palaa kotiin. Tämä kokonaisuus on palvelupaketti, johon sisältyy aineettomia ja aineellisia osia. Kokonaisuus perustuu myös johonkin toimintaan kohteessa. Matkailijalle tämä paketti on yksi kokonaisuus, jonka hinta koostuu niistä kustannuksista ja uhrauksista, joita hän on matkan eteen tehnyt. Kokemuksen laatu määräytyy näiden osien yhteissummasta. Matkan kokonaisuuteen kuuluu esimerkiksi matkan suunnittelu, matkan varaus, matkalle lähtö kotoa, odotus ja toiminta lentoasemalla, lentomatka kohteeseen, saapuminen ja majoittuminen kohteessa, kohteen tarjoamat palvelut ja kohteen ilmapiiri, majoituksen taso ja tarjoamat palvelut, kohteen ilmapiiri, majoituksen taso, ruokailut ja niin edelleen. Yksikin huono kokemus matkan aikana voi pilata kokonaisuuden, ja vaikka kaikki muut osa-alueet olisivat kunnossa, voi matkasta jäädä huono kokemus (Boxberg & Komppula 2005, 12.)

Matkailutuotteita myydään niiden välittämien tuntemusten, aistimusten ja psykologisten hyötyjen vuoksi. Matkailun kulutuksen lopputulema on kuluttajan näkökulmasta yleensä psykologista, ja se koostuu lukuisista erilaisista kokemuksista, joita vain harvat muut alat voivat tarjota. Matkailusta on tullut suuri tekijä nykyaikaisessa maailmassamme, ja tärkeä osa-alue yksilön elämää (Batat & Frochot 2013, v.)

Mielikuva muodostuu yksilötasolla kokemuksista, uskomuksista, ennakkoluuloista, tunteista, asenteista, ja tiedosta (Komppula 2014). Matkailijan tärkein vaihe kohdevalinnassa on kohteesta ennen matkaa tapahtuvan mielikuvan muodostaminen. Kohteen imagon muodostumiseen vaikuttavat yleensä kaksi tekijää: henkilökohtaiset ja kannustimena toimivat tekijät. Henkilökohtaiset tekijät voidaan jakaa psykologisiin, eli arvot, motiivit, persoonallisuus, sekä sosiaalisiin tekijöihin, eli ikä, koulutus, siviilisäätö jne. Kannustimena toimivat tekijät voivat olla peräisin jostain ulkoisesta ärsykkeestä, aikaisemmista kokemuksista tai fyysisestä objektista. Kannustimena toimivia tekijöitä voivat olla myös esimerkiksi jakelukanavat ja informaation lähteet, kuten sosiaalinen media. Imago koostuu sekä havainnoista, tietoisista valinnoista että tunteisiin perustuvista arvioinneista. Lisäksi yleismaailmallinen kuva kohteesta vaikuttaa yksilön muodostamaan mielikuvaan (Komppula & Saraniemi 2003, 10.)

Mielikuvissa on havaittu eroja ihmisten välillä sillä perusteella, ovatko vai eivätkö he ole käyneet matkakohteessa. Ne, jotka eivät ole käyneet kohteessa, joutuvat muodostamaan mielikuvansa muun tiedon perusteella, kuten esitteiden, puskaradion tai median kautta. Kohteessa käyneet puolestaan voivat yhdistää saamansa vaikutelmat mielikuvaksi. Mielikuva matkakohteesta syntyy monista lähteistä. Nämä lähteet on luokiteltu esiintuotuun ja orgaaniseen imagoon. Esiintuotu imago on tarkoituksellisten markkinointitoimenpiteiden tulos; kohde näyttäytyy sellaisena kuin markkinoija haluaa sen tuoda esille. Orgaaninen imago puolestaan on asiakkaalla jo olemassa oleva käsitys kohteesta. Yhteistä esiintuodulle ja orgaaniselle imagolle on se, että ne muodostuvat ennen kohteessa käyntiä. Valitsemassaan matkakohteessa käynnin jälkeen matkailijalle muodostuu kokemuksesta johtuva monimutkaisempi imago (Komppula & Saraniemi 2003, 11-12.)

Porvoolaisilta on tutkittu heidän mielipiteitään ja näkemyksiään matkailusta sekä sen positiivisista ja negatiivisista vaikutuksista Porvoolle. Tutkimuksen on tehnyt Kantar Oy. Tutkimukseen vastasi 400 porvoolaista. Tutkimuksen mukaan porvoolaiset suhtautuvat matkailuun myönteisesti, ja kokevat sen lisäävän kaupungin elinvoimaa, kansainvälisyyttä ja palvelutarjontaa. Tutkimukseen vastanneiden porvoolaisten mielestä kaupungin tulisi tavoitella aktiivisesti matkailun kasvua. Porvoolaiset haluavat näyttää parhaat puolensa matkailijoille, ja kokevat velvollisuudekseen olla ystävällisiä ja huomaavaisia matkailijoita kohtaan sekä ovat sitä mieltä, että porvoolaisten käyttäytyminen vaikuttaa siihen, millaisen kuvan matkailijat saavat Porvoosta. Kyselyyn vastanneista yli 80 prosenttia oli sitä mieltä, että matkailun positiiviset vaikutukset ovat negatiivisia suuremmat. Edellä mainittujen positiivisten vaikutusten lisäksi vastaajat pitivät siitä, että matkailijoita saapuu useasta eri kulttuurista. Myöskään esimerkiksi asuntojen vuokraamista matkailijoille ei koettu ongelmallisena eikä sitä, että matkailijat majoittuvat oman asunnon lähelle vuokrattaviin asuntoihin. Vaikka negatiivisia vaikutuksia ei juurikaan koettu, kuitenkin 18% vastaajista oli sitä mieltä, että matkailijat eivät ota tarpeeksi huomioon paikallisia tai heidän tapojaan. Kyselyssä esitettiin myös erilaisia väittämiä Porvoosta koskevista mielikuvista. Porvoolaisten mielikuvat asuin kaupungistaan ovat erinomaiset. Vastaajista 97 prosenttia viihtyy Porvoossa, ja 87 prosenttia oli ylpeä kaupungistaan. Kriittisimmin suhtauduttiin omiin vaikutusmahdollisuuksiin kehittää matkailua ja kotikaupungin asioita. Ainakaan vielä porvoolaisten omaan matkailuun eivät vaikuta ekologiset syyt, vaan he haluaisivat matkustaa enemmän, mikäli olisi varaa (Porvoo.fi 2019).

5 Tutkimusmenetelmät

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyössä toteutettu tutkimus, kuvataan tutkimusprosessi sekä arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta.

Tässä opinnäytetyössä käytettiin tutkimusmenetelmänä kvantitatiivista, eli määrällistä tutkimustyyliä kyselytutkimuksen muodossa. Kyselytutkimus toteutettiin internet-kyselynä Webropol-alustalla. Kyselylomake on nähtävissä liitteessä 1. Tutkimuskysymyksen avulla selvitettiin, missä määrin tyypilliset liikaturismin seurauksena esiintyvät ilmiöt vaikuttivat Porvoon vanhassa kaupungissa vierailijoiden matkakokemukseen. Tämä oli siis myös tutkimuskysymyksenä. Ilmiöt olivat seuraavat: matkailijoita on liikaa, melua on liikaa, on epäsiistiä, parkkipaikkaa on vaikea löytää, ravintolat ovat täynnä, paikalliselämä on liian vähän, vanha kaupunki on liian kaupallinen, hintataso on korkea, ja palvelutarjontaa on vaikea hahmottaa. Vastaukset annettiin asteikolla 1-5, jolloin vastaus 1 tarkoitti ”ei vaikuta”, ja vastaus 5 tarkoitti ”vaikuttaa paljon”. Tämän tutkimuskysymyksen merkityksenä oli saada selville, kokevatko vierailijat liikaturismia Porvoon vanhassa kaupungissa. Vastaajilta kysyttiin myös sukupuolta, ikää ja asuinpaikkaa jaottelulla kaupunki, maaseutu tai ulkomaat, mahdollisten erojen löytämiseksi vastausten kesken riippuen näistä seikoista.

5.1 Määrällinen tutkimus

Tutkimuksella on aina jokin tehtävä tai tarkoitus, joka ohjaa tutkimusstrategian valintaa. Tutkimusmenetelmää valittaessa tulisi pohtia, mikä menetelmä tuo parhaiten vastauksen haettuun tutkimuskysymykseen (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 137). Kvantitatiivisen, eli määrällisen tutkimuksen avulla pyritään selvittämään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Se vastaa kysymyksiin Mikä? Missä? Paljonko? Kuinka usein? Määrällinen tutkimus edellyttää yleensä tarpeeksi suurta ja edustavaa otosta ja tutkimuksessa käytetään useimmiten standardoituja tutkimuslomakkeita valmiine vastausvaihtoehtoineen. Asioita kuvataan numeroiden avulla, ja myös eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavassa asiassa tapahtuneita muutoksia tutkitaan usein. Määrällisessä tutkimuksessa yleensä saadaan selville olemassa oleva tilanne, mutta ei pystytä tarpeeksi kartoittamaan sen syitä. Tyypillisiä määrällisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmiä ovat lomakekyselyt, henkilökohtaiset haastattelut, puhelinhaastattelut ja internet-kyselyt (Heikkilä 2014, 15-17.)

Internet-kyselyt soveltuvat tutkimuksiin, joissa on mahdollisuus edustavan aineiston saamiseen, eli kaikilla perusjoukon jäsenillä on pääsy internetiin. Aineistoa voidaan tarvitta-

essa täydentää rinnakkaisilla tiedonkeruumenetelmillä, kuten puhelinhaastattelulla. Internet-kyselyä voidaan käyttää myös esimerkiksi lomakekyselyn tai puhelinhaastattelun rinnakkaisena tiedonkeruumenetelmänä. Esimerkiksi lomakekyselyn saatteessa voidaan antaa linkki internet-kyselyyn, tai puhelinhaastattelussa kerättyä tietoa voidaan täydentää internet-haastattelulla. Internet-kyselyjen toteutusalueiksi on luotu erillisiä sivustoja, kuten Webropol tai Digium Enterprise (Heikkilä 2014, 17.)

Internet-kyselyn hyötyjä ja haittoja:

- + Kyselyn toteuttaminen on halpaa
 - + Internetin kautta ”vaikeasti tavoitettavien” vastaajien tavoittaminen on helpompaa
 - + Internetissä tehdyt kyselyt eivät ole pakotettuja samoihin rajoituksiin, kuin fyysiset kyselyt, kuten vastauspaikka ja -aika
 - + On mahdollista saavuttaa laaja otanta ilman suurta vaivaa, tai saavuttaa riittävä otanta suhteellisen lyhyessä ajassa ja vähällä kustannuksella
 - + Vastausten määrä on tutkitusti parempi ja avointen kysymysten vastaukset pidempiä internetissä tehdyissä kyselyissä, kuin paperille tehdyissä kyselyissä.
 - + Asianmukaisella designilla ja tietokoneohjelmalla tehtynä kyselyt voidaan suunnitella niin, että tulokset muokkautuvat automaattisesti helposti analysoitavaksi kokonaisuudeksi.
- Ongelmat ovat useimmiten otannassa. Tutkimustulosten pätevyys ei sinänsä ole ongelma, sillä ei ole mitään syytä olettaa ihmisten valehtelevan tai vastaavan hämävästi helpommin internet-kyselyissä kuin muissakaan kyselyissä. Ongelmia voi ilmetä reaktiivisuudessa menettelytapaan, sillä ihmiset saattavat kokea tietokoneella tehdyn kyselyn etäiseksi tai persoonattomaksi (Jupp & Sapsford 2006, 131-132.)

5.2 Tutkimusprosessin kuvaus

Tutkimusprosessi aloitettiin laatimalla tutkimuskysymys. Tiedonkeruumenetelmä, eli internet-kyselytutkimus Webropol-alustalla tehtynä oli selkeä opinnäytetyön aloittamisesta asti. Tutkimusmenetelmänä kvantitatiivinen tutkimus oli myös selkeä valinta, sillä haluttiin saada mahdollisimman paljon vastauksia määrällisesti analysoitavaksi. Ensin oli tarkoitus mennä paikanpäälle Porvoon vanhaan kaupunkiin tabletin kanssa keräämään vastauksia, mutta lopulta päädyttiin hankkimaan vastauksia sosiaalisen median kautta. Sosiaalisen median eri sovelluksien kautta tavoiteltiin nimenomaan Porvoon vanhassa kaupungissa vierailleita henkilöitä, ja saatteessa korostettiin, että vastaajan tulisi olla vierailut Porvoon vanhassa kaupungissa. Sovelluksia, joita vastaajien tavoittamisessa käytettiin, oli Facebook, Instagram ja Snapchat. Facebookissa kysely jaettiin vielä porvoolaiset- nimiseen ryhmään, jotta vastauksia saataisiin lisää. Vastauksia saatiin lopulta 100 kappaletta, mikä oli tavoiteltu määrä. Tutkimus toteutettiin 1.8.2019 ja kaikki vastaukset saatiin samana päivänä. Tutkimus toteutettiin tarkoituksenmukaisesti Porvoon matkailun huippusesongin tienoilla, eli kesäkuukausina.

Hankalinta tutkimusprosessissa oli tutkimuskysymysten laatiminen. Kysymykset laadittiin yhdessä opinnäytetyön ohjaajan kanssa. Lopullisiin kysymyksiin päädyttiin sen perusteella, että vastauksia olisi yksinkertaista analysoida. Tästä syystä esimerkiksi avoimia kysymyksiä kyselyssä ei käytetty. Vastausvaihtoehdot olivat siis suljettuja kysymyksiä, sekä Likertin asteikko kysymyksessä 4.

Suljettujen kysymysten etuna on nopea vastaaminen ja tulosten tilastollisen käsittelyn helppous. Haittoina suljetuissa kysymyksissä taas on vastausten antaminen harkitsematta, vastausvaihtohtona ”en osaa sanoa” on houkutteleva, vastausvaihtoehdot ja niiden järjestys saattaa johdatella vastaajaa, ja että jokin vaihtoehto saattaa puuttua (Heikkilä 2014, 49.)

5.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen tulosten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat, vaikka tutkimuksessa pyritään aina välttämään virheitä. Tästä syystä tutkimuksissa pyritään arvioimaan niiden luotettavuutta (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231). Jotta tutkimus olisi luotettava, on hyvin tärkeää, että otos on edustava ja tarpeeksi suuri, vastausprosentti korkea ja kysymykset mittaavat oikeita asioita kattaen täysin tutkimusongelman. Edellytys luotettavuudelle on myös se, että tutkimus on tehty tieteelliselle tutkimukselle asetettujen kriteerien mukaan. Kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta kuvataan kahdella käsitteellä, validiteetti ja realibiteetti. Nämä käsitteet muodostavat yhdessä tutkimuksen kokonaisluotettavuuden (Heikkilä 2014, 176.)

Validiteetti kuvaa, kuinka hyvin on onnistuttu tutkimaan juuri sitä, mitä oli tarkoituskin tutkia. Kyselytutkimuksissa siihen vaikuttaa ensisijaisesti se, kuinka onnistuneita kysymykset ovat, eli saadaanko niiden avulla ratkaisu tutkimusongelmaan. Validiteettia on hankalaa tarkastella jälkikäteen, sillä vaikka käsitteet olisi onnistuttu selkeästi rajaamaan, on varsinkin abstraktien käsitteiden kuvaamiseen löydettävä rajattu määrä koko käsitteen kattavia kysymyksiä. Selkeissäkin asioissa saattaa esiintyä systemaattisia virheitä, eli virheitä, jotka syntyvät, jotka syntyvät jostakin aineiston keräämiseen liittyvästä tekijästä, joka pyrkii vaikuttamaan koko aineistoon samansuuntaisesti. Tällainen virhe kyselytutkimuksessa on esimerkiksi valehteleminen. Usein valehtelu tai muistivirheet aiheuttavat satunnaisvirheitä ja vähentävät näin tutkimuksen realibiteettiä, mutta valehtelu voi olla myös systemaattista asioiden vähättelyä tai kaunistelua (Heikkilä 2014, 177.)

Tutkimuksen realibiteetti tarkoittaa sen kykyä tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Realibiteetti voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen realibiteettiin. Sisäinen realibiteetti voidaan todeta niin, että mitataan sama tilastoyksikkö useampaan kertaan, ja jos mittaustulokset ovat samat, on tutkimus reliabeeli. Ulkoinen reliabiliteetti taas tarkoittaa sitä, että tutkimuksen mittaukset ovat toistettavissa myös muissa tutkimuksissa ja tilanteissa. Alhainen reliabiliteetti vaikuttaa alentavasti myös validiteettiin, mutta reliabiliteetti on riippumaton validiudesta. Yleensä satunnaisvirheet aiheuttavat puutteellista reliabiliteettia. Satunnaisvirheet aiheutuvat otannasta sekä erilaisista mittaus- ja käsittelyvirheistä (Heikkilä 2014, 178.)

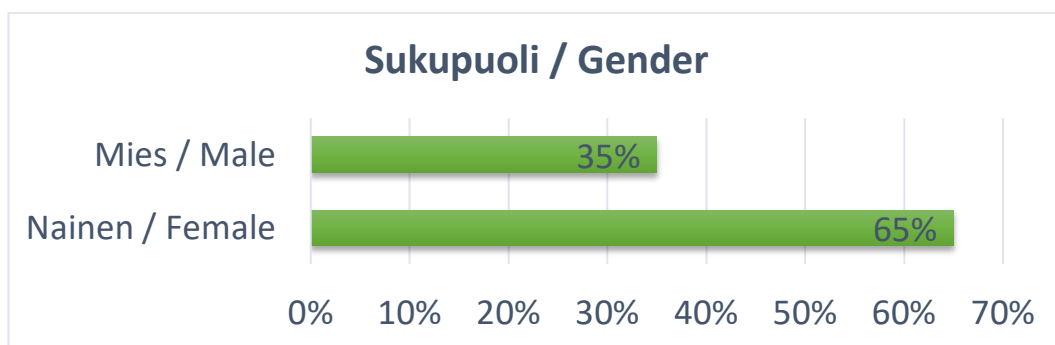
Tutkimuskysymysten muotoiluun käytettiin aikaa, ja yhdessä ohjaajan kanssa päädyttiin niiden lopulliseen muotoon. Kysely pyrittiin pitämään yksinkertaisena, ja avoimet kysymykset jätettiin pois. Kyselyssä haluttiin vain keskittyä selvittämään sitä, kokevatko matkailijat liikaturismin aiheuttamia ilmiöitä Porvoon vanhassa kaupungissa.

6 Tulokset

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen tulokset kuvioiden muodossa. Ensin on listattu kokonaisotannan vastaukset taustakysymyksiin, sekä kysymykseen 4 (ks. liite 1), jonka jälkeen vastaukset on eritelty asuinpaikan ja iän perusteella. Vertailusta on jätetty pois 0-18-, ja yli 70-vuotiaiden vastaukset, sekä ulkomailla asuvien vastaukset, sillä näissä ryhmissä vastauksia on liian vähän luotettavan tuloksen arvioimiseksi. Kyselyyn vastasi kaiken kaikkiaan 100 henkilöä, joten jotkin prosenttiluvuin merkityt vastaukset voidaan ilmoittaa myös vastaajien määränä. Kysymykseen 4 vastaukset annettiin asteikolla 1-5.

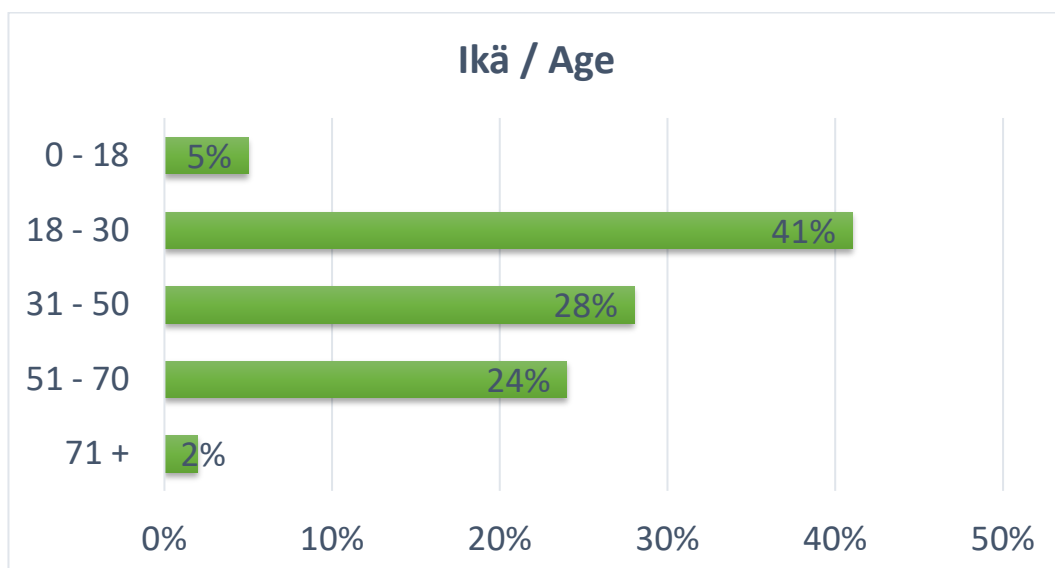
6.1 Taustakysymykset

Kyselyn taustakysymyksiinä kysyttiin vastaajien sukupuolta, ikää ja asuinpaikkaa.



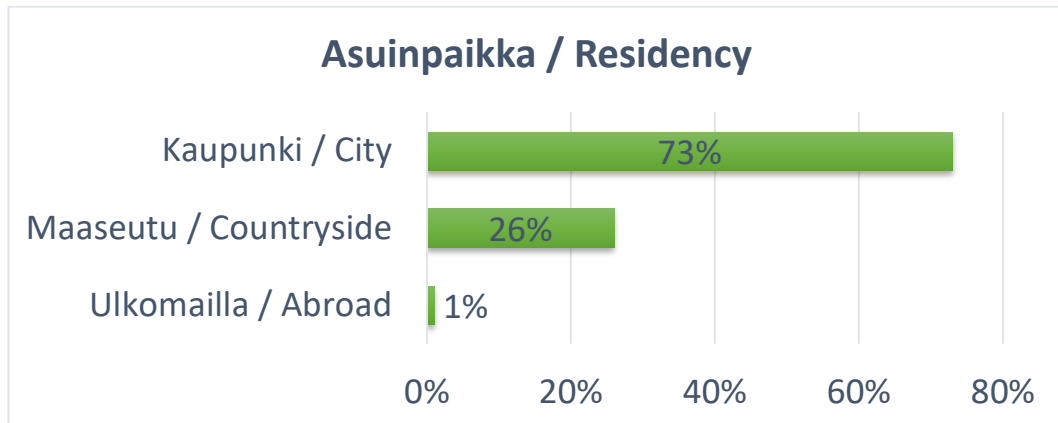
Kuvio 4. Vastaajien sukupuolijakauma (n=100)

Vastaajien keskuudessa oli 35 miestä sekä 65 naista (kuvio 4).



Kuvio 5. Vastaajien ikäjakauma (n=100)

Kuvio 5 osoittaa, että suurin osa vastaajista, 41 prosenttia, sijoittui ikähaarukalle 18-30. Lähes kaikki loput vastaajista, yhteenlaskettuna 52 prosenttia, olivat 31-70 vuotiaita. Alle 18 tai yli 70 vuotiaita oli yhteensä vain 7 henkilöä.



Kuvio 6. Vastaajien asuinpaikat (n=100)

Suurin osa vastaajista, 73 prosenttia, asui kaupungeissa, ja vain noin yksi kolmasosaa, 26 prosenttia, maaseudulla. Vain yksi ulkomailla asuva henkilö tavoitettiin (kuvio 6).

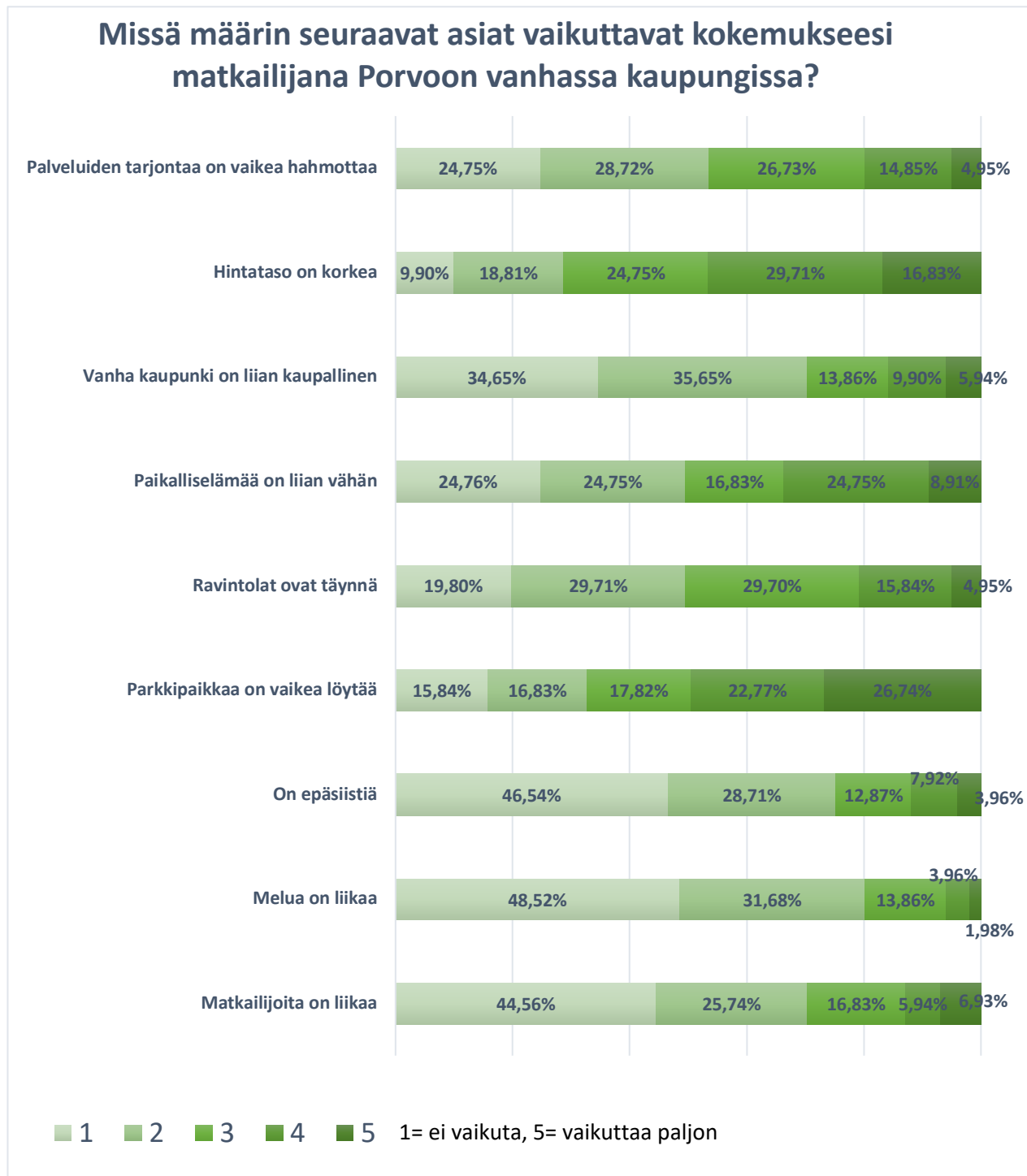
6.2 Matkailun vaikutukset Porvoon vanhassa kaupungissa

Kyselylomakkeen kysymyksessä 4 vastaajilta kysyttiin, missä määrin listatut asiat vaikuttavat heidän kokemukseensa matkailijana Porvoon vanhassa kaupungissa. Kysymykseen vastattiin asteikolla 1-5, 1 tarkoittaen "ei vaikuta" ja 5 "vaikuttaa paljon"



Kuvio 7. Kokonaiskeskiarvot kysymykseen 4

Kuten keskiarvoista kuviossa 7 ilmenee, suurin osa vastauksista on alle vastausvaihtoehtojen keskiarvon, eli kolmen. Vain parkkipaikkojen löytymisen vaikeus, sekä hintatason korkeus ylittivät vastauksissa keskiarvon. Näin ollen nämä seikat vaikuttivat matkailijoihin eniten. Vähiten heihin taas vaikutti epäsiisteys tai melu.



Kuvio 8. Kaikki vastaukset kysymykseen 4
Kuviossa 8 on eriteltyä kaikkien vastausten määrät prosenttein ilmoitettuna. Kuviossa vaalein väri on vastaukselle 1, eli "ei vaikuta" ja tummin väri vastaukselle 5, "vaikuttaa

paljon”. Kuten tuloksista ilmenee, lähes puolet vastaajista eivät kokeneet melun, matkailijoiden liiallisen määrän tai melun vaikuttavan heidän matkakokemuksensa ollenkaan. Palveluiden tarjonnan hahmottamisen vaikeutta tai vanhan kaupungin kaupallisuutta ei myöskään juurikaan koettu. Hieman enemmän vastaajiin vaikutti paikalliselämän vähäisyys ja se, että ravintolat ovat täynnä. Vastaukset jäivät kuitenkin näissäkin alle keskiarvon. Eniten vaikutusta kaikkien vastaajien kesken koettiin hintatason korkeudesta sekä parkkipaikkojen löytymisen vaikeudesta.

6.3 Ristiintaulukoinnin tulokset

Tulosten vertailu asuinpaikan ja ikäluokan perusteella.



Kuvio 9. Kaupungissa asuvien vastausten keskiarvot

Kuviossa 9 on eriteltyä kaupungissa asuvien vastaajien vastausten keskiarvot. Vastaukset ovat lähes samanlaiset kuin kaikkien vastaajien keskiarvossa. Eniten myös kaupungissa asuviin vastaajiin vaikutti hintatason korkeus sekä parkkipaikan löytymisen vaikeus.



Kuvio 10. Maaseudulla asuvien vastausten keskiarvot

Maaseudulla asuvien vastausten keskiarvot on eritelty kuviossa 10. Vastaukset ovat lähes samanlaiset kuin kaupungissa asuvilla vastaajilla (kuvio 9). Ainoastaan kohdassa ”palveluiden tarjontaa on vaikea hahmottaa” löytyy muihin kohtiin verrattuna enemmän eroa, mutta siinäkin vain alle yhden pykälän. Vastauksissa ei siis juurikaan ole eroa asuinpaikan mukaan. Ulkomailla asuvia tavoitettiin vain 1, joten tästä syystä vastausten arviointi on jätetty pois.



Kuvio 11. 18-30 vuotiaiden vastausten keskiarvo

Kuviossa 11 ilmenee 18-30 vuotiaiden vastausten keskiarvot. Tämä ikäluokan edustajia oli vastaajien keskuudessa eniten.



Kuvio 12. 31-50 vuotiaiden vastausten keskiarvo

Kuviossa 12 on vastaajien keskuudessa toiseksi suurimman ikäjoukon, 31-50 vuotiaiden vastaukset.



Kuvio 13. 51-70 vuotiaiden vastaukset.

Kuviossa 13 on nähtävissä 51-70 vuotiaiden vastaukset. Tämän ikäluokan edustajia oli vastaajissa kolmanneksi eniten. Yli 70-, ja alle 18-vuotiaiden vastauksia oli niin vähän, että eivät ne riitä tulosten luotettavaan arvioimiseen. Kuvioista 11, 12 ja 13 ilmenee, ettei vastausten keskiarvojen välillä ole juurikaan eroa myöskään iän perusteella.

7 Johtopäätökset

Tutkimuksessa nousi esiin, että vastaajat eivät kokeneet merkittävästi liikaturismin ilmiöiden vaikutuksia matkakokemuksiinsa. Taulukosta 4 voi havaita, että suurin osa vastauksista oli keskiarvon, eli vastauksissa tason 2-3, tienoilla, mikä kertoo kuitenkin siitä, että ilmiöt ovat havaittavissa Porvoon vanhassa kaupungissa. Suurimman vaikutuksen matkailijoihin aiheutti parkkipaikkojen löytymisen vaikeus sekä hintatason korkeus. Molemmissa ilmiöissä vastaukset olivat kuitenkin tasolla 3 asteikolla 1-5, jolloin niissäkään vaikutukset eivät olleet merkittäviä. Vähiten koettiin vaikutuksia melusta tai vanhan kaupungin epäsiisteystestä, mikä kertoo siitä, ettei melu- tai epäsiisteystehaittaa turismista ole Porvoon vanhassa kaupungissa. Eroa vastauksissa asuinpaikan tai ikäluokkien välillä ei myöskään juurikaan ollut (Taulukot 7-11). Maaseudulla asuvat kokivat hieman haastavammaksi hahmottaa palvelutarjontaa.

Vastaajien joukossa oli myös Porvoossa, mahdollisesti Porvoon vanhassa kaupungissakin asuvia henkilöitä, jotka tavoitettiin Porvoolaiset- Facebook ryhmästä. Kappaleessa 5 mainitun, porvoolaisille suunnatun Kantar Oy:n tuoreen tutkimuksen mukaan he suhtautuvat matkailuun myönteisesti, joka viittaa myös siihen, etteivät paikalliset asukkaat koe haittaa Porvoon matkailusta, päinvastoin he kokevat sen olevan hyödyksi kaupungille. Kantar Oy:n tutkimus yhdessä tämän opinnäytetyön tutkimuksen kanssa viittaavat myös siihen, ettei Porvoon paikallisasukkaat kärsi liikaturismin aiheuttamista ilmiöistä, toisinkuin esimerkiksi Venetsiassa tai Barcelonassa, viitaten kappaleessa 4 mainittuihin liikaturismin aiheuttamiin ongelmiin. Vain yksi ulkomailla asuva henkilö tavoitettiin vastaamaan kyselyyn, joten ulkomailla asuvien henkilöiden näkemystä ei voi arvioida tässä tutkimuksessa luotettavasti.

Vastauksista voi siis todeta, ettei Porvoon vanhassa kaupungissa ole nähtävissä liikaturismin aiheuttamia merkittäviä vaikutuksia. Ilmiöt ovat kuitenkin olemassa, mikä tulee tiedostaa matkailun jatkaessa kasvuaan. Kappaleessa 3 kerrottiin, että Porvoossa on kuitenkin jo otettu huomioon kestävän matkailun periaatteet matkailun kehityksessä, sekä huomioitu myös asukkaiden positiivisen suhtautumisen säilyminen matkailua kohtaan. Linjaukset käsittelevät myös liikaturismin aiheuttamia ilmiöitä, kuten paikallisten tyytymättömyyden turismiin.

Kansainvälisen, kuten kiinalaisten matkailun kasvun lisäksi myös kotimaanmatkailu on kasvussa. Taustalla on sosiaalisessa mediassa leviävä lentohäpeä, eli lentämisen vähentäminen sen aiheuttamista päästöistä johtuen. Ilmiö on levinnyt Ruotsista Suomeen sosiaalisen median kautta, ja tämä ilmiö on lisännyt kotimaanmatkailua varsinkin nuorten ja

ympäristötietoisten keskuudessa. Kotimaanmatkailun yksi trendi on ”staycation” eli hotelli-yöpyminen omalla lähiseudulla (Yle 2019.) Porvoon ollessa jo nyt yksi Suomen suosituimmista matkakohteista, voidaan myös kotimaanmatkailun kasvaessa odottaa Porvoonkin matkailijamäärän kasvavan entisestään. Mahdollisesti myös yöpyvien matkailijoiden määrä saattaa kasvaa. Jos Porvoon vanhan kaupungin kävijämäärät kasvavat epäkestäviin määriin, ja liikaturismista aiheutuvat ilmiöt luovat suurempia ongelmia tulevaisuudessa, voisi Porvoon hyötyä samankaltaisista liikaturismin torjumiskeinoista, kuin mitä muualla maailmassa on jo otettu käyttöön. Päivämatkailijoiden ollessa pääosassa Porvoon matkailijoissa, esimerkiksi mahdollinen päivävero voisi tällaisessa tapauksessa hillitä kävijämääriä. Kävijärajoituksen risteilyaluksilla saapuville matkailijoille, retkiryhmien koiden pienentämien, tai kääntöportit ruuhkautuneilla kapeilla kujilla voisivat tällöin olla hyödyksi myös Vanhassa Porvoossa. Myös paikallisiin yrityksiin panostaminen, sekä hintatason pitäminen kohtuullisena edesauttavat kestävyuden säilymistä Porvoon vanhassa kaupungissa. Porvoota kannattaisi myös markkinoida kohteena kaikkiin vuodenaikoihin, jotta matkailijavirrat jakaantuisivat ympärivuoden. Jo aluillaan olevaa kampanjaa Vanhan Porvoon kunnioittamisesta voi laajentaa ja markkinoida näkyvämmiin.

8 Pohdinta

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, esiintyykö Porvoon vanhassa kaupungissa liikaturismin aiheuttamia ilmiöitä. Vaikka paikallisasukkaiden näkemys ja matkailijoiden kokemukset ovat suuressa roolissa liikaturismin vaikutusten arvioimisessa, olisi itseäni kiinnostanut vielä lisäksi turismin mahdolliset ympäristölliset vaikutukset Porvoossa. Tutkimuksessani keskityttiin vain matkailijoiden kokemuksiin. Kyselyn luominen oli kuitenkin yksi haastavimmista osista opinnäytetyötäni ja vei aikaa, että kyselyn lopulliseen muotoon päädyttiin. Itse olisin ilman ohjaajan neuvoja todennäköisesti kysynyt myös avoimia kysymyksiä, sekä laajempia kysymyksiä. Oli kuitenkin lopulta hyvä, että kysely oli tiivistetympi, sillä muuten tutkimustulosten analysointi olisi ollut todella vaikeaa, kun kuitenkin luotettavan tuloksen takaamiseksi kerättiin sata vastausta. Omasta mielestäni oli myös hyvä, että otin vastaajien joukkoon mukaan paikallisia asukkaita Porvoolaiset- Facebook ryhmästä, sillä kuten työstä ilmenee, liikaturismi vaikuttaa todella suuresti heihin niillä alueilla, missä liikaturismia ilmenee.

Sain kuitenkin edellä mainitusta ryhmästä palautetta siitä, että tutkimuskysymys oli muotoiltu harhaanjohtavasti. Kyselyn otsikon ollessa myös opinnäytetyön nimi, osa koki sen väitteenä, ja he ottivat minuun henkilökohtaisesti yhteyttä kyseenalaistaakseen tämän ”väitteen”. Ymmärtääkseni väärinymmärryksiltä kuitenkin vältyttiin, kun selitin hieman enemmän auki palautetta antaneita askarruttaneita asioita. Työn lopputuloksesta oltiin myös kiinnostuneita, ja useammat porvoolaiset osoittivat mielenkiintonsa lukea työni sen valmistuttua, mikä on hienoa.

Haasteena koin myös englanninkielisten lähteiden käytön, sillä niiden kääntäminen suomeksi oli ajoittain vaikeaa niin, että asia kuitenkin välittyi oikein myös suomen kielellä. Liikaturismista oli todella vaikea löytää muita kuin englanninkielisiä lähteitä, ja se oli kuitenkin työn teoriaosuuden suurin ja omasta mielestäni tärkein osuus. Liikaturismi aiheena kuitenkin kiinnosti itseäni, ja kiinnostus lisääntyi sitä mukaan mitä työ eteni, joten tavallaan liikaturismista kirjoittaminen oli samaan aikaan mielenkiintoisin osuus, ja siinä opin itse eniten uutta. Toisin kuin Porvoon matkailusta kirjoittaessa, josta tiesin paljon jo entuudestaan. Siinä osuudessa taas haastavaa oli lähteiden löytäminen sellaisiin asioihin, jotka olisin melkein osannut kirjoittaa ilman lähteitäkin.

Matkailun kestävyys ja siihen liittyvät aiheet ovat olleet merkittävässä roolissa läpi opintojeni, ja olen myös käynyt syventäviä kursseja liittyen kestävään matkailuun. Aihe on nyt todella ajankohtainen, ja myös itseäni kiinnostava. Olen jäänyt Porvooseen asumaan ai-

noana luokaltamme, ja olen turkulaisena sopeutunut tänne alkukankeuden jälkeen loppujen lopuksi todella hyvin. Näistä syistä opinnäytetyön aihe tuntui alusta asti omalta, ja tuntuu hienolta lopettaa opintoni tehden opinnäytetyö aiheesta, joka tavallaan kiteyttää koko opintoni ja opiskeluaikani Porvoossa. Myös ammatillinen kasvuni opintojen alkamisesta lähtien tähän pisteeseen on omasta mielestäni ollut todella suurta, ja koen, että haasteista huolimatta myös osaamiseni ja oppimiseni monelta eri osa-alueelta tiivistyy tähän opinnäytetyöhön.

Koen, että opinnäytetyöstäni on hyötyä Porvoon matkailun tulevaisuutta ajatellen. Liikaturismi on kuitenkin uusi käsite, ja siitä on vielä melko vähän tehty tutkimuksia. Matkailun kasvaessa liikaturismi saattaa kuitenkin tulla myös Porvoossa ongelmaksi, jolloin on hyvä tiedostaa, mitkä asiat sitä aiheuttaa, ja mitä toimenpiteitä voi tehdä sen hallitsemiseksi ja vähentämiseksi. Tuloksia voi toki myös hyödyntää muissakin kaupungeissa. Kestävyyden ja liikaturismin ollessa juuri nyt pinnalla, on mielenkiintoista lähteä seuraamaan, mihin suuntaan matkailu kehittyy tulevaisuudessa.

Lähteet

Business Finland. 2019. Kestävyys matkailuvaltina. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti/> Luettu: 2.10.2019.

Butler, R. & Dodds, R. 2019. Overtourism. Issues, realities and solutions. Walter de Gruyter GmbH. Berlin, Boston.

CNN Travel. 2019. John Minihane. Destination trouble: Can overtourism be stopped in its tracks? Luettavissa: <https://edition.cnn.com/travel/article/how-to-stop-overtourism/index.html> Luettu: 4.10.2019.

Discovering Finland 2019. Matkailu Porvoossa. Luettavissa: <https://www.discoveringfinland.com/fi/etela-suomi/porvoo/>

Etelä Suomen Sanomat 2019. Sari Vanninen. Lentomatkailu jatkaa kasvamistaan ilmasto- huolista riippumatta. Luettavissa: <https://www.ess.fi/uutiset/kotimaa/art2509456> Luettu: 3.10.2019.

Frochot, I. & Batat, W. 2013. Marketing and Designing the Tourist Experience. Goodfellow Publishers Limited. Woodeaton, Oxford.

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

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Kariston Kirjapaino Oy. Hämeenlinna.

Kuntaliitto 2017. Ruotsin- ja kaksikieliset kunnat. Luettavissa: https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/2017-02-ruotsin-ja-kaksikieliset-kunnat_0.pdf

Komppula, R. 2014. Paikan imago ja siihen vaikuttaminen. Luettavissa: <https://docplayer.fi/20147299-Paikan-imago-ja-siihen-vaikuttaminen-raija-komppula-matkailuliiketoiminnan-professori-ita-suomen-yliopisto-joensuu.html> Luettu: 7.10.2019.

Komppula, R. & Boxberg, M. 2005. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Edita Prima Oy. Helsinki.

- Komppula, R. & Saraniemi S. 2003. Spontaanit mielikuvat Suomesta seitsemällä päämarkkina-alueella Euroopassa. MEK.
- Porvoo.fi 2018. Kehityskohteenä kestävä matkailu. Luettavissa: <https://www.porvoo.fi/kehityskohteenä-kestava-matkailu> Luettu: 20.10.2019.
- Porvoo.fi 2019a. Vanha Porvoo vuosisatojen kuluessa. Luettavissa: <https://www.porvoo.fi/vanha-porvoo-vuosisatojen-kuluessa> Luettu: 10.8.2019.
- Porvoo.fi 2019b. Nähtävyydet Vanha Porvoo. Luettavissa: <https://www.porvoo.fi/palvelut-vanhassa-porvoossa#nahtavyudet-vanha-porvoo>
- Porvoo.fi 2019c. Tuomiokirkko. Luettavissa: <https://www.porvoo.fi/palvelut-vanhassa-porvoossa#kirkot-vanha-porvoo>
- Porvoo.fi 2019d. Brunberg suklaa- ja makeismyymälä. Luettavissa: <https://www.porvoo.fi/palvelut-vanhassa-porvoossa#putiikit-vanha-porvoo> Luettu: 8.8.2019.
- Porvoo.fi 2019e. Porvoolaiset suhtautuvat matkailuun myönteisesti. Luettavissa: <https://www.porvoo.fi/porvoolaiset-suhtautuvat-matkailuun-myonteisesti> Luettu: 7.10.2019.
- Rantapallo 2019. Kohdeopas: Porvoo. Luettavissa: <https://www.rantapallo.fi/suomi/porvoo/>
- Responsible Travel 2019. Overtourism- What is it, and how can we avoid it? Justin Francis. Luettavissa: <https://www.responsibletravel.com/copy/what-is-overtourism> Luettu: 3.10.2019.
- Sapsford, R. & Jupp, V. 2006. Data Collection and Analysis. Sage Publications. London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Tutkimus- ja analysointikeskus TAK Oy 2016. Porvoon matkailijakysely kesällä 2016. Luettavissa: https://www.porvoo.fi/library/files/58242baaed6b9732ac001155/Kesa_matkailijat_Porvoossa_2016.pdf Luettu: 10.8.2019.
- Tilastollinen Tutkimus.fi. 2014. Kvantitatiivinen Tutkimus. Luettavissa: <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf> Luettu: 3.10.2019.

Uusimaa 2017. Inka Töyrylä. Sata vuotta Porvoossa: 30-luvun turisti kulki opaskirja kainalossa. Luettavissa: <https://www.uusimaa.fi/artikkeli/513344-sata-vuotta-porvoossa-30-luvun-turisti-kulki-opaskirja-kainalossa>

Visit Porvoo 2019. Welcome to Old Porvoo! Luettavissa: <https://www.visitporvoo.fi/welcome-to-old-porvoo>

World Tourism Organisation 2019. Sustainable Development of Tourism. Definition. Luettavissa: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>. Luettu: 3.10.2019.

Yle 2019. Ville Paso. Kotimaanmatkailu kasvaa nuorten ja ympäristötietoisten keskuudessa- taustalla vaikuttaa sosiaalisessa mediassa leviävä lentohäpeä. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10878013> Luettu: 20.10.2019.

Kuva 1. https://live.staticflickr.com/4324/35670932470_94f04597a5_b.jpg

Kuva 2. <https://www.thinglink.com/scene/655706584315330562>

Kuva 3. CN Traveler 2018. <https://www.cntraveler.com/story/loving-the-world-to-death-the-good-bad-and-ugly-of-overtourism>

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Porvoon vanhan kaupungin liikaturismi / Overtourism in Porvoo Old Town

1. Sukupuoli / Gender *

- Mies / Male
 Nainen / Female

2. Ikä / Age *

- 0 - 18
 18 - 30
 31 - 50
 51 - 70
 71 +

3. Asuinpaikka / Residency *

- Kaupunki / City
 Maaseutu / Countryside
 Ulkomailla / Abroad

4. Missä määrin seuraavat asiat vaikuttavat kokemukseesi matkailijana Porvoon vanhassa kaupungissa? / How much does the following things affect your experience as a tourist in Porvoo Old Town? *

Vastaa asteikolla 1-5. 1: ei vaikuta. 5: vaikuttaa paljon. / Answer on scale 1-5. 1: doesn't affect. 5: affects a lot.

	1	2	3	4	5
Matkailijoita on liikaa / Too many tourists	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Melua on liikaa / Too much noise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
On epäsiistiä / It is messy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parkkipaikkaa on vaikea löytää / Difficult to find a parking spot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ravintolat ovat täynnä / Restaurants are full	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikalliselämää on liian vähän / Local life is hard to see	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vanha kaupunki on liian kaupallinen / The old town is too commercial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hintataso on korkea / Prices are too high	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palveluiden tarjontaa on vaikea hahmottaa / Service selection is hard to perceive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lähetä