



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Lohjan alueen matkailun asukaslähtöinen kehittäminen

Norja, Eelis

Sainio, Aleks

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Lohja

Lohjan alueen matkailun asukaslähtöinen kehittäminen

Norja Eelis
Sainio Aleks
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Tammikuu, 2013

Aleksi Sainio ja Eelis Norja

Lohjan alueen matkailun asukaslähtöinen kehittäminen

Vuosi 2013 Sivumäärä 66

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Lohjan alueen matkailumahdollisuuksia huomioimalla paikallisten asukkaiden näkökulman. Lohjan kaupunki on jo pitkään taistellut saadakseen enemmän näkyvyyttä koti- ja ulkomaisten turistien taholta. Tutkimus perustuu EU-rahoitteiseen Comcot-hankkeeseen, jonka toinen pilottialue on jakautunut Eteläisen Suomen ja Viron alueille. Kyseessä on Comcot-hankkeen toinen pilottialue. Aikaisempi pilottialue sijaitsee Irlannissa Leitrimin alueella, joka toimii tällä hetkellä Irlannin suurimpana ekoturismikohteena. Suomen osalta hanke on jakautunut Lohjan, Pyhtään ja Vironlahden alueille, joista tässä tutkimuksessa on keskitytty Lohjan alueen kyselytuloksiin ja kohteisiin.

Opinnäytetyön tietoperustan aiheina olivat matkailu ja asukaslähtöisyys, matkailu- ja palveluliiketoiminta, kestävä kehitys ja ekoturismi sekä Lohjan alueen matkailuliiketoimintaympäristö. Tiedonhankinta suoritettiin kvantitatiivisella katukyselyllä Lohjan keskustan alueella. Kyselyssä selvitettiin Lohjan tunnetuimpia sekä suurimman matkailupotentiaalin omaavia kohteita. Vastaajia kyselyllä oli yhteensä 118 kappaletta eri ikäluokista.

Tulosten perusteella kyselyyn vastanneet pitivät matkailun lisäämistä alueella lähes yksimielisesti positiivisena ja toivottavana asiana. Olemassa olevien jo nyt menestyvien matkailukohteiden lisäksi vastaajat kiinnittivät huomiota etenkin alueen erilaisiin luontokohteisiin.

Lohjan alueen suurinta matkailupotentiaalia omaavat vielä lähes hyödyntämättömät matkailukohteet olivat pääsääntöisesti luontokohteita, erityisesti Lohjanjärveä pidettiin vahvana markkinointivalttina. Muista alueen matkailukohteista Tytyrin kaivosmuseo nousi esille usein. Hälyttävimpiä asioita liittyen Lohjan matkailuun on keskusta-alueen hyvin rajallinen majoituskapasiteetti. Nykyisessä muodossaan kapasiteetti on myös jakautunut usean eri toimijan kesken, joista Hotelli Lohja ja Gasthaus Laurinportti ovat ainoat ympärivuotiset varsinaiset hotellit alueella. Kisakallion urheilukeskus, sijaitsee varsinaisen kaupunkialueen ulkopuolella, tarjoaa yli 600 majoituspaikkaa matkailijoille ympäri vuoden, joista noin sata ovat hotellitiloja.

Jatkotutkimuksen aiheina esille nousi sekä kaupungin matkailutoimintaa selventäviä tutkimusaiheita että yksittäisiin sijainteihin ja liikeideoihin liittyviä tutkimuskohteita. Tärkeimpänä tutkimuskohteena kuitenkin esille nostettiin alueen näkyvyyden lisäämiseen liittyvät aiheet. Tärkeysjärjestyksessä seuraavaksi katsottu aihe oli yhteistyön lisääminen paikallisten matkailutoimijoiden sekä matkailutoimijoiden ja palvelualan liikkeiden välillä.

Asiasanat: matkailu, kestävä kehitys, palveluliiketoiminta, asukaslähtöisyys.

Aleksi Sainio, Eelis Norja

Community based tourism development in the Lohja area

Year	2013	Pages	66
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to determine potential for tourism in the Lohja area while taking into account the views of the inhabitants of the area. The city of Lohja has been struggling for more attention from both domestic and foreign tourists for some time now. This thesis is based on the EU-funded Comcot project, more specifically on the project's second pilot area which takes place in the southern areas of Finland and Estonia. The first pilot is located in Leitrim Ireland, which is now known as Ireland's largest eco-tourism destination. In Finland the project is divided between three areas; Lohja, Pyhtää and Vironlahti, of which this thesis will focus on the survey results and locations in the Lohja area.

The theoretical basis of this thesis was compiled from population based development, service business, travel business, sustainable development and eco tourism, as well as the tourism business environment of Lohja. Information acquisition was performed via a quantitative street survey within the Lohja city center area. The survey was meant to determine current and possible future locations in the Lohja area with the most potential for tourism. A total of 118 people participated in the survey.

From the results of the survey, the survey takers were nearly unanimous in considering increased tourism in the area as a positive and desirable concept. Besides existing and already successful tourist attractions the survey takers drew attention to various natural attractions in the area.

The tourist attractions in the area with the greatest potential that were still left untapped were mainly nature attractions. Lohja Lake especially was thought of as having strong marketing value. The Tytyri mine museum was the most often mentioned tourist location besides nature attractions. One of the most alarming issues considering tourism in the area was the lack of accommodation in the city center area. Furthermore, the available accommodation capacity has been divided among a number of operators, of which the Hotel Lohja as well as Gasthaus Laurinportti are the only ones that operate all year round. The Kisakallio sports center can offer accommodations for more than 600 people, of these 600 approximately 100 are of hotel standard, but they are located outside of the actual city area.

Subjects for further research that have risen during the compilation of this thesis include both subjects relating to individual locations and business concepts, as well as those meant to clarify the actions of the city concerning tourism development. Deemed most important were ones related to increasing the areas visibility as a tourism destination. Subjects related to increasing cooperation among local travel operators, as well as between local travel operators and the local service sector were a close second.

Keywords: Tourism, sustainable development, service business, community based development.

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Työn tausta ja tavoite	8
	2.1 Tutkimusongelma	8
	2.2 Raportin rakenne.....	9
3	Teoreettinen viitekehys	9
	3.1 Asukaslähtöisyys.....	10
	3.1.1 Asiakaslähtöisyys	11
	3.1.2 Asukkaiden kuuleminen	12
	3.2 Palveluliiketoiminta	12
	3.3 Matkailuliiketoiminta.....	14
	3.4 Vihreät arvot.....	16
	3.4.1 Luonnonsuojelu.....	17
	3.4.2 Vihreä turismi ja vihreä turisti	18
	3.4.3 Luontomatkailu	20
	3.4.4 Kestävä matkailu	23
	3.5 Kestävä kehitys	24
	3.5.1 Sosiaalinen kestävyys.....	25
	3.5.2 Taloudellinen kestävyys.....	26
	3.5.3 Ekologinen kestävyys	27
	3.5.4 Kestävä yhdyskunta	27
4	Toiminnallinen viitekehys	28
	4.1 Lohjan kaupunki.....	29
	4.2 Comcot-hanke ja tausta	32
	4.2.1 Miten Comcot-hanke eroaa muista vastaavista hankkeista?	32
	4.2.2 Comcot-hankkeeseen osallistuminen	34
	4.2.3 Greenbox	35
5	Tutkimuksen toteutus	36
	5.1 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus.....	40
	5.2 Tutkimus ja sen kulku	42
	5.2.1 Tutkimuksen tulokset	44
6	Johtopäätökset.....	50
	6.1 Jatkotutkimusmahdollisuudet	51
	6.2 Oman oppimisen arviointi	52
	Lähteet	53
	Kuvat	56
	Liitteet	57

1 Johdanto

Matkailu on alkanut nousunsa ihmisten tietoisuuteen teollisen vallankumouksen ajan Britanniasta. Tosin lähes koko kansan huviksi matkailu on muuttunut vasta 1900-luvun aikana, ainakin tapauksissa jossa kokonaismatka ylitti sen, minkä pystyy jalan päivässä taittamaan. Tätä ennen matkailemisesta pääsivät lähinnä nauttimaan yläluokkaan kuuluvat henkilöt, jotka täyttivät runsasta joutoaikaansa lähtemällä tutkimaan nähtävyyksiä eri puolilla maailmaa. Matkailumahdollisuuksien rajallisuus johtui jo siitäkin, että matkustaminen oli ennen junien ja matkustajalajien kehittymistä vaarallista ja aikaa vievää. Vain yläluokkaan kuuluvilla oli mahdollisuus kuluttaa kuukausia matkustellen elämysten perässä. (Singh 2008, 189-191.)

Tällä hetkellä matkailu on hyvää tahtia nousemassa yhdeksi suurimmista palveluliiketoiminnan muodoista. Sama kuvio käydään läpi ympäri maailmaa, tosin eri näkökulmista. Toisaalla rikkaat teollisuusvaltiot menettävät teollisuuteen nojaavia työpaikkojaan halpatuotannon maihin, toisaalla osalla valtioista ei välttämättä ole infrastruktuuria tai muita edellytyksiä teollisuuden investointien houkuttelemiseksi alueelleen. Asteikon kahdessa ääripäässä ollaan siis samassa tilanteessa mutta eri asetelmissa. Yksi valtio haluaa varmistaa matkailijavirran saapumisen alueelleen pitääkseen yllä elämäntapaansa, toinen taas haluaa parantaa olojaan ja mahdollistaa elämänlaadun paranemisen alueellaan. Toinen elää peläten sitä päivää, jolloin elämänlaatu alkaa laskea rahavirtojen tyrehtyessä siinä missä toiselle maailmalle on mahdollisuuksia täynnä, joskin osa saavutuksista saatetaan joutua hankkimaan valtion asukkaiden selkänahan kustannuksella. Tähän väliin putoavat ne maat, joihin teollisuus on siirtymässä. Suurimmaksi osaksi kyseessä olevat maat ovat köyhiä, mutta joissa on tarjota investoijille edes jonkinasteinen infrastruktuuri tai vapaat kädet oman etujensa suojelemiseen ja edistämiseen. Vaikka keinot voivat vaihdella, hakevat kaikki kansakunnat keinoja parantaa omaa elämänlaatuaan tai vaihtoehtoisesti edes elämänlaatunsa ylläpitämisen mahdollistavia keinoja. Maailman väestönkasvun, teollisuuden automatisoinnin ja halvempiin maihin siirtymisen sekä matkustamisen verrannollisen helppouden yhteisvaikutuksena yhä useampi valtio näkee turismissa joko mahdollisuuden tai pelastuksen. Etenkin vanhat teollisuusmaat, joiden väestö pyrkii suurelta osin pois tehtaan varjosta, joskaan eivät aina omasta tahdostaan, ovat muuttumassa suurelta osin palveluyhteiskunniksi. (Maailmantalous 2012.)

Suomi on matkailumaana hieman syrjässä verraten suosituimpiin matkakohteisiin. Tosin se luo omalta osaltaan eksotiikkaa, jota on mahdollista hyödyntää ja jossain määrin hyödynnetäänkin Suomen markkinoinnissa kansainvälisille matkailumarkkinoille. Britit ja saksalaiset ovat jo pitkään kuuluneet innokkaimpiin Suomen vierailijoihin venäläisten ja ruotsalaisten ohella. Perinteisesti suuri osa ulkomaisten matkailijoiden tekemistä matkoista ovat jollain tavalla luontokeskeisiä. Suomi on maa, jonne matkailijat hakeutuvat luonnon ja rauhallisen ympäristön takia. Osa hakee rauhallista aikaa luonnon helmassa, toiset taas suuntaavat Lapin talvisiin laskettelukohteisiin. Perinteistä maakohtaista aktiviteettijaottelua ollaan hietaasti rikkomassa. Esimerkiksi saksalaisia matkajia, jotka ovat perinteisesti matkanneet Suomeen kesällä nauttimaan mökkilomasta, on tavattu viime vuosina myös talvien hiihtokeskusten rinteissä. (MTV3 2012.)

Tutkimuksessamme keskityttiin Lohjan alueen tapahtumiin ja matkailukohteisiin tarkoituksena selvittää niiden arvo matkailun silmin, tosin ottaen huomioon myös asukkaiden mahdolliset näkemykset asiaan. Mitkä näistä ovat mahdollisia kehityskohteita ja etenkin kehityskohteina sopivia matkailun lisäämiseen alueella? Porlan alue kuului tutkimukseen jo valmiiksi, johtuen Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry:n osallistumisesta tutkimuksen järjestämiseen Lohjan alueella sekä jälleen kerran esille nousseesta alueen käytön kehittamisestä.

Lopulta kysymys on siitä, minkälainen Lohja on nykyään ja mitä asukkaat toivoisivat Lohjan alueelta tulevaisuudessa. Asukkaiden näkemykset ovat usein hyvin erilaiset kuin kaavoituksia ja visioita tehtailevien insinöörien. Vuosien varrella Lohja on muuttunut ja muovautunut nykyiseen muotoonsa, mutta mitä se tulee olemaan tulevaisuudessa ja kuinka suuri osa matkailulla on tässä kehityksessä? Onko Lohja asumisyksityöllinen lähiökaupunki, jossa on tilaa asukkaiden toivomille uudistuksille ja jossa on otettu huomioon niin ikääntyvä kuin nuorempi sukupolvi. Uusia asukkaita ja yrityksiä tulee Lohjalle jatkuvana virtana, mutta minkälaisena nämä uudisasukkaat Lohjan näkevät, ja miten he haluaisivat kaupunkia kehittää.

Työssämme käydään läpi opinnäytetyön keskeiset perusteet, jotka liittyvät aiheeseemme Lohjan alueen matkailun asukaslähtöinen kehittäminen. Työmme on osa Comcot-hanketta, jonka Suomen puolen osallistujina toimivat Ruralia-instituutti sekä Sepra ry. Hanke liittyi hyvin kiinteästi opinnäytetyöhömmme, sillä Comcotin kyselyn pohjalta olemme lähteneet toteuttamaan omaa työtämme.

2 Työn tausta ja tavoite

Tämän tutkimuksen taustalla oli meille tarjottu mahdollisuus osallistua kansainväliseen tutkimukseen, jonka aihepiiri mahdollisti myös samalla työkalujen etsimisen oman kotiseutumme matkailun kehittämiseen. Olemme jo pitkään tunteneet alueen matkailupotentiaalin menevän suurelta osin hukkaan ja ihmetelleet sitä, miten näinkin hyvien yhteyksien varrella oleva, ympäristöllisesti, kulttuurillisesti sekä historiallisesti merkittäviä matkailumahdollisuuksia sisältävä kaupunki lähialueineen, joka sijaitsee kuitenkin aivan Etelä-Suomen suurimman järven rannalla, voidaan tuntea lähinnä läpikulkukaupunkina matkailijoiden mielissä.

2.1 Tutkimusongelma

Tutkimusongelmana on selvittää, millaisia ovat Lohjan matkailun käyttämättömät mahdollisuudet paikallisasukkaiden näkökulmasta.

Tutkimusongelmamme tässä opinnäytetyössä on Lohjan alueen matkailun asukaslähtöinen kehittäminen eli Lohjan kaupungin ja lähiympäristön hyödyntämättömien ja alihyödynnettyjen matkailukohteiden tunnistaminen sekä kehittämisehdotusten valmistelu kyselyn tulosten pohjalta. Tutkimuksessa on pyritty selvittämään toteutettavissa olevia mahdollisuuksia muutoksiin kohdealueella matkailun ja matkailuyrittäjien sekä Lohjan kaupungin liikevaihdon lisäämiseksi.

Tämän rajauksen tarkoituksena on ollut tehdä opinnäytetyöstä hyödyllinen sekä Lohjan kaupungille että sen yrityksille ottamalla alusta lähtien huomioon kaupungin asukkaiden mielipiteet. Rajaus on valittu alustavien tutkimustulosten mukaan, toisin sanoen teemahaastattelun vastauksissa esiin tulleiden yleisten teemojen mukaan. Havaitsimme tämän rajauksen tarkoituksenmukaiseksi opinnäytetyötä ajatellen sekä tarpeeksi kapeaksi ajatellen sen tutkimista, jotta emme joutuisi käymään läpi kaikkea mahdollista matkailupotentiaalia omaavaa Lohjan kaupungin alueella.

Tutkimusongelmaa täsmentävät seuraavat alakysymykset:

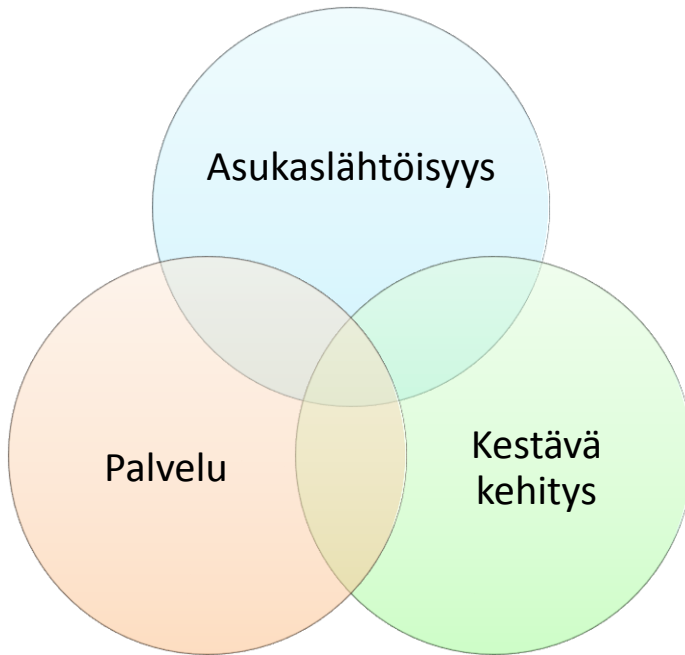
1. Minkä asukkaat näkevät Lohjan matkailupotentiaalina?
 - a. Minkälainen luontomatkailupotentiaali Lohjalla on?
 - b. Miten Lohja pystyy erottautumaan muista matkailukohteista kotimaassa ja ulkomailla?
2. Moniko näistä asioista on kehittämisen arvoinen ja/tai pitkäaikainen kaupallisesti kannattava kohde?
3. Miten olemassa olevien kohteiden näkyvyyttä voidaan lisätä?
4. Miksi Lohjalla ei ole enempää matkailijoita?
5. Toivotut ja ei toivotut muutokset kunnan alueella kyselyn tulosten pohjalta?

2.2 Raportin rakenne

Työssämme käydään läpi tutkimukseen liittyvät asiat. Opinnäytetyössä on viisi päälukua, joista ensimmäinen on johdanto, missä on pohjustettu alustavasti opinnäytetyön tutkimusongelmaa ja sitä, miten matkailu vaikuttaa maailmalla ja Lohjan alueella, miksi Lohjan alue on nykyään mitä se on. Ensimmäisessä pääluvussa on annettu myös tietoa siitä, mitä opinnäytetyö pitää sisällään. Tämän jälkeen on käyty läpi opinnäytetyön tausta, tavoite ja tutkimusongelma sekä opinnäytetyön rakenne. Toisessa pääluvussa käsitellään opinnäytetyön teoreettista viitekehystä, jossa tarkastellaan tutkimuksen kannalta olennaisia käsitteitä. Pääluvussa kolme sisältää toiminnallisen viitekehysten, jossa kerrotaan tutkimuksen toiminta-alueesta ja opinnäytetyön projektin taustatyöstä ja vaikuttajista. Neljännessä pääluvussa tarkastellaan tutkimuksen teoriaa, tutkimuksessa huomioitavia asioita, jonka jälkeen siirrytään itse kyselyyn ja sen kulkuun sekä tulosten analysointiin. Viides luku sisältää tutkimuksen johtopäätökset ja mahdolliset jatkotutkimusaiheet sekä oman arvioinnin omasta kehittämisestä opinnäytetyön aikana.

3 Teoreettinen viitekehys

Teoreettisessa viitekehyksessä käydään läpi työhön liittyvät tietoperäiset lähtökohdat sekä niiden pohjalta nousevat kysymykset joita havainnollistaa kuva 1. Tarkoituksena on luoda lukijalle selkeä kuva työn luonteesta sekä helpottaa uuden tiedon omaksumista. Teoreettisessa viitekehyksessä käydään läpi asukaslähteisyyttä, palvelu- ja matkailuliiketoimintaa sekä vihreiden arvojen liittymistä matkailuun nykyaikana. Näistä arvoista keskitymme etenkin kestävään kehitykseen joka on erittäin tärkeä aihe kehitettäessä nykyaikaisia matkailukohteita, koska jokainen matkailukohde arvioidaan ennemmin tai myöhemmin kestävä kehityksen arvojen kautta ja ihmiskunta alkaa lopulta ymmärtämään oman planeettansa resurssien rajallisuuden.



Kuva 1: Käsiteltävät pääasiat

3.1 Asukaslähtöisyys

Asukaslähtöisyys on voimakkaasti nouseva trendi vaikuttamisen saralla, eritoten alueiden suunnittelu- ja rakennusvaiheessa. Asukaslähtöisyys ei vielä virallisesti ole määritelty termi, mutta se on ollut sanana käytössä jo vuosia ja sanan alkuperäinen tarkoitus on se, että tietyn alueen asukailta tai yhteisön jäseniltä tiedusteltu, mitä he haluavat, miten he haluavat asioiden olevan ja pyydetty kertomaan kehitysehdotuksia näistä aiheista. Näin ollen alueen asukas on voinut vaikuttaa oman alueensa kehittymiseen ehkä enemmänkin kuin pelkästään mielipiteen tasolla. Konkreettisia esimerkkejä asukaslähtöisyydestä voidaan pitää kuntien kaavoituksessa ja alue suunnittelussa tapahtumia, joissa alueen asukkaat ja maanomistajat ovat voineet ilmaista mielipiteensä asiasta ja esittää kysymyksiä kunnan suunnittelijoille, jotka ovat vuorovaihteisesti kirjanneet ihmisten kysymykset ja mielipiteet ylös ja vastanneet heidän kysymyksiinsä. Näin aluetta on voitu kehittää asukkaita kuulemalla, joko kirjallisesti tai julkisissa tilaisuuksissa suullisesti. (Asukas tietää 2010.)

Asukaslähtöisyys on tehnyt itseänsä tunnetuksi vasta muutaman viime vuoden aikana, toisin sanoen maailmalta löytyy useampia esimerkkejä tapauksista, joissa asukkaiden toiveet ja mielipiteet on sivuutettu täysin. Tämä on ollut totta etenkin luksuskohteiden rakentamisen kohdalla. Matkailuparatiisien alueella ennen rakentamisen alkua asuneet ihmiset ovat usein jääneet turismin jalkoihin ja joutuneet esimerkiksi siirtymään asumaan kauemmaksi joko johtuen asumiskustannusten noususta tai enemmän tai vähemmän jyrkistä siirtymiskehotuksista kohdemaasta riippuen. Tällainen toiminta on herättänyt ärtymystä ja kateutta paikallisissa asukkaissa tapahtumapaikasta riippumatta, oli kyse Karibian tai Tyynen valtameren pal-musaarista tai Yhdysvaltojen kalliovuorten hiihtokeskuksista. Asukaslähtöisyyden tarkoituksena voidaan

sanoa olevan tämänkaltaisten ongelmien välttäminen ilman että kehitettävä kohde kärsii. Rahallisesti on periaatteessa mahdollista jopa kasvattaa alueen tuloja alueen yritysten ja asukkaiden puhalttaessa yhteen hiileen, vähintäänkin tuloksena pitäisi olla vähentynyt muutosvastarinta alueen asukkaiden keskuudessa. (Harrill 2004.)

3.1.1 Asiakslähtöisyys

Asiakslähtöisyys tarkoittaa yksinkertaisimmillaan tilannetta, jossa palvelua tai tuotetta lähdetään jo suunnitteluvaiheessa rakentamaan asiakkaan tarpeet keskeisenä kriteerinä. Lähtökohtana ei tällöin ole yrityksen tarve myydä jotain tuotetta tai palvelua, vaan se mitä asiakas haluaa tai saattaa haluta. Asiakslähtöisyys esiintyy tärkeässä osassa etenkin palvelualoilla. Tiettyä fyysistä tuotetta tuottavalla ja myyvällä yrityksellä voi olla mahdollisuus sivuuttaa hyvä palvelukokemus, perustellen päätöksen sillä ettei yritys myy palvelua vaan tuotetta, jota asiakkaat ostavat riippumatta siitä hymyileekö myyjä asiakkaalle. Palvelualoilla tähän ajatteluun ei ole varaa. Ravintoloissa, hotelleissa ja muissa palvelualan yrityksissä palvelun laatu määrittelee asiakkaiden viihtyvyyden ja näin ollen myös asiakkaiden paluukynnyksen samaan yritykseen myös myöhemmin. Yrityksen, joka panostaa asiakslähtöisyyteen on myös otettava huomioon asiakaskunnan heterogeenisyys. Kaikki asiakkaat omaavat omat tapansa, arvonsa ja kiinnostuksen kohteensa. Palveluntarjoajan on vain totuttava tähän asiaan ja opittava toimimaan sen mukaan. (Vuokko 1997, 24-52.)

Asiakslähtöisyyden peruseriaatteisiin kuuluvat asiakassuhteen luominen, kehittäminen ja ylläpitäminen. Asiakslähtöisyys ja asiakkaan huomioonottaminen ei kuitenkaan tarkoita yrityksen edun unohtamista, vaan tarkoituksena on tasapainottaa asiakkaan ja yrityksen tarpeet järkevästi. Yrityksestä riippuen tämän tasapainottelun suhde voi vaihdella suurestikin, mutta pääsääntöisesti yrityksen tarve on jo toimintaperiaatteen kannalta tärkeämpi kuin asiakkaan. Yrityksen tulee tietää mitä se haluaa asiakkailleen olla sekä mitä se kykenee olemaan. Asiakkaan jokaista pienintä toivetta ei ole syytä tai yleensä edes mahdollisuutta täyttää. Yrityksen tarkoituksena ei kuitenkaan ole toimia puhtaasti asiakkaan ehdoilla, koska tällöin yritys unohtaa oman tarkoituksensa ja toimii pelkästään asiakkaan ehdoilla. Jos yritys uhraa voittojaan tai muuten kärsii hyvän asiakaspalvelun takia pyrkimyksensä aikaansaada kestäviä ja pitkäikäisiä asiakassuhteita, kulkee kyseinen yritys epäonnistuessaan asiakassuhteiden ylläpidossa kohti konkurssia. Menestyvä asiakslähtöinen yritys sopeutuu asiakkaiden heterogeenisyyteen ei ainoastaan myöntämällä yksilöllisten vaihteluiden olemassaolon, vaan myös tutkimalla asiakaskuntaansa ja opettelemalla asiakaskuntansa tarpeet. Tätä tietoa ei voi vain kerätä ja arkistoida, vaan kerätyn tiedon tulosten tulee näkyä myös yrityksen toiminnassa. (Vuokko 1997, 24-52.)

3.1.2 Asukkaiden kuuleminen

Perustaltaan asukaslähtöisyydessä on kysymys alueen asukkaiden kuulemisesta. Tämä voidaan toteuttaa kyselyillä eri muodoissa, oli kyse sitten kirjallisesta tai Internet-kyselystä tai vaikkapa työpajan muodossa jossa ihmiset voivat vapaasti keskittyä asiaan ja tuoda oman mielipiteensä julki. Vapaasti etenevissä keskustelutilaisuuksissa esiin nousevat ideat ja kehitysehdotukset voivat ottaa kriittisenkin muodon, jopa siinä määrin että ne voivat tuntua avoimen negatiiviselta palautteelta päättäjille. Tämän vuoksi osallistujilta vaaditaan palautteesietokykyä sekä kykyä erottaa kehitysehdotukset kritiikin seasta. Usein negatiiviselta tuntuvan kommentoinnin taustalla on puhujan normaalielämässä kokemia epäkohtia, joihin hän katsoo tärkeäksi kiinnittää myös muun yhteisön huomion. (Asukas tietää 2010.)

Tilaisuudessa, jossa tarkoituksena on kerätä mahdollisimman paljon kehitysehdotuksia käsiteltävän asian hyväksi, on myös tärkeää ohjata keskustelua tavalla, joka mahdollistaa rennon mielipiteiden esittämisen. Keskustelusta on siis syytä jättää täysin pois ehdotusten toteuttamiskelpoisuuden arviointi ryhmän kokouksen aikana, jotta osallistujat eivät tunne mielipiteitään epätoivotuiksi. Vaikka jokin ehdotus vaikuttaisi korkealentoiselta, tai suorastaan vahingolliselta, muiden paikallaolijoiden korviin, voi sen takana olla kuitenkin asukkaan rehellinen toive jonkin asian parantamisesta perustavanlaatuisella tavalla, joka on vain kadonnut puutteellisen ilmaisun syövereihin.

Edellä mainittujen kahden tapaustyyppin kohdalla voi olla järkevää purkaa epäselviä tai kriittisiä ehdotuksia muiden paikalla olevien osallistujien kanssa. Tämä voi selventää käsiteltävän kommentin tarkoitusta ja sen oikeaa kohdetta. Vähintäänkin on tärkeää että maininta merkitään muistiin jolloin sen voi sanoa olevan huomion kohteena, vaikka sitä ei kyseisen kokouksen aikana käsiteltäisi.

3.2 Palveluliiketoiminta

Palveluliiketoiminta on liiketoimintaa, jossa palvelu itsessään muodostaa arvonluonnin perustan. Palvelu sinänsä on toimintaa tai toimintojen, yhdistelmä jonka palveluntarjoaja toteuttaa yhdessä asiakkaan kanssa pystyäkseen vastaamaan asiakkaan tarpeeseen ja toiveisiin. Perustaltaan palvelu on tyypiltään aineeton tuote, jota ei voi varastoida tai ihailia vain sen ulkomuodon takia. Palvelu on olemassa siinä hetkessä kun asiakas sitä vaatii ja palvelun toimittava taho aloittaa palvelun. (Tuulaniemi 2011, 271-276.)

Palveluliiketoiminnan kategoriaan kuuluu erilaisia asioita, lähtien hotellin tai ravintolan ystävällisen henkilökunnan palvelualltiudesta, ylikansallisen pikaruokalaketjun tarkkaan määriteltyyn ja kopiosuojattuun palvelutapaan. Palveluliiketoiminta matkailun yhteydessä tarkoittaa matkajalle suunnattua ”lisäpalvelua” eli palvelua, joka ei ole tarkkaan ottaen pakollista onnistuneen matkan mahdollistamiseksi, vaan keino varmistaa asiakkaan hyvä kuva ympäristöstä ja palveluntarjoajasta. Palvelu tai sen puute liittyy olen-

naisesti brändinrakentamiseen. Esimerkiksi teemaravintolan henkilökuntaa ohjeistetaan käyttäytymään tietyllä tavalla asiakkaiden seurassa. Merirosvotemaisen ravintolan tai heavymetal baarin työntekijöiden tuskin odotetaan käyttäytyvän perinteisen hovimestarin tapaan, vaan olevan lähempänä sitä roolia jota he työssään esittävät. Tämä hämärtää rajaa esittävän ja palvelutyön välillä yhä suuremmissa määrin, sillä teemaravintoloita ja huvipuistoja eri variaatioineen perustetaan aina vain enemmän yrityksenä erottua kilpailijoista. (Tuulaniemi 2011, 271-276.)

Palvelu- ja matkailuliiketoiminta ovat muutenkin erottamaton pari, mutta viime vuosikymmeninä tämä yhteys on korostunut entisestään disneysaation muodossa. Disneysaatio tarkoittaa tilannetta, jossa Disneyland-huvipuistojen toimintamallit ja ohjeet ovat alkaneet vallata alaa yhteiskunnan palvelutuotannossa ja kuluttajien käytöstavoissa. Disneysaation osa-alueita ovat teemoittaminen, hybridikulutus, tuotteistaminen sekä esittävä tai performatiivinen työ. Eli asiakas käy teemahuvipuistossa, syö huvipuistossa sijaitsevassa ravintolassa josta ostaa mukaansa puiston nimeä kantavan matkamuiston, samalla kun häntä palvelevat huvipuiston teeman mukaan pukeutuneet ja käyttäytyvät asiakaspalvelijat. (Tuulaniemi 2011, 271-276.)

Nykyaikainen länsimainen yhteiskunta on luisumassa aina vain enemmän kohti palveluyhteiskuntaa, missä tuottava työ muuttuu merkitykseltään vähäisemmäksi korkean elintason asettamien kustannusten takia. Tämän seurauksena työmarkkinoille syntyvä tyhjiö pyritään täyttämään erilaisilla palvelualan työpaikoilla. Erilaisia palvelualan työpaikkoja perustetaan usein niiden työnhakijoiden toimesta jotka eivät ole onnistuneet löytämään itselleen pysyvää työnantajaa. (Tuulaniemi 2011, 271-276.)

Nykyään varsinkin länsimaisessa yhteiskunnassa eniten palveluliiketoimintaa muokannut palvelumuoto on erilaiset palvelupaketit sekä niissä esiintyvä nippuhinnoittelu. Nippuhinnoittelussa palvelun tarjoaja on tehnyt tarjoamistaan tuotteista tai palveluista yhteishinnoitellun muodon, jossa yritys voi myydä palveluita tai tuotteitaan asiakkailleen erikseen hinnoiteltuna. Hinnoittelussa myydään kahden tai useamman palvelun tai tuotteen nippu erikoishintaan, joka on pääsääntöisesti kokonaishinnaltaan halvempi, kuin vastaavat palvelut tai tuotteet erikseen ostettuina. Nippuhinnoittelun käyttö onkin yleistynyt nopeasti eri palvelunaloilla, koska hinnoittelun etuna on se, että erikseen myytävistä palveluista voidaan pyytää korkeampaa hintaa niiltä kuluttajilta, jotka eivät käytä nippuhinnoittelun tarjouskokonaisuuden piirissä olevia palveluita. Palvelupakettien myyminen takaa yrittäjälle paketin eri osien jatkuvamman kysynnän riippumatta kausivaihtelun aiheuttamista kysyntäpiikeistä ja suvanto-ajoista. Pakettien myynti takaa myös standardoidun tarjonnan ja palvelun laadun säilymisen. (Grönroos & Järvinen 2001, 52.)

Grönroosin (2001, 52) mukaan palvelupaketteja tarjotaan erityisen runsaasti kuluttajille suunnattuihin palveluihin kuten esimerkiksi lomakeskukset tarjoavat usein asiakkailleen alennettuja erikoishintaisia kursseja golfin peluuseen tai vastaavasti laskettelukeskuksien päiväkortteihin. Yleisin palvelupakettien myyntikanava on lentomat kustajille tarjottavat lomapaketit, niin että lennon ostaja on oikeutettu erikoishintaisiin lisäpalveluihin kuten autovuokraukseen tai asumiseen lomakohteessa. Esimerkiksi jos, asiakas voi haluta kahdesta eri niputetusta palvelusta erityisesti toista palvelukokonaisuutta voi asiakas tuotteesta

saamallaan alennuksella ostaa vähemmän haluamansa palvelun. Näin niputetut palvelut täydentävät toisiaan ja mitä paremmin palveluniput täydentävät toisiaan, sitä voimakkaamman reaktion tarjoushinta aiheuttaa ostajassa. Grönroosin mukaan nippuhinnoittelu auttaa sekä uusien asiakkaiden hankinnassa, että vanhojen asiakkaiden säilyttämisessä, jos palvelukokonaisuus on onnistunut. (Grönroos & Järvinen 2001, 52.)

Nykyään entistä enemmän palveluita kuluttavat asiakasmassat, joille kaikille yritetään pakkosyöttää samalla kaavalla tehtyä palvelukokonaisuutta tai palvelupalettia. Varsinkin 2000-luvulla internet on mahdollistanut sen, että palveluita on voitu räätälöidä itselleen sopivammiksi, pientä lisämaksua vastaan. Erikoiset tai täysin uniikit palvelut ovat olleet rikkaiden matkustajien ja palveluiden käyttämä etu jo hyvän aikaa. Mutta nykyään aivan tavallisille ihmisille tarjotaan entistä useammin mahdollisuus räätälöidä esimerkiksi ostetun pakettimatkan sisältöä vaihtamalla, jonkin päivän suunniteltu ohjelma toisenlaiseen ohjelmaan. Suuremmissa mittakaavassa käytettynä palveluiden yksittäistä räätälöintiä voidaan kutsua palveluiden massaräätälöidiksi, jossa tietyille asiakasryhmille suunnitellaan tietynlaista ohjelmaa, jolloin heidän oletusarvoiset odotuksensa täyttyvät. Massaräätälöintiä voidaan pitää erilaisten palveluiden jakoa tiettyihin ryhmiin esimerkiksi seniorimatkailijat kaipaavat erilaista ohjelmaa kuin 18-30 vuotiaat palveluiden käyttäjät. Palveluliiketoiminnassa pitää kuitenkin aina muistaa, että palvelun kokonaiskuvasta ja siitä jäävästä muistosta ollaan valmiita maksamaan suhteellisesti enemmän, jos tämä palvelu on hieman erilainen kuin massoille myytävä yhdenmukaiset palvelut. Matkailussa, jossa palvelut ovat tärkeitä esimerkiksi kiertomatkailu kohteiden räätälöinti tietyille asiakassegmenteille. (Komppula & Boxberg. 2002, 50-90.)

3.3 Matkailuliiketoiminta

Matkailuliiketoiminta tarkoittaa lyhyesti ilmaistuna matkailun alalta tulonsa saavaa liiketoimintaa. Matkailuliiketoiminta on suurelta osin palveluliiketoimintaa, jonka tarkoituksena on tarjota asiakkaille elämyksiä matkailun kohteen olevalla alueella, oli näissä elämyksissä kyseessä sitten hotellin palvelun laatu, tai ohjattu retki johonkin tiettyyn kohteeseen. Matkailuliiketoiminta eroaa normaalista yritysliiketoiminnasta sillä, että se on huomattavan paljon riippuvaisempi ympäristöstään kuin perinteinen tuotantokeskeinen liiketoiminta. (Tuulaniemi 2011, 260-267.)

Matkailuyrityksen toiminta riippuu paljolti siitä, minkälainen on sen alueen brändi, jolla yritys sijaitsee. Harva meistä päättää lähteä toiselle puolen maailmaa vain asuakseen tiettyssä hotellissa, vaan ajatuskulku alkaa yleensä kohdemaan ja kohdealueen harkitsemisella, ennen kuin asuinpaikka kyseisellä alueella edes pälkähtää matkaja mieleen. On tosin totta että myös päinvastoin ajattelevia matkailijoita on olemassa, mutta tosin hyvin harvalukuisena joukkona. (Tuulaniemi 2011, 260-267.)

Yritys vaikuttaa alueensa brändiin, olettaen että yritys toimii alueella näkyvästi ja kykenee keräämään edes hieman huomiota itselleen. Matkailualueen brändinrakentamisen vaikeus onkin juuri siinä, ettei mi-

kään yksittäinen yritys ole toiminnasta yksin vastuussa. Tämä tekee brändäyksestä erittäin haastavaa, todennäköisesti moni alueen toimijoista haluaa vetää brändäysyritystä eri suuntiin luoden ristiriitoja. Tuulaniemen (2011,263) mukaan tärkein edellytys matkailubrändin syntymiselle ja menestykselle on alueen matkailutoimijoiden verkostokyvykyys, eli kyky rakentaa, ylläpitää ja johtaa verkostoja. Alueiden kehittymisen tasoa voidaan mitata muutenkin kuin vain puhtaan matkailun ja tunnettuuden mittareilla. Toimijoiden yhteistyön tason ja määrän tarkastelu toimii myös erinomaisena indikaattorina alueen matkailun ja matkailupotentiaalin elinvoimaisuudesta. (Tuulaniemi 2011, 260-267.)

Alueilla jotka ovat jo pitkään toimineet matkailukohteina on verkostoituminen yritysten kesken selvästi kehittyneempää kuin tuoreilla matkailukohteilla. Tämä johtuu ymmärrettävästi siitä että pitkään toimineiden matkailukohteiden toimijat ovat ehtineet yhtenäistää yhteistyötoimintaansa toimivaksi kokemaan suuntaan, siinä missä aloittelevien alueiden toimijat vasta hakevat itselleen sopivia keinoja yhteistyön järjehtämiseksi. Niillä matkailualueilla jossa toimijat ovat pitkään toimineet yhdessä jonkin keskeisen yhteisen asian hyväksi, on ehtinyt kehittyä ymmärrys muiden toimijoiden toimintamalleista, sekä jonkinasteinen keskinäinen luottamus yritysten ja toimijoiden kesken. Näillä alueilla yritykset ovat jo onnistuneet karsimaan keskuudestaan ne yritykset joiden kanssa yhteistyö ei suju toivotulla tavalla tai joiden kanssa tehty yhteistyö aiheuttaa eripuraisuutta muiden verkostoon kuuluvien kanssa. Yhteistyö on kuitenkin aina ihmisten välillä tapahtuvaa ja luottamus toiseen toimijaan saavutetaan vain yhteisen tekemisen kautta. (Tuulaniemi 2011, 260-267.)

Tässä prosessissa epäluotettavat ja vastaan hangoittelevat toimijat putoavat pois luonnollisen valinnan kautta. Vasta tämän saman prosessin kautta löytyy myös se lopullinen muoto yhteisesti eteenpäin ajettava vasta alueen omasta brändistä. Alueen päämäärällisen brändin ylöskirjaaminen on ensiarvoisen tärkeää, koska matkailualue kestää yleensä huomattavan paljon pidempään kuin sen aktiiviset toimijat. Yrityksiä tulee ja menee, ja brändi pyrkii muuttumaan tämän vaihtuvuuden mukana, jollei sen pyrkimyksiä ole kirjattu ylös jo aiemmin ja saatettu toimijoiden saataville. (Tuulaniemi 2011, 260-267.)

On erittäin tärkeää päättää, mitä matkailualueesta halutaan tuoda esille. Amsterdamin tapauksessa kaikki tuntevat kaupungin sen coffeeshopeista ja punaisten lyhtyjien alueesta. Näin siksi että valtion sallima mientojen huumeiden kauppa ja prostituutio ovat epätavallista länsimaisessa yhteiskunnassa. Toisaalta Amsterdamin asukkaat itse haluaisivat että kaupunki tunnettaisiin sen muista avuista, hienoista museoista ja puistoalueistaan. Kysymys onkin siitä, pystyykö Amsterdam erottumaan muista matkailukohteista tällä tavoin? Lähes jokaisessa maailman metropoleista on mahdollista vieraila museoissa ja nähdä hyvin hoidettuja ja puistoalueita, siinä missä edellä mainitut coffeeshopit ja punaisten lyhtyjien alue liittyvät läheisesti siihen vapaamielisyyteen josta Hollanti on jo vuosia tunnettu. (Tuulaniemi 2011, 260-267.)

Matkailuliiketoiminta nojaa vahvasti alueensa nähtävyyksiin, joko luonnollisiin, rakennettuihin tai kulttuurillisiin. Toinen ratkaiseva tekijä on alueen saavutettavuus, eli liikenneyhteydet ja niiden laatu. Kolmantena listassa ovat majoitus, ja vapaa-ajan vieton mahdollisuudet. Vasta tämän jälkeen vuorossa ovat erilaiset tuotteistetut palvelupaketit, eli yritysten tarjoamat keinot hyödyntää paikallisia nähtävyyksiä. Väli-

liset, eli infrastruktuuriin kuuluvat palvelut kuten tietoliikenneyhteydet tai terveydenhuollon palvelut, ovat viimeisenä tässä listassa. Matkailualueen menestys nojaa matkailua koordinoivaan alueorganisaatioon. Matkailutuotteen laadusta ei vastaa mikään yritys yksin vaan kaikki alueen yritykset ovat osaltaan vastuussa tuotteen ylläpidosta. Tämän vuoksi on kokonaisvaltainen kohteen koordinointi erittäin tärkeää, etenkin pyrittäessä taloudellisesti ja ekologisesti kestävään ratkaisuun. (Tuulaniemi 2011, 260-267.)

Yksi huomionarvoinen osa matkailua on jokaisen matkailijan yksilöllinen käsitys, siitä mitä hän lomaltaan haluaa. Toisaalta moni liikkuu niin sanotusti joukon mukana, nähden ja käyden samat asiat ja sijainnit kuten niin monet häntä ennen, ja jälkeen ovat tehneet ja tulevat tekemään. Toisin sanoen ihmiset on mahdollista ryhmitellä tiettyjen kriteerien mukaan, ja jokaiselle matkakohteelle on tärkeää tunnistaa itseltään ne ominaisuudet jotka houkuttelevat tietyn suuntauksen ihmisiä puoleensa. Matkailijoiden mahdollisia ryhmäjakoja on monia, joista osa sopii kohteena olevan alueen yhteyteen paremmin kuin toiset. Voitaan heti sanoa ettei Lohja välttämättä ole ensimmäinen mieleen tuleva matkakohde nuorelle hedonistimatkailijalle, mutta saattaa soveltua paremmin perhe- tai päivämatkailijalle. Alueella kuitenkin on perhematkailijalle periaatteessa soveltuvia kohteita, museoita, maatilamatkailukohteita, luontokohteita ja uimarantoja. Ottaen huomioon Lohjan liikenneyhteydet ja hyvän sijainnin lähimmät suuret kaupungit huomioon ottaen, ovat mahdolliset päivämatkailijat myös varteenotettavaa ryhmä, joka tulee huomioida kaupungin matkailumarkkinoinnissa. (Swarbrooke & Horner 2007, 128-138.)

3.4 Vihreät arvot

Vihreä ajattelutapa, eli pyrkimys luonnonsuojeluun ja ihmisen aiheuttaman kuormituksen vähentämiseen, alkoi nostaa päätään globaaliin tietoisuuteen vasta 1980-luvulla, tosin idea itsessään on huomattavasti vanhempi. Esimerkiksi USA:n ensimmäinen kansallispuisto, Yellowstone, on perustettu jo vuonna 1872. 1960-luvun hippiliikkeen ja 70-80 lukujen vaihteen vihreiden liikkeiden nousun jälkeen olemme tilanteessa jossa käytännössä kaikissa ensimmäisen maailman maihin kuuluvissa maissa on jonkinlainen poliittinen taho, joka edistää pääasiallisena tavoitteenaan vihreää asiaa. Menestys vain on vaihtelevaa. Siinä missä pohjoismaissa vihreillä puolueilla on näkyvyyttä ja omaa vaikutusvaltaansa, on USA:n vihreä puolue edelleenkin vain yksi monista pienpuolueista, jotka yrittävät epätoivoisesti päästä julkisuuden valokeilaan kahden pääpuolueen alta. (A Short History of the Green Movement 2010.)

Kunkin maan vihreitä arvoja ajavat puolueet toimivat yleensä varsin hyvin esimerkkeinä siitä, mitä kukin maa ajaa vihreiden arvojen nojalla eteenpäin. Uusiutuvien luonnonvarojen käyttöön siirtyminen energian tuotannossa fossiilisten polttoaineiden sijasta, ilmaston lämpenemisen hidastaminen, aavikoitumisen vähentäminen, yleinen jätteen tuoton vähentämisen alkavan kotiolosuhteista, lähituotannon ja luomun korostaminen, osallistavan demokratian eteenpäin vieminen, solidaarisuus eri merkityksissään, ja liberaalius. Yksi pääargumentteja Vihreässä ajattelussa onkin ihmisen valinnanvapauden lisääminen, sillä olettamuksella, ja toiveella, että yksilön tekemät valinnat ovat vihreän aatteen mukaisia. Näiden lisäksi jokaisella

maalla on omat tärkeäksi katsomansa luonnonvarat joiden suojeluun kiinnitetään erityishuomiota. Suomen tapauksessa esille nousevat muista maista erottuvana vesistöt; sisävedet ja Itämeri.

(Political Reform Values of the Green Party 2003.)

Vihreiden arvojen kehittyminen ja nousu pinnalle vuosikymmenien kehityksen aikana on johtanut vihreiden arvojen liittymiseen hiljalleen normaalielämään. Vihreät arvot leviävät edelleen sekä ihmiseltä toiselle, että yritysten ja yhteisöjen kesken, poliittisten puolueiden pyrkiessä taas laajemman kokonaisuuden saamiseen osallistumaan talkoisiin vähäsaasteisemman tulevaisuuden puolesta (Think Green 2012.) Yksittäisen ihmisen tasolla tämä toiminta näkyy esimerkiksi Internetistä löytyvinä info- ja ohjesivustoina, sekä kaduilla kiertelevinä feissareina, jotka pyrkivät kertomaan edes hieman kiinnostuneille luonnonsuojelusta ja sen eri muodoista. (Feissaa Greenpeacele 2012.)

3.4.1 Luonnonsuojelu

Luonnonsuojelu ymmärretään toimintana, jonka pyrkimyksenä on erilaisten eliölajien, luonnon monimuotoisuuden, luontotyyppien, luonnonkauneuden sekä maisema-arvojen säilyttäminen. Suojelu voi kohdistua mikrotasolla yksittäiseen eliölajiin tai vastaavasti makrotasolla elinympäristöön, luontotyyppiin, luonnonmuistomerkkiin, alueeseen tai globaaleihin järjestelmiin kuten meret, ilmakehä ja ilmasto. (Finlex 2012.)

Luonnonsuojelulla pyritään ehkäisemään ihmisen toiminnasta johtuvia muutoksia luonnontilaisessa ympäristössä ja toisaalta säilyttämään ihmisen pitkäaikaisen toiminnan aikaansaamia ympäristöjä, joille on muodostunut omaleimainen pienekosysteemi. Näkyvin osa luonnonsuojelutoimintaa on ihmisen toiminnan vaurioittamien ympäristöjen palauttaminen mahdollisimman lähelle luonnonvaraista tilaansa ennen ihmisen väliintuloa. Tämän toiminnan näkyvyys johtuu suoraan luonnonsuojelujärjestöjen korkean profiilin kampanjoista näiden alueiden puolesta. (Finlex 2012.)

Ensimmäiset eliölajit rauhoitettiin Suomessa jo vuonna 1923 ja ensimmäisiä suojelualueita perustettiin 1920-luvulla yksityisten ja eri yhteisöjen omistamille maille. Valtio liittyi luonnonsuojeluhankkeisiin mukaan vasta myöhemmin. Suomen vanhin kansallispuisto on Pyhätunturin kansallispuisto, perustettu 1938, joka nykyään kulkee Pyhä-Luoston kansallispuiston nimellä. Luoston alue liitettiin Kansallispuistoon vuonna 2005. (Suomen ympäristöministeriö 2012b.)

Ahosen kirjan (2006,192-201) mukaan luonnonsuojelulla on erilaista tavoitetta. Ensimmäisenä tavoitteena hän pitää luonnon monimuotoisuuden ylläpitämistä sekä luonnonkauniiden ja maisema-arvojen vaalimista. Myös luonnon varojen ja ympäristön kestävän käytön suunnittelemisen ja tukeminen ovat erittäin tärkeitä unohtamatta yleisen luonnon tuntemuksen ja hieman ehkä jo unohdetun yleisen luontoharrastamisen lisääminen. Tutkimuksien kannalta luonnontutkimisen jatkuva ja kestävä edistäminen pitäisi muistaa aina kun aloitetaan uusia tutkimushankkeita, joissa ympäröivä luonto voi kärsiä pysyvästi tai vain hetkellisesti.

Kirjassa Ahonen mainitsee myös sen että, valtiojohtoisia luonnonsuojeluhankkeita on koko ajan vireillä, mutta maanomistajien osittainen tietämättömyys, ennakkoluuloisuus ja yhteistyöhaluttomuus ovat luoneet merkittäviä hidasteita luonnonsuojelu-alueiden luomiselle. Toisaalta ovatko luonnonsuojeluviranomaiset olleet liian koppavia toimivaltansa puitteissa ja ikään kuin unohtaneet maanomistajat ja heidän mielipiteensä. Luonnonsuojelu voidaan siis jakaa karkeasti kolmen luonnonsuojelupolitiikkaan, yhdessä maanomistajien sekä viranomaisten näkemykset ja tavoitteet kohtaavat kokonaan tai suuremmilta osin. Seuraavassa visiossa luonnonsuojeluviranomaisilla on omanlaisensa näkemykset asiasta ja maanomistajilla omanlaisensa, mutta heidän tavoitteensa ja toiveensa kohtaavat edes jossain määrin, kun taas kolmas vaihtoehto olisi se että kummankaan tahon ajatukset eivät kohtaa missään määrin tai maanomistaja ei ole halukas suojelemaan luontoa. (Ahonen & Massa 2006, 192-201.)

Luonnonsuojelun kehittäminen on Ahosen (2006,192-201) mukaan mahdollista hyvin yksinkertaisesti. Alueellisten ympäristökeskusten asiantuntijoiden pitäisi tuoda asiantuntevuutensa luonnonsuojelussa sekä metsäbiologiassa helpommin myös maanomistajien saataville. Luonnonsuojelussa Suomessa suurimmat ongelmat ovat näkökulma erot maanomistajien ja luonnonsuojelijoiden välillä sekä luonnonsuojeluprosessien aikana ilmenneiden eturistiriitojen kestävä ratkaiseminen. Onnistuessaan luonnonsuojeluprosessi takaa kaikille osapuolille hyvän, ellei jopa erinomaisen tuloksen, jossa osapuolet ymmärtävät toisiaan ja pystyvät olemaan avoimia heitä askarruttavista asioissa. Luonnonsuojelussa ei riitä pelkästään arvoihin katsominen vaan on myös otettava huomioon erilaisten alueiden tunne- ja / tai maisema-arvot omistajilleen, jotka saattavat aluksi hankaloittaa alueiden kestävää pitkäjänteistä kehitystä (Ahonen & Massa 2006, 192 - 201).

3.4.2 Vihreä turismi ja vihreä turisti

Vihreä turisti on teoreettinen käsite jonka olemassaolosta oikeassa elämässä on kiistelty jo pitkään. 1980- ja 1990-lukujen taitteessa kehittyi käsite vihreästä kuluttajasta, joka oli kiinnostunut luonnonsuojeluun ja kestävään kehitykseen liittyvistä asioista, ja vaikutti osaltaan tiettyjen tuotteiden myyntimenestykseen valintojensa perusteella. Yksi parhaita esimerkkejä tästä on CFC-kaasujen hylkääminen aerosolituotteissa 1980-luvun loppupuolella. Kuluttajaryhmien suuri vastustus otsonikerrosta ohentavien tuotteiden käyttöä ja valmistusta kohtaan ajoi tuotteita valmistaneet yritykset joukolla etsimään korvaavia ainesosia tuotteiden myynnin palauttamiseksi normaalille tasolle. (Swarbrooke & Horner 2007, 177-183.)



Kuva 2: Vihreän turistin jakautuminen alakategorioihin

Vihreä turisti on myös yksi paradoksaalisimmista luonnonsuojeluun ja kestäväan kehitykseen liittyvistä käsitteistä. Voiko turisti joka matkustaa toiselle puolen maapalloa, vieläpä yleensä lentokoneella, olla mitään muuta kuin rasite ympäristölle? Määrittelyä vaikeuttaa lisäksi se, että jokaisella turistilla joka katsoo olevansa kiinnostunut luonnonsuojelullisista asioista on luonnollisesti oma käsityksensä siitä miten, ja minäkalaiseksi vihreä turisti määritellään. Vihreän turistin käsite ei koskaan saavuttanut samanlaista hyväksyntää kuin vihreän kuluttajan käsite, ja onkin sittemmin sirpaloitunut useampaan ryhmään, joiden voi tosin katsoa useimmiten edustavan jotain osaa kuvitteellisesta vihreästä turistista, havainnollistettu kuvassa 2. (Swarbrooke & Horner 2007, 177-183.)

Vihreän turistin voisi katsoa tarkoittavan matkailijaa, joka pitää mielessään vihreät arvot ja käyttäytyy niiden mukaan matkaa valitessaan ja matkalla ollessaan. Tämä tosin rajoittaa matkailijan valinnanvaraa olennaisesti. Mitä tiukemmin vihreitä arvoja tulkitsee, sitä enemmän ne rajoittavat matkailuvaihtoehtoja. Lopulta siihen pisteeseen asti, ettei mikään muu kuin omin lihasvoimin tehty matka sovellu vihreän turismin arvomaailmaan. Vihreän turistin käsite ei koskaan saavuttanut samanlaista hyväksyntää kuin vihreän kuluttajan käsite, ja onkin sittemmin sirpaloitunut useampaan ryhmään, joiden voi tosin katsoa useimmiten edustavan jotain osaa kuvitteellisesta vihreästä turistista. (Swarbrooke & Horner 2007, 177-183.)

Ekoturistien päämotivaationa matkailussa on matkakohteen luonnon näkeminen ja tutkiminen, tämä turistityyppi saattaa olla kiinnostunut matkakohteensa luonnonsuojelusta, mutta se ei yleensä ole ainakaan pääasiana hänen matkanteossaan. (Swarbrooke & Horner 2007, 177-183.)

Vaihtoehtoinen turismi tarkoittaa yleensä omatoimista, pienemmän skaalan matkailua. Yleinen oletus on, että tämänkaltainen matkailu olisi vähemmän saastuttavaa ja ympäristölle parempaa kuin massamarkkinoitu pakettimatkailu, mutta tämä väite ei läheskään aina toteudu. (Swarbrooke & Horner 2007, 177-183.)

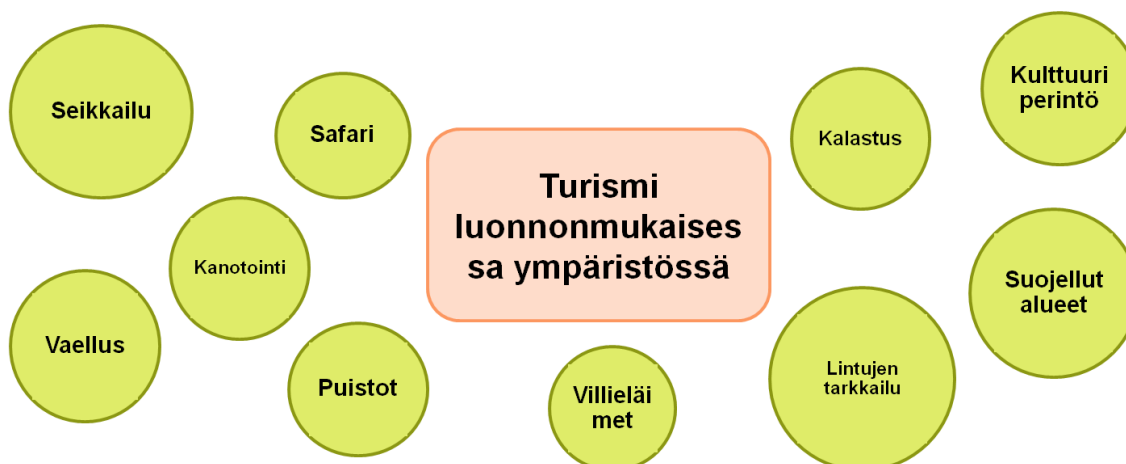
Älykästä turismia voisi myös kutsua nimellä oppimisturismi. Tämä matkailun muoto liittyy turistin haluun oppia jotain uutta. Opittava asia saattaa liittyä vihreisiin arvoihin, mutta tämä väite ei läheskään aina toteudu. Tämä turismin muoto liittyy helpoiten erilaisiin opettavaisiksi määriteltyihin matkailun muotoihin, kuten opintomatkoihin ja kulttuurilomiin. (Swarbrooke & Horner 2007, 177-183.)

Kestävään turismiin liittyy läheisesti huoli sosiaalisen oikeuden ja ekonomisen kestävyys toteutumisesta kohdemaassa, kuten myös fyysisen ympäristön kestävydestä. Kestävä turismi on myös kiinnostunut matkailualueen tulevaisuudesta. Edellä mainituista asioista osa eroaa selvästi perinteisistä luonnonsuojelullisista arvoista. (Swarbrooke & Horner 2007, 177-183.)

Eettinen turismi on kiinnostuneempi laajemmasta määrästä erilaisia kysymyksiä matkailuun liittyen kuin vireään turistin arkkityyppi. Eettinen turisti voi olla kiinnostunut kohdemaan matkailusektoriin liittyvistä asioista, kuten palkkatasoista, työvoiman jakautumisesta siirtotyöläisten ja paikallisen työvoiman kesken, kuten myös siitä miten, ja missä määrin, turismista saatavat tulot jakautuvat paikalliseen talouteen. Tällä hetkellä tämä termi 'eettinen turisti' on suosituin tarkoitettaessa matkakohteen asioista ja hyvinvoinnista kiinnostuneita turisteja. (Swarbrooke & Horner 2007, 177-183.)

3.4.3 Luontomatkailu

Luontomatkailulle ei ole olemassa selvää määritelmää. Lapin yliopisto (2012) määrittelee luontomatkailun seuraavanlaisesti, Luontomatkailu on yleensä matkailua, joka sisältää luonnonympäristössä kokonaan tai osin suoritettavaa toimintaa ja toiminnan vetovoimaisuus perustuu oleellisesti ympäröivään luontoon. Yksi tärkeimpiä määritelmiä on se, että luontomatkailu ei ratkaisevasti tuhoa tai haittaa luontomatkailun kohteen resurssin säilymistä vetovoimaisena luontokohteena. Käsitteen ollessa laajasti määritelty on siinä myös ilmennyt erilaisia tulkintoja itse luontomatkailun määritelmästä. Suppeimmassa määritelmässä ekomatkailu ja luontomatkailu on rinnastettu toisiinsa sisältäen tarkan rajauksen ekologisessa ja eettisessä matkailussa siitä, miten erilaisissa ympäristöissä tulisi matkailla. Laajempi määritelmä sisällyttää luontomatkailuun muun muassa motorisoidun liikkumisen luonnossa, mökkeily, laskettelun ja erilaiset luontosafarit. Laajimmassa määritelmässä luontomatkailu on kaikkea sitä mikä on luonnon kanssa missään tekemisissä. (Lapin yliopisto 2012.)



Kuva 3: Turismia luonnonympäristöissä (Napier University of Edinburgh. Comcot-esitys 8.2.2012.)

Luontomatkailu ei ole käsitteenä uusi, mutta se ei ole virallisesti toimiala, vaan luontomatkailu jaetaan usein muun muassa maaseutumatkailuun, välinevuokraukseen, erilaisiin ohjelmapalveluihin ja vuokratoimintaan. Nykyään luontomatkailu voidaan nähdä myös eräänlaisena talouden ja kulttuurin kehittämisen välineenä aluekehityksen kannalta. Luontomatkailun uusimpina muotoina voidaan pitää tarinoiden, roolipelien ja historiallisten tapahtumien tuotteistamista ja luonnontilaiseen ympäristöön sijoitettuna ohjelmapohjaisen luontomatkailuna (Koivula & Saastamoinen 2005, 11-13). ”Luontomatkailu on luonnonympäristössä tapahtuvaa matkailua, joka pyrkii noudattamaan kestävän kehityksen mukaisen matkailun periaatteita mm. siten, että luonnon kantokyky ei matkailukohteessa ylitä eikä biodiversiteetti taannu.” (Hemmi 2005, 334-335.)

Luontomatkailussa osallisina ovat useat eri toimijat. Luontomatkailijan lisäksi käsitteeseen sisältyvät luontomatkailuyrittäjät, luontomatkailun julkiset toimijat, erilaiset luontomatkailuun liittyvät tuotteet, palvelut ja käsityöt sekä matkakohde eli luonto. Luontomatkailun määritelmästä on vielä erimielisyyksiä, joten se ei ole tällä hetkellä virallinen toimiala. Tällä hetkellä monia toimialoja, jotka kuuluisivat luontomatkailun käsitteen alle, ovat niin sanotusti itsenäisiä toimialoja. Usein puhutaan esimerkiksi maaseutumatkailusta ja ekomatkailusta kahtena eri asiana, kun ne periaatteessa kuuluisivat luontomatkailun käsitteen alle. Luontomatkailu on selvästi sidoksissa paikalliseen kulttuuriin ja sitä onkin siksi yhä useammin käytetty aluekehityksen välineenä. Luontomatkailun perusajatuksena on matkailijan paluu luontoon. Eräänlainen eristäytyminen nyky-yhteiskunnan kiireisimmistä alueista, mahdollisuus hakeutua luonnon rauhaan ja ottaa osaan aktiviteetteihin, jotka erottuvat selvästi normaalista elämästä työn ja arjen puristuksissa. Nämä aktiviteetit voivat olla yksinkertaisia, sienestystä, luontokuvausta, vaeltamista ja vastaavia, tai enemmän aikaa ja keskittymistä vaativia, koskenlaskua, vuorikiipeilyä ja muuta korkeamman profiilin toimintaa. (Hemmi 2005, 334-335.)

Suomessakin monilla alueilla massaturismi on osoittautunut useimmissa paikoissa ekologisesti kestäväksi toiminnaksi, jonka voi lisäksi sanoa olevan taloudellisesti epävarmaa ja henkisesti köyhdyttävää.

Hemmin (2005) kirjan mukaan voidaan todeta, että Suomen matkailualaa kehitetään nyt luontomatkailun keinoin siihen suuntaan johon sitä olisi tullut viedä jo useampi vuosikymmen sitten. Toisaalta viime vuosina myös massamatkailu on alkanut kehittyä ekologisesti kestävämpään suuntaan. Hemmi kirjoittaa myös ”Luontomatkailua ei pidä sekoittaa kestäväan matkailuun. Kestäväa matkailua ei tulisi ymmärtää tiettyä matkailun muotona, vaikka se sellaisena usein markkinoinnissa ja matkailusta puhuttaessa ilmaistaan. Kestävyyden on yksi mahdollinen ja toivottava matkailun kehittämisen ja toimintojen järjestämisen periaate ja tavoitetilä. Kuten mikä hyvänsä matkailun muoto mukaan lukien massaturismi, luontomatkailu voi toiminnallaan edustaa kestäväa matkailua tai olla sitä edustamatta. (Hemmi 2005, 334-335.)

Metsähallituksen kannan mukaan luontomatkailun tarkoitus on, että ihminen pystyy kokemaan ja kohtaamaan luonnon intensiivisesti ja välittömästi luonnon ehdoilla. Ideana on, että matkailija kunnioittaa luontokohteen riippumattomuutta ja koskemattomuutta, jolloin luonnon erilaiset piirteet ja ominaisuudet eivät muutu oleellisesti verraten alkutilanteeseen ennen vierailua. Vain toiminta, joka noudattaa kohteen luonnonmukaisia prosesseja ja toimintoja, on suotavaa. Tämän ajattelun tarkoituksena on taata, ettei toiminta muuta luonnontilaa millään tavalla riippuvaiseksi itsestään, koska tämä riistäisi välittömästi luonnolta osan sen koskemattomuudesta. Tarkoituksena on lähinnä luoda ihmiselle keinoja kokea luonto vastaanottavana osapuolena, häivyttämällä mahdolliset jäljet läsnäolostaan alueelta poistuessaan. (Metsähallitus 2012.)

Matkailu on erittäin kilpailtu ja riskialtis elinkeino. Matkailun kestävyteen sisältyy monia eri keinoja jotka antavat erilaisia mahdollisuuksia sen harjoittamiseen. Kestävän matkailun käytäntöjä voidaan soveltaa monipuolisesti matkailun eri aloilla. Kestävyyden on prosessi, joka suuntaa matkailuyrittämisen uudelleen, tavoitteenaan sekä ympäristön laadun säilyminen, ekologisten prosessien toimintojen ylläpitäminen, luonnon- ja kulttuuriperinnön säilyminen, kuin myös paikallisväestön hyötyminen ja matkailijoiden viihtyvyys. Suunniteltaessa kestäväa matkailua ovat matkailuyrittäjän tärkeimmät ominaisuudet innovatiivisuus, kyky visioida ja ennakoida, sekä kärsivällisyys katsoa asioita pitkällä tähtäimellä. On tärkeää että yrittäjällä on mahdollisimman aikaisessa vaiheessa käsitys tuotteensa eliniästä, sekä keinot että suunnitelmallisuutta ylläpitää toimintaa ennalta määritellyn ajanjakson ajan. Lyhytaikaisella kokeiluluontoisella toiminnalla on huomattavan paljon todennäköisempää aiheuttaa ympäristölle suurempaa rasitusta kuin suunnitelmallisella ja harkitulla pitkäaikaisella toiminnalla. (Hemmi 2005, 41-59.)

Suunnitelmallisuuteen kuuluvat läheisesti taloudellinen suunnittelu, alueellisen hyödyn arviointi ja paikallisyhteisöjen osallistuminen suunnitteluun. Näiden lisäksi on tärkeää ottaa huomioon myös tulevaisuudessa vastaan tulevat ongelmatilanteet ja niiden vaatimat toimenpiteet, sekä toiminnasta aiheutuvien hoitotarpeiden suunnittelu. Pitkän aikavälin suunnittelun lisäksi on syytä ottaa huomioon myös muita asioita jo ennen toiminnan aloittamista. Elinkaarianalyysit tarjolla olevista tuotteista ja palveluista, kuten myös niiden kierrätettävyyden arvioiminen ja soveltaminen ovat erittäin tärkeitä luontomatkailun yhteydessä. Luonnon- ja kulttuuriperinnön säilyttäminen ja vahvistaminen on joka tapauksessa yksi keskeisimmistä asioista luontomatkailussa, joten siihen tulee kiinnittää erityistä huomiota. Yleensä ottaen arvioidaan toi-

minnan puitteissa aiheutuvaa hyötyä luonnolle ja kulttuurille, sekä toiminnan jatkuvaa uudelleenarviointia ja kehittämistä. (Hemmi 2005, 41-59.)

Lassilan (2004, 49-53) mukaan luontomatkailuun liitetään nykyisin erittäin paljon matkailu mahdollisuuksia ja myönteisiä taloudellisia vaikutuksia alueellisesti, niihin myös uskotaan vahvasti. Luontomatkailu on tällä hetkellä yksi kansainvälisesti nopeimmin kasvava matkailun osa-alue. Lassilan mukaan tästä ilmiöstä ei kuitenkaan ole olemassa minkäänlaista tutkimusta saati luotettavia lukuja, mutta luontomatkailun kasvuvauhdin on ennustettu olevan noin kahdeksan prosenttia vuodessa, koska sen katsotaan edustavan niin sanottua vaihtoehtomatkailua, joka on nostanut suosiotaan vuosi vuodelta. Ympäristökeskus arvioi luontomatkailun kasvavan Suomessa noin kymmenen prosentin vuosi vauhtia. Suomi on profiloitumassa matkailumaana ajatukseen, jonka mukaan matkailu Suomessa on monipuolista, korkealaatuista ja matkailuelämykset perustuvat puhtaaseen luontoon. Luontomatkailun ollessa kiinteä osa muuta matkailutoimintaa, siihen pystytään helposti liittämään luontomatkailukohteet, aktiviteetit ja palvelut, mutta täytyy muistaa se, että luontomatkailijat käyttävät usein tavanomaisia matkailun palveluja, tuotteita sekä liikennemuotoja. Tästä johtuen on hyvin vaikea arvioida luontomatkailun todellisia taloudellisia vaikutuksia alueellisesti. (Lassila 2004, 49-53.)

3.4.4 Kestävä matkailu

Kestävä matkailu on käsite joka lyhyesti ilmaistuna tarkoittaa matkailua joka ei uhraa ympäristöä matkailijoiden edestä, mutta joka silti houkuttaa tarpeeksi matkailijoita jotta se kannattaa. WTO:n määritelmä kestävästä matkailusta vuodelta 1997 kuuluu seuraavasti. ”Kestävän matkailun tavoitteena tulisi olla kaikkien voimavarojen hoitaminen siten, että taloudelliset, sosiaaliset ja esteettiset tarpeet voidaan tyydyttää samanaikaisesti ylläpitäen kulttuurien eheyttä, elintärkeitä ekologisia prosesseja, luonnon monimuotoisuutta ja elämää ylläpitäviä järjestelmiä” (Hemmi 2005, 334.)

Metsähallitus tarkentaa osaltaan vielä kestävä matkailun käsitettä toteamalla: Kestävä matkailukehitys on prosessi, joka johtaa matkailuyrittämisen suuntaamiseen siten, että ympäristön laatu säilyy, ekologiset prosessit toimivat, luonnon- ja kulttuuriperintö säilyvät, paikallisyhteisö hyötyy ja matkailijat viihtyvät. Matkailun eri ulottuvuudet, taloudellinen, sosiokulttuurinen ja ekologinen ulottuvuus, nähdään usein erillisinä kokonaisuuksina, mutta kestävässä matkailussa ne tulisi nähdä toisiinsa kytkeytyvinä tekijöinä. (Metsähallitus 2012.)

Suomen matkatoimistoalan liiton mukaan kestävä matkailun tarkoitus on taata laadukkaiden ja ympäristöystävällisten matkailupalveluiden ja tuotteiden tarjoamisen ottaen huomioon matkailijan, matkustustavan sekä matkustuskohteen. Yhtenä tarkoituksena on vähentää matkailusta aiheutuvia negatiivisia vaikutuksia kaikilla kolmella kestävä kehityksen osa-alueella, ekologisella, taloudellisessa ja sosiaalisella sekä kulttuurin osa-alueiden tasapainoisen kestävä kehityksen. Liiton mukaan kestävä matkailu ei voi saavuttaa yksittäisillä toimenpiteillä, vaan siihen tarvitaan sitoutuneita ihmisiä matkailuelinkeinon eri osa-

alueilla, jotka ovat valmiita kantamaan vastuuta ympäristöstä. Kestävän matkailun tulisi hyödyntää matkailun tärkeintä voimavaraa, luontoa, optimaalisesti, mutta samalla auttaen luontoa säilyttämään sen perimmäinen muoto. Periaatetta usein laajennetaan myös koskemaan matkakohteiden paikallisväestöä, alkuperäiskansoja kuin muitakin vähemmistöjä ja heidän kunnioittamistaan, koska tämä vaalii alueen kulttuuriperintöä, arvoja ja erilaisten kulttuurien sopuisaa ymmärtämistä ja suvaitsevaisuutta toisia kohtaan. Kestävä matkailun toivotaan ottavan huomioon myös pitkäaikaiset taloudellisen kehityksen ja matkailusta saatavien tulojen tasaisemman jakautumisen unohtamatta usein sosiaalisesti heikompiensa köyhydessä elävien kohdemaan paikallisväestöä. Suomen matkatoimistoalan liiton mielestä kestävän matkailun kuuluisi myös huomioiden kohdemaiden matkailulla elinkeinonsa saavien ihmisten työehtosopimukset, työntekijöiden terveys, turvallisuus, koulutus sekä työskentelyolosuhteet. Sosiaalkulttuurisena asiana kestävä matkailu ajaa myös tasa-arvoa, syrjimättömyyttä ja ihmisoikeuksien kunnioittamista sekä lasten seksuaalisen hyväksikäytön ehkäisemistä. (Suomen matkatoimistoalan liitto 2012.)

3.5 Kestävä kehitys

Suomen ulkoasianministeriö (2012) on linjannut, että kestävän kehityksen periaatteet ja niihin sitoutuminen on erittäin tärkeää globaalien ympäristöongelmien ratkaisemiseksi. Hallitus on sitoutunut aktiiviseen osallistumiseen kansainvälisessä yhteistyössä, joka edistää ympäristöongelmien kestävien ratkaisujen kehittämistä. Ulkoasianministeriö on sitoutunut myös kansainvälisen ympäristöhallinnon kehittämiseen ja tätä kautta pysyvien ympäristöarvojen huomioon ottamiseen niin kansainvälisissä kaupan säännöissä kuin Suomen tasapainoisen globalisaation kehittämisessä. Kansainvälisissä ympäristösopimuksissa pyritään ensisijaisesti luomaan yhteistyömuotoja, joilla päästään kohti kestävämpää maailmaa. Ulkoasianministeriön mukaan Suomen valtio on sitoutunut yli sataan sekä kahden- että monenkeskiseen ympäristösopimukseen. Sopimukset koskevat pääasiassa ilmastonmuutosta, ilmansaasteita, luonnonsuojelua, kemikaaleja sekä merialueiden ympäristösuojelua, jätehuoltoa ja biodiversiteettiä. Suomen valtiolle kansainväliset sopimukset ovat myös erittäin tärkeä kehitysohjelma kehitysmaiden auttamisessa. Suomi on sitoutunut tukemaan kehitysmaita yhtenä monesta sopimusosapuolesta niiden ponnistellessa ympäristösopimusten tavoitteiden täyttämisen saavuttamiseksi. (Suomen ulkoasianministeriö 2012.)

Suomen hallituksen strategioissa on jo vuodesta 1990 alkaen pidetty tärkeässä roolissa kestävä kehitys. Hallituksen tämänhetkisestä strategiasta käy ilmi globaalin kestävän kehityksen näkökulma, ”Kohti kestäviä valintoja - Kansallisesti ja globaalisti kestävä Suomi”. Ulkoasianministeriön mukaan näkökulma on ensin valittu Suomen kestävän kehityksen toimikunnassa vuonna 2006 Suomen tulevaisuuden strategiaksi, jonka jälkeen valtioneuvosto on hyväksynyt sen periaatepäätöksellä ja alkanut luomaan kansallisen kestävän kehityksen strategian visioita. Visioina on ollut muun muassa luonnon kantokyvyn ja hyvinvoinnin turvaaminen sen sallimissa rajoissa niin kansallisesti kuin globaalisti. Ulkoasianministeriön tavoitteena on osallistua ja edistää moniarvoista yhteiskuntaa, sekä luoda kestävää hyvinvointia turvallisesti niin, että kaikki kansakunnat kantaisivat vastuunsa ympäristöstä. Vision on tarkoitus ohjata lähitulevaisuuden sekä pidemmän aikavälin päätöksentekoa ja toimintaa, niin että nämä auttaisivat eri toimijoita muodostamaan kestävän

kehityksen mukaisia ratkaisuja. Ministeriön lähtökohtana voidaan pitää asetetun strategian keskeisten periaatteiden ja linjausten huomioon ottamista sekä hallituksen- että muiden poliittisten ohjelmien laadinnassa. Tämänhetkiset tavoitteet ja ohjeet ulottuvat vuoteen 2030 asti. (Suomen ulkoasiainministeriö 2012.)

Suomi osallistuu aktiivisesti YK:n Johannesburgin toimintasuunnitelman (Johannesburg plan of implementation, 2002) täytäntöönpanoon ja on laatinut esimerkiksi Kansallisen kestävän kulutuksen ja tuotannon ohjelman, joka oli ensimmäisiä laatuaan maailmassa. Suomi on myös osallistunut innokkaasti kestävää kulutusta ja tuotantoa edistävän kansainvälisen puiteohjelman laatimiseen ja valmisteluihin.

Erityisen tärkeiksi osa-alueiksi katsotaan lainsäädännön muutokset eri maissa ihmisoikeuksien ja maiden kansalaisten aseman parantamiseksi, yritysten yhteiskuntavastuun lisääminen sekä kansainvälisten tuotantoketjujen aiheuttaman ympäristönkuormituksen vähentäminen ja järjeittäminen. (Suomen ulkoasiainministeriö 2012.)

Kestävä kehityksen päämääränä on turvata luonnonvarojen riittävyys tuleville sukupolville ilman, että nykyihmiset joutuvat välttämättä rajoittamaan liikaa elintasoaan. Olennaisena osana kestävään kehitykseen kuuluu ajatus, jossa pyritään takaamaan tuleville sukupolville samat toimintamahdollisuudet, ellei paremmat, kuin nykyihmisellä. Kuten luontomatkailun kohdalla, myös kestävän kehityksen määritelmä on kiistanalainen ja käsitys siitä on vaihteleva, kunkin maan toteuttaessa kestävää kehitystä omalla tavallaan omien arvojensa puitteissa. (Suomen ympäristöministeriö 2012a.)

Taloudellinen kasvu tuo joka tapauksessa omat haasteensa erilaisten luonnossa näkyvien haittavaikutusten muodossa, joista on käyty yhteiskunnallista keskustelua jo kauan. Se että ongelmaa tarkastellaan kestävän kehityksen ja kestävyuden kautta on uudempi näkökulma, tosin nopeasti rappeutuva. Näiden käsitteiden varjossa on väännetty kättä niin moninaisista asioista että on olemassa pelko siitä että ne muuttuvat klišeiksi, joiden tarkoitettu vaikutus häviää tyhjiä lupaavan politikoinnin ja asiaan liittymättömien aiheiden taakse. Tällä hetkellä kestävää kehitystä ja kestävyyttä käytetään ajoittain lähinnä keppihevosenä jolla vuorotellen nostetaan esille kullekin puhujalle tärkeitä teemoja, jotka eivät välttämättä liity käsitteisiin mitenkään ja toisaalta samassa hengessä aseena jolla lyödään kilpailijoita lokaan. Ehkä juuri nämä asiat mahdollistavan termin epätarkkuuden takia, on se tarjonnut lähtökohdan vuorovaikutukselle eri tahojen välille, jotka saattavat lähestyä neuvoteltavaa asiaa, esimerkiksi matkailukeskuksen perustamista suojelualueen lähelle tai alueelle, täysin eri näkökulmista. (Saarinen 2006, 1120-1140.)

3.5.1 Sosiaalinen kestävyys

Keskeisenä sosiaalisessa kestävyudessa on Suomen ympäristöministeriön mukaan ihmisarvo. Ihmisarvon kunnioittaminen ilmenee yleisesti tasa-arvona, oikeudenmukaisuutena ja empatiana. Sosiaalisesti kestävän yhteiskunnan asukkaat kokevat olevansa, jos eivät tärkeitä, niin kuitenkin selvästi merkityksellisiä. Kansa-

laisilla on mahdollisuus vaikuttaa heitä koskevaan päätöksentekoon, liittyy se sitten työympäristössä tapahtuviin muutoksiin tai koko yhteisöä koskeviin päätöksiin. Sosiaalisen kestävyuden avainidea on käytännössä syrjäytymisen ehkäiseminen kannustamalla ihmisiä osallistumaan yhteiskunnan toimintaan. Teoria on, että kun ihminen näkee osallistumisensa tuottavan oikeaa tulosta, on yhteiskunnan toimintoihin osallistuminen mielekästä ja palkitsevaa. Sosiaalisen kestävyuden edellytyksenä on sen kansalaisten kasvaminen vastuuseen nuoresta lähtien. Lopullisena askeleena oikeudenmukaisuusyhteisöön kuuluvat lopulta kaikki ne henkilöt, joihin oma elämä ja sen toiminta on suoraan tai välillisesti yhteydessä. (Suomen ympäristöministeriö 2012c.)

Omana osuutenaan sosiaaliseen kestävyteen liittyy kulttuurien säilyvyys ja säilyttäminen. Sosiaalisen kestävyuden ei ole tarkoitus tasapäistää kansalaisiaan jollekin ennalta määritellylle tasolle, vaan tarjota kaikille keinot säilyttää oma identiteettinsä sen sijasta, että kulloinkin kyseessä oleva identiteetti tulisi uhraa yhteisen hyvän nimissä. Esimerkiksi Suomessa on varattu saamelaisen kulttuurin tukemiseen vuosittainen erityinen määräraha, perustuslakiin on kirjattu saamelaisten oikeus kulttuurilliseen itsehallintoon, ja saamen kieltä on pyritty elvyttämään viime vuosien aikana. Samalla tavalla tulee antaa kulttuurille myös mahdollisuus muuttua, jos yhteisö niin haluaa. Tämä ei aina ole ongelmattonta, on teoriassa mahdollista että jokin valtio polkee alkuperäiskansojen oikeuksia estämällä pakolla heidän liittymisensä nykyaikaiseen yhteiskuntaan. Esimerkiksi siinä pelossa että alueen matkailu kärsii kolauksen jos jokin alueen ”turistivertonauloista” hiljalleen integroituu muuhun väestöön. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012.)

3.5.2 Taloudellinen kestävyys

Taloudellisessa kestävyudessa on lyhyesti ilmaistuna kyse omavaraisuudesta. Resurssien kulutuksen, sekä henkisten että materiaalien, tulee pysyä järkevissä rajoissa. Luonnosta otettujen raaka-aineiden hyväksikäytön tulee olla tehokasta, tuotanto- sekä muiden asiaankuuluvien prosessien tulee myös olla vastavasti mahdollisimman tehokkaita. Energiatehokkuuden tulee myös näkyä tuotantoprosessissa. Tuotteen on toivottavaa olla helposti kierrätettävissä, joko raaka-aineiksi uudestaan tai omistajalta toiselle. Esimerkkinä tästä voisi olla ajatonta suunnittelua edustava huonekalu. Valmistaja voi osoittaa uskoaan tuotteen kestävyteen ja elinikään pitkällä takuuajalla, joka entisestään lisää kuluttajan luottamusta tuotteen kestävyteen. Näiden asioiden unohtuessa tai jäädessä muuten huomiotta seuraukset voivat olla vakavia. Esimerkiksi ilmastonmuutos voidaan nähdä seurauksena ei-kestävästä taloudellisesta kehityksestä, missä elinkeinoelämä ei ole ottanut huomioon tekojensa vaikutuksia ympäristöön. (Suomen ympäristöministeriö 2012c.)

3.5.3 Ekologinen kestävyys

Ekologisella kestävyydellä tarkoitetaan ihmisen toiminnan rajaamista toimiin joiden seurauksena ei esiinny vaaraa luonnon monimuotoisuudelle tai ekosysteemien toimivuudelle. Toisin sanoen ihmisen toiminnan tulee asettua luonnon kantokyvyn rajoihin. Tällä hetkellä planeettamme energiantuotanto on suurelta osin fossiilisiin energialähteisiin perustuvaa, vesi- tuuli- ja aurinkovoiman yleistyessä kuitenkin jatkuvasti. Tuotannon muuttuminen ekotehokkaammaksi ja luonnonmukaisemmaksi riippuu suurelta osin luonnonmukaisen uusiutuvien energialähteiden yleistymiseen ja kehittämiseen, joilla pyritään etenkin uusiutumattomien luonnonvarojen säätämiseen ja päästöjen yleiseen vähenemiseen. Suurimmat esteet ekologisen kestävyden tiellä ovat kuluttajien kulutustottumukset, ja niiden keskittyminen tuotteisiin ja palveluihin jotka ovat jollain tasolla kestävämpiä sekä etenkin kuluttajien haluttomuus muuttaa kulutustottumuksiaan. (Suomen ympäristöministeriö 2012c.)

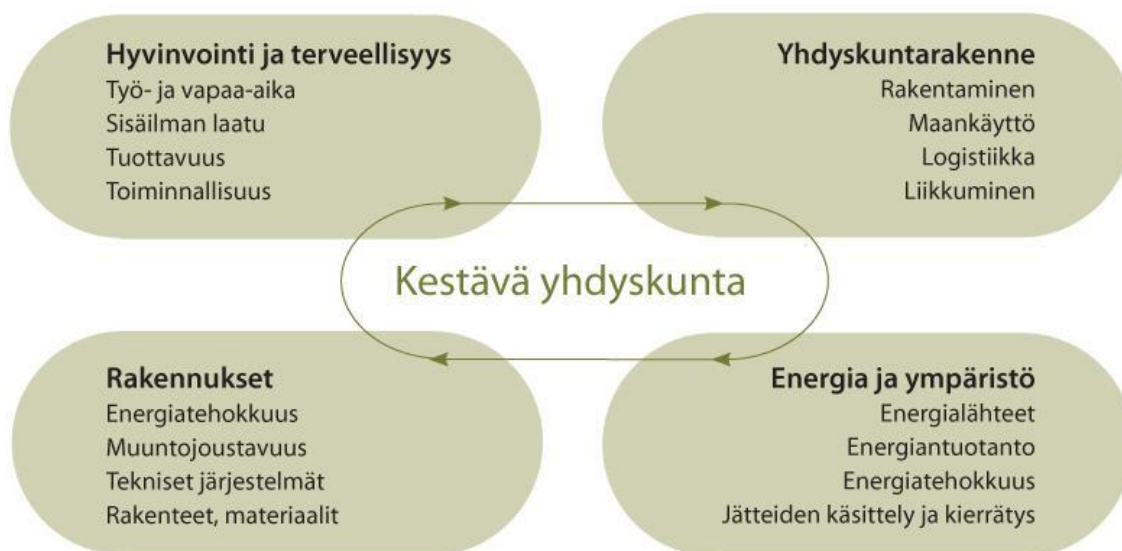
Vaikka on olemassa vihreitä kuluttajia, on heidän osuutensa varsin pieni muihin ihmisiin nähden. Syytä on myös miettiä miten vihreä kuluttaja ihminen voi olla, jos hän on kasvanut länsimaisessa kulutukseen keskittyvässä yhteiskunnassa. Länsimainen vihreä kuluttaja syö luomuruokaa, harkitsee tarkkaan mistä ostaa vaatteensa ja kalusteensa. Tämän lisäksi hän haluaa, jos mahdollista, asua ekologisesti kestävässä, mielellään energiatasoltaan passiivisessa talossa. Toisaalta hän kulkee usein matkansa silti autolla, lentää loma-kohteisiinsa, ja todennäköisesti hankkii elektroniikkaa aivan kuten muutkin. Varakas vihreä kuluttaja on suurimmassa osassa tapauksista ihminen joka haluaa pienentää hiilijalanjälkeään, muttei halua tehdä elämäänsä epämiellyttäviä muutoksia jotka oleellisesti muuttaisivat hänen elämäntyyliään. Vaikka nämä muutokset olisivatkin juuri niitä joilla olisi käytännön merkitystä luonnonsuojelun ja päästöjen vähentämisen kannalta. (Swarbrooke & Horner 2007, 177-183.)

3.5.4 Kestävä yhdyskunta

Kestävä yhdyskunta on poliittinen, sosiaalinen ja taloudellinen pyrkimys, jonka tarkoituksena on luoda yhdyskunta jonka luonnonvarojen kulutuksen taso ei ylitä paikallisen luonnon kantokykyä ja vähennä pitkällä aikavälillä alueen asumiskelpoisuutta. Lopulta kestävä yhdyskunnan tavoitteena voi katsoa olevan hyvinvoinnin saavuttaminen sosiaalisella, ekologisella ja taloudellisella tasolla, samalla kääntäen luonnonvarojen kulutuksen kehityksen päinvastaiseksi kuin tällä hetkellä. Ihanteellinen tilanne olisi ihmiskunnan irrottaminen täysin uusiutumattomien luonnonvarojen käytöstä. Tälläkin hetkellä TEKES (Teknologian ja innovaatioiden tutkimuskeskus) johtaa hanketta, jonka tarkoituksena on suunnata Suomen valtion tulevaa kehitystä kohti kestävämpää yhteiskuntaa. Ohjelman tavoitteina on esimerkiksi synnyttää uutta ja uudistuvaa liiketoimintaa kestävien ja energiatehokkaiden alueiden ja rakennusten suunnittelussa, rakentamisessa ja ylläpidossa sekä niiden korjauksessa. Toinen tärkeä kohta ohjelman tavoitteissa on julkisen ja yksityisen sektorin toimijoiden yhteistyön korostaminen ja edistäminen. Tämän kaltaiset hankkeet ovat

yleistyneet valtiollisella tasolla viimeisen vuosikymmenen aikana, valtioiden joutuessa vastaamaan kysymyksiin luonnonvarojen riittävydestä luonnonsuojelujärjestöjen painostaessa virallisia tahoja toimintaan ympäri maailmaa. Yksin Tekesillä on 196 asiaan liittyvää projektia vaihdellen tutkimusprojekteista käytännön projekteihin joista osa, lähinnä tutkimuspuolen projekteja, on jo valmistunutkin. (Tekes 2012.)

Turismi voi olla yksi voimavara puhuttaessa keinoista joita kestävä yhteiskunta pystyy käyttämään ylläpitääkseen itseään ja omaa kehitystään, mutta tällöin turismin tulee olla edes jossain määrin valvottua. Peruseriaatteiltaan turismi kuitenkin luo yhteiskunnallista epätasapainoa ja eriarvoisuutta. Turismi syntyi Brittiläisen yläluokan halusta kasvattaa tietämystään, sekä ajallisesta ja rahallisesta ylijäämästä joka mahdollisti pitkäkestoiset, joskus jopa vuosien mittaiset matkat vieraille maille. (Singh 2008, 189-191.) Tämä asetelma ei ole mainittavasti muuttunut, uusi yläluokka vain on laajalle levinneempi ja käsittää enemmän ihmisiä kuin aiemmin. Kyseessä ovat siis läntisten teollisuusmaiden asukkaat. Teollisten maiden asukkaissakin on toki eroja, mutta useimmille Matkustaminen ei enää ole mahdotonta unelmaa. Toisin on usein maissa joihin matkat suuntautuvat. Eurooppalaiset matkailijat viettävät lomiaan maissa kuten Thaimaa, Egypti ja Brasilia, joissa kaikissa on omat ongelmansa tulonjaon ja sosiaalisen eriarvoisuuden kanssa. (Tourism and Sustainability 2012.)



Kuva 4: Kestävä yhdyskunta ohjelma 2007-2012 (Tekes 2012).

4 Toiminnallinen viitekehys

Opinnäytetyön toiminnallisena viitekehysenä toimii konkreettisesti Lohjan kaupungin alue sekä tutkimuksen alulle laittaja Comcot-hanke. Viitekehyksessä selvitetään myös millä tavalla Comcot-hanke liittyy Lohjaan ja mistä tämän tyylinen tutkimus on saanut alkunsa. Tässä osioissa tullaan käymään läpi myös muutamia alueen näkyvimmistä ja tunnetuimmista matkakohteista sekä Comcot-hankkeessa erikseen mainittu Porlan alue, joka on yksi hankkeen Lohjalla sijaitsevia keskuspeisteitä. Muihin matkakohteisiin kuuluvat Ty-

tyrin kaivosmuseo, Mustion linna, lauttaravintola Kaljaasi, Karkalinniemi, ja Torholan luolat sekä Alitalon viinitila. (Liite 1.)

4.1 Lohjan kaupunki

Lohjan kaupunki on varsin tuore tulokas kuntakartalla, se on perustettu vuonna 1997 ja on siitä lähtien ollut jatkuvan, mutta hitaan muutoksen kourissa. Lohjan kaupunki on perustettu Lohjan kunnan ja Lohjan kaupungin yhdistymisen myötä. Vuonna 2009 Lohja laajeni kuntaliitoksen kautta, kun Sammatin kunta liittyi Lohjaan. Tulevaisuudessa Lohja tulee laajenemaan pinta-alallisesti lähes kaksinkertaiseksi, kun Karjalohja ja Nummi-Pusula liitetään osaksi Lohjan kaupunkia vuoden 2013 alussa. Lohja on kehittynyt voimakkaasti teollisuuden myötä ja onkin tästä syystä merkittävä teollisuusalan työllistäjä heti Suomen suurimman metropolialueen naapurissa. Koulutuksessa on näkynyt jo pitkään teollisuuden vaikutus koulutustasoon, nuorten koulutustaso on verrattain alhaista ja vasta nykyään on alettu kiinnittää huomiota siihen, että teollisuuden työllistymismahdollisuudet ovat pienentyneet ja palvelun sekä kaupan alan työllisyysvaikutukset ovat kasvamaan päin. (Tuohimaa, Haapola & Kauppi 2011, 64-68.)

Lohjan historia on tunnettu aina 1300-luvulle saakka. Historiallisesti Lohjan alue on tärkeä, koska silloiseen taajamaan perustettiin Suomen ensimmäinen rautakaivos, jonka teollisen keskuksen asemaa vahvisti kaivannaisteollisuuteen merkittäviä investointeja tehnyt kalkkikaivos. Myöhemmin myös metsäteollisuus ja nykyaikainen muu teollisuus on haaroittunut Lohjan alueelle ja täten varmistaneet Lohjan aseman alueellisena aluekeskuksena. Lohjan alue on kehittynyt voimakkaasti ja sen laajentumisvauhdin arvellaan kasvavan tulevien kuntaliitosten myötä, joissa viereisiä kuntia sulautetaan Lohjan alueeseen. (Selvitys Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutuksista Länsi-Uudenmaan alueen kunnissa 2009.)

Matkailijoita palvelevia toimijoita alueella on yli 700, joista suurin osa on keskittynyt Lohjanjärven ympärille. Lohja toimii myös maakunnallisen liike-elämän ja ostosalueen keskuksena, keräten merkittävästi päivämatkailijoita asiointi- ja ostosmatkailun ansiosta. Lohjan imago on hyvin teollisuusvoittoinen, mutta Lohja tunnetaan myös sen luonnosta ja siihen liittyvästä matkailusta, sekä lähialueilla sijaitsevista historiallisista kohteista, joista erikseen voisi mainita Mustion ja Raaseporin linnat, Billnäsin ja Fiskarsin ruukki-alueet, sekä lukuisat entisten maanomistajien kartanot, joista osa onkin jo muutettu museokäyttöön tai muuhun matkailu ja hyötykäyttöön. (M. Ermala, henkilökohtainen tiedonanto 13.11.2012.)

Alueen luontomatkailun vetovoimaa voidaan selittää Lohjanjärvellä, joka on Uudenmaan maakunnan suurin järvi. Tämä on taannut sen, että Lohjan kaupungin alueella on merkittävä määrä vapaa-ajan asuntoja sekä muutamia mökkimajoittajia. Majoitustoimintaa harjoittavia toimijoita on alueella noin 30, joissa on tarjolla kesäaikaisia sekä ympärivuotisia vuodepaikkoja noin 1000. Lohjan alueellisena liike-elämän keskuksena on taannut sen, että matkailijalla on mahdollisuus löytää myös liikematkustukseen sopivia majoitusmahdollisuuksia. Luontoon kohdennetut matkat ovat Lohjan alueella usein suuntautuneet Lohjanjärven ympäristöön. Lohjalla on muutamia majoitustoimijoita, jotka ovat kykeneviä tarjoamaan noin 250 vuode-

paikkaa per toimija. Tosin nämä toimijat eivät sijaitse Lohjan kaupungin keskuksen välittömässä läheisyydessä vaan hieman syrjemmässä. Lohjan alueen matkailuedellytyksiä voidaan pitää varsin hyvinä, tosin tässä täytyy ottaa huomioon se, että majoituspaikkoja on Lohjan volyyymiin nähden liian vähän. (M. Ermala, henkilökohtainen tiedonanto 13.11.2012.)

Vesistöjen vetovoimaa sekä luontoon liittyviä aktiviteetteja ei pidä aliarvioida tulevana vuosina Lohjan kehitystä tutkittaessa. Myös se, että Lohjan maantieteellinen sijainti pääkaupunkiseudun välittömässä läheisyydessä sekä Turun-seudun ja Pirkanmaan lyhyt etäisyys voidaan lukea tärkeäksi tekijäksi tulevaisuudessa. (Selvitys Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutuksista Länsi-Uudenmaan alueen kunnissa 2009.)

Porlan alue Lohjanjärven rannassa, Aurlahden naapurissa, on ollut kaupungin pitkäkestoinen kehityskohde, jonka kohtaloa on ratkottu jo 1970- luvulta lähtien. Paikalle on suunniteltu asuintaloja, hotelleja, ravintoloita, mutta hankkeet ovat aina kaatuneet milloin mistäkin syystä. Yleisimmin osapuolten välisen yhteisymmärryksen puutteeseen raha-asioissa. Porlan alue on taas kerran tapetilla uuden järvikeskussuunnitelman myötä. Osallisina tässä hankkeessa ovat Lohjan kunnan lisäksi Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry. (Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry 2010.)

Porlan alue on kulttuurihistoriallisesti ja maisemallisesti merkittävä. Kalanviljelylaitoksen Porlan alueelle perusti Hugo Lagus vuonna 1916. Alueen kalanviljelylaitos on ollut 90-vuotisen historiansa aikana vastuussa merkittävästä osuudesta Suomen kalanviljelyn ja vesistöalueiden tutkimisen kehittämistä. Porlan alueen ainutlaatuinen sijainti aivan Lohjan keskusta-alueen välittömässä läheisyydessä sekä sen pitkät ja monipuoliset perinteet ja luonto-arvot luovat alueen suunnittelulle ja käytölle odotuksia myös alueen asukkailta, mikä lisää oman haasteensa alueen suunnitteluun. Porlan alueella sijaitsee valtakunnallisestikin merkittävä 1,1 ha kokoinen lehto ja 16 luonnonravintolammikkoa sekä lähteikkö. (Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry 2010.)

Kalataloussäätiö vuokrasi Porlan-Kokemäenjoen Uittoyhdistykseltä v. 1949 kymmeneksi vuodeksi, jolloin milloin Porlasta tuli virallisesti tutkimuskalanviljelylaitos. Kalataloussäätiö vuokrasi Porlaa edelleen vuoteen 1978 asti. Vuodesta 1981 Lohjan kaupunki on omistanut Porlan. Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos on ollut alueen vuokralaisena vuodesta 1978 vuoteen 1995. Valtion on sittemmin luopunut Porlasta, jonka jälkeen siellä on ollut lähinnä pienimuotoista kalan- ja ravunviljelyä. Kuitenkin jo 1970- luvulta lähtien on alueen tuleva käyttö, sekä sen mahdolliset ilmentymät ovat herättäneet keskustelua kaupunkilaisissa. Alueelle on milloin suunniteltu kerrostaloja, hotelleja, yleisiä virkistätymisalueita, järvi- ja tutkimuskeskuksia sekä yksinkertaisesti Aurlahden ranta-alueen jatkamista Porlan alueelle. Asiaa on hankaloittanut entistään Porlan maaperän pehmeä tyyppi, joka tekee rakennushankkeista kalliita ja hankalia toteuttaa. (Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry 2010.)

Tytyrin kaivoseuruston keskeinen sijainti Lohjan keskustan välittömässä läheisyydessä ja sen tuoma historiallinen arvo teollisuuskaupungille ovat olleet aikojen saatossa yksi menestystekijä museon tunnettavuudessa. Itse Tytyrin kaivos on aloittanut toimintansa vuonna 1897, jolloin kallioperässä oleva kalkkikiveä

alettiin käyttää teollisuudessa. Tämän jälkeen kaivos on vuosien varrella edennyt yhä syvemmälle maan pinnan alapuolelle. Nykyään kaivostoiminta on aktiivista 350m syvyydessä ja käytäväverkostoa on vuosien varrella laajennettu niin Lohjan kaupungin kuin Lohjanjärvenkin alla lähes 400m syvyydessä. Käytäväverkoston yhteispituus on yli 60 kilometriä ja aktiivinen kaivostoiminta tuottaa uusia tunneleita lisää jatkosakin. Tytyrin kaivosmuseo on aloittanut toimintansa toukokuussa 1988 entisen johtaja Carl Fredrik Bäckstömin ajatusten ja toiminnan tuloksena. Museo sijoittuu 110 metrin tasolle maanpinnan alapuolelle. Museo tarjoaa aitoa kaivostunnelmaa aidossa ympäristössä kosteilla kaivoskäytävillä, joissa vierailija voi tutustua kaivostoiminnassa käytettyyn kalustoon ja nähdä miltä yli 100 metriä läpimitaltaan oleva maanalainen louhos näyttää. Museossa on nykyään myös tarjolla erilaisia näyttelyitä, teemakierroksia sekä kokous- ja ravintolatilat (Tytyrin kaivos. 2012). Ravintolatali tuli tunnetuksi maailmalla vuonna 2012 erityisesti ”pop down” ravintolana ja sai näin ollen maailmanlaajuista näkyvyyttä eri medioissa. (International Business Times 2012.)

Lohjan Kaljaasi lauttaravintola on erikoinen Lohjanjärvellä sijaitseva kelluva ravintola, joka on perustettu vuonna 1994, ja joka on auki vain kesäisin. Luttaravintola on hyvin tunnettu paikallisten asukkaiden ja lomalaisten keskuudessa, joskin ravintolaan pääseminen edellyttää omaa venettä tai etukäteen taksiveneen tilaamista tiettyihin rantoihin, joista asiakkaan nouto ja palautus tapahtuvat. Kaljaasi lauttaravintolan palvelut perustuvat B- oikeuksin varustettuun ravintolaan, joka tarjoaa pikkusuolaista, kahvilatuotteita, erilaisia ruokamenuja ryhmille sekä viinituotteita. (Kaljaasi lauttaravintola 2012.)

Alitalon omenaviinitila on yksi Lohjan omenakaupunki-imagon edustajista. Omenaviinitila sijaitsee Lohjansaarella ja yksin tilan alueella kukkii keväisin noin 13 000 omenapuuta. Tila on kooltaan keskisuuri uusmaalainen maatila, jossa harjoitetaan maatilamatkailua omenan kasvatuksen ohessa. Alitalon omenaviinitila on tunnettu omasta omenaviinistään ja sen jatkojalostetuista tuotteista, sekä Suomessa markettien hyllyillä olevista omenamehuista. Tila tarjoaa monipuolisen matkailu- ja harraste-elämyksen, sillä tilalla on myös pienimuotoista hevosenkasvatus- ja koirankasvatustoimintaa. Tilalla on myös kesäkahvila Saaribaari, tilausravintola sekä viinimyymälä. Näiden ansiosta tilalla voi myös järjestää pienimuotoisia juhlia tai kokouksia. Alitalon tila tarjoaa myös erilaisia aktiviteetteja ryhmäretkien muodossa joista voi mainita esimerkiksi omenaviini-illat, omenankukka retket sekä omenan poimintaretket. (Ciderberd 2012.)

Mustion linna on rakennettu vuosina 1783-1792 ja on yksi Länsi-Uudenmaan parhaiten säilyneistä linnoista, Mustion linna on tunnettu puistoalueestaan sekä linnan uusklassisesta tyyliuunnasta, vaikka linnan sisustus edustaakin kustavilaista tyyliuuntaa. Alueeseen kuuluu linnan lisäksi suuri puistoalue, pieni ruukkialue, kesäteatteri, palvelusväen asuntola ja makasiini sekä muita rakennuksia. Linnahan alueella toimii monenlaisia kulttuurillisia palvelutarjoajia muun muassa hotelli, ravintola sekä museo. Mustion linnassa järjestetään erilaisia teematapahtumia ympäri vuoden, myös yksityiset tahot voivat järjestää kokouksia ja juhlia linnan alueella. (Mustionlinna 2012.)

Karkalin luonnonpuisto on Suomen mittakaavassa kuuluista sen laajoista pähkinälehdosta, näyttävistä lehmusmetsikoistään ja Suomen leveysasteilla harvinaisista kasveista, sekä Torholan luolasta, joka on

Suomen suurin veden syövyttämä kalkkikiviluola. Karkalinniemi sijaitsee Lohjanjärven läntisissä osissa Pitkänperänlahdella Karjalohjan kylää vastapäätä. Alue on tunnettu myös sen suotuisasta ilmastosta sekä Suomen pisimmän kasvukauden omaavana alueena. Karkalinniemi kuuluu Tammivyöhykkeeseen, jota esiintyy Suomessa vain Ahvenanmaalla sekä kapeana kaistana etelärannikolla. Karkalinniemen lehdot ovat vanhoja ja alue on 99 % metsän peitossa, alue on säästynyt muutenkin hyvin ihmisen muokkaamiselta ja tästä syystä sen rehevä kasvillisuus on uniikki vierailukohde Lohjan alueella. Torholan luola sijaitsee Karkalinnon-nonpuistosta vain 3 kilometrin päässä. Luolasta suurin osa on syntynyt viimeisimmän jääkauden jälkeen. Itse luola on yli 30 metriä pitkä, vaikka kapeneekin selvästi loppupäähän mentäessä. Luolan ympäristössä elää myös erittäin harvinainen ja uhanalainen kovakuoriaislaji Lohjanseppä. Karkalinniemen alueella järjestetään kesäisin myös ohjattuja tutustumiskierroksia alueen kasvillisuuteen, mutta omatoiminen matkailu alueella on erittäin suosittua. (Luontoon 2012.)

4.2 Comcot-hanke ja tausta

Opinnäytetyö pohjautuu Helsingin yliopiston Ruralia instituutin sekä Napier University of Edinburghin yhteistyötutkimushankkeeseen nimeltä Comcot. Edellä mainittujen toimijoiden lisäksi Comcot-hankkeessa toimii mukana myös Sepra ry, Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry sekä Eesti Maaülikool Estonian University of Life Sciences. Comcot-projekti on monikansallinen projekti, jonka yhtenä rahoittajana toimii Euroopan unionin aluekehitysrahasto. Tämä toteutus Comcot-hankkeesta on Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin ja Viron maatalousyliopiston Eesti Maaülikoolin käynnistämä hanke. Hanke alkoi vuonna 2010, jolloin sen päämääräksi otettiin kehittää toimintatapoja, jotka yhteisölähtöisesti parantaisivat alueiden ja yritysten kilpailukykyä. Hanke on määritelty kolmevuotiseksi, jossa hyödynnetään kestävän matkailun kehitysmallia. Kehitysmallilla pyritään parantamaan matkailun kilpailukykyä ja vahvistamaan perinteisten matkailukeinojen ohella myös asenneilmapiirin kehitystä matkailumyönteisemmäksi. (Liite 1.)

Hanke tarjoaa yhteisöille ja yrittäjille mahdollisuuden verkostoitua paikallisesti ja globaalisti sekä vaikuttaa matkailun kehityssuuntaan alueella. Hankkeen taustalla vaikuttava ajatus onkin ajatus; "eivätkö paikalliset kuitenkin tiedä parhaiten mikä on heille parasta?" Aina paikalliset asukkaat eivät osaa hahmottaa asioita, kuin omasta näkökulmastaan. Comcot-hanke tarjoaa apua todellisen asiakaspotentiaalin sekä matkailumahdollisuuksien kartoittamiseen ulkopuolisen asiantuntemuksen avulla. Ideat ja asiantuntevuus, jotka tulevat alueen ulkopuolelta voivat toimia apuna matkailualueen matkailutoiminnan suuntaamisessa ja pitkäjänteisessä suunnittelussa. Hankkeen tarkoituksena ei ole viedä paikallisilta ihmisiltä päätösvaltaa vaan tarjota apua ja asiantuntija verkoston työkaluksi paikallisille ihmisille alueen potentiaalinen näkemiseen ja yhteisten ajatusten herättämiseen siitä, miten aluetta tulee kohdella ja kehittää. (Liite 1.)

4.2.1 Miten Comcot-hanke eroaa muista vastaavista hankkeista?

Hankkeessa yhteisöjen sosiaalisen kestävyuden ja yhteisen hyväksynnän kartoittaminen on elintärkeää, kun matkailu siirtyy isoista kaupungeista maaseudulle ja luontoon. Päätökset toiminnasta ja sen suuntaamisesta ovat paikallisten itsensä tekeminä pitkäjänteisiä ja niiden kestävyys paranee. (Liite 1.)

”Comcot-hankkeen tarkoituksena on edistää kestävä matkailua yhteisölähtöisesti, sekä kehittää paikallisten avainhenkilöiden osaamista ja verkostoja kehittämistyön jatkuvuuden takaamiseksi. Lisäksi tavoitteena on luoda innovatiivinen kehittämistyökalu suomalaisten ja virolaisten toimijoiden käyttöön sekä tuottaa objektiivista tietoa viiden pilottialueen matkailupotentiaalista päätöksen teon tueksi alueellisella ja yritystasolla.” (Liite 1.)

Comcot-hankkeen tarkoitus on luoda matkailun kehittämistyökalu ruohonjuuritason kehittämisen tasolla. Hankkeen tärkeimpinä toimenpiteinä voidaan pitää matkailupotentiaalin arvioimista, kehittämistä ja erilaisten toimintavaihtoehtojen visualisointia pilottialueilla, alueiden avainhenkilöiden henkilökohtaisten verkostojen ja osaamisen parantamista alueiden kehitystyön jatkuvuuden takaamiseksi, alueiden kehittämistyökalujen kehittämistä ja testaamista tulevaa laajempaa käyttöä ajatellen sekä tutkimustulosten levittämistä. Hankkeessa arvioidaan objektiivisesti pilottikyläalueiden matkailullista potentiaalia sekä pyritään luomaan yhteisölähtöisesti haluttu kehittämissuunta, joka luodaan sitouttamalla alueen toimijat suunnitelmaan, jonka puitteissa luodaan askel askeleelta kehittämissuunnitelman mukaiset työkalut haluttujen tavoitteiden saavuttamiseksi. Hankkeen kehittämistyökaluista yksi konkreettisimmista on erilaisten kehityssuuntien visualisointi ja esittäminen 3D-mallinnuksen avulla. Mallinnuksessa käytetään visualisointivälinettä, joka luo tietokonepohjaisen 3D-maisemamallinnuksen alueesta. Mallinnusta voidaan käyttää demonstroimaan kohderyhmille erilaisia matkailun kehittämismahdollisuuksia, joita voidaan tarkastella 3D-mallinnuksessa luodussa tarkassa ympäristössä, joka on tarkka virtuaalinen kopio todellisesta alueesta. Ehdotetut muutokset voidaan asettaa virtuaalikerrokselle, joka mahdollistaa maisemassa liikkumisen helikopterin perspektiivistä. 3D-mallinnus on vielä tällaisessa yhteydessä vähän käytetty tekniikka, ja Comcot-hankkeen yhteydessä siitä kerätään kokemuksia yleisökäytössä. Hankkeessa pyritään lisäämään alueen aktiivien määrää ja osaamispääomaa sekä yhteistyötä niin paikallisesti kuin kansainvälisesti. Kehitysmalli on tarkoitus dokumentoida työkaluksi, niin että sitä on tulevaisuudessa mahdollista hyödyntää muilla alueilla. Tämänkertaisessa Comcot-hankkeessa mukana olevat pilottialueet kehittävät vesistöihin pohjautuvaa matkailua. (Liite 1.)

Comcot hankkeen tuloksena on tarkoituksena syntyä testattu ja dokumentoitu työkalu matkailualan toimijoiden käyttöön yhteisölähtöisessä matkailukehittämisessä. Tällä pyritään helpottamaan ja virtaviivaistamaan vastaavien projektien toteuttamista tulevaisuudessa. Dokumentoinnilla luodaan objektiivista tietoa hankkeen etenemisestä, esimerkiksi yhteistyön kehittämisestä paikallisviranomaisten, yritysten ja yhteisöjen välillä. Näillä tiedoilla voidaan olennaisesti tehostaa tulevien projektien suunnittelua ja aikataulutus- ta. Hankkeen pilottialueiden kehittämisen tuloksena syntyy uusia ja paranneltuja matkailutuotteita sekä toimivia matkailullisia aluekokonaisuuksia, joilla pyritään vastaamaan asiakaskunnan tarpeisiin. Hankkeen tarkoituksena on myös kasvattaa hankkeeseen osallistuvien yritysten ja toimijoiden laatu- ja osaamistason kasvua. Tällä tavoin alueiden avainhenkilöiden määrä kasvaa ajan myötä lisäten osallistumista ja sitoutu-

mista hankkeeseen edelleen. Yritysten toiminnan laatu ja osaamistason kehittämisen mahdollistaa osaltaan hankkeen mukana kehittyvä laaja kansainvälinen toimijaverkosto, joka kykenee kehittämään toimintaansa itsenäisesti edelleen. Toinen hankkeen samankaltainen sivuvaikutus ovat kansainväliset ja paikalliset seminaarit ja tapaamiset, joilla pyritään herättämään keskustelua ja verkostoitumista mahdollisimman laajalla skaalalla, näin levittäen sekä tietoa Comcot-hankeesta, että kulloinkin kohteena olevasta alueesta. Voidaan sanoa, että alueen brändin rakentaminen alkaa jo tässä vaiheessa hanketta. (Liite 1.)

”Hankkeen koordinaattorina ja Viron selvitysosioista vastaavana partnerina toimii Eesti Maaülikool Virosta. Suomen kansallisena koordinaattorina ja selvitysosioista vastaavana partnerina toimii Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Suomen kehittämissosioista vastaavana partnerina toimivat Sepra ry (Kymenlaakso) sekä Länsi-Uudenmaan Vesi ja Ympäristö ry (LUVY ry) (Uusimaa). Virosta alueellisina partnereina toimivat mm. VörtsjärveFoundation, SetomaaValdadeLiit ja Maidlan kunta. Lisäksi kumpaankin hankemaahan muodostetaan kansallinen verkosto, jonka avulla hankkeen tuloksia pystytään levittämään laajalti ja hankkeen toimia suuntaamaan tarvittaessa. Hankkeen päärahoittaja on EU:n Central BalticInterreg IV A ohjelma.” (Liite 1.)

4.2.2 Comcot-hankkeeseen osallistuminen

Saimme viime joulukuussa kuulla mahdollisuudesta liittyä mukaan EU:n aluekehitysrahaston rahoittamaan Comcot-hankkeeseen (an Innovative Tool for Improving the Competitiveness of Community Based Tourism). Tartuimme innokkaasti mahdollisuuteen ajatuksenamme laajentaa henkilökohtaista verkostoaamme, sekä valita itsellemme opinnäytetyön aihe tutkimuksen tulosten pohjalta. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on ollut edistää yhteisölähtöistä kehittämistä luontomatkailualueiden kilpailukyyn edistäjänä. Tutkimus on keskittynyt viiteen pilottialueeseen, Suomen puolella Lohja ja Kymenlaakso, Viron puolella Vörtsjärven alue, Setomaa sekä Maidlan kunta. Olimme itse osallistumassa kyselyjen tekemiseen Lohjalla sekä Kymenlaakson molemmilla kohdealueilla, Virolahdella ja Pyhtäällä. Vastaukset olivat alustavasti hyvin vaihtelevia, ja eri alueilla keskityttiin eri asioihin. Pitkällisen harkinnan jälkeen päädyimme tekemään opinnäytetyömme Lohjan alueen kyselyiden pohjalta. Päädyimme tähän ratkaisuun siitä yksinkertaisesta syystä, että meillä molemmilla on alueen tuntemusta jo ennestään. Halusimme pyrkiä opinnäytetyöllämme kartoittamaan ja parantamaan Lohjan alueen matkailumahdollisuuksia ja keskittyä suurelta osin luontomatkailumahdollisuuksiin, jo kyselyn luonteestakin johtuen. Pitkän aikavälin tarkoituksena tutkimuksella on ollut Lohjan-matkailuimagon profiloiminen sekä tarvittaessa mahdollisuuksien löytäminen Lohjan matkailualan uudelleen fokuoimiseen, ja sen kiinnostavuuden sekä näkyvyyden lisäämiseen. Tarkoituksenamme on ollut antaa keinoja ja tietoa mahdollisille yrittäjille ja päättäjille näiden asioiden toteuttamiseksi. Tässäkin kohtaa on tärkeä huomata että kunnan ja yrittäjien on toimittava yhdessä, jotta nämä asiat ovat edes jossain määrin mahdollisia. (Liite 1.)

4.2.3 Greenbox

Comcot-hankkeen esiateena toimii Irlannissa toteutettu Greenbox, jonka tarkoituksena oli luoda Irlannin Leitrimin alueelle maailmanluokan ekoturismikohde. Alue soveltui tähän tarkoitukseen loistavasti, suurien maantieteellisten erojen, vaihdellen pohjoisen vuoristo-aleista alueen eteläisen osien nummiin, ja vähäisen asukasmääränsä vuoksi. Koko Leitrimin alueella asuu yhteensä 31798 ihmistä (Irlannin väestönlaskenta 2011), joista Manorhamiltonin (kuva 5) kylässä jonka alueella Greenboxin keskusalue sijaitsee, asuu vain 1336 ihmistä (Irlannin väestönlaskenta 2011). Alue on pitkään ollut yksi Irlannin harvaan asutuimpia alueita ja näin ollen säästynyt suurelta osalta tiheimmin asutuilla alueilla tapahtuneesta luonnonvarojen suurimittaisesta hyödyntämisestä ja ympäristön muokkaamisesta ihmisten tarpeisiin. (Greenbox 2012.)

Projektin puitteissa alueelle kehitettiin uusi identiteetti, jota alettiin kehittää tunnistettavaksi brändiksi. Tarkoituksena oli saada alueelle tunnettavuutta kaiken kattavana ekologisena matkailukohteena, jonka tarkoituksen on tarjota kokonaisvaltainen luonnonläheinen matkailukokemus kävijöilleen. Tavoitteisiin pyritään muun muassa tarjoamalla matkailijoille erilaisia vaihtoehtoja ympäristöön tutustumiseen vuorikiipeilystä paikallisiin luolastoihin tutustumiseen, pyöräilystä surffaamiseen. Tämän lisäksi alueen matkailijat syövät paikallisesti tuotettua ruokaa nukkuvat ekologisissa majataloissa ja hotelleissa. Suurin osa tuotteista ja palveluista pyritään tuottamaan paikallisesti ja ekologisesti. Paikallisten yrittäjien ja yhteisöjen yhteistyöllä on syntynyt The Green Guide lehti, joka toimii käytännön ohjeistuksena neuvoen yrittäjille alueen yhteisiä markkinointistandardeja. Samalla lehti toimii oppaana paikallisille ja turisteille, jotka haluavat saada lisätietoa alueen ympäristöstävällisistä majoitusmahdollisuuksista, tuotteista, tapahtumista ja aktiviteeteista. Pitkäaikaisena tavoitteena alueella on kehittää edelleen olemassa olevia resurssejaan ja niiden säilymistä, nostaa ekoturismin standardeja kansainvälisellä tasolla ja kehittää matkailualan toimijoiden yhteistyötä alueittain, maittain ja lopulta kansainvälisellä tasolla. Greenboxin lopullinen tavoite on päästä UNESCO:n ylläpitämälle geopark-alueiden listalle. (Comcot-esitys. 8.2.2012.)

UNESCO määrittelee geoparkin yhtenäiseksi geologisesti, historiallisesti tai kulttuurillisesti merkittäväksi alueeksi, jossa alueen erityispiirteitä käytetään edistämään paikallisten yhteisöjen kestävästä kehityksestä. Geopark-brändi on maailmanlaajuinen vapaaehtoinen laadun tae, joka ei ole laillisesti sitova, mutta yleensä geoparkeiksi määritellyiden alueiden tulee olla paikallisen hallituksen suojeluksessa. UNESCO tukee geopark alueita tarpeen vaatiessa jäsenalueen pyynnöstä. Alueen status geoparkkina ei estä mitään taloudellista toimintaa alueen sisällä, niin kauan kuin kyseinen toiminta ei ole ristiriidassa paikallisten lakien kanssa. (UNESCO 2012.)



Kuva 5: Greenbox (Mukaiillen Napier University of Edinburgh. Comcot-esitys 8.2.1012.)

5 Tutkimuksen toteutus

Tutkimuksen kyselyosion muodostamista voidaan pitää tärkeimpänä osana tutkimusta tutkimusongelman määrittelyn jälkeen. Kysely, otti se sitten minkälaisen muodon tahansa on kuitenkin se keino jolla tutkija saa uutta tietoa tai varmistaa vanhan tiedon relevanssia ja validiteettia tutkimustaan varten. Tutkimusta voi toki tehdä pohjaamalla kirjoittamansa asiat muiden tutkijoiden olemassa oleviin tutkimuksiin ja väitöksiin, mutta tällöin on vaarana tutkimuksen jääminen tyngäksi, jollei suorastaan epäluotettavan oloiseksi kirjoitelmaksi, joka unohdetaan pian kiinnostavampien ja luotettavammilta vaikuttavien tutkimusten tieltä. (Vilka & Airaksinen 2003, 58-64.)

Tutkimuksen laatimisessa on otettava yhtäläisesti huomioon tiettyjä asioita, oli tutkimuksen tekijä sitten tekemässä kvantitatiivista tai kvalitatiivista tutkimusta. Tutkimuksen tiedonhankinnan ensimmäinen oleellinen kysymys on miettiä missä muodossa tiedonhankinta suoritetaan. On mahdollista luottaa kirjallisiin lähteisiin, tehdä kvantitatiivinen tai kvalitatiivinen kyselylomake jolla pyrkii saamaan mahdollisimman suuren otannan tai suorittaa tiedonhankinta haastattelujen muodossa. Yleisimmin tutkimukset sisältävät osia näistä eri menetelmistä, sen sijasta että nojaisivat voimakkaasti vaihtoehdoista vain yhteen. Tiedonlähteiden variointi ja runsas määrä lisäävät osaltaan tutkimuksen reliabiliteettia, avartaen muutenkin tutkimuksen tarkasteltavaa alaa, jolloin aiheen tarkastelu tapahtuu kuin luonnostaan useamman näkökulman kautta, pois lukien tilanne jossa tutkimus on alusta lähtien rajattu johonkin yhteen tiet-

tyyn kantaan jonka pohjalta kaikki johtopäätökset ja tarkastelut suoritetaan. (Vilkka & Airaksinen 2003, 58-64.)

Tutkijan tehtävänä ennen tutkimuksen haastatteluvaiheen alkua on selvittää, vähintäänkin itselleen, käytettävän kyselyn lähtökohtien vastaavuus tutkittavan aiheen kanssa. Luonnollisesti tärkeimmäksi nousee kysymys; mitä tietoa kyselyllä etsitään, miksi niin tehdään, ja keneltä kyseinen tieto on tarkoitus saada. Ovatko asetetut kysymykset hyvin tutkimuksen tarpeita vastaavat, ja tuovat uutta tietoa alkuperäisen tutkimuksellisen tavoitteen saavuttamiseksi, vai onko niissä väljää tai jopa ylimääräistä aineistoa. Ovatko kysymykset tehty kohderyhmälle sopiviksi? Tuntevatko kohderyhmän jäsenet esimerkiksi asiaan liittyvää ammattilaisten asiansanastoa? Kysymysten asettelussa on myös mahdollista tehdä tahattomasti kysymyksistä vastaajaa johdattelevia, joko alitajuisesti tai tarkoituksella. Tällöin kysymyksessä on tutkijan halu saada tutkittavasta aiheesta sellaisia vastauksia, kuin hän on itse jo aiemmin päättänyt. Erona on vain se, onko tutkimusta vääristelty tietyn tuloksen aikaansaamiseksi, vai onko se vääristynyt tutkijan aikomuksista huolimatta. Riippumatta siitä onko johdattelevuus tahallista tai tahatonta on selvää, ettei kyselyä voida enää pitää luotettavana. Toinen tapa ohjata tahattomastikin vastauksia tiettyyn suuntaan on tehdä kysymyksistä sosiaalisesti ladattuja. Tämä tarkoittaa kysymyksen aiheen tai vastausvaihtoehtojen asettamista niin, että vastaaja kokee painetta vastata kysymykseen sosiaalisten normien mukaan, ei oman mielipiteensä. Yleensä tähän luokkaan kuuluvat kysymykset liittyvät asioihin, jotka ovat jo valmiiksi vahvasti latautuneita. Esimerkiksi seksuaalisuus eri muodoissaan tai maahanmuuton soraäänät. (Vilkka & Airaksinen 2003, 58-64.)

Siinä tapauksessa että tutkimuksen kysymysten asettelussa on käytetty tukena tutkimusongelmaan liittyvää teoriaa, on syytä varmistaa että teoria on valittu onnistuneesti. Vääränlainen tai hätäisesti valmisteltu mutta oikeansuuntainen, teoria voi helposti viedä tutkimuksen mukanaan suuntaan johon sen ei välttämättä haluta menevän. Vähintäänkin on mahdollista, ettei tutkimuslomakkeella saatuja vastauksia voidaakaan suoraan soveltaa, ainakaan tutkijan alun perin tarkoittamalla tavalla. Väärin valittu teoria luo myös lisääntyneen riskin siihen, että tutkimuslomakkeessa saattaa olla tutkimustavoitteen kannalta turhia, ylimääräisiä kysymyksiä. Tutkimuslomakkeen pituus korreloi suoraan vastaajan halukkuuteen osallistua tutkimukseen. Jos kyselylomake katsotaan liian pitkäksi, saattaa vastaaja jättää osallistumatta kyselyyn, siitäkin huolimatta että aihe olisi kiinnostava tai tärkeä kyseiselle vastaajalle. Tästä voi seurata pitemmällä aikavälillä merkittävää tietopohjan ohenemista, mikä näkyy suoraan tutkimuksen reliabiliteetin vähenemisenä otoksen pienenemisen vuoksi. Tämä tosin riippuu huomattavasti kyselyn käyttötarkoituksesta. Kaikista edellä mainituista syistä johtuen kyselylomake on syytä antaa ensimmäiseksi täytettäväksi testiryhmälle, joka voi kommentoida ja esittää parannusehdotuksia joita tutkija voi soveltaa valmistellessaan kyselyä lopullista käyttöönottoa varten. (Vilkka & Airaksinen 2003, 58-64.)

Jos tarkoituksena on lähettää kysely vastaajille esimerkiksi postitse, on vastaajilla mahdollisuus osallistua kyselyyn rauhassa kotonaan, jolloin kyselyyn voidaan uhrata mielihyvin enemmän aikaa. Tämä on myös julkisella paikalla tapahtuvaa kyselyä vähätöisempi tutkijalle, joka tällä keinolla voi vain odottaa vastaus-ten palautuspäivää. Hyötynä tällä keinolla on vielä mahdollisuus valita kyselyn saava kohderyhmä tarkasti.

Tällöin vältetään julkisella paikalla kulkevan vastaajakandidaatin taivuttelu vastaamaan kyselyyn, minkä jälkeen tutkija saattaa havaita suureksi harmikseen; ettei vastaaja kuulunutkaan lähestyttävään kohderyhmään laisinkaan. Riskinä tässä on se, etteivät kaikki kyselyn vastaanottaneet välttämättä ole halukkaita täyttämään kyselyä ollenkaan, sillä toisin kuin yleisellä paikalla tapahtuvassa vastaustapahtumassa ei paikalla ole haastattelijaa, joka läsnäolollaan painostaisi vastaajaa osallistumaan. (Vilka 2007, 149-152.)

Julkisella paikalla tapahtuvassa vastausten keruussa tutkijan on mahdollista päästä kasvokkain vastaajan kanssa, ja valita tiettyyn ulkoisiin perusteisiin perustuvaan valittuun kohderyhmään kuuluvia vastaajia. Yleensä tämä valinta rajoittuu vastaajan iän, rodun tai sukupuolen perusteella tehtäviin valintoihin, sillä lähes mikä tahansa muu peruste on niin häilyvä, ettei niihin voi luottaa onnistuneen valinnan suorittamiseksi. Edes silloin jos tarkoituksena on haastatella tietyn rajatun, harvaan asutun alueen ihmisiä jolla matkailua ei ole lähes lainkaan olemassa, tutkija ei voi olla varma onko vastaaja paikallinen vai satunnainen ohikulkija, joka ei kuulu kohderyhmään. Tämä haastattelu keino myös haastaa tutkijan kuluttamaan huomattavan määrän aikaansa aktiiviseen kyselyvastausten hankkimiseen. Toisaalta tutkija kykenee huomaamaan heti paikan päällä jos kyselyn tulokset alkavat vääristyä esimerkiksi jonkin kyselyyn vastanneen ihmisryhmän ylisuuren edustuksen takia ja pyrkiä suorittamaan korjaavia toimenpiteitä ja tasoittamaan vastaajien jakaumaa. (Vilka 2007, 149-152.)

Tässä tutkimuksessa on käytetty sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Tämä siksi että kyselyaineisto, joka toimitettiin kyselyn tekijöille valmiina, keskittyy suurelta osin puhtaasti kvantitatiivisen datan keräämiseen, mutta sisältää myös avoimia kysymyksiä joihin vastauksia tuli vaihtelevin tavoin, sekä osassa vastauksia avointa pohdintaa aiheesta. (Vilka & Airaksinen 2003, 58-64.)

Kvantitatiivinen tutkimus käsittelee tutkimuksessa kerättyä tietoa varsin puhtaasti numeroina. Tyypillisesti kvantitatiivisessa tutkimuksessa valitaan kyselyvaiheessa vastaajat satunnaisotosmenetelmällä. Yksittäisen vastaajan tai lähteen tarjoama tieto ei sinänsä ole kriittisen tärkeä, vaan määrällisessä tutkimuksessa kartoitetaan enemmänkin suurten massojen mielipidejakaumaa tutkittavaan asiaan liittyen. Toisin sanoen kvantitatiivinen tutkimus perustuu mitattavissa olevien aineistojen suhteiden ja erojen tarkastelemaan. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymykseen, kuinka paljon tai miten usein. Aineistoista muodostetaan mittauksia ja määrittelyjä varten erilaisia muuttujia ja luokituksia. Kvantitatiivista tutkimusta määrittävät myös tutkimuksen edetessä vastaan tulevat kriittiset pisteet, joiden jälkeen tutkimuksessa ei ole enää mahdollista kajoa niitä edeltäneisiin vaiheisiin. Ehkäpä tärkein asia kvantitatiivisessa tutkimuksessa on totuudellisuuden vaatimus. Tosin joissakin tapauksissa tätä ei ratkota tutkimustöissä muuten kuin teorian tasolla. Tutkimuksen tulee olla objektiivinen, mikä tarkoittaa kvantitatiivisen tutkimuksen yhteydessä mahdollisimman vähäistä kanssakäymistä tutkijan ja tutkimukseen osallistujan kesken, jotta tutkijan vaikutus vastaajaan ja näin ollen mahdollisesti tutkimustuloksiin voidaan minimoida. Määrällisen tutkimuksen tutkimuskyselyt ovat järjestään vahvasti strukturoituja. (Vilka & Airaksinen 2003, 58-64.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen luonne mahdollistaa hyvinkin suurten aineistojen käsittelyn. On tyypillistä että vastaajamäärän kvantitatiivisessa tutkimuksessa odotetaan ylittävän 100 vastaajan rajapyykin. Suu-

remmissä valtakunnallisissa tai kansainvälisissä tutkimuksissa saattaa vastaajien määrä sijoittua helposti 500-1000 kappaleen välille. Tällaisia määriä tarvitaan että tutkija voi muodostaa havaintoja näkökulmasta, josta on mahdollista selittää tutkittavia asioita numeerisesti. Mitä vähemmän kvantitatiivisessa tutkimuksessa on vastaajia, sitä enemmän tutkimuksen reliabiliteetti kärsii. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa asiaan kuuluu pyrkimys suureen yleistettävyyteen. Itse tutkijan osuutta kvantitatiivisessa tutkimuksessa ei voi pitää kovinkaan merkittävänä, tai ainakaan yhtä näkyvänä kuin kvalitatiivisessa tutkimuksessa, jossa tutkijalla itsellään on vaikutusvaltaa siihen; minkälaisia merkityksiä tuloksista halutaan hakea. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 58-64.)

Kvalitatiivinen tutkimus käsittelee tutkittavaa asiaa niin sanotusti ihmisläheisemmin kuin kvantitatiivinen tutkimus. Huomattava osa viestintätieteellistä tutkimusta on luonteeltaan kvalitatiivista. Tarkoituksena on pyrkiä tarkastelemaan jotakin ilmiötä, havaita erilaisia vivahteita muutoksia ja tulkintamahdollisuuksia. Lähtökohtana tutkimukselle voidaan tarvetta ymmärtää ihmisten toiminnan taustalla vaikuttavia asioita. Haluja, ihanteita ja erilaisia käsityksiä, joko tutkittavasta asiasta tai jostain siihen läheisesti liittyvästä ja vaikuttavasta aiheesta. Tarkasteltava aineisto on usein määrältään huomattavasti kvantitatiivisen tutkimuksen aineistomäärää pienempi. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään usein keinoja, jotka vievät kysymysten esittäjän lähemmäs vastaajaa kuin kvantitatiivisessa ja ottavat huomioon myös yksittäisiä vastauksia ja mielipiteitä. (Hirsijärvi & Remes & Sajavaara 2010, 139-165.)

Kvalitatiivisen tutkimuksen kysymysasettelut alkavat usein sanoilla miten, miksi, millä tavalla; jolloin tutkimukseen osallistuva vastaaja saa mahdollisuuden vapaammin kertoa ja selittää omia näkemyksiään ja ajatuksiaan. Kvalitatiivista tutkimusta suorittavalle tutkijalle on esimerkiksi mahdollista käyttää täysin strukturoimatonta käyttäjähaastattelua, jolloin vastaaja voi äärestapauksessa täysin vapaasti kertoa tutkijalle haluamista asioista. On tosin suositeltavaa että haastattelu on edes jollain tasolla jäsenelty ohjaamaan vastaajaa johonkin tiettyyn aiheeseen, josta tutkija haluaa lisätietoa. Kvalitatiivisen tutkimuksen perimmäisenä ideana on tutkittavan aiheen tarkastelu lähietäisyydeltä, tuoden samalla esille ainakin jossain määrin myös tutkijan oman mielipiteen tai vähintään tutkijan osuuden tehtäviin tulkintoihin. (Hirsijärvi ym. 2010, 139-165.)

Laadullisen tutkimuksen voi katsoa sisältävän kaksi perusvaihetta. Havaintojen pelkistämisen ja arvoituksen ratkaisemisen. Jako on lähinnä teoreettinen sillä vaiheita on vaikea ellei mahdoton pitää toisistaan erillään. Kuten määrällistä tutkimusta tekevä kollegansa, myös laadulliseen tutkimukseen keskittynyt tutkija pyrkii luomaan tulosten pohjalta sääntöjä ja sääntörakenteita, sekä tulkitsemaan tuloksia mahdollisimman yleistettävällä tavalla. Tutkimuksen tulkintavaiheessa tutkijan tulee keskittyä pelkän mitä kerrotaan kysymyksen ohella siihen, miten kerrotaan. Tässä kohtaa tutkimusta on tärkeää pyrkiä myös valottamaan tutkinnallisten itsestäänselvyyksien lisäksi niiden taakse piiloon jääviä yksityiskohtia. Käytännössä tämä on suurin ero tutkimuksen ja selvityksen välillä. Selvityksessä on yleensä kyse niin sanotusti pinnallisten faktojen tulkinnasta. Esimerkiksi kyse voi olla puolueiden kannatuksesta, jolloin selvitys kertoo kannatuksen määrän siinä missä tutkimus myös pureutuu syihin kannatusmäärien takana. (Hirsijärvi ym. 2010, 139-165.)

5.1 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys ovat termejä joita tarvitaan usein silloin, kun tutkimuksessa halutaan arvioida sitä voidaanko tulokseen ja siinä esiintyvään väitteeseen luottaa. Tutkimuksen eettisyyttä ja luotettavuuden painoarvoa tutkijan on helppo painottaa liikaakin, keskittyen niiden turvaamiseen tutkimustyössään, mikä voi pahimmillaan johtaa riskien välttämiseen tutkimuksessa ja tätä kautta virheelliseen informaatioon. Tutkimusta ei pidä valita puhtaasti omien mieltymystensä mukaan vaan niin että menetelmä ei johda sellaisiin tuloksiin jotka tekevät tutkimuksesta epäluotettavan ellei jopa väärää tietoa antavan teoksen. Tutkimuksissa pääsääntöisesti pyritään esittämään luotettavaa tietoa, jota voidaan arvioida erilaisilla tutkimustavoilla sekä mittaustutkimuksilla. Tutkimuksen luotettavuuden selvittämiseen on eri tapoja, jotka jakautuvat kahden käsitteen alle. (Vilkkä 2007, 149-152.)

Reliaabelius tarkoittaa yksinkertaisimmillaan tutkimuksen toistettavuutta, mahdollisuutta tehdä sama tutkimus uudelleen päätyen silti samaan tulokseen. Luotettavuutta tutkimukseen tuo se, että mittaustulokset ovat toistettavissa, eivätkä näin ollen ole sattumanvaraisia. (Hirsjärvi ym. 2010, 231-233.)

Toinen tutkimuksen arviointiin liittyvä käsite on validius. Tämä tarkoittaa yksinkertaisesti tutkimuksen kykyä mitata tutkimaansa kohdetta. Käytännössä kysymys on tutkimuksessa käytettävistä mittareista ja niiden tulkinnoista. Sudenkuoppina validiteetille toimivat useimmiten tutkijan omat väärät valinnat. Tämä voi tarkoittaa väärän mittarin valintaa tutkimuksen tarkastelua varten, tutkimustulosten ennakoasenteista tarkastelua jolloin tutkijan oma mielipide tai näkemys asioiden oikeasta laidasta vääristää tutkimustuloksia tai kysymysten heikkoa asettelua jolloin vastaajan on mahdollista ymmärtää kysymys väärin; vastaten mahdollisesti kysymykseen eri tavalla kuin on tarkoitettu kyselyä laadittaessa. (Hirsjärvi ym. 2010, 231-233.)

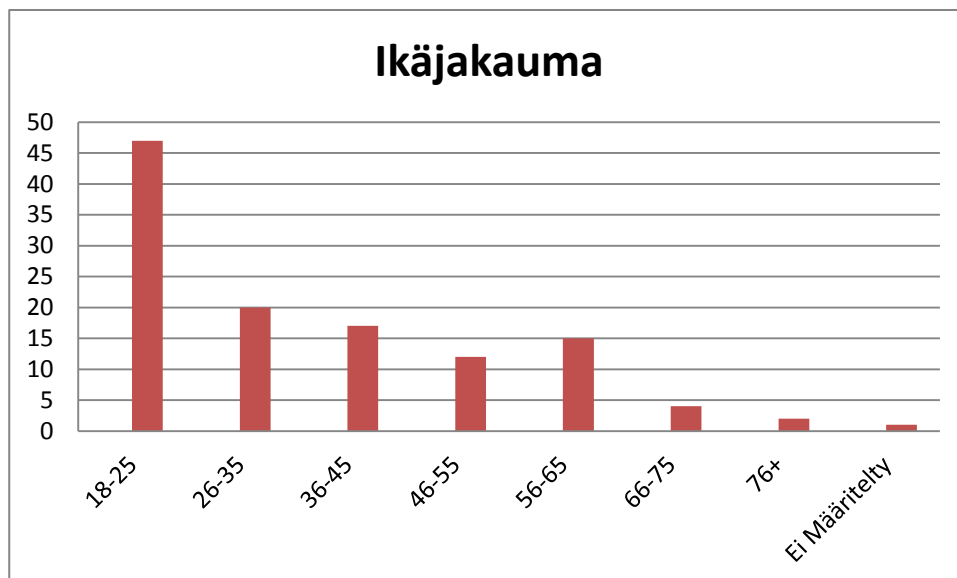
Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa myös tutkimustapa. Kvantitatiivinen tutkimus, joka perustuu jäykkään määrälliseen arviointiin, eli vastausten määrään joissa ei yleensä ole mahdollisuutta luovaan vastaukseen on tässä suhteessa paremmassa osassa, sillä kyseisen tutkimusmallin kohdalla on kehitelty erilaisia tilastollisia menetelmiä, jotka mahdollistavat käytettyjen mittareiden luotettavuuden arvioinnin. Useilla tieteenaloilla on myös kehitelty kansainvälisesti testattuja mittareita, joita pyritään toimeenpanemaan mittauksen tason kohottamiseksi. (Hirsjärvi ym. 2010, 231-233.)

Luotettavuuden arviointi vaikeutuu huomattavasti kun kyseessä on kvalitatiivinen tutkimus. Suurin osa tutkimuksen luotettavuutta määrittelevistä mittareista on syntynyt kvantitatiivisen tutkimuksen yhteydessä, jossa vastauksia tarkastelemalla on mahdollista selvittää niin sanottu 'oikea' vastaus tutkimuskysymykseen. Toisaalta kvalitatiivisen tutkimuksen yhteydessä voidaan, perustellustikin, sanoa ettei kahta samanlaista vastausta tule koskaan olemaan olemassakaan. Tämä tekee validiteetin käsitteen kvalitatiivisen tutkimuksen yhteydessä hankalaksi ja epäselväksi. (Hirsjärvi ym. 2010, 231-233.)

Tutkimuksen tulee kuitenkin arvioida omaa luotettavuuttaan ja pätevyyttään. Tarkka ja johdonmukaisesti etenevä selostus tutkimuksen vaiheista kohentaa huomattavasti tutkimuksen luotettavuutta. Luotettavuutta edelleen kohentaa aineiston tuottamisen olosuhteiden selvitys, mielellään muodossa joka ei jätä lukijalle avoimia kysymyksiä, koska tämä voi johtaa epäilyksiin tutkimuksen todenmukaisuuden tasosta. Selvityksessä on olennaista selostaa aineiston keruun olosuhteet ja sijainnit, haastatteluihin keskimääräisesti kulunut aika, mahdollisten häiriötekijöiden laatu ja vaikutus, vastaajan mahdolliset virhetulkinnat vastaustilanteessa, sekä tutkijan oma itsearviointi omasta osallistumisen laadustaan ja menetelmistään. Saatuja tuloksia tutkija voi vahvistaa suorilla otteilla haastatteluista. (Hirsjärvi ym. 2010, 231-233.)

Tutkimuksen validiutta voidaan entisestään lisätä soveltamalla tutkimuksessa triangulaatiota, eli soveltamalla useita menetelmiä samaan tutkimusaiheeseen. Triangulaatio itsessään voidaan jakaa neljään eri tyyppiin. Metodologinen tai metodinen triangulaatio tarkoittaa juuri usean erilaisen menetelmän käyttöä samassa tutkimuksessa. Tutkijatriangulaatio tarkoittaa useamman tutkijan osallistumista samaan tutkimusaiheeseen, kunkin kerätessä oman aineistonsa ja toimiessa kerätyn aineiston tulkitsijoina ja analysoijina. Jäljellä olevat kaksi metodia ovat teoreettinen triangulaatio sekä aineistotriangulaatio. Teoreettisessa triangulaatiossa kysymyksessä on jolloin tutkittavaa asiaa tai ilmiötä lähestytään usean eri teorian kautta, näin laajentaen tutkimuspohjaa. Aineistotriangulaatiossa tutkittavaa kohdetta tarkasteltaessa kerätään useita erilaisia tutkimusaineistoja, joiden kautta asiaa tarkastellaan. Triangulaatio ei tosin ole ainoa termi jota käytetään kuvaamaan eri metodeiden yhdistämistä tutkimuksissa. Korvaavia termejä ovat esimerkiksi metodien yhdistäminen, monimetodinen lähestymistapa, sekä kiteyttäminen (crystallization). Kiteyttäminen saattaa olla paras näistä termeistä, sillä se kuvastaa lopulta parhaiten sitä miten näkökulman muuttuessa 'kiteen' läpi nähty kuva saattaa muuttua radikaalisti. (Hirsjärvi ym. 2010, 231-233.)

Koska liityimme mukaan olemassa olevaan ja keskitetysti johdettuun projektiin, emme joutuneet itse hankkimaan tutkimuslupaa. Luvat tutkimukseen oli hankittu etukäteen Napierin ja Ruralian toimesta, jolloin meidän työksemme jäi vain noudattaa heidän asettamia ohjeistuksia. Käytetty teemakysely on ollut vastaajan kannalta täysin nimetön, joskin kyselyyn vastannut joutui antamaan suostumuksensa tietojen käyttöön lisäämällä allekirjoituksensa nimilistaan. Näitä kahta dokumenttia ei kuitenkaan pysty millään tavalla yhdistämään toisiinsa, joten tosiasiasa kysely oli nimetön. Tutkimuksen tavoitteena oli saada vähintään 100 kyselyvastausta, ylärajan ollessa noin 150. Lopulta pystyimme hankkimaan 118 vastausta teemahaastatteluihin käytetyn viikon aikana. Tämä otanta on jo tarpeeksi laaja hyvien tutkimustulosten aikaansaamiseksi.



Kuva 6: Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma

Tutkimuksen luotettavuuden kannalta kyselyyn vastanneiden ikäjakauma on ongelmallinen. Kuten kuvasta 6 voi havaita, kyselyyn vastanneista ikäryhmistä suurin on 18-25-vuotiaat, jotka muodostivat 40,2 % ja-kaumasta. Sen sijaan keski-ikäisten eli 46-55-vuotiaiden osuus vastanneista oli vain 10,2 %, mikä oli pienin tutkimuksen työikäisten ikäjakautumista. On erittäin hyvä asia että tutkimuksessa saatiin kartoitettua nuorten suhtautuminen omaan kuntaansa, sekä kuulla heidän toiveitaan sen kehityksen suhteen, joskin keski-ikäisten kyselyyn vastanneiden vähäinen määrä on harmillista. Suuri osa kunnan keskeisistä päättäjäistä ja yritysjohtajista kuitenkin kuuluu tähän ikäryhmään. Näin ollen voi miettiä ovatko nuorten äänet jopa yllidustettuina. Tutkimuksen eettisyyttä tarkastellessa on otettava huomioon, että kaikki vastauslomakkeet ovat anonyymeja ja kyselyn missään tilanteessa ei kysytä minkäänlaisia tunnistustietoja, pois lukienvastaajien ikä ikähaarukoin, asuinpaikka ja ammatti suurpiirteittäin.

5.2 Tutkimus ja sen kulku

Tutkimus aineisto kerättiin henkilökohtaisesti vastaajia haastatellen. Kyselyn kysymykset oli valittu jo valmiiksi Napier Universityn toimesta, jolloin kyselyn toteuttaneilla henkilöillä ei ollut mahdollisuutta vaikuttaa sen sisältöön. Kyselyssä haettiin vastauksia paikallisten asukkaiden näkemyksiin omasta asuinalueestaan ja sen matkailupotentiaalista, sekä siitä miten kyseistä potentiaalia tulisi heidän mielestään kehittää. Havaitsimme kyselylomakkeet saatuaamme, että kysely oli tehty koti- tai kokoustäyttöä varten eikä niinkään kenttäolosuhteisiin soveltuvaksi. Seitsemänsivuinen kyselylomake oli kokonaisuudeltaan liian pitkä ja tämän vuoksi suuri määrä potentiaalisia kyselyyn vastaajia päätti kyselyn nähtyään jatkaa matkaa. Tästä edellä mainitusta syystä osa vastaajista ei vastannut aivan jokaiseen kohtaan kyselylomakkeella (Liite 3). Kyselyn suorituspaikoilla ei kyselyn vastauksiin ollut merkitystä, koska kyselyn aihe on sidoksissa koko ympäröivään alueeseen. Tosin vastausten määrä olisi voinut olla pienempi tai suurempi jos paikkaa olisi vaihdettu Lohjalla päivittäin.

Opinnäytetyö alkoi hahmottua marraskuussa 2011, kun Ruralia-instituutista oltiin yhteydessä Laurea-ammattikorkeakouluun, jolloin Laurealle tarjottiin mahdollisuutta osallistua Comcot-projektiin ja Laurean opiskelijoille mahdollisuutta tehdä sen tutkimuksen pohjalta opinnäytetyö. Joulukuussa 2011 asioita käytiin lävitse sähköpostitse ja samalla varmistettiin osallistujien sitoutuminen projektiin. 16.1 Osapuolet tapasivat palaverissa Helsingin yliopiston tiloissa Helsingissä, paikalla oli edustajia Napierin University of Edinburghista, Ruralia-instituutista, Sepra ry:stä ja Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry sekä Laurea-ammattikorkeakoulusta. Palaverin pohjalta alustava aikataulu kyselyille lukittiin ja kyselylomakkeet käytiin alustavasti silmäillen läpi muiden järjestelyjä koskevien asioiden joukossa. Palaverin jälkeen käytiin keskustelua projektista sähköpostin välityksellä useasti. 5.2 sovittiin että kaksi opiskelijaa Napierin University of Edinburghista tulisivat Lohjalle ja aloittaisimme maanantaina itse Comcot-projektin palaverilla Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry:n tiloissa. Tämän jälkeen matkustaisimme ympäri Lohjaa ja suorittaisimme kyselyitä seuraavan 5 päivän aikana. Seuraava viikko vietettäisiin Vironlahdella suorittaen samanlaista tutkimusta siellä.

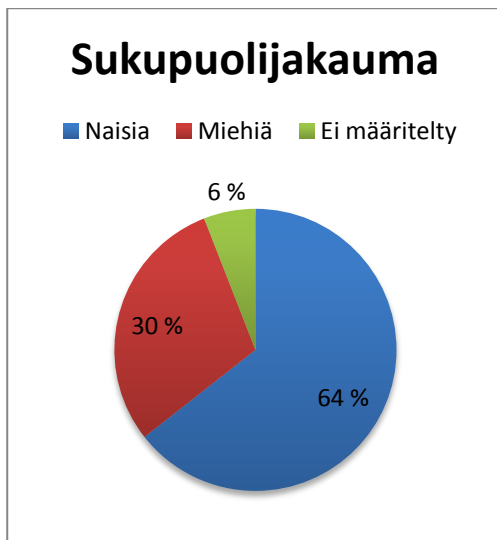
Projekti alkoi sunnuntaina 5.2.2012, kun haimme tutkimuksen ulkomaalaiset osapuolet Helsingistä Lohjalle ja majoitimme heidät Lohjalla sijaitseviin koulun kautta hankittuihin vuokra-asuntoihin. Maanantaina 6.2.2012 aloitimme tutkimuksen käymällä yhteistyökumppanimme Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry:n toimistolla, jossa tutustuimme ulkomaalaisten kollegoidemme kanssa Porla-hankkeeseen sekä Porlan mielipiteitä jakavaan historiaan ja mahdollisiin tulevaisuuden visioihin. Saatuaamme pohjatiedon Porlasta sekä alustavan ohjauksen kyselyn tavoitteita ja mahdollisia ennakkoluuloja kohtaan. Kyselyn aineiston keruuseen valmistauduimme yhteistyötahojen kanssa pidettävällä palaverilla. Palaverien jälkeen aloitimme aineistonkeruun Lohjan kaupungin keskustassa sijaitsevasta kauppakeskus Prismasta. Prismassa saimme käyttöömmme mainostelineen ja pöydän, minkä jälkeen aloitimme aineistonkeruun lähestymällä ohikulkevia ihmisiä asiallisesti, ja ihmisiä jäikin vastaamaan kysymyksiimme. Käytimme maanantai-iltapäivän aineistonkeruuseen ja saimme tänä aikana 21 täydellisesti täytettyä vastauslomaketta.

Tiistaina 7.2.2012 aloitimme aineiston keruun Lohjan Laurea-ammattikorkeakoulusta jolloin saimme mahdollisuuden hyödyntää opiskelijakollegoitamme edellyttäen tietysti että vastaajat asuvat Lohjan alueella. Tämän jälkeen siirryimme taas iltapäiväksi Prismaan jatkamaan kyselyiden jakamista. Tiistainen vastaus-ten määrä oli 38. Keskiviikkona 8.2.2012 aloitimme aamulla taas ensin Laureasta jolloin saimme mahdollisuuden kyselyiden täyttämiseen paikkakuntalaisten sairaanhoitajaopiskelijoiden oppitunnilla. Oppitunnin jälkeen päivystimme jonkin aikaa Laurea-ammattikorkeakoulun Lohjan kampuksen aulassa josta siirryimme taas iltapäiväksi Prismaan, jossa jatkoimme kyselyiden suorittamista satunnaisille ohikulkeville paikallisille. Lopetimme Prismassa noin kello 17.00 tuloksenamme 27 vastauslomaketta. Tämän jälkeen siirryimme Comcot-hankkeen järjestämään tapaamiseen Lohjansaaren ala-asteelle. Tapahtumassa olivat paikalla Lohjansaaren yrittäjien ry, jotka olivat halukkaita täyttämään vastauslomakkeet ja kuulemaan lisää hankkeesta. Illasta saimme 11 uutta vastausta. Torstaina pidimme välipäivän kyselyiden keräämisestä, mutta perjantaina saimme Prismassa ollessamme hankittua vielä 20 täytettyä kyselyä. Vielä jälkikä-

teen palattuamme kyselyn toiselta kierrokselta Pyhtään ja Vironlahden alueilta saimme yhden täytetyn vastauspaperin joka oli palautettu poissaollessamme.

5.2.1 Tutkimuksen tulokset

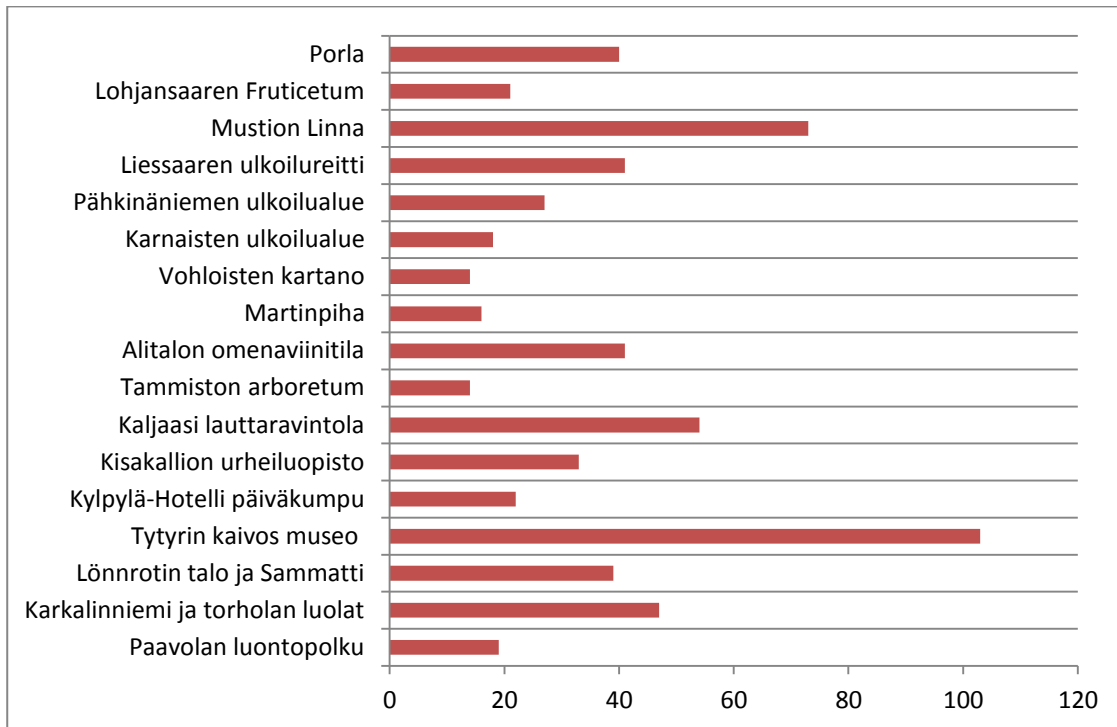
Lohjan alueella tutkimukseen vastasi joko itsenäisesti tai haastattelu periaatteella 118 henkilöä, joiden tilastollinen sukupuolijakauma on esitetty kuvassa 7. Miehiä vastanneista oli 30 %, naisia taas 64 % ja määrittelemättömiä tai vastauksen ohittaneita vastaajia oli 6 %. Osaltaan vastauksen sukupuolijakauman suhdetta selittää se, että kyselyä tehtiin oppilaitoksessa sekä ostoskeskuksessa, jossa suurempi osa asiakkaisista on naisia. Tässä yhteydessä on myös huomattava että naisista suurin osa omasi korkean tai keskitason koulutusasteen.



Kuva 7: Vastausten sukupuolijakauma

Tutkimuksessa kysyttiin vastaajilta kysymys, jos turisti tulisi Lohjalle, niin mitä seuraavista paikoista suosittelisit hänelle vierailukohteiksi tai matkan yhdeksi vierailu kohteeksi. Kuvassa 8 on avattu kysymyksen vastaukset vastausmäärittäin. Kyselylomakkeella oli merkitty kohteet ja vastaajan tarvitsi vain laittaa ruki ruutuun vastataksaan tähän lomakkeen kohtaan. Kuten kuvasta 8 käy ilmi suurin osa vastaajista (103) suosittelisi vierailukohteeksi Tytyrin kaivosmuseota. Kaivosmuseon keskeinen sijainti Lohjan keskustan läheisyydessä ja on vaikuttanut voimakkaasti Lohjan historialliseen kehitykseen. Kysymyksessä toiseksi nousi vahvan teollisuushistorian ja komean puiston omaava Mustion linna, joka on Lohjan alueen yksi historiallisestikin merkittävistä kulttuurikohteista. Liekö alueen historialla ollut vastauksiin vaikutusta, koska eniten vierailu kehotuksia saivat teollisuuskaupunkina imagonsa luoneen Länsi-Uudenmaan kaksi historiallista teollisuuskokonaisuutta. Kolmanneksi eniten vierailukohteeksi suosittiin Kaljaasi-lauttaravintolaa, mikä on sinällään mielenkiintoista, koska lauttaravintola on Lohjanjärvellä ja sinne pääsy ilman omaa venettä on haasteellista, mutta ei mahdotonta koska ravintola tarjoaa venetaksipalveluja sopimuksen mukaan aukioloaikanaan kesällä. Neljäntenä oli ulkoilu alueena ja harvinaisena luonnonpuistona profiloitunut Karkalinniemi ja Torholan luolat. Tutkimuksen kysymyksessä viidenneksi eniten vierailukehotuksia sai Alitalon

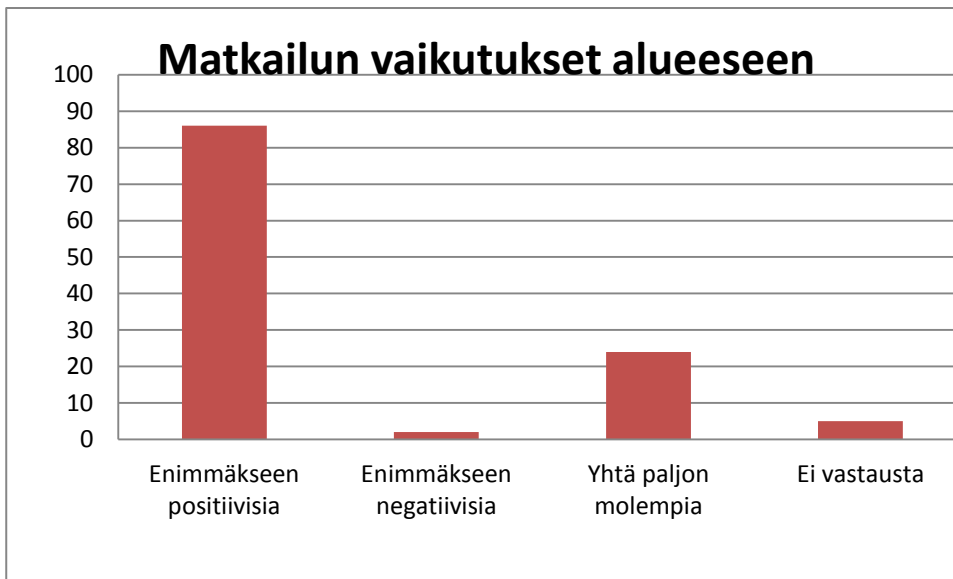
omenaviinitila, joka on tunnettu paikallisten keskuudessa laadukkaista omenapohjaisista tuotteistaan ja maatilamatkailusta.



Kuva 8: Lohjan alueen nähtävyydet tunnettavuuden mukaan

Tutkimuksessa kävi myös ilmi, että tutkitun alueen asukkaat ovat hyvin myönteisiä, kun heiltä kysyttiin mihin suuntaan he toivoisivat matkailun kehittyvän Lohjalla lähitulevaisuudessa. Vastaajista viidennes kertoo osallistuvansa paikallisten järjestöjen toimintaan, järjestöjen tyyppin vaihdeltaessa urheiluseurasta tai oman lapsen koulun toiminnoista paikallisyhteisöön, jonka tehtävänä on korostaa tietyn alueen näkyvyyttä. Suurin yksittäinen ryhmä kyselyyn vastanneista yhteisöllisestä osallistumisesta myönteisesti vastanneista ovat Lohjansaaren kyläyhdistyksen jäsenet, jotka kattavat neljänneksen yhdistystoimintaan osallistuvista vastaajista, eli kuusi vastaajaa 24:stä. Lohjansaaarelaiset ovat muutenkin pyrkineet nostamaan asuinalueensa näkyvyyttä jo vuosikausia, vaikuttaen jo tutkimuksen aineistonkeräysvaiheessa vahvasti aktiivisella osallistumisellaan.

Matkailun vaikutukset todettiin lähes yksimielisesti positiivisiksi vaikuttajiksi alueella. Kuvassa 9 on kuvattu vastauslomakkeen täyttäneiden vastaajien mielipide. Mukaan mahtui ei-vastanneiden lisäksi vain yksi soraääni, joka totesi vastauksessaan kaiken matkailun olevan Lohjalle negatiivinen asia. Tutkimuksen tuloksen positiivisuus yllätti tutkijat, sillä tutkimuksen alkuvaiheessa ennako olettamana oli että negatiivisia vastauksia olisi ollut enemmän. Kysymyksestä ei osannut tai halunnut kertoa mielipidettään 24 vastaajaa. Kysymyksen tulosten pohjalta on turvallista väittää lohjalaisten haluavan matkailun kasvua alueella kuten kuvasta 9 voi havaita.



Kuva 9: Matkailun havaitut vaikutukset alueeseen asukkaiden näkemyksenä

Lohjanjärvi on luontoarvoltaan korvaamaton, mutta sitä hyödynnetään varsin säästeliäästi Lohjan tunnetuksi tekemisessä. Lohjalla yleisesti tunnettuja nähtävyyksiä on vain muutama, koska kaupunki on panostanut vain näiden näkyvyyden lisäämiseen, samalla unohtaen itse kaupungin. Tätä katsantokantaa tukevat myös työmme kyselyvaiheessa kohtaamiemme vastaajien vastaukset ja mielipiteet. Osa vastaajista ilmaisi olevansa tyytymätön Lohjan matkailun nykytilaan sekä toivovansa matkailun kasvavan tulevaisuudessa. Osa vastaajista myös totesi vaikuttamisen mahdollisuuksien olevan mielestään vähäiset tai vaikuttamiseen käytetyt kanavat koettiin mutkikkaita. Vastaajat pitivät myös lähes yksimielisesti tärkeänä junayhteyden saamista Lohjalle työ- ja lomamatkustamisen kannalta.

Kyselyn vastauksissa ehdotettiin esimerkiksi luontopolkujen ja patikkareittien ottamista paremmin huomioon mietittäessä Lohjan ja muutenkin Länsi-Uudenmaan matkailualueen näkyvyyden nostamista ja pake-toimista yhteen yön yli matkailupaketeiksi. Toimintaperiaatteena olisi matkailijan mahdollisuus valita haluamansa vaellusreitti, jonka päätteeksi hän voisi viettää seuraavan yön reitin loppupään läheisyydessä sijaitsevassa majoituksessa. Vastaajat ihmettelivät myös vallitsevaa tilannetta, jossa Lohjan kaupunki myöntää Lohjanjärven tärkeyden matkailukohteena, mutta ei kuitenkaan tarjoa veneilijöille karttaa Lohjanjärvestä.

Vastaajat nostivat esille eri sijainteja Lohjan alueelta, joissa toivoisivat näkevänsä kehitystä matkailun kannalta. Yleinen teema näissä toiveissa oli olemassa olevien luonto-, kulttuuri-, ja yritys-kohteiden suu- rittaisempi hyödyntäminen. Edellä mainittu Lohjanjärvi oli selvä johtaja vastausten määrän perusteella, mutta asuinpaikasta riippumatta vastaajat toivoivat itselleen läheisten viheralueiden suurempaa kunnos- tusta ja käytön lisäämistä. Erikseen mainittuja kehityskohteita olivat esimerkiksi Pähkinäniemen puisto, Lohjanharjun kuntoilureitit, sekä viheralueista poiketen; Lohjan ainutlaatuisen teollisuushistorian suuri- mittaisempi esilletuominen matkailustrategiaa ja suuntausta tulevaisuudessa mietittäessä.

Seuraavassa osioissa käymme läpi tutkimusongelmamme eri osineen, vastaten kaikkiin kohtiin tutkimuksen tulosten perusteella. Kysymys 1 muodostaa kokonaisuuden osien a ja b kanssa.

- 1) Minkä asukkaat näkevät Lohjan matkailupotentiaalina.
 - a. Minkälainen luontomatkailupotentiaali Lohjalla on.
 - b. Miten Lohja pystyy erottautumaan muista matkailukohteista kotimaassa ja ulkomailla.

Lohjalaisten vastaajien mielestä Lohjan matkailumagneettina ja potentiaalisena monimuotomatkailun kohteena toimii pääsääntöisesti Lohjanjärvi, ympäröivä luonto sekä Tytyrin kaivos. Vastauksissa käy ilmi, että lohjalaiset arvostavat erityisesti ympäröivän luonnon monimuotoisuutta ja sen tarjoamia aktiviteetti mahdollisuuksia. Kuten aikaisemmin totesimme luontomatkailun kehittämisessä paikalliset ihmiset ovat avainasemassa ympäristön kehittämisessä. Lohjan alueen sisältäessä monia luontokohteita niiden tasapuolinen yhtäaikaisten kehittäminen on mahdotonta. Vastauksista ilmenee myös se, että lohjalaisille Lohjan harju on tärkeä, pieni osa vastaajista jopa haluaisi pitää sen täysin itsellään eikä päästä ulkopuolisia samoilemaan harjun maastoon. Luontomatkailupotentiaali on Lohjan kaupungille lähes täysin hyödyntämätön tulojen hankkimismuoto. Lohjalla on matkailupotentiaalia, mutta se on hyödynnetty hyvin rajallisesti, yksityiset toimijat ovat luoneet toiminnalleen suopeat olosuhteet, mutta julkinen puoli on unohtanut luonnossa piilevät mahdollisuudet. Osassa vastauksissa kritisoidaan Lohjaa sen aikoinaan saamasta Omena-kaupungin leimasta ja sitä kuinka kaupungista on nykyään erittäin vaivalloista löytää näitä Lohjalle tunnusomaisia omenapuita.

Opinnäytetyön seuraava tutkimusongelman kysymys on, miten Lohja pystyisi erottumaan muista matkailukohteista kotimaassa ja ulkomailla. Tutkimuksessa vastauksia tähän kysymykseen ei muutamaa vastausta enempää aineistosta löytynyt, mutta silmiinpistävää oli se, että Tytyrin kaivosmuseo ja Lohjanjärvi koettiin uniikkeiksi kohteiksi, joilla voitaisiin helposti erottua muusta Suomen matkailusta. Mikä olisikaan parempaa mainosta ulkomaille kuin kaivosmuseo vielä toiminnassa olevassa kaivoksessa kaupungissa, joka sijaitsee aivan suurehkon järven rantaviivalla. Tytyrin kaivos on onnistunut kiinnittämään maailman mielenkiinnon kohteena, joka osallistui kansainvälisesti tunnettuun pop-up-päivään ylläpitämällä pop-down -ravintolaa noin 100m syvyydessä kaivosmuseossa. Luontomatkailu Karnaistenkorvessa ja Karkalinniemiessä, sekä muut luontopolut ja luonnosta nauttimisen mahdollisuudet koettiin matkailua edistävänä asiana. Muutamit vastaajat mainitsivat että Lohjan järvialueella on toiminut kanoottipoolo ja kanootti vaellusreitit, mutta Lohjan matkailusihteerin mukaan tämän tyyppinen toiminta on hiipumassa Lohjanjärven ympäristössä, juuri vähäisen käyttäjämäärän takia.

- 2) Moniko näistä asioista on kehittämisen arvoinen ja/tai pitkäaikainen kaupallisesti kannattava kohde.

Toinen tutkimuksen kohde opinnäytetyössä oli selvittää, kuinka moni matkailukohde olisi kehittämisen arvoinen ja /tai pitkäaikainen kaupallisesti kannattava kohde. Opinnäytetyössä tuli selvästi ilmi se, että Lohjan kolmen näkyvimmän kohteen (Tytyrin kaivos ja Pyhän Laurin kirkko sekä Kisakallion urheiluopisto) kestävä kehitys on erittäin tärkeää kaupungille, mutta muiden kohteiden kehittäminen on enemmässä

määrin yrittäjien ja yhteisöjen itsensä vastuulla, koska kaupungilla ei ole resursseja kaikenlaisen matkailutoiminnan organisointiin ja kannattavaan toimintaan. Lohjanjärven kaupallinen hyödyntäminen on alueella tällä hetkellä vähäistä, mutta ei täysin olematonta. Lohjanjärveä tai järvinäkymää voisi hyödyntää monipuolisen järvimatkailun kehittämisessä. Järven ympärille voitaisiin rakentaa yritysten yhteistoimintaverkosto, joka mahdollistaisi yrittäjien tiiviimmän yhteistyön ja matkailijoille kattavamman elämysten tarjoamisen. Yksi Lohjalta uupuva kaupungin kehityksen kannalta tärkeä kohde on konferenssihotelli, mielellään järvinäköalalla ellei järven välittömässä läheisyydessä, joka olisi kooltaan tarpeeksi suuri majoittamaan bussillisen ihmisiä ja tarjoten kullekin oman huoneen yöksi. Tällä hetkellä Lohjan varsinaiset hotellitilat eivät riitä kunnolla konferenssien järjestämiseen. Hotellilta tai rannasta voitaisiin järjestää erilaisia kiertoajeluita esimerkiksi Karkalin niemeen ja Torholan luolille, jonka jälkeen matkailijoilla olisi mahdollisuus käydä kylpylähotelli Päiväkummussa virkistäytymässä.

3) Miten olemassa olevien kohteiden näkyvyyttä voidaan lisätä.

Vastauksista käy ilmi se, että olemassa olevien kohteiden näkyvyyttä voitaisiin lisätä oikein kohdennetulla markkinoinnilla, sekä yhtenäisemmän näkyvyyden kehittämisellä, niin että Lohjaa ei mainosteta vain muuttaman kohteen kaupunkina vaan monien mahdollisuuksien alueena, jossa aktiviteetteja löytyy niin mökkeilystä, golfin peluusta kuin ratsastuksesta aivan tavalliseen luonnossa liikkumiseen. Tutkimuksen aikana huomasimme, että Lohjan alueella toimivat matkailukohteet näkyvät paremmin sosiaalisessa mediassa kuin kolme suurinta matkailijointa alueelle tuovaa kohdetta. Tämä on luonnollisesti selitettävissä sillä, että pienempien yksityisten matkailutoimijoiden on markkinoitava itseään aggressiivisemmin auttaakseen ihmisiä löytämään myös heidän palvelunsa. Matkailusihteeri Ermalan (2012) mukaan Lohjan näkyvyyttä ollaan kehittämässä koko ajan, mutta vuonna 2013 valmistuva koko Länsi-Uudenmaan matkailustrategia on huomattavasti tärkeämpi, koska Lohjan alueen laajentuessa myös sen alueellinen matkailutarjonta tulee oleellisesti laajenemaan. Matkailusihteerin mukaan myös Lohjan alueen matkailuun myönnetyt määrärahat ovat olleet mainontaa ja erityisesti näkyvyyttä rajoittava tekijä.

4) Miksi Lohjalla ei ole enempää matkailijoita.

Lohjan alueen matkailijoiden määrä on hyvin riippuvainen vuodenaajoista. Kesäisin Lohjalla on paljon matkailijoita, joista suurin osa on Lohjanjärven tai muiden lähivesistöjen mökkeilijöitä. Vastauksissa käy ilmi että Lohjan caravan alue on erittäin suosittu matkailijoiden keskuudessa ja tällä onkin ollut Lohjan alueen matkailuun piristävä vaikutus, mutta Haikarin Caravan alue suljettiin vuonna 2012. Muuten Lohjan matkailu on hyvin satunnaista, koska Lohja on ennemmin mielletty teollisuuskaupungiksi, joka on Helsingistä katsottuna puolessa välissä oli matkan kohteena sitten Turun saaristo tai hanko. Myös Lohjan vähäinen majoituspaikkojen määrä keskustassa tai keskustan läheisyydessä vaikuttaa matkustamisen mielekkyyteen. Vastaajien mielestä myös laajamittaisempi kesämökkien vuokraus palvelu olisi tervetullut lisä Lohjan matkailun palvelun tarjontaan ja lisäisi samalla myös ulkopaikkakuntalaisten kiinnostusta Lohjan alueeseen, koska he voisivat vuokrata mökin ja tutustua alueeseen yhdestä pisteestä käsin.

5) Toivotut ja ei toivotut muutokset kunnan alueella kyselyn tulosten pohjalta.

Opinnäytetyön tutkimuksen tulosten pohjalta Lohjan kunnan alueella toivottuja ja ei toivottuja muutoksia oli muutamia kumpaistakin. Seuraavaan osioon on purettu joitakin tutkimuksessa esiin tulleista toiveista ja peloista Lohjan tulevaisuuteen liittyen. Vanhemmalla vastaaja ikäpolvella positiivisissa toiveissa eniten toivottiin parempia julkisenliikenteen yhteyksiä, -kulkumuotoja ja julkisten palveluiden pitempiä palveluaikoja sekä palvelualoilla työskenteleville ihmisille huomattavasti parempaa kielitaitoa. Toisissa vastauksissa korostettiin Lohjan urheilulajien kehittämistä, enemmän ison kokoluokan kesätapahtumia ja junayhteyttä pääkaupunkiseudulle. Moni vastaaja toivoi että Lohja olisi tulevaisuudessa kansainvälisempi paikka, jossa nouseva kansainvälistyminen olisi otettu huomioon. Moni vastaaja toivoi myös kaupungin julkisivun kehitykseen enemmän persoonallisempaa otetta, jottei kaupunki hukkuisi harmaisiin betonirakennuksiin. Vastauksissa eniten toivottiin Lohjanjärven kaunista hyödyntämistä ja ennen kaikkea Lohjan alueella olevien vesistöjen laajamittaisempaa hyödyntämistä unohtamatta vesistöistä huolehtimista. Vanhemmat vastaajat toivoivat keskustan läheisyyteen lisää vuokra-asuntoja sekä enemmän puisto-alueita. Moni iäkäämpi vastaaja toivoi terveyskeskuspalveluiden laajentuvan myös hieman keskustasta kauempana sijaitseviinkin taajamiin.

Nuorten vastaajien toivottuja muutoksia oli vanhempien vastaajien tapaan paremmat julkisen liikenteen yhteydet, juna yhteys Helsinkiin ja vuokra asuntojen lisääminen sekä kaupungin keskustan muuttaminen viihtyisämmäksi. Nuorten vastauksissa korostui erityisesti se, että he kaipaivat Lohjalle enemmän kauppoja tai yhtä isoa ostoskeskusta, joka tekisi kauppojen tarjonnasta laajemman ja lisäisi samalla pienten kauppojen määrää. Nuorten toiveita oli myös keskustan teiden ja koko keskustan ilmeen modernisointi sekä työpaikkojen mahdollinen luominen ja turvaaminen. Kahvilat ja niiden pidempiä aukioloaikoja toivottiin sekä parempia live-musiikin esityspaikkoja sekä isompia festivaali-tyyppisiä tapahtumia toivottiin myös alueelle. Vastauksista kävi myös ilmi, että vastaajat halusivat myös isojen kauppaketjujen määräävän markkina-aseman raukeamista Lohjan keskustassa. Vastaajien mielestä myös nuorille asukkaille voisi suunnata enemmän kulttuurillisia tapahtumia ja jakaa niistä näkyvämmän tietoa.

On helppo nähdä suurimman osan toiveista olevan luonteeltaan sellaisia, jotka toteutuessaan elävöittäisivät kaupunkia, todennäköisesti pitemmällä aikavälillä lisääisivät kaupungin asukaslukua asumisen laadun parantuessa. Keskeisinä teemoin toiveista erottuvat toiveet kulttuurillisen annin lisäämisestä Lohjalla, sekä halu pitää kaupunki ja sen ympäristö kauniin ja houkuttelevan näköisinä. Ei toivottuja asioita oli vastaajien ikäjakaumaan katsomatta nousut rikollisuus, rakennusten persoonattomuus ja korkeat vuokrat ja vähäiset vuokra-asunnot sekä palveluiden laadullinen heikkeneminen ja pahimmassa tapauksessa työpaikkojen järjestelmällinen katoaminen. Vastauksissa negatiivisina asioina pidettiin myös julkisten rantojen katoamista, Lohjan harjun täydellinen tuhoutuminen, terveyspalveluiden ja julkisen liikenteen huononeminen sekä elintarvikkeiden nousevat hinnat. Keskustaan ei toivottu rakennettavan isoja pilvenpiirtäjiä tai vastaavasti kultakaivosta kaupungin lähetyville. Myös Lohjanjärven tilan huononeminen ja vesistöjen pilaantuminen sekä rantojen ylikansoittuminen nousivat vastauksissa suureksi huolenaiheeksi. Tulevaisuudessa pelättiin myös isojen kauppaketjujen lähes duopolisen vallan vaikuttavan tarjonnan yksipuolistumi-

seen, kaupungin hintatason nousuun sekä muihin toimiin joihin tällaiset asiat voivat luoda heijastevaikutuksen ja vaikuttaa kaikkeen vähintäänkin välillisesti.

6 Johtopäätökset

Tutkittuamme aineistoamme sekä toteuttamalla luovaa kenttätutkimusta olemme huomanneet, että ensinnäkin tutkimuksemme potentiaalisempi ajankohta olisi voinut sijoittua kesäkuukausiin jolloin myös kesäasukkaita olisi saatu osallistumaan tutkimukseen. Ihmisten viettäessä kesälomiaan olisi myös tutkimuksen ikäjakauma saattanut olla tasaisempi ja vastausmäärät suurempia. Tutkimuksen edetessä alkoi heti alkuun näkyä huomionarvoinen ja huolestuttava asia liittyen Lohjan matkailumahdollisuuksiin: edes asukkaat eivät useissa tapauksissa tienneet suuresta osasta Lohjan matkailukohteista. Useimmiten vastauksissa tulivat vastaan matkailukohteina Tytyrin kaivos, Pyhän Laurin kirkko; tosin vain suullisissa vastauksissa sillä jostain syystä kyseistä kohdetta ei ollut mainittu kysymyslomakkeessa, sekä joissakin vastauksissa mainittiin myös Mustion linna. Nämä kohteet ovat tosin olleet jo pitkään alueen matkailun vetonauloja, joiden markkinointiin on keskitytty muuta ympäröivää aluetta paremmin. On tosin otettava huomioon, että Lohjan alueella on varsin hyvä tarjonta ulkoliikuntakohteista, mutta tällä hetkellä niitä voidaan hyödyntää vain tiettyinä ajanjaksoina ja tietyissä kapeahkoissa asiakassegmenteissä.

Tutkimuksen tavoite oli selvittää Lohjan alueen mahdollisia matkailuyrityksiä sekä potentiaalisia yritysideoita erilaisiin sijainteihin, jossa kysely toi esille paikallisten näkökannat sekä mielipiteet julki. Lohjan tulevaisuuden yrityksiä ideoidaan nyt. Jos Lohjan asukkaat tuntuvat tietävän hyvin valikoivasti minkälaisia matkailumahdollisuuksia heidän kotikuntansa omaa, miten ulkopuoliset turistit voisivat tietää kohteista enemmän. Kyselystä kävi ilmi että, asukkaat kaipaivat Lohjalle elämän perusedellytyksiä eli toimivia palveluita. Kestävä kehitys on nykyajan muoti-ilmiö, joten miksi matkailua ei voisi rakentaa kestäväälle pohjalle. Tällöin mahdollisesti tulevatkin jälkipolvet voisivat nauttia samoista nähtävyyksistä, palveluista ja ympäristöstä kuin me. Asukkaiden mielestä Lohjan kaupungin keskustan julkisen infrastruktuurin voisi toteuttaa huomattavasti viihtyisämmin, jolloin asukkaiden sekä turistien olisi viihtyisämpää olla Lohjalla. Luonnollisesti kaikki parannukset ja alueen kehittäminen yleensä vaatisivat pääomaa, jolla toteuttaa hankkeet. Tutkimuksen aikana havaittiin, että keskustasta puuttuu konferenssihotelli, ihmisten kaipaamia pieniä erikoisliikkeitä, jotka olisivat mieluummin yhdessä ostoskeskuksessa, joka sijaitisi lähellä keskustaa ja jossa nuoret ja vanhat ihmiset voisivat viettää aikaansa esimerkiksi kahvikupposen äärellä.

Tutkimuksessa ilmeni myös se että, aivan kaikki kehitys ei ole asukkaiden mieleen. Siinä missä toinen pitää isoista ostoskeskuksista ja halvemmista vuokrakerrostaloista järvinäkymällä, toinen pitää enemmän pieniä putiikeista ja omakotitalolähiöistä. Kuten kyselyn vastauksista kävi ilmi on Lohjanjärvi ja sitä ympäröivät yhtenäiset vesistöt sekä ainutlaatuinen luonto asukkaille tärkeitä vapaa-ajan vietto paikkoja. Vesistöjen rannoilla olevat mökit mahdollistavat rentoutumisen lähellä luontoa, Ollen silti lähellä hyviä kulkuyhteyksiä ja palveluita. Matkailu Lohjalla on nykyään muutaman vahvan nähtävyyden

varassa, mutta mahdollisuudet ovat lähes rajattomat, jos alueen matkailuyrittäjät haluaisivat voimistaa yhteistyötään ja luoda Lohjan alueen matkailupalveluklusterin.

Porlan alueen tulevaisuus herätti vastaajissa tunteita, tosin osalle ainoastaan hämmennystä koska he eivät välttämättä tiedäneet edes asian olevan taas käsittelyssä. Osa vastaajista totesi vain lakonisesti ettei tämänkertainenkaan pyrkimys ottaa alue hyötykäyttöön onnistuisi. Huonoille toteutumisodotuksille on syytä, sillä alueen käytöstä on keskusteltu jo 1970-luvulta lähtien. Kyselyssä alueen tulevaisuudelle esitettiin kolme vaihtoehtoa: alueen muuttaminen puistoksi, pienimuotoisen matkailutoiminnan järjestämistä alueella sekä mahdollisesti ravintolatoimintaa, sekä järvikeskuksen rakennuttaminen alueelle, joka palvelisi sekä tutkijoita että yleisöä. Kaikki vaihtoehdot saivat ääniä puolelleen, mutta suosituimmaksi vaihtoehdoksi nousi järvikeskuksen rakentaminen Porlan alueelle, sillä Järvikeskus toisi alueelle työpaikkoja.

Kyselyä täytettäessään sekä sen aikaisen ja jälkeisen keskustelun aikana moni mainitsi pitävänsä Lohjan matkailumarkkinointikoneistoa näkymättömänä sekä kaupunkilaisille, että varsinkin kaupungin ulkopuolisille koti- ja ulkomaan matkailijoille. Yleistäen voi sanoa kaupungin keskittyvän matkailumarkkinoinnissaan vain muutamaankin kohteeseen, jotka ovat jo sinällään näkyviä kohteita. Kyselyn tulosten perusteella voidaan siis väittää kaupungin harjoittaman matkailumarkkinoinnin olevan Lohjan asukkaiden mielestä vähimmillään väärin suunnattua ellei jopa olematonta.

Kaiken kaikkiaan Lohjan kaupunki tulee kasvamaan niin maantieteellisesti kuin väestöpohjalta voimakkaasti lähitulevaisuudessa, tämän takia on aivan ymmärrettävää, että matkailun valjastaminen laajamittaisempaan liiketoimintaa vie aikaa ja resursseja sekä yleensä myös henkilön, joka on kykenevä toteuttamaan muutoksia alueella ja luomaan yhtenäisen matkailuklusterin Lohjalle ja koko Länsi-Uudellemaalle. Matkailun hyödyntämättömän potentiaalın valjastus tuottavaksi liiketoiminnaksi tai kulttuurikohteiden suojelemiseksi ei ole vain Lohjan kaupungin asia, koska kaupunki tarvitsee rinnalleen yksityisiä yrittäjiä ja suurempia toimijoita jotta matkailupalveluita ja kohteita voitaisiin pitää kustannustehokkaasti, laadukkaasti ja alueen historiaa kunnioittaen kannattavina kohteina, joihin olisi mahdollista rakentaa tuottavaa liiketoimintaa.

6.1 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Matkailun kehittäminen ei ole tärkeää pelkästään Lohjan alueelle, vaan koko Länsi-Uudellemaalle. Vaikka Novago oy työstää parhaillaan Länsi-Uudenmaan matkailustrategiaa olisi mielestämme matkailun kannalta esimerkiksi toimeksiantona Laurea-ammattikorkeakoululle erilaisia pienempiä tutkimuksia, kuten esimerkiksi Lohjan alueen yksityisten mökkiläisten halukkuuden tiedusteleminen mahdollisesta keskitetystä vuokraustoiminnasta ja mahdollisteta mökkiringistä, jolloin Lohjalle matkaava turisti voisi varata mökin Lohjanjärven-rannalta yhdestä keskitetystä numerosta. Mielestämme selvittämisen arvoinen asia olisi myös se, että olisiko Lohjalle kannattavaa rakentaa hieman nykyisiä suurempi hotelli noin 70 -100 asiakkaalle, jossa olisi myös mahdollista järjestää 100- 200 osallistujan konferensseja. Laurea-ammattikorkeakoululle

näemme erinomaisena lopputyöaiheena sen, että miten Lohjan matkailu voi korostaa omaa houkuttelevuuttaan nuorison silmissä ja miten Lohja saataisiin paremmin nuorten tietoisuuteen sekä miten nämä tulevaisuuden potentiaaliset asukkaat oppisivat tuntemaan Lohjan paremmin jo varhaisessa iässä. Yhtenä tärkeimpänä jatkotutkimusaiheena pidämme Lohjan matkailun viestinnän laajamittaista mahdollisuuksien analysointia ja markkinoinnin tehostamista.

Yhtenä tärkeimmistä tutkimuskohteista on tutkimuksen aikana noussut esille on yhteistyön lisääminen paikallisten toimijoiden kesken, mikä on myös yksi Comcot-hankkeen pääasiallisista tarkoituksista. Tämä tarkoittaa sekä paikallisten matkailutoimijoiden keskinäistä yhteistyötä sekä matkailutoimijoiden että paikallisten palvelualan toimijoiden välistä yhteistyötä. Projektin tarkoituksena kuitenkin oli saada yritykset ja yhteiskunta toimimaan yhdessä alueen kilpailukykyyn kasvattamiseksi. Matkailutoimijoiden ja muiden paikallisten yritysten toimiessa yhteistyössä ja ajaessa yhtenäisenä rintamana eteenpäin Lohjaa matkailukaupunkina muulle Suomelle tuloksia tulee syntymään. Ainoana esteenä asialle on aloittamisen vaikeus. Osa yrityksistä on jo nyt eri asteisissa yhteistyöprojekteissa keskenään, esimerkiksi Lohjansaaren yhteisö yrittää toistuvasti korostaa omaa näkyvyyttään matkailukohteena. Yhteistyön aikaansaaminen laajemmin Lohjan alueella on hidasta ja osallistujamääristä johtuen vaivalloista ja voisi näin ollen hyötyä ulkopuolisista tutkimuksista, joko yksittäisiin projekteihin liittyen tai vaihtoehtoisesti johonkin tiettyyn asiaan, kuten yritysten väliseen kaikille osallistujille sopivan kommunikointikanavan kehittämiseen yhteistyön helpottamiseksi.

6.2 Oman oppimisen arviointi

Omina oppimistavoiteinamme tässä työssä olemme pitäneet yleistä tietoperustan kasvua liittyen matkailuun, tutkimustyöhön ja sen käytäntöihin, mahdollisia yritysmahtoisuuksien havainnointia sekä verkostoitumista henkilöihin, yrityksiin sekä yhteisöihin kotimaassa ja ulkomailla. Mielestämme olemme tässä onnistuneetkin. Luonnollisesti meillä molemmilla esiintyy vaihtelua sen mukaan mihin olemme enemmän työnjaon seurauksena keskittyneet.

Matkailun mahdollisuuksista ja siihen liittyvästä tutkimustyöstä olemme saaneet hyvät perustiedot, ja olemme päässeet hyödyntämään aikaisemmin opiskeluaikana käsiteltyjä asioita ja tekniikoita. Itse tutkimuksen tekemisestä olemme omaksuneet huomattavan määrän uutta tietoa, joskus myös kantapäähän kautta. Väitämme olevamme huomattavasti valmiimpia seuraavan tutkimuskohteen aloittamista ajatellen, mikä ikinä tutkimuksen kohteeksi tuleekaan. Olemme havainneet myös tutkimustyön lisäävän huomattavissa määrin yritysideoiden kehittelyä, varsinkin kun kyseessä on tutkimus jonka tavoitteena on potentiaalia omaavien yritysideoiden kartoittaminen ja näin ollen lisätä yritystoimintaa kohdealueella pitkällä aikavälillä. Verkostoituminen ajoittui tässä tutkimuksessa lähinnä sen aktiivista tutkimusta sisältäneeseen alkuvaiheeseen, tosin saimme kuvainnollisesti ilmaistuna jalan oven väliin useammassa eri kohteessa.

Lähteet

Kirjallisuus

- Ahonen, S. & Massa, I. 2006. Arkielämän ympäristöpolitiikkaa. Helsinki: Gaudeamus.
- Grönroos, C. & Järvinen, R. 2001. Palvelut ja asiakassuhteet markkinoinnin polttopisteessä. Vantaa: Tummavuoren kirjapaino Oy.
- Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto osa 1. Jyväskylä: Gummerus.
- Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Koivula, E. & Saastamoinen, O. 2005. Näkökulmia luontomatkailuun ja sen tulevaisuuteen. Joensuu: Joensuun yliopistopaino.
- Komppula, R. Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Lassila, H. 2004. Maaseutumatkailun tarkastelua. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu.
- Singh, L. 2008. Fundamental of Tourism and Travel. Delhi: ISHA Books.
- Länsi-Uudenmaan vesi ja ympäristö ry, julkaisu nro 204/2010. Lohjan Painotuote Oy.
- Saarinen, J. 2006. Traditions of sustainability in tourism studies: University of Oulu.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. 2007. Consumer behaviour in tourism, second edition. Hollanti: Elsevier.
- Tuohimaa, H. Haapola, L. Kauppi, P. Kettunen, J. Kivelä, S. Laitinen, J. & Meristö, T. 2011. Tulevaisuuden kestävä yhdyskunta- reitti ja umpikujat loppuraportti. Turku: Corporate Foresight Group CoFi / Laurea AMK.
- Tuulaniemi, J. 2001. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa .Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Vilkka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Vuokko, P. 1997. Avaimena asiakaslähtöisyys. Helsinki: Oy Edita Ab.

Internet

- Asukas tietää. 2010. Viitattu 03.12.2012. <http://www.ara.fi/download.asp?contentid=25138&lan=fi/>
- A Short History of the Green Movement. 2010. Viitattu 23.10.2012. <http://suite101.com/article/the-thinking-behind-the-green-movement-a-point-form-primer-a298292/>
- Ciderberd. 2012. Viitattu 23.11.2012. http://www.ciderberg.fi/alitalo/a_index.html/
- Feissaa Greenpeacelle. 2012. Viitattu 23.09.2012. <http://www.greenpeace.org/finland/fi/greenpeace/duunit/Feissari/>
- Finlex. 2012. Luonnonsuojelulaki 20.12.1996. Viitattu 06.05.2012. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1996/19961096/>
- Greenbox.2012. Viitattu 12.03.2012. <http://www.ecotourismireland.ie/>
- Harrill, R. 2004. Viitattu 23.10.2012. <http://jpl.sagepub.com/content/18/3/251.full.pdf+html/>

International Business Times. 2012. Viitattu 30.10.2012. <http://tv.ibtimes.com/worlds-first-pop-down-restaurant-called-muru-pops-down-tytyri-opens-finnish-mine-6217/>

Irlannin väestönlaskenta. 2011. Viitattu 06.05.2012.

<http://www.cso.ie/en/media/csoie/census/documents/census2011vol1andprofile1/Census%202011%20-%20Population%20Classified%20by%20Area.pdf>

Kaljaasi lauttaravintola. 2012. Viitattu 23.10.2012. <http://www.kaljaasi.com/index.html/>

Lapin yliopisto 2012. Viitattu 23.10.2012.

http://www.amk.fi/material/attachments/vanhaamk/etuotanto/5hNo26ZlD/kestava_luontomatkailu.doc

Luontoon.2012. Viitattu 23.11.2012.

<http://www.luontoon.fi/retkikohteet/muutsuojelualueet/karkali/luontojanahtavyudet/Sivut/Default.aspx/>

Maailmantalous. 2012. Matkailu, talous ja ympäristö. Viitattu 23.11.2012.

<http://www.maailmantalous.net/?q=fi/node/315/>

Metsähallitus. 2012. Kestäväkehitys. Viitattu 05.06.2012.

<http://www.metsa.fi/sivustot/metsa/fi/Hankkeet/Rakennerahastohankkeet/elimyssaloltavienansalolle/kestavakehitys/Sivut/Kestavakehitys.aspx/>

MTV3. 2012. Viitattu 23.10.2012. <http://www.mtv3.fi/matkailu/kotimaa/artikkeli.shtml/1564880/hauska-lista-nama-asiat-suomessa-kiinnostavat-turisteja/>

Mustion linna. 2012. Viitattu 23.11.2012. <http://www.mustionlinna.fi/fi/tervetuloa/>

Opetus- ja Kulttuuriministeriö. 2012. Viitattu 16.10.2012.

http://www.minedu.fi/OPM/Puheet/2012/04/Tales_from_the_North_2012_-kongressi.html?lang=sv/

Political Reform Values of the Green Party.2003. Viitattu 09.10.2012.http://www.world-prosperity.org/green_values.htm/

Suomen matkatoimistoalan liitto. 2012. Viitattu 23.10.2012.<http://www.smal.fi/index.php?444/>

Suomen ulkoasiainministeriö. 2012. Kestävä kehitys Suomen ulkopoliitikassa. Viitattu 28.09.2012.

<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=32099&contentlan=1&culture=fi-FI/>

Suomen ympäristöministeriö. 2012a. Viitattu 01.10.2012 <http://www.ymparisto.fi/kestavakehitys/>

Suomen ympäristöministeriö. 2012b. Viitattu 06.04.2012.

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=89&lan=fi/>

Suomen ympäristöministeriö. 2012c. Viitattu 03.10.2012.

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=22119&lan=FI/>

UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). 2012. What is the Global GeoparksNetwork. Viitattu 06.05.2012. <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/geoparks/some-questions-about-geoparks/what-is-a-global-geopark/>

Tekes. 2012. Kestävä yhdyskunta ohjelma 2007-2012. Viitattu 08.09.2012.

<http://www.pkamk.fi/lahiverkko/ajankohtaista/materiaali/loppuseminaari/Kest%C3%A4v%C3%A4%20yhdyskunta-ohjelma,%20Mikkonen%20Virpi.pdf>

Terminologian erikoislehti. 2012. Viitattu

16.10.2012.<http://www.terminfo.fi/index.php?mid=2&pid=32&aid=2142/>

Think Green. 2012. Viitattu 23.09.2012. <http://www.go-green.ae/thinkgreen.php/>

Tourism and Sustainability. 2012. viitattu 23.09.2012.
http://ism.epage.ir/images/tourism/product/tourism_and_sustainability.pdf

Tytyrin kaivos. 2012. Viitattu 23.11.2012.
<http://palvelut.lohja.fi/tytyrinkaivos/default.asp?sivu=1&alasivu=1&kieli=246/>

Muut lähteet

Ermala, M. 2012. Matkailusihteerin haastattelu 13.11.2012. Lohjan kaupunki. Lohja.

Napier University of Edinburgh. 2012. Comcot-esitys 08.02.2012. Lohja

Laurea. 2011. Laurean opinnäytetyöohje. Tulostettu 18.02.2012. https://intra.laurea.fi/intra/fi/02_opiskelu/02_opiskelu_osa2/01_opinnot/05_opinnaytetyo/01_ont_ohjeet/Opinnaeytetyoeohje_aseteltu_240511.pdf/

Laurea. 2012. Lohjan Laurean opinnäytetyön käytänteet. Tulostettu 18.02.2012.
<https://optima.discendum.com/learning/id74/bin/user?rand=9011>

Kuvat

Kuva 1: Käsiteltävät pääasiat.....	10
Kuva 2: Vihreän turistin jakautuminen alakategorioihin	19
Kuva 3: Turismia luonnonympäristöissä (Napier University of Edinburgh. Comcot-esitys 8.2.2012.).....	21
Kuva 4: Kestävä yhdyskunta ohjelma 2007-2012 (Tekes 2012).	28
Kuva 5: Greenbox (Mukailen Napier University of Edinburgh. Comcot-esitys 8.2.1012.) ...	36
Kuva 6: Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma	42
Kuva 7: Vastausten sukupuolijakauma	44
Kuva 8: Lohjan alueen nähtävyydet tunnettavuuden mukaan	45
Kuva 9: Matkailun havaitut vaikutukset alueeseen asukkaiden näkemyksenä	46

Liitteet

A.Matilainen sähköposti. 14.03.2012. Liite 1

A.Matilainen sähköposti. 14.03.2012. Liite 2

Tutkimuksen kyselylomake. 03.02.2012. Liite 3

Anne Matilainen

COMCOT

- Yhteisölähtöinen kehittäminen luontomatkailualueiden kilpailukyyn edistäjänä

Uusi näkökulma luontomatkailun kehittämiseen – miksi?

Matkailulla on nähty olevan merkittävää potentiaalia maaseudun liiketoimintamuotona → paljon rahaa käytetty alan kehittämiseen sekä Suomessa että Virossa. Tulokset eivät kuitenkaan aina ole olleet onnistuneita. Tästä syystä *yhteisön tuki alueensa luontomatkailulle on tärkeää, mikäli tavoitteena on luoda matkailullisesti miellyttäviä maisemia ja ympäristöjä*. Perinteisesti matkailun kehittäminen on kuitenkin hyvin sektorikeskeistä ja suunnattu ainoastaan matkailuyrittäjille.

Erityisesti maaseudulla toiminnan *sosiaalinen hyväksyttävyyys on yrityksille keskeinen toimintaedellytys*. Pieni yritys tarvitsee usein jo tuotteidensa toteuttamisessa tukea alueen muilta yrittäjiltä ja yhteisöltä, esimerkiksi tilapäistyövoiman ja alihankinnan kautta. Lisäksi mikäli alueen matkailun kehittämisen suunta on aidosti yhteisesti päätetty ja hyväksytty, alueen asukkaat tuntevat toiminnan enemmän ”omakseen, mikä antaa hyvät lähtökohdat kehittämisen pitkäjänteisyydelle.

Paikalliset ihmiset ovatkin luontomatkailun kehittämisen keskiössä. Heillä ei kuitenkaan aina ole viimeisintä tietoa matkailijoiden tarpeista, esimerkiksi tuotteiden laadun tai tuotesuunnittelun suhteen. Aina ei myöskään ole tarpeeksi käsitystä asiakaspotentiaalista tai oman alueen todellisista matkailumahdollisuuksista. Ulkopuolelta tulevat ideat ja asiantuntemus voivat toimia apuna alueen matkailutoiminnan suuntaamisessa, vaikka päätösvalta pysyykin paikallisilla ihmisillä.

Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti sekä Viron maatalousyliopisto Eesti Maaülikool ovat käynnistäneet vuonna 2010 yhteisvoimin EU-rahoitteisen hankkeen, jossa kehitetään yhteisölähtöistä toimintatapaa matkailun kilpailukyyn parantamiseksi. Kolmivuotisessa hankkeessa hyödynnetään kestävän matkailun kehittämismallia, jossa matkailun kilpailukyky vahvistetaan perinteisten keinojen ohella myös tukemalla matkailumyönteisen asenneilmapiirin muodostumista, tarjoamalla yhteisöille mahdollisuus vaikuttaa matkailun kehittämissuuntiin ja kannustamalla matkailuyrittäjiä verkostoitumaan paikallisesti ja globaalisti yhteisöjen kanssa. Hankkeen avulla pyritään paikkaamaan perinteisen sektorikeskeisen toimintatavan heikkouksia.

Yhteenvedo: mikä COMCOT-hankkeessa on erilaista:

Osallistaa myös yhteisöt mukaan kehittämiseen

- Sosiaalinen kestävyys/hyväksyntä on elintärkeää maaseudun pienyritysten toiminnalle.
- Kun päätökset toiminnan suuntaamisesta ovat oikeasti alueilla tehtyjä, toiminnan kestävyys ja pitkäjänteisyys paranee.

Hankkeen tarkoituksena on *edistää kestäväää matkailua yhteisölähtöisesti*, sekä *kehittää paikallisten avainhenkilöiden osaamista ja verkostoja kehittämistyön jatkuvuuden takaamiseksi*. Lisäksi keskeisenä tavoitteena on *luoda innovatiivinen kehittämistyökalu* suomalaisten ja

virolaisten toimijoiden käyttöön sekä tuottaa objektiivista tietoa 5 pilottialueen matkailupotentiaalista päätöksen teon tueksi alueellisella ja yritystasolla.

Pilottialueilla ruohonjuuritason kehittämistä – kehittämistyökalu laajempaan käyttöön!

Hankkeen toimenpiteet voidaan jakaa kolmeen eri kokonaisuuteen:

- 1) matkailupotentiaalin arvioiminen, kehittäminen ja toimintavaihtoehtojen visualisointi pilottialueilla,
- 2) avainhenkilöiden osaamisen ja verkostojen parantaminen kehittämistyön jatkuvuuden takaamiseksi
- 3) kehittämistyökalun luominen laajempaan käyttöön sekä tuloksien levittäminen.

Hankkeen ajatuksena on hyödyntää kestävän matkailun kehittämismallia, jonka keskeisenä ideana on kannustaa alueen toimijoita ”ottamaan toiminta omakseen” ja näin aidosti motivoitua sen ylläpitämisestä myös jatkossa. Hankkeessa arvioidaan objektiivisesti pilottikyläiden tai muiden alueiden matkailullista potentiaalia, valitaan yhteisölläisesti haluttu kehittämissuunta ja sitoutetaan alueen toimijat suunnittelemaan sekä luodaan askel askeleelta työkalut kehittämissuunnitelman mukaiseen tavoitteeseen pääsemiseksi.

Konkreettisuutta kehittämissuuntien valintaan ja eri vaihtoehtojen visualisointiin tuodaan mukaan 3D –mallin avulla. Toisin sanoen, hankkeessa testataan myös uutta visualisointivälinettä, tietokonepohjaista 3D-maisemamallinnusta. Sen avulla kohderyhmät, kuten paikalliset asukkaat, päättäjät ja investointien rahoittajat voivat muodostaa konkreettisen kuvan alueen matkailun kehittämisen vaihtoehtoista. 3D-mallinnuksessa kehitettävästä alueesta luodaan tarkka virtuaalinen malli, jossa liikkumista voidaan seurata suurelta valkokankaalta kuin helikopterista käsin. Ehdotetut muutokset ympäristössä näkyvät valkokankaalla tulevaisuuden maisemana, jonka toteutumiseen katsoja voi ottaa kantaa virtuaalikerroksen synnyttämien vaikutelmien avustamana. 3D-mallinnuksen odotetaan tarjoavan mahdollisuuden monenlaisen yhdyskuntien kehittämishankkeiden visualisointiin tulevaisuudessa. Tässä hankkeessa kerätään kokemuksia välineen käytöstä.

Lisäksi hankkeessa pyritään lisäksi lisäämään ”kyläaktiivien” ja muiden pilottialueen keskeisten henkilöiden osaamispääomaa jatkaa kehittämistoimintaa sekä kansainvälistä yhteistyötä Viron vastaavien alueiden kanssa, toiminnan turvaamiseksi sekä kasvattamaan aktiivisten osaavien avainhenkilöiden määrää alueilla. Käytetty kehittämismalli dokumentoidaan työkaluksi, jota on mahdollista hyödyntää myös muilla alueilla.

Pilottialueet

Kaikki COMCOT-pilotit liittyvät vesistöihin pohjautuvaan matkailuun. Pilottialueita ovat

Vörtsjärven alue: alueen matkailun kehittäminen

Setomaa: matkailun kehittäminen ”Seto Külavüü” –reitillä varrella

Maidlan kunta: vanhan kaivosalueen muuttaminen vesiurheilukeskukseksi

Lohja: Järvikeskus Porla ja Lohjan saariston matkailun kehittäminen

Kymenlaakso: Virolahden rannikon ja vanhan kalasataman kehittäminen sekä Kaunissaaren ja Pyhtään kirkonkylän ja jokialueen kehittäminen

Kohteiden matkailupotentiaalia ja kehittämistarpeita arvioi kehittämistyön lähtötiedoiksi skotlantilainen konsulttitoimisto the Market Specialist.

Hankkeen päärahoittaja on EU:n Central Baltic Interreg IV A ohjelma.

Anne Matilainen

COMCOT – hankkeen tavoitteet

Hankkeen tuloksena syntyy mm.

- yhteisölähtöisen matkailukehittäminen testattu ja dokumentoitu työkalu alan toimijoiden käyttöön
- pilottien tuloksena uusia ja parannettuja matkailutuotteita ja toimivia matkailullisia aluekokonaisuuksia, jotka vastaavat asiakaskunnan tarpeita
- alueellisten toimenpiteiden tuloksena osallistuvien toimijoiden ja yritysten laatu- ja osaamistason kasvua ja sitä kautta alueiden avainhenkilöiden määrän kasvua
- objektiivista tietoa päätöksen teon (mm. kansalliset ja alueelliset päättäjät) ja yritysten toiminnan kehittämisen tueksi pilottialueiden matkailupotentiaalista laaja kansainvälinen toimijaverkosto, jolla on edellytykset kehittää toimintaansa edelleen
- kansainvälisiä seminaareja ja tapaamisia herättämään alan keskustelua ja verkostoitumista sekä lukuisia kansallisia ja alueellisia tapaamisia.

Hankkeen koordinaattorina ja Viron selvitysosioista vastaavana partnerina toimii Eesti Maaülikool Virosta. Suomen kansallisena koordinaattorina ja selvitysosioista vastaavana partnerina toimii Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Suomen kehittämisosioista vastaavina partnerina toimivat Sepra ry (Kymenlaakso) sekä Länsi-Uudenmaan Vesi ja Ympäristö ry (LUVY ry) (Uusimaa). Virosta alueellisina partnereina toimivat mm. Võrtsjärve Foundation, Setomaa Valdade Liit ja Maidlan kunta. Lisäksi kumpaankin hankemaahan muodostetaan kansallinen verkosto, jonka avulla hankkeen tuloksia pystytään levittämään laajalti ja hankkeen toimia suuntaamaan tarvittaessa. Hankkeen päärahoittaja on EU:n Central Baltic Interreg IV A ohjelma.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE



CENTRAL BALTIC
INTERREG IV A
PROGRAMME
2007-2013

COMCOT - Yhteisölähtöisen matkailun kehittäminen -kyselykaavake

Tällä kyselykaavakkeella kerätään tietoja matkailun kehittämiseen kohdistuvista odotuksista ja matkailun vaikutuksista COMCOT-nimisessä yhteisölähtöisen matkailun kehittämishankkeessa mukana olevilla pilotialueilla.

Aluksi kysymme suhteestasi asuinalueeseesi.

1. Kuinka kauan olet asunut täällä alueella?

- Koko ikäni
- Alue on synnyinseutuani, jolta muutin (koulutus-/työ-/henkilökohtaisista syistä) ja palasin alueelle _____ vuotta sitten.
- Muutin alueelle _____ vuotta sitten.

2. Mikä täällä alueella asumisessa on mielestäsi parasta?

3. Minkälaisia ongelmia alueella asumiseen liittyy?

4. Kuinka toivoisit tämän alueen muuttuvan?

5. Minkälaisia muutoksia et toivoisi tapahtuvan alueella?

6. Kuinka kuvailisit suhdettasi asuinyhteisösi (voit rastittaa useamman ruudun)?

- Otan osaa yhteisön tapahtumien ja aktiviteettien suunnitteluun ja toteutukseen.
- Otan osaa useimpiin yhteisön tapahtumiin / aktiviteetteihin.
- Otan satunnaisesti osaa yhteisön tapahtumiin / aktiviteetteihin.
- Otan harvoin tai en koskaan osaa yhteisön tapahtumiin / aktiviteetteihin.
- Haluaisin ottaa enemmän osaa yhteisön tapahtumien ja aktiviteettien suunnitteluun ja toteutukseen.

7. Oletko mukana jonkun asuinyhteisösi (kylän) järjestön toiminnassa? Minkä?

Seuraavien kysymysten avulla selvitetään, mikä rooli matkailutoiminnalla on elämässäsi / asuinalueellasi (kesäasukkaat luetaan paikallisiksi asukkaiksi tässä kyselyn osiossa).

8. a. Oletko tai onko joku kotitaloudessasi mukana matkailualan yritystoiminnassa?

- Kyllä Ei

b. Jos et ole mukana matkailun yritystoiminnassa, haluaisitko olla?

- Kyllä Ei

9.a. Jos vastasit kohtaan 8 kyllä, kuinka suuren osan tuloistasi saat matkailuyrittämisestä?

- Vähemmän kuin 25%
 26-50%
 51-75%
 Enemmän kuin 75%

b. Saatko matkailutuloa kausiluonteisesti ympäri vuoden?

c. Työskenteletkö alalla täysipäiväisesti osa-aikaisesti?

10. Toivotko, että tällä alueella/tässä kunnassa matkailuala:

- Kasvaa *Miksi?*
 Supistuu
 Pysyy samana

11. Onko mielestäsi matkailualan vaikutukset alueella:

- Enimmäkseen positiivisia
 Enimmäkseen negatiivisia
 Yhtä paljon positiivisia ja negatiivisia

12. Monet yhdistävät mielikuvaan Skotlannista ainakin golfiin, kiltit, säkkipillin, pikkuleivät, viskin, linnat ja nummimaiseman. Mitä asioita/ominaisuuksia/paikkoja arvelet ulkomaalaisten vastaavasti yhdistävän Suomeen (n. viisi asiaa)?

13. Liittyykö mikään edellä mainitsemistasi asioista/ominaisuuksista/paikoista ainutlaatuisella tavalla omaan alueeseesi? Jos liittyi, mitkä asiat/ominaisuudet/paikat?

14. Mitä suosittelisit alueellesi saapuvalla turistille nähtäväksi/koettavaksi? Rastita niin monta kohtaa kuin heille suosittelisit ja lisää halutessasi omia kohteita. Voit merkitä kohteet oheiseen karttaan.

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Paavolan luontopolku | <input type="checkbox"/> Alitalon omenaviinitila |
| <input type="checkbox"/> Karkalinniemen luontopolku ja Torholan luola | <input type="checkbox"/> Martinpiha |
| <input type="checkbox"/> Sammatti ja Lönnrotin kohteet | <input type="checkbox"/> Lakeside Cafe (Vohloisten kartano) |
| <input type="checkbox"/> Tytyrin kaivosmuseo | <input type="checkbox"/> Karnaisten ulkoilualue |
| <input type="checkbox"/> Kylpylä hotelli Päiväkumpu | <input type="checkbox"/> Pähkinäniemen ulkoilualue |
| <input type="checkbox"/> Kisakallion Urheiluopisto | <input type="checkbox"/> Liessaaren ulkoilualue |
| <input type="checkbox"/> Kaljaasi lauttakahvila | <input type="checkbox"/> Mustion Linna |
| <input type="checkbox"/> Tammiston Arboretum | <input type="checkbox"/> Porla – Aurlahti -alue |
| <input type="checkbox"/> Fruticetum Lohjansaaressa | |

14b. Millainen rooli Porla-Aurlahden alueella tulisi mielestäsi olla alueen matkailussa?

- Alue tulisi säilyttää nykyisellään
- Maisemaa tulisi avata järvelle, alueelle tulisi perustaa pientä matkailutoimintaa esim. kahvila tai kalaravintola
- Alueelle tulisi perustaa järvikeskus, joka tukisi niin vesistöntutkimusta – ja kunnostusta kuin matkailuakin
- En osaa sanoa

15. Pitäisikö mielestäsi jotkut **alueet/kohteet** säilyttää matkailutoiminnan ulkopuolella vain paikallisten asukkaiden käytössä? Jos pitäisi, luettele kohteet tässä.

16. Pitäisikö mielestäsi jotkut tapahtumat/aktiviteetit säilyttää matkailutoiminnan ulkopuolella vain paikallisten asukkaiden käytössä? Jos pitäisi, luettele ne tässä.

Arvioi, minkälainen vaikutus matkailijoilla on **omaan elämänlaatuusi** kesäsesongin aikana.

-5 tarkoittaa negatiivisinta vaikutusta ja 5 positiivisinta vaikutusta. Jos asialla ei ole mitään vaikutusta elämänlaatuusi, merkitse 0.

	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
<i>Esimerkki</i>	-5	-4	-3	X	-1	0	1	2	3	4	5
17. Talouteni tuloihin	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
18. Päivittäisiin arkiaskareihini/rutiineihini	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5

19. Kanssakäymiseeni muiden ympärivuotisten tai kesäasukkaiden kanssa	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
20. Turvallisuuden tunteeseen	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
21. Puutarhastani/maistani/harrastuksistani nauttimiseen	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
22. Liikenteen sujuvuuteen	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
23. Talouteni vesihuoltoon	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
24. Talouteni ruokahuoltoon	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
25. Ajanviettoon ei-paikallisten kanssa	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
26. Paikallisidentiteettiini	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
27. Rauhasta ja hiljaisuudesta nauttimiseen	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
28. Maisemasta nauttimiseen	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
29. Väljyyden tunteeseen	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5

Kuinka matkailuala mielestäsi vaikuttaa tällä alueella asumiseen yleensä kesäsesongin aikana.

-5 tarkoittaa negatiivisinta vaikutusta ja 5 positiivisinta vaikutusta. Jos asialla ei ole mitään vaikutusta asumiseen, merkitse 0.

	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
<i>Esimerkki</i>	-5	-4	-3	X	-1	0	1	2	3	4	5
30. Alueen talouteen	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
31. Nuorten työpaikkojen määrään	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
32. Alueen asukaslukuun	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
33. Liikenteeseen	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
34. Maaseutuun, esim. roskaantumisen	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
35. Kauppojen määrään	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
36. Ravintoloiden ja hotellien määrään	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
37. Huvittelumahdollisuuksiin	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
38. Paikallisen kulttuurin säilyttämiseen: perinteinen musiikki, käsityöt ja tavat	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
39. Perinnekohteet ja -rakennukset	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
40. Rauhaan ja hiljaisuuteen											
41. Maiseman kauneuteen	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
42. Luonnonvarasiin eläimiin ja kasveihin	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
43. Veden laatuun	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
44. Ilman laatuun	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5

Kerro itsestäsi (ympyröi vaihtoehto tai täytä tyhjä kohta)

45. Sukupuoli: Mies Nainen

46. Ikäni: 18 – 25 26-35 36-45 46-55 56-65 66-75 76+

47. Ammatti _____

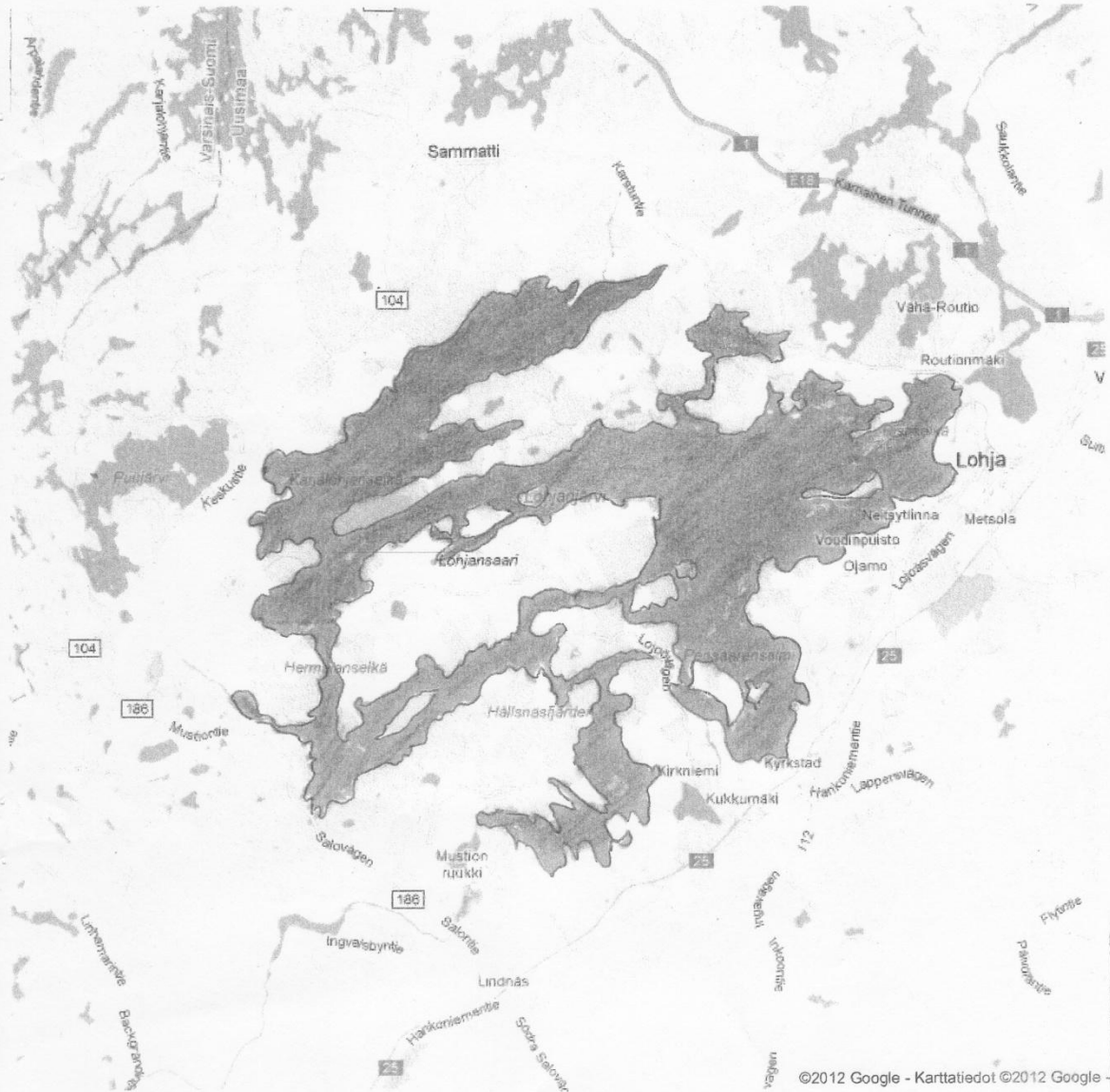
48. Millä alueella / missä kunnassa asut? _____

49. Kuinka pitkä työmatkasi on (km)? _____

50. Asun täällä _____ läpi vuoden _____ kesällä _____ kesällä ja viikonloppuisin _____

51. Kuinka monta henkilöä kotitalouteesi kuuluu? Aikuisia _____ Lapsia _____

52. Lopuksi voit kirjoittaa vapaasi ajatuksiasi matkailualan tulevaisuudesta tällä alueella, ja/tai asuinyhteisösi tulevaisuudesta. (Käytä lomakkeen viimeistä tyhjää sivua)



Kiitos kyselyyn osallistumisesta!

Kyselyn vastaukset käsitellään anaonymisti, eikä niitä voi yhdistää nimeesi tai talouteesi. Kyselyn tuloksia esitellään COMCOT hankkeen kyläilloissa vuoden 2012 aikana.