



## **Kyrönjoen kiertomatkarieitti – pohjalaisuus paketissa**

Essi Vaarasto

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Restonomi

Amk-opinnäytetyö

2023

## Tiivistelmä

<b>Tekijä</b> Essi Vaarasto
<b>Tutkinto</b> Restonomi
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Kyrönjoen kiertomatkareitti – pohjalaisuus paketissa
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 54 + 36
<p>Tämä produktityyppinen opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Kauhajoen kaupungille. Opinnäytetyö käsittelee matkailua Etelä-Pohjanmaalla ja erityisesti Kyrönjoen varrella. Produktin lopputuotoksena syntyi kiertomatkareittikartta, jota avuksi käyttäen matkailija voi tehdä matkan Kyrönjoen vartta pitkin ja samalla tutustua eteläpohjalaiseen kulttuuriin. Kartta antaa matkailijalle ideoita muun muassa erilaisista luonto- ja kulttuurikohteista, joissa matkan aikana voi vierailla, sekä laajan valikoiman erilaisia ruokakohteita, joissa alueen paikalliseen ruokakulttuuriin on mahdollista päästä tutustumaan. Kartan tavoitteena on lisätä Etelä-Pohjanmaan ja Pohjanmaan seudun houkuttelevuutta kotimaanmatkailijoiden silmissä ja nostaa aluetta tunnetummaksi matkailukohteeksi.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperusta keskittyy kolmeen pääteemaan. Näistä ensimmäisessä perehdytään matkailun vetovoimatekijöihin, erityisesti maaseutumatkailun näkökulmasta. Käsiteltäviä aiheita ovat muun muassa elämyskolmio ja sen implementointi matkailutuotteen rakentamiseen, sekä matkailun veto- ja työntötekijät. Toisessa teemassa käsitellään kulttuuriperintö- ja ruokamatkailua, sekä Etelä-Pohjanmaan paikallisessa kontekstissa, että laajemmin. Teemoista viimeisessä tutustutaan autolla tehtävään matkailuun sekä erilaisiin kiertomatkareitteihin. Myös automatkailun tulevaisuutta pohditaan tässä luvussa.</p> <p>Opinnäytetyön produktin, kartan, rakentaminen aloitettiin luomalla kysely Kyrönjoen seudun paikallisille asukkaille. Kyselyn tarkoituksena oli kerätä paikallisilta suosituksia kohteista, joissa kotimaanmatkailijan kannattaisi alueella matkustaessaan vierailla. Kysely valikoitui tutkimuksen välineeksi sen vuoksi, että tavoitteena oli ennen kaikkea saada määrällisesti mahdollisimman paljon vastauksia ja näin erilaisia suosituksia vierailukohteista. Kyselyssä selvitettiin matkailijoiden mielipiteitä muun muassa alueen kulttuuriperintökohteista, ruokakohteista sekä teiden kunnosta ja soveltuvuudesta kiertomatkan tekemiseen. Opinnäytetyön prosessikuvauksessa perehdytään ja analysoidaan tarkemmin kyselyn tulokset. Lopullinen produkti luotiin sekä kyselyn tulosten, että tietoperustasta kerätyn tiedon pohjalta.</p> <p>Kiertomatkareittikartta sisältää kohde-ehdotuksia matkustajalle neljässä eri kategoriassa, joita ovat luontokohteet, kulttuurikohteet, muut kohteet sekä ruokakohteet. Jokainen kategoria alkaa yleisellä esittelyllä kategoriasta, esimerkiksi pohjalaisesta luonnosta ja tämän jälkeen matkustajalle esitellään tarkemmin yksittäisiä eri kohteita kategorian sisällä. Kohteet on sijoitettu kiertomatkareitin muodossa kartalle ja eri kategorioiden kohteet on värikoodattu kartan tulkitsemisen helpottamiseksi. Lisäksi karttaan on kirjaimin merkattu reitin kauneimmat maisemat, jotta matkaja osaa vielä paremmin suunnitella oman ajoreittinsä. Kartta on suunniteltu niin, että matkustaja voi muokata sitä omien toiveidensa mukaan ja vierailla niissä kohteissa, jotka herättävät hänen oman kiinnostuksensa.</p>
<b>Asiasanat</b> Ajoneuvomatkailu, kiertomatka, Etelä-Pohjanmaa, opas, kotimaanmatkailu

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Työn tavoite.....	1
1.2	Onnistuneen projektin määritelmä .....	2
1.3	Etelä-Pohjanmaa.....	3
2	Matkailuelämyksen luominen.....	5
2.1	Hyvän matkailuelämystuotteen piirteet .....	5
2.2	Matkailun vetovoimatekijät .....	8
3	Kulttuuri ja ruoka matkailun vetovoimatekijöinä .....	11
3.1	Matkailu Etelä-Pohjanmaalla .....	11
3.2	Kulttuuriperintö ja matkailu .....	12
3.3	Kulttuuriperintö Etelä-Pohjanmaalla .....	14
3.4	Ruokamatkailu .....	15
4	Automatkailu Suomessa ja maailmalla .....	18
4.1	Automatkailu .....	18
4.2	Automatkustajien kiinnostuksen kohteet.....	20
4.3	Onnistunut kiertomatkareitti.....	21
4.3.1	Onnistuneita kiertomatkareittejä maailmalta.....	23
4.3.2	Esimerkkejä kiertomatkareiteistä Suomessa .....	24
4.4	Automatkailun tulevaisuus.....	25
5	Prosessikuvaus .....	27
5.1	Toimeksiannon vastaanotto.....	27
5.2	Aikataulu .....	28
5.3	Kyselyllä tietoa oppaaseen.....	29
5.4	Double diamond – menetelmä.....	30
5.5	Kyrönjoen seudun asukkaille suunnattu kysely.....	31
5.6	Kyselyn tulokset .....	32
5.6.1	Paikallisten matkailijoille suosittelemat kohteet .....	34
5.6.2	Eteläpohjalainen kulttuuriperintö .....	35
5.6.3	Kyrönjoen varren reitit.....	37
5.7	Kiertomatkareitin laatiminen .....	37
5.8	Kartan testaaminen .....	39
5.9	Valmiin työn julkaisu.....	40
6	Pohdinta .....	41
6.1	Johtopäätökset.....	41
6.2	Projektin onnistuminen .....	42

6.3	Jatkotutkimusehdotukset.....	44
6.4	Oma oppiminen.....	45
Lähteet.....		47
Liitteet.....		55
Liite 1.	Kyselylomake.....	55
Liite 2.	Saatekirje.....	64
Liite 3.	Vastaajien taustatiedot.....	65
Liite 4.	Paikallisten suosittamat kohteet .....	66
Liite 5.	Kulttuuriperintö ja kohteet .....	68
Liite 6.	Kyrönjoen varren reitit.....	71
Liite 7.	Kiertomatkakartta.....	72

# 1 Johdanto

Suomalainen matkailutarjonta ja brändäys rakentuu vahvasti neljän selvän suuralueen varaan – Helsingin seudun, Järvi-Suomen, Lapin ja rannikon ja saariston alueen. Nämä ovatkin Visit Finlandin määrittämät neljä aluetta, joiden kansainvälisen matkailun edistämiseen keskitytään erityisesti, jotta Suomi olisi vetovoimaisempi kohde ulkomaalaisille matkailijoille. (Business Finland 2020.) Tämä jaottelu ei ole ihme, sillä esimerkiksi vuonna 2019 Suomessa tehdyistä 7,1 miljoonasta ulkomaisesta yöpymisestä jopa 7 miljoonaa tehtiin näillä neljällä alueella (Business Finland 2019, 3).

Visit Finlandin (2022, 9, 14) tarkastelussa vuoden 2020 kotimaisesta matkailukysynnästä, olivat kysynnältään suurimmat maakunnat Uusimaa, Varsinais-Suomi, Pirkanmaa, Lappi, Pohjois-Pohjanmaa ja Keski-Suomi, eli hyvin pitkälti samat alueet kuin ulkomaista matkailua varten jaotellut matkailun suuralueet. Samaan aikaan Etelä-Pohjanmaa jää suuralueista jälkeen sekä kotimaan, että ulkomaan kysyntää tarkasteltaessa. Kotimaisessa kysynnässä sijoittui Etelä-Pohjanmaa vuonna 2020 maakunnista noin puolivälin paikkeille 211 miljoonalla eurolla ja ulkomaisessa kysynnässä lähelle viimeisiä sijoja 10 miljoonalla eurolla. (Visit Finland 2022, 12, 14.)

Tilastot yksissään eivät kuitenkaan kerro kaikkea, eivätkä Etelä-Pohjanmaan matkailun suuralueita pienemmät matkailuluvut tarkoita sitä, etteikö alueella olisi tarjota matkailijoille nähtävää ja koettavaa. Etelä-Pohjanmaalta löytyy muun muassa yksi Suomen 27 kansallismaisemasta, Kyrönjokivarso ja eteläpohjalaiset viljelylakeudet (Ympäristöhallinto 2013). Alueella on myös paljon tarjontaa kulttuuriperinnön näkökulmasta, esimerkiksi pohjalaista rakennustaitoa esitteleviä perinteisiä pohjalaistaloja, Etelä-Pohjanmaalta alkunsa saaneen Nuijasodan muistomerkkejä ja kansainvälisestikin kiinnostava Leväluhdan vesikalmisto rautakauden ajalta.

Tämän projektityyppisen opinnäytetyön tavoitteena on lisätä matkailun vetovoimaa Etelä-Pohjanmaan ja Kyrönjoen seudun alueella ja nostaa aluetta tunnetummaksi matkailukohteeksi Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Kauhajoen Kaupunki. Opinnäytetyöstä syntyvän lopputuotoksen, kiertomatkakartan kautta Etelä-Pohjalaisuuden ja sen erityispiirteiden kokeminen on paketoitu helposti kulutettavaksi ja selkeäksi paketiksi.

## 1.1 Työn tavoite

Opinnäytetyön tarkoituksena on laatia Kyrönjoen vartta kulkeva teemallinen kiertomatkariehti, jota voidaan käyttää hyväksi alueen matkailumarkkinoinnissa. Opinnäytetyö on siis produktityyppinen, sillä sen tuloksena syntyy tuotos, kartta. Kartta tulee esittelemään matkailijalle seudun palveluja, tapoja, maisemia sekä kokemuksia ja se tullaan räätälöimään sopivaksi erilaisille kulkuneuvomuodoille, kuten autoille, pyörille ja moottoripyörille. Tämä kartta tullaan julkaisemaan ladattavassa

PDF-muodossa, jonka lisäksi toimeksiantaja Kauhajoen Kaupunki voi halutessaan julkaista kartan verkkosivuillaan.

Opinnäytetyön tueksi tulen julkaisemaan myös kyselyn, jonka avulla pyrin selvittämään, millaisia kohteita alueen paikalliset asukkaat suosittelevat matkailijoille. Näin karttaan saadaan lisättyä autenttisuuden tunnetta paikallisen äänen esiin tuomisella ja kartan rakentamista varten kerättyä arvokasta tietoa alueen ehkä myös vähän salaisemmista helmistä. Kyselyn tavoitteena on lisätä lopputuloksena syntyvälle produktille lisäarvoa paikallisen tiedon avulla.

Työni päätavoitteena on luoda selkeä ja helposti luettava kiertomatkakartta, joka sisältää paikallisten suosituksia ja jota apuna käyttäen kuka tahansa voi tutustua pohjalaisuuteen ja toteuttaa Kyronjoen seudun matkan. Jotta tähän päätavoitteeseen päästään, sisältää opinnäytetyöni myös kolme päätavoitetta tukevaa alatavoitetta, joita ovat:

- Paikallisten matkailijoille suosittelmien kohteiden selvittäminen
- Eteläpohjalaisen kulttuuriperinnön kartoittaminen ja sen sisällyttäminen karttaan
- Alueen teiden kunnon selvittäminen, sekä teiden soveltuvuuden erilaisille kulkuneuvoille kartoittaminen

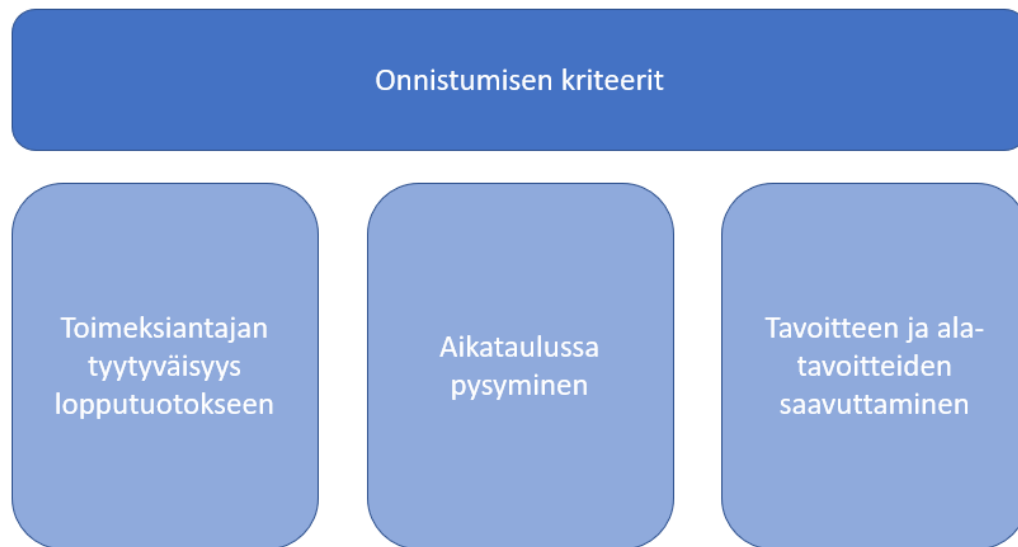
Edellä mainitut kolme alatavoitetta on esitetty myös peittomatriisia (taulukko 1) apuna käyttäen, joka havainnollistaa alatavoitteiden käsittelyn opinnäytetyön tietoperustassa, tulokappaleessa sekä kyselylomakkeessa.

Taulukko 1. Peittomatriisi

<b>Alaongelmat</b>	<b>Tietoperusta</b>	<b>Tulokset</b>	<b>Kyselylomake</b>
1. Paikallisten matkailijoilla suosittelmien kohteiden selvittäminen	2.2	5.6.1	6, 9, 10, 15–17, 18
2. Eteläpohjalaisen kulttuuriperinnön kartoittaminen ja sen sisällyttäminen karttaan	3.3	5.6.2	7, 8, 11–14
3. Alueen teiden kunnon selvittäminen, sekä teiden soveltuvuuden erilaisille kulkuneuvoille kartoittaminen	4.3	5.6.3	19–21

## 1.2 Onnistuneen projektin määritelmä

Opinnäytetyön onnistumisen mittaamiseksi tulee sille määritellä etukäteen tietyt tavoitteita, jotka sen tulee saavuttaa. Nämä tavoitteet on esitelty kuvassa 1. Kun kaikki kriteerit on projektin lopussa onnistuttu täyttämään, voidaan opinnäytetyön todeta olleen onnistunut.



Kuva 1. Onnistumisen kriteerit

Opinnäytetyöni aihe kehittyi toimeksiantajani Kauhajoen Kaupungin toiveiden ja ehdotusten perusteelta. Toimeksiantajalla on myös tarkoituksena ottaa opinnäytetyön tuotos käyttöönsä matkailumarkkinoissaan, jonka vuoksi heidän tyytyväisyytensä valmiiseen tuotokseen on yksi tärkeimmistä kriteereistä, kun työn onnistumista pohditaan. Lisäksi kartan päätyminen matkailijoiden käsiin vaatii sen, että toimeksiantaja on tyytyväinen työhön ja haluaa julkaista sen.

Opinnäytetyön ollessa suuri projekti, on myös aikataulussa pysyminen tärkeää, jotta työ valmistuu ajallaan ja se pääsee toimeksiantajan käyttöön. Aikatauluni jakautuu siten, että opinnäytetyöni tietoperusta valmistuu marraskuun alkupuolella, työhön käytettävä menetelmä on suunniteltu marraskuun puoleen väliin mennessä ja paikallisille asukkaille suunnattu kysely julkaistu marraskuun lopussa. Kyselystä saadut tulokset analysoidaan joulukuun puoleen väliin mennessä. Road trip kartan suunnittelu ja toteutus, sekä opinnäytetyön viimeistely toteutetaan tammikuun 2023 loppuun mennessä.

Aiemmin esittelemiini tavoitteisiin pääsy on onnistumisen kannalta myös kriittistä, sillä mikäli tavoitteet eivät kohtaa lopullisen tuotoksen kanssa, ei lopputulos ole toivotun kaltainen. Siksi projektin kaikkia vaiheita työstettäessä on tavoitteiden ja alatavoitteiden mielessä pitäminen ja seuraaminen tärkeää. Tällöin onnistuminen voidaan taata paremmin.

### 1.3 Etelä-Pohjanmaa

Opinnäytetyön kohdealue Etelä-Pohjanmaa on 18 kunnasta koostuva maakunta Länsi-Suomessa (kuva 2) (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022). Maakunnassa asuu noin 195 000 asukasta ja sen

maakuntakeskus ja samalla suurin kunta on Seinäjoki (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012, 33). Etelä-Pohjanmaan elinkeinorakenne poikkeaa jonkin verran muusta Suomesta, sillä alueen työpäivästä 7,6 % on alkutuotannossa, 24,1 % jalostuksessa ja 68,3 % palveluilla. Alueella on merkittävästi enemmän alkutuotantoon ja jalostukseen keskittyviä työpaikkoja kuin verrattuna Suomen yleiseen keskiarvoon. Matkailu, majoitus- ja ravitsemusala työllisti noin 3,0 % alueen työntekijöistä. Lisäksi alueella tehtiin vuonna 2020 noin 596 000 yöpymistä ja matkailijoista samana vuonna kotimaisia oli 96,3 %. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2021a.)



Kuva 2. Etelä-Pohjanmaan kunnat (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022)

Maakunnan läpi virtaa Kyrönjoki, joka on Pohjanmaan seudun suurin joki ja joka kulkee halki usean kunnan, kunnes lopulta laskee Perämereen. Joen alueella asuu noin 100 000 ihmistä ja maatalouden lisäksi jokea käytetään myös esimerkiksi monenlaiseseen virkistystoimintaan. (Mustasaaren kunta 2022.) Maakunnassa sijaitsevia kuntia, joiden läpi Kyrönjoki virtaa, ovat Kauhajoki, Kurikka, Ilmajoki, Seinäjoki ja Isokyrö (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022).

Suomen ympäristöministeriön kansallismaisematyöryhmä valitsi vuonna 1992 Suomelle 27 kansallismaisemaa. Kansallismaisemat ilmentävät suomalaisen luonnon merkittävämpiä piirteitä ja niillä on suuri merkitys esimerkiksi matkailun kannalta. Yksi näistä kansallismaisemista on Kyrönjokivarso ja eteläpohjalaiset viljelylakeudet. (Ympäristöhallinto 2013.) Etelä-Pohjanmaa alueena tunnetaan erityisesti sen lakeuksista, eli tasaisista peltomaisemista, mutta myös Kyrönjoen tarjoamista jokimaisemista. Lisäksi Etelä-Pohjanmaan suomalaisemia voi ihastella esimerkiksi kansallispuistoissa. (Järvinen ym. 2020, 30.)



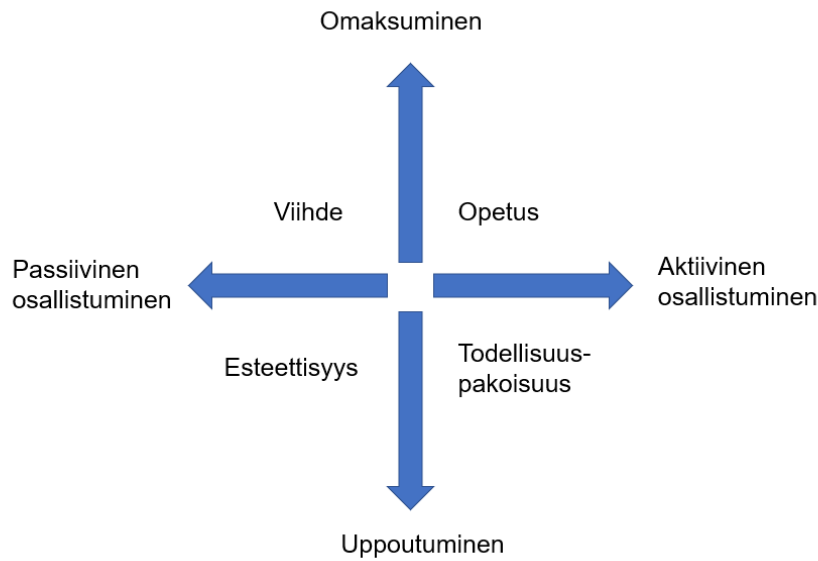
## 2 Matkailuelämyksen luominen

Tässä luvussa tulen avaamaan matkailuelämyksien luomista ja hyvän matkailuelämystuotteen piirteitä. Lisäksi kerron matkailun vetovoimatekijöistä ja tekijöistä, jotka motivoivat matkustajaa tekemään matkan.

### 2.1 Hyvän matkailuelämystuotteen piirteet

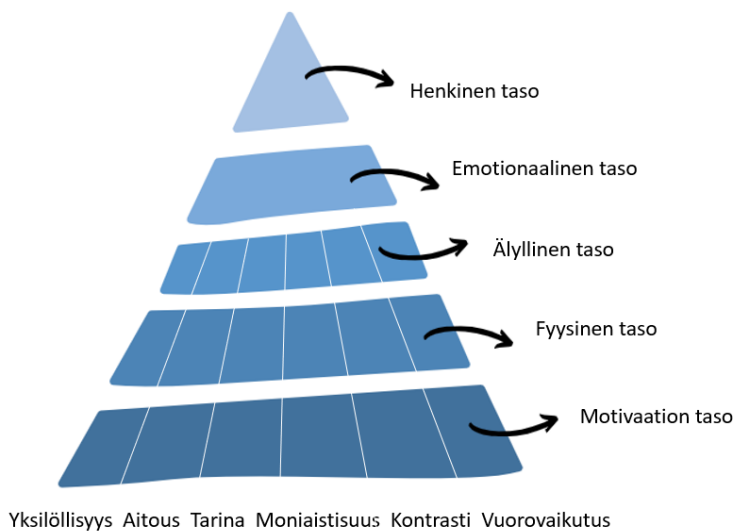
Joseph Pine ja James Gilmore (2011, 9) totesivat teoksessaan *The Experience Economy*, että tuotteet ja palvelut yksissään eivät ole enää riittäviä. Ne vaativat rinnalleen elämyksiä, jotta talous voi jatkaa kasvamistaan ja uusia työpaikkoja pääsee syntymään. Nykyaikana uusien, täysin innovatiivisten tuotteiden keksiminen, jotka itsessään tuottavat uutta arvoa käyttäjälleen on todella vaikeaa. Tämän vuoksi sen sijaan, että yrityksen keskittyminen olisi täysin uusien tuotteiden kehittämisessä, on tärkeämpää kiinnittää huomio siihen, että tuote on esimerkiksi kustomoitavissa asiakkaan toiveiden kaltaiseksi. Tämä eliminoi asiakkaan tarpeen uhrata itsensä, eli tyytyä massakustomoiutuun tuotteeseen, joka ei täysin vastaa hänen omia tarpeitaan sellaisenaan. (Pine & Gilmore 2011, 9, 14.) Yhtä lailla kuin muiden alojen täytyy ottaa elämysten käyttö osaksi palvelutarjontaansa, täytyy myös matkailun muuttua elämispohjaisemmaksi palvelualaksi.

Pine ja Gilmore (2011, 39–40) ovat jakaneet elämykset neljään eri kategoriaan kahdella eri spektrillä (kuva 3), joista toinen käsittelee asiakkaan yhteyttä tuotteeseen vaihteluvälillä osallistumisesta uppoutumiseen ja toinen asiakkaan osallistumista tuotteeseen vaihteluvälillä passiivisesta aktiiviseen. Nämä spektrit määrittelevät kokemuksen neljä kategoriaa, joita ovat viihde, opetus, todellisuuspakoisuus ja esteettisyys. Viihteellä tarkoitetaan kokemuksia kuten konserttiin osallistumista, jossa asiakas osallistuu aktiviteettiin esimerkiksi aistimalla elämyksen, mutta hänen osallistumisensa on melko passiivista. Ohjattu kierros taas on esimerkki opetuksesta. Tässä kategoriassa asiakas samalla lailla kuin viihteessä omaksuu kokemuksen, mutta asiakas voi myös aktiivisesti osallistua kokemukseen esimerkiksi kysymällä kysymyksiä. Kolmannessa kategoriassa, eli todellisuuspakoisuudessa, asiakas on uppoutunut tuotteeseen ja osallistuu sen kokemiseen aktiivisesti. Tästä esimerkki voi olla esimerkiksi laskettelu. Kategorioista viimeinen, esteettisyys, sisältää kokemukset, joissa asiakas on uppoutunut tuotteeseen mutta osallistuu siihen passiivisesti. Tällainen tuote voisi olla esimerkiksi taideteoksen katsominen museossa. Useimmat kokemukset voivat sisältää piirteitä kaikista näistä neljästä kategoriasta ja näin luoda rikkaita kokemuksia. (Pine & Gilmore 2011, 40–46.)



Kuva 3. Kokemuksen alueet (mukaillen Pine & Gilmore 2011, 39.)

Yksi tapa mallintaa erinomaista matkailuelämystuotetta on käyttämällä apuna elämyskolmiota (kuva 4). Elämyskolmio esittää hyvän elämystuotteen kahdesta eri näkökulmasta, asiakkaan kokemusten sekä tuotteen omien piirteiden tasolta. Näitä tuotteen omia piirteitä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Asiakkaan kokemia tasoja taas ovat motivaation taso, fyysinen taso, älyllinen taso, emotionaalinen taso sekä henkinen taso. Ideaalissa elämystuotteessa kaikki tuotteen omat piirteet tulevat täytetyksi ja elämystuotetta käyttävä asiakas pystyy parhaimmassa tapauksessa saavuttamaan kolmion tasoista korkeimman, eli henkisen tason. (Tarssanen 2009, 11–12.)



Kuva 4. Elämyskolmio (mukaillen Tarssanen 2009, 11.)

Elämystuotteen yksilöllisyys tarkoittaa sitä, että samanlaista vastaavaa tuotetta ei löydy tarjottuna muilta. Tuotetta on myös mahdollista räätälöidä asiakkaan omien tarpeiden mukaan. Elämyskolmion kohdista toinen, eli aitous taas kuvastaa sitä, että tuote tuntuu asiakkaan näkökulmasta autenttiselta ja uskottavalta. Autenttinen tuote kuvastaa alueen kulttuuria ja kunnioittaa sitä. Aitouden kanssa käsi kädessä kulkee tarina. Hyvällä elämystuotteella on tarina, joka sitoo sen kaikki osiot johdonmukaisesti toisiinsa ja tekee siitä helposti seurattavan. Tarina antaa asiakkaalle myös syyn, miksi juuri hänen tulisi kokea elämystuote. Moniaistisuus elämystuotteessa tarkoittaa, että tuotteessa on otettu huomioon kaikki ihmisen viisi aistia ja niiden tasapainoinen kokeminen on sisällytetty tuotteeseen. Kontrasti kuvastaa tuotteen erilaisuutta suhteessa asiakkaan omaan arkeen ja se mahdollistaa uusien, arjesta poikkeavien kokemusten kokemisen. Elämystuotteen näkökulmasta viimeinen taso on vuorovaikutus. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakas kokee kommunikaation tuotteen luoja ja itse tuotteen kanssa hyvin toimivana ja tuote on yleisesti sosiaalisesti hyväksytty. (Tarssanen 2009, 12–15.)

Elämyskolmion pystysarakkeella kuvataan asiakkaan kokemus tuotteesta. Ideaalitapauksessa asiakas kokee tuotetta käyttäessään kaikki kokemuksen viisi tasoa. Tasoista matalin on motivaation taso. Tämä taso saavutetaan esimerkiksi markkinoinnin avulla ja sen tarkoituksena on ennen kaikkea herättää asiakkaan kiinnostus tuotteesta. Seuraavalla, fyysisellä tasolla taas asiakas kokee tuotteen fyysisesti, mutta tasapainoisesti. Toisen sanoen asiakkaan olo ei ole epämukava, esimerkiksi liian kuuma tai kylmä, tuotetta käytettäessä. Elämyskolmion puolella välissä asiakas saavuttaa älyllisen tason. Tällä tasolla asiakas päättää, onko hän tyytyväinen kokemaansa. Lisäksi tällä tasolla asiakas pystyy oppimaan jotain hänelle uutta, tapahtui tämä sitten tietoisesti tai tiedostamatta. Emotionaalisella tasolla asiakas kokee kokemastaan elämyksestä tunnereaktion. Mikäli kolmion muut tasot on onnistuttu saavuttamaan, on todennäköistä, että asiakkaan kokema tunnereaktio on hyvin positiivinen. Viimeinen, ja myös vaikein taso saavuttaa on henkinen taso. Tässä tasossa asiakas kokee tuotteen vuoksi niin voimakkaan tunnereaktion, että se saattaa johtaa jopa pysyviin muutoksiin asiakkaan ajattelutavassa, fyysisessä olotilassa tai vaikkapa mielialassa. Yksi esimerkki onnistuneesta henkisen tason saavutuksesta on esimerkiksi se, että asiakas elämystuotteen kokemisen jälkeen päättää aloittaa uuden harrastuksen. (Tarssanen 2009, 15–16.)

Myös Kim, Ritchie ja McCormick (2012, 12–25) ovat pyrkineet luomaan mittarin, jonka avulla matkailuelämystuotteen mieleenpainuvuutta voidaan mitata. He päätyivät luomaan tutkimuksensa perusteella mittarin, joka sisältyy seitsemästä osasta, joita ovat hedonismi, virkistyminen, paikallinen kulttuuri, merkityksellisyys, tieto, osallistuminen ja uutuudenviehätys. Näiden seitsemän komponentin täytyessä tulee elämystuote todennäköisesti vaikuttamaan positiivisesti matkustajan mielikuvaan tuotteesta sekä edesauttamaan sen mieleenpainuvuutta. (Kim, Ritchie & McCormick 2012, 12–25.) Nämä seitsemän osaa ovat sisällöltään hyvin samantyyppisiä kuin elämyskolmion

tuotteen piirteet, vaikka eivät täysin samoja olekaan. Esimerkiksi elämyskolmion autenttisuus vastaa hyvin paljon Kimin, Ritchien ja McCormickin (2021, 12–25) mittarin paikallista kulttuuria ja kontrasti uutuudenviehätystä.

## 2.2 Matkailun vetovoimatekijät

Matkailijan motiivien selvittäminen sekä vierailukäyttäytymisen ymmärtäminen ovat tärkeä osa matkailuliiketoimintaa. Tämän ymmärryksen saavuttamiseksi on matkailualalla yleisesti käytetty työntö- ja vetovoimatekijöiden viitekehystä. Viitekehys jakautuu kahteen osaan, työntötekijöihin ja vetovoimatekijöihin. Työntötekijät ovat tekijöitä, jotka kumpuavat yksilön sisältä ja saavat hänet lähtemään matkalle ja poistumaan omasta arkielämästä. Vetovoimatekijät sen sijaan ovat tekijöitä, jotka saavat yksilön valitsemaan juuri tietyn kohteen. Toisin sanoen matkailun vetovoimatekijät ovat niitä tekijöitä, joihin yritykset itse voivat erityisesti vaikuttaa, esimerkiksi tekemällä kohteesta yksilölle tarjonnaltaan houkuttelevan. (Phau, Lee & Quintal 2013, 270.)

Matkailualueet voidaan kuvata niin sanottuina attraktiokomplekseina. Matkailualue sisältää sekä nähtävyydet, eli attraktiot, että myös matkailijalle tarjottavat palvelut, jonka vuoksi se muodostaa yhtenäisen kokonaisuuden, eli kompleksin. Nämä attraktiokompleksit voidaan jaotella kahteen eri ryhmään, joita ovat käyttäjille kohdennetut matkailualueet sekä resurssipohjaiset matkailualueet. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 118.) Näistä käyttäjille kohdennetut matkailualueet ovat alueita, jotka syntyvät suuren kysynnän pohjasta. Tämän vuoksi ne sijoittuvat yleensä matkailun ydinalueille, kuten maan isoimpien kaupunkien yhteyteen. Alueella sijaitsevat attraktiot ovat yleensä keinotekoisia, kuten eläintarhoja tai tennis- ja golfkenttiä. Sen sijaan resurssipohjaiset matkailualueet sijoittuvat kauemmaksi ydinalueista. Näillä alueilla suurimpia attraktioita ovat alueen alkuperäinen luonto sekä kulttuuriympäristö keinotekoisien attraktioiden sijaan. Suosittuja aktiviteetteja ovat muun muassa retkeily ja veneily. Näiden kahden alueen lisäksi voidaan vielä eritellä näiden kahden välimuotoja, niin kutsuttuja intermediate-välimuotoja. Nämä ovat alueita, jotka sijaitsevat ydinalueiden sekä pääkeskuksesta kauempana olevien alueiden välillä ja vetävät puoleensa sekä paikallisia asukkaita, että kauempaa tulevia matkailijoita. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 120.) Tämä opinnäytetyö keskittyy Etelä-Pohjanmaalla ja erityisesti Kyrönjoen varsikunnissa tapahtuvaan matkailuun, joka alueena vastaa osittain resurssipohjaista matkailualueita ja osittain intermediate-tyyppistä matkailualueita.

Suomessa vuonna 2009 tehdyssä tutkimuksessa selvitettiin, mitkä tekijät houkuttelevat matkailijoita matkustamaan maaseudulle. Tutkimuksessa tärkeimpinä nousevia motivaatiotekijöitä maaseudun matkalle olivat mahdollisuus irtautua arjesta ja rentoutua sekä tilaisuus viettää aikaa yhdessä perheen kanssa. Tämän lisäksi tärkeitä vetovoimatekijöitä olivat päiväretkien teko ja paikallisen perinteisen kulttuurin ja ruokakulttuurin kokeminen. Lisäksi mahdollisuus fyysisiin

aktiviteetteihin ja luonnossa ajan viettäminen olivat suuria houkuttimia matkan tekemiseen. (Pesonen, Komppula, Kronenberd & Peters 2011, 32–49.) Lähes identtisiä tuloksia saatiin myös Australiassa kymmenen vuotta Suomessa tehdyn tutkimuksen jälkeen, kun maassa asuvien eläkeläisten motivaatiotekijöitä kotimaan maaseutumatkalle suuntaamiseen selvitettiin. Tärkeimmiksi vetovoimatekijöiksi myös tässä tutkimuksessa nousivat mahdollisuus viettää aikaa perheen ja ystävien kanssa, arjen rutiineista eroon pääsy, hauskanpito sekä henkinen rentoutuminen. (Lewis & D’Alessandro 2019, 4.)

Espanjalaiset Devesa, Laguna ja Palacios (2010, 551) ovat pyrkineet segmentoimaan maaseudulle matkustavat ihmiset neljään eri segmenttiin Espanjassa tekemänsä tutkimuksen avulla. Ensimmäisen segmenttiin he luokittelivat matkustajat, jotka etsivät maaseudun matkaltaan erityisesti rauhallisuutta ja mahdollisuutta olla luonnossa ilman, että he joutuvat käyttämään juurikaan rahaa matkallaan. Toiseen ryhmään kuuluvat kulttuurin perässä matkustavat ja kolmanteen taas matkustajat, jotka haluavat maistaa paikallista ruokaa ja juomaa, sekä vieraila alueen luontokohteissa. Viimeiseen ryhmään kuuluvat matkustajat, joiden pääsyyinä matkalle ovat erityisesti perheen tai ystävien tapaaminen tai esimerkiksi omalle mökilleen matkustaminen. (Devesa, Laguna & Palacios 2010, 550.) Segmentointi ja sen avulla kohteen pääasiakasryhmien määrittely onkin kohteen vetovoimaisuuden edistämisen vuoksi tärkeää. Näin kohdetta voidaan kehittää sen potentiaalisimpien käyttäjien toiveiden ja tarpeiden pohjalta ja suunnata heille parhaiten sopivaa markkinointia. Vetovoimaisuuden lisäämisen lisäksi yritys voi segmentoinnin avulla myös hyödyntää omia resurssejaan tehokkaammin, kun se ei käytä esimerkiksi markkinointibudjettiaan väärän kohderyhmän houkuttelemiseen. (UNWTO 2007, 3–4.)

Eri puolilla maailmaa tehtyjen tutkimusten perusteella tyypillinen maaseutumatkaaja on iältään keski-ikäinen tai tätä vanhempi ja omaa usein keskivertoa suuremmat tulot (Moraru & Simeanu 2021, 232). Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvityksessä maakunnassa matkustavista täysi-ikäisistä vastaajista ylivoimaisesti suurin ikäryhmä olivat 35–49-vuotiaat. Tämä ikäryhmä yhdessä toiseksi suurimman vastaajaryhmän, 50–64-vuotiaiden kanssa muodosti noin 70 % kaikista vastaajista. (Tuuri, Katajavirta, Hirvonen, Jyllilä & Järvinen 2021, 23.) Maaseudulle suuntautuva matkailu vetää siis puoleensa sekä maailmalla, että Suomessa ja Etelä-Pohjanmaalla selkeästi enemmän vanhempia ihmisiä kuin nuorisoa. Australiassa pyrittiin selvittämään, mitkä tekijät ovat maaseudulla toimivien matkailualan ammattilaisten mielestä seikkoja, jotka tekevät vaikeaksi nuoremman Y-sukupolven, eli noin vuosina 1981–1996 välillä syntyneiden henkilöiden houkuttelemisen alueelle (Lewis, Nelson & Black 2021, 96). Kyselytutkimuksessa selvisi, että ammattilaiset kokivat, etteivät he tiedäneet juurikaan keitä Y-sukupolven edustajat ovat, millaisia kokemuksia ja palveluja he haluavat ja kuinka matkailupalveluja ja markkinointistrategioita voisi suunnata heille. Ongelmallisena nähtiin myös nuorempien matkaajien pienemmät matkabudjetit sekä julkiseen liikenteeseen nojaaminen,

joka vaikeuttaa usein ikäryhmän pääsyä syrjäisemmille maaseudun matkailualueille. (Lewis, Nelson & Black 2021, 99–101.)

Työ- ja elinkeinoministeriön (2019, 58) selvityksessä kotimaanmatkailun kehittämistarpeista nousi esille trendi nuorista, jotka haluavat kokea sekä elämyksiä luonnossa, että sen tarjoamia mahdollisuuksia rauhoittumiseen. Luonto- ja hyvinvointimatkailun tarjoamat mahdollisuudet esimerkiksi vaellusaktiviteettien ja erämaan kokemiseen nähtiinkin erityisesti kotimaanmatkailun vahvuuksina, jotka voivat edistää matkailijoiden saapumista alueelle. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 44). Luontomatkailu ja sen lisääminen maaseudun matkailutoimijoiden markkinoinnissa voikin olla yksi tapa houkuttaa lisää nuoria matkustajia alueelle, sillä luontomatkailun tarjoamat mahdollisuudet ovat yksi maaseutumatkailun valteista.

Yhdysvaltojen Orlandossa tehdyssä tutkimuksessa pyrittiin selvittämään, kuinka tärkeitä paikallisten suositukset ovat alueella matkustaville. Tutkimuksessa selvisi, että paikallisten antamat suositukset olivat erityisen toivottuja, sillä nämä koettiin erityisen luotettavina, koska suosittelijalla ei ole suoraa rahallista kannustinta suosituksen tekemiselle. Tutkimuksessa selvisi myös, että suosituksia ei tarvittu suurimpiin päätöksiin, kuten majoituksen hankkimiseen, vaan erityisesti ruokapaikkaa tai virkistyskohteita valittaessa. (Walls, Shani & Rompf 2007, 658–659.) Vastaavanlaisia tuloksia saatiin myös vuonna 2010 tehdyssä tutkimuksessa, jossa selvitettiin voivatko paikalliset asukkaat vaikuttaa matkailijan matkustuspäätökseen jo etukäteen netissä ja saavatko heidän suosituksensa suuremman painoarvon kuin muiden matkustajien antamat ehdotukset. Tutkimuksessa selvisi, että paikallisten suositukset olivat tärkeitä matkustajille jo matkan suunnitteluvaiheessa ja suositukset vaikuttivat päätöksentekoon. Lisäksi tutkimus tuki Orlandossa kolme vuotta aikaisemmin saatuja tuloksia siitä, että paikallisten mielipiteitä haluttiin kuulla erityisesti ravintolasuosituksista, matkasuunnitelman rakentamisesta ja alueen turvallisuudesta, kun taas esimerkiksi majoitus- ja matkustusmuotosuositukset otettiin mieluummin muilta alueella matkustaneilta. (Arsal, Woosnam, Baldwin & Backman 2010, 408–409.) Nämä tutkimukset osoittavat, että paikallisten antamat suosittelut ovat tärkeä osa kohteen vetovoimaisuutta kehitettäessä ja varsinkin ravintoloiden ja erilaisten vapaa-ajanviettokehteiden on hyvä panostaa lämpimiin suhteisiin myös paikallisten kanssa matkailijoita houkutellakseen.

### 3 Kulttuuri ja ruoka matkailun vetovoimatekijöinä

Tässä luvussa tulen perehtymään kulttuuriperintöön ja sen merkitykseen matkailussa, sekä tutustumaan Etelä-Pohjalaiseen kulttuuriperintöön. Lisäksi tulen käsittelemään ruokamatkailua ja sen merkitystä matkailulle, sekä yleisemmin matkailun nykytilannetta Etelä-Pohjanmaalla.

#### 3.1 Matkailu Etelä-Pohjanmaalla

Etelä-Pohjanmaa on erityisesti kotimaanmatkailuun painottuva maakunta, sillä esimerkiksi vuonna 2020 ulkomaalaisen kysynnän osuus alueen kokonaismatkailukysynnästä oli vain neljä prosenttia (Visit Finland 2022). Alueelle matkustetaan selvästi useimmiten yhdessä perheen tai ystävien ja sukulaisten kanssa ja matka on tyypiltään useimmiten loma- tai vapaa-ajan matka. Kesäaikaan matkailijoita tulee laajasti ympäri Suomea, kun taas talvella suurin osa matkailuvirrasta saapuu Etelä-Pohjanmaan lähikunnista kuten Pirkanmaalta ja Pohjanmaalta. (Tuuri ym. 2021, 24, 26–27.)

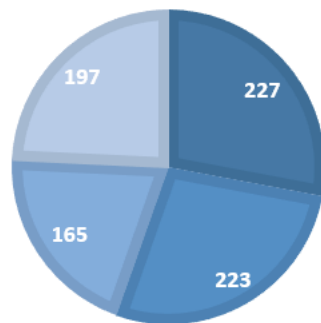
Vuonna 2021 toteutetussa Etelä-Pohjanmaan matkailuselvityksessä selvisi, että alueelle matkustavien matkailijoiden merkittävimmät syyt matkan suuntaamiseen alueelle olivat nähtävyydet, muistomerkit ja erilaiset käyntikohteet kuten museot ja huvipuistot. Tämän lisäksi selvityksessä kysyttiin matkailijoiden suurimpia kiinnostuksen kohteita alueella ja tässä osiossa esille nousivat erityisesti ostosten teko, eläinpuisto, kylpyläpalvelut, elämyspalvelut ja hyvinvointipalvelut. Myös erilaiset luonnossa toteutettavat aktiviteetit, kuten luontoretkeily, hiihto ja laskettelu, melonta ja kalastus nähtiin kiinnostavina. (Tuuri ym. 2021, 38, 46).

Matkailu Etelä-Pohjanmaalla on hyvin sesonkiluontoista ja tärkein matkailuaika onkin kesä, erityisesti heinäkuu. Alueen suosituimpia matkailukohteita ovat erityisesti perheitä houkuttelevat huvipuisto Power Park, eläinpuisto Ähtäri Zoo, Härmän kylpylä sekä Duudsonit Activity Park. Lisäksi maakunnalla on erityisesti kesällä paljon erilaista kulttuuritarjontaa, kuten Tangomarkkinat, musiikifestivaali Provinssi sekä kulttuuritapahtuma Ilmajoen Musiikkijuhlat. (Järvinen, Jyllilä & Janhunen 2020, 7.) Yleisesti ottaen Etelä-Pohjanmaa ei ole ollut matkailijoiden keskuudessa yhtä suosittu matkailukohde kuin Suomen isot matkailualueet. Kuitenkin Etelä-Pohjanmaalta löytyy sen muista alueista erottavia luontokohteita, kuten Kyrönjokilaakso, sekä eteläpohjalaiset viljelylakeudet, jotka ovat Suomen kansallismaisemia. Lisäksi alueella on rikas kulttuuriperintö ja alue on tunnettu sen erikoispiirteestään, alueen jääkauden jälkeisestä maankohoamisesta. Alueelta löytyy myös runsaasti sotahistoriallisia kohteita, kuten esimerkiksi nuijasotaan liittyviä muistomerkkejä. Alueen kaksi suurinta matkailukeskusta ovat ylivoimaisesti Vaasa ja Seinäjoki, mutta alueen varrelta löytyy useita yksittäisiä matkailukohteita, jotka yhdessä luovat eheän matkailukokonaisuuden. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 278–283.)

Etelä-Pohjanmaalla toimivia matkailupalveluja tarjoavia yrityksiä oli vuonna 2020 noin 650 kappaletta. Nämä jakautuvat melko tasaisesti majoitustoimintaa tarjoavien yritysten, ohjelmapalveluja ja muuta palvelutoimintaa tarjoavien yritysten, muiden matkailutoimijoiden sekä ravitsemuspalvelutoimintaa harjoittavien yritysten välille (kuva 5). (Järvinen ym. 2020, 13.) Eniten Etelä-Pohjanmaan alueista matkailutuloja kerää Seinäjoen Seutukunta ja kunnista Alavus, Seinäjoki ja Kauhava. (Järvinen ym. 2020, 11.)

### MATKAILUPALVELUIDEN TARJOAJAT LUKUMÄÄRÄ

■ Majoitustoiminta      ■ Ohjelmapalvelut  
■ Muut matkailutoimijat    ■ Ravitsemuspalvelutoiminta



Kuva 5. Matkailupalveluiden tarjoajat (mukaillen Järvinen ym. 2020.)

Etelä-Pohjanmaan matkailustrategia vuosille 2020–2028 nostaa strategisiksi tavoitteikseen esimerkiksi alueen matkailun tunnettavuuden edistämisen, matkailun kestävyiden ja vastuullisuuden kehittämisen sekä kansainvälistymisen. Matkailustrategian missiossa esitetään, että ”Etelä-Pohjanmaa on tunnistettava matkailualue Suomessa, jossa matkailijalla on valittavana ympärivuotisia elämyksiä aidosti, vastuullisesti ja pohjalaisella vieraanvaraisuudella tarjottuna” (Järvinen ym. 2020, 20).

Matkailustrategian tavoitteisiin ja missioon päästäkseen, tulee maakunnan kehittää alueellinen matkailubrändi, joka erottaa sen muista alueista. Tämän lisäksi myös alueen matkailumarkkinointia tulee tehostaa ja esimerkiksi yhteistyötä edistämällä vahvistaa alueen toimintaympäristöä. (Järvinen ym. 2020, 25–26.)

### 3.2 Kulttuuriperintö ja matkailu

Kulttuuriperintö on historiaa, jonka ihminen on luonut itse sen erilaisissa ilmenemismuodoissa, kuten rakennuksissa, kaupungeissa, museon esineissä ja käsitöissä, mutta myös aineettomassa



muodossa kuten musiikissa, tanssissa ja rituaaleissa (Timothy 2011, 3). UNESCO on jakanut kulttuuriperinnön kolmeen eri ryhmään. Nämä ryhmät ovat monumentit, rakennusryhmät ja kohteet. Monumentit ovat erilaisia arkkitehtonisia teoksia, veistoksia ja maalauksia, arkeologisia elementtejä ja vastaavia kohteita, jotka nähdään historian, tieteen tai taiteen kannalta erityisen merkittävänä. Rakennusryhmät taas ovat rakennuksia, joita pidetään erityisen merkittävänä joko niiden arkkitehtuurinsa, homogeenisuutensa tai niiden maisemassa ansaitseman paikan vuoksi. Viimeisenä kulttuuriperinnön määritelmänä Unesco mainitsee kohteet, joihin sisältyvät sekä ihmisen yksin, että ihmisen ja luonnon yhdessä luomat teokset, jotka ovat merkittäviä joko niiden historiallisen, esteettisen, etnologisen tai antropologisen arvon vuoksi. (UNESCO 2014, 132.)

Edellä mainittujen kolmen ryhmän lisäksi UNESCO on määritellyt myös aineettoman kulttuuriperinnön. Aineettomalla kulttuuriperinnöllä tarkoitetaan muun muassa erilaisia käytäntöjä, ilmaisuja, tietoja ja taitoja, jotka on tunnistettu osaksi yhteisön tai ryhmän kulttuuriperintöä (UNESCO 2014, 132–133). Suojellakseen aineetonta kulttuuriperintöä ja varmistaakseen aineettoman kulttuuriperinnön kunnioittamisen, UNESCO ylläpitää listausta ihmiskunnan aineellisesta kulttuuriperinnöstä (UNESCO 2003, 2, 7). Suomesta aineettoman kulttuuriperinnön listalle on päässyt vuoteen 2022 mennessä kolme kohdetta, joita ovat suomalainen saunakulttuuri, pohjoismaiset klinkkeriveneperinteet sekä Kaustisen viulunsoitto ja siihen liittyvät käytännöt ja ilmaisut (UNESCO 2022). Näistä suomalainen saunakulttuuri on aineettoman kulttuuriperinnön muoto, joka vaikuttaa myös Etelä-Pohjanmaalla.

Kulttuuriperintökohde itsessään ei muodosta matkailutuotetta, vaan se tarvitsee ympärilleen muut yleiset matkailukohteen palvelut. Tämä tarkoittaa sitä, että huolellisesti suunnitellun kohteen lisäksi matkailijalla täytyy olla mahdollisuus käyttää esimerkiksi majoitus- ja ravintolapalveluja kohteen lähistöllä. Lisäksi kohteen täytyy olla helposti saavutettavissa, oli tämä sitten omalla autolla tai julkisella liikenteellä. (Sigala & Leslie 2005, 28–29.)

Kulttuuriperintömatkailun takana voi olla useita erilaisia motivaatiotekijöitä. Usein kuitenkin matkailija haluaa nähdä rakennettua tai kokea elävää kulttuuriperintöä ja samalla oppia jotain uutta, viettää aikaa perheen ja ystävien kanssa tai tyydyttää uteliaisuutensa. (Timothy 2011, 4.) Suosituimpia kulttuurimatkailukohteita ympäri maailman ovat kaupungit ja etenkin pääkaupungit, sillä näissä sijaitsevat useimmiten kaikista tärkeimmät kulttuurikohteet, kuten museot, kirkot ja monumentit. Kuitenkin myös maaseudun kohteet ovat suosittuja, sillä niiden viljelymaisemat ja historialliset kylät ovat matkailijoiden silmissä puoleensavetäviä. (Timothy 2011, 29–30.)

Kulttuuriperinnön kokemisesta matkoillaan kiinnostuneet löytävät pääasiassa informaation kohteista internetin kautta. Useasti kulttuurikohteissa matkaavista jopa 58 % käyttää internetiä ja verkkosivuja apunaan matkaa suunnitellessa. Myös ystävät ja sukulaiset sekä esitteet ja opaskirjat ovat

usein käytettyjä informaation lähteitä kulttuurimatkaileijoiden keskuudessa. Kulttuurikohteissa vierailun suunnittelu ennen matkaan on myös yleistä, esimerkiksi Yhdysvalloissa lähes puolet matkailijoista suunnittelee kohteissa vierailut jo ennen matkaa. (Timothy 2011, 30.) Tämä tutkimus on kuitenkin jo yli kymmenen vuotta vanha, ja internetin käytön yleistyessä entisestään, on turvallista olettaa, että nykyään entistä suurempi osa matkaajista käyttää internetiä apunaan matkaa suunnitellessaan. Tutkimus keskittyy myös yhdysvaltalaisiin matkustajiin, joiden käyttäytyminen voi poiketa hieman suomalaisista.

Australiassa tehdyssä tutkimuksessa ilmeni, että lähes kolme neljäsosaa alueen automatkailijoista oli osallistunut jonkinlaiseen kulttuuriperintöön liittyvään aktiviteettiin tai vierailut kulttuuriperintöön liittyvässä kohteessa (Carson, Prideaux, Coghlan & Taylor 2009, 217–225). Kulttuuriperintö on usein yksi tärkeimmistä markkinointiviesteistä, kun autolla matkailevia pyritään houkuttelemaan matkustamaan alueelle. Kuitenkin kulttuuriperintömatkailua on vaikea muuttaa suoraan kassavirraksi alueen toimijoille, sillä esimerkiksi kulttuuriperintöön kuuluvat maisemat ovat kokemuksia, joiden kokeminen on pohjimmiltaan ilmaista. Kulttuuriperintömatkailu houkuttelee alueelle kuitenkin paljon matkustajia, joten vaikka se itsessään ei ole vahvin kassavirran muodostaja, tuo se rahaa kuitenkin muulle alueen liiketoiminnalle. (Carson ym. 2009, 217–225.)

Myös Timothy (2011, 296) nostaa esille kulttuuriperintöön nojaavan matkailun vaikeuden tuottaa tarpeeksi voittoa kulujen kattamiseen. Historian säilöminen on kallista ja tarjonta ja kysyntä eivät useimmiten kohtaa niin, että kulttuuriperintökohteita pystyttäisiin ylläpitää ja suojella riittävässä määrin. Tämän vuoksi useat kulttuuriperintökohteet nojaavat julkiseen tukeen sekä pääsymaksuihin ja lahjoituksiin. Paikallisilla ja kansallisilla toimijoilla on kuitenkin yleensä kiinnostusta tukea kulttuuriperintökohteita, sillä nämä tuovat alueelle lisää matkailijoita ja näin eri alojen toimijoille lisää tuloja ja uusia työpaikkoja. (Timothy 2011, 296–299.)

### **3.3 Kulttuuriperintö Etelä-Pohjanmaalla**

Etelä-Pohjanmaalla on paljon alueelle ominaisia erityispiirteitä ja kulttuurikohteita, jotka erottavat sen muista Suomen maakunnista. Kulttuuriperintö nousee esille useimmissa Etelä-Pohjalaisissa kunnissa ja kulttuurimatkailu on alueen matkailutoimijoiden keskuudessa tärkeänä nähty kehityksen ja yhteistyön kohde. Kyrönjoen varrella olevista kunnista kulttuuriperinnön kannalta tärkeitä kohteita ovat muun muassa Kauhajoelta löytyvä Hämes-Havunen, joka esittelee pohjalaista rakennusperinnettä, sekä Ilmajoella sijaitsevat Nuijasodan muistopaikat. Myös Seinäjoella sijaitsevat museot, jotka ovat vastuussa Etelä-Pohjalaisesta kulttuuriperinnöstä ja Isossakyrössä sijaitsevat Leväluhdan vesikalmisto ja Tuomaanmäen pronssikautinen hautaröykkiö ovat esimerkkejä alueella sijaitsevista kulttuuriperintökohteista. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2019, 11–15.) Valtionavustusta sai

vuonna 2012 Etelä-Pohjanmaalla kuusi eri kulttuuritapahtumaa, joita olivat Eteläpohjalaiset Spelit - tapahtumat Kauhajoella, Teuvalla ja Isojoella. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2021, 33).

Osana Etelä-Pohjanmaan vuosien 2019–2025 kulttuuristrategiaa on alueella tavoitteena lisätä maakunnassa tehtävää yhteistyötä erilaisten toimenpiteiden kautta kuten erilaisten verkostojen ja avoimen dialogin kautta. Lisäksi strategia keskittyy muun muassa kestäväen kehityksen sisällyttämiseen kaikkeen kulttuuritoimintaan ja kansainvälisyyden ja hyvinvoinnin lisäämiseen. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2019, 21–22.) Lisäksi kulttuuristrategiassa on otettu huomioon kulttuuriperintö ja sen suojeleminen ja vaaliminen. Tavoitteena on esimerkiksi kulttuuriperinnön suojeleminen lisäksi luoda toimintasuunnitelma maakunnan kulttuuriperinnöstä ja lisätä alueen kulttuuriperinnön kannalta merkittäviä kohteita kansalliseen luetteloon. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2019, 24.)

Etelä-Pohjanmaan kulttuuriperinnön ja sen rahoituksen vahvistamiseksi on Etelä-Pohjanmaan liitto ottanut osaa EU:n kansainvälisen Interreg Europe ohjelman vuosina 2014–2020 toteutettuun FINCH (Financing Impact on Regional Development of Cultural Heritage Valorisation) projektiin. FINCH projektiin osallistuneet maat pyrkivät erilaisten toimenpiteiden kautta vahvistamaan ja luomaan toimintamalleja, joiden avulla kulttuuriperintöä voidaan hoitaa paremmin ja kohteiden kestävä käyttöä pystytään paremmin varmistamaan. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2021b, 3.) FINCH-hankkeen avulla toteutettuja toimenpiteitä Etelä-Pohjanmaalla ovat e-opas alueen toimijoille, joka antaa toimijalle tarvittavat tiedot kulttuuriperintöön liittyvien kohteiden rahoitusmahdollisuuksista. Lisäksi hankkeen avulla Etelä-Pohjanmaan liitto seuraa kulttuuriperinnön roolia koko alueen kulttuuristrategiassa ja mahdollisia politiikkamuutoksia, joita projektista on seurannut. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2021b, 7–10.)

### **3.4 Ruokamatkailu**

Ruokamatkailu on matkailua, jossa matkailijan päätarkoituksena on päästä kokemaan ja tutustumaan erityisesti paikalliseen ruokakulttuuriin matkallaan. Ruoan kautta matkailija pystyy perehtymään alueen erityislaatuiseen henkeen ja paikallisiin erityismakuihin ja näin luoda itselleen elämyksiä ja kokemuksia, jotka poikkeavat matkailijan normaalista arjesta. Ruokaan voidaan tutustua esimerkiksi ravintoloiden ja kahviloiden ruokailujen kautta, mutta myös esimerkiksi erilaisten ohjattujen kokemusten, kuten kalastus- tai marjastusretkien kautta. Myös erilaiset ruokareitit ovat tärkeä osa ruokamatkailun mahdollisuuksia. (Visit Finland 2021, 5.) Vuonna 2020 86 % matkailijoista oli kiinnostunut tekemään matkan erityisesti ruoka ja juoma mielessä, oli tämä sitten paikallisen ruoan tai juoman maistaminen, ruokafestivaaleilla vierailu tai alueella tunnetussa ravintolassa vierailu (Stone, Migacz, Garibaldi, Stein & Wolf 2020, 48). Tämä tilasto kuvaa kuinka tärkeää alueen matkailutoimijoiden on huomioida ruokamatkailu osana alueen matkailutarjontaa. Lisäksi, vaikka ruokamatkailu ei olekaan jokaisen matkailijan pääsyy matkan tekemiselle, ei ruoan ja juoman tärkeyttä

osana matkaa tule siltikään unohtaa, sillä jokaisen täytyy matkalla syödä ja juoda, joten ruokakokemukset ovat kuitenkin yksi tärkeä tekijä siinä, suosittaleeko alueella matkustanut kohdetta myös muille tai haluaako hän palata kohteeseen (Visit Finland 2021, 5).

Visit Finland on yhdessä Hungry for Finlandin kanssa luonut Suomelle ruokamatkailustrategian vuosille 2020–2028. Yksi strategian määrittelemistä ruokamatkailun pääkohderyhmistä ovat kotimaan matkailijat, sillä nämä edustavat yli puolta Suomen vuosittaisista kokonaisuöpyymisistä ja ovat näin suuri suomalaisen matkailun asiakassegmentti. Tärkeitä motivaatiotekijöitä kotimaanmatkailuun olivat muun muassa luonnon kokeminen ja retkeilyn mahdollisuus, rauhoittuminen sekä erilaiset ruokaelämykset. (Havas & Adamsson 2020, 16–17.) Ruokamatkailustrategiassa nostettuja strategisia valintoja ovat myös vastuullisuus, tuotekehitys ja strategiset kumppanuudet sekä myynti, markkinointi ja viestintä. Paikallisten yritysten toivotaan käyttävän ruokatuotteissaan ja palveluissaan erityisesti paikallisia raaka-aineita ja työvoimaa. Myös alueen paikalliskulttuuria osataan käyttää hyödyksi ja alueelle voidaankin tuoda lisää matkailutuloja, kuitenkin unohtamatta tuotteen ekologisuutta ja koko tuotantoketjun vastuullisuutta. (Havas & Adamsson 2020, 22.)

Ruokamatkailulla on myös erinomainen mahdollisuus auttaa omalla toiminnallaan alueen brändäystä muusta Suomesta erottuvana matkailukohteena. Tätä varten ruokamatkailustrategia nostaa esiin myös tuotekehityksen merkityksen strategisena valintana alueen yrityksille. Yksi mahdollisuus on esimerkiksi paketoita ruokamatkailutuote osaksi kokonaisuutta, joka sisältää myös muita aktiviteetteja kuten kulttuuri- tai luontokohteita. Lisäksi parhaimmillaan kehitetyt tuotteet kuvastavat alueen paikallista kulttuuria ja historiaa. (Havas & Adamsson 2020, 25.) Lisäksi monialainen yhteistyö ja hyvä myynti, markkinointi ja viestintä mahdollistavat ruokamatkailun vetovoimaisuuden kasvun ja erilaisten ruokamatkailutuotteiden saatavuuden ja myynnin lisääntymisen (Havas & Adamsson 2020, 32).

Yksi osa ruokamatkailua ovat perinneruoat, jotka voidaan yhdistää osaksi aineetonta kulttuuriperintöä. UNESCO on vuodesta 2010 alkaen ottanut myös perinneruokia ja paikallisia ruokakulttuureja osaksi sen aineettoman kulttuuriperinnön listaa ja listalta löytyvät nykyään esimerkiksi meksikolainen ruokakulttuuri ja korealainen kimchi (UNESCO 2022). Ruoan tärkeä merkitys osana aineetonta kulttuuriperintöä onkin saanut osan matkailun ammattilaisista näkemään ruokamatkailun enemmänkin kulttuuriperintöön nojaavan matkailun alaluokkana kuin omana matkailun muotona. (Ellis, Park, Kim & Yeoman 2018, 255).

Vuonna 2018 tehdyssä tutkimuksessa selvitettiin tärkeimpiä ruokamatkailun vetovoimatekijöitä niiden matkustajien keskuudessa, jotka ovat erityisesti kiinnostuneita ruoasta. Tutkimuksessa selvisi, että tärkeimpiä vetovoimatekijöitä ruokamatkailukohteissa ovat erityisesti ruoan maku, kulttuuriset kokemukset ja muiden ihmisten kanssa sosialisointi. Tämän lisäksi esille nousivat myös

mahdollisuus perinteisen ruoan kokemiseen sekä mahdollisuus osallistua monipuolisesti myös muihin kuin ruokaan liittyviin aktiviteetteihin kohteessa. Ruokamatkailun parissa työskentelevän kannattaakin siis panostaa erityisesti siihen, että ruokatuote esittelee paikallista ruokakulttuuria ja perinteitä ja kaikista ideaalisimmassa tilanteessa myös tarinankerronta on sidottu osaksi tuotetta. Lisäksi tuote kannattaa yhdistää muihin paketteihin ja tarjota näin matkustajalle kokonaisvaltainen kokemus. (Su, Johnson & O'Mahony 2018, 581–583.)

Visit Finland (2020, 2) on luonut ruokamatkailulle tuotesuosituksia, joiden avulla alan toimijat ja yritykset voivat kehittää tuotteitaan mahdollisimman laadukkaiksi ja elämyksellisiksi. Tärkeitä tekijöitä, joita toimijoiden kannattaa tuotteessaan ottaa huomioon ovat muun muassa tuotteen paikallisuus, kokonaisvaltainen ruokaelämys, ruokatuotteiden kestävyys sekä palvelujen tarinallistaminen. Paikallisten raaka-aineiden käyttö auttaa toimijaa tarinallistamaan tuotteen ja tekemään siitä autenttisen, erottaen sen muiden alueiden ruokatuotteista. Ruokailun muokkaaminen kokonaisvaltaiseksi kokemukseksi esimerkiksi ruokapaikan estetiikkaa kehittämällä tai esimerkiksi ottamalla asiakkaan osaksi raaka-aineiden hankintaa, auttaa nostamaan kokemuksen elämyksellisyyttä asiakkaan silmissä merkittävästi. Lisäksi vastuullisesti toimiminen on tärkeä osa ruokamatkailutoimintaa - lähiruoan käyttö, jätteen minimointi ja sesonkien suosiminen monien muiden tekijöiden kanssa auttavat säästämään luontoa, mutta sen avulla tuotetta voidaan myös tarinallistaa entisestään. (Visit Finland 2020, 6–10.)

## 4 Automatkailu Suomessa ja maailmalla

Tässä luvussa tulen kertomaan automatkailusta sekä Suomessa, että maailmalla. Tulen esittelemään itsenäisesti autolla tehtävän kiertomatkailun, sekä kertomaan tekijöistä, jotka takaavat automatkailua varten rakennettujen kiertomatkareittien onnistumisen. Lisäksi tulen esittelemään esimerkkejä, kuinka tällaisen kiertomatkareitin voi teemoitella ja näin paketoita siihen paikallisen kulttuurin esittelyn.

### 4.1 Automatkailu

Road trip voidaan määritellä matkana, joka on tehty esimerkiksi autolla, matkailuautolla tai moottoripyörällä ja jossa matkailijat ovat matkalla yhteen tai useampaan kohteeseen yhdeksi tai useammaksi päiväksi (Kulwicki 2015, 7). Road trip on myös Suomessa matkailualan ammattilaisten sekä matkailijoiden keskuudessa usein käyttämä termi, mutta sen voi suomentaa esimerkiksi autolla tehtäväksi kiertomatkaksi. Näiden matkojen tueksi on usein rakennettu erilaisia valmiita kiertomatkareittejä eri toimijoiden toimesta. Kiertomatkareitit ovat tieosuuksia, jotka on markkinoitu itsenäiselle automatkailijalle yhtenä kollektiivisena kokonaisuutena (Carson & Cartan 2011, 296). Matkustajat pitävät usein näistä valmiisti rakennetuista kiertomatkareiteistä, sillä se helpottaa matkan suunnittelua ja esittelee matkan varrella olevat nähtävyydet jo etukäteen. Näiden valmiiden reittien julkaisu auttaa myös paikallisia matkailutoimijoita, sillä näin autolla matkailevien käyttäytymistä alueella voidaan ennustaa paremmin. (Carson & Cartan 2011, 297.)

Suomessa Tiehallinto, eli nykyinen Väylävirasto toimii matkailuteiden lupaviranomaisena antaen luvat matkailuteiden viitoittamiseen (Tiehallinto 2004, 11). Tiehallinto on määritellyt matkailutien tienä, jonka varrella on matkailijan näkökulmasta katsottaessa paljon merkittäviä kohteita sen yleiseen liikenteelliseen merkitykseen verrattuna. Lisäksi tällainen tie tukee merkittävästi alueen matkailuelinkeinoa ja alueen yleistä kilpailukykyä. (Tiehallinto 2004, 7.) Matkailutien hyväksymiskriteereihin kuuluu lisäksi, että reitin varrella on tarjolla omaleimaista kulttuurihistoriaa tai luonnon- ja kulttuurimaiseman arvoja. Lisäksi alueen tulee olla selkeästi ja loogisesti rajautuva ja tiehankkeella on oltava vahva taustaorganisaatio ja selvä alueellinen tuki. (Tiehallinto 2004, 18.) Matkailutiet, sekä tieverkko yleisesti, voidaankin nähdä sekä keinona päästä matkailunähtävyydestä toiseen, mutta samalla myös näyteikkunana, joka esittelee suomalaisen matkailumaiseman matkailijalle (Vuoristo & Vesterinen 2009, 92–93.)

Suomen matkailutiet merkataan maastoon ruskeilla opasteilla. Jokaisella matkailureitillä on oltava omaleimainen ja reittiin liittyvä nimi, joka on merkitty tienvarsiopasteeseen yhdessä selkeän tunnuksen kanssa. (Tiehallinto 2004, 19.) Esimerkiksi Turusta Hämeenlinnaan kulkevan Hämeen Härkätien opasteessa on matkailutien nimen lisäksi merkinä härän pää ja Suomen, Ruotsin ja Norjan

alueella kulkevassa Revontulentienissä nähdään merkinä kuvio, jossa yhdistyvät Suomen, Ruotsin, Norjan ja Saamen lippujen väritykset.

Etelä-Pohjanmaalla matkustavista suuri osa käyttää matkansa pääasiallisena kulkuvälineenä autoa. Tämän lisäksi kesällä myös asuntoautojen ja moottoripyörien määrä kulkumuotona lisääntyy, mutta ne jäävät silti merkittävästi henkilöauton suosiosta. (Tuuri ym. 2021, 26.) Omalla autolla matkaavat eroavat usein toimintamalleiltaan merkittävästi esimerkiksi pakettimatkoilijoista. Automatkailu on hyvin yksilökeskeistä ja matka ei yleensä ole rajattu tiettyyn kohteeseen. Lisäksi autoilijalla on mahdollisuus tehdä kesken matkan melko vapaastikin muutoksia matkasuunnitelmaansa ja päättää kauanko he haluavat viettää aikaa yhdessä kohteessa. Matkailijalla on myös suurempi vapaus päättää miten majoittua, mitä aktiviteetteja kokea matkan aikana ja minkä pituisen matkan ylipäätään tehdä. (Prideaux & Carson 2003, 309.)

Australiassa tehdyssä tutkimuksessa automatkailijoista selvisi, että suuri osa matkustajista suunnittelei kokonaan tai vähintään osan matkastaan etukäteen. Lisäksi hieman yli puolet matkustajista etsi tietoa ajamaansa reittiä varten ulkoisista lähteistä, kuten vierailijakeskusten informaation pohjalta. Matkaajista suurin osa käytti majoitusmuotonaan matkalla joko hotellia tai leirintäaluetta. (Prideaux & McClymont 2007, 121.) Vastaavanlaisia tuloksia kävi ilmi myös Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvityksessä. Myös Etelä-Pohjanmaalle matkustavat käyttivät matkan suunnittelua varten erityisesti matkailuyritysten tai kohteiden omia verkkosivuja. Samaan tapaan kuin australialaiset, vastaajista suuri osa yöpyi joko hotellissa tai leirintäalueella, mutta myös sukulaisten ja tuttavien luona yöpyminen oli yleistä Etelä-Pohjanmaan matkailijatutkimuksessa. (Tuuri ym. 2021, 47–49.)

Vuonna 2007 Matkamessujen vierailijoille teetetyssä kyselyssä selvisi, että tärkein tiedonlähde Suomessa sijaitsevista matkailuteistä on ollut teiden varrella sijaitsevat opasteet. Lisäksi myös esitteet ja lehdet olivat tärkeitä tiedonlähteitä. Sen sijaan internet ja radio eivät olleet juurikaan antaneet tietoa matkailuteistä kyselyyn vastanneille. (Meriruoho, Rantala & Veijola 2007, 41, 45.) Kuitenkin samassa kyselyssä selvisi, että suurin osa vastaajista olisi halunnut saada tietoa matkailuteistä erityisesti internetin kautta eikä opasteita nähty houkuttelevimpana tiedonlähteenä reiteistä (Meriruoho ym. 45–46). Jo vuonna 2007 internet nähtiin siis kaikista houkuttelevimpana tiedonlähteenä matkailuteistä tietoa etsiessä ja tämän tiedonlähteen suosio on varmasti vain kasvanut entisestään vuosien varrella. On huomattava, että useilla virallisillakaan Suomen matkailuteillä ei ole vielä vuonna 2022 omia virallisia verkkosivuja, eikä esimerkiksi matkailuteiden lupaviranomaisena toimiva Väylävirasto ole internetissä listannut kaikkia nykyisiä matkailuteitä verkkosivustoilleen. Kuitenkin vuonna 2012 (Lai & Nguyen 2013, 24) Vietnamin toteutetussa tutkimuksessa selvisi, että internetissä tehty mainostus kohteesta kasvatti sekä tietoisuutta kohteesta, että lisäsi yleistä tyytyväisyyttä ja kohdeuskollisuutta matkailijoiden keskuudessa. Tämän vuoksi matkailuteiden

ylläpitäjien ja automatkailijoita alueelleen toivovien olisi tärkeää muistaa internetissä tapahtuvan markkinoinnin tärkeys markkinointisuunnitelmissaan. Myös Matkailun edistämiskeskuksen, eli nykyisen Visit Finlandin, ja Ellare Oy:n yhteistyössä tehdyssä kiertomatkailukartoituksessa nähtiin ongelmallisena se, että kaikkien matkailuteiden ja teemareittien tiedot ovat hajallaan ja kullakin reitillä on muun muassa omat internet sivustot sen sijaan, että tiedot olisi koottu yhteen paikkaan, josta matkailijan olisi ne helppo löytää (Parviainen & Räsänen 2004, 35). On siis merkittävää huomata, että jo lähes kaksikymmentä vuotta sitten ilmoille nostettu huomio matkailuteiden tietojen hajallisuudesta ja sen haitallisuudesta teiden markkinoinnin ja myynnin suhteen ei ole muuttunut vuosien saatossa parempaan suuntaan.

## 4.2 Automatkustajien kiinnostuksen kohteet

Australiassa toteutetussa tutkimuksessa ilmeni, että automatkailijoiden suurimmat kiinnostuksen kohteet matkalla ovat luontomatkailu, ruokamatkailu ja kulttuurilliset aktiviteetit. Erityisesti suosittuja aktiviteetteja ovat historiallisissa kohteissa vierailu, ulkona syöminen, shoppailu ja paikallisessa kasvitieteellisessä puutarhassa vierailu. (Prideaux & McClymont 2007, 124.) Suomessa samana vuonna toteutetussa tutkimuksessa tärkeimmiksi ominaisuuksiksi matkailuteillä nousivat australialaisten tapaan myös luonto ja ravitsemuspalvelut, mutta myös erityisesti pysähdyspaikat ja nähtävyydet nousivat esille. Sen sijaan kulttuuritarjontaa ja ohjelmapalveluja ei nähty erityisen tärkeinä. (Meriruoho ym. 2007, 65.) Vuonna 2019 Kiinassa tehdyssä tutkimuksessa selvitettiin, mitkä tekijät olivat paikallisille automatkailijoille tärkeimpiä motivaatiotekijöitä. Samalla lailla kuin lähes kymmenen vuotta aikaisemmin Australiassa ja Suomessa tehdyissä tutkimuksissa todettiin, oli myös Kiinassa tärkeimmät kiinnostuksen kohteet matkalla luontokohteet ja muut nähtävyydet sekä mahdollisuus rauhoittua ja nauttia raikkaasta ilmasta kohteissa. Kuitenkin tutkimuksessa nousi aikaisemmista tutkimuksista poiketen myös uusia piirteitä, tärkeimpinä tilaisuus kehittää matkailijan ajotaitoja matkan aikana, sekä mahdollisuus jakaa matkakokemuksia esimerkiksi sosiaalisen median kautta muille ihmisille. (Zhou & Huang 2016, 923–924.)

Yhdysvalloissa ja Kanadassa toteutetussa tutkimuksessa selvisi lisäksi, että suuri osa automatkailijoista olivat kiinnostuneita tekemään maisema-ajeluja vieraillessaan kohteessa ja näin tutustua paremmin alueen maisemiin. Lisäksi tutkimuksessa ilmeni, että suurin osa vastaajista oli erityisesti kiinnostuneita vesistöjen varrella sijaitsevista ajoreiteistä, sillä rannikkoalueet, järvet ja joet nousivat tutkimuksessa suosituimmiksi kohteiksi. Tämän lisäksi myös rannat, villieläimet ja historialliset kohteet herättivät kiinnostusta matkailijoiden keskuudessa. (Hennessey, Yun, MacEachern & MacDonald 2008, 9.)

Moottoripyörällä matkustavat toivovat kiertomatkareitiltä monilta osin samoja asioita kuin automatkustajat, mutta myös eroja löytyy. Moottoripyörällä matkustaville tärkeiksi nousevia tekijöitä



kiertomatkarreitillä ovat erityisesti kauniit maisemat reitillä, bensa-asemien saatavuus ja hyvässä kunnossa olevat turvalliset tiet. Lisäksi moottoripyöräilijät haluavat erityisesti tutkia uusia kohteita matkallaan ja vieraila historiallisissa kohteissa, mutta tavata myös esimerkiksi vanhoja ystäviään. On myös hyvä huomata, että moottoripyörällä matkustavat nauttivat ajamisesta maalaisteilla, jotka eivät ole tukkoisia muun liikenteen vuoksi. (Sykes & Gibson Kelly 2016, 543–557.)

### 4.3 Onnistunut kiertomatkarieitti

Kiertomatkarieitin onnistumisen takana on suuri määrä erilaisia tekijöitä, mutta myös jo olemassa olevia konsepteja on mahdollista ottaa huomioon matkailijan matkan laadun takaamiseksi. Ensinnäkin on tärkeää, että reitin varrella on selkeitä nähtävyyksiä, sillä tämä antaa matkailijalle syyn pysähtyä matkan varrella ja kokea jotain. Nähtävyyksien lisäksi myös korkeatasoinen tulkinta kohteesta on hyvä ottaa huomioon. Erityisesti teemallisella kiertomatalla on tärkeää, että matkailijoille selvitetään miksi kohteet ovat merkittäviä ja samalla luoda reitille selkeä ja tunnistettava teema. Näiden kahden konseptin lisäksi reitin onnistumisen kannalta on huolehdittava reitin läpi kulkevien kaupunkien ja alueiden sidosryhmien hyvästä yhteistyöstä ja yhteistyössä tehdystä suunnittelutyöstä. (Hardy 2003, 324–325.)

Teemallinen kiertomatkarieitti on reitti, jonka paikalliset viranomaiset tai muut alueen toimijat ovat päättäneet tiettyjen maisemallisten vetovoimatekijöiden ja matkan varrella olevien kaupunkien ja kohteiden nähtävyyksien pohjalta. Näillä reiteillä on alueellinen painotus, ne ovat mittakaavaltaan koko maan kattavia reittejä pienempiä ja useimmiten paikallisten elinten aloittamia hankkeita. (Hardy 2003, 318.) Yksi pääsyy teemallisten kiertomatkarieittien luomiselle on se, että näin alueen nähtävyydet, joilla ei yksikseen olisi samanlaista potentiaalia houkutella matkustajia kohteeseen, voidaan sitoa yhteen paremmin myyväksi paketiksi (Meyer 2004, 2).

Erityisesti teemallisen kiertomatkarieitin onnistumiseksi on sen identiteetti hyvä estetisoida, eli tuoda alueen erityispiirteet vahvasti esille. Alueen identiteetti muodostuu tekijöistä, jotka erottavat sen muista alueista, esimerkiksi alueen historia, luonto, kulttuuri sekä kieli ja murteet ovat tällaisia tekijöitä (Paasi 1996, 212). Automatkoilussa alueen identiteettiä on usein vaikea estetisoida, sillä matka tehdään pitkälti auton penkillä istuen, eikä matkailija välttämättä osaa kiinnittää huomiota alueen erityispiirteiden esiintymiseen reitin varrella. Tämän vuoksi olisikin matkailijalle hyvä tarjota etukäteen tietopaketti, joka sisältää tiedot alueen erityispiirteistä esimerkiksi verkkosivujen tai esitteiden muodossa. (Meriruoho ym. 2007, 97.) Vastaavanlaisia tuloksia on saatu myös muun muassa Kiinasta. Matkailijoiden tyytyväisyyttä nostivat erityisesti kiertomatkarieitin varrella olevat kiinnostavat matkakohteet, mutta myös paikallista kulttuuria esittelevät tapahtumat ja kauniit sivutiet, joiden varrella matkailija voi nähdä alueelle ominaisia maisemia ja kulttuurillisia kohteita, nostettiin tutkimuksessa esille. (Qiu, Hsu, Li & Shu 2018, 404.)

Edellä mainittujen konseptien lisäksi menestyksekkäs kiertomatkarieitti voidaan saavuttaa kymmenen eri toimenpiteen kautta. Ensinnäkin on tärkeää, että kiertomatkarieitti ja sen nähtävyydet ovat houkuttelevia matkustajalle. Lisäksi on tärkeää, että reitin tuottaja tietää kohdemarkkinansa ja osaa luoda heille houkuttelevaa mainontaa ja tarjota heidän tarvitsemiaan tuotteita, esimerkiksi karttoja tai esitteitä, joita matkailija voi käyttää ennen matkaa tai sen aikana. Lisäksi reitin on oltava selkeästi määritelty ja se on esitelty kokonaisuutena tuotteena, joka sisältää nähtävyyksien lisäksi myös esimerkiksi majoitusmahdollisuudet. Reittiin on myös hyvä sisällyttää materiaalia, jonka avulla matkustaja pystyy suunnittelemaan matkansa. Lopulta on myös hyvä ottaa huomioon kustannustehokkuus sekä matkailijan, että reitin tarjoajan kannalta sekä pitää huoli, että teemallisen kiertoreitin luonto- ja kulttuuriperinnöstä pidetään huolta. (Hardy 2003, 326–327.)

Myös Suomessa tehdyssä kyselyssä erilaisille matkailuorganisaatiolle nousi pintaan vastaavanlaisia tuloksia. Kyselyyn vastanneiden toimijoiden mukaan onnistunut kiertomatkarieitti vaatii tehokkaita myyntikanavat, sekä tarjontaa reitin varrella, joka vastaa asiakkaiden kiinnostuksen kohteita. Lisäksi reitin myyntiä auttaa, kun tuotteet on paketoitu selkeiksi kokonaisuuksiksi. (Parviainen & Räsänen 2004, 31.)

Matkailijan kokemus onnistuneesta autolla tehdystä matkasta on erittäin tärkeässä asemassa, jos matkustajan toivotaan palaavaan kohteeseen ja kertovan kohteesta positiiviseen sävyyn eteenpäin myös muille ystävilleen ja läheisilleen. Kiertomatkoilla erityisesti kokonaisuutena onnistunut matka on hyvin tärkeä, sillä matkailija arvioi kiertomatkaa ja sen varrella nähtyjä kohteita yhtenä kokonaisuutena sen sijaan, että kohteita arvioitaisiin yksittäisinä kohteina. Tämän vuoksi reitin varrella toimivien yritysten on hyvä toimia yhteistyössä, jotta onnistunut kokonaisuus voidaan taata. (Qiu ym. 2018, 404–405.)

Onnistuneen kiertomatkarieitin takaamiseksi on myös teiden kunto yksi tärkeä tekijä, joka tulee ottaa huomioon. Yhdysvaltojen Mainessa (Hallo & Manning 2009, 491) tehdyssä tutkimuksessa selvitettiin, mitkä teihin liittyvät tekijät olivat tärkeitä Acadian kansallispuistossa omalla autolla matkaille vierailijoille. Tutkimuksessa selvisi, että vierailijoiden tärkeimpinä pitämiä piirteitä olivat ennen kaikkea kauniit maisemat sekä mahdollisuus pysähtyä tien varrella oleviin nähtävyyksiin sekä omaksi iloksi ajaminen. Lisäksi pinnalle nousivat myös teiden rauhallisuus, hyvä kunto ja turvallisuus ja hyvät opastekyltit, jotka mahdollistavat miellyttävän ajokokemuksen. (Hallo & Manning 2009, 497.) Sen sijaan Kiinassa vuonna 2018 tehdyssä tutkimuksessa, jossa selvitettiin, mitkä tekijät vaikuttavat positiivisesti autolla matkustavien matkailijoiden kokemuksiin selvisi, että ajo-olosuhteet eivät olleet yhtä tärkeä tekijä positiivisen matkakokemuksen takaamiseksi kuin hyvät matkakohteet reitin varrella. Ajo-olosuhteiden todettiin olevan enemmänkin hyvää matkaa tukeva piirre, kuin ehdoton tekijä tyytyväisyyden saavuttamiseksi. (Qiu ym. 2018, 404.) Eriävistä

tutkimustuloksista huolimatta ovat hyvät ajo-olosuhteet koettu ennen kaikkea positiivisina tekijöinä, jonka vuoksi myös niiden huomioon ottaminen kiertomatkaraittejä rakentaessa on kannattavaa.

#### 4.3.1 Onnistuneita kiertomatkaraittejä maailmalta

The Cascade Loop on Yhdysvaltojen Washingtonin osavaltiossa sijaitseva kiertomatkaraitte. Nimensä mukaisesti, The Cascade Loop on kolmesta, yhteensä noin 700 kilometriä pitkstä sivutiestä muodostuva pitkä silmukka. Reitin varrella matkailija näkee useita erilaisia luonnonnähtävyyksiä aina rannikkomaisemista vuoriin ja tiheisiin metsiin. (National Scenic Byway Foundation 2020.) Reitti on jaettu yhdeksään eri alueeseen niiden maisemien, alueelle ainutlaatuisten piirteiden ja tarjolla olevien aktiviteettien mukaan. Mukaan on sisällytetty myös Seattle, vaikka se ei suoraan reitin varrella olekaan, sillä iso osa alueelle muualta Yhdysvalloista tai ulkomailta saapuvista matkustajista aloittaa ja päättää matkansa kaupunkiin. (The Cascade Loop 2022a.) Yksi esimerkki tällaisesta alueesta on Stevens Pass Greenway. Alueen reitti seuraa avointa jokilaaksoa, jota reunustavat vehreät metsät ja graniittiset kalliopinnat. Matkan varrelta löytyviä nähtävyyksiä ovat muun muassa Wallace Falls State Park, joka on virkistysalue, jonka päänähtävyys on sen suuri vesiputous sekä Stevens Pass laskettelukeskus. Alueen markkinoinnissa keskitytään erityisesti eri luontoaktiviteettien tarjontaan sekä upeiden nähtävyyksien kokemiseen. (The Cascade Loop 2022b.)

Kiertomatkaraitteinä The Cascade Loop on erityisen onnistunut etenkin siksi, että sitä markkinoidaan yhtenä kokonaisena tuotteena ja sen varrella toimivilla yrityksillä on yhteinen kiinnostus pitää tuote kannattavana. Lisäksi kiertomatkaraittejä mainostetaan Washingtonin osavaltion matkailuesitteissä, reitillä on oma tunnistettava logo ja sillä on kattavat verkkosivut, jossa matkailija voi esimerkiksi suunnitella oman matkansa. Lisäksi reitin menestystä lisää myös sen sijainti, sillä reitti sijaitsee erityisen luonnonkauniilla alueella, joka houkuttelee luokseen paljon matkailijoita. (Hardy 2003, 320–321.)

Etelä-Saksassa sijaitseva teemallinen Romantic Road kiertomatkaraitte on toinen esimerkki menestyneestä kiertomatkaraitteistä ulkomailla. Romantic Road on 460 kilometriä pitkä kiertomatkaraitte, joka kulkee läpi 29 saksalaisen kaupungin. Reitin varrella matkustaja pääsee tutustumaan alueen keskiaikaisiin kaupunkeihin sekä eurooppalaiseen historiaan, taiteeseen ja kulttuuriin ja lisäksi nauttimaan upeista maisemista. Reitin maisemat ovat vaihtelevia ja matkaja pääsee ihastelemaan sekä kauniita niittyjä ja jokilaaksomaisemia, mutta myös vuorimaisemista. (Romantische Straße 2022a.)

Reitin varrelta löytyy monenlaista tarjontaa, esimerkiksi mahdollisuus kokea paikallista ruokakulttuuria. Tarjolla löytyy muun muassa alueelle tyypillisiä makkaroita, viinejä ja juustoja. Lisäksi reitillä

pääsee tutustumaan useisiin eri palatseihin, linnoihin ja puutarhoihin. Reitin varrelta löytyy myös neljä UNESCO:n maailmanperintökohdetta, joita ovat Würzburgin linna, Rooman valtakunnan raja lähellä Dinkelsbühliä, Augsburgin vesihuoltojärjestelmä sekä Wiesin pyhiinvaelluskirkko. (Romantische Straße 2022b.)

Romantic Road on hyvä esimerkki siitä, kuinka yhden reitin voi saada toimimaan useilla eri kulku-  
neuvoilla. Reitin voi tehdä esimerkiksi autolla, polkupyörällä tai vaeltaen ja nämä kaikki eri liikkumi-  
sen muodot onkin otettu huomioon. Autolla ja moottoripyörällä matkustavat seuraavat reitin varrella  
olevia ruskeita tieopasteita, jotka ohjaavat kaupungista toiseen. Pyöräilijät taas seuraavat vihreitä  
merkkejä, jotka ohjaavat noin 500 kilometrin pyöräreitille. Vaeltajat taas on huomioitu sinisillä mer-  
keillä, jotka ohjaavat vaeltajan läpi reitin kaupunkien ja kauniiden maisemien. (Romantische Straße  
2022a.)

#### **4.3.2 Esimerkkejä kiertomatkarouteista Suomessa**

Suomessa toimivasta teemallisesta kiertomatkarouteista on erinomainen esimerkki Itä-Suomessa  
kulkeva Via Karelia. Via Karelian alkuperäinen Runon ja Rajan tie kulkee Suomenlahdelta aina  
Sallaan saakka ja on pituudeltaan 1080 kilometriä (Gosaimaa 2022). Tämän tien lisäksi on Via Ka-  
reliaan myöhemmin sisällytetty myös kolme muuta reittiä, joita ovat Karjalan kirkkotie, Pielisen kier-  
ros ja Venäjän puolella kulkeva Ontrei Malisen kannelreitti. Tämän lisäksi Via Karelia on nykyään  
myös osa Singing Heritage Routea, joka on Suomen, Viron, Latvian ja Liettuan yhteinen kulttuuri-  
reitti. Tämä reitti keskittyy erityisesti alueiden lauluperinteeseen, mutta myös muuhun kulttuurihisto-  
riaan, jonka kaikki neljä maata jakavat keskenään. (Singing Heritage Route Association 2022.) Via  
Karelian tärkeimpiä teemoja ovat itäinen ruokakulttuuri, ortodoksisuus, alueen sotahistoria sekä  
alueen kulttuuri- ja luontomaisemat (Via Karelia 2022).

Reiteiltä löytyviä alueelle ominaisia ruokaerikoisuuksia ovat muun muassa käsintehty karjalanpii-  
rakat, rapeakuorinen rypytetty rieska sekä sultsinat ja vatruskat. Reitin varrelta on nostettu esiin  
useita ravintoloita, kuten Lieksan leipomo ja kahvila sekä Utran Uittotupa, jotka näitä alueellisia  
ruokaelämyksiä matkailijalle tarjoavat. (Via Karelia 2021.) Sotahistoriaan reitin varrella voi tutustua  
muun muassa useiden eri toisen maailmansodan muistomerkkien muodossa, alueen sotamuseo-  
issa ja esimerkiksi sotahistoriallisen näyttelyssä vieraillemalla (Via Karelia 2019).

Toinen esimerkki Suomessa toimivasta matkailutiestä on Revoltulentie. Revoltulentie on Pohjois-  
Suomen Tornioista alkunsa saava matkailutie, joka kulkee Pohjois-Suomen lisäksi myös Ruotsin ja  
Norjan alueella, molemmin puolin Tornionjokea. 600 kilometriä pitkä tie päättyy lopulta Norjan  
Tromssaan. (Lapin AMK 2020.) Reitin tarjonta on runsasta sekä kieli- ja kulttuuriperinnöltään kuin  
myös maisemien osalta. Reitin yksi erityispiirre on myös sen kieliperimä, sillä reitin varrella

puhutaan jopa kuutta eri kieltä. (Our Stories 2018.) Reitin vetovoimatekijänä voidaankin pitää myös juuri kolmen valtion ja niiden kulttuurien kokeminen yhdellä reissulla (Parviainen & Räsänen 2004, 28).

Revontultentiestä tehdyssä tutkimuksessa selvisi, että reitin tärkeimmät vetovoimatekijät olivat luonto, reitin nimi sekä nähtävyydet. Sen sijaan esimerkiksi erilaisia tapahtumia ja alueen historiaa ei nähty kovin merkittävinä vetovoimatekijöinä. (Meriruoho ym. 2007, 47.) Vetovoimaisuuden lisäksi tutkimuksessa selvitettiin, mitkä tekijät lisäävät oikeaa matkustusvalmiutta reitille. Myös tästä näkökulmasta alueen luonto ja nähtävyydet nousivat tärkeimmiksi syiksi lopullista matkustuspäätöstä tehdessä. (Meriruoho ym. 2007, 50.)

#### **4.4 Automatkailun tulevaisuus**

Automatkailu on tällä hetkellä kaikista matkailun eri liikennemuodoista eniten hiilidioksidipäästöjä aiheuttava, mutta lentoliikenteen oletetaan ohittavan autot vuoteen 2030 mennessä, johtuen paljolti ajoneuvojen sähköistymisestä ja polttoainetehokkuuden paranemisesta (UNWTO & ITF 2019, 36). Yksi tätä muutosta tukeva aloite on Euroopan unionin vihreän siirtymä eli ”Fit for 55”. Tämän tavoitteen saavuttamiseksi on unioni ehdottanut autoille ja pakettiautoille koko EU:n laajuisia CO<sub>2</sub> päästöjen vähennystavoitteita vuodelle 2030 ja 100 % vähennystä vuodelle 2035. Tämä tarkoittaa, että vuoden 2035 jälkeen ei Euroopan unionin markkinoille ole enää mahdollista tuoda polttomoottoriautoja. (Euroopan komissio 2022.) Tämä Euroopan unionin tavoite tarkoittaa, että myös matkailualan toimijoiden on otettava huomioon erityisesti sähköautojen määrän nousu tulevaisuudessa automatkoja tehdessä. Kiertomatkatreitillä varrella on oltava tarjolla sähköautojen latauspisteitä, esimerkiksi leirintäalueilla tai nähtävyyksien yhteydessä, jotta tarjonta vastaa autolla matkustavien tarpeita ja odotuksia (Fjelstul & Fyall 2014, 468).

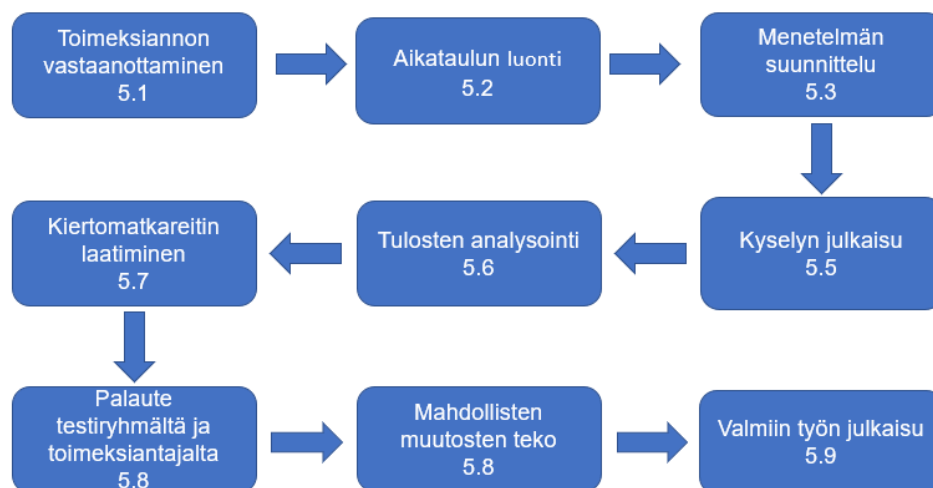
Yksi mahdollinen tulevaisuuden autoilun trendi liittyy autonomisten ajoneuvojen tarjoamiin mahdollisuuksiin. Autonomiset ajoneuvot tarkoittavat käytännössä ajoneuvoja, joissa ihmiskuljettajat on korvattu tekoälyllä. Nämä tekoälyllä toimivat autot tarjoavat mahdollisuuksia myös automatkailuun. Tämän teknologian avulla voidaan tarjota esimerkiksi uusia mahdollisuuksia turisti-informaation tarjoamiseen matkan aikana, kun kuskin ei tarvitse keskittyä ajamiseen. Lisäksi autonomiset ajoneuvot voivat auttaa vähentämään onnettomuuksien riskiä matkailijoille tuntemattomilla tieverkkoilla. (Prideaux 2020, 110–111.)

Suomen matkailustrategia vuosille 2019–2028 on ”Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun”. Matkailustrategian avaintavoitteita ovat kestävä kehitys, saavuttavuuden kehittäminen, digitaaliset muutokset sekä yhteistyö. (Marski 2021, 52.) Nämä tavoitteet on hyvä ottaa huomioon myös kiertomatkatreitejä suunniteltaessa ja kehittäessä. Kiertomatkatreiteillä

kestävää kehitystä voidaan edistää muun muassa tarjoamalla paikallisia palveluita, vaalimalla kulttuuriperintöä ja huolehtimalla hyvästä jätehuollosta. Myös digitalisaatiota kannattaa käyttää hyödyksi, esimerkiksi analysoimalla matkailijoista kertyvää dataa ja kehittämällä palveluita sen perusteella. Saavutettavuutta kiertoreitillä voidaan kehittää ennen kaikkea tarjoamalla matkailijalle helppoja tapoja löytää mahdolliset ajoreitit. Lisäksi päästötön liikkuminen on hyvä ottaa huomioon, esimerkiksi sähköautojen latauspaikkojen sijainti tulisi olla asiakkaan helposti löydettävissä. (Marski 2021, 53–63.)

## 5 Prosessikuvaus

Tässä luvussa tulen kuvamaan opinnäytetyöni kaikki vaiheet. Ensimmäisessä alaluvussa tulen kertomaan toimeksiannon vastaanottamisesta. Koko opinnäytetyön prosessi on esitetty kuvassa 6.



Kuva 6. Projektin vaiheet

### 5.1 Toimeksiannon vastaanotto

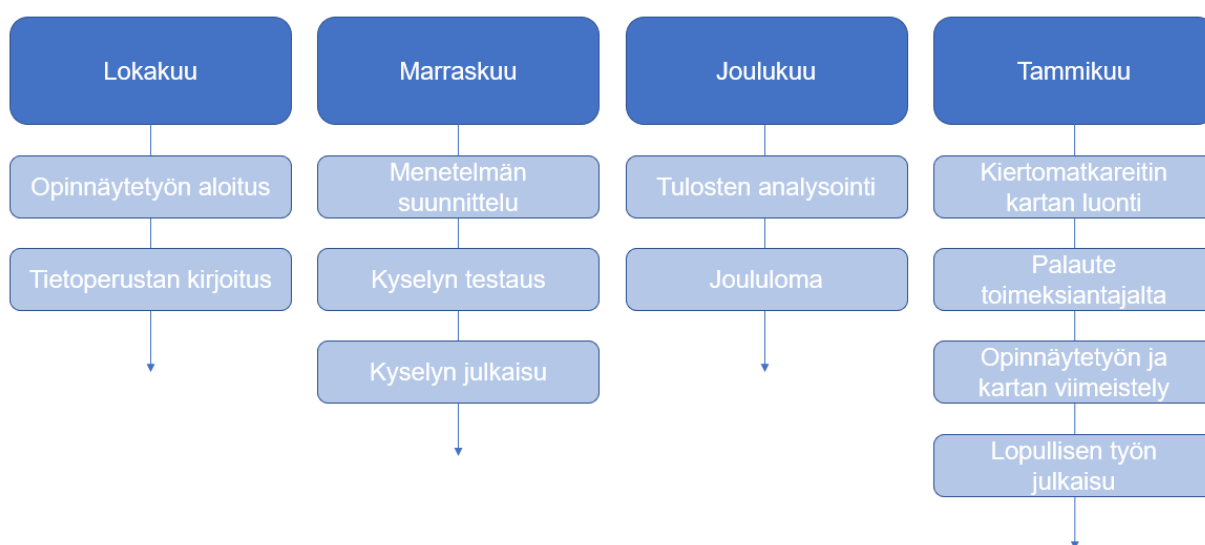
Olen itse alun perin kotoisin Kauhajoelta, Etelä-Pohjanmaalta ja tämän vuoksi olin kiinnostunut tekemään opinnäytetyökseni tuotoksen, joka hyödyttäisi aluetta ja sen matkailua. Maakunnan matkailu on kansallisella vertailulla mitattuna melko pientä, mutta itse Etelä-Pohjanmaalla lapsuuteni ja nuoruuteni viettäneenä koen, että maakunnalla olisi matkailupotentiaalia ja kiinnostavia kohteita, joiden vuoksi myös kauempaa Suomesta alueelle kannattaisi saapua. Toiveenani olikin erityisesti tuottaa opinnäytetyöni avulla tuotos, joka houkuttelisi muualta Suomesta matkailijoita alueelle.

Alun perin ajattelin tekeväni opinnäytetyöni Kauhajoella sijaitsevasta Lauhanvuori-Hämeen kangas UNESCO Global Geoparkista, joka on merkittävä matkailualue myös koko Suomen mittakaavalla. Lähetin aiheesta sähköpostia Geoparkin toiminnanjohtajalle, joka laittoi viestini eteenpäin Etelä-Pohjanmaan seudun kaupunkien eri toimijoille. Kauhajoen kaupungin kehittämisspäällikkö ottikin minuun aiheen nojalta yhteyttä ja sovimme jo seuraavalle päivälle ajan puhelulle, jossa keskustelimme mahdollisista aiheista opinnäytetyölleni. Marketalla oli muutama eri ehdotus, joista yksi oli juuri Geoparkin tarpeisiin, mutta hänen kertoessaan Kauhajoella suunnitteilla olevasta Kyrönjoen vartta kulkevasta kiertomatkakartasta, huomasin kiinnostuvan aiheesta enemmän kuin

alkuperäisestä ideastani. Hyvin nopeasti sovimmekin minun tekeväni opinnäytetyökseni heille tämän kartan, johon tulisin paketoimaan pohjalaisuuden kokonaisuutena.

## 5.2 Aikataulu

Sovimme toimeksiannosta toimeksiantajani Kauhajoen kaupungin edustajan kanssa jo keväällä 2022, mutta koska olin vaihto-opiskelemissa läpi kesän, pääsi työ virallisesti alkuun vasta saman vuoden syyskuussa. Aloitin opinnäytetyöprosessin kirjoittamalla opinnäytetyösuunnitelman, jonka sain valmiiksi syyskuun lopussa. Suunnitelmassa määrittelin itselleni melko tarkan aikataulun (kuva 7), jonka avulla pyrin takaamaan, että opinnäytetyö valmistuisi ajallaan.



Kuva 7. Opinnäytetyön aikataulu

Suunnitelmassa määrittelemässäni aikataulussa asetin tavoitteekseni, että olisin kirjoittanut opinnäytetyöni tietoperustan loppuun viikon 43 loppuun mennessä, eli lokakuun loppuun mennessä. Käyttämäni menetelmän suunnittelun taas oli tarkoitus tapahtua seuraavan kahden viikon aikana, eli marraskuun alussa ja kyselyn tulisin julkaisemaan viikkojen 47 ja 48 aikana eli marraskuun lopussa. Kyselyn tulokset tulisin analysoimaan joulukuun puoleen väliin mennessä ja parin viikon joululoman jälkeen tulisin viimeistelemään opinnäytetyön ja luomaan itse lopputuotoksen eli road trip kartan tammikuun 2023 aikana niin, että opinnäytetyöni olisi valmis tammikuun 2023 loppuun mennessä. Opinnäytetyön valmistumisen jälkeen tulisin vielä esittelemään opinnäytetyöni sekä kirjoittamaan kypsyyšnäytteen helmikuun aikana.



### 5.3 Kyselyllä tietoa oppaaseen

Opinnäytetyöni tueksi tekemäni tutkimus tulee olemaan määrällinen, eli kvantitatiivinen tutkimus. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkimuksessa pyritään saamaan tietoa tutkijan tarpeisiin, keräämällä pieneltä asianomaisten ryhmältä tietoa, joka voidaan yleistää koko kohderyhmään (Kananen 2015, 200). Päädyin valitsemaan kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän käytön sen vuoksi, että automatkailusta ja kulttuurimatkailusta, sekä niiden vetovoimatekijöistä on jo olemassa paljon tietoa ja ilmiö on yleisellä tasolla tunnettu. Kananen (2011, 12) mukaan kvantitatiivinen tutkimus edellyttää aikaisemman tiedon löytymistä tutkittavasta asiasta ja ilmiön ymmärtämistä, sillä asian tai ilmiön mittaaminen on mahdotonta, jos ei ylipäättäen tiedetä mitä ollaan mittaamassa.

Kvantitatiivisen tutkimuksen yleisin toteutusmuoto on kysely (Kananen 2015, 197). Kyselylomakkeen avulla pyritään tyypillisesti selvittämään tai kuvaamaan tutkittavaa ilmiötä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 134). Kvantitatiivinen tutkimus edellyttää taustalleen teorioita, joiden pohjalta kyselylomakkeen kysymykset johdetaan. Tutkimuksen tarkoituksena on siis johtaa teoria käytäntöön. Kyselyn toteuttaminen edellyttää tutkimusongelmaa, sekä sitä tukevia tutkimuskysymyksiä, sillä kyselyn kysymykset luodaan näiden pohjalta. Kyselyn tarkoituksena on siis antaa vastauksia tai ratkaisuja tutkimusongelmaan. (Kananen 2015, 198.)

Kyselylomakkeen kysymykset voidaan jakaa kahteen kategoriaan, strukturoituihin ja avoimiin kysymyksiin. Strukturoidut kysymykset ovat kysymyksiä, jossa kyselyn tekijä on etukäteen määrittänyt vastausvaihtoehdot. Avoimet kysymykset taas ovat kysymyksiä, joissa vastaajan täytyy itse ajatella ja kirjoittaa vastaus kysymykseen. Strukturoidut kysymykset sopivat kysymysmuotona parhaiten silloin, kun vastaus on tosiasiallinen ja usein ennalta arvattavissa oleva, kun taas avoimet kysymykset soveltuvat parhaiten mielipiteen selvittämiseen. (Gillham 2000, 5.)

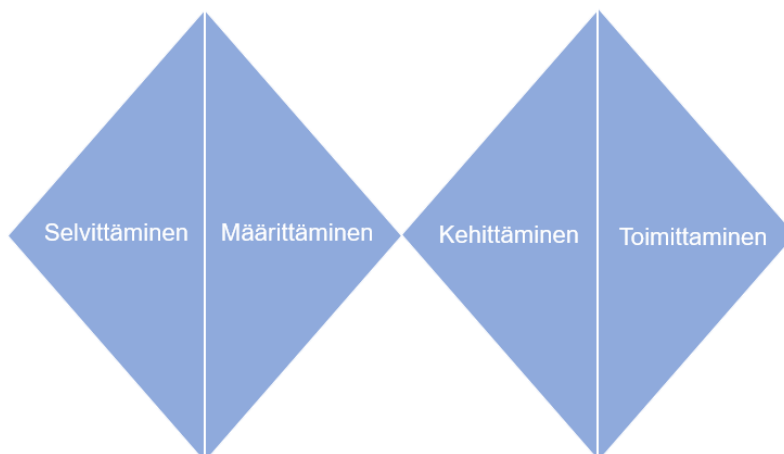
Kvantitatiivisen tutkimuksen pohjana toimii tutkittavan ilmiön mittaaminen. Tuloksien onnistuneen mittaamisen vuoksi on huolehdittava siitä, että jokainen vastaaja ymmärtää esitetyt kysymykset samalla lailla ja tulokset ovat näin keskenään verrattavissa. (Kananen 2015, 230.) Yleisimmät kysymystyypit kyselyssä ovat valintakysymykset, jossa useista vaihtoehdoista valitaan yksi, monivalintakysymykset, jossa vaihtoehdoista voi valita myös useamman sekä skaalakysymykset, jossa vastaaja voi esimerkiksi asteikolla 1–5 esittää mielipiteensä asiasta. Lisäksi yleinen kysymystyyppi on myös jo aiemmin mainittu avoin kysymys. (Kananen 2015, 237.)

Kyselyn tuomia etuja tutkimuksessa ovat erityisesti sen kyky hankkia tietoa isolta ihmismassalta nopeasti sekä sen mahdollistama anonymisyys vastaamisessa. Kuitenkin tutkimusmenetelmänä kyselyllä on myös ongelmakohtansa. Kyselyjen vastausprosentit pysyvät yleensä melko pieninä ja vastaajia on usein vaikea motivoida vastaamiseen. Lisäksi väärinymmärrettyjä kysymyksiä ei ole

mahdollista korjata jälkikäteen ja kysymysten sanoittaminen voi vaikuttaa merkittävästi saatuihin vastauksiin. Tämän vuoksi onnistunut kysely vaatii huolellisen suunnittelutyön sekä kyselyn testaamisen ennen sen julkaisemista. (Gillham 2000, 6–12.)

#### 5.4 Double diamond – menetelmä

Opinnäytetyön lopputuotos, kiertomatkakartta, toteutetaan käyttämällä Double Diamond menetelmää. Se on muotoilumalli, jonka on kehittänyt British Design Council. Prosessi on jaettu neljään eri vaiheeseen, joita ovat discover, define, develop ja deliver eli suomeksi selvittäminen, määrittäminen, kehittäminen ja toimittaminen (kuva 8). Jokaisen projektin alkuun suunnittelija käy ensiksi läpi selvittämissosion, jossa projektin ongelma selvitetään, aiheesta hankitaan mahdollisimman rikas ja laaja tietoperusta ja projektille luodaan joitain rajoja käyttämällä hyödyksi erilaisia metodeja kuten esimerkiksi asiakaspolun kartoitusta, palvelusafaria tai markkinatutkimusta. (Design Council 2015, 7–8.)



Kuva 8. Double diamond – menetelmä (mukaillen Design Council 2015, 6.)

Menetelmän toisessa osassa, määrittämisvaiheessa, suunnittelijan täytyy analysoida ensimmäisestä vaiheesta saamansa tieto ja näin luoda alustava pohja, jonka varaan projekti rakennetaan. Tässä vaiheessa suunnittelija voi käyttää apunaan muun muassa aivorihtä ja käyttäjäpersoonia. (Design Council 2015, 7–8.) Kehittämisvaiheessa, eli menetelmän kolmannessa vaiheessa, määrittämisvaiheessa päätetystä pohjasta rakennetaan tuote tai palvelu, jota testataan loppukäyttäjien kanssa. Työskentely yhdessä tuotetta lopulta käyttävien ihmisten kanssa varmistaa, että lopputuote on vankka ja käyttäjää mahdollisimman paljon hyödyttävä. Tässä vaiheessa käytettäviä metodeja ovat esimerkiksi palvelujärjestelmän visuaalinen kuvaus ja business model canvas. (Design Council 2015, 7, 9.)

Projektin viimeinen osio on toimittamisvaihe. Tässä vaiheessa palvelu tai tuote viimeistellään ja viimeiset testaukset ennen julkaisua toteutetaan. Tämän jälkeen palvelu julkaistaan ja sen onnistumista arvioidaan esimerkiksi sen saaman palautteen perusteella. Lisäksi projektista saadut opit ja uutena hankittu tieto käydään läpi ja jaetaan eteenpäin organisaatiolle. (Design Council 2015, 7, 9.) Selvittämiskäytännön vaihe käydään läpi luvussa 5.5, määrittämiskäytännön vaihe luvussa 5.7, kehittämisselvittämiskäytännön vaihe luvussa 5.7 ja 5.8 ja toteuttamisvaihe luvussa 5.9.

## **5.5 Kyrönjoen seudun asukkaille suunnattu kysely**

Double diamond menetelmän ensimmäisessä, selvittämiskäytännössä tärkeänä osana on laajan tietoperustan hankkiminen. Opinnäytetyön oman tietoperustan kirjoittamisen lisäksi halusin saada alueen nähtävyyksistä konkreettisempaa informaatiota. Tätä varten päätin tehdä Kyrönjoen varren kunnissa asuville asukkaille kyselyn, jossa selvittäisin paikallisten suosituksia alueen kohteista. Kyselyn avulla toivoin saavani selville, mitkä alueen tunnetuimmista vierailukohteista paikalliset näkivät merkittävimmin ja edelleen selvittää, onko heillä ehdottaa kenties hieman tuntemattomampia kohteita matkailijoille. Lisäksi halusin kyselyn avulla kartoittaa paikallisten mielipiteitä alueen kulttuuriperinnöstä ja parhaista tavoista ja paikoista kokea sitä. Kyselyn kohderyhmäksi valitsin kaikkien kiertomatkatähtäimien läpi kulkevien kuntien nykyiset ja entiset asukkaat.

Paikallisten asukkaiden saavuttamiseksi totesin parhaimman tavan kyselyn levittämiseen olevan Kyrönjoen varren kuntien omat Facebook ryhmät. Nämä ovat ryhmiä, joihin kaupungissa nyt asuvat, sekä entiset asukkaat voivat liittyä ja ryhmien keskustelu perustuu hyvin pitkälti paikallisten asioiden läpi käymiseen. Ryhmistä halusin liittyä Kauhajoen, Kurikan, Seinäjoen, Isonkyrön ja Vaasan paikallisiin ryhmiin. Tavoitteenani oli saada vastauksia kyselyyni ainakin sata, sillä tämä on Kanasen (2015, 264) mukaan vähimmäismäärä vastauksia, joiden perusteella jonkinasteista tilastollista analyysiä voidaan tehdä. Näistä ryhmistä uskoin saavani itselleni tarpeeksi suuren potentiaalisten vastaajien ryhmän, sillä ryhmät olivat kaikki melko suuria ja myös keskustelultaan aktiivisia. Kauhajoen Facebook ryhmässä jäseniä on yli kaksitoista tuhatta, Kurikan ryhmässä 8,9 tuhatta, Seinäjoen puskaradio ryhmässä kuusitoistatuhatta, puskaradio Isossakyrössä 3,3 tuhatta ja Vaasan julkisessa puskaradiossa 32 000 jäsentä. Näin ryhmien yhteenlaskettu jäsenten määrä ylittäisi yli kuusikymmentätuhatta jäsentä, joista uskoin saavani tarpeeksi vastauksia myös kyselyäni varten, ottaen huomioon myös sen, että kaikki ryhmien jäsenet eivät ole aktiivisia Facebookin taikka kyseisen ryhmän seuraajia. Lisäksi ryhmien sijaintikunnat kulkevat melko tasaisesti Kyrönjoen vartta pitkin, joten toivoin myös paikallisen tiedon jakautuvan tasaisemmin ja minun saavan tarpeeksi laajasti eri alueilta suosituksia. Facebook ryhmien lisäksi päätin jakaa kyselyn myös omassa henkilökohtaisessa Instagramissani, sillä iso osa seuraajistani on kotoisin Etelä-

Pohjanmaan alueelta, jonka vuoksi uskoin saavani myös tätä kautta erityisesti nuorempia vastaajia ja heidän asiantuntemustaan alueelta.

Loin kyselyni (liite 1) Webropol kysely- ja raportointisovellusta käyttäen. Suunnittelin ensiksi kyselyn ensimmäisen version ja muokkasin sitä opinnäytetyöohjaajani ehdotusten perusteella, kunnes kysely alkoi muodostua julkaisukelpoiseksi. Tämän jälkeen loin kyselyn Webropolilla ja testasin sitä ensiksi neljällä Kyrönjoen alueella asuvalla henkilöllä, jotka vastasivat kyselyni kohderyhmää. Heiltä sain kehitysehdotuksia, joiden pohjalta muokkasin vielä kyselyä ennen sen julkaisua. Saamiani muokkausehdotuksieni pohjalta lisäsin esimerkiksi kyselyyn vastaavien kotikaupunkivaihtoehtoihin Mustasaaren kunnan ja kyselyyn vastaavien matkailusyiksi alueella ostosmatkailun. Lisäksi testauksesta saamassani palautteessa huomautettiin, että usein kyselyyn vastaava ei välttämättä halua erityisesti kertoa omassa kotikaupungissaan vältettävistä teistä vaan mieluummin suosittelee erityisen kauniita reittejä, jonka vuoksi päädyin muokkaamaan yhtä reittejä selvittävää kysymystä. Lisäksi palautteessani toivottiin muutamaan kysymykseen vastaamista vapaaehtoiseksi, jotka testaajieni hyvien perusteluiden vuoksi päädyin myös tällaisiksi lopulta muokkaamaan. Lisäksi sain korjausehdotuksia joistain saatekirjeessä käyttämistä sanoista, joita vielä muokkasin ennen kyselyn julkaisua. Korjausehdotuksieni lisäksi sain myös kehuja kyselystäni, erityisesti sen rakenteesta ja helposta ymmärrettävyydestä.

Kyselyn analysointiin käytin apunani Webropolia, Exceliä, Wordia sekä WordArt verkkosivustoa. Siirsin kysymykset Webropolista Exceliin ja analysoin Excelin avulla suljetut kysymykset, sekä loin niistä tarvitsemani kaaviot raporttiani varten. Avoimet kysymykset taas käsittelin käyttäen hyödyksi Webropolin Word Mining työkalua. Työkalun avulla sain helposti selville, mitkä sanat esiintyvät vastauksissa useimmiten, eli mitkä kohteet olivat vastaajien keskuudessa suurimmassa suosiossa. Tämän lisäksi siirsin avointen kysymysten vastaukset Wordiin, jossa erottelin vastauksia toisistaan värikoodeilla ja yhdessä vastauksista tekemieni muistiinpanojen kanssa siirsin lopulta vastaukset WordArt verkkosivustolle, jonka avulla pystyin kuvaamaan avoimien kysymysten vastaukset tiiviisti visuaalisessa muodossa.

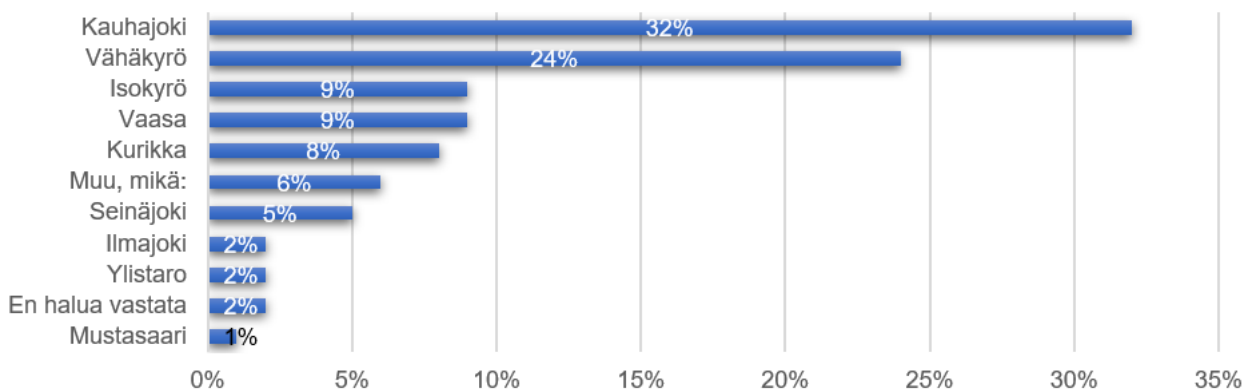
## **5.6 Kyselyn tulokset**

Kyselyn tulosten avulla ratkaistaan tutkimuksen aikaisemmassa vaiheessa määritelty tutkimusongelma sekä siihen liittyvät tutkimuskysymykset (Kananen 2015, 286). Tämän vuoksi tulen analysoidaan kyselyn tulokset aiemmin asettamieni alatavoitteiden järjestyksessä. Kyselyn kysymyksistä paikallisten matkailijoille suosittelemia kohteita käsittelevät kysymykset 6, 9, 10, 15–17 ja 18. Eteläpohjalaisista kulttuuriperintöä taas käsittelevät kysymykset 7, 8 ja 11–14. Alueiden teiden kuntoa ja soveltuvuutta eri kulkuneuvoille käytiin läpi kysymyksissä 19–21. Lisäksi kysymykset 1–5 käsittelivät kyselyyn vastanneiden taustatietoja.

Julkaisin kyselyn sunnuntaina 8.1.2023 ja kyselyn vastausajaksi määrittelin yhden viikon, sunnuntaihin 15.1. saakka. Vastausajan pituus johtui osittain omasta aikataulustani, mutta totesin sen olevan tarpeeksi pitkä aika myös sen takia, että Kanasen (2015, 281) mukaan suurin osa verkkokyselyn vastauksista saadaan kyselyn kahden ensimmäisen julkaisupäivän aikana ja tämän jälkeen vastausmäärät laskevat merkittävästi. Facebook ryhmistä liittymispyyntöni hyväksyttiin lopulta kaikkiin muihin paitsi puskaradio Isonkyröön ja Vaasan julkiseen puskaradioon. Olin tästä positiivisesti yllättynyt, sillä usein ryhmiin hyväksytään vain kaupungissa asuvat tai siellä asuneet jäsenet, jonka vuoksi olin tyytyväinen, että pääsin ryhmistä useampaan. Tavoitteenani oli kuitenkin saada vastauksia mahdollisimman tasaisesti koko Kyrönjoen varren alueelta ja koska pääsyni Vaasan ja Isonkyrön ryhmiin evättiin, keskittyi vastaajaryhmäni vain Kauhajoen ja Seinäjoen välille. Tämän vuoksi päätin koettaa päästä sisälle vielä Vähäkyrö-Tervajoki Puskaradioon. Tähän ryhmään pääsin sisälle ja julkaisin kyselyni siellä pari päivää myöhemmin, 10.1.2023. Oman Instagramini ja paikallisten Facebook ryhmien lisäksi kyselyni julkaistiin myös Kauhajoen paikallislehden, Kauhajoki-lehden verkkosivuilla sekä heidän Facebook sivuillaan. Lehden toimittaja oli nähnyt julkaisuni Kauhajoki-ryhmässä ja laittoi minulle sähköpostia, jossa kertoi halunneensa auttaa minua vastaajien löytämisessä ja tehnyt tämän vuoksi kyselystä jutun lehteen. Lisäksi myös Kauhajoen Kaupunki julkaisi kyselyn Facebook sivuillaan.

Kyselyyni sain lopulta antamani viikon sisällä 126 vastaajaa (liite 3). Vastaajista suurin osa, noin kolme neljäsosaa (77 %) oli naisia ja ikäryhmistä suurimmaksi nousi lopulta 41–60-vuotiaiden ryhmä, joka edusti noin puolta (48 %) vastaajista. Vastaajia sain lopulta kaikista Kyrönjoen seudun kunnista (kuva 9), mutta eniten vastaajia löytyi Kauhajoelta sekä Vähästäkyröstä. Kauhajoen yliedustus kyselyn vastaajissa ei sinällään tullut minulle yllätyksenä, sillä olihan kyselyäni mainostettu useissa eri kanavissa paikkakunnalla. Lisäksi oma paikallisuuteni varmasti vaikutti Kauhajokisten suurempaan vastausmäärään, sillä omasta Instagramistani kyselyn bonganneet kohderyhmään kuuluvat ystävät ovat pitkälti kotoisin Kauhajoelta.

### Kotipaikkakunta (n=126)



### Kuva 9. Vastaajien kotipaikkakunnat (n=126)

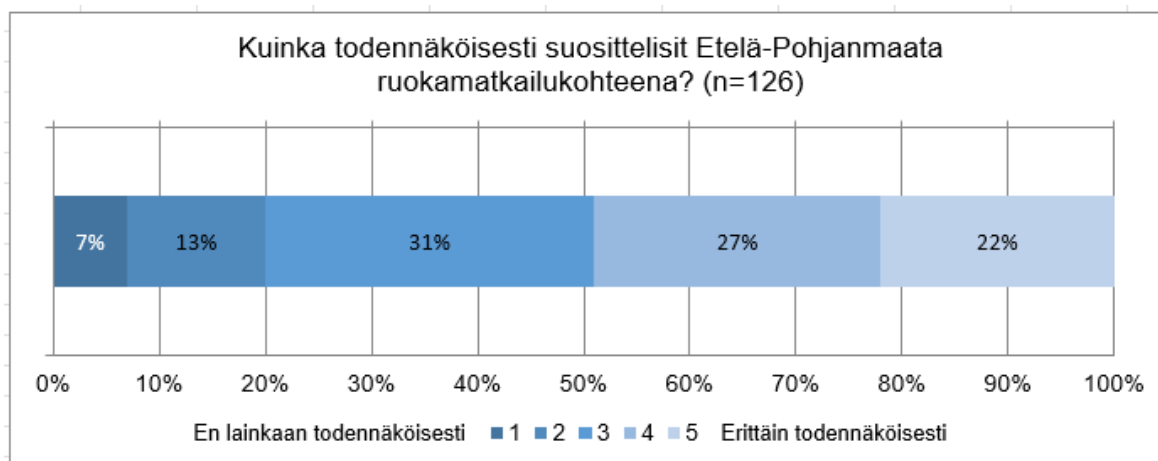
Vastaajista yli puolet (60,3 %) matkusti Etelä-Pohjanmaan alueella yli kymmenen kertaa vuodessa ja alueella ei ollenkaan matkustavia ei kyselyn vastaajista löytynyt yhtäkään. Kolme suurinta syytä matkan tekemiselle olivat vapaa-ajan matkat, sukulaisten ja ystävien luona vierailu, sekä ostosmatkat. Olin tyytyväinen nähdessäni kuinka paljon vastaajat matkustivat Etelä-Pohjanmaan alueella, sillä näin pystyin varmistumaan, että alueen matkailutarjonta oli edes jossain määrin vastaajille tuttua ja heiltä voisin ehdotuksia kohteista saada.

#### 5.6.1 Paikallisten matkailijoille suosittelat kohteet

Kyselyyn vastanneista suuri osa käytti Kyrönjoen seudun ravintolapalveluja (liite 4). Kuitenkin viikoittaisia käyttäjiä oli vastaajista vain alle kymmenes (7,1 %), suuren osan vastaajista (61,9 %) käyttäessä ravintolapalveluja keskimäärin 1–4 kertaa vuodessa. Vastaajajoukosta ei siis löytynyt juurikaan erityisen aktiivisia ravintolapalveluiden käyttäjiä, joka saattoi vaikuttaa tietoisuuteen suositeltavista ravintoloista ja supistaa mahdollisten ravintolasuosittelusten määrää. Toisaalta pienet ravintolakäyntimäärät voivat viitata myös siihen, että alueen ravintolatarjonnassa on petrattavaa, sillä ne eivät houkuttele paikallisia niissä vierailemaan.

Kyselyn avulla pyrin selvittämään mitä ravintoloita ja kahviloita paikalliset alueelta suosittelisivat (liite 4). Toiveenani oli selvittää paikallisten mielestä vierailun arvoisia kohteita yleisellä tasolla, eikä vain alueen perinneruokiin liittyviä kohteita, sillä kaikki matkustajat eivät alueelle matkusta pelkästään näiden perässä. Erilaisia ravintolaehdotuksia nousi vastauksissa paljon, mutta muutama kohde oli selkeästi suurimmassa suosiossa. Ylivoimaisesti eniten suosituksia sai Kauhajoella sijaitseva Valkoinen Puu kahvila. 126 vastaajasta 36 suositteli kohdetta. Kohdetta suositeltiin erityisesti sen miljööseen, paikallisten raaka-aineiden käytön ja herkullisten tuotteiden vuoksi. Toiseksi suosituin kohde oli Isossakyrössä sijaitseva Kyrö Distillery, jota vastaajista 22 suositteli. Kohdetta keuhuttiin erityisesti ruoan laadun, hyvän palvelun ja sen tarjoamien erilaisten kokemusten vuoksi. Suosituttuja kohteita olivat lounasravintola Wanha Asema Kurikassa, ravintola Kauhajoen Krouvi sekä kahvilat Ojalan pakari ja Katjan vohvelikahvila Kauhajoella. Lisäksi vastaajista usea suositteli vain kesällä toimivia Kriikun myllykaffilaa Seinäjoen Ylistarossa, Isonkyrön Tuuralan kyläkaffilaa, sekä kesäkahvila Café Kanttorilaa Vähässäkyrössä.

Halusin myös selvittää, mitä mieltä alueen paikalliset ovat Etelä-Pohjanmaasta ruokamatkailukohteena. Tämän vuoksi kysyin asteikolla 1–5 (kuva 10) miten todennäköisesti he suosittelisivat aluetta kotimaanmatkailijalle ruokamatkailukohteena. Vastaajien keskiarvoksi nousi 3,4 eli keskimäärin alueen ruokamatkailutarjontaan suhtauduttiin melko neutraalisti ja erittäin todennäköisesti kohdetta matkailijalle suosittelisi vain hieman yli viidesosa (22,2 %) vastaajista.



Kuva 10. Kyselyyn vastanneiden mielipide Etelä-Pohjanmaasta ruokamatkailukohteena (n=126)

Ruokakohteiden lisäksi halusin selvittää myös mitä muita kohteita paikalliset suosittelisivat erityisesti muualta saapuville matkailijoille (liite 4). Erilaisia kohteita nousi esille useita, mutta suurimman suosion sai jo ruokamatkailua käsiteltäessä esiin noussut Kyrö Distillery, joka selkeästi nähtiin vastaajien silmissä sekä erinomaisena ruokailupaikkana, mutta myös mahdollisuutena tutustua tislauksen toimintaan esimerkiksi tislauksien kautta. Lisäksi vastauksissa nousivat esille useat eri luontokohteet, kuten esimerkiksi useissa vastauksissa esille nousseet Kauhajoella sijaitsevat Lauhanvuori-Hämeen kangas UNESCO Global Geopark ja Kauhanevan-Pohjankankaan kansallispuisto. Suositusten lisäksi halusin tietää mihin kohteisiin vastaajat itse haluaisivat matkustaa Kyrönjoen seudulla ja mikäli nämä kohteet eroaisivat merkittävästi niistä, joita he muualta tuleville matkustajille suosittelisivat. Samaan tapaan kuin vastaajat suosittelisivat muille matkustajille Kyrö Distilleryä vierailukohteena, oli se myös vastaajien itse suosima matkakohde. Vastaavasti myös erilaiset luontokohteet nousivat vastauksissa esille. Kiinnostava ero vastauksista kuitenkin myös löytyi, sillä siinä missä yksikään vastaaja ei suosittelut ensimmäisenä kohteena muualta tulevalle matkustajalle Merenkurkun saaristoa, oli se vastaajien itsensä keskuudessa toiseksi suosituin kohde minne oma matka suunnata. Yksi syy tämän takana saattaa olla se, että vastaajat eivät itsekään ole vierailleet Merenkurkun saaristossa, jonka vuoksi eivät tätä kokeneet voivansa muille silloin suositella. Reitin kauneimpia maisemia selvittäessä kaksi kohdetta nousi ylivoimaisesti yli muiden. Upeat maisemat löytyvät vastaajien mielestä ennen kaikkea Vähänkyrön jokivarrelta sen pohjoispuolta kulkiessa, sekä Hyypänjokilaakson vartta seuraten.

### 5.6.2 Eteläpohjalainen kulttuuriperintö

Yhtenä kyselyn tarkoituksena oli selvittää vastaajien mielipidettä Eteläpohjalaisesta kulttuuriperinnöstä ja heidän näkemyksensä sen elinvoimaisuudesta. Yksi käsiteltävä asia olivat pohjalaiset perinneruoat (Liite 5). Perinneruoista vastaajien keskuudessa selkeiksi suosikeiksi nousivat kaksi

tuotetta, kropsu eli pohjalainen pannukakku, sekä leipäjuusto. Näistä kropsua suositteli erittäin todennäköisesti alueelle matkaavalle hieman yli puolet (55,2 %) vastaajista ja leipäjuustoa vielä hieman useampi (61,6 %). Sen sijaan klimppisoppa ja veriruuat olivat vähiten suosiossa vastaajien keskuudessa. Klimppisoppaa ei lainkaan todennäköisesti matkajille suosittelisi 32,5 % vastaajista ja veriruokia 41 %.

Vastaajista isolla osalla ei ollut tarkkaa tietoa siitä, missä ravintoloissa edellä mainittuja perinneruokia voisi päästä maistamaan. Tämä saattaa johtua siitä, että vastaajat eivät itse ole kiinnostuneita itselle tutujen perinneruokien syömisestä ravintoloissa, tai siitä, että ruokia tarjoavia ravintoloita ei alueella juurikaan ole. Selkeästi tunnetuin ravintola perinneruokien tarjonnasta oli Kurikan Jalasjärvellä sijaitseva Juustoportti, jossa useampi vastaaja tiesi leipäjuuston maistamisen olevan mahdollista. Vastauksissa nousi esille myös Ilmajoella sijaitseva Koskenkorvan trahteri, jonka vaihtuvasta menusta löytyy usein paikallisia perinneruokia, sekä useita eri lounasravintoloita, joiden menuista perinneruokia toisinaan löytyy. Lisäksi vastauksissa nousivat esille erilaiset tapahtumat, kuten Kauhajoen ruokamessut, Tervajoella järjestettävät Köpingin markkinat sekä Vaasan silakka- ja siikamarkkinat. Tapahtumat itsessään eivät kuitenkaan olleet kohteina minun toivomiani, sillä olin aihetta rajatessani päättänyt jättää tapahtumat kartastani pois, jotta kartta olisi ympärivuotisesti käytettävissä.

Etelä-Pohjalainen kulttuuriperintö nähtiin vastaajien keskuudessa pääosin elinvoimaisena, keskiarvon ollessa 4,0. Vastaajista hieman yli neljäsosa (27 %) näki kulttuuriperinnön erittäin elinvoimaisena ja lähes puolet (46,8 %) melko elinvoimaisena. Matkajista suuri osa oli matkustanut myös itse kulttuuriperintökohteissa, noin viidesosan (18,2 %) matkustaessa kohteissa usein ja hieman yli puolen (52,4 %) satunnaisesti. Etukäteen määrittelemistäni kulttuuriperintökohteista pidettiin keskimäärin. Suosituimpia kohteita vastaajien keskuudessa olivat Merenkurkun saaristo, Lauhanvuori-Hämeen kangas Geopark, Hämes-Havunen, Hyypänjokilaakso, Pläkkyrimuseo sekä Vanha Vaasa. Toisaalta osa vaihtoehtoista oli vastaajille selvästi tuntemattomampia, sillä esimerkiksi Alpon Savannista, Leväluhdan vesikalmistosta ja Seinäjoen taidehallista ei osannut sanoa mitään lähes 40 % vastaajista.

Vastaajat osasivat ehdottaa myös useita muita kulttuuriperintökohteita. Esille nousivat paljon eri kaupunkien kirkot, suosituimman ehdotuksen ollessa Isonkyrön vanha kirkko, jota 24 vastaajista suositteli. Myös erilaisia muistomerkkejä suositeltiin paljon, eniten suosituksia saaden Napuen taistelun muistomerkki, jota 11 henkilöä suositteli. Myös jo ruokamatkailua käsittelevässä osiossa useasti mainittu Kyrö Distillery nousi esille useissa vastauksissa, sekä useat Kyrönjokeen liittyvät kohteet kuten esimerkiksi Jyllinkosken sähköpuisto.



### 5.6.3 Kyrönjoen varren reitit

Halusin selvittää kyselyn avulla myös Kyrönjoen varren reittien kuntoa ja niiden soveltuvuutta eri kulkuneuvoille (liite 6). Vastaajista hieman alle puolet (43,7 %) oli sitä mieltä, että Kyrönjoen varrelta ei löydy teitä, joita matkailijoiden pitäisi välttää. Vain kymmenes (11,1 %) vastaajista oli sitä mieltä, että reitin varrelta löytyy vältettäviä teitä. Useimmat näistä vastauksista totesivat mainitsemiensa teiden kunnan olevan joko yleisesti huono, tai niiden talvikunnossapidon olevan heikkoa. Lisäksi valtateitä ei suositeltu matkailijoille, vaan ennemmin pienempiä teitä, joiden varrelta maise- mia olisi helpompi ihailla.

Kyrönjoen varren teiden koettiin myös soveltuvan pääosin kaikille eri kulkumuodoille, eli henkilöau- toille, matkailuautoille, moottoripyörille sekä polkupyörille. Näistä henkilöautojen ja moottoripyörien keskiarvoksi nousi 4,7 ja matkailuautojen ja polkupyörien keskiarvoksi 4,4. Ainoastaan yksi vas- taaja koki polkupyörien olevan ei lainkaan soveltuva reitin kulkemiseen, syyksi kertoen sen, että pyöräily on useilla reitin pätkillä vaarallista puuttuvien kevyen liikenteen väylien vuoksi. Myös muu- tama muu vastaaja kommentoi, että pyöräreitit ja kevyen liikenteen väylät ovat joillain pätkillä hy- vinkin puutteelliset.

## 5.7 Kiertomatkareitin laatiminen

Kyselyn jälkeen pääsin siirtymään double diamond -menetelmän toiseen vaiheeseen eli määrittä- misvaiheeseen. Tässä vaiheessa pystyin sekä tietoperustan kirjoittamisen, että kyselyn avulla ke- räämäni informaation kautta suunnittelemaan itse kiertomatkareitin karttaa. Tarkoitukseni oli pro- sessin mukaisesti analysoida ensimmäisestä vaiheesta saamani informaatio, sekä pelkistää saa- mani tulokset pienempään määrään (Design Council, 2015 8), eli minun tapauksessani karsia saa- mistani vastauksista ne vaihtoehdot, joita en karttaani tulisi lisäämään.

Kiertomatkakartan raakaversiota luodessani jaoin saamani vastaukset neljään osaan, reitteihin, ruokaan, kulttuuriperintöön ja muihin kohteisiin. Tämän lisäksi jaottelin kohteet vielä kaupungeit- tain, jolloin minulla oli jokaisen kaupungin alle listattuna sille kuuluvat kohteet. Valitsin kohteista en- nen kaikkea ne, jotka olivat saaneet eniten suosituksia kyselyssäni. Otin kuitenkin myös mukaan joitain kohteita, jotka olivat saaneet vain yhdenkin suosituksen, jos huomasin, että joltain kaupun- gilta puuttui jokin edellä mainitsemiäni neljän kategorian kohde. Kun olin saanut kohteet päätettyä, sijoitin ne Google Maps sivustoa avuksi käyttäen kartalle ja suunnittelinärkevimmän reitin tämän pohjalta. Lisäksi tutkin muiden kiertomatkareittien nettisivuja, sillä halusin saada vinkkejä ja ideoita, kuinka kiertomatkareitin kartta onärkevin toteuttaa. Saatuaani nämä osiot tehtyä, totesin olevani valmis rakentamaan itse kartan ja siirtymään double diamond -prosessin kolmanteen vaiheeseen.

Double diamond -menetelmän kolmannessa, eli kehittämisvaiheessa rupesin toteuttamaan lopullista lopputuotosta, eli kiertomatkaruutini karttaa. Loin kartan käyttäen apunani Canvaa, ilmaista graafisen suunnittelun verkkotyökalua. Päädyin Canvaan sen vuoksi, että työkalu on ilmainen ja koska sen käyttö oli minulle tuttua jo entuudestaan. Lisäksi Canva oli luonnollinen valinta minulle sen vuoksi, että työkalu mahdollistaa valmiin tuotoksen PDF-tallennuksen, mikä oli minun tarvitsemani formaatti.

Alkuperäisenä ideani oli esitellä kiertomatkaruuti ja sen kaikki kohteet kaupungeittain, mutta totesin tätä testatessani, että kartasta ja sen osa-alueista tulisi selkeämmät lukijalle, kun kohteet esittelisi kaupunkien sijaan osa-alueittain. Totesin, että kartan käyttäjän on helpompi tehdä päätöksiä vierailukohteista, kun hän näkee suoraan mitä kategorioita ne edustavat. Lisäksi matkaja pystyy itse karttaa katsoen nähdä, missä mikäkin kohde sijaitsee, joissa matkaja mahdollisesti haluaa vierailla.

Päädyin karttaa tehdessäni karsimaan paljon kohteita alkuperäisestä suunnitelmastani poiketen. Totesin, että on järkevämpää valita esimerkiksi kulttuuriperintökohteista vain ne kaikista suurimmat helmet, jotka esitellä. Näin kartan lukijalle ei tule mahdolloman suurta määrää kohteita, joista valita missä vierailu ja toisaalta karsintaa tehden voin taata kartan käyttäjälle, että kohteet ovat varmasti vierailun arvoisia, eivätkä todennäköisesti aiheuta pettymystä matkustajalle.

Halusin, että kartta on myös visuaalisesti miellyttävä, eikä sisällä pelkästään tekstiä. Tätä varten tarvitsin karttaani varten kuvia alueelta. Totesin hyvin nopeasti, että oma kuvagalleriani alueelta ei ollut tarpeeksi kattava karttani tarpeita varten. Tämän vuoksi käännyn ystäväni puoleen, joilta sain suuren määrän hyviä kuvia käytettäväksi karttaan. Kaikki kartan kuvat ovatkin joko minun tai ystäväni ja heidän perheenjäsentensä ottamia. Ystäväni valmius jakaa kuviensa käyttöoikeudet minulle oli suuri helpotus, sillä näin kartastani tuli myös visuaalisesti miellyttävä ilman, että minun täytyi käyttää suuria summia kuvapankkien kuvien hankkimiseen. Kuvien lisäksi halusin pitää kartan visuaalisen ilmeen melko yksinkertaisena, jonka vuoksi päädyin valkoiseen taustaväriin. Halusin katsojan keskittyvän ennen kaikkea kuviin ja luovan niiden avulla mielikuvia kohteista. Valitsin karttaani myös muutaman eri fonttityypin Canvan valikoimasta, jotka olivat toisistaan melko paljonkin eriäviä, mutta kuitenkin yhdessä hyvin toimivia. Kartan taustaväriin ollessa hyvin yksinkertainen, halusin luoda karttaan eloa leikittelemällä erilaisilla fonteilla, kuitenkin välttäen liian sekavaa lopputuotosta.

Tehdessäni karttaa pyrin pitämään mielessäni myös elämyskolmion ja ennen kaikkea sen kuvaamat tuotteen kuusi omaa piirrettä, joita ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Tiesin tuotteen olevan suuremmalla todennäköisyydellä onnistunut ja matkustajan tyytyväiseksi tekemä, kun kaikki nuo kuusi kohtaa täytyisivät. Yksilöllisyys kartassa tapahtuu

melko helposti, koska kartan käyttäjä voi valita vierailukohteista ne, jotka juuri häntä erityisesti kiinnostavat ja jättää vierailematta niissä, jotka eivät häntä juurikaan kiinnosta. Tämä mahdollistaa kiertomatkan räätälöinnin juuri asiakkaan toiveiden mukaiseksi. Aitous ja autenttisuus kartassa tulevat esille juuri eteläpohjalaisuuden korostamisen avulla. Kartan avulla matkaajan on mahdollista tutustua sekä eteläpohjalaiseen kulttuuriperintöön, alueen luontoon ja ruokakulttuuriin ja saada konkreettinen kuva alueesta. Samalla lailla eteläpohjalaisuus luo tuotteelle tarinan, jota matkailija voi seurata. Lisäksi tämä eteläpohjalaisuuden tarinallistaminen antaa matkailijalle mahdollisuuden tutustua eteläpohjalaiseen kulttuuriin ja näin syyn vierailla kohteessa. Moniaistisuus on taas otettu huomioon siten, että karttaan on sisällytetty paljon eri kategorioiden tuotteita. Näin matkustajan on mahdollista esimerkiksi kuunnella koskien pauhua, maistaa herkullisia ruokatuotteita, haistaa suon tuoksua, tuntea merivesi sormenpäissään ja katsella kauniita lakeuksien maisemia. Kartta luo myös erityisesti muualta Suomesta alueelle matkaaville kontrastin heidän normaaliin arkeensa, sillä matkaaja pääsee ihaillemaan vierailemansa alueen erikoispiirteitä, jotka eivät ole ainakaan täysin samanlaisia kuin hänen kotiympäristössään. Elämyskolmion kuudes piirre vuorovaikutus on kartan avulla piirteistä vaikein toteuttaa, sillä tuotetta ei käytetä esimerkiksi oppaan kanssa vaan hyvin itsenäisesti. Tämän vuoksi pyrin kartan tekstien kautta antaa oman ääneni kuulua ja tehdä teksteistä hyvin pitkälti sellaisia, että kartan käyttäjä kokee minun puhuvan juuri hänelle. Näin toivoin saavani kartan tuntumaan enemmän vuorovaikutteiselta ja näin saada myös tämän elämyskolmion viimeisen osion täytettyä. Lisäksi toivoin paikallisten suosittelujen korostamisen luovan vuorovaikutteisuutta karttaan.

## 5.8 Kartan testaaminen

Double diamondin kolmanteen vaiheeseen kuuluu myös oleellisena osana lopputuotoksen testaaminen. Lähetin kartan muutamalle ystävälleni ja pyysin heiltä palautetta kartasta. Halusin tietää erityisesti, saiko kartta heidät innostumaan matkan tekemisestä ja kiinnostumaan kohteissa vierailusta, sekä siitä oliko kartta selkeä ja helposti ymmärrettävä. Lisäksi toivoin kommentteja, jos testaajat bongasivat mahdollisia kirjoitus- tai asiavirheitä.

Karttani saama palaute oli pääasiassa positiivista. Kehuja sain erityisesti kartan visuaalisesta ilmeestä sekä tekstistä. Kartta oli yhden testaajan mukaan helppolukuinen ja toinen testaaja taas piti tekstin määrää sopivana, sillä kartta ei loppunut kesken, mutta tekstiin ei ollut sisällytetty liikaa ylimääräistäkään. Lisäksi sain kehuja siitä, että kartta oli innostava ja sai testaajat haluamaan tekevänsä matkan Etelä-Pohjanmaalle. Myös kartan kuvien nähtiin lisäävän kiinnostusta matkan tekoon.

Myös joitain parannus- ja korjausehdotuksia sain. Palautteen pohjalta lisäsin kartan kohteiden nimien perään kaupungit, jossa kohteet sijaitsivat sekä kuviin, jotka olivat tietystä kohteesta näiden

kohteiden nimet. Lisäksi korjasin testaaajieni avulla joitain kirjoitus- ja asiavirheitä ja muokkasin joitain virkkeitä helpommin ymmärrettäviksi. Lisäksi lisäsin jokaisen käsiteltävän kokonaisuuden etusivulle lisäyksen siitä, millä värikoodeilla aihealueen kohteet löytyvät kartasta, sillä tämän koettiin helpottavan kartan ymmärtämistä.

Lähetin kartan myös toimeksiantajalleni, saadakseni häneltä palautetta ja muokausehdotuksia kartasta. Myös toimeksiantaja piti pakettia onnistuneena ja kokonaisuutta monipuolisena ja sopivan laajana. Myös kartan visuaalinen ilme miellytti toimeksiantajaa, ja kartan selkeys ja positiivinen henki saivat kehuja. Kuten myös testaaajiltani, sain myös toimeksiantajaltani joitain kehitysehdotuksia. Toimeksiantajalle pohjalaisuuden korostaminen kartassa oli tärkeää, jonka vuoksi hän toivoi minun nostavan pohjalaisuuden paketissa kartan pääotsikoksi ja Kyrönjoen kiertomatkat sen alaotsikoksi. Lisäksi toimeksiantaja toivoi sisällysluettelon kuvaksi perinteistä pohjalaista taloa, jonka karttaan myös vaihdoin. Toimeksiantaja toivoi myös maisemaelämysten tarkempaa määrittelyä maisemarasteina karttaan. Lisäksi karttaan ehdotettiin lisäyksenä viidettä teemaa, shoppailua, johon olisi sisällytetty alueen omalaatuisimmat ostoskohteet. Olin samaa mieltä toimeksiantajan kanssa siitä, että tämä teema olisi erinomainen lisä karttaan, mutta aikataulullisista syistä sovimme, että teen nämä lisäykset karttaan alkukesästä, eli vasta opinnäytetyön julkaisun jälkeen.

## **5.9 Valmiin työn julkaisu**

Double Diamond mallin viimeinen vaihe on toteuttamisvaihe. Tämän vaiheen aikana viimeistelin kartan saamani palautteen perusteella. Tämän jälkeen lopputuotos voidaan julkaista ja sen onnistumista arvioida saadun palautteen perusteella. Lähetin viimeistellyn kartan toimeksiantajalleni ja esittelin sen tarkemmin Teams kokouksen kautta. Tämän jälkeen kartan julkaisun vastuu siirtyi toimeksiantajalleni ja he voivat kartan julkaista omaan markkinointiaikatauluunsa sopivassa välissä.

Kartan todellista onnistumista voidaan arvioida vasta pidemmällä aikavälillä, kun kartta on päässyt kohderyhmänsä käyttöön. Tällöin on hyvä pohtia, palveliko kartta alkuperäistä tarkoituseräänsä – eli houkutteliko se kotimaanmatkailijoita Kyrönjoen varrelle ja pystyivätkö matkailijat luomaan elämyksellisiä kokemuksia matkallaan. Kartan käyttäjiltä saadun palautteen perusteella karttaa voidaan kehittää entisestään tulevaisuudessa ja sitä voidaan myös muokata tarpeen vaatiessa vielä paremmin matkailijoiden tarpeita vastaavaksi.

## 6 Pohdinta

Tässä luvussa tulen käsittelemään projektini onnistumista asettamieni tavoitteiden pohjalta. Lisäksi tulen käsittelemään projektini pohjalta syntyneitä jatkokehitysideoita sekä pohdin omaa oppimistani ja onnistumisiani.

### 6.1 Johtopäätökset

Opinnäytetyöni tietoperusta toimi kiertomatkareitin pohjana. Tietoperustan avulla pyrin keräämään tarvittavaa tietoa onnistuneen kiertomatkareitin luomiseen sekä siitä, kuinka ruoka- ja kulttuurikohteista on mahdollista tehdä osa elämyksellistä matkailutuotetta. Tietoperustani ensimmäisessä luvussa käsitelin matkailuelämysten luomista ja matkailun vetovoimatekijöitä. Alaluvussa 2.2 käsitelin matkailualueita ja totesin, että Kyrönjoen seutu on osittain resurssipohjainen matkailualue ja osittain intermediate- tyyppinen matkailualue. Matkailualueet selvitettyäni pystyin toteamaan, että alueelle matkustavia kiinnostaa usein erityisesti alueen luontokohteissa vierailu sekä paikallinen kulttuuriympäristö. Tätä matkailualue teoriaa tuki myös alaluvussa 3.1 käsittelemäni Etelä-Pohjanmaan matkailuselvitys, jossa pintaan nousi samanlaisia teemoja matkan tekemisen syyksi. Tämä teoria ja toimeksiantajani sisältötoiveet mielessäni päätin keskittyä kartassa ennen kaikkea luonto-, kulttuuri- ja ruokakohteisiin, sillä nämä todennäköisesti alueelle matkustavaa kiinnostavat.

Alaluvussa 2.1 kerroin neljästä eri kategoriasta, joihin elämykset voidaan jakaa. Monet karttaan sisällyttämäni kohteet sopivat useaankin kategoriaan, mutta esimerkiksi esteettisyys nousee monessa kohteessa esille. Esimerkiksi muistomerkin luona vierailu sisältyy tähän kategoriaan. Lisäksi käsitelin samassa luvussa myös elämiskolmiota ja pidin sen sisällön mielessäni karttaa rakentaessani. Tarkemmin elämiskolmion näkymistä kartassa olen avannut alaluvussa 5.7.

Tietoperustan toisessa luvussa käsitelin tarkemmin kulttuuria ja ruokaa matkailun vetovoimatekijöinä. Alaluvussa 3.2 käsitelin kulttuuriperintöä käsitteenä, sekä kävin läpi muun muassa motivaatiotekijöitä kulttuuriperintökohteessa vierailuun. Alaluvussa kävin läpi myös sen tärkeyttä, että kulttuuriperintö on sidottu alueen muihin matkailupalveluihin, kuten ravintolapalveluihin. Tämän taatakseni pyrin pitämään kartassa tasapainon kulttuurikohteiden ja muiden palvelujen, kuten ravintola-suositusten välillä.

Alaluvussa 3.4 käsitelin ruokamatkailua ja sen merkittävyyttä osana matkailutuotetta. Pyrin suomen ruokamatkailustrategiaa apuna käyttäen etsimään alueelta houkuttelevia ruokamatkailukohteita. Tärkeinä prioriteetteina kohteiden valinnassa olivat muun muassa se, että ravintolayritykset käyttäisivät mahdollisimman paljon paikallisia raaka-aineita sekä työvoimaa. Lisäksi myös ruokamatkailustrategiassa nostetaan esille tärkeys sisällyttää ruoka osaksi laajempaa kokonaisuutta,

johon on sisällytetty myös muita kuin ruokaan liittyviä kohteita. Tällaisen laajemman brändäyksen saavuttaakseni sisällytinkin karttaani usean eri kategorian kokonaisuuksia, jotka kuitenkin pohjalaisuus teemanaan tukevat toisiaan ja luovat yhtenäisen brändättävän kokonaisuuden.

Automatkailuun perehdyin tietoperustan viimeisessä luvussa. Alaluvussa 4.2 käsittelin erityisesti automatkailijoiden kiinnostuksen kohteita. Luvussa selvisi muun muassa, että autolla matkustavat halusivat matkoillaan vieraila luontokohteissa, osallistua kulttuurisiin aktiviteetteihin sekä ottaa osaa ruokamatkailuun. Lisäksi maisemien ihailu oli automatkailijoille tärkeää. Myös tämän alaluvun löydökset tukivat ajatusta siitä, että pääosin moottoriajoneuvoille suunnatulla kiertomatkareitillä on hyvä olla sisällytettynä kartastani löytyvät kulttuuri, luonto ja ruoka sekä kauneimmat maisemat.

Lisäksi alaluvussa 4.3 perehdyin onnistuneen kiertomatkareitin piirteisiin. Aihetta käsittelin erityisesti teemallisten kiertomatkareittien näkökulmasta. Ollakseen kiertomatkareittinä onnistunut, on teemallisen kiertomatkareitin alueelliset erityispiirteet tärkeää estetisoida. Minun kartassani tämä estetisointi toteutettiin pohjalaisuutta korostamalla. Lisäksi teemareitin luomalla pystyin yhdistämään alueen kohteet paremmin kulutettavaksi kokonaisuudeksi, joka myös teemallisen kiertomatkareitin luomisen syyksi luvussa 4.3 useasti todettiin.

## **6.2 Projektin onnistuminen**

Opinnäytetyön alkuvaiheessa määrittelin työlleni onnistumisen kriteerit, jotka projektin aikana tulisi täyttyä, jotta opinnäytetyön voitaisiin nähdä olleen onnistunut. Yksi määrittelemistäni onnistumisen kriteereistä oli aikataulussa pysyminen. Itselleni oli tärkeää, että opinnäytetyö valmistuisi suunnitellussa aikataulussa, eli tammikuun 2023 loppuun mennessä, jotta toimeksiantaja saisi valmiin tuotoksen käyttöönsä sovittuun aikaan ja myös minä valmistuisin suunnittelemani aikataulussa.

Alkuperäisessä aikataulussa olin ajatellut, että opinnäytetyöni tietoperusta olisi valmis lokakuun loppuun mennessä. Jouduin kuitenkin hyvin nopeasti toteamaan, että tämä ei omalla kohdallani ollut realistinen aikataulutus. Aloitin syyskuun alussa, eli samaan aikaan kuin aloitin myös opinnäytetyöprosessini, uudessa työpaikassa kokoaikaisena työntekijänä ja suuri osa voimavaroistani ensimmäisen parin kuukauden aikana menikin uuteen työpaikkaan orientoituessa ja töistä palautuen. Tämän takia opinnäytetyölle varattu aika jäi vähäisemmälle kuin mitä olin alun perin suunnitellut. Lisäksi opin, että lähteiden etsiminen ja lukeminen vei paljon enemmän aikaa kuin olin alun perin kuvitellut. Tietoperustan ja opinnäytetyön edetessä sain myös uusia ideoita ja tietoperustaa pitikin laajentaa sitä mukaa kuin työ eteni. Näistä seikoista johtuen tietoperustani ei valmistunut etukäteen luomani aikataulun mukaan, vaan se valmistui lopulliseen muotoonsa vasta tammikuun alussa. Toisaalta tämä harmittaa minua, sillä tietoperustan myöhästyminen myöhästi myös muiden aikatauluni osuuksien toteutumista, mutta toisaalta olen tyytyväinen, että päätin laajentaa tietoperustaa

sitä mukaan kuin opinnäytetyöni ja ideani etenivät, enkä tyytynyt ensimmäiseen versioon perustasta.

Kyselyn suunnittelun ja julkaisun piti alkuperäisessä suunnitelmassani tapahtua marraskuun aikana. Johtuen tietoperustan viivästymisestä myös kysely tapahtui aikataulusta myöhässä. Suunnittelin kyselyn lopulta joulukuun aikana ja julkaisin sen tammikuun ensimmäisellä viikolla. Tämän takia sain kyselyn tulokset vasta tammikuun puolessa välissä ja kyselyn analysointiin varattu aika jäi suunnittelemaani vähemmälle. Sain kuitenkin analysoitua kyselyn tehokkaasti ja tammikuun puolessa välissä pystyin jo aloittamaan itse kartan rakentamisen tulosten pohjalta.

Jotta olisin saanut opinnäytetyön valmiiksi alkuperäiseen tavoiteaikaan tammikuun loppuun mennessä, olisi minun täytynyt saada itse kartta valmiiksi kahdessa viikossa. Tiedostin tämän olevan melko epärealistinen aikataulu, mutta päätin yrittää siitä huolimatta. Jouduin kuitenkin myöntämään itselleni, että itseäni tyydyttävän kartan rakentamiseen tulisi menemään minulla paljon pidempään kuin vain kaksi viikkoa. Lopulta kartan valmistumiseen meni minulla noin kaksi kuukautta kartan valmistuessa huhtikuun alussa.

Näin jälkikäteen ajatellen, oli aikataulu hyvin optimistinen, ottaen huomioon sen, että tein opinnäytetyön kirjoittamisen ohella pitkiä työviikkoja. Myös oman jaksamiseni kannalta olisi ollut ehkä järkevämpää luoda hiukan armollisempi aikataulu, tai vaihtoehtoisesti työskennellä kevyempiä tuntimääriä. Joka tapauksessa, opinnäytetyöni myöhästymisellä alkuperäisestä tavoiteaikataulusta ei ollut suurta haittaa projektin onnistumisen kannalta, sillä toimeksiantajallani ei ollut tarvetta saada karttaa käyttöönsä tammikuun loppuun mennessä vaan se oli vain itse itselleni asettamani aikataullinen raja.

Toinen onnistumisen kriteerini oli tavoitteen ja alatavoitteiden onnistuminen. Pitkäjänteinen tietoperustan kokoaminen, sekä kyselyn julkaisu ja sen tarkka analysointi auttoivat minua saavuttamaan määrittämäni alatavoitteet. Sain selvitettyä, mitä kohteita paikalliset matkustajille suosittelisivat, tustuin eteläpohjalaiseen kulttuuriperintöön ja sain selvitettyä, mitä reittejä ja kulkuneuvoja Kyrönjoen varren matkalla voi käyttää. Kuitenkin kartta jäi melko suppeaksi paikallisen perinneruoan kokemisen osalta, sillä ravintoloita, joissa näitä ruokatuotteita voisi päästä maistamaan oli vaikea löytää. Tämä ei ollut kartan onnistumisen kannalta erityisen suuri ongelma, mutta kokonaisvaltaisemman pohjalaisuuden kokemisen saavuttamiseksi olisin myös paikallisen ruoan halunnut karttaan paremmin sisällyttää.

Lisäksi koen, että pääsin antamaani päätavoitteeseen hyvin. Kartasta tuli mielestäni eheä ja helpposti seurattava ja uskonkin, että sitä käyttäen on kenen tahansa helppo toteuttaa matka. Toki jo opinnäytetyöni suunnitelmassa rajasin kartan vain suomenkielisille kotimaanmatkailijoille, joten

täysin se ei saavuta kaikkia potentiaalisia matkustajaryhmiä ja ihan jokainen ei sitä esimerkiksi kielimuurin takia voi käyttää. Toki tulevaisuudessa kartasta voisi tehdä myös ruotsin- ja englanninkielisen version, jolloin se saavuttaisi vielä kokonaisvaltaisemmin kotimaanmatkailijat. Lisäksi karttaan voisi jatkossa lisätä myös vaikka majoituskohteita tai sähköautojen latauspisteiden sijaintikohteita, jolloin kartta olisi vielä laajemmin käytettävissä matkaa suunnitellessa.

Karttaa on hyvä päivittää vähintään kerran vuodessa, jos ei useamminkin. Näin varmistetaan, että esimerkiksi kartassa esitellyt ravintolat ja kahvilat ovat edelleen toiminnassa. Kartan päivitys tulee kartan luovutuksen jälkeen olemaan toimeksiantaja Kauhajoen kaupungin vastuulla. Voin jakaa heille käyttämäni Canva-tiedoston niin, että he pystyvät suoraan sitä kautta minun pohjaani apuna käyttäen muokata kartan päivitettyyn versioon. Halutessaan toimeksiantajataho voi myös luoda visuaaliselta ilmeeltään uuden kartan tai hyväksikäyttää vain esimerkiksi kartan tekstiosioita, jos se ajaa heidän tarkoituksensa paremmin.

Kolmantena ja viimeisenä onnistumisen kriteerinä olin määritellyt toimeksiantajan tyytyväisyyden tuotokseen. Tässä tavoitteessa onnistuin mielestäni hyvin, sillä toimeksiantajaltani saama palaute oli pääosin positiivista. Toimeksiantaja totesi muun muassa kartan olevan kokonaisuutena erittäin hieno ja uskoo sen olevan hyvä lähtökohta alueen matkailun kehittäjille. Toimeksiantaja sanoi kaupungin ottavan käyttöönsä kartan matkailumarkkinointinsa paketoinnin lähtökohtana ja runkona, joten kartan voi nähdä olleen niin onnistunut, että toimeksiantaja voi sen ottaa käyttöönsä.

### **6.3 Jatkotutkimusehdotukset**

Tietoperustaa kirjoittaessani huomasin nopeasti, että automatkailun ja kiertomatkaraittien tutkimus ja kehittämistyö on lähivuosina saanut melko vähän painoarvoa. Suuri osa käyttämästäni lähteistä sijoittui kaksituhattaluvun alkupuolelle ja melko pieni määrä tutkijia oli kirjoittanut suuren osan käyttämästäni lähteistä. Siksi osa automatkailuun liittyvästä tiedosta on päässyt mielestäni jo vanhentumaan ja aihetta olisi hyvä tutkia enemmän myös tällä vuosikymmenellä. Olisi mielenkiintoista saada lisää tutkimustietoa esimerkiksi siitä, miten matkustajat nykyään kokevat automatkailun, kun ympäristöarvot ovat nousseet enemmän esille. Tutkia voisi myös esimerkiksi sitä, millaiset asiat saavat nuoremmat matkustajat haluamaan toteuttamaan kotimaan automatkan tai millaisten kanavien kautta kiertomatkaraitteista etsitään ja halutaan saada lisää tietoa.

Lisäksi opinnäytetyöprojektiani tehdessä nousi silmiinpistävästi esiin se, kuinka vaikeaa Suomen virallisista matkailuteistä on löytää informaatiota. Tämän vuoksi nostaisin yhdeksi merkittäväksi jatkotutkimuskohteeksi näiden reittien markkinoinnin kehittämisen. Uskon, että aiheeseen liittyen löytyy paljon erilaisia mahdollisuuksia, joilla tiet saataisiin paremmin nostettua ihmisten tietoisuuteen



ja niiden vetovoimaisuutta kehitettyä. Yksi helppo tapa olisi luoda esimerkiksi verkkosivusto tai muu opas, johon olisi koottu yhteen paikkaan kaikki viralliset matkailutiet ja niiden kuvaukset.

#### **6.4 Oma oppiminen**

Opinnäytetyöprosessi oli kokonaisuudessaan todella opettava kokemus. Jo yksissään opinnäytetyön kokoisen kirjallisen tuotoksen tuottaminen oli minulle entuudestaan tuntematonta ja koin pystyväni vihdoin laittamaan omat akateemiset taitoni testiin. Projektin hallinnointi aina opinnäytetyösuunnitelman tekemisestä lopullisen lopputuotoksen rakentamiseen oli myös yksi hyvä tapa kehittää taitojani useilla eri osa-alueilla.

Tietoperustaa kirjoittaessani opin paljon uutta käsittelemästäni aiheesta. Esimerkiksi automatkailu ja kiertomatkat olivat minulle entuudestaan melko tuntemattomia aiheita, sillä näitä ei esimerkiksi koulussa ole käsitelty juurikaan. Kuitenkin koen tietoperustan kirjoittamisen jälkeen oppineeni ymmärtämään automatkailusta hyvin kokonaisvaltaisesti ja tiedän myös, kuinka esimerkiksi kulttuuri- ja luontomatkailu voidaan yhdistää siihen. Käytännön tiedon lisäksi tietoperustan kirjoittaminen vahvisti entisestään aikaisempaa kokemustani siitä, että pidän akateemisen tiedon hankkimisesta ja olen erityisen kiinnostunut teorian opiskelusta ja ymmärtämisestä. Vaikka tietoperustan kirjoittaminen oli itselleni hyvin aikaa vievä prosessi, oli se myös se osio opinnäytetyöstäni, jonka tekemisestä nautin kaikista eniten ja johon olen kaikista työn osioista tyytyväisin. Tietoperustan kirjoittaminen vahvisti myös tiedonhankintakykyjäni ja lisäksi se antoi minulle entistä enemmän eväitä esimerkiksi tiedon käsittelyyn ja erilaisten lähteiden vertailuun. Paransin myös entisestään kykyäni arvioida kriittisesti hankkimaani tietoa.

Opinnäytetyöni ollessa produktityyppinen, opin myös todella paljon produktin toteuttamisesta. Olen aikaisemmin tehnyt muissa yhteyksissä joitain hieman opinnäytetyön karttaa vastaavia tuotteita, mutta perusteellisen tietoperustan avulla pystyin toteuttamaan mielestäni aikaisempia tuotoksiani paremman lopputuloksen. Esimerkiksi double diamond menetelmän seikkaperäinen opettelu ja sen apuna käyttö lopputuotoksen tekemisessä oli itselleni mielenkiintoinen ja opettava kokemus. Lisäksi en koe, että minulla ennen produktin tekoa olisi ollut erityisen hyvät taidot markkinointimateriaalien luomiseen, joten produktin teko oli hyvä oppikokemus esimerkiksi myyvän tekstin kirjoittamisesta ja kuvien ja muun visuaalisen ulkonäön suunnittelusta ja editoinnista. Produktin teko opetti minulle kuitenkin myös sen, että visuaalisuus ja markkinointimateriaalien tuotto eivät ole se oma kiinnostuksen kohteeni, vaan itse pidän enemmän aikaisemmin mainitsemasta tutkimuksen tekemisestä. En kokenut olevani vahvoilla produktia tehdessäni ja huomasin motivaationi osittain kärsivän myös tästä itsevarmuuden puutteesta.

Uskon, että itselleni kaikkein eniten opittavaa tästä opinnäytetyöstä jäi aikataulutuksen suhteen. Ennen opinnäytetyön aloittamista uskoin pysyväni ennalta määrittelemässäni aikataulussa ja siinä kiinni pysymisen hankaluus tuli minulle yllätyksenä. Olen toki pettynyt aikataulun pettämiseen, mutta tästä kokemuksesta pystyn onneksi ottamaan opiksi ja tulevaisuudessa tiedostankin aikaisempaa paremmin omat voimavarani ja osaan jättää aikatauluuni aikaa myös omalle palautumiselle. Tämä on todella arvokas oppi, josta varmasti tulen hyötymään tulevaisuudessa useasti.

Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen opinnäytetyöhöni, vaikka varsinkin aikataulun venyminen harmittaa minua. Lisäksi itse itselleni luomat paineet täydellisen opinnäytetyön luomisesta aiheuttivat turhaa stressiä, jonka vuoksi opinnäytetyöni välillä junnasi paikoillaan, koska en ollut tyytyväinen mihinkään kirjoittamaani ja luomaani. Pystyin kuitenkin vähitellen hyväksymään, että opinnäytetyön kirjoittaminen on ennen kaikkea oppimiskokemus ja pääsin eteenpäin opinnäytetyöni kanssa. Vaikka täydellisyyttä en tietenkään pystynyt projektin aikana saavuttamaan, olen kuitenkin tyytyväinen lopputulokseeni. Koen, että onnistuin hyvin tiedon hankkimisessa ja laajan kokonaisuuden laatimisessa. Lisäksi uskon opinnäytetyöni tuovan hyötyä toimeksiantajalleni, joka on itselleni erittäin tärkeä onnistumisen mittari.

## Lähteet

Arsal, I., Woosnam, K. M., Baldwin, E. D. & Backman, S. J. 2010. Residents as Travel Destination Information Providers: An Online Community Perspective. *Journal of Travel Research*, 49, 4, s. 400–413.

Business Finland 2019. Matkailuvuosi 2019. Matkailun suuralueet sekä maakunnat. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/4a092f/contentassets/cd1c10b8eb34454ea81b514fd10604a2/2019-matkailuvuosi---matkailun-suuralueet-seka-maakunnat.pdf>. Luettu: 23.10.2020.

Business Finland 2020. Suuralue ja partneriyhteistyö. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/toiminta-suomessa/suuralue--ja-partneriyhteistyö>. Luettu: 23.10.2022.

Carson, D., Prideaux, B., Coghlan, A. & Taylor, A. 2009. Heritage as a Motivation for Four-Wheel-Drive Tourism in Desert Australia. *Journal of Heritage Tourism*, 4, 3, s. 217-225.

Carson, D. & Cartan, D. 2011. Touring routes – types, successes and failures. An international review. Teoksessa Prideaux, B. & Carson, D. (toim.). *Drive tourism: trends and emerging markets*, s. 296–310. Routledge. New York.

The Cascade Loop 2022a. Nine Destination on the Cascade Loop. Luettavissa: <https://www.cascadeloop.com/regions>. Luettu: 23.11.2022.

The Cascade Loop 2022b. On The Loop: Stevens Pass Greenway. Luettavissa: <https://www.cascadeloop.com/stevens-pass-greenway>. Luettu: 23.11.2022.

Design Council 2015. An Introduction to service design and a selection of service design tools. Design methods for developing services. Design Council. London. Luettavissa: [https://www.design-council.org.uk/fileadmin/uploads/dc/Documents/DesignCouncil\\_Design%2520methods%2520for%2520developing%2520services.pdf](https://www.design-council.org.uk/fileadmin/uploads/dc/Documents/DesignCouncil_Design%2520methods%2520for%2520developing%2520services.pdf). Luettu: 9.11.2022.

Devesa, M., Laguna, M. & Palacios, A. 2010. The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management*, 31, s. 547-552.

Ellis, A., Park, E., Kim, S. & Yeoman, I. 2018. What is food tourism? *Tourism Management*, 68, s. 250–263.

Etelä-Pohjanmaan liitto 2019. ETELÄ-POHJANMAA – Jotakin parempaa. Kulttuuristrategia 2019–2025. Etelä-Pohjanmaan liitto. Seinäjoki. Luettavissa: [https://epliitto.fi/wp-content/uploads/2020/12/Kulttuuristrategia\\_2019-2025\\_S.pdf](https://epliitto.fi/wp-content/uploads/2020/12/Kulttuuristrategia_2019-2025_S.pdf). Luettu: 28.10.2022.

Etelä-Pohjanmaan liitto 2021a. Elinkeinorakenne. Luettavissa: <https://epliitto.fi/tilastot/tilannekuva-ja-tilastot/alue-ja-kuntatalous/elinkeinoiminta/>. Luettu: 7.11.2022.

Etelä-Pohjanmaan liitto 2021b. Rahoitusvälienteitä elinvoimaisen kulttuuriperinnön tueksi - FINCH-hankkeen alueellinen toimintasuunnitelma. Etelä-Pohjanmaan liitto. Seinäjoki. Luettavissa: [https://epliitto.fi/wp-content/uploads/2021/02/EPLiitto\\_FINCH\\_toimintasuunnitelma\\_2021.pdf](https://epliitto.fi/wp-content/uploads/2021/02/EPLiitto_FINCH_toimintasuunnitelma_2021.pdf). Luettu: 28.10.2022.

Etelä-Pohjanmaan liitto 2022. Kunnat. Luettavissa: <https://epliitto.fi/etela-pohjanmaa/kunnat/>. Luettu: 16.9.2022.

Euroopan komissio 2022. The EU's plan for a green transition. Luettavissa: <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/green-deal/fit-for-55-the-eu-plan-for-a-green-transition/>. Luettu: 10.10.2022.

Fjelstul, J. & Fyall, A. 2014. Sustainable Drive Tourism: A Catalyst for Change. *International Journal of Tourism Research*, 17, 5, s. 460–470.

Gillham, B. 2000. *Developing a Questionnaire*. Continuum. London.

Gosaimaa 2022. Via Karelia – Ruoka- ja kulttuurireitti. Luettavissa: <https://gosaimaa.com/suunnittele-lomasi/via-karelia/>. Luettu: 18.11.2022.

Hallo, J. C. & Manning, R. E. 2009. Transportation and recreation: a case study of visitors driving for pleasure at Acadia National Park. *Journal of Transport Geography*, 17, 491-499.

Hardy, A. 2003. An Investigation into the Key Factors Necessary for the Development of Iconic Touring Routes. *Journal of Vacation Marketing*, 9, 4, s. 314-330.

Hardy, A., Beeton, B., Carter, R. 2005. Innovation through Iterations: Improving Regional Touring Routes Through Survey Research. Teoksessa Carson, D. & Macbeth, J. (toim.). *Regional Tourism Cases, Innovation in Regional Tourism*, s. 91-101. Common Ground Publishing. Altona.

Havas, K. & Adamsson, K. 2020. Suomen ruokamatkailustrategia 2020–2028. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Helsinki. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/4a8376/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/ruokamatkailustrategia-2020-2028.pdf>. Luettu: 8.1.2023.

Hennessey, S., Yun, D., MacEachern, M. & MacDonald, R. M. 2008. The Importance of Scenic Drive Tourism: An Exploratory Study. Travel and Tourism Research Association. Philadelphia. Luettavissa: <https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=633098025092005028099111004091096113028078052014017010096085114031084094005068011121006013001017037121004122125088110023126091030002028047082016109101071025125102046055014083118103067023001126070122117002091100010014003127113009120103005090013029071&EXT=pdf&INDEX=TRUE>. Luettu: 6.10.2022.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.

Järvinen, E., Jyllilä, S. & Janhunen, J. 2020. Vieraanvarainen Etelä-Pohjanmaa. Etelä-Pohjanmaan matkailustrategia 2020–2028 ja toimenpide-ehdotukset 2020–2025. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Seinäjoki. Luettavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/353631/EtelaPohjanmaan\\_Matkailustrategia\\_20202028.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/353631/EtelaPohjanmaan_Matkailustrategia_20202028.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Luettu: 24.11.2022.

Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Kim, J-H., Ritchie, J. R. B., McCormick, B. 2012. Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51, 1, s. 12-25.

Kulwicki, A. 2015. AARP Travel Research: Road Trips. AARP Research. Washington. Luettavissa: [https://www.aarp.org/content/dam/aarp/research/surveys\\_statistics/general/2015/aarp-travel-road-trip-report.doi.10.26419%252Fres.00106.001.pdf](https://www.aarp.org/content/dam/aarp/research/surveys_statistics/general/2015/aarp-travel-road-trip-report.doi.10.26419%252Fres.00106.001.pdf). Luettu: 6.10.2022.

Lai, W-H. & Nguyen, Q. V. 2013. Online Promotion and Its Influence on Destination Awareness and Loyalty in the Tourism Industry. *Advances in Management & Applied Economics*, 3, 3, s. 15–30.

Lapin AMK. 2020. Revontulentien tarinat halutaan kertoa myös matkailijoille. Luettavissa: <https://www.lapinamk.fi/news/Revontulentien-tarinat-halutaan-kertoa-myos-matkailijoille/fuu3sfdb/aa6e4211-8ad0-4315-92fc-e780f747b714>. Luettu: 18.11.2022.

Lewis, C. & D'Alessandro, S. 2019. Understanding why: Push-factors that drive rural tourism amongst senior travellers. *Tourism Management Perspectives*, 32, s. 1–10.

- Lewis, C., Nelson, K. & Black, R. 2021. Moving Millenials out of the too hard basket: Exploring the challenges of attracting Millenial tourists to rural destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, s. 96–103.
- Marski, L. 2021. Matkailun suuntana kestävä ja turvallinen tulevaisuus. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki. Luettavissa: [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162841/TEM\\_2021\\_01\\_t.pdf](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162841/TEM_2021_01_t.pdf). Luettu: 10.10.2022.
- Meriruoho, A., Rantala, O. & Veijola, S. 2007. Revontultentiellä Tornioista Kilpisjärvelle. Matkailututkimuksen näkökulmia matkailutien kehittämiseen. Tiehallinto. Rovaniemi. Luettavissa: <https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/139371/4574tie.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu: 21.11.2022.
- Meyer, D. 2004. Tourism Routes and Gateways: Key Issues for the Development of Tourism Routes and Gateways and their Potential for Pro-Poor Tourism. Overseas Development Institute. London. Luettavissa: [https://www.researchgate.net/publication/242371864\\_Key\\_issues\\_for\\_the\\_development\\_of\\_tourism\\_routes\\_and\\_gateways\\_and\\_their\\_potential\\_for\\_Pro-Poor\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/242371864_Key_issues_for_the_development_of_tourism_routes_and_gateways_and_their_potential_for_Pro-Poor_Tourism). Luettu: 22.10.2022.
- Moraru, R-A. & Simeanu, C. 2021. A Synthetic Profile of the Rural Tourism Consumer. *Agronomy Series of Scientific Research*, 64, 1, s. 229-234.
- Mustasaaren kunta 2022. Kyrönjoki. Luettavissa: <https://mustasaari.fi/asuminen-ja-yhteiskunta/lan-sirannikon-valvontayksikko/ymparistonsuojelu/vesienhoito/kyronjoki>. Luettu: 16.9.2022.
- National Scenic Byway Foundation 2020. The Cascade Loop. Luettavissa: <https://nsbfoundation.com/blog/the-cascade-loop/>. Luettu: 23.11.2022.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö 2012. Kulttuurista kartalla. Valtion osarahoittamien kulttuuripalvelujen sijainti ja kulttuurin kustannukset Suomen kunnissa. Valtioneuvosto. Helsinki. Luettavissa: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75308/OKM32.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu: 7.11.2022.
- Our Stories 2018. Revontultentie. Luettavissa: <https://ourstories.info/fi/projekti/the-northern-lights-route/>. Luettu: 21.11.2022.
- Paasi, A. 1996. Alueellinen identiteetti ja alueellinen liikkuvuus: suomalaisten syntymäpaikat ja nykyiset asuinalueet. *Terra*, 108, 4, s. 210–223.

- Parviainen, O. & Räsänen, P. 2004. Kiertomatkailukartoitus. Ellare Oy. Helsinki. Luettavissa: <https://docplayer.fi/7521532-Kiertomatkailukartoitus-ellare-oy-outi-parviainen-pirjo-rasanen.html>.  
Luettu: 21.11.2022.
- Pesonen, J., Komppula, R., Kronenberg, C. & Peters, M. 2011. Understanding the relationship between push and pull motivations in rural tourism. *Tourism Review*, 66, 3, s. 32-49.
- Phau, I., Lee, S. & Quintal, V. 2013. An investigation of push and pull motivations of visitors to private parks: The case of Araluen Botanic Park. *Journal of Vacation Marketing*, 19, 3, s. 269-284.
- Pine, J. & Gilmore, J. 2011. *The Experience Economy, Updated Edition*. Harvard Business Review Press. Boston.
- Prideaux, B. & Kininmont L.-J. 1999. Tourism and Heritage Are Not Strangers: A Study of Opportunities for Rural Heritage Museums to Maximize Tourism Visitation. *Journal of Travel Research*, 37, 3, s. 299-303.
- Prideaux, B. 2020. Drive and car tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75, 1, s. 109-112.
- Prideaux, B. & McClymont, H. 2007. Drive Tourists: Who are They, What do They do and How do We Attract Them? *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 6, 2, s. 115–129.
- Prideaux, B. & Carson, D. 2003. A Framework for Increasing Understanding of Self-Drive Tourism Markets. *Journal of Vacation Marketing*, 9, 4, s. 307-131.
- Qiu, H., Hsu, C., Li, M. & Shu, B. 2018. Self-drive tourism attributes: influences on satisfaction and behavioural intention. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23, 4, s. 395-407.
- Romantische Straße 2022a. Germany's oldest and most popular holiday route. Luettavissa: <https://www.romantischestrasse.de/en/romantische-strasse/germanys-oldest-and-most-popular-holiday-route>. Luettu: 24.11.2022.
- Romantische Straße 2022b. Nature & Hospitality. Luettavissa: <https://www.romantischestrasse.de/en/nature-hospitality>. Luettu: 24.11.2022.
- Sigala, M. & Leslie, D. 2005. *International Cultural Tourism: management, implications, and cases*. Elsevier. Burlington.
- Singing Heritage Route Association 2022. Singing Heritage Route. Culture Route in Finland, Estonia, Latvia, and Lithuania. Luettavissa: <https://singingroute.com/>. Luettu: 18.11.2022.

- Stone, M.J., Migacz, S., Garibaldi, R., Stein, N. & Wolf, E. 2020. 2020 State of the Food Travel Industry Report. World Food Travel Association. Portland. Luettavissa: [https://www.researchgate.net/publication/343255792\\_2020\\_State\\_of\\_the\\_Food\\_Travel\\_Industry\\_Report](https://www.researchgate.net/publication/343255792_2020_State_of_the_Food_Travel_Industry_Report). Luettu: 8.1.2023.
- Su, D. N., Johnson, L. W. & O'Mahony, B. 2018. Analysis of push and pull factors in food travel motivation. *Current Issues in Tourism*, 23, 5, s. 572-286.
- Sykes, D. & Gibson Kelly, K. 2016. Motorcycle drive tourism leading to rural tourism opportunities. *Tourism Economics*, 22, 3, s. 543–557.
- Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. LEO Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Rovaniemi. Luettavissa: [https://tiimivalmentaja.files.wordpress.com/2020/03/elc3a4mystuottajan\\_kc3a4sikirja.pdf](https://tiimivalmentaja.files.wordpress.com/2020/03/elc3a4mystuottajan_kc3a4sikirja.pdf). Luettu: 27.11.2022.
- Tiehallinto 2004. Matkailuteiden määrittely. Periaatteet. Tiehallinto. Helsinki. Luettavissa: <https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/133187/tie1614.pdf?sequence=1>. Luettu: 18.11.2022.
- Timothy, D. J. 2011. *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Channel View Publications. Bristol.
- Tuuri, H., Katajavirta, M., Hirvonen, E., Jyllilä, S. & Järvinen, E. 2021. Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvitys 2021. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Seinäjoki. Luettavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/704360/B168.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu: 9.10.2022.
- Työ- ja elinkeinoministeriö 2019. Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki. Luettavissa: [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161636/34\\_19\\_Selvitys\\_kotimaanmatkailu.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161636/34_19_Selvitys_kotimaanmatkailu.pdf?sequence=4&isAllowed=y). Luettu: 8.1.2023.
- UNESCO 2014. *Culture for Development Indicators. Methodology Manual*. UNESCO. Paris. Luettavissa: [https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cdis\\_methodology\\_manual\\_0\\_0.pdf](https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cdis_methodology_manual_0_0.pdf). Luettu: 14.10.2022.
- UNESCO 2003. *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. UNESCO. Paris. Luettavissa: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540>. Luettu: 14.10.2022.



- UNESCO 2022. Browse the Lists of Intangible Cultural Heritage and the Register of Good Safeguarding Practices. Luettavissa: [https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country\[\]=00076&multinational=3&display1=inscriptionID#tabs](https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country[]=00076&multinational=3&display1=inscriptionID#tabs). Luettu: 14.10.2022.
- UNWTO 2007. Handbook on Tourism Market Segmentation. Maximising Marketing Effectiveness. UNWTO. Madrid.
- UNWTO & ITF 2019. Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector. Modelling Results. UNWTO. Madrid.
- Ympäristöhallinto 2013. Kansallismaisemat. Luettavissa: <https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Luonto/Maisemat/Kansallismaisemat>. Luettu: 16.9.2022.
- Via Karelia 2019. Via Karelian sotamuistomerkit. Luettavissa: <https://viakarelia.fi/teema/sotahistoria/>. Luettu: 18.11.2022.
- Via Karelia 2021. Via Karelia – ihania itäisiä makuja. Luettavissa: <https://viakarelia.fi/teema/karjalainen-keittio/>. Luettu: 18.11.2022.
- Via Karelia 2022. Tervetuloa runonlaulun maille. Luettavissa: <https://viakarelia.fi/>. Luettu: 18.11.2022.
- Visit Finland 2020. Ruokamatkailun tuotesuosituksset 2020. Business Finland. Helsinki. Luettavissa: [https://www.businessfinland.fi/4a8317/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/visit\\_finland\\_ruokamatkailun\\_tuotesuosituksset\\_2020.pdf](https://www.businessfinland.fi/4a8317/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/visit_finland_ruokamatkailun_tuotesuosituksset_2020.pdf). Luettu: 16.1.2023.
- Visit Finland 2021. Kestävän ruokamatkailun opas. Business Finland. Helsinki. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/491559/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/kestavan-ruokamatkailun-opas-2021.pdf>. Luettu: 8.1.2023.
- Visit Finland 2022. Valtakunnallinen ja alueellinen matkailutilinpito. Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2019–2020. Business Finland. Helsinki. Luettavissa: <https://tem.fi/documents/1410877/8602190/visit-finland---matkailutilinpito-2019-2020.pdf/cdefece6-8b4f-4af6-4828-020c21b52b3d/visit-finland---matkailutilinpito-2019-2020.pdf?t=1649947754775>. Luettu: 23.10.2022.
- Vuoristo, K.-V. & Vesterinen, N. 2009. Lumen ja suven maa. Suomen matkailumaantiede. WSOYpro Oy. Helsinki.


Walls, A., Shani, A. & Rompf, P.D. 2007. The nature of gratuitous referrals in tourism: local residents' perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20, 6, s. 647-663.

Zhou, J. Y. & Huang, X. 2016. Aspects of Lifestyle Change in China: Motivations for Self-Drive Travel – A Chinese Domestic Market Perspective. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33, 6, s. 912-928.

## Liitteet

### Liite 1. Kyselylomake

#### Kyrönjoen kiertomatkarieitti - pohjalaisuus paketissa

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (\*)

#### Yleisiä kysymyksiä

##### 1. Ikä \*

- 18-25 v
- 26-40 v
- 41-60 v
- 61-80 v
- yli 80 v

##### 2. Sukupuoli \*

- Nainen
- Mies
- Muu
- En halua vastata

##### 3. Kotipaikkakunta \*

- Kauhajoki
- Kurikka
- Ilmajoki
- Seinäjoki
- Ylistaro
- Isokyrö
- Vähäkyrö
- Vaasa
- Mustasaari
- Muu, mikä:
- En halua vastata

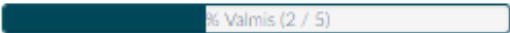
#### 4. Matkustatko itse Etelä-Pohjanmaan alueella? \*

- Kyllä, yli 10 kertaa vuodessa
- Kyllä, 4-9 kertaa vuodessa
- Kyllä, 1-3 kertaa vuodessa
- En
- En halua vastata

#### 5. Missä tarkoituksessa teet matkasi? Vastausvaihtoehdoista voi valita useamman.

- Työmatka
- Sukulaisten ja ystävien luona vierailu
- Vapaa-ajan matka
- Lomamatka
- Ostosmatka
- Muu, mikä:
- En halua vastata

[Edellinen](#)[Seuraava](#)

 % Valmis (2 / 5)

## Kyrönjoen kiertomatkareitti - pohjalaisuus paketissa

**i** Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (\*)

### Ruoka-aiheisia kysymyksiä

6. Kuinka usein käytät Kyrönjoen seudun ravintolapalveluja? \*

- Viikoittain  
 Kuukausittain  
 1-4 kertaa vuodessa  
 En käytä  
 Olen harkinnut käyttämistä  
 En halua vastata

7. Miten todennäköisesti suosittelisit näitä Etelä-Pohjanmaahan yleisesti yhdistettyjä perinneruokia alueelle matkaavalle? \*

	En lainkaan todennäköisesti 1	Vähän todennäköisesti 2	Neutraali suhtautuminen 3	Melko todennäköisesti 4	Ei todennäköisesti 5
Kropsu (pohjalainen pannukakku)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leipäjuusto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klimppisoppa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohraryynipuuro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruisvelli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Silakkaruuat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veriruuat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Missä ravintoloissa tai kahviloissa edellä mainittuja perinneruokia voi päästä maistamaan?

9. Mitä ravintoloita, kahviloita tai muita ruokakohteita ja -elämyksiä suosittelisit erityisesti alueelle matkaavalla? Miksi? Näiden kohteiden ei tarvitse liittyä alueen perinneruokiin. \*

10. Kuinka todennäköisesti suosittelisit Etelä-Pohjanmaata ruokamatkailukohteena kotimaanmatkailijalle? \*

	1	2	3	4	5	
En lainkaan todennäköisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin todennäköisesti

Edellinen

Seuraava

5)

## Kyrönjoen kiertomatkaraitti - pohjalaisuus paketissa

**i** Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (\*)

### Kulttuuriperintö

*Kulttuuriperintö on ihmisen itse luomaa historiaa. Se ilmenee eri muodoissa, kuten rakennuksissa, kaupungeissa, museon esineissä ja käsitöissä, mutta myös aineettomassa muodossa kuten musiikissa, tanssissa ja rituaaleissa. Kulttuuriperintöä ovat esimerkiksi erilaiset historian, tieteen tai taiteen kannalta merkittävät monumentit, arkkitehtuurisesti merkittävät tai maisemassa paikansa ansainneet rakennukset, sekä erilaiset kohteet, joita ihminen on luonut yhdessä luonnon kanssa kuten esimerkiksi eteläpohjalaiset viljelylakeudet.*

11. Kuinka elinvoimainen eteläpohjalainen kulttuuriperintö mielestäsi on? \*

	1	2	3	4	5	
Ei lainkaan elinvoimainen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin elinvoimainen

12. Oletko itse vierailut kulttuuriperintökohteissa Etelä-Pohjanmaalla? \*

- Kyllä, usein
- Kyllä, satunnaisesti
- Kyllä, harvoin
- En
- En halua vastata






14. Mitä muita mielestäsi vierailun arvoisia kulttuuriperintökohteita Kyrönjoen varrelta tiedät? \*

[Edellinen](#)[Seuraava](#)

## Kyrönjoen kiertomatkareitti - pohjalaisuus paketissa

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (\*)

### Kyrönjoen seudun matkakohteet ja reitit

15. Minkä kohteen kokemista Kyrönjoen varrella suosittelisit erityisesti alueelle matkaavalle? Tämän kohteen ei tarvitse liittyä kulttuuriperintöön tai ruokamatkailuun. \*

16. Miksi suosittelisit juuri kyseistä kohdetta? \*

17. Jos viettäisit lomasi Kyrönjoen vartta matkaten, missä kolmessa kohteessa haluaisit vierailla? \*

18. Mistä löytyy mielestäsi Kyrönjoen varren kaunein maisema tai reitti? Miksi juuri se on kaunein? \*

19. Onko Kyrönjoen varrella tietä tai teitä, joita et suosittele matkailijalle? \*

- Kyllä, mikä ja miksi:
- Ei
- En osaa sanoa

20. Kuinka soveltuva Kyrönjoen varsi on kuljettavaksi seuraavilla kulkumuodoilla? \*

	Ei ollenkaan soveltuva 1	Vain vähän soveltuva 2	Neutraali suhtautuminen 3	Melko soveltuva 4	Erittäin soveltuva 5	En osaa sanoa 6
Henkilöauto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkailuauto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moottoripyörä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polkupyörä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Mikäli vastasit johonkin edellä olevaan kysymykseen ei ollenkaan soveltuva, miksi?


Edellinen

Lähetä



## Liite 2. Saatekirje

### Kyrönjoen kiertomatkareitti - pohjalaisuus paketissa

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (\*)

#### Kyrönjoen kiertomatkareitti - pohjalaisuus paketissa

Hei!

Olen neljännen vuoden matkailun liikkeenjohdon opiskelija Haaga-Helia ammattikorkeakoulusta ja julkaisen osana opinnäytetyötäni tämän kyselyn.

Opinnäytetyöni tehdään yhteistyössä Kauhajoen kaupungin kanssa ja sen tavoitteena on lisätä Etelä-Pohjanmaan ja Kyrönjoen seudun vetovoimaisuutta matkailualueena kotimaan matkailijoiden keskuudessa ja luoda kiertomatkareitti, jota apuna käyttäen muualta Suomesta saapuva matkailija voi tutustua alueen helmiin sekä pohjalaiseen kulttuuriin helpommin. Tämän kyselytutkimuksen tavoitteena on kartoittaa, mitä Kyrönjoen seudun kohteita paikalliset suosittelisivat alueelle muualta Suomesta matkustaville. Kysely on suunnattu Kyrönjoen seudulla asuville tai alueen hyvin tunteville yli 18-vuotiaille henkilöille.

Kyselyn tuloksia hyödynnetään kiertomatkareitin kartan luomisessa, joten vastauksesi on minulle erittäin tärkeä! Kysely on täysin nimetön ja kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti. Kyselyn vastaamiseen menee noin 10 minuuttia.

Kiitos vastauksestasi!

Ystävällisin terveisin,  
Essi Vaarasto

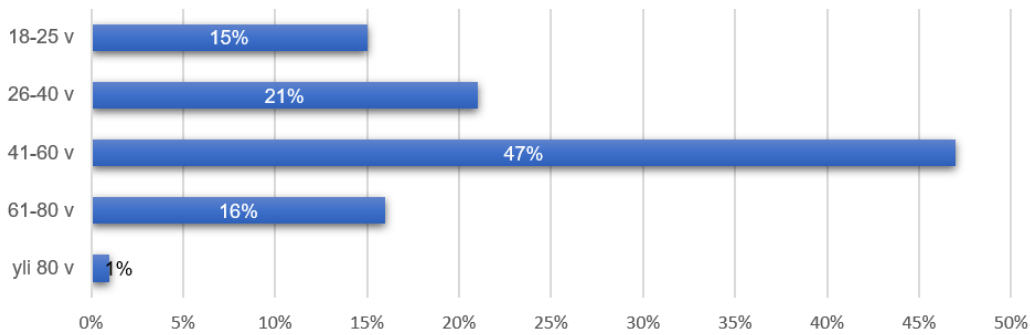
Mikäli sinulla tulee kysyttävää kyselytutkimuksesta, otathan minuun yhteyttä:  
[essi.vaarasto@myy.haaga-helia.fi](mailto:essi.vaarasto@myy.haaga-helia.fi).

Seuraava

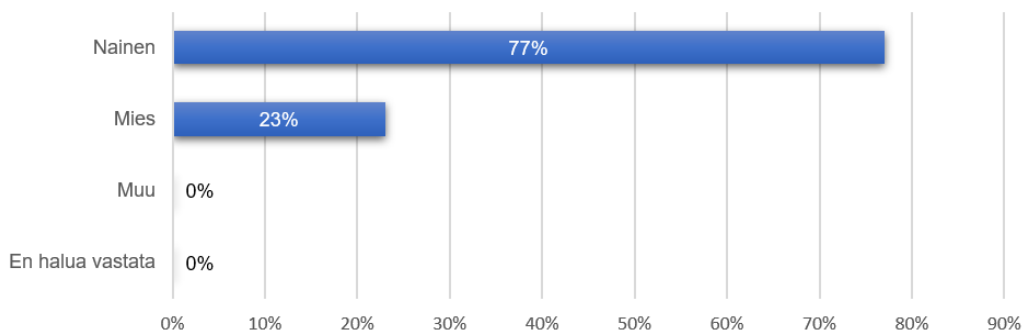
20% Valmis (1 / 5)

### Liite 3. Vastaajien taustatiedot

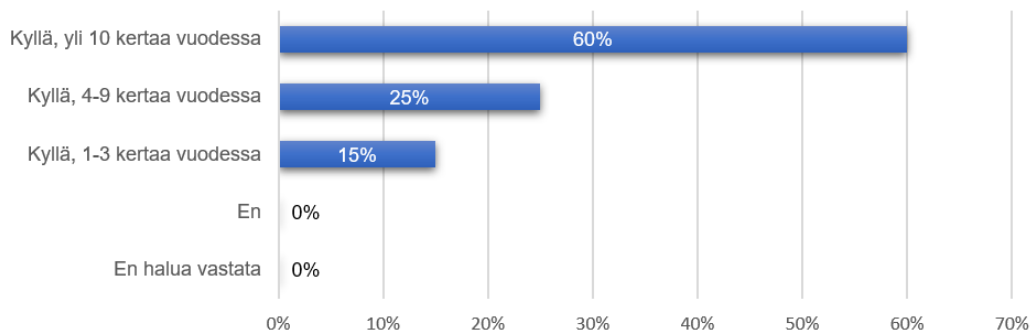
Ikä (n=126)



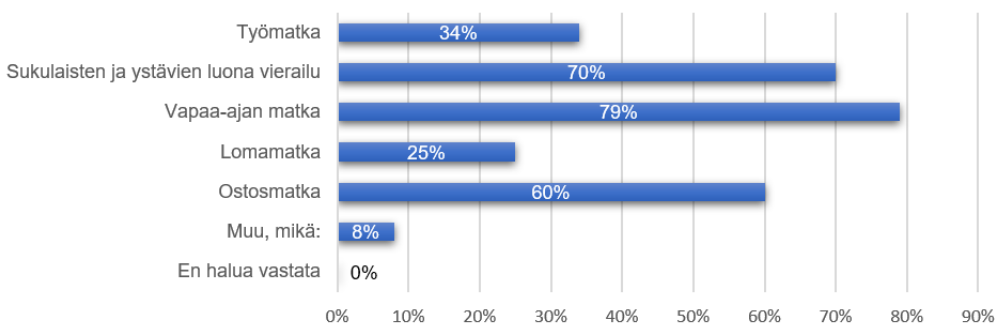
Sukupuoli (n=126)



Matkustatko itse Etelä-Pohjanmaan alueella? (n=126)



Missä tarkoituksessa teet matkasi? (n=126)

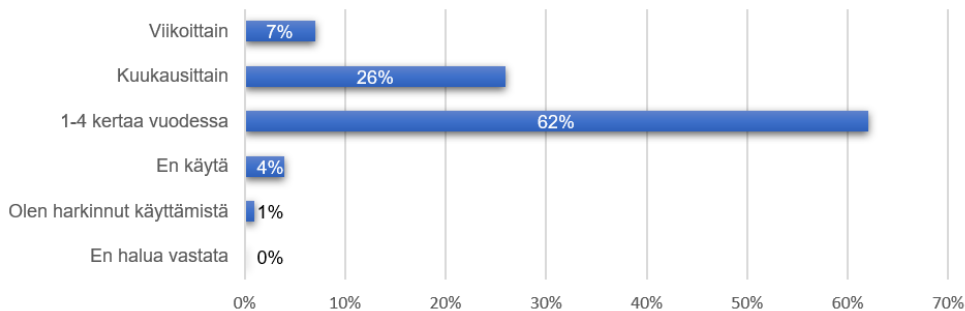


## Liite 4. Paikallisten suosittelat kohteet



### Paikallisten suosittelat ruokakohteet

Kuinka usein käytät Kyrönjoen seudun ravintolapalveluja? (n=126)

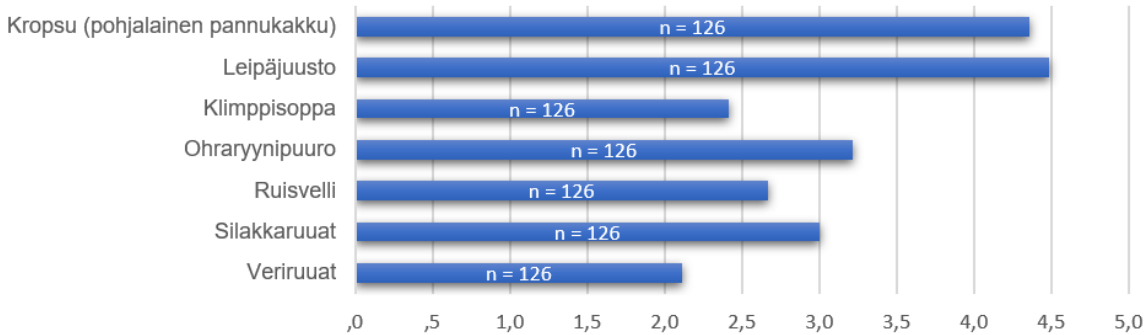


### Paikallisten suosittelat matkakohteet



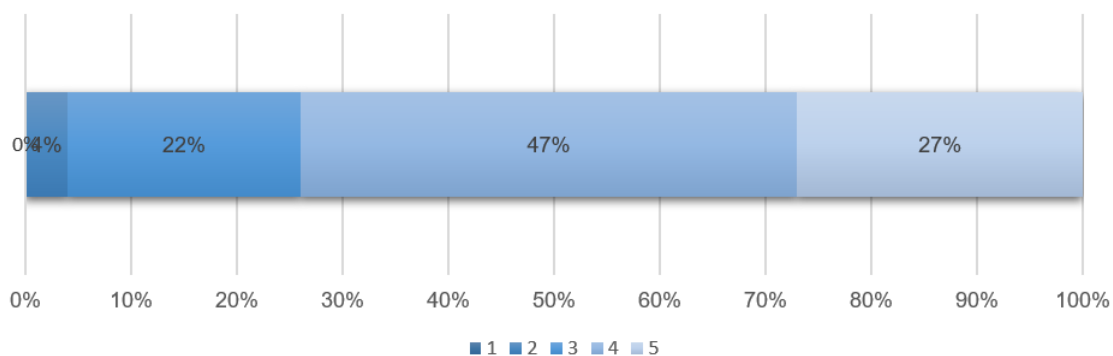
## Liite 5. Kulttuuriperintö ja kohteet

Miten todennäköisesti suosittelisit näitä Etelä-Pohjanmaan yleisesti yhdistettyjä perinneruokia alueelle matkaavalle?



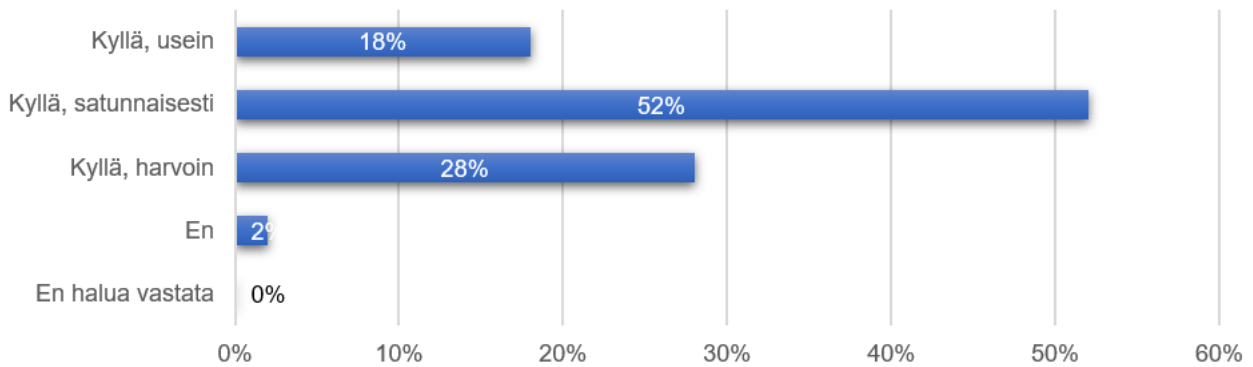
Perinneruokaa tarjoavat ravintolat

Eteläpohjalaisen kulttuuriperinnön elinvoimaisuus





Oletko itse vierailut kulttuuriperintökohteissa Etelä-Pohjanmaalla?  
(n=126)



Kulttuuriperintökohteiden suositusten keskiarvot

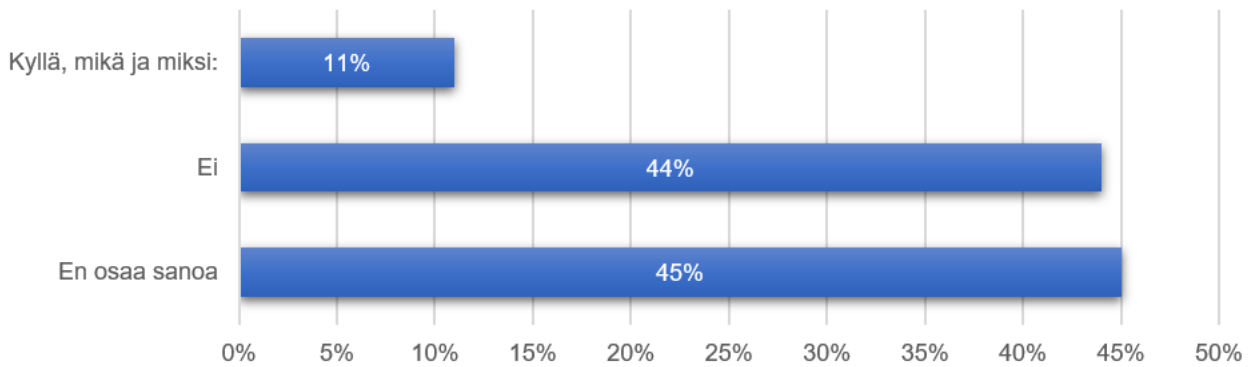
Kohde	Keskiarvo
Merenkurkun saaristo	4,7
Lauhanvuori-Hämeen kangas Geopark	4,6
Vanha Vaasa	4,3
Hämes-Havunen	4,2
Hyypänjokilaakso	4,2
Pläkkyrimuseo	4,2
Leväluhdan vesikalmisto	4,1
Alpon Savanni	3,9
Yli-Lauroselan talomuseo	3,9
Seinäjoen museot	3,9
Seinäjoen Aalto-keskus	3,8
Nuijasodan muistopaikat	3,8
Seinäjoen taidehalli	3,6



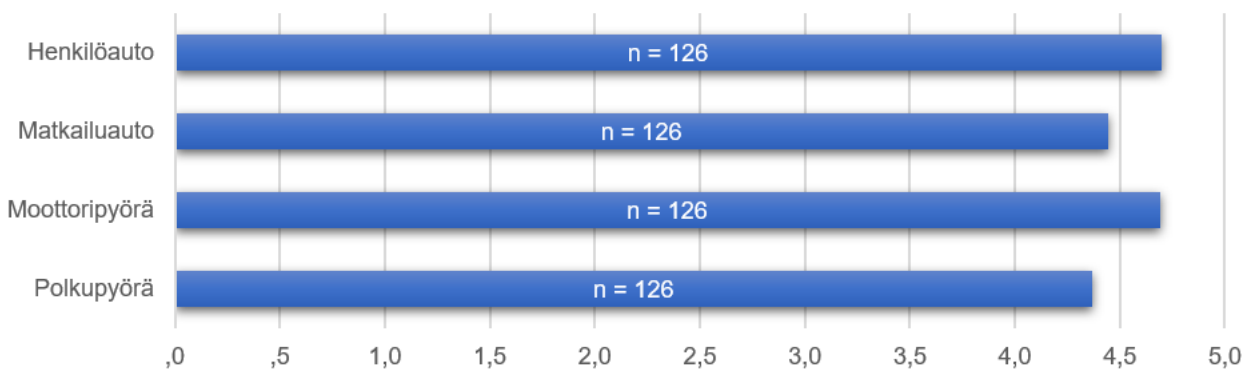
Eteläpohjalaisia kulttuuriperintökohteita

**Liite 6. Kyrönjoen varren reitit**

Onko Kyrönjoen varrella tietä tai teitä, joita et suosittelle matkailijalle?  
(n=126)



Kuinka soveltuva Kyrönjoen varsi on kuljettavaksi seuraavilla kulkumuodoilla?



**Liite 7. Kiertomatkakartta**



## Hei kotimaanmatkailija!

Tätä karttaa apuna käyttäen on sinun mahdollista toteuttaa ikimuistoinen matka Etelä-Pohjanmaalle Kyrönjoen vartta kulkien. Pääset matkallasi näkemään alueen helmet ja kokemaan aitoja pohjalaisia kokemuksia. Kartta tarjoaa sinulle monipuolisesti erilaisia kohteita, matkustitpa sitten yksin, perheen tai ystävien kanssa!

Tämä kiertomatkaroute on luotu osana Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä ja sen toimeksiantajana toimii Kauhajoen kaupunki. Kartan rakentamiseen otti osaa myös suuri joukko Kyrönjoen seudun paikallisia asukkaita, jotka kyselyyn vastaamalla jakoivat teille kaikki suosikkikohteensa seudulta!

*Ulla Essi*

# Sisällys

Reittikartta

Etelä-Pohjanmaasta

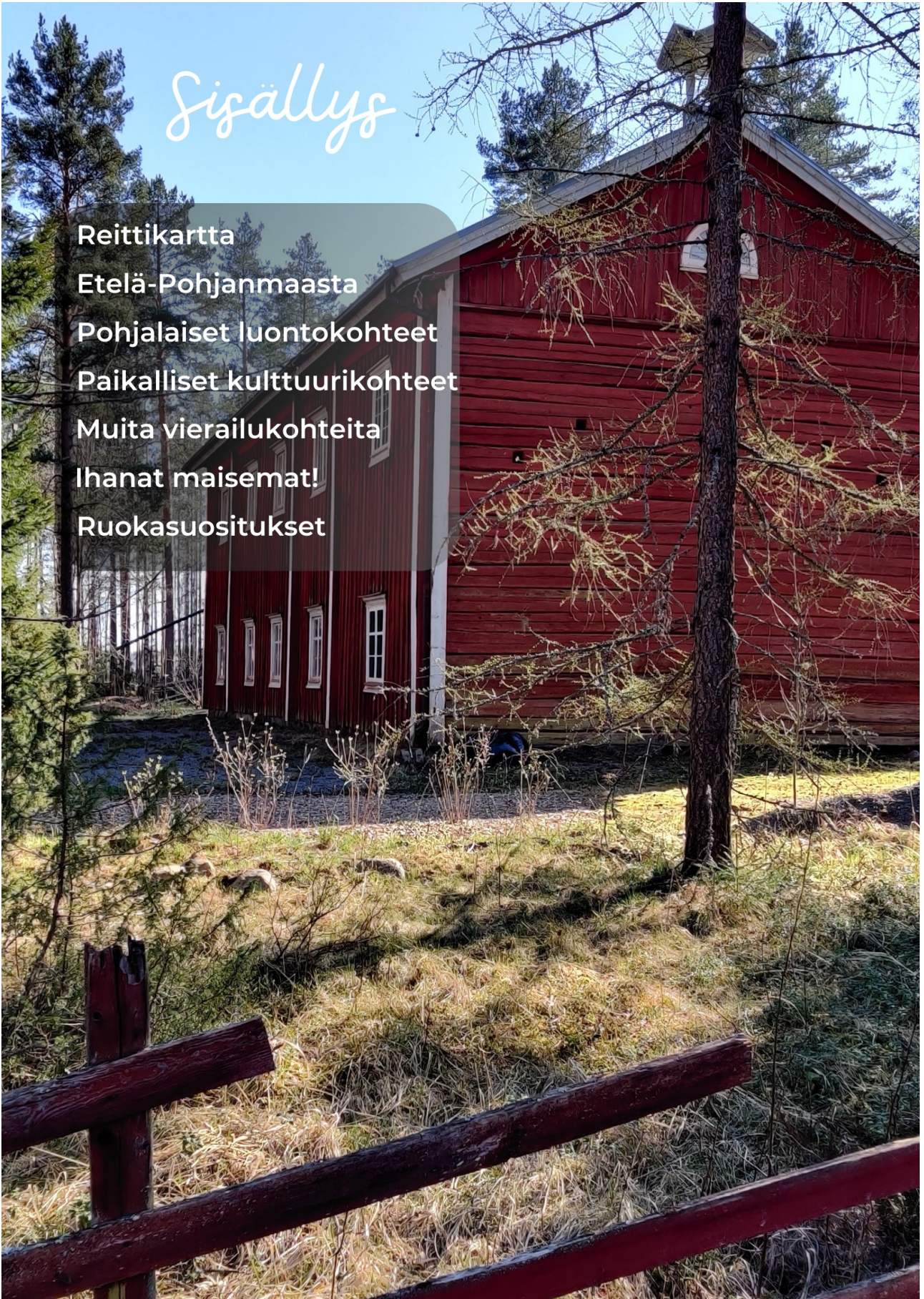
Pohjalaiset luontokohteet

Paikalliset kulttuurikohteet

Muita vierailukohteita

Ihanat maisemat!

Ruokasuositukset

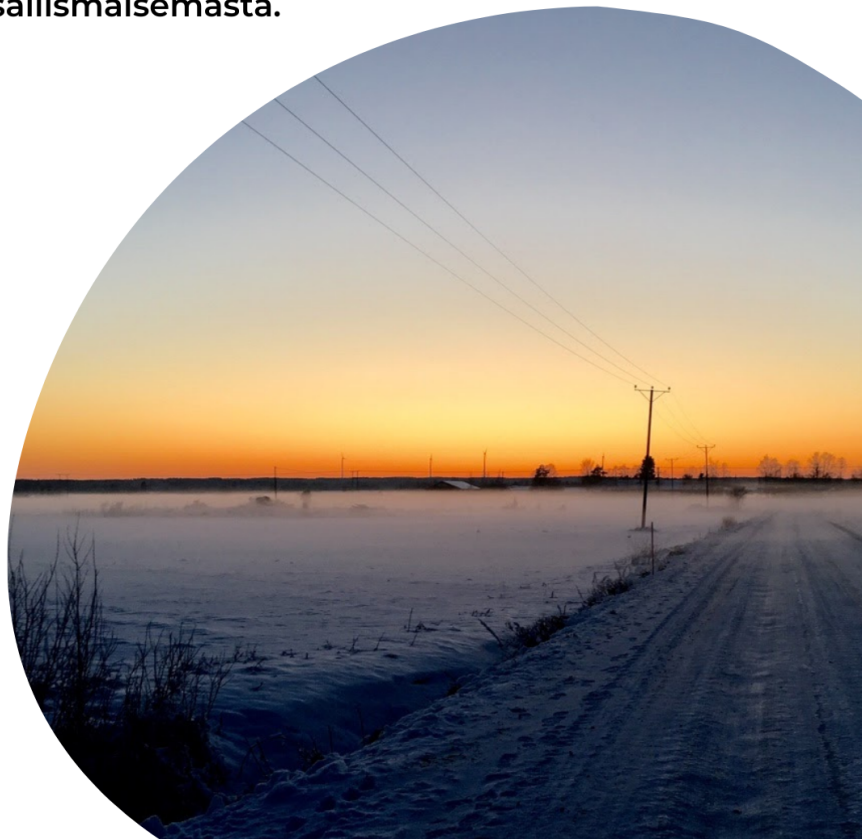




# *Etelä-Pohjanmaasta*

Etelä-Pohjanmaa on maakunta läntisessä Suomessa. Sen maakuntakeskuksena toimii Seinäjoen kaupunki ja asukkaita maakunnan 18 kunnassa on noin 195 000. Etelä-Pohjanmaalla on tarjota matkailijalle paljon, joten halusitpa sitten viettää päiväsi upeissa luontokohteissa, paikalliseen kulttuuriin tutustuen, pohjalaisia maisemia ihailien tai paikallisesta ruokakulttuurista nautiskellen, tarjoaa maakunta sinulle kaikki nämä kokemukset ja paljon muuta!

Maakunnan läpi virtaa Kyrönjoki, joka on Pohjanmaan seudun suurin joki. Tämä kartta kulkeekin joen vartta myötäillen, joten pääset nauttimaan upeista jokimaisemista matkaa tehdessäsi. Joki laskee Perämereen Mustasaaren kautta, jonka vuoksi myös muutama Pohjanmaan maakunnan kaupunki on päässyt osaksi karttaa. Kyrönjoen jokivarsi ja sen varrella sijaitsevat viljelylakeudet ovat valtavan kauniita, ja ne edustavatkin yhtä Suomen 27:stä kansallismaisemasta.





# Pohjalainen luonto



**"Kylän kohoralla komiasti, vaikka mettällä vähän kompuroottooki"**

Etelä-Pohjanmaa tunnetaan erityisesti sen lakeuksista, eli tasaisista peltomaisemista, joilla katsojan sielu pääsee lepäämään jopa kilometrien päähän jatkuvia tasankoja ihaillessa. Näitä maisemia seuraten kelpaa taittaa matkaa, tehtiin sitä sitten autolla, moottoripyörällä tai pyörällä polkien!

Lakeuksien lisäksi pääsee alueella vieraileva ihastumaan myös muun muassa suoluonnon helmiin, Kyrönjoen koskimaisemiin sekä jääkauden luontoon jättämiin jälkiin.

*Reittikarttaan luontokohteet on merkattu vihreillä merkeillä.*



# Vieraile täällä

- **1. Lauhanvuori-Hämeen kangas UNESCO Global Geopark (Kauhajoki)**

*Lähde tutkimusmatkalle henkeäsalpaaviin suomalaisiin ja opi kuinka muinainen vuoristoseutu on muodostunut nykyajan tasaiseksi suomaaksi.*

- **2. Kauhaneva-Pohjankankaan kansallispuisto & Katikan Kanjoni (Kauhajoki)**

*Pysähdy nauttimaan suoluonnon hiljaisuudesta Kauhaneva-Pohjankankaalla ja käy seikkailemassa satumetsän statuksen saaneessa Katikan Kanjonissa*

- **6. Jyllinkoski (Kurikka)**

*Tule kuuntelemaan koskien pauhua ja ihastelemaan kauniita jokimaisemia Jyllinkoskelle. Pääset myös tutustumaan sähkötuotannon mielenkiintoiseen historiaan retkesi lomassa.*

- **10. Orisberg (Isokyrö)**

*Kierrä Orisbergin patikkareitti ja tutustu samalla alueen paikalliseen luontoon sekä historiaan, jota ovat värittäneet muun muassa Jean Sibeliuksen ja Sakari Topeliuksen retket.*



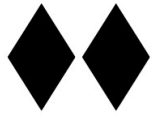
- **16. Öjen (Vaasa)**

*Ihastu suojeltuun luonnontilaiseen metsään Öjenin luontopolulla. Tutustu patikoidessasi alueen uhanalaiseen luontoon, lääkekasveihin sekä kansanuskomuksiin. Ehkäpä voit bongata myös liito-oravan retkelläsi?*

- **18. Merenkurkun saaristo (Mustasaari)**

*Vieraile Suomen ainoassa UNESCO:n luonnonperintökohteessa ja ihaille upeita merimaisemia patikoimalla alueen useilla vaellusreiteillä. Pääset myös oppimaan jääkaudesta ja sen aiheuttamasta maankohoamisesta tällä geologisesti ainutlaatuisella alueella.*

# Paikallinen kulttuuri



**"Komiaa, sano faari, ku päivää  
piti sanoa"**

Kun mainitsen Etelä-Pohjanmaan, mitä sinulle nousee ensimmäisenä mieleen? Kenties ajattelit pohjalaisia viljelylakeuksia, häyjä tai jussipaitoja? Etelä-Pohjanmaalla on paljon sille ominaisia erityispiirteitä, jotka erottavat maakunnan muista alueista. Ilokseni voin kertoa, että alueelta löytyykin paljon mielenkiintoisia kulttuurikohteita, joissa pääset paikalliseen elämäntapaan tutustumaan. Seuraavilla sivuilla esittelen vain pienen murto-osan näistä upeista kohteista!

*Reittikarttaan kulttuurikohteet on merkattu punaisilla merkeillä.*



Kammikylä

# Vieraile täällä

- **4. Hämes-Havunen (Kauhajoki)**

*Tutustu 1800-luvun pohjalaiseen talonpoikaiseen rakennuskulttuuriin tässä valtakunnallisesti merkittävässä rakennusperintökohteessa.*

- **7. Koskenkorvan Trahteri (Ilmajoki)**

*Perehdy sekä Koskenkorvan viinatehtaan, että Ilmajoen kellomestarien könnien historiaan ja nauti laajasta valikoimasta erilaisia saunaelämyksiä.*

- **8. Ilkan patsas (Ilmajoki)**

*Etelä-Pohjanmaalla vieraillessasi pääset nuijasodan alkulähteille ja sinulla onkin mahdollisuus vierailla nuijamiesten ensimmäisen johtajan Jaakko Ilkan muistomerkillä, joka on pystytetty juuri siihen kohtaan, jonne tämä päällikkö tuotiin aikoinaan teloitettavaksi.*

- **11. Kriikun Mylly (Ylistaro)**

*Vietä päiväsi tutustuen tähän idylliseen 1800-luvun myllymiljööseen ja ihaile Kirkonkosken upeaa kulttuurimaisemaa.*

- **12. Leväluhdan vesikalmisto (Isokyrö)**

*Tutustu Suomen arkeologisesti yhteen merkittävimmästä kohteesta, rautakauden ajan vesikalmistoon, josta on löydetty jo yli sadan ihmisen luita.*

- **14. Isonkyrön Vanha kirkko (Isokyrö)**

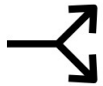
*Vieraile tässä keskiajan lopulla rakennetussa kirkossa ja ihaile sen sisällä olevia yli sataa 1500-luvulla tehtyä seinämaalausta, jotka täyttävät kirkon seinät.*

- **15. Vanha Vaasa (Vaasa)**

*Vietä päiväsi kierrellen tässä Suomen ainoassa rauniokaupungissa ja tutustu sen historiaan tarkemmin myös Vanhan Vaasan museossa.*



## Muita kohteita



**"Ei matkoosa rikastu, mutta viisastuu"**

Etelä-Pohjanmaa on täynnä mielenkiintoisia ja uniikkeja kohteita, joita et muualta Suomesta todennäköisesti pääse löytämään. Seuraavaksi esittelemäni kohteet kuvastavat pohjalaista mielenmaisemaa parhaimmillaan, jonka kulmakivinä nousevat esille erityisesti uskallus tehdä omista unelmista totta ja olla saavutuksistaan myös ylpeä.

*Reittikarttaan muut kohteet on merkattu sinisillä merkeillä.*



# Vieraile täällä

- **3. Kammikylä (Kauhajoki)**

*Vieraile tässä Suomen varmasti uniikkeimmassa kylässä. Tämä yhden miehen, Erkki Kalliomäen, projekti on ennennäkemätön paikka nauttia turvesuon rauhasta ja ihailla tämän pienen saunakylän ainutlaatuista arkkitehtuuria.*

- **5. Eduskuntamuseo (Kauhajoki)**

*Tiesitkö, että eduskunta on kokoontunut Helsingin ulkopuolella vain kerran, talvisodan aikaan Kauhajoella? Tähän historiallisesti merkittävään ajanjaksoon pääsee tutustumaan parhaiten missäs muallakaan, kuin Kauhajoella tuolloisen eduskunnan istuntosalissa.*

- **9. Seinäjoen Aalto-keskus (Seinäjoki)**

*Tutustu tähän Alvar Aallon luomuksista koostuvaan ainutlaatuiseen rakennustaiteelliseen kokonaisuuteen aivan Seinäjoen keskustan sydämessä.*

- **13. Kyrö Distillery (Isokyrö)**

*Mikäli sinä ja matkaseurueesi olette jo saavuttaneet täysi-ikäisyyden rajan, on tässä useita kansainvälisiä palkintojakin voittaneessa tislamossa vierailu ja sen tarinaan tutustuminen ehdoton pysähdys matkasi varrella.*

- **17. Villa Strömsö (Vaasa)**

*Lifestyle-ohjelma Strömsö on suomalaisten jo vuosikymmeniä rakastama ohjelma. Tiestikö, että Strömsö on myös oikeasti olemassa ja vierailijoille avoin? Käy siis tutustumassa tähän televisiosta tuttuun huvilaan ja pulahda samalla vaikkapa uimassa viereisellä uimarannalla.*



# Ihanat maisemat



**"Kantokin kaunis on, kun se kaunistetaan"**

Pohjalaista luontoa voi ihaila useissa alueen luontokohteissa, mutta myöskään siirtymistä kohteesta kohteeseen ei ole unohdettu. Tämä kartta on rakennettu maisemat mielessä, ja seuraavaksi pääsetkin tutustumaan upeisiin näköaloihin, joita voit ihaila autosi ikkunasta tai polkupyöräsi selästä, oli kulkumuotosi mikä hyvänsä!

*Reittikarttaan maisemat on merkattu kirjaimin A-H.*



- **A. Hyypänjokilaakso**
- **B. Kurikantie ja Mietaan jokivarsi**
- **C. Alajoki**
- **D. Malkakoski**
- **E. Isonkyrön kirkkolahti**
- **F. Hiirikoski**
- **G. Vähänkyrön jokivarsi ja Merikaarron kosket**
- **H. Merenkurkun saaristo**





# Ruokasuositukset



**"Ei näläkäänen tierä, kuinka vaikiaa on syönehen olla"**

Reissussa koittaa väistämättä jossain vaiheessa hetki, jolloin nälkä yllättää. Ei kuitenkaan huolta, Etelä-Pohjanmaan paikalliset halusivat jakaa kanssasi suosikkiravintolansa, joissa saat varmasti vatsasi täyteen. Ja ei hätää, kahvihampaan kolotusta ja sokerin himoa ei ole myöskään unohdettu, vaan näihinkin löytyy monta erinomaista vaihtoehtoa!



# Ravintolat

- **Kauhajoen Krouvi (Kauhajoki)**

*Tästä koko kaupungin kohtaamispaikkanakin toimivasta ravintolasta löytyy varmasti ateria jokaisen makuun.*

- **Kurikan Wanha Asema (Kurikka)**

*Nauti herkullinen lounas samalla kun ihastelet Thure Hellströmin jo vuonna 1920 suunnittelemaa asemarakennusta, jossa ravintola nykyään toimii.*

- **Juurella (Seinäjoki)**

*Nauti illallista tässä tunnelmallisessa ravintolassa, joka tarjoaa lähellä tuotetuista raaka-aineista tehtyä etelä-pohjalaisen sydämen omaavaa ruokaa.*

- **Äärellä (Seinäjoki)**

*Viihdy lounaan tai kahvin äärellä tässä ravintolassa ja tutustu myös samassa rakennuksessa toimivan taide- ja kulttuurikeskuksen muuhun tarjontaan.*

- **Alma (Seinäjoki)**

*Herkuttele lounaan tai päivällisen parissa Alman upeassa vanhan rautatieläisten talon sydämessä - kuusi metriä korkeassa Jugend henkisessä salissa.*

- **Hejm (Vaasa)**

*Täältä sitä todella saa, nimittäin Pohjalaisella rakkaudella tehtyä ruokaa! Nauti herkullinen illallinen, juomia unohtamatta, Hejm:n upeassa miljöössä.*



Juurella

# Kahvilat

- **Valkoinen Puu (Kauhajoki)**

*Helli arkeasi tässä Suomalais-Amerikkalaisessa kahvilassa ja ihastu sen lähellä tuotettuun valikoimaan.*

- **Katjan Vohvelikahvila (Kauhajoki)**

*Herkuttele belgialaistyyllisillä vohveilla, jotka on tehty rakkaudella alusta asti itse.*

- **Ojalan Pakari (Kauhajoki)**

*Hae tunnelmallisia makuelämyksiä tästä kahvilasta, jonka leipomolla on jo lähes 100-vuotinen historia.*

- **Hyggis (Kurikka)**

*Nautiskele suussasulavia kakkuja ja leivonnaisia tai herkuttele keittolounaalla.*

- **Pikku Paussi (Seinäjäki)**

*Vietä paussisi tässä kotoisassa kahvilassa ja nauti uunituoreista herkuista.*

- **Aroma Leipomo ja konditoria (Vaasa)**

*Vieraile Suomen vuoden 2014 parhaassa leipomossa ja seuraa leipomon toimintaa herkuttelusi lomassa*



Valkoinen Puu

# Kesäkahvilat

- **Yli-Lauroselan Museokahvila (Ilmajoki)**

*Nauti herkullisista kahvilatarjoiluista samalla kun tutustut pohjalaiseen elämään 1800-luvulla.*

- **Kriikun Myllykahvila (Ylistaro)**

*Herkuttele suolaisilla tai makeilla tuoreilla herkuilla 1800-luvun myllymaisemissa.*

- **Tuuralan Kyläkahvila (Isokyrö)**

*Pysähdy matkasi varrella virkistymään joen varren viihtyisään miljööseen ja nappaa pientä purtavaa samalla.*

- **Tornikahvila Tervajoki (Vähäkyrö)**

*Tule maistamaan paikallisten nuorten itse leipomia herkuja ja ihastu kahvilan uniikkiin sijaintiin.*

- **Cafe Kanttorila (Vähäkyrö)**

*Testaa kahvilan herkkutarjoama ja osta samalla matkamuistoksi esimerkiksi pläkki- ja savitöitä.*



# Kiitos!

Toivottavasti tämä opas ja esittelemäni kohteet innostavat sinua tekemään matkan Etelä-Pohjanmaalle ja tutustumaan tähän uniikkia elämää kuhisevaan maakuntaan. Varmista kuitenkin vielä kohteiden tarkemmat aukioloajat sekä tarve mahdollisille varauksille internetistä matkasuunnitelmaasi tehdessä, näin varmistat varmasti onnistuneen matkan. Toivon sinulle ikimuistoisia matkakokemuksia tässä minulle niin rakkaassa osassa Suomea!



# Lähteet

<https://lhgeopark.fi/>  
<https://www.luontoon.fi/kauhaneva-pohjankangas>  
<https://www.visitlakeus.fi/kohdekortit/jyllinkosken-luontopolku/>  
<https://retkipaikka.fi/orisbergin-patikkareitti-isokyro/>  
<https://www.luontoon.fi/ojen>  
<https://www.vaasa.fi/koe-ja-nae/merenkurkku/>  
<https://kauhajoki.fi/hyvinvointi-ja-vapaa-aika/matkailu-ja-luonto/keskusta-ja-kulttuurikohteet/hames-havunen/>  
<https://trahteri.fi/>  
<https://visitilmajoki.fi/nahtavyudet/museot-ja-galleriat/ilkan-patsas/>  
<https://www.kriikunmylly.com/>  
<https://www.isonkyronsrk.fi/isonkyron-vanha-kirkko>  
<https://isokyro.fi/vapaa-aika-ja-matkailu/matkailija/historia-ja-kulttuuri/levaluhdan-vesikalmisto/>  
<https://www.vaasa.fi/asu-ja-ela/vapaa-aika/luontovaasa/retkeilykohteet/kulttuuriymparistokohteet/vanha-vaasa/>  
<https://visitsuupohja.fi/kohteet/kammi-kyla/>  
<https://kauhajoki.fi/hyvinvointi-ja-vapaa-aika/kulttuuripalvelut/eduskuntamuseo/>  
<https://www.visitlakeus.fi/kohdekortit/seinajoen-aalto-keskus/>  
<https://kyrodistillery.fi/>  
<https://www.vaasa.fi/koe-ja-nae/tarinoita-vaasan-seudulta/onko-stromsototta/>  
<https://www.krouvi.fi/>  
<https://wanha-asema.fi/>  
<https://juurella.fi/>  
<https://aarella.fi/>  
<https://www.hotelalma.fi/>  
<https://restauranthejm.com/fi/>  
<https://valkoinenpuu.fi/>  
<https://www.katjanvohvelikahvila.fi/>  
<https://www.ojalanpakari.fi/>  
<https://visitkurikka.fi/syo-ja-juo/hyggis/>  
<http://www.pikkupaussi.fi/>  
<https://aroma.fi/fi/koti/>  
<http://www.ylilaurosela.fi/>  
<https://www.tuurala.net/kylakaffila>  
<https://www.vaasa.fi/koe-ja-nae/ravintolat/kesakahvilat-vaasan-seudulla/>