




Karelia-ammattikorkeakoulu
Restonomi (AMK)


Pohjois-Karjalan kiinnostavuus matkailualueena italialaisten matkailijoiden näkökulmasta

Milla Turpiainen

Opinnäytetyö, marraskuu 2023

www.karelia.fi

	<p>OPINNÄYTETYÖ marraskuu 2023 Matkailu- ja palveluliiketoiminta</p> <p>Tikkarinne 9 80200 JOENSUU +358 13 260 600</p>
<p>Tekijä Milla Turpiainen</p>	
<p>Nimeke Pohjois-Karjalan kiinnostavuus matkailualueena italialaisten matkailijoiden näkökulmasta</p>	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tässä opinnäytetyössä tarkasteltiin italialaisten matkailijakäyttäytymistä. Italialaiset ovat matkailijaryhmä, jota on tutkittu Suomessa suhteellisen vähän. Siksi tavoitteena oli selvittää, mitä Suomi ja erityisesti Pohjois-Karjala voisivat tarjota italialaisille matkailijoille.</p> <p>Opinnäytetyön aineiston keruussa käytettiin laadullista tutkimusotetta ja haastattelut toteutettiin puolistrukturoituina teemahaastatteluina Teamsin välityksellä. Aineisto analysoitiin temaattisen analyysin menetelmin. Työssä haastateltiin kahta Suomessa asuvaa italialaista. Haastattelukysymykset rakentuivat kolmen teeman ympärille, jotka käsittelivät muun muassa minkälaisia italialaiset ovat, millaisia palveluita he kaipaavat ja mikä italialaisia kiinnostaa Pohjois-Karjalassa.</p> <p>Italialaisten kiinnostus luonto- ja ruokamatkailuun nousivat selkeästi esiin haastatteluissa. Lisäksi saavutettavuuden havaittiin olevan keskeinen tekijä italialaisten matkailijakäyttäytymisessä.</p>	
<p>Kieli suomi</p>	<p>Sivuja 28 Liitteet 2 Liitesivumäärä 2</p>
<p>Asiasanat italialaiset, matkailijakäyttäytyminen, Pohjois-Karjala</p>	

 <p>Karelia UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES</p>	<p>THESIS November 2023 Degree Programme in Tourism and Hospitality Management</p> <p>Tikkarinne 9 80200 JOENSUU FINLAND + 358 13 260 600</p>
<p>Author Milla Turpiainen</p>	
<p>Title The Attractiveness of North Karelia as a Tourist Destination from the Point of View of Italian Tourists</p>	
<p>Abstract</p> <p>This thesis examines the tourist behaviour of Italian travellers. Italians are a tourist group that has been studied relatively little in Finland. Therefore, the aim is to find out what Finland and particularly North Karelia could offer for Italian tourists.</p> <p>A qualitative research method was used to collect the data for the thesis. Interviews for the thesis were conducted as semi-structured thematic interviews via Teams. The data was analysed by using thematic analysis methods. Two Italians living in Finland were interviewed. The interview questions were structured around three themes; what Italians are like, what kind of services they are looking for and what Italians are interested in in North Karelia.</p> <p>Italians' interest in nature and culinary tourism emerged clearly at the interviews. In addition, accessibility was found to be the key factor in Italian tourists' behaviour.</p>	
<p>Language Finnish</p>	<p>Pages 28 Appendices 2 Pages of Appendices 2</p>
<p>Keywords Italians, travel behaviour, North Karelia</p>	

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Matkailijakäyttäytyminen	6
2.1	Matkailu ja matkailija.....	6
2.2	Matkailijakäyttäytyminen	7
2.3	Italialaiset matkailijat.....	8
3	Pohjois-Karjala matkailualueena.....	10
4	Opinnäytetyön tavoite, tehtävä ja menetelmälliset valinnat.....	11
4.1	Tavoite ja tehtävä	11
4.2	Menetelmälliset valinnat	11
5	Tulokset	13
5.1	Teema 1 italialaiset.....	13
5.1.1	Italialaiset yleensä	13
5.1.2	Italialaisille tärkeät asiat.....	14
5.2	Teema 2 italialaiset matkailijoina	14
5.2.1	Italialaiset kohderyhmänä	14
5.2.2	Italialaisten matkailijoiden kaipaamat palvelut ja aktiviteetit.....	16
5.3	Teema 3 Pohjois-Karjala matkakohteena	17
5.3.1	Pohjois-Karjala ensisilmäyksellä.....	17
5.3.2	Italialaisten kiinnostuksen kohteet Pohjois-Karjalassa.....	18
5.4	Muut haastatteluissa esille tulleet asiat.....	19
5.5	Tulosten tarkastelu	20
6	Luotettavuus ja eettisyys.....	21
7	Pohdinta.....	22
	Lähteet.....	25

Liitteet

- Liite 1 Miellekartat
- Liite 2 Haastattelukysymykset

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö käsittelee italialaisia matkailijoita. Kyseessä on laadullinen tutkimus, jonka tarkoituksena on ottaa selvää, millaisia matkailijoita italialaiset ovat ja mikä heitä kiinnostaa Suomessa ja erityisesti Pohjois-Karjalassa.

Italialaiset eivät ole kovinkaan suuri matkailijaryhmä Suomessa, ja ehkä juuri tämän takia heihin ei ole kiinnitetty Suomessa kauheasti huomiota. Tänä vuonna Visit Finland on julkaissut raportin (Visit Finland 2023), joka käsittelee italialaisia matkailijoita laajasti. Alun perin kiinnostuin aihepiiristä oltuani Pohjois-Italiassa au pairina kuusi kuukautta lukuvuonna 2016–2017. Lukuisat keskustelut italialaisten kanssa osoittivat sen, että italialaiset ovat kyllä kiinnostuneita Suomesta, mutta monilla ei ole siitä kovinkaan paljon tietoa.

Aivan aluksi, tämän työn tietoperustassa, perehdytään matkailuun ja matkailukäyttäytymiseen sekä esitellään Pohjois-Karjalan suosituimpia matkailukohteita. Tärkein teoriaosio käsittelee italialaisten matkailijoiden tapoja, mieltymyksiä ja erityispiirteitä yksityiskohtaisesti. Työn keskiössä on haastatteluaineisto, joka kerättiin haastattelemalla kahta Suomessa asuvaa italialaista. Viidennessä luvussa keskitytään tämän kerätyn aineiston analysointiin. Lopuksi pohditaan tuloksia ja vedetään johtopäätöksiä.

Työ on ajankohtainen, sillä ilmastonmuutoksen seurauksena Etelä-Euroopan kesät saattavat muuttua tuskallisen kuumiksi ja sen seurauksena turistivirrat voivat kääntyä pohjoiseen ja Suomeen (Passoja 2023). Matkailupalveluiden kehittämistä silmällä pitäen on tärkeää ottaa huomioon erilaiset kulttuurisidonnaiset seikat. Tähän tämä opinnäytetyö pyrkii antamaan vastauksia.

2 Matkailijakäyttäytyminen

2.1 Matkailu ja matkailija

Heuristisen eli kokeillen tietoa etsivän näkemyksen mukaan matkailu voidaan nähdä kulttuurisena, taloudellisena ja poliittisena voimana, joka pystyy liikuttamaan ihmisiä niin tilassa kuin ajassakin. Se myös muokkaa ympäröivää yhteiskuntaa niin paikallisesti kuin maailmanlaajuisestikin. (Edelheim & Ilola 2017, 25.)

Matkailu on suuri toimiala ja työllistäjä maailmassa. Vuonna 2022 matkailu ja turismi muodostivat 7,6 % koko maailman bruttokansantuotteesta (Statista Research Department 2023). Suomessa matkailun osuus BKT:sta oli 1,6 % vuonna 2021 (Visit Finland 2021). Esimerkiksi vuoden 2023 alusta syyskuuhun italialaisten yöpymisiä oli Suomessa 133 906 eli kasvua edellisvuoteen on 18,9 prosenttia. Huomion arvoista on, että elokuussa kasvua oli 27 prosenttia. Lisäksi Istatin mukaan vuonna 2022 italialaisten tekemistä 54 miljoonasta matkasta vain 19,7 kohdistui ulkomaille ja 80,3 prosenttia tehtiin Italian sisällä. (Visit Finland 2023.)

Matkailu käsitteenä on sosiaalinen, taloudellinen ja kulttuurillinen ilmiö, jolla tarkoitetaan ihmisten liikkumista paikkoihin, jotka ovat tavanomaisen ympäristön ulkopuolella (Bowen 2022, 9). UNWTO (United Nations World Tourism Organisation) jakaa matkailijat niin sanottuihin päiväkävijöihin ja varsinaisiin matkailijoihin (turistit). Päiväkävijöihin lasketaan mukaan risteilymatkailijat ja laivan miehistö sekä muut päiväkävijät. Varsinaisiin matkailijoihin eli turisteihin luetaan ei-kansalaiset, ei-vakinaiset asukkaat ja ulkomailta asuvat kansalaiset. Tämän lisäksi matkailutilastojen ulkopuolelle jäävät muun muassa rajatyöntekijät, väliaikaiset maahanmuuttajat ja vakinaiset maahanmuuttajat. (Edelheim & Ilola 2017, 22.)

2.2 Matkailijakäyttäytyminen

Kulttuuri vaikuttaa ihmisten tapaan ajatella, tuntea ja käyttäytyä, ja nämä tavat välittyvät sukupolvelta toiselle. Kulttuuri on osa yksilöä, eikä sitä voida erottaa historiallisesta kontekstista, sillä se vaikuttaa yksilön arvoihin, uskomuksiin, rooleihin ja normeihin. Kulttuuria voisi siis hyvin kuvata elävänä prosessina yhteiskunnan ja yksilöiden välillä. Kuluttajayhteiskunta vaikuttaa merkittävässä määrin kulttuurin tuottamiseen. Täten kulttuuri vaikuttaa myös ihmisten kulutuskäyttäytymiseen. Kuluttajakäyttäytymistä varsinkaan matkailussa ei voida nähdä ainoastaan rationaalisena prosessina, sillä kulttuurista kehystä ei voi unohtaa. Matkailu on luonteeltaan muuttuvaa, ja siihen vaikuttavat viime vuosisadan historialliset, kulttuuriset ja sosiaaliset tapahtumat, eikä niiden merkitystä voi kiistää. (Miettinen 2020.) Wong ym. (2016) mukaan matkailijakäyttäytymiseen vaikuttavat niin sukupuoli, ikä, tulot kuin koulutuskin (Bowen 2022, 24).

Covid-19-pandemia alkoi syksyllä 2019 Kiinassa, josta se levisi maailmanlaajuisesti pandemiaksi. David Bowenin mukaan Covid-19-pandemian on vakavin matkailualaa kohdannut maailmanlaajuinen kriisi sitten toisen maailmansodan (Bowen 2022, ix).

Yhtä lailla tämänhetkinen (vuonna 2023) maailman tilanne vaikuttaa meidän jokaisen kulutuskäyttäytymiseen. Covid-19-pandemian vaikutukset matkailualaan ja ihmisten käyttäytymiseen vaikuttavat varmasti vielä pitkään. Meneillään oleva Venäjän hyökkäyssota Ukrainassa vaikuttaa myös merkittävästi etenkin Euroopan tasolla mutta myös globaalissa mittakaavassa. Myös ilmastonmuutos ja sen mahdollisesti aiheuttama ilmastopakolaisuus tulevat varmasti vaikuttamaan matkailijakäyttäytymiseen tulevina vuosikymmeninä.

2.3 Italialaiset matkailijat

Italialaisten matkailijoiden erityispiirteenä on se, että he matkustavat usein perheen kanssa ja suosivat usein samoja kohteita (Imperato, Kuusela, Meurman & Feroldi 2017, 228). Italialaisista matkailijoista voi täten saada hyviä kanta-asiakkaita, joten tähän matkailijaryhmään olisi syytä panostaa.

Dalla Zuannan (2001) ja Reherin (1998) mukaan italialaisessa kulttuurissa perhe on hyvin tärkeässä roolissa (Tosi 2017) ja se vaikuttaa myös matkustuskäyttäytymiseen. Koska perhe ja ystävät ovat todella tärkeitä, heidän suosituksiaan kuunnellaan ja niille annetaan paljon painoarvoa. (Garibaldi 2017, 5.) Parhaimmassa tapauksessa yksi italialainen perhe voi tuoda mukanaan koko suvun.

Roberta Garibaldin tutkimuksessa seitsemän kymmenestä italialaisesta luottaa lounas- ja illallisaikavälillä perheen ja ystävien suosituksiin. Samassa tutkimuksessa todetaan niin italialaisten kuin muidenkin maiden kansalaisten pitävän sukulaisten ja ystävien neuvoja tärkeimpänä tietolähteenä matkan suunnittelussa. Muita maita tutkimuksessa olivat Australia, Yhdysvallat, Yhdistynyt Kuningaskunta, Kiina, Meksiko, Intia, Irlanti, Espanja, Saksa ja Ranska. Lisäksi italialaisista yli 80 % suosittelee kohdetta ystävilleen, sukulaisilleen ja työtovereilleen, mikäli ruoka ja viini ovat olleet hyviä, ja 77 % näistä matkailijoista on taipuvaisia palaamaan kohteeseen. (Garibaldi 2017, 2–7.)

Italialaiset matkailijat voidaan jakaa karkeasti kahteen ryhmään: niihin, jotka valitsevat rantalomakohteen ja niihin, jotka valitsevat vuoristokohteen. (Imperato ym., 2017, 154.) Suomessa ei ole vuoria, mutta muita luontokohteita paljonkin, Lapissa tuntureita ja Pohjois-Karjalassa vaaramaisemia. Useat niistä, jotka valitsevat vuoristokohteen, ovat kiinnostuneet ulkoilusta ja luonnossa liikkumisesta. Tähän matkailijaryhmään olisi syytä kiinnittää huomiota. Imperato ym. mukaan italialaisista noin puolet viettää lomansa mieluiten kotimaassa (Imperato ym., 2017, 228).

Human Company's Outdoor Summer Observatoryn mukaan italialaiset matkailijat ovat kasvavissa määrin kiinnostuneet ulkoilumatkoista (outdoor holidays). Visit Finlandin tuoreen raportin mukaan puolestaan italialaiset kaipaavat Suomesta hiljaisuutta, puhdasta ilmaa, henkeäsalpaavia maisemia, turmeltumatonta luontoa ja helppoa saavutettavuutta. (Visit Finland, 2023.) Italiassa alakoululaisilla on noin kolmen kuukauden kesäloma aina kesäkuun puolivälistä syyskuun puoliväliin saakka. Vanhemmilla puolestaan on lomaa tyypillisesti noin 2–3 viikkoa. Elokuu on italialaisille lomakuukausi, suurin osa yrityksistä on silloin kiinni ainakin muutaman viikon. Kuumun kesän takia koulut alkavat vasta syyskuun puolivälissä. (Kanninen 2020, 123, 144.) Myös Visit Finlandin mukaan elokuu on italialaisten suosikki lomakuukausi. Kesällä matkat tyypillisesti varataan itsenäisesti, kun taas talvella suositaan ryhmämatkoja. Italialaisilla on 32 palkallista vapaapäivää vuodessa. Pääosin lomat pidetään kesä-syyskuun välisenä aikana. (Visit Finland, 2023).

Kesällä keskitytään matkoihin, joiden aikana voi kokea usean eri maakunnan tai vaihtoehtoisesti kaupunkiloman Helsingissä. Talvella puolestaan matkataan Lappiin eniten Rovaniemelle, mutta myös Saariselälle, Inariin, Leville ja Ruka-Kuusamoon. Järvisuomen kiinnostavuus on noussut viime vuosina, mutta Lapin kysyntä on kovaa. Lentoja Italiasta Rovaniemelle on lisätty joului- ja tammikuulle. Helsinki on suosittu matkakohde vuodenajasta riippumatta. Yleisesti ottaen italialaiset ovat enimmäkseen kiinnostuneita kulttuuriaktiiviteeteista, mutta myös ulkoiluaktiiviteeteista ja pienisteilyistä järvissä ja saaristossa. (Visit Finland, 2023.)

Pandemian jälkeen italialaisten matkailijoiden määrä on ollut kasvussa, ja Italia on yhdeksänneksi suurin matkailijaryhmä Suomessa, kun tutkitaan ulkomaisia markkinoita. Matkustaminen Pohjoismaihin on myös kasvava trendi. Pohjois-Italiassa ja erityisesti Lombardiassa käytetään eniten rahaa matkustamiseen. (Visit Finland, 2023.)

3 Pohjois-Karjala matkailualueena

POKAT 2021 -maakuntaohjelman mukaan Pohjois-Karjalan vetovoimaisimpia matkailukohteita ovat Koli ja Valamon luostari (Björn & Karhu 2020).

Koli on ollut 1800-luvun lopusta asti Pohjois-Karjalan tärkein matkailukohde, ja vuonna 2020 siellä kävi 236 000 matkailijaa (Pieni Ideapuoti 2021). Toinen hyvin suosittu matkailukohde Pohjois-Karjalassa on Heinävedellä sijaitseva Valamon munkkiluostari, jossa vieraillee vuosittain reilu 100 000 ihmistä (Hiltunen & Tuomisto 2016, 26). Näiden kohteiden lisäksi on paljon pienempiä kohteita ja nähtävyyksiä, jotka vetävät matkailijoita puoleensa.

Matkailusesonki Pohjois-Karjalassa jakautuu tasaisesti ympäri vuoden, mutta kesä- heinä- ja elokuussa yöpymisiä kirjataan eniten (Visitory 2020). Erityisesti talvimatkailun kehittyminen ja matkailuhotellin valmistuminen mahdollistivat Kolin nousemisen yhdeksi maan merkittävimmistä matkailukohteista. Kolin merkittävä asema Suomen matkailukohteiden joukossa selittyy alueen majoituskapasiteetilla. Jo maailmansotien välisenä aikana Kolin vetovoimatekijöitä olivat niin ulkoilumahdollisuudet, kaunis luonto kuin kulttuuriperinnekin. (Saarelainen 2020.) Pohjois-Karjalassa on ollut matkailuyritystoimintaa yli sata vuotta, mutta vasta 1960-luvulla sitä alettiin enemmän kehittämään (Sulopuisto 2020).

Koli valittiinkin keväällä 2023 Pohjoismaiden parhaaksi ulkoilukohteeksi Scandinavian Outdoor Awardsissa (Pieni Ideapuoti 2023). Pohjois-Karjalan Osuuskaupan toimitusjohtaja Juha Kivelän mukaan Pohjois-Karjalasta on Lapin veroiseksi matkailukohteeksi. Kivelän mukaan toistaiseksi 90 prosenttia Pohjois-Karjalan matkailijoista on suomalaisia. (Virolainen 2023.)

Niin ikään Lieksassa sijaitsevat Ruunaan kosket ovat myös suosittuja matkailijoiden keskuudessa. Vuonna 2021 Ruunaalla kävi 85 900 vierailijaa (Metsälehti 2021). Ruunalla koskenlasku, kalastus ja patikointi ovat suosituimpia aktiviteetteja, mutta alueella voi harrastaa paljon muutakin, lumikenkäilystä ja melonnasta geokätköilyyn (Metsähallitus 2023).

Joensuussa on puolestaan matkailijoille laaja palveluvalikoima. Valikoimasta esiin voi nostaa museot ja ravintolat. Vuonna 2022 Joensuun museot yhteensä ylittivät kävijätavoitteen kävijämäärän ollessa 38 038 henkilöä (Pohjois-Karjalan museo Hilma 2023). Carelicumissa, Joensuun keskustassa, sijaitsee muun muassa Pohjois-Karjalan museo Hilma ja museon lapsille suunnattu Mukulakatu (Joensuun kaupunki 2023). Ruokamatkailijoita Pohjois-Karjalassa voi kiinnostaa Ilomantsissa sijaitseva Parppeinpirtti karjalaisine pitopöytineen. Samalla voi tutustua Parppeinvaaran runokylään. (Parppeinpirtti 2023.) Lisäksi Ilomantsissa sijaitsee vuonna 1989 perustettu Hermannin Viinitila, joka on Suomen viinitiloista vanhin (Hermannin Viinitila 2023).

4 Opinnäytetyön tavoite, tehtävä ja menetelmälliset valinnat

4.1 Tavoite ja tehtävä

Tavoitteena on selvittää, mikä italialaisia matkustajia kiinnostaa tai kiinnostaisi Pohjois-Karjalassa. Opinnäytetyö valikoitui Pohjois-Karjalaan, koska opinnäytetyön on hyvä olla selkeästi rajattu. Tutkimuksia italialaisista matkailijoista on verrattain vähän suomen kielellä, ottaen huomioon, että kyseessä on kasvava matkailijaryhmä. Kasvupotentiaalia on koko maassa.

Paikalliset matkailu- ja ravitsemisalalan yrittäjät voivat hyödyntää työn tuloksia, mikäli haluavat ottaa paremmin huomioon italialaiset asiakkaat ja heidän tarpeensa. Myös Pohjois-Karjalan matkailun kehittämisessä voidaan hyödyntää opinnäytetyön tuloksia.

4.2 Menetelmälliset valinnat

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus sopii tähän aiheeseen, koska aikeissa on haastatella vain muutamaa henkilöä. Tällöin tietojen analysointiin ei tarvita

tilastollisia menetelmiä. Näin ollen haastattelut toteutetaan puolistrukturoituna teemahaastatteluna.

Laadullisessa tutkimuksessa aineisto nähdään kokonaisuutena (Alasuutari 2011, 38). Laadullinen tutkimus pohjautuu aineistoihin ja niiden tulkintaan (Juhila 2023). Näin on myös tämän työn kohdalla. Strukturoidussa haastattelussa kysymyksissä ei ole eroja, vaan ne ovat aina kaikille haastateltaville samat. Puolistrukturoidussa haastattelussa puolestaan kaikki haastateltavat saavat samat kysymykset, mutta vastata voi omin sanoin. Teemahaastattelussa on nimensä mukaisesti etukäteen valitut teemat ja kysymysten muotoilulla ja järjestyksellä ei ole suurta merkitystä. (Eskola & Vastamäki 2015.)

Tämän opinnäytetyön aineiston analysoimisessa käytettiin aineistolähtöistä temaattista analyysia, jossa aineisto toimii viitekehyksenä. Tunnusomaisena piirteenä kokonaisuuden hahmottamisessa hyödynnetään käsitekarttoja. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 141–142.) Myös tässä työssä on hyödynnetty miellekarttoja (liite 1) keskeisten teemojen löytämisessä. Miellekarttoihin on kuvattu kummastakin haastattelusta keskeiset huomiot omilla väreillään toinen punaisella ja toinen vihreällä. Näiden lisäksi yhteneväiset tekijät on kuvattu omilla väreillään, mikä helpottaa hahmottamista. Liitteeseen on valikoitu esimerkiksi kaksi miellekarttaa kahdesta haastattelukysymyksestä.

Haastattelut toteutettiin puolistrukturoituna teemahaastatteluna.

Haastattelukielenä oli suomi. Haastateltaville lähetettiin kysymykset etukäteen, jotta niihin oli mahdollista tutustua ennakkoon. Kaikille haastateltaville lähetettiin samat kysymykset (liite 2). Alun perin oli tarkoitus haastatella 3–4 henkilöä, mutta lopulta päädyttiin kahteen haastateltavaan. Kummatkin haastateltavat ovat Suomessa asuvia italialaisia. Luciana Turunen toimii italian kielen opettajana Joensuun seudun kansalaisopistossa ja Giulia Santelli on Kainuussa asuva sosiaalisen median vaikuttaja. Haastateltavat ovat antaneet luvan esiintymiseen omilla nimillään.

Haastattelujen oli tarkoitus kestää 20 minuuttia ja tämä ilmoitettiin haastateltaville. Kummassakin haastattelussa juttua kuitenkin riitti ja kumpikin haastattelu kesti hieman yli 30 minuuttia. Lisäksi kummassakin tapauksessa tuohon aikaan sisältyi myös rupattelua ja kuulumisten vaihtoa, joka ei liittynyt haastatteluun. Haastattelut pidettiin Teamsissa ja ne tallennettiin. Aineisto tuhottiin opinnäytteen valmistuessa. Lisää tämän opinnäytetyön luotettavuudesta luvussa 6 Luotettavuus ja eettisyys sivulla 21.

5 Tulokset

5.1 Teema 1 italialaiset

5.1.1 Italialaiset yleensä

Teemassa 1 kysyttiin: ”Miten kuvailisit italialaisia ylipäätään?” Luciana Turunen kuvailee italialaisia ystävällisiksi, avoimiksi ja sosiaalisiksi. Hänen mukaansa tähän vaikuttaa se, että Italia on tiiviisti asutettu maa.

Giulia Santelli nostaa esiin heti alkuun perhekeskeisyyden, mutta korostaa, että hän ei sanoisi, että perhe on italialaisille tärkeä. ”En sanoisi, että perhe on tärkeä kuten yleensä, niinku sanotaan. Minä sanoisin enemmän, että italialaiset haluavat olla läsnä.” Eli hänen mukaansa italialaiset arvostavat ennen kaikkea läsnäoloa. Sitä, että ollaan läsnä ja vietetään aikaa perheen ja ystävien kanssa. Ja siitä päästään seuraavaa teemaan eli yhteisöllisyyteen. Haastateltava kuvaa italialaisia rennoiksi, vaikka ovatkin hieman ylpeää kansaa, etenkin ylpeitä omasta maastaan ja kulttuuristaan.

5.1.2 Italialaisille tärkeät asiat

Teeman 1 toinen kysymys oli: ”Mitkä asiat ovat italialaisille tärkeitä?” Kumpikin haastateltava nostaa perheen merkityksen. Santelli linkittää sen yhteisöllisyyteen ja sen tärkeyteen. Turusen mielestä perhe on tärkein. Lisäksi kummassakin haastattelussa toistuu ruoka ja sen merkitys. Santellin sanoin: ”Ruoka on tärkeä osa meidän kulttuuria.”

Turunen mainitsee lisäksi auringon, työn ja musiikin ja kuvailee italialaisia ”laulavaksi kansaksi.” Santellin mielestä italialaisille on lisäksi tärkeää pärjätä elämässä ja olla itsenäisiä.

5.2 Teema 2 italialaiset matkailijoina

5.2.1 Italialaiset kohderyhmänä

Teemassa 2 puolestaan kysyttiin: ”Mitkä ovat mielestäsi sellaisia asioita, jotka täytyy ottaa huomioon, kun italialaiset ovat kohderyhmänä.?” Kumpikin haastateltava korostaa luontoa ja kummankin mukaan Lappi on italialaisten keskuudessa suosittu matkakohde Suomessa. Turusen mukaan suuret metsät, järvet ja maisemat tekevät italialaisiin vaikutuksen. Santelli puolestaan korostaa luontomatkailun tärkeyttä. Patikointi, marjastus ja sienestys kiinnostavat.

Kummankin haastateltavan mukaan Lapissa kiehtoo joulupukki ja kummankin haastateltavan mukaan se on lapsiperheiden suosiossa. Kumpikin mainitsee myös revontulet. Santellin mukaan se on ykkösjuuttu italialaisille. Turusen mukaan myös tunturit, kaamos ja keskiyön aurinko, ovat Lapin vetovoimatekijöitä. Lisäksi sauna toistuu kummassakin haastattelussa.

Santelli nostaa esille sen, että Suomen matkailumarkkinointi kuvasto välittää Suomesta kuvaa lumisena joulupukin maana, jossa voi nähdä revontulia ja nämä ovatkin siten niitä asioita, joita turistit etsivät.

Turunen on myös sitä mieltä, että italialaisia kiinnostaa Suomessa kaikki sellainen, mikä on erilaista verrattuna Italiaan. Lisäksi haastateltava nostaa esiin sen, että on tärkeää huomioida, matkustetaanko kesällä vai talvella ja että italialaiset matkustavat tyypillisesti kesällä.

Santelli puolestaan kertoo, että tietoa olisi hyvä olla saatavilla enemmän italiaksi. Hänen mukaansa italialaiset ovat myös hyvin kiinnostuneita ruokamatkailusta ja heitä kiinnostaa erityisesti perinteiset ruoat. Ruoka voi olla hyvinkin yksinkertaista, mutta kunhan se on perinteistä. Lohi, poro, puuro ja karjalanpiirakat mainitaan. Myös ruoan valmistaminen yhdessä kiinnostaa.

Santelli korostaa myös sitä, että italialaisia kiinnostaa aidot kokemukset. Hänen mukaansa aitoja kokemuksia voisi olla esimerkiksi metsään meneminen, marjojen ja sienien poimiminen ja nuotiolla makkaranpaisto. Hänen omin sanoin: "Elää kuin suomalainen".

Santelli tuo myös esiin sen, että arkkitehtuuri on sellainen asia, mihin italialaisien voi olla vaikea suhtautua. He ovat kuitenkin omassa maassaan tottuneet huikeaan arkkitehtuuriin, joten suomalainen arkkitehtuuri ei välttämättä säväytä, se on asia mitä pitää selittää italialaisille. Täällä kun ei ole niin paljon jäljellä perinteisiä asumuksia. Lisäksi Santelli sanoo oivallisesti: "Jos italialainen miettii Suomea, se miettii nimenomaan sitä luontoa, sitä rauhaa, maiseman kauneutta järviä, metsää."

5.2.2 Italialaisten matkailijoiden kaipaamat palvelut ja aktiviteetit

Teemassa 2 kysyttiin lisäksi: ”Mitä palveluita ja aktiviteetteja italialaiset matkailijat kaipaavat?” Tämän kysymyksen kohdalla ei tullut niin paljon yhteneväisyyksiä kuin aiemmassa. Mutta kysymykset ja kysymyksien vastaukset limittyvät toisiinsa.

Turunen mainitsee ruoan tärkeyden. Santelli puolestaan ei mainitse ruokaa itsessään, mutta puhuu ravintoloista. Hänen mukaansa Suomeen kaivattaisiin enemmän perinteisiä (suomalaisia) ravintoloita. Hän myös kokee ongelmana sen, että ravintolat menevät aikaisin kiinni. Monet italialaiset ovat tottuneet syömään 20:30–21 välillä. Aikataulujen pidentäminen helpottaisi myös paikallisia.

Turunen toi esille, että Suomeen tullessaan italialaiset eivät välttämättä kaipaa kulttuurikohteita, tosin Helsingissä näin voi olla. Italialaiset haluavat vain olla. Hänen vastauksissaan korostuivat jälleen järvimaisemat, rantasauna ja kesän valo. Haastateltava tuo myös esiin sen, että kirkot ovat mielenkiintoisia kohteita, niin luterilaiset kuin ortodoksiset: kummatkin ovat erilaisia verrattuna katolisiin, joihin italialaiset ovat tottuneet.

Santelli puolestaan tuo esiin italialaisten kiinnostuksen porofarmeihin ja huskysafareihin. Myös revontulimetsästys, hiihtäminen ja mökkeily nostetaan esiin. Vaikka poroja on eniten Lapissa, matkailijoille voisi kertoa, että porofarmeja ja huskysafareita löytyy muualtakin kuin Lapista. Myös avantouinti mainitaan.

5.3 Teema 3 Pohjois-Karjala matkakohteena

5.3.1 Pohjois-Karjala ensisilmäyksellä

Teemassa 3 kysyttiin: ”Mihin italialaiset ihastuvat/ihastuisivat Pohjois-Karjalassa ensimmäisenä?” Jälleen vastauksista havaitaan se, että teeman kysymykset limittyvät toisiinsa. Lisäksi myös aiemmissa kysymyksissä on noussut esille Pohjois-Karjalaan liittyviä seikkoja.

Kummankin haastateltavan vastauksissa toistuu luonto ja ruoka. Turunen korostaa paikallisen ruoan merkitystä lohi- ja kalaruokia, kahvia, pullaa, leivonnaisia ja piirakoita. Samansuuntaista siis mitä toinen haastateltava toi esiin aiemmassa kysymyksessä. Santelli puolestaan tässä kohtaa tuo esiin ruokamatkailun ja ruokakulttuurin.

Turunen nostaa esiin luonnon, metsän ja hiljaisuuden, samasta teemasta Santelli puhui jo aiemmin. Tässä yhteydessä Santelli puolestaan puhuu luonnon, perinteisyyden ja luontomatkailun merkityksestä.

Lisäksi Santellin mukaan huskysafari voisi Pohjois-Karjalassa olla sellainen, mikä italialaisia kiinnostaa. Myös jokin Alvar Aallon kohde voisi olla kiinnostava, sillä Aallon arkkitehtuuri kiinnostaa italialaisia. Tässä yhteydessä Santelli tuo esiin myös saamelaiset, ja sen että italialaiset ovat kiinnostuneita heidän kulttuuristaan, italialaiset eivät kuitenkaan tiedä juuri mitään tästä alkuperäiskansasta ja monilla on väriä käsityksiä, olisikin tärkeää tutustua saamelaisten kulttuuriin saamelaisten ehdoilla. Santelli kehui myös kovasti Puukarin Pysäkkiä ja harmitteli kun sitä ei enää ole. Sen tyyppiset kohteet kiinnostaisivat italialaisia: luonto lähellä, hyvää ruokaa ja hyvä sauna.

Turunen puolestaan tuo esiin monia italialaisia kiinnostavia kohteita Pohjois-Karjalassa: Koli, Valamon luostari, Ruunaan kosket, Linnunlahti, Kulttuurikohteista Carelicum. Sekä ylipäätään Pohjoiskarjalan järvimaisemat ja rantasaunat. Siisteys ja ystävällisyys keräävät myös kehuja. Haastateltava tuo esiin myös sen, että Lorenzo Dalla Vallen järjestämät sienten keruut ovat italialaisten keskuudessa suosittuja. Myös paikallisesta kulttuurista ollaan ylipäätään kiinnostuneita.

5.3.2 Italialaisten kiinnostuksen kohteet Pohjois-Karjalassa

Teemassa 3 kysyttiin myös: ”Mitä italialaiset haluavat kokea ja mistä he eivät ole kiinnostuneista erityisesti Pohjois-Karjalassa?” Turunen tuo jälleen esiin sen, että italialaisia kiinnostaa kaikki sellainen, mikä Suomessa on erilaista. Santelli puolestaan tuo vähän samaan teemaan liittyen esiin sen, että italialaisten tapa vertailla voi osoittautua ongelmaksi. Hän kokee, että italialaisille pitää selittää asiat siten, että he oppisivat arvostamaan ja ymmärtämään paikallista kulttuuria, jotta vertailu vähenisi.

Turunen mainitsee samoja kohteita kuin edellisen kysymyksen kohdalla. Näiden lisäksi hänen mukaansa tori on keskipiste ja ravintolat, kahvilat ja käsityöt kiinnostavat. Hän koki vaikeaksi jälkimmäisen kysymyksen. Hän kuitenkin mainitsee, että (suomalaiseen) juomakulttuuriin italialaiset eivät ole olleet välttämättä tyytyväisiä, jos jotain negatiivista pitää hakea.

Santellin mukaan sienimatkat kiinnostavat italialaisia. Myös hän koki jälkimmäisen kysymyksen vaikeaksi. Hänen mukaansa kuitenkin, kun ihminen on lähtenyt matkaan, niin tämä on lähtökohtaisesti valmis ottamaan vastaan uutta tietoa ja tutustumaan vieraaseen kulttuuriin.

5.4 Muut haastatteluissa esille tulleet asiat

Lopuksi kysyttiin vielä: ”Onko jotain mistä haluaisit vielä kertoa, mikä ei vielä tullut esille?” Turunen tiivistää, että italialaisia matkailijoita kiinnostaa kulttuuri, maa, valo ja luonto ja ylipäätään kaikki mikä on erilaista verrattuna Italiaan. Myös se, että kaikki on pientä, kodikasta ja ystävällistä kiinnostaa. Vesi, luonto ja metsä yhdistelmänä kiinnostaa myös. Koli ja Juuan Tulikiven vierailu mainitaan myös kiinnostavana. Myös risteily esimerkiksi Kolilla kiinnostaisi.

Santelli tuo esiin vielä muutamia kiinnostavia huomiota. Ensinnäkin hän mainitsee saavutettavuuden ja liikenneyhteydet. Se on iso kysymys, että miten kohteeseen pääsee. Matkailija ei välttämättä ole Suomessa pitkään eikä välttämättä vietä koko lomaansa yhdessä paikassa. Hänen mukaansa italialaiset matkailijat kaipaavat helppoutta. Jos kohde ei ole helposti saavutettavissa ihmiset menevät helposti muualle. ”Voidaan suunnitella vaikka kuinka hyviä palveluita ja kaikkia, mutta jos tänne ei pääse sitten ihmiset eivät tule.” Lisäksi Santellin mielestä kannattaisi ottaa sekin huomioon, että matkailijat eivät välttämättä vietä koko lomaansa yhdessä paikassa. Hän kannattaa eri maakuntien välistä yhteistyötä.

Turunen kertoo esimerkin eräästä italialaisesta pariskunnasta, jonka oli tavannut Lorenzo Dalla Vallen sieniretkellä. Pariskunta oli todella ihastunut sienestämiseen ja mökkeilyyn. Turusen sanoin: ”Metsäkosketus oli heille elämys.” Turunen kertoo myös ranskalaisesta ryhmästä, joka oli vierailulla Suomessa, Turusen mökillä Savossa eräänä kesänä. Vierailta kysyttiin, olisivatko he tahtoneet tutustua kulttuurikohteisiin, mutta vieraat olivat kuitenkin vain halunneet olla ja nauttia muun muassa keskiyön auringosta. Lisäksi Turusen mukaan italialaisille esimerkiksi Ranska matkakohteena voi olla kiinnostava, mutta Suomi voi erilaisuudessaan olla kiinnostavampi, sillä Suomessa on enemmän uutuuden viehätystä.

Santelli puolestaan kertoo, että hänen Giulia in Finlandia -blogin kautta useat italialaiset ovat olleet häneen yhteydessä ja kyselleet neuvoja ja matkavinkkejä Suomeen. Santelli kertoo eräistä italialaisista matkailijoista, jotka hän tapasi

Kuhmossa. Matkailijat kyllä viihtyivät Suomessa, mutta matkustaminen omalla autolla oli vaikeaa. Jos ei lasketa niitä ihmisiä, jotka ovat hänen bloginsa innoittaman tulleet Suomeen Santelli ei ole tavannut Kuhmossa juuri muita italialaisia.

5.5 Tulosten tarkastelu

Tulokset ovat yhteneväiset tietoperustan kanssa ja ne vahvistavat olemassa olevaa käsitystä italialaisista matkailijoista. Haastateltavien mukaan, kun italialaiset matkustavat Suomeen, heitä kiinnostavat luonto- ja ruokamatkailuun liittyvät kohteet. Visit Finlandin (2023) raportissa todetaan samaa. Garibaldin (2017) tutkimuksessa käsiteltiin italialaisia ylipäätään ja kiinnostus ruokamatkoihin korostui vahvasti.

Sama pätee myös, kun italialaiset matkustavat Pohjois-Karjalaan.

Luontokohteet kuten Koli ja Ruunaan kosket kiinnostavat, ylipäätään luonnossa liikkuminen ja rauhallisessa metsässä oleilu ovat elämyksiä italialaisille. Kauniit maisemat vetoavat matkailijoihin, niin myös italialaisiin.

Italialaiset ovat hyvin kiinnostuneita ruoasta ja ruokamatkailusta.

Ruokamatkailukohteista jo toimintansa lopettanut Puukarin Pysäkki mainittiin haastatteluissa, sen tyylliselle ravintolalle on kysyntää. Paikallinen kotiruoka kiinnostaa italialaisia. Ruoka voi olla hyvinkin yksinkertaista, mutta tärkeintä on paikallisuus. Lisäksi on syytä mainita, että italialaiset kaipaavat joustavuutta ravintoloiden aukioloaikoihin, monet keittiöt menevät Suomessa kiinni siihen aikaan, kun italialaiset vasta hakeutuvat illalliselle kahdeksan ja yhdeksän välillä.

Muita kiinnostavia huomioita haastatteluista on kiinnostus avantouintiin, mikä on yllättävää kansalle, joka nauttii rantalomista. Toisaalta haastatteluissa korostui useaan otteeseen, se että erilaisuus kiehtoo italialaisia. Myös kiinnostus erilaista valoa kohtaan on huomion arvoinen asia.

Mitään varsinaisesti uutta ja käänteentekevää ei haastatteluissa tullut ilmi, mutta saavutettavuus on asia, joka on hyvä tässä kohtaa mainita. Tosi asia on, että Pohjois-Karjalan sijainti on syrjäinen ja tänne on turistin vaikea päästä. Vaikka paikalliset yritykset suunnittelevat kuinka hienoja palveluita, mutta jos saavutettavuus on heikko, eivät matkailijat löydä perille. Tämän eteen toki tehdään Pohjois-Karjalassa ja etenkin matkailusektorilla paljon töitä, mutta haastattelujen valossa tehtävää riittää yhä. Lisäksi italialaiset kaipaavat tietoa omalla äidinkielellään.

Lappi ja sen vetovoimaisuus korostui haastatteluissa vahvasti, myös Visit Finlandin (2023) raportissa Lappi mainitaan italialaisten suosikkikohteena heti Helsingin jälkeen. Haastatteluissa korostui myös aidot kokemukset ja rauha, jotka vetoavat kotimaassaan jatkuvaan hälinään tottuneisiin italialaisiin. Tähän Pohjois-Karjalalla olisi paljon annettavaa ja maakunnasta voisi hyvinkin olla Lapin kilpailijaksi. Visit Finlandin (2023) mukaan viitteitä Järvi-Suomen kiinnostavuuden kasvusta italialaisten keskuudessa on olemassa.

6 Luotettavuus ja eettisyys

Opinnäytetyö tehtiin Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohjeistusten mukaisesti noudattaen hyvää tieteellistä käytäntöä (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2023). Työssä on otettu huomioon Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvoston laatimat ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset (Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto 2023). Opinnäytetyössä noudatetaan lisäksi ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettisiä periaatteita (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2020).

Kuten aiemmin todettiin, haastattelu nauhoitettiin. Muistiinpanot kirjattiin erilliselle paperille ja niitä on säilytetty asianmukaisesti ja luotettavasti. Ulkopuoliset eivät ole päässeet käsiksi aineistoon. Haastatteluaineisto on tuhottu tulosseminaarin jälkeen. Nauhoite on poistettu pysyvästi ja muistiinpanot

hävitetty. Haastattelun tuloksia ei käytetä muuhun tarkoitukseen kuin tähän opinnäytetyöhön. Nämä kaikki seikat on kerrottu haastateltaville.

Kultakin haastateltavalta kysyttiin, haluavatko he vastata omalla nimellään vai nimettömänä. Haastateltavat antoivat luvan käyttää nimeään. Päätöstä on kunnioitettu ja päätöksessä on pysytty. Mahdollisia esille tulevia arkaluontoisia tietoja tai muita tunnistetietoja ei julkaista. Haastateltavia on informoitu haastattelun vapaaehtoisuudesta ja mahdollisuudesta keskeyttää haastattelu.

7 Pohdinta

Kirjallisuuskatsausta tehdessä kiinnitin huomiota siihen, miten vähän italialaisia matkailijoita on tutkittu. Suomenkielisiä lähteitä on hyvin vähän saatavilla, ja siksi oli turvaututtava kansainvälisiin lähteisiin.

Ajatuksena on, että Pohjois-Karjalan matkailu- ja ravitsemisalalan yrittäjät voivat hyödyntää opinnäytetyön tuloksia, mikäli haluavat ottaa paremmin huomioon italialaiset asiakkaat ja heidän tarpeensa esimerkiksi pohtiessaan kohderyhmän laajentamista. Myös Pohjois-Karjalan matkailun kehittämisessä voidaan hyödyntää opinnäytetyön tuloksia. Työn tuloksia voi joiltain osin soveltaa myös muissa maakunnissa.

Mikäli italialaisten matkailijoiden määrää Suomessa halutaan kasvattaa, on lisättävä italialaisten tietoisuutta Suomesta matkailumaana. Tässä Visit Finland on tehnyt hyvää työtä. Yksi opinnäytetyöni kehitysmahdollisuus on tutkia ja selvittää, mitä italialaiset matkailijat tietävät Suomesta ja miten tätä tietoa voisi hyödyntää Suomen matkailustrategian kehittämisessä.

Haastattelujen kysymysten asettelua olisi voinut miettiä tarkemmin. Alun perin oli tarkoitus haastatella matkailun asiantuntijaa ja kysymykset oli suunniteltu ehkä vähän sitäkin ajatellen.

Erityisesti kysymys “Mistä italialaiset eivät ole kiinnostuneita?” koettiin vaikeaksi, mutta kummassakin haastattelussa kysymyksen jälkeen tuli esiin hyviä huomioita. Sellaisia, joita en olisi osannut kysyä tai jotka eivät välttämättä olisi muuten tulleet esille. Näin oli hyvä, että joukossa oli myös erikoisempi ja haastavampi kysymys, vaikkakaan lopputulos ei suoraan vastannut omaa ennako-oletusta. Tästäkin näkökulmasta kysymykset olivat oikein otollisia.

Teeman yksi kysymykset “Miten kuvailisit italialaisia ylipäätään?” ja “Mitkä asiat ovat italialaisille tärkeitä?” tulkittiin vastauksista päätellen aika samankaltaisina. Ensimmäisen kysymyksen vastaukset sopisivat myös toiseen kysymykseen, ja toisinpäin. Haastateltavat eivät nähneet suurta eroa kysymysten välillä. Näin ollen kysymysten asettelua olisi voinut miettiä tarkemmin.

Toiseen teemaan oli ehkä helpoin vastata, siihen tuli enemmän vastauksia kuin ensimmäiseen teemaan. Välillä keskustelu lähti myös rönsyilemään. Laadulliselle tutkimukselle tyypillisesti oli katsottava, mihin keskustelu johtaa. Pyrin häivyttämään itseni taka-alalle ja pyrin siihen, etten johtaisi keskustelua. Myös tämän teeman kysymysten vastauksista voi päätellä, että kysymykset ovat lähellä toisiaan ja kysymysten vastauksissa ei ole suurta eroa.

On kuitenkin todettava, että haastateltavien näkökulmasta olisi voinut olla helpompaa, että kysymykset olisivat olleet selkeämmin muotoiltu. Kuitenkaan mitään suuria ongelmia ei ilmennyt ja kaikkiin kysymyksiin tuli hyvin vastauksia, ja edellä mainittu kysymys: ”Mitä italialaiset haluavat kokea ja mistä he eivät ole kiinnostuneita erityisesti Pohjois-Karjalassa?” oli vaikein.

Toisessa näistä haastattelusta ilmeni pientä kielimuuria ja minun täytyi yhdessä kohtaa enemmän avata kysymystä ja johtaa keskustelua. Se ei kuitenkaan vaikuttanut merkittävästi vastauksiin, joita olen parhaan kykyni mukaan pyrkinyt tulkitsemaan. Kumpikaan haastateltavista ei puhu äidinkielenään suomea. Valikoitu haastattelumuoto osoittautui hyväksi, sillä puolin ja toisin pystyi haastattelutilanteessa tekemään tarkennuksia. Esimerkiksi sähköpostihaastattelu olisi voinut olla haastavampi.

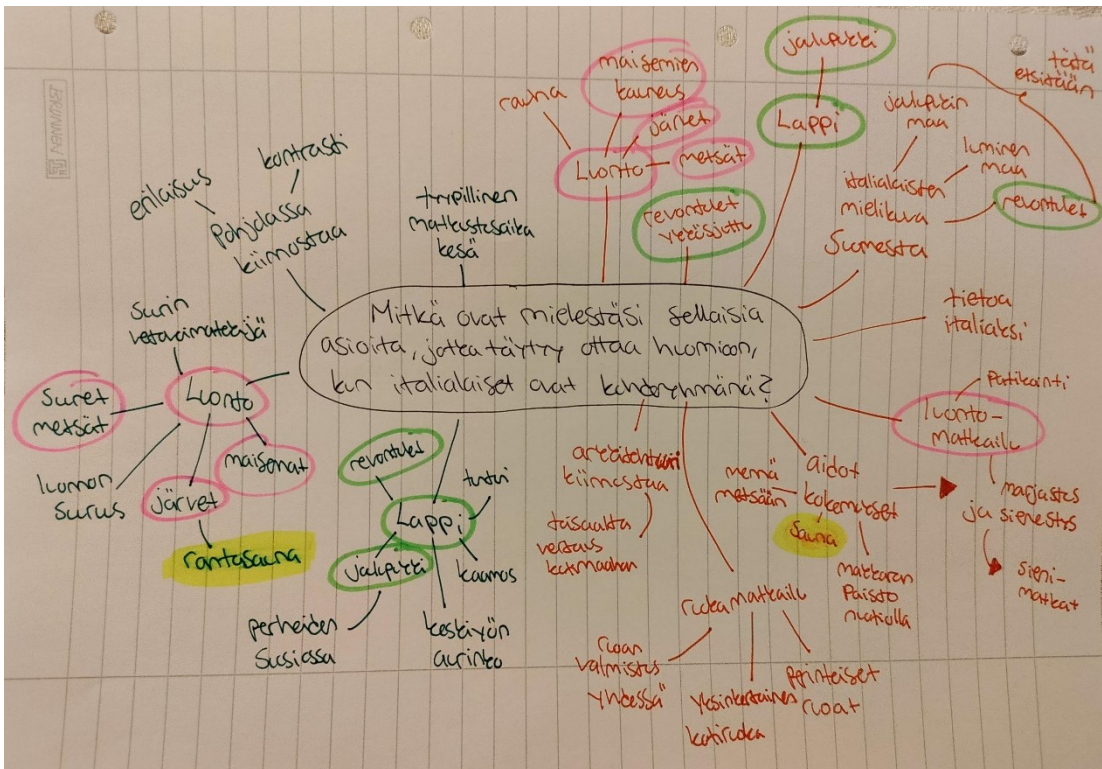
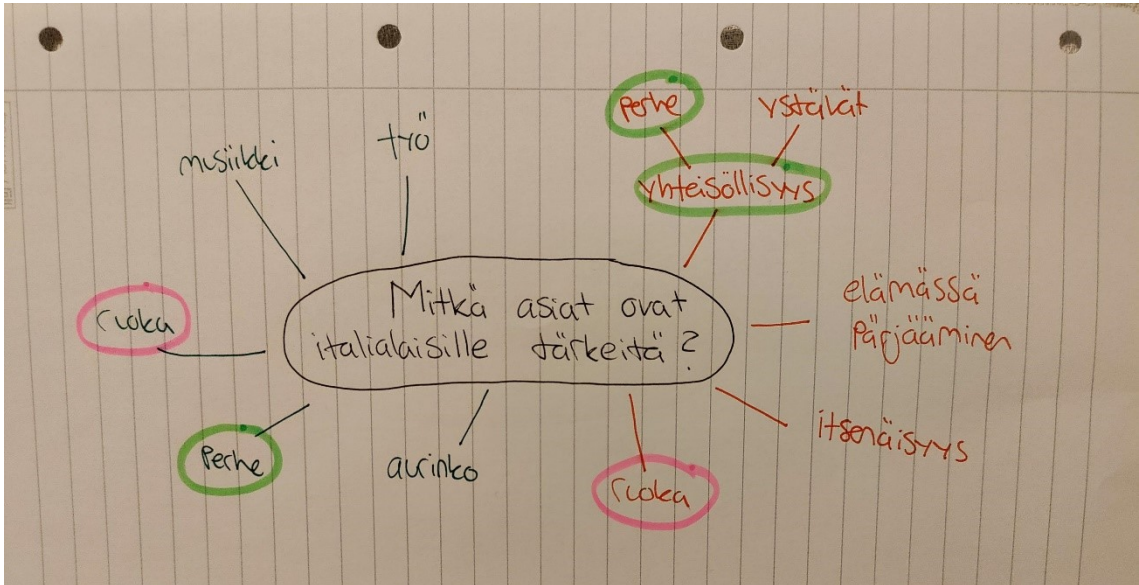
Yhteenvetona voi todeta, että luonto- ja ruokamatkailu ovat niitä, mitkä italialaisia kiinnostaa Suomeen matkustaessaan. Niihin on siis syytä myös panostaa. Saavutettavuus on myös tärkeä teema ja sitä pitää yritysten ja päättäjien miettiä. Haastattelu todentaa sen, että Lappi on yhä suosituimpi. Muut maakunnat kilpailevat sen kanssa. Sen sijaan, että myös nämä muut alueet nähtäisiin kilpailijoina, voisi olla hyvä miettiä eri alueiden välistä yhteistyötä. Visit Finlandin mukaan Järvi-Suomen suosio on kasvussa, joten esimerkiksi Savon ja Pohjois-Karjalan välistä yhteistyötä voisi olla hyvä tehostaa. Sanomalehti Karjalaisessa kerrotaan Puukarin Pysäkin, Kielon ja Parppeinpirtin olevan myynnissä (Natunen 2023). Kaikissa edellä mainituissa ravintoloissa paikallisuus on näkynyt vahvasti tarjonnassa. Paikalliselle ruoalle on kysyntää. Toivottavasti osa yrityksistä löytää jatkajan. Pohjois-Karjalan vahva ruokaperinne tarjoaa hyvän pohjan, josta voi ammentaa inspiraatiota ravintolatoimintaan. Yksi seuraava kehityskohde voisikin olla miettiä, miten Pohjois-Karjalaa ja etenkin tietoisuutta Pohjois-Karjalan ruokakulttuurista voisi viedä eteenpäin Italiaan.

Lähteet

- Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. 4. uudistettu painos. Tampere: Vastapaino.
- Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto. 2019. Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset. <https://urly.fi/21In>. 27.9.2023.
- Bowen, D. 2022. Contemporary Tourist Behaviour: Yourself and Others as Tourists. 2. painos. Wallingford, Oxfordshire, UK; Boston, MA, USA: CABI.
- Björn, I. & Karhu, J. 2020. Mustalla maakuntamatkalla. Teoksessa Karhu, J. (toim.). Matkalla: Kirjoituksia karjalaisen matkailun historiasta. Joensuu: Laser Media Oy, 58–81.
- Edelheim, J. & Ilola, H. 2017. Matkailututkimus, matkailija ja matkailu. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.). Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press, 17–25. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-310-952-0>. 29.4.2022.
- Eskola, J. & Vastamäki, J. 2015. Teemahaastattelu: opit ja opetukset. Teoksessa Valli, R. & Aaltola, J. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1, Metodien valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus, 27–43.
- Garibaldi, R. 2017. Gli italiani e la vacanza enogastronomica. 21. painos. Napoli: CNR-IRISS.
- Hermannin Viinitila. 2023. Historiikki. <https://hermannin.fi/fi/hermanni/historiikki/historiikki2/?PHPSESSID=goif2ullrhc40j34ea9nc9q7v4>. 12.11.2023.
- Hiltunen, E. I. & Tuomisto E. 2016. Pohjois-Karjala: luonnollisesti! Jyväskylä: Kirjakaari.
- Imperato, C., Kuusela, K., Meurman, S. & Feroldi, G. 2017. Bella vista 1. Italiaa aikuisille ja lukioon. Helsinki: Sanoma Pro.
- Joensuun kaupunki. 2023. Carelicum. <https://www.joensuu.fi/carelicum>. 11.12.2023.
- Juhila, K. 2023. Laadullinen tutkimus ja teoria. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. <https://urly.fi/2Ubg>. 26.9.2023.
- Kanninen, E. 2020. Minun Italiani. Helsinki: Tammi.
- Metsälehti. 2021. Kansallispuistot kiinnostivat viime vuonna – kävijämäärä nousi liki neljänneksen. <https://urly.fi/3iKu>. 12.11.2023.
- Metsähallitus. 2023. Ruunaan aktiviteetit. <https://www.luontoon.fi/ruunaa/aktiviteetit>. 11.11.2023
- Miettinen, E. 2020. Venäläiset matkailijat ja kulttuurin merkitys. Teoksessa Konu, H., Pesonen, J. & Reijonen, H. (toim.). Matkailuliiketoimintaa teoriasta käytäntöön. Tampere: Vastapaino, 129.
- Natunen, S. 2023. Kielo, Parppeinpirtti ja Puukarin Pysäkki ovat yhä myynnissä – Voimatielle on tulossa uusi kahvila-ravintola. Karjalainen. 14.11.2023. <https://www.karjalainen.fi/maakunta/t4wrd0pbgn>. 15.11.2023.
- Parppeinpirtti. 2023. Etusivu. <https://parppeinpirtti.fi/>. 12.11.2023.
- Passoja, A. 2023. Suomen matkailu saattaa hyötyä ilmastonmuutoksesta: maltillinen kesäsää on nousemassa valtiksi, mutta sen markkinointi ei ole yksinkertaista. Yle. <https://yle.fi/a/74-20032611>. 14.11.2023.

- Pieni Ideapuoti. 2021. Kolin kesä tarjoaa niin rantaloman, retkipolut kuin huippujen huikeat maisemat. Uutuutena reppulautaretket Hiekkasaarille. STT Viestintäpalvelut. <https://urly.fi/3eqr>. 27.9.2023.
- Pieni Ideapuoti. 2023. Kolin matkailualue on valittu Pohjoismaiden parhaaksi ulkoilukohteeksi. STT Viestintäpalvelut. <https://www.sttinfo.fi/tiedote/69968347/kolin-matkailualue-on-valittu-pohjoismaiden-parhaaksi-ulkoilukohteeksi?publisherId=69817454>. 26.9.2023.
- Pohjois-Karjalan museo Hilma. 2023. Joensuun museoiden kävijämäärät kasvoivat kolmanneksella vuonna 2022. <https://urly.fi/3ivo>. 11.11.2023.
- Saarelainen, A. 2020. KOLI-matkailun synnystä laskettelon hurmaan. Teoksessa Karhu, J. Matkalla: Kirjoituksia Karjalaisen matkailun historiasta. Joensuu: Pohjois-Karjalan historiallinen yhdistys, 12–30.
- Statista Research Department. 2023. Share of travel and tourism's total contribution to GDP worldwide in 2019 and 2022, with a forecast for 2023. <https://www.statista.com/statistics/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/>. 18.8.2023.
- Sulopuisto, S. 2020. Matkailun kehittämissuunnitelmia Pohjois-Karjalassa. Teoksessa Karhu, J. Matkalla: Kirjoituksia Karjalaisen matkailun historiasta. Joensuu: Pohjois-Karjalan historiallinen yhdistys. 36-53.
- Tosi, M. 2017. Age norms, family relationships, and home-leaving in Italy. Teoksessa Jaadla, H., Puur, A., Rahu, K. ym. (toim.). Demographic Research. Vol. 36, January – June 2017. München: Max-Planck-Gesellschaft zur Foerderung der Wissenschaften, 281–301.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2020. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa, Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2019. https://tenk.fi/sites/default/files/2021-01/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2020.pdf. 20.11.2023.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2023. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa, Tutkimuseettisen neuvottelukunnan HTK-ohje 2023. https://tenk.fi/sites/default/files/2023-03/HTK-ohje_2023.pdf. 27.9.2023.
- Virolainen, A. 2023. PKO:n Kivelä patistelee yrittäjiä aktivoitumaan Kolilla – "Toi-voisin, ettei liian pitkään menisi herätessä." Karjalainen. 20.3.2023. <https://www.karjalainen.fi/maakunta/pi8qv2zsj6>. 26.9.2023.
- Visit Finland. 2021. Valtakunnallinen ja alueellinen matkailutilinpito. Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2020–2021. <https://urly.fi/3cnR>. 18.8.2023.
- Visit Finland. 2023. Finland's Position in the Market. <https://www.visitfinland.fi/en/toiminta-markkinoilla/italy-market-report>. 4.9.2023.
- Visitory. 2020. Pohjois-Karjala – Matka ja Majoitustilastot. <https://dmo.visitkarelia.fi/files/north-karelia-202003-fi-visitory.pdf>. 14.11.2023.

Miellekartat



Haastattelukysymykset

Teema 1 italialaiset

Miten kuvailisit italialaisia ylipäätään?

Mitkä asiat ovat italialaisille tärkeitä?

Teema 2 italialaiset matkailijoina

Mitkä ovat mielestäsi sellaisia asioita, jotka täytyy ottaa huomioon, kun italialaiset ovat kohderyhmänä?

Mitä palveluita ja aktiviteetteja italialaiset matkailijat kaipaavat?

Teema 3 Pohjois-Karjala matkakohteena

Mihin italialaiset ihastuvat/ihastuisivat Pohjois-Karjalassa ensimmäisenä?

Mitä italialaiset haluavat kokea ja mistä he eivät ole kiinnostuneita erityisesti Pohjois-Karjalassa?

Lopuksi

Onko jotain mistä haluaisit vielä kertoa, mikä ei vielä tullut esille?