

Maratonmatkailu

Ivana Nguyen



<p>Tekijät Ivana Nguyen</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2009</p>
<p>Opinnäytetyön nimi Maratonmatkailu</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 41 + 1</p>
<p>Ohjaajat Eva Holmberg, Tuovi Soisalon-Soininen</p>	
<p>Opinnäytetyön aiheeksi valikoitui maratonmatkailu, jota tarkastellaan kuntoharrastajien näkökulmasta. Aihetta varten opinnäytetyöntekijä osallistui Tukholman maratonristeilylle 30.5-1.6.2014 juoksijoiden mukana, tarkoituksena oli henkilökohtaisesti kerätä kyselylomakkeisiin vastauksia aiheesta. Työn tavoitteena on selvittää syitä, miksi maratonmatkailu kiehtoo suomalaisia juoksijoita. Tutkimustuloksia voi hyödyntää matkatoimistot maratonmatkojen suunnittelussa ja kehittämisessä.</p> <p>Työn tuloksia tarkastellaan kyselylomakkeiden saatujen vastausten pohjalta. Aineiston keuruun yhteydessä oli mahdollisuus myös keskustella juoksijoiden kanssa maratonmatkailusta, jota opinnäytetyöntekijä pitää tärkeänä osana työtä. Kirjoitusosa oli vaativaa, sillä maratonmatkailusta ei ole löydetty kirjallisia lähteitä, eikä aiheesta ole tehty opinnäytetöitä.</p> <p>Opinnäytetyön tekijä oli hyödyntänyt maratonaiheisia ja urheilumatkailua käsiteltäviä kirjallisia lähdeaineistoja ja web-sivustoja opinnäytetyössä. Tutkimustuloksista syntyi tieto maratonmatkailusta osana urheilumatkailua. Vastaajia oli sata, joten tutkimuksen tuloksista voidaan varmasti tehdä suuntaa-antavia päätelmiä. Tutkimustulokset voidaan pitää luotettavina, jos tulosten toistettavuus on havaittavissa ja valtaosa vastaajista päätyvät samaan vastausvaihtoehtoon. Työssä käsitellään maratonmatkailun lisäksi myös urheilumatkailua ja matkailua, joilla on vahva yhteys toisiinsa. Lopputuloksena syntyi tietopaketti maratonmatkailusta ja juoksijoiden mietteistä, miksi näihin tapahtumiin osallistutaan ja mitä siitä lopulta saa.</p>	
<p>Asiasanat Maratonmatkailu, urheilumatkailu, turismi</p>	

<p>Authors Ivana Nguyen</p>	<p>Group 2009</p>
<p>The title of thesis Marathon travel</p>	<p>Number of pages and appendices 41+1</p>
<p>Supervisors Eva Holmberg</p>	
<p>The objective of this thesis was to examine marathon tourism from the fitness enthusiasts' angle. The author of the study personally participated in a Stockholm marathon runner's cruise on 30.5-1.6.2014 to gain experience and to collect data by means of a questionnaire directed to marathoners. The research results can be used by travel agencies when designing and developing marathon tourism.</p> <p>The replies derived from the questionnaire served as basis for the discussion. While collecting the data, the author also had an opportunity to discuss sports tourism with marathon runners, which turned out to be of value for the study itself. Notably, writing the conceptual framework was a challenge due to the lack of written sources and literature on marathon tourism. Furthermore, the subject has not previously been a thesis topic. Finally, the material on sport tourism was searched from a number of websites that also cover marathons.</p> <p>In conclusion, marathon tourism may be regarded as a part of sport tourism. In addition to marathon tourism, the author also explored sport tourism and tourism in general, since there is a strong connection between these topics. The number of respondents were one hundred, thus conclusions may be drawn on the basis of the results. In sum, the research results may be considered reliable if repetition is observed in the answers and the majority of the respondents select the same answer option. Finally, the study resulted in an informative package on marathon tourism in general as well as in a comprehensive presentation of why marathon runners participate in these events and how they benefit from marathon tourism.</p>	
<p>Key words Marathon travel, sport tourism, tourism</p>	

Sisällys

1	<u>Johdanto</u>	Error! Bookmark not defined.
2	<u>Matkailu</u>	Error! Bookmark not defined.
2.1	<u>Matkailun historia</u>	3
2.2	<u>Matkailuun vaadittavat resurssit</u>	4
2.3	<u>Matkustushalu eli motivaatiotekijät</u>	4-7
2.4	<u>Matkailu ja vapaa-aika</u>	7
2.5	<u>Vapaa-ajan merkitys fyysiseen ja psyykkiseen hyvinvointiin</u>	8
2.6	<u>Sosiaalinen merkitys matkailussa</u>	8-9
2.7	<u>Sosiaalimatkailu</u>	9
2.8	<u>Työntövoimatekijät matkailussa</u>	9-10
2.9	<u>Matkailija</u>	10
3	<u>Urheilumatkailu</u>	11
3.1	<u>Määritelmä</u>	11
3.2	<u>Urheilumatkailun typologiat</u>	11-12
3.3	<u>Urheilu, hyvinvointi ja turismi</u>	12-13
4	<u>Maraton</u>	14
4.1	<u>Maraton historia</u>	14
4.2	<u>Maraton ja terveys</u>	14-16
4.3	<u>Maratonjuoksijat</u>	16
4.4	<u>Maraton harjoittelu</u>	16-17
4.5	<u>Maratoonarin ravinto</u>	17-18
4.6	<u>Suuret maraton-tapahtumat maailmalla</u>	18-21
4.7	<u>Maratonmatkojen hintoja suomalaisille juoksijoille</u>	21-23
5	<u>Tutkimusmenetelmät</u>	24
5.1	<u>Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä</u>	24
5.2	<u>Tutkimusmatkalla maratonristeilyllä</u>	24-25
5.3	<u>Vuoden 2014 Tukholman maratonin faktat</u>	25
5.4	<u>Suomalaiset juoksijat Tukholmassa</u>	26
6	<u>Tulokset</u>	27
6.1	<u>Sukupuolijakauma</u>	27
6.2	<u>Ikäjakauma</u>	Error! Bookmark not defined. 8
6.3	<u>Asuinpaikka</u>	29
6.4	<u>Koulutus</u>	30-31

<u>6.5</u>	<u>Suomalaisten urheilumatkailijoiden syitä osallistua Tukholman maratontapahtumaan</u>	31
<u>6.6</u>	<u>Maratonjuoksijat Suomessa ja ulkomailla</u>	32-33
<u>6.7</u>	<u>Tukholman maratonin suosion syitä</u>	33
<u>6.8</u>	<u>Urheilumatkailun vuotuinen määrä</u>	34
<u>6.9</u>	<u>Maratonin tavoiteaika</u>	35
<u>7</u>	<u>Yhteenveto</u>	36-37
<u>Lähteet</u>		38-40
<u>Liitteet</u>		41
	<u>Liite 1. Kyselylomakkeen kysymykset</u>	41
	<u>Liite 2. Excel-taulukko</u>	

1 Johdanto

Opinnäytetyön tekijällä on henkilökohtaista mielenkiintoa maratonmatkailua kohtaan ja hän toivoo pystyvänsä hyödyntämään tutkimustietoa myös tulevaisuuden työpaikkaa ajatellen. Samoin opinnäytetyön laatijalla on toiveena hakeutua tulevaisuudessa sellaiseen matkailualan työpaikkaan, jossa urheilu olisi vahvasti mukana. Näistä syistä opinnäytetyössä perehdytäänkin urheilumatkailijoihin ja heidän motiiveihinsa olla mukana urheilutapahtumassa opinnäytetyön tekijän lailla. Urheilumatkailu on kasvava matkailumuoto ja tutkimusten mukaan puolet matkailijoista on tavalla tai toisella tekemisissä urheilun kanssa.

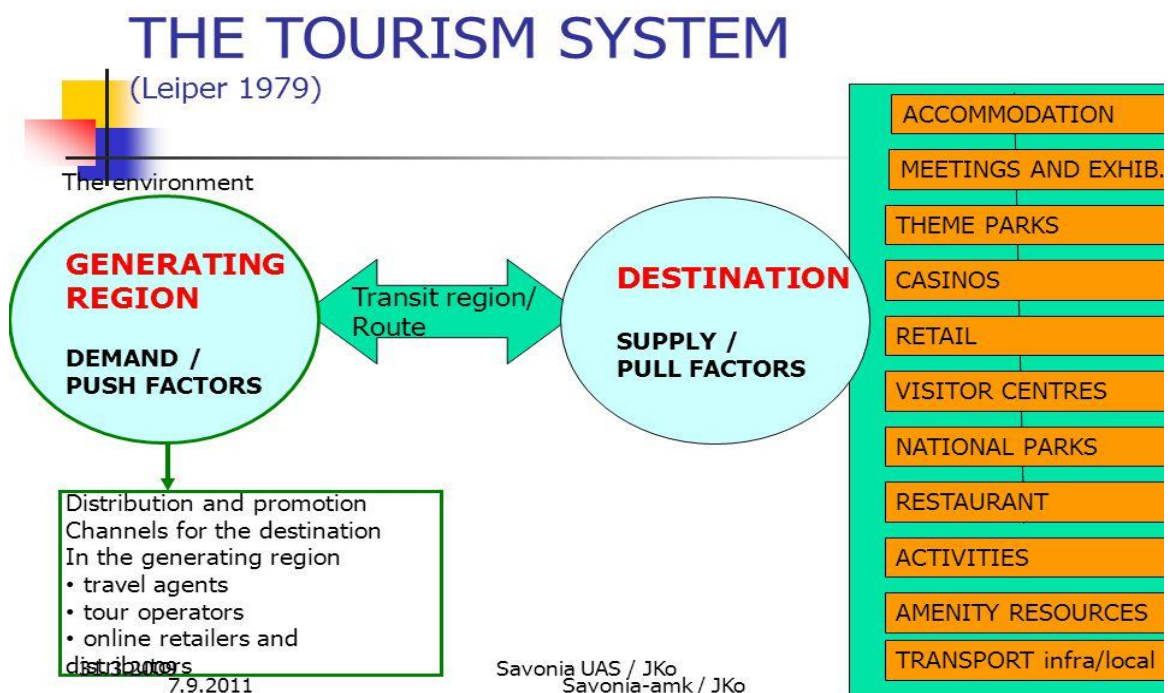
Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää urheilumatkailua kuntoharrastajien näkökulmasta: mitä urheilumatkailu pitää sisällään, millaiset ihmiset käyvät urheilumatkoilla ja mikä urheilumatkailussa kiehtoo urheiluharrastajia. Opinnäytetyön tekijä avaa tässä opinnäytetyössä urheilumatkailua hieman ja käsittelee laajemmin suomalaisten maratonmatkailua ulkomailla. Juoksu on maailman luonnollisin liikuntamuoto ja pelkästään Suomessa lajia harrastaa puoli miljoonaa ihmistä. Lajina se on tuttu kaikille ja maratonmatkailu on kasvattanut suosiotaan vuodesta toiseen. Monille maratonjuoksu on eräänlainen saavutus sen matkan pituuden takia. Toisille 42, 195 kilometriä kotimaisemissa ei enää riitä ja lisäelämyksiä haetaan urheilumatkalta. Opinnäytetyön päätavoitteena on selvittää suomalaisten intoa maratonmatkailuun sekä miesten ja naisten välisiä eroja urheilumatkailijoina. Aihe rajattiin maratonmatkailuun, koska opinnäytetyön tekijällä on omakohtaista kokemusta maratonmatkoista, ja koska aihetta ei ole toistaiseksi käsitelty opinnäytetöistä. Opinnäytetyön tekijä pyrkii tutkimustulosten kautta selittämään kuntoharrastajien perinpohjaisia syitä ja motiiveja olla mukana maraton-massatapahtumissa ulkomailla.

Opinnäytetyössä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusotetta. Aineistoa kerättiin kyselylomakkeilla, joita jaettiin suomalaisille maratonmatkailijoille Tukholman maratonristeilyllä ja tulokset puretaan myöhemmässä vaiheessa opinnäytetyötä. Tärkeimpiä lähteitä tässä opinnäytetyössä ovat kyselylomakkeiden tulokset, kirjalliset lähteet, web-sivustot, ja urheilupalstat. Tutkijan kriittinen havainnointi perustuu kyselylomakkeiden tutkimustuloksiin.

2 Matkailu

Matkailulla tarkoitetaan sitä, kun ihminen poistuu asuin- ja työympäristöstä ja saapuu uuteen paikkaan, joka sijaitsee muualla kuin edellä mainituissa tutuissa ympyröissä. On siis kyse lähtö- ja kohdealueiden välisestä kanssakäymisestä. Matkailijan lisäksi toisena osapuolena toimivat organisaatiot ja yritykset, jotka ovat valmiina palvelemaan turisteja. Matkailu on moniulotteinen tapahtumaketju ja ilmiö. Matkailua tarkastellaan yleensä aihetta rajaamalla, riippuen mikä teema on kyseessä ja mihin alueeseen halutaan syventyä. Matkailussa on monia näkökulmia: taloudellisia, sekä liiketoiminnallisia (business) ja elinkeinossa mitattuja (industry). Kun matkailijoita tarkastellaan teknisestä näkökulmasta, matkailijat ja matkailu tilastoidaan. Tällöin on helpompaa tarkastella kehitystä ja tehdä seuranta sekä vertailua. (Vuoristo 2003, 15)

Matkailua on kansainvälisesti tulkittu Neil Leiperin 1979 mallilla (kuviot 1), jossa Leiper esittää lähtö- ja kohdealueen välisiä kanssakäymisiä ja niiden yhteyksiä toisiinsa. Mallia on yritetty täydentää fyysisillä ja kulttuurivälisillä puutteilla.



Kuvio 1. Leiperin malli. Turismin aluesysteemi.

2.1 Matkailun historia

Ihmiset ovat kautta aikojen liikkuneet siirtymällä paikasta toiseen, mutta matkailu ja lomanvietto ovat uudenaikaisia ilmiöitä. Sana ”tourism” syntyi vasta 1800-luvun alkupuolella. Keski-ajalla matkustaminen oli ainoastaan kirkon edustajien, korkeiden virkamiesten ja aatelisten etuoikeus. Kaarle Suuren ansiosta syntyivät tuolloin majatalot, kun hän määräsi luostareiden tehtäväksi majoittaa ja ruokkia matkailijoita. Majoituksen taso keskiajalla riippui matkailijoiden varallisuudesta. Siihen aikaan yleisin matkailun syy oli kuitenkin uskonnollinen: islaminuskoiset kävivät Mekassa, Buddhalaiset Gangesissa ja kristityt Jerusalemissa. Vasta romantiikan aikakaudella ihmisten kiinnostus luonnonihmeitä kohtaan alkoi: meret, joet ja Alpit alkoivat viehättää. (Hemmi; Lehtinen & Vuoristo 1987, 21-22.)

Ulkomaanmatkailu muuttui 1960-luvulta lähtien massateollisuudeksi, sitä ennen matkailua harrastivat lähinnä etuoikeutetut. Maasta toiseen matkusti vuodessa vielä 1950-luvulla noin 25 miljoonaa ihmistä ja viisitoista vuotta eteenpäin turisteja oli jo 113 miljoonaa. Oli useita syitä tällaiseen kehitykseen. Toisesta maailmansodasta johtunut ilmailuteollisuuden laajentuminen vaikutti asiaan. Enää koneet eivät lennättäneet vain sotilaita ja sotatarvikkeita, vaan alkoivat kuljettamaan myös siviilejä. (Dielemans 2008, 10.)

1600-luvulla huvimatkailu ei ollut mahdollista tavallisille ihmisille, poikkeuksen muodosti eliitti. 1850-luvun asti Pohjois-Euroopasta lähtivät aatelist miehet ulkomaille oppimaan kieliä. Matkaan ei sisällynyt lepoa tai huvia, vaan sille lähdettiin ainoastaan opiskelemaan ja luomaan yhteyksiä tulevaisuutta varten. Nuoret aatelmiehet kävivät Italiassa tutkimassa antiikin jäännöksiä, vierailivat oopperassa ja tunnetuissa ja kuuluisissa rakennuksissa. Ranskaan lähdettiin tarkoituksena oppia eleganssia ja seurustelemaan saman henkisten kanssa. Alankomaiden tai Englannin matkan ydin syy oli tutustua tieteelliseen kehitykseen. Nuorilla aatelisilla oli matkalla mukana oman aikansa matkaopas, joka johdatti heidät oikeisiin paikkoihin, mielettömiin kokemuksiin ja merkittäviin nähtävyyksiin, joita ei saanut missään tapauksessa missata. Matkaoppaissa oli vinkkejä reiteistä, kulkuvälineistä ja neuvoja majoituspaikoista. Aatelmies, jolla ei ollut tällaista matkakokemusta, ei ollut tarpeeksi sivistynyt, eikä tarpeeksi koulutettu. Brittikirjailija totesi 1700-luvulla aiheesta näin: ”Mies, joka ei ole koskaan ollut Italiassa, on koko ajan tietoinen alemmuudestaan, koska hän ei ole nähnyt sitä, mitä miehen odotetaan näkevän.” (Dielemans 2008, 12-13.)

2.2 Matkailuun vaadittavat resurssit

Matkustamiseen tarvitaan resursseja, aineettomia ja aineellisia. Aineelliset resurssit ovat rahan ja hyödykkeiden omistaminen. Hyödykkeitä ovat esim. auto tai asuntoauto, moottori- tai purjeverene ja mökki. Lomanviettotyyli on pitkälti riippuvainen jo valmiina olevista varallisuudesta. Pienituloiset viettävät lomansa usein sukulaisten ja ystävien luona taikka kotonaan. Suurituloisilla on mahdollisuus matkustaa ulkomaille: he tekevät kiertomatkoja eri maailman kolkkiin tai viettävät lomaansa mökkeillen. Aineettomien resurssien tärkein seikka on vapaa-aika, joka mahdollistaa matkailun, mutta tämä ehdottomasti edellyttää aineellisten resurssien olemista kunnossa. Aineettomat varat ovat vapaa-ajan lisäksi hyvä terveys, riittävä kielitaito ja koulutus. Hyvinvointiyhteiskunnan rakenne on muokannut työaika lyhemmiksi, lakisääteiset lomat ovat pidentyneet ja eläkkeellä ihmisillä on enemmän aikaa. Kyseiset tekijät ovat osallisena ihmisten matkustusmahdollisuuksiin ja näin ollen se on vaikuttanut suurelta osin matkailun kehitykseen nyky-yhteiskunnassa. (Hemmi, Lehtinen & Vuoristo 1987, 43-44.)

2.3 Matkustushalu eli motivaatiotekijät

Ihminen on aina ollut utelias olento, mutta ensimmäisiä uteliaita matkailijoita olivat löytöretkeilijät. Nykyään ihmisillä on paljon syitä, miksi he haluavat matkustaa. Syinä voivat olla uteliaisuus tai halu nähdä, kokea ja oppia uutta. Matkatoimistotkin ovat havainneet tätä ilmiötä ja siksi he tarjoavat opintomatkoja, ”study tours”, kohteisiin, jotka ovat historiallisesti, kulttuuri- ja maantieteellisesti ja luonnontieteellisesti kiinnostavia. Matkailukohteissa huomioidaan turistien tarpeet. Paikan päällä tarjotaan palveluita, joissa esitellään kiinnostavimmat nähtävyydet. Eri ihmisillä on erilaiset matkustustarpeet: jotkut lähtevät lomalle vain lepäämään, virkistymistarkoituksessa tai urheilemaan. Toiset taas matkustavat tavatakseen sukulaisiaan. Edellä mainitut syyt synnyttävät matkustusmotivaatiota ja kyseiset tekijät ovat motivaatiotekijöitä. Markkinoinnissa matkailuorganisaatiot tähtäävät motivaation herättämiseen matkailijoissa. (Hemmi, Lehtinen & Vuoristo 1987, 44.)

On mahdollista, että tulevaisuudessa syntyy vielä uudenlainen matkailukulttuuri, jossa ihmisillä on mahdollisuus kehittää minä-kuvaa tahtojensa mukaan. Matkailumotivaatio on vahvasti kytköksissä ihmisen henkisiin arvoihin, koulutukseen ja tietoon. (Hemmi, Lehtinen & Vuoristo 1987, 49.)

Teorioita matkailun motivaatiotekijöistä

Ihmisillä on sisäisiä haluja ja tarpeita eli motivaatiotekijöitä, jotka ohjaavat heidän toimintaansa. Eri ihmisillä on erilaiset tarpeet. Matkailukysynnän selittävät tekijät ovat motivaatiotekijät, kun taas ihmisen motivaatioita saadaan herätettyä matkailutuotteilla.

Dan (1981) selittää ihmisten motivaatioita matkailuun seuraavilla elementeillä:

- Matkailulla saadaan vastauksia puutteisiin ja kaipauksiin
- Matkakohteen vetovoimat lisäävät motivaatioita työntövoimaan
- Fantasia matkakohteesta, kaipuun ja puutteiden täyttäminen
- Matkan ydintarkoitus on sukulaisten tapaaminen ja vierailu, harrastukset tai opiskelu uudessa ympäristössä
- Matkailijan roolit (Vuoristo 2003, 38)

Cooperin (1993) mukaan, motivaatioita matkailuun ovat:

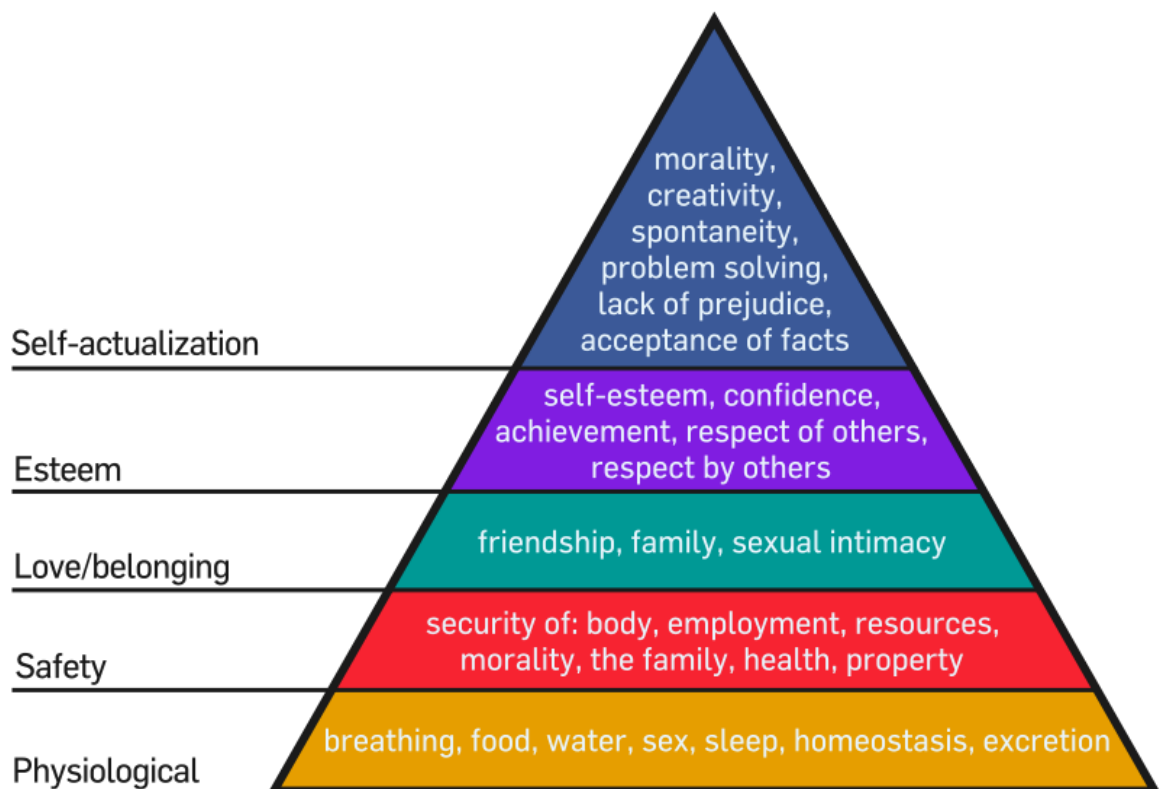
- Ihmisten tarpeet luovat matkailumotivaatioita ja matkailukäyttäytymistä
- On yksilöllistä, miten motivaatio syntyy eri ihmisillä: yleensä se perustuu sosiologisiin -ja psykologisiin tarpeisiin, kulttuurillisiin ja havaintoihin
- Matkakohteen imagolla on painava merkitys motivaatioon ja matkakohdevalintoihin (Vuoristo 2003, 38.)

Maslow'n tarvehierarkia on vuodelta 1943, jota edelleen käytetään matkailumotivaation ymmärtämisessä, jonka tarkoituksena on selittää, että ihminen voi nousta fyysiseltä materialistiselta mukavuusalueeltaan korkeampaan tasoon henkisellä puolella. Kun ihmisen fyysiset perustarpeet on täytetty, hän hakee henkistä tyydytystä ja nousee tarvehierarkiasta seuraavalle tasolle. Maslow'n hierarkia antaa hyvät edellytykset matkailun motivaatiotutkimuksille nykypäivänäkin, vaikka sitä on kritisoitu eri tahoilta. (Vuoristo 2003, 39.)

Mallina Maslow käyttää pyramidin näköistä rakennetta, jonka pääsanoma on seuraavanlainen. (Vuoristo 2003, 38-39.)

:

1. Ihmisen tarve toteuttaa itseään
2. Tarve olla arvostettu
3. Yhteenkuuluvuus ja rakkauden tarve
4. Tarve tuntea turvallisuutta
5. Fysiologiset tarpeet (jano, nälkä, liikunta ja lepo)



Kuvio 2. Maslow: n tarvehierarkia (Wikipedia 2014.)

Maslow:n pyramidin ansiosta McIntoshin & Groeeldnerin (1988) kehittivät neliportaisen luokituksen matkailumotiiveista:

1. Fyysiset tekijät: virkistys halu, huvittelu ja urheilu eli terveyden tavoittelu
2. Kulttuuritekijät: tarve kokea ja nähdä, tiedonjano muista kulttuureista ja ihmisistä
3. Ihmisten väliset tekijät: tarve poistua tavanomaisesta työympäristöstä, asuinalueesta – tai ihmisistä ja vieraila ystävien ja sukulaisten luona

4. Status –ja arvostustekijät: halu kohentaa omaa egoa, tahto syventyä opintoihin ja harrastuksiin, tarve näyttää muille ihmisille ja saada vastineeksi arvostusta. (Vuoristo 2003, 39)

Eri tutkimuksissa on huomattu, että statuksen tavoittelu on todella merkillinen motivaatiotekijä matkailussa. Helsingin Sanomissa 3.3.2002, B 11, British Airwaysin mainoslause ”Naapurillasi on enemmän leimoja passissaan. Tarvitsetko muita syitä?” kuvastaa tätä hyvin. (Vuoristo 2003, 40.)

2.4 Matkailu ja vapaa-aika

Matkailu on turismia ja sen merkittävin mahdollistaja on vapaa-aika. Kun ihminen liikkuu asuinympäristöstään kauas pois, kyse on siis matkailusta. Kehittyneissä maissa ihmisillä on paljon vapaa-aikaa käytettävänä, mikä mahdollistaa matkailun. Päivä-, viikonloppu- ja vuosilomat sekä eläkevapaat ovat osaksi vapaa-aikaa. Ennen kaikkea pitkien vuosilomien ansiosta ihmisillä on enemmän mahdollisuuksia matkustaa. Matkailu kilpailee muiden ajanviettomuotojen kanssa lomalaisten eri tarpeista. Hyvinvointivaltion hyvän elintason omaavat kansalaiset eivät välttämättä vietä aina vapaa-aikansa ja tuhlaa rahansa matkustaen, vaan voivat myös käyttää vapaa-aikansa esimerkiksi lisätienesteiden saamiseen, urheiluun tai muihin harrastuksiin. Kotimaan matkailu on edelleen suosituin. (Vuoristo 2003, 26-27)

Lama- ja kriisiaikoina ihmisillä on vielä suurempi tarve matkustella kotimaan sisällä. Lähtömaista puhuttaessa tarkoitetaan niiden maiden kansalaisia, joilla on matkailupotentiaalia. Lähtömaat ovat nykyisin demografisen transition neljännessä vaiheessa, joka tarkoittaa sitä, että väestö ikääntyy ikääntymistään lähivuosikymmeninä. Suuret ikäryhmät ovat merkittävä potentiaali matkailussa, mutta siitä huolimatta palveluntarjoajat eivät välttämättä ole osanneet hyödyntää tätä tietoa siinä määrin, kuin olisi mahdollista. On ennustettu, että kehitymässä olevissa kehitysmaissa, kuten Intiassa ja Kiinassa, matkailupalveluiden kysyntä tulee nousemaan suurissa määrin. Tälläkin hetkellä Kiinassa ja Intiassa on yhteensä satoja miljoonia ihmisiä, joiden tulo-taso on keskitasoa. Jää vielä arvailujen varaan, pitävätkö kyseiset henkilöt tulevaisuudessa länsimaalaisten ja japanilaisten tavoin matkailua tarpeellisenä. (Vuoristo 2003, 27-28.)

2.5 Vapaa-ajan merkitys fyysiseen ja psyykkiseen hyvinvointiin

Matkailupolitiikassa on otettu huomioon, että vapaa-aika edistää ihmisen terveyttä. Teollistuneissa maissa hektisyys ja kiire ovat ihmisen arkipäivää ja aiheuttavat paljon stressiä. Burn-out-ilmioistä puhutaan silloin, kun ihmiset kokevat ahdistuneisuutta, masentuneisuutta ja kuluttavat itseään loppuun. On arvioitu, että 20–30% väestöstä kärsii mielenterveysongelmista. Ihmiset ovat tietoisia tästä ja pyrkivätkin siksi loman aikana rauhoittumaan ja parantamaan henkistä ja fyysistä hyvinvointiaan. Matka tarjoaa useimmiten nämä mahdollisuudet. Ympäristön vaihdos virkistää mieltä ja lomalla voi vain levätä. Matkailu voi kuitenkin olla myös aktiivista lomaa. Matkailun on nähty vaikuttavan fyysiseen jaksamiseen ja terveyteen ja ehkäisevän tai vähentävän mielenterveysongelmia ja mahdollisesti myös sairauksia. On havaittu, että matkailulla on positiivisia vaikutuksia myös yhteiskunnalle, koska terveet henkilöt ovat tuottavampia ja jaksavat työssään paremmin, eivätkä sairastele niin paljon kuin huonokuntoiset ihmiset. (Hemmi, Lehtinen & Vuoristo 1987, 67-68.)

2.6 Sosiaalinen merkitys matkailussa

Matkalla ihminen kohtaa uusia ihmisiä ja se lisää sosiaalista vuorovaikutusta ihmisten välillä. Puhutaan vuorovaikutuskontaktista, joka on pysyvää. Ilmiö voi kuitenkin saada paikallisyhteisöissä pysyviä muutoksia. Akkulturaatio -niminen ilmiö syntyy, kun turistit ja paikalliset omaksuvat toistensa tavat. Massaturistipaikoissa eri kulttuurien kohtaamiset aiheuttavat pysyviä muutoksissa kantayhteisössä. Sosiaaliset vaikutukset on vaikea aihe ja sitä on käsitelty paljon vähemmän kuin matkailun taloudellista merkitystä, sillä sosiaalisten vaikutuksen mittaaminen on aikaa vievää. Nyberg (1983) tarkastelee sosiaalista merkitystä matkailussa kolmella kulttuurilla: ”paikallinen kulttuuri, tuotu kulttuuri ja matkailukulttuuri”. Hän toteaa, että paikallisilla on omat sääntönsä, arvostuksensa ja tapansa, jotka voivat muuttua turistien myötä, mutta samalla osa tavoista säilyy vielä entistään vahvempana. Turismi voi vaikuttaa niin negatiivisesti kuin positiivisestikin. Paikalliset, jotka hyötyvät taloudellisesti matkailijoista ovat turismin suhteen positiivisempia, kun taas ne, jotka eivät hyödy turismista, silloin voivat kokea sen kielteisenä. Matkailun myötä paikallisväestön elinkeino voi muuttua ja kaksikielisyyden yleistymisen on väistämätöntä. Matkailu voi muuttaa perinteisiä käsityksiä politiikassa, uskonnossa, moraalissa ja ihmisten asenteissa. Arjessakin voidaan havaita asioiden muuttuneen: esimerkiksi mu-

siikkimaku ja taiteet muuttuvat ja harrastukset lisääntyvät. Matkailu voi saada aikaan myös kielteisiä sosiaalisia ilmiöitä, kuten prostituution, rikollisuuden ja huumeiden lisääntymistä. (Hemmi, Lehtinen & Vuoristo 1987, 69-72.)

2.7 Sosiaalimatkailu

Lomanvietto ja matkustaminen on hyvätuloisten ja hyvinvointivaltioiden asukkaiden etuoikeus, koska maapallolla on paljon huono-osaisia, jotka eivät uskalla edes unelmoida mukavasta virkistyslomasta. Monet maat ovatkin järjestäneet yhteiskunnan tukemia lomaviettomahdollisuuksia, joita kutsutaan sosiaalimatkailuksi tai sosiaalilomailuksi. Kohderyhmiä ovat vanhukset ja eläkeläiset, nuorisot, lapset, monilapsiset perheet, yksinhuoltajat, pienituloiset, ja työttömät, terveydeltään huonokuntoiset, invalidit, siirtotyöläiset tai jopa slummien asukkaat. International Bureau of Social Tourism (BITS) on Brysselissä toimiva yhdistys, joka tukee tätä hanketta. Suomessa ammattiyhdistysliike ja yhteiskunta kehittävät lomatukea joko suorana tai välillisenä. Eri maissa hanketta toteutetaan hieman eri tavalla. (Hemmi, Lehtinen & Vuoristo 1987, 77-78.)

2.8 Työntövoimatekijät matkailussa

Matkailukysyntään vaikuttavat fyysinen ympäristö, väestö –ja yhteiskuntatekijät. Työntövoimaympäristö on sama asia kuin fyysinen ympäristö. Työntövoimatekijöitä tarkasteltaessa täytyy ottaa huomioon luonnonoloja, ilmastoa ja ympäristöä. Maantieteellinen sijainti määrittelee ilmastoa ja säitä. Epäsuotuisimmissa sääolosuhteissa sijaitseva työ –ja asuinympäristö on hyvä motivaattori matkailulle ja lomailuun mieluisimmissa keleissä. Suomen talvi on pitkä ja synkkä, siksi suurin osa suomalaisista haluaa lomille juuri lämpimiin maihin. On kuitenkin tutkittu, että lähtöpaineita on myös niillä, joiden asuinympäristö sijaitsee mieluisissa ympäristö- ja sääolosuhteissa, koska vaihtelu on havaittu lujimmaksi tekijäksi matkailun työntövoimatekijässä. Ihmiset haluavat lomallaan nähdä ja kokea uutta. Urheilumatkailussa ihmiset vaihtavat maisemaa harrastaen samaa lajia vieraassa kohteessa ja kaukana tutusta ympäristöstä; tämä on yleistä esimerkiksi laskettelijoiden, juoksijoiden ja golf-pelaajien keskuudessa. Lähtöpaineita voi olla eri ihmisille monenlaisia. Kaupungissa elävät hakeutuvat useimmiten lomallaan luontoon, rantakohteisiin, hiihtokohteisiin ja maalle. Hektisyys näyttää olevan mainio työntövoimatekijä

kaupunkilaisille ja yleensä kansainvälisimmät matkailijat ovat juuri kaupunkilaisia. Suuret kaupungit myös herättävät lähtöpotentiaalia muihin suuriin kaupunkeihin johtuen laajasta viihde- ja kulttuuritarjonnasta. (Vuoristo 2003, 28-30)

Lähtövalmiuden varmistamiseksi tarvitaan työntövoimatekijöitä, elintasotekijöitä ja poliittisia tekijöitä. Elintaso on kenties suurin vaikutustekijä matkailumahdollisuuksiin, toiseksi eniten vaikuttavat poliittiset tekijät siinä, minne kaikkialle tietyn maan kansalainen voi matkustaa. Lähtöpotentiaaliltaan suurimmat alueet ovat tällä hetkellä Japani, Eurooppa ja Pohjois-Amerikka. Myös Etelä-Korea, Taiwan, Kaakkois-Aasian Asean-maat ja Chile ovat nousujohteissa matkailun saralla. Vauraat öljyntuottajamaat ja Euroopan kääpiövaltiot, sekä Australia ja Uusi-Seelanti ovat potentiaalisia matkailumarkkinoille. (Vuoristo 2003, 34)

2.9 Matkailija

Matkailija on henkilö, joka matkustaa kotipaikastaan vapaa-aikana, joko tilapäisesti tai ammatillisista syistä. Vapaa-ajan matkailu käsittää virkistäytymisen, lomailun, opiskelun, terveydenhoidon, urheilun, taikka uskonnon harjoittamisen. (Hemmi, Lehtinen & Vuoristo 1987, 85) YK:n toimesta vuodesta 1979 matkailija-termiä alettiin luonnehtia matkan päätarkoituksen mukaisesti ja niitä on jaettu kolmeen ydinryhmään: loma- ja vapaa-ajan matkoihin, työmatkoihin, sekä matkoihin, joilla muu tarkoitusperä: pyhiinvaellus, opiskelu, terveydenhoito tai läpikulku. Kaikki kotimaiset ja ulkomaiset matkailijat jaotellaan segmentteihin, ryhmiin ja lukuisiin tyypeihin motivaatiotekijöiden mukaisesti. (Vuoristo 2003, 16-17.)

3 Urheilumatkailu

Tutkijat ovat havainneet, että ihmiset ovat vuosisatojen ajan matkustelleet katsomaan taikka osallistumaan urheilutapahtumaan. Tänä päivänä urheilumatkailu on kehittynyt heti vapaa-ajan huvimatkailun jälkeen maailman halutuimmaksi matkailumuodoksi. Urheilumatkailu on selkeä sosiaalinen ilmiö, jolla on myös taloudellinen merkitys. Urheilumatkailu on kansainvälisesti noteerattu kasvavana ja merkittävänä toimialana. World Tourism Organisationin (WTO, 2001) mukaan 32 miljoonaa saksalaista tekevät vuosittain urheilumatkoja. Ranskassa ei olla yhtä innokkaita urheilumatkailun suhteen, mutta siltikin 3,5 miljoonan ranskalaismatkailijan matkat liittyvät vuosittain urheiluun. British Tourist Board ja English Tourism Council kertovat, että 20 prosenttia turisteista lähtevät lomalle osallistuakseen johonkin urheilutapahtumaan. 50 prosenttia matkailijoista osallistuvat urheiluun tai urheilutapahtumiin satunnaisesti (DISR, 2000). Vastaavia tilastoja on tehty ympäri maailmaa ja urheilumatkailun suosio on nykypäivänä kiistämätön fakta. Ei ole yllättävää, että urheilu ja matkailu ovat molemmat saavuttaneet kiinnostusta tutkijoiden ja alan ammattilaisten keskuudessa viime vuosikymmeninä. (Adair & Richie 2004, 2-3.)

3.1 Määritelmä

Urheilu ja turismiteollisuus ovat ottaneet huomioon sen seikan, että matkailijat haluavat yhdistää urheilun osaksi lomailua. Hinchin ja Highamin (2001) mukaan, urheilumatkailulle ei ole mitään yleisesti hyväksyttyä määritelmää. Kyseessä urheilun ja turismin yhdistelmä, jotka molemmat vaikuttavat toisiinsa interaktiivisesti. (Higham&Hinch 2011, 17-18) Urheilumatkailun vaihtoehtoinen määritelmä on urheilun asettaminen matkailun tärkeimmäksi tavoitteeksi (Gammon & Robinson 2003; Higham&Hinch 2011, 21.)

3.2 Urheilumatkailun typologiat

Oleellimmat alueet urheilumatkailussa ovat fyysiset urheilulajit ja jännittävät seikkailut. Urheilumatkailua on kolmenlaista: passiivinen, aktiivinen ja nostalginen liikuntamatkailu (Puertas 2007). Aktiivinen urheilumatkailu on sellainen, jossa matkailija ottaa osaa urheilutapahtumaan.

Passiivinen urheilumatkailu tarkoittaa sitä, että lähdetään paikan päälle katsomaan ja nauttimaan urheilutapahtumasta. Nostalgisessa urheilumatkailussa toimitaan turistina, joka lähtee paikkoihin, joissa tunnetut urheilijat ovat käyneet ja matkan tärkeimpänä tavoitteena on vierailu urheilukeskuksissa ja museoissa. (Kurki 2008, 181-182)

Urheiluturismista on muodostettu monen tyyppisiä typologioita. Puhutaan passiivisesta urheilumatkailusta, kun matkailija lähtee yleisönä seuraamaan kansainvälistä urheilutapahtumaa osallistumatta itse tapahtumaan. Olympialaiset ovat tästä hyvä esimerkki. Passiivisella urheilullalla matkailija käyttää kaiken energiansa palvellakseen ja tukeakseen lomallaan urheilutapahtumaa. (Kurki 2008, 181.)

Aktiivisesta urheiluturismista puhuttaessa matkailija itse osallistuu urheiluun. Loman tarkoituksena voi olla pelkkää urheilua, tai urheilu voi näytellä suurta osaa lomalla. Kyseessä on konkreettinen mukanaolo urheilussa. Tähän kuuluvat esimerkiksi golf- ja maratonmatkat, jolloin urheilumatkailijan motivaatio urheiluun on korkea. (Kurki 2008, 182.)

Nostalginen urheilumatkailu tarkoittaa sitä, että käydään paikoissa, joissa on järjestetty merkityksellisiä urheilutapahtumia tai joissa on vierailut kuuluisia ja tärkeitä urheilijoita. Varsinaisten liikuntapaikkojen lisäksi nostalgiset urheilumatkailijat käyvät myös muissa paikoissa, joissa urheilijat ovat vierailleet, kuten ravintoloissa ja kauppoissa. Samalla vieraillaan usein myös museoissa ja urheilukeskuksissa. Urheilufanien kohdalla tämän kaltaisia lomia voidaan verrata pyhiinvaellusmatkoihin. (Kurki 2008, 182.)

3.3 Urheilu, hyvinvointi ja turismi

Oman kunnon ja terveyden ylläpitäminen on keskeistä hyvinvoinnin kannalta. Vapaa-aikana ihmiset hakeutuvat paljon urheilun pariin. Liikunnan harrastaminen keskeytyy, jos se koetaan pitkävetoiseksi, tylsäksi, epämieliseksi tai rasittavaksi. (Ojanen 2009, 156.)

Nykyisin vapaa-aika ja urheilu ovat kytköksissä toisiinsa vahvasti. Tähän sisältyvällä ruumiin ja terveyden ylläpidolla on myös selkeä yhteys turismiin. Ihmisillä on uusia tarpeita ja lisääntyviä vaatimuksia urheilun suhteen, ja sama laji halutaan kokea uudessa ympäristössä. Turismiteollisuus on saanut uusia jäseniä urheilumatkailijoista.

Urheilun historiassa ihmiset ovat hankkineet elantonsa fyysisesti liikkumalla: jo ensimmäisten sivilisaatioiden aikana ihmiset taistelivat ja olivat metsästysretkillä. Sotilaat tarvitsivat urheilua ollaakseen taistelukunnossa sodissa ja sotaretkillä. Egyptin Faaraot kehittivät muinoin uintitekniikan, jota nykyisin kutsutaan kroolaukseksi. Kiinassa on edelleen viitteitä muinaisajan fyysisistä urheilumuodoista. Kreikassa ja Roomassa pidettiin urheilua erittäin tärkeänä. Spartassa harjoitettiin lapsesta asti sotilaallisia taitoja ja fyysisiä arvoja. Aleksanterin Suuren aikakaudella kaikkia fyysisiä harjoituksia ylistettiin ja pidettiin ehdottomasti merkittävänä. Olympialaisia pidettiin jo ensimmäisen kerran 777 eKr vuoteen 393 jKr, näillä oli vahva uskonnollinen sisältö. Keskiajalla urheilu rajoittui ainoastaan sotiin, tosin yläluokalla oli edelleen mahdollisuus harrastaa metsästystä, kaksintaistelulajeja ja turnajaisia. Modernilla aikakaudella ihanne urheiluun sai uuden tuulen. Urheilua pidettiin kasvatuksellisenä ja ajateltiin, että liikunta edesauttaa älykyyttä ja ihmisen henkisiä ominaisuuksia. Tällä aikakaudella syntyi useita uusia urheilulajeja. Nykyaikana urheilu liitetään tärkeisiin sosiaalisiin ilmiöihin, ja se yhdistää ihmisiä ympäri maailmaa. Sanotaan, että kaikkialla maailmassa pikkupojat pelaavat jalkapalloa; vaikkei olisikaan palloa niin vaikka Coca-Cola -tölkitkin käyvät hyvin. Suosituimmat lajit urheilumatkailussa on purjehdus ja kaikki vesiliikunta. Surffailu, vuorikiipeily, golf, laskuvarjohyppy, hiihto, laskettelu ja muut seikkailumahdollisuudet kasvattavat urheiluturismia. (Kurki 2008, 179-180.)

4 Maraton

Maratonmatkan pituus on 42 195 kilometriä, 26 mailia tai 385 jaardia. Vuosittain maratontapahtumia järjestetään tuhansia ympäri maailman. Maraton on kestävyyslajien kuninkuusmatka. Maratonjuoksuun vaaditaan asianmukainen valmistautuminen ja monipuolinen treeniohjelma. Henkilökohtaisessa osallistumisesta on kyse itsensä haastamisesta ja taistelusta aikaa vastaan. Maaliintulossa juoksijat kokevat euforisen tunteen. (My next run 2013.)

4.1 Maratonin historia

Maratonin historia sai alkuunsa vuonna 490 eaa, kun Kreikkalainen sotilas Feidippides juoksi 40 kilometriä Marathonin kylästä Ateenaan ilmoittaakseen persialaisten kukistamisesta Marathonin taistelussa. Tarun mukaan hän huusi ”me voitimme” saavuttuaan perille ja kuoli välittömästi tämän jälkeen. (My next run 2013.)

Ensimmäinen virallinen maraton oli Kreikan mestaruuskilpailu, joka juostiin kuukausi ennen Ateenan olympialaisia vuonna 1896. Osanottajia oli tuolloin vain 11 henkilöä. Reitin pituus oli noin 40 kilometriä molemmissa juoksukilpailuissa. Vuonna 1908 Lontoon kesäolympialaisissa reittiä muutettiin virallisesti 42,195 kilometriksi, kun silloinen kuningatar Aleksandra halusi maratonin lähdön Windsorin linnan edestä ja juoksun päättyvän stadionille kuninkaan aition eteen. Kansainvälinen urheiluliitto IAAF virallisti vuonna 1921 maratonin 42,195 kilometrin pituudeksi, minkä jälkeen reittiä ei ole muutettu. (Maratonkoulupori 2014.) Maratontapahtuma oli ensimmäistä kertaa virallisesti avoin naisille vuonna 1972. Ensimmäinen naismaratoonari Kathrine Switzer tosin juoksi Bostonissa jo viisi vuotta aiemmin, mutta juoksua ei tuolloin rekisteröity. Vasta vuonna 2012 Boston Marathon hyväksyi Katherinin ensimmäiseksi naiseksi, joka pääsi maaliin asti. (BBCnews, 2012.)

4.2 Maraton ja terveys

Maraton edistää terveyttä, pidentää ikää ja vaikuttaa positiivisesti elämänlaatuun. Pitkäjänteisen treenaamisen myötä elämäntyö muuttuu siten, että harjoittelu muuttuu osaksi elämää. Voidakseen olla hyvä juoksija ja maratoonari tulisi noudattaa asianmukaista ruokavaliota, hankkiutua eroon ylimääräisistä rasvoista vartalossa, pidättäytyä tupakoinnista, välttää liiallista alkoholin

käyttöä ja harrastaa liikuntaa säännöllisesti. Epidemiologi tohtori Ralph E. Paffenparger Harvardin yliopistosta toteaa, että nämä viisi muutosta lisäävät elinvuosia ihmisen elämässä. Aerobic-kirjailija Tohtori Kenneth H. Cooper totesi, että Cooper Instituutissa Dallasissa on tehty tutkimus, jossa uskotaan terveellisen ruokavalion ja liikunnan pidentävän elinikää kuudesta yhdeksään vuoteen. (Higdon 2006, 5-6.) Säännöllisellä liikkumisella on myös todettu olevan suora yhteys aivotoimintaan. Japanissa, Nihon Fukushiman yliopistossa tehty tutkimus osoittaa, että nuoret saivat parempia tuloksia aivotyöskentelyssä, kun olivat ensin juosseet.

Illinoisin yliopistossa tehtiin vastaavanlainen tutkimus, jossa 18-24 -vuotiaita laitettiin ratkaisemaan vaativia tehtäviä. Ne nuoret, jotka ovat juuri juosseet juoksumatolla, olivat nopeampia päättämään ja vastaukset olivat useammin oikeita kuin nuoret, jotka olivat lepojaksolla. Tutkimuksessa havaittiin myös päättelykyvyn heikkeneminen heti, kun juoksu harrastus päättyi. Tutkijat ovat sitä mieltä, että kova fyysinen rasitus nopeuttaa hapen kulkeutumista aivoihin ja verenkierto on tehokkaampaa siten. Tarkemmin ei pystytty osoittamaan mistä johtuu, että liikunta tekee ihmisen älykkäämmäksi. Pohjois-Carolinassa laitettiin koehenkilöitä neljän kuukauden kunto-ohjelmaan ja tulos osoitti, että kuntoilu paransi ikääntyvien tutkimushenkilöiden muistia ja henkistä vireyttä. Useat tutkimukset ovat osoittaneet, että Alzheimerin taudilla on yhteys liikunnan puutteeseen. Amerikkalainen tutkimus osoittaa, että säännöllinen urheilu vähentää mahdollisuutta sairastua Alzheimerin tautiin (Murphy 2003, 19-20.)

Kestävyyslajeista juokseminen on yksinkertaisin, mutta monesta haastavin ja antoisin. Juokseminen on teknisesti helppoa, se rentouttaa mieltä ja lisää luovuutta. Hyväkuntoisellekin juoksu on vaativaa, mistä syystä se on hyvä kuntoilu muoto. Juoksu kehittää hengitys- ja verenkiertoelimistöä, kestävyyskuntoa ja lihasten energia-aineenvaihduntaa. Juokseminen on hyvä laji työ- ja lomamatkalaisille, sillä lyhyessä ajassa ehtii tekemään hyvän treenin ja vähäiset varustukset on yksinkertaista ja helppoa pitää matkoilla mukana. Juoksu on terveyttä parantava laji, se kohottaa kuntoa, vähentää stressiä, mieliala kohenee ja se tekee pirteäksi. (Stubb & Järvimäki 2009, 78.) Juoksua harrastavat naiset ovat keskimäärin tyytyväisempiä itseensä ja vartaloonsa ja hyväksyvät erilaisia ja erikokoisia ihmisiä paremmin. Hyvänolontunteen mielletään johtuvan elimistön erittämistä välittäjäaineista ja endorfiinista. Kaikenlainen liikunta yleisesti ottaen vähentää alakuloisuutta ja masentuneisuutta. Mielenterveysyhdistys Mindin teettämän tutkimuksen mukaan vastaajista 26 % sanoi liikunnalla olevan suurempi parantava vaikutus heidän mielenvirkeyteensä kuin erilaisilla mielialalääkkeillä. Uusi Brittitutkimus osoittaa, että kemikaalinen aine fenylylietyliamiini, jonka määrä elimistössä lisääntyy liikuntasuorituksen aikana, lieventäisi

masennusta. Asiantuntijoiden mukaan 20–30 minuuttia kestävä aerobinen harjoitus on tehokkain tapa vähentää masennusta. Juoksulla on selkeä vaikutus hyvinolontunteisiin. (Murphy 2003, 22-23.)

4.3 Maratonjuoksijat

Menestyksekkääseen maratonharjoitukseen vaaditaan motivaatiota, myös ruokavalio on tärkeä osa harjoittelua. Sanotaan, että maratonmatkan suorittamiseen vaaditaan vahvempi mieli kuin ihmisen fyysinen kunto. Kun juoksija väsyä, mieli valehtelee, eikä mielen tulisi hallita ihmistä vaan ihminen mieltä. Jos henkilö haluaa juosta maratonin, hänen tulisi asettaa kysymyksiä miksi hän haluaa sitä tehdä. Jokainen voi juosta sen 42 195 metriä, kun on asettanut päämäärän, johon sitoutuu, mutta vain alle 1% väestöstä juoksee sen matkan. Nykyisin internetissä ja kirjallisuudessa on pullollaan vinkkejä aiheesta. Juoksuharjoittelun pitäisi olla hauskaa ja päämäärätietoista, eikä pakkopullaa. Lähtökohtaisesti aloittelijan tulisi kehittää mieleen lujuttua, jotta harjoittelu voi helpottua. Jos maratonille osallistuminen ja sen mukana tuoman harjoituksen myötä tarkoituksena on vain pudottaa painoa, tämän kaltainen henkilö myös keskeyttää tai lopettaa, sillä maratonjuoksu on pitkäjänteistä työtä. Maratonin juoksemiseen tarvitaan muita motivaatioita painonhallinnan lisäksi ja tutkimukset osoittavat, ettei painonpudotus motivaation lähteenä yksinomaan ole riittävä motivaatiolähde. Maratonharjoitus voi aloittaa henkilö, joka yhtäjaksoisesti jaksaa juosta pysähtymättä 30 minuuttia. Ennen kisaa kannattaa kuitenkin käydä lenkkeilemässä 30-35 kilometriä, jotta vartalo tietää mitä pitkänmatkan juoksu on, eikä joudu shokkiin kisapäivänä. (Marathonrookie 2014)

4.4 Maraton harjoittelu

Aloittelijan on syytä aloittaa maratonille tähtäävä harjoittelu rauhallisesti. Varovainen alku säästää juoksijaa vammoilta ja totuttaa lihakset, jänteet ja nivelsiteet rasitukseen. Harrastuksen alkumetreillä on heti syytä panostaa varusteisiin. Hyvät juoksukengät on tärkein väline juoksijalle. (Nilsson 2012, 11).

Kun harjoittelija pystyy juoksemaan 30 minuuttia ilman taukoa kolmesti viikossa, yhtä näistä lenkeistä voi alkaa pidentämään. Lenkin pituutta lisätään maltillisesti noin 5 minuuttia kerrallaan, sillä liian nopea harjoituskilometrien nosto voi kostautua vamma- ja sairastumisriskinä.

Juoksun kyllästymisen välttämiseksi on hyvä muistaa vaihdella juoksualustoja ja reittejä. (Nilsson 2012, 14)

Edistyneimmillekin harjoittelijoille on olemassa useita erityyppisiä juoksuharjoituksia. Vaihtuvuutta ja lisätehoa harjoitteluun voi hakea koordinaatiojuoksusta, vauhtikestävyysharjoituksesta tai mäkiharjoituksesta. On hyvä pitää mielessä, ettei jokaista eri tyyppistä juoksuharjoitetta ole tarkoitus lisätä harjoitusohjelmaan samalla kertaa. (Nilsson 2012, 17-21.)

Harjoittelun suunnitelmallisuuden merkitys korostuu, jos henkilöllä on kilpailutavoite. Harjoitusohjelmaa yleensä suunnitellaan juoksijan tavoitteiden mukaisesti. Harjoittelu pilkotaan pieniin osiin kuukausiksi, viikoiksi ja lopulta yksittäisiksi harjoituspäiviksi. Harjoitusohjelma on eräänlainen lukujärjestys, jota on hyvä noudattaa. Harjoitusohjelmat ovat hyvin yksilöllisiä, sillä juoksijoiden tavoitteet poikkeavat toisistaan. Erilaiset harjoitusohjelmat antavat kuitenkin viitteitä, mitä tiettyyn juokсутuloksiin pääseminen vaatii. (Paunonen&Anttila 2011, 154-155.)

4.5 Maratoonarin ravinto

Harjoittelun lisäksi on tärkeää pitää huolta myös ravinnosta, jota pidetään yhtä tärkeänä kuin itse harjoittelua. Laadukkaalla ravinnolla täydennetään energiavarastot, ennalta ehkäistään vammoja ja varmistetaan solujen uusiutuminen. Epäsäännöllisellä, ravintosisällöltään heikolla ruokavaliolla voi pilata treenitehon ja palautumisen. Juoksijalla on riski menettää kovalla työllä tehdyt tuloksensa, jos ruokavalio on väärä. Ravinnon liian vähäinen määrä onkin havaittu monien kuntoilijoiden ongelmaksi. Ruoan määrän tulisi lisääntyä samassa suhteessa lisääntyneeseen harjoittelun kanssa. (Nilsson 2012, 54.)

Hiilihydraateista saatava glykogeeni (lihaksiin varastoitunut energia) vaikuttaa ihmisen kestävyteen, toimintatarmoon ja keskittymiskykyyn. Glykogeeni varastot onkin syytä pitää täysinä ennen pitkäkestoista harjoitetta tai maratonjuoksua. Samasta syystä on tärkeä nauttia hiilihydraattipitoista ravintoa myös suorituksen jälkeen. Proteiineilla on myös useita tärkeitä tehtäviä kehossa, koska proteiinin sisältämät aminohappoja (20 kpl) keho ei pysty itse tuottamaan. Kehon tarvitsee proteiinia lihassolujen muodostamiseen ja korjaamiseen, sekä entsyymien, hormonien ja immunitteettijärjestelmän toimintaan. Hyviä esimerkkejä kevyistä proteiini lähteistä, joita kannattaa suosia ovat broileri, kala, pavut, soija ja tofu. Nesteen nauttimisesta ennen juoksun suoritusta, sen aikana ja suorituksen jälkeen ei pidä myöskään laiminlyödä. Nesteytyksen tarpeeseen vaikuttavat olosuhteiden lisäksi myös jokaisen ihmisen yksilöllinen tarve. On hyvä

muistaa pakata mukaan juotavaa, jos juoksusuorituksen kesto on ylittää tunnin. Erilaiset mehut ja urheilujuomat tulevat tarpeeseen yli puolentoista tunnin kohdalla. Nestettä ei kuitenkaan kannata nauttia yli tarpeen, sillä liika neste voi aiheuttaa veren natriumpitoisuuden laskemisen eli hyponatremian. Jos nestettä ei ole nautittu riittävästi, keho ilmoittaa siitä hyvissä ajoin janon tunteena. (Nilsson 2012, 56.)

Rasvan saanti on ihmisen terveydelle elintärkeää. Rasvasta saatavat välttämättömät rasvahapot on otettava ruokavaliosta, sillä keho ei niitä itse pysty tuottamaan. Monet elimistön toiminnot tarvitsevat rasvaa mm. immuunipuolustus ja verenpaineen säätely. Terveellisiä kertatydyttämättömiä rasvahappoja saa muun muassa pähkinöistä, oliiveista, rypsiöljystä ja avokadosta. (Nilsson 2012, 56-57.)

Ennen maratonia tehtävä tankkaus viimeistelee urheilijan suorituskyvyn. Kuntomaratoonarin tankkauksen kestoksi suositellaan yleensä kolme päivää ennen kilpailuja. Tankkausjakson aikana pidetään taukoa harjoittelusta ja lisätään hiilihydraatin määrää ravinnossa. Suositeltu hiilihydraattimäärä kuntomaratoonarille on 8-10 grammaa päivässä kilo kohden. Tämän suosituksen mukaan 60-kiloisen ihmisen tulisi saada 480 grammaa hiilihydraattia päivässä. Tankatessa on syytä ottaa huomioon, että hiilihydraattien varastoituminen lihaksiin vaatii runsaasti nestettä. (Paunonen&Anttila 2011, 131-132.)

4.6 Suuret maraton -tapahtumat maailmalla

Mielenkiintoisia maraton-tapahtumia järjestetään ympäri maailman. Pieniä maraton-tapahtumia voidaan järjestää lähes missä tahansa, kun taas suuret maraton-tapahtuman keskittyvät yleensä suurkaupunkeihin. Tavallinen kuntoilija voi saada lisää motivaatiota harjoitteluun, kun ottaa tavoitteekseen juoksutapahtuman, johon liittyy elämyksiä. 42,195 kilometrin juoksumatka sujuu mukavammin, kun reitin varrella on upeita maisemia, kuuluisia nähtävyyksiä ja tapahtumaan osallistuu tuhansia tai kymmeniä tuhansia saman henkisiä kanssajuoksijoita ympäri maailman. Jo matka juoksutapahtumaan voi olla sinällään elämys. Eri kaupungeissa järjestetyissä maraton-tapahtumissa reitit, korkeuserot, myötä- ja vastatuulet ja sääolosuhteet vaihtelevat paljon. Tämän vuoksi maailmanennätyksiä ei juosta kaikissa tapahtumissa. Kilpailun järjestäjät usein tavoittelevat nopeaa ja helppoa reittiä, jotta maailman ennätys olisi mahdollista juosta kyseisellä maratonilla. (Fordyce 2008, 146-147.)

Suurimmat maratonit maailmalla lasketaan yleensä osallistujamäärän mukaan. Vuoden 2013 listauksessa ykkössijaa pitää New York 47 000, toista sijaa pitää Chicago 45 000 ja kolmanneksi suurin on Berlin Marathon 40 987 osallistujalla. (The Guardian 2013.) Vuoden 2014 Suurimmat maratontapahtumat Euroopassa lasketaan maaliin asti päässeiden perusteella ja ne ovat Marathon de Paris 39 115, Berlin Marathon 36 474, Virgin London Marathon 36 000 ja Tukholma oli neljäs 15 654. (My next run 2014.)

Suomen suurin maratontapahtuma on Helsinki City Maraton ja tunnetuin tapahtuma on Paavo Nurmi Maraton, joka on nimetty Suomen kuuluisimman kestävyysjuoksijan mukaan. (My next run 2014.)

New York City marathon

New Yorkin maraton on nykyisin maailman suurin maratonkilpailu. Tapahtumaan osallistuu vuosittain lähes 40 000 juoksijaa. Kilpailu houkuttelee sekä ammattilaisia että harrastajia ympäri maailman. New Yorkin maratonille osallistuu aina myös maailmanluokan julkisuuden henkilöitä, sekä näyttelijöitä että urheilijoita, mikä osaltaan lisää kiinnostusta kyseistä maratonia kohtaan. Tällä suurimmalla maratonilla on myös maailman suurin yleisö, jopa kaksi miljoonaa ihmistä kannustaa juoksijoita matkan varrella. Tapahtuman suuren suosion vuoksi kaikki hakukkaat eivät pääse osallistumaan kilpailuun, vaan osallistujat valitaan pääosin arpomalla. Maratonin reitti kulkee läpi New Yorkin viiden kaupunginosan päätyen keskuspuistoon, jossa maali sijaitsee. Reitti ei ole erityisen nopea nousujen ja mäkien vuoksi, joten ennätysten kannalta New Yorkin maraton ei ole paras mahdollinen. (Fordyce 2008, 154.)

Marathon de Paris

Keväällä järjestettävälle Pariisin maratonille osallistuu vuosittain yli 30 000 juoksijaa. Reitti alkaa riemukkaarelta ja kulkee pääosin Seine-joen rantaa pitkin ohittaen myös kaikki kaupungin kuuluisimmat nähtävyydet muun muassa Eiffel-tornin ja Notre Damen. (Fordyce 2008, 149.)

Helsinki City marathon

Helsinki City marathon on Suomen suurin ja pohjoismaiden toiseksi suurin maratontapahtuma. Tälle elokuun puolivälissä järjestettävälle maratonille osallistuu noin 6000 juoksijaa. Maratonin lähtö on olympiasatadionin läheisyydessä. Reitti kulkee pääasiassa Helsingissä, mutta osa matkasta juostaan Espoon puolella päätyen olympiastadionille, missä maali sijaitsee. Eri-tyistä reitillä on useat kauniit puistot ja merimaisemat. Helsinki City marathonille osallistuu juoksijoita jopa viidestäkymmenestä eri maasta. (Kuntoplus 2010.)

Berlin marathon

Berliinin maraton on Euroopan suurin maratontapahtuma ja yksi maailman viidestä suosituimmasta maratonista. Maratonin reitti on nopea, koska reitillä ei ole juurikaan korkeuseroja. Tämän vuoksi tapahtumassa juostaan usein maailmanennätyksiä. Berliinin maratonin suosiota lisää erinomaiset järjestelyt ja loistava tunnelma. Myös juhlat sekä ennen että jälkeen kilpailun ovat suurenmoiset. Reitti kulkee ohi useiden Berliinin historiallisten nähtävyyksien. Matkan varrella on muun muassa valtiopäivätalo, Potsdamer Platz, Unter den Linden ja Brandenburgin portti. (Kuntoplus 2010.)

Virgin London marathon

Lontoon maratonin yhteydessä kerätään huomattava summa rahaa hyväntekeväisyyteen. Jopa yli kolme neljäsosaa juoksijoista juoksee jonkin hyväntekeväisyysasian puolesta. Kilpailunjärjestäjien mukaan Lontoon maraton on maailman suurin hyväntekeväisyystapahtuma. Esimerkiksi vuonna 2006 Lontoon maratonilla kerättiin 41,5 miljoonaa puntia hyväntekeväisyyteen. Osallistujien määrä on rajoitettu noin 35 000 juoksijaan, joten tälle maratonille tulee ilmoittautua ajoissa, jos haluaa päästä mukaan. Vaihtoehtoisesti matkan voi ostaa maratonmatkoihin erikoistuneesta matkatoimistosta, jolloin maratonille on mahdollista päästä, vaikka maraton olisi muuten loppuunmyyty. Reitti ylittää Lontoon towerin sillan, ohittaa Big Benin, Piccadilly Circusin, parlamenttitalon ja Buckinghamin palatsin. Reitti on mutkitteleva, mutta sisältää vähän korkeuseroja. Erityistä Lontoon maratonilla on se, että se on ainut maraton, jonka reitti kulkee sekä läntisellä, että itäisellä pallonpuoliskolla. (Kuntoplus 2010.)

Tukholman maraton

Tukholman maraton on Pohjoismaiden suurin maratontapahtuma ja Euroopassa se on neljänneksi suurin maraton. Juoksureitin aikana näkyy Kuninkaanlinna, kuninkaallinen ooppera, eduskuntatalo ja kaupunkitalo. Reittiä on sanottu olevan maailman kaunein, sillä suurin osa matkasta kuljetaan veden äärellä. Tukholman maraton tarjoaa sen osanottajille ensiluokkaista palvelua. Juoma-asemia on 17, jossa tarjoillaan Maxim-urheilujuomaa, vettä, rypälesokeria ja hedelmiä. Musiikkiyhtyeet soittavat live-musiikkia matkan varrella. Väliajat ovat viiden kilometrin välein nähtävissä. Maratonjuoksua kuvaa 16 kameraa. Sairaanhoitajia ja lääkäreitä on saatavilla lähdössä ja maalissa. Maalissa myös tarjoillaan banaaneja, suklaata, pullia, kahvia ja virvoitusjuomia. Juoksijan lopullinen aika lähetetään tekstiviestissä heti maalin tulon jälkeen. (Stockholm marathon 2014.)

4.7 Maratonmatkojen hintoja suomalaisille juoksijoille

Kun ostaa maratonmatkan tietyltä matkatoimistosta niin kyseessä on valmismatka. Valmismatka tarkoittaa sitä, että siihen kuuluu ainakin kaksi osaa, eikä sitä voida ostaa erikseen. Yleensä valmismatkaan kuuluu edestakaiset lennot ja majoitukset. Siihen on myös mahdollista lisätä retkiä ja autonvuokrausta. Matkatoimistot tekevät räätälöidyn matkapaketin ja on myös vastuusta myymästään tuotteestaan. Valmismatka on mutkaton valinta, kun matkatoimistot pitävät huolen järjestelyistä. (Rantapallo 2013.)

Suomalaiset matkanjärjestäjät Matka-agentit, VetikkoTravel, Aventura ja Kaleva Travelin kautta voi ostaa maratonmatkaa. Kaikkiin valmiiseen maratonmatkaan sisältyy ainakin kuljetukset, lentokenttäkuljetukset, majoitukset, buffee –aamiainen. Joskus retket ja paikallisoppaat sisältyvät matkan hintaan. Osallistumismaksut voi kuulua hintaan ja riippuu paljolti matkanjärjestäjästä. Alla matkajärjestäjien tarjoamia maratonmatkapakettien hintoja:

Matka-Agentti

Istanbul Maraton

Istanbul Maraton alkaa Aasian mantereelta ja jatkuu Eurooppaan asti. Maailmassa ei ole toista maratonia, joka juostaan mannerten välillä. Istanbul -maratontapahtuma järjestetään joka vuosi ja kuuluu tärkeisiin kansainvälisiin maratontapahtumiin. Neljän päivän Istanbulin maratonmatkaa voi ostaa hintaan 695 euroa/henkilö +osallistumismaksu. (Matka-agentit 2014)

Vetikko Travel

New York maraton

New Yorkin maraton on maailman kuuluisin maratontapahtuma. Suomalaisilla juoksijoilla on mahdollisuus valita matkan pituudeksi neljä tai kuusi päivää. Neljä vuorokautta maksaa 2220 E/hlö majoituessa ystävän kanssa kahden hengen huoneessa, yksin majoituessa hinnaksi tulee 2780 E/hlö. Kuuden vuorokauden hinta on majoituessa kahden hengen huoneessa 2610 E/hlö ja yksin majoituessa hinta on huimat 3430 E/hlö. Osallistumismaksu ei kuulu matkan hintaan ja maratonjuoksuun osallistuminen maksaa 490 euroa. (Vetikka Travel 2014)

Tukholman Maraton

Suomalaisille tarjotaan Tukholman maratonmatkaa risteillen. Risteilyn hinta on 145-830 e/hlö riippuen millaisen hytin haluaa. +osallistumismaksu. (Vetikko travel 2014)

Berliini maraton

Matkapaketin hinta on 905-1265 euroa sis. myös osallistumismaksun juoksutapahtumaan. Matkan kesto on vain 2-3 päivää. (Vetikko travel 2014)

Vienna maraton

Matkan pituus on kolme päivää ja hinta on 825-915 euroa/hlö, eikä sisällä osallistumismaksua. (Vetikko travel 2014)

Madrid Maraton

Neljän päivän matkan hinta on 865 E /hlö, eikä sisällä osallistumismaksua. (Vetikko travel 2014)

Riikan maraton

Kahden päivän matkan hinta on 495-595 E/hlö, eikä sisällä osallistumismaksua. (Vetikko travel 2014)

Aventura

Etelä-Afrikka maraton

Kymmenen päivän matka ja seitsemän yön majoituksen hinta on 2990 euroa/hlö, sisältäen osallistumismaksut. Tätä maratonia on mainostettu maailman kauneimmaksi reitiksi, koska Kapkaupungin luonto on niin huikaiseva. Retkiä tehdään Franschhoekin viinitiloihin ja patikoimaan Kapkaupungin maisemissa. Matkanjohtajana toimii asiantunteva ja suomenkielinen opas. (Aventura 2014)

Tansania maraton

Kahdeksan päivän matka ja kuuden yön majoituksen hinta on 2590 euroa/hlö, sisältyy osallistumismaksut. Tansanian maraton juostaan Afrikan korkeimman vuoren, Kilimanjaron maise-

missa, useille juoksijoille kyseinen maisema on elämyksen täyttymys. Juoksun jälkeen voi rentoutua Sansibarin paratiisirannalla. Lisähinnasta, matkaan voi halutessa lisätä Kilimanjarolle nousun ja safariretken. (Aventura 2014.)

Nepalin maraton

Yhdeksäntoistan päivän matka ja 17 yön majoituksen hinta on 3190 euroa/hklö, sisältää osallistumismaksun. Maraton juostaan maailman korkeimman vuoren, Mount Everestin maisemissa ja se on myös maailman korkeimmassa juostava maratontapahtuma. (Aventura 2014.)

5 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmässä käytettiin määrällistä tutkimusotetta, sillä vastaajia haluttiin mahdollisimman paljon. Tutkimustuloksia tarkastellaan vastausten perusteella. Tutkimuksessa hyödynnettiin kyselylomakkeita tulosten saamiseksi. Vaihtoehtona oli monenlaisia menettelytapoja, joilla olisi voinut lähestyä vastaajia. Sosiaalinen media, kuten Facebook ja erilaiset juoksufoorumit olisivat olleet mahdollisia, mutta lopulta kyselylomakkeet jaettiin maratonristeilyllä, jossa kaikki matkailijat olivat maratonmatkalla.

5.1 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista tutkimusotetta, joka tarkoittaa määrällistä tutkimusta. Käytössä on kyselylomakkeet, joissa on valmiina eri vastausvaihtoehtoja ja joista vastaaja voi valita mieleisensä kohdan. Tulokset havainnollistetaan taulukoin tai kuvioin. (Heikkilä 2008, 16.)

Suunnitelmallisesta kyselytutkimuksesta käytetään Survey –nimitystä. Kyseessä on taloudellinen ja tuottava tapa koota tietoa, kun vastaajia on paljon. Survey-tutkimuksen aineistoa saadaan myös tutkimuslomakkeilla. (Heikkilä 2008, 19.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkimustulosten tarkastelu tapahtuu matemaattisesti ja tulokset perustuvat oletuksiin. Tyypillisin ja tavallisin jakauma on Gaussin käyrä, sitä käytetään selittämässä, että arvioinnissa. Käyrä arvioi vain ”normaalijakauman” tutkittavista, eikä huomioi laadullisesti tutkittavia. Silti, määrällinen yleistäminen on edelleen hyvin merkittävä tieteellinen tutkimustapa, joka on osoittautunut tärkeäksi tieteelliseksi perinteeksi. (Varto 1992, 74-75.)

5.2 Tutkimusmatkalla maratonristeilyllä

Opinnäytetyötä varten opinnäytetyön tekijä lähti 30.5.2014 Tukholman maraton -risteilylle keräämään aineistoa. Opinnäytetyön tekijä oli muiden urheilumatkailijoiden tavoin valinnut valmismatkan ja matkaohjelma oli poikkeuksellinen tavanomaiseen Viking Line -risteilyyn verrattuna. Ympäri Suomea tuli juoksijoita kyseiselle risteilylle ja matkanjärjestäjän kautta oli voinut myös varata bussikuljetuksen kotikunnastaan laivasatamaan Helsinkiin. Lähtöpäivänä ravinto-

lan buffetpöytä koostui juoksijoiden ruokavaliosta eli pastasta. Juoksunumeroita sai tilattua laivalle ja risteilyn ohjelmassa oli laajalti maratonluentoja -ja juoksuohjeita pitkin iltaa. Bussikuljetukset juoksupaikalle ja takaisin satamaan sisältyivät myös tähän valmismatkaan.

Opinnäytetyön tekijällä on kokemusta maratonmatkoilta ja maratonin jälkeisestä oloilasta, joten ajankohta kyselylomakkeiden jakoon oli mietitty hartaasti. Risteilymatka kesti kolme päivää ja kyselylomakkeita oli yli sata kappaletta. Juoksupäivänä tapahtumapaikassa vallitsee hyvin hektinen ilmapiiri, musiikki soi lujaa, ihmisiä on mahdottoman paljon, juoksijoita jännittää kovasti oma suoritus ja maratonin jälkeen he ovat taas liian väsyneitä vastaamaan mihinkään kyselyihin. Pitkän harkinnan jälkeen lomakkeita jaettiin jo menomatkalla satamassa, laivan käytävillä, kahviloissa, baareissa ja jopa tax-free kaupan edessä. Vastaajat suhtautuivat kyselyyn positiivisesti, eikä kukaan kieltäytynyt vastaamasta. Monia myös kiinnosti kyselyn tarkoituksena ja halusivat keskustella syvemmin aiheesta. Koska risteilyn teemana oli maratonmatka, juoksua edeltävänä päivänä laivalla vallitsi erittäin rauhallinen tunnelma, sillä juoksijoiden piti herätä aikaisin kisapaikalle. Oli täydellinen ajoitus aineiston keräämiseen. Tarkoituksena oli saada mahdollisimman paljon naisvastaajia, sillä laivalla näytti olevan moninkertaisesti miehiä naisiin verrattuna. Tukholman Maratonille ilmoittautui 21 942, joista naisia 5918, peräti 27 prosenttia juoksijoista. (Stockholm marathon.se 2014.)

5.3 Vuoden 2014 Tukholman Maratonin faktat

Yleisurheiluseurat Hässelby SK ja Sparvängens FK ovat Tukholman maraton –tapahtuman virallisia järjestäjiä. Vuonna 2014 se juostiin 31.5.2014. Rekisteröityjä juoksijoita tälle matkalle oli 21 192 henkilöä. Tapahtumassa oli mukana peräti 93 eri maasta. Lähtöviivalta lähti 16 941 henkilöä, joista miehiä 12 611 ja naisia 4330. Tuhannet juoksijat olivat peruneet lähtönsä. Maa-liin pääsi yhteensä 16 074 henkilöä, joista miehiä 11 951 ja naisia 4123. (Stockholm marathon 2014)

5.4 Suomalaiset juoksijat Tukholmassa

Suomalaisia matkanjärjestäjiä tapahtumalle olivat CWT Kaleva Travel ja Vetikka Travel. Loistavat laivayhteydet Helsingistä ja Turusta vaikuttivat suomalaisten suureen määrään tapahtumassa. Lentämällä pääsee myös helposti, nopeasti ja vaivattomasti Ruotsiin.

Tukholman maratonille vuonna 2014 kisaan ilmoittautuneita suomalaisjuoksijoita oli 3545. (Stockholm marathon 2014) Elokuuisessa Helsingissä 2014 juostussa Suomen suurimmassa Helsinki City Marathonilla oli noin 5000 osallistujaa, joista maaliin saapui 4300 juoksijaa. (YLE 2014.)

Näin ollen Tukholman maraton on toiseksi suurin maraton suomalaisille. Tukholman maratonin reittiä on kehuttu maailman kauneimmaksi maratonreitiksi, tapahtuman järjestelyt ovat huippuluokkaa ja reitti kulkee veden äärellä lähes koko matkan ajan. Yleisöä on kannustamassa kadun varrella noin satatuhatta ihmistä, musiikki pauhaa ja fiilis on mahtava. Kahviloissakin näytetään televisiossa huippujuoksijoiden maratontaivalta. Tulospalvelussa näytetään juoksijan aikaa 5km välein, jolloin voi myös seurata maratoonarin juoksutaivalta koko juoksun ajan internet-välityksellä. Juoksua edeltävänä päivänä kisa-alueella järjestetään ilmainen ”pasta-party”, jossa juoksijoilla on mahdollisuus tankata oikein, kokoontua ja fiilistellä seuraavaa päivää. Tukholman kisa-alue on moninkertainen Helsingin kisa-alueeseen verrattuna. Urheilupisteitä on useita, on hierontamahdollisuus ja paljon ilmaisia sponsori –tuotteita jaossa. Tieto perustuu siihen, että opinnäytetyön tekijä oli vuonna 2013 matkustanut maratonille Tukholmaan lentäen ja oli ehtinyt käydä ”pasta-partyssa” juoksua edellisenä päivänä, kun juoksunumerot lähetetään laivalle osallistujan halutessa ja näin ollen voi menettää mahdollisuuden käydä Ruotsin puolella kisatoimistossa.

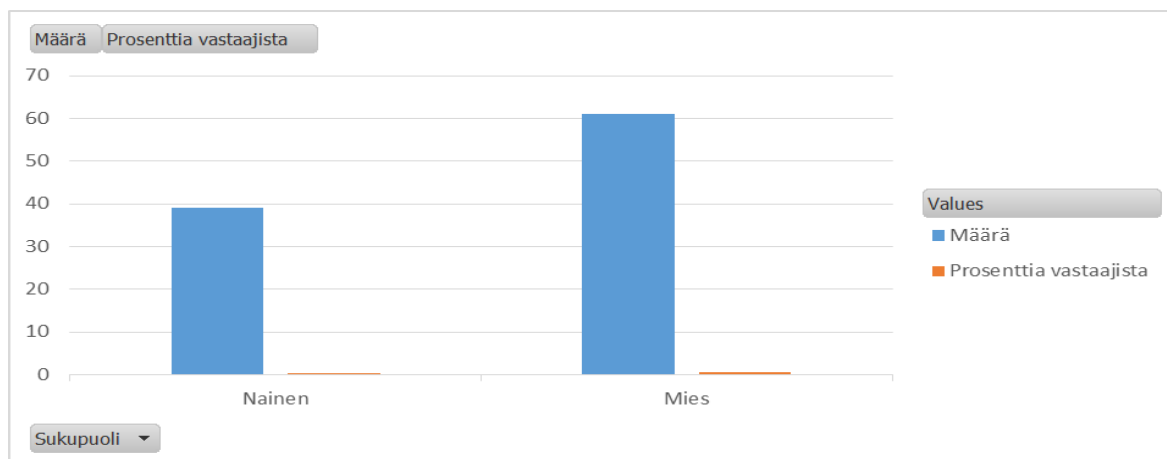
6 Tulokset

Kyselyyn vastanneita oli sata henkilöä. Kaikissa maratonjuoksutapahtumissa miehiä on ollut ja on edelleen suurempi osanottajamäärä kuin naisia. Sama ilmiö oli maratonlaivalla, joten opin- näytetyöntekijälle oli todella haastavaa löytää naisvastaajia siitäkin syystä, että miehet liikkuvat suurissa ryhmissä ja naiset keskimäärin vain 2 hengen porukassa. Haastattelijalle ei tuottanut vaikeuksia saada vastauksia miehiltä, kun he liikkuvat ryhmissä niin samalla kertaa oli mahdollisuus jakaa kyselylomakkeita 4-7: lle mieshenkilöille. Kun taas naisilta vastausten keräämiseen joutui tekemään paljon töitä, koska heitä oli laivalla niin harvassa.

Kyselystä haluttiin mahdollisimman lyhyen ja yksinkertaisen näköisen, jotta se ei pelästyttä vastaa- jia pituudellaan. Kyselyn perusteella opinnäytetyöntekijä halusi selvittää miksi ihmiset, etenkin naiset juoksevat maratonin, miksi ihmiset halusivat lähteä maratonmatkalle, millaiset ihmiset harrastavat näin vaativaa lajia ja ennen kaikkia selvittää naisten ja miesten eroavaisuu- det urheilumatkailussa.

6.1 Sukupuolijakauma

Tukholman maratonilla vuonna 2014 maalissa oli kaiken kaikkiaan 16 074 juoksijaa, joista nai- sia oli 4123 (25,65%) ja loput 11951 (74,35%) henkilöä olivat miehiä. Tästä voidaan päätellä, että maraton lajina on erittäin fyysinen ja edelleen hyvin miesvaltainen laji. Kyselyyn vastaajista 39 % olivat naisia ja 61 % olivat miehiä.



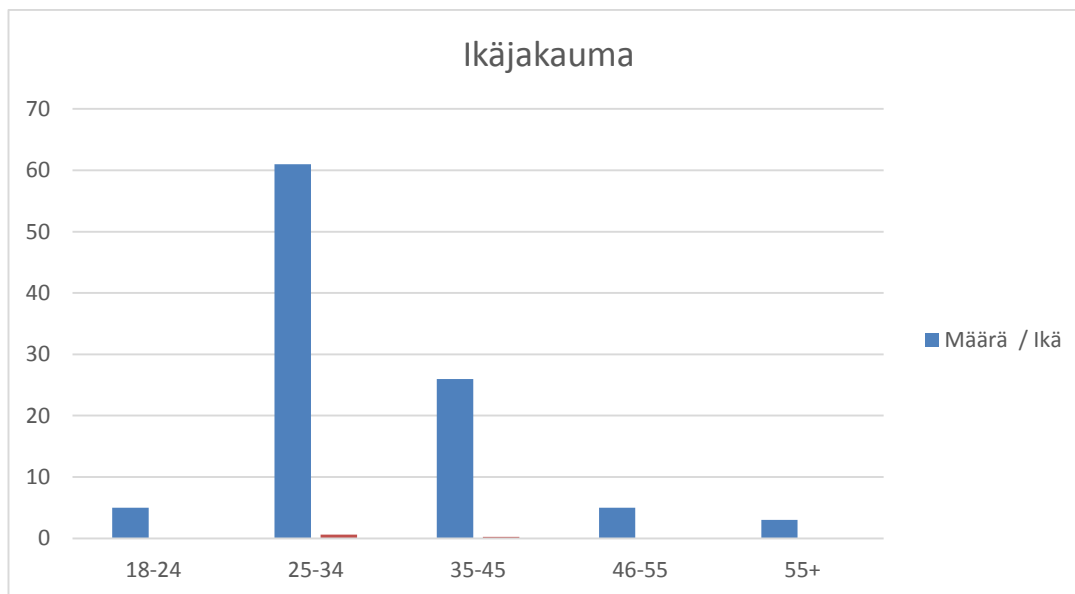
Kuvio 3. Kyselyn sukupuolijakauma.

6.2 Ikäjakauma

Kyselyssä jaettiin ikäryhmiä viiteen osioon, joilla haluttiin selvittää minkäikäiset henkilöt käyvät urheilumatkoilla juostakseen maratonin. Selvisi, että suurin osa kyselyyn vastanneista juoksijoista eli 61 prosenttia oli 25-34-vuotiaita. Toiseksi eniten juoksijoita, 26 prosenttia olivat 35-45-vuotiaista. Viisi prosenttia vastaajista oli 18-24-vuotiaita, sekä 46-55-vuotiaita. Yli 55-vuotiaita maratonmatkailijoita oli vain kolme prosenttia.

Juoksijoiden prosentuaalinen ikäjakauma:

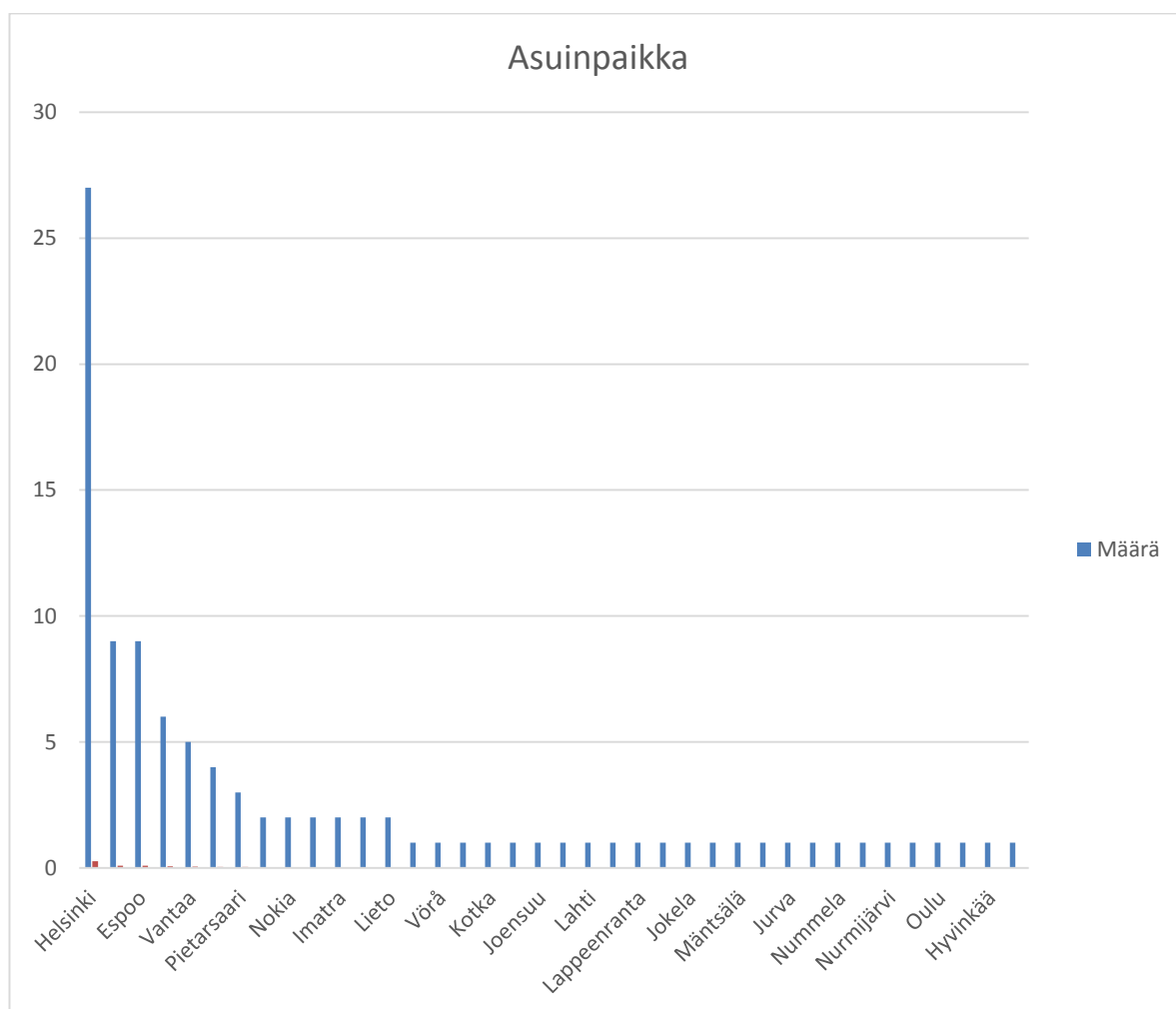
- 18-24-vuotiaita 5%
- 25-34-vuotiaita 61%
- 35-45-vuotiaita 26%
- 46-55-vuotiaita 5%
- yli 55-vuotiaita 3%



Kuvio 4. Ikäjakauma

6.3 Asuinpaikka

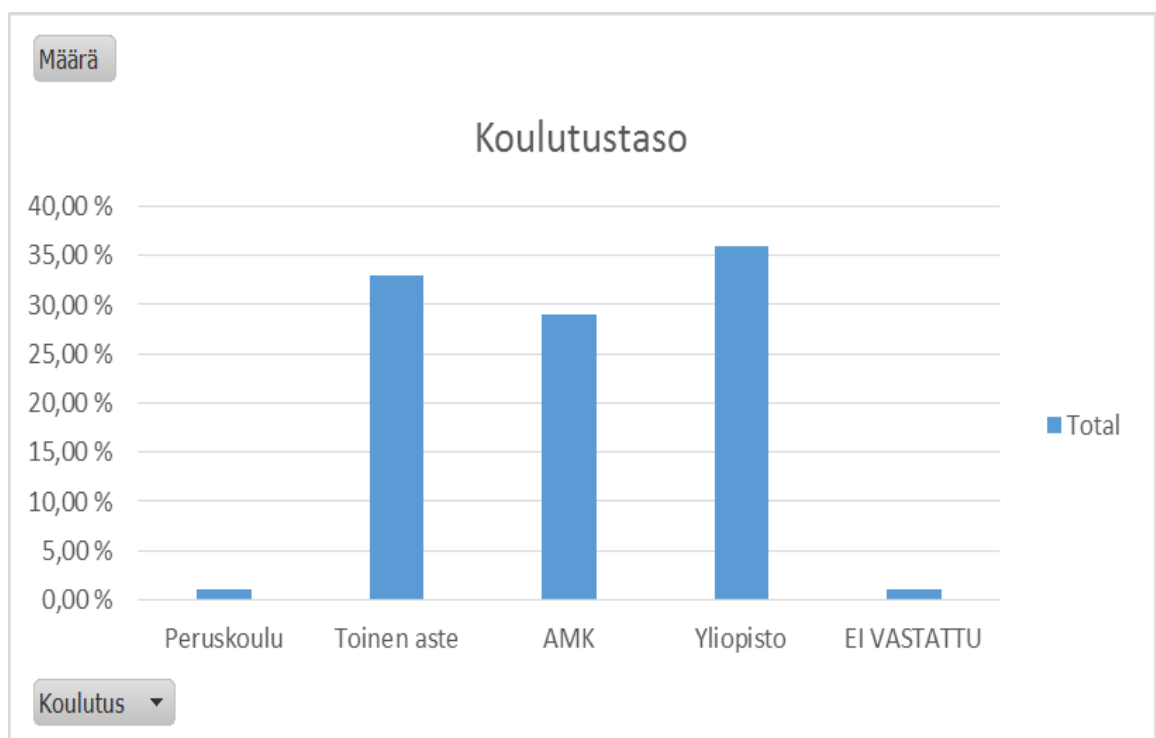
Suurin osa Tukholman maratonristeilijöistä oli kotoisin Helsingistä, 27 prosenttia. Maratonristeily lähti Helsingistä mistä selittyikin helsinkiläisten matkailijoiden suuri osuus maratonmatkalla. Risteilyyn osallistui ihmisiä ympäri Suomea. Helsingin lisäksi suurimmat osanottajamäärät tulivat Espoosta, Tampereelta, Turusta ja Vantaalta. Alla olevasta kuviosta 5 selviää mistäpäin Suomea urheilumatkailijat tulivat Viking Linen maratonristeilylle:



Kuvio 5. Asuinpaikka

6.4 Koulutus

Tutkimuksen mielenkiintoisin havainto löytyy maratonmatkailijoiden koulutustasosta. Kyselyssä haluttiin selvittää millainen koulutustaso maratonmatkailijoilla on. Kaiken kaikkiaan sadasta prosentista vain yksi prosenttia kyselyyn vastanneista jätti vastaamatta tähän kysymyksen. Ainoastaan yhdellä prosentilla oli peruskoulutus. Toisen asteen koulutuksen oli saanut 33 prosenttia vastanneista. Korkeakoulun käyneiden osuus vastaajista oli 65 prosenttia. Tätä tulosta ei voida pitää sattumana, kun muistellaan matkailuun tarvittavia resursseja, aineellisia ja aineettomia. Korkeasta koulutustasosta voidaan päätellä, että henkilö on kohtuu- tai hyväpalkkainen, siksi hänellä on resursseja lähteä urheilumatkalle. Maratonlajina on hyvin pitkäjänteinen, se vaatii tiukkaa itseuria ja hyvin säännöllistä juoksuharjoituksia. Maraton ei välttämättä sovi ihmisille, joilla ei ole tätä piirrettä, jota tarvitaan myös monivuotisissa jatko-opinnoissa.



Kuvio 6. Koulutustaso

Tutkimuksessa ilmeni, ettei naisista kukaan ollut jättänyt opintojaan peruskouluun. Toisen asteen koulutuksen käyneitä oli 25 prosenttia, ammattikorkeakoulun käyneitä 33 prosenttia ja yliopistotutkinnon suorittaneita oli eniten, yli 38 prosenttia vastanneista. Naisista vajaa kolme prosenttia ei vastannut tähän kohtaan, joten ei selviä varmuudella onko kysymys jäänyt heiltä huomaamatta, vai oliko haastattelijan läsnäolo häirinnyt vastaajia.

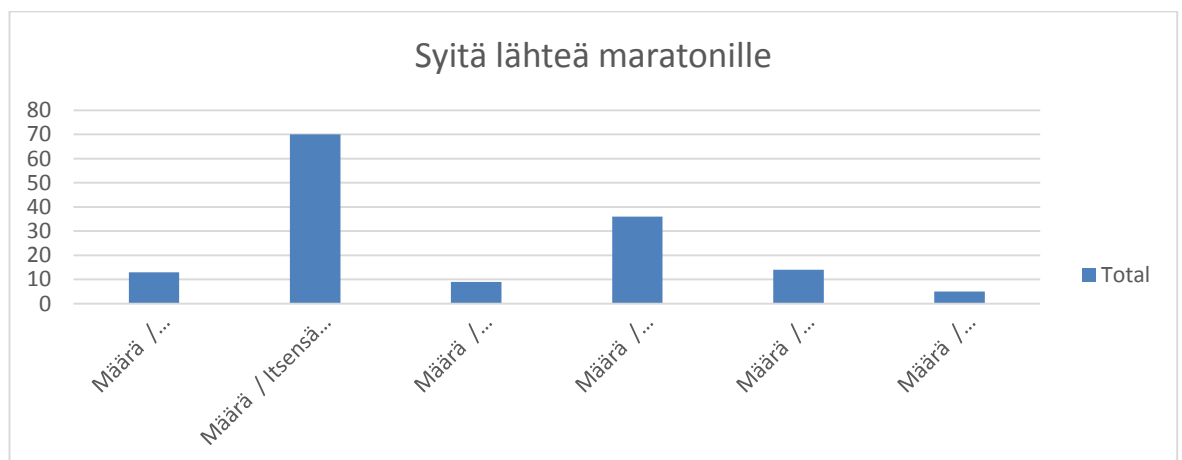
Miehistä vain hieman yli prosentilla on pelkästään peruskoulututkinto. Noin 38 prosenttia vastaajista on käynyt toisen asteen koulutuksen. 26 prosenttia vastanneista on käynyt ammatti-korkeakoulun ja 34 prosenttia vastanneilla on yliopistotutkinto.

Nainen	39,00 %
Toinen aste	25,64 %
AMK	33,33 %
Yliopisto	38,46 %
EI VASTATTU	2,56 %
M	61,00 %
Peruskoulu	1,64 %
Toinen aste	37,70 %
AMK	26,23 %
Yliopisto	34,43 %
Kaikki yhteensä	100,00 %

Kuvio 7. Naisten ja miesten koulutustaso

6.5 Suomalaisen urheilumatkailijoiden syytä osallistua Tukholman maratontapahtumaan

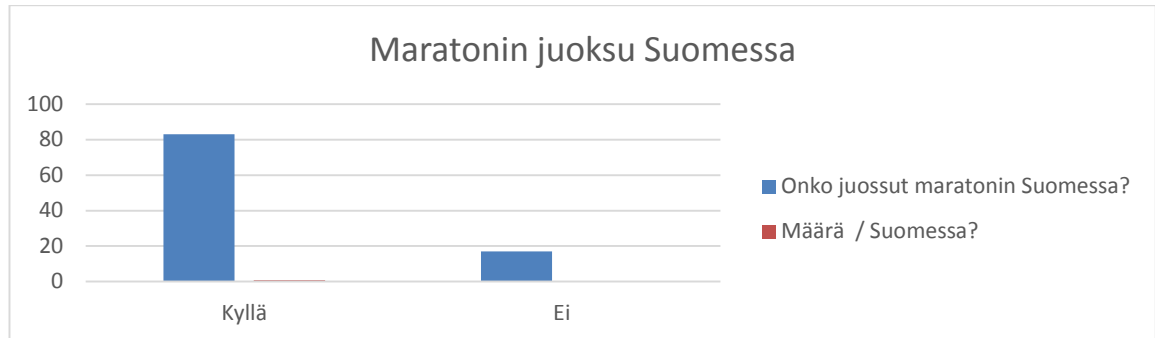
Kyselyssä pyydettiin vastaajia määrittelemään syytä Tukholman maratonille osallistumiseen. Tässä kohdassa oli mahdollisuus valita useampi vastausvaihtoehto. 70 prosenttia vastaajista piti itsensä haastamisen merkittävimpänä seikkana olla mukana tapahtumassa. Toiseksi tärkein syy osallistua maratonille oli terveyden ylläpito. Kolmanneksi mainittiin tuloshakuisuus, joka merkitsee maratoonilla mahdollisimman nopeaa juoksuaikaa. Vajaa kymmenen prosenttia juoksijoista lähti urheilumatkalle vain verkostoituakseen muiden juoksijoiden kanssa, taikka viettämään ystävien kanssa laatu-aikaa. Vain viisi prosenttia juoksijoista trenasivat maratonia varten tarkoituksena on vain tiputtaa painoa.



Kuvio 8. Juoksijoiden syytä osallistua Tukholman maratonille

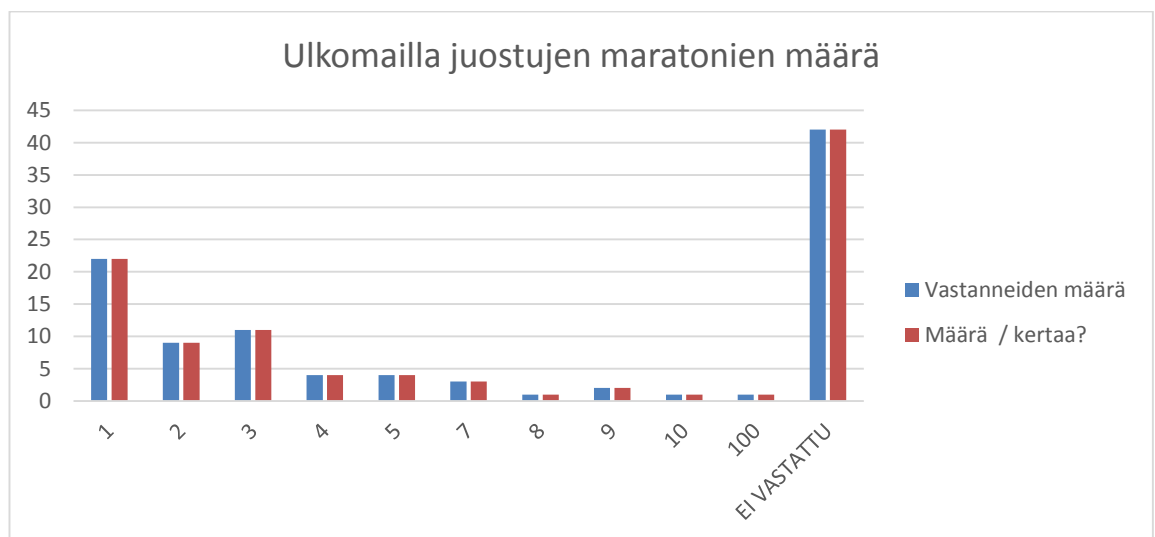
6.6 Maratonjuoksut Suomessa ja ulkomailla

Tutkimus osoittaa, että 83 prosenttia Tukholman maratonin tulleista suomalaisista urheilumatkailijoista on juossut myös Suomessa (kuvio 7).



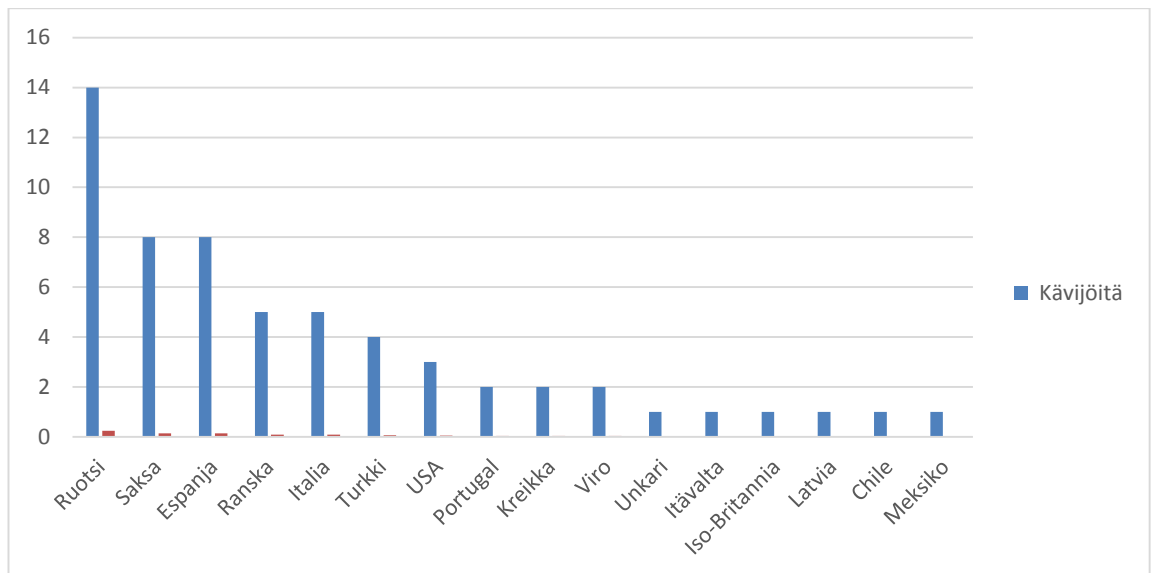
Kuvio 9. Maraton juoksut Suomessa

Ulkomailla juostujen maratonien määrästä 43 henkilöä sadasta jätti vastamatta. Suurin osa kyselyyn vastanneista, eli 22 prosenttia oli juossut vähintään kerran aiemmin ulkomailla.



Kuvio 10. Ulkomailla juostujen maratonien määrä

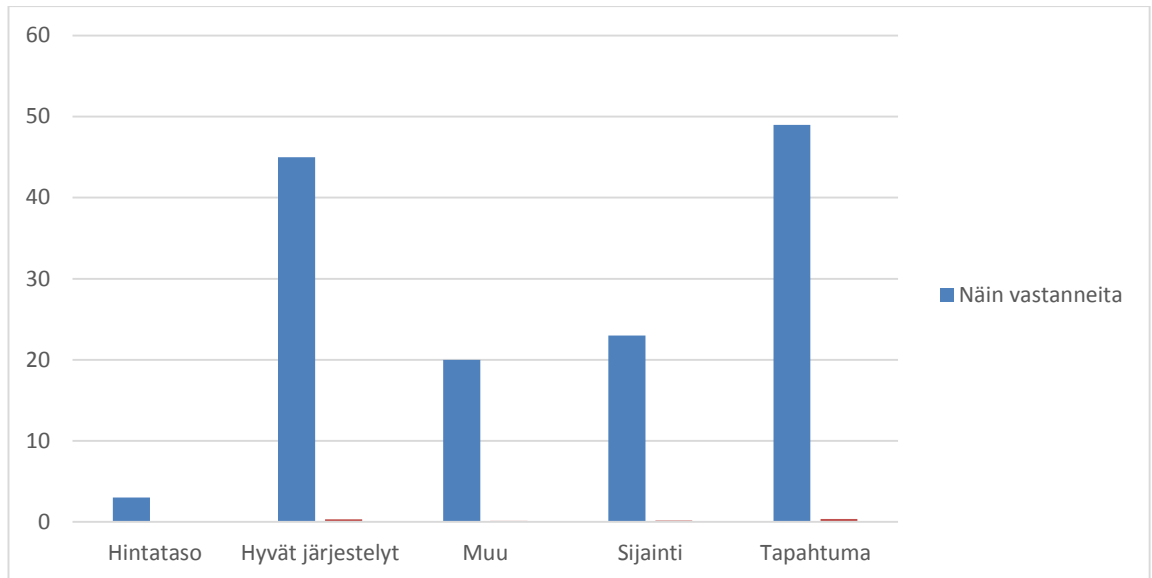
Tutkimuksessa selvisi, että Tukholman risteilylle tulleet maratonmatkailijat olivat käyneet juoksemassa maratonia ympäri maailmaa. Ykkösmaa suomalaisille maratonjuoksijoille oli ehdottomasti Ruotsi (kuvio 9). Toiseksi suosituimmat maratonkohteet olivat Espanja ja Saksa. Kolmannella sijalla olivat Ranska ja Italia. Suurin osa suomalaisista maratonmatkailijoista käyvät Euroopassa juoksemassa. Vain murto-osa kaikista kyselyyn vastanneista kertoi juosseensa kaukaisissa Yhdysvalloissa, Chilessä tai Meksikossa.



Kuvio 9. Eri maissa juostuja maratoneja

6.7 Tukholman maratonin suosion syitä

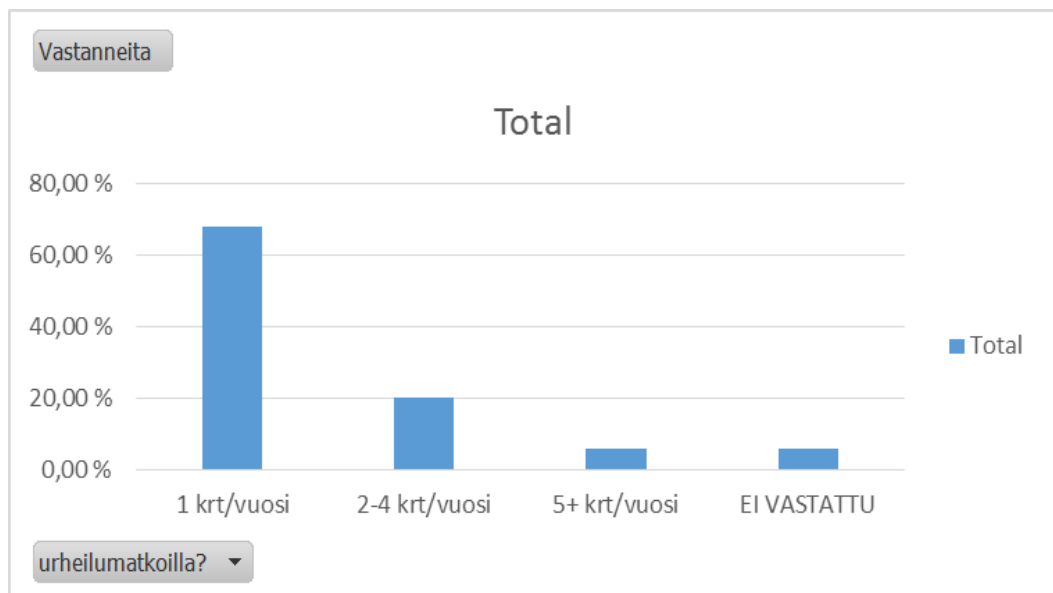
Tukholmassa juoksee vuosittain tuhansia suomalaisia ja vastaajia pyydettiin määrittelemään syitä juosta Tukholmassa, jotta saadaan selville miksi Tukholman maraton on niin suosittu suomalaisjuoksijoiden keskuudessa. Sijaintinsa puolesta Tukholman maratonin hintataso on edullisimpia suomalaisille. Tutkijan yllätykseksi juoksijoiden syy osallistua Tukholmaan urheilumatkalle ei ollut hintataso, sillä vain 3 prosenttia kyselyyn vastanneista suomalaisjuoksijoista ovat mukana kyseisen syyn takia. Tärkeimpiä syitä mainittiin itse tapahtumaa ja hyvät järjestelyt. Sijainti oli suomalaisille hyvä, koska Helsingistä Tukholmaan ei ole kovin pitkä matka. Muita syitä olivat sosiaaliset kanssakäymiset, ystävän ehdotus/suositus, ystävien kanssa ajanvietto, itsensä haastaminen, elämäntapa, työnantaja tukee maksamalla osallistumisen, ajankohta on sopiva ja tapahtumaa on kehitetty.



Kuvio 10. Tukholman maratonin suosion syitä

6.8 Urheilumatkailun vuotuinen määrä

Kerran vuodessa urheilumatkoilla kävi 68 prosenttia vastaajista. 20 prosenttia ilmoitti olevansa 2-4 kertaa vuodessa matkoilla ja 6 prosenttia vastanneista kertoi käyvän ainakin viisi kertaa tai useammin vuodessa urheilumatkoilla ulkomailla.



Kuvio 11. Urheilumatkailun määrä vuodessa

6.9 Maratonin tavoiteaika

Haastattelutilanteessa pyydettiin sekä miehiä, että naisia laittamaan juoksuaikatavoitteensa, haastattelijan henkilökohtaisen mielenkiinnon vuoksi. Vastauksella ei ole opinnäytetyön kannalta suurta merkitystä, koska opinnäytetyössä tutkitaan urheilumatkailua, eikä kuntourheilijoiden kilpailuviettä urheilusuoritukseen. Kysymyksen tavoitteena oli selvittää naisten ja miesten suhtautumista urheilusuorituksiin ja ajatuksia juoksusuorituksen tuloksesta. Naisten aikatavoiteista selvisi, että naisten koulutus oli suoraan verrannollinen heidän aikatavoiteisiinsa. Mitä korkeampi koulutus, sitä kovemmat olivat aika-tavoitteet. Naisten maraton tavoitteesta selvisi myös, että naiset lähtevät herkemmin juoksutapahtumaan tavoitteena vain päästä maaliin ilman aikatavoitteita. Opinnäytetyöntekijälle jäi haastattelutilanteessa naisvastaajista sellainen mielikuva, että nämä ovat aikatavoiteissaan avoimia ja tietynlainen nöyryys kuninkuusmatkaa kohtaan oli havaittavissa.

Vastauksista selvisi, että miehillä oli selkeästi kovemmat aikatavoitteet naisiin verrattuna. Miehistä kaikki halusivat maaliin neljässä tunnissa tai huomattavasti alle sen. Suurin osa lähti juoksukisaan hakemaan mahdollisimman hyvää tulosta eli nopeaa aikaa. Yksikään miesjuoksijoista ei kertonut haluavansa vain hölkätä maaliin. Tukholman maratonsivuilla olevista juoksutuloksista kuitenkin selviää, että vain puolet miesjuoksijoista alittavat neljä tuntia 42 195 kilometrin matkalla. (Marathon.se 2014) Haastattelijan läsnäolo voi tässäkin tapauksessa vaikuttaa näin henkilökohtaiseen kysymykseen vastaamiseen. Opinnäytetyöntekijä päättelee miesten vastauksista, että miehille saattaa olla vaikeampaa sanoa ääneen huonoa aikatavoitettaan ja että he ovat luonteeltaan kilpailuhenkisiä urheilussa, mikä taas heijastuu tietynlaiseen yliarviointiin omista aikatavoitteista.

7 Yhteenveto

Opinnäytetyön suurin haaste oli lähdekirjallisuuden vähäisyys. Maratonmatkailusta ei löytynyt ainuttakaan kirjaa, joten opinnäytetyöntekijä hyödynsi lähteeksi kirjallisuutta, joka käsitteli urheilumatkailua, matkailua ja maratonista käsitteleviä nettisivustoja. Opinnäytetyössä käsiteltiin myös paljon yleisiä asioita matkailusta johtuen siitä, että matkailulla on havaittu olevan suora yhteys urheilumatkailuun. Tutkimustulokset olivat merkittävän osa-alue koko opinnäytetyössä.

Kyselylomakkeiden tutkimustulokset osoittivat sen, että maratonmatkat on kasvava ilmiö ja sen suosio juoksuharrastajien keskuudessa on taattu. Maratonmatkailu on elämysten kokemista ja matkaa halutaan yhä useammin juosta ulkomailla, uudessa ympäristössä. Osa juoksijoista käy säännöllisesti ulkomailla juoksemassa. Tutkimuksessa ilmeni, että maratonjuoksijat ovat keskimäärin korkeasti koulutettuja henkilöitä. Juoksijoista 71 prosenttia olivat käyneet korkeakoulun ja koulutus yleensä rinnastetaan hyvään palkkatasoon, mikä mahdollistaa urheilumatkailun harrastamista. Tätä tietoa voisi matkailun markkinoinnissa hyödyntää. Tutkimuksessa ilmeni, että maratonjuoksijoiden keski-ikä oli 25-45-vuotiaat, jotka muodostavat 87 prosenttia juoksijoista. Maratonilla naisia oli vähemmän kuin miehiä, tämä kertoo lajin kovuudesta ja siitä, että laji on edelleen miesvaltainen. Juoksijoiden suurimmat syyt osallistua maratonjuoksuun oli itsensä haastaminen ja terveyden ylläpito. Sosiaalinen kanssakäymistä ei pidetty tärkeänä, vaikka kyseessä onkin massatapahtumat. Maratonristeilyllä oli havaittavissa, että osa miehistä lähti matkalle yksin, mutta yksinäisiä naisia ei näkynyt tapahtumassa. Naisille yleisin seurue maratonristeilyllä oli yksi tai kaksi ystävää.

83 prosenttia Tukholman maratonille osallistuneista juoksijoista oli aiemmin juossut myös Suomessa. Suurimmalla osalla oli entuudestaan maratonkokemusta kotimaasta, ennen kuin lähtivät haastamaan itseään ulkomaille. Suomalaiset juoksijat käyvät paljon maratonilla, sillä tutkimus osoitti, että 68 prosenttia olivat ainakin kerran vuodessa urheilumatkalla. 20 prosenttia vastaajista kertoi lähtevänsä 2-4 kertaa liikuntamatkalle. Kuusi prosenttia maratonmatkailijoista juoksevat ulkomailla yli viisi kertaa vuodessa, joka on iso määrä matkoja. Näillä tiedoilla voidaan olettaa, että Suomesta lähtee juoksijoita ulkomaille.

Kehitettävää maratonmatkailussa opinnäytetyöntekijä havaitsee matkanjärjestäjissä. Suomalaisen matkanjärjestäjien valmismatkoissa on puutteita aikataulun suhteen. Kun tarkastellaan maratonmatkoja, joita on tarjolla, niin suurin osa matkoista on liian lyhyitä juoksun jälkeiseen pa-

lautumiseen. Vaikka monet maratonmatkailijat lähtevät juoksemaan, niin itse matkailu monessa matkapaketissa jää sivuseikaksi, mikä on harmillinen. Valmismatkoissa on myös paljon hyviä puolia, kuten valmiit lento- ja hotellijärjestelyt sekä -kyyditykset. Monet juoksijat tahtoisivat myös nauttia extrapäivästä, palautua mahdollisista lennosta ja juoksusta, sekä nähdä kaupunkia. Esimerkiksi Riian maratonille järjestetään Suomesta kahden päivän maratonmatka, jolloin ei ehdi muuta kuin juosta ja palata saman tien kotiin. Maraton on itsessään hyvin raskas kokemus ja palautuminen kuuluu asiaan. Maratonmatkailijan näkökulmasta matkanjärjestäjät voisivat huomioida näitä seikkoja ja lisätä vaihtoehtoja koskien matkan pituutta, vaikka lisämaksusta.

Opinnäytetyön teko oli erittäin antoisa kokemus, sillä aihe on hyvin mielenkiintoinen. Työn kohokohta oli maratonristeily, jossa oli mahdollisuus keskustella kasvotusten juoksijoiden kanssa matkailusta ja maratonjuoksusta. Laivalla vallitsi hyvä tunnelma alusta loppuun. Ei ole yllätys, että Tukholman maraton kerää vuosittain tuhansia suomalaisia juoksijoita paikalle. Opinnäytetyön purkaminen oli ehdottomasti suosikkivaiheita. Opinnäytetyöntekijä kokee, että ymmärtää tämän opinnäytetyön kautta, miksi urheilumatkailu on monille ihmisille niin suuri elämys ja miksi se on nykyisin niin suosittu. Opinnäytetyön aikana työn tekijä ilmoittautui Tukholman maratonille 2015, kun muistot edellisestä matkasta olivat niin lämpimät ja maratonhuumaa haluaa kokea yhä uudelleen ja uudelleen.

Lähteet

- Adair, D & Ritchie, B. 2004. Sport tourism, interrelationship, impacts and issues. Cromwell Press. Great Britain.
- Anttila, S & Paunonen, A. 2011. Matkalla maratonille. Saarijärven offset Oy. 6. painos. Jyväskylä.
- Aventura 2014. Etelä-Afrikka Two Oceans marathon. Luettavissa: http://www.aventura.fi/maratonmatka_etela-afrikka_two-oceans-marathon. Luettu 16.10. 2014
- Aventura 2014. Maraton matka Tansaniassa: Kilimanjaro marathon. Luettavissa: http://www.aventura.fi/maratonmatka_tansania_kilimanjaro-marathon. Luettu 17.10. 2014
- Aventura 2014. Maratonmatka Nepalissa. Mt. Everest marathon. Luettavissa: http://www.aventura.fi/maratonmatka_nepal_mt-everest-marathon. Luettu 17.10. 2014
- BBC News 2012. When marathon were just for men. Luettavissa: <http://www.bbc.com/news/magazine-17632029>./ Luettu 15.10.2014
- Dielemans, J. 2010. Tervetuloa paratiisiin. Otavan kirjapaino Oy. Keuruu.
- Fordyce, B. 2008. The Marathon runner's handbook, New Holland Publisher Ltd. Holland.
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Edita publishing Oy. 7. painos Helsinki.
- Helsinki City Maraton 2014. Helsinki City Maraton juostaan tänään. Luettavissa: http://yle.fi/uutiset/helsinki_city_marathon_juostaan_tanaan/7413956. Luettu 17.10.2014
- Hinch, T & Higham, J. 2011. Sport tourism development. Short run press Ltd. 2. painos. United Kingdom.
- Järvimäki, I & Stubb, A. 2009. Treenikirja. Kustannusosakeyhtiö Otava. Keuruu.
- Kurki, L. 2008. Innostava matkailu. Juvenes Print - Tampereen Yliopistopaino Oy. Tampere.

Lehtinen, R & Hemmi, J & Vuoristo, K. 1987. Matkailu ja matkailijat. WSOY: n graafiset laitokset. Porvoo.

Matka-agentit 2014. Istanbul maraton. Luettavissa: <http://matka-agentit.fi/istanbul-eurasia-maraton/>. Luettu 16.10.2014

Maratonkoulupori 2014. Luettavissa: <http://www.marathonkoulupori.fi/historia/>. Luettu 15.10.2014

Marathonrookie 2014. Marathon training. Luettavissa: <http://www.marathonrookie.com/marathon-training.html>. Luettu 16.10.2014

Murphy, S. 2003. Joka naisen juoksukirja. Karisto Oy. Tampere.

My next run 2013. Maraton –matkojen kuningas. Luettavissa: <https://fi.mynextrun.com/run/articles/maraton>. Luettu: 17.10.2014

My next run 2013. Maraton –matkojen kuningas. Luettavissa: <https://fi.mynextrun.com/run>. Luettavissa: 16.10.2014

Nilsson, Ingmarie. 2012. Juoksijan treeniopas. Karisto Oy. Hämeenlinna.

Ojanen, M. 2009. Hyvinvoinnin käsikirja. Kariston kirjapaino Oy. Hämeenlinna.

Rantapallo 2013. Pakettimatkojen hyödyt ja haitat. Luettavissa: <http://www.rantapallo.fi/mat-kavinkit/oppaalla-vai-ilman-pakettimatkojen-hyodyt-ja-haitat/> Luettu 16.10.2014

Stockholm Marathon 2014. A world breaking race in so many ways. Luettavissa: http://www.stockholmmarathon.se/start/content.cfm?Sec_ID=5027&Rac_ID=288&Lan_ID=3. Luettu 17.10. 2014

Stockholm marathon 2014. Tervetuloa Stockholm maratonille. Luettavissa: http://stockholmmarathon.se/start/index.cfm?Lan_ID=2. Luettu: 5.12.2014

The Guardian 2013. London marathon compare races worldwide. Luettavissa: <http://www.theguardian.com/news/datablog/2013/apr/19/london-marathon-compare-races-worldwide>. Luettu 16.10.2014

Varto, J. 1992. Laadullisen tutkimuksen metodologia. Tammer-Paino Oy. Tampere.

Vetikko Travel 2014. Vetikko travelin matka New York maratonille. Luettavissa: <http://www.kestavyysurheilu.fi/kalenteri/vetikko-travelin-matka-new-yorkin-maratonille>. Luettu 16.10.2014

Vetikko Travel 2014. Vienna City Maraton. Luettavissa: <http://www.vetikkotravel.com/maratonmatkat/72-wien-154>. Luettu 16.10.2014

Vetikko Travel 2014. Rock 'N` Roll Madrid maraton. Luettavissa: <http://www.vetikkotravel.com/maratonmatkat/108-rock-n-roll-madrid-maraton-ja-10k>. Luettu 16.10.2014

Vuoristo, K. 2003. Matkailun maailma. Wsoy. Porvoo.

Liitteet

Liite 1. Excel-taulukko

Liite 2. Kyselylomakkeen kysymykset

Kyselylomakkeen kysymykset

Sukupuoli

- Mies
- Nainen

Ikä

- 18-24
- 25-34
- 35-45
- 46-55
- yli 55

Asuinpaikka _____

Koulutus

- Peruskoulu
- Ammattikoulu/Lukio
- AMK
- Yliopisto

Mikä näistä kuvaa sinua juoksijana

- Elämysten etsijä
- Itsensä haastaminen
- Sosiaalinen kanssakäyminen
- Terveiden Ylläpito
- Tuloshakuisuus/aikatavoite
- Painonhallinta

Oletteko juossut Suomessa

- Kyllä
 - Ei
- a) Montako kertaa olette juossut ulkomailla
- b) Missä maissa

Miksi juuri Tukholman maraton

- Hyvät järjestelyt
- Hintataso
- Tapahtuma
- Sijainti
- Muu, mikä?

Kuinka usein olette urheilumatkoilla?

- Kerran vuodessa
- 2-4 kertaa vuodessa
- yli 5 kertaa vuodessa