

Marika Fager

VAIHTOEHTOINEN
MATKAILUKOHDE –
VASTUULLINEN MATKAILIJA?
Luomutila Gaijan kävijätutkimus

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma

Maaliskuu 2010




MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU

Mikkeli University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Opinnäytetyön päivämäärä 12.3.2010
Tekijä Marika Fager	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Matkailun koulutusohjelma	
Nimeke Vaihtoehtoinen matkailukohde - vastuullinen matkailija? Luomutila Gaijan kävijätutkimus		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää onko vaihtoehtoiseen matkailukohteeseen matkustavilla ihmisillä vastuullisuuden piirteitä kulutustottumuksissaan. Tavoitteisiin kuuluu myös ymmärtää, mikä motivoi ihmisiä matkaille vaihtoehtoiseen matkailukohteeseen ja mitkä arvot vaikuttavat kuluttajien matkailupäätösiin. Tutkimuskohteeksi valittiin Luomutila Gaija ja sen kävijät kesäsesonkina 2009. Vaihtoehtoinen matkailukohde edustaa tässä yhteydessä ekologista, vastuullista ja eettisesti valvetunutta kohdetta, jossa ei ole havaittavissa massamatkailun piirteitä.</p> <p>Nykyään maaseudun virkistyselliset ja matkailulliset mahdollisuudet tiedostetaan, samalla kun kuluttajien vaihtoehtojen etsiminen lomanviettotavoissa yleistyy. Arvojen, tarpeiden ja motiivien vaikutus matkailukulutukseen on monimutkainen prosessi, mutta näiden tekijöiden avulla voidaan ymmärtää matkailijoiden käyttäytymistä yhä paremmin. Sosiodemografisen tiedot ovat matkailukulutuksen kannalta myös oleellisia, sillä varsinkin elämäntilanteen ja elinkaaren vaiheen on havaittu vaikuttavan matkailukulutukseen tuntuvasti.</p> <p>Laadullista tutkimusta tehtiin tapaustutkimuksen mukaisesti osallistuvan havainnoinnin ja kyselyn avulla. Kyselyn tilastollisen aineiston analysointiin käytettiin SPSS-järjestelmää. Tutkimuksen tieteellinen luotettavuus on kohtalainen, sillä tulosten analysointi jäi osittain tulkinnanvaraiseksi. Tulosten avulla on kuitenkin mahdollista tehdä havainnoja, jotka voivat olla hyödyllisiä yrityksen asiakassegmentoinnin, tuotekehittelyn ja markkinoinnin suunnittelussa.</p> <p>Tuloksista osoittautui, että valtaosa Luomutila Gaijan kävijöistä on ympäristömyönteisiä ja vastuullisia matkailun kulutustottumuksissaan. Sosiodemografisten tietojen perusteella todettiin, että juuri matkaseuralla näytti olevan voimakas motiiveja, arvoja sekä eettisiä mielipiteitä jakava vaikutus. Perhematkailijoille tärkein motivaattori yleisesti matkalle lähtöön oli aktiviteetti- ja nähtävyyss pohjainen, kun taas yksinmatkailijoille syitä löytyi useita. Yksinmatkailijoille myös matkailun eettisyysasiat, kuten paikallisten tukeminen, eläinten oikeudenmukainen kohtelu ja massaturismin välttäminen olivat lähes poikkeuksetta tärkeämpiä kuin perhematkailijoiden keskuudessa. Luomutila Gaijaan oli saavuttu enemmistön keskuudessa kestävän kehityksen ja ekologisuuden, yhteisöllisyyden sekä uuden oppimisen motivoimana. Kävijätutkimuksen avulla saatiin matkailijoista esiin muun muassa mielipiteitä, arvostuksia ja mieltymyksiä, mikä luo persoonallisen pohjan syvemmälle toiminnan suunnittelulle.</p>		
Asiasanat (avainsanat) vaihtoehtoinen matkailu, ekologisuus, kulutuskäyttäytyminen, postmodernismi, asiakassegmentointi		
Sivumäärä 59 s. + liitteet 8 s.	Kieli Suomi	URN
Huomautus (huomautukset liitteistä)		
Ohjaavan opettajan nimi Ismo Glad	Opinnäytetyön toimeksiantaja Ähtärin matkailun Masterplan -hanke	

DESCRIPTION

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Date of the bachelor's thesis 12.3.2010
Author Marika Fager	Degree programme and option Degree Programme in Tourism, Bachelor of Hospitality Management	
Name of the bachelor's thesis Alternative destination - responsible tourist? Visitor survey at Gaija Organic Farm.		
Abstract <p>The purpose of the study is to discover whether there are any responsible values behind alternative travel consumerism. The aim of this study is also to understand what motivates people to travel to an alternative tourism destination. To investigate these questions, Gaija Organic Farm and its visitors were surveyed during the high season in 2009. Alternative tourism in this study is defined as a responsible, ecological and ethically mindful act in the field of travel and tourism.</p> <p>The potential of the countryside as a tourism service provider is greater than ever and at the same time consumers look for more alternative ways of spending a holiday. Values, needs and motives have an effect on consumers in a complex way, but by analyzing these factors it is possible to understand travellers' behavior even better. Sociodemographics also play an important role. Especially a traveller's life situation and the phase in the life cycle have a great influence on travel consumption.</p> <p>The study was carried out by using various research methods complementary to each other. Statistical methods were used to analyze the data, but it was discussed from a qualitative point of view. The case study was conducted by using participating observation and a survey. The reliability of the study is medium due to the method of analysis. It is more meaningful to interpret the results as they are, than to make conclusions and generalisations. However, as a result of this study it is possible to create more efficient and specific customer segments as well as marketing and product improvement methods.</p> <p>The results indicate that most of the visitors at Gaija Organic Farm are responsible and ecologically oriented in their travel consumption habits. The sociodemographics show that travel companions affect the motives of travel most in this case study. Families were motivated by the attractions and activities while single-travellers had a wider range of motives. For single-travellers ethical and environmental issues in tourism were more important than for those who travelled with their families. Also, single-travellers seemed to be more orientated on alternative tourism than families. The primary reasons and motives to visit Gaija Organic Farm were in general sustainable development and ecological acts, community life and learning something new.</p>		
Subject headings, (keywords) alternative tourism, ecological, consumer behavior, postmodernism, customer segmentation		
Pages 59 + app. 8 p.	Language Finnish	URN
Remarks, notes on appendices		
Tutor Ismo Glad	Bachelor's thesis assigned by Ähtäri Masterplan Initiative	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön aihe ja tausta	1
1.2	Gaija-yhteisö, luomutila, opisto ja hostelli	3
2	SUOMEN MAASEUTU JA MATKAILU	4
2.1	Suomen maaseutupolitiikan visio ja muutokset maaseudulla	4
2.2	Maaseutumatkailu	6
3	VAIHTOEHTOISEN MATKAILUN MUOTOJA	8
3.1	Vaihtoehtoinen matkailu	8
3.2	Eettinen ja reilu matkailu	12
3.3	Luonto- ja ekomatkailu	13
3.4	Kulttuuri- ja kylämatkailu	14
3.5	Maaseutumatkailu -perinteistä vai vaihtoehtoista matkailua?	17
4	MATKAILUKULUTTAJA	18
4.1	Matkailijan määritelmä ja typologiaa	18
4.2	Motiivit ja matkailutuotteen ostopäätös	19
4.3	Arvot	20
4.4	Uusi matkailukuluttaja	22
5	LUOMUTILA GAIJAN KÄVIJÄTUTKIMUS	24
5.1	Tutkimusmenetelmät	24
5.2	Kävijätutkimuksen toteutus	29
5.3	Opinnäytetutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti	30
5.4	Tulokset	31
5.4.1	Osallistuvan havainnoinnin tulokset	31
5.4.2	Sosiodemografiset tiedot ja matkaseura	34
5.4.3	Matkan kesto, kulkuneuvo ja yöpymiset Gaijassa	35
5.4.4	Matkalle lähdön motiivit	36
5.4.5	Arvot ja eettisyys matkailussa	40
5.5	Yhteenveto	48
6	POHDINTA	52
	LÄHTEET	57
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

1.1 Opinnäytetyön aihe ja tausta

Tämän opinnäytetyön päätarkoituksena on tarkastella vastuullisuuden ilmenemistä matkailukulutuksessa ja myös sitä, miten matkailuyritykset voivat ottaa huomioon tämän asiakkuuden hallinnassaan. Tutkimusongelman syntyyn vaikutti olennaisesti ajatus, että ekologiseen matkailukohteeseen matkustettaessa asiakkailta uskoisi olevan myös ekologisuusarvoja. Matkailukohteen kehittämiseen asiakassegmentoinnin avulla tarvitaan hyvin yksilöllistä tietoa, sillä tuotekehittelyä ja markkinointia ei kannata liiaksi perustaa yleistyksille, jos ei tiedä, mikä on oikeasti motivoinut asiakkaan kääntymään tietyn matkailuyrityksen puoleen (Komppula & Boxberg 2002, 76). Ekologisen matkailukohteen tulisi todella panostaa siihen, miten ottaa ekologisesti valveutuneet ja valveutumattomat asiakkaat huomioon markkinoinnissaan, tuotekehittelyssä ja kohteen opastuksien laatimisessa (Wearing & Neil 2001, 292).

Teoreettinen viitekehys muodostuu Suomen maaseutumatkailusta, vaihtoehtoisen matkailun ilmiöistä, matkailun tulevaisuuden suuntia arvioivista näkökulmista, sosiaalipsykologian arvoteorioista ja -tutkimuksista sekä matkailukulutusta koskevista tutkimuksista. Empiirisen tutkimuksen kohteeksi valikoitui suomalainen Luomutila Gaija ja sen kävijät. Varsinaiseksi tutkimusongelmaksi tiivistyi: Minkälaiset sesonkimatkailijat valitsevat vaihtoehtoisen majoituskohteen ja miksi? Mikä on siis motivoinut asiakasta valitsemaan kyseisen kohteen ja mitkä arvot vaikuttavat eniten matkailupäätöksen taustalla?

Tämä opinnäytetyö on saanut vaikutteita myös kuluttajakäyttäytymisestä. Aihepiirinä ovat ne ilmiöt, jotka saavat kuluttajan käyttäytymään tietyllä tavalla päätöksenteon monimutkaisessa prosessissa. Matkailussa kuluttaminen ja ostopäätöksenteko vaativat kuluttajalta enemmän harkintaa ja ongelmanratkaisua kuin rutiininomaisten ostosten teko, mikä erottaa matkailukulutuksen osittain muusta kulutuksesta (Swarbrook & Horner 2007, 70 - 71; Middleton ym. 2009, 78 - 79). Halavan (2008, 1) mukaan suomalainen kulutusyhteiskunta on siirtynyt postmoderniin aikaan, jossa on siirrytty tarpeen mukaisesta kohti halun mukaista kuluttamista. Tällaisessa yhteiskunnassa kysyntä monipuolistuu ja vaatii myös erikoistunutta tarjontaa vastineekseen. Postmodernille

yhteiskunnalle on myös ominaista, että kulutuksen kautta määritetään ja ilmennetään kulttuuria (Honkanen & Mustonen 2005, 5).

Jos kulutuksen avulla pystytään ilmaisemaan itseä, on oletettavaa, että myös matkailukulutuksella on muunlaisia tarkoituksia kuin pelkkä rentoutuminen ja arjesta irrottautuminen. Poonin (1993, 122) mukaan lentomatkojen, pakettimatkailun ja parantuneen elintason myötä matkailusta ja vapaa-ajanvietosta on tullut osa yhteiskunnan arkea niin kehittyvissä kuin kehittyneissäkin maissa. Varsinkin teollisistuneissa yhteiskunnissa on havaittu arvomuutoksia, joissa ennen priorisoivina arvoina pidetyt taloudelliset arvot ovat alkaneet väistyä pois elämisen ilon, terveyden, onnellisuuden ja luonnon kunnioituksen tieltä. Kaikki tämä vaikuttaa myös ihmisten ostokäyttäytymiseen, jolloin matka tai loma ei enää ole vain pakoa arjesta vaan omaa elämää laajentava ja täydentävä kokemus.

Matkailua ei pidä siis jättää muiden kulutustutkimusten ulkopuolelle, sillä matkailukulutus on erityisesti postmodernin kulttuurin näkökulmasta oleellinen osa länsimaisen ihmisen kulutuskäyttäytymistä (Honkanen & Mustonen 2005, 3). Uudenlaiset sosiaaliluokat ja elämäntilanteet myös vaikuttavat kuluttamiseen esimerkiksi naisten keskuudessa, kun perheen perustaminen on siirtynyt myöhemmäksi. Tällöin kasvanut vapaa-aika käytetään nimenomaisesti matkapalveluihin, joita ostetaan nykyään huomattavasti herkemmin kuin ennen (Page 2009, 538.) Matkailukuluttamisen kasvuun ja muutokseen on oleellisesti vaikuttanut myös teknologian kehittyminen, jolloin matkailutuotteiden ostaminen on helpottunut merkittävästi (Hawkins ym. 1997, 46).

Useiden kuluttajatutkimusten mukaan suomalaiset kuluttajat ovat alkaneet yhä enemmän tiedostaa ostamiensa tuotteiden vaikutukset ympäristölle ja omalle terveydelleen. Esimerkiksi suomalaisten ostokiinnostus luomutuotteisiin on korkeampi kuin koskaan: lähes puolet suomalaisista aikoo lisätä luomutuotteiden ostoa (Suomen Ruokatieto 2009.) Selvästi yli puolet suomalaista myös uskoo, että kuluttamisella voi vaikuttaa yhteiskuntaan. Lisäksi kulutuskäyttäytymistä ohjaa eettisyyden trendi, mikä näkyy esimerkiksi reilun kaupan tuotteiden menekin kasvuna (Tiilikainen 2009, 1 - 2; Reilun kaupan edistämisyhdistys 2010). Näiden muutosten valossa on mahdollista, että myös matkailukulutuksessa voi näkyä muutoksia kohti vastuullisempaa kulutuskäyttäyty-

mistä. Vastuullisuudella tarkoitetaan tässä yhteydessä kokonaisvaltaisesti kestävästä kehitystä, eettisyyttä, ekologisuutta ja hyvántahtoisuutta.

1.2 Gaija-yhteisö, luomutila, opisto ja hostelli

Gaija on nuori ja kasvava yhteisö maaseudulla, joka toimii Ähtärin kaupungin omistamalla entisellä kunnalliskodin tilalla Kaijanniemessä. Gaijan tila sijaitsee seitsemän kilometrin päässä keskustasta ja yhdeksän kilometrin päässä Ähtärin eläinpuistosta. Koko tilan koko on 10 hehtaaria, josta viisi hehtaaria on perinnelaitumia ja kolme hehtaaria peltoa. Tila tulee toimeen lähinnä vapaaehtoisten voimin ja EU:n maataloustuen avulla. Tilalla sijaitsee kivinen suuri päärakennus, 2 hirsitaloa, hirsirantasauna ja kivinavetta. Hirsitaloista toisessa niin kutsutussa Pehtoorin talossa on neljä käytössä olevaa asuntoa, ja toinen Karjakon talo on kunnostuksen tarpeessa. (Sivula 2010.)

Eko-osuuskuntana toimivaa Luomutila Gaijaa on vuokrattu Ähtärin kaupungilta vuodesta 2006 lähtien. Ensimmäisenä toimintavuonna Gaijan perustajajäseniä oli 7, joista 3 asui Kaijanniemen tilalla. Tällä hetkellä vakituksia asukkaita on 18 aikuista ja 5 lasta. Gaijan aikuisista 94 % on 25 - 35 -vuotiaita nuoria aikuisia, joilla on halua luoda edellytyksiä maalla asumiseen kestäväällä tavalla ja ansaita toimeentulonsa eettisten arvojen ja todellisten taitojensa mukaan. Toiminnan myötä on perustettu hostelli, pienleipomo, kurssikeskus ja tuottava luomupuutarha. (Sivula 2010.)

EU:n luomuvalvonnan piiriin kuuluvalta luomutilalta saadaan yhteisön käyttöön paljon eri vihanneksia, marjoja ja yrttejä sekä maatiaiskanojen munia. Perinnebiotooppi-alueet toimivat luontevasti neljäpäisen lammasmaun ja kahden suomenhevosen laidunmaina. Päärakennuksessa on vuoden ympäri kurssitoimintaa, koulutuksia ja eri tapahtumia. Gaijassa on järjestetty tähän mennessä muun muassa Sippoin akupainanta ja meridiaanihieronnan ammattikoulutusta, permakulttuuriviikonloppu sekä Sippoin energia- ja itsehoidon kurssi. Tulevaisuudessa järjestetään esimerkiksi Reiki-parannus kurssi ja erilaisia käsityöpajoja. Gaijan Luomupuodissa myydään luonnonmukaisia ja reilun kaupan tuontituotteita, Gaijan omaa luomuruisleipää sekä yhteisön jäsenten tekemiä käsitöitä. Luomupuodilla on myös postimyyntiä ja muitakin yhteisön jäsenten tekemiä tuotteita viedään muun muassa Jyväskylään jälleenmyyjille. Lisäksi Gaijalla on oma luomucatering-palvelu, joka kehittelee erityisesti ryhmiä. (Ollila 2009.)

Toimintaa on kuvattu seuraavasti: ”Gaija ehkä etsii entisaikojen kyläyhteisö -fiilistä modernilla latauksella. Menneeseen ei tarvitse palata, mutta sieltä voi ottaa hyvät asiat, kuten yhteisöllisyyden, jossa kaveria ei jätetä.” Gaijan visio on toimia kestävän kehityksen periaatteella säilyttäen ihmisen ja luonnon hyvinvoinnin. Asukkaille paikan on tarkoitus olla jokaista individuaalisesti innostava, harraste- ja yritystoimintaa sekä työntekoa tukeva. Gaijan halutaan olevan onnelliselle elämälle peruspuitteet antava koti. Vierailijoita kutsutaan avoimesti kylään ja tutustumaan yhteisöelämään, majoittumaan, osallistumaan työntekoon ja oppimaan uusia asioita. (Gaija 2009.)

Gaijan hostelli sijaitsee päärakennuksen toisessa kerroksessa. Majoituskapasiteetti koostuu yhdeksästä kahden hengen huoneesta, joihin kaikkiin on lisävuodemahdollisuus. Hostelliin kuuluu myös keittiö, oleskelutila ja suihku sekä kaksi WC:tä, jotka ovat kaikki yhteisessä käytössä. Gaijassa kävi vuonna 2008 arvion mukaan 200 kävijää, joista valtaosa oli matkailijoita. (Ollila 2009.) Ähtärin pääasiallinen matkailu keskittyy matkailukeskukseen, jossa sijaitsee Ähtärin Eläinpuisto, pääasialliset majoituspalvelut sekä virkistyspalvelut. Alueella vierailee vuosittain yli 100 000 kävijää ja matkailu on pääosin keskittynyt perhe- ja hyvinvointimatkailuun. Ähtärin matkailun välitön vuositulo oli vuonna 2008 13,2 miljoonaa euroa. Koko Etelä-Pohjanmaalla vastaava luku oli 330 miljoonaa euroa, johon vaikutti oleellisesti muun muassa Veljekset Keskinen Oy:n vähittäiskaupan osuus. Kokoaikaisia matkailualan työpaikkoja Ähtärissä on 168 kappaletta. (Matkailuselvitys 2010, 4, 7.)

2 SUOMEN MAASEUTU JA MATKAILU

2.1 Suomen maaseutupolitiikan visio ja muutokset maaseudulla

Suomen maaseutupolitiikan visio vuonna 2020 on turvata maaseudulla asuvien ihmisten hyvä elämäntaso, toimeentulo ja taata valtakunnallista hyvinvointia sekä kilpailukykyisyyttä. Maaseudulla toimivat ihmiset, yhteisöt sekä yritykset voivat hyvin ja yhteisöllisyys, kansainvälisyys ja ympäristön tila ovat kehittyneet parempaan suuntaan. (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2009, 5.) Suomi on suureksi osaksi harvaan asuttua maaseutua, mikä tekee sen erityiseksi verrattuna muihin Euroopan maihin. Suo-

men pinta-alasta on 90 % maaseutukuntia ja näillä alueilla asuu noin 40 % väestöstä ja sijaitsee noin 32 % työpaikoista (Maaseutupoliittinen erityisryhmä 2007, 10 - 11).

Syrjäisempiä maaseutualueita uhkaa tulevaisuudessa kuitenkin autioituminen ihmisten muuttaessa maalta kaupunkiin. Kaupunkien läheinen maaseutu sen sijaan on saanut uusia asukkaita. Muita mainittavia maaseudun sosiaalisia muutoksia ovat ikääntyminen, turvattomuuden tunteen lisääntyminen, vieraantuminen maaseudusta ja luontosuhteen muuttuminen. Ennen työvoima oli maaseudun voimavaroja, mutta sosiaalisten muutosten takia työvoima ei kuulu enää maaseudun resursseihin. Ekologisia muutoksia maaseudulla ovat muun muassa resurssien niukentuminen, kestävän kehityksen lisääntynyt tärkeys ja ilmastonmuutoksen eteneminen. (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2009, 7, 11.)

Viimeaikaisten muutosten takia maaseudun arvo yhteiskunnalle on muuttunut. Myös edellä todettu ihmisten elämäntapojen ja kulutustottumusten jakautuminen yhä kapeampiin segmentteihin vaikuttaa ihmisten ja maaseudun suhteeseen. Taloudellisten arvojen rinnalla muiden arvojen, kuten turvallisuuden ja kulttuuriperinnön, on huomattu olevan myös tärkeää. Vaikka maaseutu on yhä ylivoimaisesti tärkein ravinnon ja raaka-aineiden lähde, sen merkitys henkisen hyvinvoinnin lähteenä on korostunut. Maaseutu toimii kulttuuriperinnön ja luonnon monimuotoisuuden säilyttämisen sekä ihmisen elinkeinojen turvaajana. Maaseudun uusin tehtävä onkin olla viihtyisä asuinpaikka ja ihmisten hyvinvoinnin, virkistymisen ja matkailupalvelujen lähteenä tulevaisuudessa. (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2009, 11, 35.)

Maallemuutosta haaveillaan, ja enemmistö suomalaisista voisi kuvitella asuvansa maalla. Kuitenkin vähemmistö todella toteuttaa maaseudulle muuttoaikeensa. Tämän perusteella suomalaisten mielikuvat maaseudusta enemmistön keskuudessa ovat positiivisia ja maaseudulle vierailuun löytyy motiiveja. Uudet ainekset maaseudun elinvoimaisuuteen -hankkeen selvityksen mukaan maaseudulla viehätys perustuu fyysiseen ympäristöön, kuten rauhalliseen, luonnonläheiseen ja väljään asuinympäristöön. Varsinaiseen muuttoon tarvitaan erityisempi syy, kuten työpaikka, perhesuhteet tai halu palata takaisin kotiseudulle. (Aho & Ilola 2004, 3.)

maaseudun kulttuurin spesialistina. Agriturismi kuuluu vielä toistaiseksi vaihtoehtoisen matkailun pariin, mutta ei sulje massamatkailun kehittymistä tällekin alalle. (Sznajder ym. 2009, 6.)

Tässä yhteydessä käytetään maaseutumatkailun termiä Suomen maaseutumatkailun teemaryhmän määritelmän mukaan. Maaseutumatkailun piiriin eivät tällöin kuulu ne toimijat, joiden arvomaailma ja toiminta ovat ristiriidassa maaseutumatkailun linjausten kanssa. Arvoihin kuuluvat olennaisesti kestävä kehitys, ympäristövastuullisuus, terveys ja kulttuuriperinnön säilyttäminen. Lisäksi maaseutumatkailun luonteenpiirteisiin kuuluu muun muassa perheyrittäjäyys, lähiruokakulttuuri, maaseutukulttuuri töi-
neen ja luonnonrauha. (Ryymän 2008, 9.)

Suomessa toimii maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän alla maaseutumatkailun teemaryhmä. Teemaryhmä on toiminut jo 14 vuoden ajan, ja sen uusimmat linjaukset koskevat erityisesti maaseudulle suuntautuvan matkailun kehittämiseen. Pitkäjänteisestä toiminasta huolimatta on kuitenkin havaittu, että maaseudun matkailullisesta potentiaalista on hyödynnetty vasta murto-osa. Kehittäminen keskittyy muun muassa maaseutumatkailun koordinoimiseen, verkostoitumiseen, tiedon välittämiseen, sähköiseen asiointiin ja maaseutumatkailupalvelujen tilastointiin. Lisäksi vahvistetaan palveluosaamista ja koulutusta. (Maaseutu & Matkailu 2009, 4 - 5.)

Yrittäjien yhteistyötä koordinoiva Suomen maaseutumatkailuyhdistyksessä (SMMY) on 270 jäsenyrittäjää, joista valtaosa tarjoaa majoitusta, mökkivuokrausta ja tilausruokapalveluita. Myös aktiviteetit ja ilman etukäteisvarausta järjestävä ruoka ovat palveluina monessa kohteessa. Yhdistyksen toiminta perustuu maaseudun matkailuyritysten kehittämiseen paikallista kulttuuria vahvistaen sekä luonnon tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntämistä kestävä kehityksen mukaisesti. Ensisijaista on tukea matkailuyrittäjien omaa mahdollisuutta vaikuttaa toimintaan ja oppia uusia asioita erilaisten koulutusten ja kokousten kautta. (SMMY 2009.)

Vuonna 2007 tehdyn kartoituksen mukaan maaseutumatkailuyritysten majoitustilojen käyttöaste on korkeimmillaan heinäkuussa, jolloin se nousi 66 prosenttiin. Hiljaisimmillaan maaseutukohteet olivat marraskuisin ja toukokuisin. Luku oli korkein vuonna 2007 kaikista tilastoiduista ajoista, jolloin vain vuonna 1994 luku oli 64 prosenttia.

(Markkola 2007, 1.) Maailmanlaajuinen taloustaantuma on kuitenkin vaikuttanut kotimaanmatkailuun, mikä näkyy yleisesti ravitsemus- ja majoitusalan yritysten kannattavuuden laskuna. Vuosi 2009 on ollut matkailualalle vaikea, kannattavuus on ollut heikkoa eikä investointeja ole tehty juuri lainkaan (Työ- ja elinkeinoministeriö 2009). Lapin maatilamatkailuyrittäjiin kohdistuneen toimialakartoituksen mukaan yrittäjät suhtautuivat kuitenkin varsin positiivisesti tulevaisuuteen ja kokivat laajentamisen olevan ajankohtaista lähivuosina (Kartoitus Lapin maatilamatkailusta 2009).

Maaseudulla sijaitsevat matkailuyritykset ovat suureksi osaksi pienyrityksiä, ja vuonna 2004 laaditun tilaston mukaan matkailun toimialaryhmien, majoitus-, ravitsemus-, tai virkistyspalveluja tarjoavien pienyritysten toimipaikkojen määrä oli 4 962 (Ryymän 2008, 4). Tilastokeskuksen yritysrekisterin (2006) mukaan Suomessa toimi 568 maatilaa, jotka maatalouden ohessa harjoittivat jotain muuta liiketoimintaa, kuten maatilamatkailua. Tarkkaa tietoa ei siis ole saatavilla alan harjoittajista eikä myöskään toiminnan volyymistä, mikä tuo haasteita kehitystyölle. Maaseutumatkailun teemaryhmän rekisterissä sen sijaan on noin 2200 yritystä (Ryymän 2008, 4.)

3 VAIHTOEHTOISEN MATKAILUN MUOTOJA

3.1 Vaihtoehtoinen matkailu

Vaihtoehtoista matkailua pidetään yleisesti päinvastaisena ilmiönä perinteiselle massaturismille. Massaturismille ominaista on suuri matkailijamäärä, kun taas vaihtoehtoisen matkailun asiakasmäärä on vähäistä. Massamatkailun tuomat hyödyt kohteessa jakaantuvat usein kansallisen eliitin kesken, kun taas vaihtoehtoinen matkailu keskittyy tukemaan paikallista yhteisöä. Ainoa yhteinen tekijä näiden matkailun muotojen kanssa on, että matkailijat ovat kotoisin hyvinvointivaltioista. Vaihtoehtoisen matkailun ilmiö sai länsimaissa alkunsa 1970 - 80-lukujen välillä, kun massamatkailun negatiiviset vaikutukset tulivat ihmisten tietoisuuteen. (Fennell 2006, 4; Gladstone 2005, 196, 198.) Fennell (2008, 5, 15 - 16) määrittelee vaihtoehtoisen matkailun piiriin muun muassa vastuullisen, ”vihreän” ja ekomatkailun sekä sosiokulttuurisen matkailun, joka käsittää kokonaisuudessaan maaseutu- ja kylämatkailun.

Dernoin (1981, 253) mukaan vaihtoehtoisuuden kriteereitä on tiivis yhteisvaikutus paikallisen yhteisön kanssa, esimerkiksi majoitus paikallisen asukkaan luona. Lisäksi ominaista on kulttuurisen ymmärtämisen lisääminen alueellisesti ja kansainvälisesti. Päämääränä on myös yhteyden luominen paikalliseen isäntäväkeen ja kulttuuriin (Wearing 2001, 28). Pearce (1992, 15 - 17, 51) siteeraa Holdenia (1984), jonka mukaan myös yhteisymmärrys ja solidaarisuus kaikkien osapuolten välillä ovat vaihtoehtoisuuden tunnusmerkkejä. Esimerkiksi eri vapaaehtoistyöhön liittyvä tai yhteisöjen välinen matkailu, jossa etsitään yhteenkuuluvuutta ja yhteisymmärrystä jäsenten välillä, on vaihtoehtoista matkailua.

Vaihtoehtoisen matkailun laajenevassa tuoteperheessä tunnetuin ja vanhin muoto on vapaaehtoistyö. Wearing ja Neil (2001, 290) määrittelevät vapaaehtoistyön niin sanotuksi 'vakavaksi vapaa-ajaksi' (engl. serious leisure), mikä kuuluu oleellisesti vaihtoehtoisen matkailun piiriin. Vapaaehtoistyö ja matkailu yhdistyvät käsitteessä 'volunteer tourism', joka eroaa muista matkailun muodoista siinä, että matkailija on tietoisesti valinnut vapaaehtoistyön lomansa viettotavaksi (Wearing 2001, 1). Mahdollista on osallistua humanitääriseen, luonnonsuojeluun, arkeologiaan tai perinne- ja kulttuurimaisen säilyttämisen auttamistyöhön omakustanteisesti. (Ks. esim. Guttentag 2008, 539; Green Volunteers 2010).

Vapaaehtoistyömatkailu on kasvanut voimakkaasti 1990-luvulta lähtien, samoin kuin lähettävien organisaatioiden määrä on lisääntynyt. Kansainvälisiä vapaaehtoistyömatkalle lähettäviä organisaatioita ovat esimerkiksi Youth Challenge International, World Wide Fund For Nature (WWF) ja Earthwatch. Suomessa välittäjäorganisaatioita ovat muun muassa Kansainvälinen vapaaehtoistyö ry, jonka pääasiallinen tehtävä on kansainvälisten vapaaehtoistyöleirien järjestäminen Suomessa ja vapaaehtoisten välittäminen maailmalle. Ekomatkaajat -Internet palvelu taas auttaa vaihtoehtoista ja erityisesti vapaaehtoistyöhön liittyvää matkustustapaa etsivää alkuun erilaisten vapaaehtoisprojektiiden hakukoneella ja matkustusneuvoilla. Hakukoneen avulla Ekomatkaajat etsivät hakijalle hänen kriteeriensä mukaisia vapaaehtoisprojekteja ja jäsenmaksun maksamalla saa haltuunsa sopivan projektin yhteystiedot (Ekomatkaajat 2010.) Samankaltaisella toimintaperiaatteella toimii myös Luomutila Gaijaan vapaaehtoistyöntekijöitä välittävä WWOOF-organisaatio, jonka toiminta on maailmanlaajuisista (WWOOF 2010).

Vaikka yleisesti katsoen jokin matkailutoiminto tai -palvelu on vaihtoehtoinen, sen tarkoitusperä ei välttämättä olekaan kestävän kehityksen mukaista. Vaihtoehtoisuuden status voidaan menettää myös kävijöiden suuren määrän takia, mikä voi johtaa kohteen luokittelun kohti massamatkailua (Fennell 2006, 37; Sznajder ym. 2009, 6). Esimerkiksi ekomatkailu ei aina ole vaihtoehtoista, sillä se saattaa täyttää massamatkailun mitat kävijämäärissä ja joidenkin päättäjien käsissä aiheuttaa samankaltaisia tuhoja kohteessa. Kritiikkiä herättää erityisesti kehitysmaiden ”ekomatkailu”, jonka vaikutukset saattavat olla paikallisille yhteisöille ja ympäristöille tuhoisampia kuin massamatkailulle tyypillinen rantaloma (Wheat 2003.) Myös entiset siirtomaat ovat joutuneet luovuttamaan luonnonalueitaan maailmanlaajuisen hyvinvoinnin nimissä suojelukohteiksi. Lopputulos on joissain tapauksissa ollut kuitenkin se, että luonnonalueet valjastettiin rikkaiden valtioiden kansalaisten virkistysalueiksi ja lääkeyhtiöiden käyttöön. (Gladstone 2005, 200.)

Vaihtoehtoisuus on häilyväistä, koska sen määritelmä riippuu näkökulmasta. Vaihtoehtoisien matkailuratkaisujen haku liittyy oleellisesti postmodernismiksi kutsuttuun ilmiöön, jossa eettisillä asioilla on enemmän merkitystä. Bauman (1996, 191) kuvailee postmodernismin olevan nyky maailman sosiaalinen ilmiö, joka syntyi rikkaissa Euroopan maissa 1900-luvun lopulla. Postmoderni ihminen on itsetietoinen, kypsällä tavalla moderni. Asioiden moninaisuus ja tästä johtuva ristiriitaisuus korostuu, kun joidenkin nykyaikaisuudessa vallitsevien ilmiöiden mahdottomuus tiedostetaan. (Bauman 2002, 9.) Postmodernissa elämäntyyliä ominaista on elää elämää juuri omien yksilöllisten halujen mukaan. Eettisyyden ja yksilöllisyyden yhdistämisessä ilmenee kuitenkin ristiriitaisuuksia, jotka näkyvät erityisesti kulutusvalinnoissa. Valintoja ohjaa toisaalta vapaus, mutta toisaalta vastuullisuus (Honkanen 2004, 78 - 81).

Hyvinvointivaltioissa valloillaan olleelle materialismille on syntynyt myös jälkeläinen. Inglehart (1977) kutsuu tätä ilmiötä postmaterialismiksi, jossa elämän laatua parannetaan materiaalin sijaan henkisillä asioilla, kuten esimerkiksi eettisyydellä ja ympäristöystävällisyydellä (Mustonen 2003, 37). Postmaterialistit ovat suuntautuneet tulevaisuuteen ja heidän arvomaailmansa koostuu suhteellisen samoista arvoista. Näitä arvoja ovat nimenomaan ympäristömyönteisyyttä ja kestävyyttä ilmentäviä. Postmodernit ihmiset keskittyvät tähän hetkeen ja heidän arvomaailmansa vaihtelevat paljon. Vaih-

toehtoisen matkailun käsitteen voidaan näiden perustelujen kannalta katsoa muovautuvan postmodernismin kautta. Kun vaihtoehtoiseen matkailuun sisällytetään vielä vastuullisuuden käsite, sen voisi nähdä sijoittuvan eettisyyden ja muiden arvojen takia postmaterialismin kehyksiin.

Vaihtoehtoinen matkailu suuntautuu valtaosaksi kehitysmaihin ja maaseutualueiden pieniin kyliin (Mann & Ibrahim 2002, 19), mutta myös Euroopassa on havaittu vaihtoehtoisen matkailun kasvua. Euroopassa vaihtoehtoinen matkailu liittyy muun muassa sosiokulttuuriseen ja maaseutumatkailuun, mutta myös erikoistuneisiin matkoihin, kuten harrastematkoihin. Euroopan komission arvion mukaan (2004) matkailu kaksinkertaistuu Euroopassa vuoteen 2030 mennessä ja suurin osa siitä ilmenee juuri vaihtoehtoisen matkailun muodossa. (Fennell 2006, 6.) Tämän perusteella vaihtoehtoisen matkailun käsite tulee muovautumaan uudelleen, sillä termi ei tunnu enää mielekkäältä: miten valtaosa matkailusta voi olla vaihtoehtoista?

Honkanen (2004, 79 - 80, 96) ehdottaa, että ihmiset tulevat käyttäytymään massamatkoillaan yhä yksilöllisemmin, mikä viittaa taas uudelleen vaihtoehtoisuuteen. Yksilöllisyyttä ja vaihtoehtoisia matkailun muotoja etsivät myös teollistuneista maista kotoisin olevat ”egomatkailijat”, joita on motivoinut lähtemään matkalle yhä yksilöllisemmät tekijät. Egomatkailijat eivät halua tulla luokitelluiksi mihinkään matkailijatyyppiin, sillä he näkevät itsensä yksilöinä. Matkalle saatetaan lähteä kasvattamaan omaa kulttuurista pääomaa tai toteuttamaan itseään ja muun muassa matkakertomusten kartoittamisen on huomattu olevan tärkeää egomatkailijoiden keskuudessa sosiaalisen statuksen nostamiseksi. (Mowforth & Munt 2008, 130 - 131.) Vaihtoehtoisuus siis näyttää kasvaessaan kaatuvan omaan mahdottomuuteensa. Postmodernin kulttuurin voidaankin nähdä pyrkivän lopulta kaaokseen, missä kaikki asiat nähdään individuaalisesti (Honkanen 2004, 98).

Vaihtoehtoisuus matkailussa ei kuitenkaan aina tarkoita hyväntekeväisyyttä ja pelastusta maailmalle edes ollessaan yleisten eettisten normien mukaista (ks. kpl 3.2, 12). Arvaamatonta voi olla matkailun vaihtoehtoisten mahdollisuuksien voimakas kasvu, mikä globaalissa mittakaavassa voi taas olla ennustamaton uhka vastaanottaville kohteille, yhteisöille ja ympäristölle (Mustonen 2006, 55, Sharpley 2002, 305). Myös vapaaehtoistyömatkailulla voi olla negatiivisia vaikutuksia alan kasvaessa. Tulevaisuu-

den mahdollisia uhkia ovat esimerkiksi paikallisväestön oman tahdon laiminlyöminen ja vähenevä paikallisen työvoiman käyttö. Vapaaehtoistyöntekijöiden ilmaantuminen työalueelle, jonka taloudellinen tulo rajautuu tietyille eliitille, voi johtaa paikallisten asukkaiden syrjimiseen työpaikkojen suhteen. (Guttentag 2008, 540 - 545.)

Eri tulkinnoista huolimatta tässä opinnäytetyössä keskitytään tämän hetkiseen ja lähitulevaisuudessa vallitsevaan määritelmään vaihtoehtoisesta matkailusta. Vaihtoehtoinen matkailutuote tällöin on vastuullinen, ympäristöystävällinen ja eettinen vaihtoehtomuiden matkailupalvelujen joukossa. Lisäksi otetaan huomioon postmodernismin ja postmaterialismin näkökannat tulkittaessa vaihtoehtoisuuden ilmiötä.

3.2 Eettinen ja reilu matkailu

World Tourism Organization (WTO) on luonut maailmanlaajuisen matkailun eettisen normiston (Global Code of Ethics). Normit on jaoteltu kymmeneen eri ryhmään, jotka käsittelevät tasa-arvoa, kulttuurien välistä ymmärrystä ja kunnioitusta ja matkailun sallimista eri alueille, kuitenkin huomioiden kohteen paikallisen rakenteen. Matkailun tulisi nostaa kohteen elintaso ja talouden suunnittelussa tulisi huomioida paikallisten tarpeet. Myös ihmisoikeusrikokset nostetaan esiin, samoin luonnon ja eläinlajien vahingoittaminen. Matkailun toteuttaminen kestäväällä tavalla on keskeisin teema, samoin perinnekohteiden ja kulttuurin säilyttäminen. Lisäksi jokaisen kohdemaan matkailumarkkinoinnin pitää olla todenmukaista eikä mainonnassa saa ilmaista harhaanjohtavaa tai epäilyttävää materiaalia. Jokaisella ihmisellä katsotaan olevan oikeus vapaa-aikaan sekä matkailuun ja kohdemaassa matkailijoille tulisi taata samat oikeudet kuin muillekin maan kansalaisille. Matkailun parissa toimivilta kansainvälisiltä työntekijöiltä odotetaan joustavuutta sekä oikeaa koulutusta ja heitä ohjataan sulautumaan paikalliseen kulttuuriin sen sijaan, että välittäisivät kulttuuria eteenpäin keinotekoisesti. (Fennell 2006, 359 - 365.)

Suomessa toimiva Reilun matkailun yhdistys on laatinut reilun matkailijan ohjeet (2009), jotka ovat luettavissa yhdistyksen Internet-sivuilla. Eettiseen ja reiluun matkailutapaan kuuluu esimerkiksi jo ennen matkalle lähtöä tehtävä tiedonhankinta kohteesta. Tärkeää on tutustua kulttuuriin ja paikalliseen ajattelutapaan, jotta osaa toimia vierassa ympäristössä ketään loukkaamatta. On valittava vastuuntuntoinen matkanjärjes-

täjä, joka on alihankkijaketjultaan luotettava ja kestävällä pohjalla. Suositeltavaa on matkustaa huippusesongin ulkopuolella helpottaakseen suosituimpien kohteiden rasitusta. Matkakohteessa on pyrittävä suojelemaan paikallista luontoa ja ihmisiä, minimoida jätteet, säästää energiaa ja vettä sekä kunnioittaa paikallista kulttuuria. Käytetyissä yksittäisissä palveluissa on myös pyrittävä suosimaan paikallisia yrityksiä. Eettiset epäkohdat korostuvat varsinkin kehitysmaissa, jossa paikallisilla on vähän luonnonvaroja käytettävissään. Esimerkiksi hotellissa käytetyn veden määrä on turistilla moninkertainen paikallisten vedenkäyttöön verrattuna. Paikallinen väestö ja elinkeinot joutuvat varsinkin kuivilla alueilla koetukselle, kun vesi joudutaan jakamaan matkailuteollisuuden kanssa. Tämä saattaa pidemmän päälle koitua maanviljelijöiden kohtaloksi, jolloin paikalliset joutuvat hylkäämään kotiseutunsa matkailijoiden takia. (Reilun matkailun yhdistys 2009.)

3.3 Luonto- ja ekomatkailu

Luonto- ja ekomatkailu kuuluvat olennaisesti niin vaihtoehdoisen kuin maaseutumatkailunkin tuoteperheeseen (Fennell 2006, 15 - 16). Suomen valtioneuvoston periaatepäätöksen (2003, 1 - 3) mukaan luontomatkailulla tarkoitetaan kaikkea luontoon tukeutuvaa matkailua. Ekomatkailun ja luontomatkailun välinen ero on kansainvälisesti juuri luonnonsuojelun ja kestävän kehityksen varassa. Suomessa kuitenkin luontomat- kailun edellytyksinä pidetään hyvin hoidettua luonnonsuojelutyötä, mikä sopeuttaa eko- ja luontomat- kailun monin tavoin yhteen.

Luontomat- kailijat voidaan jakaa kahteen eri ryhmään: primaarisiin ja sekundaarisiin luontomat- kailijoihin. Ryhmien erona ovat matkailijan motiivit, jotka voivat olla joko luontosuuntautuneita (primaarinen) tai esimerkiksi puhtaasti liikeasioista (sekundaari- nen) johtuvia. Hankaluuksia ekomat- kailun ja luontomat- kailun käsitteiden ymmärtämi- sessä aiheuttaa muun muassa luonnossa tapahtuvat moottoroitujen ajoneuvojen käyttö tai muu ekologisesti arveluttava toiminta. Kestävä luontomat- kailu ja ekomat- kailu onnistuessaan olisivat ekologisia matkan joka osa-alueessa. Esimerkiksi kuljetus syrjäi- sille luontoalueille vaatii useimmiten autokuljetuksen, mikä laskee ekologisuuden ar- voa. (Hemmi 2005, 339 - 340.)

Kansainvälinen ekomatkailun yhdistys TIES (The International Ecotourism Society) määrittelee ekomatkailun olevan vastuullista matkailua luonnonalueille, mikä edesauttaa luonnonsuojelua ja paikallisten ihmisten hyvinvointia (TIES 2010). Määritelmiä on kuitenkin monia, jotka vaihtelevat maakohtaisesti. Ekomatkailu vaihtoehtoisen matkailun muotona myös tulevaisuudessa on kyseenalaista, sillä ala nähdään pikemminkin kasvavana teollisuuden valttikorttina. Ekomatkailun päämääränä on joka tapauksessa olla kestävän kehityksen mukaista matkailua, joka toimii myös taloudellisena esimerkkinä muulle matkailuteollisuudelle. (Higham 2007, 9,10, 17, 28.)

Ekologisuus näkyy voimakkaasti myös maaseudulla tapahtuvassa luomumatkailussa. Suomessa toteutettiin vuosina 2001 - 2004 Luomua ja kestävyttä matkailuun -hanke, jonka tehtävänä oli tukea luomuviljelyä, maaseudun omaehtoista toimeentulomahdollisuutta, luonnon monimuotoisuutta ja maaseutumatkailuyritysten verkostoitumista. Hankkeessa oli mukana muun muassa Luomuliitto ry ja kansainvälinen European Centre for Ecological and Agricultural Tourism (ECEAT). (Arell 2002, 9.) Suomen luomumatkailuyhdistyksen julkaisemassa vuoden 2002 Suomen vihreässä lomaoppaassa esiteltiin 50 luomumatkailukohdetta, jotka täyttävät Suomen luomumatkailuyhdistyksen laatukriteerit. Luomumatkailukohteet valitaan jokaisessa jäsenmaassa hieman eri kriteerein. Muun muassa tämän opinnäytetyön tapaustutkimuksessa oleva Luomutila Gaija on sertifioitu luomumatkailukohteeksi. Suomessa laatukriteerit täyttävä kohde on luomu- tai biodynaaminen tila, pieni perinteinen maatila, jossa suojellaan ympäristöä ja paikallista kulttuuriperintöä, ekokylä, ekoyhteisö tai pieni leirintäalue, hotelli tai majatalo, joissa ympäristö on ensisijalla. Vihreitä lomaoppaita on tarjolla useasta Euroopan maasta englanniksi, saksaksi ja hollanniksi. (Arell 2002 10 - 11; Suomen Luomumatkailuyhdistys 2010.)

3.4 Kulttuuri- ja kylämatkailu

Valtakunnallisen matkailustrategian kulttuurityöryhmän mukaan ”Kulttuurimatkailun voimavaroja ovat kaikki ihmisen aikaansaama ja muokkaama; historia, kulttuurimaisemat, rakennettu ympäristö, arkeologiset kohteet, museot, esittävä taide, visuaalinen taide, design, tapahtumat, käsityö, kieli, maut, perinteet, tavat, arvot, aatteet, elämäntyyli, uskonto, luonteenpiirteet sekä saavutukset tieteessä, teknologiassa ja elinkeinoissa.” (Matkailun edistämiskeskus 2009, 5). Urry (1990, 3) taas kirjoittaa turistin

katseesta ”tourist gaze”, joka tarkoittaa jokaisen matkailijan subjektiivista kokemusta katsoessaan vierasta kulttuuria. Tällöin esimerkiksi pelkkien arkisten toimien näkeminen voi olla todella merkittävää kulttuurin määrittämisessä matkailijan näkökulmasta. Matkailun uutena trendinä pidetäänkin niin sanottua aineetonta kulttuuripääomaa, kuten perinteitä ja aitoa paikalliskulttuuria pelkän korkeakulttuurituotteiden sijaan (Timothy & Boyd 2006, 9).

Suomen pinta-alasta on suurin osa maaseutua, jonka kanssa ovat kaikista eniten yhteydessä pienet alle 50 000 asukkaan kylät ja kaupungit. Kylät ja yhteisöt ovat tärkeä osa kulttuuria ja täten myös kulttuurimatkailun kehittämisen kannalta oleellisia. Mainittava kehittämishanke on EU:n rahoittama ja Lomalaidun Ry:n hallinnoima teemapohjaisen kylämatkailun kehittämisohjelma vuosiksi 2009 - 2011 (Vesterinen, 8 - 9). Suomessa kylämatkailun kehittäminen on kuitenkin varsin nuorta verrattuna Eurooppalaiseen kylämatkailuun, jonka käsitteitä ovat ”village tourism” ja ”community based tourism” (Luukkainen 2009, 12 - 13).

Euroopassa on myös laaja ekokyläverkosto, jonka toimivuuteen vaikuttaa Global Ecovillage Network (GEN) eli Maailman ekokyläverkosto. Verkosto muun muassa ylläpitää eri tietokantoja, koordinoi ekokyläyhteistyötä ja järjestää tapahtumia sekä koulutuksia. Ekokyläverkostolla on kasvavassa määrin jäseniä ympäri maailmaa. Vuonna 2007 jäseniä oli 90 ekokylää 26 eri maasta (GEN 2009). Suomessa jäsenenä on Suomen kestävän elämäntavan yhteisöt ry (SKEY), johon esimerkiksi Keuruun ekokylä kuuluu (Rihmasto 2009).

Ekokylän yleisinä kriteereinä ovat muun muassa kestävän kehityksen periaatteiden mukaan eläminen, ekologisuus ja luonnonvarojen säästäväinen käyttö oman paikallisen ympäristön puitteissa. Ekokylissä yhdistetään ekologisuutta ja teknologiaa parantamaan yhteisöllistä ja hyvää elämää. Tavoitteina ovat muun muassa ekologinen rakentaminen, permakulttuurin harjoittaminen, osuuskuntamainen liiketoiminta, paikallistalouden edistäminen ja toimiva kierrätys- ja jätehuolto. Hallinnollisesti ekokylissä pyritään toimimaan yhteisöllisten päätöksentekomenetelmien mukaan. (Rosenthal 2007, 1 - 2.) Permakulttuuri -sana tulee englanninkielisistä sanoista ”permanent agriculture”, ja tarkoittaa kestävän elinympäristön luomista luonnon toimintamallien mukaan. Tärkeää on ymmärtää asioiden väliset suhteet toisiinsa, sillä ihminen vaikuttaa

luontoon ja toisinpäin. Permakulttuurissa pyritään löytämään luonnollisia, solidaarisia ja ekologisia ratkaisuja luodakseen mahdollisimman stressitön ympäristö sekä ihmiselle, että luonnolle Permakulttuuri ei ole paikasta riippuvaista, vaan se soveltuu kaikille ihmisympäristöille. (Burnett 2008, 8 - 11.)

Suomen ekokylistä ja yhteisöistä on toistaiseksi vähän virallista tietoa tarjolla. Suomen kaikkien pienten ja suurten yhteisöjen ja ekokyläiden yhdistäjänä toimii Rihmasto -niminen verkosto. Rihmaston kokoaman yhteisölistan (2003) mukaan Suomessa oli 46 yli 3 hengen pysyvää yhteisöä. Näistä mainittavia ekokyläitä ja -yhteisöjä ovat jo edellä mainittu Keuruun ekokylä, Livonsaaren yhteisökylä, Osuuskunta Linnanniittu, Katajamäen yhteisö ja myöhemmin vuonna 2006 toimintansa aloittanut Luomutila Gaija. Livonsaaren kyläyhteisössä toimii luomutila, ruoka- ja palvelupiiri. Yhteisön Internet-sivuilla olevan kuvauksen mukaan paikka on ekorakentamisen koealue ja kestävän elämäntavan tuottaja (Livonsaari 2009). Katajamäen yhteisön olemassaolo perustuu oppivaiseen ilmapiiriin, kestävän elämäntavan kiertokouluihin ja arvokkaan kulttuurimaisen ylläpitämiseen (Rihmasto 2008). Vihdin ekokylä Linnanniittu on uusi asuinalue Nummelassa, joka tekee tiivistä yhteistyötä Vihdin kunnan kanssa luodakseen ekologisesti kaavoitetun ja rakennetun asuin ympäristön (Linnanniittu 2009). Luomutila Gaijaa lähimpänä sijaitseva Keuruun ekokylä on 25 ihmisen koti ja 50 hehtaarin kokoinen maatila. Keuruun Ekokylän Osuuskunta perustettiin vuonna 1997 ja toimintaa on ollut tasaisesti siitä lähtien. Vuokrattavia rakennuksia on tilalla lähes 30 ja lähialueelta myös vuokrataan tai myydään myös tontteja ekologiseen rakentamiseen. Keuruulla aloitettiin ensimmäistä kertaa Suomessa Kestävän elämäntavan koulutus vuonna 2009. Koulutus perustuu kansainväliseen Ecovillage Design Education (EDE) -koulutusohjelmaan, joka on osa YK:n Kestävää kehitystä edistävä vuosikymmenen 2005 - 2014 -ohjelmaa. (Keuruun ekokylä 2009.)

Ekokyliin kohdistuva matkailu voidaan niiden toiminnan perusteella lukea myös vaihtoehtoisen maaseutumatkailun piiriin. Ekokyliin tai -yhteisöihin matkailee hyvin kapea asiakassegmentti, sillä matkailutoiminta on usein vain muun toiminnan sivussa kehittyntä. Ekokyliin matkustetaan yleensä auttamisen ja oppimisen takia, mikä on myös merkki vaihtoehtoisuudesta (Fennell 2008, 45). Paikalliseen yhteisöön on helppo tutustua ekokyläiden aktiviteettien sekä arjen toimintojen kautta ja matkailijoista jäänyt

taloudellinen tulo jää yhteisöön. Ekoyhteisöt ovat yleensä myös erikoistuneita toiminnassaan ja tarjoavat opettavaisia kursseja (GEN 2009.)

3.5 Maaseutumatkailu – perinteistä vai vaihtoehtoista matkailua?

Suomen maaseutumatkailun arvot (ks. kpl 2.3 s. 7) sopivat hyvin yhteen myös vaihtoehtoisen matkailun arvojen kanssa. Kansainvälisesti ajatellen Suomi voi olla sellaisenaan monelle ulkomaalaiselle vaihtoehtoinen matkailukohde monen suosittumman kohteen joukossa. Näkökulmaksi kuitenkin on asetettu tässä selvityksessä suomalaisten matkailijoiden matkustusmotiivit, jolloin tarkastelun luonne muuttuu. Matkailukokemus on hyvin subjektiivinen ja ehkä kaikki eivät pidä kotimaassa matkailua ollenkaan matkailuna vaikka se täyttäisikin YK:n määritelmän (Komppula & Boxberg 2002, 8 - 9). On huomioitava, että maaseudulla sijaitsevia kesämökkejä tai muita vapaa-ajan asuntoja on Suomessa yli 460 000 (Aho & Ilola 2004, 3). Tällöin vapaa-ajan ja varsinaisen matkailun raja on häilyväinen ja on tulkinnallisesti ongelmallista. Varsinkin sukulaisten ja ystävien luokse suuntautuvaa matkailua on vaikea mitata, sillä esimerkiksi maksullisia majoituspalveluita harvoin käytetään (Swarbrook & Horner 2007, 29).

Kuten aikaisemmin todettiin, maaseutumatkailu on muita matkailualoja läpileikkaava eikä tarkkaa tilastointia ole. Maaseutumatkailuyritykset ovat pieniä ja kaikkien toiminnan elinvoimaisuudesta ei juuri ole tietoa (Ryymän 2008, 4). Matkailun edistämiskeskuksen teettämien tutkimusten (A:155, E:57) mukaan Suomen matkailu keskittyy voimakkaasti eteläisiin ja länsirannikon kaupunkikeskuksiin sekä pohjoiseen Suomeen. Kaupunkiympäristöjen nähtävyydet, kylpylät, vapaa-aikakeskukset ja huvipuistoistot keräsivät eniten kävijöitä. Matkailupalveluiden kysyntä ja tarjonta jakautuu suhteellisen tasaisesti koko Suomeen. (Leinonen ym. 2005, 105 - 107; Taloustutkimus 2008, 3 - 4.) Maaseutumatkailun ja -yrittäjien kannalta tutkimuksista ei niinkään paljastunut tarkkaa tietoa, sillä tarkastelussa huomioitiin vain suurimmat käyntikohteet. Kuitenkin on huomattavaa yleisesti, että maaseudulle suuntautuvaa matkailua on vähemmän kuin kaupunkikeskuksiin. Jos mökkimatkailua ei lueta mukaan, tämän perusteella maaseutumatkailukohteisiin suuntautuvaa matkailua voidaan pitää vaihtoehtoisena suomalaisten keskuudessa.

4 MATKAILUKULUTTAJA

4.1 Matkailijan määritelmä ja typologiaa

Matkailijana voidaan pitää YK:n vuonna 1979 laatiman esityksen mukaan henkilöä, joka poistuu kodistaan yli 24 tunnin ja enintään yhden vuoden ajaksi muutoin kuin ansiotuloa hankkiakseen. Matkustusmotiivien kannalta matkailija on siis henkilö, joka on lähtenyt kotoaan pois vapaa-ajan vieton merkeissä. Matkalle voidaan lähteä myös työasioiden motivoimana, jolloin on kyse liikematkailusta. Matkailija voi olla myös päiväkävijä, jotka ei yövy kohteessa vaan poikkeaa vain vierailulle. Esimerkiksi huviauistot ja erilaiset tapahtumat keräävät päiväkävijöitä. (Komppula & Boxberg 2002, 8 - 9.) On kuitenkin otettava huomioon, että vaikka yleiset lomalle lähdön syyt ovat maailman laajuisesti tunnistettavissa, yksittäisten kulttuureiden ja kansallisuuksien välillä on paljon eroja (Swarbrook & Horner 2007, 55, 59).

Tärkeimpinä pidettyjä yksittäisen matkailijan tyypittelyn kriteereitä ovat matkailijan psykografiset tekijät eli elämäntyyliä määrittävät piirteet, joita ovat esimerkiksi kulkukäyttäytyminen, kiinnostuksenkohteet, mielipiteet ja tulotaso. Matkailijoiden segmentoinnissa käytetään usein myös maantieteellisiä ja sosiodemografisia tekijöitä, joita ovat esimerkiksi henkilön ikä, sukupuoli, perheen elinkaaren vaihe, koulutus ja ammatti. On otettava huomioon, että sosiodemografiset tiedot pysyvät suhteellisen vakioina, mutta matkailijan asenteet ja odotukset muuttuvat herkästikin matkailijan roolin ja matkan tarkoituksen vuoksi. Roolilla tarkoitetaan esimerkiksi matkaseurasta johtuvaa käyttäytymistä: pienten lasten kanssa joudutaan mitä todennäköisimmin käyttäytymään eri tavalla kuin yksin tai ystäväseurueen kanssa. (Komppula & Boxberg 2002, 78 - 85.)

Rescherin (1969) mukaan myös eri arvojen painottaminen ihmisessä voi vaihdella tilanteen mukaan (Pohjanheimo 2005, 243 - 244). Esimerkiksi ekologisuusarvoja saatetaan joutua siirtämään tärkeysjärjestyksessä sivuun matkaseuran ominaisuuksien ja tarpeiden mukaan. Yksilön on helpompi toteuttaa omia arvojaan ja mieltymyksiään matkasuunnitelmassaan kuin lapsiperheen. Lapsiperheelle voi nousta ensisijaiseksi arvoksi turvallisuus, kun taas yksilön on mahdollista pitäytyä aatteessaan karsimalla

turvallisuudesta. Tyypittelyssä ja segmentoinnissa olisikin hyvä keskittyä tietyn matkakohteen kävijöiden ominaisuuksiin ja motiiveihin, minkä avulla löytää juuri kyseiselle kohteelle sopivia luokittelun kriteereitä yleistyksien sijaan (Komppula & Boxberg 2002, 76).

4.2 Motiivit ja matkailutuotteen ostopäätös

Motiivit ovatkin matkailijan ymmärtämisessä toimivia ja konkreettisia segmentoinnin välineitä. Matkailukäyttäytymisen motiivit voidaan jakaa ensisijaisiin ja toissijaisiin matkustusmotiiveihin. Ensisijaiset motiivit määrittävät, minkä takia matkalle lähdetään (työmatka, aktiviteettiloma, kulttuurimatka, vierailu perheen luokse ym.) ja toissijaiset selittävät, miksi valitaan tietynlainen matkakohde, tiettyyn aikaan ja kenen kanssa. (Komppula & Boxberg 2002, 69 - 71.)

Motiivien perusteella matkailijoita ja matkailukysyntää on pyritty luokittelemaan monella tapaa. Tällöin on selvitetty, mitkä motivaattorit ajavat ihmisen tekemään tietyn päätöksen. Perusteena voi olla matkalle lähdön fyysiset motivaattorit, kuten urheilu, rentoutuminen ja rusketuksen saaminen tai hengellisemmät asiat, kuten nostalgia, seikkailu ja romantiikka. Motiivit eivät kuitenkaan ole vakioita ja ne saattavat muuttua monesta syystä, kuten esimerkiksi elämäntilanteen tai terveydentilan takia. Motiivien syntyyn vaikuttaa monimutkainen psykologinen prosessi ja myös sosiodemografisilla piirteillä on huomattu olevan merkitystä. On muistettava siis, että motiivit vaikuttavat päätöksentekoon hyvin monella tapaa eikä selvää käyttäytymisen mallia ole ratkaistu yksimielisesti tutkijoiden kesken. (Swarbrook & Horner 2007, 53, 55, 61.)

Matkailupäätöksen tekeminen on monimutkaisuudestaan huolimatta erityisesti motivaatioihin painottunutta. Ostokäyttäytymistä ohjaavat myös aikaisemmat tiedot kohteesta, odotukset, päämäärät, arvot ja normit (Crotts & van Raaij 1994, 4). Matkailutuotteet voidaan luokitella korkeimmalle tasolle kulutustuotteissa. Matkoja ostetaan harvemmin, ne ovat suhteellisen kalliita ja niiden suunnitteluun käytetään enemmän aikaa, kuin esimerkiksi päivittäisten ruokatavaroiden ostoon (Pearce 2005, 9 - 10). Maslow'n (1943) tarvehierarkiassa matkailukulutukseen johtaneet tarpeet sijoitetaan korkeamman tason tarpeisiin, joihin liittyy voimakkaimmin psykologiset piirteet, kuten esimerkiksi itsensä toteuttamisen tarve. Suuren ostopäätöksen tekeminen vaatii

kuluttajalta sitoutumista ja pitkää päätöksentekoaikaa, eikä kyse tällöin ole enää rutii-
ninomaisesta ostokäyttäytymisestä. (Middleton ym. 2009, 78 - 79; Maslow & Stephens
2000, 1 - 2.) Sitoutuakseen kuluttajan on siis motivoitettava syvemmällä tasolla, kuin
pelkän fyysisen tarpeen tyydyttämiseksi (esimerkiksi nälkä). Kuluttajaan vaikuttaa
lähes poikkeuksetta myös monista tarpeista johtuvia motivaattoreita, jotka säätelevät
ostopäätöstä. (Swarbrook & Horner 2007, 70, 53 - 56.)

Itsensä toteuttamiseen liittyvien motiivien voidaan katsoa toteutuvan erityisesti vapaa-
ehtoistyöhön liittyvässä matkailussa, kun etsitään suurempaa elämän merkitystä tai
pyhää tietoisuutta (Mustonen 2005, 170). Vaikka motiivien ja käyttäytymisen yhteyttä
ei voida yleistää (ks. Swarbrook & Horner, 2007, 61), on löydetty motiivien samankal-
taisuuksia eri matkailun muotojen väliltä. Korkeampien henkisten tarpeiden, kuten
varsinkin itsensä toteuttamisen, voidaan katsoa oleelliseksi postmodernin kulttuurin
piirteeksi. Nykyaikaisen vapaaehtoistyön ja entisaikojen pyhiinvaelluksien samankal-
taisten matkustusmotiivien, kuten auttaminen ja altruismiin pyrkiminen, antavat mie-
lenkiintoisen näkökulman matkailun kokonaisvaltaiseen muutokseen. Postmodernin
kulttuurin myötä vapaaehtoistyö voitaisiin nähdä pyhiinvaellusten nykyaikaisena muo-
tona. Kriittisesti ajateltuna näiden kahden ilmiön yhteyttä on vaikea todeta teoreetti-
sesti, sillä ihmisten yksilöllistä hengellisyys tasoa on vaikea mitata. On kuitenkin
mahdollista, että vapaaehtoistyömatkalle lähtevien henkilöiden matkustusmotiivit ovat
huomattavan yksilöllisiä ja hengellisiä. (Mustonen 2005, 172 - 173.)

4.3 Arvot

Rokeachin (1973) ja Kluckhohnin (1954) mukaan arvot ovat ”yleisluonteisia käsityk-
siä tai uskomuksia, jotka liittyvät toivottaviin lopputuloksiin tai toivottavaan käyttäy-
tymiseen.” Monien tutkimusten mukaan arvot ovat vaikuttavat loppujen lopuksi kaik-
keen käyttäytymiseen, asenteisiin ja havainnointiin. Toisin kuin asenteet, jotka koos-
tuvat useista uskomuksista ja yksittäisistä tilanteista, arvot näyttävät muuttuvan hyvin
hitaasti. (Reisinger & Turner 2003, 79 - 78.) Rokeach (1973) jakaa arvot päämääräar-
voihin (esimerkiksi maailmanrauha, vapaus) ja välinearvoihin (esimerkiksi rehellisyys,
auttavaisuus). Tärkein tehtävä arvoilla on kuitenkin säädellä valintoja, joiden kautta ne
heijastuvat konkreettisesti maailmalle. (Pohjanheimo 2005, 239.) Arvoilla voi olla siis
merkitystä varsinkin pitkän ajan päätöksissä ja kulutuskäyttäytymisessä.

Merkittävää suomalaisiakin koskenutta arvotutkimusta tehnyt Schwartz (1992) (ks. esim. Juujärvi ym. 2007, 37 - 39; Schwartz 2005, 218) jakaa arvojärjestelmän moniin ulottuvuuksiin. Pääulottuvuudet ovat avoimuus muutokselle - säilyttäminen ja itsensä korostaminen - itsensä ylittäminen. Koko arvoavaruus jaetaan vielä kymmeneen eri arvoalueeseen, joita ovat: turvallisuus, perinteet, yhteisöllisyys (säilyttäminen), hyväntahtoisuus, universalismi (itsensä ylittäminen), itseohjautuvuus, virikkeisyys, hedonismi (avoimuus muutokselle), suoriutuminen ja valta (itsensä korostaminen). Schwartzin (1992) arvoteorian mukaan universalismin ja hyväntahtoisuuden arvot suuntautuvat edistämään muiden ihmisten hyvinvointia. Ne eroavat toisistaan käytännön kohteiden kautta: hyväntahtoisuus kohdistuu lähiyhteisöön, kun taas universalismi arvot käsittävät koko maailman ihmisten ja luonnon hyvinvoinnin. Kärjitetysti ero tulee esiin, kun toisiaan tasa-arvoisesti kohtelevat ryhmän jäsenet eivät halua sallia samoja oikeuksia ryhmän ulkopuolisille. Ryhmän sisällä on hyväntahtoisuutta, mutta universalismia ei niinkään. Universalismin arvoryhmään kuuluvat muun muassa seuraavat arvot: ympäristön suojelu, yhteys luontoon, laajakatseisuus, sosiaalinen oikeudenmukaisuus, tasa-arvo, viisaus, luovuus, maailmanrauha ja sisäinen tasapaino. (Schwartz 2005, 219, 222 - 223.)

Tämän tutkimuksen kannalta oleellisimpia arvoja ovat universalismin ja hyväntahtoisuuden arvot, sillä ne sisältävät laajimman käsityksen eettisyydestä ja ekologisuudesta. Yleisesti arvojen on todettu vaikuttavan kokonaisvaltaisesti ympäristöajatteluun, oli se sitten positiivista tai negatiivista (Niit & Raudsepp 2005, 314). Ympäristömyönteisyys on voimakkaasti yhteydessä universalistiseen arvotyyppiin ja välittäminen voidaan nähdä abstraktina ja globaalina. Hyväntahtoisuuden ja universalismin arvojen erottaminen toisistaan on kuitenkin vaikeaa juuri vastaajien vaihtelevan näkökulman takia (sisäryhmä vai abstrakti välittäminen).

Niitin ja Raudseppin (2005, 312) mukaan myös yhteisöllisyys, säilyttäminen ja perinteet nousivat tärkeiksi, sillä näiden oli havaittu olevan positiivisessa yhteydessä ekologisuuteen. Individuaalisuutta ilmentävät arvot (valta-, suoriutumis- ja hedonismiarvotyyppi) taas olivat eniten negatiivisessa yhteydessä ympäristömyönteisyyteen. Näidenkään arvoryhmien tulkitseminen ei ole yksijakoista, sillä esimerkiksi säilyttämiseen perustuvan ympäristöajattelun on havaittu jakaantuvan kaupunkilaisten ja maaseu-

dunasukkaiden kesken. Jakautuminen selittyy ihmisten luontosuhteella: eniten luonnosta erkaantuneet ovat päinvastoin avoimia muutokselle ympäristöajattelussaan, kun taas läheisesti luontoon suhtautuvat turvautuvat säilyttämisen arvoulottuvuuteen. (Niit & Raudsepp 2005, 310 - 311.)

Myös valta-arvotyyppi voidaan tulkita monella tapaa. Ihminen voi pyrkiä valtaan myös edistääkseen yhteistä hyvää ja tasa-arvoa ilman itsekeskeisiä motiiveja, jolloin on kyse arvoriitidoista (Juujärvi ym. 2007, 56). Niit ja Raudseppin (2005, 312) mukaan ihmisessä on tällöin erotettavissa ympäristömyönteisyyteen negatiivisesti korreloivia henkilökohtaisia suuntautumisia sekä positiivisesti korreloivia yhteisöllisiä suuntautumisia. Positiivisesti korreloivat arvot viittaavat siis itsensä ylittämiseen, kun taas negatiivisesti korreloivat arvot itsensä korostamiseen. Arvoriitidat ovat kuitenkin varsin yleisiä ihmisessä, kuten esimerkiksi moraalisten kysymykset ratkaisuisissa (Juujärvi ym. 2007, 56 - 57, 131). Myös ekologisuusasioissa ihmisillä voi olla mitä erilaisimpia uskomuksia, joissa ristiriitaisuus näkyy. Tällainen paradoksi ("halu ajaa vihreää Mercedestä") on ominaista juuri teollistuneiden maiden kansalaisille. (Niit & Raudsepp 2005, 316 - 317.) Samankaltainen ristiriita on havaittu myös postmodernissa kulutuskulttuurissa (ks. esim. Bauman 2002, 9).

Opinnäytetyön aiheen kannalta otettiin mukaan myös Schwartzin (1992) arvoteoriaan kuulumaton eläinten suojelun liittyvä arvo, sillä tämän voidaan katsoa olevan joillekin ihmisille päämäärä ja pyrkimys elämässä (Tiilikainen 1999, 15). Eläinten hyvinvointi on oleellista luonnonmukaisessa maataloustuotannossa sekä voi olla monien kulutusvalintojen perusteena esimerkiksi kasvissyöjien kesken. Aihe voidaan myös liittää kokonaisvaltaisesti universalistiseen arvotyyppiin, jossa hyvinvoinnista välittäminen on laajempaa.

4.4 Uusi matkailukuluttaja

Tulevaisuudessa matkailijan uskotaan pitävän kulutusvalintojensa pohjana yhä enemmän ekologisuutta, eettisyyttä ja laatua. Myös oppiminen, ympäristön ja paikallisen väestön huomioon ottaminen tulee olemaan yksi tärkeimpiä arvoja matkaillessa, mikä korostuu varsinkin köyhissä maissa. Vaihtoehtoisen matkailun piirteet alkavat siis näkyä matkailijoiden kulutusvalinnoissa: matkailun saralta löytyy yhä enemmän

”niche” -kategorioita, kuten ekomatkailu, vapaaehtoistyöt ja erikoistuneet harrastusmatkat. Näiden lisäksi uskotaan myös, että matkailijat tulevat hakemaan yhä enemmän oppimiseen ja kulttuuriin liittyviä kokemuksia (Vanhove 2001, 129 - 131). Matkailuala on jo kohdannut muutoksen paineita, sillä varsinkin teollisuusmaissa on havaittu kuluttajista lähtöisin olevaa painostusta kohti ympäristöystävällisempää suuntaa. Kasvanut tietoisuus matkailun aiheuttamista tuhoista tuleekin kasvattamaan kysyntää juuri vastuullisten ja ympäristöystävällisten matkailupalvelutarjoajien keskuudessa. (Page 2009, 537.)

Yksilöiden henkinen hyvinvointi tulee nousemaan tärkeydessä materiaalisen yltäkyllyyden yläpuolelle. Postmodernissa aikakaudessa tärkeää ei ole siis materiaalin paljous vaan henkinen hyvinvointi. (Mustonen 2003, 36.) Matkailussa postmodernismi ilmenee monella tapaa. Urryn (2002, 90) mukaan postmoderni turisti on jo ymmärtänyt, ettei autenttisia matkailukokemuksia ole olemassa ja hän on hyväksynyt roolinsa turistina. ”Post-turistille” maailma on leikkikenttä, jossa voi matkailla vapaasti erilaisten matkailun muotojen välillä. Esimerkiksi ekologiseen matkailukohteeseen saatetaan lähteä, vaikkei luonnonsuojelusta oltaisikaan kiinnostuneita.

Postmodernin kulutuskulttuurin rinnalta havaittu postmaterialismin ilmiö pitää sisälleen muun muassa ekologisuutta ja universaaliarvoja. Inglehartin (1997) mukaan postmaterialisti matkailija voi olla esimerkiksi joustava, itsenäinen, kokenut ja suvaitsevainen (Mustonen 2003, 3; Poon 1993, 10). Postmaterialisti on arvoasuuntautunut ja on enemmän huolissaan sosiaalisista epäkohdista kuin postmoderni turisti. Hän on luontoa ja kulttuuria arvostava samalla kun uskonnollisuuden merkitys hänelle on vähentynyt. Ympäristömyönteisyys korostuu ja individualististen arvojen merkitys on vähäisempää. Postmaterialisti ajattelu on yleisempää nuoremman sukupolven kesken, kun taas materialismia esiintyy vanhemmassa sukupolvessa (van Deth & Scarbrough 1995, 147). Postmaterialistin ja postmodernin turistin raja on häilyväinen, mutta ero näkyy oleellisesti elämänarvoissa.

Jälkimodernismin teoria perustuu nimenomaan siihen, että kulutustottumukset muodostavan perustan eri elämäntavoille. Sosiodemografisten tietojen uskotaan lopulta olevan yhä merkityksettömämpiä ja ryhmille yhdistävänä tekijänä toimivat kulutustottumukset (Bocock 1993, 27 - 28). Yhdistäviä tekijöitä voivat olla tällöin myös arvot.

Suomalaisten elintarvikevalintoja käsittelevän tutkimuksen mukaan kuluttajat, jotka arvostavat yhteyttä luontoon, pitivät tärkeinä suureksi osaksi samoja tuoteominaisuuksia, kuten esimerkiksi eläinten hyvää kohtelua, tuotteen kotimaisuutta ja vastuullisuutta. Elämän mielekkyys -arvon kanssa korreloivia valintakriteereitä olivat taas laatu, pakkauksen siisteys ja maku. (Tiilikainen 1999, 31.) Yhteys luontoon -arvon voidaan katsoa kuuluvan ympäristömyönteisyyttä ilmentäviin arvoihin (Niit & Raudsepp 2005, 310). Ekologisuuden onkin todettu pohjautuvan yleisesti kulutusvalinnoissa enemmän arvoihin kuin pelkkään makuun. Tämän mukaan nykyaikaisten kuluttajien tyypittelyjä ei pitäisi perustaa pelkkiin ulkoisiin ominaisuuksiin, vaan keskittyä juuri käyttäytymiseen ja elämänarvoihin. (Mustonen 2003, 37; Poon 1993, 11.)

Suomalaisten matkailijoiden kulutuskäyttäytymisen ja matkailukulutuksen yhteyttä tutkittaessa havaittiin, ettei ympäristöystävällisyys vaikuta juuri lainkaan matkailukulutuksen määrään tai haluun. Voidaan siis olettaa, että ekologisuus näkyy enemmän valintoina kuin kulutuksen määrän vähenemisenä. Arvoilla voi olla siis korostuneempi vaikutus ostokäyttäytymiseen kuin ennen. Postmodernista teoriasta huolimatta samaisessa tutkimuksessa ei kuitenkaan löydetty mahdollisuutta poissulkea sosiodemografisten tietojen merkitystä, sillä juuri nämä ominaisuudet näyttivät vaikuttavan yhä matkailukulutukseen enemmän kuin kulutuskäyttäytyminen (Honkanen & Mustonen 2005, 20 - 21.) Poonin (1993, 10) mukaan sosiodemografialtaan uudenlaisia elämäntyytlejä edustavat esimerkiksi kaksikertaisesti ansaitsevat lapsettomat pariskunnat, yksinhuoltajat ja ihmiset, joiden lapset ovat jo lähteneet kotoa (ks. myös Sznajder ym. 2009, 153). On siis oletettavaa, että matkailijoiden ymmärtäminen tulee olemaan yhä sitoutunutta sosiodemografisiin ominaisuuksiin. Individuaalisuuden lisääntyessä ne eivät kuitenkaan sinällään riitä. Tällöin matkailijan psykologiset ominaisuudet, kuten arvot ja motiivit tulevat olemaan entistä tärkeämpiä apuvälineitä.

5 LUOMUTILA GAIJAN KÄVIJÄTUTKIMUS

5.1 Tutkimusmenetelmät

Tämän opinnäytetyön tutkimusongelmaa ratkaisemaan valitut menetelmät hankittiin tapaustutkimuksen mukaisesti käyttämällä monenlaisia tiedonkeruumenetelmiä (Hirsjärvi ym. 1998, 130.) Tapaustutkimuksen tarkoitus on tuottaa intensiivistä tietoa yksit-

täisestä ja useista toisiinsa linkittyneistä tapauksista. Tutkimuksen kohteena oli vaihtoehdoisen matkailukohteen kävijäkunta, mutta myös osaksi Gaija-yhteisö vapaaehtoistyöntekijöineen. Kohderyhmien tutkimiseen valittiin toisiaan täydentäviä kvalitatiivisen sekä kvantitatiivisen tutkimuksen metodeja. Yhteisöä tutkittiin osallistuvan havainnoinnin kautta, kun taas kohteen muita kävijöitä tutkittiin kyselylomakkeen avulla. Menetelmät koetaan toisiaan täydentäviksi, sillä opinnäytetyön tarkoitus ei ole asettaa kumpaakaan tutkimussuuntaa vastakohtaksi toisilleen. Kvantitatiivinen tiedonkeruumenetelmä mahdollistaa aineiston käsittelyn numeerisena, mikä tulkitaan kvalitatiivisen tutkimuksen näkökulmasta.

Osallistuvan havainnoinnin rinnalle laadittiin kyselylomake (liite 1), sillä menetelmää käytetään usein käyttäytymistä, toimintaa, arvoja, mielipiteitä ja asenteita käsittelevissä tutkimuksissa. Kyselyn haittoja taas ovat kysymysten tulkinnalliset ongelmat, väärinkäsitykset ja vastaajien mahdollinen huolimattomuus. Kyselylomakkeessa käytettiin strukturoituja monivalintakysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä, jotka taas käsiteltiin laadullisesti. Kyselyn muoto oli kontrolloitu, sillä kyselyn laatija jakoi lomakkeet henkilökohtaisesti paikan päällä. (Ks. Hirsjärvi ym.1998, 133, 192, 193.) Kyselylomakkeessa selvitettiin kävijöiden ikää, koulutusta, kotiseutua, matkaseuraa, matkustustapaa, matkan kestoa, Gaijassa yövyttyjen öiden määrää, ensivaikutelmaa, aikaisempaa kokemusta Gaijasta tai yhteisöasumisesta, kuluttajan matkailukohteen valinnan syitä, omaa arvomaailmaa ja eettisten asioiden tärkeysjärjestyksiä matkailussa. Ähtärin Masterplan -hankkeen osalta kysyttiin Ähtäriin matkustamisen päätökseen vaikuttaneita tekijöitä sekä muiden alueen majoituskohteiden tuntemusta.

Kyselylomakkeen avulla koottu aineisto korostaa sosiodemografisten tietojen käyttöä matkailukulutuksen määrittäjinä. Näiden lisäksi käytetään psykografisia tietoja täydentämään asiakasprofiilia, sillä psykologisilla ominaisuuksilla on todettu olevan merkitystä matkailukulutusta selvitettäessä (ks. esim. Mustonen 2006). Matkalle lähdön syytä selvitetään kysymällä kyselyn vastaajilta heidän primäärisiä ja sekundaarisia motiiveja, joiden on myös todettu olevan toimivia perusteita asiakkaiden ymmärtämisessä ja asiakassegmentoinnissa (Komppula & Boxberg 2002, 83). Asiakassegmentoinnin katsotaan taas olevan tarpeeksi tehokasta, kun valtamarkkinoilta on lohkottu asiakasryhmiä yhä pienempiin osiin. Matkaseura valittiin segmentoinnin avainkriteeriksi, sillä esimerkiksi perheillä on niin paljon poikkeavammat tarpeet kuin yksinmat-

kailijalla (Komppula & Boxberg 2002, 75, 78.) Motiivikysymysten avulla voitiin selvittää matkalle lähtemiseen vaikuttaneiden tekijöiden yhteyksiä eri matkaseurueisiin Gaijan asiakasryhmien selvittämiseksi. Lisäksi koska matkustamisen tiheyden on huomattu vaikuttavan matkustuskäyttäytymiseen, (Swarbrook & Horner 2007, 95) selvitettiin kävijöiltä heidän aikaisempia kokemuksiaan Gaijasta tai muista yhteisöistä. Näin pystyttiin erottamaan Gaijan vakituiset kävijät ensikertalaisista.

Kyselyn arvo-osiossa tarkastelun alla olivat ennen kaikkea ekologisuuden ja universaaliuden arvot sekä matkailun eettisyys. Kävijöiden näkemyksiä omista arvoistaan ja ominaisuuksistaan tutkittiin, koska arvot ovat kytköksissä motiiveihin ja valintoihin. Osa arvokysymyksistä jaoteltiin edustamaan ekologisuuteen voimakkaimmin yhteydessä olevia arvoja (Niit & Raudsepp 2005, 310). Kysymysten joukkoon sijoitettiin myös mielipiteitä ja ominaisuuksia kuvaavia väittämiä. Kysymystyyppinä käytettiin Osgoodin asteikkoa, jossa 7-portaisen asteikon avulla vastaaja pystyi ympäröimään itseään parhaiten kuvaavan numeron. Kysymyksessä oli 18 kohtaa, joissa esitettiin erilaisia vastakkain asetettuja väittämiä. Mitä lähempänä valittu numero oli ääripäitä, sitä tarkemmin se vastasi annettua väittämää. Esimerkiksi väittämän ”luonnonsuojelu on minulle hyvin tärkeää” kohdalla numero 7 vastaa väittämää täysin, kun taas numero 1 oli täysin väittämän vastainen: ”en välitä luonnonsuojelusta”. Numeroarvo 4 sijoittui vastaväitteiden keskelle, josta suurempi arvo on positiivisella puolella ja pienempi negatiivisella puolella. Ekologisuusarvoja, individuaalisuusarvoja ja ei-individuaalisia arvoja edusti useampi väittämä, jotka yhdistettiin analysointivaiheessa. Tuloksista voitiin myös pohtia kävijäkunnan arvomaailmojen samankaltaisuutta Gaijan arvojen kanssa, minkä kautta voitiin tunnistaa mahdollinen kohderyhmä.

Määrällisen aineiston analysointiin käytettiin määrälliselle tutkimukselle ominaisia tilastollisia menetelmiä. Kyselylomake muokattiin sopivaksi SPSS-ohjelmalle, jonka avulla voitiin tarkastella eri muuttujien määrällistä esiintymistä, mutta myös muuttujien suhteita voitiin analysoida. Esimerkiksi sosiodemografisia tietoja koskeneet vastaukset eroteltiin eri luokkiin ja näiden riippuvuutta muihin tekijöihin tarkasteltiin ristiintaulukoinnin avulla. Ristiintaulukoinnilla voitiin selvittää kahden luokitellun muuttujan välistä yhteyttä ja sitä millä tavalla ne vaikuttivat toisiinsa (Heikkilä 1998, 199).

Koska kyselylomake suunnattiin kaikille sesongin aikana Gaijassa vieraileville kävijöille, on kyseessä kokonaistutkimus (Hirsjärvi ym. 1998, 179). Tarkoituksena ei ollut siis tutkia ympärivuotista kävijäkuntaa vaan saada mahdollisimman kattava vastausprosentti kesäkauden vieraista. Ratkaisuun päädyttiin, sillä Gaijan toiminta on hyvin erilaista talvi- ja kesäkuukausien aikoina (Ollila, 2009).

Osallistuvan havainnoinnin avulla saadaan suoraa ja välitöntä tietoa siitä, toimivatko ihmiset niin kuin he sanovat toimivansa. Havainnoinnin avulla päästään ryhmien ja organisaatioiden luonnolliseen ympäristöön ja päästään tutkimaan todellista elämää. Havainnoinnin haittapuolia on kuitenkin esimerkiksi se, että havainnoija saattaa häiritä luonnollista tilannetta tai muuttaa tapahtumaketjuja läsnäolollaan. (Hirsjärvi ym. 1998, 209 - 210.)

Menetelmät voidaan jakaa systemaattiseen havainnointiin ja osallistuvaan havainnointiin. Systemaattisessa havainnoinnissa havainnoija on ulkopuolinen toimija ja tilanteet saattavat olla ennalta suunniteltuja ja jäseneltyjä, kun taas osallistuvassa havainnoinnissa tutkija osallistuu ryhmän toimintaan ja tilanteet ovat vapaasti muotoutuvia. (Hirsjärvi ym. 1998, 211.) Osallistuva havainnointi voi olla täydellistä, jolloin havainnoija soluttautuu ryhmään tai organisaatioon luonnollisena henkilönä eikä tutkijana. Tutkittaville voidaan myös heti alussa ilmoittaa, että he ovat havainnoinnin kohteena. Aste vaihtelee kuitenkin tilanteen mukaan.

Luomutila Gaijan tapaustutkimuksessa osallistuva havainnointi valittiin tutkimusmenetelmäksi, sillä paikasta oli hyvin vaikea saada realistista kokonaiskuvaa ilman intensiivistä havainnointia. Menetelmän valintaan vaikutti oleellisesti ensimmäinen vierailuni paikalle. Tällöin huomasin, että on soluttauduttava toimintaan voidakseni muodostaa käyttökelpoisia segmentointimenetelmiä ja kehitysehdotuksia. Havainnointi auttoi näkemään Luomutila Gaijan toimintaa ja yhteisön elämää muidenkin osapuolten näkökulmasta, vaikka tarkastelijana on aina tutkija itse. Osallistumisen tasoksi valittiin lähes täydellinen osallistuminen, kuitenkin tiedottamalla yhteisölle opinnäytetyön teosta ja olemalla avoin tutkimuksen edetessä ja jälkikäteen. Osallistuvan havainnoinnin tukena käytettiin päiväkirjaa, johon kirjoitettiin ylös lähes päivittäin tapahtumia, työnteon etenemistä ja muita havaintoja.

Havainnoinnin kautta oli mahdollista syventää ja monipuolistaa tiedon hankintaa Gaijasta yleisesti, mutta myös toiminnan jokaisessa osa-alueessa. Havainnointi keskittyi erityisesti hostelliasiakkaiden reaktioihin ja palautteisiin vastaanottaessa ja heitä palveltaessa, mutta myös yhteisön jäsenten reaktioihin sekä kokemuksiin matkailijoista. Tämän kautta oli helpompi arvioida pitävätkö teoreettisen osion asiakassegmentoinnin perustelut paikkansa Gaijan tapauksessa. Myös oli mahdollista tarkkailla hostelliasiakkaiden käyttäytymistä ja verrata tätä kyselylomakkeiden vastauksiin. Kaikki kyselylomakkeet käsiteltiin nimettöminä ja luottamuksella, minkä takia yksittäisten henkilöiden havainnointia ei suoritettu vaan vertailua tehtiin kaikkien kyselylomakkeiden perusteella. Havainnoinnin kohteena olivat myös vapaaehtoistyöntekijät, joita oli Gaijassa noin 20 henkilöä kesä-syyskauden aikana.

Työteon ja oman elämän ohessa oli mahdollista seurata Gaijan asukkaiden elämää ja työntekoa, pohtia Gaijan yhteisiä elämänarvoja sekä niiden ilmentymistä arjessa, mutta myös pitkäkestoisen suunnittelun pohjalla. Tämä auttoi taas ymmärtämään kokonaisvaltaisesti Gaijan monipuolista olemusta ja tämän liittämistä vaihtoehtoisen matkailukohteen määritelmään, sillä pystyin hyvin tehokkaasti tarkkailemaan vaihtoehtoisen matkailun ilmentymistä hostellivieraiden, vapaaehtoistyöntekijöiden ja yhteisön jäsenten kertomusten kautta. Yhteisön jäsenten kanssa kävin keskusteluita majoituspuolen toimivuudesta, hinnoittelusta, kehitysehdotuksista ja menneistä kokemuksista. Keskustelut koskivat myös usein kokonaisuuden kehittämistä ja heidän tulkintaansa Gaijasta.

Monipuolinen työtarjonta Gaijassa mahdollisti osallistumiseni esimerkiksi peltotyöhön, eläintenhoitoon, aidanrakentamiseen, vapaaehtoistyöläisten ohjaamiseen, catering-palveluun, kurssitoiminnan järjestämiseen, tilojen siivoukseen, sisustamiseen, pyykinpesuun ja ennen kaikkea yhteisön jokapäiväiseen elämään. Päävastuualueeni oli majoituspuolesta huolehtiminen, mikä tarkoitti vieraiden vastaanottamista, majoittamista, laskutusta, opastamista, aamiaispalveluiden järjestämistä, huoneiden ja yleisten tilojen siivoamista, ohjelmapalvelujen myyntiä ja Luomupuodin myyntityötä. Itse myös käytin ahkerasti Gaijan tarjoamia ohjelmapalveluita, kuten ratsastusmahdollisuutta, kiipeilyä, Capoeira-ohjausta, käsitöiden tekoa, kallio- ja seinäkiipeilyretkiä, retkeilyä ja marjastusta. Osallistuin myös Gaijassa järjestettyyn Sippoin energia- ja itsehoitokurssille.

5.2 Kävijätutkimuksen toteutus

Opinnäytetyöprosessi alkoi etsimällä sopivaa vaihtoehtoista matkailukohdetta. Valintakriteereinä oli erilaisuus yleiseen matkailupalvelutarjontaan verrattuna, sijainti maaseudulla sekä riittävä kävijämäärä vaihtoehtoisuuden mitoissa. Eri matkailijoille matkasinällään voi olla vaihtoehtoinen tai vain jokin osa siitä voi täyttää vaihtoehtoisuuden kriteerit. Tilastokeskuksen (2009) mukaan suomalaisten kotimaan matkat ovat pääasiassa mökki- sekä vierailumatkoja ja maksullisessa majoituksessa yövytään selvästi vähemmän. Valtavirrasta pääsee siis poikkeamaan, kun valitsee majoituskohteeksi maksullisen maatilamajoituksen tai vielä erikoistuneemman kohteen, kuten ekokylän tai luomuviljelyyn erikoistuneen maatilaa. Yleisesti ekokylätoiminta ja olemassaolo perustuu tiedon levittämiseen ja elämäntapansa esittelyyn uteliaille, jolloin kaikki vierailijat ja matkailijat ovat tervetulleita tutustumaan ekokylään. Huomattava ero matkailullisesta näkökulmasta on, että kävijä ei ole tällöin varsinainen turisti vaan vieraana asukkaiden kodeissa (ks. esim. Livonsaari 2009). Ekokylässä tapahtuva matkailu on useimmiten vapaaehtoistyöhön, oppimiseen ja tapahtumiin liittyvää, mikä on oleellinen vaihtoehtoisen matkailun piirre. Myös muutos turistista vierailijaksi on käsin kosketeltava vaihtoehtoisuuden merkki.

Suomen Luomumatkailuyhdistys (ECEAT Finland) ylläpitää Internet-sivuja, joiden kautta on mahdollista löytää luomumatkailukohteita. Tällä hetkellä merkittävää ekokylä- tai -yhteisöissä tapahtuvaa matkailu- ja majoitustoimintaa Suomessa tarjoaa Keuruun ekokylä ja Luomutila Gaija (ECEAT Finland 2010). Näistä kahdesta valitsin kohteekseni Luomutila Gaijan, koska siellä vaihtoehtoisen matkailun piirteet toteutuivat mielestäni parhaiten. Valintaani vaikutti vielä se, että Gaijan toiminta oli vielä suhteellisen alussa, jolloin vaihtoehtoisuuden ilmeneminen mielestäni voimistui.

Koska opinnäytetyötä lähdettiin tekemään henkilökohtaisen tutkimuskysymyksen perusteella, oli löydettävä myös sopiva toimeksiantaja. Ähtärin matkailun kehittämiseksi oli käynnissä vuosina 2008 - 2010 matkailun Masterplan-hanke, jossa on keskitytty yritysten yhteistyön ja tuotekehittelyn parantamiseen esimerkiksi pitämällä työpajoja hyvinvointimatkailun monipuolistamiseksi. Luomutila Gaijalle oli tärkeää saada tar-

kempaa tietoa matkailijoistaan ja kävijöistään tuotekehittelyn parantamiseksi, mikä tuntui luonteelta Masterplan -hankkeen tarkoitusperälle. Hankkeen projektipäällikkönä toimineelta Jari Niskaselta sain arvokasta konsultointia tilanteen vaatiessa. Masterplan-hankkeen tiimoilta syntyneitä innovatiivisia kehitysideoita ovat muun muassa sairaalahoidon-, kuntoutus-, terveys- ja hyvinvointipalvelujen sekä matkailun yhdistäminen kokonaisuudeksi. Esimerkiksi Ähtärin sairaalan ortopedisiin tai plastiikkakirurgisiin leikkauksiin tulevat asiakkaat voisivat tulevaisuudessa ostaa kokonaisvaltaisen kuntoutuspaketin toipilaskaudelleen, mihin voi kuulua monenlaisia virkistys- ja matkailupalveluita (Niskanen 2010). Luomutila Gaijan rooli Ähtärin matkailulle on tarjota vaihtoehtoisia terveyspalveluita ja -kurseja sekä luomutilamatkailua. Ähtärin matkailun Masterplan -hankkeen avulla matkailualueelta on kartoitettu myös mahdollisia laajennukseen ja rakentamiseen sopivia kohteita sekä otettiin esiin vanhoja matkailukohteita, jotka vaativat kunnostusta. Tuleviin kehityssuunnitelmiin kuuluu luoda Ähtäristä johtava perhematkailukohde vuoteen 2020 mennessä. Tarvittavia investointeja toteuttamiseen tarvitaan noin 30 - 35 miljoonaa euroa. (Niskanen 2010.)

5.3 Opinnäytetutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Kysely ja osallistuva havainnointi suoritettiin kesäsesongin aikana (heinä-syyskuu). Koko vuoden 2009 sesongin kävijämäärä eli oli arviolta lapset mukaan lukien 200 henkilöä. Seuranta rajoittui lähinnä hostellivieraisiin, telttailijoihin ja muutamiin tuttavakävijöihin. Kävijätutkimuksen perusjoukko koostui nimenomaan sesonkiasiakkaista eikä ympärivuotisesta kävijäkunnasta, sillä vain tällöin on mahdollista tavoittaa eniten matkailijoita. Perusjoukoksi rajattiin yli 14-vuotiaat henkilöt, jotka majoituivat hostelliin tai olivat muuten tulleet tutustumaan Gaijaan ensikertaa. Heitä vieraili kesäsesongin aikana 78 henkilöä. Koko vuonna 2009 Gaijassa vieraili kaiken kaikkiaan noin 300 kävijää, jotka olivat vaihtelevasti yhteisön tuttavuuksia, kurssilaisia, vapaaehtoistyöntekijöitä, työharjoittelijoita ja matkailijoita. Kyselyyn vastasi 52 henkilöä, jolloin vastausprosentiksi tuli 67 %. Vastausprosentti on tällöin suhteellisen kattava kuvaamaan kesän perusjoukkoa. Yksi kyselylomake jäi vajaaksi, koska viimeisen sivun arvo- ja eettisyyskysymyksiin ei ollut vastattu. Muut kyselylomakkeet olivat virheettömästi täytettyjä.

Perusjoukon pienuus kuitenkin rikkoo tilastollisten menetelmien käytön mielekkyyttä, koska johtopäätösten tekeminen jää varsin tulkinnanvaraiseksi. Tämän takia tutkimuksen validius eli pätevyys kärsii, sillä menetelmät eivät riitä tuottamaan tarpeeksi luotettavaa vastausta tutkimusongelmaan. Virheellinen tulkinta voi johtua joissain tutkimuksissa esimerkiksi asioiden kaunistelusta tai vähättelystä kyselyyn vastattaessa, mutta myös tuloksia tulkittaessa tutkijan omat mielipiteet saattavat vahingoittaa validiutta (Heikkilä 1998, 178.) Tulosten perusteella on siis mahdollista tehdä enemmänkin havaintoja kuin luotettavia johtopäätöksiä. Opinnäytetyön aineistot ja kyselytulokset toimivat tällöin teorian ja käytännön vertailussa hyvänä pohdiskelun aloittajana. Tämän opinnäytetyön avulla lukija voi vertailla myös omaa matkailijaluonnettaan esitettyihin tyyppitelyihin ja muodostaa näkökulmansa sekä mielipiteensä esitetyistä tuloksista ja johtopäätelmistä.

Tutkimuksen reliabiliteetti eli toistettavuus ja tulosten tarkkuus toteutuvat vain osin. Jos tapaustutkimus toistettaisiin eri tutkijan toimesta, osallistuva havainnointi ja kyselyn tulosten johtopäätökset saattaisivat erota paljonkin tutkijan oman subjektiivisen kokemuksen takia. Jos kyselyä toistettaisiin useita vuosia, tutkimustulokset saisivat paljon enemmän syvyyttä ja luotettavuutta. Tässä opinnäytteessä on tehty vain yksi kysely, mikä vain osittain riittää kuvaamaan vaihtoehtoisen matkailukohteen asiakaskuntaa. Opinnäytteen avulla on kuitenkin mahdollista antaa eri näkökulmia Luomutila Gaijan yhteisön jäsenille matkailu- ja majoitustoiminnan kehittämiseksi.

5.4 Tulokset

5.4.1 Osallistuvan havainnoinnin tulokset

Osallistuva havainnointi tapahtui aikavälillä 2.7. - 16.9.2009. Luomutila Gaijassa matkailusesongin aikana samaan aikaan kyselylomakkeiden jaon kanssa. Osallistuva havainnointi oli tutkimusmenetelmänä toimiva, sillä todella sulauduin yhteisöön ja joka toiminnan alaan. Suunniteltu osallistumisen aste saavutettiin, sillä olin ensimmäisestä hetkestä lähtien yhteisön jäsen ja sain osallistua myös yhteisön kuukausittaisiin kokouksiin. Havainnointiin on saattanut vaikuttaa omien elämänarvojeni samankaltaisuus, sillä huomasin sopeutuvani joukkoon todella hyvin. Ekologisuuden sekä luonnonmukaisuuden toteuttaminen arjessa oli ollut jo pitkään omana haaveenani, mikä

saattoi joissain havainnoinnin tilanteissa aiheuttaa kohteen ja itseni välistä sympatiaa. Saavuin Gaijaan kuitenkin ensikertalaisena ja tältä kannalta tarkasteluni näkökulma oli puolueeton.

Havainnoinnin kautta huomasin WWW-sivujen kuvailun olevan paikkansapitävää ja harkittua tekstiä. Gaijan arvomaailma perustuu yhteisöllisyydelle, hyväntahtoisuudelle, eettisyydelle, luonnonmukaisuudelle, ekologisuudelle ja suvaitsevuuudelle. Yleisesti ottaen Gaija toimii mahdollisimman paljon näitä arvoja kunnioittaen, kuten esimerkiksi käyttämällä luomuraaka-aineita ruoanlaitossa ja ekologisista rakennus- ja sisustusmateriaaleja. Hostelli on sisustettu lähinnä kierrätetyillä huonekaluilla, kodintekstiileillä, koristeilla ja omilla taideteoksilla. Gaijassa jätteet kierrätetään mahdollisimman tarkkaan ja myös hostellivieraita neuvotaan kierrättämään jätteensä yhteiskeittiössä. Yhteisön jäsenten välillä on toki arvoeroja, mutta avoimuus ja moniarvoisuus juuri tuovat rikkautta ja ymmärrystä ryhmädynamiikkaan. Näkyvimpiä eroja yhteisössä ovat ruokattotumukset: osa on vegaaneja, osa kaikkiruokaisia ja toiset jotain siltä väliltä. Kun jotain koko yhteisöä koskevaa oli suunnitteilla, niistä puhuttiin kuukausittaisissa kokouksissa mahdollisimman avoimesti.

Koska Gaija on avoin yhteisö, joka kutsuu vieraita luokseen, hostellin olemassaolo on luonnollinen ja käytännöllinen ratkaisu. Kävijät vaihtelevat varsinaisista turisteista vakituisiin kävijöihin, joita olivat esimerkiksi ystävät ja sukulaiset. Myös vapaaehtoistyöntekijät majoittuvat hostelliin. Matkailutoiminnalle Gaijassa on potentiaaliset puitteet ohjelmalveluja myöten. Luonnonkaunis ja perin suomalainen maisema antaa jo sinänsä viihtyvyydelle takeet. Yhteisön jäsenet ovat moniosaajia eri aloilla, kuten esimerkiksi viljelyssä, urheilussa, musiikissa, käsitoissa ja taiteissa, mikä luo virikkeellisen ympäristön oppivaiselle ja uteliaalle vierailijalle. Maailman eettisiin ja ekologisiin epäkohtiin uskalletaan ottaa kantaa ja asioita pyritään ymmärtämään universaalillakin tasolla.

Gaijan monipuoliseen elämään toi lisää väriä kansainväliset vapaaehtoistyöntekijät. WWOOF -järjestön (World Wide Opportunities On Organic Farms) kautta tulee Gaijaan vuosittain kymmeniä vapaaehtoistyöntekijöitä ympäri maailmaa. Vuoden 2009 aikana ehti Gaijassa oleskella nuoria vapaaehtoistyöntekijöitä Uudesta Seelannista, Hollannista, Belgiasta, Englannista, Yhdysvalloista, Saksasta ja Ranskasta. Järjestö

välittää vapaaehtoistyöntekijöitä nimenomaan luomutiloille eripituisille työjaksoille. Gaijassa vierailleet "wooferit" viipyivät keskimäärin 3 viikkoa, jonka jälkeen he jatkoivat matkaansa joko takaisin kotimaahansa tai kohti seuraavaa matkakohdetta. Osa vapaaehtoistyöntekijöistä saattoi kuitenkin työskennellä Gaijassa koko kesänkin. Gaija oli monelle heistä vain yksi kiertomatkinsa etapeista ja seuraava suunta vei esimerkiksi Itä-Euroopan läpi kohti etelää. WWOOF -organisaation vapaaehtoistyöntekijöiden yleinen päämäärä on helpottaa luomutilojen työsarkaa monella tavalla samalla itse oppien uusia asioita matkailun ohella. Heidän ansiosta Gaija on kansainvälinen ja monikulttuurinen paikka.

Kesäkauden vapaaehtoistyöntekijät olivat eri-ikäisiä, mutta suurimmaksi osaksi 20 - 30-vuotiaita ja edustivat tasaisesti kumpaakin sukupuolta. Vapaaehtoistyöntekijöiden ansiosta Gaijaan syntyy taidetta, rakennelmia ja työn hedelmiä yksilöllisellä tasolla. Kesän aikana ranskalainen nuorten miesten muodostama tiimi rakensi uuden lammassaidan, tyhjensi vanhan ladon ja keittiössä kehiteltiin maukkaita kansainvälisiä ruokalajeja. Yhdysvalloista kotoisin olevat nuoret naiset hoitivat kanoja ja lampaita, kun vihannespellolla ahkeroi kansainvälinen kirjo muita työntekijöitä yhteisön apuna. Itse sain heiltä paljon apua muun muassa hostellin ylläpidon kanssa. Eräs ikäryhmästä poikkeava vapaaehtoistyöntekijä oli elämänmuutoksen tehnyt keski-ikäinen englantilainen mies, joka matkusti pienen koiransa kanssa ympäri Eurooppaa pakettiautollaan, jossa hän myös majoittui Gaijassa oleskelunsa aikana. Vapaaehtoistyökseen hän remontoi yhden hostellihuoneen lattian sekä rakensi uuden hyllyn Luomupuotiin.

Hostellivieraista pystyi havaitsemaan selkeitä erilaisia ryhmiä. Varsinaisina turisteina voitiin pitää Ähtärin eläinpuistoon suuntautuneita perhematkailijoita, jotka ostivat lähes poikkeuksetta perhepaketti -majoituksen. Perheet koostuivat kahdesta aikuisesta ja 1 - 2 alle 9-vuotiaista lapsista. Perheet saapuivat Gaijaan illansuussa ja lähtivät taas matkaan aikaisin aamulla aamupalan syötyään. Toinen asiakas ryhmä koostui venäläisistä ostosmatkailijoista. Heitä saapui 1 - 2 kertaa viikossa noin 10 hengen ryhmä ja he viipyivät joka kerta yhden yön. He saapuivat illalla ja tekivät itsenäisesti illallisen ryhmälle hostellin keittiössä ja lähtivät aamulla aikaisin Tuurin kyläkauppaa kohti yhteiskuljetuksellaan.

Kolmas selkeä ryhmä oli Gaijassa järjestettävään Sippoin akupainannan ja meridiaanihieronnan ammattikoulutukseen tulleet henkilöt, jotka olivat suurimmaksi osaksi nuoria aikuisia naisia. Kerran kuussa viikonloppuna järjestetty koulutus kesti aina perjantaista sunnuntaihin. Kurssilaisten ruokailu tapahtui Gaijan luomucatering -palvelun kautta, mutta myös kurssilaiset itse saivat auttaa ruokajärjestelyissä halutessaan. Talloisiin osallistuneet saivat vastineeksi majoitus- ja ylläpitokustannuksista alennusta.

Neljäs hostelliasiakasryhmä koostui Ain laulain työtäs tee -majoituspaketin ostaneista asiakkaista. He koostuivat suurimmaksi osaksi noin 30-vuotiaista naisista, jotka saapuivat kahdestaan tai yksin. Heille maatilan työt olivat selkeä kiinnostuksen kohde ja tekemisen tarve oli heissä suurta. Ohjelmaksi heille annettiin lampaiden paimentamista sekä yrttien keruuta. He viipyivät keskimäärin kaksi yötä Gaijassa. Työpaketilla saapui myös yksittäisenä kaksi Eurooppalaista vierailijaa, jotka olivat olleet Keuruun ekokylässä Maailman ekokyläverkoston (GEN) kansainvälisessä kokouksessa. Heistä toinen oli kroatialainen noin 26-vuotias nainen, joka työprojektinaan maalasi Luomupuodin oven. Toinen, espanjalainen noin 30-vuotias mies puolestaan teki Gaijan pääsisäänkäynnille uuden opaskyltin, missä oli tietoja hostellista ja Luomupuodista. Heidän kanssaan kävin myös keräämässä luonnonyrttejä, joista suurimman osan kuivasimme yrttiteeksi talven varalle.

Lisäksi Gaijaan tuli vierailemaan kirjava joukko nuoria aikuisia. Osa heistä tuli telttailemaan, tekemään töitä ja tutustumaan yhteisöelämään ja osa oli yhteisön jäsenten ystäviä. He tuntuivat olevan hyvin samanhenkisiä ihmisiä ja he tekivät eniten samoja töitä kuin yhteisön jäsenet. Heille oli ominaista myös valtakulttuurille vaihtoehtoisilta vaikuttavien matkustustapojen käyttö: neljä henkilöä saapui Gaijaan pyörällä, osa lisäksi liftaten. Viimeisin havaittu kävijäryhmä oli syyskuussa järjestetyn sadonkorjuujuhlan päiväkävijät, jotka koostuivat Ähtärin seudun asukkaista. Sadonkorjuujuhlaan kutsuttiin myös yhteisön jäsenten ystäviä ja entisiä yhteisön asukkaita, jotka jäivät myös yöksi hostelliin tai yhteisön jäsenten luokse.

5.4.2 Sosiodemografiset tiedot ja matkaseura

Kyselyyn vastaajista oli hieman yli puolet naisia ja miehiä 43 %. Enemmistö vastaajista oli kotoisin Länsi-Suomen läänistä ja pääkaupunkiseudulta. Kolmanneksi eniten

kävijöitä oli tullut muusta Etelä-Suomen läänistä. Koulutusluokat olivat jakautuneet suhteellisen tasaisesti. Hiukan yli muiden oli yliopisto- ja ammattikorkeakoulutasoisesti kouluttautuneita kävijöitä. Matkaseuraa kategorioitiin seuraavasti: yksin, ystäväseurueessa, perheen kanssa tai työssäohjauksessa. Suurin osa matkailijoista saapui Gaijaan perheen kanssa 38 % tai yksin 33 %. Kolmanneksi eniten saapui matkailijoita ystäväseurueessa (19 %), mikä osittain liittyi myös Gaijan koulutusseurueisiin. Heidä ei ollut kuitenkaan mielekäästä analysoida tilastollisten menetelmien mukaan, sillä lukumäärä ei yltänyt vertailukelpoiseksi perhe- ja yksinmatkailijoiden kanssa. Työssäohjaukseen tulleet henkilöt kategorioitiin omaksi segmentikseen, sillä heitä oli vaikea sijoittaa mihinkään muuhunkaan. Heidä oli selvä vähemmistö (10 %) kaikkiin vastaajiin suhteutettuna, joten omana segmenttinä analysointia ei voinut myöskään luotettavasti toteuttaa. Kuitenkin laadullisesti tarkasteltuna ystäväseurueiden ja työssäohjaukseen saapuneiden vastauksia voidaan huomioonottaa. Varsinaisiin Gaijan koulutuksiin osallistuneet analysoitiin segmentoinnissa matkaseuran mukaan. Heidät voitiin kuitenkin erottaa muista vastaajista matkustusmotiivien mukaan kyselyn kysymyksessä numero 7. Kaikkiin vastaajiin suhteutettuna Gaijan koulutuksiin osallistujia oli 17 %.

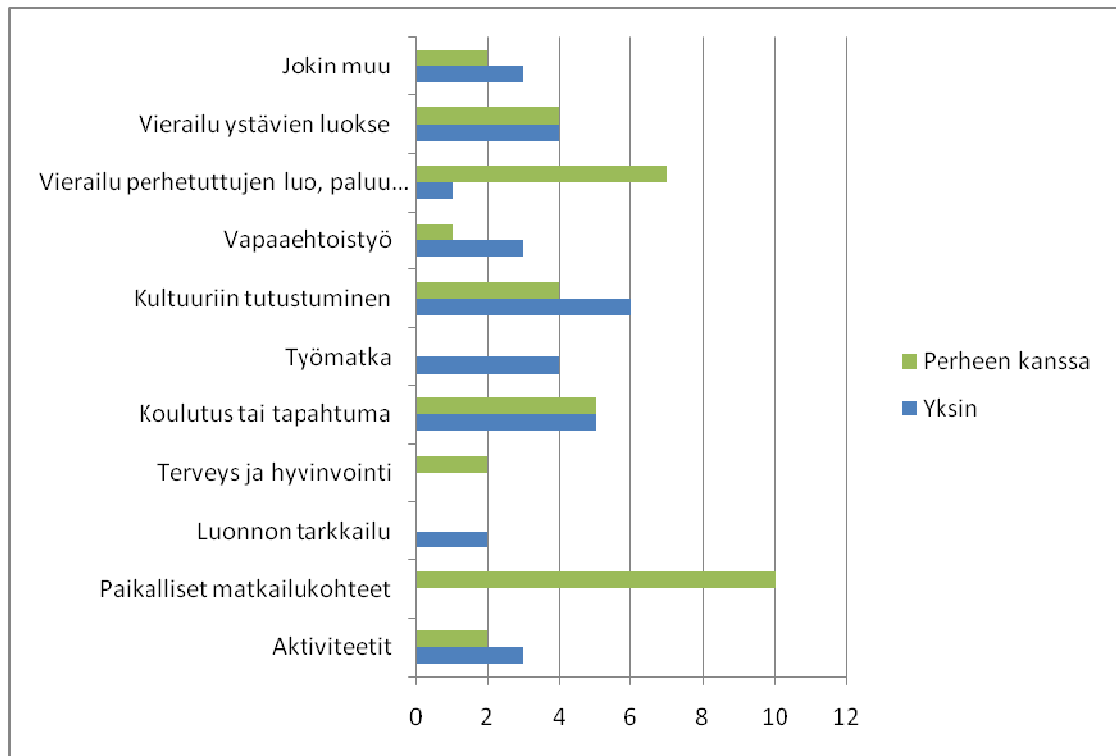
Enemmistö vastaajista oli 25 - 35-vuotiaita. Yli 40-vuotiaita naisia oli hieman enemmän kuin samanikäisiä miehiä. Suurin osa perhematkailijoista oli 25 - 35-vuotiaita ja ystäväseurueissa saapuneet olivat enimmäkseen 20 - 30-vuotiaita. Yksinmatkailijoiden joukosta erottui kaksi ikäluokkaa: 25 - 30-vuotiaat ja yli 46-vuotiaat. Työssäohjauksessa olleet olivat kaikki 14 - 19-vuotiaita. Naisia saapui perheiden ja ystäväseurueiden kanssa hieman miehiä enemmän, kun taas yksinmatkailijoita oli molempien sukupuolten kesken tasaisesti.

5.4.3 Matkan kesto, kulkuneuvo ja yöpymiset Gaijassa

Kaikkien vastaajien matkan kesto kokonaisuudessaan oli suurimman osan (48 %) kohdalla 1 - 3 päivää. Pidempiäkin aikoja oltiin poissa kotoa: 29 % ilmoitti olevansa 4 - 7 päivää matkalla ja 19 % 8 - 11 päivää. Suosituin kulkuneuvo oli oma auto, varsinkin perheillä. Yksinmatkaajat matkustivat usein junalla ja yhteiskyydillä. Pyörällä saapujia oli yhteensä kolme henkilöä, jotka kaikki yöpyivät omissa teltoissaan 3 - 4 yötä. Perheiden kesken yöpymisen kesto oli lähes poikkeuksetta 1 - 2 yötä, kun taas yksinmatkaajilla ja ystäväseurueilla vaihtelu oli 1 - 5 yön välillä. Kaikkien yöpyjien

keskimääräinen oleskeluaika oli noin kaksi yötä. Työmatkalle tulleet henkilöt (8 %) olivat poikkeuksetta liikenteessä yksin ja omalla autollaan.

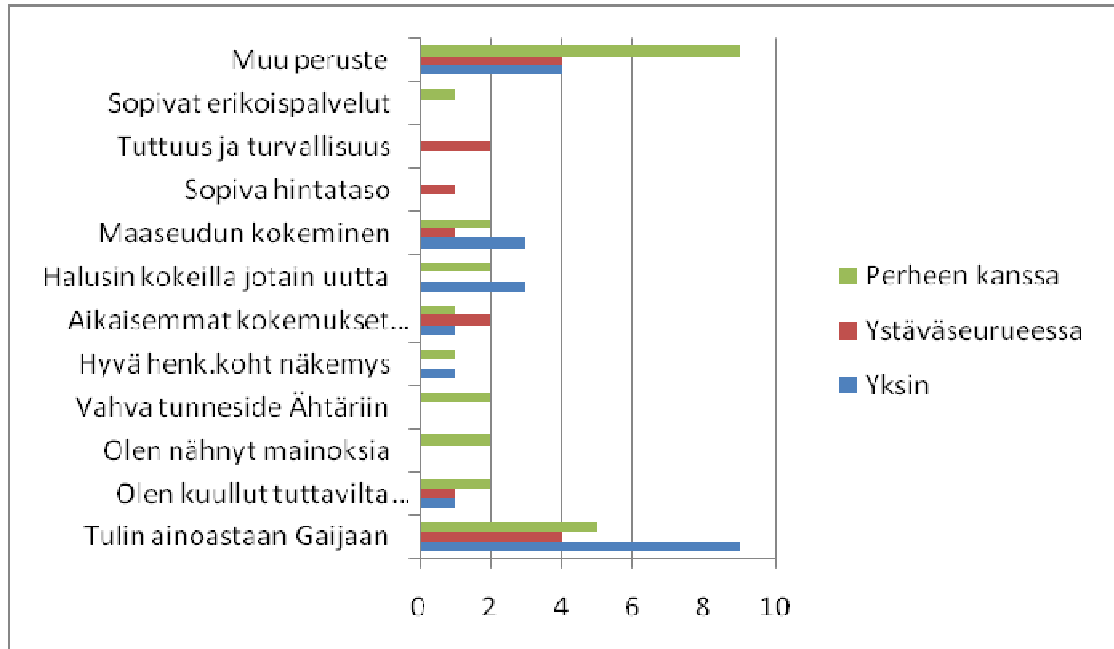
5.4.4 Matkalle lähdön motiivit



KUVIO 1. Matkan yleinen tarkoitus

Matkalle lähdön primäärisiä syitä kysyttiin strukturoidulla monivalintakysymyksellä, josta vastaaja sai valita enintään kolme tärkeintä vaikuttajaa. Eniten perheitä on motivoinut matkalle lähtöön paikallinen matkailukohte: 27 % monivalinnoista oli kohdistunut tähän vaihtoehtoon perhematkailijoiden kesken. Matkailukohteista eniten mainittu oli Ähtärin eläinpuisto. Toiseksi eniten perhematkailijoita oli motivoinut vierailu sukulaisten tai perhetuttujen luokse. Yksinmatkailijoita oli kiinnostanut kulttuuriin tutustuminen, koulutus tai tapahtuma lähialueella tai Gaijassa sekä vierailu ystävien luokse. Ystäväseurueessa matkailevat jakautuivat motiiveiltaan suhteellisen hajanaisesti. Koulutukseen viittaavassa vaihtoehdossa tarkennettiin vielä, mihin kurssiin tai tapahtumaan oli tulossa. Gaijan kurssiin osallistui 17 % vastaajista ja ulkopuolisiin koulutuksiin vain muutama. Kohtaan ”jokin muu” mainittiin yleisesti ”reissuun” ja lomalle lähdön syy, läpikulkumatka, tutustuminen omavaraisuuteen sekä uusiin ihmi-

siin. Suosituin kaikista motivaattoreista kaikkien vastaajien kesken oli kulttuuriin tutustuminen (29 %), toiseksi eniten vastauksia keräsi paikalliset matkailukohteet (23 %) ja koulutus tai tapahtuma (23 %). Vähiten suosiota sai vapaaehtoistyöhön, luonnon tarkkailuun ja terveystoimintoihin liittyvät motiivit. (kuvio 1.)



KUVIO 2. Matkalle lähdön päätökseen vaikuttaneet tekijät

Kyselyn kohdassa 8 erotettiin pelkästään Gaijaan matkustavat henkilöt Ähtäriin matkailijoista valinnalla ”Olen tullut ainoastaan Gaijaan.”. Noin kolmasosa (35 %) kaikista vastaajista oli tullut ainoastaan käymään Gaijassa eli selkeitä Ähtäriin matkailijoita oli suhteellisen paljon (65 %). Vastaajat, jotka ilmoittivat Gaijaan tulon päämotiivikseen, koostuivat valtaosin yksinmatkaajista (50 %). Ne henkilöt, jotka eivät olleet selkeitä Gaijan kävijöitä, mainitsivat jonkin muun perusteen Ähtäriin tulonsa syyksi. Perhematkailijat vastasivat lähes poikkeuksetta jälleen eläinpuiston olleen päätöksen voimakkain vaikuttaja, kun taas muille motiivina oli ollut pelkkä majoittumisen tarve lähellä jotain muuta kohdetta tai tapahtumaa, kuten koulutusta tai työtehtävää (ks. liite 2). Ähtäriin matkaillaan kuitenkin myös maaseudun kokemisen, ja uuden kokeilemisen takia. Matkailupäätökseen oli vaikuttanut myös se, että oli kuultu hyvää palautetta seudusta tai koska aiemmat kokemukset olivat olleet positiivisia. Ystäväseurueissa saapuneiden vastauksissa oli pieniä eroja perhe- ja yksinmatkaajiin nähden. Esimer-

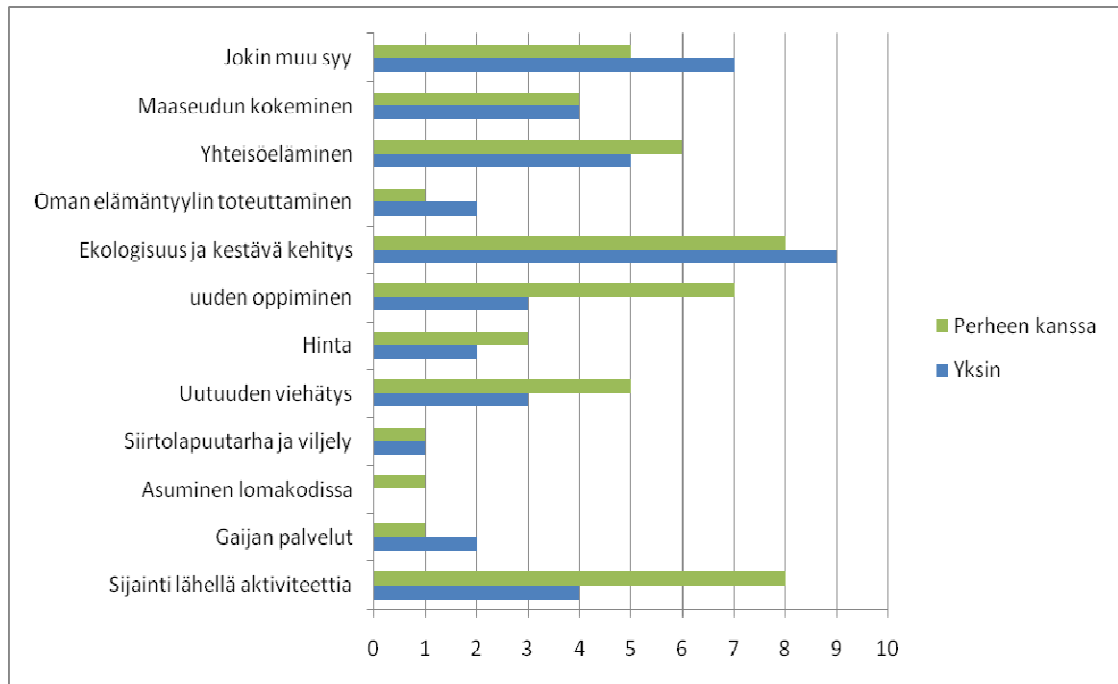
kiksi tuttuus ja turvallisuus sekä hintataso olivat olleet vaikuttimina muutamalle vastaajalle. (Kuvio 2.)

Ähtärin viehätysvoiman kannalta näyttää siis siltä, että suusta suuhun markkinointi toimii parhaiten, kuten osoittautui tapahtuvan myös Gaijan tapauksessa. Kysymyksessä numero 9 yli puolet (52 %) vastaajista oli saanut tietää Gaijasta ystävän kautta. Toiseksi eniten vastaajat olivat saaneet tietää kohteesta Internetin kautta (38,5 %) ja loput jotain muuta kautta (ks. liite 2).

Kohdassa 10 tiedusteltiin, vastasiko Gaija vastaajien odotuksia saapuessaan ensimmäistä kertaa Gaijaan. 73 % vastasi kysymykseen kyllä ja 21 % ei. Vastaamattomia kysymyksiä oli 3 kappaletta (6 %). Vastaukset, joissa kokemus ei ollut vastannut odotuksia, pääperusteluna olivat negatiiviset aiheet, kuten paikan epäsiisteys (2 vastausta) ja ihmisten sulkeutuneisuus (2 vastausta). Yksi vastanneista oli kokenut Gaijan kiehtovammaksi kuin oli osannut kuvitellakaan ja loput vastanneista eivät olleet osanneet oikein odottaa mitään tai oli tullut paikalle ilman ennakko-odotuksia.

Kysymyksissä 11 ja 12 selvitettiin vastaajien aikaisempaa kokemusta Gaijasta tai muista yhteisöistä. Vastaajista 69 % oli Gaijassa ensikertaa. 15 % oli käynyt Gaijassa kerran aikaisemmin ja 12 % vastaajista voitiin määritellä vakituiseksi kävijöiksi. Loput vastaajista (4 %) olivat olleet Gaijassa 2 - 4 kertaa oman arvionsa mukaan. Vastaajista yli kolmasosa oli vierailut muissa yhteisöissä ja 27 % oli asunut aikaisemmin yhteisössä. Neljä vastaajista oli asunut ulkomailla yhteisössä, loput olivat asuneet muun muassa Gaijassa, Keuruun ekokylässä, Labbyn kartanossa ja erilaisissa opiskelijasolu-asunnoissa.

Kyselyn vastaajista joka viides ilmoitti tuntevansa Ähtärin alueelta muitakin majoituskohteita. Tunnetuin oli Hotelli Mesikämmen ja eläinpuiston leirintäalue mökkeineen. Yhden maininnan sai myös maaseutumatkailukohde Hyvölän talo.



KUVIO 3. Gaijaan saapuneiden perhe- ja yksinmatkailijoiden motivaattorit

Kysymyksellä 13 haettiin tarkennusta siihen, miksi oli matkustettu tai majoitettu juuri Gaijaan (kuvio 3). Tämä kysymys pyrki avaamaan motiivien hierarkiaa vielä syvemältä. Vastaajat saivat valita kolme tärkeintä vastausta 12 vastausvaihtoehdon joukosta ilman tärkeysjärjestystä. Vastausvalintojen perusteella voitiin erottaa sellaisia motiiveja, jotka sopivat Gaijan toimintaperiaatteisiin parhaiten. Gaijan toimintaan vähiten yhteydessä olevia motiiveja ovat hinta ja sijainti, kun taas olivat loput valinnoista, kuten esimerkiksi ekologisuus ja kestävä kehitys sekä uuden oppimisen mahdollisuus, kuuluvat oleellisesti toiminnan arvoperustaan. Tämän kysymyksen perusteella voitiin etsiä myös yhtenäisyyksiä Gaijan toimintaperusteiden ja kävijöiden mielenkiinnon kohteiden välillä.

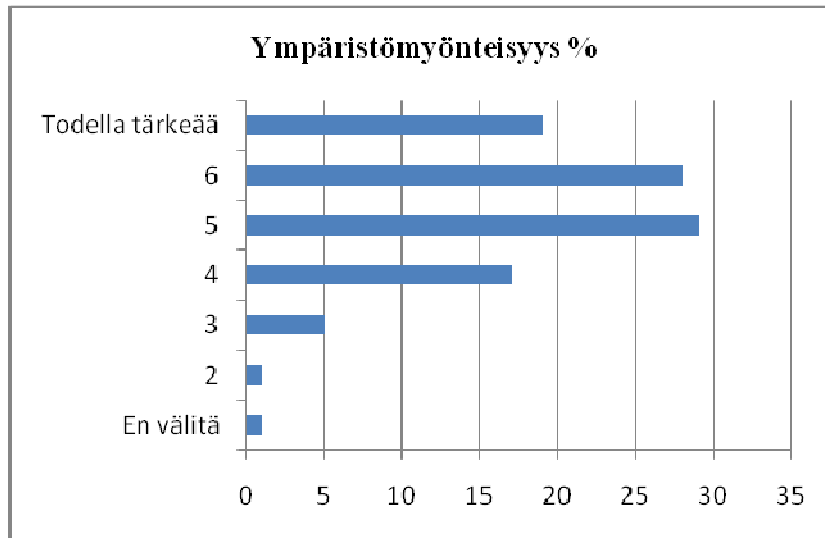
Perheille oletettavasti tärkeimpiä tekijöitä oli sijainti eläinpuiston lähellä, mutta myös ekologisuus ja kestävä kehitys nähtiin tärkeänä. Perheitä motivoi tulemaan Gaijaan myös uuden oppiminen, uutuuden viehätys ja yhteisöeläminen. Yksin matkaileville oli tärkeää ekologisuus ja kestävä kehitys, jokin muu syy, yhteisöeläminen ja uutuuden viehätys. Ystäväseurueissa saapuneet valitsivat suhteellisen samoja motiiveja kuin edellä mainitut. Erona oli, että uutuuden viehätys ei kuulunut heidän motivaattoreihin-

sa. Valinnan ”jokin muu syy” kohdalla avoimiin vastauksiin oli kirjoitettu monipuolisia vastauksia. Yksittäisiä vastauksia olivat esimerkiksi: tutut ihmiset, ekologinen yhteisö kiinnosti, naisystävä tahtoi kokeilla, puhdas uteliaisuus, kivat tapahtumat, lapsille eläimet, hevoset ja lampaat, ystävän suositus ja ystävällisyys. Työssäohjaukseen tulneiden motivaattorit olivat jakautuneet kaikkien valintojen välille. Yhtään valintaa ei kuitenkaan ollut uuden oppimisen, uutuuden viehätysten ja viljelyn kohdalla.

Kysymyksissä 14 - 18 käsiteltiin vastaajien tyytyväisyyttä palveluihin, ympäristöön ja kalustukseen sekä heidän mielipiteitä että kehitysehdotuksia hostellistoiminnasta ja yhteisöstä. Osio osoittautui muuhun tutkimusongelmaan irralliselta, joten se jätettiin käsittelemättä. Lisäksi ajalliset resurssit eivät riittäneet tulosten analysointiin toivotulla tavalla. Kysymysten kautta saatiin kuitenkin arvokasti tietoa asiakkaista, mitä Luomutila Gaija voi hyödyntää kehitystoimissaan.

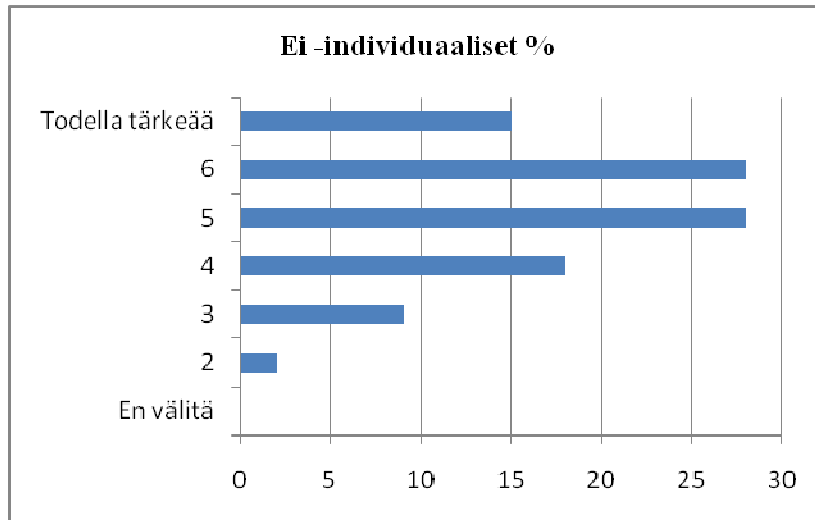
5.4.5 Arvot ja eettisyys matkailussa

Kysymyksessä numero 19 tutkittiin vastaajien mielipiteitä, käyttäytymistä ja tulkintoja omista ominaisuuksistaan, kun he ovat matkalla. Tulokset esitetään kaavioiden avulla: pystyakselilla ilmaistaan valitut numerot ja vaakakselilla niiden prosentuaalinen lukumäärä kaikkien ekologisuusväittämien vastauksiin verrattuna. Yksittäisinä analysoidut väittämät kertoivat, kuinka monta prosenttia vastaajista kokee olevansa väittämän mukaisia asteikossa 1 - 7.



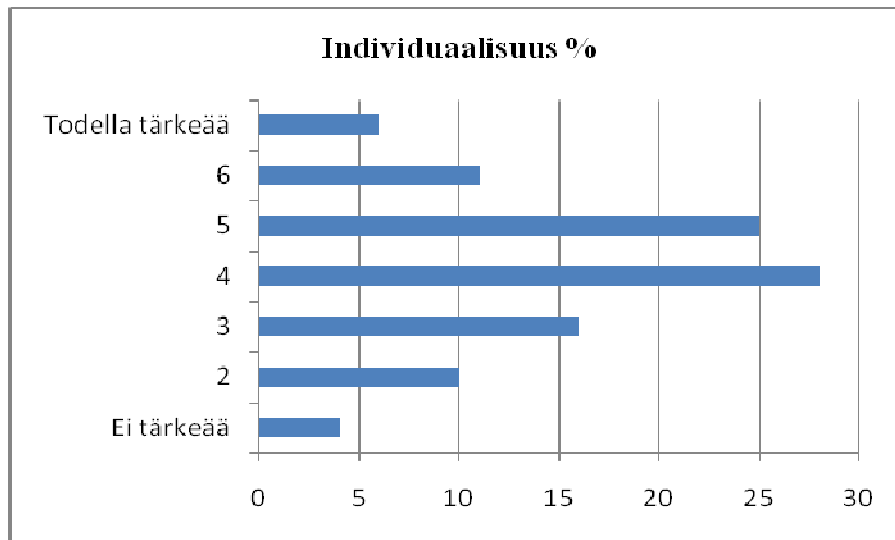
KUVIO 4. Ekologisuusarvoja ilmentävät vastaukset. (1 - 3 negatiivisella puolella, 4 keskitaso, 5 - 7 positiivisella puolella)

Ekologisuusarvoja ilmentämään käytettiin selkeitä ympäristöystävällisyyteen ja kulutuskäyttäytymiseen viittavia väittämiä: ”luonnonsuojelu on minulle hyvin tärkeää”, ”muutan tapojani herkästi ympäristön vuoksi”, ”mietin tarkkaan aina ostokseni” ja ”kierrätän jätteet tarkkaan”. Positiivinen yhteys ympäristöajatteluun näkyi arvoilla 5 - 7 ja negatiivinen arvoilla 3 - 1. Numeroarvo 4 jäi taas väittämien keskitasoon. Valtaosa vastaajista oli määritellyt itsensä tässä kategoriassa lukemaan 5 tai sen yläpuolelle (kuvio 4). Luonnonsuojelu näyttää siis olevan hyvin tärkeää valtaosalle. Verrattaessa väittämiä keskenään kulutuskäyttäytymistä määrittävien väitteiden kohdalla vastaukset ryhmittäytyivät enemmän keskitasoon arvolla 4, toisin kuin luonnonsuojelu -väittämän kohdalla.



KUVIO 5. Hyväntahtoisuus-, yhteisöllisyys ja universaaliarvoja ilmentävät vastaukset (1 - 3 negatiivisella puolella, 4 keskitaso, 5 - 7 positiivisella puolella)

Yhteisöllisyys-, hyväntahtoisuus- ja universaaliarvoja kuvaavia väittämiä olivat ”teen mielelläni vapaaehtoistyötä” ja ”kannatan asioiden yhteiskäyttöä”. Vastauksissa on hieman enemmän hajontaa, kuin ympäristökysymyksissä. Kuitenkin valtaosan (71 %) voidaan katsoa olevan edellä mainittujen väittämien positiivisella puolella. Keskiväliin itsensä sijoitti 18 % vastaajista ja loput 11 % negatiiviselle puolelle. (kuvio 5.) Luonnonläheisyyttä mitattiin yksittäisesti, jotta tulokset eivät pysyisivät selkeinä. Luonnonläheisyys voidaan liittää nimittäin universaaliin arvoryhmään, johon myös ekologisuus kuuluu. Hieman vajaa kolmasosa vastaajista pitää itseään hyvin luonnonläheisenä arvolla 7. Yli puolet vastaajista sijoitti itsensä väittämän kohdalle 5 - 6. Loput sijoittivat itsensä vastaväittämien puoliväliin (14 %) ja negatiiviselle puolelle jäi vain 2 % vastauksista.



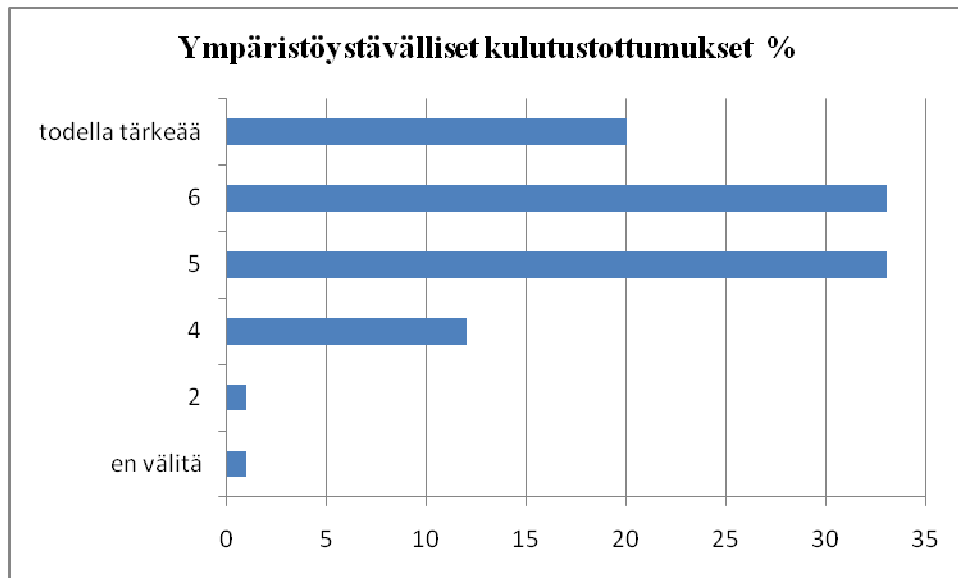
KUVIO 6. Individuaalisuusarvoja ilmentävät väittämät. (1 - 3 positiivisella puolella, 4 keskitaso, 5 - 7 negatiivisella puolella)

Individuaalisuus arvojen voidaan katsoa korreloivan negatiivisesti ympäristömyönteisyyteen. Näiden arvojen ilmenemistä tutkittiin väittämien ”päämääräni on pyrkiä joukon johtajaksi”, ”minulle voittaminen on hyvin tärkeää” ja ”nautinnot ovat minulle hyvin tärkeitä” avulla. Näiden väittämien numeroarvojen järjestys oli taas päinvastainen, jolloin arvot 5 - 7 tarkoittaakin negatiivista yhteyttä ekologisuusarvoihin ja 3 - 1 positiivista yhteyttä. Vastauksissa oli selvästi enemmän hajontaa, kuin suorissa ekologisuus- ja hyväntahtoisuusarvokysymyksissä (kuvio 6). Neljäsosa vastauksista oli vastaväittämien keskitasossa. 42 % valinnoista sijoittui negatiiviselle puolelle, kun taas positiiviselle puolelle jakautui 30 % valinnoista. Yksittäisenä analysoitaessa joukon johtajaksi pyrkiminen ei näytä olevan enemmistölle hyvin tärkeää, vaan se nähdään suhteellisen neutraalina. Keskitasoon oli sijoittunut 37 % vastauksista ja sen alapuolelle 45 %, jolloin valtaosan valinnat ovat olleet lähempänä väittämää ”en pyri elämässäni johtavaan asemaan”. Nautinnot taas jakaantuivat enemmän negatiiviselle puolelle: 62 % vastaajista pitävät nautintoja tärkeinä itselleen ja 10 % vastaajista piti nautintoja hyvin tärkeinä. Positiiviselle puolelle vastauksia kertyi vain 8 % ja valinnat olivat keskittyneet ainoastaan arvolle 3. Voittaminen oli hyvin tärkeää vain 6 %:lle vastaajista. Enemmistö sijoitti vastausvalintansa kohtiin 5 (25 %) ja 4 (27 %), mutta negatiiviselle ja positiiviselle puolelle sijoittui lopulta lähestulkoon yhtä paljon vastauksia.

Perinteet -arvon voidaan katsoa myös kuuluvan positiiviseen ympäristöajatteluun (ks. Niit & Raudsepp 2005, 310). Väittämä näytti kuitenkin jakavan mielipiteitä jonkin verran. Joka kolmas vastaajista sijoitti itsensä puoliväliin vastaväitteitä, kun taas perinteiden negatiiviselle puolelle ”minulla ei ole perinteitä” sijoitti itsensä kuitenkin vähemmistö (18 %). Loput 40 % vastauksista jakaantui arvojen 5 - 6 kesken, mikä kertoo perinteillä kuitenkin olevan kannattajia. Mieluiten maaseudulla asuvia vastaajista oli viidesosa ja mieluiten kaupungissa asuvia oli taas 4 %. Puolet vastaajista sijoittui positiiviselle puolelle, välimaastoon sijoittuneita 22 % ja lähemmäs kaupunkia suuntautuneita oli 26 %.

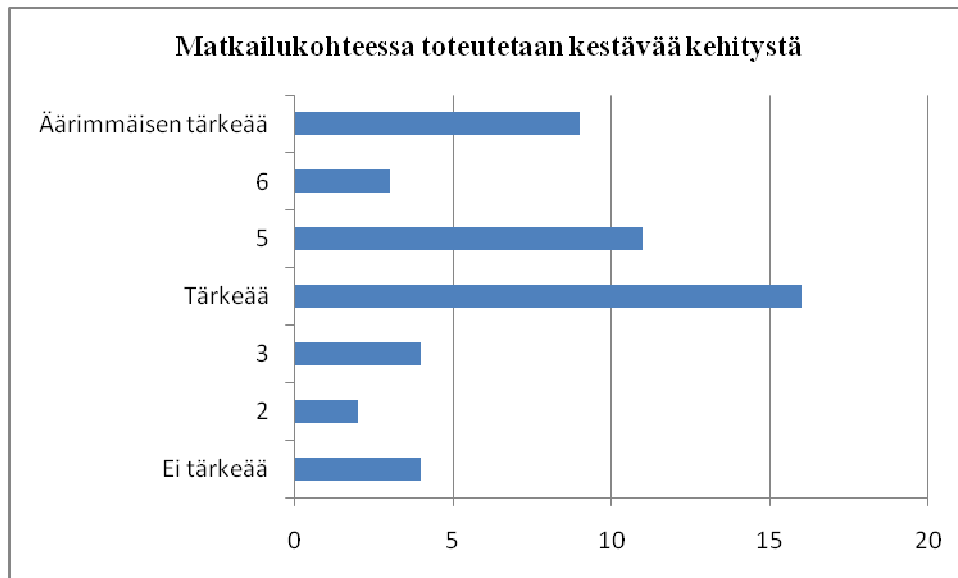
Kaikki vastaajat sijoittivat itsensä positiiviselle puolelle väittämän ”olen jatkuvasti selvillä maailman ongelmista”. 18 % koki olevansa täysin väittämän mukainen kun taas 5 - 6 arvolle sijoittui 61 % vastaajista. Loput vastaajista jäivät keskiväliin (16 %) sekä vähemmistö negatiiviselle puolelle arvolla 3 (6 %). Ilmastonmuutos näyttää huolestuttavan vastaajia: 61 % vastaajista sijoitti valintansa positiiviselle puolelle. Ilmastonmuutos ahdistaa suuresti 18 % vastaajista, kun taas neljäsosa vastaajista suhtautui asiaan neutraalimmin arvolla 4. Negatiiviselle puolelle sijoittui 14 %, josta taas 6 % ei kokenut pelkäävänsä ilmastonmuutosta.

Uudenoppiminen herätti eniten yksimielisyyttä vastaajissa. Puolet vastaajista oli yhtä mieltä väittämän ”opin mielelläni uusia asioita”, lähes kaikki vastaajat sijoittuivat myös asteikon positiiviselle puolelle ja vain 4 % valitsi arvon 4. 83 % vastaajista kokee myös elävänsä sopusoinnussa omien arvojensa kanssa. Negatiiviselle puolelle jäi vain 2 vastausta (4 %) ja puoliväliin 12 %.



KUVIO 7. Ympäristöystävälliset kulutustottumukset

Kulutustottumuksia kuvastamaan valittiin väittämät ”välitän eläimistä ja näytän sen elintavoillani”, ”muutan herkästi tapojani ympäristön vuoksi” ja ”mietin tarkkaan aina ostokseni”. Vastauksien mukaan näyttää vahvasti siltä, että kulutustottumuksilla todella nähdään olevan merkitystä ympäristön hyvinvoinnille. Myös eläinten hyvinvoinnilla on väliä. Täysin samaa mieltä väittämän kanssa olivat 27 %. Elintavoilla voidaan tarkoittaa esimerkiksi ruokavaliota tai kulutustottumuksia. Kaikki vastaukset oli sijoitettu vastaväittämien positiiviselle puolelle, jolloin 5 - 6 arvolle keskittyi 66 % valinnoista. (Kuvio 7.)

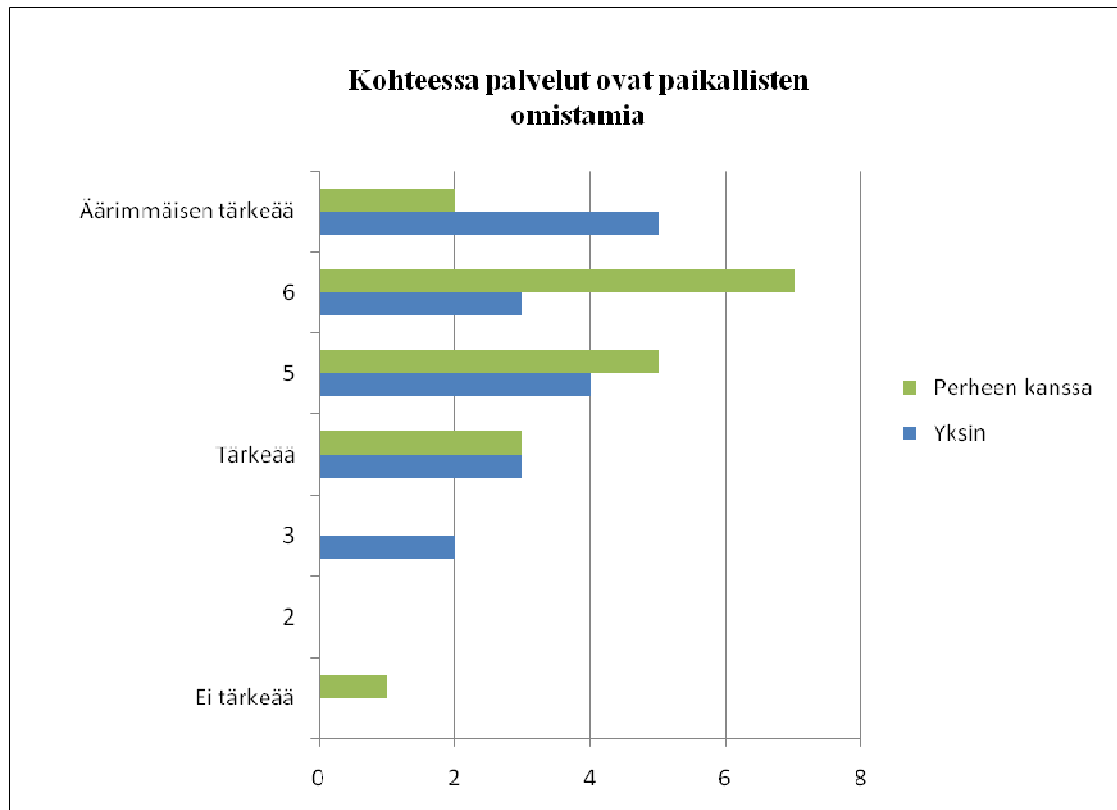


KUVIO 8. Kestävän kehityksen merkitys kaikkien vastaajien kesken asteikolla 1-7 (1= ei tärkeää, 4=tärkeää, 7=äärimmäisen tärkeää)

Kyselyn viimeisessä kysymysosiossa käsiteltiin matkailun eettisiä aihealueita (kuvio 8). Mukana oli myös kohtia, jotka ilmentävät oppimisen mahdollisuuksien ja kulttuuriin tutustumisen tärkeyttä. Matkaseurasegmentoinnissa osoittautui selviä eroja varsinkin yksin- ja perhematkaajien välillä. Yksinmatkaajilla oli lähes poikkeuksetta jyrkemmät näkemykset eettisiin kysymyksiin, kuin perheen kanssa matkustavilla. Esimerkiksi kohdassa ”matkailukohteessa toteutetaan kestäväää kehitystä” yksinmatkailijoilla oli 6 valintaa ”äärimmäisen tärkeää” -kohdassa, kun perhematkailijoilla ei ollut yhtään valintaa. Kulutuskäyttäytymiseen viittaavissa kysymyksissä vegaaniruoan merkitys oli voimakkainta juuri yksinmatkailijoiden keskuudessa. Luomuruoalla oli tasaisesti kannattajia kaikkien segmenttien kesken, kun taas vegaanius ei ollut tärkeää suurimmalle osalle vastaajista. Kulutuskäyttäytymisen eettisyyteen taas viitattiin kysymyksellä ”kohteessa saa avoimesti tietoa alihankkijoista”. Suurimmalle osalle tiedon esillä olo tai saatavuus oli tärkeää arvoilla 4 - 5.

Yksimielisimmät vastaukset käsitelivät ihmisoikeuksien noudattamista sekä eläinten oikeudenmukaista kohtelua matkailukohteessa, mikä nähtiin enemmistön joukossa äärimmäisen tärkeänä. Ekosertifikaatit nähtiin myös tärkeinä enemmistön kesken arvoilla 4 - 5. Kysymyksen kohdalla oli hajontaa kuitenkin huomattavasti kaikkien vastausvalintojen välillä. Valtaosan kohdalla pidettiin arvossa myös sitä, ettei

kohteessa käytetä pähteitä häritsevästi. Paikalliseen kulttuuriin tutustuminen kohteessa oli lähes kaikille tärkeää tai äärimmäisen tärkeää. Oppimisen mahdollisuudet nähtiin enimmäkseen tärkeänä, mutta vastauksissa oli myös hajontaa.



KUVIO 9. Matkakohteessa palvelut ovat paikallisten omistamia

Yksinmatkailijoille oppimisen mahdollisuus matkakohteessa näytti olevan enemmän arvossa kuin perhematkailijoiden keskuudessa. Massaturismia yritetään selvästi välttää yksinmatkailijoiden keskuudessa. Muiden asiakassegmenttien keskuudessa massamatkailun välttäminen nähtiin tärkeänä, mutta ei niin jyrkästi kuin yksinmatkailijoiden kesken. Paikallisten yritysten olemassa olo nähtiin kaikkien vastaajien kesken tärkeänä. Yksinmatkailijoilla oli kuitenkin jälleen kaikista eniten ”äärimmäisen tärkeää” -vastauksia (kuvio 9). Näin oli myös seuraavan kysymyksen kohdalla, missä hyväntekeväisyyden mahdollisuus oli äärimmäisen tärkeää huomattavasti enemmän yksinmatkailijoille, kuin perhe- ja ystäväseurueille. Välille ”ei tärkeää” – ”tärkeää” kaikkien vastaajien kesken sijoittui eniten vastauksia kohdassa ”kohteessa on toimivat tietoliikenneyhteydet”. Kysymys maakulkuvälineiden tärkeydestä keräsi eniten arvoa 5 tai ”tärkeää”-vastauksia. Kysymyksen kohdalla on

saattanut olla selvästi tulkintavaikeuksia ja neljä vastausta oli jäänyt tyhjäksi. Tulkintavaikeudet johtuvat todennäköisesti kysymyksenasettelusta, sillä on irrationaalista ajatella matkustavansa kohteeseen pelkästään lentokoneella, eikä muilla kulkuvälineillä lainkaan. Toimivia jäte- ja kierrätysjärjestelmiä pidettiin arvossa vastaajien kesken joko äärimmäisen tai lähes äärimmäisen tärkeinä arvolla 6.

5.5 Yhteenveto

Opinnäytetyön tarkoitus oli tutkia, miten vastuullisuus näkyy vaihtoehtoisessa matkailulukulutuksessa. Vaihtoehtoisen, ekologisen ja eettisen matkailukohteen löytäminen tutkimuskohteeksi onnistui, sillä Luomutila Gaija osoittautui oletuksien, teoreettisen osion ja osallistuvan havainnoinnin kautta hyvin sopivaksi. Tutkimusongelmaa ratkaisemaan valitut metodit osoittautuivat toimiviksi antamaan tuloksia tapauskohtaisesti, vaikka yleistettävien tutkimustulosten validius ja reliabiliteetti jäivätkin alhaisiksi. Tutkimuskysymykseen saatiin pätevä vastaus sosiodemografisten tietojen kohdalla, minkä avulla segmentoinnille valitut menetelmät voitiin toteuttaa. Matkalle lähdön syyt tulivat hyvin esille ja oletettavaa segmenttien välisiä eroja oli havaittavissa.

Matkaseuraa kysyttäessä olisi voinut toimia kuitenkin toisin, sillä yksilöllisyyteen pyrkivä postmoderni matkailija olisi voinut haluta kategorioida itsensä mitä mielenkiintoisimmalla tavalla. Tällä tavalla Gaijan kävijät olisi voitu segmentoida vielä persoonallisemmin. Suoritetussa kyselyssä kaksi matkaseurasegmenttiä jäi lähes huomiotta, sillä heidän lukumääränsä ei ollut tilastollisesti vertailukelpoinen perhe- ja yksinmatkailijoiden kanssa. Ystäväseurueissa saattoi olla esimerkiksi seurustelukumppanin tai ystävän kanssa matkustava henkilö. Selvä tutkimustulos kuitenkin on, että Luomutila Gaijan kävijöistä erottui kaksi selkeää asiakassegmenttiä: yksin- ja perhematkailijat.

Monivalintakysymysten laatimisen kohdalla oli onnistuttu kohtalaisen hyvin. Vähiten merkittviä vastausvalintoja oli yleisesti Ähtäriin matkailevien kesken, joten kysymyksessä ei näyttänyt olevan vastaajille sopivia motiiveja (ks. kuvio 2). Tämän takia on siis mahdollista, että valtaosa Gaijaan majoittuneista varsinaisista Ähtäriin matkailijoista oli motivoitunut pelkästään eläinpuistosta eikä muut kysymyksessä esitetyt tekijät ollut vaikuttaneet matkakohteen valintaan. Tulos on mielenkiintoinen, sillä pelkästään Gaijaan matkustaneiden keskuudessa oli paljon taas enemmän valintoja kysymyk-

sen ”Miksi päätit matkustaa juuri Gaijaan?” -kohdalla. Heitä oli motivoinut eniten yhteisöeläminen, ekologisuus ja kestävä kehitys, uuden oppiminen sekä jokin muu syy (liite 2). Ainoastaan Gaijaan matkustaneiden kohdalla oli myös eniten yksinmatkailijoita. Perhematkailijoille vaihtoehtoiseen matkailuun viittaavia motiiveja oli siis selkeästi vähiten, toisin kuin yksinmatkailijoiden kohdalla. On kuitenkin muistettava, että kaikki perheet eivät olleet saapuneet paikalle ainoastaan eläinpuiston takia: perheitä oli saapunut myös Gaijan koulutuksiin ja yksi tapaus oli tullut ohikulkumatkalla majoittumaan yhdeksi yöksi.

Yksilömatkailijoiden motiivit olivat myös hajonneet laajemmin kuin perhematkailijoiden. Heille kulttuuriin tutustuminen näytti olevan eniten valittu motivaattori. Päinvastoin kuin perheillä, yksilömatkailijoilla ei ollut yhtään valintaa paikallisten matkailukohteiden osalta, kun taas perheet eivät olleet valinneet aktiviteetteja (esimerkiksi kalastus, retkeily) motiiveikseen, kun yksilöillä valintoja oli kuitenkin muutama. Gaijaan näyttää siis matkailevan vaihtoehtoisuuteen pyrkiviä yksinmatkailijoita ja paikallisiin nähtävyyksiin suuntautuneita ekologisesti ajattelevia perhematkailijoita. Loppujen lopuksi kohderyhmän etsimisessä tulisi painottua kuitenkin enemmän motiiveihin kuin sosiodemografisiin tietoihin tai matkaseuraan, sillä Luomutila Gaija voidaan kokea jokaisen matkailijan tai kenen tahansa kävijän näkökulmasta hyvinkin yksilöllisesti.

Arvo- ja eettisyysosion vastausten perusteella voidaan todeta, että valtaosa Gaijan kesäkauden kävijöistä on luonnonläheisiä ja luonnonsuojelua sekä kestävä kehitystä arvostavaa. Kävijäselvityksen ja tilastollisten tutkimusmenetelmien avulla ei kuitenkaan ole mahdollista todeta luotettavasti arvojen merkityksen voimakkuutta matkailukulutukseen ja Gaijaan matkustamisen syyksi. Vaikuttaa kuitenkin siltä, yksinmatkailijoiden keskuudessa jyrkät mielipiteet arvo- ja eettisyysväittämiin ovat merkki arvojen voimakkuudesta matkailukulutuksessa. Arvojen ja kulutuskäyttäytymisen merkitys voi näkyä myös vegaani- ja luomuruokaa koskevissa kysymyksissä, sillä oletettavasti mitä jyrkempi näkemys, sitä voimakkaampaa tiettyjen arvojen ilmeneminen on ihmisessä. Luomutuotantoa pidettiin tärkeähkönä kaikkien vastaajien kesken, mutta joukosta erottui kuitenkin kapea luomuruokaa arvostava yksinmatkailijoiden segmentti. Segmenttiä voitiin lohkoa vielä kapeammaksi lisäämällä luomuvegaaniruokaa arvostavat yksinmatkailijat. Segmentointi kannattaa siis aloittaa matkaseurasta, mutta sen jälkeen

jakaa ryhmät matkustusmotiivinsa mukaan omiin segmentteihinsä. Sen jälkeen erikoistutaan asiakasryhmien tai yksilöiden tarpeisiin, kuten juuri ruokailutottumuksiin.

Motiivikysymysten vastaukset osoittavat selvästi, että ekologisuus ja kestävä kehitys ovat motivoineet tulemaan Gaijaan enemmistön keskuudessa. Koska tämä ominaisuus ilmeni kaikissa asiakassegmenteissä, tutkimusongelmaan saadaan tämän perusteella vastaus, että valtaosa kävijöistä arvostaa vastuullisuutta matkailukulutuksessaan Luomutila Gaijan tapauksessa. Gaijaan matkailevat ihmiset ovat yleistetysti ekologisesti ajattelevia ja noudattavat tätä kulutustottumuksissa.

Myös arvo- ja matkailun eettisyys-kysymysten vastausten perusteella vastuullisuus ilmenee Gaijan kävijöissä valtaosan keskuudessa. Lisäksi löytyi kuitenkin vastauksia, jotka olivat ympäristömyönteisyyden negatiivisella puolella. Jokaisessa eettistä matkailua koskeneessa kysymyksessä löytyi poikkeuksetta ”ei tärkeä” -vastauksia. On siis huomioitava, että kaikkia kävijät eivät ole tulleet vaihtoehtoiseen matkailukohteeseen arvojensa tai eettisen matkailun nimissä. On hyvinkin mahdollista, että esimerkiksi perhe- tai ystäväseurueessa on ollut vain yksi henkilö kiinnostunut tutustumaan vaihtoehtoiseen matkailukohteeseen, jolloin muut ovat saapuneet Gaijaan ilman varsinaista ekologisuuteen tai vaihtoehtoisuuteen pyrkivää motiivia.

Vaihtoehtoisen matkailun luonteeseen ja postmoderniin kulttuuriin kuuluu oleellisesti yksilöllisyys ja erikoistuminen. Tällöin pelkän enemmistön havaitseminen vastauksista on vain suuntaa näyttävää, eikä se tarkoita sitä, että muut matkustusmotiivit voitaisiin jättää huomiotta. Juuri tässä piilee postmodernin matkailun olemus, jossa yksilöllisyys on suuressa merkityksessä. Tärkeää on siis, että monivalintakysymyksistä on löytynyt myös vähemmistön vastauksia, kuten esimerkiksi vapaaehtoistyö ja luonnon tarkkailu. Jokaisen yksilöllisiä tarpeita tuskin voidaan joka asiassa huomioonottaa, mutta tuotekehittelyssä ja markkinoinnissa yksilöllisyys voidaan jo huomioida. Palveluja voidaan tehdä joustavammaksi, ja keskittyä kuuntelemaan asiakkaan toiveita, sillä kuluttajien kuuntelemisen on todettu olevan matkailualalla tällä hetkellä ja tulevaisuudessa todella tärkeää (ks. esim. Page 2009, 537).

Ekologisuusarvoja kannatettiin vastaajien kesken valtaosan keskuudessa ja individuaalisuuttakaan ei nähdä huonona asiana. Lisäksi perinteet, joiden noudattaminen nähtiin

ekologisesti myönteisenä, jakoi mielipiteitä paljon. Tämä voi johtua esimerkiksi ihmisten luontosuhteen erilaisuudesta: toiset ovat kaupunkiin suuntautuneita ja toiset maaseudulle. Kuitenkin suurin osa näki itsensä luonnonläheisenä. Havainto voi tarkoittaa siis sitä, että säilyttäminen ja perinteet ovat maaseudulle suuntautuvien vastaajien keskuudessa arvossa, kun taas kaupunkilaisille on ominaista avoimuus muutokselle. (Ks. kpl. 4.3 s. 21.) Individuaaliset arvot (itsensä korostaminen, hedonismi, valtaan pyrkiminen) nähtiin negatiivisina ympäristömyönteisyyteen nähden, mutta toisaalta arvoja voidaan tulkita hyvin monella tapaa. Esimerkiksi postmaterialismin ilmiössä yhdistyvät sekä individualismi että eettisyys.

Tuloksista ilmennyt yksilömatkailijoiden motiivien hajonneisuus näyttää tukevan myös postmodernin matkailun ilmiötä, jossa individualisuus ja erikoistuminen ovat etusijalla. Yksinmatkailijoiden ja postmodernismin yhteyttä on vaikea selittää kuitenkaan kerätyn aineiston perusteella. Joka tapauksessa, toisin kuin perhematkailijoilla, yksinmatkailijoiden matkustuspäätöksiin on vaikuttanut laaja kirjo motiiveja aivan kuin postmodernissa kulttuurissa ymmärretään tapahtuvan. (Ks. esim. Honkanen 2004, 94 – 96.) Sosiodemografisista tiedoistakaan ei löydy yksiselitteisiä tekijöitä selittämään postmodernismin ja postmaterialismin ilmenemistä, sillä esimerkiksi ikä oli jakaantunut varsin samankaltaisesti ja laajastikin yksinmatkailijoiden keskuudessa. Naisia ja miehiä oli yksinmatkailijoiden kesken melkein tasamäärä, mikä ei sekään ole merkittävä tekijä (ks. kpl 5.4.2. s. 34 - 35.) Yksinmatkailijoilla näyttää vain olevan selkeästi vaihtoehtoiseen matkailuun suuntaavia motiiveja ja ominaisuuksia, toisin kuin eläinpuistoon suuntautuneilla perheillä. Massamatkailun välttäminen nähtiin myös eniten tärkeänä yksinmatkailijoiden keskuudessa, mikä on merkki vaihtoehtoisuuden ja yksilöllisyyden tarpeesta.

Gaijassa kesäsesongin aikana vierailleet ihmiset olivat suurimmaksi osaksi ensikertalaisia, mutta joukossa oli myös vakituisia kävijöitä ja yhteisön entisiä jäseniä. Myös näillä tekijöillä on vaikutusta esimerkiksi motivaation ja matkustuspäätöksen syntyyn. Usein Gaijassa kävijät ovat mahdollisesti jo muodostaneet näkemyksensä Gaijasta ja he ovat motivoituneet jostain jo ennestään tutusta syystä. Gaijassa ensikertaa vierailleita oli kuitenkin valtaosa (69 %), mikä antoi kävijätutkimukselle arvokasta ensikertalaisten kokemaa tietoa. Ensikertaa Gaijaan saapuneiden paljoudesta huolimatta heidän kokemuksensa Gaijasta näytti vastaavan heidän odotuksiaan valtaosan keskuudessa.

Yhteisöissä tai kommuuniasunnoissa aiemmin eläneitä oli vastaajista noin neljäs vierailijoista ja taas joka kolmas oli vierailut muissa yhteisöissä, mikä voi selittää muun muassa yhteisöelämisestä motivoitumisen.

6 POHDINTA

Teoriaosuudessa käsitellyt uuden matkailijan piirteet, kuten eettinen valveutuminen, ympäristömyönteisyys ja uuden oppiminen kuuluvat myös Luomutila Gaijan arvoihin. Kävijätutkimuksen tulosten valossa näyttää siltä, että Gaijaan saapuneet kävijät edustavat suureksi osaksi Gaijan varsinaista kohderyhmää. Kohderyhmän tärkein ominaisuus on motivaatio- ja arvoperusta, minkä tulisi sopeutua Gaijan toimintaan. Asiakassegmentoinnin avulla ei siis pystytty löytämään kohderyhmää, vaan oikeastaan päinvastoin: koska kävijöistä valtaosa osoitti vastuullisuutta, kohderyhmän sisältä voitiin erotella eri tarpeiden, motiivien ja ominaisuuksien mukaan ryhmiä kuvastamaan kävijöitä.

Kohderyhmään kuulumattomina voitaisiin tällöin pitää ympäristömyönteisyyden ja eettisen matkailun negatiivisella puolella esiintyneitä vastaajia. Esimerkkinä voi pitää väitettä ”en luovu tavoistani vaikka siitä olisi ympäristölle hyötyä”, jonka tarkoituksena on Gaijan arvomaailman vastainen hyvin monella tapaa. Gaijassa erilaisten ekologisten toimintatapojen etsiminen on toivottavaa, samoin kuin niiden käyttöönotto. Kysymysten tulkinnallisten ongelmien vuoksi on kuitenkin vaikea tehdä yleispäteviä johtopäätöksiä, mutta suuntaa antavina havaintoina tuloksilla on merkitystä. On otettava myös huomioon, että monet perheet saattoivat valita eläinpuiston matkakohteekseen kohteekseen yhdessäolon, opettavaisuuden ja luonnonläheisyyden takia, mikä ei kuitenkaan kyselyssä tullut esille. Matkalle lähdön motiivit voivat myös olla kätkössä tai tiedostamattomia, jolloin kyselylomakkeen vastaukset ovat jääneet pintapuolisiksi.

Matkaseuran ja motiivien väliset yhteydet ja toisaalta erilaisuudet osoittavat selkeästi, että matkaseuraan keskittyvä segmentointi on tehokasta Luomutila Gaijan tapauksessa. Matkaseuralla on suuri vaikutus matkailijan käytökseen ennen matkaa, matkan aikana ja matkan jälkeen, mikä näkyy kokonaisvaltaisesti matkailukulutuksessa. Motiivien välillä näyttää olevan tärkeysjärjestys, joka määräytyy ensisijaisten ja toissijaisten matkustusmotiivien mukaan, aivan kuten teoriaosuudessa todettiin. Suurelle osalle

perhematkailijoista näyttäisi olevan tärkeää päästä vain majoittumaan, kun taas yksinmatkailijoille Gaija on ollut lopullinen matkakohde.

Postmodernille matkailijalle voisi olla tärkeää saapua kohteeseen vapaana muiden matkaseuralaisten vaatimuksista, jolloin itsensä toteuttaminen on helpompaa. Gaijaan saatetaan siis tulla Maslow'n (1943) tarvehierarkian korkeimpien tarpeiden ajamana. Tällöin on mahdollista kiinnittää huomiota omien fyysisten tarpeiden yläpuolella oleviin asioihin, kuten ekologisuuteen, auttamiseen ja hyväntahtoisuuteen. Jos yksinmatkailijoille on tärkeää "löytää itsensä" ja totuttaa vielä ekologisuutta ja eettistä elämäntapaa, ollaan hyvin lähellä postmaterialistista arvomaailmaa. Postmaterialismin pääajatuksena on nimenomaan kasvattaa henkistä hyvinvointia, mikä voi tarkoittaa matkailun muodossa vapaaehtoistyötä, uuden oppimista ja luonnonsuojelua.

Postmoderni kulttuuri tulee esiin tuloksista myös tietynlaisina ristiriitaisuuksina. Ekologisuutta ja luonnonsuojelua kannatetaan, mutta joukossa oli myös huomattava määrä ympäristömyönteisyyteen negatiivisesti vaikuttavia vastauksia. Kuten aiemmin huomattu, arvokysymysten tulkinta on hyvin monijakoista eikä suoria johtopäätöksiä voi tehdä. Arvojen ja ympäristömyönteisyyden välillä muodostuvat ristiriitaisuudet tuovat haasteita globalisoituneelle kulutuskulttuurille. Kuluttajat joutuvat kamppailemaan mitä moninaisimpien arvoristiriitojen välillä tehdäkseen mielestään oikeita ostopäätöksiä.

Individuaalisuus, persoonallisuus, erikoistuminen, luovuus, ja vaihtoehtoisten näkökulmien tarjoaminen näyttää olevan Luomutila Gaijan vahvuuksia. Kodinomaisuus ja jokapäiväisen elämän vahva läsnäolo tekee paikasta varsin erilaisen verrattuna esimerkiksi kaupunkihostelleihin. Matkailu- ja majoitustoiminta on lomittunut paljon kurssi-toimintaan, mikä on huomioon otettava tuotekehittelyssä ja koko toiminnan suunnittelussa. Esimerkiksi aikatauluttaminen on tärkeää yhteisön resurssien riittävyyden kannalta. Vaikka palveluita ja mahdollisuuksia on runsaasti, niitä ei voida tarjota asiakkaille ennen kuin tuotteet on kehitelty toimiviksi kokonaisuuksiksi ja kohdistettu oikeille asiakasryhmille. Joka tapauksessa, tehokkaan segmentoinnin avulla on mahdollista ennakoida tulevien asiakkaiden tarpeet, joka avaa uusia erikoistumisen mahdollisuuksia. Luomutila Gaijan tapauksessa esimerkiksi aamiaispalvelussa voisi erikoistua marginaalisiin ruokavalioiden, kuten esimerkiksi vegaaniseen luomuaamiaiseen. Nä-

kökulmana voi pitää asiakaslähtöisyyttä, mutta myös koulutuksellisuutta ja uuden kokemista. Gaijassa asuu monen ruokakunnan kannattajaa, mitä olisi hyvä tuoda esiin enemmän tuotteissa ja markkinoinnissa ja koulutustarjonnassa.

Matkailutoimintaa kehitettäessä on ensisijaisen tärkeää huomioida yhteisön hyvinvointi ja resurssit sekä kehittämisen halukkuus, sillä matkailutoiminta perustuu yhteisön elinvoimaisuudelle. Matkailu- ja majoitustoiminta on yhteisölle hyvä tulonlähde, mutta se voi olla myös henkinen ja fyysinenkin rasite. Tämän tutkimuksen valossa sopivin kohderyhmä on Gaijan arvomaailmaa arvostava henkilö, oli hän sitten perheellinen tai ei. Yhteiskuntaa ja kulttuuria määrittävistä kategorioinneista huolimatta, matkailija kuuluu Gaijan ”yksinkertaiseen” kohderyhmään, jos hän on vain kiinnostunut Gaijan toiminnasta ja halukas oppimaan asioita. Syvempiä asiakkuuksia voi lähteä etsimään tämän näkökulman mukaan hyvinkin laajasta perusjoukosta.

Kohderyhmän tavoittaminen voi siis perustua hyvinkin psykologisiin tekijöihin. Tällöin muut fyysiset ja sosiodemografiset tekijät jäävät yhä vähemmälle ja voidaan siirtää kohti postmodernia ajatusmallia, jossa yksilö määrittää kulutuskäyttäytymisellään itseään. Koska Luomutila Gaijassa vallitsee jo tietty kulutuskulttuuri (ekologisuus, luomutuotteet, reilu kauppa jne.) on hyvin luonnollista, että näistä kulutuspiireistä löytyy potentiaalisia asiakkaita. Yksinään kiinnostus luomutuotteisiin ei välttämättä riitä matkustusmotiiviksi, vaan tällöin myös Gaijan luontaisten ominaisuuksien (yhteisöllisyys, hyväntahtoisuus, luonnonläheisyys) täytyy kiinnostaa asiakasta. On siis hyvinkin perusteltua korostaa halutun kohderyhmän ja Luomutila Gaijan yhteistä kulutuskulttuuria matkailun markkinoinnissa samalla kuitenkin antaen realistisen kuvan yhteisön elämästä ja koko paikan toimintaperiaatteista.

Postmodernismin ilmiö näyttää selittävän vaihtoehdoisen matkailukohteen kävijäkunnan vastauksia tämän tutkimuksen kohdalla. Tuloksista voisi nähdä postmaterialismin piirteitä, jossa eettisyys- ja ekologisuusasiat painottuvat. On huomioitava silti, että kyselyssä olleiden aiheiden tulkintaerot voivat aiheuttaa paljonkin vaihtelua tuloksiin. Teoriaosuudessa käsitellyt tutkimukset ja aineistot kuitenkin näyttävät puoltavan tämän kävijätutkimuksen tuloksia: kulutustottumuksilla ja eettisillä aiheilla on enemmän painoarvoa nykyajan matkailukulutuksessa, mikä näkyy taas Luomutila Gaijan kävijöistä.

Vaihtoehtoisuuden käsite lienee tulevaisuudessa eri merkityksessä, kuin perinteisen massamatkailun vastikkeena. Joka tapauksessa Luomutila Gaijalla näyttää olevan hyvät mahdollisuudet matkailutoiminnan kehittämiseen, sillä juuri erilaisuus, ekologisuus ja yksilöllisten matkojen kysyntä näyttää kasvavan. Eläinpuistosta ensisijaisesti motivoituneet perheet ovat saattaneet valita Luomutila Gaijan majoituskohteeseen tiettyjen arvojen takia, kuten esimerkiksi ekologisuuden ja kestävän kehityksen tai yhteisöllisyyden takia. Vaikka Gaijan toiminta ja palvelutarjonta ei motivoisi asiakasta ensisijaisesti tutustumaan paikkaan, voi arvoilla ja idealismilla olla kuitenkin merkitystä päätöksenteossa

Opinnäytetyöprosessi herätti paljon mielenkiintoisia ajatuksia matkailun ilmiöstä. Matkailijan omat kokemukset ja tulkinnat itsestään matkailijana vaihtelevat nykyään jo paljon, sillä vaihtoehtoiset matkailutavat yleistyvät. Jatkotutkimuksena voisi suorittaa kvalitatiivisen haastattelututkimuksen mahdollisimman erilaisista henkilöistä ja heidän kokemuksistaan omasta itsestään matkailijoina. Tutkimuksen kohteena voisi olla nimenomaan suomalaiset matkailijat ja heidän kulutuskulttuurinsa. Tutkimuksen näkökulmaksi voisi myös ottaa ajatuksen massamatkailun käsitteen paikkansapitävyydestä; onko enää olemassa vastaavaa käsitettä matkailijan näkökulmasta. Samanlaisen kävijätutkimuksen voisi tehdä esimerkiksi suomalaisten keskuudessa suosituissa ”massamatkailukohteessa”, jolloin tämän tutkimuksen paikkansapitävyys voitaisiin joko kumota tai vahvistaa.

Postmodernin kulutuskulttuurin osalta oli mielenkiintoista huomata, että perhematkailijoilla ei näyttänyt ilmenevän postmodernismiin suuntautuvia piirteitä ainakaan motiiviansa perusteella. Jatkotutkimusaiheena voisi käsitellä esimerkiksi arvojen merkitystä elinkaareissa ja vertailla tämän vaikutusta matkailukulutukseen ja nykykulttuuriin. Muutenkin olisi hyvä selvittää, että miksi juuri eläinpuistoon suuntautuneet perheet näyttivät olevan vähiten vaihtoehtoiseen matkailuun liittyviä. Voidaanko esimerkiksi olettaa, että postmodernismi ja vaihtoehtojen hakeminen kuuluu enemmän yksineläjien kuin perheellisten matkailukulutukseen?

Luomutila Gaijan onnistuneen kehitystyön turvaamiseksi on tärkeää selvittää yhteisön sisällä, mitä jäsenet haluavat Gaijassa jatkossa tapahtuvan ja mikä on matkailun osuus

tässä tulevaisuuden visioissa. Yhteisön mielipiteet ja elämän suunnitelmat vaikuttavat lopulta tarkempien kohderyhmien etsimiseen ja markkinoinnin suunnitteluun sekä tuotekehittelyyn. Yhteisöä voisi tutkia monella tapaa matkailijoiden näkökulmasta. Yksi tämän opinnäytetyön anti jatkotutkimuksille on erityisesti tyytyväisyysosion ja avointen vastausten tulokset, joita voi käyttää erilaisiin tarkoituksiin. Ensinnäkin yhteisön ja matkailutoiminnan kehittämiseen, mutta myös arvojen ja tyytyväisyyden yhteyttä voisi olla mielenkiintoista tutkia. Laadulliset kysymykset ovat sinällään haastavia samoin kuin arvot, mikä tutkimusalueena on kuitenkin tarpeellista ajatellen matkailun kehittymistä tulevaisuudessa.

LÄHTEET

Aho, Seppo & Ilola, Heli 2004. Maaseutu suomalaisten asenteissa, toiveissa ja kokemuksissa. Lapin yliopiston kauppätieteiden ja matkailun tiedekunnan julkaisuja. 3,7.

Arell, Terhi 2002. Suomen vihreä lomaopas. Hämeenlinna: Karisto.

Bauman, Zygmunt 2002. Notkea moderni. Tampere: Vastapaino.

Bocock, Robert 1993. Consumption. Lontoo: Routledge.

Burnett, Graham 2008. Permaculture a Beginner's Guide. Essex: Spiralseed.

Crotts, John C. & van Raaij, W Fred 1994. Economic Psychology of Travel and Tourism. Lontoo: The Haworth Press Inc.

Dernoi, Louis A. 1981. Alternative Tourism: towards a new style in North-South relations. International Journal of Tourism Management. Vol. 2 issue 4, 253-265.

van Deth, Jan W & Scarbrough, Elinor 1995. The Impact of Values. New York: Oxford University Press.

Ekomatkaajat 2010. Yrityksen WWW-sivut. <http://www.ekomatkaajat.fi>. Päivitetty 7.4.2010. Luettu 7.4.2010.

Fennell, David A 2006. Tourism Ethics. Ontario: Channel View Publications.

Fennell, David 2008. Ecotourism. Lontoo: Routledge.

Gaija 2010. Yhteisön WWW-sivut. <http://www.gaija.org>. Päivitetty 19.2.2010. Luettu 8.3.2010.

Gladstone, David L. 2005. From Pilgrimage to Package Tour. Travel and Tourism in the Third World. London: Taylor & Francis Informa.

Global Ecovillage Network 2009. Kansainvälisen ekokyläverkoston WWW-sivut. <http://gen.ecovillage.org/index.html>. Päivitetty 3.12.2009. Luettu 22.12.2009.

Green Volunteers 2010. WWW-sivut. <http://www.greenvolunteers.com>. Päivitetty 10.3.2010. Luettu 10.3.2010.

Guttentag, Daniel A. 2008. Negative Impacts of Volunteer Tourism. *International Journal of Tourism Research* 2009. Oxford: John Wiley & Sons, 537–551.

Halava, Ilkka 2008. Tulevaisuuden ihminen, hiipuva kansalaisuus, kattava kuluttajuus. Elektroninen artikkeli.

http://www.ilkkahalava.fi/kolumnit__artikkelit/tulevaisuuden_ihminen_-_hiipuva_kansalaisuus_kattava_kuluttajuus. Päivitetty 11.11.2009. Luettu 11.11.2009.

Hawkins, Donald E, Leventhal, Mitch & Oden Wendy L. 1997. *The Virtual Tourism Environment. Utilization of Information Technology to Exchange Strategic Travel Marketing*. Teoksessa: Cooper, Chris & Wanhill, Stephen (toim.) 1997. *Tourism Development. Environmental and Community Issues*. Chichester: John Wiley & Sons, 46.

Heikkilä, Tarja 1998. *Tilastollinen tutkimus*. Helsinki: Edita.

Hemmi, Jorma 2005. *Matkailu, ympäristö, luonto*. Sotkamo: Gummerus.

Higham, James 2007. *Critical Issues in Ecotourism. Understanding a Complex Tourism Phenomenon*. Elsevier: Butterworth & Heinemann.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko, Sajavaara, Paula 1997. *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Kirjayhtymä.

Honkanen, Antti 2004. *Menneisyyden tulevaisuus: postmodernit matkailuteoriat ja vapaa-ajan matkailun muutokset eräissä Euroopan unionin jäsenvaltioissa vuosina 1985 ja 1997*. Savonlinna: Matkailualan verkostoyliopisto.

Honkanen, Antti & Mustonen, Pekka 2005. Sosiodemografiset tekijät ja elämäntapa matkailukulutusta selittävinä tekijöinä: kausaalinen analyysi. Matkailututkimus 1. Suomen matkailututkimuksen seura, 3–5.

Holden, Peter 1984. Alternative Tourism: Report of the Workshop on Alternative Tourism with a Focus on Asia. Bangkok: Ecumanical Coalition on Third World Tourism.

Inglehart, Ronald 1977. The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Publics. Princeton: Princeton University Press.

Juujärvi, Soile, Myyry, Liisa & Pesso, Kaija 2007. Eettinen herkkyys ammatillisessa toiminnassa. Jyväskylä: Gummerus.

Kansainvälinen vapaaehtoistyö ry 2010. Yhdistyksen WWW-sivut. <http://www.kvtf Finland.org>. Päivitetty 18.2.2010. Luettu 18.2.2010.

Kartoitus Lapin maaseutumatkailusta 2009. Lapin yliopiston matkailun ja liiketoiminnan tiedekunta.

WWW-dokumentti. <http://www.ulapland.fi/Suomeksi/Tutkimus/Tutkimusuutiset...ca714>. Päivitetty 19.10.2009. Luettu 12.11.2009.

Keuruun Ekokylä ry. Ekokylän WWW-sivut. <http://www.keuruunekokyla.fi>. Päivitetty 9.2.2010. Luettu 18.2.2010.

Komppula, Raija & Boxberg, Matti 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.

Leinonen, Riikka, Kauppila, Pekka & Saarinen, Jarkko 2007. Suomen matkailun aluerakenne 2005. MEK A:155. PDF-dokumentti.

<http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/...Raportti.pdf>. Päivitetty: 12.6.2007. Luettu 5.1.2010.

Linnanniittu 2009. Vihdin ekokylän WWW-sivut. <http://vihdinekokyla.fi/> Päivitetty 22.12.2009. Luettu 3.1.2010.

Livonsaaren yhteisökylä 2009. Yhteisön WWW-sivut. <http://www.yhteisokyla.net>. Päivitetty 18.12.2009. Luettu 20.12.2009.

Luukkainen, Pinja 2009. Opinnäytetyö Eurooppalaisesta kylämatkailusta. Maaseutu & Matkailu -lehti 2009. Verkkolehti.

http://issuu.com/eklektifinland/docs/maaseutu_matkailu_talvi_2009?mode=embed, 12-13.

Maaseutu & Matkailu -lehti 2009. 14. vuosikerta. Verkkolehti. http://issuu.com/eklektifinland/docs/maaseutu_matkailu_talvi_2009?mode=embed. Ei päivitystietoa. Luettu 12.2.2009, 4–5.

Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2007. Maaseutupoliittinen erityisohjelma 2007–2010. Elinvoimainen maaseutu – ministeriöiden vastuut ja alueellinen kehittäminen. PDF-dokumentti. <http://www.intermin.fi/intermin/biblio.nsf/...192007.pdf>. Päivitetty 11.5.2007. Luettu 12.2.2009.

Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä. 2009. Maaseutu ja hyvinvoiva Suomi. Maaseutupoliittinen kokonaisuohjelma 2009–2013. PDF-dokumentti. http://www.maaseutupolitiikka.fi/files/976/YTR5_2009_Maaseutupoliittinen_kokonai_sohjelma_2009_2013.pdf. Päivitetty 3.6.2009. Luettu 9.10.2009.

Majoitus- ja ravitsemistoiminnan tilipäätöstilasto 2008, ennakko 2009. Tilastokeskus. Sivu 1. PDF-dokumentti.

http://www.tilastokeskus.fi/til/matipa/2008/matipa_2008_2009-07-08_fi.pdf. Päivitetty 7.7.2009. Luettu 9.10.2009.

Mann, Mark & Ibrahim, Zainem 2002. The Good Alternative Travel Guide. Exiting Holidays for Responsible Travellers. Lontoo: Earthscan.

Markkola, Susanna 2007. Majoitustilojen käyttöasteseuranta. Maaseutumatkailun teemaryhmä. PDF-dokumentti.

http://www.maaseutupolitiikka.fi/files/426/Majoitustilojen_kayttoasteseuranta_2007.pdf. Päivitetty 7.3.2008. Luettu 11.10.2009.

Martikainen, Reijo & Vesterinen, Niina 2007. Maaseutumatkailun puolivuosisataa – artikkeleita kehittämisen eri näkökulmista. PDF-dokumentti.

http://www.maaseutupolitiikka.fi/files/48/YTR_4_07_web.pdf. Päivitetty 17.4.2007. Luettu 13.4.2009.

Maslow, Abraham Harold & Stephens, Collins Deborah 2000. The Maslow business reader. New York: John Wiley & Sons Inc.

Matkailuselvitys 2010. Matkailun taloudelliset vaikutukset Ähtärissä ja Etelä-Pohjanmaalla 2008. Haaga-Perho.

Mowforth, Martin & Munt, Ian 2008. Tourism and Sustainability: Development, Globalization and New Tourism in the Third World. Taylor & Francis.

Mustonen, Pekka 2006. Postmodern Tourism -Alternative Approaches. Turun kaupakorkeakoulun julkaisuja. Sarja A-2:2006. Tampere: Esa Print.

Mustonen, Pekka 2005. Volunteer Tourism: Postmodern Pilgrimage? Journal Of Tourism And Cultural Change. Vol. 3. Nro. 3, 160-177.

Mustonen, Pekka. 2003. Environment as a Criterion for Choosing a Holiday Destination: Arguments and Findings. Tourism Recreation Research vol. 28 (1), 35-46.

Niit, Toomas & Raudsepp, Maaris 2005. Virolainen ympäristöpsykologia muutoksen aalloissa: ensimmäiset (ja viimeiset) 30 vuotta vai toinen tuleminen? Teoksessa: Pirttilä-Backmann, Anna-Maija, Ahokas, Marja, Myyry, Liisa & Lähteenoja, Susanna (toim.) Arvot, moraali ja yhteiskunta. Sosiaalipsykologisia näkökulmia yhteiskunnan muutokseen, 310-317.

Niskanen, Jari. Henkilökohtainen tiedonanto. 11.1.2010. Ähtärin Masterplan -hankkeen projektipäällikkö.

Ollila, Anne. Henkilökohtainen tiedonanto. 11.2.2009. Sihteeri. Osuuskunta Gaija.

Page, Stephen J. 2009. Tourism Management. Slovenia: Elsevier.

Pearce, Douglas 1992. Alternative Tourism: Concepts, Classifications and Questions. Teoksessa: Smith, Valene & Eadington, William R (toim.) 1992. Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Study of Tourism. Philadelphia: University Of Pennsylvania Press, 15–30.

Pohjanheimo, Esa 2005. Pysyvää ja eriytyvää: arvomuutoksia Suomessa 1970-luvulta nykypäivään. Teoksessa: Teoksessa: Pirttilä-Backmann, Anna-Maija, Ahokas, Marja, Myyry, Liisa & Lähteenoja, Susanna (toim.) Arvot, moraali ja yhteiskunta. Sosiaali-psykologisia näkökulmia yhteiskunnan muutokseen, 237–245

Poon, Auliana 1993. Tourism Technology And Competitive Strategies. CAB International.

Reilun kaupan edistämisyhdistys 2010. WWW-dokumentti. <http://www.reilukauppa.fi>. Päivitetty 23.3.2010. Luettu 24.3.2010.

Reilun matkailun yhdistys 2009. WWW-sivut. <http://www.reilumatkailu.fi>. Päivitetty 2.1.2010. Luettu 14.1.2010.

Rescher, Nicholas 1969. Introduction to Value Theory. Prentice Hall.

Reisinger, Yvette & Turner, Lindsay W 2003. Cross-Cultural Behavior in Tourism. Concepts and Analysis. Lontoo: Butterworth & Heinemann.

Rihmasto -tietokanta 2008. WWW-sivut. <http://www.rihmasto.fi>. Päivitetty 17.10.2008. Luettu 3.10.2009.

Rokeach, Milton 1973. *The Nature of Human Values*. Michigan: Free Press.

Rosenthal, J. Robert. 2007. *Ekokylät*. Global Ecovillage Network. PFD-dokumentti.
http://www.gen-europe.org/downloads/publications/leaflet_finnish.pdf. Päivitetty
19.4.2007. Luettu 2.3.2009.

Ryymin, Jaakko. 2008. *Maaseutumatkailu*. Työ- ja elinkeinoministeriön toimialara-
portti. PDF-dokumentti.
http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/646/Maaseutumatkailu_2008_netti.pdf, 1, 8.

Schwartz, Shalom 2005. Universalismi arvot ja moraalisen universumimme laa-
juus. Teoksessa: Teoksessa: Pirttilä-Backmann, Anna-Maija, Ahokas, Marja, Myyry,
Liisa & Lähteenoja, Susanna (toim.). *Arvot, moraalit ja yhteiskunta*. Sosiaalipsykolo-
gisia näkökulmia yhteiskunnan muutokseen, 216–223.

Seaton, A.V. & Bennett, M.M 1996. *The Marketing Of Tourism Product*. Concepts,
Issues and Cases. Lontoo: Thomson Learning.

Vanhove, Norbert 2001. Globalisation of tourism demand, global distribution systems
and marketing. Teoksessa: Wahab, Sarah & Cooper, Christopher (toim.) *Tourism in
the Age of Globalisation*. Lontoo: Routledge, 129-131.

Sharpley, Richard & Tefler, David J. 2002. *Tourism and Development: Concepts and
Issues*. Iso-Britannia: Channel View Publications.

Sivula, Elina 2010. *Henkilökohtainen tiedonanto* 17.2.2010. Varasihteeri. Osuuskunta
Gaija.

Smith, Valene L & Eadington, William R. (toim.) 1992. *Tourism alternatives: poten-
tials and problems in the development of tourism*. Publication of the International
Academy for the Study of Tourism. University of Pennsylvania Press.

Suomen luomumatkailuyhdistys 2010. *Vuoden 2010 lomakohteet*. WWW-dokumentti.
<http://www.eceat.fi>. Päivitetty 20.1.2010. Luettu 9.3.2010.

Suomen maaseutumatkailuyhdistys 2009. Hakupalvelu. WWW-dokumentti. <http://www.smmmy.fi>. Päivitetty 30.11.2009. Luettu 30.11.2009.

Suomen ruokatieto ry 2009. WWW-dokumentti. Uutiset. <http://www.ruokatieto.fi>. Päivitetty 20.12.2009. Luettu 20.12.2009.

Swarbrook, John & Horner, Susan 2007. Consumer Behavior in Tourism. Oxford: Butterworth & Heinemann.

Sznajder, Michal, Przezbórska, Lucyna & Scrimgeour, Frank 2009. Agritourism. CAB International.

Taloustutkimus 2008. Matkailukohteiden kävijämäärät 2007. MEK E:57. PDF-dokumentti. <http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/...A4t2007.pdf>. Päivitetty 12.8.2008. Luettu 5.1.2010.

The International Ecotourism Society 2010. What is ecotourism? WWW-dokumentti. <http://www.ecotourism.org>. Päivitetty 20.1.2010. Luettu 20.1.2010.

Tiilikainen, Aimo 1999. Arvot elintarvikevalintojen ohjaajina: miten rakentaa elintarvikkeista brand-tuotteita arvojen näkökulmasta? Helsinki: Helsingin yliopisto.

Tiilikainen, Tiitta 2009. RISK Monitor -2009 Lehdistöiedote. PDF- tiedosto. http://www.tns-gallup.fi/doc/risc/Lehdistotiedote_RISC_Monitor_28042009.pdf. Päivitetty 27.4.2009. Luettu 3.10.2009.

Timothy, Dallen J. 2009. Tourism and the Lodging Sector. London: Butterworth & Heinemann.

Timothy, Dallen J. 2006. Managing Heritage and Cultural Tourism Resources. Ashgate: International Library of Essays in Tourism.

Työ- ja elikeinoministeriö 2009. Matkailussa edetään hitaan kasvun aikaa. Elektroni-
nen uutiskirje. http://www.tem.fi/index.phtml?97418_m=97431&s=3603. Päivitetty
26.11.2009. Luettu 10.12.2009.

Urry, John 1990. *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies.*
Lontoo: Sage Publications.

Urry, John 2002. *The Tourist Gaze.* Lontoo: Sage Publications.

Valtioneuvoston periaatepäätös 2003. Valtioneuvoston periaatepäätös toimintaohjel-
masta luonnon virkistyskäytön ja luontomatkailun kehittämiseksi. PDF-dokumentti.
<http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=2296>. Päivitetty 12.2.2003. Luettu
13.10.2009.

Vanhamäki, Susanna. 2008. Suomalainen kulttuuritarjonta kansainvälisille markki-
noille. Alueorganisaatioiden näkökulma. PDF-dokumentti.
[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/...A159%20Suomalainen%20kulttuuritarjonta
%20kvmarkkinoille.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/...A159%20Suomalainen%20kulttuuritarjonta%20kvmarkkinoille.pdf). Päivitetty 14.8.2008. Luettu 13.11.2009.

Vesterinen, Niina 2009. Teemapohjaisen kylämatkailun kehtiiäminen. *Maaseutu &
Matkailu -lehti* 2009. Verkkolehti.
http://issuu.com/eklektifinland/docs/maaseutu_matkailu_talvi_2009?mode=embed, 8–
9.

Vesterinen, Nina 2007. Teoksessa: *Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2007. Maaseu-
tupoliittinen erityisohjelma 2007–2010. Elinvoimainen maaseutu – ministeriöiden
vastuut ja alueellinen kehittäminen.* PDF-dokumentti.
<http://www.intermin.fi/intermin/biblio.nsf/...07.pdf>. Päivitetty 11.5.2007. Luettu
13.4.2009.

Wearing, Stephen & John Neil 2001. *Expanding Sustainable Tourism's Conceptuali-
zation. Ecotourism, volunteerism and serious leisure.* Teoksessa: Williams, Stephen
(toim.) 2004. *Tourism – Critical Concepts in Social Sciences.* New York: Routledge,
280–292.

Wearing, Stephen 2001. Volunteer Tourism –Experiences That Make a Difference. New York: CABI Publishing.

Wheat, Sue. 2003. Eco or ego? Elektroninen artikkeli. <http://www.forumforthefuture.org.uk/greenfutures/articles/601381>. Päivitetty 3.2.2003. Luettu 11.12.2009.

World Tourism Organization 2010. Global Code of Ethics. WWW-dokumentti. <http://www.unwto.org/ethics/index.php>. Päivitetty 20.1.2010. Luettu 20.1.2010.

World Wide Opportunities on Organic Farms 2010. WWW-sivut. <http://www.woof.org>. Päivitetty 11.3.2010. Luettu 11.3.2010.



Tervetuloa kehittämään Gaijaa kohti parempaa ja kestävämpää tulevaisuutta! Vastaamalla tähän kyselyyn autat rakentamaan Gaijasta viihtyisemmän paikan meille kaikille. Vastaajien kesken arvomme yllätyspalkinnon! Palauta täytetty kyselylomake ja erillinen arvontalipuke hostellin tuvassa sijaitsevaan palautuslaatikkoon, kiitos!

1. Sukupuoli: mies nainen 2. Ikä: _____
3. Kotikunta: (ympyröi yksi asuinpaikkaasi vastaava numero)
 1. Pääkaupunkiseutu
 2. Muu Etelä-Suomen lääni
 3. Itä-Suomen lääni
 4. Länsi-suomen lääni
 5. Oulun lääni
 6. Lapin lääni
 7. Ahvenanmaan maakunta
 8. Ulkomaat
4. Mikä on koulutuksesi? (Ympyröi yksi korkeinta koulutustasoasi vastaava vaihtoehto.)
 - a. peruskoulu
 - b. ylioppilas
 - c. ammatillinen koulutus, mikä _____
 - d. toisen asteen korkeakoulututkinto, mikä _____
 - e. ammattikorkeakoulututkinto, mikä _____
 - f. yliopistotasoinen tutkinto, miltä oppialalta _____
5. Matkaseura. Rastita **yksi sopiva vaihtoehto** ja merkitse seurueesi henkilömäärä. (HUOM! Jos olet pääasiassa perheen tai sukulaisten kanssa, valitse ainoastaan vaihtoehto d.)
 - a. yksin
 - b. ystäväseurueessa _____ h:löö
 - c. kokousseurueessa _____ h:löö
 - d. perheen kanssa aikuiset h:löö lapset _____ h:löö
6. Matkustustapa ja matkan kesto. Rastita sinulle sopivat vastaukset tai merkitse viivoille vastauksesi.
 - a) Millä kulkuneuvolla/kulkuneuvoilla olet liikkeellä?

oma auto yhteiskyyti juna bussi polkupyörä muut tapa mikä? _____
 - b) Matkan kesto kokonaisuudessaan. Kuinka monta päivää olet poissa kotoasi? _____
 - c) Gaijassa vietän _____ yötä.
7. Mikä on matkasi yleinen tarkoitus? **Ympyröi enintään 3 sopivaa vaihtoehtoa!**
 - a. osallistuminen aktiviteetteihin, urheilu, kalastus, metsästys, retkeily, ratsastus ym.
 - b. vierailu paikallisiin matkailukohteisiin tai nähtävyyksiin, mihin _____
 - c. pääasiallinen eläinten tai ympäröivän kasvillisuuden sekä ekosysteemien itsenäinen tarkkailu
 - d. osallistuminen terveyttä ja hyvinvointia edistäviin aktiviteetteihin, esim. kuntoutus, kauneushoidot ja muut hyvinvointipalvelut
 - e. osallistuminen koulutukseen, kurssiin, Gaijan tapahtumaan tai muuhun alueelliseen tapahtumaan, mihin tapahtumaan? _____
 - f. työmatka, järjestäytyminen, uusien kontaktien luominen
 - g. tutustuminen kohteen kulttuuriin, elintapaan ja luontoon, esim. maatalan työt
 - h. vapaaehtoistyö, auttaminen, luonnonsuojelu
 - i. vierailu perhetuttujen tai perheen luokse, sukulaisjuhla, paluu kotiseudulle tai synnyinseudulle
 - j. vierailu ystävien luokse
 - k. jokin muu, mikä _____

8. Mitkä taustatekijät vaikuttivat eniten päätökseesi matkustaa Ähtäriin? Ympyröi ja täydennä tarvittaessa viivoille vastauksesi. **Ympyröi enintään 3 vaihtoehtoa!**

- Tulin ainoastaan käymään Gaijassa (**ole hyvä, siirry kohtaan 9!**)
- Olen kuullut tuttavilta hyvää palautetta Ähtäristä
- Olen nähnyt mainoksia Ähtäristä tai Ähtäriin palveluista
- Matkatoimisto, matkanjärjestäjä suositteli kohdetta
- Minulla on vahva tunneside Ähtäriin
- Minulla on hyvä henkilökohtainen näkemys Ähtäristä matkailukohteena
- Aikaisemmat kokemukseni ovat olleet positiivisia
- Halusin kokeilla jotain uutta
- Halusin kokea maaseutua ympärilläni
- Ähtäriin hintataso on sopiva
- Olen luottavainen Ähtäriin suhteen matkailukohteena, vaikka en ole aikaisemmin käynytkään
- Ähtäri oli tuttu ja turvallinen valinta
- Ähtäriissä on minulle/matkaseuralleeni sopivat erikoispalvelut, mitkä? _____
- Päädyin tulemaan Ähtäriin, koska: _____

9. Miten **Gaija** tuli teille tutuksi ensimmäisen kerran? Rastita vain yksi vaihtoehto!

- Ystävän kautta
- Internetistä
- Ilmoitustaulun mainoksesta
- jokin muu tapa mikä _____

10. Kun ensikerran saavuit Gaijaan, vastasiko kokemus odotuksiasi?

- Kyllä Ei jos ei, miksi? _____

11. Oletko käynyt aiemmin

- Gaijassa? En Kyllä kuinka monta kertaa? _____
- muissa yhteisöissä? En Kyllä kuinka monta kertaa? _____
- Oletko asunut aiemmin/asutko yhteisössä? En Kyllä missä? _____

12. Tunnetko Ähtäristä muita majoituskohteita Gaijan lisäksi? En Kyllä Mitkä _____

13. Mitkä seuraavista tekijöistä **vaikuttivat eniten valintaanne** matkustaa/majoittua juuri Gaijaan? **Ympyröi enintään 3 tärkeintä!**

- sijainti lähellä jotain aktiviteettia, tapahtumaa tai muuta kohdetta, mitä _____
- Gaijan palvelut, mitkä _____
- asuminen lomakodissa
- siirtolapuutarha/palstan viljely
- uutuuden viehätys
- hintaa
- uuden oppimisen mahdollisuus
- ekologisuus ja kestävä kehitys
- oman elämäntyylin toteuttaminen
- yhteisöeläminen
- maaseudun kokeminen
- jokin muu, mikä _____

LIITE 1**KYSELYLOMAKE**

14. Gaijan hostellin varustus, tilat ja palvelu. Ympyröi parhaiten mielipidettäsi vastaava numero!

	<i>erittäin tyytymätön</i>	<i>tyytymätön</i>	<i>sopiva</i>	<i>tyytyväinen</i>	<i>erittäin tyytyväinen</i>	<i>en käyttänyt</i>
a) saapuminen ja majoittumisen/vastaanoton sujuvuus	1	2	3	4	5	0
b) henkilökunnan palvelualttius	1	2	3	4	5	0
c) hostellihuoneet	1	2	3	4	5	0
d) hostellikerroksen keittiö- ja oleskelutila	1	2	3	4	5	0
e) WC:t	1	2	3	4	5	0
f) suihkut	1	2	3	4	5	0
g) sauna	1	2	3	4	5	0
h) ruokailutila ja keittiö	1	2	3	4	5	0
i) catering-palvelu	1	2	3	4	5	0
j) itsepalveluaamiainen	1	2	3	4	5	0
k) internet-yhteys	1	2	3	4	5	0
l) TV-huone	1	2	3	4	5	0
m) puoti	1	2	3	4	5	0
n) sulkapallokenttä	1	2	3	4	5	0
o) riippumattopuisto	1	2	3	4	5	0
p) navetta ja eläinten tarhat	1	2	3	4	5	0
q) pelto/palsta	1	2	3	4	5	0
r) dormitorio/joogahuone	1	2	3	4	5	0
s) niemenkärjen grillikatos	1	2	3	4	5	0
t) piha-alue	1	2	3	4	5	0
u) luontopolku	1	2	3	4	5	0

15. Miten Gaijan asukkaiden arkinen toiminta vaikutti oleskelukokemukseesi?

16. Miten hyvin Gaijan hostelli toimii sinun mielestäsi yhteisön rinnalle?

17. Miten kehittäisit Gaijaa?

18. Minkä yleisarvosanan antaisit Gaijalle matkailukohteena asteikolla 1-5? _____
(1-huono-2-välttävä-3-tyydyttävä-4-hyvä-5-erinomainen)

LIITE 1

KYSELYLOMAKE

19. Ympyröi mielipidettäsi tai ominaisuuttasi parhaiten vastaava numero. Ajattele itseäsi kun olet matkalla tai muuten poissa kotoa. **Mitä lähempänä numero on väittämää, sitä enemmän se vastaa sen tarkoitusta.**

a) en välitä luonnonsuojelusta	1 2 3 4 5 6 7	luonnonsuojelu on minulle hyvin tärkeää
b) en tee työtä koskaan palkatta	1 2 3 4 5 6 7	teen mielelläni vapaaehtoistyötä
c) elän ristiriidassa arvojeni kanssa	1 2 3 4 5 6 7	elän sopusoinnussa arvojeni kanssa
d) minulla ei ole perinteitä	1 2 3 4 5 6 7	minulla on vahvat perinteet
e) en pyri elämässäni johtavaan asemaan	1 2 3 4 5 6 7	päämääräni on pyrkiä joukon johtajaksi
f) en välitä eläinten kohtelusta	1 2 3 4 5 6 7	välitän eläimistä ja näytän sen elintavoillani
g) en luovu mistään tavoistani vaikka siitä olisi ympäristölle hyötyä	1 2 3 4 5 6 7	muutan herkästi tapojani ympäristön vuoksi
h) en pysty hillitsemään itseäni	1 2 3 4 5 6 7	olen hyvin pidättyväinen ja kurinalainen
i) en välitä maailman ongelmista	1 2 3 4 5 6 7	olen jatkuvasti selvillä maailman ongelmista
j) en välitä niinkään uuden oppimisesta	1 2 3 4 5 6 7	opin mielelläni lisää uusia asioita
k) en pelkää ilmastonmuutosta	1 2 3 4 5 6 7	ilmastonmuutos ahdistaa minua suuresti
l) en koskaan pyri parhaaksi	1 2 3 4 5 6 7	minulle voittaminen on hyvin tärkeää
m) en jaa minulle kuuluvaa ruokaa tai tavaraa muille	1 2 3 4 5 6 7	kannatan asioiden yhteiskäyttöä
n) en hakeudu niinkään nautintojen pariin	1 2 3 4 5 6 7	nautinnot ovat minulle hyvin tärkeitä
o) en kiinnitä huomiota ostoksieni ympäristövaikutuksiin	1 2 3 4 5 6 7	mietin aina tarkkaan ostokseni
p) en kierrätä jätteitä	1 2 3 4 5 6 7	kierrätän jätteet tarkkaan
q) asun mieluiten kaupungissa	1 2 3 4 5 6 7	asun mieluiten maaseudulla
r) en ole luonnonläheinen	1 2 3 4 5 6 7	olen hyvin luonnonläheinen

20. Mikä sinulle on tärkeää lomakohdetta valittaessa ja matkaa suunnitellessa? Ympyröi parhaiten näkökantaasi vastaava numero.

	Ei tärkeä				Äärimmäisen Tärkeä			
tärkeä	1	2	3	4	5	6	7	
a) matkailukohteessa toteutetaan kestäväää kehitystä	1	2	3	4	5	6	7	
b) kohteessa tarjotaan luomuruokaa	1	2	3	4	5	6	7	
c) kohteessa on vegaaniruokaa saatavilla	1	2	3	4	5	6	7	
d) kohteesta ja alihankkijaketjuista saa avoimesti tietoa	1	2	3	4	5	6	7	
e) kohteessa ei rikota ihmisoikeuksia	1	2	3	4	5	6	7	
f) kohde on sertifioitu ekologisesta toiminnasta	1	2	3	4	5	6	7	
g) eläimiä kohdellaan oikeudenmukaisesti	1	2	3	4	5	6	7	
h) paikalla ei käytetä päihteitä häiritsevästi	1	2	3	4	5	6	7	
i) kohteessa tutustuu aitoon paikalliseen kulttuuriin	1	2	3	4	5	6	7	
j) kohde tarjoaa oppimisen mahdollisuuksia	1	2	3	4	5	6	7	
k) kohteessa ei ole selvää massaturismia	1	2	3	4	5	6	7	
l) kohteessa palvelut ovat paikallisten omistamia	1	2	3	4	5	6	7	
m) kohteessa on mahdollisuus hyväntekeväisyyteen	1	2	3	4	5	6	7	
n) kohteeseen pääsee myös maakulkuvälineillä*)	1	2	3	4	5	6	7	
o) kohteessa on hyvät tietoliikenneyhteydet	1	2	3	4	5	6	7	
p) kohteessa on toimivat jätehuolto- ja kierrätysjärjestelmät	1	2	3	4	5	6	7	

*) junalla, järjestetyllä yhteiskyydillä, bussilla, autolla, pyöräteitse tai muulla tavalla kuin lentäen

Avoin 7k - Matkan yleinen tarkoitus, jokin muu syy

1. Lomailu
2. Omavaraisuudesta kiinnostuneiden kanssa verkostoituminen, ekokylissä, anarkisti-tapahtumissa ja primitiivivistileirillä käynti koko pyöräreissun pointti.
3. Lähettiin reissuun!
4. Aikuisohjaajana nuorten kanssa
5. Yleinen äimistely, uusien kasvojen, ympäristön näkeminen
6. Reissuun tultiin...
7. Gaijafever
8. Tutustua kotimaahan
9. Läpikulku ja lomamatka
10. Musisointi
11. Koulutusreissu

Avoin 8n ”Mikä vaikutti eniten päätökseenne matkustaa Ähtäriin?”

1. Se oli matkan varrella
2. Siellä oli eläinpuisto
3. Sattumalta, työtehtävissä Ähtärissä
4. Lähetti tyttöjen reissuun!
5. Eläinpuisto, kajakkeja, hevosia, nuorten ylläpitämä hostel
6. Tultiin reissuun
7. Eläinpuisto
8. Halpa majoitus lähellä seinäjokea
9. Majoituspaikat olivat tiukassa
10. Tyttöystävä toi yllärinä
11. Sopivasti puolimatassa ja eläinpuisto
12. Tulin myymään kirjoja Soinin WAT:aan
13. Paras kaverini oli siellä
14. Se oli sopiva paikka yöpyä matkan varrella
15. Mummoni asuu täällä
16. Yhtiöni toimii täällä ja tarvitsin yösjän paikkakunnalla

17. Tulin työni kannalta tärkeään koulutukseen
18. Koulutuksen vuoksi
19. Vierailu eläinpuistoon

Avoin 9d ”Mitä muuta kautta sai tietää Gaijasta”

1. Aikuinen keksi varmaan netistä
2. Luin lehdestä tammikuussa 1997
3. MaanYstävien väentapaamispaikka
4. Tyttären kautta

Kysymys numero 10. Kun ensikerran saavuit Gaijaan, vastasiko kokemus odotuksiasi? –Ei vastausten perustelut

1. Alue epäsiisti
2. ei vastausta koko kysymykseen
3. Yllättävän sotkuinen paikka, antaa huonon ensivaikutelman
4. ei vastausta koko kysymykseen
5. En osannut odottaa mitään, kokemus oli ☺
6. ei ollut odotuksia ennakkoon
7. paikkana kyllä, mutta ihmiset olivat odotettu asulkeutuneempia
8. Gaija yllättää pakosti!
9. Gaijan vakituiset asukkaat olivat yllättävän etäisiä ja omissa oloissaan
10. Kiehtovampi paikka kuin odotin
11. en osannut kuvitellakaan, millaista oli
12. en oikein tiennyt mitä odottaa
13. ei vastannut koko kysymykseen
14. tulin ilman odotuksia!

Avoin 11c -Muissa yhteisöissä asuneet

1. Opiskelija-asunnossa
2. Skotlanti, Erreid
3. Asunut Kangasalla, muuttamassa Savonrantaan
4. 9-hengen soluasunnossa Viikissä

5. Tavallaan, koska kotonani majoilee enemmän ja vähemmän jatkuvasti muitakin kuin perheeni
6. Opiskelijasolussa 11 henkeä
7. Gaijassa
8. Suomineito -yhteisössä
9. Työntekijöiden yhteisö Lapin Levillä
10. Labbylla
11. München, Innsbruck
12. Bent, Belgia
13. OssiBussi –projekti
14. Keuruun ekokylä
15. Christiania, Brumleby

Avoim 13l

1. Naisystävä tahtoi kokeilla
2. Ekologinen yhteisö kiinnosti
3. Tutut ihmiset
4. Täällä on järjestetty kivoja tapahtumia vaikkon ole nihin päässykään ja tiesin, että täällä asuu hyviä tyyppejä
5. Tuttava Gaijassa
6. Puhdas uteliaisuus, millaista täällä on?
7. Lapsille eläimiä, mm hevoset ja lampaat
8. Sisko kävi täällä ja kehui, tuntee jonkun täältä
9. Eniten vaikutti kurssin tapahtuminen täällä
10. Ihmiset
11. Se oli sopiva paikka yöpyä matkan varrella
12. Koulutus Gaijan tiloissa
13. Energiakurssi
14. Ystävällisyys, sellainen henki, jota tavoittelen – ihmisiä, jotka ymmärtävät tiettyjä tärkeitä asioita
15. Ystävän suositus