

Kestävän matkailun kehitys Fiskarsin Ruukissa

Elina Laaninen
Jatta Linte



Tekijät Elina Laaninen, Jatta Linte	
Koulutusohjelma Matkailun Liikkeenjohto	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Kestävän matkailun kehitys Fiskarsin Ruukissa	Sivu- ja liitesivumäärä 26 + 7
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli kerätä tietoa kestävän matkailun nykytilasta Fiskarsin Ruukissa sekä selvittää paikallisten toimijoiden kiinnostusta kestävän matkailun kehittämiseen. Tavoitteena oli tutkimustulosten avulla pystyä arvioimaan etuja ja heikkouksia, joita Fiskarsin Ruukilla on kestävän matkailun kehityksen eri osa-alueilla. Toimeksiantajana opinnäytetyölle toimi Fiskars Village, joka vastaa Fiskarsin alueen matkailusta, markkinoinnista ja alueen kehittämisestä matkakohteena sekä asuin- ja työskentelypaikkana.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperusta rajautui käsittelemään kestävää matkailua käsitteenä, sekä sen eri osa-alueita; ympäristöllistä, taloudellista ja sosiokulttuurista kestävyttä matkailussa. Myös vastuullisuusviestintä oli osa teoreettista viitekehystä, sillä sen koettiin olevan tärkeä osa kestävän matkailun kehittämistä.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselytutkimuksia, jotka lähetettiin sähköpostitse sekä alueen yrittäjille, että asukkaille marraskuussa 2018. Yrittäjille suunnatussa kyselyssä selvitettiin alueen toimijoiden näkemyksiä matkailun nykytilasta, kestävän matkailun merkityksestä sekä matkailun kehittämisestä. Asukaskyselyssä painopiste oli kestävän matkailun sosiokulttuuristen vaikutusten kartoittamisessa.</p> <p>Tulokset osoittivat, että matkailun tuomat hyödyt koetaan yleisesti olevan suuremmat kuin sen tuomat haitat. Asukaskyselyn tulosten perusteella voidaan todeta, että asukkaat kokevat pystyvänsä vaikuttamaan matkailun kehittämiseen. Osan mielestä matkailua tulisi kehittää, sillä se tuo taloudellista hyötyä ja eloisuutta alueella. Osa asukkaista taas katsoo matkailulla olevan negatiivinen vaikutus alueen historiaan ja kulttuuriin, ja osan mielestä kohdetta on muutettu liikaa massamatkailuun sopivaksi.</p> <p>Toimijoille suunnatun kyselyn tulosten perusteella voidaan todeta, että matkailun kestävä kehittäminen koetaan tärkeäksi ja suurin osa toimijoista ottaa kestävän kehityksen huomioon omassa liiketoiminnassaan. Paikallinen luonto nähdään yhdeksi kohteen tärkeimmiksi vetovoimatekijöiksi ja suurin osa vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että matkailu edistää paikallisen luonnon suojelua. Merkittävimmäksi haasteeksi koettiin matkailun sesonkiluonteisuus ja sen vaikutus yritysten liikevaihtoon.</p> <p>Tutkimustulosten ja niistä tehtyjen päätelmien pohjalta tehtiin lisäksi Fiskars Villagelle suunnattuja kehitysehdotuksia kestävän matkailun edistämiseen. Keskeisimpiä kehitysehdotuksia olivat autoilun vähentäminen, kyläympäristön siistiminen, vastuullisuusviestinnän kehittäminen sekä ympärivuotisuuden lisääminen.</p>	
Asiasanat Kestävä matkailu, kestävä kehitys, vastuullisuusviestintä	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Kestävä matkailu	3
2.1	Ympäristöllinen kestävyys	3
2.2	Ekomatkailu ja sen vaikutukset	4
2.3	Taloudellinen kestävyys	5
2.4	Sosiokulttuurinen kestävyys	6
2.5	Vastuullisuusviestintä	8
3	Tiedonhankinta ja tutkimusmenetelmät	10
3.1	Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä	10
3.2	Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti	11
4	Tutkimustulokset Fiskarsin Ruukin asukaskyselystä	12
4.1	Fiskars Ruukin matkailun kehitys asukkaiden näkökulmasta	12
4.2	Matkailun tuomat positiiviset vaikutukset	13
4.3	Matkailun tuomat negatiiviset vaikutukset	14
5	Tutkimustulokset Fiskarsin Ruukin toimijoiden kyselystä	16
5.1	Vastaajien taustatiedot	16
5.2	Kestävän kehityksen merkitys alueen toimijoille	17
5.3	Fiskarsin Ruukin vetovoimatekijät	18
5.4	Fiskarsin Ruukin matkailu toimijoiden näkökulmasta	19
5.5	Matkailun kehittäminen toimijoiden näkökulmasta	20
6	Yhteenveto	22
7	Johtopäätökset	23
7.1	Kehitysehdotukset	24
	Lähteet	27
	Liitteet	29
	Liite 1. Asukaskysely	29
	Liite 2. Kysely alueen toimijoille	32
	Liite 3. Yhteenveto asukaskyselyn ja toimijoiden kyselyn tuloksista	35

1 Johdanto

Opinnäytetyömme käsittelee kestävästä matkailusta ja sen kehittämistä. Jokaisessa matkakohteessa on erityisen tärkeää kiinnittää huomiota matkailun vaikutuksiin alueen yrittäjien, matkailijoiden sekä asukkaiden näkökulmasta.

Toimeksiantajana työlle toimi Fiskars Village. Fiskars Village vastaa Fiskarsin alueen matkailusta, markkinoinnista ja alueen kehittämisestä matkakohteena sekä asuin- ja työskentelypaikkana. Fiskars sijaitsee Länsi-Uudellamaalla Raaseporin kaupungissa. Se on monipuolinen matkakohde, joka on palkittu parhaana kotimaan matkakohteena vuonna 2016 sekä Euroopan Komission ja Visit Finlandin Culture EDEN in Finland palkinnolla vuonna 2018 (Fiskars Village a).

Fiskarsin Ruukki on saanut alkunsa rautaruukkina vuonna 1649 ja on siitä lähtien toiminut suomalaisen teollisuuden edelläkävijänä. Värikkään historian omaava ruukki on tänä päivänä ainutlaatuinen matkakohde, joka tarjoaa matkailijalle historian, taiteen ja designin lisäksi luontoelämyksiä ja laadukasta lähiruokaa. Ruukissa toimii yli 110 paikallisen taiteilijan osuuskunta Onoma, jonka toiminta näkyy muun muassa lukuisten näyttelyiden ja työpajojen kautta. Lisäksi Ruukin alueella palvelee yli 30 yrittäjää, jotka ovat erityisen tunnettuja paikallisista käsityöistä, sekä 10 ravintolaa, kahvilaa ja juomatuottajaa ja kaksi hotellia. Fiskarsin Ruukki sijaitsee jokilaaksossa ja innoittaa monenlaisen luontoaktiiviteettiin. Erityisesti suosittua on kasvattanut vuonna 2017 avattu maastopyöräilyreitistö. Ruukissa järjestetään lisäksi lukuisia tapahtumia vuoden ympäri, erityisesti alueen sesonkiaikana keuhkaisin. (Fiskars Village Info.)

Valitsimme aiheeksi kestävästä matkailusta koska katsomme käsitteen olevan hyvin tärkeä ja ajankohtainen. Tavoitteenamme on tuoda esille kestävästä matkailusta eri osiot ja mahdolliset kehityskäytännöt matkailusta kestävästä kehityksestä.

Opinnäytetyön teoreettista osiota tukevat tutkimusmenetelmänä toimivat kyselyt, jotka lähetimme Fiskarsin Ruukissa toimiville yrityksille sekä asukkaille, jotta saisimme hyvän kuvan Fiskarsin Ruukin nykyisestä toiminnasta, sekä kestävästä kehityksestä matkailusta suunniteltaessa. Halusimme kyselyjen avulla saada monipuolisia vastauksia ja kommentteja sekä alueen yrittäjiltä, että asukkailta.

Kestävästä matkailusta periaatteena on, että matkailusta positiiviset vaikutukset pyritään maksimoimaan ja negatiiviset minimoimaan. UNWTO:n määritelmän mukaan kestävä matkailu

on *'Matkailua, joka huomioi sen nykyiset sekä tulevat taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset, huomioiden niin matkailijoiden, matkailualan, ympäristön sekä kohdeyhteisöjen tarpeet'*. (UNWTO.)

Matkailun kestävyys kuuluu kolme eri pääosiota; taloudellinen, sosiokulttuurinen ja ympäristöllinen kestävyys. Taloudellinen kestävyys viittaa siihen, että matkakohteen yhteisö hyötyy taloudellisesti kohteen liiketoiminnasta. Helpoiten tämän voi taata sillä, että matkakohteen yritykset ovat paikallisia pienyrittäjiä suurien kansainvälisten ketjujen sijasta. Täten varmistetaan, etteivät matkakohteen tulot menisi kohteen ulkopuolelle. Taloudellisen kestävyuden suurimpia haasteita on matkailun kausiluonteisuus. Sen koetaan olevan monimutkainen ilmiö, joka esiintyy lähes jokaisessa matkakohteessa ilmasto-olosuhteista huolimatta. (Reilu Matkailu)

Sosiokulttuuriseen kestävyys viitataan, kun mietitään matkailun vaikutusta paikallisväestöön ja kulttuuriin. Matkailulla katsotaan olevan suuri potentiaali auttaa katoavaa kulttuuria pysymään pinnalla, mutta suurena riskinä on tuotteiden ja matkakohteiden liika kaupallistaminen. Sosiokulttuurisessa matkailussa pitää myös ottaa huomioon kohteen paikallisyhteisön mielipiteet kohteen matkailun kehittämisestä. (Reilu Matkailu)

Ympäristöllinen kestävyys kattaa luonnonympäristöt ja luonnon resurssit matkakohteen kehittämisessä. Luonnon resursseja pyritään hyödyntämään matkailussa ja erityisesti veden- ja energiankulutus tulisi huomioida ja hyödyntää matkailun lisääntyessä. Kulutuksen tulisi olla mahdollisimman pieni, ja kulutuksen pienentämiseen tulisi pyrkiä myös tulevaisuudessa. Kestävään matkailuun kuuluva ympäristöstä huolehtiminen lukee mukaansa myös ilmastonmuutosta aiheuttavien kasvihuonepäästöjen minimoimisen. (Reilu Matkailu.)

Myös vastuullisuusviestintä tulee ottaa huomioon osana kestävä matkailun kehittämistä ja se voidaan nähdä myös tehokkaana keinona vahvistamaan matkakohteen positiivista imagoa. Selkeällä vastuullisuusviestinnällä voidaan myös lisätä asiakkaiden tietoisuutta vastuullisuudesta sekä sen seurauksena vaikuttaa asiakkaiden tottumuksiin ja käyttäytymiseen jatkossa (Visit England 2015).

2 Kestävä matkailu

Kestävän matkailun tarkoituksena on yhdistää kestävän kehityksen periaatteiden mukaisia ohjeita, joiden avulla pystytään tekemään vastuullisia valintoja. Tärkeä periaate kestävydessä on, että talous, ympäristö ja sosiokulttuuriset tekijät toimivat ja kehittyvät yhdessä. Kestävä matkailu ei hyödytä ainoastaan taloutta ja ympäristöä, vaan sen vaikutukset ovat laajemmat. Sen avulla voidaan esimerkiksi säilyttää historiallisesti merkittäviä kohteita, perinteitä ja kulttuureita sekä eläinlajeja. Tärkeää kestävän matkailun menestyksen kannalta on, että opiskelijoita koulutetaan hyvin. Näin on mahdollista saada osaajia, jotka pystyvät selvittämään tulevaisuuden tuomia haasteita kestäväan matkailuun liittyen. (Edgell 2016, 11.-18.)

Opinnäytetyössämme keskitymme kestäväan matkailuun ja sen merkitykseen Fiskarsin Ruukissa. Perehdymme kestävän matkailun tärkeimpiin osa-alueisiin, ja jokaisessa kapaleessa eritellään kyseisen osa-alueen heikkoudet ja vahvuudet, jotta matkailukohteen olisi helpompi parantaa kestäväa matkailua kohteessaan. Koska kestävä matkailu terminä sisältää useita eri vaiheita ja alueita, on tärkeä käydä läpi kestävän matkailun eri osioiden merkitys ja avata käsitteet helposti ymmärrettäviksi.

Kestävän matkailun merkitystä on pyritty korostamaan erityisesti viimeisien vuosikymmenten aikana, koska nykyaikana on huomattu matkailulla olevan useita negatiivisia vaikutuksia, joilta pystytään välttymään tai joita pystytään pienentämään pienillä teoilla kohti kestäväa matkailua. Vaikka kestävä matkailu ei käsitteenä ole uusi, sen sisäistäminen ja hyödyntäminen matkakohteessa tai yrityksessä voidaan katsoa haastavaksi termin vierauden vuoksi.

2.1 Ympäristöllinen kestävyys

Ympäristöystävällisyys on yksi tärkeä osa kestäväa matkailua, ja jotta luontoa ja ympäristöä pystytään hyödyntämään matkailupalveluissa, täytyy yrityksellä tai toimijalla olla vahva hallinta ympäristöstä ja sen resurssien huolehtimisesta.

Toiminnan tulee olla vastuullista luontoa kohden ja kulttuuriympäristöä tulee kunnioittaa. Kestävän kehityksen käytännöt tulee ottaa huomioon matkailutoimijoiden päivittäisessä toiminnassa, jotta positiivisia tuloksia saavutettaisiin myös tulevaisuudessa. Kestävä ja ympäristöystävällinen kehitys takaa alueen tasapainoisen kehityksen, jos luontoa ja kulttuuriympäristöä ei vahingoiteta tai muuteta vastaamaan ainoastaan potentiaalisten asiakkaiden toiveita. (Visit Finland a.)

Ympäristöystävällisen matkailun tavoitteena on hyödyntää ympäristöä ja luontoa sitä rasittamatta. Ekologiseen kestävyys ja matkailuun kuuluu suurelta osin jätteiden lajittelu, kierrätys ja jätemäärän lopullinen vähentäminen. Palvelut tulisi tuottaa ympäristöystävällisesti ja ympäristöä hyödyntäen ja toiminnan tulisi säilyttää luonnon monimuotoisuus. Yrityksen/toimijan olisi kannattavaa viestiä asiakkaille ympäristöystävällisistä valinnoistaan, joka sekä viestii/ohjaa asiakkaita toimimaan, että houkuttelee mahdollisesti uusia asiakkaita. (Visit Finland a)

2.2 Ekomatkailu ja sen vaikutukset

Ekomatkailu alkuperäisen käsitteen takana on ajatus siitä, että pienryhmät tuottaisivat vähemmän päästöjä ja kuluttaisivat vähemmän ympäristöä ja sen resursseja. Käsitteeseen todettiin vääräksi, kun huomattiin, että pienryhmät tuottavat aivan yhtä paljon jätettä ja rasitetta kohteille verrattuna massamatkailijoihin. Lisäksi on katsottu, että matkailun sosiaaliset haitat kohdistuvat yhteisöihin, joilla ei paljoa aikaisempaa kokemusta matkailijoista ole, eikä yhteisöllä siten ole keinoja säädellä matkailun määrää.

Ekoturismin alkuperäinen määritelmä liittyi kansallispuistoihin tehtäviin luontomatkailuihin. Ajatuksen takana oli luonnon suojeleminen ja ympäristön arvostus. Käsite on laajentunut sen alkuperäisestä määritelmästä, mutta idea on pysynyt samana: Matkailijoiden tulisi arvostaa ympäristöä ja kulttuuria, joka on olennainen matkakohteelle. Vaikka ekomatkailun, ennen ekoturismin, käsite tarkoittaa toisille vain suojelualueille matkustamista, toisille luonnosta kiinnostumista, käsite kattaa luonnon ja ympäristön arvostusta, minne ikinä matkustaakin.

Ekomatkailu -termin haasteena on ollut ja on vieläkin, koska tiettyä yhteisesti sovittua määritelmää ei ole, mikä tahansa yritys tai kohde voi kutsua matkailuaan ekomatkailuksi. Esimerkkinä risteilyt ja safarit, jotka sijoittuvat luontoon, mutta joiden päästöt ovat hyvin haitallisia ympäristölle. (Mero, 2009, 10-13.) Esimerkkinä opastetut luontomatkat, jotka sijoittuvat luontoon ja vesistöön, ja kiertävät luontoreittejä autolla tai vesiteitse, ei voi sisällyttää ekomatkailuun. Vaikka osa matkasta saatetaan tehdä jalan, kohteisiin pääseminen useimmiten aiheuttaa turhia päästöjä, jotka ovat haitallisia luonnolle.

Koska ei ole sovittu kaikkien osapuolten hyväksymää määritelmää, on ekomatkailua ja sen luotettavuutta hankala määrittää. On matkailijan vastuulla harkita, onko matkailutuote tai -kohde ekomatkailuun lukeutuva. Täten yrityksille on erityisen tärkeää ilmaista mitä ympäristöystävällisiä tuotteita he tarjoavat, miten ympäristö on otettu huomioon, ja mikä on

ekomatkailun määritelmä kohteessa. Jotta ympäristöystävällistä kestävyyttä saataisiin parannettua ja ylläpidettyä myös tulevaisuudessa, on tärkeää, että yritykset määrittelevät kriteerinsä ekomatkailulle ja pyrkivät minimoimaan luonnolle haitalliset tuotteet ja palvelut. (Vastuullisen Matkailijan Käsikirja, Mero, 2009, 10-13.)

2.3 Taloudellinen kestävyys

Matkailulla voi usein olla keskeinen rooli matkakohteen alueen elintason edistämisessä. Taloudellisesti kestävässä matkailussa matkailuun liittyvä toiminta on sopeutettu luonnon ja ympäristön ehtoihin. Vastuullisesti toimiva yritys hyödyttää aluetta taloudellisesti tarjoamalla töitä paikallisille ja tekemällä pitkän tähtäimen investointeja nopean taloudellisen hyödyn sijaan. (Visit Finland 2018b.)

Yksi suurimpia uhkia matkailun taloudelliselle kestävyydelle on matkailun sesonkiluonteisuus. Sesonkiluonteisuus on haastava ilmiö, johon vaikuttavat usein monimutkaisemmat tekijät kuin ainoastaan matkakohteen ilmasto-olosuhteet. Sesonkisuuden vaikutuksia pystytään erilaisin keinoin minimoimaan, mutta täysin sesonkisuudesta on monien matkakohteiden kohdalla lähes mahdotonta päästä eroon. (Butler 2014.)

Taloudellinen kestävyys on otettu huomioon myös Työ- ja elinkeinoministeriön vuonna 2010 laatimassa Suomen matkailustrategian päivityksessä. Matkailustrategian painopisteenä on erityisesti matkailuyritysten kannattavuuden parantaminen. Matkailualan yritysten kannattavuutta pyritään kehittämään kasvavan liiketoimintaosaamisen kautta. Tarkoituksena on välttää massamatkailua ja sen sijaan vahvistaa Suomen matkailumaakuvaa ja erikoistua kilpailijamaihin verrattuna. Matkailustrategiassa on arvioitu, että erikoistumisen ja kannattavuuden kasvun myötä suomalainen matkailuelinkeino houkuttelisi myös yhä enemmän kansainvälistä pääomasijoitustoimintaa. (työ- ja elinkeinoministeriö 2015.)

Taloudellisen kestävyden menestys matkailuliiketoiminnassa vaatii taloudellista vakautta, laadukasta koulutusta sekä yrittäjyyden tukemista. Suomen etuna voidaan nähdä muun muassa kestävä kilpailukyky, innovatiivisuus sekä suotuisa talousympäristö liiketoiminnan kasvulle. Suomea voidaan lisäksi pitää yhteiskunnallisesti vakaana ja turvallisenä matkailumaana, mikä edistää taloudellisen kestävyden kehittämismahdollisuuksia. (Visit Finland 2018b.)

2.4 Sosiokulttuurinen kestävyys

Sosiokulttuurinen kestävyys tarkoittaa, että matkailijoiden ja kohdeyhteisön suhde perustuu molemminpuoliseen kunnioitukseen. Matkailussa ei siis tulisi käyttää hyväksi paikallisväestöä tai vahingoittaa tai muokata alueen kulttuuria. Sosiokulttuurisen kestävyiden ja matkailun tarkoituksena on ottaa paikallisyhteisö mukaan matkailun harjoittamiseen niin liiketoiminnassa, että päätöksenteossa jo suunnitteluvaiheessa. Matkailun sosiokulttuurisilla vaikutuksilla on usein sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia, jotka kaikki tulisi ottaa huomioon kohteen matkailua kehittäessä. (Reilun matkailun yhdistys)

Sosiokulttuurista kestävyttä saadaan kehitettyä myös kulttuurikohteiden ekologisella kestävyydellä. Ratzin & Puczkon mukaan sosiokulttuuriset vaikutukset ovat muun muassa muutoksia paikallisväestön elämänlaadussa, joka on seurausta matkailun kehittymisestä ja matkailijoiden läsnäolosta matkakohteessa. Sosiokulttuuriset vaikutukset viittaavat yleisesti paikallisasukkaiden jokapäiväisen elämäntavan muutokseen, mutta myös asukkaiden ja yhteisön arvojen ja kulttuurin muutokseen. Olivat muutokset sitten aiheutuneet suorista tai epäsuorista kanssakäymisiä matkailijoiden kanssa, matkailu ja matkailijat vaikuttavat yhteisöön joko rikastuttavasti tai negatiivisesti. (Ratz & Puczko, 2002.)

Matkailun positiiviset sosiokulttuuriset vaikutukset. Matkailun sosiokulttuuriset vaikutukset ovat parhaimmillaan yhteisöä rikastuttavia. Matkailulla saadaan pidettyä katoava kulttuuri arvostettuna, perinteet jatkuvat pidemmälle ja paikallisasukkaiden asuinalue on turvattu ja suojattu. Toisaalta usein matkailua ja matkailijoiden tuomia kasvavia tuloja pyritään lisäämään muuttamalla kulttuuria ja perinteitä, joka vahingoittaa matkakohteen autenttisuutta ja kulttuuriperimää.

Nykymatkailijat haluavat autenttisia matkamuittoja kohteesta, jolloin haasteena on pitää tuotteet mahdollisimman autenttisinä kuin mahdollista, jottei tuotteet kaupallista kohdetta. Matkamuitot ja muut myytävät tuotteet ja tavarat ovat matkakohteelle hyvä tulonlähde, mutta yritysten tulisi pitää tuotteensa mahdollisimman lähellä kohteen kulttuuria ja aitoutta. Jos tuotteita aletaan muokata uusien massojen toiveiden mukaisesti, hävittämällä tuotteen aitous, matkakohteen luotettavuus ja kulttuuriarvo pienenevät.

Matkakohteen sosiokulttuuriseen kestävyteen voi vaikuttaa positiivisesti myös matkustamalla sesonkien ulkopuolella, jolloin matkailijoiden kertamäärä pienenee, ja matkailijoista aiheutuu vähemmän häiriötä pienemmissä ryhmissä. Myös ympäristö kestää paremmin pienet kertakävijämäärät, ja luonnolla on aikaa parantua ja vahvistua. Matkailijoiden mää-

rään ja matkustusaikaan ei kohde pysty paljoo vaikuttamaan, paitsi mainostamalla kohdetta ympärivuotisena, ja keksimällä erilaisia aktiviteetteja, vetonauloja kohteelle pääse-sonkien ulkopuolella.

Matkailun negatiiviset sosiokulttuuriset vaikutukset. Matkailukohteet saattavat myös kärsiä matkailusta huomaamatta. Kulttuurillisesti rikkaan kohteen muuttaminen matkakoh-teeksi saattaa muuttaa kohteen kulttuurillista arvoa, jos kohdetta muokataan liikaa sopi-vaksi matkailijoiden toiveisiin. Kohteen historia ja arvot voidaan huomaamatta ohittaa, jos kohteeseen pyritään saamaan lisää matkailijoita. Vaikka katsotaan olevan positiivista, jos matkakohde pyrkii mainostamaan kohdetta kulttuuriperinnön avulla, sillä saattaa olla myös haitallisia vaikutuksia. Matkailijoiden katsotaan haluavan tutustua uudenlaiseen tai erilai-seen ympäristöön kuin omansa, mutta kaipaavat jotain tuttua, kuten hotelliketjun, jossa yöpyä. Jos matkailukohde antaa periksi matkailijoiden vaatimuksille, ja muuttaa kohdetta massaturismin mukaisesti, menettää kohde kulttuuriarvonsa. (Tourism, Principles and Practice, 1998) Esimerkkinä kohteet, jotka rakentavat uusia majoitusvaihtoehtoja tuomaan tuttuuden tunnetta matkailijoille, ja myyvät oheistuotteita tuomaan tunnettavuutta koh-teelle. Tällöin on helppo unohtaa kohteen ympäristöstä ja kulttuurista huolehtiminen ja keskittyä vain kohteen rahalliseen arvoon ja sen nostamiseen. Matkamunistot ja muut myy-tävät tuotteet ovat useimmiten positiivinen lisä kohteen matkailun parantamiseksi ja keh-itämiseksi, ja tuotteet tuovat iloa matkailijalle, joka haluaa muistaa kohteen. On siis tärkeä muistaa, että myös tuotteilla on arvoa vain, jos matkakohde ja sen ympäristö vastaavat to-dellisuutta.

Liikamatkailu, tai overtourism, joka kuvaa sanan todenmukaista negatiivista vaikutusta, on sanalla sanoen liikaa matkailijoita matkakohteessa. Matkailijoiden liiallisen määrän määrittävät alueen asukkaat, yrittäjät ja matkailijat. Suurin negatiivinen vaikutus lankeaa alueen asukkaille, jos alueella on liian paljon turisteja, asukkaiden jokapäiväinen elämä häiriintyy, erityisesti jos matkailijat unohtavat kunnioittaa alueen asukkaiden, sekä yritys-ten, määrittelemiä sääntöjä. Esimerkkinä vaeltaminen yksityisalueille, joko vahingossa tai pelkästä mielenkiinnosta. Liikamatkailua on, jos alueen tiet ovat tukossa, tai täynnä ihmi-siä ja ajoneuvoja, hidastaen liikennettä. Tai jos luonto ja ympäristö kärsivät matkailijoiden halutessa nähdä luontomerkkejä ja nähtävyyksiä, joita suuren matkailijamäärän takia on hankala nähdä. (Responsible Travel)

Liikamatkailua on kuitenkin verrattain helppo välttää. Alueen matkailua suunniteltaessa olisi huomioida ensimmäisenä prioriteettina matkailun vaikutukset, sekä negatiiviset, että positiiviset. Ensimmäisenä tavoitteena ei pitäisi olla pelkästään matkailutulojen nostami-

nen, vaan yhdistelmä taloudellista hyötyä ja kestävää kehitystä alueen resurssit huomioiden. Liikamatkailu ei ole vain suurien matkakohteiden ja kaupunkien ongelma; pienemmät matkakohteet kokevat liikamatkailua myös, vaadittava matkailijoiden määrä määrittelemään liikamatkailun pienemmässä kohteessa on aina pienempi kuin suurissa kohteissa, koska suuremmilla matkakohteilla on suurempi matkailijoiden määrän kantokyky. Jo 100 matkailijaa samaan aikaan päivässä saattaa olla liikaa pienille kohteille, kun taas suuremmille luvun tulisi olla huomattavasti suurempi.

Liikamatkailua saattaa olla hankala havaita. Matkailijoiden kasvava määrä katsotaan useimmiten positiiviseksi asiaksi, mutta jos esimerkiksi luonto ei ehdi palautua pääsesonkien välissä, kasvillisuus ja suojeltava ympäristö kärsii matkailijoiden määrän takia, on kyseessä liikamatkailu.

2.5 Vastuullisuusviestintä

Suomi pyritään nostamaan vastuullisten matkailumaiden kärkijoukkoon Business Finlandin Visit Finland yksikön kehittämän Arktinen kestävä matkailu-destinaatio-ohjelman avulla vuosina 2018-2019. Ohjelman tavoitteena on kannustaa suomalaisia matkailuyrityksiä ja alueorganisaatioita kehittämään matkailua entistä kestävämpään suuntaan. Kestävyyden kehittämisen tueksi yritysten suositellaan hankkivan työvälineiksi kansainvälisesti tunnettuja sertifikaatteja, jotka tuovat uskottavuutta ja vertailukelpoisuutta yritysten vastuullisuusviestintään. (Visit Finland 2018c.)

Myös matkailijat arvostavat kasvavassa määrin yrityksiä, jotka ottavat kestävä kehityksen huomioon liiketoiminnassaan. Monet matkailijat haluavat kokea tekevänsä merkityksellisiä valintoja omiin arvoihinsa perustuen ja yhä useammat etsivätkin tietoa matkakohteista ja palveluntuottajista ostopäätöksenteon tueksi. Tästä syystä yritysten on kannattava tehdä vastuullisuudesta näkyvää markkinointiviestinnän keinoja hyödyntäen. Oikeanlaisella viestinnällä voidaan myös jakaa tietoa ja ohjata matkailijoita kiinnostumaan vastuullisemmasta matkailusta. (Visit Finland 2018d.)

Toisaalta suuri osa matkailijoista haluaa edelleen tehdä helppoja valintoja, jotka hyödyttävät eniten heitä itseään. Viestintä onkin kannattavaa kohdentaa monenlaiselle lukijalle ja toimivassa viestinnässä tulee selventää, millä tavoin asiakas itse hyötyy vastuullisuudesta. Viestinnässä voi esimerkiksi kertoa, kuinka kestävyys vaikuttaa positiivisella tavalla tuotteen tai palvelun laatuun ja takaa näin asiakkaalle paremman matkakokemuksen. (Pasanen 2017.)

Viestinnässä on hyvä ottaa huomioon, että vastuullisuus tarkoittaa paljon muutakin kuin ainoastaan ekologista vastuusta. Yritysvastuussa otetaan huomioon kaikki yrityksen suor-
rat ja epäsuorat vaikutukset ympäröivään yhteiskuntaan, niin ympäristölliset kuin sosio-
kulttuuriset ja taloudelliset vaikutukset. Asiakasystävällinen vastuullisuusviestintä on toteu-
tettu markkinoinnillisesti kiinnostavalla tavalla. Konkreettiset esimerkit yrityksen vastuulli-
suudesta herättävät tunteita ja ovat siten toimivia. (Vesterinen 2018.)

Vastuullisuusviestintä voi edistää yrityksen tai matkakohteen toimintaa muun muassa seu-
raavilla tavoilla:

Asiakastyytyväisyys: Kun viesti vastuullisuudesta on ilmaistu oikealla tavalla, voidaan sen
avulla parantaa asiakkaan kokemaa tyytyväisyyttä tekemiään valintoja kohtaan. Asiak-
kaan tulee vakuuttua siitä, että kestävän kehityksen mukainen liiketoiminta parantaa myös
tuotteen tai palvelun laatua. Asiakkaita voidaan rohkaista vastuullisiin valintoihin tekemällä
valinnoista asiakkaan kannalta helppoja, jolloin vastuu kestävästä toiminnasta säilyy yri-
tyksellä. (Visit England 2015.)

Lisää tietoisuutta: Selkeällä viestinnällä voidaan lisätä asiakkaiden tietoisuutta vastuulli-
suudesta sekä sen seurauksena vaikuttaa asiakkaiden tottumuksiin ja käyttäytymiseen.
Asiakkaat tekevät todennäköisemmin vastuullisia valintoja, kun he tietävät minkälainen
positiivinen vaikutus heidän tekemillään valinnoilla voi olla. On myös tärkeää, että asiakkaat
kokevat tehneensä valinnat itse. (Visit England 2015.)

Myynnin lisääminen: Kestävää kehitystä voidaan hyödyntää myös myynnin lisäämisessä.
Vastuullisen toiminnan kautta yritys voi erottautua kilpailijoista sekä kehittää esimerkiksi
vastuullisiin valintoihin kannustavia tarjouksia. Suunnittelemalla kestäviä tuotepaketteja
sesonkien ulkopuolelle voidaan lisätä kysyntää myös hiljaisempina aikoina. (Visit England
2015.)

3 Tiedonhankinta ja tutkimusmenetelmät

Työn tavoitteena on kerätä tietoa kestävän matkailun nykytilasta matkailukohteessa sekä paikallisten toimijoiden kiinnostusta kestävän matkailun kehittämiseen. Tavoitteemme on tutkimustulosten avulla pystyä arvioimaan etuja ja heikkouksia, joita Fiskarsin Ruukilla on kestävän matkailun kehityksen eri osa-alueilla. Tulosten perusteella pyrimme myös löytämään keinoja kestävän matkailun kehittämiseen ja tarjoamaan tuloksia, joita toimeksiantaja voi matkailutoiminnan kehittämisessä hyödyntää.

Päädyimme toteuttamaan kaksi erillistä kyselytutkimusta. Toinen kyselyistä oli suunnattu alueen yrittäjille ja toinen alueen asukkaille. Yrittäjille suunnatussa kyselyssä selvitettiin alueen toimijoiden näkemyksiä matkailun nykytilasta, kestävän matkailun merkityksestä sekä matkailun kehittämisestä. Asukaskyselyssä painopiste oli kestävän matkailun sosio-kulttuuristen vaikutusten kartoittamisessa. Katsoimme tärkeäksi kuulla myös alueen asukkaita, jolloin mielipiteet ja vastaukset olisivat mahdollisimman monipuolisia ja kyselyn kokonaisvaltainen kuva olisi todenmukainen.

Molempien kyselylomakkeiden kysymykset ja väittämät pohjautuvat tietoperustassa kerättyyn tietoon matkailun ympäristöllisestä, taloudellisesta ja sosiokulttuurisesta kestäväydestä. Kyselyt toteutettiin samanaikaisesti marraskuussa 2018. Kyselylomakkeet lähetettiin Fiskars Villagen välityksellä sähköpostitse kohderyhmille. Paikallisten yrittäjien sähköpostilistalla vastaanottajia oli noin 60. Asukaskysely lähetettiin kylän sähköpostilistan lukijoille. Vastausaika kyselyissä oli kaksi viikkoa ja vastauksia saatiin toimijoille suunnattuun kyselyyn 16 kappaletta ja asukaskyselyyn 39 kappaletta.

3.1 Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä sopii erityisesti tutkimuksiin, joissa tavoitteena on saada laajasta kohderyhmästä mahdollisimman tarkasti luvuiksi muunnettavissa olevaa tietoa. Yksi määrällisen menetelmän tutkimustyypeistä on survey – eli kyselytutkimus. Kyselytutkimus voidaan toteuttaa joko kokonaistutkimuksena, jolloin kyselylomake lähetetään kaikille kohderyhmän edustajille, tai otantatutkimuksena, jolloin tutkimuksen kohteena olevasta perusjoukosta valitaan joko satunnaisuuteen tai ei-satunnaisuuteen perustuva otos. (Haaga Helia 2018.)

Valitsimme tutkimusmenetelmäksi kyselytutkimuksen, koska tavoitteemme oli saada vastauksia mahdollisimman laajasti eri sidosryhmien edustajilta, niin paikallisilta asukkailta

kuin yrittäjiltä sekä muilta toimijoilta, jotka ovat yhteydessä matkailun kehittämiseen. Kyselylomakkeet sisälsivät avoimia kysymyksiä, joihin saatiin runsaasti vastauksia. Näitä vastauksia käsiteltiin myös osittain kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän analysoinnin keinoin. Avoimet vastaukset kerättiin kokonaisuuksiksi, joiden perusteella pystyttiin tulkitsemaan vastauksissa esiintyneitä yhtäläisyyksiä ja niiden perusteella tehtäviä päätelmiä.

3.2 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan sen pätevyyttä mitata sitä, mitä sen on tarkoitus mitata. Tutkimuksen toteutuksessa on otettava huomioon muun muassa oikea kohderyhmä, oikea menetelmä sekä oikea ajankohta. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen luotettavuutta ja johdonmukaisuutta. Reliabeliin tutkimusmenetelmään ei vaikuta satunnaisvirheet eikä olosuhteet, vaan se mittaa aina kokonaisuudessaan samaa asiaa ja on täten toistettavissa. (KvantiMOTV 2008.)

Tutkimuksen reliabiliteetti otettiin huomioon muun muassa kyselylomakkeiden toteutuksessa. Kysymykset pyrittiin luomaan mahdollisimman selkeiksi, niin ettei kysymyksiä olisi mahdollista käsittää monella eri tavalla. Kyselylomakkeissa hyödynnettiin tästä syystä myös erilaisia väittämätaulukoita. Olettamuksia pyrittiin välttämään ja kyselyssä käytettyihin termeihin kiinnitettiin erityistä huomiota. Tutkimuksen reliabiliteettia olisi parantanut suurempi vastausmäärä.

4 Tutkimustulokset Fiskarsin Ruukin asukaskyselystä

Kestävään matkailuun kuuluu useita osa-alueita, joita on helppo kehittää, mutta joista osa on helppo unohtaa. Kyselytutkimusten kautta saimme selville useampaan otteeseen alueen asukkaiden halukkuuden ilmaista mielipiteitään ja ehdotuksiaan kestävän matkailun kehittämiseksi. Olisi erityisen tärkeää huomioida alueen asukkaiden mielipiteitä matkailua suunniteltaessa, jotta tulokseen olisi tyytyväisiä sekä matkailijat että asukkaat. Täten tataan kestävän matkailun tulevaisuus sekä parannetaan sosiokulttuurista kestävyyttä. Vastauksia/kysymys saatiin keskimäärin 37. Erityisesti avoimiin kysymyksiin vastattiin monipuolisesti ja avoimesti. Asukkaille lähetettyyn kyselyyn voi tutustua Liitteessä 1.

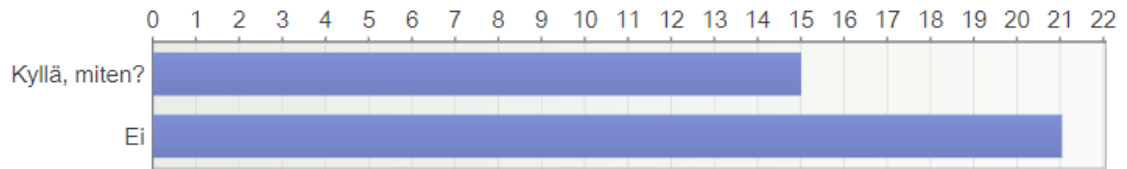
Asukkaiden ikä ja muut taustatiedot eivät tule ilmi kyselystä, eikä kyselyllä kartoitettu monitako henkeä yhteen talouteen kuuluu. Kyselyt lähetettiin Fiskars Ruukin välityksellä ja kohdennettiin kaikille asukkaille.

4.1 Fiskars Ruukin matkailun kehitys asukkaiden näkökulmasta

Fiskarsin Ruukin asukkaat voivat mielestään vaikuttaa alueen matkailun kehittämiseen. Hajanaisia vastauksia saatiin, kun kysyttiin, onko asukkaat otettu huomioon matkailua suunniteltaessa. Suurempia haittoja matkailun nykyisestä tilasta ja suunnitelmasta ei kuitenkaan asukkaille ollut. Osa vastaajista katsoi vain olevan tärkeää kysyä asukkaiden mielipiteitä suunniteltaessa, jotta uudet tapahtumat tai muutokset eivät tulisi yllätyksenä.

Alle puolet (15/36) kyselyyn vastanneista katsoo tarpeelliseksi olla enemmän mukana matkailun kehittämisessä (kuvio 1), mutta vastaajille oli tärkeää pitää huolta alueen kulttuuriperinnöstä. Avoimista kyselyistä selvisi että tärkeäksi katsottiin ottaa huomioon asukkaiden mielipiteet jo suunnitteluvaiheessa ja selvittää kenen hyödyksi tuotteita ja tapahtumia ollaan järjestämässä. Myös matkailijoiden kohderyhmään haluttiin vaikuttaa, joka itsessään on hankala tehtävä. Useimmiten matkakohde vetää matkustajia useilta eri sektoreilta sekä eri ikäluokista. Alueen historiaa haluttiin korostaa, ja vastanneiden mielestä olisi tärkeää myös jatkossa yhdistää historiallinen tuntemus ja tietämys jokaiseen toimintaan. Vastausten pohjalta löytyi kehitysehdotuksia, miten alueen asukkaat voitaisiin huomioida uutta suunniteltaessa. Esimerkkinä asukkaiden mielenkiinnosta olla mukana on kyselystä esille noussut ehdotus, koska alueella on ollut *”lukuisia hankkeita, joiden valmistelussa olisin halunnut olla mukana, niin että paikallisten yritysten, asukkaiden ja matkailijoiden etu olisi voinut toteutua paremmalla ja kestävämmällä tavalla”*. Katsottiin myös tärkeäksi että *”tapahtumasuunnitteluun ja kylän kehittämiseen olisi hyvä saada laajemmin kyläläisten näkemys”*. Osalla asukkaista selvästi olisi kehitysehdotuksia alueen matkailulle ja tapahtumille, mutta kaikki eivät katso tulevansa kuulluksi tarpeeksi.

Fiskars Ruukilla on oma historiansa ja kulttuuriarvonsa, jonka katsotaan olevan kohteen tärkein vetovoimatekijä matkailijoille. Kyselyn pohjalta voi huomata asukkaiden halun pitää alueen kulttuuri mukana tapahtumissa sekä yritysten toiminnassa.



Kuvio 1. Halu vaikuttaa enemmän matkailun kehittämiseen

4.2 Matkailun tuomat positiiviset vaikutukset

Alla olevassa kuviossa 2 on esitettyä sanapilven muodossa kyselyyn vastanneiden asukkaiden näkemyksiä matkailun tuomista positiivisista vaikutuksista Fiskarsin Ruukissa. Työllisyyden puolesta matkailulla katsotaan olevan positiivinen vaikutus; alueen asukkaat saavat töitä alueelta ja uusia yrityksiä perustetaan tuomaan alueelle kulttuurillista arvoa ja monipuolisuutta. Matkailulla katsotaan olevan siten enemmän positiivisia kuin negatiivisia vaikutuksia. Useimmiten negatiiviset vaikutukset huomataan vain helpommin, koska niitä halutaan kehittää tai muuttaa. Positiiviset vaikutukset sulautuvat jokapäiväiseen elämään. Kuten työpaikat alueella tai matkailijoiden tuomat tulot yrityksille ovat osa alueen jokapäiväistä toimintaa ja tuovat alueelle eloisuutta.

Avoimien kysymysten pohjalta havaitsee usein mainittavien paikallisten palveluiden tuoman positiivisen vaikutuksen. Ravintolat ja kahvilat tuovat elävyyttä alueelle, ja palveluja pystyy hyödyntämään muutkin kuin matkailijat. Palvelujen tason katsottiin olevan hyvä ja erilaiset tapahtumat tuovat vaihtelevuutta arkeen. Useaan kertaan kyselyssä mainitaan positiiviseksi puoleksi 'säpinä' ja 'elävyys', joka viittaa siihen, että matkailun kehittäminen on rikastuttanut myös asukkaiden elämää.

Asuntojen hintataso Raha
Kylän elävyys
Paikalliset palvelut
Alueen kehittäminen Kylän tunnettuus
Työpaikat
Yrittäjätoiminta

Kuvio 2. Matkailun tuomat positiiviset vaikutukset asukkaiden näkökulmasta.

4.3 Matkailun tuomat negatiiviset vaikutukset

Alla olevassa kuviossa 3 on esitettyä sanapilven muodossa kyselyyn vastanneiden asukkaiden näkemyksiä matkailun tuomista negatiivisista vaikutuksista. Fiskarsin Ruukissa asukkaille negatiivisin ongelma on yksityisyyden säilyttäminen ja sitä arvostaminen, sekä matkailijoiden tuomat pulmat alueen liikenteeseen ja kulkuun. Matkailijoille tulisi selvittää alueella yleiset ohjeet, kuten mille alueille saa tai ei saa mennä.

Ympäristöstä huolehtiminen on tärkeää asukkaille, ja roskaaminen on ongelma, joka on huomattu. Avoimissa vastauksissa ilmeni myös muutamaan otteeseen asukkaiden yksityisyyden häiritseminen. Vaikka 31/37 vastaajasta katsoi matkailijoiden kunnioittavan yksityisyyttään, ilmeni vastauksissa tapauksia, joissa matkailijat eivät ole ymmärtäneet alueella asuvan ihmisiä, ja olettaneet rakennuksen olevan kahvila, jonne on vapaakulku. Myös ikkunoista sisään urkkiminen rikkoo asukkaiden yksityisyyttä.

Liikamatkailu on selvästi pienoinen ongelma sesonki-aikaan. Useat kyselyn vastaukset matkailun negatiivisista vaikutuksista kohdistuivat liikenteen pysähtymiseen. Joko tienvarret on parkkeerattu tukkoon tai kävelijät eivät ymmärrä tien olevan autoja varten. Useaan otteeseen mainittiin myös moottoripyörien tuottama meluhaitta.

Harhailevat matkailijat
Ympäristön kuormitus
Roskaaminen
Massamatkailu
Liikenneuhkat
Pysäköintiongelmat
Sesonkisuus Yksityisyyttä ei kunnioiteta
Pyöräilijät

Kuvio 3. Matkailun tuomat negatiiviset vaikutukset asukkaiden näkökulmasta.

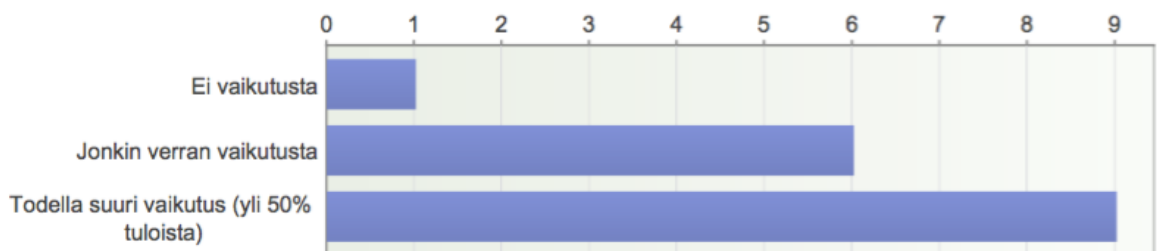
5 Tutkimustulokset Fiskarsin Ruukin toimijoiden kyselystä

Seuraavaksi esitellään Fiskarsin Ruukin toimijoilta kyselyn avulla kerättyjen vastausten tutkimustuloksia. Tuloksissa käsitellään paikallisten toimijoiden näkemyksiä muun muassa kestäväen matkailun merkityksestä, matkailun kehittämisestä sekä kohteen tärkeimmistä vetovoimatekijöistä. Toimijoille lähetetty kyselylomake on nähtävissä liitteestä 2.

5.1 Vastaajien taustatiedot

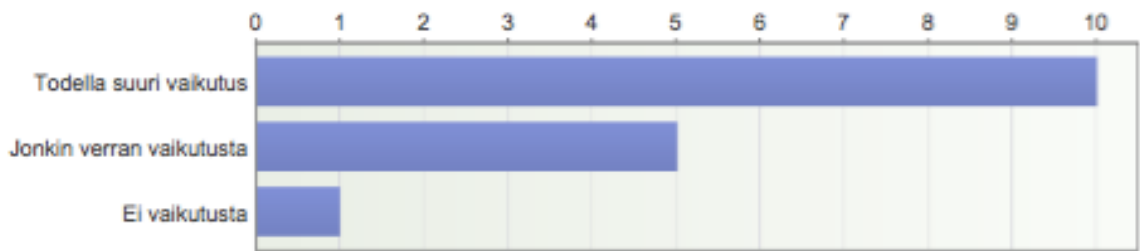
Kyselylomake lähetettiin sähköpostitse noin kuudellekymmenelle alueen yrittäjälle ja toimijalle. Kyselyn vastaukset olivat anonyymeja ja kyselyyn saatiin yhteensä 16 vastausta. Kyselyyn vastanneista yrityksistä 15 toimii Fiskarsin Ruukissa ympärivuotisesti.

Alla oleva kuvio 4 osoittaa, että vastaajista 9 vastasi matkailulla olevan todella suuri vaikutus yrityksen liikevaihtoon tarkoittaen, että yli 50% yrityksen tuloista on riippuvainen matkailusta. Yhdellä vastaajista matkailulla ei ole lainkaan vaikutusta yrityksen liikevaihtoon ja loput 6 vastaajista vastasivat matkailulla olevan jonkin verran vaikutusta liikevaihtoon.



Kuvio 4. Matkailun vaikutus yrityksen liikevaihtoon.

Yksi taloudellisen kestävyuden suurimpia haasteita on matkailun sesonkiluonteisuus. Alla olevasta kuvoista 5 on nähtävissä kyselyyn vastanneiden toimijoiden näkemys Fiskarsin matkailun sesonkisuuden vaikutuksesta yrityksen liikevaihtoon. Vastaajista 10 arvioi sesonkisuudella olevan todella suuri vaikutus liikevaihtoon. Huomioitavaa on, että näistä vastaajista 8 ovat yrityksiä, joiden tuloista yli 50% on riippuvainen matkailusta. Yhden kyselyyn vastanneen yrityksen liikevaihtoon sesonkisuudella ei ole lainkaan vaikutusta.



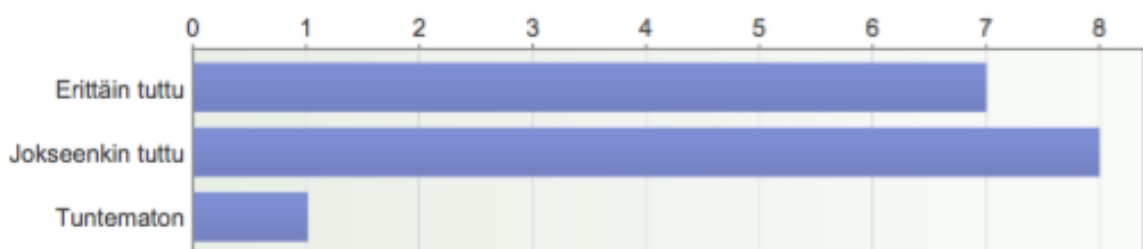
Kuvio 5. Matkailun sesonkisuuden vaikutus yrityksen liikevaihtoon.

5.2 Kestävän kehityksen merkitys alueen toimijoille

Kyselyyn vastanneista toimijoista 15 eli suurin osa mainitsee ottavansa kestävän kehityksen huomioon omassa liiketoiminnassaan. Koska kyselyn vastaajat edustavat mahdollisesti monien eri alojen toimijoita, ovat myös yritysten keinot kestävän kehityksen edistämiseen monenlaisia. Osa toimijoista ottaa kestävän kehityksen huomioon kaikessa mahdollisessa toiminnassa ja yksi vastaajista kertoo suosivansa liiketoiminnassaan ainoastaan sellaisia brändejä, jotka ajattelevat ja toimivat mahdollisimman ekologisesti. Vastauksissa nousivat lisäksi esiin seuraavat keinot kestävän kehityksen huomiointiin liiketoiminnassa:

- Kierrättäminen ja kierrätysmateriaalien hyödyntäminen
- Uusiokäyttö
- Muovin ja pakkausmateriaalien minimointi
- Turhan valmistuksen ja kulutuksen välttäminen
- Myytävien tuotteiden laatu ja korkea käyttöikä
- Ekologiset materiaalit
- Uusiutuvat energialähteet
- Paikallisuuden ja kotimaisuuden suosiminen

Kyselyssä tiedusteltiin myös sitä, kuinka tuttu kestävä matkailu on käsitteenä alueen toimijoille. Kuten alla olevasta kuviosta 3 voidaan nähdä, on kestävä matkailu käsitteenä suurelle osalle vastaajista erittäin tai jokseenkin tuttu. Ainoastaan yhdelle vastaajista käsite on tuntematon.



Kuvio 6. Kestävä matkailu käsitteen tuttuus toimijoiden keskuudessa.

Kyselyssä esitettiin myös väittämiä kestäväään matkailuun liittyen. Näiden väittämien avulla pyrittiin selvittämään toimijoiden kantaa kestäväan matkailun kehittämisestä ja sen vaikutuksesta alueen yrittäjille. Kuten alla olevasta taulukosta 1 voidaan todeta, suurin osa vastaajista kokee matkailun kestäväan kehittämisestä olevan tulevaisuuden kannalta tärkeää ja että kestäväan matkailun kehittämisellä olisi positiivinen vaikutus alueen yrittäjille. Lisäksi vastaajista suurin osa oli täysin samaa mieltä siitä, että kestävä kehitys tulisi tuoda esille Fiskarsin Ruukin markkinoinnissa.

Taulukko 1. Toimijoiden vastauksia väittämiin matkailun kestävästä kehittämisestä.

	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä	Yhteensä
Matkailun kestävä kehittäminen on tulevaisuuden kannalta tärkeää	14	1	1	0	0	16
Kestäväan matkailun kehittämisellä olisi positiivinen vaikutus alueen yrittäjille	11	4	1	0	0	16
Kestävä kehitys tulisi tuoda esille Fiskarsin Ruukin markkinoinnissa	12	3	1	0	0	16

5.3 Fiskarsin Ruukin vetovoimatekijät

Kyselyssä tiedusteltiin avoimella kysymyksellä Fiskarsin Ruukin tärkeimpiä vetovoimatekijöitä matkakohteena. Kaikki kyselyyn vastanneet vastasivat kysymykseen ja mainitsivat vastauksissaan useita vetovoimatekijöitä. Suosituimmaksi vetovoimatekijäksi kyselyn perusteella ilmeni alueen historia. Lisäksi luonto, taide, käsityö, muotoilu ja rakennukset nousivat vastausten perusteella ehdottomiksi vetovoimatekijöiksi. Taiteeseen liittyen vastauksissa mainittiin myös korkeatasoiset näyttelyt sekä 120 paikallisen taiteilijan ja paikallisten käsityöläisten, taiteilijoiden ja muotoilijoiden osuuskunta Onoman tuottama kulttuurisisältö.

Vastauksissa korostuu lisäksi kohteen monipuolisuus, ainutlaatuisuus ja aitous. Ruukin kulttuurihistoriallinen merkittävyys ja ainutlaatuinen miljöö mainittiin useampaan kertaan. Myös alueen monialainen osaaminen, käsityö- ja taideyhteisö, pienyrittäjät ja alueen toimijoiden keskinäinen yhteistyö koetaan vastausten perusteella merkittäväksi vetovoimatekijäksi.

Lisäksi vastauksissa mainittiin kohteen vetovoimatekijöiksi muun muassa tapahtumat, ruoka ja juoma, lähituotanto sekä kohteen hyvä sijainti.

Alla olevassa kuviossa 4 on esitettyä sanapilven muodossa kyselyyn vastanneiden toimijoiden näkemykset Fiskarsin Ruukin tärkeimmistä vetovoimatekijöistä.



Kuvio 7. Fiskarsin Ruukin vetovoimatekijät toimijoiden näkökulmasta.

5.4 Fiskarsin Ruukin matkailu toimijoiden näkökulmasta

Kyselyssä haluttiin selvittää alueen toimijoiden mielipiteitä Fiskarsin Ruukin matkailun nykytilaan liittyvistä väittämistä. Kyselylomakkeessa esitetyt väittämät painottuvat erityisesti matkailun sosiokulttuurisiin vaikutuksiin.

Kuten alla olevasta taulukosta 2 voidaan nähdä, matkailun vaikutukset koetaan suurimmaksi osaksi positiivisina ja kohteen yleistä hyvinvointia edistävinä. Matkailun tuomat hyödyt koetaan olevan suuremmat kuin sen aiheuttamat haitat. Lisäksi matkailulla nähdään olevan positiivinen vaikutus niin kylän infrastruktuuriin kuin alueen kulttuuriperintöönkin.

Taulukosta 2 voidaan todeta, että vastauksissa on melko vähän hajontaa. Yksi vastaajista on jokseenkin eri mieltä siitä, että matkailu edistää paikallisen historian suojelua. Lisäksi myös yksi vastaajista on jokseenkin eri mieltä siitä, että matkailu edistää paikallisten asukkaiden elämää. Suurin osa vastaajista oli kuitenkin täysin tai jokseenkin samaa mieltä matkailun edistävästä vaikutuksesta paikallishistorialle ja paikallisille asukkaille. Suurimmaksi osaksi eri mieltä vastaajat ovat siitä, että matkailu edistää paikallisen luonnon suojelua.

Taulukko 2. Toimijoiden vastauksia väittämiin Fiskarsin Ruukin matkailun nykytilasta.

	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä	Yhteensä
Matkailu edistää paikallisen historian suojelua	9	5	1	1	0	16
Matkailu edistää paikallisen luonnon suojelua	2	7	4	3	0	16
Matkailu edistää paikallisten asukkaiden elämää	10	5	0	1	0	16
Matkailulla on positiivinen vaikutus alueen kulttuuriperintöön	9	5	2	0	0	16
Matkailulla on positiivinen vaikutus kylän infrastruktuuriin	7	5	4	0	0	16
Matkailun tuomat hyödyt ovat suuremmat kuin sen aiheuttamat haitat	10	4	2	0	0	16

5.5 Matkailun kehittäminen toimijoiden näkökulmasta

Kyselylomakkeessa kysyttiin avoimella kysymyksellä toimijoiden näkemyksiä siitä, millä tavoin alueen matkailua tulisi kehittää tulevaisuudessa. Kaikki 16 vastaajaa vastasivat kysymykseen. Vastauksissa esiintyneet kehitysehdotukset on koottu yhteen teemoittain seuraavasti:

Saavutettavuus: Monet vastaajista nostavat esiin saavutettavuuden ja julkisen liikenteen yhteyksien parantamisen esimerkiksi Fiskars-Karjaa välillä. Henkilöautojen määrän toivotaisiin vähenevän. Lisäksi vastauksissa ehdotetaan kulkuyhteyksiä ekologisesti toimivalla kulkuvälineellä tai pienillä busseilla. Myös esteettömän liikkumisen mahdollisuuksia toivotaan vastauksissa kehitettävän.

Paikallisuus: Alueen toimijat toivovat vastauksien perusteella lisää huomiota paikallisuuden sekä jo olemassa olevien palveluntarjoajien hyödyntämiseen. Vastauksissa nousee myös esiin yrittäjien välisen yhteistyön parantaminen sekä yhtenäiseen viestintään panostaminen.

Ympärivuotisuus: Useammassa vastauksessa nostetaan esiin ympärivuotisuuden korostaminen esimerkiksi lisäämällä tapahtumia ympäri vuoden. Monet toimijoista toivovat, että hiljaiseen sesonkiin panostettaisiin entistä enemmän ja että, esimerkiksi liikkeet olisivat avoinna ympäri vuoden. Ympärivuotisuuden edistämiseen liittyen vastauksissa ehdotetaan lisäksi kylän keskustan parempaa valaistusta, majoituspalveluiden lisäämistä alueella

sekä luontomatkailun lisäämistä. Toisaalta vastauksissa nostetaan esille myös idea sesonkiluonteisuuden hyväksymisestä, jolloin kesäsesonkiin pystyttäisiin kiinnittämään enemmän huomiota, ja ympärivuotisuuden lisääminen jätettäisiin toissijaiseksi.

Monimuotoisuus: Useat vastaajista ovat sitä mieltä, että alueen matkailun monimuotoisuutta voitaisiin korostaa entistä enemmän esimerkiksi viestinnässä. Kohteen luonto, ainutlaatuinen miljöö sekä monipuoliset tapahtumat houkuttelevat paikalle uudenlaisia kohderyhmiä taiteesta kiinnostuneiden matkailijoiden lisäksi.

Kyläympäristön siisteys: Monet vastaajista nostavat esille kyläympäristön siisteyden kehittämisen. Tällä vastauksissa tarkoitetaan muun muassa metsittymisen estämistä, pienten puiden, risujen ja ryteikköjen siistimistä, jolloin ruukin rakennukset ja kaunis kulttuurimiljöö näkyisivät entistä selkeämmin.

6 Yhteenveto

Seuraavaksi on koottuna yhteenvetoa molempien kyselytutkimusten tuloksista teemoitettuna kestävän matkailun eri osa-alueiden perusteella. Yhteenvedosta koottu taulukko löytyy liitteestä 3.

Ympäristöllisen kestävyuden osalta sekä paikalliset asukkaat että toimijat kokivat, että matkailu edistää tietoisuutta ympäristön ja paikallisen luonnon suojelusta. Paikallinen luonto koettiin myös yhdeksi alueen tärkeimmiksi vetovoimatekijöiksi. Kyselyyn vastanneista Ruukin toimijoista suurin osa ottaa kestävän kehityksen huomioon omassa toiminnassaan esimerkiksi kierrättämällä, hyödyntämällä ekologisia materiaaleja, myrkyttömyydellä ja uusiutuvalla energialla. Myös kyselyyn vastanneet asukkaat kokivat ympäristöstä huolehtimisen olevan tärkeää.

Taloudellinen kestävyys on etenkin paikallisten toimijoiden osalta oleellinen tutkimusaihe. Kyselyyn vastanneista toimijoista suurin osa arvioi matkakohteen sesonkiluonteisuudella olevan todella suuri vaikutus yrityksen liikevaihtoon. Lisäksi ehdotuksissa matkailun kehittämiseksi tulevaisuudessa korostuu ympärivuotisuuden lisääminen. Asukaskyselyyn vastanneiden osalta matkailun tuomia positiivisia taloudellisia vaikutuksia oli työpaikkojen ja yrittäjyyden lisääntyminen.

Sosiokulttuurinen kestävyuden kannalta on oleellista selvittää paikallisten asukkaiden mielipiteitä matkailun vaikutuksista. Kyselytuloksista selviää, että mielipiteet ovat hyvin eriäviä. Osan kyselyyn vastanneiden asukkaiden mielestä matkailua tulisi edelleen kehittää ja uusi yrityksiä avata, jotta kohteen tunnettuus lisääntyisi. Osa vastanneista taas oli sitä mieltä, että matkailulla on jo nykyisellään negatiivinen vaikutus alueen historiaan ja kulttuuriin ja, että kohde on kehittynyt liiaksi massamatkailijoille sopivaksi.

7 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli kerätä tietoa matkailun nykytilasta Fiskarsin Ruukissa paikallisten toimijoiden sekä asukkaiden näkökulmasta. Tavoitteena on kyselyistä saatujen tutkimustulosten avulla pystyä arvioimaan etuja ja heikkouksia, joita Fiskarsin Ruukilla on kestävän matkailun eri osa-alueilla ja siitä johdettuna esittämään kehittämissuhteita kestävän matkailun kehittämiseen liittyen. Yleisesti voidaan kuitenkin tutkimustuloksiin perustuen todeta, että Fiskarsissa matkailun tuomat hyödyt ovat suuremmat kuin sen tuomat haitat.

Ympäristöllinen kestävyys Fiskarsin Ruukki on sesonkikohte ja pääsesonki kohdistuu kesäaikaan, jolloin matkailijoita kohteessa on normaalia enemmän. Jotta ympäristöstä pysyttäisiin pitämään huolta myös jatkossa, olisi kannattavaa määritellä alueen ekologiseen matkailuun lukeutuvat kriteerit. Koska ekomatkailu on laaja määrittelemätön käsite, yrityksen kannattaa laatia selvät kriteerit siitä, miten kohteessa panostetaan ekologisuuteen, oli kyseessä sitten tehokas kierrätys tai luonnon ja ympäristön suojeleminen. Matkailijalle tulisi olla selvää, miten ympäristö ja kohteen kulttuuri on otettu huomioon matkailussa.

Taloudellinen kestävyys Paikallisille toimijoille suunnatun kyselyn vastauksissa ilmeni esiin toive ympärivuotisuuden kasvattamisesta. Sesonkisuudella koettiin olevan merkittävästi vaikutusta yritysten liikevaihtoon. Matkailun kausiluonteisuus onkin taloudellisen kestävyyskannalta haaste, sillä se rajoittaa matkailusta riippuvaisten yritysten taloudellista tuottoa sekä kykyä pitää ympärivuotisia työsuhteita. Toisaalta matkailun ympärivuotisuuden lisäämisessä on otettava huomioon sesonkisuuden vähentämisen haastavuus, sen mahdollisesti vaativat resurssit sekä se, että kaikilla sidosryhmien jäsenillä ei välttämättä ole halua vähentää alueen matkailun sesonkisuutta.

Sosiokulttuurinen kestävyys Asukkaidenkin näkökulmasta olisi kannattavaa kehittää matkailua alueella, ja negatiiviset vaikutukset alueelle olivat pääasiassa toistuvia seikkoja, jotka ovat helposti käännettävissä positiivisiksi.

Koska esimerkiksi liikamatkailu on kasvava ongelma matkakohteissa, ja negatiivisia vaikutuksia on huomattu myös Ruukissa, tulisi ongelmaan puuttua. Esimerkiksi selvillä tieviitoilla ja opasteilla voidaan ohjata parkkialueen tai tienvarsien pysäköimistä järjestelmälliseksi. Asukkaille suuri haitta matkailun sesonkiaikana ovat ruuhkautuneet tiet ja alueet, joille parkkeerausta ei ole suunniteltu. Luontoon liikamatkailu ei vielä ole kyselyjen perusteella vaikuttanut negatiivisesti, joten suunnittelu liikenteen ohjaamisessa voisi hyvin korjata nykyisen haitan.

Kehitysehdotukset

Seuraavaksi esitellään kyselytutkimuksista saatujen tulosten ja niistä tehtyjen johtopäätösten perusteella johdettuja kehitysehdotuksia kestävän matkailun edistämiseksi Fiskarsin Ruukissa. Kehitysehdotukset ovat suunnattu Fiskars Villagelle, joka vastaa ruukin alueen kehittämisestä matkakohteena.

Yksi kestävän matkailun kehittämistä merkittävästi edistävä toimenpide on luoda kirjallinen kestävän matkailun suunnitelma. Toimintasuunnitelmaan voidaan kirjata muun muassa kestävän matkailun kehittämiseen liittyvät tavoitteet, toimenpiteet ja vastuuhenkilöt. Seuranta helpottaa, mikäli osa tavoitteista, kuten esimerkiksi veden- ja energiankulutus tai hiilijalanjälki, ovat mitattavissa.

Molemmissa kyselyissä esiin tulleiden tulosten perusteella voidaan todeta, että autoilun vähentäminen edistäisi kohteen kestävyttä niin ympäristöllisestä kuin sosiokulttuurisestakin näkökulmasta. Sujuvat julkisen liikenteen yhteydet esimerkiksi Karjaan ja Fiskarsin välillä saattaisivat kannustaa matkailijoita valitsemaan bussin henkilöauton sijasta. Kyse-lyistä saaduissa vastauksissa tuotiin esille myös ehdotus uusista kulkuyhteyksistä ekologi- sesti toimivilla kulkuvälineillä tai pienillä busseilla.

Ympärivuotisuuden kasvattaminen edistäisi alueen taloudellista kestävyttä. Vaikka matkailun sesonkisuudesta on melko mahdotonta täysin päästä eroon, voidaan sen vaikutuksia kuitenkin pyrkiä minimoimaan. Matkailun sesonkisuuden vähentämiseksi on olemassa erilaisia keinoja, kuten esimerkiksi sesongin pidentäminen tarjoamalla edullisempia hintoja tai erilaisia matkapaketteja pääsesongin ulkopuolella. Lisäksi uudenlaiset tapahtumat, festivaalit ja kilpailut voivat toimia keinona houkuttaa matkailijoita kohteeseen ympäri vuoden. Myös liikematkustukseen panostaminen hiljaisen sesongin aikaan voi olla kannattavaa. (Butler 2014.) Pääsesongin ulkopuolelle kohdistetut kokouspalvelut monipuolisine aktiviteetti vaihtoehtoineen voisivat houkuttaa paikalle liikematkustajia ja siten lisätä kysyntää hiljaisina ajankohtina.

Etenkin paikallisille toimijoille toteutetun kyselytutkimuksen vastauksissa ilmeni toive kyläympäristön siistimisestä. Ympäröivän luonnon siistimisellä halutaan tuoda entistä paremmin esille alueen arkkitehtuuria ja selkeyttää kylämiljöön maisemaa. Lisäksi vastuullisen toiminnan edistämiseksi esteettömään liikkumiseen voitaisiin kiinnittää lisää huomiota, esimerkiksi selkeillä opasteilla ja kotisivuilta löytyvällä informaatiolla kohteen esteettömyydestä.

Asiakasystävällinen vastuullisuusviestintä on tehokas keino tuoda esille yhteiskuntavastuuta ja edistää kestävästä matkailusta. Vastuullisuusviestinnällä voidaan muun muassa kehittää asiakastyytyvyyttä, lisätä myyntiä sekä lisätä tietoisuutta vastuullisesta matkailusta (Visit England 2015). Vastuullisuusviestintää voidaan toteuttaa monin eri markkinointiviestinnällisin keinoin, kuten kuvin ja tekstein nettisivuilla ja sosiaalisen median kanavissa. Erityisesti konkreettiset esimerkit ja tarinat tekevät viestinnästä tehokasta. Erilaisten tarinoiden avulla voidaan kertoa esimerkiksi ravintolan raaka-aineiden alkuperästä, tuotteiden valmistuksesta, ympäristövastuullisuudesta, paikallishistoriasta sekä myös sen millä tavoin asiakkaat itse voivat ottaa vastuullisuuden huomioon.

Myös erilaiset sertifikaatit toimivat todisteena vastuullisesta toiminnasta ja ne auttavat yrityksiä hallinnoimaan liiketoimintaa kestävässä kehityksessä näkökulmasta. Jotta sertifiointia voidaan hyödyntää tehokkaalla tavalla markkinoinnissa, on tärkeää tietää miten ja missä logoa käytetään ja mistä syistä logo on ansaittu. (Visit England 2015.)

Alla olevassa taulukossa 4 on vielä koottuna kyselytutkimusten pohjalta tehdyt kehitysehdotukset kestävästä matkailusta edistämiseksi.

Taulukko 4. Yhteenveto kestävästä matkailusta kehitysehdotuksista Fiskarsin Ruukissa.

Kestävästä matkailusta kehitysehdotukset	
Tavoitteet	Toimenpiteet
Kestävästä matkailusta suunnitelma	- Kestävästä matkailusta kehittämiseksi luotu kirjallinen suunnitelma, johon merkittynä tavoitteet, toimenpiteet, vastuuhenkilöt sekä mahdollinen mitattavuus
Autoilun vähentäminen	- Julkisen liikenteen yhteyksien parantaminen esim. bussiyhteydet Karjaalta
Ympäri vuotisuuden lisääminen	- Tapahtumat - Liikkeiden aukioloajat - Sesongin pidentäminen esim. matkapaketeilla, hinnanalennuksilla

Kyläympäristön siistiminen	<ul style="list-style-type: none"> - Risujen ja ryteikköjen siistiminen - Metsittymisen estäminen - Rakennusten ja kulttuurimiljöön esiintuominen - Esteettömyyden huomioiminen
Vastuullisuusviestintä	<ul style="list-style-type: none"> - Vastuullisuudesta viestiminen nettisivuilla ja sosiaalisessa mediassa sekä matkailijoiden asiakasystävällinen rohkaiseminen vastuullisiin valintoihin - Käytännön esimerkit vastuullisuudesta

Lähteet

Butler, R. 2014. Addressing seasonality in tourism: the development of a prototype. Luettavissa: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/final_notes_richard_butler.pdf. Luettu: 7.1.2019.

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S. 1998. Tourism: Principles and Practice.

Edgell, D. 2016. Managing sustainable tourism: a legacy for the future. Routledge. Abingdon, Oxon. Luettavissa: <http://ezproxy.haaga-helia.fi:2048/loginurl=https://www.dawson-era.com/abstract/9781315688343>. Luettu: 22.9.2018.

Fiskars Village a. Tietoa kävijälle. Luettavissa: <https://www.fiskarsvillage.fi/tietoa-kavijalle/>. Luettu: 9.1.2019.

Fiskars Village Info. Fiskars Village 2018. (Mainosesitys).

Haaga Helia 2018. Intranet. Ohje pitkien raporttien laatimiseen. Luettu: 28.1.2019.

Kalmari, Ketola, Mero. Mondo. Vastuullisen matkailijan käsikirja. 2009. Sivut 10-13.

Pasanen, K. 2017. Näin viestit kestävydestä ja vastuullisuudesta. Luettavissa: https://www.slideshare.net/Uef_mot/nin-viestit-kestavydest-ja-vastuullisuudesta. Luettu: 7.11.2018.

Ratz, T., Puczko, L. 2002. The Impacts of Tourism.

Reilun matkailun yhdistys. Mitä on reilu matkailu? Luettavissa: <http://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/mita-on-reilu-matkailu/>. Luettu: 15.11.2018

KvantiMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto. Yhteiskuntatieteellinen tietovarasto. Mittaaminen: Mittarin luotettavuus. Luettavissa: <https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/mitaaminen/luotettavuus.html#validiteetti>

Työ- ja elinkeinoministeriö 2015. Yhdessä enemmän - kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Matkailun tiekartta 2015-2025. Luettavissa: <https://tem.fi/documents/1410877/2735818/Matkailun+tiekartta+2015-2025.pdf/95521a94-5230-47c2-8dd7-bc7ff5bede04>. Luettu: 24.10.2018.

Vesterinen, N. 2018. Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2018/10/Vesterinen-Nina-Kest%C3%A4v%C3%A4n-matkailun-nykytila-haasteet-ja-kehitt%C3%A4mistarpeet.pdf?dl>. Luettu: 8.1.2019.

Visit England 2015. Keep it real: market and communicate your green credentials. Luettavissa: https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/keep_it_real_toolkit.pdf. Luettu: 8.11.2018.

Visit Finland a. Kestävä kehitys Matkailuyrityksessä. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/kestava-kehitys-matkailuyrityksessa/>. Luettu: 5.12.2018.

Visit Finland 2018b. Vinkkejä vastuullisuusviestintään. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2018/07/kestavan_kehityksen_yritysopas_A4-v5_web.pdf?dl. Luettu: 3.12.2018.

Visit Finland 2018c. Suomesta vastuullisen matkailun kärkimää. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/news/suomesta-vastuullisen-matkailun-karkimaa/>. Luettu: 27.11.2018.

Visit Finland 2018d. Työkaluja vastuullisuuteen ja viestintään. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2018/07/tyokaluja_vastuullisuusviestintaan_a5-web.pdf?dl. Luettu: 3.12.2018.

Responsible Travel. Overtourism -What is it, and how can we avoid it? Luettavissa: <https://www.responsibletravel.com/copy/what-is-overtourism>. Luettu: 1.1.2019.

Liitteet

Liite 1. Asukaskysely

Kestävän matkailun kehittäminen Fiskarsin Ruukissa

Hei Fiskarsin Ruukin asukas ja tervetuloa vastaamaan kyselyyn liittyen alueen matkailuun. Tämä kysely on osa opinnäytetyötä, jonka tavoitteena on selvittää mahdollisuuksia kestävän matkailun kehittämiseen Fiskarsissa. Kiitos jo etukäteen vastauksistasi!

1. Asutteko Fiskarsin Ruukissa?

- Kyllä
- Osittain
- Ei

2. Kuinka pitkään olette asuneet Fiskarsin Ruukissa?

- alle vuoden
- 1-5 vuotta
- 5-10 vuotta
- yli 10 vuotta

3. Saako kotitaloutenne tuloja (suoraan tai välillisesti) matkailusta?

- Ei
- Kyllä osittain
- Kyllä pääasiallisesti (yli 50% tuloista)

4. Pyydämme teitä ottamaan kantaa seuraaviin väittämiin:

täysin maa mieltä	sa- samaa mieltä	jokseenkin ei samaa eikä eri mieltä	jokseen- kin eri mieltä	täysin eri mieltä
-------------------------	------------------------	--	-------------------------------	-------------------------

Paikalliset asukkaat voivat vaikuttaa matkailun kehittämiseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkailulla on positiivinen vaikutus alueen kulttuuriperintöön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkailulla on positiivinen vaikutus ruukin infrastruktuuriin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikalliset asukkaat on huomioitu matkailun suunnittelussa hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Arvioikaa, minkälainen vaikutus matkailulla on mielestänne seuraaviin asioihin:

	erittäin positiivinen	jokseenkin positiivinen	ei positiivinen eikä negatiivinen	jokseenkin negatiivinen	erittäin negatiivinen
Paikallisen luonnon suojeleminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ympäristön siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Julkinen liikenne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työllisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikallisen historian suojeleminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asuinalueen palvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Onko yksityisyyttäne alueen asukkaana kunnioitettu?

Kyllä

Ei

7. Haluaisitteko vaikuttaa enemmän alueen matkailun kehittämiseen?

Kyllä, miten?

Ei

8. Mainitkaa mielestänne yksi matkailun tuoma positiivinen vaikutus:

9. Mainitkaa mielestänne yksi matkailun tuoma negatiivinen vaikutus:

10. Millä tavoin alueen matkailua tulisi mielestänne kehittää tulevaisuudessa?

Liite 2. Kysely alueen toimijoille

Kestävän matkailun kehittäminen Fiskarsin Ruukissa

Tervetuloa vastaamaan Fiskarsin Ruukin toimijoille suunnattuun kyselyyn liittyen alueen matkailuun. Tämä kysely on osa opinnäytetyötä, jonka tavoitteena on selvittää mahdollisuuksia kestävän matkailun kehittämiseen Fiskarsissa. Kiitos jo etukäteen vastauksistasi!

1. Onko yrityksen toiminta Fiskarsin Ruukissa ympärivuotista?

Kyllä

Ei

2. Kuinka suuri vaikutus matkailulla on yrityksen liikevaihtoon?

Ei vaikutusta

Jonkin verran vaikutusta

Todella suuri vaikutus (yli 50% tuloista)

3. Kuinka tuttu kestävä matkailu on käsitteenä teille?

Erittäin tuttu Jokseenkin tuttu Tuntematon

4. Otatko kestävän kehityksen huomioon omassa liiketoiminnassasi?

Kyllä, miten?

Ei

5. Pyydämme teitä ottamaan kantaa seuraaviin väittämiin liittyen matkailuun Fiskarsin Ruukissa:

	täysin maa mieltä	sa- samaa mieltä	jokseenkin ei samaa eikä eri mieltä	jokseen- kin eri mieltä	täysin eri mieltä
Matkailu edistää paikallisen historian suojelua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkailu edistää paikallisen luonnon suojelua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkailu edistää paikallisten asukkaiden elämää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkailulla on positiivinen vaikutus alueen kulttuuriperintöön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkailulla on positiivinen vaikutus kylän infrastruktuuriin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkailun tuomat hyödyt ovat suuremmat kuin sen aiheuttamat haitat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Pyydämme teitä ottamaan kantaa seuraaviin kestävään matkailuun liittyviin väittämiin:

	täysin maa mieltä	sa- samaa mieltä	jokseenkin ei samaa eikä eri mieltä	jokseen- kin eri mieltä	täysin eri mieltä
Matkailun kestävä kehittäminen on tulevaisuuden kannalta tärkeää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kestävän matkailun kehittämisellä olisi positiivinen vaikutus alueen yrittäjille

Kestävä kehitys tulisi tuoda esille Fiskarsin Ruukin markkinoinnissa

7. Kuinka suuri vaikutus matkailun sesonkisuudella on yrityksen liikevaihtoon?

- Todella suuri vaikutus
- Jonkin verran vaikutusta
- Ei vaikutusta

8. Mitkä ovat mielestänne Fiskarsin Ruukin tärkeimmät vetovoimatekijät matkailukohteena?

9. Millä tavoin alueen matkailua tulisi mielestänne kehittää tulevaisuudessa?

Liite 3. Yhteenveto asukaskyselyn ja toimijoiden kyselyn tuloksista.

	Asukaskysely	Toimijoiden kysely
Ympäristöllinen kestävyys	<p>Luonto on yksi tärkeimmistä osa-alueista asukkaille, ja ympäristöstä ja kulttuurista huolehtiminen on tärkeää. Vaikka matkailun katsotaan lisäävän tietoutta ympäristön suojelusta, toivotaan matkailijoilta myös kunnioitusta paikallista historiaa kohtaan.</p>	<p>Suurin osa toimijoista ottaa kestävä kehityksen huomioon omassa toiminnassaan esim. kierrättämällä, ekologisilla materiaaleilla, myrkyttömyydellä ja uusiutuvalla energialla.</p> <p>Lisäksi suurin osa vastajista on jokseenkin samaa mieltä siitä, että matkailu edistää paikallisen luonnon suojelua.</p> <p>Paikallinen luonto nähdään myös yhdeksi kohteen tärkeimmiksi vetovoimatekijöiksi.</p>
Taloudellinen kestävyys	<p>Koska kaikki asukkaat eivät saa rahallista hyötyä matkailusta, mielipiteet olivat eriäviä.</p> <p>Osan mielestä matkailua tulisi kehittää ja uusia yrityksiä avata, jotta kohteen tunnettavuus ja arvo nousisivat.</p> <p>Osa asukkaista katsoo matkailulla olevan negatiivinen vaikutus alueen historiaan ja kulttuuriin, osan mielestä kohdetta on muutettu massamatkailijoille sopivaksi.</p>	<p>Kyselyyn vastanneista suurin osa arvioi sesonkiluonteisuudella olevan todella suuri vaikutus yrityksen liikevaihtoon.</p> <p>Ehdotuksissa matkailun kehittämiseksi tulevaisuudessa korostuu ympärivuotisuuden lisääminen.</p>
Sosiokulttuurinen kestävyys	<p>Yritykset, kuten ravintolat, tuovat alueelle eloisuutta, sekä työpaikkoja.</p> <p>Ajoneuvot ja pyöräilijät aiheuttavat ongelmia yhteyksien kanssa. Selvät tieviitat ja kävely/auto tiet eivät ole kaikkien matkailijoiden tiedossa.</p>	<p>Matkailun koetaan edistävän paikallisten asukkaiden elämää ja sillä nähdään olevan positiivinen vaikutus alueen kulttuuriperintöön sekä infrastruktuuriin.</p>