

Arto Heikkinen

Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimus



Restonomi YAMK

Matkailun koulutus

Syksy 2020



KAMK • University
of Applied Sciences

Tiivistelmä

Tekijä(t): Heikkinen Arto

Työn nimi: Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimus

Tutkintonimike: Restonomi (YAMK), Matkailun koulutus

Asiasanat: kyselytutkimus, kvantitatiivinen tutkimus, matkailun veto- ja työntövoima, retkeily, luontomatkailu

Opinnäytetyössä toteutettiin kyselytutkimus, jossa selvitettiin mitä ominaisuuksia ja palveluita retkeilijät arvostavat retkeilyalueella tai -reitillä. Työn tavoitteena oli kyselytutkimuksen antamien tulosten kautta antaa reittien ylläpitäjille ja kehittäjille suuntaviivoja, miten suunnata rajalliset reittien kehittämisresurssit oman alueen asiakaskohderyhmän kannalta merkityksellisiin ominaisuuksiin sekä palveluihin ja parantaa näin reittien vetovoimaisuutta. Lisäksi tavoitteena oli tuottaa suosituksia luontomatkailun ja reittien asiakaslähtöiseksi kehittämiseksi. Opinnäytetyön toimeksiantaja toimi Outdoors Kainuu -hanke, jonka tavoitteena on lisätä Kainuun maakunnassa vierailevien kansainvälisten ja kotimaisten luontomatkailijoiden määrää. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys muodostui matkailun työntö- ja vetovoimatekijöistä sekä luonnon virkistyskäytön ja luontomatkailun käsitteiden ympärille. Matkailun työntö- ja vetovoimatekijöiden osio avaa vetovoiman, motivaation sekä elämyksen käsitteet. Luonnon virkistyskäyttö ja luontomatkailu pureutui aiheesta aikaisempiin tehtyihin tutkimuksiin sekä luontomatkailun ja retkeilyn määrittämiseen.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena syksyllä 2018. Tutkimuksen otantamenetelmä oli ryväsotanta ja aineisto kerättiin kainuulaisissa vaellustapahtumissa sekä vaellusaiheisissa sosiaalisen median palveluissa. Kyselylomake muodostui strukturoiduista sekä avoimista kysymyksistä ja reittien eri osa-alueiden tärkeyttä mitattiin Likert-asteikollisilla kysymyksillä. Tutkimuksen tulokset analysoitiin kaksikulotteisin tarkastelumenetelmin ja tuloksien tulkinnassa painotettiin syy- ja seuraussuhteiden merkittävyyttä. Merkitsevyytasoja tarkasteltiin pääosin keskiarvojen kautta.

Opinnäytetyön tuloksena kyselytutkimuksen aineistosta analysoitiin retkeilijöille tärkeimmät ominaisuudet ja palvelut retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Vastaajien mielestä tärkeimpiä elementtejä retkeilyreitillä olivat polkujen ominaisuuksiin liittyneet väittämät. Vähiten tärkeimmiksi vastaaja arvioivat reittien oheispalveluihin liittyneet väittämät. Miesten ja naisten vastauksen välillä havaittiin viiden kysymyksen osalta tilastollisesti merkitsevää eroa keskiarvoissa. Ikäluokittain verratessa ei havaittu tilastollisesti merkitseviä eroja. Niin sukupuolten kuin eri ikäluokkien käyttämisessä oli eroja, kun lomakkeessa kysyttiin retkeilytottumuksista.

Opinnäytetyön johtopäätöksissä esitetään tuloksien pohjalta kehittämisehdotuksia reittien ylläpitäjille ja kehittäjille. Kunkin retkeilyalueen ja -reitin tarpeet ovat yksilöllisiä ja tämän vuoksi johtopäätöksissä on tuotu esille keskeisimmät huomiot tuloksista sekä ohjeita, mitä tuloksista tulisi huomioida oman reitin kehittämisen osalta. Kaikilla retkeilyreiteillä täytyy peruspalvelut olla kunnossa, mutta sen huomiota tulee kiinnittää eri kohderyhmien erilaisiin tarpeisiin reitin osalta. Päiväkävijän tarpeet ovat erilaiset kuin yön yli vaeltajan ja uuden kohteen osalta voidaan huomioida ominaisuuksia, joita ei olemassa olevan reitin osalta voida enää muuttaa. Tutkimuksen osalta on esitetty myös jatkotutkimusaiheita, joista tärkeimpänä tuodaan esille tutkimuksen toistaminen luontomatkailun toimintaympäristössä tapahtuneiden muutosten vuoksi.

Abstract

Author(s): Heikkinen Arto

Title of the Publication: Attractive Hiking Trail Survey Research

Degree Title: Master of Hospitality Management, Tourism

Keywords: survey research, quantitative research, tourism push and pull factors, hiking, nature tourism

In the thesis, a survey was carried out to examine what features and services hikers' value in a hiking area or route. The aim of the study was to provide route developers with guidelines on how to direct limited route development resources to features and services relevant to the right customer segment in their area, thus improving the attractiveness of the route. In addition, the aim was to produce recommendations for customer-oriented route development. The thesis was commissioned by the Outdoors Kainuu project, which aims to increase the number of international and domestic nature tourists in the Kainuu region. The theoretical framework of the thesis consists of tourism push and pull factors and the recreational use of nature and nature tourism. The tourism push and pull factors section explains the concepts of attraction, motivation, and experience. The recreational use of nature and nature tourism section focuses on previous studies of the subject and defines nature tourism and hiking

The study was conducted as a quantitative survey in autumn 2018. The data collection method was cluster sampling, and responses were collected in hiking events and hiking-related social media services. The questionnaire consisted of structured as well as open-ended questions and the importance of different aspects of the routes was measured with Likert-scale questions. The results of the study were analyzed using two-dimensional analysis methods, and the significance of cause and effect relationships was emphasized in the interpretation of the results. Significance levels were examined mainly through mean data.

As a result of the thesis, the most important features and services for hikers in terms of the attractiveness of the hiking area and routes were analyzed from the survey answers. According to the respondents, the most important elements on the hiking trail were related to the characteristics of the trails. The least important ones are related to the additional services of the routes. A statistically significant difference in the mean data was observed between the responses of men and women for the five questions. No statistically significant differences were observed when comparing age groups. There were differences between the responses of both genders and different age groups when asked about hiking practices.

Based on the results, the conclusions of the thesis present development proposals for route developers. The needs of each hiking area and route are individual, and therefore the conclusions include the main observations based on the results as well as instructions for the development of each particular route. All hiking routes must maintain functioning basic services, but attention must be paid to the varied needs of different customer segments on the route. The requirements of day visitors differ from those of an over-night hiker, and features that can no longer be changed on an existing route can be considered for a new destination. This thesis also presents further research topics, the most important of which is to repeat such research to monitor changes in the operating environment of nature tourism.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tutkimusasetelma	3
2.1	Toimeksiantaja	3
2.2	Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset	4
2.3	Tutkimusote	6
2.4	Otanta.....	7
2.5	Kyselomake.....	9
2.6	Mitta-asteikot ja muuttujat.....	11
2.7	Aineiston analysointi	14
2.7.1	Yksiulotteiset tarkastelumenetelmät	14
2.7.2	Kaksiulotteiset tarkastelumenetelmät.....	15
2.8	Tutkimuksen luottavuuden arviointi	16
2.8.1	Reliabiliteetti	17
2.8.2	Validiteetti.....	18
3	Retkikohteen ja matkailun työntö- ja vetovoimatekijät.....	20
3.1	Matkailun työntö - ja vetovoimatekijät.....	20
3.2	Vetovoima	22
3.3	Työntövoima.....	25
3.4	Matkustusmotiivit	26
3.5	Elämys.....	29
4	Luonnon virkistyskäyttö ja luontomatkailu Suomessa	31
4.1	Luonnon virkistyskäyttö ja ulkoilu.....	31
4.2	Retkeily, patikointi ja vaeltaminen.....	36
4.3	Luontomatkailu	39
4.3.1	Kestävä luontomatkailu ja ekomatkailu	41
4.3.2	Luontomatkailun ja retkeilyn kysyntä Suomessa	44
4.3.3	Suomalaisen luontomatkailijan profiili.....	46
4.4	Luontoelämys	48
5	Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimuksen tutkimustulokset.....	50
5.1	Vastaajien taustatiedot	50

5.2	Retkeilytottumukset.....	52
5.3	Retkeilyalueen ja -reittien ominaisuuksien ja palveluiden houkuttelevuus	61
5.3.1	Polkujen ominaisuudet.....	63
5.3.2	Polkujen viitoitus, opasteet ja kartat	65
5.3.3	Retkeilykohteen saavutettavuus.....	68
5.3.4	Oheispalvelut.....	70
5.3.5	Polkujen elämyksellisyys	73
5.4	Avoimet kysymykset.....	75
5.4.1	Hyvän ja vetovoimaisen retkeilyalueen ja -reitin ominaisuudet.....	76
5.4.2	Suosittelut kotimaiset retkeilykohteet	78
5.5	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi.....	80
5.6	Johtopäätökset ja jatkotutkimusaiheet.....	82
5.6.1	Johtopäätökset.....	82
5.6.2	Jatkotutkimusaiheet.....	85
6	Pohdinta	86
	Lähteet	89
	Liitteet	

1 Johdanto

Retkeilyn ja sitä kautta myös luontomatkailun suosio kasvaa Suomessa. Erityisesti kansallispuistot ja retkeilyalueet houkuttelevat vuosi vuodelta enemmän kävijöitä. (Metsähallitus 2020b.) Kasvu tulee vielä suurelta osin kotimaisista kävijöistä, mutta merkittävin kasvu tulee tulevaisuudessa kansainvälisistä asiakkaista. Luontoon pohjautuvat kesäaktiviteetit ovat yksi Suomen matkailumarkkinoinnin painopistealueista ja kansallispuistot sekä retkeilyalueet näiden aktiviteettien mahdollistajia. Asiakkaiden mukana kansallispuistojen ja retkeilyalueiden vaikutusalueelle tulee merkittävää matkailutuloa, joka edesauttaa seutukunnan elinvoimaisuutta. Esimerkiksi matkailualueilla sijaitsevilla kansallispuistoissa kävijöiden rahankäyttö tuo lähialueelle noin 14 euroa jokaista puiston retkeilypalveluihin sijoitettua euroa kohti. (TEM 2015, 13, 27.)

Voisiko myös Kainuu saada kasvusta osansa? Kainuun monipuolinen luontoympäristö ja jo olemassa olevat ulkoilureitit matkailukeskuksissa sekä kansallispuistoissa tarjoavat vetovoimaiset puitteet luontomatkailun kehittämiseksi ja kansainvälistämiseksi myös Kainuussa. Hyvistä olosuhteista huolimatta alue ei kuitenkaan ole onnistunut kasvattamaan kansainvälistä matkailua toivottulla tavalla. Osasyynä tähän on Kainuun huono saavutettavuus, mutta alueen luontokohteista on myös vaikea löytää ja saada tietoa kootusti. Tätä ongelmaa ratkaisemaan käynnistyi vuonna 2017 Kajaanin ammattikorkeakoulun hallinnoima Outdoors Kainuu -hanke, jonka tavoitteena on vahvistaa Kainuun luontokohteiden vetovoimaa, parantaa kohteiden löydettävyyttä sekä linkittää luontomatkailuyritysten toiminta näihin voimakkaammin.

Tämä opinnäytetyö liittyy Outdoors Kainuu -hankkeen työpakettiin kaksi, jonka yhtenä osa-alueena on toteuttaa valituilta retkeilyreiteiltä kävijätutkimus. Kyselytutkimuksen avulla voidaan tunnistaa vetovoimaisten retkeilyreittien ominaispiirteitä ja kartoittaa reittejä käyttävien retkeilijöiden kehittämisehdotuksia. Kvantitatiivisen kyselytutkimuksen avulla pyritään selvittämään miten eri käyttäjäryhmät arvioivat eri ominaisuuksien ja palveluiden tärkeyttä retkeilyalueen ja reittien vetovoimaisuuden kannalta. Tutkimuksen tulosten pohjalta on myös tavoitteena muodostaa suosituksia luontomatkailun asiakaslähtöiseksi kehittämiseksi Kainuussa. Suositukset suunnataan retkeilyalueiden ja -reittien ylläpitäjille Kainuun luontomatkailukohteiden vetovoimaisuuden lisäämiseksi. Reittien käyttäjien mielipiteitä retkeilyalueiden ja -reittien ominaisuuksien ja palveluiden tärkeydestä ei tässä muodossa ole aikaisemmin Kainuun alueelta selvitetty eikä opinnäytetyön tekijä löytänyt vastaavaa tutkimusta lähimenneisyydestä myöskään valtakunnallisesti.

Opinnäytetyön rakenne poikkeaa perinteisestä kyselytutkimuksen raportointimallista. Johdannon jälkeen tulee tutkimusasetelma, jossa lukijalle muodostuu heti työn alussa käsitys tutkimuksen keskeisistä tavoitteista sekä tutkimusongelma. Seuraavassa luvussa kuvataan matkailun työntö- ja vetovoimatekijät olemassa olevan teorian kautta. Neljännessä luvussa tarkastellaan opinnäytetyön viitekehyksenä toimivaa luonnon virkistyskäyttöä ja luontomatkailua aikaisempien tutkimusten sekä kirjallisuuden kautta. Tutkimuksen tulokset esitellään viidennessä luvussa, jossa myös muodostetaan johtopäätökset tulosten pohjalta eli millaisia asiakaslähtöisiä suosituksia tuloksista voidaan johtaa. Lisäksi pyritään antamaan ehdotuksia jatkotutkimusten aiheiksi. Työn lopussa pohditaan kriittisesti työn tavoitteita, toteutuksen onnistumista sekä hyötyjä toimeksiantajalle sekä asiantuntijana kehittymistä.

2 Tutkimusasetelma

Tässä pääluvussa kuvataan tutkimuksen tutkimusongelma ja menetelmät, joita tutkimuksessa käytetään. Lisäksi luvun alussa käydään läpi toimeksiantaja sekä työn tarkoitus. Tässä rakenteessa tutkimuksen luonne, tehdyt ratkaisut sekä menetelmät avataan heti työn alussa.

2.1 Toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantaja toimii To Explore in Kainuu – Outdoors Kainuu -hanke. Outdoors Kainuu on kolmivuotinen (01.09.2017 - 31.08.2020) hanke, jonka tavoitteena on lisätä maakunnassa vierailevien kansainvälisten ja kotimaisten luontomatkailijoiden määrää. Hankkeen avulla pyritään nostamaan Kainuun luontomatkailukohteiden digitaalista löydettävyyttä, laatua sekä elämyksellisyyttä erityisesti matkailullisesti tärkeiden reittien osalta. Edellä mainittujen asioiden avulla luontomatkailusta on mahdollista saada Kainuuseen lisää matkailutuloa lisääntyneiden kävijöiden kautta. Lisäksi hankkeen avulla pyritään rohkaisemaan matkailuyrityksiä hyödyntämään retkeilyreittejä osana myytäviä matkailupaketteja ja avustaa maaseudun matkailuyrityksiä hyödyntämään paremmin ympäröivää luontoa liiketoiminnassaan. (Outdoors Kainuu -hankehakemus 2017; Outdoors Kainuu -tukipäätös 2017.)

To Explore in Kainuu – Outdoors Kainuu -hanke on osa Visit Finlandin alaista Outdoors Finland -kansainvälistymisohjelmaa. Outdoors Finland -kansainvälistymisohjelman alla on käynnistetty maakunnallisia Outdoors -hankkeita, jotka toteuttavat maakunnallisesti Outdoors Finland -katto-ohjelman tavoitteita ja myös Outdoors Kainuu -hankkeen toimenpiteet toteutetaan tiiviissä yhteistyössä valtakunnallisen kansainvälistymisohjelman kanssa. Outdoors Finland ohjelmalla pyritään tukemaan maaseudun matkailuyritysten pääsyä kansainvälisille markkinoille. Outdoors Finland -ohjelmassa ja kansallisessa luontomatkailustrategiassa kansainvälistymisen kärkenä ovat helposti löydettävät, toteutettavat ja omatoimiset kesäaktiviteetit, kuten pyöräily, retkeily ja melonta. (Outdoors Kainuu -hankehakemus 2017; Outdoors Kainuu -tukipäätös 2017.)

Outdoors Kainuu – hanke rakentuu seitsemästä työpaketista, jotka etenevät loogisessa järjestyksessä mahdollistaen hankkeen tavoitteiden saavuttamisen. Hankkeen työpaketit ovat:

1. Toimijaverkoston kokoaminen ja kuulemiset.
2. Reittien ja luontokohteiden kartoitus.
3. Reittien ja kohteiden priorisointi.
4. Reittien kehittämissuunnitelmat.
5. Ydinreittien monikanavainen viestintämateriaali
6. Reittien tarinallisuuden ja elämyksellisyyden sekä älykkään digitalisoinnin kehittäminen.
7. Reittien ja luontomatkailun alueellisen kehittämisen koordinointi.

Tässä opinnäytetyössä toteutettu kävijätutkimus liittyy hankkeen työpakettiin kaksi, jossa kartoitetaan Kainuun maakunnan Outdoors-ohjelmaan liittyvien retkeilyreittien laajuus, kunto ja palvelurakenteet. Valittujen reittien osalta huomioidaan sekä kesä- että talviaktiviteetit. Lisäksi valittavilta reiteiltä tehdään kävijätutkimus, jossa haastattelujen avulla kartoitetaan reittejä ja kohteita käyttävien kokemuksia ja kehittämisehdotuksia. (Outdoors Kainuu -hankehakemus 2017.)

Hankkeen toimenpiteet tukevat myös Kainuun matkailustrategian 2018–2021 toteutumista, jossa keskeisiksi tekijöiksi on nostettu digitaalinen löydettävyyys ja matkailutarjonnan uudistaminen. Strategian mukaan digitaalisen löydettävyyden ja ostettavuuden avulla mahdollistetaan suorat yhteydet asiakkaisiin ja matkailupalveluiden monipuolinen esittely. Lisäksi strategiassa painotetaan, että kansainvälisessä matkailussa pärjääminen ja kasvaminen edellyttää luonto- ja liikuntapainotteisen matkailutarjonnan sekä kulttuuria ja paikallista elämäntapaa sisältävän matkailutarjonnan lisäämistä. (Kainuun matkailustrategia 2018–2021 2018, 7–11.)

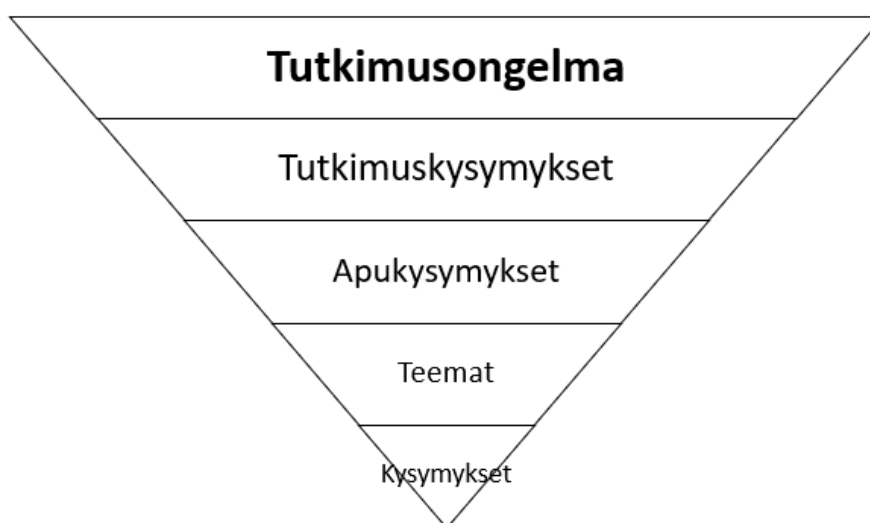
2.2 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Tieteellisellä työllä tulee olla tutkimusongelma ja edellyttää mitä-kysymystä, joka tuo ongelman esiin (Kananen 2019, 21–22). Tutkimukselle asetettu tutkimusongelma muodostaa tutkimuksen perusytimen, jota tutkimuskysymykset täydentävät. Tutkimusongelman ja tutkimuskysymysten

tulee muodostaa selkeä kokonaisuus siitä mistä tutkimuksessa on kysymys. (Tähtinen, Laakkonen & Broberg 2011, 18.) Oikeanlaista ja hyvää tutkimusongelmaa on hyvin vaikea määritellä. Tärkeää on, että se pitää sisällään, kysymyksen muodossa esitettynä, kiteytyksen siitä mitä halutaan tutkia ja tietää. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Outdoors Kainuu -hankkeen toisen työpaketin tavoitteena on kartoittaa Kainuun alueen matkailullisesti vetovoimaiset retkeilyreitit sekä käyttäjätutkimuksen avulla selvittää retkeilyreittien keskeisimmät vetovoimatekijät ja ominaisuudet. Näin ollen vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimuksen tutkimusongelmaksi muodostuu kysymys: **mitä ominaisuuksia ja palveluita retkeilijät arvostavat retkeilyalueella tai -reitillä.** Tutkimusongelman vastauksen avulla voidaan tunnistaa vetovoimaisten retkeilykohteiden ominaispiirteitä ja tietoa voidaan käyttää apuna retkeilykohteiden markkinoinnin kohdentamisessa.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on eritasoisia kysymyksiä (kuvio 1). Tutkimusongelmasta johdetaan tutkimuskysymykset. Tutkimuskysymykset täydentävät ja syventävät tutkimusongelmaa. Ilman kysymyksiä miten, miksi ja millainen ei voi olla myöskään mitä-kysymystä. Kun tutkimuskysymyksiin saadaan vastaukset, selviää myös tutkimusongelma. Tutkimuskysymysten tehtävä on ohjata tutkimusta ja ennen kaikkea aineistonkeruuta. Tutkimuskysymyksille voidaan asettaa myös apukysymyksiä, jotka auttavat vastausten saamista ylemmän tason kysymyksiin. (Kananen 2019, 22–24). Usein apukysymysten osalta puhutaan tutkimuskysymysten operationalisoimisesta, jossa tutkimuskysymyksistä johdetaan kyselylomakkeen konkreettiset kysymykset, joihin on mahdollista vastata (Tähtinen, Laakkonen & Borberg 2011, 18).



Kuvio 1. Kvantitatiivisen tutkimukset eritasoiset kysymykset (Kananen 2019, 23).

Outdoors Kainuu -hankkeen vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimuksen tutkimuskysymyksiksi määntyivät yllä olevan ohjeistuksen mukaisesti:

- Miten eri ominaisuudet, opasteet ja palvelut painottuvat retkeilyalueen vetovoimaisuuden kannalta?
- Miten eri asiakasryhmien tarpeet eroavat retkeilyalueen vetovoimaisuuden osalta?
- Millaisia asiakaslähtöisiä suosituksia tuloksista voidaan johtaa?

2.3 Tutkimusote

Opinnäytetyön tutkimuksen tutkimusongelmana on vetovoimaisen retkeilykohteen ominaisuuksien kartoittaminen, jossa pyritään selvittämään tiettyjen ominaisuuksien tärkeyttä vastaajille. Tutkimuksen tulokset pyritään yleistämään otosjoukosta perusjoukkoon ja tekemään koko perusjoukkoa koskevia johtopäätöksiä. Tämän tutkimuksen tutkimusstrategiana käytetään survey-tutkimusta, jonka lähtökohta on määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus. Survey-tutkimus on kysely- tai haastattelumenetelmällä toteutettu tutkimus, joka kohdistuu joukkoon satunnaisotannalla valittuja tutkimuskohteita. Survey-tutkimus on mahdollista toteuttaa eri tavoin ja eri analyysimenetelmien kautta. Survey-tutkimuksessa voidaan käyttää monipuolisesti eri kysely- tai haastattelumenetelmiä ja aineistoja voidaan tulkita kvantitatiivisesti tai kvalitatiivisesti. (Jyväskylän yliopisto 2015.) Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimus toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena kyselylomakkeen avulla ja tiedonkeruu tapahtui kolmessa vaellustapahtumissa toteutettuna tiedonkeruuna sekä internetissä julkaistulla sähköisellä kyselylomakkeella.

Kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimusta voidaan kutsua myös tilastolliseksi tutkimukseksi, jonka tavoitteena on selvittää lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Määrällisessä tutkimuksessa asioita kuvataan ja tulkitaan numeroiden kautta ja siinä usein selvitetään myös eri asioiden välisiä riippuvuuksia. Tuloksia voidaan havainnollistaa erilaisten taulukoiden ja kuvioiden avulla. (Heikkilä 1998, 16–17.) Kvantitatiivinen tutkimus on prosessi, joka etenee vaihe vaiheelta seuraavaan. Tutkimuksen tiedonkeruumenetelmät ovat vakioituja ja saatua aineistoa käsitellään tilastotieteen analyysimenetelmien mukaisesti. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tavoitteena on tulosten yleistettävyys, jossa otosjoukon vastauksista johdetaan analyysien avulla johtopäätökset. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa otoksen valinnassa ja muodostumisessa harvoin

onnistutaan täydellisestä ja sen vuoksi kvantitatiivisessa tutkimuksessa tulee ottaa kantaa tutkimuksen luotettavuuteen eli reliabiliteettiin ja validiteettiin. (Kananen 2011, 20–24.) Kvantitatiivisen tutkimuksen ongelmana on pidetty sitä, että tutkimuksen avulla saadaan yleensä kartoitettua olemassa oleva tilanne, mutta ei pystytä riittävästi selvittämään asioiden syitä. Määrällinen tutkimus voi myös jäädä pinnalliseksi, koska tutkimuksessa ei päästä riittävän syvällä tutkimuskohteenä olevien elämään ja tällöin vaarana on tulosten väärä tulkinta. (Heikkilä 1998, 16.)

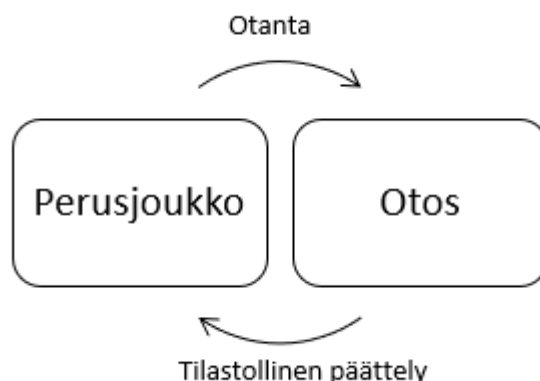
Kyselytutkimus on paras tapata toteuttaa määrällinen tutkimus, kun perusjoukko on laaja ja halutaan selvittää ilmiötä ja muuttujien välisiä yhteyksiä. Kyselytutkimuksessa kaikilta tutkittavilta kysytään samat vakioidut kysymykset ja tutkittava aineisto kerätään kyselomakkeen avulla. Luotettavasti toteutettu kyselytutkimus edellyttää riittävän suurta ja edustavaa otosta perusjoukosta sekä yleensä standardoituja tutkimuslomakkeita valmiine vastausvaihtoehtoineen. (Heikkilä 1998, 19.) Kyselytutkimuksen suurin luotettavuuteen vaikuttava tekijä on riittävän otoskoon saavuttaminen. Vastausten lukumäärään voidaan vaikuttaa tutkimuksen aiheella ja laajuudella, kohderyhmän valinnalla, kyselyn toteutusmuodon valinnalla sekä kyselylomakkeella. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2005, 182.)

Vetovoimainen retkeilyalue -kysetutkimus toteutettiin syksyllä 2018. Kyselytutkimuksen aineistonkeruu tapahtui kolmessa vaellustapahtumassa, joita olivat Saukonselän vaellus, Vuokatin vaellus sekä Hallan akan vaellus. Lisäksi ainestoa kerättiin myös Outdoors Kainuu -hankeen Facebook-sivujen kautta jaetun sähköisen kyselylomakkeen avulla. Sähköisen kyselylomakkeen linkkiä jaettiin eri vaellus- ja liikunta-alan organisaatioiden kautta, kuten Suomen Latu ja Kainuun Liikunta sekä Facebookin eri retkeilystä kiinnostuneiden ryhmissä. Vastaajien kokonaismäärä oli 449 vastausta, joista 167 vastasi tapahtumissa ja 282 sähköisen kyselyn kautta.

2.4 Otanta

Tutkimuksissa perusjoukoksi eli populaatioksi kutsutaan koko tutkittavaa kohdejoukkoa, josta tutkimuksella halutaan tehdä päätelmiä. Kokonaistutkimuksessa tutkitaan jokainen perusjoukon jäsen, mutta perusjoukon kasvaessa suureksi, yleensä yli 200–300 jäsentä, joudutaan turvautumaan otantatutkimukseen. Otantatutkimuksessa perusjoukkoa edustaa otos perusjoukosta, joka on edustava pienoiskuva perusjoukosta. Perusjoukon rakenne tulee siis kyetä määrittelemään, että pystytään toteamaan otoksen ja perusjoukon vastaavuus. Vastaavuus merkitsee sitä, että

otosjoukossa on samoja ominaisuuksia samassa suhteessa kuin perusjoukossa (kuvio 2). (Heikkilä 1998, 33–34; Kananen 2011, 65–66.)



Kuvio 2. Perusjoukon suhde otokseen (mukaillen: Heikkilä 1998, 34).

Otantamenetelmä on ohjeisto, jolla perusjoukosta poimintaan perusjoukkoa edustava otos. Otantamenetelmän valintaan vaikuttavat tutkimuksen tavoitteet, perusjoukon koostumus, käytettävissä olevat rekisterit ja tilastot sekä käytettävissä oleva budjetti. Kvantitatiivisissa tutkimuksissa käytetään todennäköisyyteen perustuvia otantamenetelmiä. Ryväotannassa tutkittava perusjoukko koostuu luonnollisista ryhmistä, joista otos muodostetaan. Kaksivaiheisessa ryväotannassa perusjoukosta erotetaan ryppäitä ja valittujen ryppäiden joukosta valitaan satunnaisesti otanta, jotka osallistuvat tutkimukseen. Ryväotanta soveltuu hyvin käytettäväksi kenttätutkimuksissa ja säästää kustannuksia, koska yleensä ryppäät sijaitsevat maantieteellisesti lähekkäin. Tämä toki vähentää otannan tarkkuutta, koska maantiellisesti samassa sijainnissa, tapahtumassa yms., olo käy usein käsikädessä kohderyhmän samankaltaisuuden kanssa ja aiheuttaa homogeenisyyttä tutkimukseen. (Heikkilä 1998, 35–39; Kananen 2011, 68–78.)

Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimus toteutettiin ryväotantamenetelmää käyttäen. Tutkimuksen perusjoukko muodostui retkeilystä ja luontomatkailusta kiinnostuneista ja retkeilyä harrastavista. Tutkimuksen kenttätöosuudessa perusjoukosta valittiin perusjoukkoa edustavat ryppäät, jotka tässä tapauksessa olivat kolme Kainuussa syksyllä 2018 järjestettyä retkeily- tai vaellustapahtumaa. Valituiksi tulivat Saukonselän vaellus Ristijärvellä, Vuokatin vaellus Sotkamossa sekä Hallan akan vaellus Hyrynsalmella. Näihin tapahtumiin osallistuvien katsottiin edustuvan hyvin valittua perusjoukkoa. Tapahtumissa tutkimukseen osallistuneet valittiin satunnaisotannalla. Tutkimuksen kenttätöosuudessa saatiin 167 vastausta, minkä ei katsottu vielä olevan riittävä otoskoko edustamaan perusjoukon näkemystä. Tämän vuoksi tutkimuksen tiedonkeruumenetelmää laajennettiin sähköisen kyselyn kautta. Sähköisen kyselyn osalta ryppäät pyrittiin

muodostamaan myös niin, että ne edustavat mahdollisimman hyvin perusjoukkoa. Sähköisen kyselylomakkeen linkkiä pyrittiin ensisijaisesti jakamaan sellaisissa sosiaalisen median kanavissa, joita retkeilystä ja luontomatkailusta kiinnostuneet sekä retkeilyä harrastavat seuraavat. Näitä olivat mm. hankkeen omat sosiaalisen median kanavat, Suomen Ladun Facebook-sivut ja Kainuun Liikunnan Facebook-sivut sekä erilaiset Facebookin retkeilyryhmät. Sähköisen kyselyn kautta vastausten määrä kasvoi 282 vastauksella.

Otoskoon valinnassa on usein tehtävä rajoituksia johtuen käytettävissä olevasta ajasta, rahasta yms. Optimaalisen otoskoon tavoitteena on, että tutkimustulokset vastaavat perusjoukon näkemyksiä. Mitä erilaisempi, eli heterogeenisempi, perusjoukko on sitä suurempi, tulisi otoksen olla. Otoksen kokoon vaikuttaa myös ns. tarkkuusvaatimus ja otoskoosta voidaan esittää tiettyjä viitearvoja, jotka viittaavat saatujen vastausten määrään. Otoskooksi suositellaan vähintään 100, jos kohderyhmä on suppea ja tuloksia tarkastellaan kokonaistasolla. 200–300, jos perusjoukossa on ryhmiä, joiden välisiin vertailuihin tutkimus keskittyy; jokaisessa ryhmässä tulisi olla ainakin 30 tilastoyksikköä. Valtakunnallisissa kuluttajatutkimuksissa vähintään 500–1000 vastausta. Ylärajan otoskoolle asettaa yleensä jo edellä mainitut rajoitukset. Huomioitavaa kuitenkin on, että tulosten luotettavuus ei suoraviivaisesti kasva samassa suhteessa otoskoon kanssa. Otoskokoa lisäämällä tulokset tarkentuvat alussa, mutta tiettyjen viitearvojen jälkeen tarkkuus ei enää kasva kovinkaan paljon, mutta kustannukset kylläkin. Otoskokoa suunniteltaessa on otettava huomioon myös kadon vaikutus. Kato vaikuttaa otoskokoon negatiivisesti ja tämän vuoksi otoskoossa tulee ottaa huomioon kadon vaikutus, jotta sen luotettavuus ei kärsi. Huomioitavaa on myös epätäydellisten vastausten aiheuttama kato. (Heikkilä 1998, 41–46; Kananen 2011, 66–68.)

Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimuksessa tavoiteltu otoskoko oli 500 vastausta ja toteutunut otoskoko 449 vastausta. Asetusta tavoitteesta jäätii vain vähän ennen kaikkea täydentämällä tutkimusta sähköisellä kyselyllä, joka toi kaksikolmasosaa vastauksista. Verrattaessa otoskokoa ja saatuja vastauksia yllä esitettyihin viitearvoihin, saavutettiin tutkimuksessa riittävä otoskoko suhteessa tutkimuksen tavoitteisiin ja perusjoukon laajuuteen.

2.5 Kyselomake

Strukturoitu kyselylomake on kvantitatiivisen tutkimuksen olennainen tekijä, jonka avulla kerätään vastaajilta tarvittava tieto. Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelma tulee olla täysin selvillä ennen kuin kyselylomakkeen laatiminen aloitetaan, koska tutkijan tulee tietää millä kysymyksillä

tutkimusongelmaan saadaan vastauksia ja mitkä ovat taustatekijöitä, joilla on vaikutusta tutkittavaan aiheeseen. Lomakkeen kysymyksiä ei voi muuttaa enää tiedonkeruun jälkeen ja kysymysten muoto onkin yksi suurimmista tutkimuksen virheiden aiheuttajista. Kyselylomake jaetaan selitettäviin muuttujiin (tutkittava ilmiö) sekä selittäviin muuttujiin (taustatekijät). Kyselylomakkeen strukturoitu rakenne varmistaa, että jokaisella vastaajalla on samat perustiedot ja lähtökohdat vastaamiselle. (Heikkilä 1998, 47–48; Kananen 2011, 44–45.)

Kyselyn suunnitteluvaihe edellyttää aiheen vankkaa tuntemusta, oikean tutkimusasetelman valintaa ja tutkimusongelman sekä siihen liittyvien käsitteiden täsmentämistä. Tärkeää on tiedostaa mitä tietoa lomakkeen avulla tarvitaan. Tämän vuoksi myös tulosten analysoinnin tasot tulee määrittää jo ennen tutkimuksen toteutusta, jotta kyselylomakkeen avulla saadaan riittävästi tietoa. Myös kyselyn toteutustapa, posti- ja verkkokysely tai kontrolloitu kysely, vaikuttaa lomakkeen suunnitteluun. (Heikkilä 1998, 47–48; Kananen 2011, 44–45.) Hirsjärven ym. (2005, 191–192) mukaan hyvin toteutetulla kyselylomakkeella on tiettyjä yhteneväisiä piirteitä. Kyselylomake ja kysymysten asettelu tulee olla selkeää, että vastaajat ymmärtävät kysymykset samalla tavalla. Kysymysten tulee olla yksityiskohtaisia ja kysytään vain yhtä asiaa kerrallaan. Lyhyet kysymykset ovat ymmärrettäviä ja houkuttelevat vastaamaan paremmin. Lisäksi kyselyn tulee olla loogisesti jäsennellyt kokonaisuus, jonka sanavalinnat ovat helposti ymmärrettäviä. Heikkilä (1998, 48–49) lisää vielä, että samaa aihetta koskevat kysymyksen tulisi olla ryhmitelty kokonaisuuksiksi, lomake sisältää kontrollikysymyksiä, joilla varmistetaan luotettavuus sekä vielä sen, että lomakkeen kysymykset on mahdollista käsitellä tilasto-ohjelmalla. Tärkeää on myös toteuttaa lomakkeen testaus, jonka jälkeen voidaan vielä toteuttaa tarvittavat muutokset.

Kyselylomakkeen kysymykset tutkimuksen raaka-aine, josta riippuu tutkimuksen luotettavuus ja laatu. Kyselylomakkeen kysymykset voidaan määritellä avoimiin ja strukturoituihin kysymyksiin. Avoimet kysymykset ovat kysymyksiä joihin tutkimukseen osallistuva voi vastata vapaamuotoisesti. Avoimet kysymykset voivat olla täysin avoimia tai suunnattuja. Avoimia kysymyksiä käytetään yleensä kvalitatiivisissa tutkimuksissa, mutta myös kyselytutkimuksissa on usein mukana suunnattuja avoimia kysymyksiä ja ne ovat tarkoituksenmukaisia silloin, kun vastauksia halutaan täydentää. Strukturoiduissa eli suljetuissa kysymyksissä vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi. Strukturoituja kysymyksiä ovat erilaiset vaihtoehdo- ja asteikkokysymykset ja ne ovat soveltuvia, kun vastausvaihtoehdot on rajallisesti. Strukturoitujen kysymysten etuina ovat vastaamisen nopeus sekä tulosten helppo käsittely. Tutkimukseen osallistuvien mielipidettä selvittävässä tutkimuksessa käytetyin strukturoidun kysymysten tyyppi on Likert-asteikolliset kysymykset, joka on

tavallisesti 4- tai 5-portainen asteikko, jonka ääripäät jakautuvat ”täysin samaa mieltä” - sekä ”täysin eri mieltä”-vastausvaihtoehtoihin. Likert-asteikollisessa kysymyksessä tulee huomioida eri vaihtoehtojen sijoittelu ja ennen kaikkea ”ei samaa eikä eri mieltä” -vastausvaihtoehdon mielekkyys. Tämä vaihtoehto on usein liian houkutteleva ja sen poisjättämisellä voidaan pakottaa vastaajaa kertomaan mielipiteensä. (Heikkilä 1998, 49–54; Kananen 2011, 30–35.)

Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimuksen kyselylomakkeen (liite 1) selitettävien muuttujien osuus koostuu pääosin Likert-asteikollisista kysymyssarjoista, joista on muodostettu omat kokonaisuudet lomakkeeseen. Kokonaisuudet liittyvät reittien ominaisuuksiin, opasteisiin, saavutettavuuteen sekä palvelurakenteeseen. Kunkin osion alla on vaihteleva määrä strukturoituja kysymyksiä riippuen kuhunkin osioon liittyvistä, tutkimuksen kannalta merkityksellistä, kysymyksistä ja asiakokonaisuuksista. Likert-asteikon kysymyksistä on tietoisesti jätetty pois ei kantaa ottava vaihtoehto ja valitut vastausvaihtoehdot ovat erittäin tärkeä, tärkeä, melko tärkeä, ei kovin tärkeä ja ei lainkaan tärkeä. Näin tutkimuksen tuloksista pystytään johtamaan tutkimusongelman kannalta tärkeitä johtopäätöksiä eri ominaisuuksien ja palveluiden merkityksellisyydestä, vaikkakin Likert-asteikon heikkoutena on, ettei vastauksista voi päätellä mikä painoarvo kullakin vastauksella vastaajalle on. Lisäksi selitettävien muuttujien osiossa on muutamia suunnattuja avoimia kysymyksiä sekä monivalintakysymyksiä. Avointen kysymysten avulla pyrittiin varmistamaan mahdollisuus kertoa ominaisuudesta tai palvelusta, joka ei käy ilmi strukturoitujen kysymysten kautta sekä antaa kohde-esimerkki hyvästä retkikohteesta. Muilla suljetuilla kysymyksillä pyrittiin määrittelemään, millainen retkeilijätyyppi vastaaja kokee olevansa. Selittävät muuttujat eli taustakysymykset antavat tietoa vastaajien demografisista muuttujista ja auttavat muodostamaan johtopäätöksiä eri kohderyhmien valinnoista ja mieltymyksistä. Taustakysymyksissä käytettiin sekä monivalinta- ja avoimia kysymyksiä.

2.6 Mitta-asteikot ja muuttujat

Kvantitatiivisen tutkimuksen perusta on muuttuja ja muuttujien havainnointi perustuu mittaamiseen. Mittaamisessa muuttujien ominaisuuksia havainnoidaan asetettujen numeeristen arvojen avulla. Tilastotieteessä mittaaminen on käsitteenä laajempi kuin fysikaalisten suureiden osalta ja muuttujien mittaustasoja kuvataan mitta-asteikko käsitteellä. Mitta-asteikot voidaan jakaa neljään eri luokkaan ominaisuuksien mukaisesti (kuvio 3). (Heikkilä 1998, 80–81; Kananen 2011, 53–54.)

Asteikkotyyppi	Esimerkki	Tilastolliset operaatiot	Ominaisuus
Nominaali-asteikko	Sukupuoli Ammatti Käyttää/ei käytä	Prosenttiluvut Moodi Ristiintaulukointi	Samanlainen Erilainen
Ordinaali-asteikko	Mikä tahansa järjestyks, esimerkiksi eri suosituimmuusjärjestys	Mediaani	Järjestys
Intervalli-asteikko	Lämpötila	Keskiarvo Keskihajonta	Välimatkojen pituus
Suhdeluku-asteikko	Pituus Paino	Keskiarvo	Määrä

Kuvio 3. Asteikkotyyppien ominaisuudet (mukaillen: Kananen 2011, 62).

Luokittelu- eli nominaali-asteikko on vähiten kehittynyt luokitteluasteikko. Nominaali-asteikollisen muuttujan arvoista voidaan sanoa ovatko ne samanlaisia vai erilaisia, mutta sitä ei voida asettaa järjestykseen. Havaintoyksikkö voi kuulua vain yhteen luokkaan ja ominaisuus joko on tai ei ole, esimerkiksi sukupuoli, ammatti jne. Numeerisiksi muutettuna mittarin arvot voivat olla esimerkiksi sukupuolikysymyksessä yksi, kaksi tai kolme, mutta näistä ei voi suorittaa laskutoimituksia. Järjestys- eli ordinaaliasteikolla havaintoyksiköt asetetaan järjestykseen mitatun ominaisuuden suhteen. Mittauksen tuloksena saadut arvot ilmaiset järjestyksen, mutta eivät määriä tai suhteita. Järjestysasteikollisten muuttujien arvojen välistä suhdetta ei havainnoida laskutoimituksilla eikä muuttujille lasketa keskiarvoja. Intervalli – eli välimatka-asteikko mittaa nimen mukaisesti luokkien välimatkaa ja mahdollistaa muuttujien suuruuden vertailun. Luokkien välit ovat aina tasanomaiset ja vertailu voidaan toteuttaa yhteen- ja vähennyslaskujen avulla. Asteikolla ei ole yksiselitteistä nollapistettä, jossa ominaisuus loppuisi. Välimatka-asteikolla ei voida mitata määriä. Absoluuttinen- eli suhdeasteikko eroaa muista asteikoista siinä, että sillä on yksiselitteinen nollakohta ja asteikolla voidaan mitata määriä, esimerkiksi kuinka moninkertainen muuttujan arvo on toiseen verrattuna. Suurin osa fysikaalisista suureista, kuten esimerkiksi pituus, paino, aika, matka jne. ovat suhdeasteikollisia. Suhdeasteikko mahdollistaa kerto- ja jakolaskujen käyttämisen ja niillä voidaan havainnoida muuttujien välisiä suhteita. Huomioitavaa on, että ylemmän tason mitta-asteikko omaa aina myös alemman tason ominaisuudet. Vähintään välimatka-asteikollisilla muuttujilla voidaan suorittaa ylimmän tason tilastollisia analyyseja. (Heikkilä 1998, 81–82; Kananen 2011, 60–63.)

Muuttuja eli mittari on mitattava ominaisuus ja havaintoyksikkö on se mihin mittaaminen kohdistetaan. Havaintoyksikkö on siis tutkimuksen kohde. Havaintoyksiköiden saaman ominaisuudet vaihtelevat ja nämä ominaisuudet määrittelevät käytettävän mittarin. Muuttujat jaetaan kahteen

pääryhmään, sen mukaan mitataanko laatua (kvalitatiiviset) vai määrää (kvantitatiiviset). Lisäksi muuttujat jaetaan luokkamuuttujiin ja jatkuviin muuttujiin. Jatkuva muuttuja voi saada äärettömän määrän arvoja, mutta niistä voidaan tehdä luokkamuuttujia luokittelemalla. Luokkamuuttujissa huomioitavaa on myös dikotomiset muuttujat, jotka voivat saada vain kaksi eri arvoa, esimerkiksi kyllä tai ei. Muuttujien saamiin arvoihin vaikuttaa tutkimuksen mittaustaso eli riittääkö tutkimuksen kannalta pelkkä luokittelu vai tarvitaanko mittausta lukuarvolla. (Heikkilä 1998, 82; Kananen 2011, 57–59.)

Koska muuttuja on se ominaisuus, jota mitataan, muuttujat muutetaan kvantitatiivisessa tutkimuksessa kysymysten muotoon. Näin voidaan mitata tutkittavaa ilmiötä. Muuttujista johdettujen kysymysten kautta ilmiön tarkastelu ja analyysit täsmentyvät. Ne auttavat hahmottamaan sen mitä ollaan selittämässä ja täsmentävät käsitteiden ja ilmiöiden välisiä suhteita. Muuttujat tulisi ottaa huomioon jo aineiston keräämisen suunnitteluvaiheessa. (Esaïsson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud 2003, 46.)

Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimuksen keskeiset ominaisuuksien ja palveluiden tärkeyttä koskevat kysymykset koostuvat pääosin luokkamuuttujista. Lomakkeen Likert-asteikollisista kysymyksistä osalta voitaisiin ajatella näiden kysymysten mitta-asteikkona käytettävän järjestysasteikkoa. Koska kysymyksillä pyritään kuitenkin selvittämään tutkimukseen osallistuneiden mielipide kunkin ominaisuuden tai palvelun tärkeyteen, muuttuu käytettävä mitta-asteikko välimatka-asteikoksi. Tämä sen vuoksi, että muuttujista on tarkoitus selvittää tilastollisia tunnuslukuja, kuten keskiarvo ja keskihajonta. Samaa mitta-asteikkoa käytetään myös tutkimuksen monivalintakysymysten osalta, joissa määritellään vastaajien retkeilykäyttäytymistä. Tutkimuksen avoimien kysymysten luokittelu tapahtuu käyttäen suhdeasteikkoa. Kyselylomakkeen avoimet kysymykset on muotoiltu selvittämään jonkin ominaisuuden tai kohteen esiintymistiheyttä eli määrää, esimerkiksi lomakkeen ensimmäinen kysymys ” Millaisia ominaisuuksia on mielestäsi hyvällä ja vetovoimaisella retkeilyalueella ja -reitillä?”. Näin ollen näiden kysymysten osalta mitta-asteikkona käytetään suhdeasteikkoa ja vastauksista pyritään selvittämään eri ominaisuuksien, retkeilykohteiden yms. esiintymistiheys verrattuna muihin. Kysymyslomakkeen taustakysymykset ovat selittäviä muuttujia, joissa on mukana sekä avoimia, että monivalintakysymyksiä. Taustakysymykset ovat lähtökohtaisesti jatkuvia muuttujia, mutta osa, kuten ikä, tullaan luokittelemaan, jolloin niistä tulee myös luokkamuuttujia.

2.7 Aineiston analysointi

Tutkimuksen tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset määrittävät valittavat aineiston analysointimenetelmät. Tutkimuksen tekijän tulee tunnistaa mitkä analysointimenetelmät antavat vastauksia tutkimuskysymyksiin. (Hirsjärvi ym. 2005, 212.) Mikäli tutkimusongelma rajoittuu ilmiön kuvailuun, riittävät analyysimenetelmiksi yksiulotteiset analyysit. Jos taas ilmiöllä on vahva teoriatausta, josta johdetaan muuttujien välisiä riippuvuussuhteita, voidaan hyödyntää monimuuttujamenetelmiä. Analyysimenetelmien valintaan vaikuttavat myös käytettävät mitta-asteikot, koska jokaisella analyysimenetelmällä on mittaustasoja koskevat vaatimukset. Kvantitatiivisen tutkimuksessa selvitetään määriä, riippuvuuksia sekä syyseuraussuhteita. Analyysien tarkoituksena on, että saadut tulokset voidaan yleistää koskemaan perusjoukkoa, josta otos on muodostettu. (Kananen 2011, 85–86.)

2.7.1 Yksiulotteiset tarkastelumenetelmät

Aineiston yksiulotteiset tarkastelumenetelmät käsittävät yleisimmin aineiston suorat jakaumat, graafiset diagrammit ja kaaviot, tilastolliset tunnusluvut. Suorat jakaumat tarkoittavat yksiulotteista frekvenssijakaumaa, joka kertoo, kuinka monta kappaletta kutakin muuttujan arvoa tutkimusaineistossa esiintyy ja niiden lukumäärä ilmaistaan kirjaimella n . Yleensä kvantitatiivisessa tutkimuksessa tämä tieto ilmoitetaan myös suhteellisenä frekvenssinä eli muuttujan arvon prosentuaalisena osuutena koko aineistosta. (Kananen 2011, 74; Gustafsson 2013, 12–15.)

Yksinkertaisen frekvenssijakauman kautta tutkimuksen tuloksista voidaan johtaa tilastollisia tunnuslukuja sekä havainnollistaa erilaisilla diagrammeilla ja kaavioilla. Tärkeimmät tunnusluvut kvantitatiivisessa tutkimuksessa ovat aritmeettinen keskiarvo, mediaani, moodi, fraktiilit, hajontaluvut, keskihajonta, keskipoikkeama, vaihteluväli, huipukkuus sekä aineiston vinous. Nykyaikaiset tilasto-ohjelmat laskevat tunnusluvut aineistosta, joten tutkijan osaksi jää niiden oikeanlainen hyödyntäminen ja tulkinta. Aineiston graafiseen esittämisen muoto on riippuvainen käytetystä mitta-asteikosta. Luokitteluasteikollisten ja järjestysasteikollisten muuttujien havainnollistamiseen voidaan hyödyntää esimerkiksi vaakapylväskuvioita tai pystypylväskuvioita. Jatkuvien muuttujien osalta muuttujia voidaan havainnollistaa histogrammeilla sekä hajontakuviolla. Tieteellisessä tutkimuksessa tulee suosia taulukon käyttöä havainnollistamiseen. Diagrammien voidaan käyttää harkitusti, mutta usein niiden käyttöön liittyy runsaasti virhetulkinnan mahdollisuus. (Kananen 2011, 75–76; Gustafsson 2013, 16–32.)

2.7.2 Kaksiulotteiset tarkastelumenetelmät

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita eri muuttujien välisistä riippuvuussuhteista eli muuttujien välisiä yhteyksiä. Tämän selvittämiseksi tarvitaan kaksiulotteisia tarkastelumenetelmiä, jolloin muuttujia on mahdollista analysoida samanaikaisesti. Eri muuttujien keskinäistä yhteyttä voidaan tarkastella ristiintaulukoinnin avulla ja sitä voidaan analysoida esimerkiksi riippuvuuden olemassaolon, voimakkuuden ja luonteen perusteella. Ristiintaulukoinnissa selittävällä muuttujalla selitetään selittävää muuttujaa eli selittävä muuttuja sijoitetaan pystyakselille ja selitettävä muuttuja vaaka-akselille. Ristiintaulukointia voidaan käyttää luokitteluasteikonkin tasoisille muuttujille. Kun halutaan ristiintaulukoinnin lisäksi tietoa myös riippuvuuden määrästä ja laadusta, voidaan se selvittää kontingenssikertoimen avulla. Kontingenssikertoimen selvittämisen mahdollistaa khii toiseen-arvon laskeminen, jolla kuvataan muuttujien välistä riippuvuussuhdetta laskemalla frekvenssien ja odotettujen frekvenssien eroavaisuuksia. Kontingenssikertoimen arvon ollessa nolla, muuttujien välillä ei esiinny riippuvuutta. Ristiintaulukoitujen arvojen riippuvuussuhteen kasvaessa, myös kontingenssikertoimen arvo kasvaa. Tulkinnoissa on kuitenkin otettava huomioon tekninen riippuvuus ei välttämättä tarkoita sitä, että muuttujien välillä vallitsee syy-seuraussuhde, koska käytännössä ilmiöön vaikuttaa useampi muuttuja. (Kananen 2011, 77–78; Gustafsson 2013, 34; Heikkilä 1998, 210–212.)

Khiin neliö -testiä käytetään ristiintaulukoitujen aineistojen merkitsevyydestinä, jossa arvioidaan ovatko ryhmien väliset erot sattumasta johtuvia. Khiin neliö -testin pohjana ovat määritetyt hypoteesit. Nollahypoteesi on oletamus, jonka mukaan muuttujien välillä ei ole riippuvuutta ja varsinainen hypoteesi pitää sisällään oletuksen, että muuttujien välillä on riippuvuussuhde. Riippuvuussuhteen tarkastaminen alkaa laskemalla taulukon jakaumien ero eli khii toiseen -arvo sekä vapausaste. Vapausaste lasketaan kaavalla: sarakkeiden määrä -1 x rivien määrä -1. Merkitsevyydestä tarkastetaan khii toiseen -jakaumataulukosta, jossa verrataan määritettyä vapausastelukua sekä ja taulukon erojen suuruutta khii-tilaukon arvoihin. 5 %:n merkitsevyydestä on neljä eri tasoa:

- Tilastollisesti erittäin merkitsevä (***): $p \leq 0,001$
- Tilastollisesti merkitsevä (**): $p \leq 0,01$
- Tilastollisesti melkein merkitsevä (*): $p \leq 0,05$
- Tilastollisesti ei merkitsevä (-): $p > 0,05$

Merkitsevyystaso kuvataan p-arvona ja tilasto-ohjelmissa siitä käytetään lyhennettä sig. (Kananen 2011, 80–83; Gustafsson 2013, 35–39; Heikkilä 1998, 212–215.)

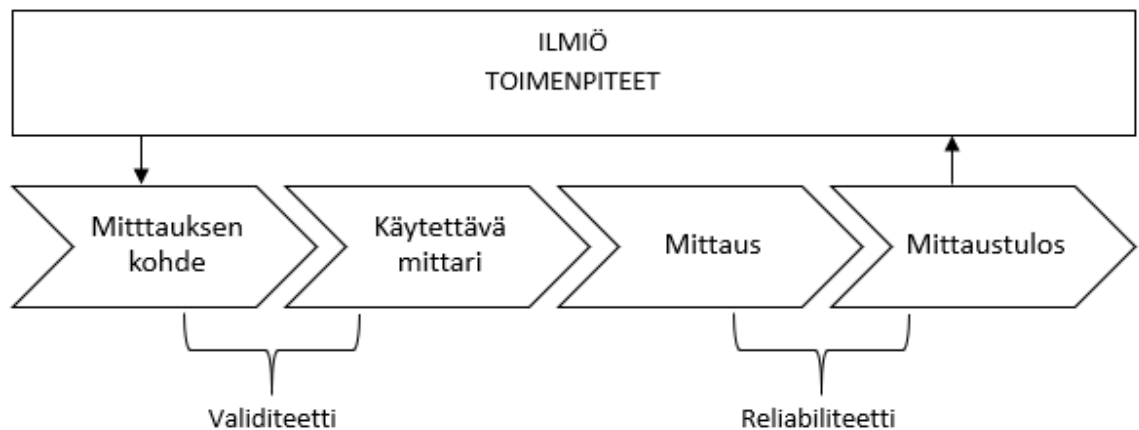
Lineaarista riippuvuutta kuvataan Pearsonin korrelaatiokertoimella, jossa riippuvuutta tutkitaan hajontakaavion avulla. Pearsonin korrelaatiokerroin se voidaan laskea välimatka-asteikollisista muuttujista ylöspäin ja myös luokitteluasteikossa kaksiarvoisille muuttujille. Jos muuttujien välillä ei ole lineaarista riippuvuutta, Pearsonin r:n arvo on 0. Arvo 1 kuvaa voimasta positiivista korrelaatiota, jolloin toisen muuttujan kasvaessa myös toinen kasvaa. Jos kertoimen arvo on -1, muuttujien välillä on voimakas negatiivinen korrelaatio eli toisen muuttujan kasvaessa toisen muuttujan arvo pienenee. Myös Pearsonin korrelaatiokertoimessa selittävä muuttuja merkitään sarakkeeseen ja selitettävät muuttujat kuvataan riveillä. Muuttujien välistä riippuvuussuhdetta selitetään laskennallisen selityssasteen avulla. Selityssaste saadaan korottamalla korrelaatiokertoimen arvo toiseen potenssiin ja tulos ilmoitetaan prosentteina. (Kananen 2011, 79–80; Heikkilä 1998, 90–92.)

Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimus selvittää ennen kaikkea havaintoyksiköiden mielipiteitä retkeilyalueen eri ominaisuuksien sekä palveluiden tärkeydestä. Kuten aikaisemmin jo todettiin tämän tutkimusongelman kannalta keskeisen käsitteen vuoksi tutkimuksen Likert-asteikollisia muuttujia, tullaan käsittelemään välimatka-asteikollisina muuttujina, koska muuttujista on tutkimusongelman kannalta tarpeellista selvittää tilastollisia tunnuslukuja, kuten keskiarvo ja keskihajonta, sekä havainnollistaa taustakysymysten muuttujia myös graafisin diagrammein. Tutkimuksen kannalta on myös tarpeen selvittää miten eri käyttäjäryhmät mieltävät eri ominaisuuksien ja palveluiden tärkeyden eli tutkia syyseuraussuhteita. Tämän selvittämiseksi tutkimustulosten analysoinnissa hyödynnetään myös kaksiulotteisia tarkastelumenetelmiä. Riippuvuussuhteen tarkastelua tehdään ristiintaulukoinnin avulla ja riippuvuuden merkitsevyystestinä Khiin neliö -testiä sekä riippumattomien otosten t-testiä, joiden avulla havaitaan tilastollisesti merkittävät erot eronaisuudet eri käyttäjäryhmien välillä.

2.8 Tutkimuksen luottavuuden arviointi

Tutkimuksen tavoitteena on tuottaa mahdollisimman luotettavaa tietoa tutkitusta aiheesta. Tutkimuksessa mittauksen luotettavuutta kuvataan kahden käsitteen kautta, jotka ovat validiteetti ja reliabiliteetti (kuvio 4). Nämä yhdessä muodostavat tutkimuksen kokonaisluotettavuuden. Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavat käsittely-, mittaus-, otanta sekä peitto- ja katovirheet.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkimuksen luotettavuutta voidaan parantaa huomioimalla validiteetti- ja reliabiliteettikysymykset jo suunnitteluvaiheessa. (Kananen 2011, 118–119; Heikkilä 1998, 185.)



Kuvio 4. Validiteetti ja reliabiliteetti (mukaillen: Saari 2006, 41).

2.8.1 Reliabiliteetti

Reliabiliteetti on tutkimuksen kyky tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia eli toistettaessa tutkimus saadaan samat tulokset. Reliabiliteetti tarkoittaa siis saatujen tulosten pysyvyyttä ja puutteellinen reliabiliteetti johtuu yleensä satunnaisvirheistä, joita aiheuttavat otanta- sekä mittausvirheet. Tulosten tarkkuus riippuu tiettyyn rajaan asti otoksen koosta ja mitä pienempi otos, sitä sattumanvaraisemmat tulokset. (Kananen 2011, 119; Heikkilä 1998, 187.)

Reliabiliteetista voidaan erottaa kaksi osatekijää: stabiliteetti ja konsistenssi. Stabiliteetti mittaa mittarin pysymistä ajassa ja sitä voidaan nostaa suorittamalla useita mittauksia ajallisesti peräkkäin. Huomioitavaa kuitenkin on, että alhainen reliabiliteetti voi johtua myös ilmiön muuttumisesta eikä mittarin epästabiilisuudesta. Konsistenssilla tarkoitetaan sitä, että mittarin osatekijät mittaavat samaa asiaa. Sen mittarina käytetään Cronbachin alfakerrointa, joka perustuu väittämien korrelaatioon. Tuloksen saatu alfakerroin voi vaihdella arvojen 0 ja 1 välillä ja uusien mittarien osalta yli 0,7 arvo kuvastaa muuttujan hyvää sisäistä johdonmukaisuutta. Käytännössä tämä tarkoittaa joko saman muuttujan tutkimista kohdehenkilöllä kahdella eri mittarilla. Yksinkertaisimmillaan tämä voidaan todeta vastinparikysymysten avulla. Tulos on luotettava, kun samaa

asiaa mittaaviin vastakkaisten väittämien välillä on korkea korrelaatio. Nykyisin reliabiliteettikysymys saatetaan arvioida myös vain tilasto-ohjelman antaman mittausvirheen kautta. (Kananen 2011, 120–121; Heikkilä 1998, 187–188; Hiltunen 2009.)

2.8.2 Validiteetti

Tutkimuksen reliabiliteetti voi olla korkea eli mittari tuottaa aina saman tuloksen, mutta itse mittari voi olla väärä. Reliabiliteetti ei siis takaa tutkimuksen validiteettia, mutta jos tutkimuksen validiteetti on kunnossa, on myös reliabiliteetti yleensä kunnossa. Validiteetti kertoo, missä määrin on onnistuttu mittaamaan sitä, mitä tutkimuksessa oli tarkoituskin mitata. Mittari on siis validi, jos se mittaa sitä, mitä sen pitääkin mitata. Kyselytutkimuksen osalta keskeisessä roolissa ovat kysymykset eli voidaanko niiden avulla saada ratkaisu tutkimusongelmaan. (Kananen 2011, 121; Heikkilä 1998, 186.)

Validiteetista voidaan erottaa useita alalajeja, joista käytetyimmät ovat koettu, sisäinen ja ulkoinen validiteetti. Koettu validiteetti tarkoittaa, että tutkimusta tarkastellaan kokonaisuudessaan kriittisesti. Siinä tutkija muodostaa käsityksen tutkimuksen oikeellisuudesta sen perustella näyttääkö tutkimuksen tulos oikealta. Sisäinen validiteetti tarkoittaa oikeaa syy-seuraus-suhdetta eli tutkimuksen pätevyys perustuu syyvaikutussuhteen osoittamiseen. Mitä paremmin pystytään kontrolloimaan tutkimukseen mahdollisesti vaikuttavat tekijät, sitä korkeampi on tutkimuksen sisäinen validiteetti. Ulkoinen validiteetti eli yleistettävyyden. Yleistettävyys on hyvä, mikäli otos vastaa perusjoukkoa eli ulkoinen validiteetti on sitä parempi, mitä paremmin se voidaan yleistää tulokset koeasetelman ulkopuolelle. Ulkoisen validiteettiin arviointi on mahdollista, mikäli perusjoukosta on saatavilla sen rakennetta kuvaavia muuttujia, jolloin vertailu otoksen kanssa on mahdollista. Validiteetin osalta on myös huomioitava systemaattisen virheen mahdollisuus, joka tarkoittaa jotakin aineiston keräämiseen liittyvää tekijää, joka pyrkii vaikuttamaan koko aineistoon samansuuntaisesti esimerkiksi valehtelu. Jos mittauksessa on systemaattista virhettä, laskee tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti. (Kananen 2011, 121–122; Heikkilä 1998, 186; Hiltunen 2009.)

Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimuksen luotettavuus pyritään varmistamaan tarkastelemalla tulosten reliabiliteettia ja validiteettia. Reliabiliteetin osalta tutkimuksessa lähdetään siitä, että mikäli validiteetti on kunnossa, ei reliabiliteettiin tarvitse juurikaan puuttua. Tässä opinnäytetyönä tehtävässä tutkimuksessa stabiliteettia käsitellään tutkimuksen toistettavuuden kautta

eli onko tutkimuksen vaiheet dokumentoitu riittävän tarkasti ja ratkaisut perusteltu, koska uusintamittaukset eivät ole mahdollisia. Cronbachin alfa-kertoimen laskemisen avulla voidaan tehdä mittarin sisäisen johdonmukaisuuden arviointi ja se voidaan testata Likert-asteikollisista kysymys-sarjoista. Validiteetin osalta tutkimuksen tulosten pätevyyden tulkinnassa hyödynnetään koettua, sisäistä ja ulkoista validiteettia. Koetun validiteetin osalta tutkimuksen tuloksia tarkastellaan kokonaisuutena sekä eri käyttäjäryhmien kesken. Lisäksi tutkimuksen tuloksia verrataan aiemmin samasta aihepiiristä toteutettuihin tutkimuksiin. Sisäisen validiteetin osalta syyseuraussuhteiden riippuvuus selvitetään tilastollisen merkitsevyystasojen kautta. Ulkoisen validiteetin osalta hahmotetaan otoksen laatua ja määrää suhteessa perusjoukkoon sekä verrataan tuloksia aikaisempiin tutkimuksiin aihealueesta.

3 Retkikohteen ja matkailun työntö- ja vetovoimatekijät

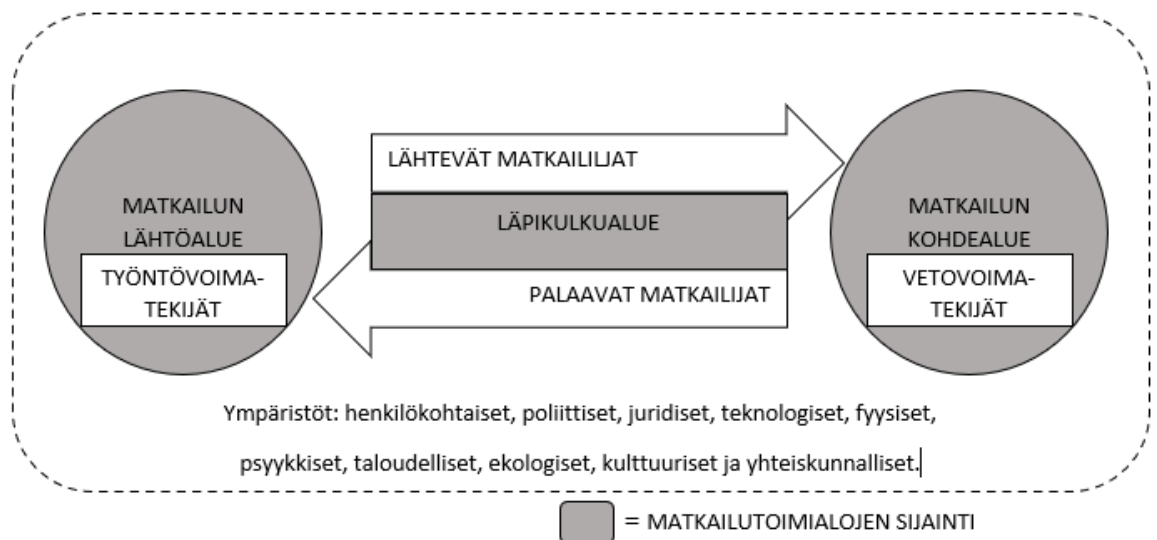
Matkailun vetovoimatekijät linkittyvät vahvasti matkailu- ja retkeilypalveluiden kysyntään. Miksi ylipäättänsä olemme valmiita matkustamaan ja käyttämään vapaa-aikaamme matkataksemme tiettyyn retkeilykohteeseen? Tämä kysymys voidaan liittää ennen kaikkea matkailun työntövoimatekijöihin. Toisaalta voimme myös kysyä, miksi valitsemme jonkin tietyn matkakohteen, retkeilyalueen tai vaikkapa ravintolan? Tällöin puhutaan yleisesti matkailun vetovoimatekijöistä. Matkailua voidaan tulkita tapahtumaksi, jossa lähtöalueen työntövoima ja matkailukohteen vetovoima löytävät toisensa. (Järviluoma 1994, 31–33.) Matkailijoiden motivaatio ja halu tyydyttää jokin tarve synnyttää työntövoimaa, ja vetovoimatekijät houkuttavat matkailijan tiettyyn kohteeseen. Kohteen vetovoima voi perustua luontoon, nähtävyyksiin, ruokaan, virkistysmahdollisuuksiin jne. Vetovoimatekijät määrittävät, minkä kohteen matkailija lopulta valitsee kaikista niistä kohteista, jotka vastaavat työntövoimasta syntyneitä tarpeita. (Pesonen ym. 2011, 1.)

Pystyäksemme löytämään tuon kohtaamispisteen ja hyödyntämään sitä, tarvitaan lisäksi kykyä ryhmitellä eli segmentoida kohdealueelle potentiaalisimmat asiakaskohderyhmät, joiden tarpeen kohdealueen tarjonta tyydyttää. Tämä edellyttää asiakkaiden motivaation selvittämistä, tarpeiden tunnistamista ja asiakasvalintaa eri kohderyhmien välillä. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 171–172.) Tässä luvussa käsitellään yleisesti matkailun työntö- ja vetovoimatekijöiden käsitteitä. Pääotsikossa neljä alla kuvattuja teorioita käsitellään retkeilyn ja luontomatkailun yhteyteen soveltaen.

3.1 Matkailun työntö - ja vetovoimatekijät

Matkailun työntö- ja vetovoimatekijöitä voidaan lähestyä kysynnän ja tarjonnan kautta. Tarjontatekijät eli attraktiot ovat niitä vetovoimatekijöitä, joita kohteessa on tarjolla. Vetovoima siis kuvaa elementtejä, joilla tietty alue, kohde, nähtävyys tai matkailutuote kiinnostaa vetää puoleensa alueen ulkopuolisia vierailijoita. Samalla tulee huomioida myös kysyntä eli työntövoima, koska veto-voima- ja työntövoimatekijät ovat kiinteässä vuorovaikutussuhteessa. Vetovoimaa ei ole olemassa ilman ihmisten tarvetta kokea kyseisiä tekijöitä eli ilman työntövoimaa. Työntövoiman alla oleva kysyntä voidaan jakaa potentiaaliseen ja toteutuneeseen kysyntään. Potentiaalista kysyntää on mahdollista selvittää mm. erilaisilla tutkimuksilla. Toteutunutta kysyntää pyritään selvittä-

mään erilaisin tilastointimenetelmin. (Järviluoma 1995, 55–56.) Kun puhutaan kysynnästä ja tarjonnasta, on hyvä hahmottaa matkailun kokonaisjärjestelmän toiminta. Ehkäpä tunnetuin matkailun kokonaisjärjestelmämalli on Leiperin (1979) matkailun viitekehysmalli, jota on sittemmin myös muokattu paljon (kuvio 5). Malli pitää sisällään viisi osaa: lähtöalue, kohdealue, läpikulkualue sekä lähtevät ja palaavat matkailijat. Kaikki mallin eri osat muuttuvat henkilökohtaisten, poliittisten, juridisten, teknologisten, fyysisten, psyykkisten, taloudellisten, kulttuuristen, ekologisten ja yhteiskunnallisten ympäristöjen vaikutuksesta tai paineesta. (Edelheim & Bohn 2017, 35–36.) Mallia voi katsoa myös matkailun työntö- ja vetovoimatekijöiden kannalta. Tällöin lähtöalue toimii työntövoimaa tuottavana alueena, jossa matkailijat ”työntyvät” kohdealueelle omien motivaatioidensa vuoksi ja odottavat kohdealueen täyttävän heidän tarpeensa. Vastaavasti kohdealue toimii vetovoimatekijänä, jonka attraktiot ”vetävät” niistä kiinnostuneita matkailijoita kohteeseen. Malli auttaa matkailun suunnittelijoita ymmärtämään miten työntö- ja vetovoimatekijät sekä matkailijoiden motivaatio linkittyvät matkailun kokonaisjärjestelmään. Mallin avulla on myös mahdollista hahmottaa muuttujia, jotka vaikuttavat matkailijan päätökseen työntö- ja vetovoimatekijöiden lisäksi, kuten kohteen saavutettavuus tai lähtöalueen vapaa-ajan käyttö ja taloudellinen tilanne. (Zillinger 2007, 11–14.)



Kuvio 5. Leiperin (1979) matkailun viitekehys malli (mukaillen: Edelheim & Bohn 2017, 36).

3.2 Vetovoima

Yleisesti määriteltynä matkailun vetovoima tarkoittaa kaikkien niiden tekijöiden summaa, jotka lisäävät kohteen vierailuhalukkuutta matkailijoiden keskuudessa. Tämä vetovoima voi olla joko näkyvää tai piilevää. Kohteen toteutunut matkailu perustuu näkyviin vetovoimatekijöihin ja kehittämispotentiaali piileviin vetovoimatekijöihin. (Aho 1994, 171–172.) Tämän tutkimuksen osalta samaa sovelletaan myös retkeilyreitteihin ja niiden vetovoimaisuuteen. Vierailuhalukkuutta tuottavia tekijöitä on matkailututkimuksessa ryhmitelty usealla eri tavalla (Järviluoma 2006, 99.) Useimmiten riittää, että vetovoima tulkitaan joko kulttuuri- tai luontovetovoimaksi, jotka jaetaan erilaisiin alaryhmiin, mutta vetovoimasta on myös tarkempia luokitteluja (Vuoristo 1994, 23). Ahon (1994, 176) mukaan yksi käytännönläheinen tapa luokitella vetovoimatekijöitä on Petersin (1969) kehittämä luokitus jakaa matkailualueiden vetovoimaisuutta kuvaavat asiat viiteen eri ryhmään: kulttuuri, perinteet, luonto, huvitukset sekä muut houkuttelevat tekijät. Suomessa Vuoristo ja Santasalo (1992) ovat toteuttaneet luokittelua kuntien vetovoimaa ja palvelutarjontaa kuvaavien indikaattoreiden kautta. Tällöin vetovoimaisuutta käsitellään neljän eri ryhmän kautta: majoitus-, ravitsemis- ja kuljetuspalvelut, ohjelma- ja tapahtumapalvelut, kulttuurivetovoima ja luonnonvetovoima. Luonnonvetovoiman indikaattoreina tässä luokittelutavassa ovat absoluuttinen ja relatiivista korkeus, kunnan vesipinta-ala, loma-asumiseen soveltuvan rantaviivan pituus ja hiihtokauden pituus. Luokittelua kohtaan on esitetty kritiikkiä mm. sen vuoksi, etteivät matkailukohteet noudata kuntarajoja sekä lisäksi pinta-alaltaan suurissa kunnissa luontotekijät korostuvat. (Järviluoma 2006, 99–100.) Lisäksi jaottelu poikkeaa edellisistä varsinkin siinä, että mukana ovat myös ns. perusmatkailupalvelut, joita matkailijat yleensä jo odottavat olevan kohteessa tai matkan varrella (Aho 1994, 177.) Matkailun vetovoimatekijöitä on mahdollista tutkia ja luokitella myös esimerkiksi analysoimalla matkailualueiden ja -kohteiden markkinointia eli millä ominaisuuksilla kohdetta myydään. Näitä teemoja voivat olla esimerkiksi luonto, ilmasto, kulttuuri, aktiviteetit, majoitus- ja ravitsemispalvelut, saavutettavuus, hintataso jne. Tämä luokittelu on kuitenkin hieman pinnallinen. (Järviluoma 1994, 39–40.)

Kohdealueen matkailullinen vetovoima koostuu eri attraktiosta. Järviluoma (2006, 97) määrittelee attraktion tarkoittavan paikkaan sidottuja kohteita tai tapahtumia, joilla on erinäinen määrä vetovoimatekijöitä ja jotka ovat vetovoimatekijöidensä, luonteensa, sijaintinsa ja kokonsa suhteen heterogeenisia. Attraktiot ovat matkakohteita, joilla on vetovoimaa ja eri vetovoimatekijät ovat matkakohteiden määritteitä, esimerkiksi Saana tunturi on attraktio ja luonto sekä maisema sen vetovoimatekijöitä. Vuoriston (2009, 16) mukaan attraktioilla tarkoitetaan paikkaan ja aikaan sidoksissa olevia tuotteistettuja vetovoimatekijöitä. Niitä voivat olla niin yksittäiset nähtävyydet

kuin järjestettävät tapahtumat. Yleensä attraktio on alueen tai kohteen matkailijoita kiinnostava ominaisuus, joka liittyy luontoon tai kulttuuriin. Attraktiot voivat olla passiivisia tai aktiivisia riippuen osallistuuko matkailija elämyksen saavuttamiseen vai ei, vertaa laskettelu tai maisemien ihailu samalta tunturilta. Swarbooken ja Hornerin (2005, 191–192) mukaan attraktiot voidaan jakaa neljään eri kategoriaan. Ensimmäisenä luontoympäristö (vuoret, rannat ja metsät jne.). Toisena ihmisen rakentamat kohteet, joita ei ole alun perin suunniteltu vierailukohteiksi, mutta jotka toimivat ainakin osittain nähtävyyksinä (linnat, kirkot jne.). Kolmantena ihmisen rakentamat kohteet, jotka ovat erityisesti suunniteltu houkuttelemaan vierailijoita (huvipuistot, kylpylät jne.). Viimeisenä ovat tapahtumat ja festivaalit, jotka eivät ole fyysisiä tai pysyviä, mutta jotka houkuttelevat kävijöitä tiettyyn sijaintiin tietyllä hetkellä.

Matkailumaantieteessä on pyritty analysoimaan attraktioita useilla tavoilla. Alan Lew (1987, 553–575) luokitteli attraktiot kolmeen eri viitekehykseen, ideografinen, organisoitumiseen perustava ja kognitiivinen, niiden luonteen perusteella. Tässä yhteydessä attraktioilla tarkoitetaan maisemia, aktiviteetteja ja elämyksiä. Huomioitavaa on, etteivät attraktiot ole toisiaan poissulkevia eli kyseessä ovat enneminkin attraktioiden rakennusaineet. Lewinin mallissa eri viitekehyksen ympärille rakentuu yhdeksän osainen taulukko, johon attraktio sijoitetaan. Ideografinen viitekehys koostuu taulukosta, jonka pystysarakkeen ulottuvuuksia ovat ympäristöä luonnehtivat ominaisuudet, kuten luontoympäristö, erityispiirteet sekä osallistava ympäristö (taulukko 1). Riveillä taas ovat luonto, luonnon ja ihmisen rajapinta sekä ja ihminen. Vastaavasti organisoitumiseen perustavassa viitekehyksessä ulottuvuuksia ovat paikalliset piirteet sekä kapasiteetti- ja aikatekijät sarakkeissa ja yksilöllisyys, kollektiivisuus ja niiden välimuoto vaakariveillä. Viimeisessä kognitiivisessa viitekehyksessä ulottuvuudet rakentuvat vaakarivillä turvallisuudesta ja riskeistä sekä niiden välistä. Sarakkeissa taasen aktiviteeteista, attraktion ominaisuuksista ja matkailijan elämyksistä. Kukin vetovoimatekijä sijoitetaan jokaiseen viitekehykseen ja näin kukin vetovoimatekijä voidaan määritellä tarkasti. Näin saadaan keskeiset elementit mm. matkakohteen imagon muodostumiseen kyselytutkimusten ohella. Kunkin attraktion osalta kaikkien kolmen yhteiskäyttö antaa parhaan näkemyksen attraktion ominaisuuksista.

Taulukko 1. Ideografinen viitekehys (Lew 1987, 558).

Luonnon ja ihmisen raja-				
Luonto		pinta		Ihminen
Luontoympäristö	Maisemat	Havainnointi	Rakennettu yhteiskunta	
	Vuoret	Maaseutu/maatalous	Talouselämä	
	Rannikko	Puutarhat, eläinpuistot	Yhteiskuntarakenne	
	Jne.	Jne.	Hallinto	
Erityispiirteet			Jne.	
	Maamerkit	Luonnon virkistyskäyttö	Matkailuinfra	
	Geologiset	Reitit	Saavutettavuus	
	Biologiset	Puistot	Informaatio	
Osallistava ympäristö	Jne.	Jne.	Majoitus	
			Jne.	
	Ekologinen	Osallistuminen	Vapaa-aika infra	
	Ilmasto	Ohjelmapalvelut (kesä/talvi)	Viihde ja tapahtumat	
	Suojelualueet	Ulkoiluaktiviteetit	Kulttuuri, historia ja taide	
	Jne.	Jne.	Jne.	

Järviluoman (2006, 97–98) mukaan lisäksi mm. Mill ja Morrison (1985) ovat luokitelleet attrakti-
oita. He jakavat attraktiot primäärisiin ja sekundäärisiin, joista primääriset tarkoittavat pääasialli-
sia matkakohteita ja sekundääriset attraktiot ovat lähinnä välietappeja matkan varrella. Huomi-
oitavaa on, että eri kohderyhmille sama kohde voi olla sekä primäärinen, että sekundäärinen.
Wall (1997) jakaa attraktiot pistemäisiin, lineaarisiin ja areaalisiin. Pistemäisiä attraktioita ovat
erilaiset käyntikohteet ja nähtävyydet kuten kylpylä tai vesiputous, lineaarisia voivat olla esimer-
kiksi maisematiet tai joet ja areaalisia attraktioita ovat isommat alueelliset kokonaisuudet kuten
kansallispuistot.

Matkakohteen vetovoimaisuus muodostuu siis attraktioiden kokonaisuudesta. Yleensä tämä tar-
koittaa sitä, että vetovoimaisen luonto- tai kulttuuriympäristön lisäksi kohteessa olisi hyvä olla
riittävä palvelutaso eli riittävästi majoitus-, ravitsemis- ja muita palveluita. Tässä yhteydessä myös
palvelutaso ja sen omaleimaisuus ovat yksi attraktio, joka vaikuttaa matkailijan päätökseen. Li-
säksi attraktioiden vetovoimaisuus on aikasidonnaista ja sitä voidaan katsoa hieman samalla ta-
valla kuin tuotteen tai palvelun elinkaarta. Uusia attraktioita syntyy koko ajan toisten hiipuesssa

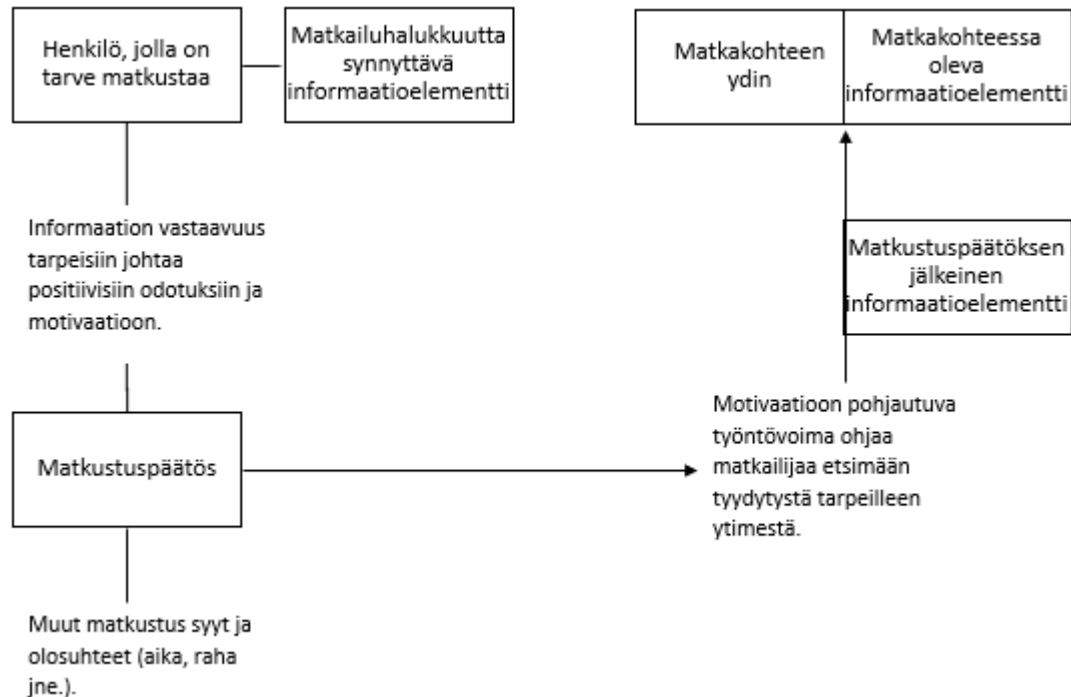
vetovoimaisuudessa taantumaan. Tähän vaikuttavat vallitsevat trendit, muuttuvat asiakassegmentit, saavutettavuus jne. Tällöin osa attraktioista joko kuihtuu ja korvautuu uusilla tai uudistuu ja säilyttää vetovoimaisuuden. Myös työnvoima vaikuttaa attraktioiden vetovoimaisuuteen, koska eri lähtöalueilta tulevat matkailijat kokevat eri attraktioiden vetovoimaisuuden eri tavoin. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 16.)

3.3 Työntövoima

Matkailun työntövoimaksi kutsutaan yleisesti kysyntään liittyviä tekijöitä. Ne ovat niitä elementtejä, jotka motivoivat matkailijoita lähtemään matkalle. Työntövoimasta puhuttaessa on myös huomioitava lähtöalueen fyysinen ympäristö (mm. ilmasto ja vuodenaajat), yhteiskunnan rakenne (mm. kulttuuri, tavat, poliittinen tilanne), taloudellinen tilanne (mm. käytettävissä olevan rahan määrä) ja ennen kaikkea matkailijan henkilökohtaisiin tarpeisiin perustuvat yksilölliset tai sosiaaliset tekijät. (Saarinen, 2017, 44.) Työntövoimatekijät voidaan siis nähdä matkailijan tarpeiden tyydyttämisen välineenä. Matkalle lähdetään siksi, että sen uskotaan tyydyttävän joitakin inhimillisiä tarpeita. Nämä tekijät ovat yksilön sisäisiä sosiopsykologisia prosesseja, jotka toimivat matkalle lähtemisen syynä. (Järviluoma 2006, 92–95.)

Neil Leiperin (1990, 367–384) mukaan juuri työntövoima käynnistää matkalle lähtemisen prosessin, koska henkilökohtaiset motivaatiot ajavat matkailijoita kohti paikkoja, joissa he odottavat tarpeidensa tyydyttävän. Leiper on mallintanut työntömotivaatioiden toimintaa matkailuattraktion systeemi -mallissa (kuvio 6), jossa nimenomaan motivaation synnyttämä halu matkustaa tunnistetaan lähtökohtana matkustuspäätöksen syntymiseen ja kohteen valitsemiseen. Leiperin mallissa on kolme keskeistä elementtiä: matkailija, joka hakee elämyksiä, matkakohteeseen liittyvä keskeinen ominaisuus eli ydin, joka vastaa matkailijan tarvetta sekä informatiivinen elementti (marker), jossa tuodaan esille ytimen olemus ja sisältö. Mallin keskiössä on ydin eli se matkakohteen attraktio tai attraktiot, jotka synnyttävät matkustuspäätöksen. Tämä keskeinen elementti voi olla mikä tahansa sen kohteen ominaisuus tai piirre, jonka vuoksi matkustaja harkitsee tai toteuttaa matkan. Ydin voi olla ryhmä useita attraktioita, joista muodostuu haluttu kokonaisuus tai yksittäinen elementti, kuten esimerkiksi merkittävät luontonähtävyydet tai isot tapahtumat. Informatiivinen elementti on tietoa kaikista potentiaalisista vetovoimatekijöistä ydinosan matkakohteessa. Informaatio jaetaan mallissa kolmeen eri aikajänteeseen. Matkailuhalukkuutta synnyttävään informaatioon, matkustuspäätöksen jälkeiseen informaatioon ja kohteessa saatavaan ja

olevaan informaatioon. Mallissa keskeistä on, että se osoittaa kuinka attraktiot toimivat. Matkailijoita ei voi ”vetää” matkakohteeseen, vaan heillä on motivaatio kokea ydin ja he reagoivat positiivisesti informaatioelementtiin, joka vastaa heidän tarpeisiinsa.



Kuvio 6. Matkailuattraktiosysteemi (mukaillen: Leiper 1990, 370).

3.4 Matkustusmotiivit

Motivaatio syntyy, kun henkilö haluaa tyydyttää jonkin tarpeen ja tarve ohjaa toimintaan, joka tuo tyytyväisyyttä. Motivaatio sanan kantasana on motiivi ja motiivi merkitsee tahtotilaa, jossa ihminen pyrkii saavuttamaan tasapainon. Motiivit siis ohjaavat ihmisen käyttäytymistä ja valintoja kohti tiettyä tavoitetta. Motiivi viittaa tiettyyn tarpeeseen ja ne voivat olla tiedostettuja tai tiedostamattomia. Motiivit siis muodostavat ihmisen motivaation, joka selittää miksi joku käyttäytyy tietyllä tavalla tai miksi matkalle lähdetään. (Albanese & Boedeker 2002, 107.) Motiivi lähtee aina tarpeesta ja tarpeen havaitseminen aktivoi ihmisen. Motiivi on siten aikomus toimia, että havaittu tarve tulee tyydytetyksi. Se on tavoitteellista toimintaa, jossa on halu korjata epätydyttävä tilanne. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 152.) Tarpeiden muodostumiseen vaikuttavat psykologiset ja sosiaaliset tekijät sekä esimerkiksi meihin kohdistettu markkinointi (Bergström & Leppänen 2000, 76). Tarpeiden tyydyttämistä on perinteisesti kuvattu Maslow’n (1943) tarvehierarkian

kautta, jossa pyramidin pohjalla ovat fysiologiset perustarpeet ja ylemmäs noustessa tulevat seuraavaksi turvallisuuden, yhteenkuuluvuuden, arvonannon ja itsensä toteuttamisen tarpeet. Näitä tarpeiden tyydyttämisen tarvetta ei nykyisinkään kiistetä, mutta kritiikki on kohdistunut ajatukseen, jossa edellisten tarvetasojen tulee olla tyydytettyinä ennen kuin siirrytään ylemmille tasoille. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 148–149.)

Matkustus päätöksiin vaikuttavia tekijöitä kutsutaan matkustusmotiiveiksi. Matkustusmotiivit syntyvät, kun ihmiset suunnittelevat tulevaisuuteen sijoittuvia aktiviteetteja, jotka ovat potentiaalisesti tyydytystä tuottavia ja tarpeet täyttäviä. Ne ovat eräänlaisia mentaalisia ennakkokäsityksiä siitä, että matka tulee tuottamaan heille fyysistä tai henkistä mielihyvää. (Järviluoma 2006, 92–93.) Matkustusmotiivit luokitellaan tavallisesti ensisijaisiin ja toissijaisiin matkustusmotiiveihin. Ensisijaiset matkustusmotiivit kertovat syyn miksi matkalle lähdetään ja toissijaiset motiivit kertovat miten, minne ja kenen kanssa matkustetaan. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 152–153.) Matkustamisen motiiveja on jäsennetty ja luokiteltu useilla eri tavoilla mm. Dann 1977, Crompton 1979, Foster 1985, Ryan & Glendon 1998, Crompton & Kim 1999 ja Swarbrooke & Horner 1999 ja 2007.

Swarbrooken ja Hornerin (2007, 53–54) mukaan yhtenäisesti tunnistettua tapaa luokitella matkustusmotiiveita ei ole. He luokittelevat ensisijaisiksi motiiveiksi:

- Fyysiset ja fysiologiset syyt (rentoutuminen, lepo, urheilu jne.)
- Tunneperäiset ja psykologiset syyt (nostalgia, romantiikka, seikkailu jne.)
- Henkilökohtaisen kehittyminen (uusien asioiden oppiminen, uudet taidot jne.)
- Henkilökohtaiset syyt (sukulaiset ja tuttavien luona vierailu, häät, hautajaiset jne.)
- Kulttuuriset syyt (historia ja perinteet, uusiin kulttuureihin tutustuminen jne.)
- Yhteiskunnallinen ja sosiaalisen asema (ostosmatkailu, luksus, kuluttaminen jne.)

Toissijaiset motiivit voidaan Swarbrooken ja Hornerin (2007, 62–64) mukaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin tekijöihin.

Sisäisiä tekijöitä ovat:

- Olosuhteet (tulotaso, terveys, vapaa-aika, perhetilanne jne.)
- Asenteet ja näkemykset (henkilökohtaiset arvot ja asenteet, poliittiset mielipiteet, maailmankatsomus jne.)

- Tiedot matkakohteista, eri tuotteista ja palveluista, hintatasosta, turvallisuudesta jne.
- Aiemmat kokemukset erityyppisistä lomista, matkakohteista, palveluista jne.

Ulkoisia tekijöitä taas ovat:

- Maailmanlaajuiset poliittiset, taloudelliset, sosiaaliset ja teknologiset tekijät
- Yhteiskunnan sisäiset poliittiset, taloudelliset, sosiaaliset ja teknologiset tekijät
- Median vaikutus
- Matkailumarkkinointi
- Ystävien ja sukulaisten näkemykset

Vertailun vuoksi toinen tapa jäsentää matkustamisen motiiveja perustuu ihmisen tarpeisiin ja niiden tasapainoon. Krippendorfin (1987, 15–16) mukaan meillä on elämässä jännitteitä, jotka ovat seurausta ristiriitaisista tarpeista ja joita matkalle lähtemällä pyritään tasapainottamaan. Tarpeiden vastinpareja ovat esimerkiksi työ – lepo, työura – perhe, valveilla olo – nukkuminen, yksityisyys – sosiaalisuus, vapaus – riippuvuus ja jännitys – turvallisuus. Elämä on erilaisten jännitteiden kanssa tasapainoilua ja valintoja. Usein valinnat ovat sekä/että valintoja ja vain harvoin joko/tai valintoja. Mikäli jokin vastinpari saa määrävään asemaan, aiheuttaa se oloilaan tyytymättömyyttä. Matkailun tarjoama irtiotto on keino tasapainottaa eri vastinpareja ja sitä kautta edistää fyysistä ja henkistä hyvinvointia.

Motivaatio on siis samaan aikaan tärkein ja vaikein asia selittäessä matkailun työntövoimaa ja kysyntää, koska usein ihmiset eivät aina itsekään tiedosta mikä heitä motivoi. (Sharpley 2006, 35). Matkailijaan vaikuttaa samaan aikaan useat tarpeet, jotka laukaisevat motiivin lähteä matkalle ja usein matka edustaakin kompromissia usean eri tarpeen kesken. Lisäksi matkustamme harvoin yksin, joten myös kanssamatkustajien tarpeet on otettava huomioon. (Swarbooke & Horner 2007, 55–56.) Matkailija voi olla myös useassa eri roolissa yhdellä matkalla. Työmatka voi sisältää myös vapaa-ajan matkustuksen motiiveja, jotka vaikuttavat kohteen valintaan. Toisaalta matkailija voi perhelomalla olla pakettimatalla ja toisessa hetkellä hyvin yksilöllisellä ja räätälöidyllä matkalla. (Albanese & Boedeker 2002, 112–113.) Mitä enemmän motiiveja on vaikuttamassa matkustukseen, sitä vaikeampaa on eritellä yksittäisiä motiiveja ja arvioida niiden vaikutusta (Järviluoma 2006, 97). Lisäksi myös monet muut muuttujat, kuten ikä, sukupuoli, asuinpaikka, elämäntilanne, taloudellinen tilanne, harrastukset, persoonallisuus jne. vaikuttavat minne, miten ja kenen kanssa henkilö matkustaa (Swarbooke & Horner 2007, 58–59.)

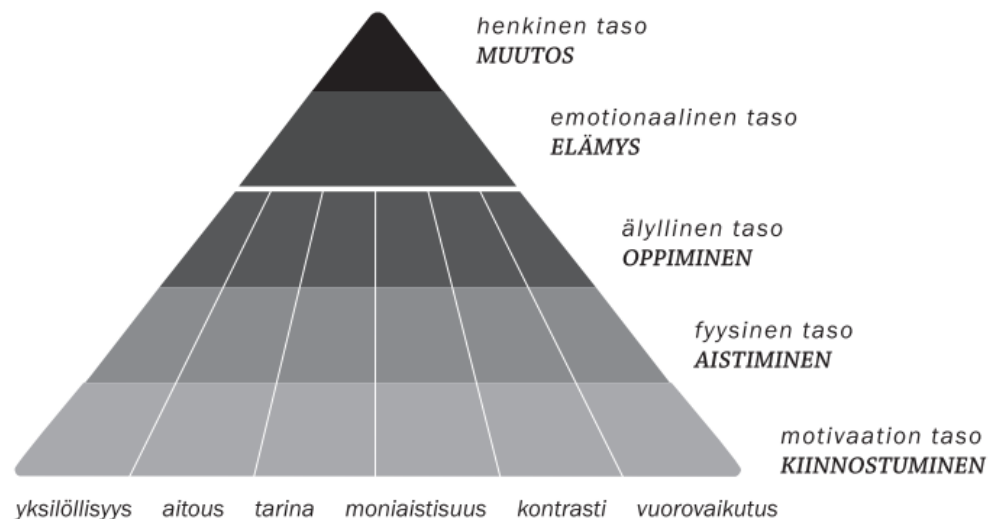
Matka- ja retkikohteen kysyntä on siis seurausta motivaatiosta. Voidaan ajatella, että motivaatio on yhteys tunnistetun tarpeen ja toiminnan välillä, joka valitaan tyydyttämään tämä tarve. Siksi motivaatio kääntää tunnetun tarpeen tavoitteellisiin tavoitteelliseksi kuluttajakäyttäytymiseksi eli kysynnäksi. (Sharpley 2006, 36.) Menestyvän matka- ja retkikohteen on tyydytettävä asiakkaidensa tarpeet paremmin kuin kilpailijat. Tämä edellyttää syvää ymmärrystä matkailijoiden tarpeista, koska lopulta matkailija valitsee aina kohteen, joka tyydyttää tarpeet parhaiten ja tuottaa eniten hyötyä. (Yoon & Uysal 2005, 46.) Esimerkiksi retkeilymatkailussa matka itsessään ja kokemukset sen varrella ovat tärkein motiivi matkalle, ja päämäärään saavuttaminen on toissijaista (Kattilamäki 2019). Tavoitteena tulisi olla, että matkailijoiden työntömotiivit, jotka syntyvät tarpeista, kohtaavat mahdollisimman hyvin kohteen vetovoimatekijät, jotka liittyvät kohteen tarjontaan ja ominaisuuksiin. Tämän vuoksi menestyvän matka- ja retkikohteen edellytys on kattavat tutkimukset ja analyysit matkailijoiden motivaatiosta. (Yoon & Uysal 2005, 46–47.)

3.5 Elämys

Käsitteenä elämyksen voidaan katsoa tarkoittavan emotiinaalista kokemusta, jolla on mielialaa kohottava positiivinen vaikutus (Borg, Kivi & Partti 2002, 25). Sanat kokemus ja elämys mielletään usein lähes synonyymeiksi. Kotimaisten kielten keskuksen sanakirjan mukaan elämys tarkoittaa voimakkaasti vaikuttavaa kokemusta ja sana kokemus taas tässä yhteydessä koettua tapausta ja myös elämystä (Kotimaisten kielten keskus 2020). Matkailussa elämys sana linkittyy vahvasti elämystalouteen. Elämystaloudessa palveluihin tuotetaan lisäarvoa lisäämällä niihin elämyksellisyyttä, jossa on mentävä asiakkaan rooliin ja ymmärrettävä miten asiakas kokee palvelun. Matkailussa, joka on mielihyvää etsivää kulutusta, tämä tarkoittaa, että palvelun ytimessä on matkailijan kokemus, jota muut elementit kuten kohde, ympäristö, henkilökunta yms. tukevat. (Borg ym. 2002, 29–30.) Pinen ja Gilmoren mukaan (2011, 46) elämystalouteen keskeisesti liittyvät elämykset muodostuvat viihteen, opetuksellisuuden, esteettisyyden sekä arjesta irtautumisen kokonaisuudesta. Näitä analysoivina tekijöinä ovat matkailijan osallistuminen tasot eli onko matkailija passiivinen seuraaja vai aktiivinen osallistuja.

Teoksessaan Elämystuottajan käsikirja Tarssanen ja Kylänen (2009, 8–9) siteeraavat Pinea ja Gilmorea (1999) määritellessään miten tuotettu elämys eroaa tuotetusta palvelusta. Elämyksen osalta keskiöön nousevat kokemuksen räätälöinti, draamallisuus sekä erilaiset teemat. Erottaakseen elämyksen ja kokemuksen Tarssanen ja Kylänen (2009, 11) ovat luoneet Elämyskolmio-mal-

lin, jonka avulla on mahdollista analysoida ja ymmärtää elämyksellisyyttä. Mallissa elämystä tarkastellaan asiakkaan kokemuksen tasolla ja matkailutuotteen elementtien kautta. Ennen kaikkea kokemuksen eri tasot määrittävät elämyksen syntymistä ja kokemuksen vaikuttavuutta. Mallissa kokemuksen tasot koostuvat motivaation tasosta, fyysisestä tasosta, älyllisestä tasosta, emotionaalisesta tasosta sekä henkisestä tasosta (Kuvio 7). Elämys muodostuu kokemuksen emotionaalisella tasolla ja viimeinen henkinen taso mahdollistaa pysyvän muutoksen, jolloin kehittyy ihmisenä. Palvelukohtaiset tunnuspiirteet taas käsittävät yksilöllisyyden, aitouden, tarinan, moniaistisuuden, kontrastin ja vuorovaikutuksen. Edelle mainittujen elementtien sisällyttäminen palvelutuotteeseen mahdollistaa emotionaaliselle tasolle pääsyn ja elämyksen syntymisen. Näiden osa-alueiden kautta palvelu jalostetaan elämykseksi. (Tarssanen & Kylänen 2009, 11–16.) Muistettavaa kuitenkin on, että elämys on subjektiivinen kokemus eikä elämystä voida takuuvarmasti tuottaa (Komppula & Boxbergin 2002, 29).



Kuvio 7. Elämyskolmio-malli (Kylänen & Tarssanen 2009, 11.)

4 Luonnon virkistyskäyttö ja luontomatkailu Suomessa

Suurin osa suomalaisista (96 %) harrastaa ulkoilua luonnossa vuoden aikana ja ulkoilee keskimäärin 2–3 kertaa viikossa. Suurimmat syyt ulkoiluun ovat tarve liikkua, halu rentoutua luonnossa ja kokea luonnon läheisyyttä. (Kurttila, Sievänen, Tuulentie & Tyrväinen 2014, 25.) Luonnon virkistyskäyttö ja retkeily ovat viime vuosina olleet nousussa ja käyntimäärien kasvu Metsähallituksen hallinnoimissa luontokohteissa, kuten kansallispuistoissa ja muissa käyntikohteissa, on ollut viimeisen viiden vuoden aikana noin kolme prosenttia vuodessa ja kokonaiskäyntimäärä oli vuonna 2019 noin 8,2 miljoonaa käyntiä (Metsähallitus 2020b). Luonnon virkistyskäytöstä koituu yhteiskunnalle myös monenlaisia hyötyjä. Ulkoilulla on tutkimuksin todennettuja terveys- ja hyvinvointivaikutuksia (Kurttila ym. 2014, 49). Lisäksi luonnon virkistyskäyttö lisää taloudellista hyvinvointia luontomatkailun kohteena olevilla paikkakunnilla. (Neuvonen & Sievänen 2011, 7). Tässä luvussa tarkastellaan tutkimuksen viitekehyksen kannalta tärkeiden luonnon virkistyskäytön, retkeilyn sekä luontomatkailun käsitteitä sekä niistä tehtyjä tutkimuksia. Luvussa läpikäydyt aihekokonaisuuksissa keskitytään kotimaisiin retkeilijöihin ja luontomatkailijoihin, koska tutkimus suunnattiin kotimaisille retkeilijöille ja näin aikaisempaa tietoa voidaan verrata tutkimuksesta saatuun tietoon.

4.1 Luonnon virkistyskäyttö ja ulkoilu

Luonnonvarakeskuksen Luonnon virkistyskäyttö -tutkimus määrittelee luonnon virkistyskäytön ja ulkoilun seuraavasti:

Luonnon virkistyskäyttö sisältää kaiken vapaa-ajan viettämistarkoituksessa, luonnonympäristössä tapahtuvan oleskelun ja liikkumisen jalan, hiihtäen, pyöräillen tai moottoriajoneuvolla tarkoituksena liikunta, maisemien ihailu, luonnon harrastaminen, retkeily, telttailu, metsästys, virkistyskalastus, veneily, virkistysluonteinen kotitarvemarjastus ja -sienestys tai muu vapaa-ajan toiminta. Ammattimainen, ansainta mielessä tapahtuva kalastus, metsästys, marjastus ja sienestys tai muu vastaava toiminta ei ole virkistyskäyttöä. Myös loma-asuminen ja matkailu siltä osin, kun niihin liittyy em. virkistystoimintoja, luetaan luonnon virkistyskäytön piiriin. Luonnon virkistyskäyttö sisältää täten kaikki jokamiehenoikeudella luonnossa tapahtuvat ulkoilutoiminnot ja näiden lisäksi virkistysmetsästyksen sekä osan jokamiehenoikeuden ulkopuolelle jäävästä virkistyskalastuksesta. Virkistyskäyttö -termiä käytetään erityisesti puhuttaessa luonnonvarojen käytöstä tai maankäytöstä.

Ulkoilu on ulkona, kodin pihapiirin ulkopuolella tapahtuvaa oleskelua ja liikkumista vapaa-aikana ja virkistäytymistarkoituksessa. Ulkoilu on toimintaa, joka tuottaa virkistystä

ulkoilmassa ja jota harrastetaan lihasvoimin. Työ- ja asioimismatkat eivät sisälly ulkoilukäsitteen piiriin. Ulkoilu-termiä käytetään erityisesti kuvailtaessa väestön ulkoilukäyttäytymistä. (Neuvonen & Sievänen 2011, 13.)

Luonnon virkistyskäytöllä tarkoitetaan siis vapaa-aikana virkistäytymistarkoituksessa virkistyskäyttäjien toteuttamaa liikkumista ja oleskelua luonnonympäristössä, joka sallii mm. moottoriajoneuvolla liikkumisen. Luonnon virkistyskäytön toimijoita eli virkistyskäyttäjiä ovat samalla tavalla paikalliset asukkaat kuin matkailijat. Virkistysympäristöä on siellä, missä on jokamiehenoikeudella käytettävissä olevia luonnonympäristöjä. (Neuvonen & Sievänen 2011, 12.)

Tunnistetuimmat luonnon virkistyskäyttö alueet ovat ylläpidetyt retkeilyalueet, kansallispuistot ja erämaat, mutta virkistäytymiseen sopivat myös niin kaupunkipuistot kuin lähiluontokin. Suosituimpia virkistystapoja ovat kävely, pyöräily, maastohiihto sekä eväretket hoidetuille taukopaikoille. Luonnon virkistyskäyttöä ei suoranaisesti liity luonnonsuojeluun, mutta luonnon ehdoilla toteutettava toiminta edellyttää myös kestävä kehityksen huomioimista, jotta turvataan jatkuvuus. (Kurttila, ym. 2014, 10–12.)

Rinnakkaiskäsite luonnon virkistyskäytölle on ulkoilu, mutta rajoittuu puhtaasti lihasvoimin tapahtuvaan liikkumiseen ulkoilmassa. Ulkoilu kuuluu suomalaisuuteen ja merkittävin syy ulkoiluun ovat erilaiset harrastukset. Luonnon virkistyskäytön tutkimuksissa ulkoilu-termiä käytetään korostamaan ihmisenäkökulmaa eli ulkoilusta voidaan puhua silloin kun tarkastellaan väestön, väestöryhmän tai jonkun harrastajaryhmän ulkoilukäyttäytymistä. (Neuvonen & Sievänen 2011, 12.) Käsitteinä puhutaan ulkoilijasta, joka on virkistäytymässä käyvä ihminen, ja tämän ulkoilukäyttäytymisestä. Ulkoilukäyttäytymisellä kuvataan ulkoilijan syytä ulkoilla ja ulkoilun määrää. Ulkoilukäyttäytymisen eroja selittävät ihmisten kuuluminen eri väestöryhmiin, asuinpaikka, käytössä olevat resurssit sekä henkilön elämäntapa ja -tyyli. (Kurttila, ym. 2014, 21–22.) Tutkimuksissa on selvinnyt ulkoiluharrastuksen takana olevan yhteys ulkoilijan sosioekonomiseen asemaan yhteiskunnassa. Selittäviä tekijöitä ovat mm. sukupuoli, ikä, koulutus, tulotaso sekä perhetilanne. Lisäksi ulkoilijan käyttäytymistä ohjaavat psykologiset tarpeet eli ulkoiluharrastukset tyydyttävät ulkoilijan tarpeita. (Manning 2011, 468.)

Ulkoilijoita voidaan ryhmitellä monella tavalla. Erilaisten segmenttien avulla ulkoilijoiden motiiveja, käyttäytymistä ja tarpeita voidaan tarkastella laajemmin. (Kurttila ym. 2014, 21–22.) Esimerkiksi fyysistä suorituskykyä korostavat ulkoilijat eroavat luontoympäristön tarkkailua edustavista ulkoilijoista ja näin ollen molemmilla ulkoilijatyypeillä on hyvin erilaiset tarpeet (Cordell, McDonald, Briggs, Teasley, Bergström & Mou 1997, 58). Klassinen ryhmittely perustuu hyötyä ja tyytyväisyyttä tuottaviin harrastuksiin. Tässä mallissa erotellaan viisi harrastusryhmää. Ensimmäinen

ryhmä korostaa virkistysympäristön luontoarvoja (esim. maisemien ihailu tai lintujen tarkkailu). Toinen ryhmä hakee hyötyä (esim. kalastus ja lintubongaus). Kolmas ulkoilijaryhmä edustaa rentoutumista ja lepoa (esim. lyhyet kävelyretket ja evästely tulilla). Neljännessä ryhmässä ulkoilun keskiössä on tekeminen toisten kanssa (esim. lasten kanssa ulkoilu). Viimeisessä ryhmässä esiin nousee aktiivinen tekeminen ja taitojen käyttö (esim. hiihto tai kalliokiipeily). (Hendee, Gale & Catton 1971, 28–34.)

Tutkittaessa suomalaisten ulkoilijoiden ryhmittelyä ja profiileita ovat erot yllä esitettyyn vähäiset. Kuitenkin suomalaisissa tutkimuksissa on löydetty myös profiilien tyypillisimmät edustajat väestöryhmästä. Kuten aiemmin todettiin ulkoilukäyttäytymistä selittävät useat eri seikat sosiaalisesta taustasta fyysisiin ominaisuuksiin. Suomalaisten ulkoilijaprofiilien tyypittely perustuu osallistumiseen tiettyihin ulkoiluharrasteisiin sekä niiden yhdistämiseen taustatietoihin. Ensimmäisen ryhmän suomalaisissa ulkoilijoissa muodostavat luonnon tarkkailijat, jotka nauttivat luonnosta ja nähtävyyksien katselusta. Tyypillisin tämän profiilin edustaja on korkeasti koulutettu vanhempi naishenkilö. Suomalaisista ulkoilijoista joka neljäs kuuluu tähän ryhmään. Maaseutusuuntautuneet ulkoilijat muodosta toisen ryhmän. Nämä ulkoilevat mökkeillen ja harrastaen kalastusta, metsästystä yms. Suurin osa tämän profiilin edustajista ovat vanhempia miehiä, joilla on alhainen koulutustaso. Myös näitä ulkoilijoita on neljännes suomalaisista ulkoilijoista. Kolmas ulkoilijaprofiili on kuntoiluun suuntautuneet ulkoilijat, jotka juoksevat, hiihtävät tai harrastavat muuta liikunnallista ulkoilua. Tämän tyyppin edustajat ovat muita nuorempia korkeasti koulutettuja miehiä ja osallistuvat myös muihin ulkoilumuotoihin kuten esim. maaseutuharrastukset. Vajaa neljännes ulkoilijoista kuuluu tähän profiiliin. Perheulkoilijat muodostavat neljännen profiilin. He leikkivät ja pelailevat lasten kanssa ulkona, mutta harrastavat myös luonnosta nautiskelua sekä kuntoilua luonnossa. Tämän viidenneksen suomalaisista ulkoilijoista muodostavat tyypillisesti nuoret korkeasti koulutetut naiset. Viides ulkoilijaryhmä ovat passiiviset ulkoilijat, joille tyypillistä on pieni harrasteiden määrä sekä alhainen harrastuskertojen määrä. Ryhmän edustajat ovat yhtä lailla miehiä sekä naisia ja he edustavat kaikkia ikäryhmiä, joilla on alhainen koulutustaso. Suomailista ulkoilijoista tehdyt ulkoiluprofiilit helpottavat mm. luontomatkailupalveluiden suuntaamista oikeille kävijäryhmille. (Kurttila ym. 2014, 28–29.)

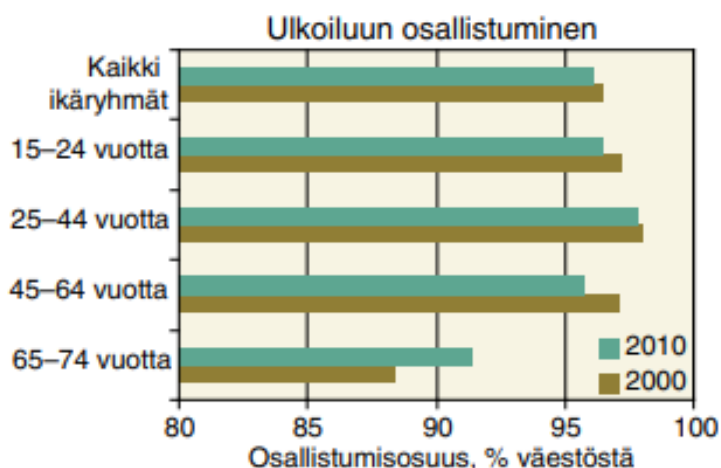
Suomalaisten ulkoilutottumuksista on tutkimustietoa tiettyjen harrastusten osalta yli kolmenkymmenen vuoden ajalta Luonnonvarakeskuksen tutkimusten ansiosta (taulukko 2). Viimeisin Luonnon virkistyskäyttö -tutkimus on toteutettu vuonna 2010 ja seuraavan tutkimuksen tulokset julkaistaan 2021. Tutkimustulosten mukaan suomalaisten ulkoilutottumukset ovat muuttuneet suhteellisen vähän vuosien saatossa. Eniten on laskenut marjastuksen ja sienestyksen suosio, kun

taas juoksun suosio on heilahdellut eniten. Perinteisten lajien kuten maastohiihdon, retkeilyn, pyöräilyn ja kalastuksen suosio on pysynyt vakaana, mutta tässä tulee huomioida lajien muuttuminen genren sisällä. Esimerkiksi pyöräily ei ole enää vain maantiepyöräilyä, vaan rinnalle on vahvasti noussut maastopyöräily ja samaa kehitystä on tapahtunut myös muissa lajeissa. (Kurttila ym. 2014, 30–31.)

Taulukko 2. Ulkoiluharrastuksiin osallistuminen eri vuosikymmeninä (Kurttila ym. 2014, 31).

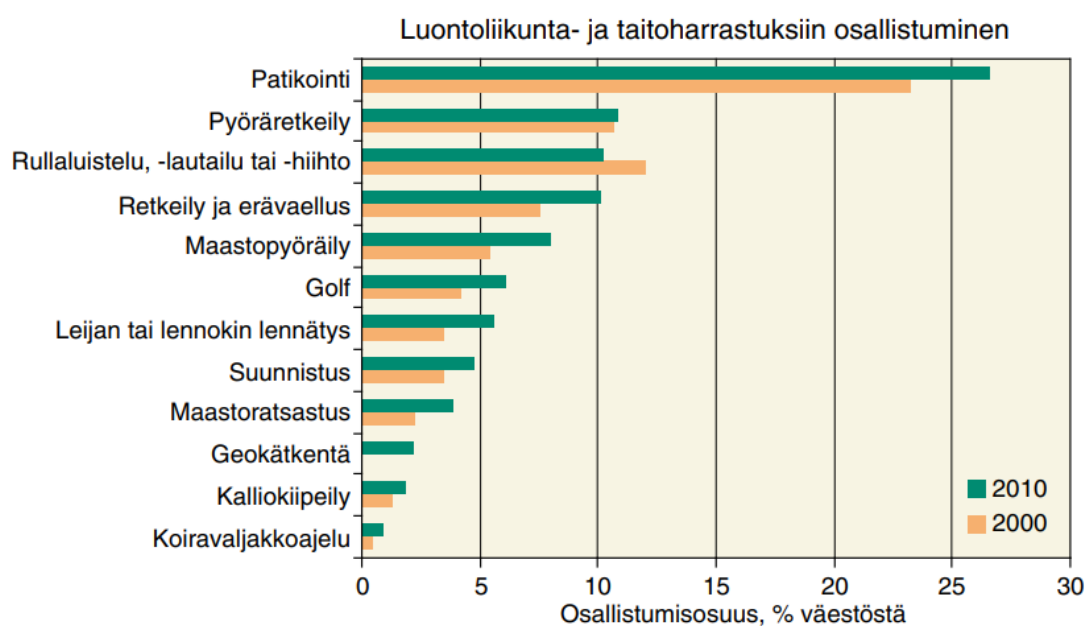
Ulkoiluun osallistuminen, prosentuaalinen osuus aikuisväestöstä				
	1979	1992	2000	2010
Kävely	87 %	83 %	68 %	75 %
Patikointi, retkeily, vaellus	23 %	24 %	26 %	29 %
Pyöräily	55 %	66 %	55 %	55 %
Juoksu	30 %	35 %	16 %	31 %
Marjastus, sienestys	71 %	64 %	64 %	62 %
Uinti luonnonvesissä	59 %	65 %	68 %	68 %
Veneily	32 %	35 %	45 %	49 %
Kalastus	44 %	43 %	46 %	44 %
Maastohiihto	47 %	41 %	40 %	42 %

Luonnonvarakeskuksen toteuttamassa Luonnon virkistyskäyttö -tutkimuksessa mitattiin lähes 9 000 suomalaisen ulkoilun harrastamisen määrää ja laatua. Tutkimuksessa tutkitaan vastaajien osallistumista ulkoiluharrastuksiin ja harrastuskertojen määrää, tietoja asunnon lähialueille suuntautuvista alle vuorokauden kestoista lähiulkoilukerroista sekä ulkoilun vuoksi tehdyistä luontomatkista (sisältää yöpymisen). Tutkimus toistetaan joka kymmenes vuosi ja vuoden 2010 tutkimuksen tulosten mukaan ulkoilua harrastaa 96 % suomalaisesta aikuisväestöstä (kuvio 8). (Neuvonen & Sievänen 2011, 3, 37.)



Kuvio 8. Ulkoilua harrastavat suomalaiset (Neuvonen & Sievänen 2011, 37).

Lähiulkoilukerroista 63 % kohdistuu kuntien alueille, 31 % yksityismaille tai omalle vapaa-ajan asunnolle ja 6 % valtion alueille. Tutkimuksen mukaan luonnossa harrastetaan paljon harrastuksia, joille luonto tarjoaa harrastusympäristön. Useimpien taitoharrastusten osallistumisosuudet kasvoivat edellisestä tutkimuksesta, mutta ovat edelleen vain 1–10 prosenttia koko aikuisväestöstä patikointia lukuun ottamatta, joka on suosituin muoto luontoliikunnassa ja sitä harrasti 27 % vastaajista (kuvio 9). Eniten suosiota edellisestä tutkimuksesta kasvattivat maastopyöräily, eräretkeily, ja uutena lajina geokätkentä. Käyntikertojen määrät laskivat lähes kaikissa lajeissa edelliseen tutkimukseen verrattaessa. (Neuvonen & Sievänen 2011, 56.)



Kuvio 9. Luontoliikunta- ja taitoharrastuksiin osallistuminen (Neuvonen & Sievänen 2011, 56).

4.2 Retkeily, patikointi ja vaeltaminen

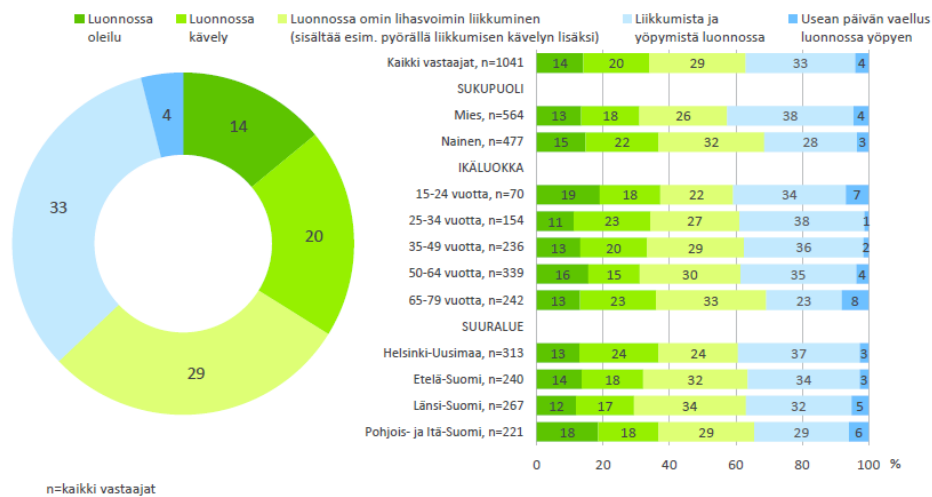
Retkeily termin käyttö ei ole yleisesti selkeää. Retkeily-sana mielletään usein synonyymiksi patikoinnille ja lyhyille vaelluksille, mutta on itseasiassa laajempi käsite, joka käsittää eri tavoin ajan viettämisen ja liikkumisen luonnossa. Retkeily kattaa liikkumisen monin eri tavoin, kuten melomalla, hiihtämällä, pyöräillen tai ratsastamalla. (Rautiainen & Riikonen 2017, 27.) Vaelluksen suunnitteluopas (Räsänen & Saari 2011, 4) määrittelee retkeilyn olevan päiväretkeilyä erityisesti retkeily- ja virkistysalueilla. Retkeilyreitit ovat useimmiten rengasreittejä, jotka sijaitsevat lähellä toisiaan. Usein retkeilyalueella on useita reittejä ja siellä voi retkeillä ja kävellä useampana päivänä peräkkäin ja yöpyä maksullisessa majoituksessa. Suomen Ladun (n.d.) mukaan ”retkeily on virkistäytymistä luonnon keskellä ja irrottautumista arjen kiireistä. Se voi tarkoittaa sekä lyhyttä eväretkeä laavulle että viikon hiihtovaellusta.” Oman haasteen retkeilyn määrittelyssä asettaa sen vahva mielikuva, jossa retkeily on reppu selässä erämaahan suuntautuvaa omatoimista patikointia, jossa tulee hallita erätaidot. Tänä päivänä retkeilijöitä on erilaisia; on heitä, jotka vaativat yhä haasteellisempia kokemuksia ja heitä, jotka nauttivat kevyestä kävelystä luonnon keskellä. Valtaosa tämän päivän retkeilijöistä harrastaa päiväretkiä, jonka jälkeen nauttivat alueen palveluista. (Räsänen 2014, 5.)

Vaeltamisella ja patikoimisella tarkoitetaan, retkeilystä poiketen, aina jalkaisin tapahtuvaa liikku- mista. Vaeltaminen tarkoittaa aidossa luonnonympäristössä tapahtuvaa useamman vuorokauden mittaista kulkemista yöpymisvarusteiden kanssa. Vaeltamista on mahdollista harrastaa niin merkityillä vaellusreiteillä ja -poluilla kuin myös täysin erämaaolosuhteissa huomioiden luonnonsuo- jelalueiden rajoitukset sekä jokamiehen oikeudet. Vaeltamiseen liittyy patikointia enemmän myös muita elementtejä, kuten ulkona yöpyminen, ruokailu ja muu eräleirielämä. (Hemmi 1995, 242.) Patikoimisella tarkoitetaan yleensä lähinnä päivä- ja viikonloppuretkelyä jalkaisin (Rautiai- nen & Riikonen 2017, 27). Luonnon virkistyskäyttö -tutkimus (Neuvonen & Sievänen 2011, 136) määrittelee patikoinniksi vähintään 10 kilometrin tai puolen päivän mittaisen kävelyretken luon- nossa. Huomioitavaa on, että myös näiden termien käytössä on vaihtelua (Rautiainen & Riikonen 2017, 27).

Suomen Latu toteutti vuonna 2019 retkeilytutkimuksen, jossa selvitettiin suomalaisten asenteita ja kiinnostusta retkeilyä kohtaan. Kysely osoitettiin Manner-Suomen suomenkielinen aikuisväes- tölle (15–79-vuotiaat) ja kyselyyn vastasi 1041 vastaajaan. Tutkimuksella selvitettiin mm. mitä retkeilyllä käsitetään. Tutkimukseen osallistuneet määrittelivät retkeilyn kolmeen luokkaan (ku-

vio 10). Kolmannekselle vastaajista retkeily tarkoitti luonnossa oleilua ja kävelyä. Seuraavat kokivat retkeilyn olevan luonnossa liikkumista omin lihasvoimin esim. liikkumista pyörällä tai hiihtäen kävelyn ohella. Kolmannen joukon mielestä retkeily tarkoitti myös luonnossa yöpymistä. (Icen 2019, 5.)

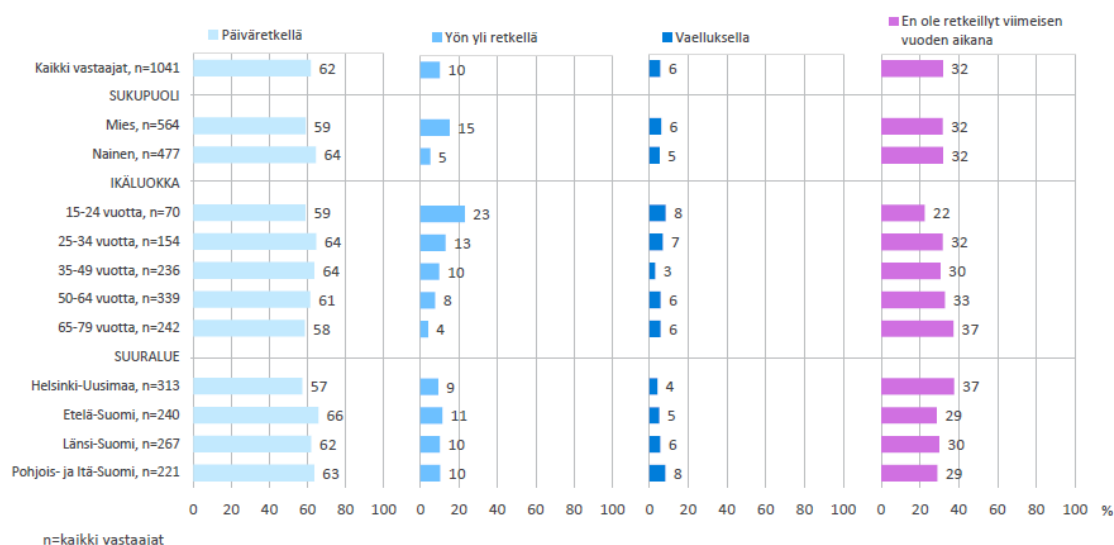
Mikä seuraavista vaihtoehdoista kuvaa sinusta parhaiten käsitettä retkeily?



Kuvio 10. Retkeilyn käsite Suomen Ladun retkeilytutkimus (Icen 2019, 13).

Samaisessa tutkimuksessa selvitettiin myös suomalaisten retkeilytottumuksia. Tutkimuskysymyksinä retkeilyn käsitteen lisäksi toimivat: harrastaako itse retkeilyä, miten ja missä seurassa retkeilyä harrastetaan sekä kartoitettiin syitä, joiden vuoksi retkeilyä ei harrasteta. Tutkimustuloksien mukaan retkeily on suomalaisten keskuudessa suosittua ja kaksi kolmesta oli retkeillyt luonnossa viimeisen vuoden aikana (kuvio 11). Valtaosa tekee päiväretkiä, mutta kymmenen prosenttia oli ollut yön yli retkellä. olleensa yön yli kestäneellä retkellä. Miehet tekivät yön yli retkiä useammin kuin naiset. (Icen 2019, 5.)

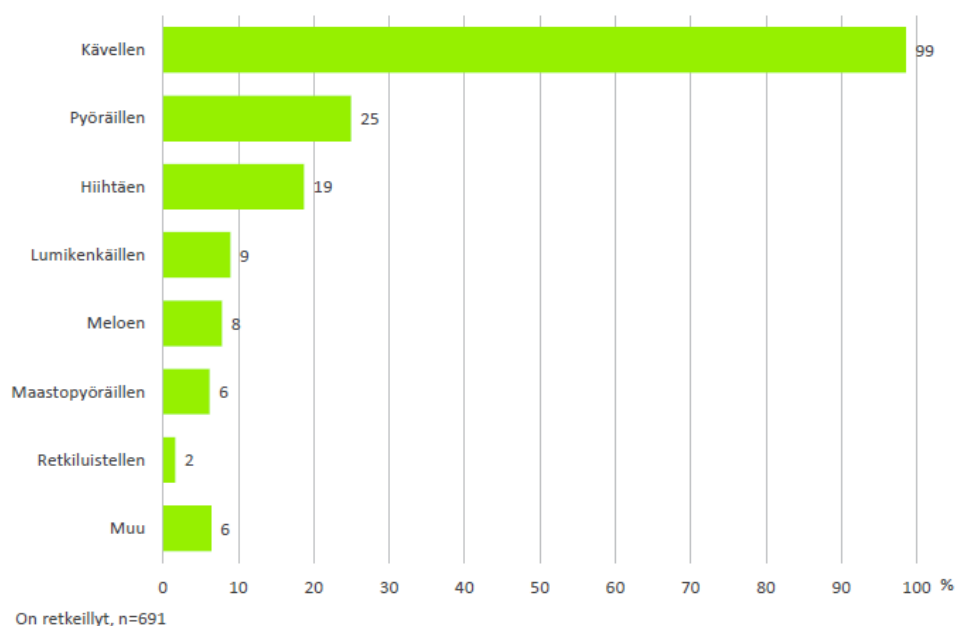
Oletko retkeillyt viimeisen vuoden aikana luonnossa...?



Kuvio 11. Suomalaisten retkeilyn muodot Suomen Ladun retkeilytutkimus (Icen 2019, 15).

Tutkimuksen mukaan kävely on suosituin liikukumismuoto retkeillessä sukupuolesta tai iästä riippumatta (kuvio 12). Lisäksi suosittuina lajeina esiin nousivat pyöräily ja hiihto. Hiihto on suosituinta yli 50-vuotiaiden keskuudessa ja maastopyöräilyssä korostuvat ennen kaikkea keski-ikäiset 35–49-vuotiaat. (Icen 2019, 6, 19, 21.)

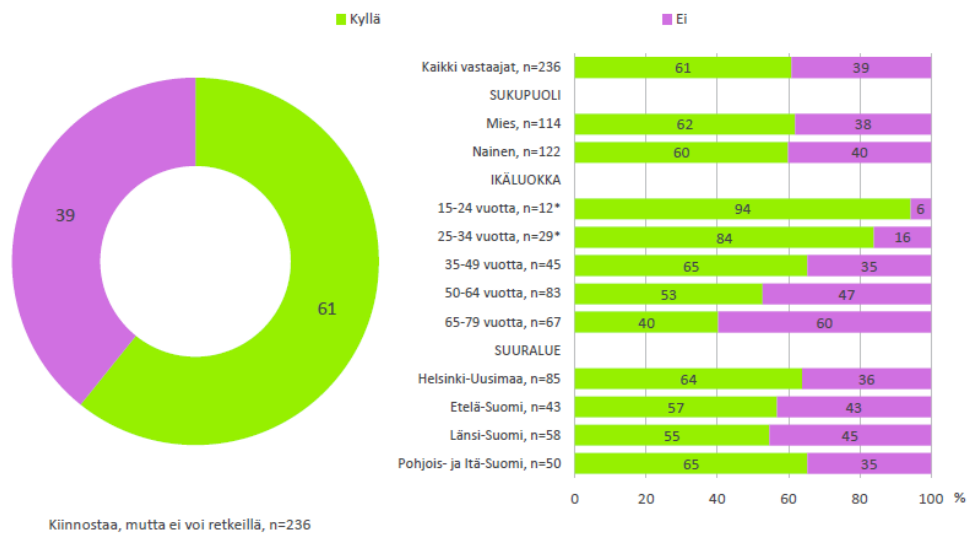
Millä tavoin olet viimeisen vuoden aikana retkeillyt?



Kuvio 12. Suomalaisten retkeily lajit Suomen Ladun retkeilytutkimus (Icen 2019, 19).

Yli 60 % vastaajista, jotka eivät retkeilleet, olivat kiinnostuneita retkeilystä (kuvio 13). Yleisin syy retkeilyn harrastamattomuuteen oli ajanpuute, mutta myös retkiseuran, retkeilytaitojen tai sopivien varusteiden puute estivät retkeilyn harrastamisen. Ainoastaan kolmannes ei retkeillyt, koska retkeily ei kiinnosta lainkaan. Miehillä syy oli kiinnostuksen puute naisia useammin, kun taas naisilla oli miehiä useammin esteenä sopivan seuran tai retkeilytaitojen puute. (Icen 2019, 6.)

Oletko kiinnostunut retkeilystä / haluaisitko aloittaa retkeilyn?

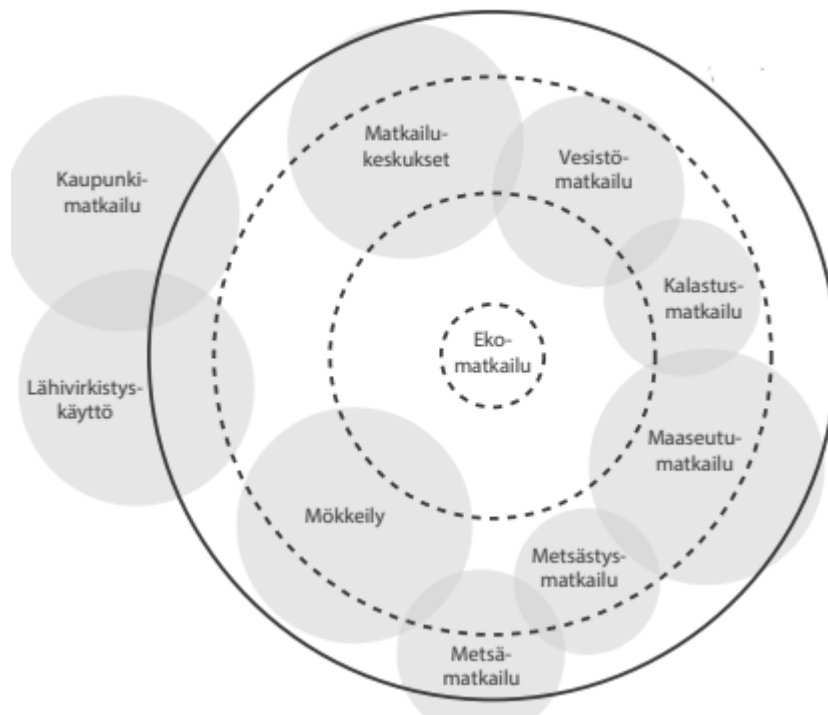


Kuvio 13. Retkeilyä harrastamattomien kiinnostus retkeilyyn Suomen Ladun retkeilytutkimus (Icen 2019, 18).

4.3 Luontomatkailu

Termi luontomatkailu, englanniksi nature-based tourism, muodostaa matkailututkimuksessa yhden keskeisimmän kategorian, mutta siitä huolimatta se on määritelty tutkimuksissa monin eri tavoin. Matkailututkimuksissa se on luokitella väljästi tai rajatumminkin. Väljästi tarkasteltuna sen alle kuuluvat kaikki ne matkailun toiminnot, jotka liittyvät luontoon ja luontoympäristöihin ja sen alle voidaan määritellä lähes kaikki massamatkailusta ekomatkailuun. (Rantala 2017, 59.) Tiukasti katsottuna luontomatkailu vertautuu ekomatkailuun, jossa on tarkat ekologiaan ja etiikkaan perustuvat kriteerit luontoympäristölle sekä siellä olemiselle ja liikkumiselle (Koivula & Saastamoinen 2005, 11.)

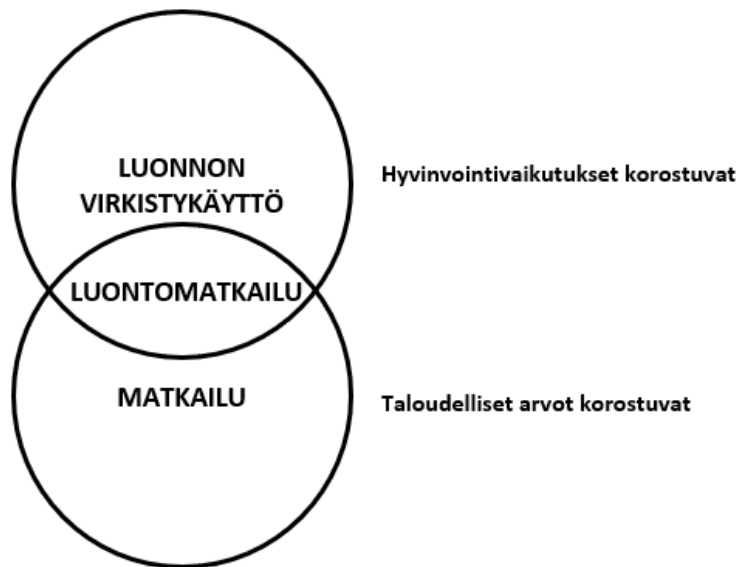
Yleisesti suomalaisessa matkailututkimuksessa luontomatkailun määritelmäksi on vakiintunut ympäristöministeriön asettaman luonnon virkistyskäytön ja luontomatkailun kehittämistyöryhmän (VILMAT) määritelmä (Kuvio 14). Sen mukaan ekomatkailu on tiukimmin määritelty luontomatkailun muoto, jossa toiminta tapahtuu aina lihasvoimalla, yleensä suojelualueilla ja toimintaa ohjaa tiukka etiikka. Luontomatkailun keskivaiheilla ovat ne matkailutoiminnot, joissa luonnolla on merkittävä rooli matkalla esim. patikointi ja muu retkeily. Väljin luontomatkailun muoto on luontoon tukeutuva tai sitä hyödyttävä matkailu, joka käsittää mm. mökkeilyn ja maaseutumatkailun. (Koivula & Saastamoinen 2005, 12.)



Kuvio 14. Luontomatkailun laajat ja suppeat määritelmät (Koivula, E, & Saastamoinen, O. 2005, 12).

Ympäristöministeriön (2002, 48) julkaisussa Ohjelma luonnon virkistyskäytön ja luontomatkailun kehittämiseksi määritelmä kuuluu hieman pidemmälle vietyä, että ”luontomatkailu on matkailua, jonka vetovoimaisuus ja aktiviteetit perustuvat oleellisilta osiltaan luonnonympäristöön ja siellä toteutettavaan toimintaan.” Lisäksi julkaisussa todetaan, että ”luontomatkailu yhdistää luonnon virkistyskäytön ja matkailun (kuvio 15). Luontomatkailussa luonto on merkittävä vetovoimatekijä tai toimintaympäristö. Luonnon virkistyskäytöstä on luontomatkailua lähes kaikki se,

joka ei ole päivittäistä lähivirkistystä. Siten mm. matkailuun liittyvä loma-asuminen ja sen yhteydessä tapahtuva virkistyskäyttö katsotaan luontomatkailuksi (Ympäristöministeriö 2002, 7).”



Kuvio 15. Luontomatkailu osana luonnon virkistyskäyttöä ja matkailua (Ympäristöministeriö 2002, 7).

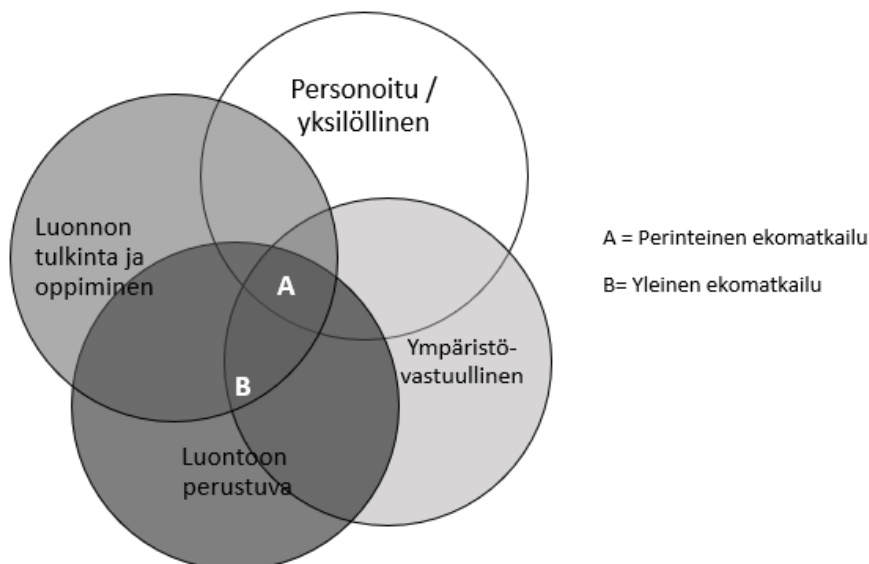
Luonnon virkistyskäyttö 2010-tutkimuksessa todetaan, että ”luontomatkalla tässä raportissa tarkoitetaan matkaa, jonka aikana yövytään muualla kuin vakinaisessa asunnossa, esimerkiksi vapaa-ajan asunnolla tai majoitusliikkeessä, ja matkan ensisijainen tarkoitus on luonto- ja ulkoiluharrastukset (Neuvonen & Sievänen 2011, 126).” Tiivistetysti voidaan todeta, että luontomatkailusta on kyse, kun matkakohteen luontoympäristö ja luonnonelementit toimivat tärkeimpinä matkailun vetovoimatekijöinä (Järviluoma. 2006, 58).

4.3.1 Kestävä luontomatkailu ja ekomatkailu

Kun luontomatkailussa huomioidaan myös suojelulliset näkökulmat, puhutaan kestävästä luontomatkailusta tai ekomatkailusta (Järviluoma 2006, 56). Ekomatkailun voidaan nähdä eroavan luontomatkailusta siten, että se suuntautuu myös luontoympäristöihin, mutta sisältää ympäristökasvatuksellisen elementin ja tietynasteisen kontrolloidun toimintatavan suojella ja säilyttää hyödyntämäänsä luontoresurssia (Fennell 2003, 23). Ensimmäinen virallinen määritelmä ekomatkailulle Weaverin (2001, 5) mukaan oli Ceballos-Lascuráinin (1987) määritelmä, jossa ekomatkailu on matkustamista koskemattomiin luontoympäristöihin, joissa matkan tarkoituksena on tutkia,

ihailla ja nauttia kohteen luonnosta, kasveista, eläimistä ja maisemista sekä alueella ilmenevästä nykyisestä ja historiallisesta kulttuurista. Nykyisellään ekomatkailun käsite on laajentunut kattamaan entistä enemmän kestävän kehityksen sen kaikista näkökulmista (Weaver 2001, 5). Fennell (2003, 24) määrittää ekomatkailun olevan kestävä kehityksen periaatteita noudattava luonnonympäristöihin perustuva matkailun muoto, jossa matkan syy on luonnossa tapahtuvat kokemukset ja oppiminen. Se on eettisesti johdettua matkailua, joka kuluttaa luontoa mahdollisimman vähän ja jota hallitaan ja se tuottaa hyötyä paikallisesti. Sitä esiintyy tyypillisesti luonnonsuojelualueilla ja luonnonympäristössä ja sen tulisi myötävaikuttaa näiden alueiden säilymiseen alkuperäisenä.

Ekomatkailu käsittää siis aina vähintään kolme ulottuvuutta. Se on lihasvoimin tapahtuvaa luontoympäristöön sijoittuvaa luonnon tulkintaan ja oppimiseen pohjautuvaa ympäristövastuullista matkailua, jota johdetaan kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti (Weaver 2001, 6). Perinteiseen ekomatkailuun voidaan kuitenkin liittää myös yksi lisäominaisuus (kuvio 16). Perinteinen ekomatkailu tarjoaa usein vaihtoehtoa nykyisin niin suosituille yleiselle ekomatkailulle. Perinteinen ekomatkailija etsii aitoutta ja itsensä ylittämisen kokemuksia ainutlaatuisissa ja syrjäisissä luontoympäristöissä. Perinteinen ekomatkailu on yksin tai pienryhmissä tapahtuvaa matkailua, jossa vältellään suosittuja ja ahtaita luontomatkailukohteita ja etsitään uusia koskemattomia paikkoja. (Weaver 2001, 18.)



Kuvio 16. Ekomatkailun ulottuvuudet (mukaillen: Weaver 2001, 6).

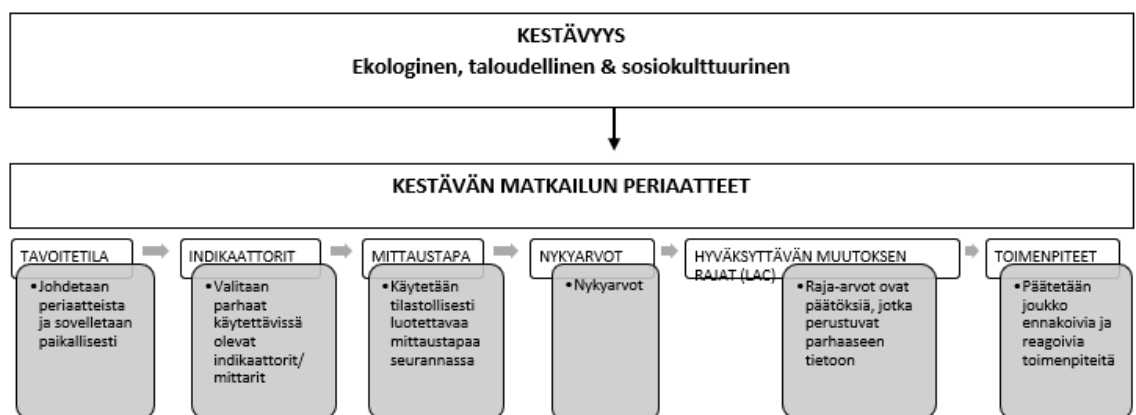
Suomessa Metsähallitus julkaisi vuonna 2004 kestävän luontomatkailun periaatteet, jotka on 2016 päivitetty muotoon kestävän matkailun periaatteet. Niissä määritellään ne ohjeistukset, jotka Metsähallitus on laatinut ohjaamaan suojelualueidensa matkailukäyttöä. Alla ohjeistus ot-sikkotasolla:

”Edistämme kestävää matkailua. Teemme tämän yhteistyössä siten, että...

1. Tuemme kohteiden arvojen säilymistä ja edistämme niiden suojelua
2. Minimoimme ympäristön kuormitusta
3. Vahvistamme paikallisuutta
4. Edistämme kohteiden tuottamaa hyvinvointia ja terveyttä
5. Edistämme paikallistaloudellista kasvua ja työpaikkojen luomista
6. Viestimme yhdessä kohteen arvoista ja palveluista

(Erkkonen, Kyöstilä & von Boehm 2019, 5–6).”

Lisäksi metsähallitus mittaa matkailun kestävyyttä ja ympäristövaikutuksia. Mittauksessa arvioidaan hyväksyttävissä olevien muutosten rajojen määrittely, ns. LAC-menetelmän avulla (Limits of Acceptable Change = hyväksyttävän muutoksen rajat) (kuvio 17). LAC-menetelmää käytetään luontomatkailualueiden tilan seurannan ja kehittämissuunnitelmien laadinnan tukena. Kestävän luontomatkailun periaatteiden pohjalta kullekin luontomatkailualueelle on määritelty tavoitetilat, joiden mukaisesti toimintaa alueilla pyritään kehittämään. (Erkkonen, Kyöstilä & von Boehm 2019, 10.) Ekomatkailun periaatteiden mukaisesti, mikäli matkailun luonnolle aiheuttama kanto-kyky ylittyy, toteutetaan luonnonsuojelu toimenpiteiden vahvistamista ja matkailua rajoittavia pyrkimyksiä. Vastaavasti alueilla, jotka eivät kärsi liiallisesta matkailusta, voidaan matkailun roolia vahvistaa ja kehittää uusia matkailutuotteita. (Aho ym. 1994, 158.)



Kuvio 17. Lac-menetelmän soveltaminen (mukaillen: Erkkonen, Kyöstilä & von Boehm 2019, 10).

4.3.2 Luontomatkailun ja retkeilyn kysyntä Suomessa

Luontomatkailu, kuten kaikki muutkin matkailun sektorit, vaatii toteutuakseen kysyntää ja tarjontaa ja toimenpiteet molemmilla puolilla vaikuttavat luontomatkailijan päätökseen lähteä matkalle sekä kohteen valintaan. Luontomatkailun toimijoilla täytyy olla laaja ymmärrys luontomatkailijoiden tarpeista ja kiinnostuksen kohteista. (Gunn 2002, 442.) Visit Finlandin mukaan (n.d.) Suomen luonto on matkailun tärkeimpiä vetovoimatekijöitä ja potentiaalisimmat luontomatkailun kategoriat ovat vaellus, pyöräily, maastopyöräily, melonta ja eläintenkatselu. Lisäksi luontoon pohjautuvat matkailupalvelut ja niiden kasvattaminen ovat osa Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartan 2015–2025, kansallisen biotalousstrategian, kansallisen metsästrategian 2025 sekä sinisen biotalouden kansallisen kehittämissuunnitelman 2025 tavoitteita (Tyrväinen. ym. 2018, 7).

Luontomatkailua ei systemaattisesti tilastoida Suomessa ja luontomatkailu ei ole virallisten luokitusten mukaan oma toimiala, vaan se koostuu useista matkailun toimialoista, kuten esim. ohjelma-, majoitus- ja kuljetuspalvelut (Kurttila ym. 2014, 129.) Useiden eri toimialojen vuoksi luontomatkailun kokonaisvolyyymista on vain karkeita arvioita. Matkailun edistämiskeskus, nykyinen Visit Finland, arvio vuonna 2005, että luontomatkailun osuus, sen laajan määritelmän mukaan, on noin 25 % suomen matkailusta (Koivula & Saastamoinen 2005, 15). Tuon arvion mukaan luontomatkailun tuoma arvonlisäys matkailussa olisi ollut vuonna 2018 noin 1,3 miljardia euroa matkailun koko jalostusarvon ollessa 5,2 miljardia euroa (Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2017–2018 2020, 3).

Toinen merkittävä syy sektorin koon hahmottamisen haastavuuteen on se, että pienten (alle 20 vuodepaikkaa) majoituspaikoista ei nykyisin kerätä yöpymistietoja. Luontomatkailijat suosivat usein luonnonläheistä ja pienimuotoista majoitusta, jolloin merkittävä osa majoituskäytöstä jää tilastoinnin ulkopuolelle. Lisäksi luontomatkailun volyymit ja sesongit vaihtelevat huomattavasti Suomen sisällä. Ennen kaikkea pohjoisen kansallispuistot ja matkailukeskukset houkuttelevat vuosittain satojatuhansia matkailijoita, kun taas Etelä-Suomen kohteissa luontomatkailu on mitataakaltaan huomattavasti pienempää. Sesonkiluonteisuuden ja ympärivuotisuuden ongelma koskettaa enemmän luontoon pohjautuvaa ja luontoympäristöissä tapahtuvaa matkailua kuin kaupunkikohteita. Matkailun ympärivuotisuuden ongelma on erilainen eri puolilla Suomea. Pohjoisen talvimatkailua tarjoavissa keskuksissa ongelmana on kesämatkailijoiden tavoittaminen, kun taas Järvi-Suomessa juuri talvi muodostaa romahduksen kysynnässä. (Konu ym. 2017, 29.)

Luontomatkailun kysyntää on selvitetty erilaisilla tutkimuksilla. Ehkä parhaiten luontomatkailun ja retkeilyn kysyntää aluetasolla seurataan Metsähallituksen kansallispuistoissa ja retkeilyalueilla tehtävien kävijäseurantojen kautta. (Konu ym. 2017, 30.) Vuonna 2019 kansallispuistoihin tehtiin yhteensä 3,2 miljoonaa käyntiä ja kävijämäärät ovat lähes tuplaantuneet kymmenessä vuodessa (taulukko 3). Metsähallituksen hallinnoimissa luontokohteissa retkeilyn kasvu on suuntautunut pääosin kansallispuistoihin, sillä sen ylläpitämällä retkeilyalueilla vastaavaa kasvua ei ole tapahtunut, vaan keskimääräinen kävijämäärä per retkeilyalue on pysynyt vastaavana ajanjaksona lähes samana. (Metsähallitus 2020a).

Taulukko 3. Metsähallituksen kansallispuistojen käyntimäärät 2010–2019 (Metsähallitus 2020a).

Vuosi	Kansallispuistoja yhteensä	Käyntimäärä yhteensä	Käyntimäärä keskimäärin	Käyntimäärä-muutos kpl	Käyntimäärä-muutos %
2019	40	3 223 400	80 585	55 600	2
2018	40	3 167 800	79 195	63 100	2
2017	40	3 104 700	77 618	296 500	10
2016	39	2 811 200	72 082	176 600	7
2015	39	2 634 600	67 554	348 100	15
2014	38	2 286 500	60 171	26 700	1
2013	37	2 259 800	61 076	172 500	8
2012	37	2 087 300	56 414	800	0
2011	37	2 086 500	56 392	128 000	7
2010	35	1 958 500	55 814	15 000	1

Luonnon virkistyskäyttö 2010-tutkimuksessa selvitettiin suomalaisten luontomatkailutottumuksia. Tutkimuksessa luontomatkalla tarkoitettiin matkaa, jonka aikana yövytään muualla kuin vakinaisessa asunnossa, esimerkiksi vapaa-ajan asunnolla tai majoitusliikkeessä, ja matkan ensisijainen tarkoitus on luonto- ja ulkoiluharrastukset. Tutkimuksen mukaan kaksi viidestä suomalaisesta tekee vähintään yhden luontomatkan vuoden aikana. Keskimäärin luontomatkoja kertyy 8 luontomatkaa ja 26 luontomatkapäivää. Luontomatkoihin 33 % kohdistuu vapaa-ajan asunnolle, 20 % valtion alueille, 28 % yksityismaille ja loput 19 % kuntien alueille. (Neuvonen & Sievänen 2011, 64.)

Luontomatkoja tehdään ympäri vuoden, mutta matkan tarkoitus vaihtelee. Kesäkaudella tehdään eniten mökkimatkoja ja patikointimatkoja, kun taas talvella hiihto- ja laskettelumatkoja. Tyypillisin luontomatka kestää 4–7 vuorokautta. Kesällä tehdään paljon lyhyitä luontomatkoja ja talvisin

kesto pitenee 4–7 vuorokauteen. Luontomatkailua harrastavista kaksi viidestä matkaa Lappiin talvella ja joka kolmas on tehnyt Lapin matkan kesällä tai syksyllä. Kansallispuistoon suuntautuneen matkan oli tehnyt 27 % suomalaisista. (Neuvonen & Sievänen 2011, 65–67.)

4.3.3 Suomalaisen luontomatkailijan profiili

Luontomatkailija on luontomatkan tehnyt henkilö ja heidät voidaan profiloida erilaisilla tavoilla. Näitä ovat esim. demografiset muuttujat, sosioekonominen asema, henkilön motiivit ja odotukset sekä kiinnostus palvelujen käyttöön, jne. (Sievänen 2017, 71.) Suomen väestön muuttuva ikärakenne sekä eri sukupolvien erilaiset kiinnostuksen kohteet vaativat luontomatkailijan profilointia, että luontomatkailukohteita ja -palveluita voidaan suunnata oikeille kohderyhmille ja huomioida eri ryhmien erilaiset tarpeet. Luontomatkailussa tuleekin tulevaisuudessa huomioida ennen kaikkea kasvavien kohderyhmien kiinnostuksen kohteet ja tarpeet. (Konu ym. 2017, 11–13.)

Suomalaisista luontomatkkoja tekevät etenkin nuoret keski-ikäiset. Yleensä he ovat lisäksi korkeasti koulutettuja ja asuvat kaupungeissa. Vastaavasti vähiten luontomatkkoja tekevät nuoret sekä vähemmän koulutusta saaneet. Myös maaseudulla asuvat harrastavat luontomatkailua vain vähän. Maantieteellisesti eniten luontomatkailua harjoittavat pohjoissuomalaiset ja vähiten länsisuomalaiset. Alueelliset erot ovat kuitenkin pieniä. (Kurttila ym. 2014, 30.)

Metsähallitus toteutti 2011 yhteistyössä Itä-Suomen yliopiston kanssa erillistutkimuksen, jossa analysoitiin vuosina 2000–2010 kävijätutkimuksista saadut vastaukset ja niistä muodostettiin retkeilijäprofiilit käyttäen monimuuttujamenetelmiä. Tutkimuksen tuloksena muodostui neljä eri asiakassegmenttiä. (Itä-Suomen yliopisto 2012.)

Sosiaaliset itsensä kehittäjät ovat muita ryhmiä halukkaimpia tapaamaan uusia ihmisiä retkellään ja heidän tärkeimpinä motiiveinansa ovat aikaisemmat muistot, omien taitojen kehittäminen ja jännityksen kokeminen sekä jossain määrin myös luonnon kokeminen, maisemat ja rentoutuminen. Sosiaaliset itsensä kehittäjät matkustavat muita useammin suuremmissa ryhmissä ja yli puolet on 45–65-vuotiaita ja miehiä. Lähes neljä viidesosaa sosiaalisista itsensä kehittäjistä oli jo vierailut aiemmin kyseisellä alueella, ja he harrastivat muita segmenttejä useammin käynnillään mm. kalastusta, veneilyä ja moottorikelkkailua. Sosiaaliset itsensä kehittäjät vierailivat muita segmenttejä enemmän valtion retkeilyalueilla ja muilla alueilla (esim. erämaa-alueet, kulttuurikohdet). (Itä-Suomen yliopisto 2012.)

Toisena ryhmänä esiin nousi **henkistä hyvinvointia hakevat nostalgikot**. Heille tärkeitä motiiveja ovat henkinen hyvinvointi, aikaisemmat muistot ja mahdollisuus olla yksin tai oma seurueen kesken. Myös luonnon kokeminen, maisemat, rentoutuminen ja pääsy pois melusta ja saasteista ovat heille tärkeitä, kun taas uusien ihmisten tapaaminen ja jännityksen kokeminen ovat vähemmän tärkeitä. Henkistä hyvinvointia hakevat nostalgikot matkustavat useimmiten oman perheen kanssa tai yksinään. Suurimmat ikäryhmät ovat 45–54 ja 55–65-vuotiaat ja miehiä ja naisia on likimain yhtä paljon. Henkistä hyvinvointia hakevat nostalgikot ovat yleensä käyneet alueella aiemminkin ja he harrastivat muita segmenttejä useammin käynnillään mm. marjastusta, sienestystä, koiran ulkoilutusta, murtomaahiihtoa ja auringonottoa. (Itä-Suomen yliopisto 2012.)

Kuntoileville luontoseikkailijoille muita segmenttejä tärkeämpiä motiiveja ovat kuntoilu, luonnosta oppiminen, omien taitojen kehittäminen ja jännityksen kokeminen. Sen sijaan uusien ihmisten tapaaminen ja aikaisemmat muistot ovat heille vähemmän tärkeitä muihin segmentteihin verrattuna. Kuntoilevat luontoseikkailijat matkustavat useimmiten oman perheen kanssa pienissä ryhmissä. Yleisimmät ikäryhmät ovat 45–54-vuotiaat ja 35–44-vuotiaat ja miehiä on hieman enemmän kuin naisia. Heistä ensikertaa alueella vierailevia on lähes puolet. He harrastivat muita segmenttejä useammin käynnillään lintujen, kasvien ja luonnon tarkkailua tai luontovalokuvausta ja olivat segmenteistä eniten kiinnostuneita melonnasta, vaeltamisesta, yöpymisestä maastossa ja luontopolkuihin tutustumisesta. Yhdessä luontosuuntautuneiden rentoutujien kanssa tämä on yleisin segmentti muilla luonnonsuojelualueilla. (Itä-Suomen yliopisto 2012.)

Luontosuuntautuneiden rentoutujien luontoretken tärkeimpiä motiiveja ovat luonnon kokeminen, maisemat, rentoutuminen, yhdessäolo oman seurueen kanssa ja pääsy pois melusta ja saasteista. Heitä motivoi myös alueeseen tutustuminen, mutta heitä ei kiinnosta uusien ihmisten tapaaminen tai omien taitojen kehittäminen. Luontosuuntautuneet rentoutujat matkustavat useimmiten oman perheen tai ystävien kanssa pienissä ryhmissä. Segmentissä on jonkin verran enemmän naisia kuin miehiä. Ryhmässä on enemmän alle 35-vuotiaita kuin muissa segmenteissä, joskin mediaani-ikä on 42 vuotta. Alueella ensi kertaa vierailevien osuus on tässä segmentissä kaikkein suurin ja he harrastivat muita segmenttejä useammin käynnillään kävelyä ja eväretkeilyä sekä vierailivat alueen luontokeskuksessa ja tutustuivat alueen kulttuuriperintöön. Myös luonnosta nauttiminen, maisemien katselu ja uinti olivat luontosuuntautuneille rentoutujille suosittuja harrastuksia kuin muille segmenteille. Yhdessä kuntoilevien luontoseikkailijoiden kanssa tämä on yleisin segmentti muilla luonnonsuojelualueilla. (Itä-Suomen yliopisto 2012.)

4.4 Luontoelämys

Luontokokemus ja -elämys voidaan jossain määrin käsittää samaksi asiaksi, mutta filosofisessa pohdiskelussa kokemus erotetaan elämyksestä. Henkilö saa kokemuksia, joita ei sen kummemmin muistella, kaiken aikaa eläessään. Elämyksen voidaan yhden määritelmän mukaan katsoa olevan eräs kokemisen muoto, johon liittyy tunteita, kuten innostus, kiihtyminen, harmonia jne. Tunteiden korostuminen kuvaa hyvin elämyksen ja kokemuksen eroa. Elämyksiin myös usein palataan esimerkiksi muistojen, valokuvien yms. avulla. (Kurttila ym. 2014, 41.) Luontoelämykseen liittyy tunteiden lisäksi myös usein, että se koetaan aistien kautta ja ne syntyvät aistien yhteistyöllä. Koemme elämyksiä vain harvoin yhden aistin välityksellä ja esimerkiksi juuri luontoelämykset koetaan usein monilla aisteilla. (Särkkä, Konttinen & Sjösted 2013, 25, 30.) Alla käytetään luontoelämystä tarkoittaen sillä suunnilleen samaa kuin luontokokemus, vaikka niillä on yllä kuvatun mukaisia merkityseroja (Tuulentie 2002, 74).

Luontoelämyksen synnyttävät usein luonnonelementit. Luontoelämyksiä on mahdollista kokea yhtä lailla pitkällä erämaa vaelluksella kuin kesämökin terassilla. Pääosassa on kuitenkin luonnon-tilainen ympäristö. Voidaankin sanoa, että kaikki luonnontilaiseen ympäristöön liittyvät kokemukset ja elämykset ovat aina luontoelämyksiä, mutta kaikki luontoelämykset eivät ole välttämättä luonnontilaiseen ympäristöön liittyviä kokemuksia. Luontoelämykset voivat syntyä myös muussa ympäristössä ja nämä liittyvät usein matkailuun tai paikalliseen virkistäytymiseen ja ulkoiluun. (Järviluoma 2006, 51.)

Luontoelämykseen liittyvät vahvasti myös käsitteet subjektiivisuus ja autenttisuus. Elämyksen yksilöllisyys on luontoelämyksessä vahvasti läsnä. Joillekin luonnossa liikkujille erämaamaisemat ja hiljaisuus ovat suurin luontoelämyksen tuottaja, kun taas toisille elämys voi syntyä luonnossa tapahtuvasta fyysisen terveyden ylläpitämisestä. Luontoelämys voi olla siis aktiivista tekemistä toiselle ja passiivista katsomista toiselle. (Kurttila ym. 2014, 36–41.) Elämyksen raja on siis subjektiivisuudessaan hyvin häilyvä, koska vain kokija itse voi määritellä elämyksen (Järviluoma 2006, 52). Tämän vuoksi ihmisten luontoelämyksiin vaikuttavien tekijöiden erittely on vaikeaa. Elämykset ovat omiamme ja niihin vaikuttavat taustatekijät, kuten tarpeet, odotukset, elämäntilanne, arvot, kulttuuri jne. Voidaan sanoa, että luontoympäristö on merkkikieltä, jota ihminen tulkitsee kulttuuritaustansa vasten. Lisäksi luontoympäristö muuttuu koko ajan joko vuodenaikojen tai ihmisen toimenpiteiden seurauksena ja tämä vaikuttaa luontoelämykseen. Sama metsä ennen ja jälkeen metsänhakkuun tuottaa erilaisen luontoelämyksen. Vaikka luontoelämyksellä lähtökohtai-

sesti tarkoitetaan syntyneitä positiivisia kokemuksia ja muistoja, niin esimerkiksi vaelluskertomuksissa korostuvat raskaan fyysisen rasituksen tuottama elämys, joka on vaatinut vaivannäköä ja jota vaikeudet ovat jalostaneet. Koettu rasitus ja vaivannäkö muuttuu positiiviseksi, kun asetettu tavoite saavutetaan. Henkilökohtaisen motivaation yhteys luontoelämyksen syntyyn on siis myös ilmeistä. (Kurttila ym. 2014, 41–45.)

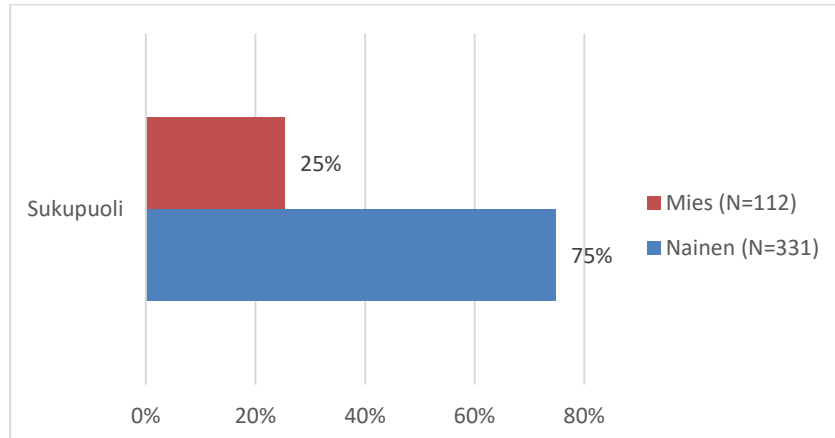
Luontoelämykseen vahvasti liittyvä autenttisuus on hankala käsite. Luontoelämystä hakevalla on usein autenttisuuden sekä alkuperäisen kaipuu ja arjen rutiineista irtaantumista alkuperäisessä ympäristössä pidetään yhtenä keskeisenä tapana kokea elämyksiä. Tämän vuoksi luontomatkan tai -retken kohteeksi valikoituu usein ns. erämaa tai muu koskematon luontoympäristö. Kuitenkin myös nämä luontoympäristöt ovat tavalla tai toisella ihmisen hallinnan alla ja niiden luonnonmuokaisuus ihmisen toiminnan ja päätöksenteon alaista (objektiivinen ja konstruktivinen autenttisuuden käsite). Näin ollen luontoelämyksen autenttisuus syntyykin usein ns. eksistentiaalisen autenttisuuden kautta, jossa autenttisuus syntyy kokijalle henkilökohtaisesti ja se liittyy henkilön henkilökohtaisiin tuntemuksiin luontoympäristöstä. Tuulentien (2002, 76) mukaan mm. Wang (1999) toteaa, että autenttiseksi kokemassaan ympäristössä elämystä hakeva voi tuntea itsensä aidoksi ja vapaammaksi ilmaisemaan itseään kuin arkielämässä. Kyseessä on eksistentiaalisen olemisen tapa, todellisen minän löytäminen, jonka luontoympäristö saa aikaan. Luontoelämys muodostuu tätä kautta henkilön identiteetistä yhdessä luontoympäristön kanssa. Erilaisilla matkailun tuotteistamiseen liittyvillä toimilla voidaan myös tuottaa elämyksiä, mutta autenttista elämystä ei voi täysin tuottaa ulkoa käsin. Luonto siis kutsuu alkuperäisyyden kaipuutamme ja luontoelämyksen kokeminen täyttää tuon kaipuun. (Tuulentie 2002, 73–87).

5 Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimuksen tutkimustulokset

Seuraavassa luvussa esitellään kyselytutkimuksen keskeisimmät tulokset. Luvun alussa käydään läpi kyselyn taustakysymykset eli selittävät muuttujat, joiden avulla voidaan tarkastella eri käyttäjäryhmien vastausten jakautumista. Tämän jälkeen analysoidaan tutkimuksen selittävät muuttujat käyttäen kaksisuuntaisia tarkastelumenetelmiä.

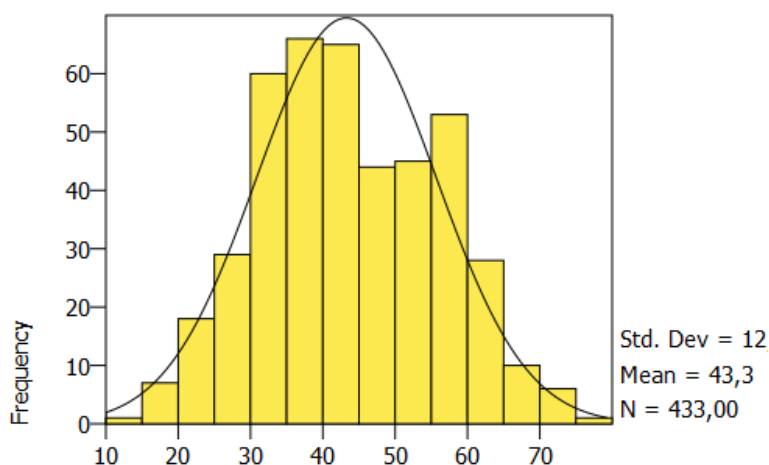
5.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyyn vastasi syksyllä 2018 kaikkiaan 449 vastaajaa, joista hieman reilu kolmannes (167) vastasi kyselyyn vaellustapahtumien yhteydessä ja loput (282) sähköisen lomakkeen kautta, jota jaettiin vaellus- ja retkeilyaiheilla sosiaalisen median alustoilla. Kyselyyn vastanneista 75 prosenttia oli naisia, joten naisten vastaukset ylikorostuvat aineistosta ja se voi aiheuttaa vinoumaa tuloksissa ja tulee ottaa huomioon tulosten yleistettävyydessä (kuvio 18). Kukaan vastaajista ei valinnut kohtaa muu kysyttäessä sukupuolta, mutta kuusi vastaaja jätti vastaamatta kysymykseen.



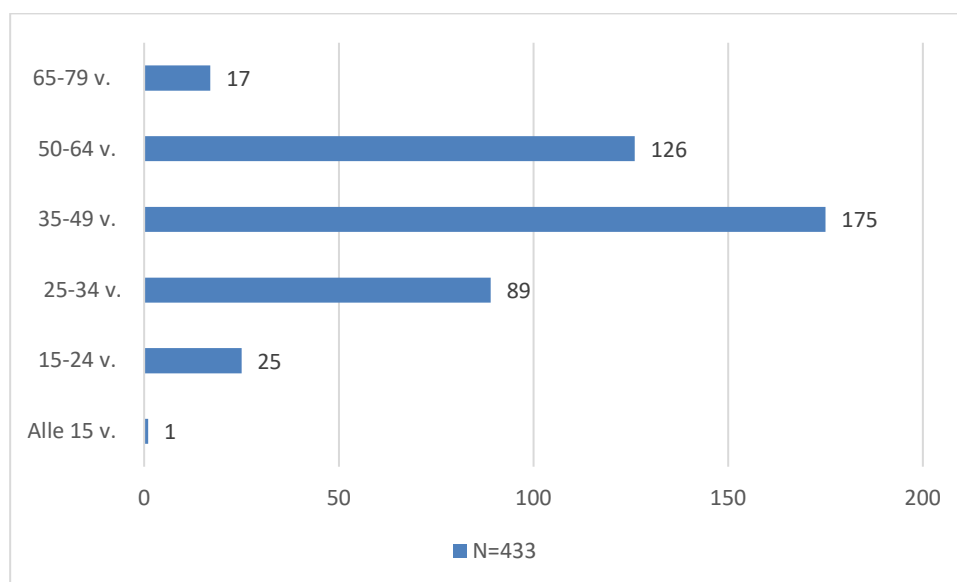
Kuvio 18. Vastaajien sukupuoli.

Kysymykseen iästä vastasi kaikkiaan 433 vastaajaa eli 16 vastaajaa ei ilmoittanut ikää. Vastaajien keski-ikä oli kyselyn toteuttamishetkellä vuonna 2018 43,3 vuotta ja mediaani 42 vuotta. Keskiarvon keskihajonta iän osalta oli 12,4 vuotta eli vastaajien ikä vaihteli keskiarvon ympärillä noudattaen lähes normaalijakaumaa (kuvio 19). Tyypillisin kyselyyn vastaaja oli iältään 35 vuotta. Nuorin vastaaja oli 12 vuotta ja vanhin 76 vuotta.



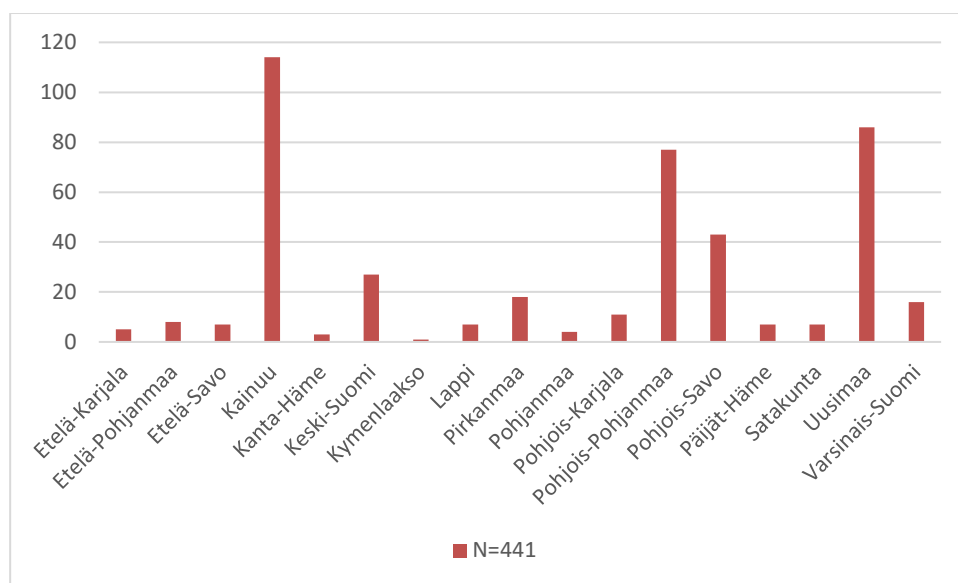
Kuvio 19. Vastaajien ikäjakauma.

Kyselyn tutkimustuloksissa vertaillaan eri ikäryhmien vastauksien jakautumista. Tämän vuoksi kyselyyn vastanneet on luokiteltu iän mukaan eri luokkiin (kuvio 20.). Luokittelu on toteutettu samalla asteikolla kuin opinnäytetyössä aikaisemmin esitelty Suomen Ladun retkeilytutkimus 2019. Näin saatuja tuloksia voidaan verrata Suomen Ladun tutkimuksen tuloksiin. Naiset yli korostuivat sukupuolijakauman mukaisesti tai sen yli kaikissa muissa ikäluokissa paitsi 65–79-vuotiaat, joissa miehet edustavat hieman yli 50 % vastaajista. Ikäluokassa alle 15-vuotta oli vain yksi vastaaja ja tätä ikäluokkaa ei huomioida tilastollisissa analyyseissä tulosten tulkinnan yhteydessä.



Kuvio 20. Vastaajien lukumäärät ikäluokittain.

Kyselyyn vastasi kaikkiaan vastaajia 114:ta eri paikkakunnalta ympäri Suomea. Eniten vastauksia tuli Kajaanista (62 kpl), Oulusta (51 kpl) sekä Helsingistä (25 kpl). Tämän jälkeen vastaukset jakautuivat pienimpinä vastaajamäärinä eri paikkakuntien kesken. Koska vastaajia oli lukumääräisesti vähän usealta eri paikkakunnalta, on vastaajien asuinpaikkakunnan sijaan vastaajat luokiteltu maakunnittain. Maakunnista parhaiten edustettuina kyselyssä olivat Kainuu, Uusimaa, Pohjois-Pohjanmaa sekä Pohjois-Savo (kuvio 21). Nämä maakunnat ovat myös Kainuun matkailualueen suurimmat lähtömaakunnat ja tämä osaltaan selittää vastaajien keskittymistä näihin maakuntiin. Neljän suurimman maakunnan jälkeen vastaajat jakautuivat lähes tasaisesti eri maakuntien kesken. Kyselyn valtakunnallinen peitto on hyvä eikä aiheuta suurta vinoumaa muuttujissa.

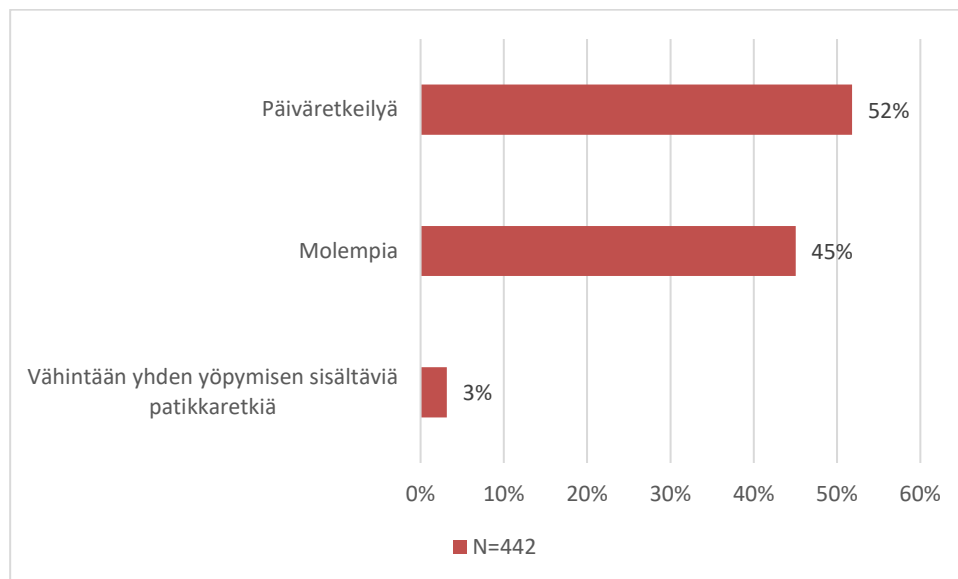


Kuvio 21. Kyselyyn vastanneet maakunnittain.

5.2 Retkeilytottumukset

Kyselyn seuraavassa vaiheessa selvitettiin vastaajien retkeilytottumuksia, joiden avulla hahmotetaan kyselyyn osallistuneiden kiinnostus retkeilystä. Tällä on merkitystä tutkimuksen otannan luotettavuuden kannalta. Tutkimuksen perusjoukko ovat retkeilystä kiinnostuneet suomalaiset ja näin ollen tutkimukseen valittujen vastaajien tulisi edustaa tätä joukkoa mahdollisimman hyvin. Retkeilytottumusten avulla voidaan selvittää, kuinka suuri osa vastaajista harrastaa retkeilyä, millaista retkeilyä harrastaa, kuinka usein harrastaa ja kenen kanssa harrastaa. Lisäksi avointen kysymysten kautta selvitettiin, mikä on vastaajien mielestä sopiva päiväretken mitta, vähintään yhden yöpymisen sisältävän patikkaretken sopiva kokonaismatka sekä yöpymisten lukumäärä.

Kyselyyn vastanneista hieman yli puolet (52 %) ilmoitti harrastavansa päiväretkeilyä ja hieman alle puolet (45 %) päiväretkiä sekä vähintään yhden yöpymisen sisältäviä patikkaretkiä. Yksistään vähintään yhden yöpymisen sisältäviä patikkaretkiä ilmoitti harrastavansa vain vähän reilu 3 % (kuvio 22). Seitsemän vastaajaa ei vastannut kysymykseen lainkaan. Vertailtaessa tapahtumissa ja sähköisen lomakkeen kautta vastanneiden vastauksia käy ilmi, että tapahtumissa kyselyyn vastanneet harrastavat pääosin (78 %) päiväretkeilyä, kun taas sähköisen lomakkeen kautta vastanneissa enemmistö (58 %) harrastaa molempia. Eri sukupuolten osalta naiset harrastavat enemmän (55 %) päiväretkeilyä ja miesten enemmistö (59 %) joko molempia tai vähintään yhden yöpymisen sisältäviä patikkaretkiä. Ikäluokittain päiväretkeily on suosituinta kahdessa vanhimmassa ikäluokassa ja nuoremmat ikäluokat suosivat molempia retkeilytapoja. Suomen Ladun retkeilytutkimuksessa sekä molempien sukupuolten ja kaikkien ikäryhmien osalta yli puolet vastaajista harrasti päiväretkeilyä, joten tutkimuksen tulokset ovat yhteneväiset tämän kyselytutkimuksen vastausten kanssa. Suomen Ladun retkeilytutkimuksessa kolmasosa vastaajista ei harrastanut retkeilyä lainkaan.

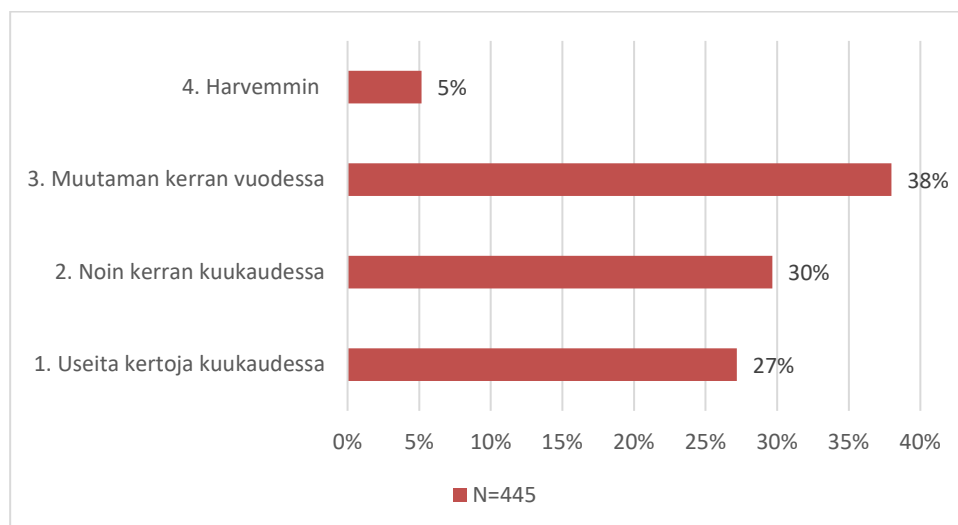


Kuvio 22. Millaista retkeilyä harrastat?

Selvitettäessä, kuinka usein vastaajat harrastavat retkeilyä, yleisin vastaus oli muutaman kerran vuodessa (38 %). Lisäksi lähes kolmasosa (30 %) vastaajista ilmoitti harrastavansa retkeilyä vähintään kerran kuukaudessa ja noin joka neljäs (27 %) vastaaja useammin kuin kerran kuukaudessa. Harvemmin kuin muutaman kerran vuodessa retkeilyä ilmoitti harrastavana vain 5 % vastaajista (kuvio 23). Neljä vastaajaa ei vastannut kysymykseen lainkaan. Tapahtumissa vastanneiden yleisin vastaus (56 %) oli muutaman kerran vuodessa, kun taas sähköisen lomakkeen kautta vastanneet

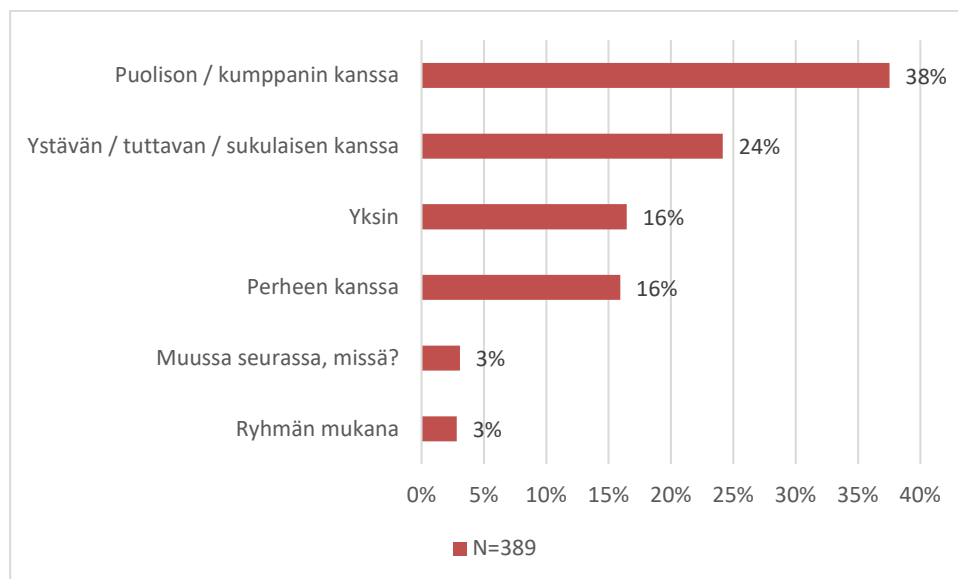
olivat aktiivisempia retkeilijöitä. Heistä lähes kolmeneljäosaa (75 %) harrastaa retkeilyä vähintään kerran kuussa tai useammin. Sukupuolten välillä oli hyvin vähän eroavaisuuksia retkeilymäärissä. Miehet valitsivat naisia useammin useita kertoja kuukaudessa vaihtoehdon, mutta molempien sukupuolten yleisin vastaus oli muutaman kerran vuodessa. 15–24-vuotiaat sekä 25–34-vuotiaat harrastivat retkeilyä useammin kuin vanhemmat ikäluokat. Yli kolmannes (36 % & 38 %) näiden ikäluokkien vastaajista kertoi harrastavansa retkeilyä kerran kuukaudessa ja lähes kolmannes (28 % & 32 %) useamminkin. 35–49-vuotiaiden vastaukset jakautuvat tasaisemmin vaihtoehtojen muutaman kerran vuodessa (35 %), noin kerran kuukaudessa vastauksien (33 %) sekä useita kertoja kuukaudessa (26 %) kesken. Kahden vanhemman ikäluokan osalta vastauksissa painottuu vastausvaihtoehto muutaman kerran vuodessa, jonka on valinnut noin puolet (48 % & 52 %) molempien vanhempien ikäluokkien vastaajista.

Suomen Ladun retkeilytutkimuksessa samantapainen kysymys oli asetettu muotoon, kuinka useasti olet retkeillyt viimeisen vuoden aikana luonnossa ja vastaukset jaoteltiin päiväretkeilijöiden, yön yli retkeilijöiden ja vaeltajien kesken. Päiväretkeilijöiden keskiarvo oli 11,6 kertaa ja mediaani 5 kertaa. Yön yli retkeilijöillä keskiarvo oli 3,5 kertaa ja mediaani 2 kertaa. Vaeltajien keskiarvo oli 3,1 ja mediaani 2. Vertailtaessa Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimukseen vastanneiden vastauksia vastasi 48 % päiväretkeilijöistä retkeilevänsä muutaman kerran vuodessa ja vähintään yhden yöpymisen sisältäviä patikkaretkiä harrastavista 50 % retkeili noin kerran kuukaudessa. Tämän osalta kyselytutkimusten vastauksissa on eroavaisuutta. Päiväretkeilijöiden vastauksissa on samankaltaisuutta, mutta yön yli retkeilijöiden osalta tämän kyselytutkimuksen vastaajat retkeilivät Suomen Ladun tutkimusta useammin. Päiväretkiä sekä yön yli retkiä harrastavista yli 73 % harrastaa retkeily kerran kuussa tai useammin.



Kuvio 23. Kuinka usein harrastat retkeilyä?

Kun kysyttiin kenen kanssa vastaajat yleisimmin retkeilevät, selvisi kyselylomakkeen suunnittelussa virhe. Tapahtumissa vastanneet vastaajat olivat voineet raksittaa tässä monivalintakysymyksessä useita vaihtoehtoja. Tämä ei ollut tutkimuksen tulosten tulkinnan kannalta suotavaa ja lisäksi tämä mahdollisuus oli poissuljettu sähköisessä lomakkeessa. Näin ollen tämän kysymyksen osalta puuttuvien tietojen määrä on iso, koska kaikki useamman kohdan valinnat on merkitty puuttuvaksi tiedoksi. Tämän vuoksi tämän kysymyksen vastaajamäärä 389 jäi huomattavasti muita kysymyksiä alhaisemmaksi. Yleisin (38 %) vastaus oli puolison tai kumppanin kanssa. Perheen kanssa tai yksin retkeili 16 % vastaajista ja tuttavien tai ystävän kanssa 24 %. Loput vaihtoehdot saivat alle 3 % vastauksista kukin (kuvio 24). Tapahtumissa vastaajien ja sähköisen lomakkeen vastaajien kesken oli vain vähäisiä eroja retkeilyseurassa. Sähköisen lomakkeen vastaajat retkeilevät hieman enemmän yksin, 19 % vastaajista, kuin tapahtumissa vastanneet, 9 % vastaajista. Tapahtumissa vastanneet taas retkeilivät useammin ystävän tai tuttavien kanssa, 37 % vastaajista, kuin sähköisen lomakkeen kautta vastanneet, 20 % vastaajista. Verratessa eroja miesten ja naisten kesken käy ilmi, että miehistä lähes 25 % retkeilee yksin, kun taas naisista vain reilu 13 %. Vastaavasti naiset retkeilevät samassa suhteessa miehiä enemmän tuttavien ja ystävien kesken. Muiden vaihtoehtojen osalta ei ollut suuria eroja. Ikäluokittain katsottaessa kumppanin tai puolison kanssa retkeily oli suosituin kaikissa muissa ikäluokissa paitsi 15–24-vuotiaat. Alle 15-vuotiaat ikäluokkaa ei huomioitu yhden vastaajan vuoksi. Useimmin kumppanin kanssa retkeilevät 50–64-vuotiaat sekä 65–79-vuotiaat, joista yli puolet vastaajista retkeilee puolison kanssa. Yli kolmannes 15–24-vuotiaista retkeili useimmin ystävän tai tuttavien kanssa. Yksin retkeily oli yleisintä ikäluokassa 35–49-vuotiaat, samoin kuin myös perheen kanssa retkeily.

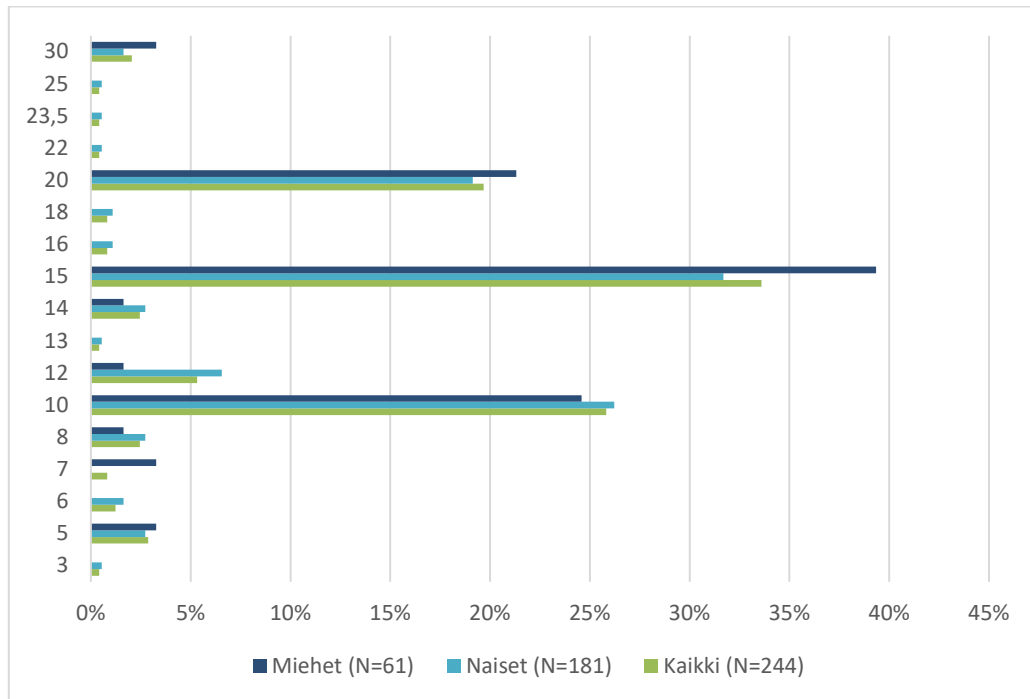


Kuvio 24. Kenen kanssa retkeilet?

Vaihtoehtoon ”muussa seurassa, missä?” oli vastannut kaiken kaikkiaan 12 vastaajaa. Näistä 9 oli vastannut sähköisessä lomakkeessa ja käyttäneet tätä vastausvaihtoehtoa valitakseen useita vaihtoehtoja. Näissä vastauksissa korostuivat vastaukset, joissa retkeiltiin sekä puolison, että ystävän kanssa. Tapahtumissa vastanneista tämän vaihtoehdon oli valinnut kolme vastaajaa, joista kaikki olivat vastanneet retkeilevänsä koiran kanssa.

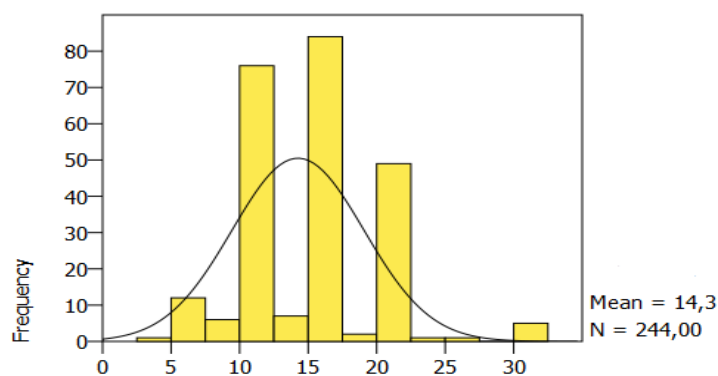
Suomen Ladun retkeilytutkimuksessa kysymys oli asetettu muotoon, retkeiletkö yleensä yksin, toisen aikuisen kanssa, perheen kanssa vai isommalla porukalla. Kaikista vastaajista lähes puolet ilmoitti retkeilevänsä toisen aikuisen kanssa ja lähes joka neljäs perheen kanssa. Joka viides vastaaja retkeili yksin. Myös tämän kysymyksen osalta kyselyn vastaukset ovat samansuuntaisia tämän tutkimuksen kanssa. Myös miesten ja naisten sekä eri ikäluokkien vastaukset ovat samansuuntaisia. Ainoastaan yksin retkeilyn osalta oli merkittävin ero ikäluokassa. Suomen Ladun tutkimuksessa suurin yksin retkeilevien ikäluokka oli 50–64-vuotiaat ja toiseksi suurin 65–79-vuotiaat, kun taas tässä tutkimuksessa 35–49-vuotiaat sekä heitä nuorempi ikäluokka olivat suurimmat.

Kysyttäessä vastaajilta päiväretken sopivaa mittaa, oli kyselylomakkeessa myös mahdollisuus virheelliseen täyttöön. Kysymykseen ”Päiväretken sopiva mitta on mielestäni noin _____ km” oli tarkoituksellista vastata vain numeroilla. Kuitenkin osa sekä tapahtumassa, että sähköisen lomakkeen kautta vastanneista oli täyttänyt kyseisen kohdan jollakin muulla kuin yhdellä numeerisella tiedolla. Yleensä tällaiset vastaukset olivat joko muotoa 10–15 km tai sitten sanallisia selityksiä, kuten lasten kanssa 3–5 km ja aikuisten seurassa 15–20 km tai patikoiden 10–15 km ja maastopyörällä 30–40 km. Koska tämän kysymyksen osalta on tarkoituksellista määrittää tilastollisia tunnuslukuja, ei näitä vastauksia ole otettu huomioon tuloksissa. Näin ollen tähän kysymykseen oikealla tavalla vastasi 244 vastaajaa ja puuttuvia vastauksia jäi 205 kappaletta (kuvio 25). Tämä heikentää tämän kysymyksen tulosten yleistettävyyttä perusjoukkoon.



Kuvio 25. Montako kilometriä on mielestäsi sopiva päiväretken pituus?

Joka kolmas (34 %) vastaaja ilmoitti sopivaksi päivämatkan pituudeksi 15 kilometriä. Neljäsosalle vastaajista (26 %) 10 kilometriä oli sopivin matka ja lähes joka viides (20 %) taittaa taivalta 20 kilometriä päivässä. Pisin ilmoitettu sopiva päiväretken pituus oli 30 kilometriä ja lyhin 3 kilometriä. Tilastolliset tunnusluvut jakautuivat tasaisesti 15 kilometrin ympärille. Yleisin vastaus (moodi) oli 15 kilometriä ja samoin myös mediaaniluku. Vastaajien aritmeettinen keskiarvo asettui 14,3 kilometriin ja keskihajonta 4,82 kilometriin. Tulkittaessa kuviota 26 sekä tilastollisia tunnuslukuja aineistosta voidaan havaita, että vastaukset eivät noudata normaalijakaumaa ja keskiarvo 14,3 kilometriä ei edusta kovinkaan hyvin annettuja vastauksia. Vastauksissa korostuivat myös vastaukset 10 ja 20 kilometriä, kuten myös prosenttiosuuksista havaitaan.



Kuvio 26. Montako kilometriä on mielestäsi sopiva päiväretken pituus?

Tulkittaessa kysymyksen tuloksia miesten ja naisten kesken ei sopivan päivämatkan ja sukupuolen välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa ($p=0,640$). Miesten keskiarvo päivävaelluksen osalta on 14,5 kilometriä ja naisten 14,2 kilometriä. Myöskään sopivan päivämatkan ja iän välillä ole tilastollisesti merkitsevää yhteyttä ($p=1,000$). Eri ikäluokkien keskiarvot ovat hyvin lähellä kaikkien vastaajien keskiarvoa (kuvio 27).

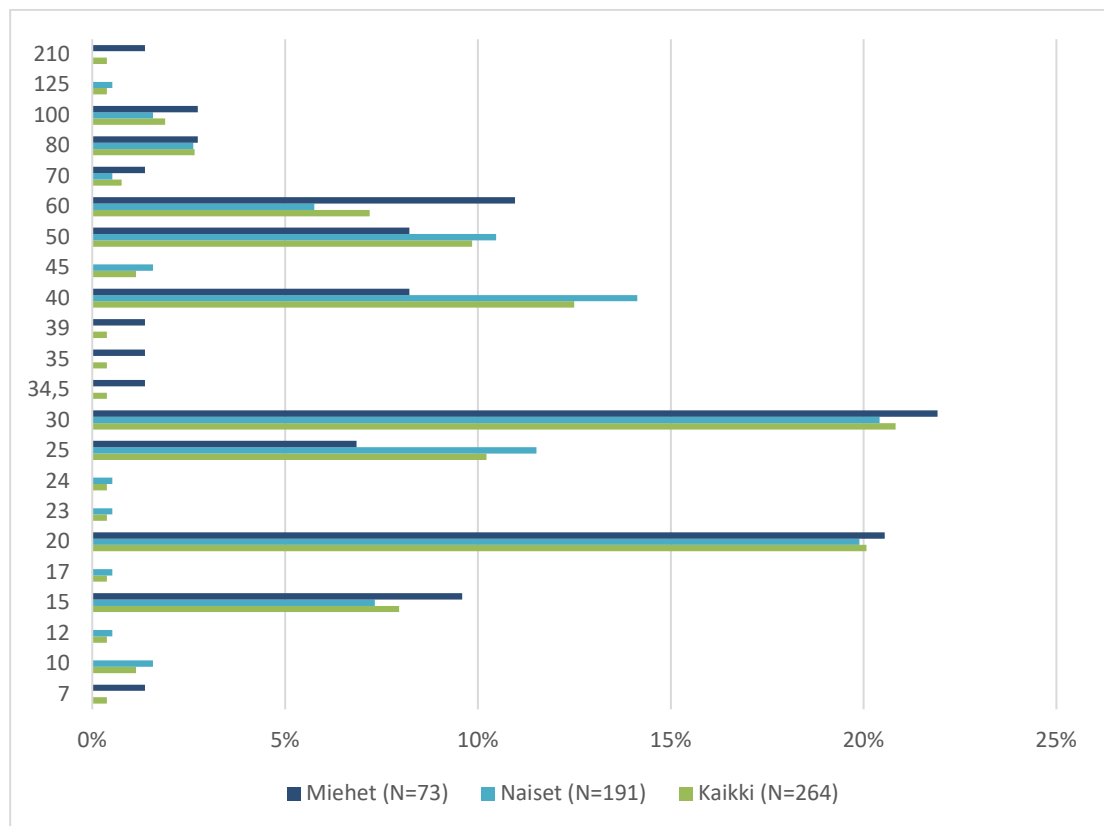
	<i>Luokiteltu ikä</i>	<i>Mean</i>	<i>N</i>	<i>Std. Deviation</i>
<i>Montako kilometriä on mielestäsi sopiva päiväretken pituus?</i>	<i>alle 15 v.</i>	15,00	1,00	NaN
	<i>15-24 v.</i>	14,60	15,00	4,45
	<i>25-34 v.</i>	14,50	40,00	5,29
	<i>35-49 v.</i>	13,78	95,00	4,90
	<i>50-64 v.</i>	14,22	75,00	4,87
	<i>65-79 v.</i>	15,45	11,00	3,50

Kuvio 27. Sopiva päiväretken pituus ikäluokittain vastanneet.

Kysyttäessä vastaajilta, mikä on vähintään yhden yöpymisen sisältävän patikkaretken sopiva kokonaismatka ja yöpymisten määrä, oli kyselylomakkeen täytössä sama virheen mahdollisuus kuin edellisessäkin kysymyksessä. Yhdistelmäkysymykseen, jossa selvitettiin sekä matkaa, että yöpymisten määrää oli tarkoituksellista vastata vain numeroilla. Kuitenkin osa sekä tapahtumassa, että sähköisen lomakkeen kautta vastanneista oli täyttänyt kyseisen kohdan jollakin muulla kuin yhdellä numeerisella tiedolla. Yleensä tällaiset vastaukset olivat joko muotoa 20–30 km tai sitten sanallisia selityksiä, kuten riippuu maastosta, säästä tai mukana olevasta seurasta. Koska tämän kysymyksen osalta on tarkoituksellista määrittää tilastollisia tunnuslukuja, ei näitä vastauksia ole otettu huomioon tuloksissa. Näin ollen kysymykseen ensimmäiseen osioon vastasi oikealla tavalla 264 vastaajaa ja toiseen osioon 267 vastaajaa. puuttuvia vastauksia jäi ensimmäisestä osiosta 185 kappaletta ja toisesta 182 kappaletta. Tämä heikentää kysymyksen tulosten yleistettävyyttä perusjoukkoon.

Sopivan kokonaismatkan osalta vastaukset jakautuivat yli 90 prosenttisesti arvojen 15–60 kilometrin välille ja tätä pienemmät tai suuremmat arvot saivat vain yksittäisiä vastauksia (kuvio 28). Viidesosa (20 %) ilmoitti sopivaksi matkaksi 20 kilometriä ja lähes sama osuus (21 %) vastaajista oli valinnut arvon 30 kilometriä. Myös tätä pidemmät vaihtoehdot saivat kannatusta vastaajien joukossa, kuten kuviosta 28 voidaan havaita. Vähintään yhden yöpymisen sisältävän patikkaretken pisin ilmoitettu matka oli 210 kilometriä ja lyhin vastaavasti 7 kilometriä. Vastausten keskiarvo oli 35,4 kilometriä ja moodi sekä mediaani olivat 30 kilometriä. Vastausten keskihajontaa 21,67 selittää vastauksien kilometrimäärän jakautuminen eri tavalla patikointiretken keston mukaan. Sukupuolen ja sopivan päivämatkan välillä ei esiinny tilastollista riippuvuutta ($p=0,258$).

Naisten keskiarvo päivämatkalle on 34,4 kilometriä ja miesten vastaavasti 38,7 kilometriä. T-testin mukaan keskiarvojen välinen ero ei ole tilastollisesti merkitsevä ($p=0,160$).



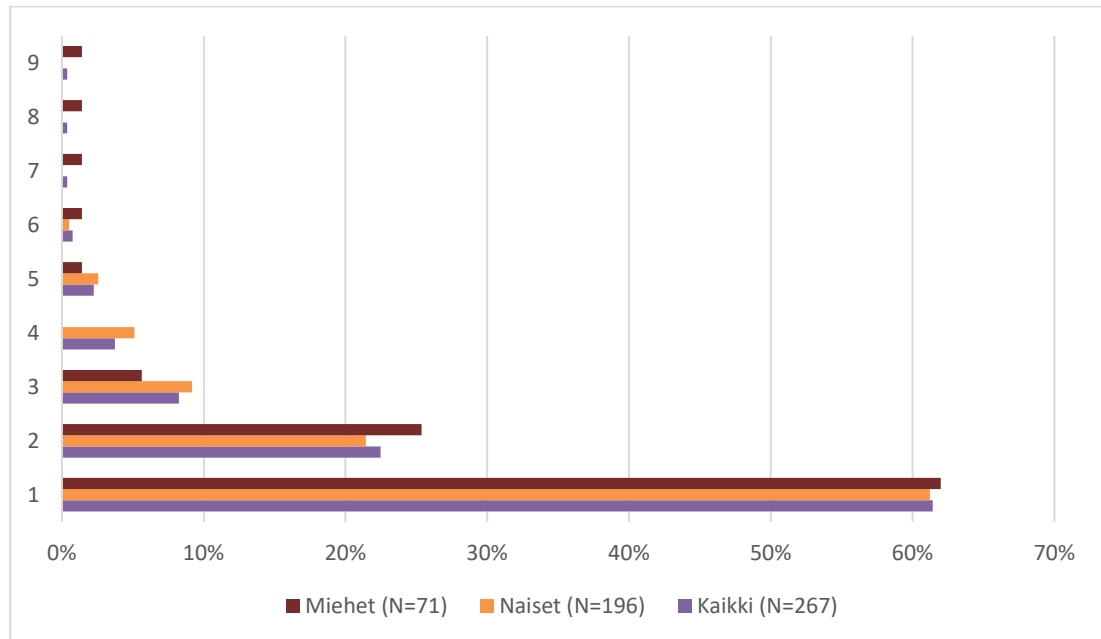
Kuvio 28. Vähintään yhden yöpymisen sisältävän patikkaretken sopiva kokonaismatka.

län ja kokonaismatkan pituuden välillä on tilastollisesti erittäin merkitsevä riippuvuus ($p=0,000$). Mitä iäkkäämmästä ihmisestä on kysymys, sitä pienempi on kuljettu kokonaismatka. Ikä selittää noin 5,2 % päivämatkan pituuden vaihtelusta. Päivämatkan keskiarvot ikäluokittain on esitelty kuviossa 29.

Report				
	Luokiteltu ikä	Mean	N	Std. Deviation
Vähintään yhden yöpymisen sisältävän patikkaretken: sopiva kokonaismatka kilometreissä on				
	alle 15 v.	100,00	1,00	NaN
	15-24 v.	54,69	16,00	49,41
	25-34 v.	36,40	57,00	16,76
	35-49 v.	34,05	106,00	17,78
	50-64 v.	33,06	71,00	18,75
	65-79 v.	26,00	10,00	12,87

Kuvio 29. Vähintään yhden yöpymisen sisältävän patikkaretken keskiarvo pituudet ikäluokittain.

Vertailtaessa saman kysymyksen yöpymisten lukumäärää oli yhden yön patikkareissun osuus lähes kaksikolmasosaa (61 %) vastauksista (kuvio 30). Seuraavaksi yleisin vaihtoehto oli kaksi vuorokautta, jonka ilmoitti sopivimmaksi reilu viidennes (22 %) vastaajista. Yöpyminen määrän lisääntyessä vastaajien suhteellinen osuus putoaa.



Kuvio 30. Vähintään yhden yön sisältävän patikkaretken yöpymisten määrä.

Yöpyminen keston keskiarvo oli 1,7 yötä. ja keskihajonta 1,42, koska suurin osa vastauksista (92 %) tuli arvoille 1–3 yötä. Vastauksien moodi oli luonnollisesti yksi yö samoin kuin mediaani, koska yli puolet vastaajista oli vastannut yksi yö. Sukupuolen ja yöpymisten lukumäärän välillä ei esiinny tilastollista riippuvuutta ($p=0,079$). Tutkittaessa sukupuolien keskiarvoja naisten keskiarvo poikkesi miesten keskiarvosta 0,23 yötä ja T-testin perusteella keskiarvojen ero ei ole tilastollisesti merkitsevää riippuvuutta ($p=0,240$). Iän ja sopivan yöpymisten määrän välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää riippuvuutta ($p=0,120$). Yöpyminen lukumäärä ikäluokittain on esitelty kuviossa 31.

Report

	Luokiteltu ikä	Mean	N	Std. Deviation
<i>Vähintään yhden yöpymisen sisältävän patikkaretken: ja sopiva yöpymisten määrä (kpl)</i>				
	alle 15 v.	4,00	1,00	NaN
	15-24 v.	2,44	16,00	2,13
	25-34 v.	1,72	53,00	,97
	35-49 v.	1,64	105,00	1,06
	50-64 v.	1,73	78,00	1,87
	65-79 v.	1,40	10,00	,84

Kuvio 31. Yöpyminen lukumäärän keskiarvot ikäluokittain.

Vertailtaessa yöpymisten lukumäärän ja sopivan kokonaismatkan kestoa sekä sukupuolittain, että kaikkien vastaajien kesken, voidaan havaita kokonaiskilometrien kasvavan vietettyjen öiden kanssa (taulukko 4). Poikkeuksen tähän tekevät yksittäiset vastaukset naisissa viiden yöpymisen kohdalla ja miehissä kuuden sekä 15 yöpymisen kohdalla. Kokonaisuutena patikkaretken kokonaiskilometrit kasvavat maltillisesti yöpymisten lisääntyessä aina neljanteen yöpymisen asti, jolloin naisvastaajien keskiarvo nousee yli 70 kilometriin. Miehissä samaan lukemaan päästään vii-

den yöpymisen kohdalla. Huomioitavaa on, että molemmissa edellä mainituissa on pienet vastaajamäärät. Valtaosa vastaajista toteuttaa mieluiten yhden yön patikkaretken, jonka kokonaiskilometrit ovat noin 30 kilometriä. Yöpyminen lukumäärän ja kokonaismatkan pituuden välillä on tilastollisesti erittäin merkitsevä riippuvuus ($p=0,000$). Mitä enemmän yöpymisiä patikkaretkellä on, sitä pidempi on kuljettu kokonaismatka. Yöpyminen selittää 23 % kokonaismatkan pituuden vaihtelusta.

Taulukko 4. Miesten ja naisten kokonaismatkojen keskiarvot yöpymisten lukumäärän mukaan.

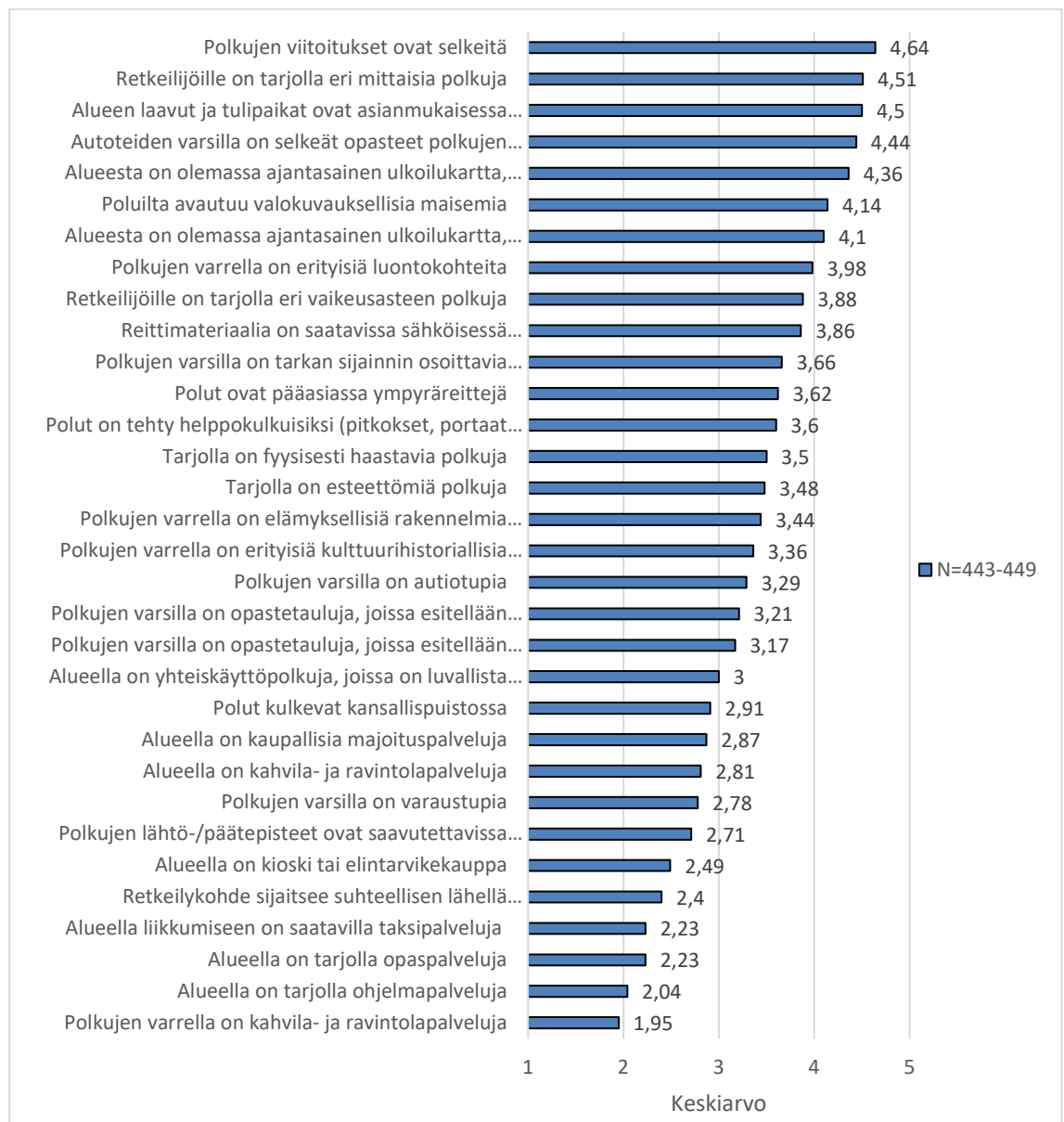
Yöpyminen lkm.	Kokonaismatkan keskiarvo					
	Naiset (N=167)	%-osuus naisvastaajista	Miehet (N=60)	%-osuus miesvastaajista	Kaikki (N=229)	%-osuus vastaajista
1	29 km	62,3 %	30 km	61,7 %	29 km	62,4 %
2	36 km	19,8 %	37 km	25,0 %	36 km	21,0 %
3	39 km	9,6 %	60 km	5,0 %	42 km	8,3 %
4	73 km	5,4 %		0,0 %	73 km	3,9 %
5	41 km	2,4 %	70 km	1,7 %	47 km	2,2 %
6	100 km	0,6 %	20 km	1,7 %	60 km	0,9 %
7		0,0 %	80 km	1,7 %	80 km	0,4 %
9		0,0 %	210 km	1,7 %	210 km	0,4 %
15		0,0 %	35 km	1,7 %	35 km	0,4 %

5.3 Retkeilyalueen ja -reittien ominaisuuksien ja palveluiden houkuttelevuus

Tutkimuksen viimeisessä ja tärkeimmässä osiossa selvitettiin vastaajien mielipiteitä retkeilyreittien ominaisuuksista, viitoituksista ja opasteista, saavutettavuudesta, palveluista sekä elämyksellisyydestä. Jonkin väittämän tärkeyttä vastaajalle haettiin Likert-asteikollisilla (1–5) kysymyksillä, jonka vaihtoehdot olivat: 5=erittäin tärkeä, 4=tärkeä, 3=melko tärkeä, 2=ei kovin tärkeä ja 1=ei lainkaan tärkeä. Kysymysten avulla on tavoitteena tunnistaa vetovoimaisten retkeilyreittien ominaispiirteitä. Tässä tulosten tulkintaosiossa eri kysymyssarjoja analysoidaan ennen kaikkea keskiarvon kautta ja vertailua tehdään selittävien muuttujien kuten sukupuoli sekä ikäluokat kautta.

Analysoitaessa kaikkien kysymysten osalta eri ominaisuuksien ja palveluiden merkitystä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta yli neljän keskiarvon, eli tärkeän, saavutti seitsemän ominaisuutta tai palvelua, joissa korostuivat polkujen ominaisuuksien sekä viitoituksien ja opastuksen alla olleet kysymykset (kuvio 32). Koko kyselyn viisi tärkeintä asiaa retkeilyalueen ja

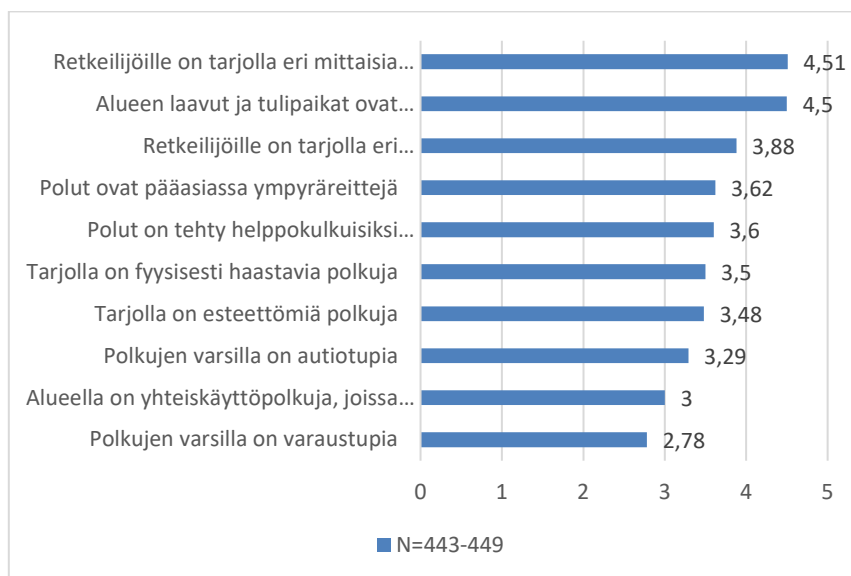
-reittien houkuttelevuuden kannalta olivat, että polkujen viitoitukset ovat selkeitä (ka 4,64), retkeilijöille on tarjolla eri mittaisia polkuja (ka 4,51), alueen tulipaikat ja laavut ovat asianmukaisessa kunnossa (ka 4,5), autoteiden varsilla on selkeät opasteet polkujen lähtöpisteeseen (ka 4,44) sekä alueesta on olemassa ajantasainen ulkoilukartta, joka on saatavilla internetistä (ka 4,36). Neljä vähiten merkityksellistä tekijää vetovoimaisuuden kannalta kuuluivat kysymyssarjaan, jossa selvitettiin tarvetta oheispalveluille. Vähiten merkityksellisiä olivat, että polkujen varrella on kiosk tai elintarvikekauppa (ka 1,63), polkujen varrella on kahvila- ja ravintolapalveluita (ka 1,95) sekä alueella on tarjolla ohjelmapalveluita (ka 2,05). Yleisesti ottaen kaikki vastaajat pitivät merkityksellisimpinä ennen kaikkea reittien ominaisuuksiin sekä viitoitukseen ja opastukseen liittyneitä tekijöitä.



Kuvio 32. Kaikkien vastauksien keskiarvot kysyttäessä tiettyjen ominaisuuksien ja palveluiden tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

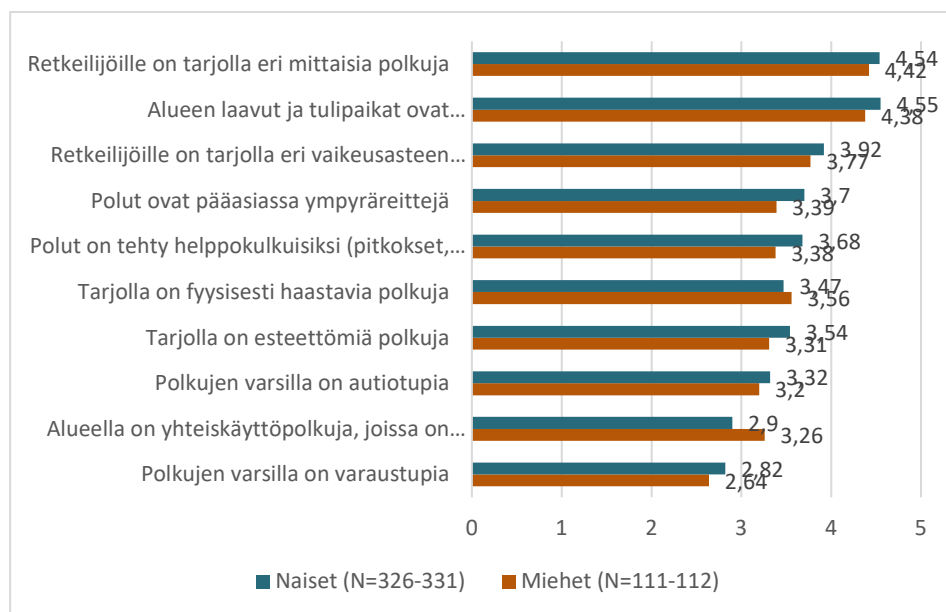
5.3.1 Polkujen ominaisuudet

Ensimmäisen kysymyssarjan muodostivat polkujen ominaisuuksia kartoittaneet kysymykset. Kysymyksiä tässä osiossa oli kaiken kaikkiaan 10 ja ne keskittyivät selvittämään polkujen vaativuutta, palveluvarustusta, yhteiskäyttöä jne. (liite 1). Kaikkien vastaajien keskiarvoja tulkittaessa, tärkeimmiksi ominaisuuksiksi yli neljän keskiarvolla poluilla nousivat, että retkeilijöille on tarjolla eri mittaisia polkuja (ka 4,51) sekä alueen laavut ja tulipaikat ovat asianmukaisessa kunnossa (ka 4,5) (kuvio 33). Myös se, että retkeilijöille on tarjolla eri vaikeustasoisia polkuja (ka 3,88) oli vastaajille merkityksellistä. Ominaisuuksista vastaajat kokivat itselleen vähiten tärkeiksi, että polkujen varrella on varaustupia (ka 2,78) sekä yhteiskäyttöpolut, joilla on mahdollista myös pyöräillä (ka 3,00). Kysymysten keskihajonta asettui välille 0,68–1,21, ollen suurimmillaan kysymyksessä yhteiskäytöstä ja pienimillään kysymyksen eri mittaisia polkuja osalta. Kysymys yhteiskäytöstä on myös ainut kysymys, jossa mediaani (3) ja moodi (4) poikkeavat toisistaan. Tämä kertoo vastauksien hajautumisesta tämän kysymyksen osalla, jota osaltaan selittää patikoiden ja etenkin maastopyöräilijöiden väliset näkemyserot retkeilyreittien käytöstä. Näillä kahdella käyttäjäryhmällä on ollut vaikeuksia sopia samoille reiteille käyttäytymisen, vauhtieron ja maaston kulumisesta tulevan mielipahan vuoksi. (Leppänen 2020.)



Kuvio 33. Arviot reittien ominaisuuksien tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

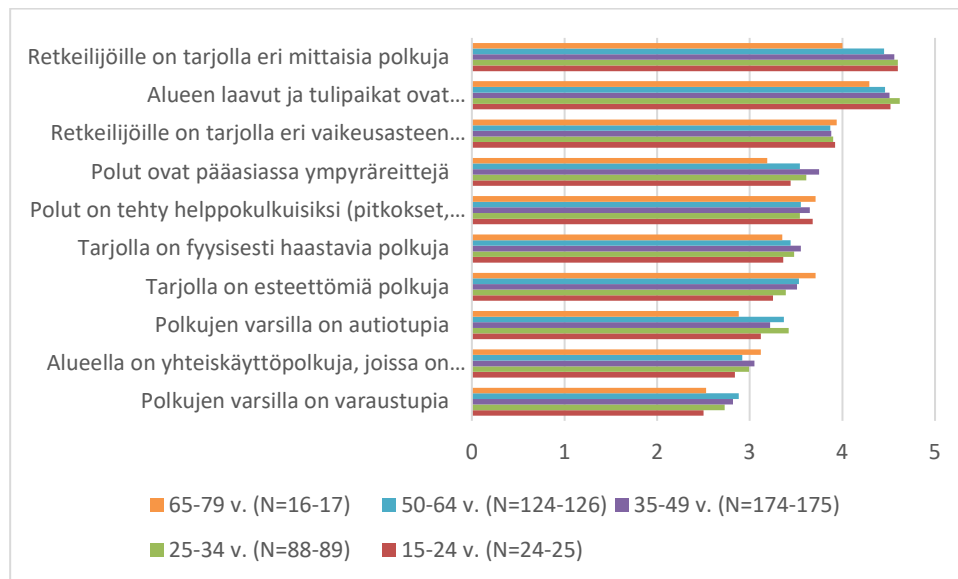
Vertailtaessa ominaisuuksien merkityksellisyyttä sukupuolen mukaan nousee, esiin muutamia eroavaisuuksia miesten ja naisten kesken (kuvio 34). Kysymyssarjaa katsottaessa naiset arvottivat reitin ominaisuudet miehiä merkityksellisimmiksi kahdeksan kysymyksen kohdalla kymmenestä ja miehet vastaavasti kahden. T-testin perusteella miesten ja naisten keskiarvoissa on kolmen kysymyksen osalta kyseessä tilastollisesti merkitsevä ero. Kysymyksessä polut ovat pääasiassa ympyräreittejä oli ominaisuus naisille 0,31 yksikköä tärkeämpi ja ero osoittautui riippumattomien otosten t-testillä merkitseväksi ($p=0,008$). Reittien helppokulkuisuus oli naisille 0,30 yksikköä merkityksellisempi kuin miehille ja ero osoittautui riippumattomien otosten t-testillä merkitseväksi ($p=0,008$). Kysyttäessä mielipidettä yhteiskäyttöpoluista, kokivat miehet niiden merkityksen 0,36 yksikköä naisia tärkeämmäksi ja ero osoittautui riippumattomien otosten t-testillä merkitseväksi ($p=0,007$). Muiden kysymysten osalta ei havaittu tilastollisesti merkitseviä eroavaisuuksia.



Kuvio 34. Miesten ja naisten arviot reittien ominaisuuksien tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

Vertailtaessa keskiarvoja eri ikäluokkien kesken yksisuuntaisen varianssianalyysin mukaan yhdenkään kysymyksen osalta ikäluokissa ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa. Tuloksia voidaan kuitenkin tulkita keskiarvojen jakaumien kautta. Kyselyn vanhimmat vastaajat eli 65–79-vuotiaat kokivat muita ikäryhmiä tärkeämpänä helppokulkuisia (ka 3,71) sekä esteettömiä (ka 3,71) polkuja sekä hieman yllättäen myös, että alueella on yhteiskäyttöpolkuja (ka 3,12) (kuvio 35). Vastaavasti

heille eivät olleet eri mittaiset polut (ka 4,00) sekä ympyräreitit (ka 3,19) yhtä merkityksellisiä kuin muille ikäluokille. Vastaajamäärältään suurimmat ikäluokat 35–49-vuotiaat sekä 50–64-vuotiaat painottivat vastauksissa lähes samanarvoisesti reitin eri ominaisuuksia ja vastaukset jakautuivat kaikkien vastausten keskiarvojen mukaisesti. Sama tulkinta voidaan tehdä myös 24–35-vuotiaiden vastauksista. 15–24-vuotiaat kokivat joko yhtä tärkeäksi tai muuta ryhmää tärkeämmäksi, että tarjolla on eri mittaisia (ka 4,60) sekä eri vaikeustasoisia (ka 3,92) polkuja. 15–24-vuotiaat kokivat yhteiskäyttöpolut (ka 2,99) vähiten tärkeiksi kaikista ikäluokista.

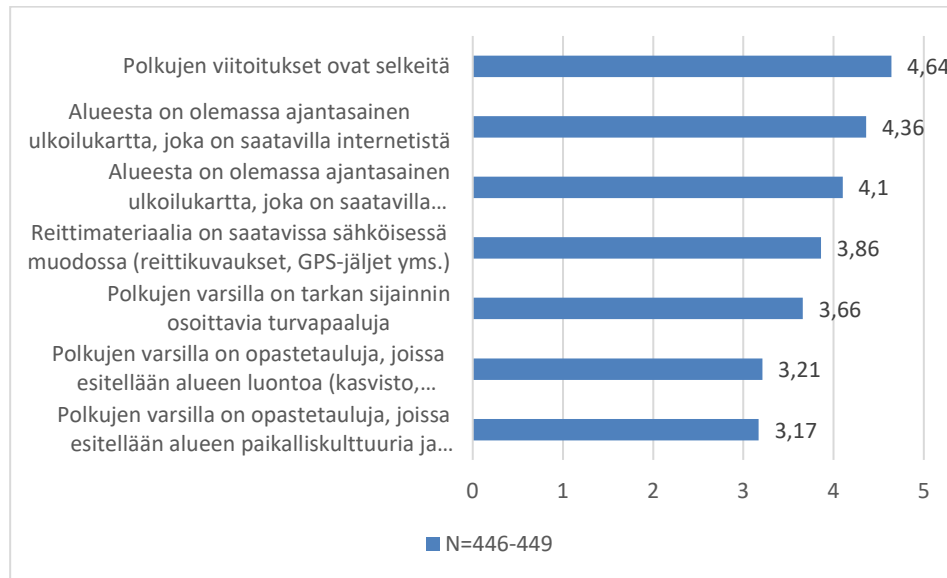


Kuvio 35. Eri ikäluokkien arviot reittien ominaisuuksien tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

5.3.2 Polkujen viitoitus, opasteet ja kartat

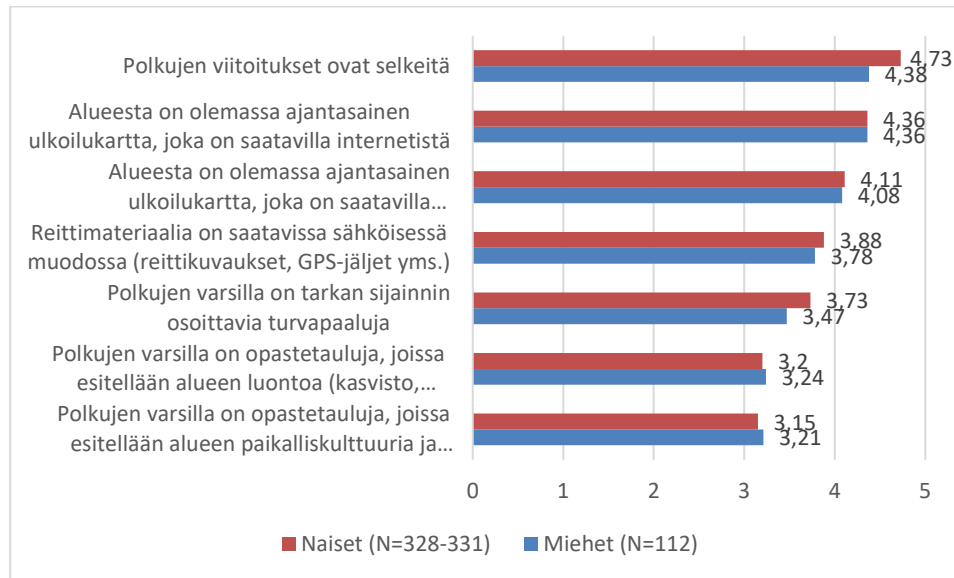
Toinen kysymyssarja koostui reittien viitoitukseen ja opasteisiin liittyvistä kysymyksistä. Tässä osiossa oli kaiken kaikkiaan seitsemän kysymystä ja kaikki vastaajat kokivat osion kysymykset vähintään melko tärkeiksi polkujen houkuttelevuuden kannalta. Yhdenkään kysymyksen keskiarvo ei pudonnut alle kolmen, eli melko tärkeä, ja kolmen vastauksen keskiarvo oli yli neljän (kuvio 36). Yli neljän keskiarvolle vastauksista nousivat, että polkujen viitoitukset ovat selkeitä (ka 4,61), alueesta on olemassa ajantasainen ulkoilukartta, joka on saatavilla internetistä (ka 4,36) ja alueesta on olemassa ajantasainen ulkoilukartta, joka on saatavilla paperiversiona (ka 4,1). Kysymysten keskihajonta asettui välille 0,7–1,07, ollen suurimmillaan kysymyksessä, joka koski opastetauluja

alueen luonnosta ja pienimillään kysymyksessä, jossa kysyttiin viitoitusten selkeyttä. Kysymys paperisesta ulkoilukartasta oli ainut, jossa mediaani (4) ja moodi (5) poikkesivat toisistaan. Kaikissa muissa moodi ja mediaani osuivat myös pyöristettyyn keskiarvoon.



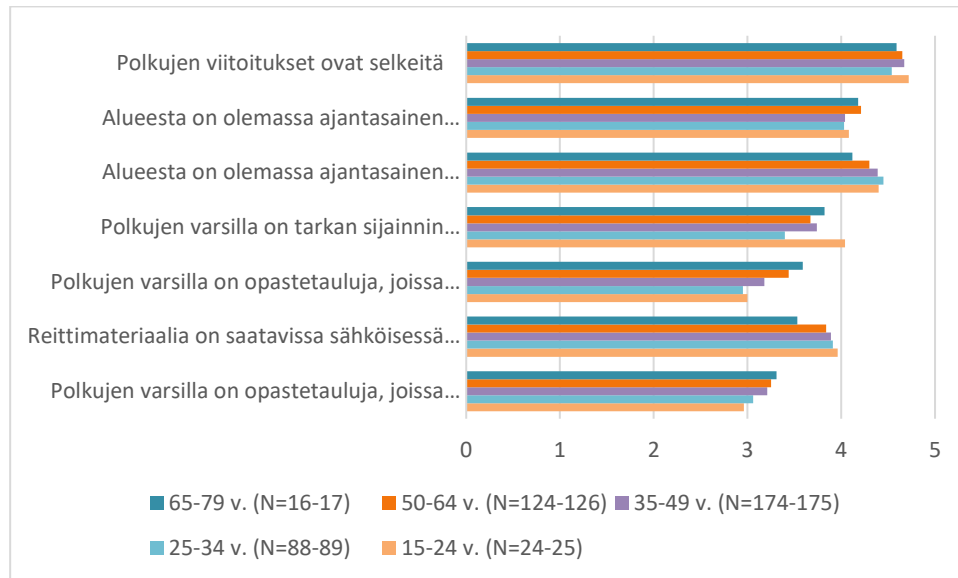
Kuvio 36. Arviot reittien opasteiden, viitoituksen sekä karttojen tärkeydestä retkeilyalueen ja reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

Vertailtaessa ominaisuuksien merkityksellisyyttä sukupuolen mukaan, esiin nousee vain vähän eroavaisuuksia miesten ja naisten kesken (kuvio 37). Kysymyssarjaa katsottaessa naisten vastauksissa keskiarvo on miehiä korkeampi neljän kysymyksen osalta ja miehillä vastaavasti kahden kysymyksen. T-testin perusteella miesten ja naisten keskiarvoissa on tilastollisesti merkitsevä ero vain yhden kysymyksen osalta. Kysymys polkujen viitoitukset ovat selkeitä oli naisille 0,35 yksikköä tärkeämpi ja ero osoittautui riippumattomien otosten t-testillä erittäin merkitseväksi ($p=0,000$). Muiden kysymysten osalta ei havaittu tilastollisesti merkitseviä eroavaisuuksia.



Kuvio 37. Miesten ja naisten arviot reittien opasteiden, viitoituksen sekä karttojen tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

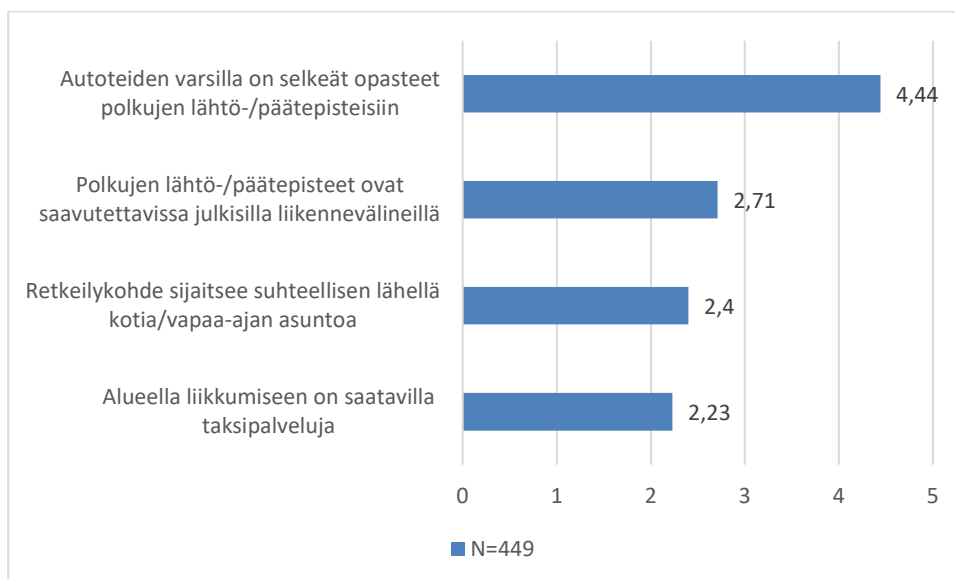
Vertailtaessa keskiarvoja eri ikäluokkien kesken on kuvioista jätetty pois alle 15-vuotiaat, koska vastaajia kyseisessä luokassa on vain yksi. Analysoitaessa yksisuuntaisen varianssianalyysin mukaan yhdenkään kysymyksen osalta ikäluokissa ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa. Tuloksia voidaan kuitenkin tulkita keskiarvojen erojen kautta. Kyselyn kaksi vanhinta arvostivat muita ikäluokkia enemmän paperikarttaa reitistä ikäluokkaa (ka 4,18 & ka 4,21), kun taas nuoremmat ikäluokat painottivat internetistä saatavilla olevan ulkoilukartan merkitystä (kuvio 38). Myös polkujen varrelta löytävät joko luonnosta tai paikalliskulttuurista kertovat opastetaulut olivat tärkeämpiä kahdelle vanhimmalle ikäluokalle. Kysymyksen reittimateriaalia on saatavissa sähköisessä muodossa (reittikuvaukset, GPS-jäljet yms.) vastausten keskiarvot laskivat tasaisesti nuoremmasta vanhempaan ikäluokkaan. Kaikkein eniten sähköisessä muodossa olevaa reittimateriaalia arvostivat 15–24-vuotiaat (ka 3,96) ja kaikkein vähiten 65–79-vuotiaat (ka 3,53).



Kuvio 38. Eri ikäluokkien arviot reittien opasteiden, viitoituksen sekä karttojen tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

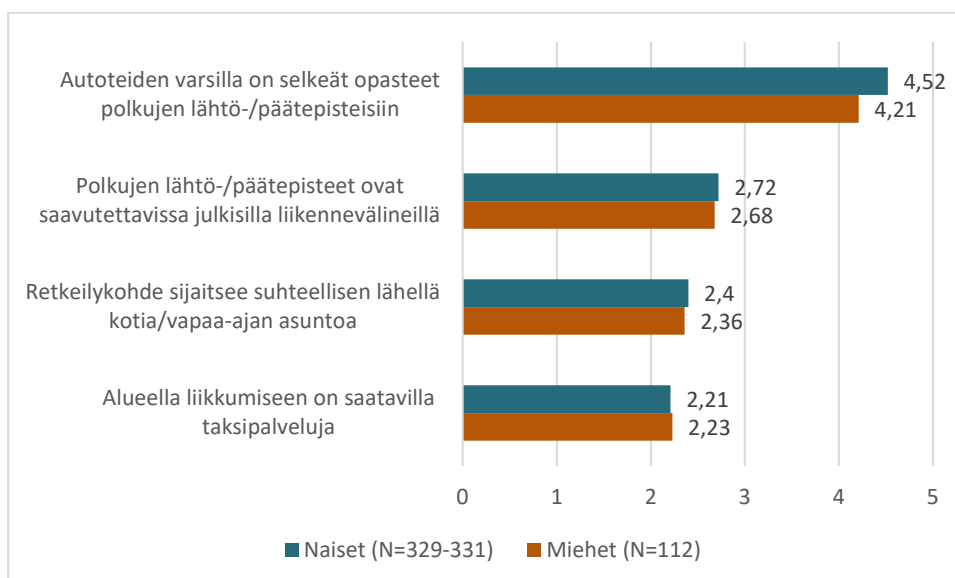
5.3.3 Retkeilykohteen saavutettavuus

Kun kyselyyn vastanneilta kysyttiin retkeilykohteen saavutettavuuteen liittyviä kysymyksiä, nousi kaikkien vastaajien vastauksista esille autoteiden varsilla sijaitsevien opasteiden tärkeys (ka 4,44) (kuvio 39). Tämä oli ainoa kysymyssarjan neljästä kysymyksestä, jonka vastaajat kokivat tärkeäksi. Kaikki muut kysymykset jäivät alle kolmen keskiarvolle. Polkujen saavutettavuus julkisilla liikennevälineillä oli seuraavaksi tärkein (ka 2,71). Kaksi seuraavaa kysymystä jäivät alle kahden ja puolen keskiarvoon ja eivät näin ollen olleet vastaajien mielestä kovinkaan tärkeitä tekijöitä retkeilykohteen vetovoimaisuuden kannalta. Suurin keskihajonta (1,14) oli kysymyksessä, joka koski polkujen saavutettavuutta julkisilla kulkuvälineillä ja tämän kysymyksen osalta oli ainoana eroa myös mediaanin (3) ja moodin (2) osalta. Pienin keskihajonta oli hajonta (0,79) oli kysymyksessä auto-
teiden varsilla olevien opasteiden tärkeydestä.



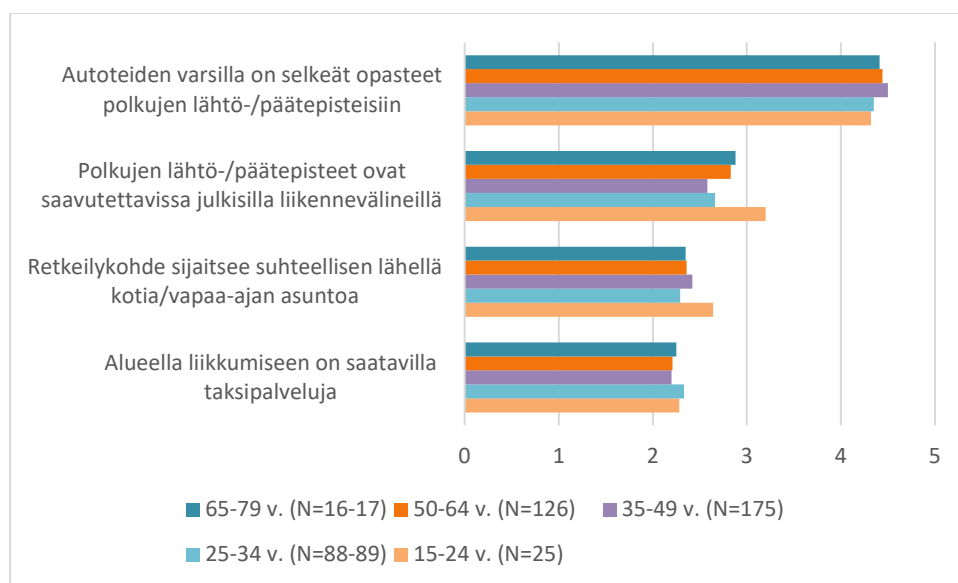
Kuvio 39. Arviot polkujen saavutettavuuden tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

Kun analysoidaan saavutettavuuden tärkeyttä sukupuolen mukaan, merkitsevää eroa oli ensimmäisen kysymyksen, autoteiden varsilla on selkeät opasteet polkujen lähtö-/päätepisteisiin, osalta (kuvio 40). Kysymyksessä oli T-testin perusteella miesten ja naisten keskiarvoissa tilastollisesti merkitsevä ero ($p=0,002$). Naisten keskiarvo oli 0,31 yksikkö miehiä korkeampi. Muiden kysymysten osalta ei havaittu tilastollisesti merkitseviä eroavaisuuksia.



Kuvio 40. Miesten ja naisten arviot polkujen saavutettavuuden tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

Eri ikäluokkien keskiarvoja analysoitaessa on kuviosta jätetty pois alle 15-vuotiaat, koska vastaajia kyseisessä luokassa on vain yksi. Analysoitaessa yksisuuntaisen varianssianalyysin mukaan yhdenkään kysymyksen osalta ikäluokissa ei ole tilastollisesti merkitsevää eroa. Keskiarvoja vertaillessa voidaan havaita muutamia eroavaisuuksia eri ikäryhmien välillä (kuvio 41). Kysyttäessä polkujen saavutettavuutta julkisilla liikennevälineillä kokivat vastaajat ikäluokassa 15–24-vuotiaat (ka 3,2) asian muita ikäryhmiä tärkeämmäksi. Vähiten saavutettavuutta julkisin liikennevälinein piti tärkeänä ikäluokka 35–49-vuotiaat (ka 2,58). Ikäluokka 15–24-vuotiaat arvostivat myös muita enemmän, että retkeilykohde sijaitsee lähellä kotia/vapaa-ajan asuntoa (ka 2,64). Tämä tekijä ei kuitenkaan keskiarvon mukaan ollut tärkeä tälle ikäluokalle.

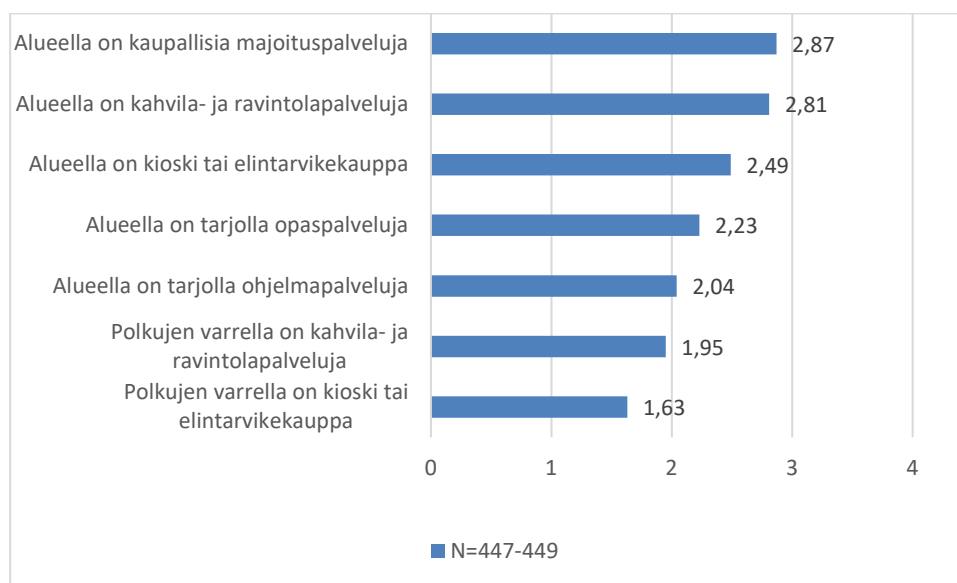


Kuvio 41. Eri ikäluokkien arviot polkujen saavutettavuuden tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

5.3.4 Oheispalvelut

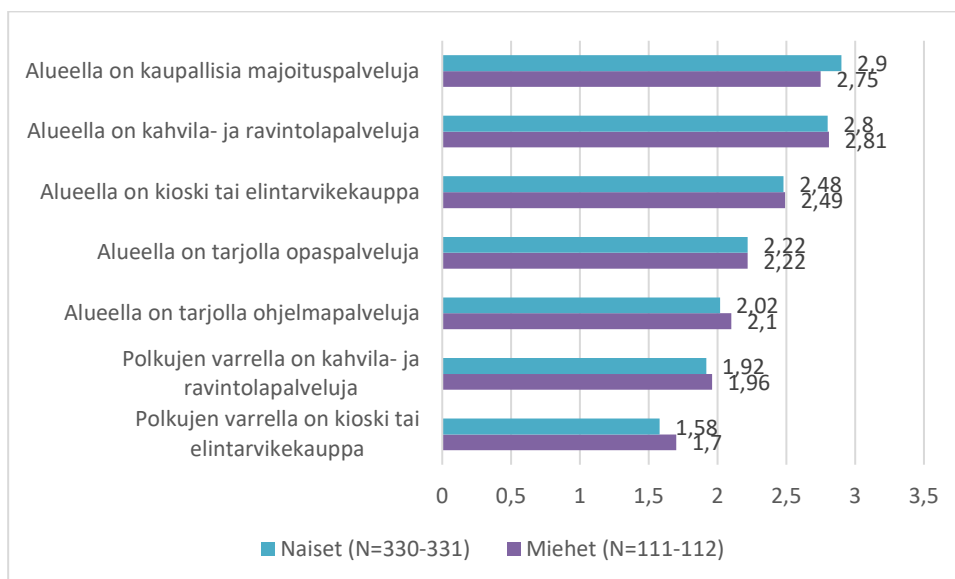
Kysymyssarjojen alhaisimmat keskiarvot sai kysymyssarja, jossa kartoitettiin vastaajien mielipiteitä retkeilykohteen oheispalveluita (kuvio 42). Yhdenkään tämän kysymyssarjan vastausten keskiarvo ei noussut yli kolmen, joka kuvastaa, etteivät vastaajat kokeneet retkeilykohteen oheispalveluita tärkeäksi tekijäksi retkeilykohteen vetovoimaisuudessa. Tärkein oheispalvelu vastaajille kaupallisten majoituspalvelujen saatavuus (ka 2,87) ja toiseksi tärkein kahvila- ja ravintolapalveluiden saatavuus (ka 2,81). Loput kysymyksistä jäivät alle kahden puolen keskiarvon ja kysymykset

polkujen varrella sijaitsevien palveluiden tärkeydestä jäivät alle kahden. Suurimmat keskihajonnat olivat kysymyksissä, alueella on kaupallisia majoituspalveluita (1,16) sekä alueella on kahvila- ja ravintolapalveluita. Muuten keskihajonta oli välillä 0,78–1,08 eli vastaajien mielipiteet vaihtelivat oheispalveluiden tärkeyden osalta.



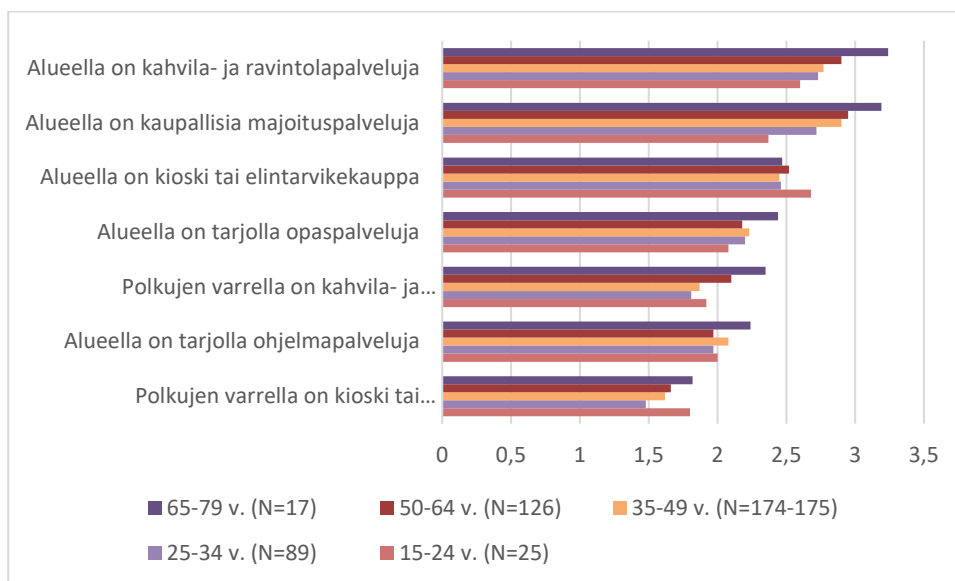
Kuvio 42. Arviot retkeilykohteen oheispalveluiden tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

Analysoitaessa oheispalveluiden tärkeyttä sukupuolen mukaan, ei yhdenkään vastauksen osalta ollut tilastollisesti merkitsevää eroa. Myös keskiarvoja vertaillen voidaan havaita miesten ja naisten kokeneen oheispalveluiden tärkeyden hyvin samalla tasolla (kuvio 43). Naiset (ka 2,90) arvostivat hieman miehiä (ka 2,75) enemmän kaupallisia majoituspalveluita ja miehet (ka 1,70) taas hieman naisia (ka 1,58) enemmän polkujen varrella olevaa kioskia tai elintarvikekauppaa. Kokonaisuutena jälkimmäistä palvelua ei koettu kovinkaan tärkeäksi.



Kuvio 43. Miesten ja naisten arviot retkeilykohteen oheispalveluiden tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

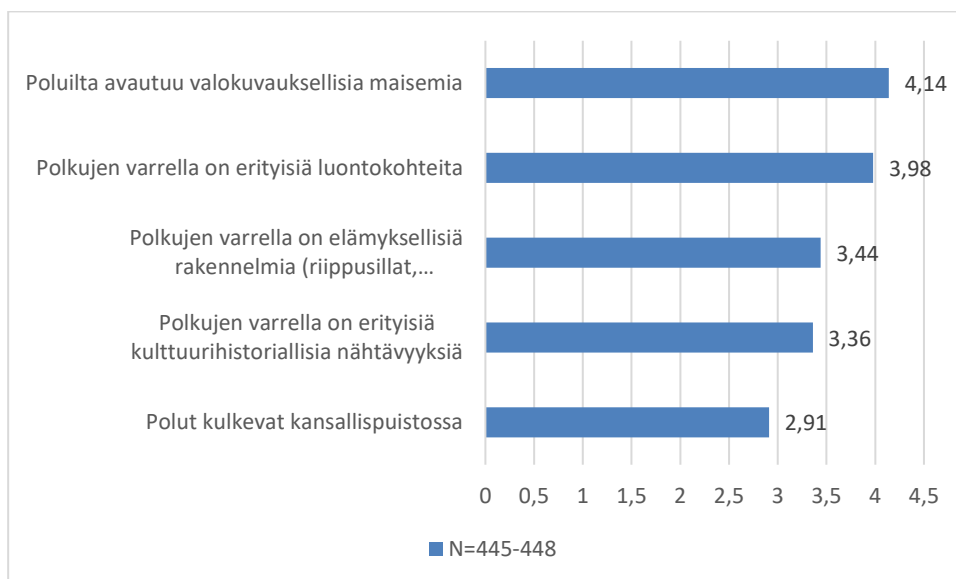
Vertailtaessa keskiarvoja eri ikäluokkien kesken yksisuuntaisen varianssianalyysin mukaan yhdenkään kysymyksen osalta ikäluokissa ei ollut tilastollisesti merkitsevää eroa. Tuloksia voidaan kuitenkin tulkita keskiarvojen jakautumien kautta (kuvio 44). Kyselyn vanhimmat vastaajat eli 65–79-vuotiaat kokivat muita ikäryhmiä tärkeämpinä, että alueella on kahvila- ja ravintolapalveluita (ka 3,24) ja alueella on majoituspalveluita (ka 3,19). Näiden palveluiden tärkeys väheni mitä nuorempia vastaajat olivat. Vastaajamäärältään suurimmat ikäluokat 35–49-vuotiaat sekä 50–64-vuotiaat painottivat vastauksissa lähes samanarvoisesti eri oheispalveluita ja vastaukset jakautuivat kaikkien vastausten keskiarvojen mukaisesti. 15–24-vuotiaat vastasivat arvostavansa eniten alueelta löytyvää kioskia tai elintarvikekauppaa, mutta myös heidän vastauksien keskiarvo (ka 2,68) jäi matalaksi.



Kuvio 44. Eri ikäluokkien arviot retkeilykohteen oheispalveluiden tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

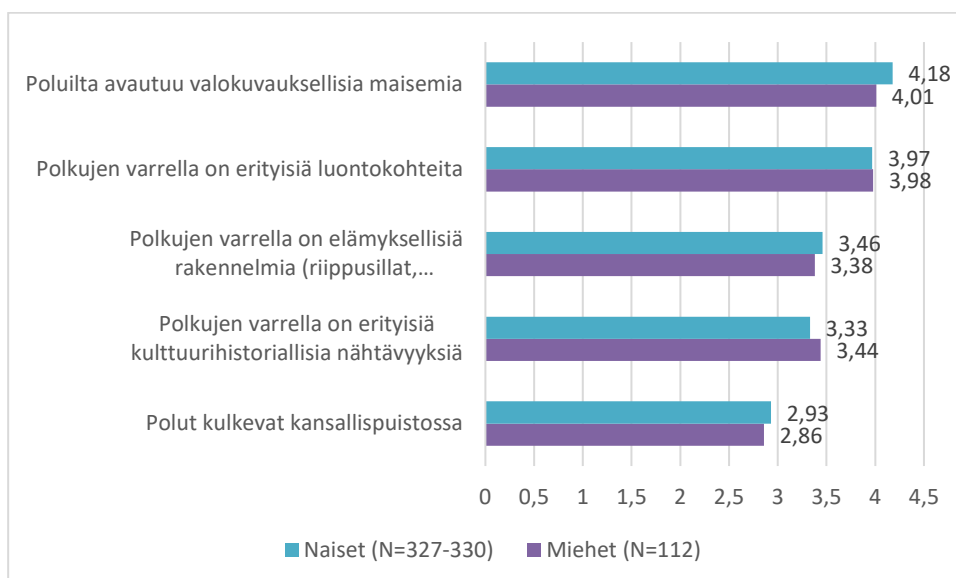
5.3.5 Polkujen elämyksellisyys

Viimeinen kysymyssarja selvitti polkujen elämyksellisyyttä. Tässä kysymyssarjassa oli kaiken kaikkiaan viisi kysymystä ja kaikki vastaajat kokivat osion kysymykset vähintään melko tärkeiksi (kuvio 45). Yli neljän keskiarvolle vastauksista nousi kysymys, että polulta avautuu valokuvauksellisia maisemia (ka 4,14). Myös polun varrelta löytyvät erityiset luontokohteet (ka 3,98) koettiin vastaajien mielestä tärkeiksi. Hieman yllättäen se, että polut sijaitsevat kansallispuistossa (ka 2,91) oli vastaajille kysymyssarjan vähiten tärkeä polun ominaisuus, mutta huomioitavaa on, että tämän kysymyksen osalta oli toiseksi suurin keskihajonta (1,12). Kysymyksen osalta myös mediaani (3) ja moodi (2) poikkesivat toisistaan. Metsähallituksen kävijätutkimusten mukaan kansallispuistojen merkitys retkeilykohteena sekä kävijämäärät ovat kasvaneet yhtäjaksoisesti vuodesta 2012 vuoteen 2018 (Metsähallitus 2020a). Melko tärkeiksi elämyksellisiksi ominaisuuksiksi reitiltä koettiin elämykselliset rakennelmat (ka 3,44) ja kulttuurihistorialliset nähtävyydet (ka 3,36).



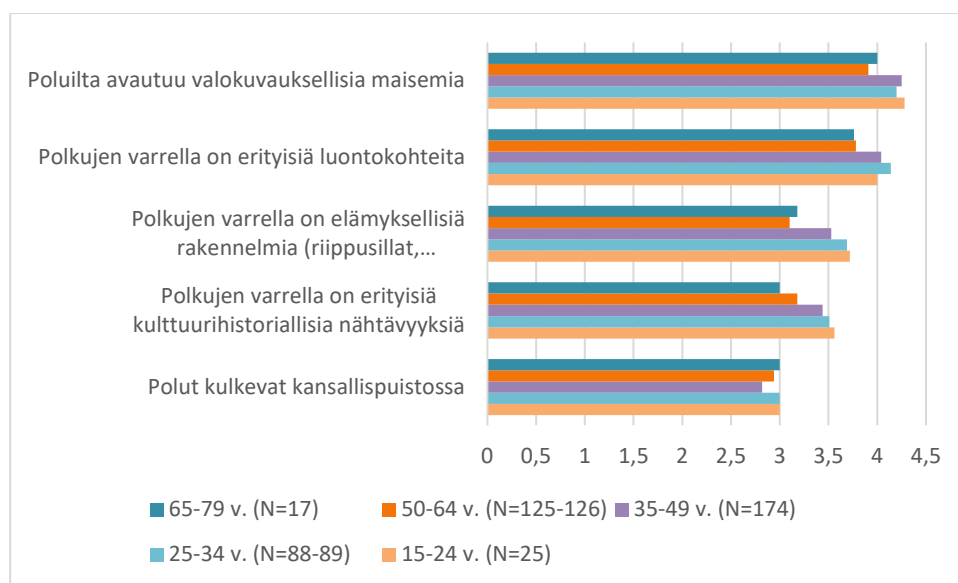
Kuvio 45. Arviot retkeilykohteen polkujen elämyksellisyyden tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

Analysoitaessa oheispalveluiden tärkeyttä sukupuolen mukaan, ei yhdenkään vastauksen osalta ollut tilastollisesti merkitsevää eroa. Myös keskiarvoja vertaillen voidaan havaita miesten ja naisten kokeneen polkujen elämyksellisyyden tärkeyden hyvin samalla tasolla (kuvio 46). Ainoastaan ominaisuus poluilta avautuu valokuvauksellisia maisemia, oli naisille miehiä tärkeämpi ominaisuus.



Kuvio 46. Miesten ja naisten arviot retkeilykohteen polkujen elämyksellisyyden tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

Eri ikäluokkien vastauksissa ei yksisuuntaisen varianssianalyysin mukaan yhdenkään kysymyksen osalta ollut tilastollisesti merkitsevää eroa. Kysyttäessä polkujen elämyksellisyyden merkityksestä retkeilykohteen vetovoimatekijänä voidaan eri ikäluokkien keskiarvoista tehdä havainto, että nuoremmat ikäluokat pitivät elämyksellisyyttä tärkeämpänä osana vetovoimaisuutta kuin vanhemmat ikäluokat (kuvio 47). Tämä trendi toistui kaikissa muissa kysymyksissä paitsi kansallispuistojen tärkeyttä kartoittavassa kysymyksessä. Kaikki ikäluokat kuitenkin pitivät polkujen maisemia sekä luontokohteita tärkeänä ominaisuutena retkeilyalueen vetovoiman kannalta. Polkujen varrella olevat elämykselliset rakennelmat olivat tärkeitä 15–49-vuotiaille ja melko tärkeitä 50–79-vuotiaille.



Kuvio 47. Eri ikäluokkien arviot retkeilykohteen polkujen elämyksellisyyden tärkeydestä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta. Pylväät kuvaavat vastausten keskiarvoja.

5.4 Avoimet kysymykset

Tutkimuksen kyselomakkeessa esitettiin myös kaksi avointa kysymystä, joihin vastaajat pystyivät vapaasti kertomaan millaisia ominaisuuksia, on hyvällä ja vetovoimaisella retkeilyalueella ja -reitillä ja mitä kotimaisia retkeilykohteita voisit suositella retkeilyä harrastavalle matkailijalle. Suunnattujen avoimien kysymysten analysoinnissa käytetään luokittelua, jonka avulla aineistosta voidaan muodostaa jäsenneltyjä ryhmiä. Luokittelussa kyselyn avointen kysymysten samasisältöisistä vastauksista muodostetaan luokkia. (Heikkilä 1998, 49–50; Kananen 2011, 101.)

5.4.1 Hyvän ja vetovoimaisen retkeilyalueen ja -reitin ominaisuudet

Avoimeen kysymykseen hyvän ja vetovoimaisen retkeilyreitin ominaisuuksista tuli yhteensä 369 vastausta ja vastausten kirjo oli hyvin laaja. Tutkimuksessa tällä kysymyksellä annettiin vastaajille mahdollisuus kertoa myös sellaisesta retkeilyreitin ominaisuudesta, joka ei tullut esille strukturoiduissa kysymyksissä. Tämän vuoksi tämän suunnatun avoimen kysymyksen vastauksissa huomio on kiinnitetty ennen kaikkea niihin ominaisuuksiin, joita ei tullut kyselyssä esiin aiemmin. Luokittelun avulla vastauksista on pyritty koostamaan ryhmiä, joiden avulla esiin nousseita huomioita voidaan hahmottaa paremmin.

Valtaosa vastaajista painotti vastauksissaan reittipasteiden sekä taukopaikkojen merkitystä (taulukko 5). Muutenkin avoimissa vastauksissa nousivat esille hyvin pitkälle samat ominaisuudet, joita vastaajat painottivat jo strukturoiduissa kysymyksissä. Esille nousivat vaihteleva ja monipuolinen luonto sekä eri mittaiset ja vaikeusasteiset reitit. Seuraavaksi eniten vastauksissa painottuivat yöpymismahdollisuudet sekä rengasreitit. Tämä oli mielenkiintoinen havainto avoimista vastauksista, koska vastaajat arvioivat strukturoiduissa kysymyksissä autiotupien merkityksen vain melko tärkeäksi. Alla poimintoja avoimista vastauksista.

”Rengasreitti on paras reittivaihtoehto, jotta tulee nähtyä eri maisemia. Erityisesti vesistöjen vierestä menevät reitit ovat vetovoimaisia. Reitti ei saa olla liian tehty eli leveä ja soralla/hakkeella peitetty reitti ei kiinnosta vaan polun pitää olla mahdollisimman luonnollinen. Reitin varrella tai alku-/päätepisteessä olisi tärkeää olla huussi. Tulipaikka reitin varrella vesistön äärellä lisää vetovoimaa.”

”Itse kyllä pärjään ja tykkään teltan kanssa majoittua, mutta kyllähän autiotuvat tai kotapaikat tuovat helpotusta pitemmillä reissuilla varsinkin, jos sattuu huonot sääolosuhteet. Lähinnä huolto helpottuu. Kaikki normaalista metsä- tai tunturikävelystä poikkeavat jutut tuovat mielenkiintoa ja haasteita (haastavat nousut, sillat, portaat yms.). Monelle kulkijalle kuulostaa myös juomaveden saanti olevan tärkeä vähän pitemmillä reissuilla, mikä sinänsä kyllä aika vaikea toteuttaa ilman luonnon omaa tarjontaa.”

Taulukko 5. Useimmin mainitut retkeilyreitien ominaisuudet.

Ominaisuus	Vastauksien lkm.
1 Hyvin hoidetut ja sijoitetut taukopaikat	207
2 Selkeät opasteet ja reittimerkinnot	201
3 Vaihteleva ja monipuolinen luonto	125
4 Eri pituisia ja vaikeustason reittejä	91
5 Majoitusmahdollisuus (autiotuvat ja telttapaikat)	53

Muita keskeisiä huomioita avoimissa kysymyksissä oli luontoarvojen esiin nostaminen reitin ominaisuuksissa. Vastaajat painottivat erityisesti koskemattoman luonnon merkitystä reitin varrella.

”Mahdollisimman paljon erämaatyypistä aluetta: ei rakennettua luontoa. Vaihtelevaa maastoa ja luonnollisia polkuja. Yllätyksellisyys esim. Hiidensilmä lammessa uiminen. Laavuja harvakseltaan, jossa voi evästellä.”

” Reitit kulkevat kokonaan tai lähes kokonaan lähes luonnonmukaisessa maastossa, ei hakkuuaukeita tai teitä eikä mielellään tasamittaista kasvatusmetsää. Vaihtelevaa maastoa ja maisemia, päiväretkikohteissa voi toki kohteena olla yksipuolinen paikka, kuten suo tai harju. Hyvin merkitty reitti, ettei tarvitse miettiä suuntaa tai kulkea kartta kädessä koko ajan, vaikka sellainen mukana onkin. Taukopaikalla kunnon suoja, kuten laavu tai joku rakennus, jotta saa tarvittaessa kamoja vähän kuivattua.”

” Koskematon, hiljainen luonto, johon kuuluu mahdollisimman vähän liikenteen ääniä. Arvostan hyvin merkattuja reittejä ja edes kohtalaisesti näkyviä polkuja. On myös mukavaa, jos reitti kulkee erilaisten alueiden läpi, kuten vaikkapa järven tai joen rannalla tai metsän keskellä sekä vaarojen laella. On myös mukavaa, jos alueella on valmiita tuli- tai leiripaikkoja. Pidän niin pitkistä ja lyhyistä lenkkeily- ja vaellusreiteistä, mutta koen, että Suomessa on yllättävän vähän 30–50 km mittaisia yhtenäisiä vaellusreittejä. Tällainen olisi mahtava saada Kainuuseen. Tällaisen reitin kun voi käydä tekemässä viikonlopun tai pidennetyn viikonlopun aikana.”

Myös talvireitit huomiottiin osassa vastauksissa retkeilyalueen vetovoimaa lisäävänä tekijänä. Lisäksi vastauksissa annettiin kehittämisohjeita, miten reittien vetovoimaisuutta voitaisiin lisätä tiedonsaantia helpottamalla ja eri kohderyhmät huomioimalla.

”Ensinnäkin kohteesta tulee olla tietoa helposti saatavilla ja koko Kainuun aluetta koskien kootusti yhdestä palvelusta. Tietoa tulisi löytyä reiteistä, saavutettavuudesta, alueen palveluista ja mahdollisesta esteettömyydestä, sekä suomen että englannin kielellä. Luontoon.fi on sisältönsä osalta esimerkki hyvin toteutusta palvelusta, joka jakaa tietoa retkeilykohteista (ei nyt oteta kuitenkaan kantaa käytettävyyteen...). Palvelu tulisi toteuttaa mobiili edellä. Huolletut, hyvin merkityt reitit sekä hyvät kartat alueesta ovat tärkeitä. Tämä toimii hienosti esim. Hossassa. Reiteissä tulisi huomioida myös esteettömyys, ei missään tapauksessa kaikissa reiteissä, mutta mahdollisuus edes lyhyeen esteettömään polkuun on todella tärkeää, mahdollistaa mm. retkeilyn pienten lasten kanssa. Nuuksiosta ja Hossasta saa hyvin mallia tässä. Huolletut, tasaisin välimatkoin sijaitsevat tulipaikat ovat tärkeitä, myös tuvat ja telttapaikat. Esimerkiksi Nuuksio ja esim. Teijon kansallispuisto ovat kunnostautuneet näissä asioissa. Vetovoimaisella alueella on monipuolinen, mahdollisimman koskematon luonto ja kohteen luonnosta on myös helposti tietoa saatavilla. Hyviä esimerkkejä tällaisista kohteista ovat mm. Ylläksen lähialueen luontopolut ja Ilveksen reitti Paljakassa. Erilaiset harrastusmahdollisuudet on alueella huomioitu, erityisesti nostaisin esiin kovassa nosteessa olevan maastopyöräilyn sekä hiihdon (erämaalandulla, retkeilyalueet eivät luistelubaanaa kaipaa). Lisäksi on erityisen hienoa, jos alueen retkeilypalvelua tarjoavista yrityksistä on helppo saada tietoa, esim. välinevuokrausta ja majoitusta ajatellen. Pallas-Yllästunturin kansallispuisto on erinomainen esimerkki tässä kategoriassa.”

5.4.2 Suositellut kotimaiset retkeilykohteet

Kysyttäessä vastaajilta mitä kotimaisia retkeilykohteita he suosittelisivat, oli vastauksien kirjo jälleen laaja. Varsinkin kun vastaajat pystyivät avoimen kysymyksen osalta esittämään useita vaihtoehtoja. Vastauksia tähän kysymykseen annettiin kaiken kaikkiaan 370. Vastauksista luokiteltiin 15 eniten suositeltua kohdetta (taulukko 6). Vastauksissa oli merkillepantavaa se, että vaikka vastaajat aikaisemmin kyselyssä kokivat vain melko tärkeäksi polkujen sijaitsevan kansallispuistoissa, niin 15 suosituimman retkeilykohteen listassa 12 on kansallispuistoja. Kyselyyn vastanneiden mielestä suosituin retkeilykohde oli vuonna 2017 kansallispuistoksi nimetty Hossa. Toiseksi suosituimmaksi retkeilykohteeksi nousi Oulangan kansallispuisto ja siellä etenkin Karhunkierroksen retkeilyreitti. Nämä kaksi kohdetta erottuivat vastauksissa selvästi ja olivat ainoat yli 100 vastauksen kohteet. Tämän jälkeen lista on huomattavasti tasaisempi sisältäen mm. Ylläs-Pallastunturin

kansallispuiston, jonka osalta oli runsaasti mainintoja erityisesti Hetta-Pallas retkeilyreitistä, sekä Vuokatin matkailualueen.

Taulukko 6. Suositelluimmat retkeilykohteet.

	Retkeilykohde	Vastauksien lkm.
1	Hossa	110
2	Oulanka/Karhunkierros	101
3	Ylläs-Pallastunturi	54
4	Vuokatti	53
5	Koli	48
6	UKK	46
7	Nuoksio	30
8	Hiidenportti	29
9	Ruka	25
10	Pyhä-Luosto	22
11	Riisitunturi	18
12	Tiilikkajärvi	17
13	Repovesi	17
14	Rokua	12
15	Saariselkä	11

Suurin osa avoimiin kysymyksiin vastanneista oli tyytynyt antamaan vain suosituksensa retkeilykohteista sen kummemmin vastausta perustelematta.

”Urho kekkosen kansallispuisto, oulanka, ylläs, jne.”

”Hossa, Etelä-Konneveden kansallispuisto, Kuusamo-Ruka, Rokua, Vuokatti.”

”Sipoonkorpi, Hiidenportti, Sininen polku, Valkmusa, Turun Ruissalo”

Osa vastaajista kertoi kuitenkin laveammin perusteluita omille suosituksilleen ja ehdotti eritasoisia reittejä eri kohderyhmille. Osa otti jopa kantaa retkeilyreittien kuntoon sekä rakenteisiin.

”Meillä on valtava määrä hienoja retkikohteita, ja se antaa mahdollisuuden sekä matkailijoille, paikallisille että matkailuyrittäjille monipuoliseen retkeilyyn, erilaisiin aktiviteetteihin, opastuksiin ja ohjelmapalveluihin. Selkeät vuodenajat tuovat myös oman lisänsä retkeilyn monipuolisuuteen. Kohteen voi valita fiiliksen mukaan.”

”Kaikki kansallis- ja luonnonpuistot. Voisin suositella myös monia pienempiä ja rauhallisempia paikkoja, sääli vain, että niiden ylläpito on nykyisin niin rempallaan. Esim. Kieverrysjärvet, Jonkerinsalo, Peurajärvi ja Martinselkonen ovat paikkoja, joita ehdottomasti voisin suositella, mutta en henkilöille, jotka tarvitsevat toimivia rakenteita.”

” Omilla retkilläni en vielä ole kohdannut kansallis- tai luonnonpuistoa, jossa käymistä en voisi suositella. Esimerkiksi Haltin valloitusta suunnittelevalle saattaisin tosin esittää varoituksen reitin hidaskulkaisuudesta moniin muihin suosittuihin reitteihin verrattuna. Suositukseni riippuisi retkeilynharrastajan omista kiinnostuksenkohteista ja liikkumismuodosta - komeita tunturimaisemia kaipaavalle jalan vaeltajalle suosittelisin Hetta-Pallas-reittiä, melojalle Hossan kansallispuistoa ja lähiretkeilyä suunnittelevalle keskisuomalaiselle Pyhä-Häkkiä tai Helvetinjärven aluetta. Päiväretkiä kiinteästä tukikohdasta tekevälle vaeltajalle suosittelisin Kiilopäälle majoittumista ja retkeilyä sieltä UKK-puistoon.”

”Päiväretkeilyyn kelpaa lähes mikä tahansa kohde, ja usein tuleekin valittua paikkoja oman kodin läheisyydestä, kuten Nuuksio, Liesjärvi, Repovesi, Porkkalanniemi jne. Pidempään reissuun Lapin kansallispuistot, erämaa-alueet ja luonnonpuistot ovat omiaan. Suomessa on upeita retkikohteita aivan ympäri maata, joten suositukset riippuvat pitkälti siitä, kuinka kauas on valmis matkustamaan.”

5.5 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimuksen luotettavuutta arvioidaan tarkastelemalla sen validiteettia ja reliabiliteettia mittaamisen, mittarin ja tulosten näkökulmasta. Reliabiliteetti voidaan jakaa kahteen osatekijään eli stabiliteettiin ja konsistenssiin. Stabiliteetti mittaa tutkimuksen toistettavuutta. Tämän tutkimuksen aineisto kerättiin yhdellä mittauskerralla, joka on tyypillistä opinnäytetyönä tehtäville tutkimuksille. Niinpä stabiliteettia käsitellään tutkimuksen toistettavuuden kautta eli onko tutkimuksen vaiheet dokumentoitu riittävän tarkasti ja ratkaisut perusteltu. Tutkimuksen aineisto kerättiin retkeilytapahtumissa paikan päällä toteutetulla keräyksellä sekä sähköisellä lomakkeella, jota jaettiin eri vaellusaiheisissa sosiaalisen median kanavissa. Näin saatiin kyselyn vastaajiksi parhaiten toivottua kohderyhmää edustavat vastaajat eli henkilöt, jotka ovat kiinnostuneita ja harrastavat vaellusta. Vastaajat täyttivät kyselomakkeen itsenäisesti ja kaikki annetut vastaukset on tallennettu niin, että niitä voidaan hyödyntää tarvittaessa uudelleen. Kaikki kyselylomakkeiden vastaukset on syötetty joko tilasto-ohjelmaan tai avointen kysymysten

osalta tekstinkäsittelyohjelmaan, ja opinnäytetyön tekijä on vastannut aineiston tulosten tulkin-
nasta. Kaikki tutkimuksen vaiheet on dokumentoitu tähän opinnäytetyöhön, ja vaiheet ovat sitä
kautta eroteltavissa ja toistettavissa. Tulosten tulkinnassa tehdyt ratkaisut on perusteltu tilastol-
listen analyysien kautta luotettavien johtopäätösten tekemiseksi. Kuhunkin mittaukseen on käy-
tetty siihen soveltuvaa analysointimenetelmää ja tulosten tulkinnassa on noudatettu mittarien
raja-arvoja. Mittaukset voidaan tarvittaessa toistaa.

Konsistenssin eli sisäisen johdonmukaisuuden osalta arviointiin käytetään Cronbachin alfaker-
rointa eli kuinka hyvin eri kysymyssarjojen kysymykset mittaavat samaa asiaa. Tässä tutkimuk-
sessa kyselyn kysymyssarjan ensimmäisen osion alfakerroin oli 0,75, toisen 0,77, kolmannen 0,50,
neljännen 0,88 ja viimeisen 0,82. Minkään osion alfakerroin ei olisi parantunut jättämällä muut-
tujia pois. Koska alhaisinkin muuttujien välinen korrelaatio oli 0,5 ja yli 0,7 arvo kuvastaa muuttu-
jan hyvää sisäistä johdonmukaisuutta sekä korrelaatiota, voidaan mittarin reliabiliteettia pitää
luotettavana eikä se tuota sattumanvaraisia tuloksia.

Koetun validiteetin osalta tutkimuksen tulokset on esitetty kokonaisuutena sekä eri käyttäjäryh-
mien kesken. Tutkimuksen tuloksia on aikaisemmin työssä verrattu Suomen Ladun toteuttamaan
retkeilytutkimukseen ja tutkimustuloksissa on havaittavissa samankaltaisuutta. Tämä nostaa
osaltaan tutkimuksen validiteettia. Koetun validiteetin osalta on hyvä tunnistaa opinnäytetyön
tekijän kokemattomuus kvantitatiivisista tutkimuksista ja sen mahdollinen vaikutus on syytä ottaa
huomioon luotettavuutta arvioitaessa. Tätä on kuitenkin ehkäisty toimimalla tutkimuksen luotet-
tavuutta edistävällä tavalla kaikissa vaiheissa.

Sisäisen validiteetin osalta eri käyttäjäryhmien riippuvuus on selvitetty tilastollisten merkitsevyys-
tasojen avulla ja niiden kautta on pystytty osoittamaan eroja ja samankaltaisuuksia eri käyttäjä-
ryhmien välillä. Tutkimuksen tutkimusongelma on johdettu esitetystä teoriasta ja tutkimuksen
tuloksia voidaan selittää teorian avulla. Myös polkujen ominaisuuksia kartoittavan kysymyssarjan
ja samaa asiaa kysyvän avoimen kysymyksen vastausten samankaltaisuus osoittavat tulosten luot-
tettavuutta ja toimii osaltaan kontrollikysymyksenä. Sisäisen validiteetin osalta on huomiota teh-
dyt virheet muutamissa kysymyksen asetteluissa sekä vastausvaihtoehdoissa ja nämä on käyty
läpi tutkimustuloksien raportoinnin yhteydessä. Aineistoa ei voi kuitenkaan koskaan analysoida
loppuun saakka ja siitä voidaan löytää uusia näkökulmia eri tutkimusongelman kautta.

Ulkoisen validiteetin osalta tutkimuksen otoksesta voidaan tehdä muutamia huomioita. Vaikka
tutkimuksen otoskoko oli hyvä, ei tutkimuksessa käytetyn otantamenetelmän osalta ollut mah-
dollista arvioida perusjoukon ja otoksen suhdetta, koska tutkimus toteutettiin ryväsotannalla eikä

perusjoukon koosta ole varmaa tietoa. Kyselyyn vastaaminen edellytti joko tapahtumiin osallistumisen tai tietyissä sähköisen median kanavissa vierailua, ja näistä ei ole saatavilla perusjoukon kokoa. Myöskään vastaamatta jättäneiden suhdetta ei näin ollen voida mitata. Lisäksi tutkimustulosten yleistettävyyteen vaikuttaa myös otoksen sukupuolijakauma, joka oli hyvin naisvoittoinen. Kyselyn toteuttaminen retkeilytapahtumien yhteydessä sekä retkeilyaiheisilla sosiaalisen median kanavilla on ohjannut vastaajiksi retkeily aktiivisesti harrastavia, kuten kyselyn tuloksista voidaan havaita, ja tämä myös osaltaan voi vaikuttaa tutkimuksen yleistettävyyteen. Tulokset voivat olla erilaiset heterogeenisemmällä vastaajajoukolla. Toisaalta kysely myös tarkoituksellisesti rajattiin koskemaan retkeilyä harrastavien kohderyhmää. Tutkimuksen ulkoista validiteettia vahvistaa vastaajajoukon maantieteellinen jakautuminen eri puolille Suomea.

Vaikka edellä mainittujen seikkojen vuoksi tutkimuksen validiteetin tarkastelu jää osin suppeaksi, voidaan tutkimuksen sanoa olevan luotettava. Tutkimuksen otanta oli riittävän laaja ja tutkimus on toteutettu noudattaen hyvää tieteellistä käytäntöä jokaisessa tutkimusvaiheessa. Tulokset on analysoitu tilastollisin menetelmin ja tutkimuksen tulokset mukailevat jo aiemmin opinnäytetyössä esiteltyjä aikaisempia tutkimuksia.

5.6 Johtopäätökset ja jatkotutkimusaiheet

Tämä opinnäytetyönä toteutettu kyselytutkimus vastasi esitettyyn tutkimusongelmaan sekä tutkimuskysymyksiin. Tutkimuksen tulokset tuottivat luotettavaa ja osin uutta tietoa siitä mitä ominaisuuksia ja palveluita retkeilijät arvostavat retkeilyalueella tai -reitillä. Tutkimuksen avulla saatiin tietoa tärkeimmistä ominaisuuksista ja palveluista retkeilyreitillä eri kohderyhmille ja näiden tulosten avulla voidaan luoda asiakaslähtöisiä uusien ja jo olemassa olevien retkeilyreittien kehittämissuunnitelmia ja -toimia. Lisäksi retkeilyreittien ylläpitäjät saavat tärkeää tietoa kyselyyn vastanneiden, retkeilyä jo harrastavien, käyttäjien retkeilytottumuksista, kuten sopiva päivämatkan pituus tai seurueen keskimääräinen koko. Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan johtaa seuraavan alaotsikon alla esitettyjä, tutkimuskysymyksiin perustuvia, johtopäätöksiä.

5.6.1 Johtopäätökset

Retkeilyreittien käyttäjät arvottivat reittien peruspalveluiden, kuten viitoitusten, taukopaikkojen sekä monipuolisen reitistön, tärkeyttä reitin vetovoimaisuudessa ja oheispalveluiden merkitys jäi

vähäiseksi. Näin ollen tuloksista voidaan tehdä johtopäätös, että mikäli retkeilyreiteille halutaan lisää kävijöitä rajallisin resurssein, tulee reittien kehittämisessä painopiste suunnata erityisesti kaikkiin yli neljän keskiarvon saaneisiin väittämiin. Näillä on tutkimuksen mukaan eniten vaikutusta reitin vetovoimaisuuden kannalta. Vasta, kun reitin vetovoimaisuuden kannalta tärkeimmät ominaisuudet ja palvelut ovat kunnossa, tulee kehittämistoimia suunnata myös vähemmän tärkeisiin retkeilyalueen tai -reitin osa-alueisiin huomioiden toki reitin olemassa oleva kunto ja palvelurakenne. Tuloksien mukaan kävijöille on vain melko tärkeää polkujen sijainti kansallispuistoissa, mutta reittien ylläpitäjien tulee huomioida, että vastaajat painottivat valokuvauksellisten maisemien tärkeyttä reitin varrella. Avoimissa vastauksissa nousi esille useita kertoja maininta, että vetovoimainen reitti ei kulje talousmetsässä tai hakkuuaukkojen reunoilla. Reittien vetovoimaisuuden kannalta huomiota tulee kiinnittää myös siihen, että tarjolla on eri mittaisia reittejä ja näiden varrella taukopaikat, kodat ja autiotuvat sijaitsevat sopivin välimatkoin. Yli puolet kyselyyn vastanneista ilmoitti harrastavansa pääosin päiväretkiä, joten vastaajien ilmoittamat sopivat päivämatkat sekä yön yli vaelluksen kokonaismatkat auttavat tässä suunnittelussa.

Tutkimuksessa vertailtiin myös eri asiakasryhmien välisiä eroja eri osa-alueiden tärkeyden osalta ja tulokset on esitetty sukupuolittain sekä ikäluokittain. Näin tutkimuksen tuloksia voidaan paremmin hyödyntää vastaamaan eri retkeilyalueiden ja -reittien nykyisiä tai tavoiteltuja kohderyhmiä. Kohderyhmittäin analysoidut tulokset tuovat merkittävää lisäarvoa mm. reittien markkinoinnin kohdentamiseen, kun eri käyttäjiä voidaan puhutella heitä kiinnostavan sisällön avulla. Tietoa eri reittien nykyisistä asiakaskohderyhmistä voidaan saada mm. metsähallituksen kävijätutkimuksista eri retkeilykohteista, mutta myös matkailualueiden valtakunnallisista tilastoista sekä alueiden omista asiakaskohderyhmätutkimuksista. Sukupuolittain tilastollisesti merkitseviä eroja keskiarvossa löytyi viiden eri väittämän kohdalta ja nämä on esitelty tuloksissa. Keskeisimpänä johtopäätöksenä sukupuolten välillä voidaan nostaa huomio, että naisille polkujen opasteiden ja viitoitusten ajantasaisuus ovat merkittävä tekijä reitin vetovoimaisuuden kannalta. Reiteillä, joilla on käyttäjänä paljon naisia, tulisi kehittämistoimien painopiste suunnata hyvin merkittyihin helpokulkuihin ympyräreitteihin. Naisten suosimat päivämatkat eroavat myös jonkin verran miesten vastaavista ja on hyvä ottaa huomioon reittien pituuden ja taukopaikkojen osalta. Miesten osalta tulee panostaa naisia enemmän yhteiskäyttöpolkuihin, jotka mahdollistavat patikoinnin lisäksi myös pyöräilyn.

Ikäluokittain tilastollisesti merkitseviä eroja ei löytynyt, mutta tiettyjä huomioita myös ikäluokkien eroista on tuloksien tulkinnassa tehty, jotka auttavat tekemään suunnattuja kehittämistoimia. Ikäluokittain kohderyhmiä katsottaessa nuorempien ikäluokkien osalta huomiota kannattaa

kiinnittää sähköisten kartta- ja opastepalveluiden saatavuuteen reitiltä. Mitä nuoremasta ikäluokasta oli kyse, sitä tärkeämpiä nämä palvelut olivat. Vanhemmille ikäluokille vastaavasti paperikartat olivat merkityksellisimpiä. Tänä päivänä reittikuvausten sekä sähköisen kartta-aineiston julkaisuun on tarjolla lukuisia eri alustoja, joita retkeilyalueiden ylläpitäjät voivat suhteellisen helposti hyödyntää tuomaan lisäarvoa nuoremmille ikäluokille. Reitit, joiden varrella on erityisiä luontokohteita tai elämyksellisiä rakennelmia vetoavat nuorempiin ikäluokkiin ja myös näiden elementtien avulla voidaan lisätä nuorempien ikäluokkien kiinnostusta reittiä kohtaan.

Mietittäessä millaisia asiakaslähtöisiä suosituksia tutkimuksen tuloksista nousee, voidaan aineistosta tehdä muutamia keskeisiä huomiota, joista osa on toki jo mainittu edellä. Uusien retkeilyreittien suunnittelijoille tutkimuksen tulokset antavat runsaasti hyödyllistä tietoa, jonka avulla reitistä voidaan rakentaa toimivampi ja houkuttelevampi kokonaisuus halutulle kohderyhmälle. Kuten edellä mainittua, huomio täytyy olla reitin perusinfraassa, mutta myös siihen liittyy runsaasti eri vivahteita. Kyselyn vastanneille päiväkävijöille merkityksellisiä asioita ovat esim. reitin pituus, maisemat ja parkkipaikka. Yön yli retkeilijälle taas tauko- ja yöpymispaikkojen sijainti ja, että tarjolla on riittävästi eri mittaisia polkuja. Tutkimuksen tulosten pohjalta reiteille voidaan lisätä eri kohderyhmiä houkuttelevia ominaisuuksia sen mukaan mitä kohderyhmää tavoitellaan ja mikä on mahdollista olemassa olevan reitin osalta. Kaikki retkeilyreitit eivät voi tarjota valokuvauksellisia maisemia, vaikka se olisi käyttäjien mielestä kuinka tärkeää. Tällöin reittien ylläpitäjillä tulee suunnata huomio muihin käyttäjien kannalta merkityksellisiin ominaisuuksiin ja palveluihin. Näitä voivat olla esimerkiksi elämykselliset rakenteet, kuten riippusillat, lossit jne. Uusien reittien suunnittelun osalta on syytä huomioida retkeilyn suuntautuminen yhä enemmän ns. lakanoista lakanoihin retkeilyyn eli kävijät lähtevät aamulla hotellista tai muusta kaupallisesta majoituskohteesta välistä ja palaavat illaksi samaan paikkaan (Kähkönen 2019). Tähän kyselytutkimukseen vastanneista yli puolet harrastaa pääosin päiväretkeilyä ja hieman alle puolet sekä päiväretkiä, että yön yli retkiä. Vaikka tähän tutkimukseen vastanneiden mielestä reittien varrelta löytyvät oheispalvelut, kuten majoitus- ja ravitsemispalvelut, olivat vain melko tärkeitä, niin suuntaus kohti päiväretkeilyä tulee kasvattamaan oheispalveluiden tärkeyttä jatkossa.

Olemassa olevien reittien osalta kyse on pitkälle siitä, millaisia resurssit reitin ylläpitäjällä on käytettävissä. Jo käytössä olevalla reitillä niin perusrakenteet, kuten polku, opasteet ja taukopaikat, sekä luontokohteet ovat jo olemassa olevia asioita, joita ylläpidetään ja korostetaan. Olemassa olevien reittien osalta kyse onkin pitkälle viestinnästä ja markkinoinnista. Reitiltä tulee tunnistaa tutkimuksen tulosten mukaisia vetovoimatekijöitä ja markkinoida niitä oikeille kohderyhmille. Tämä tarkoittaa kohderyhmää puhuttelevan sisällön tuottamista sekä oikeita markkinointikanava

valintoja, joista kohderyhmä tavoitetaan. Tutkimuksen avoimissa kysymyksissä vastaajilta kysyttiin kotimaisia retkeilykohteita, joita he suosittelisivat. Vastauksissa korostuivat huomattavan paljon samat kohteet. Näissä kohteissa on luonnollisestikin tehty vetovoimaisuuden osalta oikeanlaisia ratkaisuja reittisuunnittelussa, palveluissa jne. Niin olemassa olevien kuin suunnittelussa olevienkin reittien osalta kannattaisi benchmarkata tutkimuksessa esiin nousseita kohteita ja havainnoida sekä mallintaa niissä toteutettuja ratkaisuja.

5.6.2 Jatkotutkimusaiheet

Vetovoimainen retkeilyalue -kyselytutkimuksen pohjalta voidaan tunnistaa jatkotutkimusaiheita, jotka syventävät tämän tutkimuksen tuloksia. Keskeisin jatkotutkimusaihe on kyselytutkimuksen toistaminen, jolloin saatuja tuloksia voitaisiin verrata keskenään ja tehdä muutoksien pohjalta uusia johtopäätöksiä. Jatkotutkimus parantaisi myös tämän tutkimuksen luotettavuutta. Lisäksi luontomatkailun ja luonnon virkistyskäytön toimintaympäristössä tapahtuneet muutokset tekevät jatkotutkimuksesta erittäin mielenkiintoisen.

Toinen jatkotutkimusaihe liittyy tämän tutkimuksen aineiston analyysiin. Tässä tutkimuksessa kerättyä aineistoa on tulkittu kokonaisuutena, mutta myös sukupuolen ja iän mukaan. Aineistoista voisi erottaa vielä omiksi tulkinnoiksi mm. asuinpaikkakunnan tai maakunnan mukaan vastanneet sekä erottaa myös nykyisistä tuloksista tapahtumissa sekä sähköisen lomakkeen kautta vastanneet omiksi ryhmikseen. Otskoko antaisi mahdollisuuden myös vielä nykyistä syvempiin analyysiin, jossa vastaajajoukko pilkotaan yhä pienempiin osiin esimerkiksi naisten vastaukset ikäluokittain, maakunnittain tai vastaustavan mukaan.

Viimeinen ehdotettu jatkotutkimusaihe liittyy tutkimusmenetelmään eli tutkimuksen toteuttamiseen kvalitatiivisena tutkimuksena. Myös tämä vaihtoehto mahdollistaisi tulosten vertaamisen, mutta toisi myös uusia näkökulmia tutkimukseen. Haastattelututkimuksena suoritettavan, huomattavasti pienempään havaintojoukkoon perustuvan, tutkimuksen avulla on mahdollista saada tutkimuksen ilmiöstä syvällisempi ja perusteellisempi näkemys.

6 Pohdinta

Tämän opinnäytetyönä toteutetun kyselytutkimuksen tavoitteena oli selvittää mitä ominaisuuksia ja palveluita retkeilijät arvostavat retkeilyalueella tai -reitillä. Kyselytutkimuksen tulosten analysoinnin kautta oli tavoitteena muodostaa toimeksiantajalle sekä alueen retkeilyalueista ja -reiteistä vastaaville tahoille kokonaiskuva eri ominaisuuksien ja palveluiden tärkeydestä retkeilyreitillä. Tavoitteena oli toteuttaa analysointi vertaillen eri kohderyhmien painottamia ominaisuuksia ja palveluita. Tämä tieto antaa reittien ylläpitäjille mahdollisuuden suunnata rajalliset kehittämispanostukset oman alueen asiakaskohderyhmän kannalta merkityksellisiin ominaisuuksiin sekä palveluihin ja parantaa näin reitin vetovoimaisuutta. Lisäksi tavoitteena oli tuottaa suosituksia luontomatkailun ja reittien asiakaslähtöiseksi kehittämiseksi Kainuussa.

Opinnäytetyö toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena, jonka tulokset analysoitiin pääosin kaksisuuntaisilla tarkastelumenetelmillä eli tuloksien tulkinnassa selvitettiin muuttujien välistä riippuvuussuhteita. Työn teoreettisessa tietoperustassa tuotiin esille tutkimuksen toteuttamisen kannalta keskeiset aihealueet, jotka muodostivat työlle teoreettisen viitekehyksen. Teoreettisen tietoperustan avulla varmistettiin opinnäytetyön tekijän aihealueen hallinta, joka edesauttoi luotettavien johtopäätösten muodostamisen tuloksien pohjalta. Laajempi teoreettinen tietoperusta olisi mahdollistanut monipuolisemman tulosten tulkinnan ja sitä kautta kattavammat johtopäätökset. Tämä heikentää osin työn hyödynnettävyyttä toimeksiantajan ja reittien ylläpitäjien osalta.

Opinnäytetyön tuloksista voidaan johtaa keskeiset asiat, jotka vaikuttavat reittien vetovoimaisuuteen. Analyysien pohjalta tärkeimmät ominaisuudet liittyivät reittien opastukseen niin viitotuksien kuin karttojenkin osalta sekä taukopaikkojen kuntoon. Myös monipuolinen retkeilyalue sekä valokuvaukselliset maisemat olivat retkeilijöille merkityksellisiä. Naisten ja miesten kohdalla löytyi tilastollisesti merkitseviä eroja ja ne olivat ennen kaikkea reittien ominaisuuksissa, jossa naiset kokivat opasteet miehiä tärkeimmiksi. Eri ikäryhmien välillä ei havaittu merkitseviä eroja, joten niiden osalta analyysia on tulkittu havaittujen keskiarvoerojen kautta. Riippuvuussuhteiden vertailu ikäluokittain ei tuottanut tuloksien hyödynnettävyyden osalta odotetun kaltaisia tuloksia. Toisena vaihtoehtona tuloksien analysoinnissa oli asuinpaikkakunnan tai maakunnan mukainen riippuvuussuhteiden vertailu ja tämä on jatkotutkimusten kannalta yksi huomioitava asia.

Kyselytutkimuksen tiedonkeruu ei onnistunut alkuperäisen suunnitelman mukaisesti. Alkuperäinen suunnitelma oli muodostaa otos Kainuun alueella vaellustapahtumiin osallistuvista retkeilijöistä, mutta kolmessa tapahtumassa toteutetuista tiedonkeruista ei kertynyt tavoitteen mukaista vastaajajoukkoa. Tämän vuoksi kyselyn tiedonkeruuta laajennettiin myös sähköisen muotoon vaellusaiheisille sosiaalisen median kanaville. Kanava valinnoilla tutkimuksen vastaajajoukkoa pyrittiin edelleen säilyttämään retkeilyä jo harrastavat vastaajat, mutta vastaukset eivät enää kohdistuneet samalla tavalla Kainuun retkeilyalueisiin ja -reitteihin. Samalla otoksesta tuli sukupuolen osalta vinoutunut eli naiset ovat yliedustettuina vastaajissa. Nämä asiat heikensivät tulosten kohdistamista Kainuun retkeilyreittien asiakaslähtöiseksi kehittämiseksi, vaan tulokset kertovat yleisesti tärkeistä ominaisuuksista ja palveluista retkeilyreitillä. On kuitenkin huomiotava, että sähköisen lomakkeen avulla saavutettu otoskoon nousu nosti tutkimuksen tulosten luotettavuutta ja yleistettävyyttä. Tämän vuoksi tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää myös muiden retkeilyalueiden kehittämiseen ja tulokset ovat hyvin yleistettävissä.

Toinen opinnäytetyön onnistumisen osalta huomiotava asia on tutkimuksen tulosten raportoinnin venyminen. Tutkimus toteutettiin syksyllä 2018, mutta tulosten analysointi sekä tulosten auki kirjoittaminen tapahtui vasta kesän ja syksyn 2020 aikana. Aikataulun venyminen johtui puhtaasti opinnäytetyön tekijän ajankäytön puutteellisesta suunnittelusta. Kahden vuoden aikana luontomatkailun ja luonnon virkistyskäytön toimintaympäristössä on tapahtunut useita muutoksia. Keväällä 2020 alkanut maailmanlaajuinen koronaviruspandemia ja siitä seuranneet matkustus- sekä harrastusrajoitukset ovat nostaneet retkeilykohteet ennenkokemattomaan suosioon, ja retkeilyreiteille on tullut runsaasti uusia käyttäjiä (Metsähallitus 2020b). Samaan aikaan Metsähallitus, joka on maamme suurin retkeilyreittien ylläpitäjä, lakkauttaa noin viidenneksen nykyisistä tauko- paikoista ja osan retkeilyreiteistä. Kävijämäärät ovat lisääntyneet ennen kaikkea jo ennestään suosituilla reiteillä, jolloin metsähallituksen on pakko tarkastella, mihin rajalliset resurssit suunnataan. (Metsähallitus 2018.)

Tapahtuneita muutoksia ei ole voitu ottaa huomioon tutkimuksen tuloksia analysoitaessa, koska tutkimuksen tiedonkeruu on tapahtunut ennen näitä toimintaympäristön muutoksia. Huomioitavaa on myös, että vertailevana tutkimuksena opinnäytetyössä käytetty Suomen Ladun retkeilytutkimus on toteutettu myöhemmin kuin tämä tutkimus ja osin jo edellä mainittujen muutosten ollessa käynnissä. Edellä mainitut tekijät heikentävät opinnäytetyön tulosten hyödynnettävyyttä toimeksiantajan sekä alueen retkeilyreittien ylläpitäjien osalta, koska tuloksista johdetut johtopäätökset sekä kehittämissuositukset eivät mahdollisesti vastaa nykyiseen tarpeeseen. Annettuja

kehittämisehdotuksia tuleekin verrata retkeilyalueen toimintaympäristössä tapahtuneisiin muutoksiin. Toimintaympäristössä tapahtuneiden muutosten vuoksi tutkimus olisi mielekästä toteuttaa samassa muodossa uudelleen ja verrata saatuja tuloksia tämän tutkimuksen tuloksiin.

Aiemmin esitettyjen kehityskohteiden lisäksi opinnäytetyöstä voidaan tunnistaa myös onnistumisia. Opinnäytetyön yksi keskeisimmistä onnistumisen mittareista on se, kuinka opinnäytetyö hyödyttää toimeksiantajaa sekä muita tahoja. Opinnäytetyön hyödynnettävyys voidaan tiivistää ennen kaikkea aineiston laajuuteen, analysointiin sekä johtopäätöksiin. Saavutettu otoskoko mahdollistaa tulosten hyvän yleistettävyyden myös valtakunnallisesti. Aineiston analysointi on suoritettu noudattaen tilastollisen aineiston käsittelyn ja tulkinnan sääntöjä ja aineisto on dokumentoitu jatkotutkimuksia varten. Saatuja tuloksia on verrattu muihin vastaaviin tutkimuksiin, joka osaltaan lisää tulosten luotettavuutta. Lisäksi käytettyä aineistoa ja analyyseja voidaan nopeasti ja helposti hyödyntää mahdollisissa jatkotutkimuksissa. Tuloksista johdettuja johtopäätöksiä voidaan, edellisessä kappaleessa mainituin varauksin, hyödyntää niin uusien reittien suunnittelussa kuin olemassa olevien reittien kehittämissuunnitelmia laadittaessa. Vastaa tietoa ei alueella ole ennen ollut käytettävissä. Todellinen hyöty tutkimuksen tuloksista selviää vasta, kun tuloksia ryhdytään hyödyntämään käytännössä ja vetovoimaisuuden kasvu voidaan osoittaa kasvaneina kävijämäärinä Kainuun retkeilyalueilla ja -reiteillä.

Opinnäytetyössä näkyy tekijän kehittyminen aihealueen asiantuntijana. Opinnäytetyöprosessi on vaatinut tekijältä projektimaisesti aikataulutettua, järjestelmällistä sekä määrätietoista työskentelyä ja kehittänyt tekijää tiedonhakijana. Tekijällä on ollut työn aikataulutuksessa haasteita, mutta prosessien lähtiessä käyntiin työ on edennyt suunnitelmallisesti. Opinnäytetyö on vaatinut laajaa tutustumista aihealueen kirjallisuuteen ja aiheesta tehtyihin aikaisempiin tutkimuksiin, jotta aineiston luotettava analysointi oli mahdollista. Tämän kautta tekijä on oppinut priorisoidaan ja tunnistamaan tutkimuksen kannalta olennaisia ja merkityksellisiä asiakokonaisuuksia sekä kehittynyt tutkijana. Tätä osaamista opinnäytetyön tekijä pystyy hyödyntämään lukuisissa muissa yhteyksissä. Tutkimuksen toteutus ja tilastolliset analyysit sekä tuloksien tulkitseminen vaativat opinnäytetyön tekijältä laajaa perehtymistä tilastollisen tutkimuksen kirjallisuuteen ja SPSS-tilasto-ohjelman sekä Microsoft Excel-ohjelman hallintaa. Kokonaisuudessaan opinnäytetyön tutkimuksellinen osuus opetti tekijälle järjestelmällisyyttä, analyttisyyttä sekä aineiston oikeaoppista ja kriittistä tulkintaa. Kaiken kaikkiaan toteutettu opinnäytetyö on selkeästi jäsenneilty kokonaisuus, jonka kautta tekijä onnistui kasvattamaan asiantuntijuuttaan kattavasti teoreettisen viitekehyksen kautta tilastollisen tutkimuksen menetelmiin.

Lähteet

- Aho, S., Hemmi, J., Järviluoma, J., Kauhanen, I., Kauppila, P., Komppula, R. & Vuoristo, K. (1994). *Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteina*. Oulu: Oulun Yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos.
- Albanese, P. & Boedeker, M. (2002). *Matkailumarkkinointi*. Helsinki: Edita Prima.
- Bergström, S. & Leppänen, A. (2009). *Yrityksen asiakasmarkkinointi*. Helsinki: Edita.
- Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. (2002). *Elämyksestä elinkeinoksi*. Helsinki: WSOY.
- Buckley, R., Pickering, C. & Weaver, D. (2003). *Nature-based tourism, environment, and land management*. Wallingford: CABI.
- Cordell, H. K., McDonald, B. L., Briggs, J. A., Teasley, R. J., Bergström, J. & Mou, S. H. (1997). *Emerging markets for Outdoor recreation in the united states. participation - trends - profiles*. Athens, GA: Sporting Goods Manufacturers Association and the USDA Forest Service.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research*, 6(4), 408-424. doi:10.1016/0160-7383(79)90004-5.
- Edelheim, J. & Ilola, H. (2017). *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*. Rovaniemi: Lapland University Press.
- Ekkonen, J., Kyöstiä, M. & von Boehm, A. (2019). *Kestävä matkailu suojelualueilla. Opas matkailuyritykselle*. Vantaa: Metsähallitus. Saatavilla 22.7.2020. <https://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Muut/kestavamatkailu.pdf>
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (2003). *Metodpraktikan*. (2., uppl. ed.). Stockholm: Norstedts juridik.
- Fennell, D. A. (2003). *Ecotourism. an introduction* (2. ed., 1. publ. ed.). London: Routledge.
- Gunn, C. A. & Var, T. (2002). *Tourism planning* (4th ed. ed.). New York: Routledge.
- Gustafsson, C. (2013). Tilastotieteen johdantokurssi. Saatavilla 31.10.2020. http://li-pas.uwasa.fi/~chg/TJK_s2013.pdf
- Heikkilä, T. (1998). *Tilastollinen tutkimus*. Helsinki: Edita Publishing.
- Hemmi, J. (1995). *Ympäristö ja luontomatkailu*. Vapaa-Ajan Konsultit.
- Hendee, J. C., Gale, R. P. & Catton, W. R. (1971). A typology of outdoor recreation activity preferences. *The Journal of Environmental Education: Communicating Everyman's Ecology*, 3(1), 28–34. doi:10.1080/00958964.1971.10801604
- Hiltunen, L. (2009). *Validiteetti ja reliabiliteetti*. Jyväskylän yliopisto. Saatavilla 31.10.2020. http://www.mit.jyu.fi/OPE/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf

- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2005). *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Tammi.
- Horner, S. & Swarbrooke, J. (2005). *Leisure marketing* (1. publ. ed.). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Icén, E. (2019). *Suomen Latu retkeilytutkimus 2019*. Suomen Latu. Saatavilla 20.7.2020. <https://www.suomenlatu.fi/media/uutiskuvat/ulkoile/21132-suomen-latu-retkeily-tutkimus-raportti-2019-004.pdf>
- Itä-Suomen Yliopisto. (2012). Uutta tietoa kansallispuistojen kävijöistä ja talousvaikutuksista: Luontomatkailuun panostaminen kannattaa. Saatavilla 26.7.2020. https://archive.uef.fi/uutiset/uef-fi/2012/Uutta_tietoa_kansallispuistojen_kavijoista_ja_talousvaikutuksista_luontomatkailuun_panostaminen_kannattaa.html
- Jyväskylän yliopisto. Survey-tutkimustrategia. (2015). Saatavilla 24.10.2020. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/survey>
- Järviluoma, J. (1995). *Suomen läänien ja kuntien matkailullinen vetovoima majoitusksynnän perusteella 1987–1992*. Oulu: Oulun Yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos.
- Järviluoma, J. (2006). *Turistin luonto. Tutkimus luonnon merkityksestä matkailun vetovoimatekijänä neljässä lapin matkailukeskuksessa*. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Kainuun matkailustrategia 2018–2021 (2018). Kainuun Liitto. Saatavilla 3.12.2020. https://www.kainuunliitto.fi/sites/default/files/matkailustrategia_nettijulkaisu_kevyempi_versio.pdf
- Kananen, J. (2011). *Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas*. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kananen, J. (2019). *Opinnäytetyön ja pro gradun pikaopas*. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kattilamäki, T. (2019). Retkeilymatkailu vetovoimatekijänä. Saatavilla 3.8.2020. <https://www.el-lare.fi/vaellusmatka/retkeilymatkailu/>
- Kielitoimiston sanakirja. Saatavilla 12.8.2020. <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/Elämys>
- Koivula, E. & Saastamoinen, O. (2005). Näkökulmia luontomatkailuun ja sen tulevaisuuteen. Saatavilla 10.8.2020. https://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_952-458-725-4/urn_isbn_952-458-725-4.pdf
- Konu, H., Tyrväinen, L., Pesonen, J., Tuulentie, S., Pasanen, K. & Tuohino, A. (2017). Uutta liiketoimintaa kestävän luontomatkailun ja virkistyskäytön ympärille – kirjallisuuskatsaus. Saatavilla 22.7.2020. <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/79836>
- Krippendorff, J. (1987). *The holiday makers: Understanding the impact of leisure and travel*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Kähkönen, S. (2019). Retkeilijät shoppailevat kansallispuistoja ja mukavuuksia. Yleisradio. Saatavilla 5.12.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-10957354>
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction systems. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367-384. doi:10.1016/S0160-7383(02)00026-9
- Leppänen, P. (2020). Jälkiä. Saatavilla 15.11.2020. <https://www.latujaipolku.fi/uutiset/jalkia.html>
- Lew, A. A. (1987). A framework of tourist attraction research. Saatavilla 29.7.2020. https://www.researchgate.net/publication/222457085_A_Framework_of_Tourist_Attraction_Research
- Manning, R. E. (2011). *Studies in outdoor recreation* (3. ed. ed.). Corvallis: Oregon State Univ. Press.
- Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2017–2018. (2020). Helsinki: Business Finland. Saatavilla 22.7.2020. <https://www.businessfinland.fi/493fd1/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/matkailutilinpito---matkailun-talous--ja-tyollisyysvaikutukset-2017-2018.pdf>
- Metsähallitus (2018). Retkeilijöille säilyy suurin osa taukopaikoista. Saatavilla 5.12.2020. <https://www.metsa.fi/tiedotteet/retkeilijoille-sailyy-suurin-osa-taukopaikoista/>
- Metsähallitus (2020a). Eteläisen suomen suojelualueiden käyntimäärät alkuvuonna vahvassa kasvussa. Saatavilla 19.7.2020. <https://www.metsa.fi/tiedotteet/etelaisen-suomen-suojelualueiden-kayntimaarat-alkuvuonna-vahvassa-kasvussa/>
- Metsähallitus (2020b). Kansallispuistojen käyntimäärässä kova kasvu – kansallispuistojen palveluilla selkeä kysyntä. Saatavilla 3.12.2020. <https://www.metsa.fi/tiedotteet/kansallispuistojen-kayntimaarassa-kova-kasvu-kansallispuistojen-palveluilla-selkea-kysynta/>
- Outdoors Kainuu -hankehakemus (2017). Kajaanin ammattikorkeakoulun sisäinen asiakirja.
- Outdoors Kainuu -tukupäätös (2017). Kajaanin ammattikorkeakoulun sisäinen asiakirja.
- Pesonen, J., Komppula, R., Kronenberg, C. & Peters, M. (2011). Understanding the relationship between push and pull motivations in rural tourism. 66(3), 32-49. doi:10.1108/16605371111175311
- Peters, M. (1969). *International tourism*. London: Hutchinson.
- Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy (Updated edition ed.)*. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press.
- Puustinen, A. & Rouhiainen, U. (2007). *Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja*. Helsinki: Edita Prima.
- Riikonen, T. & Rautiainen, A. (2017). Maastossa olevien ulkoilureittien monikäyttö: Nykytila, esteet ja mahdollisuudet. Saatavilla 20.7.2020. <https://www.suomenlatu.fi/media/ulkoilureittien-monikaytto.pdf>
- Räsänen, P. (2014). Retkeilymatkailun suunnitteluopas. Saatavilla 20.7.2020. <http://www.outdoorsfinland.fi/wp-content/uploads/2014/06/Retkeilymatkailun-suunnitteluopas.pdf>

- Räsänen, P. & Saari, H. (2011). Vaellusreittien suunnitteluopas. Saatavilla 20.7.2020. <https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/of-vaellusreittien-suunnitteluopas.pdf>
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. (2006). KvaliMOTV - menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkójulkaisu]. Saatavilla 18.10.2020. https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L2_3_1.html
- Saari, S. (2006). *Tuottavuus. Teoria ja mittaaminen liiketoiminnassa*. Espoo: Mido.
- Sharpley, R. (2006). *Travel and tourism*. London: SAGE.
- Sievänen, T. & Neuvonen, M. (2011). Luonnon virkistyskäyttö - ulkoilutilastot 2010. Saatavilla 27.7.2020. <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2011/mwp212.pdf>
- Sievänen, T., Eskelinen, P., Lehtoranta, V., Nummelin, T., Pellikka, J., Pouta, E. & Tyrväinen, L. (2017). Luonnon virkistyskäytön ja luontomatkailun tilastoinnin kehittäminen. Saatavilla 26.7.2020. <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/160410>
- Sievänen, T., Sievänen, T., Neuvonen, M. & Pouta, E. (2011). *National park visitor segments and their interest in rural tourism services and intention to revisit*. doi:10.1080/15022250.2011.638210
- Suomen Latu. (n.d.). Retkeily. Saatavilla 20.7.2020. <https://www.suomenlatu.fi/ulkoile/lajit/retkeily.html>
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism* (2nd ed.). Oxford: Taylor & Francis. doi:10.4324/9780080466958
- Särkkä, S., Konttinen, L. & Sjösted, T. (2013). *Luonnonlukutaito. Luo liiketoimintaa vihreästä hyvinvoinnista*. Helsinki: Erweko. Saatavilla 26.7.2020. <https://media.sitra.fi/2017/02/23070432/Luonnonlukutaito-3.pdf>
- Tarssanen, S. & Kylänen, M. (2009). Elämys – mikä se on? *Elämystuottajan käsikirja* (6th ed.). 8–23. Rovaniemi: Sevenprint. Saatavilla 12.8.2020. <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/elämystuottaja%20käsikirja.pdf>
- Tuulentie, S. (2002). Tunturin tuolle puolen: Autenttisen luontoelämyksen jäljillä. Saatavilla 22.7.2020. <https://www.ulapland.fi/loader.aspx?id=f74e748b-c0e5-491d-8958-33ddc5745c0f>
- Tyrväinen, L., Kurttila, M., Sievänen, T. & Tuulentie, S. (2014). *Hyvinvointia metsästä*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Tyrväinen, L., Sievänen, T., Konu, H., Aapala, K., Ojala, O., Pellikka, J. & Tuohino, A. (2018). Uudet keinot metsä- ja vesialueiden kestävä virkistys- ja matkailukäytön kehittämiseksi ja turvaamiseksi. Saatavilla 22.7.2020. <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/160480>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2015). Yhdessä enemmän - kasvua ja uudistumista suomen matkailuun. Matkailun tiekartta 2015–2025. (2015). Saatavilla 2.12.2020. <https://tem.fi/documents/1410877/2735818/Matkailun+tiekartta+2015-2025.pdf/95521a94-5230-47c2-8dd7-bc7ff5bede04>

- Tähtinen, J., Laakkonen, E. & Borberg, M. (2011). *Tilastollisen aineiston käsittelyn ja tulkinnan perusteita*. Turku: Turun yliopiston kasvatustieteiden laitos ja Opettajankoulutuslaitos.
- Vuoristo, K. & Vesterinen, N. (2009). *Lumen ja suven maa. Suomen matkailumaantiede*. Helsinki: WSOYpro.
- Weaver, D. B. (2001). *The encyclopedia of ecotourism*. Oxon: CABI.
- Ympäristöministeriö (2002). Ohjelma luonnon virkistyskäytön ja luontomatkailun kehittämiseksi. Saatavilla 20.7.2020. <http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=50604&lan=fi>
- Yoon, Y. & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management* (1982), 26(1), 45-56.
doi:10.1016/j.tourman.2003.08.016
- Zillinger, M. (2007). *Guided tourism: The role of guidebooks in german tourist behaviour in sweden*. Umeå: Kulturgeografi.

Liitteet



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

VETOVOIMAINEN RETKEILYALUE

Retkeily ja patikointi ovat suosittuja vapaa-ajan aktiviteetteja ja vastaisuudessa niiden suosio todennäköisesti kasvaa entisestään. Tämä ei ole yllätys, sillä luontoharrasteiden ja luonnossa oleilun on tutkitusti osoitettu vaikuttavan myönteisesti kaupunkimaiseen ympäristöön kotiutuneiden ihmisten fyysiseen ja henkiseen hyvinvointiin.

Henkilökohtaisten hyvinvointivaikutusten lisäksi retkeilyllä on myös muunlaisia positiivisia vaikutuksia, esimerkiksi matkailutaloudellisia. Retkeilymahdollisuudet ovat monille matkailijoille merkittävä ja joskus tärkeinkin syy matkakohteen valinnalle. Kainuusta löytyy nykyään useita enemmän tai vähemmän vetovoimaisia retkeilykohteita, mutta niissä on edelleen kehitettävää.

Tämä haastattelu/kysely on osa Outdoors Kainuu -hanketta, jonka päämääränä on retkeilyalueiden ja niiden reittien kehittäminen ja markkinointi. Hankkeen toteutuksesta vastaa Kajaanin ammattikorkeakoulu. Haastattelun/kyselyn tavoitteena on tunnistaa vetovoimaisten retkeilyreittien ominaispiirteitä, mitä tietoa voidaan käyttää apuna retkeilykohteiden markkinoinnin kohdentamisessa.

Kiitos osallistumisestasi!

Lisätietoja kyselystä ja hankkeesta:
Yliopettaja / projektipäällikkö Pasi Korhonen
Kajaanin ammattikorkeakoulu
puh. 044 7101 360
email. pasi.korhonen@kamk.fi

Kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan laadukas Petzl-otsalamppu, jonka valossa on hyvä suunnata syksyn retkille. Mikäli haluat osallistua arvontaan, täytä tähän yhteystietosi. Yhteystietojasi käytetään vain ja ainoastaan arvonnassa.

Nimi: _____

Puhelin: _____

Email: _____

1) Millaisia ominaisuuksia on mielestäsi hyvällä ja vetovoimaisella retkeilyalueella ja -reitillä?

2) Arvioi seuraavien kohtien tärkeyttä retkeilyalueen ja -reittien houkuttelevuuden kannalta

POLKUJEN OMINAISUUDET	Erittäin tärkeä	Tärkeä	Melko tärkeä	Ei kovin tärkeä	Ei lainkaan tärkeä
Retkeilijöille on tarjolla eri vaikeusasteen polkuja	5	4	3	2	1
Retkeilijöille on tarjolla eri mittaisia polkuja	5	4	3	2	1
Tarjolla on fyysisesti haastavia polkuja	5	4	3	2	1
Polut on tehty helppokulkuisiksi (pitkokset, portaat yms.)	5	4	3	2	1
Tarjolla on esteettömiä polkuja	5	4	3	2	1
Alueen laavut ja tulipaikat ovat asianmukaisessa kunnossa	5	4	3	2	1
Polkujen varsilla on autiotupia	5	4	3	2	1
Polkujen varsilla on varaustupia	5	4	3	2	1
Polut ovat pääasiassa ympyräreittejä	5	4	3	2	1
Alueella on yhteiskäyttöpolkuja, joissa on luvallista kävelyn lisäksi myös pyöräillä	5	4	3	2	1
VIITOITUS, OPASTEET, KARTAT	Erittäin tärkeä	Tärkeä	Melko tärkeä	Ei kovin tärkeä	Ei lainkaan tärkeä
Polkujen viitoitukset ovat selkeitä	5	4	3	2	1
Polkujen varsilla on opastetauluja, joissa esitellään alueen luontoa (kasvisto, eläimistö ym.)	5	4	3	2	1
Polkujen varsilla on opastetauluja, joissa esitellään alueen paikalliskulttuuria ja tarinoita	5	4	3	2	1
Polkujen varsilla on tarkan sijainnin osoittavia turvapaaluja	5	4	3	2	1
Alueesta on olemassa ajantasainen ulkoilukartta, joka on saatavilla paperiversiona	5	4	3	2	1
Alueesta on olemassa ajantasainen ulkoilukartta, joka on saatavilla internetistä	5	4	3	2	1
Reittimateriaalia on saatavissa sähköisessä muodossa (reittikuvaukset, GPS-jäljet yms.)	5	4	3	2	1

RETKEILYKOHTEN SAAVUTETTAVUUS	Erittäin tärkeä	Tärkeä	Melko tärkeä	Ei kovin tärkeä	Ei lainkaan tärkeä
Autoteiden varsilla on selkeät opasteet polkujen lähtö-/päätepeisteisiin	5	4	3	2	1
Retkeilykohde sijaitsee suhteellisen lähellä kotia/vapaa-ajan asuntoa	5	4	3	2	1
Polkujen lähtö-/päätepeisteet ovat saavutettavissa julkisilla liikennevälineillä	5	4	3	2	1
Alueella liikkumiseen on saatavilla taksipalveluja	5	4	3	2	1
OHEISPALVELUT	Erittäin tärkeä	Tärkeä	Melko tärkeä	Ei kovin tärkeä	Ei lainkaan tärkeä
Alueella on tarjolla ohjelmapalveluja	5	4	3	2	1
Alueella on tarjolla opaspalveluja	5	4	3	2	1
Alueella on kaupallisia majoituspalveluja	5	4	3	2	1
Alueella on kahvila- ja ravintolapalveluja	5	4	3	2	1
Polkujen varrella on kahvila- ja ravintolapalveluja	5	4	3	2	1
Alueella on kioskia tai elintarvikekauppa	5	4	3	2	1
Polkujen varrella on kioskia tai elintarvikekauppa	5	4	3	2	1
POLKUJEN ELÄMYKSELLISYYS	Erittäin tärkeä	Tärkeä	Melko tärkeä	Ei kovin tärkeä	Ei lainkaan tärkeä
Poluilta avautuu valokuvauksellisia maisemia	5	4	3	2	1
Polkujen varrella on erityisiä luontokohteita	5	4	3	2	1
Polkujen varrella on erityisiä kulttuurihistoriallisia nähtävyyksiä	5	4	3	2	1
Polkujen varrella on elämyksellisiä rakennelmia (riipusillat, maisematasot/näköalatornit, yms.)	5	4	3	2	1
Polut kulkevat kansallispuistossa	5	4	3	2	1

1) Mitä kotimaisia retkeilykohteita voisit suositella retkeilyä harrastavalle matkailijalle?

4) Kuinka usein harrastat retkeilyä?

1. useita kertoja kuukaudessa
2. noin kerran kuukaudessa
3. muutaman kerran vuodessa
4. harvemmin

5) Retkeiletkö yleensä

1. yksin
2. puolison / kumppanin kanssa
3. perheen kanssa
4. ystävän / tuttavan / sukulaisen kanssa
5. ryhmän mukana
6. muussa seurassa, missä? _____

6) Harrastatko

1. päiväretkeilyä
2. vähintään yhden yöpymisen sisältäviä patikkaretkiä
3. molempia

7) Päiväretken sopiva mitta on mielestäni noin _____ km

8) Vähintään yhden yöpymisen sisältävän patikkaretken sopiva kokonaismatka on mielestäni noin _____ km ja yöpymisten määrä _____ kpl

TAUSTAKYSYMYKSIÄ

9) Sukupuoli

1. nainen
2. mies
3. muu

10) Syntymävuosi _____

11) Asuinkunta _____

Kiitokset arvokkaasta panoksestasi tutkimukseemme!