

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalouden koulutusohjelma / Johdon assistenttityö ja kielet

Maria Jeskanen

KULTTUURIKULKIJAN ILOMANTSI

Opinnäytetyö 2012

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Johdon assistenttityö ja kielet

JESKANEN, MARIA

Kulttuurikulkijan Ilomantsi

Opinnäytetyö

52 sivua + 8 liitesivua

Työn ohjaaja

Lehtori Päivi Korhonen

Toimeksiantaja

Parpeinvaaran Kehittämishanke / Ilomantsin
Matkailuyhdistys Ry

Maaliskuu 2012

Avainsanat

Ilomantsi, matkailu, matkailun kehittäminen,
maaseutumatkailu, perinnekulttuuri, Pogosta.

Tämän opinnäytetyön aiheena on Ilomantsissa toteutettavan Kulttuurikulkijan Ilo-
mantsi -nimisen reitin konseptin tutkiminen ja kehitysideoiden tuottaminen. Reitin
varrella sijaitsee paikallisia nähtävyyksiä ja yrityksiä, joihin voi kartan avulla suunnis-
taa. Tarkoituksena on selvittää, kannattaako reittiä järjestää tulevinakin vuosina ja mi-
ten sitä voitaisiin kehittää houkuttelevammaksi. Pohdinnan kohteena on se, miten
Kulttuurikulkija vaikuttaa koko Ilomantsin matkailuun ja sen tunnettavuuteen myös
ulkomailla.

Työ on kvalitatiivinen opinnäytetyö, joka koostuu ensin lyhyestä Ilomantsin historia-
ta matkailuteoriaosuudesta. Lopussa tutkimus ja tulosten esittely. Materiaali on kerätty
alan kirjallisuudesta, Internetistä ja sanomalehtiartikkeleista. Työn tutkimustulokset
kertovat, että konseptia halutaan jatkaa tulevina vuosin ja harkita sen laajentamista
myös ulkomaanmarkkinoille. Kaikki reitin kohteet olivat yksimielisesti jatkon kannal-
la.

Ilomantsi eli *pogosta*, niin kuin paikalliset sitä kutsuvat, sijaitsee Pohjois-Karjalassa
74 kilometrin päässä lähimmästä kaupungista Joensuusta. Itään päin mentäessä aivan
rajan pinnassa, sijaitsee Manner-EU:n itäisin piste, josta näkyy suoraan lähinaapurin
Venäjän puolelle.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Multilingual Management Assistant

JESKANEN, MARIA

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

March 2012

Keywords

Ilomantsi for Cultural Travellers

52 pages + 8 pages of appendices

Päivi Korhonen, Senior lecturer

Parpeinvaara's development project/Ilomantsi's Tourism Association.

Ilomantsi, travel, travel development, rural tourism, cultural heritage, Pogosta.

The subject for this thesis was to research a route called Ilomantsi for Cultural Travellers concept and innovate improvement ideas. Along the route, there are famous tourist attractions and local companies, where orienteering can be carried out.

The goal for this thesis was to find out whether it is useful to organise the route also next year and how to make it more attractive. Also how this affects Ilomantsi's tourism and reputation, also abroad.

This thesis is a qualitative work, which consists of a history chapter from Ilomantsi and after that the travel theoretical part. The conclusions show the research and its results. Internet, newspaper articles and literature were used as sources for this thesis.

The research results reveal that the Ilomantsi for Cultural Travellers concept will continue in the future, and is considered to expand abroad. All people, who are involved to the route supported the idea of continuing the route. That means fame and more visitors to Ilomantsi.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	ILOMANTSIN HISTORIAA	7
	2.1 Esihistoria lyhyesti	7
	2.2 Ilomantsin sotahistoriaa	8
	2.3 Kaksi kirkkoa	9
	2.4 Ilomantsin runonlaulajat	11
	2.5. Ilomantsilaista Kansanperinnettä	13
3	ILOMANTSI NYT	14
	3.1 Vihreän vyöhykkeen keskus	15
	3.2 Ajankohtaista	16
4	MATKAILUN TEORIAA	16
	4.1 Menestyvän matkailuyrityksen edellytykset ja markkinointi	17
	4.2 Hinnoittelu ja riskienhallinta	19
	4.3 Yhteistyötahot ja verkostot	21
	4.4 Matkailualan yhteistyöjärjestöt	22
	4.5 Palveluprosessi	23
	4.6 Matkailun globalisaatio ja sen vaikutukset	23
	4.7 Perinnekulttuurit ja maaseutumatkailu	24
	4.8 Elämyksen tuottaminen ja tapahtumajärjestäminen	26

5	KULTTUURIKULKIJAN ILOMANTSI	28
5.1	Parppeinvaaran kehittämishanke ja Ilomantsin matkailuyhdistys ry	29
5.2	Karelia Expert Oy ja majoituspaketit	30
5.3	Tutkimusongelma, toteutustapa ja tavoitteet	31
5.4	Kohteiden vastaukset	31
5.4.1	Parppeinvaaran Runokylä	32
5.4.2	Möhkön ruukki	33
5.4.3	Katri Vala – kulttuurikeskus	33
5.4.4	Pirolan Piha	34
5.4.5	Hermannin Viinitila Oy	35
5.4.6	Petkeljärven Retkeilykeskus	35
5.4.7	Taistelija Talo ja Manner-EU:n itäisin piste	36
6	KEHITYSIDEAT JA MARKKINOINTI	37
6.1	Kehitysehdotukset	40
6.2	Markkinointi ulkomaalaisille asiakkaille	43
7	POHDINTA	46
	LÄHTEET	48
	LIITTEET	
	Liite 1. Kulttuurikulkijan opaslehti 2010 ja 2011	
	Liite 2. Kulttuurikulkijan Passi 2010 ja 2011	
	Liite 3. Sopimusluonnos	
	Liite 4. Kyselylomake 2011	

1 JOHDANTO

Puhdas luonto, järvet, vaarat, karjalainen kulttuuri ja ortodoksisuus ovat vain muutamia esimerkkejä asioista, joista Ilomantsin voi tunnistaa. Maaseudun rauhalla, sotahistorialla ja maistuvilla karjalanpiirakoilla houkutellaan ihmisiä niin kotimaasta kuin ulkomailtakin vierailemaan tässä syrjäisessä, itäisessä kylässä.

Kulttuurikulkijan Ilomantsi -reitti tarjoaa matkailijalle ison annoksen Ilomantsin historiaa ja kulttuuria kaikille aisteille. Olen kotoisin Ilomantsista ja ollut kesäoppaana Parppeinvaaran runokylässä, joten aiheekseni valikoitui työnantajani ehdotuksesta Kulttuurikulkijan Ilomantsi -konsepti. Toimeksiantaja on Ilomantsin Matkailuyhdistys Ry, mutta alkuperäisen sopimuksen tein Parppeinvaaran kehittämishankkeen kanssa, joka päättyi syyskuussa 2011. Kulttuurikulkijan reitti sisältää 16 ilomantsilaista nähtävyyttä, jotka ovat Parppeinvaaran Runokylä, Nukke- ja nalletalo, Katri Vala -kulttuurikeskus, Möhkön ruukki ja Taistelijan Talo, Ravintola Parppeinpirtti, Hermannin Viinitila, Hermannin Viinitorni, Möhkön Manta ja Mantsin Makie. Vuonna 2011 mukaan tulivat: Petkeljärven Retkeilykeskus, kuntoutuskeskus-hotelli Pääskynpesä, Pirolan Piha ja Maukkulan Mustikkamäki. Molempina vuosina reittiin kuuluu myös Ilomantsin evankelis-luterilainen kirkko ja ortodoksinen Pyhän Elian kirkko. Kohteissa vierailemalla saa joko pääsymaksun tai oston yhteydessä leiman Kulttuurikulkijan passiin. Kerättyään viisi leimaa voi lunastaa Ilomantsi- kangaskassin. Kartta, kohteet ja passit vuodelta 2010 ja 2011 ovat liitteenä 1 ja 2. Olen rajannut aiheen aloitusvuoden 2010 ja 2011 kesäsesonkien ajalle, joka ajoittuu toukokuusta elokuuhun.

Opinnäytetyöni tarkoituksena on selvittää, miten konseptia voitaisiin kehittää ja kannattaako sitä reitin vierailukohteiden mielestä jatkaa tulevinakin vuosina. Selvitän myös ulkomaalaisten asiakkaiden määrän ja heidän kansallisuutensa vuosina 2010 ja 2011. Näitä asioita kysyin kyselylomakkeessa, jonka lähetin reitin jokaiseen kohteeseen. Kysymyslomake on liitteessä 4. Otokseni koostuu kohteista, jotka vastasivat kyselyyni: Parppeinvaaran Runokylä, Möhkön ruukki, Katri Vala -Kulttuurikeskus, Pirolan Piha, Hermannin Viinitila Oy, Petkeljärven retkeilykeskus ja Taistelija Talo.

Opinnäytetyöni koostuu ensin Ilomantsin historiaa käsittelevästä osuudesta 2, Ilomantsin nykyhetkestä 3 ja matkailun teoriasta 4. Teoriaosuudessa haluttiin

selvittää, miten perustaa kannattava matkailuyritys, mitä asioita kannattaa erityisesti ottaa huomioon matkailuyrityksessä, ja miten markkinoida oikealle kohderyhmälle. Käsittelen myös asiakaspalvelua, tapahtumajärjestämistä ja matkailun globalisaatiota. Luvussa 5 kerron tutkimuksestani ja sen tuloksista. Luvussa 6 esittelen saamani tulokset ja kehitysideat. Viimeinen luku on 7, jossa pohdin omaa suoritustani.

2 ILOMANTSIN HISTORIAA

Hyv' on olla Karjalassa mailla mainion Pogostan, Koitajoen kainalossa luonnon kauhihin keskellä. Palvelut on paikallansa oman rahvahan ratoksi. Ilolla myös ammenamme hyvää vieraiden ratoksi. (Lappalainen 2011, 2.)

2.1 Esihistoria lyhyesti

Viimeisen jääkauden aikana, noin 10 000 vuotta sitten Ilomantsin aluetta peitti niin kutsuttu Ilomantsin Jääjärvi. Tuolloin vedenpinta oli 20 metriä nykyistä ylempänä. Keskustassa Pappilan- ja Parppeinvaara olivat jääkauden aikaan saaria, jotka ainoana näkyivät vedenpinnan yläpuolella. Nykyään niiden rinteissä näkyy edelleen merkkejä muinaisrannasta. Ilomantsin ja Pohjois-Karjalan tunnusmerkeiksi tulleet vaarat, harjut ja suot ovat jäänteitä jääkaudesta. (Kotiseutuni Ilomantsi 1987, 45–53.) Ensimmäiset ihmiset liikkuivat alueella heti jäiden sulamisen jälkeen noin 9000 vuotta sitten. Ilomantsin alue oli kiinnostava runsaiden marjastus-, sienestys sekä joki ja järvirantojen kalastusmahdollisuuksien vuoksi. Pysyvä väestö tuli lähinnä idästä päin ja pystytti asumuksensa vesistöjen varsille. (Björn & Vikkula 1991, 19–25 ja 99–101.)

Ilomantsi -nimen ajateltiin ensin tulleen Ilomantsin ortodoksisen kirkon perustajan munkki Ilja Mantsisen mukaan, mutta uskottavamman selityksen keksi Ante Aikio vuonna 2003. Kielitieteellisesti sana on suomenkielelle vieras, joten se perustuikin suoraan saamenkieleen, jossa Ilomantsi tarkoittaa ”ylimmäinen”. Ilomantsinjärvi olikin omalla reitillään vesistön ylin järvi. Rautakaudella erämaiden asukkaita kutsuttiinkin lappalaisiksi. He eivät välttämättä olleet nykysaamelaiden esi-isiä, mutta heidän perinnöstään ja kielestään on jäänyt nimi Ilomantsi. (Björn 2006, 13–14.)

Ensimmäisen kerran Ilomantsi on mainittu Vatjan viidenneksen verokirjassa vuonna 1500. Tämän verokirjan mukaan Ilomantsista muodostettiin *pogosta*, sana on karja-

lankieltä ja tarkoittaa omaa verohallinnollista yksikköä ja pitäjää ja samalla myös seurakuntaa. Vuonna 1500 koko nykyinen Pohjois-Karjalan alue kuului Ilomantsin Pogostaan, jonka keskuspaikka oli Ilomantsin kylä. (Björn 2006, 14.)

2.2 Ilomantsin sotahistoriaa

Ilomantsi on ollut monien Suomessa käytyjen sotien tantereena johtuen itäisestä sijainnistaan rajan pinnassa. Niin savolaiset, ruotsalaiset kuin venäläiset ovat ryöstelleet ja taistelleet Ilomantsin alueella. Kuten muussakin Suomessa, on Ilomantsissa nähty nälkää, lähdetty evakkoon ja sotien jälkeen rakennettu elämä uudelleen. Erityisesti kirkkoihin hakeuduttiin sotien jälkeen hakemaan hengellistä lohtua ja muistamaan rintamalla kaatuneita.

Ilomantsin alue oli merkittävässä roolissa Neuvostoliittoa vastaan talvisodassa.

30.11.1939 vihollinen ylitti rajan ja oli Ilomantsin puolella Mekrijärvellä. Oli tärkeää pysäyttää vihollinen Ilomantsissa, josta se muuten olisi päässyt etenemään länteen suuntautuvaan tieverkostoon. Vaikka Neuvostoliitolla oli kolminkertainen ylivoima, sen hyökkäykset eivät onnistuneet johtuen ankarista korpiolosuhteista, väsymyksestä ja nälästä. Joulun jälkeen tilanne vakiintui asemasodaksi ja loi Suomelle uskoa: vihollinen voidaan vielä voittaa. 13. maaliskuuta 1940 talvisota oli päättynyt, ja sodan autioittama Ilomantsi oli yksi niistä harvoista rintamista, joilta vihollinen joutui perääntymään. Kotiinpaluu ja uudisrakentaminen alkoivat pian, mutta kauaa aikaa ei ehtinyt mennä: kesällä 1941 aloitettiin taas ilomantsilaisten evakuointi, kun Suomi aloitti uudestaan sodan saksalaisten rinnalla Neuvostoliittoa vastaan. Sota päättyi 21.7.1941, kun vihollinen torjuttiin ja rajalinja onnistuttiin pitämään Suomella. Sotilaat totesivat rajapitäjän asukkaiden kärsineen muita enemmän. (Björn 2006, 565–584.)

Jatkosodassa vuonna 1944 neuvostojoukkojen tarkoitus oli kiertää Ilomantsin kautta suomalaisten selustaan. Marsalkka Mannerheim määräsi Ilomantsiin kenraalimajuri Erkki Raappanan Ilomantsiin, joka oli yksi hänen luottomiehistään ja tunsu alueen jo talvisodan ajoilta. Ryhmä Raappana saikin pysäytettyä neuvostojoukot, ja suomalaiset aloittivat vastahyökkäyksen, jonka seurauksena oli voitto vihollisesta. Jatkosodassa Ilomantsi oli ainoa paikka, jossa neuvostojoukot saatiin voitettua. Tämä oli Suomelle tärkeää, ja erityisesti Ilomantsi on ylpeä asiasta, vaikka menettikin 145 880 hehtaaria pinta-alastaan, mikä vastasi 1/3 pitäjän kokonaispinta-alasta. Ilomantsissa on monia muistomerkkejä jatkosodan taisteluista. Näkyvin lienee tällä hetkellä Parppeinvaaralla

sijaitseva Kenraali Raappanan maja, joka on museoitu. Toinen merkittävä muistomerkki on Palovaaralla, jonka vaaroilla ratkaiseva taistelu käytiin. (Björn 2006, 587–594.)

2.3 Kaksi kirkkoa

Kirkonkirjoista on saatu paljon tietoa muun muassa Ilomantsin väestökehityksestä ja niistä selviää, että ortodoksit eivät ole olleet aina vähemmistö. Vuonna 1631 Ilomantsi oli täysin ortodoksikarjalainen pitäjä, jonka jälkeen ihmiset muuttivat Ilomantsista Karjalaan tuntemattomasta syystä. Tämän takia ortodoksit vähenivät ja vuonna 1750 luterilaisia oli 79,5 % ja ortodokseja vain 20,4 % koko väkiluvusta. Nyky-Suomessa vain noin 1,2 % suomalaisista kuuluu ortodoksiseen kirkkoon. (Björn & Vikkula 1991, 150.) Evankelis-luterilainen kirkko ja ortodoksinen kirkko ovat selkeästi Ilomantsin kaksi suurinta kirkkokuntaa. Muiden uskonnollistensuuntauksien kannattajia on vain vähän. Kaksi kirkkoa ovat myös Ilomantsille tärkeitä, eivät vain hengellisessä merkityksessä, vaan myös matkailun ja historiansa takia. (Mts. 147–148.)

Ensimmäinen Ilomantsin ortodoksinen seurakunta perustettiin luultavasti jo vuonna 1300 Vatjan verokirjan mukaan, ja 200 vuotta myöhemmin kylässä oli jo monia kappeleita. Seuraavina vuosisatoina ortodoksit selvisivät vainosta ja sodasta, mutta onnistuivat silti säilymään vahvana uskontona Pohjois-Karjalassa. (Kotiseutuni Ilomantsi 1987, 80–85.) Ilomantsin seurakunta liittyi Pietarin hiippakuntaan vuonna 1892, ja vuonna 1918 perustettiin Suomen kreikkalaiskatolinen kirkkokunta, joka tarkoitti sitä, että Ilomantsilaisista ortodokseista tuli kreikkalaiskatolisia ortodokseja. (Björn 2006, 93–94.)

Useiden tulipalojen takia kirkkoja on rakennettu moneen eri paikkaan: Ensimmäinen ortodoksinen kirkko sijaitsi hautausmaan vieressä; kirkot pyrittiin rakentamaan hautausmaan eli *kalmiston* viereen. Seuraava ortodoksinen kirkko sijaitsi Parppeinvaaralla ja sen jälkeen aivan luterilaisen kirkon vieressä Pappilanvaaralla. Kahden kirkon rinnakkaiselo päättyi kuitenkin dramaattisesti vuonna 1794, kun salama iski luterilaisen kirkon kellotorniin ja poltti kaikki rakennukset Pappilanvaaralta – mukaan lukien molemmat kirkot. (Björn & Vikkula 1991, 375–378.) Viimeisin kirkko on Pyhän Eliaan kirkko. Sen ensimmäinen versio rakennettiin vuosina 1796–1798 mutta todettiin liian pieneksi ja kylmäksi. Nykyisen kirkon perustus valettiin vuonna 1890 ja kaksi vuotta

myöhemmin vietettiin vihkiäisiä. (Mts. 94–96.) Pyhän Elian kirkko on Suomen vanhin ja suurin ortodoksinen puukirkko.

1700-luvun lopulla yleistyivät *tsasounat* eli kyläkappelit. Ne olivat hyvin pieniä, eikä henkilökuntaa ollut ollenkaan, vaan kyläläiset rakensivat ja korjasivat itse tsasounansa. Siellä toimitettiin niin sanottuja maallikkopalveluksia, koska papit eivät aina päässeet paikan päälle hankalien kulkuyhteyksien takia. Kaikki muut kirkolliset toimitukset sai kappeleissa toimittaa, paitsi ehtoollispalvelusta ja avioliittoon siunaamista. (Björn & Vikkula 1991, 381–382.) Nykyisin Ilomantsissa on 5 toimivaa tsasounaa, joista vanhin on Hattuvaaran tsasouna vuodelta 1790. Sotien jälkeen ortodoksit alkoivat elvyttää enemmän omia perinteitään, ja näkyvin perinteistä oli unohduksiin jäänyt pyhäkköjen vuosijuhlat eli *praasniekat*. Hattuvaarassa, Petrunpäivänä 29.6.1959 pidettiin pitkän tauon jälkeen praasniekat, johon kuului liturgiajumalanpalvelus kirkossa ja ristisaatto kalmistoon, jossa pidettiin *panihida* eli muistopalvelus edesmenneille. Praasniekan kaava on aina sama, ja sen jälkeen voidaan viettää *illatsuja* eli iltajuhlaa hieman vapaammin. Ilomantsin kirkonkylässä vietettiin Pyhän Elian kirkon vuosijuhlaa eli Iljan praasniekkoja vuonna 1964. Niistä tuli suuri yleisömenetys, ja ne saivat muutkin Suomen ortodoksiset seurakunnat elvyttämään tätä juhlaperinnettä. Ennen kaikkea Iljan praasniekat toi Ilomantsille mainetta. Myös merkittävä perinteen palautus oli karjalaisten naisten kansanpukujen *feresin* ja *sarafaanin* uudelleenlöytäminen, joita käytettiin erityisesti näissä juhlissa. (Björn 2006, 614–617.)

Ilomantsin luterilainen seurakunta syntyi, kun Ruotsin kuningas käski vuonna 1644 perustaa luterilaisen seurakunnan niihin pogostoihin, joista sellainen vielä puuttui. Kirkonkylälle alettiin rakentaa ensimmäistä pientä puista kirkkoa, jonka rakentamiseen kaikkien asukkaiden tuli osallistua. Myös luterilainen kirkko on sijainnut monella paikalla, mutta epäonneksi tulipalo poltti 1750-luvulla rakennetun Pyhän Andreaksen kirkon Pappilanmäellä ja samalla kaikki siihen asti kirjoitetut pöytäkirjat, kirkonkirjat ja kirstun, joka sisälsi kaikki kirkon aarteet. (Björn & Vikkula 1991, 397–401.)

Nykyistä Ilomantsin luterilaista kirkkoa alettiin rakentaa vuonna 1766 sahakirjurin Adam Mechenlin johdolla, mutta hän kuoli tapaturmaisesti ennen kuin ehti edes aloittaa. Rakennusta jatkamaan valittiin hänen vanhin poikansa Henrik Johan Mechelin. Kirkon on kuitenkin piirtänyt Carl Fredrik Adelcrantzin. Tarkoituksena oli rakentaa Ilomantsiin puinen pohjapiirrokseltaan ristin muotoinen kirkko, aikansa luterilaisten

kirkkojen tapaan. Kirkon sisäpuolen maalauksista vastasi suurimmaksi osaksi maalari Samuel Elmgren, jonka maalauksia Ilomantsin kirkossa pidetään viimeisinä kuvakoristeluperinteen edustajina. (Hanka 2003, 9–11, 45.) Erikoisuutena kirkossa on maalaus Jumalasta, joka on jakanut mielipiteet, koska Jumalaa ei saanut Raamatun mukaan millään lailla piirroksin tai maalauksin kuvata. Ilomantsin kirkkoa kutsutaan ”sadan enkelin kirkoksi”, koska sen katto- ja seinämaalauksissa on sadan enkelin kuvat.

Luterilaisen ja ortodoksisen kirkon suhde oli pitkään vihamielinen ja suvaitsematon. Ne eivät niinkään kilpailleet seurakuntalaisista, mutta he eivät ymmärtäneet toistensa traditioita, eivätkä halunneet niin sanottuja seka-avioliittoja. Pienellä paikkakunnalla se oli kuitenkin mahdotonta, joten moni perhe eli ekumeenisesti jo vuosia sitten. Vaikka ortodoksit ovat olleet vähemmistönä suurimman osan ajasta, he ovat sinnitelleet Ruotsin vallan ajan ja saivat vihdoin parempia oikeuksia Venäjän vallan aikaan. Molemmat kirkot ovat saaneet vaikutteita toisiltaan, mutta ortodoksit ovat onnistuneet säilyttämään alkuperäiset perinteet ja tavat, johtuen Venäjän rajan ja Karjalan läheisyydestä. Nykypäivänä Ilomantsissa luterilaiset ja ortodoksit eli idän ja lännen kirkot elävät sovussa vieretysten, toista auttaen ja kunnioittaen. Tätä kutsutaan *ekumeniaksi*. Omaan kirkkoon on naapuriseurakuntalainen aina tervetullut, ainoana ehtona on se, ettei ehtoolista saa nauttia. (Björn & Vikkula 1991, 449–457.)

2.4 Ilomantsin runonlaulajat

Kalevala lienee Elias Lönnrotin (1802–1884) tunnetuin teos, mutta hän keräsi ja kirjoitti myös Kanteletar -nimisen kansanrunokirjan, jonka aineistona hän käytti runonlaulajien, etenkin ilomantsilaisten runonlaulajien materiaalia. Lönnrot teki yhteensä 11 runonkeruumatkaa Suomessa. (Kuukka, Majamaa & Vepsä 2002, 10–11, 22.) Kaksi kertaa hän poikkesi Ilomantsissa, ensimmäisen kerran vuonna 1828 ja sen jälkeen kymmenen vuotta myöhemmin, jolloin Lönnrot tapasi ilomantsilaisen runonlaulajan Mateli Kuivalattaren. (Björn & Vikkula 1991, 582–584.) Jotta runot säilyivät paremmin kansan muistissa, ne laulettiin itse keksityin runosävelmin. Erilaisia sävelmiä onkin kirjattu ylös yli 2000 kappaletta. Runonlaulutyyppejä olivat häälaulut, loitsut, kehtolaulut ja piirileikit sekä kertovat ja tunnelmarunot. Lauluja voitiin esittää joko yksin tai vuoroissa sekä yhteislauluna. Kanteletar kertoo enemmän ihmisten arjesta, työstä sekä elämän iloista ja suruista kuin Kalevala. (Kotiseutuni Ilomantsi 1987, 171, 187–188.)

Magdalena Kuivalainen (1771–1846) eli Koitereen rannalla ja oli erittäin taitava runonlaulaja. Rankan elämänsä, 11 lasta, ja tuon ajan muut vaikeudet hän purki laulun muodossa. Mateli tunnettiin myös parantajana. Jotkut ehkä pitivät häntä myös noitana. Lönnrot tapasi toisella runonkeruumatkallaan Matelin, joka lauloi Lönnrotille kaksi kokonaista päivää, mutta vain 90 runoa päätyi Kantelettareen. Kuivalatar onkin ainoa nimeltä mainittu runonlaulaja Kantelettaressa. Matelin runot ovat myös osaksi vanhoja perinnerunoja, mutta hän oli ainoa joka osasi ne kaikki ulkoa. (Björn & Vikkula 1991, 584–585.) Matelin lauluaittoja voi käydä katsomassa Parppeinvaaran runokylässä, jonne ne on siirretty Huhuksesta, sekä Ilomantsin vanhalla hautausmaalla sijaitsee

Elias Lönnrot sai ensimmäisellä runonkeruumatkoillaan paljon aineistoa Pohjois-Karjalasta ja Ilomantsista myös Kalevalaan. Hänen lisäksi runonkeruumatkoilla kävi myös Lönnrotin oppipoika Daniel Europaeus, joka tapasi Ilomantsin Mekrijärvellä Simana Sissosen (1786–1848). Hän on Matelin lisäksi Ilomantsin tunnetuin runonlaulaja. Simana teki Europaeukseen syvän vaikutuksen, ja tästä syystä useita hänen runojaan päätyi Kalevalaan. (Björn & Vikkula 1991, 584; Haavio 1985, 149.) Tästä esimerkkinä kaikille tutut Kalevalan alkusanat: *Mieleni minun tekevi, aivoni ajattelevi, lähteä laulamahan, saa'ani sanelemahan, sukuvirttä suoltamahan, lajivirttä laulamahan.* (Kalevala 1:1–18.) Verrattuna Simana Sissosen runoon vuodelta 1845: *Luottehikas Lemminkäinen, tästä läkkä laulamahan, ja saamme sanelemahan, suku virttä suortamahan, heimokset heljämähän.* (Europaeus VII 1661.) (Turunen 1987, 18). Mekrijärvellä sijaitsee museoitu Sissolanpirtti, jossa Simana Sissonen on asunut.

Muita Ilomantsilaisia runonlaulajia ovat Arhippa Buruskainen, Jyrki Solehmainen ja Stopa Karhapää. (Björn & Vikkula 1991, 588.) Runonlaulun lisäksi Ilomantsissa harjoitettiin itkuvirsiä. Ne eroavat runonlaulannasta siten, että runot lauletaan ja itketään samanaikaisesti. Tämä vaatii paljon taitoa ja oikeaa tunnetta. Nykyisin itkuvirsien taitajia löytyy vielä vähemmän kuin runonlaulajia.

Runonlaulajilla on suuri merkitys Ilomantsin kulttuurihistoriaan, ja heistä ollaan nykyisinkin ylpeitä. Ilomantsin kirkonkylälle pystytettiin 2.8.1931 Runonlaulajapatsas Karjalan sivistysseuran toimesta, ja kunnanvaltuusto julisti Ilomantsin Kalevalakunnaksi 25.10.1982. Paikkakunnan turistimagneetti on vieläkin Parppeinvaaralla sijaitseva Runonlaulajan Pirtti, joka rakennettiin vaalimaan kaikkien runonlaulajien muistoa vuonna 28.6.1964. (Björn 2006, 597–601, 607.)

2.5. Ilomantsilaista Kansanperinnettä

Ehkä juuri syrjäisen sijainnin vuoksi Ilomantsi on onnistunut pitämään kiinni omanlaisesta kansanperinteestään. Itärajan ja Karjalan läheisyys on vaikuttanut paljon kansantapoihin ja perinteisiin. Runonlaulantaan liittyy vahvasti Kantele, josta Ilomantsi on myös kuuluisa, mutta runoja voitiin laulaa myös ilman säestystä. Vanhoja karjalaisia perinteitä Ilomantsissa arvostetaan ja harjoitetaan edelleen. Käsityö- ja pukuperinne elävät yhä *käspaikkojen, feresien ja sarafaanien* muodossa.

Ilomantsin vaakunassa on kolme kannelta: ilon-, surun- ja kohtalonkanteleet. Kanteleen kehittäjänä on toiminut muun muassa Elias Lönnrot, joka runonkeruumatkoillaan tapasi kanteleensoittajia ja samalla innostui itsekin. Kanteletar on saanut nimensä tästä. Ilomantsissa järjestetään kesäisin Kantele -leiri, joka on alkusuosionsa jälkeen hiipunut, mutta kuitenkin perinnettä on yritetty jatkaa. Ensimmäinen Kantele-leirin järjesti Pohjois-Karjalan musiikkiyhdistys ry kesällä 1972, ja leirille saapui innokkaita soittajia jopa Japanista asti (Jalkanen, Laitinen & Tenhunen 2010, 136, 239.) Sanasta kantele tulee ensimmäiseksi monelle mieleen pieni 5-kielinen kantele, jonka kanssa ei kaikkia kappaleita voi soittaa. Tätä soitinta onkin nykyaikaistettu paljon. Koistisen Kantele Oy valmisti vuonna 1992 ensimmäisen koneistokanteleen, joka mahdollisti kaikkien kappaleiden soittamisen myös ylennetyillä ja alennetuilla soinnuilla. Yritys kehitti myös suuren suosion saaneen sähkökanteleen. Nykyisin kanteleita on paljon erilaisia, alkaen 5-kielisestä aina ammattilaisten käyttöön tarkoitettuun 39-kieliseen konserttikanteleeseen. Perinteisin malli on kuitenkin 36-kielinen kotikantele. (Mts. 289–290.)

Käspaikka tulee karjalan kielestä. Sana *paikka* tarkoittaa liinaa tai huiivia, joka on yleensä noin 30–35 cm leveä ja 2–2,5 m pitkä. Liina kirjottiin normaalisti eturistipistokirjonnalla, joka on erittäin haastavaa, koska kuviota ei piirretty etukäteen ja kuvion tulee olla molemmilta puolilta tismalleen samanlainen. Tosin yksi virhe tuli jättää muistuttamaan siitä ettei mikään ole täydellistä. Virhettä ei maallikko pysty kuitenkaan huomaamaan. Suosittu kuvio oli elämänpuukuvio, jossa kirjottiin omaa elämää kuvaava puu ja siihen elämänvaiheet oksiksi. (Luukkarinen & Heikkilä-Palo 1995, 7–9.) Käspaikkaa käytettiin ennen käsipyyhkeinä. Varsinkin ortodoksiperheissä taloon astuttaessa pestiin ensin kädet ja sitten vasta tehtiin ristinmerkki kohti ikonia. Parhain käspaikka laitettiin ympäröimään ikonia, joka oli talon arvokkain paikka. Muita käs-

paikan käyttötarkoituksia oli pirtinpöydän pitkillä penkeillä istuvien ”lautasliinana”. Käspaikka voitiin myös laittaa riippumaan ulos ikkunasta tiedoksi naapureille, että talosta oli joku kuollut. Myös naimisiin mentäessä sulhanen sai morsiamelta itsensä kirjoman käspaikan merkiksi yhteisen elämän alusta. Käspaikat periytyivät sukupolvelta toiselle. (Mts. 28, 32, 37.) Parppeinvaaran Runokylässä oli kesällä 2011 nähtävillä Käspaikka-näyttely.

Vanhaa karjalaista pukuperinnettä edustaa Ilomantsin kansanpuku *feresi*. Se on alkuperäisesti suorasarafaani, joka tehtiin ostokankaasta, mutta nimeksi vakiintui venäjänkielinen sana *feresi*. Näitä pukuja käytettiin monella eri alueella, joten paikkakuntaisia eroja puvuista löytyy. Feresiin kuuluu olkainhameen lisäksi *rätsinä* eli paita, *peretniekka* eli esiliina ja päähine *sorokka* tai *tsäpsä*. Paita ja esiliina olivat yleensä vaaleata puuvillaa. Hihoihin ja helmaan kirjottiin itse pitsiä. Kylmempinä keleinä päälle puettiin itse ommeltu takki *nuttu* tai *suhai*, jos turkikseen ei ollut varaa. Jalkaan laitettiin *virsut*. Feresi on nykyään hyvin monikäyttöinen, ja sitä pidetään yleensä juhlissa, mutta sitä voidaan pitää myös tarjoiltaessa. (Jääskeläinen, Kapusta, Simonen, Heikkinen & Mikkonen 1992, 12, 29, 42, 71.) Nykyisin feresien kanssa käytetään usein Kalevala Korun perinnemalliston koruja. Parppeinvaaran runokylässä oli nähtävissä 2011 feresinäyttely, jossa oli ilomantsilaisten naisten itse ompelemia pukuja ja Kalevala Koru -näyttely.

3 ILOMANTSI NYT

Historia näkyy ilomantsilaisten arjessa, perinteissä ja tavoissa edelleen, mutta eteenpäinkin osataan katsoa. Luontoa halutaan suojella, ja nykyaikaistaa kylää. Ilomantsin perustiedot taulukossa 1. Pienen kylän vaikeutena on esimerkiksi tehdä paikkakunnasta vetovoimainen ja ennen kaikkea saada lisää asukkaita. Työpaikkojen vähyys ja laajan pinta-alan asutus tuo omat haasteensa.

Ilomantsi on pinta-alaltaan Pohjois-Karjalan toiseksi suurin kunta heti Lieksan jälkeen. Kyliä Ilomantsiin kuuluu reilu kolmisenkymmentä, mutta tämän opinnäytetyön kannalta mainitsen Hattuvaaran, Maukkulan, Möhkön, Petkeljärven ja Mekrijärven.

Taulukko 1. Ilomantsi lukuina (Ilomantsin kunta 2011).

Kunnanjohtaja	Markku Lappalainen
Perustamisvuosi	1875
Pinta-ala	3172 km ² , josta vesistöä 402 km ²
Asukkaita	5894 (31.7.2011)
Venäjän kanssa yhteistä rajaa	100 km
Naapurikunnat	Joensuu ja Lieksa
Matkaa Joensuuhun	72 km
Matkaa Helsinkiin	511 km
Kalevala kunta vuodesta	1982

Ilomantsin luonnonsuojelualueet ovat Petkeljärven kansallispuisto, Patvinsuon kansallispuisto ja Kouvinsuon luonnonpuisto sekä Kissansuon, Raaninsuon, Tohlinsuon, Roimesuon-Hanhisuon ja Ristisuon soidensuojelualue. (Kotiseutuni Ilomantsi 1987, 57.)

3.1 Vihreän vyöhykkeen keskus

Jäämeren ja Itämeren välillä sijaitsevaa Suomen ja Venäjän raja-aluetta kutsutaan vihreäksi vyöhykkeeksi eli Fennoskandiaksi. Käsite on venäläis-suomalaisen yhteistyön tulos vuoden 1990 alkupuolelta. Yhteistyössä haluttiin suojella puhdasta luontoa ja luonnonmoninaisuutta unohtamatta ihmisiä ja kulttuuria rajan molemmin puolin. (Lyytikäinen, Luotonen, Hokkanen & Kolström 2006, 8-9.)

Vuonna 2002 Ilomantsin Kunta aloitti yhteistyön Pohjois-Karjalan ympäristökeskuksen ja Joensuun yliopiston Mekrijärven tutkimusaseman kanssa tavoitteenaan perustaa yksi keskus vihreälle vyöhykkeelle. Tämän hankkeen tavoite olisi edistää koulutusta, tutkimusta ja bioenergiaa, matkailua, paikallista historiaa sekä kulttuuria luonnon omia voimavaroja hyödyntäen. Ilomantsia ehdotettiin keskuspaikaksi, mutta hanke ei hyödyttäisi pelkästään Ilomantsia vaan lisäksi koko muuta Suomea ja Venäjän raja-aluetta. (Lyytikäinen ym. 2006, 3). Hanke loppui vuonna 2005, ja sen jälkeen työtä on jatkettu UNESCO:n biosfäärialuetoiminnan muodossa. (Valtion ympäristöhallinto 2006.) Siihen kuuluu Ilomantsin bioenergiamalli, jolla pyritään energiatehokkuuden lisäämiseen, kehittämiseen ja vastuun kantamiseen ilmaston muutoksesta. Biosfääri-toiminnassa otetaan huomioon alueen erityispiirteet: luonto, kulttuuri ja matkailu. (Ilomantsin kunta 2009.)

Vihreää vyöhykettä myötäilee myös suomen vanhin matkailu tie Via Karelia eli Runon ja rajan tie. Se alkaa Vironlahdesta ja kulkee Kuhmon kautta Lapin Sallaan asti. Ilomantsissa voi poiketa Via Kareliasta Karjalan Kirkkotie-nimiselle ainutlaatuiselle ortodoksiselle pyhiinvaellusreitille, joka päättyy Heinäveden Valamoon. Matkalla on ortodoksisuuteen liittyviä matkailukohteita, kuten esimerkiksi puukirkkoja ja tsa-sounia. (Lyytikäinen ym. 2006, 71.)

3.2 Ajankohtaista

Perinteisesti Ilomantsissa on eletty maa- ja metsätaloudesta. Nykyisinkin maataloutta on, mutta pääasiallisesta on siirrytty muille aloille. Suurimpia työllistäjiä Ilomantsissa ovat Ilomantsin kunta, Pohjois-Karjalan rajavartiosto, kuntoutuskeskus Pääskynpesä, Karjalan Rakentajat, Endomines Oy, Metsähallitus ja MFG Components Kesla Oyj. (Ilomantsin kunta 2011.) Myös matkailupalvelut työllistävät myös ilomantsilaisia mutta lähinnä vain kesän sesonkiaikaan.

Ruotsalainen kaivosyhtiö Endomines on aloittanut kaivostyöt Ilomantsin Hattuvaarassa, Pampalon kultakaivoksessa toukokuussa 2011. Yhtiö työllistää kultakaivostoiminnallaan yli 80 henkilöä, mitä tarkoittaa Ilomantsille työpaikkojen suhteen kirjaimellisesti kultakaivosta. Kaivos tuottaa noin 1000 kiloa kultaa vuodessa. (Kultarikastetta lähtee Pampalosta jo kaksi kertaa viikossa 2011.)

Elokuussa 2011 Suomen Kuntaliitto ja Suomen Kyläyhdistys valitsi Ilomantsin vuoden kylämyönteisimmäksi kyläksi. Aktiivinen kylätoiminta ja onnistunut yhteistyö kunnan ja kylien välillä olivat kriteereinä palkinnon saamiseen. Varsinkin pitkät välimatkat ja maaseudun asukkaiden eriarvoisuus verrattuna muihin asukkaisiin otetaan Ilomantsissa hyvin huomioon. Myös palvelujen saatavuutta ja vaikuttamismahdollisuuksia omaan lähiympäristöön pidettiin tällä alueella erityisen toimivina. (Ilomantsi on Suomen kylämyönteisin kunta 2011.)

4 MATKAILUN TEORIAA

Kulttuuri sana on kaikille tuttu, mutta käsitteenä se on laaja. Uusitalon ja Joutsenvirran (2009, 20) mukaan *Kulttuuri liittyy ihmisten kollektiiviseen toimintaan, sen voidaan ajatella koostuvan aineettomista arvoista, normeista, eettisistä periaatteista ja perinteistä. Ne vaikuttavat käyttäytymiseen, siihen, mitä arvostetaan ja koetaan oikeaksi ja vääräksi, tai antavat osviitoja, miten tulee menetellä.* Myös aineellinen kult-

tuuri, esimerkiksi ruisleipä tai vanhat tehdasmiljööt ovat keskeinen osa kulttuuria kuten myös kieli ja kommunikaatio, joiden avulla voidaan ymmärtää kulttuurin eri alueita ja kulttuurisia muutoksia. Kulttuuri on myös toimintaa, ja se ilmenee erilaisina käytäntöinä ja tapoina tuottaa kulttuurisia merkityksiä, esimerkiksi arjen elämäntavoissa ja työelämän käytännöissä.

Kulttuurikulkijan Ilomantsi voidaan ajatella myös brändinä. Sana *brändi* tarkoittaa merkkituotteistamista. Myös matkailukohteita voidaan brändätä, esimerkiksi paikkakunta tai kaupunki, jos niillä on erinomainen maine asuinpaikkana tai matkailullisena kohteena. On tärkeää muistaa, että brändin olennainen osa on myönteiset mielikuvat. Matkailija voi huomata myös kielteiset asiat, esimerkiksi rasismi tai tavallisuudesta poikkeavat asiat, jotka jäävät paremmin mieleen. Kielteisten mielikuvien poistamiseksi paikkakunnan tulisi tehdä negatiivisille asioille jotain sekä vahvistaa oman historian ja kulttuurin tuntemusta, jolloin osaa arvostaa ja ymmärtää myös muita kulttuureja. (Uusitalo & Joutsenvirta 2009, 273–275.)

Käsite *kulttuuriosaaminen* voidaan tässä tapauksessa ymmärtää taloudellisen hyödyn näkökulmasta: yrityksellä on mahdollisuus erottautua ja kulttuuriset tiedot ja taidot johtavat parempaan yrityskuvaan ja sitä kautta parempaan tulokseen. Uusitalon (Uusitalo & Joutsenvirta 2009, 9) selitys käsitteelle on: *Yritysten kykyä hankkia ja käsitellä monipuolista, monitieteistä tietoa ja soveltaa sitä omassa käytännön toiminnassaan.*

Kulttuuriosaamisen keskeiset osa-alueet ovat

1. Kuluttajien ja asiakkaiden sekä kulutuskulttuurin tuntemus
2. Esteettinen ja viestinnällinen osaaminen sekä
3. Eettinen osaaminen ja sosiaalinen pääoma. (Uusitalo & Joutsenvirta 2009, 34)

4.1 Menestyvän matkailuyrityksen edellytykset ja markkinointi

Kirjassa *Menestyvä Matkailuyritys* (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2000, 10) avataan hyvin käsite matkailu: *Matkailu on matkustamista väliaikaisesti vakinaisen elinympäristön ulkopuolelle joko maan rajojen sisäpuolella tai eri maiden välillä muussa kuin ansaitsemismerkityksessä. – Kohdealueella matkailu on elinkeino, joka on merkittävä osa yhteiskunnan talous-, sosiaali- ja kulttuurielämää.* Matkailu voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään: incoming-matkailu eli maahan suuntautuvaan, outgoing-matkailu eli ulkomaille suuntautuva ja matkailu kotimaassa. Keskityn tässä työssäni lähinnä kotimaan matkailun tarkasteluun.

Kannattava matkailuyritys tarvitsee – niin kuin muutkin yritykset – kannattavan liiketoimintasuunnitelman laadintaa kannattaa miettiä seuraavia kysymyksiä: Mitä tuotetaan ja kenelle? Miten toimitaan ja millä tavoin? Vastattuaan näihin kysymyksiin voi jatkaa liiketoimintasuunnitelmaan, josta täytyy olla markkina-analyysi, yrityksen tavoitteet, markkinointisuunnitelma, tuotanto ja tuotekehityssuunnitelmat, yrityksen osaaminen, taloussuunnitelma sekä riskien arviointi. Yrityksen menestymisen avainkysymys onkin se, miksi asiakas valitsee juuri sinun yrityksesi, tuotteesi tai palvelusi. (Pesonen ym. 2000, 29.)

Liiketoiminnan tulee olla kannattava, muuten sillä ei ole tulevaisuutta. Tuottojen on ylitettävä yrityksen kustannukset, ja yrityksen tulee olla selvillä kokoajan yrityksen taloudellisesta tilanteesta. Menestyvä matkailuyritys pyrkii ennustamaan ja seuraamaan jatkuvasti toimintaympäristöään sekä omaa toimintaansa. Totuuden mukainen kirjanpito on elintärkeä yritykselle ja sen rahaliikenteelle ja sen avulla voidaan seurata kannattavuutta, jonka voi laskea kaavalla: tulos = määrä x (hinta-kustannukset). Tuloslaskelman avulla selvitetään yrityksen koko kirjanpidollinen tulos. Laskemaa voidaan hyödyntää niin yksittäistä tuotetta kuin koko liiketoimintaa tarkasteltaessa. Kulttuuri-, viihde- ja eri matkailupalveluiden tai tuotteiden verottomaan hintaan lisätään Suomessa arvonlisävero, joka on vuonna 2012 8 % (2012). (Pesonen ym. 2000, 52–53.)

Suomalaisen matkailuelinkeinon yhdeksi suureksi ongelmaksi on useissa yhteyksissä mainittu markkinointi- ja myyntitaitojen sekä kotimaanmatkailun jakelukanavien puuttuminen (Boxberg, Komppula, Korhonen & Mutka 2001, 15). Matkailun markkinointi määritellään siten, että yritys vastaa asiakkaalle tarjottavien tuotteiden jatkuvasta kehittämisestä ja hinnoittelusta, joka tyydyttää molempia osapuolia ja viestii asiakkaalle tuotteen saatavuudesta ja ostettavuudesta. Yleiskielessä sana markkinointi määritellään samaa tarkoittavaksi kuin mainonta ja myynninedistäminen. Myynti edellyttää markkinointia, ja ne yhdessä muodostavat prosessin, jonka avulla herätetään potentiaalisen asiakkaan huomio tuotteeseen ja sen kautta pyritään herättämään ostohalu.

Suomessa matkailun markkinointikanavat voidaan jakaa kolmeen selkeään osaan:

1. paikalliset, seutukunnalliset, maakunnalliset ja suuralueorganisaatiot
2. matkailukeskusten markkinointiorganisaatiot
3. horisontaaliverkostot eli asiapohjaiset verkostot (Boxberg ym. 2001, 16–17.)

Kanavien tehtävä on ensisijaisesti auttaa uusien asiakkaiden ja markkinoiden hankinnassa. Joukko itsenäisiä organisaatiota tai henkilöitä, jotka ovat erikoistuneet tuotteen

saatavuuden järjestämiseen, kutsutaan jakelukanavaksi. Se on myynti- ja markkinointikanavien yhdistelmä. Suora jakelukanava tarkoittaa, että tuottaja voi markkinoida ja myydä suoraan ostajalle. Kun välissä on välittäjä tai jälleenmyyjä, jakelukanava on epäsuora. (Boxberg ym. 2001, 17.)

Markkinointia suunniteltaessa on hyvä muistaa voimassa olevat lait ja eettisyys. Matkailualan tärkein laki lienee kuluttajansuojalaki, joka on yleislaki ja jossa on markkinointia koskevia säännöksiä. Muita matkailua ohjaavia lakeja ovat tuoteturvallisuus-, vahingonkorvaus- ja valmismatkalaki. Kuluttajansuojaa koskeva erityislaki, valmismatkalaki menee yleislain edelle. Se koskee valmismatkan markkinointia sekä matkustajan ja matkanjärjestäjän välistä sopimussuhdetta. Käsitteellä valmismatka tarkoitetaan siis etukäteen järjestettyä, yhdistettyyn hintaan myytävää matkapalvelua, johon kuuluu kuljetus ja majoitus sekä mahdollisesti muita kokonaisuuteen kuuluvia matkailupalveluja. Matkailuyrityksen asiakkaita ovat muutkin kuin yksittäiset kuluttajat, esimerkiksi bussimatkanjärjestäjät, eläkeläisjärjestöt, yhdistykset ja yritykset, joita kaikkia kutsutaan yhteisöostajiksi. He ovat myös matkailun asiakkaita, ja siksi markkinointi on aina kohdennettava suoraan kohderyhmälle. Silloin saadaan varmemmin tyytyväinen loppukäyttäjä tai loppukäyttäjryhmä. Yhteisöostaja haluaa helppoja ja nopeita ratkaisuja, jolloin matkapalvelunmyyjän on oltava joustava ja tehtävä mahdollisia muutoksia jo valmiiseen tuotemalliin. (Boxberg ym. 2001, 18.)

4.2 Hinnoittelu ja riskienhallinta

Niin liiketoimintaa aloittaessa kuin koko sen elinkaaren aikana, on erittäin tärkeää hinnoitella tuote ja palvelu oikein. Se vaikuttaa yrityksen voittoon ja myyntivolyymiin sekä kertoo tuotteen arvon ja kilpailuarvon. Markkinoiden, kysynnän, kustannusten ja kilpailijoiden tunteminen ovat hinnoittelun perussääntöjä. Ulkopuolisia vaikuttajia ovat yleinen taloudellinen tilanne ja julkinen valta. Hinnoittelulle luo hyvää pohjaa perusteellinen markkina-analyysi. Mitä asiakkaat ovat valmiita maksamaan tuotteesta? Mikä on kustannusten ja tuottotavoitteiden näkökulmasta tuotteen sopiva hinta? On tärkeää muistaa, että asiakas huomaa hinnan noston helpommin, ja hintaa onkin vaikeampi nostaa kuin laskea. (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2000, 59–60.)

Tuotteen hintaa määriteltessä kannattaa verrata omaa tuotetta tai palvelua vain tärkeimpiin kilpailijoihin ja sen jälkeen päättää, asettaako oman hintansa tason yläpuolelle, alapuolelle tai samalle tasolle kilpailijoiden kanssa. Hinnoittelua voi käyttää myös

markkinointitekniikkana. Matkailualalla usein käytetty tekniikka on hintaporrastus. Sillä siirretään kysyntää hiljaisemmille kausille ja tasataan kysyntähuippuja. Hyvä esimerkki on sesongin ulkopuolella tarjottavat lomamatkat. Hintaporrastusta käytetään myös asiakasperusteisesti, esim. opiskelija- ja kanta-asiakashinnoittelun muodossa. (Pesonen ym. 2000, 63.)

Hinnoittelussa tulee ottaa huomioon myös rahoitus. Ilman riittävää rahoitusta ei yritys voi menestyä. Jokaisen yrityksen tulee laatia budjetti, joka on oman yritystoiminnan ennustamista ja tavoitteiden asettamista. Sen on oltava realistinen ja perustuttava yrityksen toimintaan ja tulevaisuuden mahdollisuuksiin. Matkailuyrityksen kuin muutkin aloittavat yritysten on mahdollista saada tukea ja avustuksia esimerkiksi työvoima- ja elinkeinokeskuksista (TE-keskukset) sekä EU:n eri kehittämisohjelmärahoituksista. Alkuvaiheessa on tehtävä suuria investointeja muun muassa liiketilan, koneiden ja laitteiden hankintaan. Isossa osassa ovat aluksi myös markkinointikulut. Yrityksen rahoitus koostuu tulorahoituksesta eli päivittäisestä yritystoiminnasta saatavien tulojen ja menojen erotuksesta sekä pääomarahoituksesta, joka jakaantuu omaan pääomaan eli yrityksen omistajien sijoituspanoksiin ja vieraaseen pääomaan eli yrityksen ulkopuolisiin rahoituslähteisiin, esimerkiksi lainoihin ja avustuksiin. (Pesonen ym. 2000, 65–68.)

Matkailuyrittämiseen liittyy monia riskejä. Niiden ennakointi ja suunnitelmallinen riskienhallinnalta auttaa niiden ennaltaehkäisyssä. Hyvin hoidettu riskienhallinta vaikuttaa muun muassa yrityksen imagoon ja myönteisiin suhteisiin sidosryhmien kanssa. Matkailualan riskilajit luokitellaan seuraavasti:

- Henkilöriskit
- Taloudelliset riskit
- Toiminnalliset riskit
- Toimintaedellytyksiin liittyvät riskit
- Sidostyhmiin liittyvät riskit
- Omaisuus- ja keskeytysriskit

Osaaminen on avaintekijä menestyvässä matkailuyrityksessä. On tärkeää pitää ammatitaitoinen ja luotettava henkilökunta yrityksessä, koska osaavan henkilökunnan etsiminen voi olla vaikeaa. Matkailuala on herkkä, johtuen luonnonvoimista, lakkouhkitusta, poliittisista epävakaisuuksista ja ympäristössä tapahtuvista arvaamattomista muutoksista. Myös sesonkiaika vaikuttaa yrityksen vakavaraisuuteen. Matkailutrendejä ja ulkomaalaisten ja kotimaisten kilpailijoiden toimintaa seuraamalla voi yritys poistaa toimintaedellytyksiin liittyviä riskejä. Riskejä arvioidaan yritystä perustettaessa

SWOT-analyysillä, jossa kartoitetaan yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhkat. (Pesonen ym. 2000, 70–73, 123.)

4.3 Yhteistyötahot ja verkostot

Suomen matkailun sekä kaikenlaisen liiketoiminnan kehittäminen ja markkinointi kaipaava toimiakseen hyvää yhteistyötä. Erityisesti pienille yrityksille yhteistyö isompien kanssa on ehdoton edellytys liiketoiminnalle. Esimerkiksi markkinointimateriaaleja voi tehdä yhteisillä esitteillä ja näin pienentää markkinointikustannuksia. Yhteistyötä on mahdollista tehdä niin paikkakunnan sisällä tai kansainvälisestikin. Kun on yhteisiä tekijöitä tai toisiaan täydentäviä palveluja, niin kuin Kulttuurikulkijan Ilomantsi -reitien kohteilla, hyötyvät siitä kaikki yhteistyökumppanit. *Alueellisella matkailuyhteistyöllä voidaan vaikuttaa tehokkaasti kohdealueen imagon muodostumiseen ja siten alueen matkailullisen vetovoiman lisääntymiseen.* (Pesonen ym. 2000, 75–76,79.) Yhteistyön tarkoitus on pääpiirteittäin saada uusia ja tyytyväisiä asiakkaista ja niin saada jatkuvuutta sekä tuloksellista liiketoimintaa. Myös sosiaaliset verkostot ja sujuva yhteistyö teknologian kanssa ovat tärkeitä. Asiakkaat osaavat vaatia Internet-aikakautena sitä, että aukioloajat, ruokalistat ja hotellien varaukset löytyvät päivitettyinä Internetistä.

Alueellisen yhteistyön lisäksi matkailuyrityksellä on oltava verkostoja. *Alueellinen ja paikallinen matkailuyhteistyö on yleensä järjestäytynyt matkailuorganisaatioiksi, joiden kautta toteutettava matkailuyhteistyö perustuu oletukseen siitä, että toimijoiden (yritykset, kunnat, käyntikohteet, tapahtumat jne.) on mahdollista vaikuttaa sekä kysyntään että tarjontaan yhteistyön avulla.* (Boxberg ym. 2001, 38.) Alueorganisaatiot jaotellaan maantieteellisen laajuuden sijainnin perusteella paikallisiin, seutukunnallisiin, maakunnallisiin sekä suuralueorganisaatioihin. Paikallinen organisaatio on vain yhden kunnan tai matkailukeskuksen muodostama organisaatio, jonka tehtävänä on esimerkiksi matkailuneuvonta, markkinointitoimet sekä myynti- ja varaustoiminta. Pienissä kunnissa, niin kuin esimerkiksi Ilomantsissa on matkailuinfopiste, joka hoitaa paikkakunnan matkailuneuvonnan ja esitteiden jakamisen. Useassa tutkimuksessa on havaittu että erityisesti pienten matkailuyritysten toimintaa hyödyttää eniten paikallisorganisaatioiden eli paikallinen yhteistyö. (Mts. 39.)

4.4 Matkailualan yhteistyöjärjestöt

Partasen (2009, 9) mukaan Suomen matkailu sai virallisen alkunsa vuonna 1887, kun perustettiin Suomen Matkailuyhdistys. Matkailun markkinoinnin lisäksi yhdistyksellä oli selkeä poliittinen tavoite: *Tuoda Suomea esille sekä omassa maassa että maailmalla kansana ja valtiona, jolla on omat rajansa, kulttuurinsa ja perinteensä.* Vuoden 1889 Pariisin maailmannäyttelyssä Suomella oli oma osastonsa, joka sai suurta huomiota ja antoi hyvän alkusykäyksen Suomen markkinoinnille. (Mp.) Matkailuyhdistys muutti myöhemmin nimensä Suomen matkailuliitto ry:ksi (SML) (Boxberg ym. 2001, 64).

Muita merkittäviä matkailualan järjestöjä ovat SHR Suomen Hotelli- ja Ravintolaliitto ry, SMAL Suomen matkatoimistoalan liitto ry, Lomarengas oy ja kattojärjestönä toimii Suomen Matkailuelinkeino ry eli SME, sekä Maailman Matkailujärjestöä WTO:ta Kattojärjestön pysyviä toimintatavoitteita ovat esimerkiksi matkailuelinkeinon toimintaedellytysten parantaminen, matkailun julkisen tuen koordinoiminen ja elinkeinon työvoiman saatavuuden varmistamien ja koulutuksen kehittäminen. Muita erityisjärjestöjä ovat muun muassa Finland Festivals ry, Suomen Matkailun Kehitys Oy ja kansainvälinen HFCB eli Helsinki-Finland Congress Bureau ry, jonka tehtävänä markkinoida Suomea kongressimaana. (Boxberg ym. 2001, 52–65.)

Pihlströmin (2009, 76–77) mukaan MEK eli Matkailun Edistämiskeskus perustettiin vuonna 1973 tehtäväänään matkailun kehittämisohjelman tekeminen ja Suomen ulkomaan markkinointi. Johtajana toimi Bengt Pihlström vuosina 1973–1994. MEK:in ansiosta muun muassa Suomen elokuvatuotanto sai alkunsa, kansainvälisten matkailukongressien kutsuminen aloitettiin Suomeen sekä ulkomaalaisille ostajille suunnattua Purpuria, suomalaisten matkailutuotteiden markkinointi ja myyntitapahtumaa alettiin järjestää ensimmäisen kerran vuonna 1980. Se sai myöhemmin seurakseen talvimatkailuun tähtäävän Snowball-tapahtuman ja luontomatkaluun keskittyvän Savotan. (Mp.) MEK toimii kauppa- ja teollisuusministeriön alaisuudessa ja sen päätehtävä oli ministeriön mukaan Suomen matkailumarkkinointi ulkomailla. Suomi- kuvan luominen ja lehdistötyö kuuluivat myös sen toimenkuvaan. Tätä työtä toteuttivat 13 konttoria ulkomailla. Poliittiset päätöksentekijät kuitenkin halusivat selkeyttää ja keskittää MEK:in toiminnan vain ulkomaalaisille päämarkkina-alueille johtuen 2000-luvulla ulkomaan toimistojen ja edustustojen lakkautuksista. (Boxberg ym. 2001, 76–81.)

4.5 Palveluprosessi

Suomessa matkailuyritykset ovat usein mikroyrityksiä ja perheyrityksiä, joissa henkilökuntaa on enintään 10. Tällaisten yritysten kehittäminen tarkoittaaakin yrittäjän valmiuksien kehittämistä. Menestyvän yrityksen tulee kehittää toimintaansa jatkuvasti, koska nykypäivinä matkailuyrittäjä kohtaa myös maailmanlaajuista kilpailua. Luonnon ja ympäristön merkitys kasvaa jatkuvasti, ja erilaiset kulttuurit kiinnostavat asiakkaita, jotka arvostavat erilaisuutta ja osaavat vaatia enemmän kuin aikaisemmin. (Pesonen ym. 2000, 83). Yksi osa-alue, jota yrittäjät voivat kehittää, on asiakaspalvelu. Matkailuyrityksen palveluprosessi on seuraavanlainen:

1. Sisääntulovaihe
2. Odotusvaihe
3. Palveluvaihe
4. Palvelun päätyminen
5. Jälkivaikutelma. (Boxberg ym. 2001, 84)

Yllä olevalla asiakaspalveluprosessilla tarkoitetaan toimintaketjua, jotta asiakas saa sellaista palvelua, jota hän haluaa. Palveluammattilaisen täytyy hallita monta erilaista palveluprosessia samanaikaisesti. Toimiva asiakaspalvelu on menestyvän palveluyrityksen kulmakivi, ja tämän palveluprosessin tehokkuus näkyy suoraan myynnin kasvussa. On tärkeää muistaa, että asiakkaan saama ensivaikutelma on tärkein palvelutahtuman osa, ja sitä on hyvin vaikea muuttaa myöhemmin. Myös asiakaspalvelija on asiakkaan arvioinnin kohteena ja silloin asiakas päättää onko palvelu laadukasta. (Boxberg ym. 2001, 90–93.)

4.6 Matkailun globalisaatio ja sen vaikutukset

Suomen YK-liiton mukaan globalisaatio tarkoittaa maailman kompressaatiota, liikenne- ja viestintäyhteyksien kehitykseen perustuvaa tiivistymistä ja supistumista, toisaalta tietoisuuden lisääntymistä maailmasta ja ihmiskunnasta yhtenä kokonaisuutena. Ilmiönä globalisaatio on laaja, ja sen keskeinen ilmiö on kansainvälisen matkailun kasvun lyhyiden matkojen tekemisestä massaturismiin sekä maailman ympäri matkailuun. (Borg 1999, 5.) Tällä ilmiöllä on kuitenkin myös käänteinen vaikutus.

Pekka Borg (1999, 27) kiteyttää matkailun haasteet: *Matkailu on dynaamisessa tilassa oleva elinkeino, jossa osaaminen muuttuu nopeasti: tarvitaan uusia tietoja ja taitoja, tehokasta tiedon siirtämistä tiedon tuottajilta käyttäjille sekä täsmäkoulutusta tiedon tarvitsijoille*. Matkailu on rauhaa edistävä ilmiö ja kestävä kehityksen edistäjä ja se menestyy parhaiten rauhan ja turvallisuuden, vapauden, taloudellisen kasvun ja hyvinvoinnin oloissa. Jos näissä osa-alueissa esiintyy häiriötekijöitä, matkailu kärsii. (Mp.)

Ihminen on vaikuttanut elintavoillaan luontoon ja elinympäristöönsä. Luonnon moninaisuus on kärsinyt pitkän ajan kuluessa ja johtanut katastrofeihin, kuten esimerkiksi, eroosioon, kuivuuteen, rehevöitymiseen ja kasvihuoneilmiöön. Matkailuala on herkkä luonnonmullistuksille, ja tästä on esimerkkinä Islannin tulivuorenpurkaus vuonna 2009. Myös erinäiset kriisit ja geopoliittiset riskit vaikuttavat alaan. Esimerkiksi Egypti, joka on ollut todella suosittu matkailukohde, ja kärsii nykyisin vaarallisista mielenosoituksista, mikä vaikuttaa myös maassa vieraileviin turisteihin. (Borg 1999, 28–29.) Ekologista matkailua edustaa nykypäivänä esimerkiksi maaseutumatkailu, jota voi toteuttaa kotimaassa ilman pitkien lentomatkojen tuomia ilmakehää vaurioittavia päästöjä.

Matkailulla on myös positiivisia vaikutuksia, ja ne voidaan jakaa fysikaalisiin, sosiaalitaloudellisiin ja kulttuurisiin vaikutuksiin. Fysikaalisia vaikutuksia ovat luonnonsuojelualueet sekä arvokkaiden rakennusten kunnostus- ja restaurointityöt. Sosiaalitaloudellisia vaikutuksia ovat taas mahdollisuudet ja työtilaisuudet pienille yrittäjille sekä matkailutulot paikallisille asukkaille. Myönteiset kulttuuriset vaikutukset näkyvät taas arvostuksena paikallisia kohteita ja perinteitä, esimerkiksi käsitöitä, kohtaan. (Borg 1999, 30.)

4.7 Perinnekulttuurit ja maaseutumatkailu

Matkailu on kulttuuria, mutta näiden kahden käsitteen erona on myös se, että matkailuteollisuus käyttää kulttuuria hyväksi. Samalla tavalla kulttuuriyhteisöt käyttävät hyväkseen matkailua, esimerkiksi sopeuttaessaan itseään muuttuviin yhteiskunnallisiin oloihin. Matkailuteollisuus tarvitsee kehittyäkseen vetovoimatekijöitä, jotka eksoottisuudellaan ja erikoisuudellaan puuttuvat asiakkaiden elämästä. Urbanin ympäristön ihmisille luonto ja kulttuuri tarjoavat näitä mahdollisuuksia. Myös menneisyys ja historia koetaan matkailuteollisuudessa resurssina. Tämä yleismaailmallinen ilmiö on tullut esille myös Suomessa, kun vuonna 1980-luvulla rakennettiin luontoa ja perinteitä

myyvien matkailukohteiden ketju, joka alkoi Etelä-Karjalasta Pohjois-Karjalaan ja siitä Kainuuseen. Tähän ketjuun rakennettiin muun muassa Ilomantsin Taistelijan talo ja Kuhmon Kalevala-kylä. Muutama vuosia aikaisemmin vuonna 1978 Ilomantsin Parpeinvaaralle Runonlaulajan pirtin viereen rakennettiin ravintola sekä vaaralle siirrettiin tsasouna ja Mateli Kuivalattaren aitat ja kenraali Raappanan sodanaikainen hirsimaja. (Petrisalo 1999, 42–43.)

Käsintehtyjä käyttöesineitä tai teksteilejä ei enää valmisteta teollisuusmaissa. Käsityö mielletään nykyaikana harrastukseksi, koriste- ja taide-esineiksi. Ne käyvät läpi prosessin, jossa ne muuttuvat käyttöesineistä taiteeksi ja jotka sen jälkeen muokataan matkamuuistoiksi ja kaupallisiksi tuotteiksi. Moderni yritystoiminta vaatii työntekijöiltä ja tuotteilta nopeaa valmistusta, joten käsityöt ovat liian hidastuvalmisteisia. Esimerkiksi pohjoiskarjalalaisia käspaikkoja yritetään saada sopimaan matkamuuistoksi, vaikka yhden valmistukseen voi kuluakin päiviä. (Petrisalo 1999, 44–46.) Jokainen kulttuuri ”ehostaa itseään”, mutta tarkoitukselliset voivat olla erilaiset. Poliittiset, kaupalliset, eettiset tai kulttuuriset syyt voivat vaikuttaa kulttuuriyhteisöön. Pitää myös muistaa, että matkailuteollisuuden päämäärä on taloudellinen hyöty. Kansan tai yhteisön kulttuuri ei voi olla puhtaasti alkuperäinen, koska siihen on ajan kuluessa sulautunut vaikutteita muista kulttuureista. Muutoksilta ei voida välttyä, koska luonto, kulttuuri ja historia muokkautuvat jatkuvasti. (Mts. 49–52.)

Maaseutumatkailu on yleensä perhe- ja pienyrittäjyyteen perustuvaa liiketoimintaa, jonka keskeisiä asioita ovat luonto, maisema, kulttuuri ja ihminen. Periaatteena on yhdistää vastuullinen matkailu paikallisten ihmisten kanssa ja luoda rauhallista matkailuelinkeinoja. Vastuullinen matkailu tarkoittaa sitä, että yhdistetään kehittämistavoitteet, kestävän kehityksen periaate, ympäristön- ja luonnonsuojelu, ympäristön monimuotoisuuden säilyttäminen sekä paikallisten ihmisten ja matkustajien vaatimukset. Maaseutumatkailu on painottunut alueellisesti järvi-Suomeen eli Keski- ja Itä-Suomeen, mutta järvien lisäksi sen vahvuuksia ovat myös metsät, vesistöt, saaristot, suot, maaseutumaisema, rauha, kulttuuriperintö, alueen oma kulttuuri, maaseudun ihmisten monipuolinen osaaminen, puhtaus, ympäristövastuullisuus, eettisyys ja turvallisuus. (Turunen & Valakari 1998, 8, 10–11.) Vesistöjen läheisyys mahdollistaa kalastuksen, jota hyödynnetään matkailussa. Jokamiehen oikeuksiin kuuluu onkiminen ja pilkkiminen, mutta metsästys ei oikeuksiin kuulu. Siihen tarvitaan metsästystutkinto ja aseenkantolupa. Maaseutumatkailuyrittäjän kannattaa ottaa yhteyttä paikallisiin met-

sästys- ja riistanhoitojärjestöihin, jotta pystyy neuvomaan asiakasta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja oikein näissäkin asioissa. (Mts. 94–98.)

4.8 Elämyksen tuottaminen ja tapahtumajärjestäminen

Matkailukohteen suunnittelussa ja toteutuksessa tulisi ottaa huomioon, etteivät kuljetus-, majoitus- ja ravitsemispalvelut riitä, vaan on tuotettava asiakkaalle elämys. Tämä elämys tulee teemoittaa ja yhdistää kohteen erilaiset tuotteet. *Teema luo elämyksen perustan, mutta elämys koetaan vasta tulkitsemalla siihen liittyviä kulttuurisia merkkejä.* (Petrisalo 1999, 43.) Tästä esimerkkinä ortodoksisuuden konkreettisia merkkejä ovat ikonit, rituaalit ja rakennukset. Itse käsite *elämys*, tarkoittaa positiivista, kohottavan vaikutuksen sisältävää emotionaalista kokemusta. Maslowin tarvehierarkiaan on yhdistetty matkailun tarjoamat hyödyt seuraavasti, fyysiset tarpeet: ruoka, lepo, turvallisuuden tarve: suoja, opastus, vartiointi. Sekä yhteenkuuluvuus: ryhmä, matkaseura, arvostuksen tarve: asema, roolit, tehtävä, tieto. Ja viimeisenä itsensä toteuttaminen eli kokonaisvaltainen elämys. (Mp.)

Elämystaloudessa tuotteisiin tai palveluihin rakennetaan lisäarvo, joka tuo niille elämyksellisyyttä. Matkailupalveluiden tekijöiden tulee ymmärtää miten asiakas kokee elämyksen ja palvelun. Näin he voivat tarjota vasta elämyksiä asiakkailleen. Tulevaisuuden elämysmarkkinoita ja tuoteryhmiä ovat muun muassa seikkailut, ystävyys, rakkaus, huolenpito, itsetuntemus, mielenrauha sekä vakuuttuneisuus. Aikaisemmin vain seikkailumatkoja pidettiin elämysmatkoina, mutta tulevaisuuden kehittyminen tarvitsee uusia innovatiivisia yrittäjiä ja ajattelijoita, jotka osaavat vastata asiakkaitten uusiin tarpeisiin saada elämys. Nykyisin yksi matkailun ydinajatus on kestävä kehitys, jota asiakas osaa myös vaatia. (Borg, Kivi & Partti 2002, 25, 28–30.) Samoin ympäristön laatu on noussut merkittäväksi markkinointivaltiksi: passiivisen rantaloman sijaan asiakkaat haluavat monipuolista aktiivista harrastamista ja yksilöllistä elämysten etsimistä. Suomessa on hyvät markkinat, koska ympäristöä tiedostavassa Euroopassa ollaan kiinnostuneita erämaista ja puhtaista vesistöistä. Tuotekehittelyssä on otettava huomioon myös nousevat trendit. Suomessa nosteessa on halu palata entiseen: nostalgia on sitä, mitä ihmiset tulevat maaseudulta hakemaan. Myös niin kutsuttu terveysmatkailu on nostanut suosiotaan. Liikunnallisuus, ulkoilu- ja teema-aktiviteetit ovat niitä, mitä luonto- ja maaseutumatkailun tulisi kehittää. *Erilaisten teemareittien suosio on myös kasvamassa. – Teemoina voivat olla luontokohteet, linnusto, kasvisto, taide-*

käsityöt, historialliset kohteet, perinneruuat, viinit, terveystuotteet tai seikkailu (Mts. 73–74). On tärkeää muistaa kehittäessä luontomatkailua, että matkailun vaikutus kohdealueen luonnon, kulttuurin ja asukkaiden kantokykyyn on tarpeeksi suuri. Tämä tarkoittaa, etteivät esimerkiksi luonto ja kulttuuri pääse muuttumaan huonompaan suuntaan. (Mts. 75.)

Elämyksen voi tuottaa myös tapahtuma, joka voi olla niin asia- kuin viihdetapahtuma tai niiden yhdistelmä. Tapahtumamarkkinointia on se, kun yritys järjestää tavoitteellisen tai elämyksellisen tilaisuuden, kohderyhmän huomioon ottaen. Itse organisoitu tapahtuma on tapahtumalaji, jota Kulttuurikulkijakin käyttää. Se vaatii sitoutumista ja valtaisaan työpanosta itseltä. Edellytyksenä on projektipäällikkö, joka tulee löytyä oman yrityksen sisäلتä. Tapahtuman suunnitteluun ja toteuttamiseen käytetty aika on kuitenkin pois henkilökunnan omasta varsinaisesta työajasta, mutta saatu hyöty ja markkinointi ovat aina plussaa. Muita etuja ovat pienet suunnittelukustannukset ja mahdollisuus täysin omanlaisen tilaisuuden järjestämiseen. Haasteena voi olla kuitenkin suuri työmäärä, vastuu sekä osaamisen ja kokemuksen puute. (Vallo & Häyrinen 2010, 57–60.) Myös messut ovat tapahtuma. Messujen tavoitteena ovat esimerkiksi uusien kontaktien luominen, myynnin lisääminen, uuden tuotteen lanseeraus ja kohderyhmän tiedon lisääminen yrityksestä. (Mts. 79–80.)

Tapahtuma on onnistunut, kun se osaa vastata strategisiin ja operatiivisiin kysymyksiin ennen suunnittelun alkamista. Strategiset kysymykset ovat: Miksi tapahtuma järjestetään eli mikä on sen tavoite? Kenelle tapahtuma järjestetään, mikä on siis sen kohderyhmä? Mitä järjestetään eli mikä on tapahtuman luonne. Operatiiviset kysymykset ovat: Miten tapahtuma järjestetään, mikä on sen prosessi. Millainen on ohjelma ja sen sisältö, sekä kuka toimii isäntänä ja vastuunkantajana? Kun näihin kysymyksiin löytyy vastaukset, selkeytyvät idea ja teema. Tapahtuma nähdään myös prosessina, jossa on kolme vaihetta: suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. Yksinkertaisimmillaan suunnitteluvaiheeseen kuuluu tapahtumabrief, joka sisältää muun muassa budjetin ja kohderyhmän kartoituksen. Toteutusvaiheessa ensin rakennetaan, toteutetaan ja viimeiseksi tapahtuma puretaan. Jälkimarkkinointivaiheessa toimitetaan tarvittavan materiaalit ja kiitokset sekä työstetään saatu palaute seuraavaa kertaa varten. (Vallo & Häyrinen 2010, 148–169.)

5 KULTTUURIKULKIJAN ILOMANTSI

Kulttuurikulkijan Ilomantsi on reitti, joka sisältää Ilomantsin suosituimmat nähtävyydet. Vuosien 2010 sekä 2011 reitti on liitteessä 1, joissa kuvat esitteiden etusivusta, reitistä ja takakannen tapahtumakalenterista. Liitteen ylempi kuva on vuoden 2011 opaslehtisestä ja alempi vuoden 2010 opaslehtisestä. Kulttuurikulkijan passiin sai leiman pääsymaksun tai oston yhteydessä. Saatuaan viisi leimaa passiin pystyi lunastamaan palkinnon eli Ilomantsi-kangaskassin mistä tahansa vierailukohteesta. Passit vuodelta 2010 ja 2011 ovat liitteessä 2. Tällaista reittiä ei tiettävästi ole Suomessa aikaisemmin toteutettu.

Vuonna 2010 vierailukohteet olivat Parppeinvaaran Runokylä, Nukke- ja nalletalo, Katri Vala kulttuurikeskus, Möhkön ruukki ja Taistelijan Talo. Näistä kohteista sai leiman passiin pääsymaksun yhteydessä. Seuraavista kohteista sai passiin leiman oston yhteydessä: Ravintola Parppeinpirtti, Hermannin Viinitila, Hermannin Viinitorni, Möhkön Manta ja Mantsin Makie. Vuonna 2011 mukaan tulivat Petkeljärven retkeilykeskus, kuntoutuskeskus/hotelli Pääskynpesä, Pirolan Piha ja Maukkulan Mustikkamäki. Molempina vuosina reitin kohteina oli myös Ilomantsin evankelis-luterilainen kirkko ja ortodoksinen Pyhän Elian kirkko. Useimmat kohteet olivat auki kesäsesongin (toukokuu-elokuu) ajan päivittäin ja muun ajan vuodesta auki vain tilauksesta.

Ilomantsin kansalaisopisto järjesti yhteistyössä matkailuyritysten ja kulttuuritoimijoiden kanssa vuonna 2011 maksuttoman opas- ja asiakaspalvelukurssin nimeltä Kulttuurikulkijan Ilomantsi 2011, joka oli tarkoitettu kaikille Ilomantsin matkailusta kiinnostuneille, asiakas- ja matkailupalvelutehtävissä toimiville, ryhmien retkitoimintoja suunnitteleville sekä kesätyöntekijöille. Kurssi sisälsi tietoa opastuksesta sekä ilomantsilaisesta kulttuurista, luonnosta ja nykyisyydestä.

Kulttuurikulkijan kohteet järjestävät myös pitkin kesää tapahtumia, joiden tarkoituksena on tuoda lisää asiakkaita. Tapahtumakalenteri on opaslehden takakannessa, joka on nähtävissä liitteessä 4. Sesongin aloittaa toukokuussa Möhkön Wappu, ja se olisi hyvä perinne tuleville vuosillekin. Suosittuja tapahtumia ovat olleet Parppeinvaaran perinneviikot, ja perinneruokapäivät Ravintola Parppeinpirtissä. Keskeisiä tapahtumia ovat myös praasniekat, joita vietettiin melkein joka kuukausi. Kesällä 2011 järjestettiin kolmannen kerran suuren suosion saaneen Blueberry Hill Blues & Jazz Festival 20.–21. elokuuta, joka tuo tuoreemman tuulahduksen muuten varsin perinteikkääseen tapahtumakesään. Suosittu tapahtuma on ollut myös Möhkön kesäteatteri. Muita ta-

pahtumia on esimerkiksi joulun tienoilla, mutta rajasin työni käsittelemään vain kesäaika.

5.1 Parppeinvaaran kehittämishanke ja Ilomantsin matkailuyhdistys ry

Ensiselvityksen tuloksena on hahmottunut 3-vuotinen projekti, jonka tarkoituksen on parantaa Ilomantsin ja Pohjois-karjalan matkailullista vetovoimaisuutta. (Kunnanhallituksen pöytäkirja 2007, § 235.) Kulttuurikulkijan Ilomantsi -reitin takana on Parppeinvaaran kehittämishanke, joka aloitettiin 1.10.2007. Sen ensisijainen tehtävä oli Parppeinvaaran kehittäminen mutta samalla koko Ilomantsin kulttuuritoimijoiden yhdistäminen. Mukana rahoituksessa olivat muun muassa Ilomantsin kunta, Pohjois-Karjalan Maakuntaliitto sekä Karjalaisen Kulttuurin Edistämisseuratiö. Hankesuunnitelman laatimisessa olivat mukana myös Karelia Expert Oy ja Pohjois-Karjalan ympäristökeskus. (Kunnanhallituksen pöytäkirja 2007, § 81.)

Parppeinvaaran kehittämishankkeen päätyttyä siirtyi Kulttuurikulkijan Ilomantsi -konsepti Matkailuyhdistykselle. Ilomantsin kunnanhallituksen päätöksessä (§ 265, 7.11.2011) todetaan: *Tarkoituksenmukaisinta on siirtää Kulttuurikulkijan Ilomantsi-konseptin käyttöoikeus Ilomantsin matkailuyhdistys ry:lle, joka saa käyttöönsä Kulttuurikulkijan Ilomantsi-konseptin nimen ja konseptille suunnitellun graafisen ilmeen käyttöoikeuden. Graafisen ilmeen on suunnitellut IhanKivaDesign.* Sopimusluonnos Kulttuurikulkijan käyttöoikeuden siirrosta Ilomantsin Matkailuyhdistykselle on liitteessä 3. Matkailuyhdistys on perustettu vuonna 2009 edistämään Ilomantsin alueella toimivien matkailuyritysten ja yhteisöjen yhteistoimintaa, valvoa alueen matkailualan etuja ja lisätä Ilomantsin kansallista että kansainvälistä vetovoimaisuutta ja tunnettuutta. Ilomantsin Matkailuyhdistys Ry:n puheenjohtajana toimii kuntoutuskeskus Pääskynpesän johtaja Jaakko Hirvonen. (Kulttuurikulkijan Ilomantsi 2012.)

Parppeinvaaran kehittämishanke päättyi 30.9.2011 ja sen loppuraportista selviää, että hankkeen aikana Ilomantsin kulttuuritoimijoiden yhteistyö lisääntyi Kulttuurikulkijakonseptin myötä. Toimijoiden väliseksi tiedonvälityskanavaksi valikoitui sähköpostiryhmä, jonka kautta tiedottaminen sujui nopeasti. Medianäkyvyyttä saatiin runsaasti Parppeinvaaran uudistusten myötä, joka vaikutti positiivisesti myös Kulttuurin Kulkiiaan. Ilomantsin Museosäätiö ja muut Parppeinvaaran toimijat solmivat vuoden 2011 aikana Pohjois-Karjalan biosfäärialueen kanssa kumppanuussopimuksen, jossa toimi-

vat sitoutuivat yhdessä sovittuihin kestäväen kehityksen tavoitteisiin, alueellisen erityispiirteiden ja paikallisen tiedon huomioimiseen sekä yhteistyön ja yhteisöllisyyden edistämiseen. (EAKR-Projektin loppuraportti 2011.)

5.2 Karelia Expert Oy ja majoituspaketit

Pohjois-Karjalan alueen matkailusta vastaa Karelia Expert Matkailupalvelut Oy, lyhyemmin Karelia Expert, joka on Ilomantsin matkailulle elintärkeä. Yhtiö on toiminut tällä nimellä vuodesta 2004, mutta perustettiin 1.6.1993 nimellä P-K MatkailuMarkkinointi Oy. Yhtiö työllistää tällä hetkellä 17 työntekijää ja vastaa Pohjois-Karjalan alueen yhteisestä matkailumarkkinoinnista, matkailupalvelujen myynnistä sekä matkailuneuvonnasta. Lieksan Matkailu Oy sekä Ilomantsin Matkailu Oy yhdistyivät Karelia Expertin kanssa vuonna 2005 ja on siitä asti ollut Ilomantsissa matkailupalvelujen pääpaikka. (VisitKarelia.fi 2012a.)

Sähköiset palvelukanavat ovat nykyaikaa, ja Karelia Expert siirtyikin sähköiseen liiketoimintaympäristöön vuonna 2011. Syntyi VisitKarelia.fi-sivusto, josta voi muun muassa löytää tietoa alueen opiskelu- ja yritysmahdollisuuksista sekä varata vaikka lomamökin. (VisitKarelia.fi 2012b.)

Karelia Expertin kautta on varattavissa myös Kulttuurikulkijan Ilomantsi -paketti eli valmismatka ryhmille, johon kuuluu majoittuminen Hotelli Pääskynpesässä, pääsymaksut ja opastuksen kaikkiin kohteisiin. Ryhmien minimikoko on 20 henkilöä ja hinnat alkaen 148,50 e / henkilö. Valmismatka on suunnattu vain kotimaisille asiakkaille. Ilomantsiin oli kesällä 2011 tarjolla myös valmismatka nimeltä Pietari Toropaisen pilvilinna -kesäteatteriretki, jossa vierailtiin myös osassa Kulttuurikulkijan kohteista. (Pohjois-Karjala 2001 ryhmämatkaesite, 5.) Parpeinvaaran kehittämishankkeen projektisihteerin mukaan ulkomailta ei ole tullut Ilomantsiin ryhmävarauksia (2011 ja 2011). Lähinnä yksittäisiä asiakkaita, jotka ovat halunneet varata majoituksen vuokramökeistä. Karelia Expertin kautta kesällä 2011 varattiin Kulttuurikulkijan Ilomantsi pakettia vain kahdesti. Ulkomaalaisille asiakkaille ei ole tarjolla Ilomantsiin suuntautunutta pakettia, vaan isompia Suomi-paketteja, joihin on sisällytetty Pohjois-Karjala tai Ilomantsi. (Hulkko 2011.)

Varsinaista ulkomaan pakettia, jossa olisi huomioitu Kulttuurikulkijan passi, ei ole olemassa. Pääosa Karelia Expertin kautta myydyistä Ilomantsin valmismatkapaketeista ovat olleet myyntipäällikön mukaan suomalaisille yksittäisille asiakkaille ja ryhmil-

le, etenkin sotahistoriateemaan liittyville ryhmämatkoille on ollut kysyntää. (Harinen 2011.)

5.3 Tutkimusongelma, toteutustapa ja tavoitteet

Tutkimukseni tarkoituksena on selvittää, onko Kulttuurikulkijan Ilomantsi- konsepti vaikuttanut sen kohteiden asiakas- ja myyntituloihin kesäsesonkien 2010–2011 aikana, mitä voitaisiin kehittää sekä kannattaako konseptia jatkaa tulevinakin vuosina. Liittyen suuntautumisvaihtoehtooni, (kielet ja kulttuuri) pyrin myös selvittämään ulkomaalaisten asiakkaiden määrän ja miettimään miten Kulttuurikulkijaa voisi markkinoida kotimaan ulkopuolelle.

Opinnäytetyöni on kvalitatiivinen työ ja sisältää kyselyn, sekä kaksi sähköpostihaastattelua. Lähetin Kulttuurikulkijan kaikkiin 14 kohteeseen kyselylomakkeen sähköpostiliitteenä, joka sisälsi 10 avointa kysymystä. Kyselylomake on nähtävissä liitteessä 4. Päätin, että sähköpostin liitetiedosto on helpoin tapa suorittaa kysely, koska sähköiset kyselylomakkeet ovat maksullisia, eikä ammattikorkeakoululla ollut niitä minulle silloin tarjota. Tutkimukseni on laadullinen. Otoksena vain 14 kohdetta, joten en näe tarpeellisuutta vastausten taulukointia tai tilastointia. Kysymykset olivat kaikki tarkoituksella avoimia, jolloin vastaaja voi vastata kokonaisvaltaisemmin. Tietenkin aikaa vastaamiseen kului enemmän.

Tavoitteenani on kerätä yhteen kaikkien kohteiden ajatukset, niin huonot kuin hyvät, ja kehitysideat. Tuloksena toivon saavani toimeksiantajalleni esitettäväksi toteutuskelpoisia ideoita ja ajatuksia, jotka tulevina vuosina palvelevat niin Kulttuurinkulkijakonseptia kuin Ilomantsin matkailua.

5.4 Kohteiden vastaukset

Lähetin kyselylomakkeen ensimmäisen kerran 14.11.2011, sekä muistutusviestin 4.1.2012. Vastauksia sain yhteensä seitsemän kappaletta, mikä on mielestäni hyvä määrä. Osa Kulttuurikulkijan kohteista oli pääsymaksuttomia ja yrityksen luonteesta johtuen ymmärrän, ettei kysymyksiini löytynyt vastausta. Saamani vastaukset olivat kuitenkin hyvin informatiivisia ja Ilomantsin ”kuuluisimmat” kohteet Parppeinvaaran Runokylä sekä Möhkö kertovat osaltaan paljon koko Ilomantsin matkailusta. Esittelen

vastaukset erillisinä kappaleina, jossa olen selittänyt vastaukset auki. Joitakin yksittäisiä vastauksia olen jättänyt käsittelemättä, johtuen vastauksen luonteesta, joita oli esimerkiksi ”Kyllä”, ”Ei” tai ” En osaa sanoa”. Vastaajan nimeä en näe tarpeelliseksi tässä työssä kertoa, joten käytän kohteiden nimiä, esimerkiksi Möhkön ruukki, josta vastaus on tullut. Pidän kyselyä luotettavana sekä virhemarginaalia olemattomana, johtuen avoimista kysymyksistä.

Kyselyssäni selvitin kohteiden kävijämääriä kesäsesongin aikana (2010 ja 2011) sekä onko Kulttuurinkulkijan reitti vaikuttanut selkeästi tuottoon. Kysyin myös ulkomaalaisten asiakkaiden kävijämäärää sekä kansallisuuksia. Tahdoin myös selvittää oliko informaatiomateriaalia tarpeeksi, esimerkiksi Internet-sivuilla sekä esitteissä ja tulisi jokin Ilomantsilainen kohde, joka ei ole vielä reitillä, ottaa mukaan tai vastaavasti jokin kohde ottaa pois. Tärkeimmät kysymykset olivat tulisiko vastaajan mielestä Kulttuurinkulkijaa jatkaa tulevinakin vuosina, ja mitä parannusehdotuksia ja lisäaktiiviteetti-ideoita vastaajalla on. Esittelen saamani vastaukset niiden vastaajien perusteella, jotka palauttivat lomakkeen minulle täytettynä. Alussa on pieni esittely jokaisesta kohteesta.

5.4.1 Parppeinvaaran Runokylä

Parppeinvaaran Runokylä on yksi Ilomantsin suosituimmista nähtävyyksistä. Sen vetonaulana on aitoa karjalaista pirttiä vastaavaksi rakennettu Runonlaulajan pirtti vuonna 1964, feresipukuiset oppaat ja kantelemusiikki. Pihapiirissä ovat myös Korhosen museoaitat, Mateli Kuivalattaren aitta, alun perin ravintolaksi rakennettu Kestipirtti, Kaikkien Pyhien tsasouna ja Rajakenraali Raappanan maja. Vuonna 1994 rakennettiin Ravintola Parppeinpirtti, joka on tunnettu nykykarjalaisesta lounaastaan. Luontopirtti Mesikkä avattiin uutuutena yleisölle 11.7.2011 vanhaan Kestipirttiin Runonlaulajan pirtin viereen, joka sisältää modernisoidun eläinmuseon. (Parppeinvaaran Runokylä 2012.)

Runokylältä osalta sain vastaukset seuraavasti. Kävijämäärät olivat kesällä 2010 6520 henkilöä ja 2011 6590 henkilöä, joten asiakasmäärät pysyivät melko samana. Passi on Runokylän mukaan ohjannut asiakkaita useampaan kohteeseen. Kehitysehdotuksena Kulttuurinkulkijalla tulisi olla omat Internet-sivut, tällä hetkellä ne ovat juuri Parppeinvaaran sivujen alaisuudessa kehittämishankkeen takia. Ulkomaalaiset asiakkaat eivät olleet löytäneet reittiä, koska esiteaineisto on vain suomenkielellä, mutta Parp-

peinvaaralla käy eniten saksalaisia asiakkaita ulkomaalaisista kansalaisuuksista. Kehitysehdotuksena mukaan voisi liittää majoituspalvelut ja samalla miettiä erilaisia hintaetuksia reitin kulkijoille. Parpeinvaaran runokylän osalta Kulttuurikulkijaa tulisi ehdottomasti jatkaa tulevina vuosina, koska konsepti on hyvä. Se kokoa Ilomantsin matkailutarjontaa saman otsikon alle, jota kannattaisi hyödyntää Ilomantsin markkinoinnissa. Parpeinvaaran kehittämishankkeen myötä, Runokylän kävijämäärät ovat aikaisempiin vuosiin verrattuna paljon paremmat.

5.4.2 Möhkön ruukki

Möhkön rautaruukki rakennettiin 1838 keskelle erämaata Ilomantsin itäosaan, Möhkönkosken rannalle. Tehtaan mukana syntyi ja kasvoi Möhkön kylä, joka sijaitsee noin 20 kilometriä Ilomantsin keskustasta. Nykyään ruukki on koko perheen käyntikohta. Alueella voi tutustua rautaruukin toimintaan sekä vanhoihin sotatapahtumiin. Ruukinkartanon Pytingissä voi vieraila katsomassa vaihtuvia näyttelyitä ja tehdä ostoksia museokauppa Ruukinpuodissa. (Möhkön ruukki 2012.) Jo useana kesänä Möhkössä järjestetään kesäteatteriesityksiä Ilomantsin Näyttämökerhon toimesta. Erityisen suosittu oli Möhkö -trilogia (2004-2009), joka kertoi kylän historiasta.

Saamani vastausten perusteella Möhkön ruukilla kävijämäärät olivat kesällä 2010 4200 ja 2011 4050 henkilöä. Moni kävijä oli sanonut kiertävänsä useammassa paikassa saadakseen passin täyteen. Esimerkiksi, kun asiakas on käynyt Möhkössä museolla, hän käy paluumatkalla vielä Petkeljärvellä tai Parpeinvaaralla ja näin asiakas näkee missä Ilomantsissa on mitäkin. Kulttuurikulkijaa kannattaa myös Möhkön ruukin mielestä jatkaa. Parannusehdotuksina on mahdollinen ”sotilaspassi” sotahistorian kohteiden kiertäjille ja myös mahdolliset alennukset tai tarjoukset kävijöille. Kassi, joka toimii itsessään mainoksena, ja informaatiomateriaali olivat heidän mielestään jo hyviä. Kansainvälisiä asiakkaita eniten oli saksalaisia, mutta ulkomaalaisia käy ylipäättään vähän.

5.4.3 Katri Vala – kulttuurikeskus

Ilomantsilaisten mielestä tuli kunnioittaa edesmenneen runoilijan Katri Valan muistoa (1901–1944), joten vuonna 2007 perustettiin Kulttuurikeskus entiseen Ilomantsin Kirkonkylän kansakouluun, jossa Katri Vala toimi opettajana vuosina 1925–1929. Talossa järjestetään näyttelyitä ja käytettävissä on myös Pogostan tuvan kokoustila. Katri

Valan esikoiskokoelma Kaukainen Puutarha julkaistiin vuonna 1924 ja tällä hetkellä Kulttuurikeskuksessa on nähtävissä Sininen ovi -näyttely. (Maaseudun Sivistysliitto 2012.)

Kävijämäärät ovat Kulttuurikeskuksessa laskeneet vuoden 2010 1000 henkilöstä vuoden 2011 alle 900 henkilöön. Asiakkaat eivät varsinaisesti tule Kulttuurikulkijan innoittamana, vaan itse näyttelyyn. Passi toimii vain ”viipymän lisääjänä”. Kehitysehdotuksena mainittiin passin, mainonnan ja Internet-sivujen kehittäminen, että saataisiin esiin enemmän kohteita yhdistäviä tekijöitä. Olisi hyvä saada myös yhtenäinen seinäjuliste jokaiseen kohteeseen. Ulkomaalaisia asiakkaita on käynyt jonkin verran, Hollannista, Ruotsista, Norjasta, Saksasta ja Australiasta. Kulttuurikulkijan reittiä kannatetaan jatkavan myös tulevana vuosina, ja kohteessa onkin jo mietitty uutta Kulttuuripolku - nimistä reittiä.

5.4.4 Piirolan Piha

Kauppapientien varrella sijaitsee käsityö- ja taitokeskus, joka tarjoaa käsityöalan neuvontaa ja kurssitoimintaa. Asiakkaille on vapaasti käytettävissä kudontasali ja tarvikkeita, joiden avulla voi opetella ja toteuttaa omia käsityötoiveita. Piirolan Piha järjestää myös lyhytkursseja ja siellä voi tilata mittatilaustyönä erilaisia sisustustekstiilejä. Pihapiiriin kuuluu vanhoja aittoja, joissa esillä vaihtuvia näyttelyitä. (Taito Pohjois-Karjala 2012.)

Piirolan Pihan osalta kävijämäärät olivat kesällä 2010 3232 henkilöä ja seuraavana vuonna 2011 selkeästi pienemmät, 2774 henkilöä. Kulttuurikulkijan reitti on kuitenkin tuonut asiakkaita Piirolan Pihaan. Kehitysideana mainittiin, että passiin voisi esimerkiksi takakanteen lisätä kartan sekä etuisuudet ja alennukset reitin kulkijoille. Ulkomaalaiset esimerkiksi saksalaiset ja japanilaiset asiakkaat olivat suunnistaneet Kulttuurikulkijan kartan avulla ympäriinsä. Yleensä ottaen asiakkaat ovat Piirolan Pihassa olleet Etelä-Euroopan maista, kuten Saksasta, mutta Kulttuurikulkijan aikana he ovat vähentyneet. Vastaavasti asiakkaat Italiasta ovat vierailleet nykyisin enemmän Ilomantsissa. Reittiä kannattaisi jatkaa, koska se saa ihmiset liikkumaan monipuolisemmin Ilomantsissa, sekä innoittaa myös paikallisia asukkaita käymään paikallisissa kohteissa.

5.4.5 Hermannin Viinitila Oy

Ilomantsin vesitornia kutsutaan viinitorniksi, ei siksi että veden tilalla virtaisi viini tai tornin yläosan muodon vuoksi, vaan sen huipulla sijaitsevan kahvila/viinibaarin takia. Hermannin viinitila on perustettu vuonna 1989 nimellä Peltohermanni Oy. Se on vanhin suomalainen viinitila, jonka alaisuudessa toimii viinitornin lisäksi viinimyymälä, viinehtimö sekä hehtaareittain omia marjaviljelyksiä. Hermannin yksi erikoisimmista tuotteista on kultaa sisältävä kuohuviini Kulda Hibbu. (Hermannin viinitila 2012.)

Vastaukset sisältävät viinitornin sekä viinimyymälän tiedot. Kävijämääristä vastauksessa vain viinitornin luvut, koska myymälän asiakkaita on hankalempi laskea. Kesällä 2010 viinitornilla kävi noin 11 000 asiakasta, kesällä 2011 noin 11 300 asiakasta. Kulttuurikulkijalla ei Hermannin mukaan suurta merkitystä myyntiin. Voisi miettiä parempaa palkintoa, joka vetoaisi myös nuoriin, sekä lisää kohteita. Passiin voisi kehittää kaksi vaihtoehtoa leimojen määrän suhteen. Ulkomaalaisiakin asiakkaita käy, mutta ei selkeästi tietyn kansalaisuuden edustajia. Mukaan tulisi ottaa vahvemmin myös kirkot ja miettiä tarjouksia kulttuurikulkijan kiertäjille. Mielenkiinnon ylläpitämiseksi ja kasvattamiseksi Ilomantsia kohtaan tulisi Kulttuurinkulkijaa jatkaa edelleen.

5.4.6 Petkeljärven Retkeilykeskus

Noin 16 kilometriä Ilomantsin keskustasta sijaitsee Petkeljärven kansallispuisto, jonka maisemiin voi tutustua niin meloen kuin patikoiden. Luontopolku vaihtoehdon voi itse valita välillä 3,5 kilometrin mittaisesta reitistä 35 kilometrin pituiseen reittiin. Koske-
maton luonto, harjut ja vesistöt luovat erinomaiset puitteet retkeilyyn. (Möhkö.net 2012.) Sotahistoriasta kiinnostuneille Petkeljärvellä sijaitsevat jatkosodan aikaiset osaksi entisöidyt taisteluvälikätköt. Patvinsuon lisäksi Petkeljärvi kuuluu biosfääri-
alueeseen, jonka UNESCO perusti vuonna 1992 Pohjois-Karjalaan. (Metsähallitus 2012.)

Petkeljärven retkeilykeskuksen vastauksessa ilmeni, että asiakkaat ovat ottaneet koh-
teen huomioon eritavalla Kulttuurikulkijan ansiosta. Kävijämääriä ei retkeilykeskuk-
sella oteta niin tarkkaan ylös, mikä on ymmärrettävää yrityksen luonteen vuoksi. Pa-

rannusideoita ei ollut, mutta informaation ja tiedotuksen lisäämistä matkailuyrittäjille ehdotettiin, sekä leikkimuotoista etsintätehtävää reitin kulkijoille. Ulkomaalaiset asiakkaat eivät olleet Petkeljärven osalta löytäneet reittiä, mutta asiakkaita muuten tuli muun muassa Saksasta, Hollannista sekä Keski-Euroopasta. Kulttuurikulkijaa kannattaa jatkaa, koska se tuo yhtenäisyyttä, tunnettuutta ja jatkuvuutta koko Ilomantsiin.

5.4.7 Taistelija Talo ja Manner-EU:n itäisin piste

Kauimmainen kohde on Hattuvaarassa sijaitseva Taistelijan Talo, joka on noin 50 kilometriä Ilomantsin keskustasta. Hattuvaara on Suomen ja samalla Manner-EU:n itäisin kylä. Talolta itäpisteeseen on 18 kilometriä. Taistelijan Talo on rakennettu vuonna 1988 kunnianosoituksena sotiemme veteraaneille ja toimii nykyisin ravintolana. Lisäksi talossa on sotahistoriallinen näyttely Sodasta rauhaan, uutuuksena kesällä 2011 Lauri Törni näyttely sekä ulkona nähtävissä korsuja sekä tykkejä. Sodan jälkeä voi käydä katselemassa Taitajan Taival -nimisellä muistopolulla, joka on 1,5 kilometriä pitkä ja Hattuvaarassa sijaitsekin monia muistomerkkejä sodan ajoilta.

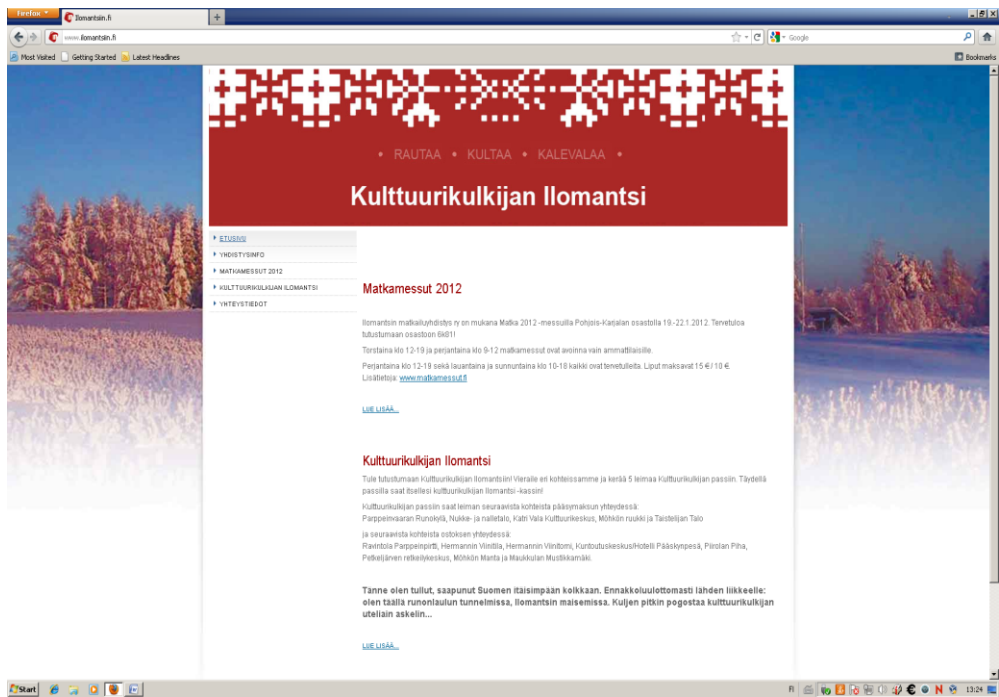
Hattuvaarassa on vuoden 1700 loppupuolella rakennettu karjalaistyylinen tsasouna, jonne Kulttuurikulkijan kartta myös neuvoo tutustumaan. Se on vanhin edelleen käytössä oleva tsasouna. Reitti ohjaa kulkijan myös Makkolan museotilalle, jossa sota-aikaan on majoillut muun muassa Lauri Törni. Vuonna 2005 tilalla kuvattiin lottaihteista elokuvaa nimeltä Lupaus. Manner-EU:n itäisin piste Hattuvaarassa Virmajärvellä on suosittu vierailu- ja retkikohde. Vuoden 2010 alusta pisteellä on voinut vierailla vapaasti ilman rajavyöhykelupaa. (Taistelijan Talo 2012.) Ennen Kyproksen liittymistä Euroopan unioniin, Ilomantsi oli koko EU:n itäisin kunta.

Taistelija Talon kävijämäärät laskivat vuoden 2011 4000 henkilöstä vuoden 2011 3700 henkilöön. Kulttuurinkulkija on tuonut asiakkaita jonkin verran enemmän verrattuna aiempiin vuosiin. Ulkomaalaisia asiakkaita on lähinnä Englannista ja Saksasta. Parannusehdotuksena ehdotettiin Rääkkylän Kihauksen kaltaista suurempaa tapahtumaa. Taistelija Talon mukaan Kulttuurikulkijan reitti on ajatuksena ja käytännössä toteutettu hyvin, mutta suurempia asiakasvirtoja se ei kuitenkaan tuo. Varsinkin Hattuvaaraan moni tulee katsomaan pääasiassa sotahistoriaa, eikä kysele passien ja kassien perään. Matkailuyhdistykselle onkin heitetty jo idea Kulttuurikulkijan kehittämiseksi täysin suuntautunutta omaa projektia.

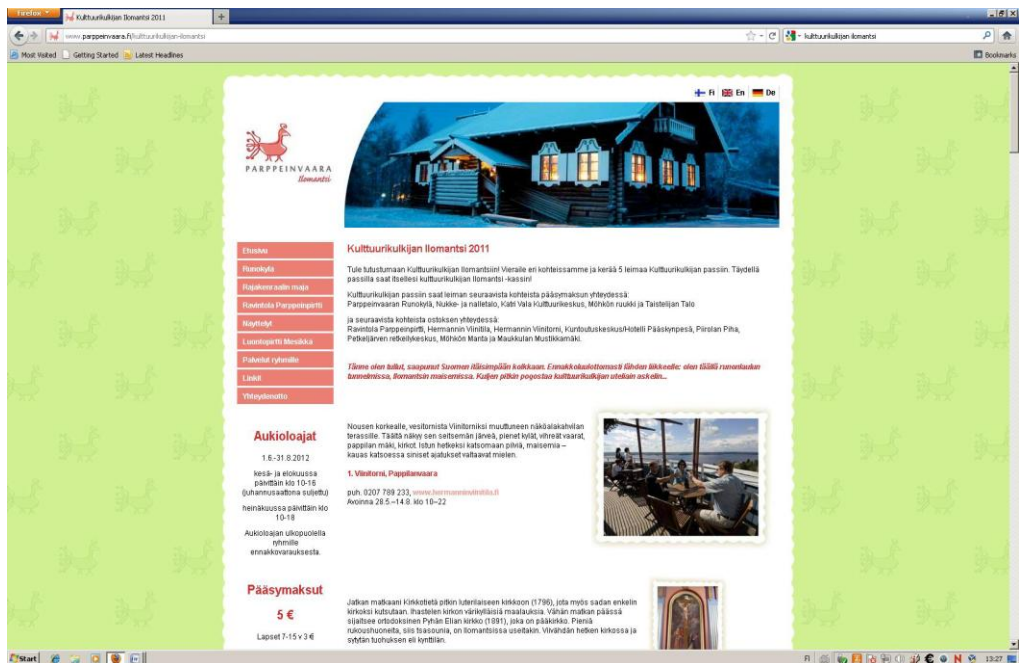
6 KEHITYSIDEAT JA MARKKINOINTI

Ilomantsin matkailuyhdistys ry jatkaa Kulttuurikulkijan Ilomantsia ensikin kesänä 2012 ja vastauksien perusteella kohteet ovat samaa mieltä. Koko konsepti koettiin hyvänä, toteutuskelpoisen eikä työläänä toteuttaa. Kävijämääriä tutkittuani, voisin todeta, ettei Kulttuurikulkijalla ollut niinkään suurta vaikutusta, johtuen ehkä konseptin nuoresta iästä. Kartta on ohjannut ihmiset useampaan kohteeseen, koska ne ovat ”matkan varrella”, muuten he olisivat vain ajaneet ohi tietämättömyyttään. Kun ihmiset saavat reitin paremmin tietoonsa, voisi se tuoda tulevana vuosina enemmän asiakkaita. Jotkut reitin kohteet esimerkiksi Parpeinvaara sekä Möhkö omaavat jo vahvat juuret Ilomantsin matkailunhistoriassa ja sotahistoriasta kiinnostuneet löytävät oikeaan paikkaan muutenkin. Tästä esimerkkinä Taistelijan Talo, jonne ihmiset eivät aja montaa kymmentä kilometriä vain saadakseen passiin leiman.

Tärkeäksi kyselyni perusteella koettiin kuitenkin myös paikallisten ihmisten parempi liikkuvuus jo tutuissa nähtävyyksissä ja kohteissa sekä matkailuyrittäjien yhteistyö. Varsinkin pienille yrityksillä yhteistyö on erittäin tärkeää, niin rahallisen kuin henkisen tuen myötä. Materiaalia, passia, karttaa ja Internetsivuja, pidettiin tarpeeksi informatiivisina. Vuoden 2012 alusta avattiin Kulttuurikulkijalle omat Internet-sivut: www.ilomantsiin.fi, jota kyselyyni saamassa vastauksessa ehdotettiin. Aiemmin ne olivat Parpeinvaaran Internet-sivujen alaisuudessa. Uudet sivut kaipaavat vielä kuvia ja englannin-, venäjän- ja saksankieliset versiot. Alla on kuvat molemmista, uudesta Kulttuurikulkijan etusivusta kuva 1 ja vanhasta Kulttuurinkulkijan etusivusta kuva 2.



Kuva 1. Kulttuurinkulkijan uudet Internet-sivut



Kuva 2. Kulttuurikulkijan Internet-sivut 2011.

Ilomantsin Museosäätiön museonjohtajan Ulla Vartiaisen mukaan Ilomantsi on jo nyt kulttuurimatkailumaakunta. Verrattuna muihin pohjoiskarjalalaisiin kuntiin Ilomantsi tunnetaan suhteellisen hyvin muualla Suomessa. Matkailualaa Vartiaisen mukaan tulee koko ajan kehittää, muuten turistivirrat ehtyvät. Matkailuveturia kaivataan kunnissa, mutta hän ei näe tarpeelliseksi rakentaa suurta kylpylää tai huvipuistoa Pohjois-Karjalan alueelle. (Sallinen 2011, 11.) Mielestäni kauppakeskuskompleksit ja huvipuistot eivät ole tämän alueen matkailun kulmakiviä. Isot kaupungit, joilla ei ole paljon luontoa ympärillään, voivat rakentaa elämyksellisiä kylpylöitä, mutta Ilomantsin ja muun Pohjois-Karjalan on hyvä keskittyä ja kehittää luontoon sekä kulttuuriperinteeseen liittyviä, jo olemassa olevia kohteita ja korostaa ekologista matkailua, jossa voi julkisia kulkuvälineitä hyväksi käyttäen matkustaa ekologisesti ja saastuttamatta. Kotiseutumatkailu toisi myös rahaa yrittäjille, ja näin parannettaisiin kotimaan taloudellista tilaa. Taulukossa 2 on kuvattu SWOT-analyysi, eli vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhkat, joita pohdin Kulttuurikulkijan kannalta.

Taulukko 2. SWOT-analyysi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) Kulttuurikulkijan Ilomantsille.

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - uniikki idea - paikallinen yhteistyö - kulttuuriperinne - puhdas imago 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - perinteiden ja nykyajan yhdistäminen - pitkät välimatkat kohteiden välillä - Rahoitus
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - ulkomaanmarkkinat - kotimaanmarkkinat - maaseutumatkailu trendi 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - sijainti - muut Pohjois-Karjalan kylät - luonnon vahingoittaminen - muiden palvelujen vähyys Ilomantsissa

6.1 Kehitysehdotukset

Jotta Kulttuurikulkija olisi tulevina vuosina entistä vetovoimaisempi, tulisi miettiä ja kehittää seuraavia asioita. Reitin kohteilla on oma historiansa ja toimintatapansa, joten niitä en haluaisi muuttaa, vaan kehittää kohteiden palveluja ja suhdetta Kulttuurinkulkijaan. Näin kohteen alkuperäinen idea ja tarkoitus eivät katoa. Yleensä pohjoiskarjalaisia pidetään luonnostaan iloisina ja palveluallttiina, joten uskon, ettei palvelun laadussa ole parannettavaa. Tasaisin väliajoin on palvelu-alalla toimivan hyvä perehtyä tarkemmin ja uudistaa tietoaan hyvän palvelun rakenteesta. Nykypäivänä tulee ottaa huomioon myös ekologisuus ja vihreät arvot, mutta maaseutumatkailussa se on helpompaa kuin kaupungeissa. Lähiuotetut elintarvikkeet ja luomutuotteet ovat maaseudun etuja.

Saamieni vastausten perusteella tulisi miettiä hintaetuisuuksia ja alennuksia reitin asiakkaille. Esimerkiksi kun on käynyt kahdessa tai kolmessa kohteessa ja sen voi tarkistaa passista, johon jokaisella kohteella on oma leimansa, saisi alennuksen ostettavasta tuotteista tai pääsymaksusta neljänteen kohteeseen. Voisi myös ajatella kokonaisalennusta kaikista pääsymaksuista, jos aikoo kiertää koko reitin. Materiaali koettiin hyvänä, mutta ideana tuli ilmi yhtenäinen juliste jokaiseen kohteeseen. Näin asiakas voi huomata reitin myöhemmin ja aloittaa sen myös keskeltä. Se myös vähentäisi oppaiden tai muun henkilökunnan tarvetta selittää tai tarjota Kulttuurikulkijaa asiakkaille, jos ohjeet olisivat suurella julisteella näkyvällä paikalla. Opaslehtinen koettiin hyväksi, ja sitä en muuttaisi. Muutos olisi tarpeellinen jos kohteita tulisi lisää. Mielestäni nykyinen reitti on hyvä. Sen voi halutessaan toteuttaa yhden päivän aikana. Tulevien vuosien varalle voisi pohtia myös pidempää reittiä tai mahdollisia opaskierroksia koko reitille, joka jakaantuisi 2-3 päivälle. Näin saataisiin ihmiset viipymään Ilomantsissa pidemmän aikaa. Kesäisin Ilomantsissa viettää lomaansa myös ulkopaikkakuntalaisia kesämökeillään, joten voisi ideoida heille jonkinlaisia etuisuuksia Kulttuurikulkijan kohteisiin, samalla he toimisivat erittäin hyvänä markkinointikanavana omalla kotipaikkakunnallaan ja toisivat myös vieraitaan Ilomantsiin.

Passi, johon mahtuu keräämään viisi leimaa, kaipaisi mielestäni vaihtoehdon, jota myös ehdotettiin. Viiden leiman lisäksi voisi kerätä 10 leimaa, jolla saisi esimerkiksi lunastettua nykykarjalaisen lounaan Ravintola Parppeinpirtiltä, arvo noin 20 euroa tai vastaavasti saada 20 euron arvoisen etusetelin jonka voisi käyttää haluamassaan Kulttuurikulkijan kohteessa. Myös lippu Möhkön kesäteatteriin voisi käydä palkinnoksi.

Mielestäni tällainen aineeton palkinto olisi hyvä vaihtoehto konkreettiselle esineelle, ajatellen nykypäivinä vallitsevaa kulutusyhteiskuntaa ja tavaranpaljoutta. Passin takakanteen ehdotettiin sijoitettavan myös kartta. Riittävän määrän leimoja kerättyään palkintona tällä hetkellä on Ilomantsi kangaskassi, joka toimii itsessään mainoksena. Ehdottaisin, että palkinto vaihtuisi joka vuosi tai vaihtoehtona olisi kaksi palkintoa esimerkiksi kangaskassi ja Ilomantsi T-paita tai Hermannin viini- tai kuohuviinipullo ja alaikäisille Mantsin Makien marmeladia. Vaihtoehtopalkinto voisi olla nuoremmille suunnattu, tai niin kuin aikaisemmin mainitsin, jotakin aineetonta, esimerkiksi alennuskuponki. Kun Kulttuurikulkijaa on järjestetty useampina kesinä, voisi ottaa mukaan Superkulttuurikulkijan. Siinä esimerkiksi kahtena tai useampana vuotena reitin kiertänyt asiakas saisi palkinnon, joka olisi paljon arvokkaampi. Tämä vaatisi jonkinlaisen rekisterin, jolla pystyttäisiin seuraamaan ja tarkistamaan, että henkilö on todella kiertänyt reitin.

Kulttuurikulkijan alaisuuteen voisi liittää pienemmän, tiettyyn teemaan tai aiheeseen liittyvän kulkureitin. Ilomantsilla on paljon sotahistoriaa, esimerkiksi Möhkössä ja Parpeinvaaran Raappanan maja, joten voisi kehittää sotilaspassin, joka kiertää useimmat, ehkä jopa teemaan sopivat nähtävyydet. Tämä reitti vaatisi kuitenkin oman oppaan mukaan tai reitin pisteisiin hyvät opastukset, mielellään myös englanniksi. Samalla tavoin runonlauluperinteestä kiinnostuneet saisi oman Runonlaulajien jäljillä reitin, joka vierailisi esimerkiksi Mekrijärven Sissolanpirtillä, Mateli Kuivalatteren haudalla ja päättyisi Runonlaulajanpirtille, jossa olisi kuultavissa aitoa runonlaulua. Tämäkin reitti vaatisi oppaan kertomaan pisteistä tai opastauluja kertomaan historiasta sekä tietenkin osaavan runonlaulajan. Myös leikkimielinen aartenetsintä voisi kiinnostaa lapsiperheitä. Sen voisi sijoittaa Pikkuväen Parpei -tapahtuman yhteyteen, jossa etsittäisiin pieniä aarteita kartan avulla. Etsintä voisi tapahtua vain Parpeinvaaran alueella, jolloin autoa ei tarvita vaan pystyy etsimään kävellen, ja perheen pienimmätkin jaksaisi kiertää alueen. Lapsille voisi ajatella omaa reittiä, joka sisältäisi vierailun esimerkiksi Nukke- ja nalletalossa, Erä- ja eläinmuseossa sekä soittotunnin 5-kielisellä kanteleella.

Koska Kulttuurikulkijan kohteissa suositaan kestävästä kehitystä, voitaisiin markkinointiin ja mainoksiin liittää ”vihreä Ilomantsi” slogan. Nykypäivänä nosteessa ovat vihreät arvot ja ekologisuus, joita kuluttajat osaavat vaatia. Luomutuotteet sekä lähituotetut elintarvikkeet voisivat myydä hyvin sesongin aikana. Toteutuskelpoinen idea voisi ol-

la järjestää kesätoreja, joista ulkopaikkakuntalaisten lisäksi myös paikalliset voisivat ostaa ja myydä itse kasvattamiaan vihanneksia sekä itse poimittuja marjoja tai sieniä.

Kesä on mielestäni parhain aika koko Kulttuurinkulkijalle, koska liikkuminen on helppompaa ja lämpötila mahdollistaa myös ulkonaolon. Ilomantsissa talvi on yleensä kylmä ja runsasluminen, mikä on varmasti eteläsuomalaisille ja erityisesti ulkomaalaisille eksoottista. Talven aikaan voisi kehittää husky-safarien lisäksi esimerkiksi moottorikelkkasafareita ja hyödyntää Pogostan Hiihto -kilpailun hengessä mahtavat hiihtomahdollisuudet. Luistelutapahtuma, leikkimielinen lumenveistokilpailu, ohjattu lumikenkäväely kunnonkohotuksen merkeissä tai vaikka pilkkikisat olisivat toteutuskelpoisia tapahtumia talven aikaan. Tärkeintä olisi tuottaa asiakkaalle elämys. Rajasin tutkimuksen käsittämään vain kesäaikaa, eikä talvisesonki Kulttuurinkulkijaan varsinaisesti liity, mutta tässä on kuitenkin ideoita Ilomantsin talvimatkailun kehittämiseksi.

Noin 100 kilometriä Ilomantsista sijaitsee pieni Rääkkylän kunta, jossa on vuodesta 1991 järjestetty kansamusiikkiin keskittynyt Kihaus-festivaali. Ilomantsissakin voisi ehkä ajatella samantyyppistä festivaalia. Isomman tapahtuman järjestäminen vaatii hyvän idean ja teeman menestyäkseen. Olisiko Ilomantsilla varoja sekä voimavaroja tällaiseen? Esimerkiksi Kanteleleirin yhteyteen voisi järjestää viikonlopun kestävänsä konsertti- ja kansanmusiikitapahtuman, mutta se voisi viedä Kihaukselta asiakkaita, tai toisinpäin. Festivaalitarjontaa ei ole koskaan ollut näin runsas kuin nykyisin, ja asiakkailla on varaa valita, joten mielestäni isomman tapahtuman pitämiseen ei ole nyt sopiva aika. Voisi aloittaa pienemmillä tapahtumilla, joita Ilomantsissa järjestetään jo. Esimerkiksi kesällä voisi pitää Avoimet ovet -päivät, jolloin kaikkiin ilomantsilaisiin nähtävyyksiin ja kohteisiin olisi ilmainen pääsy erikoistarjouksineen. Tämä saisi paikallisetkin asukkaat liikkeelle.

Yksi Kulttuurikulkijan majoituspaketti (2011) on jo olemassa ja varattavissa Karelia Expertin kautta. Pakettiin kuuluu majoittautuminen Hotelli Pääskynpesässä, sekä vierailut Kulttuurikulkijan kohteissa. Vaihtoehtona voisi olla samantyyppinen paketti, jossa majoituttaisiin esimerkiksi Maukkulan mustikkamäellä, joka on valmiiksi reitin kohde. Majoitusvaihtoehtoina voisi ajatella myös muita Ilomantsissa sijaitsevia maa-seutumatkailuyritysten majoituspalveluja. Pakettiin voisi sisällyttää myös maisema-

ajelun vaikuttavissa harju- ja vaaramaisemissa. Mielestäni Kulttuurikulkija on itsessään kuin Ilomantsin käyntikortti ja sen avulla edistää koko Ilomantsin matkailua. Vuoden alusta on alettu vauhdilla suunnitella tulevaa kesäsesonkia, ja sen tuloksena on tullut jo myyntiin Kulttuurimatka Ilomantsiin, runon ja rajan maisemiin, ryhmämatka, jossa perehdytään karjalaiseen kulttuuriin, sorahistoriaan ja Möhkön ruukin menneisyyteen. Matka on varattavissa 1.5.–31.8.2012. Samoin uutena matkana on tullut Muistojen matka Ilomantsiin -ryhmämatka, jossa vierailaan sotahistorian hengessä muun muassa Taistelijan Talolla ja Parpeinvaaralla Kenraali Raappanan majalla. (VisitKarelia.fi ryhmille ja yrityksille 2012.) Tammikuun 2012 lopussa pidettiin Ilomantsin matkailun kehittämiseen liittyvä yleisöllekin avoin Master Plan -hankkeen seminaari, jossa pyrittiin ideoimaan muun muassa Kulttuurinkulkija-konseptia. Kesä 2012 alkaa siis jo hahmottua. Esitteet ja muut materiaalit tulevat painosta alkukevään aikana

6.2 Markkinointi ulkomaalaisille asiakkaille

Kyselyni perusteella Ilomantsin alueella käy ulkomaalaisista asiakkaista eniten saksalaisia. Eteläeurooppalaiset ja Skandinavian alueen ihmiset ovat toiseksi suurin vierailijaryhmä, myös kauempaa muun muassa Australiasta ja Aasiastakin asti on turisteja saapunut Ilomantsiin. Kun olen jutellut ulkomaalaisten asiakkaiden kanssa kesätyöni yhteydessä, olen havainnut, että heitä kiinnostaa Suomen yötön yö, puhdas luonto ja huikeat maisemat monine järvineen. Kesä on monen ehdoton valinta, koska talvisin on liian kylmä. Sain selville myös miksi Ilomantsi kiehtoo ulkomaalaisia: aito kantelemusiikki oli monen ehdoton suosikki.

Ilomantsia ei varsinaisesti yksinään markkinoida ulkomaille, vaan se on osa isompaa kokonaisuutta, Pohjois-Karjalaa ja koko Suomea. Pienen paikkakunnan on vaikea ilman suurta vetovoimatekijää erottautua ja markkinoida itseään maailmanlaajuisesti. Siihen saa apua esimerkiksi matkailuorganisaatioilta, kansainvälisiltä messuilta tai muilta yhteistyötahoilta. Pidän tärkeimpänä asiana ulkomaalaisille markkinoinnissa sitä, että jo paikkakunnalla vierailleet ovat saaneet parasta mahdollista palvelua, sekä heillä on halu tulla uudestaan ja kertoa kokemuksistaan muille. Tämä jo aikaisemmin mainitsemani niin sanottu puskaradio on tehokas ja ennen kaikkea halpa markkinointikeino.

Saksalaisten kiinnostuksesta Ilomantsiin ja Pohjois-Karjalaan esimerkkinä kesällä 2009 kuvattu jakso Borowskin Tango, joka on suosittu saksalainen Tatort- niminen poliisisarja. Sen näki kotimaassaan 6,21 miljoonaa katsojaa ja pääosan esittäjä Axel Millberg arveli elokuvan tuovan lisää turisteja Ilomantsiin. Elokuvan kuvauspaikoille ei kuitenkaan tullut suurta ryntäystä. (Turisteja, Komissario Borowski 2011, 5). Sinä kesänä ainakin saksalaiset elokuvantekijät saivat suuren kulttuuriannoksen Ilomantsista.

Euroopan unioni on aloittanut hankkeen, jossa pohjoiskarjalalaiset metsät halutaan hyötykäyttöön. Tavoitteena on tehdä niistä kiinnostavia virkistytymispaikkoja, joissa voi muun muassa halailla puita ja kerätä luonnon antimia. Kohderyhmänä olisivat Venäjän, Keski-Euroopan ja etenkin Japanin miljoonakaupunkien asukkaat. Hiljaisuus ja järvien läheisyys nähdään Ilomantsin metsien valttina hyvinvointimatkailussa. (Japanilaisturistit halutaan halaamaan Ilomantsiin puita 2012.) Pidän tätä hyvänä ideana, koska alueella on paljon käyttämätöntä metsää, mutta täytyy pitää huolta, ettei metsiä turmella tai vahingoiteta niiden kasvustoa ja samalla Ilomantsi saisi kaipaamaansa mainetta ulkomailla.

Sain kutsun Matka2012- messuille Helsinkiin ja käytin tarjouksen hyväksi. Ilomantsi kuuluu VisitKarelia-konseptin alaisuuteen, joka kattaa myös muita pohjoiskarjalalaisia kuntia: Joensuu, Juuka, Kesälahti, Kitee, Kontiolahti, Koli, Lieksa, Liperi, Nurmes, Outokumpu, Polvijärvi, Rääkkylä, Tohmajärvi ja Valtimo. Pohjois-Karjalan eli VisitKarelian osasto oli väriykseltään kirkkaan pinkki, sekä sisälsi korkean rakennelman, jonka ylätasanteella oli istumapaikkoja esimerkiksi kokouksen pitämiseen. Alhaalla keskellä rakennelmassa oli esiintymislava. Rakennelma sekä värimaailma ilmenevät kuvassa 3, joka löytyi VisitKarelian sivulla pidetystä matkamessu2012 blogista. Esitteiden lisäksi jaossa oli messujen alkuvaiheessa karjalanpiirakoita ja niiden loputtua pieniä piirakanmuotoisia suklaakarkkeja. Arvontaan ja VisitKarelia.fi- sivustoon pystyi tutustumaan iPad- tablettitietokoneen avulla. Pidin väriä erikoisena, mutta samalla se erottui muitten varsin tavanomaisen värisistä osastoista. Muutenkin mielestäni kokonaiskuva VisitKareliasta oli positiivinen ja nykyaikainen. Matka2012 messut järjestettiin 19.1- 22.2012 Helsingin messukeskuksessa ja vierailijoita neljän päivän ammatti- ja yleisömessuilla kävi yhteensä 71 098. (Matkamessut 2012).



Kuva 3. VisitKarelian messuosasto 20.1.2012.

Sosiaaliset mediat ovat yrityksille nykypäivinä erittäin hyviä kanavia tavoittaa asiakkaat. Esimerkiksi Facebook-internet sivustolla (www.facebook.com) on katsottavissa Parppeinvaaran, Möhkön Ruukin ystävät, Möhkön Manta, Maukkulan Mustikkamäen, Petkeljärven, Hermannin, Katri Vala -Kulttuurikeskuksen ja kuntoutuskeskus Pääskynpesän sivustot, jotka ovat vain suomeksi. Kulttuurinkulkijan Ilomantsilla ei ole omaa Facebook sivustoa. Jos halutaan tavoittaa ulkomaalaiset, tulisi sivustojen olla ehdottomasti englanniksi. Muita sosiaalisen median kanavia ovat muun muassa Internetissä toimivat erilaiset blogit, Twitter.com, Plus.google.com ja YouTube.com, josta löytyy tällä hetkellä videomateriaalia Runonlaulajan pirtiltä ja esittelyvideo Möhköstä. Sosiaaliset mediat ovat halpa ja reaaliaikainen tapa tavoittaa ihmiset ympäri maailmaa.

Kauppalehden pääkirjoituksessa *Suomi on matkailun lilliputti* 27.12.2011 ilmenee, että Suomi on jäljessä verrattuna muihin EU-maihin matkailun osalta. Suomen bruttokansantuotteesta matkailun osuus on vain 2,3 % kun taas EU:n keskiarvo on 6. Kaikkea potentiaalia ei ole Suomessa hyödynnetty, oikeanlaisten asioiden kuten puhtaan luonnon, talven ja joulupukin brändäämisellä voitaisiin nostaa matkailulukuja. Ulkomaalaiset matkailijat tuovat maahan rahaa 3-4 miljardia euroa vuosittain ja matkailuala työllistää noin 70 000 ihmistä. Vuonna 2010 Suomessa kävi 6,2 miljoonaa ulkomaista matkailijaa, joista 41 prosenttia oli venäläisiä. Suomen tulevaisuuden valtti on siis matkailussa Venäjä, joka tulee ottaa huomioon muun muassa tulevissa matkai-

luinvestoinneissa. Matkailumarkkinoinnin painopiste on Suomessa viime vuosina ollut Lapin sijaan Itä-Suomi.

Ilomantsin itäisen sijainnin vuoksi tulisi venäläisetkin asiakkaat ottaa huomioon. Aikaisemman kokemuksen mukaan venäläiset eivät Kulttuurinkulkijan kohteissa, niin paljon kuin esimerkiksi saksalaiset, mutta tähän asiaan voisi tehdä muutoksen. Ilomantsia tulisi markkinoida venäläisille, joilla on jo tietoa ja kokemusta esimerkiksi ortodoksisuudesta, muttei itäsuomalaisesta ruokakulttuurista. Sotahistoriallisia kohteita täytyy kuitenkin mainostaa harkinnan mukaan.

7 POHDINTA

Opinnäytetyöni on mielestäni vaatavuudeltaan keskitasoa. Noin puolet työstäni on teoriaa, jonka etsiminen ja kirjoittaminen olivat samanlaista, mitä opinnoissani olen tähänkin asti tehnyt. Materiaalia löysin helposti ja matkailun teoriaa kirjoittaessani ei varsinaisesti tullut mitään uutta, syvensin jo aikaisempaa tietämystäni. Esimerkiksi markkinoinnin perusteita ja tapahtumajärjestämistä olen käytännössä harjoitellut koulutusohjelmaani kuuluvilla kursseilla. Matkailunteoria kiinnostaa minua ja tämä työ vahvisti sen, että haluan tulevaisuudessa työskennellä matkailun ja kulttuurien parissa. Oman paikkakunnan historiaa käsittelevä luku oli minulle suurimmaksi osaksi tuttua ja samalla helppoa ja vaivatonta kirjoittaa. Jotta voisi ymmärtää paremmin vieraita kulttuureita ja eri maista tulevia ihmisiä, on tärkeintä ensin tuntea oma kulttuurinsa.

Haasteeksi muodostui aika ja lähteiden runsaus. Oli vaikeaa rajata kaikkea lähdemateriaalia, varsinkin artikkelien osalta, joita olin ennalta kerännyt paljon. Ilomantsin ja sen matkailu elää kokoajan, joten uusia artikkeleita ja tiedotteita päivittyi jatkuvasti. Työn rajaaminen vuosien 2010 ja 2011 kesäaikaan oli hyvä päätös, jolloin pystyin keskittymään niin sanotusti vanhoihin artikkeleihin. Etuna pidän myös sitä, että kotipaikkakunnan asiat ja Kulttuurikulkijaan liittyvät toimijat olivat minulle ennalta tuttuja ja sain heiltä apua ja vastauksia kysymyksiini helposti. Kesätyöni Runonlaulajanpirtillä antoi hyvän kokonaiskatsauksen Ilomantsin matkailuun. Aloitin opinnäytetyöni kesällä 2011, jolloin aloitin lähdemateriaalien etsimisen. Itse kirjoitustyö tapahtui alkutalvesta 2011, opintojen ohella. Koulu, työn, sekä vapaa-ajan harrastuksien sovittaminen opinnäytetyön kirjoittamiseen koin haastavaksi, mutta suunnitelmallisuudella ja

järjestelmällisyydellä siitä selvisin. Myös laajemman tekstin kirjoittaminen ei ole ollut minulle helppoa, mutta tunsin työn edetessä samalla kehittyvän tekstin tuottamisessa.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyöprosessi on vahvistanut ammatillista kasvuani. Päätöksentekokykyyni ja ajanhallinnan tärkeys on kohdallani kasvanut itsenäisen työskentelyn myötä. Työn tekeminen syvensi siis jo aikaisempaa tietämystäni ja opetti uutena asiana tutkimuksen teon ja vastausten analysointia. Uskon, että työstäni on hyötyä toimeksiantajalleni ja Ilomantsin matkailulle, jotka saavat toivottavasti uuden näkökulman ja innovatiivisia ideoita tulevaisuuden varalle.

Juice Leskinen esitti vuonna 1981 euroviisukarsinnoissa kappaleen *Ilomantsi*, jonka sanoituksen kanssa olen täysin samaa mieltä:

*Ilomieli nousee yli vaarojen,
Aina byrokraatin voittaa ihminen.
Ilomantsi on Karjalan A,
Sitä kyllä on syytä mainostaa.*

*Ilomantsi paratiisi on,
Voittaa, voittaa television!*

LÄHTEET

Björn, I. 2006. Ilomantsin Historia. Ilomantsi: Ilomantsin kunta.

Björn, I. & Vikkula A. 1991. Suur-Ilomantsin Historia. Pieksämäki: Enon, Ilomantsin ja Tuupovaaran paikallishistoriatoimikunta.

Borg, P. 1999. Riskien maailma ja matkailun kehittäminen. Teoksessa Matkailu ja globalisaatio, toim. Pasi Saukkonen. s. 27-30. Helsinki: Suomen YK-liitto.

Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi: matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Helsinki: WSOY.

Boxberg, M., Komppula, R., Korhonen, S. & Mutka, P. 2001. Matkailutuotteen markkinointi ja jakelukanavat. Helsinki: Edita.

EAKR-projektin loppuraportti. Parppeinvaaran kehittämishanke. 2011. Ilomantsin kunnan arkisto.

Haavio, M. 1985. Viimeiset runonlaulajat. Porvoo: WSOY.

Hanka, H. 2003. Sadan enkelin kirkko: Ilomantsin kuvakirkon kaksi vuosisataa. Jyväskylä: Minerva kustannus Oy.

Harinen, T. 2011. Karelia Expert Oy:n myyntipäällikkö/lomamökit. Sähköpostitse 7.10.2011.

Hermannin Viinitila Oy. 2012. Hermannin Viinitila. Saatavissa: <http://www.hermanninviinitila.fi/> [viitattu 11.1.2012].

Hulkko, H. 2011. Parppeinvaaran kehittämishankkeen projektisihteeri. Sähköpostitse 26.9.2011.

Ilomantsi on Suomen kyläyönteisin kunta. 2011. Yle.fi. Uutisarkisto. Saatavissa: http://yle.fi/alueet/pohjoiskarjala/2011/09/ilomantsi_on_suomen_kylamyonteisin_kunta_2871124.html [viitattu 15.9.2011].

Ilomantsin Kunnanhallituksen pöytäkirja. 2008. § 81, 235 Parpeinvaaran kehittämishanke. Saatavissa: <http://mv-dynasty.pohjoiskarjala.net/Dynasty/Ilomantsi/kokous/KOKOUS-630-8.HTM> [viitattu 15.12.2008].

Ilomantsin Kunnanhallituksen pöytäkirja. 2011. § 265. Sopimus Kulttuurikulkijan Ilomantsi -konseptin käyttöoikeuden siirrosta Ilomantsin Matkailuyhdistykselle. Saatavissa: <http://webdynasty.pohjoiskarjala.net/Dynasty/Ilomantsi/kokous/20111068-12.HTM> [viitattu 7.11.2011].

Ilomantsin kunta. 2009. Energian lähteillä – Ilomantsin bioenergiamalli. Saatavissa: <http://www.ilomantsi.fi/Resource.phx/sivut/sivut-ilomantsi/bio-energia/bioenergia-paasivu.htx> [viitattu 14.4.2009].

Ilomantsin kunta. 2011. Yleistietoa Ilomantsista. Saatavissa: <http://www.ilomantsi.fi/Resource.phx/sivut/sivut-ilomantsi/kunta/yleisesittely.htx> [viitattu 25.10.2011].

Jalkanen, P., Laitinen, H. & Tenhunen, A. 2010. Kantele. Helsinki: SKS.

Jääskeläinen, L., Kapusta, L., Simonen, J., Heikkinen, K. & Mikkonen, T. 1992. Sara-faanit ja feresit. Joensuu: Pohjois-Karjalan museo.

Kotiseutuni Ilomantsi: Kalevala-kunnan kotiseutulukemisto.1987. Kuopio: Kustannuskiila Oy.

Kulttuurikastetta lähtee Pampalosta jo kaksi kertaa viikossa. 2011. Yle.fi. Uutisarkisto. Saatavissa: http://yle.fi/alueet/pohjoiskarjala/2011/04/kulttuurikastetta_lahtee_pampalosta_jo_kahdesti_viikossa_2542398.html [viitattu 27.4.1012].

Kulttuurikulkijan Ilomantsi. 2012. Ilomantsin matkailuyhdistys ry. Saatavissa: <http://www.ilomantsiin.fi/yhdistysinfo> [viitattu 19.1.2012].

Kuukka, V., Majamaa, R. & Vepsä, H. 2002. Elias Lönnrot: taitaja, tarkkailija, tiedemies. Helsinki: SKS.

Lappalainen, M. 2011. Kulttuurikulkijan Ilomantsi 2011 opas- ja asiakaspalvelukurs-
sin materiaalin PowerPoint-esitys.

Luukkarinen, A. & Heikkilä-Palo, L. 1995. Käspaikat: pyhäiset pyyhkiet. Heinävesi:
Valamon luostari.

Lyytikäinen, V., Luotonen, H., Hokkanen, T. & Kolström, T. 2006. Ilomantsi –
Vihreän vyöhykkeen keskus. Ilomantsi: Ilomantsin Kunta.

Maaseudun Sivistysliitto. 2012. Katri Vala Kulttuurikeskus. Saatavissa:
<http://www.msl.fi/index.php?pid=160> [viitattu 11.1.2012].

Matkamessut. 2012. Matka Nordic Travel Fair. Saatavissa:
<http://web.finnexpo.fi/Sites1/Matka/Sivut/default.aspx> [viitattu 12.1.2012].

Metsähallitus. 2012. Luontoon.fi Petkeljärven Kansallispuisto. Saatavissa:
<http://www.luontoon.fi/retkikohteet/kansallispuistot/petkeljarvi/Sivut/Default.aspx>
[viitattu 19.1.2012].

Möhkö.net. 2012. Petkeljärven Retkeilykeskus. Saatavissa:
<http://www.mohko.net/mohkon%20toimijat%20petkeljarvi.htm> [viitattu 11.1.2012].

Möhkön ruukki. 2012. Saatavissa: <http://www.mohkonruukki.fi/index.htm> [viitattu
9.1.2012].

Parppeinvaaran Runokylä. 2012. Saatavissa: <http://www.parppeinvaara.fi/> [viitattu
9.1.2012].

Partanen, S. J. 2009. Kun Suomi etsi itseään viertoteiltä ja matkailureiteiltä. Teoksessa
Tunne maasi! Suomen matkailun kehitys ja kehittäjiä, toim. Seppo J. Partanen ja Risto
Hemming. s. 9. Tuusula: Hipputeos Oy.

Pesonen, I., Mönkkönen, T. & Hokkanen, T. 2000. Menestyvä matkailuyritys. Helsin-
ki: Edita.

- Petrisalo, K. 1999. Perinnekulttuurit matkailun elämysteollisuudessa. Teoksessa Matkailu ja globalisaatio, toim. Pasi Saukkonen, s. 42–52. Helsinki: Suomen YK-liitto.
- Pihlström, B. 2009. Matkailun kasvu ja valtataistelu johtivat MEKin perustamiseen. Teoksessa Tunne maasi! Suomen matkailun kehitys ja kehittäjiä, toim. Seppo J. Partanen ja Risto Hemming, s. 76–77. Tuusula: Hipputeos Oy.
- Pohjois-Karjala ryhmämatkaesite. 2011. Ilomantsi. Karelia Expert Matkapalvelut Oy.
- Sallinen, H. 2011. Kulttuurimatkailija. Karjalainen. 16.7.2011.
- Suomen YK-liitto. 1999. Matkailu ja globalisaatio, toim. Pasi Saukkonen, s. 5. Helsinki: Suomen YK-liitto.
- Suomi on matkailun lilliputti. Kauppalehden pääkirjoitus 27.12.2011.
- Taistelijan Talo. 2012. Tervetuloa Taistelijan Talolle! Saatavissa: <http://www.taistelijantalo.fi/index.htm> [viitattu 12.1.2012].
- Taito Pohjois-Karjala. 2012. Taitokeskus Ilomantsi, Pirolan Piha. <http://www.taitopohjoiskarjala.fi/keskukse/ilomants.html> [viitattu 11.1.2012].
- Turisteja, komisario Borowski. Helsingin Sanomat. TV-liite Television viikko. 25.11-1.12.2011.
- Turunen, A. 1987. Mantsin laulu: Ilomantsin ja sen lähitienoiden kalevalaista kansanrunoutta. Joensuu: Karjalaisen Kulttuurin Edistämissäätiö.
- Turunen, M. & Valakari, P. 1998. Maaseutumatkailu: yrittäjän opas. Helsinki: Maaseutumatkailun teemaryhmä.
- Uusitalo, L. & Joutsenvirta, M. 2009. Kulttuuriosaaminen: tietotalouden taitolaji. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Vallo, H. & Häyrynen, E. 2010. Tapahtuma on tilaisuus. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Valtion ympäristöhallinto. Pohjois-Karjalan ympäristökeskus. 2006. Saatavissa:
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=211467&lan=FI> [viitattu 30.11.2006].

VisitKarelia.fi. Ryhmille ja yrityksille. 2012. Saatavissa:
<http://visitkarelia.infogate.fi/infogate/online/fi/selaa/ryhmille-ja-yrityksille/kulttuuria-ja-sotahistoriaa> [viitattu 23.1.2012].

VisitKarelia.fi. 2012a. Karelia Expert Matkailupalvelut Oy. Saatavissa:
http://visitkarelia.fi/Suomeksi/Tutustu/Me_palvelemme.iw3 [viitattu 9.1.2012].

VisitKarelia.fi. 2012b. VisitKarelia kehittyy. Saatavissa:
http://visitkarelia.fi/Suomeksi/Tutustu/Visitkarelia_kehittyy.iw3 [viitattu 9.1.2012].



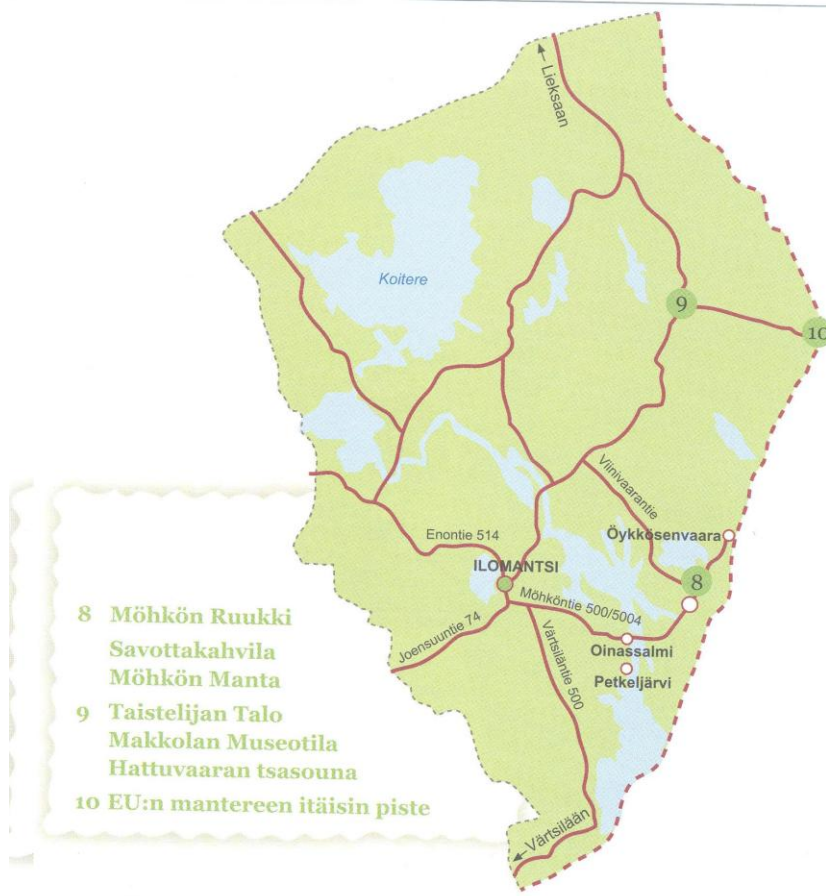


- 1 Hermannin Viinitorni
- 2 Evankelis-luterilainen kirkko
- 3 Ortodoksinen Pyhän Elian kirkko
- 4 Nukke- ja nalletalo
- 5 Katri Vala Kulttuurikeskus
- 6 Pirolan Piha
- 7 Parppeinvaaran Runokylä Ravintola Parppeinpirtti



- 1 Viinitorni
- 2 Evankelis-luterilainen kirkko
- 3 Ortodoksinen Pyhän Elian kirkko
- 4 Nukke- ja nalletalo
- 5 Katri Vala Kulttuurikeskus
- 6 Pirolan Piha
- 7 Parppeinvaaran Runokylä Ravintola Parppeinpirtti





Kulttuurikulkijan Ilomantsin tapahtumia 2011:**Toukokuu**

- 1.5. Möhkön Vappu!
 Kaiken kansan vappumarssi
 18.5. Kansainvälinen museopäivä
 Möhkön ruukilla. Eurolla museoon
 27.5. Kesäkauden avajaiset
 Pääskynpesän terassilla

Kesäkuu

- 1.-2.6. Huhuksen rukoushuoneen
 praasniekka
 6.6. Lehmäleiri, Maukkulan Mustikkamäki
 8.6. Pikkuväen Parpei-päivä
 10.6. Terassitapahtuma Pääskynpesässä
 11.-12.6. Akkain praasniekka
 - Kalevalaisten Naisten Liiton
 valtakunnalliset kulttuuripäivät
 17.-23.6. Möhkön retkiviikko
 19.6. Parpeinvaaran praasniekka
 24.6. Juhannustanssit Pääskynpesässä
 25.6. Juhannuskokko ja tanssit
 Möhkön kyläyhdistys
 26.6. Möhkön Suvijuhla
 27.6.-1.7. Nukke- ja nalleleiri, Iljalan pappila
 28.-29.6. Petrun praasniekka Hattuvaarassa

Heinäkuu

- 1.-31.7. Pietari Toropaisen pilvilinna,
 Möhkön teatteri
 5-7., 12.7., 19.7. ja 26.7.
 Takojan tiistai, Möhkön ruukki
 6.7., 13.7., 20.7. ja 27.7.
 Työnäytös, Pirolan Piha

- 7.7. ja 21.7. Terassitanssit Pääskynpesässä
 17.7. Möhkön ruukkipäivä
 18.-24.7. Parpeinvaaran perinneviikko
 19.-20.7. Iljan Praasniekka
 Pyhän Elian kirkossa
 21.-22.7. Perinneruokapäivät
 Ravintola Parpeinpirtissä

Elokuu

- 1.8. Lehmäleiri, Maukkulan Mustikkamäki
 2.8. ja 11.8. Terassitapahtuma Pääskynpesässä
 6.8. Elokokkotanssit ja rantakalailta,
 Möhkön kyläyhdistys
 Tanssilauantai ja Yövesijuoksu,
 Petkeljärven retkeilykeskus
 13.-14.8. Elobriegut Parpeinvaaralla
 16.8. Kuutamokirkko,
 Möhkön kyläyhdistys
 20.-21.8. Blueberry Hill blues & jazz,
 Maukkulan Mustikkamäki

Syyskuu

- 7.-8.9. Emän praasniekka Mutalahdessa
 13.-14.9. Sonkajan tsasounan praasniekka
 17.9. Valon yö. Marko Tuovisen Lauluja
 Möhkön yössä -konsertti

Lokakuu

- 8.-9.10. Runobriegu

Aineiston on tuottanut Parpeinvaaran
 kehittämishanke. Emme vastaa
 mahdollisista muutoksista tai virheistä.

**Kulttuurikulkijan Ilomantsin tapahtumia 2010:****Toukokuu**

- 1.5. Möhkön Vappu
 9.5. Äitienpäivä Möhkö/Petkeljärvi
 30.5. Parpeinvaaran praasniekka

Kesäkuu

- 1.6. Katri Vala Kulttuurikeskuksen avajaiset
 2.6. Raja, Raappana, Rukajärvi -näyttelyn avajaiset, Parpeinvaara
 9.6. Pikkuväen Parpei-päivä
 11.6. ITE Vaaroilla -näyttelyn avajaiset, Parpeinvaara
 18.-24.6. Möhkön retkiviikko
 26.6. Juhannustanssit ja -kokko Möhkössä
 27.6. Möhkön Ruukin Suvijuhla
 28.-29.6. Petrun praasniekka, Hattuvaara
 28.6.-2.7. Nukke- ja nalleleiri, Iljalan Pappila

Heinäkuu

- 1.-25.7. Kyllä kylä tietää -kesäteatteriesitykset Möhkössä
 11.7. Möhkön Ruukkipäivä
 12.-18.7. Parpeinvaaran Perinneviikko
 15.-16.7. Perinneruokapäivät, Ravintola Parpeinpirtti
 19.-20.7. Iljan praasniekka, Pyhän Elian kirkko

Elokuu

- 7.8. Möhkön Rantakalailta ja Elokokkotanssit
 14.-15.8. Kalevalainen Runomaratoni, Parpeinvaara

Syyskuu

- 4.9. Valon yö Möhkössä
 10.-12.9. Hattumaan Eräpäivät
 11.9. Parpeinvaaran Elotapahtuma



Leimoja voi kerätä myös seuraavista pääsymaksuttomista kohteista oston yhteydessä:

Hermannin Viinitila
Käymiskuja 1, puh. 0207 789 230

Hermannin Viinitorni
Kappalaisentie 1, puh. 0207 789 233

Kuntoutuskeskus/Hotelli Pääskynpesä
Henrikintie 4, puh. (013) 6821 400,
6821 200

Pirolan Piha
Kauppatie 26, puh. 050 315 6950

Mantsin Makie
Teollisuustie 6, puh. (013) 883 109

Ravintola Parppeinpirtti
Parppeintie 4, puh. 010 239 9950

Petkeljärven retkeilykeskus
Petkeljärventie 61, puh. 041 436 1790

Möhkön Manta
Möhköntie 210, puh. 040 861 6373

Maukkulan Mustikkamäki
Toukka-ahontie 9 a, puh. 040 740 3002,
040 545 3405

Kulttuurikulkijan passi

Katsele, kuljeskele, kuuntele.
Kulttuurikulkijan Ilomantsi tarjoaa
omaleimaisia kohteita.
Tule ja tutustu!

Kesä 2011



Kerää 5 leimaa pääsymaksun tai oston yhteydessä Ilomantsin kulttuurikulkijan kohteissa. Palauttaessasi täyden passin johonkin kohteista saat itsellesi kulttuurikulkijan kassin. Passi on henkilökohtainen. Yksi leima/käyntikerta.

Leima 1
Leima 2
Leima 3
Leima 4
Leima 5

Parppeinvaaran Runokylä (5 €)

Parppeintie 4, puh. (013) 881 248
www.parppeinvaara.fi

- Kukkilinnun kauneutta – käsipaikka- ja feresinäyttely
- Raja, Rappana, Rukajärvi – Rajakenraalin majan uudistettu näyttely
- Uutuuskohde Eläinmuseo

Nukke- ja nalletalo (2 €)

Kauppatie 38, puh. 040 778 7502
Yli 2000 käsintehdyn nuken ja nallen kokoelma. Vanhimmat nuket 1920-luvulta.

Katri Vala Kulttuurikeskus (3 €)

Katri Valan tie 1 a, puh. 050 469 1520
www.msl.fi/katrivala

- Sininen ovi – Katri Vala 110-vuotta
- Pogostan ja Ilomantsin koulut
- Ilomantsin valokuvakesä
- Tule ja tunnista – vanhoja valokuvia

Möhkön ruukki (5 €)

Möhköntie 209, Möhkö, puh. 050 342 8825
www.mohkonruukki.fi

- Lippa ja Ileri – päähineen kulttuurihistoriaa
- Möhkönvirta 2011 taidenäyttely

Taistelijan Talo (6 €)

Hatuntie 387 a, Hattuvaara
Puh. 0400 273 671, www.taistelijantalo.fi
Kunniansoituksena sotiemme veteraaneille rakennettu talo, jossa sotahistorialliset näyttelyt.

Leimoja voi kerätä myös seuraavista pääsymaksuttomista kohteista oston yhteydessä:

Ravintola Parpeinpirtti

Parpeintie 4, puh. 010 239 9950

Hermannin Viinitila

Käymiskuja 1, puh. 0207 789 230

Hermannin Viinitorni

Kappalaisentie, puh. 0207 789 233

Mantsin Makie

Teollisuustie 6, puh. (013) 883 109

Möhkön Manta

Möhköntie 210, puh. 040 861 6373



**Rautaa
kultaa
kalevalaa**



**Ilomantsi
pohjois-karjala**



Kulttuurikulkijan passi

Katsela, kuljeskele, kuuntele.
Kulttuurikulkijan Ilomantsi tarjoaa
omaleimaisia kohteita.
Tule ja tutustu!

Kesä 2010



Kerää 5 leimaa pääsymaksun yhteydessä Ilomantsin kulttuurikulkijan kohteissa. Palauttaessasi täyden passin johonkin kohteista saat itsellesi kulttuurikulkijan kassin. Passi on henkilökohtainen. Yksi leima/käyntikerta.

Parpeinvaaran Runokylä (5 €)

Parpeintie 4, puh. (013) 881 248
www.parpeinvaara.fi

- Puuta ja Pronssia – Kalevala Korun muotoilua 1940-luvulta
- Raja, Raappana, Rukajärvi – uudistettu näyttely
- Rajakenraalin majalla

Nukke- ja nalletalo (2 €)

Kauppatie 38, puh. 040 778 7502
Yli 2000 käsintehdyn nukken ja nallen kokoelma.
Vanhimmat nukket 1920-luvulta.

Katri Vala Kulttuurikeskus (3 €)

Katri Valan tie 1 a, puh. 050 469 1521
www.msl.fi/katrivala

- Näyttelyt
- Sininen ovi – Katri Vala
 - Ilomantsin ja Pogostan koulut
 - Ilomantsin taitajat

Möhkön Ruukki (4 €)

Möhköntie 209, Möhkö, puh. (013) 884 111
www.mohkonruukki.fi

- Kaikki kahville! -näyttely
- Möhkön yksinäinen -paikkasidonnainen mediataideteos
- Taidenäyttelyt vanhalla ja uudella masuunilla

Taistelijan Talo (5 €)

Hatuntie 387 a, Hattuvaara
Puh. 0400 273 671, www.taistelijantalo.fi
Kunniansoituksena sotiemme veteraaneille rakennettu talo, jossa sotahistorialliset näyttelyt.

Vipuvoima
EU:lta



Aineiston on tuottanut
Parpeinvaaran kehittämishanke.
Emme vastaa mahdollisista
muutoksista tai virheistä.

Leima 1



Leima 2

PARPEINVAARA
Ilomantsi

Ravintola
Parpeinpirtti
Parpeintie 1, 82900 Ilomantsi
puh./fax 013-881 094



MÖHKÖN
RUUKKI
ILOMANTSI



PETÄJÄVAARA

ILMOMANTSIN KUNTA



Ilomantsin kunta

Ilomantsin kunnan ja Ilomantsin matkailuyhdistys ry:n välinen sopimus Kulttuurikulkijan Ilomantsi –konseptin käyttöoikeuden siirrosta

Sopijapuolet	<p>Ilomantsin kunta Kunnanjohtaja Markku Lappalainen Soihtulantie 7 82900 Ilomantsi</p> <p>Ilomantsin matkailuyhdistys ry Pj. Jaakko Hirvonen Henrikintie 4 82900 Ilomantsi</p>
Sopimuksen sisältö	<p>Ilomantsin kunnan hallinnoimassa Parpeinvaaran kehittämishankkeessa on kehitetty Kulttuurikulkijan Ilomantsi –konsepti, jota on käytetty Ilomantsin paikalliseen kulttuuriperinteeseen perustuvien matkailupalvelujen tuotteistamiseen ja markkinointiin.</p> <p>Tällä sopimuksella Ilomantsin kunta ja Ilomantsin matkailuyhdistys ry sopivat Kulttuurikulkijan Ilomantsi –konseptin käyttöoikeuden siirrosta seuraavaa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ilomantsin matkailuyhdistys ry saa käyttöönsä Kulttuurikulkijan Ilomantsi –konseptin nimen ja konseptille suunnitellun graafisen ilmeen käyttöoikeuden. Graafisen ilmeen on suunnitellut IhanKiva Design. 2. Ilomantsin matkailuyhdistys ry voi käyttää Parpeinvaaran kehittämishankkeen tuottamaa konseptiin liittyvää kuva-aineistoa markkinoinnin tarpeisiin. Kuvia julkaistaessa on mainittava Parpeinvaaran kehittämishanke ja kuvaajan nimi. 3. Käyttöoikeudet siirtyvät Ilomantsin kunnalta Ilomantsin matkailuyhdistys ry:lle vastikkeetta.
Voimassaolo	<p>Mikäli Ilomantsin matkailuyhdistys ry:n toiminta lakkaa, palautuu Kulttuurikulkijan Ilomantsi –konseptin käyttöoikeus Ilomantsin kunnalle.</p> <p>Tätä sopimusta on tehty kaksi samanlaista kappaletta, yksi kummallekin sopijapuolelle.</p> <p>Ilomantsissa ____ . ____ . 2011</p>

ILOMANTSIN KUNTA

ILOMANTSIN MATKAILUYHDISTYS RY

Markku Lappalainen
Kunnanjohtaja

Jaakko Hirvonen
Puheenjohtaja



KULTTUURIKULKIJAN ILOMANTSI

1. Kävijämäärät kesäsesongin aikana?

- 2010?

- 2011?

2. Ovatko Kulttuurikulkijan reitin kulkijat selkeästi vaikuttaneet tuottoon (kun oston yhteydessä sai leiman passiin)?

3. Kannattaisiko Kulttuurinkulkijaa jatkaa ensikin vuonna? Miksi?

4. Liittyen edelliseen kysymykseen, tuleeko mieleen parannusehdotuksia tuleville vuosille?

5. Ovatko myös ulkomaalaiset asiakkaat löytäneet Kulttuurinkulkijan, passin tai reitin?

6. Onko ulkomaalaisista turisteista suurin osa selkeästi tietyn kansalaisuuden edustajia? Jos on niin minkä?

7. Oliko informaatiota tarpeeksi esim. nettisivuilla, esitteissä ja kulttuurinkulkijan kartassa?

8. Pitäisikö Kulttuurinkulkijan eri kohteissa olla lisää ns. aktiviteetteja tai etuja juuri reitin kulkijoille?

9. Tulisiko jokin Ilomantsin nähtävyys/kohde ottaa mukaan Kulttuurinkulkijan reitille, joka ei aikaisemmin ole ollut mukana? Tai vastaavasti ottaa pois?

Kiitos paljon vastauksesta!