

Vastuullisia matkailureittejä aktiivisille seikkailijoille

Minna Aro

Opinnäytetyö
Matkailun liikkeenjohdon
koulutusohjelma
2021



Tekijä Aro, Minna	
Koulutusohjelma Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Vastuullisia matkailureittejä aktiivisille seikkailijoille	Sivu- ja liitesivumäärä 81 + 15
<p>Opinnäytetyö on toiminnallinen työ, jonka toimeksiantaja on Visit Finland. Siinä on suunniteltu vastuullisia matkailureittejä eri puolille Suomea omatoimisesti matkustaville kansainvälisille matkailijoille, jotka edustavat segmenttiä aktiiviset seikkailijat. Matkailupalvelujen tuotteistaminen matkailureiteiksi lisää Suomen kiinnostavuutta kansainvälisillä matkailumarkkinoilla.</p> <p>Työn tietoperustassa käsitellään vastuullista ja kestävä matkailua, esitellään eri kansallisuudet matkailijoina sekä esitellään matkailutuotteiden tärkeitä ominaisuuksia. Vastuullisilla teoilla vähennetään matkailun negatiivisia vaikutuksia ja pyritään kohti kestävä matkailua. Sustainable Travel Finland -merkin avulla matkailuyritykset kehittävät toimintansa vastuullisuutta ja viestivät siitä. Aktiiviset seikkailijat ovat aktiivisesta liikkumisesta luonnossa kiinnostuneita matkailijoita, jotka tulevat Suomen matkailustrategian päämarkkina- maista Saksasta, Iso-Britanniasta, Kiinasta ja Japanista. Digitaalisuus, saavutettavuus, elämyksellisyys ja vastuullisuus ovat matkailutuotteiden tärkeitä laatuun vaikuttavia ominaisuuksia.</p> <p>Työn aineiston muodostavat matkailuyritysten ja matkakohteiden englanninkieliset verkkosivut, joita tarkastellaan sisällönanalyysin avulla etsimällä aineistosta teemoja, luokittelemalla niitä ja tekemällä niistä lopuksi johtopäätöksiä. Luokittelun pääluokat ovat reiteille asetetut kriteerit digitaalisuus, saavutettavuus, elämyksellisyys ja vastuullisuus.</p> <p>Työn tuloksena syntyi neljä matkailureittiä. Kesäiselle Posiolle sijoittuva, saksalaisille matkailijoille kohdistettu reitti sisältää kalliokiipeilyä ja yömelontaa. Brittien reitillä syksyisellä Torrnsuolla patikoidaan lintuja tarkkaillen ja pyöräillään Liesjärvellä. Kiinalaisille on talvisia aktiviteetteja Saimaalla monessa eri kohteessa. Japanilaiset kalastavat ja osallistuvat koskenlaskuun Pohjois-Karjalassa sekä vierailevat Verlan tehdasmuseossa. Reitit ovat 4–6 päivän pituisia, ja niillä liikutaan junalla, vuokra-autolla ja lentokoneella. Kaikkiin reitteihin sisältyy majoitus- ja ruokakokemuksia sekä nähtävyyksiä.</p> <p>Työssä konkretisoitui vastuullisuuden merkitys matkailutuotteen laadulle. Sustainable Travel Finland -merkin saaneiden yritysten verkkosivuilla viestittiin vastuullisuudesta ja kerrottiin matkailijoille selkeämmin yrityksen tuotteista kuin muiden yritysten sivuilla. Englanninkielisten verkkosivujen merkitys tiedonlähteenä kansainväliselle matkailijalle todettiin suunnittelun aikana. Kehitysehdotuksena työssä tuli esille, että matkailuyritysten tulisi kuvata paremmin tuotteidensa elämyksellisyyttä ja kertoa aktiviteettien turvallisuudesta.</p> <p>Matkailureittien suunnittelu kansainvälisille matkailijoille on ajankohtaista ja tärkeää Suomeen saapuvan kansainvälisen matkailun edistämiseksi.</p>	
Asiasanat vastuullisuus, matkailureitit, luontomatkailu, elämyksellisyys	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Visit Finland	1
1.2	Suomen matkailustrategia.....	2
2	Vastuullisuus matkailussa	4
2.1	Kestävän kehityksen tavoitteita	4
2.2	Kohti kestävä matkailua	5
2.3	Vastuullisuus Suomen matkailustrategiassa	10
3	Aktiiviset seikkailijat.....	12
3.1	Saksalaiset matkailijat.....	14
3.2	Brittimatkailijat.....	16
3.3	Kiinalaiset matkailijat.....	17
3.4	Japanilaiset matkailijat	18
3.5	Eri kansallisuuksien eroja ja yhtäläisyyksiä	19
4	Matkailupalvelujen tuottaminen	23
4.1	Matkailureittien kehittäminen.....	24
4.2	Digitaalisuus	25
4.3	Saavutettavuus	25
4.4	Elämyksellisyys.....	26
4.5	Vastuullisuus.....	29
5	Työn toteuttaminen	32
5.1	Aineisto	33
5.2	Matkailureittien kriteerit	34
5.3	Matkailureittien suunnittelu.....	36
6	Kriteerien toteutuminen matkailureiteillä	39
6.1	Reitti 1: Kalliokiipeilyä ja melontaa kesällä saksalaisille	39
6.2	Reitti 2: Lintujen tarkkailua ja patikointia syksyllä briteille	45
6.3	Reitti 3: Hiihtoa ja lumikenkäilyä talvella kiinalaisille	49
6.4	Reitti 4: Koskenlaskua ja kalastusta loppukesällä japanilaisille	53
7	Pohdinta.....	58
7.1	Kehittämisehdotuksia	61
7.2	Työn ajankohtaisuus ja tarpeellisuus.....	63
7.3	Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi	63
	Lähteet	65
	Liitteet.....	82
	Liite 1. Reitti 1: Kalliokiipeilyä kanjonijärven rinteellä ja melontaa yöttömässä yössä...82	
	Liite 2. Reitti 2: Pyöräillen ja patikoiden hämäläisissä maisemissa	84
	Liite 3. Reitti 3: Lumisia aktiviteetteja talvisella Saimaalla.....	85

Liite 4. Reitti 4: Koskenlaskua, kalastusta ja kulttuuria.....	86
Liite 5. Route 1: Rock climbing and night kayaking in Lapland	88
Liite 6. Route 2: Hiking and biking in the landscapes of Tavastia	90
Liite 7. Route 3: Snowy activities at Saimaa	92
Liite 8. Route 4: Activities in the wild nature and learning of Finnish culture	94
Liite 9. Reittisuunnittelun prosessikaavio	96

1 Johdanto

Kuinka houkuttaa kansainvälisiä matkailijoita Suomeen? Meillä ei ole matkailun veto-
nauloina toimivia maailmanluokan nähtävyyksiä. Suomi on sijainniltaan kuin saari pohjois-
essa Euroopassa ja monien kansainvälisten matkailijoiden mielestä vaikeasti saavutetta-
vissa. Meillä on kuitenkin kaunis puhdas luonto, omaleimainen kulttuuri ja paljon mielen-
kiintoisia matkailutuotteita eri puolilla Suomea. Ongelmana on vain se, miten kansainväli-
set matkailijat löytävät runsaan matkailupalvelutarjontamme.

Matkailureitit ovat eräs ratkaisu asiaan. Matkailupalvelut ovat helpommin löydettävissä,
kun ne on paketoitu teemallisiksi kokonaisuuksiksi. Matkailureitit ovat matkailutuotteita,
joilla Suomi voi kilpailla kansainvälisillä matkailumarkkinoilla. Suomi näyttäytyy kiinnosta-
vampana matkakohteena, kun tarjolla on valmiita reittejä monipuolisine sisältöineen.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on lisätä matkailureittien valikoimaa kansainvälisille
matkailijoille. Työn toimeksiantaja Visit Finland antoi tehtäväksi suunnitella matkailureittejä
yhdelle Suomen matkailustrategian mukaiselle kansainvälisten matkailijoiden kohderyh-
mälle, ”aktiivisille seikkailijoille”, jotka tulevat Suomen matkailun päämarkkinoiksi määritel-
lyistä maista Saksa, Iso-Britannia, Kiina ja Japani. Matkailureittien tärkein näkökulma on
vastuullisuus, ja ne tuovat näkyvyyttä Sustainable Travel Finland -sateenvarjomerkin saa-
neille suomalaisille matkailuyrityksille ja matkakohteille. Lisäksi niiden avulla on tarkoitus
edistää vastuullisen matkailun toteutumista Suomessa ja tehdä Suomea näkyvämmäksi
vastuullisen matkailun kohdemaaksi.

Työni on toiminnallinen eli produktityyppinen työ, jonka tuloksena syntyy neljän matkailu-
reitien kuvaukset. Käytän tutkimusmenetelmänä sisällönanalyysiä, jonka avulla tarkastelen
vastuullisia matkailupalveluja tarjoavien yritysten ja kohteiden verkkosivujen sisältöä.
Suunnittelemani matkailureitit perustuvat englanninkielisten verkkosivujen tuotekuvauksiin
ja vastuullisuusviestintään.

1.1 Visit Finland

Visit Finland on osa Business Finlandia, työ- ja elinkeinoministeriön alaista yhtiötä, jonka
tehtävänä on tarjota innovaatorahoitusta ja kansainvälistymispalveluja suomalaisille yri-
tyksille (Business Finland a; Työ- ja elinkeinoministeriö 2021a). Visit Finlandin roolina on
edistää ulkomailta Suomeen tulevaa matkailua yhdessä matkailutoimialan kanssa. Se tu-
kee Suomessa toimivia matkailualan yrityksiä niiden pyrkimyksissä markkinoida ja myydä
matkailupalveluja Suomeen tuleville matkailijoille ja tarjoaa tähän erilaisia työkaluja ja kou-

lutusta. (Business Finland b.) Visit Finlandin päätavoitteena on luoda Suomesta kiinnostava ja houkutteleva matkakohde kansainvälisille matkailumarkkinoille, ja tätä tavoitetta varten se kehittää Suomen matkailubrändiä yhdessä alan yritysten, muiden vienninedistäjien sekä kansainvälistymispalveluja tarjoavan Team Finlandin kanssa. Toimintansa tukena se toteuttaa erilaisia hankkeita, joihin matkailualan toimijat voivat osallistua. (Business Finland b; Team Finland.)

Visit Finland kerää tietoa matkailualan toimijoilta Suomessa, analysoi sitä ja asettaa sen toimialan käyttöön. Se tuottaa myös markkinatietoa Suomen ulkopuolelta auttamaan matkailualan toimijoita suunnittelemaan markkinointia ja tuotteita. (Business Finland b.)

1.2 Suomen matkailustrategia

Visit Finlandin toiminnan ohjenuorana on matkailustrategia, jossa määritellään tavoitteet ja toimenpiteet matkailun kehittämiseksi. Matkailustrategian taustalla vaikuttaa Suomen hallituksen ohjelma ja ne kansainväliset sopimukset, joihin Suomi valtiona on sitoutunut. Matkailustrategia syntyy usean eri ministeriön yhteistyönä mutta pääasiassa sitä koordinoi työ- ja elinkeinoministeriö. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019b, 9.)

Suomen nykyinen matkailustrategia ”Yhdessä enemmän - kestävä kasvua ja uudistamista Suomen matkailuun” on luotu vuosille 2019–2028 (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019b). Sen päätavoitteena on tehdä Suomesta Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde, ja siinä esitetään neljä painopistettä, joiden avulla tämä tavoite toteutuu. Kaikkia painopisteitä yhdistää yhteistyön teema, koska matkailuala tarvitsee tuekseen sekä muita toimijoita että toimialan sisäistä verkostoitumista. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019b, 9.) Opinnäytetyössäni suunnittelemani matkailureittien kriteerit pohjautuvat kolmeen neljästä matkailustrategian painopisteestä.

Ensimmäinen painopiste liittyy kestäväan kehitykseen. Matkailussa on tuettava kestäväan kehityksen mukaista toimintaa, johon Suomi on sitoutunut. Strategian tärkein työkalu kestäväan kehityksen saavuttamisessa on Sustainable Travel Finland -vastuullisuusmerkki matkailuyrityksille. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019b, 39.)

Toinen painopiste koskee digitaalisuutta. Se on tuonut eri toimialojen toimintaan muutoksia ja matkailualan on oltava mukana tässä kehityksessä. Jotta suomalainen matkailu olisi kilpailukykyistä, myös suomalaisten matkailupalvelutuotteiden on oltava digitaalisesti löydettävissä ja ostettavissa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019b, 45.) Kolmas painopiste on saavutettavuuden kehittäminen matkailualalla. Matkailupalvelujen pitää olla matkailijan

saavutettavissa hyvän tieverkon, rataverkon, lentoyhteyksien ja julkisten tie- ja meriyhteyksien kautta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019b, 47.)

Matkailustrategian neljäs painopiste liittyy kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistamiseen. Siinä tuodaan esille muun muassa matkailualan eri toimijoiden välistä yhteistyötä ja mittarien kehittämistä matkailulle tärkeille asioille, kuten matkailun kestäväydelle ja digitaalisen markkinoinnin vaikuttavuudelle. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019b, 50.) Lisäksi painotetaan tiedolla johtamisen merkitystä. Matkailualan toimijoille tuotetaan toiminnan ja sen markkinoinnin tueksi analysoitua tietoa, johon on kerätty dataa eri lähteistä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019b, 53–54.) Myös oma opinnäytetyöni hyödyntää Visit Finlandin tuottamia matkailijatutkimuksia.

2 Vastuullisuus matkailussa

Vastuullisuuteen on ryhdytty kiinnittämään vähitellen huomiota matkailualalla osana samaa kehitystä, jossa yhteiskunnan eri osa-alueiden toiminnalle asetetaan kestävyiden ja vastuullisuuden vaatimuksia. Kiinnostus ympäristöasioihin heräsi 1970-luvulla, jolloin niitä käsiteltiin ensimmäisen kerran esimerkiksi Yhdistyneiden Kansakuntien konferenssissa. (Goodwin 2011, 11.)

Matkailu alkoi kasvaa massailmiöksi länsimaissa toisen maailmansodan jälkeen, kun elintason nousu, lisääntynyt vapaa-aika ja kulkuvälineiden kehitys tekivät matkustamisen mahdolliseksi yhä useammille (Goodwin 2011, 7). Matkailulla tarkoitetaan YK:n Matkailujärjestön UNWTO:n (United Nations World Tourism Organization) mukaan ”toimintaa, jossa ihmiset matkustavat tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan (12 kuukautta) vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa” (Tilastokeskus 2021; UNWTO a).

Matkailulla on sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia ympäristöön, yhteiskuntaan, kulttuuriin ja talouteen. Matkailun negatiivisia vaikutuksia yritetään vähentää tavoittelemalla kestävä kehitystä ja tekemällä vastuullisia tekoja. Seuraavissa luvuissa käsitellään näitä käsitteitä matkailun näkökulmasta. Esitän myös kestävä matkailun (sustainable tourism) ja vastuullisen matkailun (responsible tourism) käsitteet.

2.1 Kestävän kehityksen tavoitteita

Vastuullisuus liittyy kiinteästi kestävä kehityksen käsitteeseen, joka määriteltiin YK:n Ympäristön- ja kehityksen maailmankomission eli ns. Brundtlandin komission raportissa vuonna 1987 seuraavasti: ”Kestävä kehitys on kehitystä, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa” (Ympäristöministeriö 2021).

Suomessa kestävä kehityksen työtä teki tämän jälkeen muuan muassa professori Pentti Malaskan johtama työryhmä, joka määritteli vuonna 1994 julkistamassaan raportissa kestävä kehityksen seuraavasti:

Kestävä kehitys on maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Laajasti määriteltynä kestävä kehitys sisältää kolme toiminnallista ulottuvuutta: ympäristö- ja ekologisen, yhteiskunnallisen ja kulttuurisen ulottuvuuden. (Kestävä kehitys 1994.)

Yhdistyneiden kansakuntien (YK) päätösasiakirjassa Agenda 2030 asetettiin vuonna 2015 tavoitteet kestävän kehityksen ohjelman toimeenpanemiseksi vuosina 2016–2030 (Yhdistyneet kansakunnat 2015). Agenda 2030:ssa on 17 kohtaa, joiden toteuttaminen on sopimukseen sitoutuneiden valtioiden vastuulla, mutta valtioiden sisällä työhön osallistuvat useat sidosryhmät. Agenda 2030 ohjaa vastuullisuustyötä yhteiskunnan eri sektoreilla. Sen tavoitteiden saavuttaminen edellyttää konkreettisia tekoja, joista valtioiden on raportoitava säännöllisin välein YK:lle. Suomi on toiminut aktiivisesti Agenda 2030:n toimeenpanossa. (Ulkoministeriö a.) Työn painopisteet ovat olleet kehitysmaissa ihmisoikeudet ja kotimaassa ympäristökestävyys (Ulkoministeriö 2020).

Matkailu liittyy jollakin tavalla kaikkiin Agenda 2030:n tavoitteisiin, mutta erityisesti kolmella niistä, tavoitteilla 8, 12 ja 14, on YK:n Matkailujärjestön UNWTO:n (United Nations World Tourism Organization) mukaan yhteys matkailuun (UNWTO c). Tavoitteen 8 mukaan matkailun tulee ”edistää kaikkia koskevaa kestäväää talouskasvua, täyttä ja tuottavaa työllisyyttä sekä sääällisiä työpaikkoja” (Yhdistyneet kansakunnat 2015, 15; Ulkoministeriö a). Tämä tavoite on tärkeä, koska matkailuelinkeino työllistää suoraan tai epäsuorasti suuren määrän ihmisiä. Tavoitteen 12 mukaisesti matkailun tulee ”varmistaa kulutus- ja tuotantotapojen kestävyys” (Yhdistyneet kansakunnat 2015, 15; Ulkoministeriö a). Matkailu saa aikaan paljon kulutusta ja käyttää paljon luonnonvaroja, ja tästä syystä sen tulee huolehtia, että nämä tavat ovat kestäviä. Tavoitteen 14 mukaisesti matkailun tulee ”säilyttää meret ja merten tarjoamat luonnonvarat sekä edistää niiden kestäväää käyttöä” (Yhdistyneet kansakunnat 2015; Ulkoministeriö a). Koska maailman suurimmat matkailukohteet ovat rantakohteita, jotka altistuvat suurelle rasitukselle matkailijoiden vuoksi, matkailussa on kiinnitettävä erityistä huomioita meristä ja niiden luonnonvaroista huolehtimiseen.

Agenda 2030:n lisäksi Suomi on sitoutunut moniin muihin kansainvälisiin sopimuksiin, jotka on otettava huomioon matkailustrategiassa. Näitä ovat mm. Pariisin ilmastopöytäkirja vuodelta 2015 sekä Sitoumus 2050, jolla toteutetaan Agenda 2030:n tavoitteita. (Kestava-kehitys.fi; Ulkoministeriö b.)

2.2 Kohti kestäväää matkailua

UNWTO:n vuonna 2005 tekemän määritelmän mukaan kestävä matkailu on ”matkailua, joka ottaa täysimittaisesti huomioon tämänhetkiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutuksensa sekä huomioi matkailijoiden, matkailuteollisuuden, ympäristön ja vastaanottavien yhteisöjen tarpeet” (UNWTO b, käännös Tervo-Kankare 2017, 236).

Muutamaa vuotta aikaisemmin, vuonna 2002, oli julkistettu Vastuullisen matkailun periaatteet ja suuntaviivat taloudelliselle, sosiaaliselle ja ympäristöä koskevalle vastuullisuudelle niin kutsutussa Kapkaupungin julistuksessa (Cape Town Declaration of Responsible Tourism in Destinations), jonka laatijoina oli 280 matkailua edustavaa tahoa 20 eri maasta (Cape Town Declaration 2002). Tämän julistuksen mukaan vastuullinen matkailu vähentää matkailun taloudellisia, ympäristö- ja sosiaalisia vaikutuksia matkailuun osallistuville sidosryhmille. Paikallinen väestö saa vastuullisen matkailun ansiosta suurempaa taloudellista hyötyä, työpaikkoja ja parempia työolosuhteita ja saa osallistua heitä koskevaan päätöksentekoon. Vastuullinen matkailu edistää luonnon- ja kulttuuriperintökohteiden säilyttämistä, tarjoaa merkityksellisiä kokemuksia matkailijoille ja mahdollistaa esteettömän matkailun. Se on myös kulttuurisensitiivistä, koska matkailijoiden ja paikallisväestön välinen kunnioitus ja paikallisten omaa kulttuuria kohtaan tunteman arvostuksen lisääntyminen ovat tärkeitä. (Cape Town Declaration 2002, 2–3.)

Vastuullisuus liittyy kiinteästi kestävän kehityksen ja kestävyuden käsitteisiin, mutta niiden välistä yhteyttä ei määritelty yksiselitteisesti UNWTO:n määritelmässä tai Kapkaupungin julistuksessa. Käsitteiden määrittely ei ole aivan helppoa eikä niistä ole täyttä yksimielisyyttä. (Goodwin 2011, xii-xiii.) Vastuullisen matkailun edelläkävijä ja johtava tutkija Harold Goodwin on luonut kestävän kehityksen ja vastuullisuuden tutkimukselle perustan esittämällä käsitteiden erot selvästi. Hänen mukaansa kestävä matkailu on tavoite tai päämäärä, johon päästään vastuullisen matkailun keinoilla, ja vastuullinen matkailu tarkoittaa puolestaan käytännön konkreettisia tekoja. (Goodwin 2011, x.) Kestävyys on Goodwinin mukaan tulos, jonka pitäisi olla SMART-mallin mukainen, eli tuloksen tulisi olla selkeästi määritelty, mitattavissa oleva, aikaan sidottu, realistinen ja tavoittelemisen arvoinen, koska ilman niitä kestävyuden käsite on liian epämääräinen ja hyödytön. Goodwin korostaa myös, että vastuullisuus on prosessi, jossa yksilöt ottavat vastuuta asetettujen tavoitteiden saavuttamisesta. (Goodwin 2011, 245.)

Vastuullinen matkailu käsitettiin etenkin aikaisemmin synonyymiksi ekomatkailulle, mutta Goodwin on pyrkinyt laajentamaan käsitteen määrittelyä. Vastuullisuuden yhdistäminen vain ekomatkailuun tekee vastuullisesta matkailusta pienen joukon erityismatkailua, koska ekomatkailu keskittyy erityisesti matkailun ympäristövaikutuksiin. Vastuullisen matkailun pitää Goodwinin mukaan koskea kaikenlaista matkailua, koska kaikki matkailu voidaan toteuttaa vastuullisesti. (Goodwin 2011, 38–39, 53.)

Vastuullisuudesta alettiin matkailussa puhua erityisesti 2000-luvulla (Veijola, Ilola & Edelheim 2013, 21). Suomessa vastuullisen matkailun edistäminen alkoi reilun matkailun nimellä. Reilun matkailun yhdistys perustettiin jo vuonna 2003, ja sen keskeisenä tehtävänä

on ollut reilun matkailijan ohjeiden laatiminen ja tunnetuksi tekeminen. Yhdistys määrittelee reilun matkailun vastuullisen matkailun synonyymiksi. (Reilun matkailun yhdistys 2019.) Vuonna 2015 perustettiin Suomessa Vastuullisen matkailun verkosto, joka on osa kansainvälistä Harold Goodwinin johtamaa ICRT-verkostoa (International Centre for Responsible Tourism) ja jota koordinoidaan Jyväskylän ammattikorkeakoulussa. Verkosto kerää yhteen eri toimijoita keskustelemaan vastuullisesta matkailusta ja edistämään vastuullisuustyötä omissa organisaatioissaan. (ICRT Finland 2021.)

Kapkaupungin julistuksessa hahmoteltiin periaatteet taloudelliselle, sosiaaliselle ja ympäristövastuullisuudelle (Cape Town Declaration 2002, 3–4). Nämä periaatteet ovat muodostaneet tämän jälkeen perustan matkailun vastuullisuutta koskevalle pohdinnalle muun muassa Suomessa. Veijola ym. (2013) ovat lisänneet vastuullisuuteen kaksi erillistä ulottuvuutta, kulttuurisen ja poliittisen, ja rakentaneet matkailun viisiasteisen vastuullisuuden. (Veijola ym. 2013, 21–24.) García-Rosell on hahmotellut viisiasteisen vastuullisuuden Goodwinin (2011) sekä Veijolan ym. (2013) esittämien ajatusten mukaan taloksi, jonka perustan muodostaa vastuullisen matkailun prosessi ja jonka kestävän matkailun kattoa kannattelee vastuullisuuden viittä eri osa-aluetta (sosiaalinen, ekologinen, taloudellinen, kulttuurinen ja poliittinen) edustavat viisi pilaria (García-Rosell 2017, 231). Ajatusta on kehitetty edelleen Vastuullisen matkailun portaat -hankkeessa, jossa vastuullinen matkailu määritellään toiminnaksi ja matkailun poliittinen vastuullisuus nähdään muita ulottuvuuksia läpileikkaavana (Dolinšek, Kulusjärvi, Ojala, & Tervo-Kankare 2021, 7–8). Esittelen matkailun vastuullisuuden eri ulottuvuuksien pääpiirteet.

Matkailun taloudellinen vastuullisuus

Matkailun taloudellinen vastuullisuus kattaa matkailun koko elinkaaren. Sen hyödyt paikallisväestölle on arvioitava jo matkailun alkuvaiheessa, ja huomioon on otettava matkailun mahdolliset vaikutukset alueen muihin elinkeinoihin. Matkailun tulee vähentää köyhyyttä eikä lisätä sitä. Matkailuliiketoiminnassa on toimittava oikeudenmukaisella tavalla ja maksettava työntekijöille työehtosopimusten mukaista palkkaa. (Cape Town Declaration 2002, 3–4.)

Goodwinin mukaan matkailun taloudelliset vaikutukset saatetaan usein nähdä yksinomaan positiivisina, jolloin jää huomaamatta, miten paikallisväestöä voidaan käyttää taloudellisesti hyväksi viemällä heiltä mahdollisuus saada matkailusta taloudellista hyötyä. Hyväksikäyttöä on, jos matkailusta syntyvät voitot tai verotulot ohjautuvat matkakohteen ulkopuolisille toimijoille tai kohteeseen tuodaan työntekijät alueen ulkopuolelta, jolloin matkailu ei tarjoa edes työpaikkoja paikallisille. Matkailu saattaa myös syrjäyttää alueen

muita, sille mahdollisesti paremmin sopivia elinkeinoja tai tehdä alueesta vaarallisen riippuvaisen matkailusta. Paikallisen työvoiman ja paikallisten tuotteiden käyttö saa tavallisesti aikaan enemmän taloudellista hyötyä kuin haittaa matkakohteen väestölle lisääntyneen työllisyyden ja tuotannon kasvun muodossa. (Goodwin 2011, 189–191.)

Matkailun sosiaalinen vastuullisuus

Kapkaupungin julistuksen mukaan paikallinen väestö tulee ottaa aktiivisesti mukaan matkailua koskevaan suunnitteluun ja päätöksentekoon. Matkailun sosiaaliset vaikutukset on arvioitava matkailun koko elinkaaren ajalta, jotta positiivisia vaikutuksia voidaan vahvistaa ja negatiivisia vähentää. Kaikilla ihmisillä tulee olla mahdollisuus matkailuun riippumatta heidän ominaisuuksistaan. Matkailussa ei saa olla sijaa minkäänlaiselle seksuaaliselle hyväksikäytölle. Matkailun tulee edistää kulttuurien monimuotoisuutta, terveyttä ja koulutusta. (Cape Town Declaration 2002, 4.)

Goodwin on täydentänyt sosiaalisen vastuullisuuden periaatteita. Hän korostaa, että matkailun sosiaalista vastuullisuutta ohjaa perusajatus siitä, että matkakohde kuuluu sille yhteisölle, joka kohteessa asuu. (Goodwin 2011, 161.) Paikallisväestöllä on oltava mahdollisuus tutustua oman asuinalueensa nähtävyyksiin tai matkakohteisiin sellaisilla hinnoilla, joihin heillä on varaa. (Goodwin 2011, 164.) Matkailijoiden ja palveluja tuottavan paikallisväestön, isäntien, väliset suhteet saattavat olla lähtökohtaisesti epätasa-arvoiset, jos matkailijoilla on enemmän valtaa korkeamman sosiaalisen aseman vuoksi tai koska heillä on enemmän rahaa. (Goodwin 2011, 175–176.)

Sosiaaliseen vastuullisuuteen kuuluu esteettömyyden käsite. Esteettömyyttä voidaan tarkastella hyvin monesta eri näkökulmasta, mutta yksinkertaistaen sillä tarkoitetaan sitä, että kaikilla on esimerkiksi fyysisistä tai taloudellisista rajoituksista huolimatta mahdollisuus matkustaa. Matkailussa esteettömyyttä voidaan edistää suunnittelemalla ratkaisuja erilaisten ryhmien tarpeisiin ja esimerkiksi tarjoamalla alennettuja hintoja vähätuloisille, kuten opiskelijoille tai eläkeläisille. (Jutila 2013, 119–120.)

Matkailun ekologinen vastuullisuus

Ympäristö- tai ekologiseen vastuullisuuteen, matkailun ympäristövaikutuksiin, on usein kiinnitetty eniten huomiota, koska ilmastonmuutos ongelmana koskettaa koko maailmaa, ja matkailu edistää ilmastonmuutosta monella tavalla. Kapkaupungin julistuksen mukaan matkailun ympäristövaikutuksia vähennetään käyttämällä olemassa olevia resursseja kes-

tävällä tavalla sekä vähentämällä jätteitä ja liikakulutusta. Matkailussa tulee ottaa huomioon luonnon monimuotoisuus ja kantokyky sekä suojella herkkiä ekosysteemejä. Kestävän kehityksen tavoitteista ja toimenpiteistä viestiminen kaikille matkailun sidosryhmille on tärkeää, ja asiantuntijoita kuuntelemalla saadaan selville miten voidaan parhaiten edistää ympäristövastuullisuutta. (Cape Town Declaration 2002, 4.)

Goodwin muistuttaa miten laajalle matkailun ympäristövaikutukset ulottuvat. Ilmastonmuutoksen ja siihen liittyvien fossiilisia polttoaineita tai kasvihuonekaasuja koskevien kysymysten lisäksi ympäristövaikutuksia arvioitavissa on huomioitava matkailun aiheuttamat erilaiset saasteet mukaan lukien valot, äänet ja jätteet sekä veden käyttö ja kaikki muut matkailun jättämät jäljet luontoon. Esimerkiksi matkamuijosten tekemiseen käytetään usein materiaaleja, jotka ovat peräisin kasveista tai eläimistä ja matkailijoille suunnattuja aktiviteetteja varten rakennetut kohteet muuttavat luontoympäristöjä pysyvästi. (Goodwin 2011, 214.)

Matkailun kulttuurinen vastuullisuus

Kulttuurinen vastuullisuus nähdään usein omana erillisenä näkökulmana, tai se yhdistetään sosiaaliseen vastuullisuuteen ja puhutaan sosio-kulttuurisesta vastuullisuudesta. Kapkaupungin julistuksessa kulttuurista vastuullisuutta ei käsitelty erikseen vaan vastuullisen matkailun tavoitteisiin sisältyi kulttuurisen vastuullisuuden elementtejä (Cape Town Declaration 2002, 3).

Matkailun kulttuurisessa vastuullisuudessa korostetaan kulttuurikohteiden säilyttämistä sekä matkailijoiden ja paikallisväestön keskinäistä kunnioitusta. Matkailun nähdään parhaimmillaan tuovan positiivisia vaikutuksia paikallisväestöön sen kasvaneena oman kulttuurin arvostuksena ja omanarvontuntona. (Cape Town Declaration 2002, 3; García-Rosell 2017, 229–230; Goodwin 2011, 164.)

Matkailun poliittinen vastuullisuus

Poliittisten ja taloudellisten vaikuttajien päätökset vaikuttavat myös matkailuun, vaikka päätöksenteon varsinaisena kohteena olisivat muut kuin matkailuun liittyvät asiat. Jos päätökset tukevat oikeudenmukaisuutta ja ne on tehty huomioimalla kaikkien sidosryhmien näkökulmat, ne edistävät matkailun poliittista vastuullisuutta. (Veijola ym. 2013, 23.)

Matkailijoilla on mahdollisuus käyttää poliittista valtaa matkakohteen valinnassa ja matkakohteessa käyttäytymisessä. Tällöin yksittäisen matkailijan toimintaan liittyy myös kysymys sen eettisyydestä, esimerkiksi onko oikein matkustaa katastrofialueille tai terrorismista kärsiville alueille, koska länsimaalaiset matkailijat voivat tulla osaksi kansainvälistä politiikkaa joutuessaan esimerkiksi joutuessaan kidnapatuiksi. (Veijola ym. 2013, 23–24.)

2.3 Vastuullisuus Suomen matkailustrategiassa

Visit Finland esittää verkkosivullaan yhdessä matkailun eri sidosryhmien kanssa keväällä 2019 tekemänsä kestävän matkailun periaatteet, joissa on huomioitu ajankohtaiset vastuullisen matkailun kysymykset. Kapkaupungin julistuksen ja Goodwinin esille nostamien teemojen rinnalle on viime vuosina noussut uusia tavoitteita vastuullisuudelle. Näitä ovat mm. kiertotalous, ruokahävikin vähentäminen, vastuullisuusviestintä, LGBTQ-matkailu ja yritystoiminnan läpinäkyvyys, jotka matkailuyritysten on otettava huomioon, koska kuluttajat, joihin myös matkailijat kuuluvat, pitävät niitä tärkeinä tehdessään ostopäätöksiä. (Business Finland c.) Visit Finland on tiivistänyt kestävän matkailun periaatteet seuraaviin kymmeneen tavoitteeseen matkailutoimialalle:

1. Teemme reilua yhteistyötä.
2. Huolehdimme luonnosta.
3. Kunnioitamme kulttuuriperintöä.
4. Edistämme hyvinvointia, ihmisoikeuksia ja tasa-arvoa.
5. Suosimme paikallista.
6. Panostamme tulevaisuuteen ja laatuun.
7. Huomioimme ilmastovaikutukset.
8. Viestimme avoimesti.
9. Kehitämme jatkuvasti yritystoimintaamme.
10. Sitoudumme kestävän matkailun periaatteisiin. (Business Finland c.)

Sustainable Travel Finland -merkki on Visit Finlandin väline, jonka avulla edetään kohti Suomen matkailustrategian tavoitetta tehdä Suomesta vastuullisen matkailun mallimaa. Sustainable Travel Finland (STF) sisältää ohjelman, johon kaikki yritykset ja kohteet voivat osallistua ja jonka konkreettisten ja maksuttomien työkalujen avulla ne voivat kehittää vastuullisuuttaan. Täytettyään ohjelman kriteerit yritykselle tai kohteelle myönnetään oikeus käyttää markkinoinnissaan Sustainable Travel Finland -merkkiä. Ohjelman onnistunut suorittaminen edellyttää osallistujilta sitoutumista ja resurssien käyttöä ohjelman eri vaiheisiin. STF-ohjelmaan voi lähteä mukaan, vaikka yritys ei olisi vielä aloittanut vastuullisuustyötään, koska se antaa työkalut vastuullisuustyön kehittämiseen. (Business Finland d.)

Sustainable Travel Finland -merkin myöntämisen edellytyksenä on, että yrityksellä on jokin kestävä matkailua tukeva sertifikaatti tai laatujärjestelmä, kuten Ekokompassi, Green Key, Joutsenmerkki tai jokin muu Visit Finlandin hyväksymä sertifikaatti tai järjestelmä.

STF-merkin eräänä tavoitteena on koota yhden sateenvarjomerkin alle lukuisat erilaiset erityyppisten yritysten tai kohteiden hankkimat sertifikaatit. Ohjelman voi aloittaa ilman sertifikaattia ja suorittaa sen vasta osallistumisen aikana. Matkailijoille ja matkanjärjestäjille Sustainable Travel Finland -merkki toimii selkeänä osoituksena yrityksen tai kohteen vastuullisuudesta. (Business Finland d; Business Finland e.) Sustainable Travel Finland -ohjelmaan hakeminen alkoi kesäkuussa 2020, ja tähän mennessä (20.5.2021) STF-merkin on saanut 96 yritystä ja yksi alue (Business Finland d; Visit Finland 2021a.).

3 Aktiiviset seikkailijat

Segmentointi on menetelmä, jossa etsitään erilaisia asiakasryhmiä ja valitaan niitä markkinoinnin kohteiksi. Sen taustalla on asiakasymmärryksen lisääminen, koska kohderyhmän arvostukset ja tarpeet voidaan tyydyttää vasta, kun ne tunnetaan. Segmentoinnin periaatteena on, että siihen kuuluvilla ostajilla on vähintään yksi yhteinen piirre, joka liittyy heidän ostokäyttäytymiseensä. Segmentointia voidaan tehdä demografisten tekijöiden, kuten ikä, sukupuoli, ammatti, asuinpaikka yms. mukaan. Sitä voidaan tehdä myös psykologisten tekijöiden, kuten motiivien, asenteiden tai kiinnostuksen kohteiden, tai asiakaskäyttäytymisen perusteella. (Leppänen & Bergström 2015, luku 3.4.)

Onnistuneella segmentoinnilla tuetaan markkinointikampanjoita ja asetettuja päämääriä, ja se antaa vastauksen, kenelle markkinointi kohdistetaan, mikä on markkinoinnin sisältö ja milloin ja missä kanavissa toimitaan (Visit Finland 2017a, 5; Visit Finland b.) Visit Finlandin uusi segmentointi on ollut käytössä vuodesta 2017 lähtien, ja se on korvannut edellisen matkailijoiden arvoihin ja asenteisiin perustuvan segmentoinnin. Aineisto tutkimukseen, jonka tuloksena uudet segmentit määriteltiin, kerättiin kesällä 2017 haastattelemalla verkossa noin tuhatta matkailijaa jokaisesta Suomen matkailun päämarkkinamaasta Iso-Britannia, Saksa, Kiina ja Japani. (Visit Finland 2017a.) Haastateltavat olivat henkilöitä, jotka joko olivat käyneet Pohjoismaissa edellisen vuoden aikana tai suunnittelivat matkaa Pohjoismaihin seuraavan vuoden aikana (Visit Finland a, 5).

Suomeen tulee vuosittain eniten matkailijoita naapurimaista Venäjältä, Virosta ja Ruotsista. Näiden maiden jälkeen kärkeen saapumisten määrässä ovat viime vuosien tilastojen mukaan Kiina, Saksa, Iso-Britannia ja Japani, (Visit Finland 2019a, 11), joten on kannattavaa kohdistaa markkinointia näille kansallisuuksille. Taulukossa 1 on esitetty sekä saapumisten määrät näistä maista että yöpymiset vuonna 2018, jolloin molemmat luvut olivat saatavilla (Visit Finland 2019a; Visitory 2018). Taulukko osoittaa, että keskimääräiset viipymät Suomessa ovat olleet melko lyhyitä ja matkailijaryhmien Suomen matkailussa on paljon kasvunvaraa.

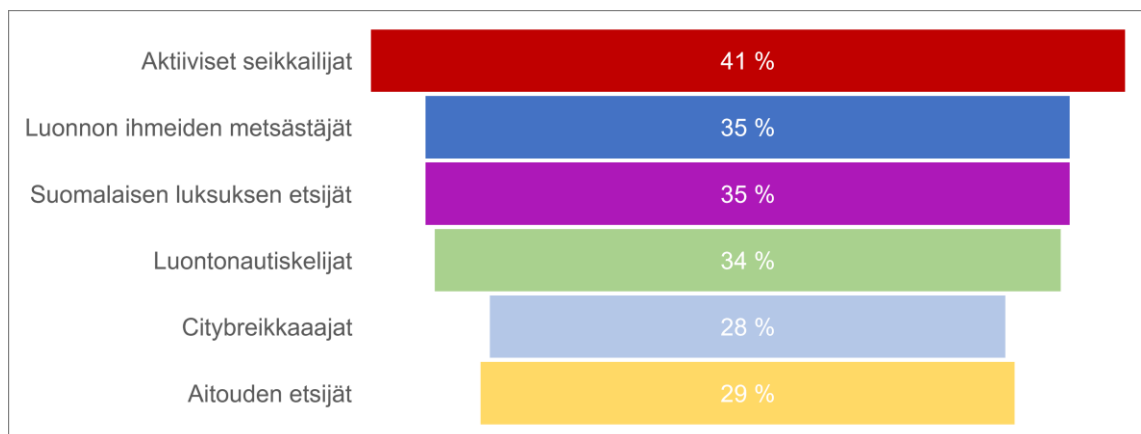
Taulukko 1. Saapumiset ja yöpymiset 2018. (Visit Finland 2019a; Visitory 2018)

	Saapumiset	Yöpymiset	Ka
Saksa	399 000	628 000	1,6
Iso-Britannia / Englanti	307 000	593 000	1,9
Kiina	454 000	333 000	0,7
Japani	178 000	216 000	1,2

Visit Finlandin tällä hetkellä käytössä oleva matkailustrategia pohjautuu asiakasryhmien jakoon kuuteen eri segmenttiin, jotka ovat aktiiviset seikkailijat (Activity Enthusiasts), luonnon ihmeiden metsästäjät (Nature Wonder Hunters), luontonautiskelijat (Nature Explorers), citybreikkaajat (City Breakers), aitouden etsijät (Authentic Lifestyle Seekers) ja suomalaisen luksuksen etsijät (Comfort Seekers). (Visit Finland a, 12–17.) Matkailijoiden kiinnostuksenkohteisiin, matkustaessa tärkeinä pitämiin asioihin ja mielikuviin Suomesta matkakohteena perustuvan segmentoinnin avulla Visit Finland pystyy kohdistamaan markkinointiaan ja tavoitteitaan entistä segmentointia paremmin. (Visit Finland 2017a.)

Kaikille segmenteille on yhteistä halu kokea luontoelämyksiä, mutta segmenteistä kolme on erityisesti kiinnostuneita luonnosta. Aktiiviset seikkailijat ovat kiinnostuneita aktiivisesta luontolomasta, luonnon ihmeiden metsästäjät haluavat saada ainutlaatuisia luontokokemuksia ja luontonautiskelijat kaipaavat erityisesti luonnonrauhaa. Kolmella muulla segmentillä on muita erityisiä kiinnostuksenkohteita, jotka toimivat heidän matkustusmotiiveinaan. Citybreikkaajat haluavat matkustaa ensisijaisesti kaupungeissa kokemassa niiden nähtävyyksiä, aitouden etsijöitä motivoi matkustamaan kiinnostus tutustua paikalliseen elämäntapaan, ja suomalaisen luksuksen etsijät ovat kiinnostuneita hyvinvoinnista. (Visit Finland a, 12–18.)

Aktiiviset seikkailijat (Activity Enthusiasts) ovat matkailijoita, jotka ovat kiinnostuneita aktiivisesta toimintalomasta luontomaisemissa. He ovat Visit Finlandin mukaan eniten Suomeen matkustamisesta kiinnostunut ryhmä päämarkkinamaissa, koska 41 % heistä harkitsee matkustamista Suomeen. Aktiivisissa seikkailijoissa on myös Suomesta ja Suomeen matkustamisesta kiinnostuneita enemmän kuin muissa segmenteissä (kuvio 1). (Visit Finland a, 12.)



Kuvio 1. Segmenttien aikomus matkustaa Suomeen. (Visit Finland a, 12)

Aktiivisten seikkailijoiden osuus maailman kaikista matkailijoista ei ole kovin suuri. Heihin lukeutuu Visit Finlandin mukaan kaikista matkailijoista 14 %. Kuuden segmentin joukossa aktiiviset seikkailijat ovat toiseksi pienin ryhmä suurimpien ryhmien ollessa aitouden etsijät ja citybreikkaajat (kumpikin 22 %) sekä pienin ryhmä luonnon ihmeiden metsästäjät (12 %). Aktiiviset seikkailijat pitävät extreme-lajeista, maastohiihdosta, talvisesta ja arktisesta luonnosta, eläinten tarkkailusta sekä vesi-, lumi- ja maastoaktiviteeteista. (Visit Finland a, 12).

3.1 Saksalaiset matkailijat

Saksalaiset ovat Suomelle merkittävä matkailijasegmentti, mutta Suomi houkuttelee saksalaisia matkailijoita huomattavasti vähemmän kuin muut Pohjoismaat Ruotsi, Norja ja Tanska. Vuonna 2019 Visit Finland tutki päämarkkinoiden matkailijoiden mielikuvia Suomesta matkailumaana brändikyselyllä, jonka tuloksia on raportoitu erilaisissa raporteissa. Tutkimuksen mukaan saksalaisten tekemien matkoihin liittyvien Internet-hakujen joukossa todettiin matkailua Suomessa koskevien hakujen kasvaneen merkittävästi edellisvuodesta. Haut olivat kohdistuneet suurimmaksi osaksi kansallispuistoihin ja eniten olivat lisääntyneet lomapaketteja ja revontulia koskevat haut. (Visit Finland 2020a.)

Saksalaiset yöpyivät Suomessa vuonna 2019 enimmäkseen Helsingin alueella (36 %) ja toiseksi eniten Lapissa (28 %). Suurin osa matkoista (41 %) tehtiin kesäkuukausina kesäkuusta elokuuhun. Saksalaiset ovat olleet Suomelle melko vakaa matkailijaryhmä koko 2000-luvun ajan, mutta yöpymisten määrä oli hienoisessa kasvussa vuosina 2017–2019 (Visit Finland 2020a).

Saksalaisten Pohjoismaihin liittämiä assosiaatioita tutkittiin vuonna 2019, ja Suomen vertaaminen muihin Pohjoismaihin tuo esille Suomen vahvuuksia ja heikkouksia. Saksalaisten mielikuvissa matkustamista Suomeen estävät käsitykset siitä, että Suomi on matkakohde vain ulkoilmamiehille mutta juuri tämä mielikuva saattaa edistää aktiivisten seikkailijoiden segmentin kiinnostusta Suomea kohtaan. Pohjoismaista Suomea pitää kalliina maana vain alle kolmasosa saksalaisista, ja Norjaa, Ruotsia ja Islantia pidetään huomattavasti kalliimpina maina matkustaa. (Visit Finland 2019b, 9.)

Saksalaiset yhdistävät Suomeen luonnon, luontomaisemat ja erityisesti järvet. Myös sauna, kylmyys, pimeys ja villi luonto liitetään Suomeen. Puhtaan luonnon ja kirkkaan ilman saksalaiset liittävät kaikkiin Pohjoismaihin mutta rentoutumiseen liittyvän hyvinvointimatkailun voimakkaimmin Suomeen. Tutkimuksen mukaan mielikuvat muista Pohjoismaista ovat enemmän yhtenäisiä ja mielikuvat Suomesta puolestaan enemmän uniikkeja. (Visit Finland 2019b, 13, 18, 30, 34.) Suomen erottautuminen muista Pohjoismaista tulisi

saada vahvistettua myyntivaltiksi sen sijaan, että se toimii Suomeen matkustamisen esteenä.

Saksalaisten vähäinen tietämys Suomesta on eräs matkustamisen este. Saksalaiset esimerkiksi yhdistävät kaikki muut Pohjoismaat Suomea useammin vastuulliseen matkailuun. Saksalaisten mielestä vastuullinen matkailu liittyy erityisesti luontoympäristöön, jätteen vähentämiseen ja vastuullisiin kulkuvälineisiin, kuten pyöräilyyn. Matkailijamäärien tulisi olla säädeltyjä, jotta kohteet eivät ole liian ruuhkaisia. Vastuullisuuden tulisi näkyä majoituksessa, ja ruoan tulisi olla paikallista vuodenajan mukaista luomu- tai kasvisruokaa. (Visit Finland 2019b, 27.) Lähes kaksi kolmasosaa saksalaisista (57 %) on sitä mieltä, että heidän lomamatkansa tulisi olla sekä sosiaalisesta että ekologisesta näkökulmasta mahdollisimman vastuullinen. Noin puolet matkailijoista (48,1 %) haluaa oppia tuntemaan paikallista elämää matkakohteessa ja vajaa puolet (43 %) pitää tärkeänä luonnonvarojen säästämistä ja ympäristöystävällisyyttä (Sonntag 2019, 73, 78–79.)

Suomen ruokamatkailustrategian Hungry for Finlandin mukaan saksalaiset ovat matkoiltaan kiinnostuneita ruokaelämyksistä, joissa kestävä kehitys on huomioitu. Sosiaalinen syöminen ja yhdessä tekeminen, autenttisuus ja oppimiskokemukset sekä ruokatapahtumat ja hyvä laatu ovat heille tärkeitä. Heitä kiinnostavat muun muassa ruokaan liittyvät aktiviteetit luonnossa, vierailut paikallisten tuottajien luona, panimo- ja tislaamovierailut ja paikalliset suomalaiset ravintolat. (Havas & Adamsson 2020, 20.)

Saksalaisista 15 % kuuluu matkailijoiden segmenttiin aktiiviset seikkailijat. Suurin osa heistä on alle 50-vuotiaita, ja joukossa on miehiä ja naisia suunnilleen yhtä paljon. Saksalaiset aktiiviset seikkailijat matkustavat useammin ystävien kanssa kuin muut segmentit. He myös matkustavat usein talvella, vaikka kesä onkin suosituinta matkustusaikaa. Ruotsi ja Norja ovat heille Suomea kiinnostavampia matkustuskohteita. Suomi kiinnostaa saksalaisia aktiivisia seikkailijoita kuitenkin enemmän kuin saksalaisia matkailijoita keskimäärin, ja yli puolet heistä saattaisi olla kiinnostunut matkustamaan Suomeen. (Visit Finland 2017b.)

Saksalaisille aktiivisille seikkailijoille mielenkiintoisia aktiviteetteja ovat esimerkiksi maastohiihto, lumi ja arktinen luonto, melonta ja kalastus, ja myös extreme-lajit, kuten benji-hyppy. He hakevat inspiraatiota ja tietoa Internetin matkasivustoilta ja matkablogeista ja käyttävät paljon YouTubea ja Facebookia. (Visit Finland 2017b.)

3.2 Brittimatkailijat

Brittien Suomi-kuvaa tutkineen tutkimuksen mukaan Suomi on briteille paljon tuntemattomampi matkailijamaa kuin saksalaisille ja paljon vähemmän houkuttelevampi kuin muut Pohjoismaat. Suomi näyttäytyy briteille etenkin kylmänä ja lumisena talvimaana, ja yöpymisistä yli puolet (54 %) on Lapissa. Kolmas yöpymisistä (33 %) sijoittuu Helsingin alueelle rannikko- ja saaristoalueiden sekä Järvi-Suomen jäädessä hyvin pienelle kiinnostukselle (7 % ja 6 %). Brittien yöpymiset Suomessa ovat nousseet kahdenkymmenen vuoden aikana 2000-luvun alusta lähtien, mutta vuosittaisissa yöpymisissä on ollut vaihteluja. (Visit Finland 2020b.)

Yli puolet briteistä matkustaa Suomessa talvella (57 %) ja matkustaminen muina vuodenaikoina on suunnilleen yhtä suosittua. Matkakumppanina on useimmiten puoliso (64 %). Kiinnostus Suomeen matkustamista kohtaan oli brittimatkailijoiden keskuudessa lisääntynyt tutkimusvuonna edellisvuodesta 39 %, ja eniten hakuja oli tehty lomapaketeista, rentoutulista ja igluhotelleista. (Visit Finland 2020b.)

Britit pitävät matkustaessa tärkeinä sekä rentoutumista että turvallisuutta, ja aktiviteeteista suosituimpia ovat luonto- ja ulkoilma-aktiviteetit. (Visit Finland 2020b.) Esteitä Suomeen tulolle ovat mielikuvat vaikeasta saavutettavuudesta ja Suomesta kohteena vain niille, jotka viihtyvät ulkoilmassa. Suomeen eniten liitettyjä aktiviteetteja ovat husky- ja poroajelut sekä joulupukki. Saksalaisten tavoin britit pitävät muita Pohjoismaita Suomea kalliimpana maana. (Visit Finland 2019c, 11, 20, 21, 30.)

Britit mieltävät vastuullisen matkailun liittyvän ympäristökysymyksiin ja toimintaan, joka hyödyttää paikallisyhteisöä. (Visit Finland 2019c, 28.) Kestävä kehitys liittyy myös brittien matkoillaan arvostamaan hyvälaatuiseen, tuoreeseen ja terveelliseen ruokaan. Metsässä liikkumisesta kiinnostuneet ja kokeilunhaluiset britit ovat kiinnostuneita myös keräilystä, kokkikouluista ja kotiruokailusta. (Havas & Adamsson 2020, 21.)

Brittimatkailijoista vain 12 % kuuluu segmenttiin aktiiviset seikkailijat. Yhdessä luonnon ihmisten metsästäjien kanssa segmentti on pienin brittimatkailijoiden segmenteistä. Suurin osa briteistä on joko aitouden etsijöitä (23 %) tai citybreikkaajia (22 %). Segmentistä enemmistö on miehiä (58 %), joista lähes puolet (45 %) on 31–50-vuotiaita ja yli kolmannes (39 %) alle 30-vuotiaita. Aktiivisista seikkailijoista pienempi osuus matkustaa puolison kanssa kuin brittimatkailijoista keskimäärin (36 % vs. 46 %), ja he matkustavat hieman useammin perheen tai ystävien kanssa. Matkat varataan yleensä 2–3 kuukautta ennen matkaa tekemällä matkavaraukset itse Internetissä. Tietoa ja inspiraatiota matkustamiseen haetaan Internetin matkasivustoilta ja blogeista sekä YouTubesta. (Visit Finland 2017c.)

Aktiivisina seikkailijoina britit ovat kiinnostuneita vaeltamisesta, jolla on Britanniassa pitkät perinteet, villieläinten näkemisestä ja uimisesta. Talveen ja arktiseen luontoon liittyvät kokemukset sekä husky-ajelut kiinnostavat myös. Vaikka Ruotsi on heille Suomea kiinnostavampi matkakohde, miltei kaksi kolmasosaa heistä voisi harkita matkaa Suomeen. (Visit Finland 2017c.)

3.3 Kiinalaiset matkailijat

Kiinalaiset ovat merkittävä matkailijasegmentti globaalisti, koska heidän matkustamisensa on voimakkaassa kasvussa. (Visit Finland Market Plan 2019d.) Kiinalaisten matkustaminen Suomeen nousi kasvuun vuonna 2015, ja vuosituhannen alun alle 50 000 yöpymisestä määrä on noussut vuonna 2019 miltei kymmenkertaiseksi. Suurin osa kiinalaisista yöpyy Helsingin alueella (58 %) ja neljäsosa Lapissa (24 %). Järvi-Suomi on rannikko- ja saaristoalueita suosittu. Matkustamisessa ei ole niin suuria vaihteluja vuodenaikojen suhteen kuin monilla muilla kansallisuuksilla, vaan matkustaminen sijoittuu melko tasaisesti eri vuodenaikoihin. Talvi ja kevät ovat miltei yhtä suosittuja, mutta kevät on selvästi vähiten suosittu vuodenaika Suomeen matkustamiseen. (Visit Finland 2020c.)

Kiinalaisten mielikuvissa Suomi on muita Pohjoismaita kiinnostavampi matkakohde ja sijoittuu viiden kiinnostavimman Euroopan maan joukkoon. Suomi liitetään mielikuviin harmonisesta korkean hyvinvoinnin maasta, jossa on kauniita luontomaisemia ja tuhansia järviä. (Visit Finland 2019e, 12; Visit Finland 2020c.)

Suomen saavutettavuutta kiinalaiset pitävät suunnilleen yhtä hyvänä kuin muita Pohjoismaita Islantia lukuun ottamatta eikä Suomi kuulu kalliiden Pohjoismaiden joukkoon, mutta Suomi nähdään Pohjoismaista maana, jossa on vähiten kiinnostavaa tekemistä. Kiinalaiset eivät yhdistä Suomea ulkoilma-aktiviteetteihin niin voimakkaasti kuin saksalaiset ja britit. (Visit Finland 2019e, 10.) He käyttävät matkustaessaan aikansa tehokkaasti ja arvostavat helppoa saavutettavuutta ja sisällön vaihtelevuutta (Visit Finland 2013, 2–4).

Kiinalaisten tietämys Suomesta on hyvä ja korkeampi kuin muista Pohjoismaista huolimatta siitä, että he näkevät Pohjoismaat melko yhtenäisenä alueena. Suomea ei tunneta vastuullisen matkailun maana kovin hyvin. Kiinalaiset yhdistävät vastuullisen matkailun kysymyksiin ympäristöstä, kulttuuriperinnöstä ja matkailun mahdollisista haitoista paikallisille asukkaille. (Visit Finland 2019e, 14–15, 17–18.)

Joulupukki, sauna, uiminen sekä husky- ja poroajelut yhdistetään mielikuvatutkimuksen mukaan yleisimmin Suomeen, mutta hieman yllättävästi vähiten tunnettuun Pohjoismaa-

han Islantiin liitetään useimmin mielikuvia nukkumisesta igluissa, revontulista, maastohiihdosta sekä keskikesän auringosta ja yöttömästä yöstä. Kiinalaiset käyttävät päämarkkina- maista tulevista matkailijoista eniten rahaa henkilöä kohden matkoillaan Suomessa, ja Suomeen liittyy siksi myös mielikuvia luksusmatkailukohteesta. Esimerkiksi kylpylät kiinnostavat heitä, koska matkustamista motivoi halu rentoutua ja kokea hyvinvointiin liittyviä kokemuksia. (Visit Finland 2019e, 20, 23–24, 30.)

Kiinalaiset arvostavat omaa ruokakulttuuriaan ja haluavat myös matkustaessaan syödä kiinalaista tai kiinalaistyyppistä ruokaa. He ovat silti myös halukkaita kokeilemaan uusia makuja ja ruoan valmistusta uusista raaka-aineista, ja heidän suosimansa ruoka sisältää sekä paikallista että kiinalaista ruokaa. (Havas & Adamsson 2020, 20; Visit Finland 2013, 3.)

Kiinalaisista matkailijoista vain 10 % kuuluu segmenttiin aktiiviset seikkailijat. Yhdessä segmentin luonnon ihmeiden metsästäjät kanssa se kuuluu pienimpään kiinalaisten matkailijoiden segmenttiin. Naisia on hieman enemmän kuin miehiä (52 %), ja iältään heistä puolet on 31–50-vuotiaita. Yli 50-vuotiaita aktiivisia seikkailijoita on kiinalaisissa vähemmän kuin muissa segmenteissä. Heistä melkein puolet (43 %) matkustaa useimmiten perheen kanssa, mutta valtaväestöä enemmän he matkustavat myös yksin (13 % verrattuna valtaväestön 8 %:in). Aktiivisten seikkailijoiden matkat ajoittuvat yleensä syksyyn ja jonkin verran myös kevääseen. He pitävät Suomea yhtä houkuttelevana kohteena kuin muita Pohjoismaita, ja enemmistö (74 %) voisi matkustaa Suomeen. (Visit Finland 2017d.)

Maastohiihto, talven, lumen ja arktisen luonnon kokeminen, melonta, uinti ja kalastus ovat aktiviteetteja, jotka kiinnostavat kiinalaisia aktiivisia seikkailijoita. Lisäksi kohteen paikallinen ruoka, eksoottisuus, turvallisuus ja kuuluisat nähtävyydet kiinnostavat heitä. Hakies- saan tietoa ja inspiraatiota ennen matkaa he käyttävät kiinalaisten sosiaalisen median ka- navien, kuten Weibon ja WeChatin lisäksi paljon myös muita kanavia kuten SnapChatia, Twitteriä, matkailusivustoja, blogeja ja televisiota (Visit Finland 2017d.)

3.4 Japanilaiset matkailijat

Japanilaiset matkailijat tuntevat Suomen erittäin hyvin, paremmin kuin muut Pohjoismaat, ja kuuluisat suomalaiset brändit, kuten Marimekko ja Iittala ovat heille tuttuja. Japanilaiset yöpyvät Suomessa yli kaksi kertaa useammin kuin muissa Pohjoismaissa. Japanilaisten Suomen matkailua koskevat Internet-haut liittyvät erityisesti ruokaan ja saunaan, mutta myös esimerkiksi revontuliin, metsiin, hotelleihin ja kahviloihin. Matkustaessaan japanilaiset ovat kiinnostuneita paikallisesta ruoasta, rentoutumisesta sekä taiteesta ja kulttuuripe-

rinnöstä. (Visit Finland 2020d.) Sauna, revontulet, keskiyön aurinko, joulupukin luona vierailu ja husky- ja poroajelut yhdistetään Suomeen. Suomeen matkustamisen esteenä pidetään muita Pohjoismaita enemmän käsitystä Suomesta matkakohteena vain ulkoilma-aktiviteeteista kiinnostuneille. Suurin osa japanilaisista matkustaa puolison kanssa (59 %). (Visit Finland 2019f, 10, 20, 26.) Heidän yöpymisensä Suomessa ovat olleet vähäisemmät kuin muiden kansallisuuksien mutta niiden määrä on pysynyt kohtuullisen vakaana ja jopa noussut vähitellen hieman. (Visit Finland 2019g.)

Japanilaisten yöpymisistä noin kolme neljäsosaa (72 %) tapahtuu Helsingin alueella ja noin vajaa kolmasosa Lapissa (19 %). Rannikko ja saaristo sekä Järvi-Suomi kiinnostavat päämarkkinamaiden matkailijoista kaikkien vähiten japanilaisia. (Visit Finland 2020d.) Japanilaiset tuntevat Suomen erityisesti revontulien, joulupukin ja mummien maana. Suomea pidetään vastuullisempänä matkailumaana kuin muita Pohjoismaita. Japanilaiset pitävät tärkeinä kohteen sosiaalista ja kulttuurista vastuullisuutta sekä ympäristön suojelemista matkailun haitoilta. He ovat muita kansallisuuksia enemmän kiinnostuneita paikallisesta kulttuurista ja kulttuurikohteissa vierailusta. (Visit Finland 2019f, 12, 17–18, 23.) Kiinnostus paikallisuuteen näkyy myös japanilaisten mielenkiinnossa paikallista ruokaa kohteen. Japanilaiset ovat muita segmenttejä kiinnostuneempia ruokakokemuksista matkakohdeissa, ja ruoka on myös yksi tärkeimmistä kriteereistä matkakohdetta valittaessa. (Havas & Adamsson 2020, 20.)

Japanilaisista matkailijoista 18 % kuuluu segmenttiin aktiiviset seikkailijat. Segmentti on kolmanneksi suurin yhdessä suomalaisen luksuksen etsijöiden kanssa. Miehiä on hieman enemmän kuin naisia (52 %), ja iältään he ovat 31–50-vuotiaita. Japanilaiset aktiiviset seikkailijat matkustavat useimmiten ystävän kanssa, usein syksyllä mutta muuta väestöä useammin myös talvella. Suomi kiinnostaa heitä paljon enemmän kuin muita japanilaisia segmenttejä, ja noin kolmannes heistä voisi olla kiinnostunut matkustamaan Suomeen (32 %). (Visit Finland 2017e.)

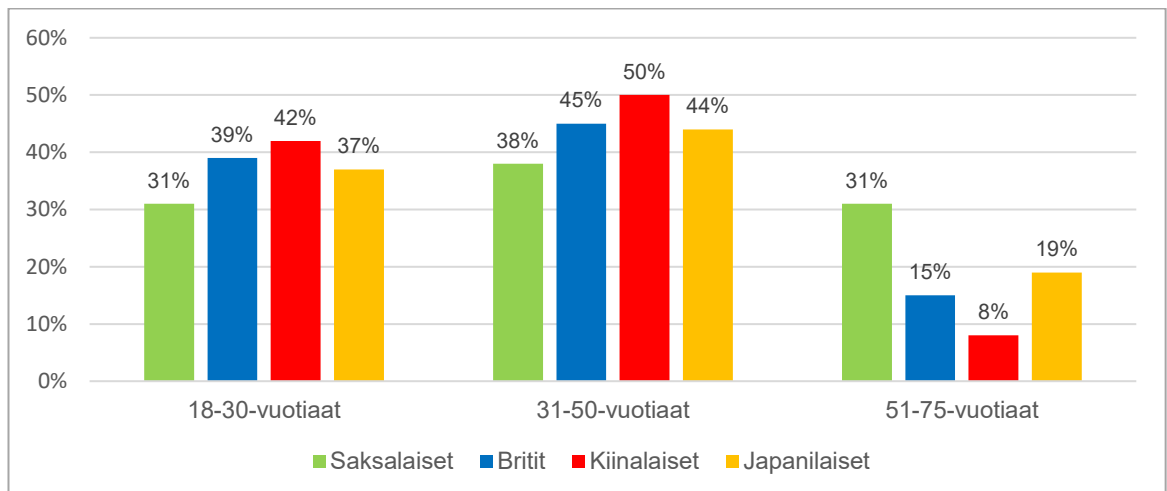
Japanilaiset aktiiviset seikkailijat ovat kiinnostuneita extreme-lajeista, maastohiihdosta, lumesta ja arktisesta luonnosta, uimisesta ja villieläinten näkemisestä. Inspiraatiota matkoille haetaan Internetin matkailusivustoilta ja -blogeista. Kiinalaisten tavoin myös japanilaiset käyttävät televisiota matkainspiraation lähteenä. (Visit Finland 2017e.)

3.5 Eri kansallisuuksien eroja ja yhtäläisyyksiä

Suurin osa saksalaisista, briteistä ja japanilaisista (22–23 %) on citybreikkaajia tai aitouden etsijöitä, mutta muista kansallisuuksista poiketen kiinalaisista matkailijoista enem-

mistö lukeutuu suomalaisen luksuksen etsijöihin (22 %). Kiinalaisten joukossa citybreikkaajat ovat toiseksi suurin segmentti. Aktiiviset seikkailijat ovat muiden paitsi japanilaisten (18 %) joukossa vähemmistönä, usein pienin tai toiseksi pienin segmentti, jonka osuus on 10 %, 12 % tai 15 % kaikista matkailijoista. (Visit Finland 2017b; Visit Finland 2017c; Visit Finland 2017d; Visit Finland 2017e.)

Sukupuolijakauma on eri kansallisuuksien joukossa melko tasainen lukuun ottamatta japanilaisia, joiden joukossa on enemmän miehiä kuin naisia aktiivisina seikkailijoina. Ikäryhmä 31–50-vuotiaat on kaikissa kansallisuuksissa suurin, hieman alle puolet, mutta erityisen hallitseva se on kiinalaisten aktiivisten seikkailijoiden segmentissä, jossa puolet kuuluu tähän ikäryhmään. Tasaisin ikäjakauma on saksalaisilla ja epätasaisin kiinalaisilla. Nuorimpien, 18–30-vuotiaiden, ikäryhmä on suurin kiinalaisten ja brittien joukossa. (Visit Finland 2017b; Visit Finland 2017c; Visit Finland 2017d; Visit Finland 2017e.) Aktiivisten seikkailijoiden ikäryhmät eri kansallisuuksissa on havainnollistettu kuviossa 2.



Kuvio 2. Aktiiviset seikkailijat ikäryhmittäin (Visit Finland 2017b; Visit Finland 2017c; Visit Finland 2017d; Visit Finland 2017e)

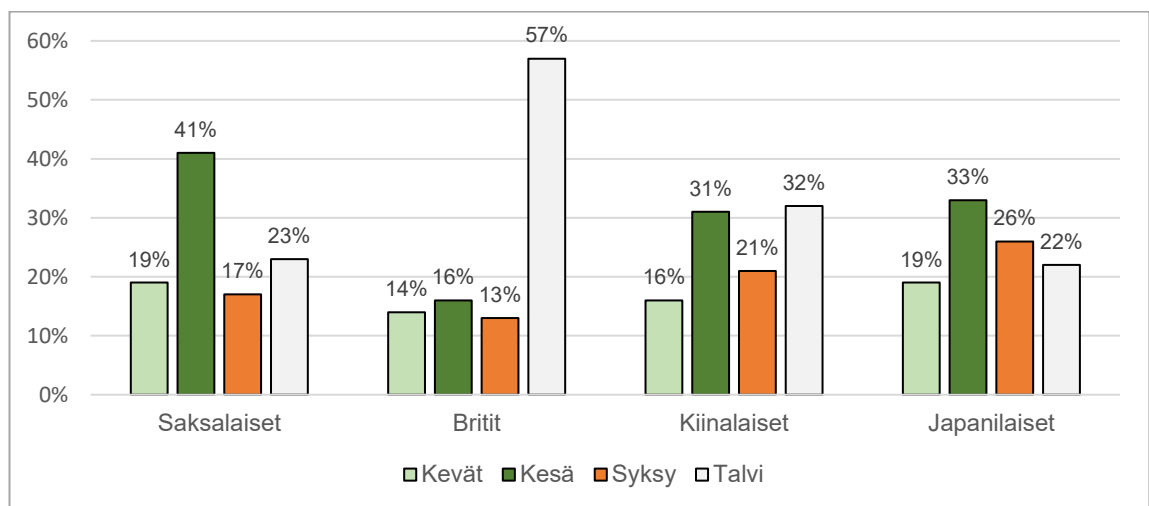
Kaikki kansallisuudet etsivät matkoilleen inspiraatiota ja tietoa ensisijaisesti Internetin matkailusivustoilta ja matkablogeista, mutta näiden jälkeen suosituimmat kanavat vaihtelevat jonkin verran kansallisuuksittain. Kiinalaisille WeChat ja Weibo ovat tärkeitä kanavia, britteille YouTube, saksalaisille digitaaliset lehdet ja japanilaisille paperiset aikakauslehdet toimivat tiedonlähteinä. Kaikki käyttävät lisäksi televisiota, mutta japanilaisille ja saksalaisille se on muita kansallisuuksia tärkeämpi inspiraation lähde. (Visit Finland 2017b; Visit Finland 2017c; Visit Finland 2017d; Visit Finland 2017e.)

Kaikkien neljän kansallisuuden aktiiviset seikkailijat arvostavat matkakohteen turvallisuutta. Saksalaiset ja britit toivovat kohteen olevan myös aito ja idyllinen. Saksalaiset

odottavat matkakohteelta rauhallisuutta ja hiljaisuutta mutta kiinalaiset eksoottisuutta. Live like a local -trendi näkyy saksalaisten ja kiinalaisten toivomuksena oppia tuntemaan paikallista kulttuuria ja elämäntapaa sekä kiinalaisten ja japanilaisten haluna kokea kiinnostavaa paikallista ruokakulttuuria. Sekä kiinalaiset että japanilaiset aktiiviset seikkailijat haluavat nähdä matkoillaan myös kuuluisia rakennuksia tai nähtävyyksiä. (Visit Finland 2017b; Visit Finland 2017c; Visit Finland 2017d; Visit Finland 2017e.)

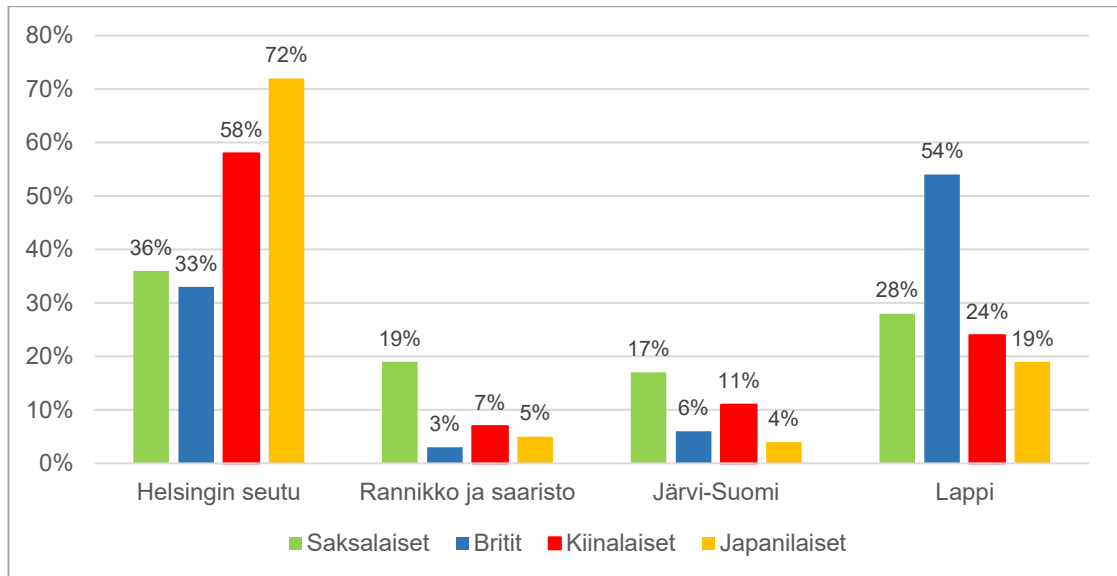
Saksalaiset ja kiinalaiset tekevät pidempiä matkoja (2 viikkoa) kuin britit ja japanilaiset (1 viikko). (Visit Finland 2017b; Visit Finland 2017c; Visit Finland 2017d; Visit Finland 2017e.) Japanilaiset käyttävät Suomenmatkoillaan eniten rahaa (1470 euroa), ja kiinalaiset vain hieman vähemmän (1400 euroa). Saksalaisten Suomenmatkaan käyttämä kokonaisrahamäärä (1035 euroa) on suurempi kuin brittien (927 euroa) mutta matkojen pituuteen suhteutettuna britit käyttävät saksalaisia enemmän rahaa päivässä (Visit Finland a 22, 36, 50, 64.)

Matkustamisen ajankohdat vaihtelevat kansallisuuksittain (kuvio 3.) Britit matkustavat Suomeen selvästi eniten talvella ja saksalaiset kesällä, mutta muilla kansallisuuksilla ei ole niin selviä suosikkivuodenaikoja. (Visit Finland 2020a; Visit Finland 2020b; Visit Finland 2020c, Visit Finland 2020d.)



Kuvio 3. Yöpymiset Suomessa eri vuodenaikoina. (Visit Finland 2020a; Visit Finland 2020b; Visit Finland 2020c, Visit Finland 2020d)

Kuvio 4 näyttää millä alueilla Suomessa eri kansallisuudet yöpyvät eniten. Britit ovat kiinnostuneimpia Lapista ja japanilaiset Helsingistä. Rannikon ja saariston sekä Järvi-Suomen vetovoimat ovat majoitustilastojen antamien tietojen perusteella vielä yllättävän vähäiset. (Visit Finland 2020a; Visit Finland 2020b; Visit Finland 2020c, Visit Finland 2020d.)



Kuvio 4. Yöpymiset Suomessa markkina-alueittain. (Visit Finland 2020a; Visit Finland 2020b; Visit Finland 2020c, Visit Finland 2020d)

4 Matkailupalvelujen tuottaminen

Matkailutuotteilla tarkoitetaan sekä fyysisiä paikkoja, kuten hotelleja, että matkailijoiden kokemia elämyksiä (Haanpää, García-Rosell & Kyyrä 2013, 102). Matkailutuotteita kutsutaan usein myös matkailupalveluiksi, koska matkailutuotteet ovat palvelutuotteita (García-Rosell, Haanpää & Kyyrä 2017, 148). Palveluille on ominaista, että ne ovat aineettomia ja ainutkertaisia eikä niitä varastoida tai omisteta. Palvelut tuotetaan samanaikaisesti kuin ne kulutetaan, ja niihin sisältyy ihmisiä ja vuorovaikutusta. Asiakas osallistuu itse palvelun tuottamiseen ja arvon luomiseen palveluprosessissa. (Bergström & Leppänen 2018, 149; Tuulaniemi 2011, 59.)

Matkailustrategialla tehdään linjauksia matkailun alueellisiksi tavoitteiksi ja toimenpiteiksi, ja yritystasolla strategiaa toteutetaan kehittämällä matkailupalveluja tuotelähtöisen, asiakaslähtöisen tai kanssatuottajuuteen perustuvan tuotekehityksen avulla (Haanpää ym. 2013, 102). Asiakaskeskeisessä matkailupalvelujen kehittämisessä keskeisiä käsitteitä ovat asiakaskokemus, asiakkaan polku ja elämys. Asiakaskokemus tarkoittaa kaikkia niitä kokemuksia, joita asiakas kokee ennen palvelua, sen aikana ja sen jälkeen.

Tuulaniemen mukaan asiakaskokemus sisältää toiminnan, tunteiden ja merkitysten tasot, jotka muodostavat yhdessä arvon muodostumisen pyramidin. Alimpana pyramidissa on toiminnan taso, joka tarkoittaa toimenpiteitä, joiden avulla palvelu saavutetaan ja toteutuu. Näitä ovat esimerkiksi palvelun hahmotettavuus, saavutettavuus, käytettävyys, tehokkuus ja monipuolisuus. Tunnetasolla asiakkaalle syntyy erilaisia tunnekokemuksia siitä, millaista palvelun eri vaiheiden käyttäminen on. Ne voivat koskea kokemuksen miellyttävyyttä, helppoutta, kiinnostavuutta, innostavuutta, tunnelmaa, tyyliä ja kykyä koskettaa aisteja. Pyramidin huipulla on merkitysten taso, palvelukokemuksen henkilökohtaiset ulottuvuudet, jotka tarkoittavat niitä ulottuvuuksia ja henkilökohtaisia merkityksiä, joita asiakaskokemus synnyttää asiakkaassa. Ne liittyvät esimerkiksi mielikuviin, tarinoihin tai kokemuksen henkilökohtaisuuteen sekä niiden suhteeseen asiakkaan elämäntapaan ja identiteettiin. Asiakkaan kokemaan arvoon saamastaan palvelusta vaikuttavat hänen kokemuksensa asiakaskokemuksen eri tasoilla. (Tuulaniemi 2011, 74–75.)

Asiakkaan vaiheita tuotteen löytämisestä sen kuluttamisen jälkeisiin toimiin kutsutaan asiakaspoluksi, ostopoluksi, käyttäjäpoluksi tai ostoprosessiksi, ja näkökulma asiaa vaihtelee käytetyn termin mukaan. Palvelumuotoilun asiakaslähtöisestä näkökulmasta katsottuna siitä käytetään nimitystä palvelupolku tarkoittamaan kuvausta palvelun kaikki vaiheet sisältävästä kokonaisuudesta ja kuvaamaan polkua palvelujen näkökulmasta (Tuulaniemi 2011, 78).

Palvelutuokiot ovat palvelupolun eri vaiheita. Ne sisältävät useita kontaktipisteitä, jotka voivat olla ihmisiä, ympäristöjä, esineitä ja toimintatapoja. Ihmisiä eri vaiheiden kontaktipisteissä ovat asiakkaan itsensä lisäksi kaikki vaiheeseen liittyvät asiakaspalvelijat, joiden asemaa määrittävät näkyvät ja näkymättömät merkit. Esimerkiksi ravintolahenkilökunta tehdään asiakkaille näkyväksi työvaatteiden avulla, ja sen käyttäytymistä säätelevät tietynlaiset koodit. (Tuulaniemi 2011, 78–81.)

Ympäristöt tarkoittavat fyysisiä ja virtuaalisia (digitaalisia) ympäristöjä, joissa palvelu toteutuu. Fyysisiä ympäristöjä ovat esimerkiksi teemapuistot tai ravintolat, ja virtuaalisia internet-sivut. Esineet ovat kaikkia niitä fyysisiä tai digitaalisia tuotteita, joiden avulla palvelun käyttäminen on mahdollista, kuten ruokailuvälineet ravintolassa tai pankkikortit, matkaliput ja elektroniset avaimet. Toimintatavoilla tarkoitetaan asiakaspalvelijoiden sovittuja ja vakioituja käyttäytymistapoja, jotka kuuluvat tiettyyn palveluun. (Tuulaniemi 2011, 81–82.)

4.1 Matkailureittien kehittäminen

Visit Finland kannustaa matkailuyrityksiä rakentamaan matkailutuotteista kansainvälisiä matkailijoita varten vähintään muutaman päivän kestäviä kokonaisuuksia, jotka sisältävät majoituksen, ruokapalveluja, ohjelmapalveluja sekä erilaisia käyntikohteita. Kokonaisuuk-sien rakentamisessa yritysten kannattaa tehdä yhteistyötä muiden matkailuyrittäjien kanssa. Jotta tuotteet menestyisivät kansainvälisillä markkinoilla, ne on suunniteltava ja kuvailtava huolellisesti ja otettava erityisesti huomioon laatu, elämyksellisyys, luotettavuus ja turvallisuus. (Visit Finland 2019h, 11–12.)

Kilpailu kansainvälisillä matkailumarkkinoilla on kovaa, ja matkailutuotteiden laatu on siksi yrityksille tärkeä kilpailuvaltti. Vaikka laadun tason päättää aina lopulta asiakas, laatua voidaan varmistaa kehittämisen työkaluilla, kuten sertifiikaateilla. Vastuullisuudesta on tullut osa matkailun laatua, koska ihmiset tekevät yhä enemmän ostopäätöksiä omaan arvo-maailmaansa pohjautuen. Matkailijat tekevät eettisiä ja ekologisia valintoja ja odottavat kohteiden kertovan kestävästä kehityksestä mukaisesta toiminnastaan. Yritysten on vastat-tava vaatimuksiin toimimalla vastuullisesti ja viestimällä vastuullisuustyöstään, ja sertifi-kaatti on eräs selkeä tapa viestiä vastuullisuudesta. Yritykset saavat paljon hyötyjä vas-tuullisuuteen panostamisesta. Sen lisäksi, että monista teoista tulee suoraa kustannus-säästöjä, tutkimusten mukaan vastuullisesti toimivien yritysten asiakastyytyväisyys on kor-kea. (Visit Finland 2019h, 15–16.) Visit Finlandin kehittämä Sustainable Travel Finland -merkki nostaa ohjelmassa mukana olevien yritysten laatua, koska ne ovat täyttäneet vaa-tivan ohjelman kriteerit. Merkki toimii myös viestintävälineenä yrityksen ja sen tuotteiden laadusta ja vastuullisuudesta matkailijoille ja yhteistyötahoille. (Business Finland g.)

4.2 Digitaalisuus

Digitaalisuus on ajankohtainen käsite, josta puhutaan paljon määrittelemättä mitä sillä tarkoitetaan. Matkailussa digitalisaatio yhdistetään ennen kaikkea markkinointiin ja myyntiin. (Pesonen 2017, 177–178.) Digitaalisuus on muuttanut asiakkaan käyttäytymistä ostopolulla. Asiakas tekee suuren osan ostoprosessista itsepalveluna digitaalisissa kanavissa, joista on tullut tärkeimpiä markkinapaikkoja yrityksille. Asiakkaiden haluaman tiedon on oltava avoimesti saatavilla verkossa ja tuotteiden on oltava digitaalisesti ostettavissa.

Matkailustrategiassa digitaalisuudella tarkoitetaan matkailupalvelujen digitaalista ostettavuutta, löydettävyyttä ja saavutettavuutta sekä digitaalisten ratkaisujen käyttämistä matkailupalvelujen eri vaiheissa (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 45). Matkailupalvelun saavutavuus ja ostettavuus digitaalisesti kuuluu Visit Finlandin matkailuyrityksille asettamiin kansainvälistymiskriteereihin. Hyvät tuotekuvaukset joko englanniksi tai kohdemarkkinan kielellä, selkeä hinnoittelu sekä online-varattavuus ovat edellytyksiä menestymiselle kansainvälisillä markkinoilla. (Visit Finland 2021b, 6.)

4.3 Saavutettavuus

Matkakohteen saavutettavuudella on suuri merkitys sen vetovoimaisuuteen, ja se on useimmille matkakohteille elinehto. Valtio edistää matkailuyritysten saavutettavuutta rakentamalla teitä ja tukemalla liikennöintiä, kuten esimerkiksi lentoreittejä syrjäisimmille seuduille. Saavutettavuus liitetään kiinteästi matkakohteeseen, vaikka se on aina riippuvainen matkailijoiden lähtöalueesta ja on siten suhteellinen käsite. Joillekin matkakohteille, kuten erämaille, huono saavutettavuus on osa sen viehätystä ja houkuttelevuutta. (Saari- nen 2017, 45.)

Etenkin kansainväliselle matkailijalle on tärkeää saada selkeä tieto miten matkakohde on saavutettavissa. Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerien mukaan kansainvälisiä matkailijoita tavoittelevan matkailuyrityksen pitää sijaita toimivien liikenneyhteyksien päässä tai sen pitää järjestää asiakkailleen kuljetus lähimmältä bussi- tai juna-asemalta tai lentokentältä. Yrityksen pitää myös kertoa selkeästi verkkosivuillaan saavutettavuudesta kansainvälisen matkailijan näkökulmasta ja antaa matkailijoille saapumisohjeet. (Visit Finland 2021b, 6.) Matkailustrategian mukaan matkailijaa tulee kannustaa valitsemaan ympäristölle vähän haittaa aiheuttavia liikkumismuotoja. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 47.)

Kokemus matkakohteen saavutettavuudesta on myös matkailijasta riippuvaista. Visit Finland tutki kymmenisen vuotta sitten luontomatkailijoita, jotka asuivat Saksassa, Rans-

kassa, Alankomaissa, Isossa-Britanniassa tai Venäjällä. Tutkimuksen mukaan vaellusmatkailijat etsivät reittejä, joiden alku- ja loppupisteeseen oli mahdollista päästä omalla autolla tai julkisella kulkuvälineellä vaivattomasti. Majoitukseen oltiin valmiita ajamaan keskimäärin 30 kilometriä mutta jopa enintään 100 kilometriä. (Räsänen & Saari 2011, 6.)

Matkakohteessa olevien luontoreittien ylläpitäminen on osa kohteen saavutettavuutta ja houkuttelevuutta. Reiteistä huolehtiminen vaikuttaa alueen matkailuyritysten menestykseen, ja on tärkeää, että eri toimijat huolehtivat yhteistyössä niiden laadusta ja turvallisuudesta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 47.)

4.4 Elämyksellisyys

Elämys on vaikeasti määriteltävä asia, jolle ei kaikissa kielissä ole kokemuksesta erottavaa sanaa. Englannin kielen sana ”experience” viittaa sekä kokemukseen että elämykseen, kun taas esimerkiksi suomen kielessä sanoilla on selvä merkitysero. (Räikkönen 2017, 154.) Tarssasen ja Kyläsen mukaan elämystä voidaan käyttää kuvaamaan kokemusta, joka on kokijalleen merkittävä, positiivinen, ikimuistoinen ja voi saada aikaan henkilökohtaisen muutoksen (Tarssanen & Kylänen 2009, 11).

Elämysten osuutta matkailutuotteissa alettiin tarkastella 1960- ja 1970-luvuilla, jolloin mm. Dean McCannell tutki matkailun autenttisuutta ja Erik Cohen esitti eri matkailijaryhmien etsivän erilaisia kokemuksia. Erityisesti elämyksen käsitettä tekivät 1990-luvulla tunnetuksi Joseph H. Pine ja James H. Gilmore, joiden mukaan elämyksellä on neljä eri ulottuvuutta matkailijan osallistumisasteen mukaan (aktiivinen - passiivinen) tai osallistumisen luonteen mukaan (omaksuminen - uppoutuminen). Eri ulottuvuuksien yhdistelmistä syntyy joko viihteellinen, opetuksellinen, esteettinen tai todellisuuspakoinen elämys. (Räikkönen 2017, 154–155; Tarssanen & Kylänen 2009, 9.)

Elämyksessä korostuu viihteellisyys, kun matkailija seuraa tapahtumaa osallistumatta siihen ja esteettisyys, kun matkailija havainnoi ympäristöä aisteillaan, esimerkiksi ihailee maisemaa. Opetuksellisuuden korostumisesta on kyse silloin, kun matkailija osallistuu aktiivisesti mutta ei uppoudu toimintaan ja todellisuuspakaisuudesta, eskapistisuudesta, kun matkailija osallistuu aktiivisesti kokemuksen toteuttamiseen ja uppoutuu siihen. Opetuksellisia elämyksiä ovat esimerkiksi melontakurssit tai hiihtoretket ja eskapistisia esimerkiksi seikkailu- tai kiipeilytuotteet. Mitä kokonaisvaltaisemmasta elämyksestä on kyse, sitä useampia elämyksen ulottuvuuksia siihen sisältyy. (Tarssanen & Kylänen 2009, 10.)

Suomessa elämykseen liittyvää tutkimusta on tehty mm. Lapin elämysteollisuuden osamiskeskuksessa, jossa Tarssanen ja Kylänen kehittivät matkailututkimuksessa paljon käytetyn elämyskolmion mallin, jonka avulla on mahdollista suunnitella matkailutuotteelle matkailijan subjektiivisen elämyksen syntymiselle suotuisat olosuhteet. Elämyskolmiossa tarkastellaan elämystä sekä tuotteen elementtien että asiakkaan kokemuksen tasoilta. Elämyksellinen tuote sisältää kaikki kuusi elementtiä, jotka ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti sekä vuorovaikutus. Elementit esiintyvät elämyskolmion kaikilla viidellä tasolla, jotka ovat motivaation taso, fyysinen taso, älyllinen taso, emotionaalinen taso ja henkinen muutos. (Tarssanen & Kylänen 2009, 11–12.)

Yksilöllisyys tarkoittaa tuotteen ainutlaatuisuutta ja näyttäytyy asiakaslähtöisyytenä, joustavuutena ja mahdollisuutena räätälöidä tuote kullekin asiakkaalle. Aitoudella tarkoitetaan tuotteen uskottavuutta, sitä onko alueen elämäntapa ja kulttuuri todellista ja olemassa olevaa, ja siihen liittyy kiinteästi tuotteen kulttuuris-eettinen kestävyys. Aitouteen liittyy tuotteelle ja kokemukselle sosiaalista merkitystä ja sisältöä antava tarina, jolla myös perusteellaan asiakkaalle toiminnan tärkeyttä. Moniaistisuus tarkoittaa kaikkien aistien huomiointia teeman mukaisesti, kontrasti tarkoittaa tuotteen erilaisuutta suhteessa matkailijan oman kulttuurin arkeen, ja vuorovaikutus on kaikkien osapuolten keskinäistä kommunikointia ja yhteisöllisyyttä. (Tarssanen & Kylänen 2009, 12–14.)

Elämyskolmion kuusi elementtiä esiintyvät kaikilla sen tasoilla, jotka etenevät alimmalta motivaation tasolta kohti elämyksen kokemista ja henkistä tasoa. Motivaation tasolla asiakkaan kiinnostus tuotetta kohtaan herää markkinoinnin sisältämien elämyksellisyyden eri elementtien perusteella. Fyysisellä tasolla asiakas kuluttaa tuotetta, kokee sen eri aisteillaan ja testaa tuotteen teknistä laatua. Älyllinen taso tarkoittaa edellisen tason aistiärsykkeiden analysointia ja niiden perusteella tehtyjä mielipiteitä tuotteista sekä niistä oppimista. Emotionaalisella tasolla tarkoitetaan asiakkaan tunnereaktioita tuotteesta. Positiivinen tunnereaktio tuotteen merkityksellisyydestä voivat saada aikaan tunteen elämyksen kokemisesta, joka sijoittuu tälle tasolle. Ylimmällä henkisellä tasolla elämyksen kokeminen on saanut asiakkaassa aikaan kokemuksen, jonka ansiosta ihminen kokee muuttuneensa ja kehittyneensä tai omaksuneensa persoonaansa jotakin uutta. (Tarssanen & Kylänen 2009, 15–16.)

Matkailussa elämyksellisyys syntyy matkailijan kaikista kokemuksista, jotka liittyvät erilaisiin aktiviteetteihin, majoitukseen, ruokaan, erilaisissa ympäristöissä olemiseen, paikallisten ihmisten kohtaamiseen sekä liikkumiseen.

Luonto- ja muut aktiviteetit

Aktiivisten seikkailijoiden päämielenkiinnon kohteena Suomessa ovat luontoaktiviteetit, jotka Visit Finlandin Luontoaktiviteettien tuotesuosituksissa määritellään tarkoittamaan aktiivista luonnossa liikkumista ja ajan viettämistä erilaisissa luontoympäristöissä. Luontoaktiviteettien perustana ovat Suomen neljä erilaista vuodenaikaa, Suomen alueittain vaihteleva luonto sekä luontoon rakennetut reitit ja rakenteet sekä niihin suunnitellut palvelut. Suomessa luonto on olennainen osa melkein kaikkea matkailua, ja luontomatkailun käsite liittyy myös esimerkiksi ruoka-, kulttuuri- ja hyvinvointimatkailuun. (Aittokoski, Lariola & Räsänen 2020, 3.)

Luontoaktiviteettien tarjonta on laaja ja ulottuu vain vähän taitoja ja ponnistusta tai lyhyen perehdyttämisen edellyttävistä aktiviteeteista, joita ovat esimerkiksi retkeily, patikointi, pyöräily ja melonta, vaativiin extreme-lajeihin. Jälkimmäisiä ovat esimerkiksi koskenlasku, vuorikiipeily, benji-hyppyt sekä vaellukset, jotka edellyttävät joko taitoja tai harjoittelua, asiantuntevan oppaan mukanaolon tai tapahtuvat erityisissä ympäristöissä. Luontoaktiviteetteihin liittyvät tuotteet voivat olla yksinkertaisimmillaan välineiden ja varusteiden vuokrausta omatoimimatkailijoille. Lisäksi ne voivat olla eripituisia opastettuja retkiä tai muutama tunnin tai usean päivän kestäviä tekniikka- tai taitokursseja. Kaikista tuotteista voidaan lisäksi tehdä yhdistelmä yhdessä paikassa tapahtuvaksi aktiviteetilomaksi. (Aittokoski ym. 2020, 5.)

Aktiiviset seikkailijat haluavat kokea matkallaan monenlaisia aktiviteetteja. He haluavat kokea myös muita kuin luontoaktiviteetteja ja nähdä kohteen nähtävyyksiä. Kulttuurimatkailu sisältää laajan valikoiman aineettomaan ja aineelliseen kulttuuriperintöömme liittyviä matkailupalveluja. (Business Finland f.) Se käsittää muun muassa erilaiset käyntikohteet, tapahtumat, taideaktiviteetit, arkkitehtuurin ja designin sekä suomalaisen elämäntavan. Live like a local on ajankohtainen ja suosittu matkailun trendi, jossa matkailijat haluavat kokea kohdemaan elämäntapaa paikallisten tavalla tai yhdessä paikallisten kanssa. (Visit Finland 2021c, 1, 11.) Suomalaiseen elämäntapaan kuuluu olennaisesti sauna, jonka suurin osa aktiivisista seikkailijoista haluaa matkallaan kokea. Erityisesti japanilaiset ovat kiinnostuneita saunasta, ja saunominen on Japanissa hyvin trendikästä. (Business Finland 2018.)

Ruokakokemukset

Ruokaan liittyvät kokemukset ovat aktiivisille seikkailijoille tärkeä osa matkaa, ja matkalla halutaan maistaa paikallisia ruokia. Ruoka on osa suomalaista elämäntapaa ja liittyy live

like a local -trendiin (Visit Finland 2021c, 12). Suomen ruokamatkailustrategian Hungry for Finland tarkoituksena on luoda Suomen ruokamatkailun yhtenäinen tarina, joka lisää Suomen houkuttelevuutta matkailijoille ja auttaa matkailuyrityksiä rakentamaan matkailijoille ruokaelämyksiä. (Hungry for Finland.) Suomalaiset ruokamatkailutuotteet auttavat toteuttamaan useita matkailijoiden nykytrendien mukaisia toivomuksia ja odotuksia, jotka liittyvät autenttisuuteen ja paikallisuuteen live like a local -hengessä, turvallisuuteen ja tarinallisuuteen (Havas & Adamsson 2020, 34). Ruokamatkailustrategian visiona on tehdä ruosta vastuullisesti elämyksellinen ja ostettava osa Suomen matkailua. Kansainvälisten tutkimusten (WFTA World Food Travel Association 2016 ja 2020) mukaan huomattava osa matkailijoista määrittelee itsensä ruokamatkailijaksi (49 % WFTA:n vuoden 2016 tutkimuksessa) tai esittää ruoan olevan merkittävä tekijä matkakohdetta valittaessa (86 % WFTA:n vuoden 2020 tutkimuksessa). (Havas & Adamsson 2020, 4, 6.)

Suomalainen ruokamatkailu voi olla ravintolaruokailua, joka perustuu paikallisuuteen ja tarinoihin, koti- tai katuruokaa, ohjattua ruoanlaittoa, luontoon liittyviä ruokatuotteita tai luonnossa ruokailua tai ruokaan liittyviä reittejä tai tapahtumia. Lisäksi paikat, joissa tarjotaan ruokaa ja järjestetään ruokaan liittyvää ohjelmaa, esimerkiksi torit, kauppahallit, erikoismyymälät (esimerkiksi juustolat), viinitilat, tislamot ja pienpanimot ovat osa ruokamatkailua. (Havas & Adamsson 2020, 8.) Koska ruokakokemukset ovat kuitenkin vain osa matkakokemusta, ne tarvitsevat tuekseen yhdistelmätuotteita ja reittejä. Ruokamatkatuotteita voidaan yhdistää ruokamatkailukokonaisuudeksi tai niitä voidaan yhdistää olennaiseksi osaksi muita matkailutuotteita tai matkailureittejä. (Havas & Adamsson 2020, 25.)

4.5 Vastuullisuus

Luvussa 2 tarkastelin kestävän ja vastuullisen matkailun käsitteiden historiaa ja vastuullisen matkailun eri ulottuvuuksia. Tässä luvussa tuon käsitteet matkailuyritysten käytännön tasolle ja esitän, miten vastuullisen matkailun ekologinen, sosiaalinen, taloudellinen ja kulttuurinen vastuullisuus ilmenevät matkailuyrityksen toiminnassa konkreettisina tekoina ja tavoitteina. Lähteinä käytän Vastuullisen matkailun portaat -hankkeen raporttia (Dolinšek ym. 2021), Visit Finlandin luontomatkailemisen tuotesuosituksia (Aittokoski ym. 2020) sekä Hungry for Finland -ruokamatkailustrategiaa (Havas & Adamsson 2020).

Vastuullisen matkailun portaat -hankkeessa syntyi käsitys siitä, millaisia vastuullisuustekoja suomalaiset matkailuyrittäjät tekevät ja mihin vastuullisuuden osa-alueisiin ne ymmärretään kuuluviksi. (Dolinšek ym. 2021, 17–21.) Hankkeen työpajoihin osallistuneet matkailuyritykset mieltävät matkailun vastuullisuuden liittyvän ennen muuta ekologiseen vastuullisuuteen. Se näkyy matkailuyrityksen toiminnassa käytännön toimenpiteinä vähen-

tää toiminnan negatiivisia vaikutuksia ympäristöön. Yritysten tekemät teot kohdistuvat erityisesti veden ja sähkön käytön vähentämiseen, jätteiden lajitteluun ja käsittelyyn sekä lähiruoan suosimiseen. (Dolinšek ym. 2021, 7, 19–20.) Lisäksi kuljetusten minimointi, julkisen liikenteen suosiminen, ruokahävikin ja kierrätysmateriaalien käyttö sekä eläinten hyvinvointi ovat monen yrityksen mainitsemia ekologisen vastuullisuuden tekoja. (Dolinšek ym. 2021, 19–20.)

Luontomatkailutuotesuosittelujen mukaan ekologista vastuullisuutta on lisäksi huolehdittava siitä, että kohteen luonto tunnetaan hyvin, luontomatkailusta ei jää jälkiä luontoon, ja asiakkaille kerrotaan kestävästä toimintatavoista luonnossa (Aittokoski ym. 2020, 4). Ruokamatkailussa vastuullisuus näkyy ruoan koko tuotantoketjussa, jonka hiilijalanjälki tulee huomioida. Ekologisesti vastuullinen ruokamatkailu hyödyntää suomalaisen luonnon antimia, kuten marjoja, sieniä, villiyrtejä, villikalaa, riistaa ja luomutuotteita. Jo mainittujen ekologisen vastuullisuuden tekojen lisäksi kertakäyttöastioiden välttäminen, hanaveden tarjoaminen pulloveden sijaan, sesongin mukaisten raaka-aineiden käyttäminen, kasvisruoan osuuden lisääminen ja henkilökunnan kouluttaminen vastuullisuuteen ovat konkreettisia vastuullisia tekoja ruokamatkailussa. (Havas & Adamsson 2020, 22, 24.)

Paikallisten työllistäminen, hyvät työolot, oikeudenmukaiset palkat sekä hyötyjen jakautuminen mahdollisimman tasaisesti ovat sosiaalista vastuullisuutta. Paikallisten palkkaaminen edistää myös taloudellista vastuullisuutta, koska alueelle syntyy työpaikkoja ja palkkatuloja. (Dolinšek ym. 2021, 7.) Paikallisten yritysten keskinäinen yhteistyö ja tavaroiden ja palveluiden ostaminen paikallisilta tuottajilta kuuluvat sekä sosiaaliseen että taloudelliseen vastuullisuuteen. Tärkeää taloudellisessa vastuullisuudessa on yrityksen kannattavuuden ja toiminnan jatkuvuuden varmistaminen esimerkiksi pidentämällä asiakkaiden viipymiä ja kehittämällä toimintaa ympärivuotiseksi. (Dolinšek ym. 2021, 7, 19–20.) Tuotteiden kannattava hinnoittelu edistää luontoaktiiviteettien taloudellista vastuullisuutta sekä paikallistaloutta (Aittokoski ym. 2020, 4).

Sosiaaliseen vastuullisuuteen kuuluvat myös henkilöstön kouluttaminen ja asiakkaiden ohjaaminen vastuullisuustekoihin sekä asiakkaiden yhdenvertaisuuden ja moninaisuuden huomioiminen (Dolinšek ym. 2021, 7, 19–20). Lisäksi sosiaalista vastuullisuutta on taata luontoaktiiviteettien turvallisuus matkailijoille. Reiteistä ja retkistä on tehty turvallisuusasiakirjat ja turvasuunnitelmat, ja matkailuyrittäjällä on tarvittavat taidot ja osaaminen palvelun suunnittelemiseen ja toteuttamiseen. Matkailijoille valitaan sopivat välineet ja varusteet, joiden kunnosta on huolehdittu, ja turvallisuudesta viestitään asiakkaille. Paikallisyhteisön hyvinvointi ja tarpeet on myös huomioitava. Monet luontoaktiiviteetit toteutetaan usean eri

toimijan yhteistyönä, ja sosiaaliseen vastuullisuuteen kuuluu paikallinen verkostoituminen ja paikallisista täydentävistä palveluista kertominen asiakkaalle. (Aittokoski ym. 2020, 4.)

Sosiokulttuurisesti vastuullinen ruokamatkailu suosii lähiruokaa ja paikallisten pientuottajien raaka-aineita ja tuotteita. Paikallista kulttuuria, sen perinteitä ja tarinoita hyödynnetään ruokamatkailun tukena. Paikallisten tuotteiden hankkiminen edistää myös taloudellisesti vastuullista ruokamatkailua tuomalla työpaikkoja paikalliselle väestölle ja kohdistamalla tuloja paikallisille yrittäjille. Paikallista työvoimaa käytetään myös ruoanvalmistuksessa ja ruokaelämysten tuottamisessa. (Havas & Adamsson 2020, 22.)

Kulttuurinen vastuullisuus liittyy tapaan, jolla alueen kulttuuria hyödynnetään matkailutuotteissa. Paikallista kulttuuria ja paikallisten asukkaiden arvoja tulee kunnioittaa ja kulttuuriperinnön monimuotoisuutta edistää. (Dolinšek ym. 2021, 7–8.) Näistä periaatteista ei yleensä anneta yhtä konkreettisia esimerkkejä kuin vastuullisuuden muihin osa-alueisiin liittyvistä teoista. Saamelaiskäräjät on määritellyt periaatteet, joiden mukaan saamelaiskulttuuria voidaan käyttää matkailussa. Vastuullisen ja eettisesti kestävä saamelaismatkailun toimintaperiaatteiden näkökulma on kulttuurinen, vaikka niissä otetaan kantaa matkailun vastuullisuuden eri ulottuvuuksiin. (Saamelaiskäräjät 2018.) Vastuullisen matkailun portaat -hankkeen työpajoissa matkailuyrittäjät yhdistivät kulttuuriseen vastuullisuuteen konkreettisina asioina tarinat ja tarinallistamisen, erilaiset tapahtumat ja perinteet, käsityökulttuurin ja mökkikulttuurin sekä paikallisen ruoan ja ruoanvalmistustavat. Kulttuuriperinnön ja historian esiin nostaminen sekä luonnonympäristön säilyttäminen ja esiin nostaminen mainittiin myös kulttuurisen vastuullisuuden tekoina. (Dolinšek ym. 2021, 19–20.)

5 Työn toteuttaminen

Olen valinnut tutkimusmenetelmäksi sisällönanalyysin, joka kuuluu laadullisiin eli kvalitatiivisiin tutkimusmenetelmiin. Laadullisissa tutkimuksissa kuvataan ilmiötä tai tapahtumaa, halutaan ymmärtää toimintaa tai tulkitaan tutkittavaa kohdetta (Tuomi & Sarajärvi 2018, 98). Sisällönanalyysilla on tarkoitus lisätä aineiston informaatioarvoa ja selkeyttää sitä johtopäätösten tekemistä varten (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 136). Sen avulla esitetään kuvaus kohteesta tiivistetyssä muodossa. Sisällönanalyysia on käytetty paljon tutkimusmenetelmänä, mutta sitä on kritisoitu siitä, että järjestetty aineisto esitetään usein tuloksina eikä aineistosta tehdä johtopäätöksiä. Sisällönanalyysilla voi tarkastella kaikkia kirjallisia tai kirjalliseen muotoon saatettuja dokumentteja, kuten kirjoja, artikkeleita, päiväkirjoja, kirjeitä, haastatteluja, puheita, keskusteluja, dialogeja tai raportteja. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 117.) Myös verkkosivuja voidaan analysoida sisällönanalyysin menetelmällä (Ojasalo ym. 2015, 136).

Sisällönanalyysilla kuvataan dokumenttien sisältöä sanallisesti, ja sen tavoitteena on tekstin merkitysten tunnistaminen hajottamalla aineisto osiin, käsitteellistämällä se ja kokoamalla se uudelleen. Ennen prosessin aloittamista on päätettävä, halutaanko tunnistaa merkityksiä kohteena olevan tekstin ilmissisällöstä (manifest content) vai sen piilossa olevia viestejä (latent content), ja valitaanko tutkimuksen analyysiyksiköksi esimerkiksi sana, lause vai suurempi kokonaisuus. (Ojasalo ym. 2015, 137.) Tarkennan aineistoa käsittelevässä luvussa, mitä tarkoitan näkyvässä olevan ilmissisällön tarkastelulla omassa työssäni.

Sisällönanalyysin menetelmää voidaan käyttää monella eri tavalla. Tuomen ja Sarajärven (2018) mukaan sitä voi tehdä joko aineistolähtöisesti tai teorialähtöisesti. Aineistolähtöisen sisällönanalyysin vaiheet etenevät aineiston pelkistämisestä (redusoinnista) sen ryhmitteilyyn (klusterointiin) ja lopulta abstrahointiin (Tuomi & Sarajärvi 2018, 122). Teorialähtöisessä sisällönanalyysissa menettelytapa on päinvastainen. Siinä luokittelun perusteena ovat aikaisemmat teorialat, mallit tai käsitejärjestelmät. Teorialähtöinen sisällönanalyysi perustuu kuitenkin usein aikaisemmin tehtyyn aineistolähtöiseen sisällönanalyysiin. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 127.) Näin on omankin aineistoni kohdalla, koska vastuullisten matkailureittien peruskriteerit pohjautuvat Suomen matkailustrategiaan perustuvaan Visit Finlandin toimeksiantoon.

Seuraavissa luvuissa kuvailen tarkemmin käyttämäni aineistoa ja miten analysoin sitä teorialähtöisen sisällönanalyysin keinoin. Kuvaan luomaani analyysitaulukkoa ja määrittelen ne kriteerit, joiden perusteella suunnittelin reittejä. Lopuksi kuvaan miten toteutin reittien suunnittelun.

5.1 Aineisto

Opinnäytetyöni aineisto muodostuu kolmesta ryhmästä, joiden tiedot kokosin yhteen Excel-muotoiseen taulukkoon. Ensimmäisen ryhmän muodostavat Sustainable Travel Finland -merkin saaneiden matkailuyritysten englanninkieliset verkkosivut. Tiedot olen poiminnut Visit Finlandin verkkosivulla olevasta hakukoneesta ”Find sustainable destinations and companies” (Visit Finland 2021a).

Toisen aineistoryhmän muodostavat reittiä täydentävien matkailuyritysten ja matkakohteiden englanninkieliset verkkosivut. Reittejä suunnitellessani etsin näitä verkkosivuja asettamieni kriteerien perusteella. Lisäsin yrityksiä koskevat tiedot taulukkooni ja käsittelin myöhemmin molempia ryhmiä samalla tavalla. Kaikkien yritysten kohdalla tarkastelin englanninkielisten verkkosivujen ilmisisältöä. Tämä tarkoitti sitä, mitä ja millä termeillä yritykset itse kertovat tuotteistaan ja vastuullisuudestaan. Analyysiyksikköinä olivat lauseet ja lausekokonaisuudet. Luokittelin sisältöä verkkosivuilla mainittujen otsikoiden tai termien mukaan. Esimerkiksi jos yritys puhui sosiaalisesta vastuullisuudesta, luokittelin tekstin sosiaalisen vastuullisuuden luokkaan. En yrittänyt tulkita tekstien mahdollisia piiloviestejä.

Olen rajannut aineiston matkailuyritysten ja matkakohteiden matkailijoille suunnattuihin verkkosivuihin enkä ole ottanut aineistoon mukaan muuta digitaalista sisältöä, kuten yritysten sosiaalisen median kanavia. Perustelen rajauksen sillä, että Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -hakusivulla annetaan matkailuyrityksistä linkki niiden englanninkielisille verkkosivuille. Ne ovat yleensä ensisijainen tiedonlähde yrityksen palveluista kansainvälisille matkailijoille, ja niillä yritykset kertovat vastuullisuudestaan. Digitaalisella aineistolla tarkoitan siten tässä työssäni matkailuyritysten, matkakohteiden ja matkailualueiden englanninkielisiä verkkosivuja.

Kolmanteen aineistoryhmään kuuluvat suurten yritysten, kuten VR ja Viking Line, vastuullisuusraportit. Osalla yrityksistä oli STF-merkki. Raporttien laajuudesta johtuen käsittelin niitä kevyemmin kuin pienempien yritysten verkkosivujen vastuullisuusviestintää. Perustelen tätä sillä, että vastuullisuusraporttien kohderyhmänä eivät ole matkailijat eikä niitä julkaista matkailijoille suunnatuilla verkkosivuilla, joten niiden sisältö on erilaista. Olen tarkastellut vastuullisuusraportteja, tehnyt päätelmät vastuullisuuden täyttymisestä ja poiminnut analyysitaulukkoon raportista lyhyen kuvaavan lauseen.

Ensimmäisen ryhmän verkkosivut ovat tärkein aineistoni, jota toisen ryhmän aineisto täydentää. Kolmas ryhmä, suurten yritysten vastuullisuusraportit, saa pienimmän huomion ja painoarvon. Tutustuin myös verkkosivujen suomenkielisiin versioihin vertailua ja tarvittaessa lisätietojen hankkimista varten.

5.2 Matkailureittien kriteerit

Visit Finlandin toimeksianto muodostaa perustan suunnittelemani reittien kohdevalintojen kriteereille. Visit Finlandin mukaan tarkoituksena on suunnitella vastuullisia matkailureittejä, ja yritysvalinnoissa tulee suosia Finlandin Sustainable Travel Finland -merkin saaneita yrityksiä. Reittien jokaisen kohteen on sisällettävä kestävyiden ja vastuullisuuden elementtejä. Kestoltaan yhdestä päivästä yhteen viikkoon olevia reittejä tulee suunnitella kaikkialle Suomeen, kaikkina vuodenaikoina ja mielellään sesongin ulkopuolisia kausia suosien. Reitteihin liitetään segmenttien mukaisia teemoja ja niiden tulee sisältää majoitus, ravintolaehdotuksia, kokemuksia, nähtävyyksiä ja matkustaminen. Reiteistä tehdään englanninkieliset kuvaukset. (Aittokoski 11.12.2020.)

Opinnäytetyöni reittien kohderyhmänä on aktiiviseksi seikkailijoiksi nimetty segmentti, joka muodostuu saksalaisista, brittiläisistä, kiinalaisista ja japanilaisista matkailijoista. He ovat omatoimimatkailijoita, jotka etsivät matkakohteet ja tekevät matkavaraukset itsenäisesti. Koska reittejä suunnitellaan kansainvälisille matkailijoille, seurasin Suomen matkailustrategian linjauksia, joiden mukaan matkailupalvelujen on oltava digitaalisesti löydettävissä ja ostettavissa ja toimivien liikenneyhteyksien päässä saavutettavissa. Lisäksi huomioin Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerien edellytyksen matkailupalveluiden autenttisuudesta ja vetovoimaisuudesta. (Visit Finland 2021b, 6–7.) Näistä elementeistä päädyin pohdinnan jälkeen neljään pääkriteeriin, joille annoin nimet digitaalisuus, saavutettavuus, elämyksellisyys ja vastuullisuus. Merkitsin yläluokat analyysitaulukkoon, ja määrittelin yläluokille tarvittavat alaluokat. Eri alaluokat muodostin hieman eri periaatteilla, jotka perustelen alla lyhyesti.

Digitaalisuuden kriteeri tarkoittaa tuotteen digitaalista löydettävyyttä ja ostettavuutta. Koska käytän pelkästään digitaalista aineistoa, matkailuyrityksellä tai -kohteella on oltava verkkosivut, jotta se voi tulla osaksi reittiä. Kansainvälisillä matkailijoilla tulee olla mahdollisuus löytää verkkosivut ja saada tuotteista tietoa. Verkkosivujen kielivaatimus on vähintään englanti. Tuotteiden tulee olla ostettavissa digitaalisesti, mieluiten oman verkkokaupan tai verkkosivuille linkitetyn muun kanavan kautta, sähköisellä lomakkeella tai sähköpostitse.

Saavutettavuus tarkoittaa sitä, että kohteisiin pääsee kohtuullisella vaivalla jollakin kulkuvälineellä ja että yrityksen verkkosivuilla on matkailijalle ohjeita kohteeseen pääsystä. Reitin lähtö- ja pistepisteet ovat saavutettavissa kansainväliseltä lentoasemalta, satamasta tai rautatieasemalta. Eri kohteet ovat reittini näkökulmasta saavutettavissa siten, että liikkuminen kohteiden välillä on mahdollista. Digitaalinen löydettävyys voidaan käsittää myös

saavutettavuudeksi mutta rajasin saavutettavuuden koskemaan kohteiden fyysistä tavoitettavuutta.

Etsin yrityksen verkkosivulta tietoa siitä, millä tavalla se kertoo vastuullisuudestaan. Jos yrityksen vastuullisuudesta ei viestitä erillisen otsikon alla, yritin poimia muusta tekstistä vastuullisuudesta kertovia ja oikeaan alaluokkaan sopivia kohtia. Jokaisen reittiin kuuluvan yrityksen vastuullisuuden tulee olla jollakin tavalla perusteltua, mutta kaikkien vastuullisuuden ulottuvuuksien ei tarvitse täytyä yhdessä yrityksessä. Valintojen tekemistä ohjasi periaate, että kokonaisuutena reitin tulee sisältää vastuullisuuden eri näkökulmia. Vastuullisuuden alaluokat syntyvät vastuullisen matkailun neljästä ulottuvuudesta, jotka ovat ekologinen, sosiaalinen, taloudellinen ja kulttuurinen vastuullisuus.

Elämyksellisyyden kriteeri liittyy eri segmenttien odotuksiin Suomenmatkallaan saamista kokemuksista. Etsin yritysten tuotekuvauksista tietoja niiden tarjoamista palveluista, joita ovat luonto- ja muut aktiviteetit, nähtävyydet, ruoka ja majoitus, ja vertasin niitä eri kansallisuutta edustavien aktiivisten seikkailijoiden toiveisiin. Asetin omia lisävaatimuksia, kuten päätin suosia aktiviteetteja, joissa liikutaan lihasvoimin ja joissa ei käytetä eläimiä.

Olen huomionut määrittelemäni ylä- ja alaluokat jo esittämäni matkailutuotteen elementtien kuvauksessa luvussa 4. Esitän taulukossa 2 yläluokat ja niiden alaluokat.

Taulukko 2. Työkaluna käyttämäni analyysitaulukon ryhmittelyn yläluokat ja alaluokat

Yläluokka	Alaluokka
Digitaalisuus	Verkkosivut englannin kielellä (+ saksa, kiina, japani)
	Ostaminen digitaalisesti (verkkokauppa, lomake yms.)
Saavutettavuus	Kohteeseen pääseminen, saapumisohteet
Elämyksellisyys	Luonto- ja muut aktiviteetit
	Ruokakokemukset
	Majoitus
	Nähtävyydet
Vastuullisuus	Ekologinen vastuullisuus
	Sosiaalinen vastuullisuus
	Taloudellinen vastuullisuus
	Kulttuurinen vastuullisuus

Laatimani taulukko toimi työkalunani koko tutkimustyöni ajan. Arvioin matkailuyritysten soveltuvuutta reitille sen mukaan löytyikö niiden englanninkielisiltä verkkosivuilta sisältöä alaluokkaan. Digitaalisuutta merkitsin verkkosivujen kieliversioilla englanti, saksa, kiina ja japani ja tuotteen ostamisesta merkitsin, onko ostotapana verkkokauppa, verkkolomake,

sähköposti, puhelin tai jokin muu tapa. Muiden yläluokkien alaluokkiin kopioin yrityksen verkkosivuilta sanat, lauseet tai kappaleet, jotka koskivat kyseistä alaluokkaa.

Taulukossa 3 on esimerkki siitä, miten olen tehnyt aineiston teorialähtöistä analyysia. Abstrahoin eli pelkistin tekemäni löydöksen, koska asetan esimerkiksi yrityksen lupauksen kierrättää kaikki roskat yleiskäsitteen ”ekologinen vastuullisuus” alle. Päädyin siihen, että tekstin kopioiminen verkkosivuilta taulukkooni on kätevin tapa kerätä tieto yhteen paikkaan. Vaikka taulukon sarakkeissa on paljon tekstiä, niiden lukeminen Excel-tiedostosta oli kätevää, ja kokonaiskuvan hahmottaminen oli helppoa, kun tieto oli yhdessä paikassa.

Taulukko 3. Esimerkki opinnäytetyön aineiston teorialähtöisestä analyysistä Tuomen & Sarajärven (2018) mallin mukaan mukailten. Alkuperäiset ilmaukset ovat suoria lainauksia Lietsu Huoneistohotellin verkkosivuilta (Lietsu Boutique Aparthotel a; Lietsu Boutique Aparthotel b)

Yläluokka	Alaluokka	Alkuperäinen ilmaus
Vastuullisuus	Kulttuurinen vastuullisuus	The decorative details in each room tell stories about local history, culture and nature. The room names have their roots in the Karelian language and dialects.
Saavutettavuus	Kuinka päästä kohteeseen	Our unique and well equipped rooms are located in the city centre of Joensuu, address Rantakatu 26, alongside the River Pielisjoki. Services, transport connections and event facilities situate just on a short walking distance.

5.3 Matkailureittien suunnittelu

Aloitin reittien suunnittelun kirjoitettuani tietoperustan ja kuvattuani alustavasti tutkimusmenetelmäni. Reittien suunnittelu sisälsi useita osia, joiden mukaan etenin vaiheittain kohti tavoitettani, vaikka eteenpäin menemisen lisäksi palasin toisinaan aikaisempiin vaiheisiin. Kuvaan prosessia alla sekä liitteessä 9.

Aloitin hakemalla Visit Finlandin hakukoneesta (liite 9, vaihe 1) tiedot luomaani analyysitaulukoon (liite 9, vaihe 2). Jokainen Sustainable Travel Finland -merkin saanut yritys sai oman rivin. Opinnäytetyötä tehdessäni STF-merkkejä myönnettiin lisää, joten tarkastelin hakukonetta säännöllisin väliajoin ja täydensin taulukkoani. Hahmottelin sarakeotsikot heti aluksi toimeksiannon perusteella, ja reitin kriteerit muodostuivat niistä helposti. Avasin kaikkien STF-yritysten verkkosivut, ja merkitsin taulukkoon ne yritykset (”ei”), jotka jo tässä varhaisessa vaiheessa ajattelin jättää reittien ulkopuolelle. Päätin jättää Helsingin seudun pois, koska halusin suunnitella reittejä muualle Suomeen. Koska halusin suunnitella reittejä omatoimimatkoille, pois jäivät yritykset, joiden tuotteet olivat vain ryhmille. Merkitsin pois myös yritykset, joilla ei mielestäni ollut aktiivisia seikkailijoita kiinnostavia

tuotteita, ja muistiin ne, joiden tarjonnassa niitä oli. Tässä vaiheessa olin luonut listan aktiviteeteista, joita reittien tulisi sisältää ja jotka ovat kutakin kansallisuutta erityisesti kiinnostavia lajeja. Mietin, mitkä vuodenaajat ovat parhaita eri kansallisuuksille ja eri aktiviteeteille. Sisällössä halusin ottaa huomioon eri kansallisuuksien toiveet mutta myös välttää toistamasta samoja asioita, joita heille jo nyt tarjotaan. Täytin taulukkoa useiden kiinnostavien yritysten kohdalta (liite 9, vaihe 2).

Otin käyttöön Google Mapsin, jonka avulla tarkastelin yrityksen maantieteellistä sijaintia ja sen lähistöllä olevia paikkoja (liite 9, vaihe 3). Tallensin Google Mapsiin erilaisia reittiluonnoksia, ja etsin tietoa kohteiden välisistä etäisyyksistä ja kulkuyhteyksistä. Yritin saada jokaiselle reitille mahdollisimman monta STF-merkin saanutta yritystä. Kun löysin mielestäni reitille sopivan kohteen, tarkastelin sisällönanalyysin avulla sen englanninkielisiä verkkosivuja ja tallensin otteet analyysitaulukkooni. Toistin menettelyn jokaisen yrityksen kohdalla, jonka otin mukaan reitille. Huolehdin reitin monipuolisuudesta ja sisällytin siihen kulkuvälineet, majoitukset, ruokapalvelut, aktiviteetit ja nähtävyydet.

Pohdin useita mahdollisia alueita, joille voisinkin rakentaa reitin, ja jotka kiinnostaisivat jotakin tiettyä kansallisuutta. Jotkin alueet näyttivät minusta heti sopivan jollekin kansallisuudelle, kun taas toisilla alueilla oli potentiaalia kiinnostaa useita kansallisuuksia sen mukaan, mitä yrityksiä ja aktiviteetteja reitillä olisi ja mihin vuodenaikaan reitti sijoittuisi. Koikeilin alueiden soveltuvuutta eri vuodenaikoina ja eri kohderyhmille. Useimmille alueille oli mahdollista suunnitella montaa kansallisuutta kiinnostavaa sisältöä, koska ne sisälsivät paljon mielenkiintoisia matkailupalveluja, mutta yritin löytää jokaiselle kaikkein houkuttelevimpia kohteita.

Tässä vaiheessa minulle muodostui käsitys neljästä alueesta, joilla oli useita STF-yrityksiä ja niitä tukevaa muuta matkailutarjontaa. Reittien kohderyhmiä ja vuodenaikoja en saanut vielä päätettyä, koska monella alueella oli paljon erilaisia kiinnostavia matkailupalveluja. Tunsin, että minulla on paljon hajanaista materiaalia, jota en saanut yhdistettyä toivomallani tavalla. Oivalsin ongelmaani ratkaisuksi hyvin yksinkertaisen menettelytavan, josta oli minulle paljon apua: otin käyttöön post it -laput (liite 9, vaihe 4). Niiden avulla sain sovitettua yhteen maantieteellisen sijainnin, kohderyhmän kansallisuuden, aktiviteetit ja vuodenaajan.

Kirjoitin yhdelle post it -lapulle ne aktiviteetit, joista aktiiviset seikkailijat ovat kiinnostuneita Suomessa: kesällä melonta, kalastus, patikointi, pyöräily, lintujen tarkkailu, villieläinten katselu, uinti, kalliokiipeily ja koskenlasku sekä talvella hiihto, luistelu, talvikalastus ja keltunta. Tein omat post it -laput myös jokaiselle vuodenajalle (kevät, kesä, syksy ja talvi) ja

jokaiselle kansallisuudelle (saksalaiset, britit, kiinalaiset ja japanilaiset). Viimeisenä ryhmänä kirjoitin neljälle post it -lapulle neljä maantieteellistä aluetta pääkohteidensa mukaan nimettyinä. Tämän jälkeen ryhdyin sommittelemaan lapuista neljää erilaista yhdistelmää. Tämä apuvälineen ansiosta sain melko nopeasti päätettyä reitit. Kaikki aktiviteetit eivät mahtuneet mukaan reiteille vaan valitsin niistä sopivimmat.

Seuraavana vaiheena olivat reittien yksityiskohdat. Materiaalin olin jo pääosin kerännyt, ja se oli taulukossani. Täydensin sitä tarvittaessa. Tarkastelin analyysitaulukkoni perusteella neljän kriteerini täyttymistä jokaista matkailuyritystä tai matkakohdetta koskien. Merkitsin reitit eri väreillä taulukkoon (liite 9, vaihe 5). Samanaikaisesti ylläpidin Google Mapsissa karttaa ja kirjoitin päiväkohtaista ohjelmaa. Kirjoitin reittikuvaukset ensin suomeksi ja käänsin ne englanniksi.

Esitän työni tuotokset eli suunnittelemani reitit opinnäytetyöni liitteissä. Liitteissä 1–4 ovat suomenkieliset reittikuvaukset. Liitteissä 5–8 ovat työni varsinainen produkti eli englanninkieliset reittikuvaukset sekä reitit havainnollistettuna Google Mapsin kartoilla.

6 Kriteerien toteutuminen matkailureiteillä

Olen suunnitellut aktiivisille seikkailijoille neljä erilaista reittiä, jotka vastaavat Saksasta, Britannian, Kiinasta ja Japanista Suomeen matkustavien matkailijoiden odotuksiin ja toiveisiin aktiiviselta luontolomalta Suomessa. Jokaisen reittikuvauksen alussa on lyhyt esittely reitin sisällöstä. Sen on tarkoitus herättää kiinnostus reittiin esittelemällä, millaiseen ympäristöön reitti sijoittuu ja mitkä ovat sen elämyksellisimmät elementit. Tämän jälkeen kuvaan lyhyesti reitin päiväkohtaisen aikataulun ja sisällön. Reittikuvaukset ovat tulos tekemästäni analyysistä matkailureitille määrittelemiäni kriteerien digitaalisuus, saavutettavuus, elämyksellisyys ja vastuullisuus täyttymisestä. Kansainväliselle matkailijalle reitit markkinoidaan digitaalisesti löydettävänä, saavutettavina, elämyksellisinä ja vastuullisina, ja niiden nimeäminen on tehty markkinoinnin näkökulmasta.

Tässä luvussa perustelen valintani reitin kohderyhmälle, sijainnille ja ajankohdalle. Analysoin reitin elementtejä kriteerieni kautta. Teen lopuksi yhteenvedon taulukkoon, jossa ovat reitin kaikki matkailuyritykset. Alaluvut on nimetty siten, että niissä näkyvät reitin elämyksellisimmät aktiviteetit, vuodenaika ja kansallisuuden kohderyhmä.

6.1 Reitti 1: Kalliokiipeilyä ja melontaa kesällä saksalaisille

Ensimmäisen reitin kohteina ovat Lapin maakuntaan kuuluva Posio ja sekä Pohjois-Pohjanmaan maakuntaan kuuluvat Taivalkoski. Reitin lähtöpiste on Kuusamon lentoasema, jonne lennetään Helsingistä, ja se päättyy samaan paikkaan kuuden päivän rengasreitin jälkeen. Reitin sisältö on suunniteltu saksalaisille matkailijoille, joita kiinnostavat erityisesti extreme-lajit ja kansallispuistot, joita molempia sisältyy reitille. Saksalaiset yöpyvät Suomessa eniten Helsingissä ja Lapissa, joten alueena Posion, Kuusamon ja Taivalkosken alue kiinnostanee heitä. Reitti ajoittuu kesään, jolloin saksalaiset matkustavat Suomeen eniten.

Heikkinen (2021) on tarkastellut matkailun taloudellisia vaikutuksia Posiolla. Posiolla ja sen naapurikunnissa yöpyy talvisin suunnilleen yhtä paljon kotimaisia kuin kansainvälisiä matkailijoita, mutta kesällä kotimaisten matkailijoiden määrä on suurempi. Haasteena kansainvälisten matkailijoiden houkuttelemiseksi Posiolle on se, että Suomea ei tunneta hyvin eikä Suomi ei kiinnosta kesämatkailukohteena. (Heikkinen 2021, 6.) Olen valinnut Posion saksalaisille aktiivisille seikkailijoille edistääkseni Posion tunnettavuutta kesämatkailukohteena. Valintaan vaikutti myös se, että Posiolla kohteena on Sustainable Travel Finland -merkki (Business Finland 2020).

Reitin matkailuyrityksiä ovat Lomakeskus Himmerki, MyTrail, Outdoor Passion Finland, Pentik-mäen Kulttuurikeskus ja Ravintola Tapio ja Saijan Lomakartano. Reitille kuuluu myös Riisitunturin kansallispuisto. Lisäksi reitillä käytetään Finnairin, Hertzin ja Keskon palveluita. Suomenkielinen reittikuvaus on liitteessä 1 ja englanninkielinen reittikuvaus ja kartta ovat liitteessä 5.

Esitän kriteerien toteutumisen reitillä 4 alla olevassa taulukossa 7. Tässä ja seuraavien reittien yhteenvetotaulukoissa olen merkinnyt "x", jos kriteeri toteutuu reittiin kuuluvassa yrityksessä hyvin. Tulkinta Tapion elämyksellisyydestä perustuu muihin kuin sen verkkosivuihin, siksi merkitsin sen "(x)". Suurten yhtiöiden vastuullisuuden eri osa-alueiden kohdalle olen merkinnyt "o" tarkoittamaan, että niiden vastuullisuusraportit käsittelevät kyseistä asiaa.

Taulukko 4. Yhteenveto kriteerien toteutumisesta reitillä 1

Reitti 1: Kalliokiipeilyä ja melontaa kesällä saksalaisille									
Matkailuyritys/kohde	Luokka	STF	Digitaalisuus	Saavutettavuus	Elämyksellisyys	Ekologinen vastuullisuus	Sosiaalinen vastuullisuus	Kulttuurinen vastuullisuus	Taloudellinen vastuullisuus
Finnair	kuljetus		x	x		o	o	o	o
Hertz	kuljetus		x	x		x o	o		o
Himmerki / Kirikeskus	majoitus	x	x	x	x	x	x	x	
My Trail	aktiviteetti	x	x	x	x	x	x	x	x
Outdoor Passion	aktiviteetti	x	x	x	x	x	x	x	x
Pentik-mäki / Pentik	nähtävyys	x	x	x	x	x	x	x	x
Riisitunturi	aktiviteetti		x	x	x	x	x	x	
Saija	maj./aktiv.	x	x	x	x	x		x	x
Tapio	ruoka	x	x		(x)				
Muu yritys									
K-Market Muikku / Kesko	ruoka		x	x	x	o	o	o	o

x = toteutuu verkkosivujen mukaan

o = vastuullisuusraportti

Digitaalisuus

Digitaalisuus toteutuu reitin matkailuyrityksissä pääsääntöisesti erittäin hyvin, koska kaikilla reitin matkailuyrityksillä ja matkakohteilla on englanninkieliset verkkosivut, ja useim-

mat tuotteet ovat joko ostettavissa suoraan yritysten omista verkkokaupoista tai varattavissa niiden verkkosivuilta. Englannin kielen lisäksi Lomakeskus Himmerkillä on kielivalintana saksa, mikä oli etuna reitin kohderyhmälle saksalaisille. Tuotteet on yleensä esitelty selkeästi tekstein ja kuvin. Suuren sisällön vuoksi osalla sivuista on välillä hankalaa navigoida eivätkä linkitykset toimi aina niin kuin niiden pitäisi. Näin on esimerkiksi Saijan sivuilla. Koronapandemiasta voi johtua, että kaikki verkkosivut eivät näytä olevan täysin ajan tasalla.

Kaikista suomalaisista kansallispuistoista on hyvät kohdekuvaukset englannin kielellä Metsähallituksen ylläpitämässä hakemistossa Nationalparks.fi. Tämä koskee sekä tämän reitin Riisitunturin kansallispuistoa että muille reiteille sisältyviä kansallispuistoja.

Posiolla on useita viihtyisiä ja persoonallisia kahviloita, kuten Korpihilla ja Ingan Tupa, jotka jäävät reitin ulkopuolelle tiukkojen kriteerien vuoksi. Kahviloilla ei joko ole lainkaan englanninkielisiä verkkosivuja tai verkkosivujen englanninkielinen sisältö on hyvin suppea. Kahvilat ja niiden yhteystiedot esitetään Posion matkailuneuvonnan verkkosivulla (Posio Lapland a).

Saavutettavuus

Posion ja Taivalkosken kohteiden saavutettavuus on hyvä henkilöautolla mutta huono julkisilla kulkuvälineillä. Posiolle pääsee lentämällä ensin noin 1 h 40 minuuttia Helsingistä Kuusamoon, josta on noin 45 minuutin ajomatka Posiolle. Kesäisin on vähemmän lentoja kuin talvella (Heikkinen 2021, 6). Suunnittelemani reitillä tarvitaan aikataulun sujuvuuden vuoksi henkilöautoa. Vuokra-auton käyttäminen mahdollistaa vapaan liikkumisen reitin kohteissa. Kuusamon lentoasemalla on useita autovuokraamoita (Finavia 2021a). Julkista liikennettä alueella on pääasiassa suosituimpiin kohteisiin, kuten Rukalle ja Kuusamon Tropiikkiin (Finavia 2021b.)

Posion matkailusivustolla kerrotaan, miten sinne pääsee eri kulkuvälineillä (Posio Lapland b). Monet yritykset, kuten Saijan Lomakartano (Saija a), antavat selkeät saapumisohjeet, mutta useilta yrityksiltä ne myös puuttuvat. MyTrail ja Outdoor Passion eivät kerro aktiiviteettikuvauksissaan tarkkaa tietoa aktiviteetin tapahtumapaikasta, vaikka sen näyttäminen kartalla olisi tärkeää omatoimimatkaajalle matkan suunnittelua varten. Metsähallitus antaa ohjeet kansallispuistoon saapumisesta eri kulkuvälineillä jokaisen kansallispuiston kohdekuvauksessa. Riisitunturin vaellusreittien alkupisteisiin ei pääse julkisilla kulkuvälineillä (Metsähallitus 2021a).

Elämyksellisyys

Saksalaisille matkailijoille suunnittelemani reitillä on paljon erilaisia kokemuksia, joissa on elämyksellisyyden elementtejä ja saksalaisia aktiivisia seikkailijoita kiinnostavia teemoja. Saksalaiset yhdistävät Suomeen erityisesti järvet ja villin luonnon ja reitin aktiviteeteissa liikutaan näihin liittyvissä maisemissa. Reitillä on myös autenttisia, laadukkaita ruokaelämyksiä, ruokailua luonnossa retkillä ja paikalliseen elämään tutustumista pienen Posion keskustassa.

Reitin kohokohtia ovat Outdoor Passionin opastettu kalliokiipeily Ruoppivaarassa sekä yömelonta Saijassa (Outdoor Passion a; Saija b). Molemmissa aktiviteeteissa matkailija osallistuu aktiivisesti toimintaan itselleen uudessa ympäristössä, kalliolla tai öisellä järvellä, ja kokemukset ovat sekä esteettisiä että eskapistisia. Kalliokiipeily tapahtuu jylhässä maisemassa, jossa jyrkät kallioseinämät nousevat korkealle rotkojärven rannalta ja ympärillä on vanhaa mäntymetsää (Mäkelä 2019). Yömelonta on Jokijärvellä, jota kutsutaan melojan paratiisiksi, koska siellä on paljon vesireittejä ja tyyniä vesistöalueita (Visit Taivalkoski).

Riisitunturin kansallispuiston ainutlaatuisiin maisemiin kuuluvat Euroopan hienoimmat rinesuot ja suurin lähde, Kitkajärvi (Metsähallitus 2021b, Metsähallitus 2021c). Riisitunturille tehdään reitillä MyTrailin järjestämä, noin 10 kilometrin opastettu retki (MyTrail 2018a) tai matkailija voi patikoida Riisitunturilla omatoimisesti. Mahdollisuus omatoimisiin aktiviteetteihin on myös majoituspaikoissa, joissa voi käyttää esimerkiksi soutuvenettä tai fatbikea, patikoida ja saunoa (Himmerki a; Saija b). Saunakokemus Suomessa on kansainvälisten matkailijoiden toivotuimpia kokemuksia Suomessa.

Reitillä majoitutaan kahdessa paikassa ja erilaisissa majoituksissa. Posiolla kolmen yön majoituspaikka on Lomakeskus Himmerkin kelomökki, jossa on oma sauna (Himmerki a). Saijan majoitusvaihtoehdoista olen valinnut saksalaiselle aktiiviselle seikkailijalle kahden yön yöpymistä varten huoneiston (Saija c). Molemmat majoituspaikat sijaitsevat järven rannalla, mutta Lomakeskus Himmerkin lähellä on Posion keskus palveluineen ja Saija sijaitsee omassa rauhassaan metsien ympäröimänä.

Posiolla sijaitsevaa Ravintola Tapiota ylistetään yhdeksi Suomen suosituimmista ravintoloista, jossa ruokaa valmistaa brittikokki eksoottisista lappilaisista raaka-aineista (House of Lapland; Johansson 2020). Ravintolan elämyksellisyys ei tule esille sen omilta verkkosivuilta ja jää kansainväliseltä matkailijalta huomaamatta, jos ravintolasta ei löydy tietoa

englanniksi. Illastaminen Tapiossa sisältyy Posiolla vierailevan saksalaisen matkailijan ohjelmaan. Saijan ravintolassa tarjotaan tavallisempaa ruokaa paikallisista sesongin mukaisista ja tuoreista aineksista valmistettuna (Saija d). Muita ruokakokemuksia reitillä ovat Lomakeskus Himmerkin ravintolassa syöminen, ruokatarvikkeiden ostaminen paikallisesta ruokakaupasta K-Market Muikusta, eväiden syöminen Riisitunturin patikkaretkellä sekä aamiainen nuotiolla yömelontaretkellä (Himmerki b; Kesko 2021a; MyTrail 2018a; Saija b). Paikallisessa ruokakaupassa käyminen on matkailijalle mielenkiintoinen kokemus ja liittyy matkailun live like a local- trendiin.

Suosittu Pentik-mäki mielenkiintoisine museoineen ja näyttelyineen on Posion suurin nähtävyys. Siellä on viihtyisä kahvila ja tehtaanmyymälä, josta voi ostaa suomalaista keramiikkaa. (Lotta Sumioinen 12.2.2021; Pentik a.)

Vastuullisuus

Posio on ensimmäinen ja toistaiseksi ainoa Sustainable Travel Finland -merkin saanut alue Suomessa (Business Finland 2020). Alue saa STF-merkin, jos yli puolelle sen matkailuyrityksistä on myönnetty STF-merkki. Reitin yrityksistä STF-merkki on kuudella yrityksellä, jotka ovat Lomakeskus Himmerki, MyTrail, Outdoor Passion, Pentik-mäen Kulttuurikeskus, Saijan Lomakartano sekä ravintola Tapio. STF-merkkien lukumäärällä mitattuna reitti on suunnittelemissani reiteistä vastuullisin.

Reitin matkailuyritysten vastuullisuusohjelmat ovat huolellisesti laadittuja lukuun ottamatta Tapiota, jonka vastuullisuusviestintä rajoittuu sen verkkosivujen yhteen lauseeseen eikä sivuilla ole STF-merkkiä (Tapio.) Vastuullisuus toteutuu reitillä näistä syistä erittäin hyvin ja erityisesti saksalaisten matkailijoiden toivomalla tavalla luontoympäristössä, majoituksessa ja ruoassa. Posio on myös kesällä ruuhkattomampi kuin talvella, jolloin se on suosittu matkakohde.

Reitin majoituspaikkojen vastuullisuus perustuu Green Key -merkkiin, jonka painopisteenä on ekologinen vastuullisuus. Green Key -merkin saaneet yritykset ovat sitoutuneet kasvattamaan henkilöstön ja asiakkaiden ympäristötietoisuutta, tehostamaan energian- ja vedenkäyttöään ja vähentämään niitä ympäristölle aiheutuvia rasituksia, joita majoitustoiminnasta aiheutuu. (Green Key a.) Outdoor Passionilla on Green Activities -merkki. Se on tarkoitettu sellaisille ohjelmapalveluyrittäjille, jotka tarjoavat pääasiassa lihasvoimalla toteutettavia luontoaktiviteetteja ja noudattavat kestävän kehityksen periaatteita (Green Key b). Outdoor Passion Finland järjestää retkiä pienille ryhmille, koska ne rasittavat luontoa vähemmän kuin suuret ryhmät (Outdoor Passion b).

Ympäristövastuullisista teoistaan kertovat yritykset korostavat vastuullisia tekojaan omassa ydintoiminnassaan. Pentikin ympäristöteot kohdistuvat sen käyttämiin materiaaleihin ja niiden kierrätykseen (Pentik b). Autovuokraamo Hertzillä on Green Collection -mallisto, jonka autot ovat mahdollisimman vähäpäästöisiä (Hertz 2020), joten autonvuokrauksessa voi tehdä vastuullisia valintoja. Yritykset toteavat usein haluavansa vaalia alueen kaunista luontoa ja pyrkivänsä vähentämään toimintansa aiheuttamia negatiivisia vaikutuksia luontoon, ja konkreettisista teoista annetaan esimerkkejä, kuten ruokahävikin vähentäminen (MyTrail 2018b).

Vaikka Posion alueen yritykset viestivät paljon ekologisesta vastuullisuudestaan, ne asettavat sosiaalisen vastuullisuuden elementit ekologisten edelle. Pentik kertoo roolistaan alueen suurimpana työllistäjänä ja tavoitteestaan kehittyä edelleen vastuullisena työnantajana (Pentik c). MyTrail tuo esille yhteistyötään vastuullisten yritysten kanssa (MyTrail 2018b). Outdoor Passion Finland pitää huolta palkkatasa-arvosta (Outdoor Passion b).

Monet reitin yritykset pitävät turvallisuutta tärkeänä asiana. Pentik huolehtii asiakkaidensa terveydestä, koska sen astioissa ei käytetä haitallisia kemikaaleja (Pentik b). MyTrail osoittaa vastuullisuuttaan asiakkaitaan kohtaan antamalla näille tarkkoja pukeutumisohteita talvea varten (MyTrail 2018c). Outdoor Passion kertoo tekevänsä jatkuvaa tuoteturvallisuustyötä (Outdoor Passion b).

Saijan vastuullisuusviestinnässä tulee esille alueen kulttuurin arvostaminen ja vaaliminen. Lomakartano sijaitsee suomalaisessa perinnemaisemassa, ja sen naapurissa on kirjailija Kalle Päätalon lapsuudenkoti. Saijassa hyödynnetään alueen kulttuuria tarinoina kaikissa sen palveluissa (Saija e).

Myös taloudellinen vastuullisuus on mukana reitin muutaman yrityksen vastuullisuusohjelmassa. Saijan tavoitteena on olla edelläkävijä ja yhdistää kannattava liiketoiminta kestäviin arvoihin (Saija e). Taloudellinen vastuullisuus ilmenee myös paikallisten tuotteiden ja kumppanien käyttämisenä (MyTrail 2018b; Outdoor Passion b) ja omien tuotteiden jatkuvana kehittämisenä (Himmerki c).

Nationalparks.fi-verkkosivuston jokaista retkikohdetta kuvataan samalla rakenteella, jossa tulevat hyvin esille kaikki vastuullisuuden osa-alueet. Metsähallitus ohjeistaa miten alueella liikutaan rasittamatta luontoa ja häiritsemättä eläimiä ja mitä sääntöjä ja määräyksiä alueella pitää noudattaa (ekologinen vastuullisuus). Sivustolla annetaan myös kunkin alueen kävijöille ohjeet turvalliseen liikkumiseen (sosiaalinen vastuullisuus), kerrotaan alu-

eella toimivista palveluntuottajista (taloudellinen vastuullisuus) ja alueen kulttuurihistoriasta (kulttuurinen vastuullisuus). Nämä asiat toteutuvat sekä tämän reitin Riisitunturin kansallispuiston että muiden reittien kansallispuistojen kuvauksissa.

Kesko, johon K-Market Muikku kuuluu, Finnair ja Hertz ovat suuria yrityksiä, joilla on laajat vastuullisuusohjelmat ja joiden on annettava yritysraportti. Ne sisältävät lyhyen ja pitkän ajan suunnitelmia kaikille vastuullisuuden osa-alueille koskien niiden asiakkaita, henkilökuntaa, sidosryhmiä, tuotteita, taloutta ja ympäristöä. (Finnair 2019; Hertz 2019; Kesko 2020.)

6.2 Reitti 2: Lintujen tarkkailua ja patikointia syksyllä briteille

Reitti alkaa Varsinais-Suomessa sijaitsevasta Turusta ja päättyy samaan paikkaan. Muut kohteet ovat Tammelassa ja Forssassa Kanta-Hämeessä. Reitin pituus on viisi päivää, ja sen aktiviteetteja ovat lintujen tarkkailu, patikointi ja pyöräily kansallispuistoissa. Ajankohdaksi olen valinnut syksyn, koska se on hyvää aikaa lintujen tarkkailuun ja Tammelan kansallispuistoista etenkin Torronsuo on syksyllä parhaimmillaan. Lintujen tarkkailuun kansallispuistoissa sopii kuitenkin myös kevät.

Reitin kohderyhmänä ovat brittiläiset aktiiviset seikkailijat. He matkustavat Suomeen enemmän talvella kuin muina vuodenaikoina. Suomen tunnettavuuden lisääminen muina vuodenaikoina ja heitä kiinnostavien aktiviteettien tarjoaminen muualla kuin Lapissa voi houkuttaa heitä matkustamaan Suomeen syksyllä. Britit ovat kiinnostuneita metsässä liikkumisesta ja eläinten näkemisestä.

Reitin kohteeksi valitsin Tammelan, koska siellä on kaksi mielenkiintoista kansallispuistoa, ja se sijaitsee lähellä sekä Turkuä että Helsinkiä. Alueena Järvi-Suomessa on vähiten kansainvälisiä matkailijoita, joten alueen houkuttelevuutta matkakohteena tulisi lisätä. Torronsuon ja Liesjärven kansallispuistot kuuluvat Suomen vähemmän tunnettuihin kansallispuistoihin, mutta ne ovat viime vuosina tulleet tunnetuimmiksi (Arvonen 2020; Laine 2020; Nieminen 2019). Kansainvälisille aktiivisille seikkailijoille nämä kansallispuistot ovat uusia kiinnostavia kohteita Suomessa.

Reitin matkailuyrityksiä ovat Hykkilän Huvilat, Original Sokos Hotel Kupittaa, Ravintola Gusto, Ravintola Kakolanruusu ja Viking Line. Reitin luontokohteita ovat Torronsuon ja Liesjärven kansallispuistot ja nähtävyyks on Turun Linna. Lisäksi reitillä on Hämeen luontokeskus ja K-Market Tammela. Suomenkielinen reittikuvaus on liitteessä 2 ja englanninkielinen reittikuvaus ja kartta ovat liitteessä 6. Esitän kriteerien toteutumisen reitillä 2 alla olevassa taulukossa 5.

Taulukko 5. Yhteenvedo kriteerien toteutumisesta reitillä 2

Reitti 2: Lintujen tarkkailua ja patikointia syksyllä briteille									
Matkailuyritys/kohde	Luokka	STF	Digitaalisuus	Saavutettavuus	Eiämyksellisyys	Ekologinen vastuullisuus	Sosiaalinen vastuullisuus	Kulttuurinen vastuullisuus	Taloudellinen vastuullisuus
Gusto	ruoka		x	x	x				
Hykkilän Huvilat	majoitus	x	x	x	x	x	x	x	
Hämeen luontokeskus	aktiviteetti		x	x					
Kakolanruusu	ruoka		x	x	x			x	
Liesjärvi	aktiviteetti		x	x	x	x	x	x	
Sokos Hotel Kupittaa	majoitus	x	x	x		x	x		
Torransuo	aktiviteetti		x	x	x	x	x	x	
Turun linna	nähtävyys		x	x	x		x		
Viking Line	kuljetus	x	x	x	x	x	o		
Muu yritys									
K-Market Tammela / Kesko	ruoka		x	x	x	o	o	o	o

x = toteutuu verkkosivujen mukaan

o = vastuullisuusraportti

Digitaalisuus

Vaatus englanninkielisistä verkkosivuista vaikeutti ravintoloiden löytymistä Hämeestä. Forssasta ja Tammelassa on kiinnostavia paikallista ruokaa tarjoavia ravintoloita, joista on hankalaa saada tietoa jopa suomeksi.

Reitin yritykset ovat digitaalisesti löydettävissä mutta digitaalisesti ostettavia ovat vain Viking Linen laivaliput ja Sokos-hotellin huonevaraus (Sokos Hotels b; Viking Line a.) Muiden yritysten palvelut on joko vain varattava sähköisesti (Hykkilän Huvilat a; Häme Nature Centre) tai ostettava paikan päällä (Turku Castle).

Saavutettavuus

Aluevalintaani vaikutti se, että Visit Finlandin tekemän kyselyn mukaan brittien Suomeen tuloon esteenä on Suomen vaikea saavutettavuus. Ajattelin tämän reitin kohteiden olevan helposti saavutettavissa ja sopivan Pohjoismaissa omalla autolla matkaileville aktiivisille seikkailijoille, jotka saapuvat Turkuun lautalla Tukholmasta. Tammelaan on vain noin 1,5 tunnin ajomatka Turusta, joten monipuoliset luontokohteet ovat lähellä. Vaihtoehtoisesti

brittimatkailija voi lentää Helsinkiin ja ajaa Tammelaan vuokra-autolla tai vuokrata auton Turusta. Henkilöauto on tarpeellinen, koska sitä käyttäen Tammela ja sen lähialueen kohteet ovat helposti saavutettavissa, koska reitti ei ole kokonaisuutena saavutettavissa julkisilla kulkuvälineillä.

Reitin majoituskohde ja kansallispuistot antavat matkailijoille saapumisohjeet tekstillä ja kartalla (Hykkilän Huvilat b; Metsähallitus 2021d; Metsähallitus 2021e). Turun kohteet Turun Linna ja ravintola Kakolanruusu sijaitsevat keskustan alueella ja niin lähellä Original Sokos Hotel Kupittaata, että välimatkat voi kulkea kävellen tai polkupyörällä.

Elämyksellisyys

Reitin elämykset liittyvät sekä luontoon, jossa lintuharrastaja voi liikkua ja valokuvata että mökkielämään ja kulttuuri- ja ruokakokemuksiin Turussa. Reittiin sisältyy nähtävyytenä Turun linna, joka on Turun kaupungin tunnetuin nähtävyys.

Reitin elämyksellisimmät kohteet ovat Torronsuon ja Liesjärven kansallispuistot, jotka huolimatta läheisestä sijainnistaan ovat luonnoltaan hyvin erilaisia. Torronsuo on Suomen suurin luonnontilassa oleva keidassuo, ja Liesjärvellä on paljon vanhaa kuusimetsää. Molemmissa kansallispuistoissa näkee paljon lintuja. Torronsuo on tärkeä etenkin vesilinnuille ja kahlaajille pesimäalueena ja kurjille levähdyspaikkana syys- ja kevätmuuttojen aikaan, ja Liesjärvellä asustaa havumetsälle tyypillisiä kolopesijöitä. (Metsähallitus 2021f; Metsähallitus 2021g.) Lintujen tarkkailu, niiden valokuvaaminen, kävely Torronsuon pitkospuuta pitkin ja patikointi, pyöräily tai melonta Liesjärvellä tarjoavat brittiläisille aktiivisille seikkailijoille kokemuksia kaikille aisteille.

Majoituksessa Hykkilän Huviloiden mökissä järven rannalla matkailijat asuvat keskellä hämäläistä luontoa ja voivat kokea suomalaista mökkielämää, johon kuuluu saunominen, uiminen ja soutaminen, jotka kaikki ovat mahdollisia syksyllä. Vastakohta mökkimajoitukselle on Turun Sokos-hotelli, jossa brittimatkailija yöpyy mukavasti modernissa kaupunkiympäristössä.

Reitillä on ruokakokemuksia, jotka mielestäni kiinnostavat brittimatkailijoita. Maaseudulla on vähän ravintolapalveluja, mutta Forssassa on erikoinen puutalon kellarissa oleva paikallisten arvostama pizzeria Gusto, ja ruokatarvikkeita mökkiin voi ostaa Tammelan K-Marketista (Gusto a; Kesko 2021b). Entisen Kakolan vankilan tiloihin perustetussa ravintola Kakolanruusussa Turussa matkailija nauttii avotulella valmistetusta ateriasta, johon

käytetään tuoreita sesongin mukaisia raaka-aineita (Kakolanruusu a). Myös laivamatka Viking Linella sisältää ravintolakokemuksia (Viking Line b).

Vastuullisuus

Reitillä on kolme Sustainable Travel Finland -merkin saanutta yritystä, Hykkilän Huvilat, Original Sokos Hotel Kupittaa ja Viking Line. Reitillä korostuu ekologinen vastuullisuus, koska siinä on luontokohteita ja yrityksiä, jotka toimivat luonnossa, ja kulttuuriseen vastuullisuuteen kiinnitetään myös huomioita. Vähimmälle huomiolle reitillä jää sosiaalinen vastuullisuus ja täysin vaille huomiota taloudellinen vastuullisuus.

Viking Line esittelee verkkosivuillaan laivayhtiön tekemää työtä Itämeren ympäristön hyväksi, kuten päästöjen ja jätteiden vähentämiseksi (Viking Line c), koska näiden asioiden ajatellaan todennäköisesti kiinnostavan eniten sen asiakkaita. Vastuullisuusraportissaan Viking Line kertoo lisäksi vastuullisesta henkilöstöohjelmastaan (Viking Line 2019, 20).

Hotellit ja muut majoituspaikat viestivät yleensä tekemistään ekologisen vastuullisuuden teoista, ja niin tekevät myös Hykkilän Huvilat ja Original Sokos Hotel Kupittaa (Hykkilän Huvilat c; Sokos Hotels a). Kupittaaan Sokos-hotelli on uusi hotelli, jossa voitiin jo alusta asti huomioida ympäristöystävällisiä ratkaisuja, ja se sijaitsee Kupittaaan rautatieasemalla, joten sen sijainti kannustaa asiakkaita saapumaan Turkuun junalla muualta Suomesta (Sokos Hotels b).

Reitin monet kohteet toimivat kulttuurisen vastuullisuuden hyväksi. Hykkilän Huvilat tuo esille arvostustaan alueen kulttuuria kohtaan, haluaan ylläpitää sitä ja kertoa siitä tarinoita asiakkailleen. Liesjärven kansallispuiston esittelyssä kerrotaan myös alueella olevan perinnetilan historiasta. Turun Linna säilyttää alueen keskiaikaista historiaa, mutta sen verkkosivuilla ei mainita mitään sen kulttuurisesta tai muusta vastuullisuustyöstä. Kakolanruusu on perustettu entiseen vankilaan ja edistää omalta osaltaan vanhan rakennuksen ja sen historian säilymistä, kun rakennus on aktiivisessa käytössä. (Kakolanruusu b.)

Matkailijan näkökulmasta on sosiaalista vastuullisuutta käyttää matkakohteen pieniä paikallisia palveluntarjoajia, ja siitä syystä olen valinnut reitille ravintola Guston ja paikallisen ruokakaupan. Gusto on TripAdvisorin mukaan paikallisten arvostama persoonallinen ravintola (Gusto b).

6.3 Reitti 3: Hiihtoa ja lumikenkäilyä talvella kiinalaisille

Reitin kohteita ovat Etelä-Savossa sijaitsevat Savonlinna, Oravi ja Rantasalmi sekä Etelä-Karjalassa sijaitseva Imatra, ja reitin kesto on neljä päivää. Reitti alkaa Helsinki-Vantaan lentoasemalta ja päättyy Helsingin rautatieasemalle. Reitti toteutetaan talvella ja sen kohderyhmä ovat kiinalaiset aktiiviset seikkailijat. Lappi, Suomen talvi ja talviurheilulajit kiinnostavat kiinalaisia matkailijoita, ja Saimaa on mielestäni heille sopiva matkakohde, koska siellä on talvella paljon samoja elementtejä kuin Lapissa.

Savonlinnaa pidetään kesäkaupunkina. Se on kesällä ajoittain ruuhkainen, etenkin heinäkuussa, jolloin Savonlinnassa järjestetään Oopperajuhlat. Kiinalaiset joutuvat kotimaassaan kokemaan väenpaljoutta ja ruuhkia, eivätkä he halua kokea niitä Suomessa, jonne he matkustavat kokemaan rauhaa luonnon keskellä. Talvella Savonlinnan alue on rauhallinen ja sopii siksi hyvin kohteeksi talvisista luontoaktiviteeteista kiinnostuneille kiinalaisille. Savonlinnassa, Oravin kylässä, Rantasalmella ja Imatralla voi harrastaa talviaktiviteetteja, kuten hiihtoa, lumikenkäilyä ja luistelua. Saimaata onkin viime vuosina markkinoitu kiinalaisille matkailijoille talvikohteena (Sormunen 2019).

Reitin matkailuyritykset ovat ravintola Buttenhoff, Hotel & Spa Resort Järvisydän, Lossiranta Lodge, Olavinlinna, Rento Hotelli sekä Oravi Villagessa sijaitseva palveluntuottajien yhteisyrittäjä Saimaa Holiday. Lisäksi reitillä käytetään Finnairin ja VR:n palveluja. Luontokohteita reitillä ovat Linnansaari Oravissa ja Ukoniemi Imatralla. Suomenkielinen reittikuvaus on liitteessä 3 ja englanninkielinen reittikuvaus ja kartta ovat liitteessä 7. Esitän kriteerien toteutumisen reitillä 3 alla olevassa taulukossa 6.

Taulukko 6. Yhteenveto kriteerien toteutumisesta reitillä 3

Reitti 3: Hiihtoa ja lumikenkäilyä talvella kiinalaisille									
Matkailuyritys/kohde	Luokka	STF	Digitaalisuus	Saavutettavuus	Elämyksellisyys	Ekologinen vastuullisuus	Sosiaalinen vastuullisuus	Kulttuurinen vastuullisuus	Taloudellinen vastuullisuus
Buttenhoff	ruoka		x	x	x			x	
Finnair	kuljetus		x	x		o	o	o	o
Järvisydän/Saimaa Holiday	aktiviteetti		x	x	x	x	x		
Linnansaari	aktiviteetti		x	x		x	x	x	
Lossiranta Lodge	majoitus	x	x	x	x	x	x		
Olavinlinna/Museovirasto	nähtävyys			x	x			x	
Oravi Village / Saimaa Holiday	maj./aktiv.	x	x	x	x	x	x	x	x
Rento	majoitus		x	x	x			x	
VR	kuljetus	x	x	x		x	x		

x = toteutuu verkkosivujen mukaan

o = vastuullisuusraportti

Digitaalisuus

Kiinalaisten matkailijoiden valintaan reittini kohderyhmäksi vaikutti Oravi Villagen verkkosivujen kielivalikoimaan kuuluva kiinan kieli, koska siitä päättelin Saimaa Holidayn pitävän kiinalaisia potentiaalisena matkailijaryhmänä. Saimaa Holidayn eri palveluntuottajien tuotteet ovat digitaalisesti ostettavissa yhdestä paikasta Oravi Villagen verkkosivustolta, mikä tekee Oravin palveluista kiinnostuneen asiakkaan ostopolun helpommaksi. Järvisydän kuuluu Saimaa Holiday -verkostoon, mutta sillä omat verkkosivut.

Suurin osa reitin tuotteista, kuten lento- juna- ja bussiliput, majoitukset, retket sekä kylpylän pääsyliput, on ostettavissa ja maksettavissa verkkokaupoista. Olavinlinnan pääsylippua ei voi ostaa verkosta vaan ainoastaan linnan lipunmyynnistä, ja englanninkielisillä sivuilla on suomenkielisestä sisällöstä poikkeavaa, osin vanhaa tai virheellistä tietoa (Olavinlinna Castle).

Saavutettavuus

Saimaa on hyvin saavutettavissa Helsingistä. Reitillä kuljetaan monilla kulkuvälineillä, kuten lentokoneella, junalla, bussilla ja taksilla. Alun lentomatka säästää kiinalaiselta matkailijalta aikaa mutta paluu junalla takaisin yhden pysähdyksen kautta tuo reittiin vaihtelevuutta.

Sekä Oravi että Järvisydän antavat matkailijoille saapumisohteet verkkosivuillaan. Oravi Villageen on tarjolla yhteiskuljetusta Safaribussilla, mutta sen harva aikataulu ei osu aina yksin matkailijan muun aikataulun kanssa (Oravi 2021a). Sekä Oraviin että Rantasalmelle on järjestetty sopimushintaista taksikuljetusta.

Elämyksellisyys

Reitin elämykset syntyvät kiinalaisille aktiivisille seikkailijoille liikkumisesta Saimaan talvisessa luonnossa. Oravissa voi osallistua sekä järjestettyyn tapahtumaan tai opastetuille retkille että vuokrata välineitä ja liikkua omatoimisesti. Oravi on hyvä paikka suksilla, luistimilla tai lumikengillä liikkumiseen. Linnansaaren kansallispuistossa on talvisin erityinen lumikenkäpuisto (Oravi 2021b.) Järvisydämässä voi ajaa fatbikella talvisessa maastossa (Hotel & Spa Resort Järvisydän a.) Hiihtäminen Imatran ensilumenladulla on hieno kokemus (Imatra.) Olen sisällyttänyt reittiin vain aktiviteetteja, joissa kiinalainen matkailija liikkuu itse lihasvoimin ja eikä reitin aktiviteetteihin kuulu esimerkiksi Oravin tarjontaan kuuluvia moottorikelkkailua ja huskyvaljakko- tai rekiajeluita.

Reitillä on lisäksi kokemuksia muilla aisteilla koettavaksi, kuten talvi- tai jouluvalaistussa kaupungissa käveleminen, saunominen ja kylpyläkäynti. Suomalaisen saunakokemuksen saaminen on tärkeää aktiivisille seikkailijoille, ja kiinalaiset ovat kiinnostuneita kylpyläkäynneistä. Saunakokemuksen kiinalainen matkailija voi saada sekä Oravissa, jossa huoneistohotellin saunassa voi saunoa aamuin illoin, että Järvisydämen kylpylän savolaisessa kalliosaunassa. (Hotel & Spa Resort Järvisydän b; Oravi 2021c).

Reitillä on alueelle tyypillisiä ruokakokemuksia. Kiinalaiset maistavat mielellään paikallista ruokaa ja syövät kalaa, jota on Savonlinnassa paljon saatavilla. Oravin kyläkaupassa myydään paikallisia tuotteita ja matkailukeskuksen ravintola Ruukinrannassa paikallista ruokaa (Oravi 2021 d; Oravi 2021e). Järvisydämen Ravintola Piikatyttö on jo miljöönä elämyksellinen hirsi- ja kiviseininen ja tarjoaa matkailijoille savolaisia herkuja saviastioista tarjoiltuna (Hotel & Spa Resort Järvisydän c). Oravin huoneistohotellissa on pieni keittiö, jossa kiinalainen matkailija voi keittää kuumaa vettä ja valmistaa halutessaan ruokaa

(Oravi 2021 f). Imatralla kulinaarisen nautinnon takaa paikkakunnan legendaarinen ravintola Buttenhoff (Buttenhoff; Via Karelia).

Reitillä on erityyppisiä majoituksia, jotta matkailija saisi vaihtelevia majoituskokemuksia, ja kiinalaisten odotukset majoitusten hyvästä sijainnista on huomioitu. Savonlinnassa majoituspaikka on pieni, persoonallinen ja hyvin keskeisellä paikalla rannassa Olavinlinnaa vastapäätä sijaitseva hotelli (Lossiranta Lodge a). Oravissa majoitutaan matkailukeskuksessa lähellä palveluja olevaan moderniin ja siistiin huoneistohotelli (Oravi 2021f). Imatralla majoituspaikka Hotelli Rento sijaitsee Ukonniemessä lähellä ensilumenlatua, joten matkailijan on helppo lähteä sieltä hiihtolenkille (Imatra; Rento Hotelli).

Reitillä on huomioitu kiinalaisten matkailijoiden toive tutustua paikalliseen elämään ja ihmisiin. Savonlinnassa näkee talvella ennen joulua jouluvalaistun pikkukaupungin ja ihmisiä valmistautumassa Suomen tärkeimpään juhlaan. Joulukuussa on joulumarkkinoita ja muita jouluun liittyviä tapahtumia. Junassa matkustaessaan matkailija on paikallisten asukkaiden joukossa ja pääsee halutessaan myös tutustumaan heihin. Junamatkan elämyksellisyyttä edistää sen vaivattomuus, koska junassa voi lukea, syödä tai seurustella matkan taittuessa. Koska erityisesti kiinalaisille matkailijoille on tärkeää, että reitillä on tunnettuja nähtävyyksiä, reittiin kuuluu Savonlinnan tärkein nähtävyys Olavinlinna.

Vastuullisuus

Reitillä on kolme Sustainable Travel Finland -merkin saanutta yritystä, Lossiranta Lodge, Saimaa Holiday ja VR. Alueella ei ollut muita STF-yrityksiä. Reitien yrityksissä painottuu ekologinen ja sosiaalinen vastuullisuus niiden oman vastuullisuusviestinnän perusteella. Yrityksiä, joilla ei ole STF-merkkiä, olen ottanut mukaan kulttuurisen vastuullisuuden perusteella, joten myös sillä ulottuvuudella on merkittävä osuus reitillä. Taloudellisen vastuullisuuden näkökulma tulee reitien yritysten viestinnässä vain vähän esille.

Oravi on pieni kylä, jossa toimii kahdeksasta yrityksestä muodostuva Saimaa Holiday -verkosto, jonka yritykset tarjoavat sekä ravintola-, majoitus- että ohjelmalveluita. Saimaa Holidaylla on Joutsenmerkki, jonka painopiste on ympäristövastuullisuudessa. Kylällä on oma jätelajittelukeskus, ja puurakentamista ja maalämpö- tai ilmalämpöpumppuja suositaan. Kaikissa Oravin luontoaktiviteeteissa huomioidaan luonto, ja siellä liikutaan mieluiten lihasvoimin vuodenaikaan sopivalla tavalla. Kuljetuksissa suositaan kimpapakyytejä Safaribussilla tai kesällä veneellä. Sosiaalinen ja taloudellinen vastuullisuus toteutuvat Oravin kylässä paikallisten tuotteiden ja siten paikallisille kalastajille ja pientuottajille kohdistu-

vina tuloina, ja yhteistyö paikallisten yritysten ja yhdistysten kanssa edistää sekä sosiaalista että kulttuurista vastuullisuutta. Vastuullisuudesta kerrottaessa annetaan linkit Visit Saimaan Vastuullisen matkailijan oppaaseen sekä WWF:n kalaoppaaseen. (Oravi 2021g.)

Sekä Saimaa Holiday -verkostoon kuuluvan Järvisydämen että Lossirannan vastuullisuustoiminnassa painottuu ekologinen näkökulma (Hotel and Spa Resort Järvisydän d: Lossiranta Lodge b). Ekologinen vastuullisuus korostuu myös VR:n viestinnässä. Se kertoo olevansa vihrein valinta, energiatehokkain ja vähäpäästöisin liikennemuoto ja listaa ekologisen vastuullisuuden tekojaan (VR 2021a; VR 2021b).

Olavinlinna kuuluu Suomen museoviraston museot ja linnat -sivuston kohteisiin. Sivustolla ei oteta kantaa museoiden vastuullisuuteen, ja vain suomenkielisellä sivustolla kerrotaan museoviraston tekevän jatkuvasti työtä digipalveluiden saavutettavuuden parantamiseksi. (Museovirasto a.) Sivuston alaosassa olevaa huomaamatonta museoviraston logoa klikkaamalla aukeaa sivusto, jolla museovirasto kertoo toiminnastaan, esimerkiksi paikallismuseoille jakamistaan hankeavustuksista (Museovirasto b). Museovirasto tekee arvokasta työtä kulttuurikohteiden säilyttämiseksi, mutta se ei kerro näkyvästi kulttuurisesta vastuullisuudesta.

Sosio-kulttuurinen vastuullisuus toteutuu reitin ravintola- ja ruokavalinnoissa, joissa matkailija käyttää paikallisia tuotteita, kuten paikallisten kalastajien kalastamaa kalaa. Kulttuurista vastuullisuutta on myös perinteisten ruokalajien ja paikallisten perinteisten ravintoloiden suosiminen, kuten Buttenhoff Imatralla.

6.4 Reitti 4: Koskenlaskua ja kalastusta loppukesällä japanilaisille

Reitti sijoittuu Pohjois-Karjalaan, Joensuun, Nurmeksen ja Lieksan alueille sekä Kymenlaaksossa sijaitsevaan Kouvolaan. Sen kesto on kuusi päivää, ajankohta loppukesä ja kohderyhmä japanilaiset aktiiviset seikkailijat. Reitin aktiviteetteja ovat kalastus, melonta ja koskenlasku.

Reitin alue ei ole kovin kaukana kiinalaisten aktiivisten seikkailijoiden reitin kohteista, mutta reitin ajankohta ja sisältö ovat erilaisia. Etelä-Savon tavoin myös Pohjois-Karjalaan tarvitaan lisää kansainvälisiä matkailijoita, koska heitä on Pohjois-Karjalan matkailijoista vain noin viidesosa. Japanilaisia alueella käy hyvin vähän, esimerkiksi vuonna 2019 heidän osuutensa yöpymisten kokonaismäärästä oli 0,1 % (Visitory 2019.) Alue sopii hyvin japanilaisten matkakohteeksi, koska siellä on heitä kiinnostavia asioita, kuten puhdasta luontoa, aitoa paikalliskulttuuria ja maukasta ruokaa. Japanilaiset tuntevat Suomesta parhaiten Helsingin ja Lapin, joten heille on hyvä tarjota muita kiinnostavia matkakohteita

Suomesta. Valitsin reitin ajankohdaksi loppukesän, koska japanilaiset matkustavat silloin paljon. Reitin aktiviteetit koskenlasku ja melonta ovat mahdollisia kesäkaudella, ja Verlan tehdasmuseo on avoinna toukokuusta syyskuuhun.

Reitin matkailuyritykset ovat Eväsretket, Huoneistohotelli Lietsu, Sokos Hotel Kolin ravintola Grill It! ja Äksyt Ämmät. Lisäksi käytetään Finnairin, Hertzin ja VR:n palveluja. Luontokohteita ovat Ruunaan Kosket ja Kolin kansallispuisto ja kulttuurimaisemia Nurmeksen kylä ja Verlan tehdasmuseo. Suomenkielinen reittikuvaus on liitteessä 4 ja englanninkielinen reittikuvaus ja kartta ovat liitteessä 8. Esitän kriteerien toteutumisen reitillä 4 alla olevassa taulukossa 7.

Taulukko 7. Yhteenvedo kriteerien toteutumisesta reitillä 4

Reitti 4: Koskenlaskua ja kalastusta loppukesällä japanilaisille									
Matkailuyritys/kohde	Luokka	STF	Digitaalisuus	Saavutettavuus	Elämyksellisyys	Ekologinen vastuullisuus	Sosiaalinen vastuullisuus	Kulttuurinen vastuullisuus	Taloudellinen vastuullisuus
Eväsretket	ruoka		x	x	x				
Grill it! / Sokos Koli	ruoka	x	x	x	x			x	
Hertz	kuljetus		x	x		x o	o		o
Koli	aktiviteetti		x	x	x	x	x	x	
Lietsu	majoitus	x	x	x	x	x	x	x	x
Ruunaan retkeilykeskus	aktiviteetti		x	x	x		x		
Verla	nähtävyys	x	x		x	x	x	x	x
VR	kuljetus	x	x	x		x	x		
Äksyt Ämmät / Pihlajapuu	maj./aktiv.	x	x	x	x	x	x	x	x

x = toteutuu verkkosivujen mukaan

o = vastuullisuusraportti

Digitaalisuus

Alueella on paljon matkailutarjontaa, mutta kohtasin ongelmia etsiessäni englanninkielistä tietoa. Monilla yrityksillä on hyvä sisältö suomeksi mutta olematon tai hyvin puutteellinen sisältö englanniksi. Halusin valita reitille vain yrityksiä, joiden tuotekuvaukset ovat kansainvälisten matkailijoiden löydettävissä, mutta jo Äksyjen Ämmien kohdalla jouduin tekemään myönnytyksen vaatimukseen. Äksyjen Ämmien englanninkielisillä verkkosivuilla esitetty tuotetarjonta on huomattavasti suppeampi kuin suomenkielisten sivujen tuotetarjonta.

Otsikon ”Vesille” alla oleva osa puuttuu kokonaan englanninkielisestä versiosta. On mahdollista, että verkkosivuja ollaan päivittämässä ja englanninkielinen sisältö lisätään myöhemmin, mutta kieliversiot pitäisi päivittää aina samanaikaisesti. Äksyjen Ämmien sivuilta on mahdollista varata retkiä verkkolomakkeen kautta.

Pyöräilyreiteistä oli erittäin vaikea löytää tietoa kansainväliselle matkailijalle. Visit Karelian verkkosivuilla kerrottiin niistä suomeksi mutta ei englanniksi (Via Karelia). Koska myöskään pyörävuokraamoilla ei ollut englanninkielisiä sivuja, jätin Joensuuhun suunnittelemani pyöräilyn pois reitiltä. Äksyillä Ämmillä on lyhyitä pyöräretkituotteita, mutta niidenkin kuvaukset ovat vain suomeksi (Äksyt Ämmät 2021a).

Unescon maailmanperintökohde Verlan verkkosivut ovat laaja kokonaisuus, joilla on paljon sisältöä ja linkkejä tehdasmuseon ulkopuolisiin palveluihin, kuten bussiaikatauluihin. Kaikki tuotteet ovat digitaalisesti ostettavissa Verlan omasta verkkokaupasta, ja englanninkielisten verkkosivujen sisältö on identtinen suomenkielisten kanssa. Verla näyttäyty verkkosivujensa kautta kiinnostavana kohteena matkailijalle.

Saavutettavuus

Reitti alkaa Helsingin rautatieasemalta tai Helsinki-Vantaan lentoasemaa lähinnä olevalta paikallisjunan asemalta, ja se päättyy jompaankumpaan paikkaan. Menomatalla junasta nousetaan Kouvolassa, josta Verlassa käynnin jälkeen matka jatkuu Joensuuhun junalla. Vaikka Verla on ainutlaatuinen kulttuurimatkailukohde Suomessa, Verlan saavutettavuus julkisilla liikenneyhteyksillä on huono. Busseja ei kulje joka päivä ja niiden liikennöintipäivinäkin vuoroja on vain muutamia (Kouvola 2020).

Pohjois-Karjalassa japanilainen matkailija vuokraa vähäpäästöisen henkilöauton, jolla reitin kohteet ovat hyvin saavutettavissa. Vuokra-auton käyttäminen Suomessa on ollut jo muutaman vuoden mahdollista myös EU:n ulkopuolelta tuleville matkailijoille, kuten japanilaisille ja kiinalaisille, joilla on kotimaassaan myönnetty ajokortti (Laki ajokorttilain 61 §:n muuttamisesta 67/2018).

Elämyksellisyys

Reitin elämyksellisimmät elementit ovat kajakkikalastusretki Joensuussa ja koskenlasku Ruunaan koskialueella (Äksyt Ämmät 2021b; Äksyt Ämmät 2021c). Reitillä on lisäksi helppo valita Äksyjen Ämmien laajasta tarjonnasta sekä omatoimisia että opastettuja aktiviteetteja, kuten patikointia ja pyöräilyä oman kiinnostuksen mukaan.

Opastetulla kalastusretkellä melotaan kajakeilla joko Pyhäselällä tai Pielisjoella. Kokemuksen vaikuttavuutta lisää ryhmän pienuus, koska retkelle otetaan korkeintaan neljä henkilöä. (Äksyt Ämmät 2021b). Koskenlasku puuveneellä tapahtuu Ruunaan retkeilykeskuksessa Lieksassa, jonne voi jäädä retken jälkeen vielä patikoimaan tai pyöräilemään (Ruuna). Äksyjen Ämmien retkitarjontaan kuuluu pyöräretki majapaikasta Nurmeksen kylään. (Äksyt Ämmät 2021d.) Kolin kansallispuisto on Suomen suosituimpia kansallispuistoja ja edustaa suomalaista kansallismaisemaa (Koli). Sen hienoissa maisemissa voi patikoida omatoimisesti merkittyjä reittejä pitkin tai osallistua opastetulle retkelle. (Metsähallitus 2021h). Koliin liittyvän tarinallisuuden ja yhteydet Suomen kansallishistoriaan uskon kiinnostavan erityisesti japanilaisia matkailijoita.

Japanilaiset aktiiviset seikkailijat ovat muita kansallisuuksia kiinnostuneempia kulttuurikokemuksista luontoaktiiviteettien lisäksi. Tästä syystä japanilaisten reitillä on hieno Verlan tehdasmuseo, joka sijaitsee hienossa paikassa luonnon keskellä. Verla ympäristöineen on monipuolinen kohde, joka mahdollistaa elämyksellisen kokemuksen matkailijalle. (Verla 2018.)

Reitillä majoitutaan kahdessa eri majoituspaikassa. Äksyjen Ämmien Majatalo Pihlajapuu on vanhasta kansakoulusta pieneksi majoituspaikaksi muutettu puutalo Nurmeksessä. Se tarjoaa matkailijoille mahdollisuuden kokea paikallista pohjoiskarjalaista kulttuuria. (Äksyt Ämmät 2021e). Lietsun Huoneistohotelli Joensuun keskustassa on moderni mutta persoonallinen huoneistohotelli, jossa paikallisuutta tuodaan esille tarinallisilla keinoin. Huoneet on esimerkiksi nimetty Kalevalaisilla nimillä ja sisustuksessa on käytetty paikallista esineistöä. (Lietsu Boutique Aparthotel c.) Majatalo Pihlajapuussa voi saunoa sekä tavallisessa saunassa että savusaunassa. Savusaunakokemuksen elämyksellisyyttä lisää kuljeminen sinne järven poikki veneellä tai kanootilla. (Äksyt Ämmät 2021e; Äksyt Ämmät 2021f.)

Pohjois-Karjalassa ruoka on keskeisessä roolissa, ja molemmat majoituspaikat tuovat sitä esille ruokatarjontaansa esitellessään. Äksyjen Ämmien retkikuvauksissa kerrotaan mitä aineksia retkilounas sisältää, esimerkiksi koskenlaskuretken lounaaseen kuuluu loimu-lohta, lanttukukkoa, karjalanpiirakoita ja munavoita sekä nokipannukahvit. Majatalo Pihlajapuussa saa halutessaan täysihoidon, johon kuuluvat kaikki ateriat. (Äksyt Ämmät 2021e.) Karjalaista ruokaa saa myös Kolin Sokos-hotellin Grill it! -ravintolasta ja Huoneistohotelli Lietsusta (Grill it! Koli; Lietsu Boutique Aparthotel d). Kolin kupeessa on kahvila Eväsretket, josta matkailija saa helposti eväät mukaansa kansallispuistoretkelleen (Eväsretket.)

Vastuullisuus

Reitillä on viisi Sustainable Travel Finland -merkin saanutta matkailuyritystä, toiseksi eniten suunnittelemani reiteistä. Nämä ovat Break Sokos Hotel Koli, Huoneistohotelli Lietsu, Verlan tehdasmuseo, VR ja Äksyt Ämmät.

Verlan tehdasmuseo kertoo verkkosivuillaan sitoutuneensa Kestävän matkailun periaatteisiin, jotka on laadittu vuonna 2016 Suomen Unescon maailmanperintökohteille ja Metsähallituksen luontokohteille ja mittaavansa kestävä matkailua Suomen maailmanperintökohteiden yhdistyksen kanssa tehtyjen mittarien ja seurantamallin avulla. (Verla 2018b). Kestävän matkailun periaatteissa otetaan huomioon vastuullisuuden eri ulottuvuudet ja niistä viestiminen. Verlassa huolehditaan hyvin kohteen kulttuurisesta vastuullisuuden ulottuvuudesta. Kohteen arvojen säilyttäminen ja suojelu on tärkeää myös maailmanperintökohdestatuksen vuoksi. Ekologista vastuullisuutta on kohteen ympäristökuormituksen vähentäminen, jota Verla edistää mm. pysäköintialueella olevien sähköauton latauspisteiden avulla ja vähäpäästöistä energiaa käyttämällä. Verlan huono saavutettavuus julkisilla kulkuvälineillä sen sijaan heikentää sen ekologista kestävyttä. Verlan sosiaalinen vastuullisuus ei myöskään toteudu täysin, koska tehdas ei ole esteetön. Saavutettavuuden ja esteettömyyden puutteita on yritetty korvata tuottamalla tehtaasta virtuaalisia esittelyvideoita henkilöille, jotka eivät pääse kohteeseen tai eivät voi kohteessa osallistua koko kierrokselle. Verlan sosiaaliseen ja taloudelliseen vastuullisuuteen kuuluu toimiminen merkittävänä työllistäjänä sekä kesäsesongin aikana että kohteen ylläpito- ja korjaustöissä sekä kävijöiden jättämät tuotot alueella toimiville yhteistyökumppaneille. (Verla 2018b; Verla 2018c; Verla 2018d.)

Otin Äksyt Ämmät reitilleni mukaan sen vastuullisuusohjelman vuoksi, vaikka sen digitaalisuudessa kansainvälisen matkailijan näkökulmasta on puutteita. Äksyillä Ämmillä on omat huolella laaditut ja persoonallisia piirteitä omaavat kestävä matkailun periaatteet, joissa kaikki vastuullisen matkailun näkökulmat tulevat esille. Niissä korostetaan etenkin sosiaalista ja kulttuurista vastuullisuutta ja niiden vaikutusta taloudelliselle vastuullisuudelle. Äksyt Ämmät haluaa toimia yhteistyössä muiden pienten paikallisten yritysten kanssa. Yritys toivottaa kaikenlaiset asiakkaat tervetulleiksi, mutta sillä on myös matkailutuotteita vain naisryhmille. (Äksyt Ämmät 20.11.2019.)

Huoneistohotelli Lietsu on reitin kolmas yritys, jonka vastuullisuusviestinnässä tulevat esille kaikki vastuullisuuden ulottuvuudet. Erityisesti sen toiminnassa näkyy kulttuurinen vastuullisuus, koska se tuo persoonallisella tavalla esille karjalaista kulttuuria. (Lietsu Boutique Aparthotel c; Lietsu Boutique Aparthotel e.)

7 Pohdinta

Olen edellä esitellyt suunnittelemani neljä matkailureittiä ja analysoinut reittikohtaisesti, miten digitaalisuus, saavutettavuus, elämyksellisyys ja vastuullisuus toteutuvat reiteillä. Tässä luvussa pohdin asettamieni tavoitteiden toteutumista ja määrittelemieni kriteerien käyttöä reittisuunnittelussa.

Suunnittelussa hankalaa oli yhtenäisen reitin laatiminen ja tasapainoilu monipuolisen, kaikki kriteerit täyttävän reitin suunnittelussa. Aluksi pohdin, kuinka laajoja reittejä haluan suunnitella. Reitit, joissa kuljetaan nopeasti kohteesta toiseen ja viipymät kohteissa ovat lyhyitä, eivät ole mielestäni vastuullisen matkailun periaatteiden mukaisia. Reitti, jossa matkustaminen kohteesta toiseen vie enemmän aikaa kuin itse kohteissa oleminen, on matkailijalle vähemmän elämyksellinen kuin reitti, jossa matkailija liikkuu pienemmällä alueella tutustuen siihen paremmin. Luontoaktiiviteettien kokemiseen ja aktiviteetista palautumiseen kuluu myös aikaa. Näistä syistä suunnittelemani reitit sijoittuvat vain muutamaan kohteeseen ja maantieteellisesti pienille alueille. Reitin suunnittelussa otin myös mahdollisimman konkreettisen ja realistisen asenteen miettiessäni kohteiden saavutettavuutta ja kohteiden välisiä etäisyyksiä.

Teemallisuus toteutuu reiteilläni vain kevyesti, koska teemallinen reitti ei sovi aktiivisille seikkailijoille niin hyvin kuin joillekin muille segmenteille. Tiukka tema vähentää reitin monipuolisuutta. Ajattelin suunnittelemani reittien kohteena olevan matkailijoita, jotka ovat kiinnostuneita monenlaisista aktiviteeteista, eivätkä he ole esimerkiksi vain tietystä aktiviteetista kiinnostuneita harrastajia.

Sustainable Travel Finland -merkin saaneiden yritysten suosiminen sekä helpotti että vaikeutti suunnittelua. Koska halusin sisällyttää jokaiselle reitille vähintään muutaman STF-merkin saaneen yrityksen, en voinut suunnitella reittejä sellaisille alueille, joilla näitä yrityksiä ei ollut lainkaan, esimerkiksi Länsi-Uudenmaan rannikolle. STF-merkki oli toisaalta tae siitä, että yritys on pohtinut vastuullisuutta ja viestii siitä matkailijoille verkkosivuillaan. Ero STF-yritysten ja muiden matkailuyritysten verkkosivujen välillä oli helposti huomattavissa.

Tavoitteeni suunnitella yksi reitti jokaiselle aktiivisten seikkailijoiden kansallisuudelle toteutui. Sekä saksalaiset, brittiläiset, kiinalaiset että japanilaiset saivat kukin oman reittinsä. Yritin suunnitella kullekin reitille juuri kyseistä kansallisuutta kiinnostavaa sisältöä ja miettiä matkailijatutkimusten perusteella, millaisesta reitistä kukin kansallisuus olisi kiinnostunut. Otin huomioon eri kansallisuuksia edustavien aktiivisten seikkailijoiden toiveet kokemuksilta Suomessa mutta yritin löytää jokaiselle kansallisuudelle jotakin hieman erilaista,

koska en pitänyt mielekkäänä suunnitella heille samoja matkailutuotteita, joita on jo olemassa. Erityisesti yritin löytää aktiviteettien kokemisen paikoiksi Suomesta uusia kiinnostavia alueita, joilla eri kansallisuudet matkustavat vielä vähemmän. Uskon onnistuneeni tehtävässä kohtuullisen hyvin. Monet reitit sopivat sinällään tai pienin muutoksin muillekin kansallisuuksille.

Suunnittelin reittejä eri vuodenaikoina toteutettavaksi. Tavoitteenani oli saada jokaiselle vuodenajalle yksi reitti, mutta en onnistunut siinä täysin. Vuodenaajoista kesä, syksy ja talvi ovat saaneet oman reittinsä, mutta kevät jäi sitä ilman. Syynä oli se, että yritin sijoittaa valitsemani aktiviteetit niille parhaiten sopiviin vuodenaikoihin. Reittejä tuli suunnitella sesonkien ulkopuolelle, ja myös tämä vaikutti vuodenaikojen valintaan kullekin reitille. Vuodenaikavalintojani olen perustellut jo edellisessä luvussa. Kevät on luontoa ajatellen hankala vuodenaika, koska sen alkamista on vaikea ennustaa etukäteen, ja monissa kansallispuistoissa liikkuminen on rajoitettua kevään kelirikkojen aikaan.

Reittejä tuli suunnitella eri puolille Suomea. Reittien kohdistamiseen tasaisesti eri alueille vaikuttivat Sustainable Travel Finland -merkin saaneiden yritysten sijainnit, ja niitä on tällä hetkellä epätasaisesti eri puolilla Suomea. Eniten STF-merkkejä on Helsingin ja Lapin matkailuyrityksillä mutta halusin suunnitella reittejä vähemmän tunnetuille matkailualueille Suomessa. Olen tyytyväinen aluevalintoihini ja pidän niitä kiinnostavina kullekin valitsemalleni kansallisuudelle. Reittejä hahmotellessani minulla oli muitakin reittiluonnoksia, kuten Jyväskylän seudulle sijoittuva reitti, koska Suomessa on paljon kiinnostavia alueita kansainvälisten matkailijoiden kohteiksi. Valintojani ohjasi pyrkimykseni monipuolisuuteen. Esimerkiksi Jyväskylän seudun reitin korvasin Tammelaan sijoittuvalla reitillä, koska sain siten mukaan Turun saapumispaikkana Suomeen ja Turusta kätevästi saavutettavissa olevan kahden kansallispuiston alueen.

Tein omiin vastuullisuutta koskeviin arvioihini perustuvia päätöksiä reiteiltä pois jätettävistä tai niille mukaan otettavista matkailupalveluista. En halunnut sisällyttää reitteihin aktiviteetteja, joissa käytetään moottoriajoneuvoja, kuten moottorikelkkoja, tai joissa hyödynnetään eläimiä husky- tai porovaljakkoajeluissa. Työni ulkopuolelle jäi aktiviteettien vastuullisuuden tarkastelu niiden ominaispiirteiden perusteella. Eri aktiviteetit kuluttavat luontoa eri tavalla, ja esimerkiksi maastopyöräilyn haitallisuudesta luonnolle on esitetty arvioita (Malminen 2021). Luontoaktiviteettien lisäksi jokaisella reitillä on live like a local -kokemuksia, kuten paikallisessa ruokakaupassa käynti tai junassa matkustaminen, paikallisen ruoan nauttimista paikallisissa ravintoloissa ja yksi nähtävyys (Pentik-mäki, Turun linna, Olavinlinna ja Verlan tehdasmuseo). Valitsemani muut kokemukset ja nähtävyydet ovat mielenkiintoisia ja kullekin reitille sopivia.

Reittien luontoaktiiviteettien valitseminen eri kansallisuuksille ei ollut helppoa. Monet aktiviteetit, kuten hiihto, pyöräily ja melonta, voivat kiinnostaa monia eri kansallisuuksia, eikä niiden joukossa ollut varsinaisesti sellaisia, jotka kiinnostaisivat vain yhtä tiettyä kansallisuutta. Pohdin pitkään Visit Finlandin segmentaatiokuvausten perusteella aktiviteettien kohdistamista. Päädyin valitsemaan kullekin reitille kaksi elämyksellistä aktiviteettia, jotka yhdessä reitin muun sisällön kanssa on suunniteltu tiettyä kansallisuutta houkuttelevaksi. Nimesin reitit opinnäytetyössäni kohdistetuiksi tietylle kansallisuudelle, mutta yleisessä matkailumarkkinoinnissa kohdistukset voidaan jättää pois ja antaa kansainvälisten matkailijoiden itse päättää, mistä sisällöstä he ovat kiinnostuneita.

Aktiviteettien valinnassa tärkeä peruste oli arvioni niiden elämyksellisyyden tasosta. Elämyksellisyyttä arvioin reitin kansallisuussegmentin näkökulmasta. Halusin jokaisen reitin sisältävän aktiviteetteja, joissa on suuri mahdollisuus kokonaisvaltaisiin eskapistisiin elämyksiin, koska aktiiviset seikkailijat haluavat luontokokemuksia, joihin he osallistuvat itse tekijöinä. Eskapistisissä elämyksissä voi olla myös viihteellisyyden, esteettisyyden ja opetuksellisuuden ulottuvuuksia, kun aktiviteettiin osallistuja seuraa oppaan toimintaa, havainnoi ympäristöä aisteillaan ja oppii uutta. Pohdin myös aktiviteetteja ja reitin muuta sisältöä valitessani, onko niissä elämyskolmion mukaisia elämyksellisen tuotteen elementtejä yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Reiteillä toteutuu yksilöllisyys, koska jokaisen omatoimisen matkailijan reittikokemus poikkeaa muista. Valitsin reitille aitoja ja paikallisia ruokakokemuksia, jotka ovat tavallisia suomalaisille mutta erilaisia kuin mihin kansainvälinen matkailija on omassa arjessaan tottunut. Paikallisessa ruoka-kaupassa käyminen on eräs pieni mutta monille matkailijoille elämyksellinen tapahtuma, jossa kontrasti omaan arkeen ja matkakohteeseen näkyy selvästi. Luontokokemuksissa korostuu moniaistisuus, koska matkailija näkee, kuulee ja haistaa suomalaisen luonnon. Kohtaamiset paikallisten kanssa, esimerkiksi hiihtäminen ensilumenladulla imatralaisten joukossa, ovat vuorovaikutusta, joka vaikuttaa kokemuksen elämyksellisyyteen. Opastetulla retkellä palveluntuottajan tarinat luovat aktiviteettiin erityisen merkityksen.

Tarkastelin työssäni matkailun vastuullisuutta monella eri tasolla. Ensin esitin käsitteen syntyhistoriaa ja yhteyttä kestäväyyden käsitteeseen ja esittelin vastuullisuuden eri ulottuvuudet. Matkailupalvelujen tuottamista käsittelevässä luvussa käsittelin vastuullisuutta yhtenä neljästä matkailupalvelun tärkeästä ominaisuudesta. Toin esille sitä, miten vastuullisuus ilmenee tekoina ja viestintänä matkailuyrityksissä. Vastuullisuus oli reittisuunnitteluni tärkein kriteeri, ja reittejä esitellessäni analysoin miten vastuullisuuden eri elementit esiintyvät kullakin reitillä. Vastuullisen matkailun näkökulma konkretisoituu mielestäni Sustainable Travel Finland -merkkiin, jonka tärkeiden ymmärsin reittien vastuullisuutta tarkastellessani. Vaikka en työssäni vertaillut Sustainable Travel Finland -merkin saaneita yrityksiä

muihin matkailuyrityksiin, näin niiden täyttävän kriteerini useammin kuin muiden matkailuyritysten. STF-merkin merkitys yrityksen laadulle tuli selkeästi esille. Vastuullisuuden kriteerin toteutuminen oli helppoa, kun kyseessä oli STF-yritys tai kansallispuisto mutta se oli vaikeampaa muiden yritysten kohdalla.

Reittisuunnittelun kautta näin myös itse konkreettisesti sen, miten matkailuyrityksen vastuullisuus edistää matkailijan elämyksellisyyden kokemuksia. Vastuulliset matkailupalvelut ovat hyvinvoivan henkilöstön tai yhteistyökumppanien huolellisesti suunnittelemlia ja tuotamia, ne tapahtuvat hyvin hoidetussa luonto- tai kulttuuriympäristössä ja niihin osallistuminen on matkailijalle turvallista.

7.1 Kehittämisehdotuksia

Aineistojani tarkastellessani kohtasin asioita, joita matkailuyritykset hoitavat puutteellisesti viestinnässään kansainvälisille matkailijoille. Näitä seikkoja tuli esille kaikkien kriteerien kohdalla.

Digitaalisuuden täyttymättä jääminen karsi pois useita yrityksiä. Yllätyin, miten paljon on matkailuyrityksiä, joilla on hyvin suppeat verkkosivut ja sisältöä vain suomeksi. Toisaalta tämä on ymmärrettävää, koska valitsemani alueet olivat juuri niitä, joilla kansainvälisten matkailijoiden määrät ovat pieniä. Informaatiota ja houkuttelevaa sisältöä tulisi tarjota kotimaisille matkailijoillekin, koska matkailijat tekevät paljon etukäteissuunnittelua etsimällä kohteita Internetistä. Kahvilat ja ravintolat luottavat varmasti paljon siihen, että ne löydetään paikan päällä, mutta verkkosivuilla tulisi antaa tietoa paikan valikoimasta, erikoisruokavalioiden huomioimisesta, aukioloajoista ja saavutettavuudesta. TripAdvisor ei korvaa yrityksen omia sivuja, koska sillä on toisenlainen rooli. TripAdvisorin arvostelujen ja valokuvien perusteella matkailijalle syntyy ennakkokäsitys kohteen tai palvelun laadusta ja elämyksellisyydestä.

Tein huomioita yritysten erikielisten verkkosivujen sisällöstä. Käytin aineistonani englanninkielisiä sivuja, mutta luin myös suomenkielisiä sivuja. Huomasin, että erikielisten sivujen välillä oli usein eroavaisuuksia. Englanninkielisillä sivuilla saattoi olla vähemmän tuotteita myytävänä kuin suomenkielisillä sivuilla, täysin erilainen ulkoasu tai englanniksi saatettiin kertoa tuotteista eri tavalla tai suppeammin kuin suomeksi. Harmillisinta oli, jos tuotteista kerrottiin kuvailevasti ja elämyksellisesti suomeksi mutta niukasti englanniksi. Verkkosivut ovat tärkeä markkinointikanava matkailijoille ja erityisesti kansainvälisille matkailijoille, joille ne voivat olla ainoa kanava saada tietoa yrityksestä ja sen palveluista. Verkkosivujen rakentaminen kansainvälisiä matkailijoita varten on siten tärkeää. Sisällön tulisi

olla samanlaista eri kieliversioissa myös siksi, että matkailijat eivät tulisi kohdelluiksi eri tavalla kielen tai kansallisuuden perusteella.

Monet matkailuyritykset ovat huonosti saavutettavissa julkisilla liikennevälineillä. Tästä minulla on omakohtaistakin kokemusta. Positiivista oli huomata, että monet yritykset ovat järjestäneet yhteiskuljetuspalveluja, joita ne kannustavat matkailijoita käyttämään. Covid 19 -pandemia vaikutti jonkin verran saavutettavuuden arviointiin, koska esimerkiksi lentotietoja ei ollut saatavilla. Bussiaikataulut olivat usein hankalasti löydettävissä ja hankalakäyttöisiä eikä tiedon ajantasaisuuteen voinut aina luottaa. Huomasin, että aikatauluja ei päivitetä hyvissä ajoin, mikä vaikeuttaa matkasuunnitelmien tekemistä. Aikataulut tulisi julkaista aikaisemmin, niiden tulisi olla saatavilla myös muilla kuin suomen kielellä ja niiden tulisi olla helppokäyttöisempiä.

Monilla matkailuyrityksillä olisi vielä parannettavaa siinä, miten ne kuvaavat erinomaisia, huolella suunnittelemaansa tuotteita. Tuotteiden elämyksellisyyttä edistävät elementit eivät aina nouse esille tuotekuvauksista. Laajemmat tuotekuvaukset ovat hyvää asiakaspalvelua, koska ne antavat matkailijalle selkeän kuvan tuotteesta ja vastaavat matkailijaa askarruttaviin kysymyksiin. Informaation saamisen lisäksi matkailija voi hyvän tuotekuvauksen avulla kuvitella matkailukokemuksen paremmin ja saada jo matkansa suunnitteluvaiheessa käsityksen sen elämyksellisistä elementeistä. Ajattelen, että suomalaiset matkailuyritykset saattavat usein olla liian vaatimattomia eivätkä uskalla korostaa omien tuotteidensa elämyksellisyyttä.

Kohtasin vaikeuksia yrittäessäni suunnitella polkupyöräilyaktiviteetteja. Reitille 4 en onnistunut löytämään välinevuokraamoja, jolla on englanninkieliset verkkosivut enkä löytänyt Pohjois-Karjalan pyöräilyreiteistä tietoa englanniksi, vaikka suomeksi sitä kyllä oli. Pitkät pyöräilyt jäivät reitiltä pois tästä syystä. Valmiita pyöräilyreittejä ja pyöräilykarttoja on muun muassa sekä Raaseporin että Jyväskylän seudulla. En kuitenkaan suunnitellut näille alueille reittejä, koska niiltä puuttui Sustainable Travel Finland -merkin saaneita yrityksiä. Koska pyöräily on matkailun nouseva trendi (Visit Raseborg), puutteet pyöräilyreiteistä korjaantuvat toivottavasti pian.

Monien yritysten verkkosivujen turvallisuusviestinnässä on parantamisen varaa. Melontaretkiä järjestävät ohjelmapalveluyrittäjät korostivat usein retkien turvallisuutta ja oppaiden asiantuntijuutta ja ensiaputaitoja, mutta retkikuvauksissa jäi kertomatta, että kajakkiretkelle osallistuvan on oltava käytännössä uimataitoinen. Osallistujan uimataito varmistetaan toivottavasti varauksen edetessä ja viimeistään paikan päällä ennen retkeä, mutta asia pitäisi tuoda esiin jo retkikuvauksessa. Mielestäni ei ole vastuullisuuden periaatteiden

mukaista olettaa, että kaikki tietävät uimataitovaatimuksesta ilman erillistä mainintaa. Sama puute koski kajakkien vuokrausta.

Useimmat yritykset huolehtivat matkailijoiden turvallisuudesta aktiviteeteissa hyvin ja antavat turvallisuusohjeita jo verkkosivuillaan. Kansallispuistojen verkkosivuilla turvallisuusohjeet ovat samansisältöisinä sekä suomeksi että englanniksi mutta kohtasin myös tilanteita, joissa turvallisuusohjeet annetaan kattavasti suomeksi mutta huomattavasti suppeammin englanniksi. Yhtenä syynä tähän saattaa olla se, että sivuille linkitetyt turvallisuudesta tarkemmin kertovat sivustot olivat suomenkielisiä.

7.2 Työn ajankohtaisuus ja tarpeellisuus

Tein opinnäytetyötäni keväällä 2021, jolloin koko maailma eli toista Covid 19 -pandemia-vuotta, ja kansainvälinen matkailu oli pysähdyksissä. Pohdin työtä tehdessäni, millainen vaikutus pandemialla on matkailuyritysten englanninkielisiin verkkosivuihin, ja päädyin siihen, että vaikutus saattoi olla sekä positiivinen että negatiivinen. Yrityksillä on vähäisestä matkailijoiden määrästä johtuen saattanut olla aikaa kehittää toimintaansa ja esimerkiksi suorittaa Sustainable Travel Finland -merkki. Kehitystyön tuloksina on syntynyt tällöin esimerkiksi selkeämpiä tuotekuvauksia ja parempaa vastuullisuusviestintää. Toisaalta matkailuliiketoiminnan väheneminen tai kansainvälisten matkailijoiden puuttuminen on saattanut aiheuttaa sen, että verkkosivujen englanninkielistä sisältöä ei ole kehitetty eikä pidetty ajan tasalla.

Kansainvälinen matkailu oli voimakkaassa kasvussa juuri ennen pandemiaa, ja sille enustettiin korkeita kasvulukuja. Muutaman vuoden täyspysähdysen jälkeen kansainvälisen matkailun arvellaan elpyvän joko vähitellen tai hyvin nopeasti. Matkailualan on kummassakin tapauksessa valmistauduttava matkailijoiden tuloon, ja suomalaisen matkailun on silloin oltava valmiina ja kilpailukykyisenä markkinoilla. Nyt on hyvä aika suunnitella matkailutuotteita kansainvälisille matkailijoille ja antaa heille käsitys Suomesta monipuolisena ja kiinnostavana matkakohteena. Matkailureittien suunnittelu kansainvälisille matkailijoille on hyvin ajankohtaista ja tarpeellista. Toivon myös toimeksiantajan voivan hyödyntää työni tuloksena syntyviä reittikuvauksia.

7.3 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Lähdin tekemään opinnäytetyötä hyvin innokkaana, koska sain aiheekseni minua kiinnostavan tehtävän, matkailureittien suunnittelun kansainvälisille matkailijoille Suomessa. Pidän vastuullista matkailua tärkeänä teemana matkailun kehittämisessä, ja olen iloinen,

että opinnäytetyöni liittyi vastuullisen matkailun teemaan ja sain osallistua sen edistämiseen omalta pieneltä osaltani. Tehtävä tuntui mielenkiintoiselta myös siksi, että sen toimeksiantajana oli kansainvälistä matkailua Suomessa edistävä Visit Finland.

Olen matkustellut kotimaassa pitkään aktiivisesti ja suunnitellut perheelleni matkailureittejä Suomeen. Minulla oli siksi jo ennen työhön ryhtymistä jonkinlainen käsitys reittien suunnittelusta Suomessa. Olin tottunut käyttämään matkailuyritysten ja kohteiden verkkosivuja ja Google Mapsin karttasovellusta oman suunnitteluni apuna. Tiesin ennalta, miten vaikeaa tiedon hankinta matkakohteista voi toisinaan olla, koska tieto on hyvin hajallaan eri matkailusivustoilla. Omia reittejä suunnitellessani hyödynsin kaikkea löytämäni digitaalista aineistoa löytääkseni suunnittelemani reitin varrelta kiinnostavia käyntipaikkoja. Silti minulla oli toisinaan suuria vaikeuksia löytää kaikkea tarvitsemaani tietoa, ja monista kohteista, kuten hieman erikoisemmista ravintoloista, kahviloista ja museoista löysin usein tiedon vain sattumalta.

Opinnäytetyössäni suunnittelin reittejä englanninkielisten verkkosivujen perusteella sillä ajatuksella, että kansainväliset matkailijat etsivät tietoa ensisijaisesti yritysten verkkosivuilta. Tästä lähtökohdasta reittien suunnittelu oli paljon vaikeampaa kuin suomalaiselle matkailijalle. Reittien suunnittelu tuntui palapelin kokoamiselta, koska tuloksena piti syntyä kriteerit täyttävä, reitin kohderyhmän toiveet täyttävä kokonaisuus. Suunnitteluun meni paljon aikaa, ja jouduin aloittamaan monta kertaa alusta. Reittien alueet, kohderyhmät ja sisällöt vaihtelivat, kunnes vihdoinkin tunsin olevani tyytyväinen neljään suunnittelemaani reittiin.

Opinnäytetyötä tehdessäni kehitin käyttööni työkaluja laajan aineistoni hallintaan. Tein mielestäni oikean ratkaisun, kun loin heti aluksi Excel-muotoisen taulukon aineistolleni. Sen täyttäminen helpotti aineiston jäsentelyä. Google Maps oli hyvä väline reitin havainnollistamiseksi. Hyvän oivalluksen koin jakaessani reitin osat post-it-lapuille, joita ryhmittelemällä sain suunniteltua kaikki neljä reittiä haluamaani muotoon.

Prosessin aikana opin tuntemaan Suomen matkailualueita, matkailuyrityksiä ja matkakohteita. Löysin paljon kohteita, joista en ollut aikaisemmin kuullut ja jotka nyt kiinnostavat minua paljon. Käsitykseni Suomesta rikkaana matkailumaana, jolla on paljon kiinnostavaa ja kansainvälisiä matkailijoita houkuttelevaa sisältöä, vahvistui entisestään. Toivon, että koronapandemian jälkeen yhä useammat vastuullisesta ja elämyksellisestä matkailusta kiinnostuneet kansainväliset matkailijat löytävät Suomen ja sen vastuulliset ja elämykselliset matkailureitit.

Lähteet

Aittokoski, V. 11.12.2020. Sustainable Travel Finland ja kestävän matkailun tavoitteet. Business Finland.

Aittokoski, V., Lariola I. & Räsänen, P. 2020. Luontomatkailun tuotesuosituksset. Visit Finland, Natura Viva Oy & Ellare Oy. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/4a834b/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/visitfinland_luontoaktiviteettien-tuotesuosituksset_2020.pdf. Luettu 26.3.2021.

Arvonen, P. 2020. Jalkojen alla hyllyy Suomen syvin suo, ja maisemat ovat kuin Lapissa – Torronsuo lumoaa kaikkina vuodenaikoina. Helsingin Sanomat 9.5.2020. Luettavissa: <https://www.hs.fi/matka/art-2000006500807.html>. Luettu 29.4.2021.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2018. Yrityksen asiakasmarkkinointi. e-kirja. Edita. Helsinki.

Business Finland 2018. Sauna on lämmitetty japanilaisille. Uutinen 20.11.2018. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2018/sauna-on-lammitetty-japanilaisille>. Luettu 26.3.2021.

Business Finland 2020. Posiosta Suomen ensimmäinen kestävä matkailualue. Tiedote 6.10.2020. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/tiedotteet/2020/posiosta-suomen-ensimmainen-kestava-matkailualue>. Luettu 28.4.2021.

Business Finland a. Tietoa Business Finlandista. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/tietoa-meista/lyhyesti>. Luettu 5.2.2021.

Business Finland b. Visit Finland. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/lyhyesti>. Luettu 5.2.2021.

Business Finland c. Kestävän matkailun periaatteet. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestavan-matkailun-periaatteet>. Luettu 5.2.2021.

Business Finland d. Sustainable Travel Finland. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland>. Luettu 25.1.2021.

Business Finland e. Sertifioinnit & ohjelmat. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sertifioinnit--ohjelmat>. Luettu 25.1.2021.

Business Finland f. Kulttuurimatkailu. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/kulttuurimatkailu>. Luettu 27.3.2021.

Business Finland g. Vastuullisuudesta yrityksen ja koko alueen oma myyntivaltti. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/toiminta-suomessa/akatemia/vastuullisuudesta-yrityksen-ja-alueen-myyntivaltti>. Luettu 21.3.2021.

Cape Town Declaration 2002. Cape Town Conference on Responsible Tourism in Destinations. August 2002. Luettavissa: https://resource.capetown.gov.za/documentcentre/Documents/Agreements%20and%20contracts/Tourism_RT_2002_Cape_Town_Declaration.pdf. Luettu 25.1.2021.

Dolinšek, S., Kulusjärvi, O., Ojala, S. & Tervo-Kankare, K. 2021. Vastuullisen matkailun osaamistarpeet matkailuyrityksissä. Nordia Tiedonantoja 1, 21. Oulun yliopisto. Luettavissa: <https://nordiatiedonantoja.journal.fi/article/view/107277/62726>. Luettu 10.4.2021.

Finavia 2021a. Car rentals. Luettavissa: <https://www.finavia.fi/en/airports/kuusamo/parking-access/car-rentals>. Luettu 28.4.2021.

Finavia 2021b. Kuusamo public transport. Luettavissa: <https://www.finavia.fi/en/airports/kuusamo/parking-access/public-transport>. Luettu 28.4.2021.

García-Rosell, J. 2017. Vastuullinen matkailu. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.). Matkailututkimuksen avainkäsitteet. s. 229–234. Lapland University Press. Rovaniemi.

García-Rosell J., Haanpää M. & Kyyrä S. 2017. Matkailun tuotekehitys. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.). Matkailututkimuksen avainkäsitteet. s. 148–152. Lapland University Press. Rovaniemi.

Goodwin, H. 2011. Taking responsibility for tourism. Responsible tourism management. Goodfellow. Oxford.

Green Key a. Luettavissa: <http://greenkey.fi/>. Luettu 18.4.2021.

Green Key b. Green Key ja Green Activities hakemusprosessin eteneminen ja päätöksenteko. Luettavissa: <http://greenkey.fi/haku-ohjeet/>. Luettu 18.4.2021.

Haanpää, M., García-Rosell J. & Kyyrä, S. 2013. Ennakoiva tuotekehitys matkailussa. Teoksessa Veijola, S. (toim.). Matkailututkimuksen lukukirja. s. 102–114. Lapin yliopistokustannus. Rovaniemi.

Havas, K. & Adamsson, K. 2020. Hungry for Finland. Haaga-Helian julkaisut 7, 2020. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Luettavissa: <http://hungryforfinland.fi/sites/hungryforfinland.fi/files/Ruokamatkailustrategia-2020-2028.pdf>. Luettu 26.3.2021.

Heikkinen, A. 2021. Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Posiolla. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B. Raportteja ja selvityksiä 122. Kajaani ammattikoulun kirjasto. Kajaani. Luettavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/493445/Matkailun%20aluetaloudelliset%20vaikutukset%20Posiolla_final.pdf?sequence=5. Luettu 24.4.2021.

House of Lapland. Millaista on pyörittää fine dining -ravintolaa Posiolla? Luettavissa: <https://www.lapland.fi/fi/asuminen/tyo/ravintola-tapio-posio-connor-laybourne/>. Luettu 28.4.2021.

Hungry for Finland. Suomen ruokamatkailun yhtenäinen tarina. Luettavissa: <http://hungryforfinland.fi/suomen-ruokamatkailun-yhtenainen-tarina>. Luettu 27.3.2021.

ICRT Finland 2021. Vastuullisen matkailun verkosto. Luettavissa: https://www.jamk.fi/fi/Tutkimus-ja-kehitys/projektit/icrt-finland/icrtfinland_etusivu/. Luettu 5.2.2021.

Imatra. First snow ski track. Luettavissa: <https://kansallishme.fi/en/first-snow-ski-track>. Luettu 8.5.2021.

Johansson, E. 2020. Ravintola Tapio – luomuruokaa Lapin korvessa. 12.3.2020. Luettavissa: <https://viinilehti.fi/2020/03/ravintola-tapio/>. Luettu 28.4.2021.

Jutila, S. 2013. Matkailuympäristöjen esteettömyys. Teoksessa Veijola, S. (toim.). Matkailututkimuksen lukukirja. s. 115–128. Lapin yliopistokustannus. Rovaniemi.

Kestavakehitys.fi. Yhteiskuntasitoumuksen ja Agenda 2030:n vastaavuus. Luettavissa: <https://kestavakehitys.fi/agenda2030/vastaavuus>. Luettu 25.1.2021.

Kestävä kehitys 1994. Raportti määritelmää pohtineen työryhmän keskusteluista 18. huhtikuuta 1994. Professori Pentti Malaskan johtaman työryhmän laatima muistio kestävän kehityksen määritelmästä. Luettavissa: <https://kestavakehitys.fi/documents/2167391/2186383/Professori+Pentti+Malaskan+johtaman+ty%C3%B6ryhm%C3%A4n+laatima+muistio+kest%C3%A4v%C3%A4n+kehityksen+m%C3%A4%C3%A4ritelm%C3%A4st%C3%A4/28316bb9-f140-4560-bdf0-e6053e5bec16/Professori+Pentti+Malaskan+johtaman+ty%C3%B6ryhm%C3%A4n+laatima+muistio+kest%C3%A4v%C3%A4n+kehityksen+m%C3%A4%C3%A4ritelm%C3%A4st%C3%A4.pdf>. Luettu 25.1.2021.

Koli. Ikiaikainen Koli. Matkailukeskus ja rakastetuin kansallismaisemamme. Luettavissa: <https://www.koli.fi/fi/koli>. Luettu 8.5.2021.

Kouvola 2020. Take the bus to Repovesi National Park. 12.05.2020. Luettavissa: <https://visitkouvola.fi/en/a/133/take-the-bus-to-repovesi-national-park>. Luettu 3.4.2021.

Laine, O. 2020. Suomi on täynnä upeita kansallispuistoja – nämä 10 ovat vähemmän tunnettuja helmiä, joista et halua jäädä paitsi. Helsingin Sanomat 2.7.2020. Luettavissa: <https://www.hs.fi/elama/art-2000006558558.html>. Luettu 29.4.2021.

Laki ajokorttilain 61 §:n muuttamisesta 67/2018. Luettavissa: <https://finlex.fi/fi/laki/alkup/2018/20180067>. Luettu 8.5.2021.

Lotta Sumioinen 12.2.2021. Keramiikkaa Posiolla jo 50-vuotta! Parasta Posiolla. Ylläpitäjä Janica Suominen. Luettavissa: <https://parastaposiolla.fi/2021/02/12/keramiikkaa-posiolla-jo-50-vuotta/>. Luettu 8.5.2021.

Malminen, U. 2021. Maastopyöräilyn suosion kasvu näkyy kuluneina polkuina – tutkijan mukaan se ei haittaa luontoa enempää kuin kävely, vaikka moni luulee toisin. Yle Uutiset 21.5.2021. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11939075>. Luettu 23.5.2021.

Mäkelä, J. 2019. Tunnetko Ruoppijärven? Harvoille tuttu Ruoppijärvi on kuin pieni Julma Ölkky. Koillissanomat 11.12.2019. Luettavissa: <https://www.koillissanomat.fi/tunnetko-ruoppijarven-harvoille-tuttu-ruoppijarvi/542415>. Luettu 8.5.2021.

Nieminen, A-S. 2019. Ihana loma Suomessa. Helsingin Sanomat 29.6.2019. Luettavissa: <https://www.hs.fi/matka/art-2000006157290.html>. Luettu 29.4.2021.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. e-kirja. Sanoma Pro Oy.

Pesonen, J. 2017. Matkailuliiketoiminnan digitalisaatio. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.). Matkailututkimuksen avainkäsitteet. s. 177–182. Lapland University Press. Rovaniemi.

Reilun matkailun yhdistys 2019. Luettavissa: <https://www.reilumatkailu.fi>. Luettu 5.2.2021.

Räikkönen, J. Elämykset. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.). Matkailututkimuksen avainkäsitteet. s. 153–157. Lapland University Press. Rovaniemi.

Räsänen, P. & Saari, H. 2011. Outdoors Finland. Vaellusreittien suunnitteluopas. Outdoors Finland -aktiviteettien kehittämissuunnitelman kansallinen koordinointi 2009–2011. Visit Finland. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/4accdb/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/of-vaellusreittien-suunnitteluopas.pdf>. Luettu 26.3.2021.

Saamelaiskäräjät 2018. Vastuullisen ja eettisesti kestävä saamelaismatkailun toimintaperiaatteet. Hyväksytty Saamelaiskäräjien kokouksessa 24.9.2018. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/4900b0/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/vastuullisen-ja-eettisesti-kestavan-saamelaismatkailun-toimintaperiaatteet_hyvaksyty_24092018-3.pdf. Luettu 10.5.2021.

Saarinen, J. 2017. Matkailun maantiede. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.). Matkailututkimuksen avainkäsitteet. s. 42–47. Lapland University Press. Rovaniemi.

Sonntag, U. 2019. Positioning and potentials of Finland on the German holiday travel market. Report for Visit Finland. Reiseanalyse. 13.8.2019. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/4a36e7/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/Reise_Analyse_2019_finland_report_20190813.pdf. Luettu 6.3.2021.

Sormunen, E. 2019. Saimaata markkinoidaan nyt kiinalaisten suosimassa WeChatissa - kiinalaiset halutaan hiihtämään ja luistelemaan Saimaalle. Yle Uutiset 22.10.2019. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11031267>. Luettu 8.5.2021.

Tarssanen S. & Kylänen, M. 2009. Elämys - mikä se on? Teoksessa Tarssanen, S. (toim.). Elämystuottajan käsikirja, s. 8–23. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Rovaniemi.

Team Finland. Luettavissa: <https://www.team-finland.fi/>. Luettu 5.2.2021.

Tervo-Kankare, K. 2017. Kestävä matkailu. Teoksessa Edelheim, J. & Ilola, H. (toim.). Matkailututkimuksen avainkäsitteet. s. 235–240. Lapland University Press. Rovaniemi.

Tilastokeskus 2021. Matkailutilinpito. Käsitteet ja määritelmät. Luettavissa: <http://www.stat.fi/til/matp/kas.html>. Luettu 20.3.2021.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Talentum. Helsinki.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2019a. 29.3.2019. Luettavissa: https://tem.fi/documents/1410877/19651892/TEM_FI_organisaatiokaavio_01122020.pdf/80b505b5-fdd9-ae2c-e526-63f18d2b0163/TEM_FI_organisaatiokaavio_01122020.pdf?t=1611739703430. Luettu 5.2.2021.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2019b. Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019–2023. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019, 60. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-472-3>. Luettu 5.2.2021.

Ulkoministeriö 2020. Suomi raportoi YK:lle kestävästä kehityksestä. Uutiset 3.6.2020. Luettavissa: https://um.fi/uutiset/-/asset_publisher/GRSnUwaHDPv5/content/suomi-raportoi-yk-lle-kest-c3-a4v-c3-a4st-c3-a4-kehityksest-c3-a4. Luettu 5.2.2021.

Ulkoministeriö a. Agenda 2030 – kestävä kehityksen tavoitteet. Luettavissa: <https://um.fi/agenda-2030-kestavan-kehityksen-tavoitteet>. Luettu 25.1.2021

Ulkoministeriö b. Suomen ilmastoulkopolitiikka. Luettavissa: <https://um.fi/ilmastoulkopolitiikka>. Luettu 25.1.2021.

UNWTO a. Glossary of Tourism Terms. Luettavissa: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. Luettu 20.3.2021.

UNWTO b. Sustainable Development. Luettavissa: <https://www.unwto.org/sustainable-development>. Luettu 25.1.2021.

UNWTO c. Tourism in the 2030 Agenda. Luettavissa: <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda>. Luettu 25.1.2021.

Veijola, S. Ilola, H. & Edelheim, J. 2013. Johdanto matkailun tutkimukseen. Teoksessa Veijola, S. (toim.) Matkailututkimuksen lukukirja. s. 16–29. Lapin yliopistokustannus. Rovaniemi.

Visit Finland 2013. Katse Kiinaan. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/4a90a7/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/katse_kiinaan_2013.pdf. Luettu 22.4.2021.

Visit Finland 2017a. Finpro segmentation. Cross country summary. Research conducted by Nepa 11.9.2017. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/490663/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2017/2017-segmentation-cross-country-summary.pdf>. Luettu 10.1.2021.

Visit Finland 2017b. Finpro segmentation country report Germany. 7.12.2017. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/490663/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2017/2017-segmentation-germany.pdf>. Luettu 10.1.2021.

Visit Finland 2017c. Finpro segmentation country report United Kingdom 7.12.2017. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/490663/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2017/2017-segmentation-uk.pdf>. Luettu 10.1.2021.

Visit Finland 2017d. Finpro segmentation country report China. 7.12.2017. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/490663/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2017/2017-segmentation-china.pdf>. Luettu 10.1.2021.

Visit Finland 2017e. Finpro segmentation country report Japan 7.12.2017. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/490663/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2017/2017-segmentation-japan.pdf>. Luettu 10.1.2021.

Visit Finland 2019a. Visit Finland matkailijatutkimus 2018. Helsinki: Business Finland. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/4a3a93/contentassets/6518a681474e404bbdeddd4412592876/visit-finland-matkailijatutkimus-2018.pdf>. Luettu 5.3.2021.

Visit Finland 2019b. Germany Region Pack. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/4b123e/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/brand-tracking-2019-country-report--germany-pdf.pdf>. Luettu 6.3.2021.

Visit Finland 2019c. The United Kingdom (UK) Country Pack. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/4b123e/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/brand-tracking-2019-country-report--uk-pdf.pdf>. Luettu 5.3.2021.

Visit Finland 2019d. Market Plan 2019. Greater China. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/49f25c/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/vf_china_marketplan2019.pdf. Luettu 5.3.2021.

Visit Finland 2019e. China Regional Pack (Beijing, Shanghai, Guangzhou and Hong Kong). Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/4b1116/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/brand-tracking-2019-country-report--china-pdf.pdf>. Luettu 5.3.2021.

Visit Finland 2019f. Japan City Pack (Tokyo, Osaka, Nagoya). Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/4b123e/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/brand-tracking-2019-country-report--japan-pdf.pdf>. Luettu 5.3.2021.

Visit Finland 2019g. Japan - Market Review. Business Finland. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/4a0eb7/contentassets/ec513b870f4f4383a1aa515472b4db81/japan---market-review-2019.pdf>. Luettu 6.3.2021.

Visit Finland 2019h. Matkailuyrittäjän kansainvälistymisopas. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/498bfa/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/vf_kansainvalistymisopas_2019.pdf. Luettu 21.3.2021.

Visit Finland 2020a. Germany Travel insights. Finland's image as a travel destination in Germany. Brand Tracking survey. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/4a8fac/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/germany---travel-insights_webinar-2020.pdf. Luettu 6.3.2021.

Visit Finland 2020b. United Kingdom Travel insights. Finland's image as a travel destination in UK. Brand Tracking survey. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/4ab91f/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/uk-travel-insights_webinar-2020.pdf. Luettu 6.3.2021.

Visit Finland 2020c. China Travel insights. Finland's image as a travel destination in China. Brand Tracking survey. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/4ade57/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/china-travel-insights---webinar-2020-.pdf>. Luettu 5.3.2021.

Visit Finland 2020d. Japan Travel insights. Finland's image as a travel destination in Japan. Brand Tracking survey 2019. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/4ade69/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/japan-travel-insights---webinar-2020.pdf>. Luettu 5.3.2021.

Visit Finland 2021a. Sustainable travel destinations and companies in Finland. Luettavissa: <https://www.visitfinland.com/sustainable-finland/sustainable-travel-destinations/>. Luettu 25.1.2021.

Visit Finland 2021b. Kansainvälistymiskriteerit. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/490341/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/vf-kansainvalistymiskriteerit-2021.pdf>. Luettu 27.3.2021.

Visit Finland 2021c. Kulttuurimatkailun tuotesuosituksset. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/492aef/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/vf-kulttuurimatkailun-tuotesuosituksset-2021.pdf>. Luettu 27.3.2021.

Visit Finland a. Tunne asiakkaasi. Kohderyhmäopas matkailuyrityksille. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/globalassets/tunne-asiakkaasi---kohderyhmaopas-matkailuyrityksille---visit-finland.pdf>. Luettu 25.1.2021.

Visit Finland b. Suomen vetovoimatekijät. Segmentointimalli. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/4a749f/contentassets/6518a681474e404bbdeddd4412592876/towards-a-motives-based-segmenting---motivaatiotekijat.pdf>. Luettu 5.3.2021.

Visit Karelia. Maastopyöräily Pohjois-Karjalassa. Luettavissa: <https://www.visitkarelia.fi/aktiviteetit/pyorailyreitit/?preview=true>. Luettu 9.5.2021.

Visitory 2018. Luettavissa: <https://visitory.io/fi/finland/2018-01/2018-12/>. Luettu 5.3.2021.

Visitory 2019. Luettavissa: <https://visitory.io/fi/joensuu-region/2019-01/2019-12/>. Luettu 30.4.2021.

Visit Raseborg. Bicycle friendly Raasepori – hyviä pyöräilyuutisia! Luettavissa: <https://www.visitraseborg.com/fi/bicycle-friendly-leima/>. Luettu 9.5.2021.

Visit Taivaalkoski. Melonta. Luettavissa: <https://www.visittaivaalkoski.fi/kesaaktiviteetit/melonta/>. Luettu 8.5.2021.

Yhdistyneet kansakunnat 2015. Agenda 2030. Yleiskokouksen päätöslauselma 25. syyskuuta 2015. Epävirallinen suomennos 21.10.2015. Luettavissa: https://kestavakehitys.fi/documents/2167391/2186383/Agenda2030_ep%C3%A4virallinen+suomennos.pdf/707fe444-6540-49d6-86a3-fd6bee1cf345/Agenda2030_ep%C3%A4virallinen+suomennos.pdf. Luettu 7.3.2021.

Ympäristöministeriö 2021. Mitä on kestävä kehitys? Luettavissa: <https://ym.fi/mita-on-kestava-kehitys>. Luettu 25.1.2021.

Aineisto: matkailuyritysten ja kohteiden verkkosivut

Buttenhoff. Home. Luettavissa: <https://www.butenhoff.fi/en/>. Luettu 8.5.2021.

Eväsretket. Cafe Eväsretket will serve you at the nature centre Ukko. Luettavissa: <https://www.kalastusretket.fi/en/cafe-evasretket/>. Luettu 9.5.2021.

Finnair 2019. Sustainability Report. Luettavissa: <https://company.finnair.com/resource/blob/1994132/c493686a5af678b81ed6dbcd48eed150/finnair-sustainability-report-2019-data.pdf>. Luettu 28.4.2021.

Grill it! Koli. Smoke and Fire! Luettavissa: <https://www.raflaamo.fi/en/lieksa/grill-it-koli>. Luettu 9.5.2021.

Gusto a. Luettavissa: <https://www.ravintolagusto.fi/en/home-en/>. Luettu 29.4.2021.

Gusto b. Tripadvisor. Luettavissa: https://www.tripadvisor.fi/Restaurant_Review-g734617-d19720306-Reviews-Ravintola_Gusto-Forssa_Tavastia_Proper.html. Luettu 29.4.2021.

Hertz 2019. Corporate Responsibility Report 2019. Luettavissa: <https://images.hertz.com/pdfs/Hertz-2019-Corporate-Responsibility-Report.pdf>. Luettu 28.4.2021.

Hertz 2020. Luettavissa: https://www.hertz.fi/rentacar/productservice/index.jsp?targetPage=fiFI_autonvuokraus_on_ekoteko.xml. Luettu 28.4.2021.

Himmerki a. Accommodation. Luettavissa: <https://himmerki.com/en/accommodation>. Luettu 28.4.2021.

Himmerki b. Restaurant. Luettavissa: <https://himmerki.com/en/restaurant>. Luettu 28.4.2021.

Himmerki c. Sustainable Travel. Luettavissa: <https://himmerki.com/en/8-holiday-village-himmerki/52-sustainable-travel>. Luettu 28.4.2021.

Hotel & Spa Resort Järvisydän a. Enjoy Saimaa throughout the year. Luettavissa: <https://www.jarvisydan.com/aktiviteetit/>. Luettu 22.4.2021.

Hotel & Spa Resort Järvisydän b. The Lake Spa and Savonian sauna world. Luettavissa: <https://www.jarvisydan.com/en/lakespa-and-sauna/>. Luettu 18.4.2021.

Hotel & Spa Resort Järvisydän c. Best Tidbits in Savonian Style. Luettavissa: <https://www.jarvisydan.com/en/restaurant/>. Luettu 18.4.2021.

Hotel & Spa Resort Järvisydän d. We love the nature. Luettavissa: <https://www.jarvisydan.com/en/environment/>. Luettu 22.4.2021.

Hykkilän Huvilat a. Contact us. Luettavissa: <https://www.hykkila.fi/en/contact> Luettu 29.4.2021.

Hykkilän Huvilat b. Luettavissa: <https://hykkila.fi/en/>. Luettu 29.4.2021.

Hykkilän Huvilat c. Responsible tourism at Hykkilän Huvilat. Luettavissa: <https://hykkila.fi/en/responsible-tourism>. Luettu 29.4.2021.

Häme Nature Centre. Luettavissa: <https://www.nationalparks.fi/hamenaturecentre>. Luettu 29.4.2021.

Kakolanruusu a. Food and wine. Luettavissa: <https://kakolanruusu.fi/en/food-and-wine/>. Luettu 29.4.2021.

Kakolanruusu b. About us. Luettavissa: <https://kakolanruusu.fi/en/about-us/>. Luettu 29.4.2021.

Kesko 2020. Responsibility programme. 5.3.2020. Luettavissa: <https://www.kesko.fi/en/company/responsibility/responsibility-programme/>. Luettu 28.4.2021.

Kesko 2021a. K-Market Muikku. Luettavissa: <https://www.k-ruoka.fi/kauppa/k-market-muikku>. Luettu 28.4.2021.

Kesko 2021b. K-Market Tammela. Luettavissa: <https://www.k-ruoka.fi/kauppa/k-market-tammela>. Luettu 29.4.2021.

Lietsu Boutique Aparthotel a. Rooms at Boutique Aparthotel Lietsu. Luettavissa: <https://www.lietsuhotel.fi/en/rooms/>. Luettu 29.4.2021.

Lietsu Boutique Aparthotel b. Location. Luettavissa: <https://www.lietsuhotel.fi/en/location/>. Luettu 29.4.2021.

Lietsu Boutique Aparthotel c. Lietsu Hotel - Full of Karelian charm. Luettavissa: <https://www.lietsuhotel.fi/en/#/booking/search>. Luettu 9.5.2021.

Lietsu Boutique Aparthotel d. Our services. Luettavissa: <https://www.lietsuhotel.fi/en/services/>. Luettu 9.5.2021.

Lietsu Boutique Aparthotel e. Corporate responsibility. Luettavissa: <https://www.lietsuhotel.fi/en/corporate-responsibility/>. Luettu 9.5.2021.

Lossiranta Lodge a. Luettavissa: <https://www.lossiranta.net/home>. Luettu 3.4.2021.

Lossiranta Lodge b. Lossiranta Lodge is a Green Key hotel. Luettavissa: <https://www.lossiranta.net/copy-of-now>. Luettu 3.4.2021.

Metsähallitus 2021a. Riisitunturi National Park. Directions to Riisitunturi. Nationalparks.fi. Luettavissa: <https://www.nationalparks.fi/riisitunturinp/directions>. Luettu 28.4.2021.

Metsähallitus 2021b. Riisitunturi National Park. Nationalparks.fi. Luettavissa: <https://www.nationalparks.fi/riisitunturinp>. Luettu 8.5.2021.

Metsähallitus 2021c. Riisitunturin kansallispuisto. Luontoon.fi. Luettavissa: <https://www.luontoon.fi/riisitunturi>. Luettu 8.5.2021.

Metsähallitus 2021d. Torronsuo National Park. Torronsuo National Park Directions and Maps. Nationalparks.fi. Luettavissa: <https://www.nationalparks.fi/torrnsuonp/directionsandmaps>. Luettu 29.4.2021.

Metsähallitus 2021e. Liesjärvi National Park. Liesjärvi National Park Directions and Maps. Nationalparks.fi. Luettavissa: <https://www.nationalparks.fi/liesjarvinp/directionsandmaps>. Luettu 29.4.2021.

Metsähallitus 2021f. Torronsuo National Park. Natural Features of Torronsuo National Park. Luettavissa: <https://www.nationalparks.fi/torrnsuonp/nature>. Luettu 29.4.2021.

Metsähallitus 2021g. Liesjärvi National Park. Natural Features of Liesjärvi National Park. Nationalparks.fi. Luettavissa: <https://www.nationalparks.fi/liesjarvinp/nature>. Luettu 29.4.2021.

Metsähallitus 2021h. Koli National Park. Nationalparks.fi. Luettavissa: <https://www.nationalparks.fi/kolinp>. Luettu

Museovirasto a. Saavutettavuus. Luettavissa: <https://www.kansallismuseo.fi/fi/saavutettavuus>. Luettu 19.4.2021.

Museovirasto b. Huomisen kulttuuriperintö luodaan tänään. Yhdessä. Luettavissa: <https://www.museovirasto.fi/fi>. Luettu 19.4.2021.

MyTrail 2018a. Hike in Riisitunturi National Park. Luettavissa: <https://www.mytrailfinland.com/riisitunturi-summer>. Luettu 28.4.2021.

MyTrail 2018b. MyTrail's environmental programme. Luettavissa: <https://www.mytrailfinland.com/sustainable-travel>. Luettu 28.4.2021.

MyTrail 2018c. Info for Travellers. Luettavissa: <https://www.mytrailfinland.com/info-for-travelers>. Luettu 28.4.2021.

Olavinlinna Castle. Info. Luettavissa: <https://www.kansallismuseo.fi/en/olavinlinna/info>. Luettu 18.4.2021.

Oravi 2021a. Safari Bus. Luettavissa: <https://www.oravivillage.com/en/Map-and-info/Safari-BUS>. Luettu 3.4.2021.

Oravi 2021b. Luettavissa: <https://www.oravivillage.com/en/Activities/Winter/Tour-skating,-skiing-and-hiking-on-the-frozen-lake>. Luettu 3.4.2021.

Oravi 2021c. Finnish Sauna. Luettavissa: <https://www.oravivillage.com/en/Oravi/Finnish-Sauna>. Luettu 18.4.2021.

Oravi 2021d. Oravi village shop. Luettavissa: <https://www.oravivillage.com/en/Oravi/Village-shop>. Luettu 18.4.2021.

Oravi 2021e. Restaurant Ruukinranta. Luettavissa: <https://www.oravivillage.com/en/Oravi/Restaurant-Ruukinranta>. Luettu 18.4.2021.

Oravi 2021f. Oravi Apartments. Luettavissa: <https://www.oravivillage.com/en/Accommodation/Oravi-Apartments>. Luettu 18.4.2021.

Oravi 2021g. SaimaaHoliday lakeland resorts, responsibility and sustainability. Luettavissa: <http://oravivillage.com/en/topmenu/Company,-eco-label-and-sustainability>. Luettu 19.4.2021.

Outdoor Passion a. Rock climbing at Ruoppivaara. Luettavissa: <https://www.outdoorpassion.fi/en/palvelut/rock-climbing-in-ruoppivaara/>. Luettu 28.4.2021.

Outdoor Passion b. Vastuullisuus - Responsibility. Luettavissa: <https://www.outdoorpassion.fi/en/palvelut/responsibility/>. Luettu 28.4.2021.

Pentik a. Pentik-mäki Culture Centre. Luettavissa: <https://en.pentik.com/pages/pentik-maki-culture-centre>. Luettu 28.4.2021.

Pentik b. Responsibility for products and supply chain. Luettavissa: <https://en.pentik.com/pages/responsibility-for-products-and-supply-chain>. Luettu 28.4.2021.

Pentik c. Responsible for people. Luettavissa: <https://en.pentik.com/pages/responsibility-for-people>. Luettu 28.4.2021.

Posio Lapland a. Food & Delicacies. Luettavissa: <https://posiolapland.com/food-and-delicacies/>. Luettu 8.5.2021.

Posio Lapland b. Arrival. Luettavissa: <https://posiolapland.com/arrival/>. Luettu 28.4.2021.

Rento Hotelli. Welcome. Luettavissa: <https://hotellirento.fi/en/>. Luettu 8.5.2021.

Ruunaa. Luettavissa: <https://ruunaa.fi/en/summer/>. Luettu 9.5.2021.

Saija a. Info & prices. Luettavissa <https://www.saija.fi/en/info-prices.html>. Luettu 28.4.2021.

Saija b. Active holidays in Saija, all year round. Luettavissa: <https://www.saija.fi/en/activities.html>. Luettu 28.4.2021.

Saija c. Surround yourself with the beauty of Finland's Northeast. Luettavissa: <https://www.saija.fi/en/accommodation.html>. Luettu 28.4.2021.

Saija d. Always locally sourced and locally prepared. Luettavissa: <https://www.saija.fi/en/restaurant.html>. Luettu 28.4.2021.

Saija e. Saija's responsibility policy. <https://www.saija.fi/en/info-prices/responsibility-policy.html>. Luettavissa: Luettu 28.4.2021.

Sokos Hotels a. Sustainability in Original Sokos Hotel Kupittaa. Luettavissa: https://www.sokoshotels.fi/en/news/news/sustainability-in-original-sokos/015611212_419558?previous=726007292. Luettu 29.4.2021.

Sokos Hotels b. Original Sokos Hotel Kupittaa. Luettavissa: <https://www.sokoshotels.fi/en/turku/original-sokos-hotel-kupittaa?>. Luettu 29.4.2021.

Tapio. Luettavissa: <https://tapio.restaurant/home>. Luettu 28.4.2021.

Turku Castle. Opening times and prices. Luettavissa: <https://www.turku.fi/en/turku-castle/visiting/opening-times-and-prices>. Luettu 29.4.2021.

Verla 2018a. Verla. Luettavissa: <https://www.verla.fi/>. Luettu 18.4.2021.

Verla 2018b. Sustainable Travel Verla. Luettavissa: <https://www.verla.fi/en/visitverla/sustainabletravelverla>. Luettu 18.4.2021.

Verla 2018c. Accessibility. Luettavissa: <https://www.verla.fi/en/visitverla/accessibility>. Luettu 18.4.2021.

Verla 2018d. Safety. Luettavissa: <https://www.verla.fi/en/visitverla/safety>. Luettu 18.4.2021.

Verla 2018e. Visit Verla. Luettavissa: <https://www.verla.fi/en/visitverla>. Luettu 18.4.2021.

Via Karelia. Ravintola Buttenhoff. Luettavissa: <https://viakarelia.fi/ruoka/ravintola-butenhoff/>. Luettu 8.5.2021.

Viking Line 2019. Sustainability 2019. Luettavissa: https://www.vikingline.com/globalassets/documents/market_specific/corporate/environment/hbr2019-vikingline-en.pdf. Luettu 29.4.2021.

Viking Line a. Summer Cruises - enjoy a fascinating experience in the Baltic Sea. Luettavissa: <https://www.sales.vikingline.com/>. Luettu 29.4.2021.

Viking Line b. Restaurants. Luettavissa: <https://www.sales.vikingline.com/aboard/restaurants/>. Luettu 29.4.2021.

Viking Line c. Environment. Luettavissa: <https://www.vikingline.com/environment/>. Luettu 29.4.2021.

VR 2021a. Environment. Luettavissa: <https://www.vrgroup.fi/en/vrgroup/responsibility/environment/>. Luettu 8.5.2021.

VR 2021b. Ympäristö. Luettavissa: <https://www.vrgroup.fi/vrgroup/vastuullisuus/ymparisto/>. Luettu 8.5.2021.

Äksyt Ämmät 20.11.2019. Sustainable travel principles of Äksyt Ämmät. Luettavissa: <https://aksytammat.fi/en/a/20-11-2019/sustainable-travel-principles-of-aksyt-ammat>. Luettu 8.5.2021.

Äksyt Ämmät 2021a. Pyöräretket. Luettavissa: <https://aksytammat.fi/aktiviteetit/kesa/pyoraretket>. Luettu 30.4.2021.

Äksyt Ämmät 2021b. Guided kayak fishing trip. Luettavissa: <https://aksytammat.fi/en/p/232//guided-kayak-fishing-trip->. Luettu 30.4.2021.

Äksyt Ämmät 2021c. Koskenlasku Ruunaan koskilla. Luettavissa: <https://aksytammat.fi/aktiviteetit/kesa/vesille/koskenlasku-ruunaan-koskilla>. Luettu 30.4.2021.

Äksyt Ämmät 2021d. Opastettu pyöräretki Nurmeksen Vanhassa kauppalassa. Luettavissa: <https://aksytammat.fi/p/338/pyorailyretket/opastettu-pyoraretki-nurmeksen-vanhassa-kauppalassa>. Luettu 30.4.2021.

Äksyt Ämmät 2021e. Guesthouse Pihlajapuu. Luettavissa: <https://aksytammat.fi/en/p/14/guesthouse-pihlajapuu>. Luettu 30.4.2021.

Äksyt Ämmät 2021f. Finnish Smoke sauna evening. <https://aksytammat.fi/en/p/195/finnish-smoke-sauna-evening>. Luettavissa: Luettu 30.4.2021.

Liitteet

Liite 1. Reitti 1: Kalliokiipeilyä kanjonijärven rinteellä ja melontaa yöttömässä yössä

Vietä unohtumaton loma Suomen vastuullisimmassa matkakohteessa Posiolla. Kalliokiipeilyä Ruoppivaaran jylhissä maisemissa kanjonijärven rinteellä, patikointia pitkospuita pitkin Riisitunturilla suomalaisia ihailen, kajakkimelontaa öisellä Jokijärvellä - hetki hetkeltä arkesi loittonee yhä kauemmaksi kokiessasi elämyksiä pohjoisen Suomen kesäisessä luonnossa, yöttömän yön maassa.

Päivä 1

Matkasi alkaa lennolla Helsingistä Kuusamoon. Ajat vuokraamallasi vähäpäästöisellä autolla lentoasemalta noin 45 minuuttia Lomakeskus Himmerkiin, jossa majoitut viihtyisään kelomökkiin. Himmerkissä voit vuokrata veneen, kajakin tai polkupyörän liikkuaaksesi ympäristön kauniissa luonnossa. Nautittuasi illallisen Himmerkin ravintolassa saunot mökkisi omassa saunassa.

Päivä 2

Ajat aamulla noin puolen tunnin ajomatkan Ruoppivaaraan, jossa osallistut jyrkässä rinteessä tapahtuvaan kalliokiipeilyyn Ruoppijärven mieleenpainuvissa maisemissa. Päivällä käyt tutustumassa Posion keskustassa Pentik-mäen museoon ja voit ostaa Suomessa valmistettua keramiikkaa tehtaanmyymälästä. Illaksi sinulla on varaus yhdessä Suomen parhaista ravintoloista, Tapiossa, joka on vain vajaan puolen tunnin ajomatkan päässä mökiltäsi. Nautit eksoottisista lappilaisista raaka-aineista valmistetun gourmet-aterian.

Päivä 3

Päivän ohjelmassa on retki Riisitunturille, jonne matka autolla kestää noin 40 minuuttia. Patikoit omatoimisesti noin kymmenen kilometrin rengasreitillä tai osallistut MyTrailin opastetulle retkelle. Retkilounas nautitaan laavulla. Illalla voit käydä syömässä Kirikeskuksen ravintolassa paikallista lappilaista ruokaa.

Päivä 4

Ajat aamulla Posiolta kohti Taivalkoskea, jonne on noin 1,5 tunnin ajomatka. Taivalkoskelle ehdit lounasajaksi ja majoitut rauhallisen Saijan Lomakartanon tilavaan saunalliseen huoneistoon. Tutustut ympäristön kauniiseen luontoon omatoimisella tai opastetulla kävely-, fatbike- tai muulla retkellä. Illalla osallistut kesäyön melontaretkelle ja pääset kuuntelemaan öisen järven ääniä.

Päivä 5

Päivä alkaa melontaretkeen kuuluvalla maukkaalla aamiaisella nuotion ääressä. Yömelonnan jälkeen tarvitset hieman lepoa, mutta ehdit silti vielä nauttia Saijan luonnosta omatoimisella retkellä. Illalla saunot joko Saijan savusaunassa tai oman huoneistosi saunassa.

Päivä 6

Lähdet aamulla Taivalkoskelta ja ajat noin reilun tunnin matkan Kuusamon lentoasemalle, josta lennät Helsinkiin.

Liite 2. Reitti 2: Pyöräillen ja patikoiden hämäläisissä maisemissa

Koe kaksi erilaista kansallispuistoa Hämeen kulttuurimaisemissa: patikoi Torronsuolla ja näe kurkia ja kahlaajia, melo Liesjärven vesistöissä ja pyöräile sen ikimetsissä. Mökkeile kuin suomalainen maaseudulla, jossa paikalliset arvostavat omaa kulttuuriperintöään. Tutustu myös pyöräillen kiinnostaviin paloihin Turun historiasta.

Päivä 1

Matkasi alkaa Turusta, jonne olet saapunut omalla autollasi Viking Linen lautalla Tukholmasta. Olet tehnyt viihtyisän merimatkan Itämeren vastuullisen varustamon laivalla. Ajat ensin 1,5 tuntia Hämeen luontokeskukseen, jossa saat tietoa luontokohteista ja ohjeet ja säännöt kansallispuistoissa liikkumiseen. Vuokraat kanootin tai kajakin tai osallistut opastetulle retkelle Liesjärvellä. Jatkat Hykkilän Huviloiden vuokramökille Forssan kautta, ja käyt syömässä pizzan forssalaisten suosimassa ravintola Gustossa. Samalla käyt ostoksilla Tammelan keskustan K-Marketissa hankkimassa seuraavan päivän retkievää.

Päivä 2

Herätyksesi on aikaisin aamulla. Ajomatka Torronsuon kansallispuistoon kestää noin 20 minuuttia. Torronsuo on syksyllä hieno paikka tarkkailla lintujen niiden kerääntyessä parviin syysmuuttoa varten. Aloitat luontotornista ja lähdet sitten luontopolulle. Saat varmasti hienoja valokuvia kurjista tai kahlaajista ruskan väreissä hehkuvalle Torronsuolla. Jos et edellisenä iltana ehtinyt, niin illalla on aika lämmittää mökin sauna ja rentoutua terassilla maistelemassa suomalaista olutta.

Päivä 3

Tutustut Liesjärven kansallispuistoon pyöräillen. Ajat autolla Hämeen luontokeskukseen, josta vuokraat polkupyörän. Kierrät järvien ja aarniometsien keskellä kulkevat reitit, joilla pyöräily on sallittu. Palaat takaisin viehättävän Portaan kylän kautta, jossa pysähdyt katselemaan kylän historiallista miljöötä. Illalla valmistat itse ruokasi mökin grillissä.

Päivä 4

Palaat Turkuun ja majoitut moderniin Sokos-hotelliin Kupittaalla. Vietät illan tutustuen kaupunkiin hotellilta lainaamallasi polkupyörällä tai kävellen. Yli 700 vuotta vanhaan Turun linnaan on vain noin 20 minuutin pyöräilymatka. Syöt entisen pahamaineisen vankilan tiloissa olevassa ainutlaatuisessa ravintola Kakolanruusussa avotulella valmistetun aterian. Ennen paluuta hotellille piipahdat jossakin Turun keskustan lukuisista viihtyisistä pubeista.

Päivä 5

Lähdet Viking Linen aamulautalla Turusta Tukholmaan.

Liite 3. Reitti 3: Lumisia aktiviteetteja talvisella Saimaalla

Koe ruuhkaton, tunnelmallinen talvi Saimaalla, Suomen Mini-Lapissa. Lumikenkäile jääpuistossa, sauno ainutlaatuisessa savolaisessa saunamaailmassa ja hiihdä ensilumenladulla paikallisten kanssa. Koe lumisten talvivalaistujen pikkukaupunkien tunnelma ja maistele paikallisia kalaruokia.

Päivä 1

Lennät Helsingistä Savonlinnaan. Pääset bussilla Savonlinnan keskustaan, jossa tyylikäs majoituspaikkasi Lossiranta Lodge sijaitsee. Vieraillet hotellia vastapäätä olevassa historiallisessa Olavinlinnassa ja tutustut kävellen jouluvaloin koristeltuun Savonlinnaan. Syöt illallisen jossakin venerannan lukuisista paikallista ruokaa tarjoavista ravintoloista.

Päivä 2

Taksi vie sinut aikaisin aamulla Oraviin, jossa majoitut moderniin huoneistohotelliin. Päivän aikana ehdit kokeilla montaa aktiviteettia pienessä Oravin kylässä. Vuokraat lumikenkät ja kävelet Linnansaaren lumikenkäilypuistossa ja hiihdät Oravin metsäladulla. Illalla aterioit ravintola Ruukinrannassa. Rentoudut huoneistohotellin saunassa muiden asukkaiden kanssa.

Päivä 3

Aamiaisen jälkeen lähdet taksilla viehättävään Hotel & Spa Resort Järvisydämeen, jossa vuokraat fatbiken ja ajat pitkin lumisia metsäteitä. Retken jälkeen nautit herkullisen lounaan tunnelmallisessa hirsiseinäisessä ravintola Piikatyössä ja koet suomalaista saunakulttuuria savolaisittain ainutlaatuisessa kallioon rakennetussa järvikylpylässä. Palaat takaisin Savonlinnaan taksilla ja matkustat junalla Imatralle, jossa majoitut skandinaavista designia edustavaan Hotelli Rentoon Ukonniemeen keskelle luontoa.

Päivä 4

Vuokraat Ukonniemen Saimaa Sportista hiihtovarusteet ja pääset hiihtämään Imatran hienolle ensilumenladulle paikallisten hiihtäjien kanssa. Kunnan hiihtolenkin jälkeen syöt maukkaan aterian perinteisessä ravintola Buttenhoffissa. Palaat illalla Imatralta junalla Helsinkiin. Noin kolmen tunnin junamatkan aikana rentoudut viihtyisän junan mukavilla istuimilla ja voit käyttää junan maksutonta wifiä.

Liite 4. Reitti 4: Koskenlaskua, kalastusta ja kulttuuria

Tutustu Itä-Suomen villiin luontoon melomalla, kalastamalla ja laskemalla kuohuvaa koskea. Matka itään on myös matka värikkääseen Karjalan kulttuuriin. Tutustu pohjoiskarjalaisen maalaiskylän luontoon ja kulttuuriin. Ihastu kauniiseen ja ainutlaatuiseseen Verlan tehdasmuseoon, joka on yksi Suomen Unescon maailmanperintökohteista ja jossa on säilytetty osa Suomen vanhaa tehdashistoriaa.

Päivä 1

Matkasi alkaa aamulla Helsinki-Vantaan lentoasemalta tai Helsingin päärautatieasemalta noin 1,5 tunnin junamatkalla Kouvolaan, josta jatkat bussilla Verlan tehdasmuseolle. Lounasta ja välipalaa saat Verlan ravintolasta ja kahvilasta, ja pikku puodeista voit ostaa suomalaista käsityötä. Iltapäivällä palaat bussilla Kouvolaan, josta matka jatkuu noin 3,5 tuntia junalla Joensuuhun. Majoitut myöhään illalla Huoneistohotelli Lietsuun, jossa kohtaat karjalaisen ilon ja vieraanvaraisuuden.

Päivä 2

Osallistut Äksyjen Ämmien opastetulle pienen ryhmän kajakkikalastusretkelle Joensuussa. Vuokraat vähäpäästöisen auton Joensuun keskustasta ja ajat noin 1,5 tunnin matkan idylliseen majatalo Pihlajapuuhun, joka on kunnostettu majoituspaikaksi vanhasta kansakoulusta. Syöt paikallisista raaka-aineista valmistetun illallisen majatalon ravintolassa ja kylvet yhteissaunassa.

Päivä 3

Äksyjen Ämmien ammattitaitoisen oppaan johtama ja turvallinen koskenlaskuretki tapahtuu kuohuvilla Ruunaan koskilla, jonne on noin 1,5 tunnin ajomatka. Puoli päivää kestävä koskenlaskuretki kumiveneellä sisältää myös karjalaisia herkkuja sisältävän lounaan. Ruunaan kauniilla retkeilyalueella on merkittyjä reittejä, joten voit vielä tehdä lisäksi haluamasi pituisen patikointi- tai fatbike-retken ennen majapaikkaan paluuta.

Päivä 4

Lähdet Pihlajapuusta aamulla ja ajat vajaan tunnin matkan Kolin kansallispuistoon, Suomen kansallismaisemiin. Valitset autollesi vähemmän ruuhkaisen pysäköintialueen. Kolin luontokeskus Ukosta saat ohjeita ja vinkkejä Kolilla liikkumiseen. Patikoit omatoimisesti, vuokraat kanootin tai kajakin tai osallistut opastetulle retkelle. Varaukset teet Kahvila Eväsretkissä, josta voit myös ostaa eväitä retkellesi. Ennen Joensuuhun paluuta nautit paikallisia ruokalajeja sisältävän aterian Kolin Sokos-hotellin ravintolassa. Palaat Joensuuhun illalla ja majoitut Huoneistohotelli Lietsuun.

Päivä 5

Palaat aamulla takaisin Helsinkiin junalla. Noin kuuden tunnin junamatkan aikana sinulla on runsaasti aikaa keskustella muiden junamatkustajien kanssa ja hyödyntää junan ravintolapalveluja ja maksutonta wifiä.

Liite 5. Route 1: Rock climbing and night kayaking in Lapland

Spend an unforgettable holiday in Finland's most responsible travel destination Posio. Rock climbing in the rugged landscapes of Ruoppivaara hill on the slope of canyon lake, hiking in the hill and fell nature of Riisitunturi admiring Lappish landscapes, kayaking on the nocturnal Jokijärvi - moment by moment your everyday life is moving further and further as you enjoy experiences in the summer nature of northern Finland, in the land of a nightless night.

Day 1

Your trip begins with a flight from Helsinki to Kuusamo. You drive by your rental low-emission car from the airport for about 45 minutes to Holiday Village Himmerki, where you will stay in a comfortable greylog cottage. You can rent a boat, kayak or bicycle to move around in the beautiful nature of the surroundings. After enjoying dinner at Himmerki restaurant you can enjoy the heat of your own cottage sauna.

Day 2

In the morning you drive about half an hour to Ruoppivaara, where you take part in rock climbing on a steep slope in the memorable scenery of Lake Ruoppijärvi. After the excursion you visit Pentik-mäki Culture Center in Posio and buy ceramics made in Finland in the factory store. In the evening you have a table reservation in one of the best restaurants in Finland, Tapio, which is only less than half an hour's drive from your cottage. You enjoy a gourmet meal made from exotic Lappish ingredients.

Day 3

The program of the day includes an excursion to Riisitunturi National Park, where it takes about 40 minutes by car. You go hiking about ten kilometer circle trail on your own or participate in a guided tour of MyTrail. You have your lunch in the shed. In the evening you can eat local Lappish food in the Kirikeskus restaurant.

Day 4

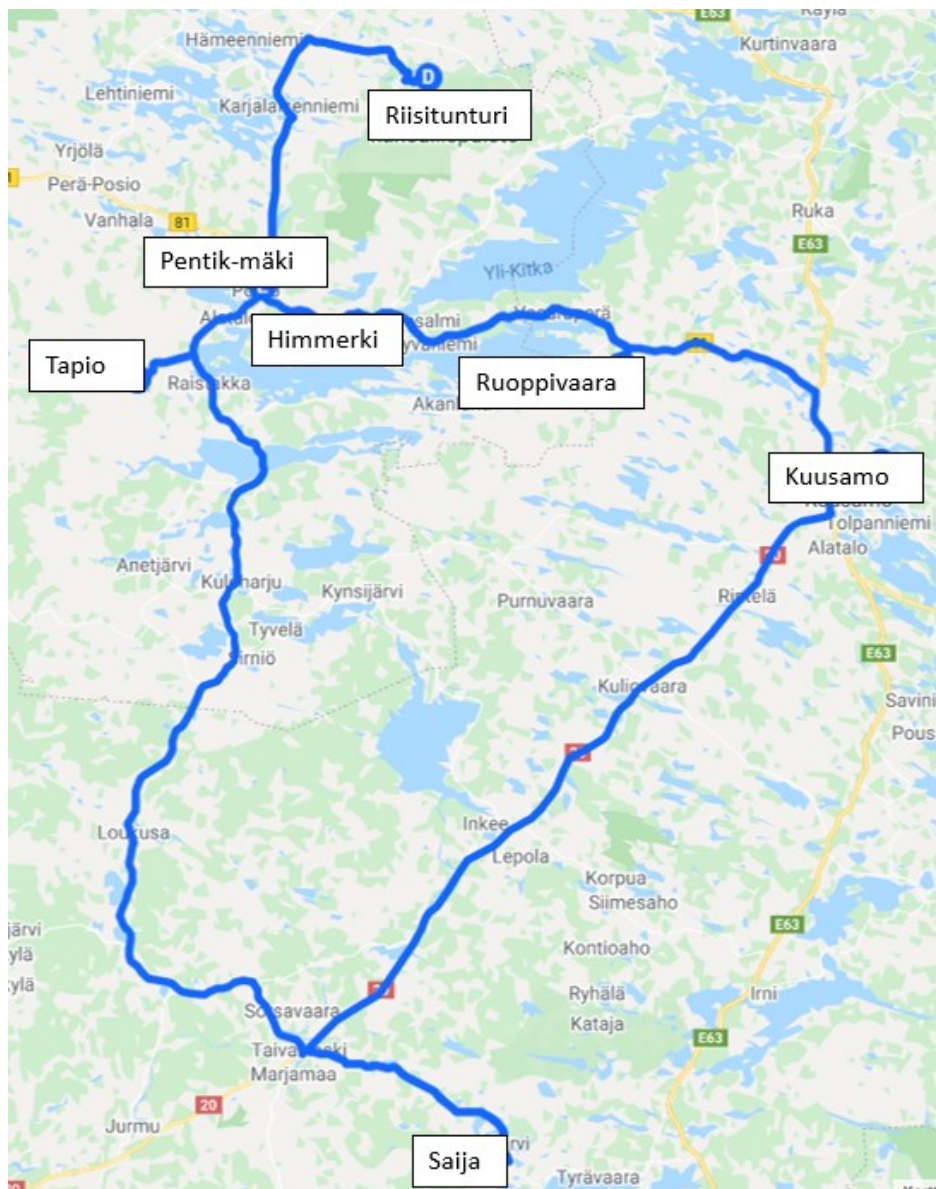
In the morning you drive from Posio about 1,5 hour drive to peaceful Saija Lodge in Taivalkoski. After lunch you are accommodated in a spacious apartment with a sauna. Enjoy the beautiful nature of the surroundings on your own or by a guided hiking, fatbike cycling or another excursion. In the evening you take part in a summer night canoeing tour and learn to know the sounds of bright summer night on a lake.

Day 5

The day begins with a tasty breakfast by the campfire as part of a kayaking tour. After the tour you need some rest, but you still have time to enjoy Saija's nature by yourself. In the evening, experience Saija's Finnish smoke sauna or have a bath in the sauna of your own apartment.

Day 6

You leave Taivalkoski in the morning and drive about an hour to Kuusamo Airport from where you fly to Helsinki.



Route 1. Google Maps

Liite 6. Route 2: Hiking and biking in the landscapes of Tavastia

Experience two different national parks in the cultural landscapes of Tavastia: hike in Torronsuo and see cranes and waders, paddle in the waters of Liesjärvi and cycle in its evergreen forests. Live like a Finn in a cottage in the countryside where locals value their own cultural heritage. Also explore interesting pieces of Turku's history by bike.

Day 1

Your journey starts from Turku, where you have arrived with your own car on the Viking Line ferry from Stockholm. You have made a comfortable sea voyage by ship of a responsible shipping company in the Baltic Sea. First you drive about 1,5 hours to Häme Nature Centre, where you will get information about the area's natural sites including instructions and rules for hiking in the national parks. You rent a canoe or kayak or take part in a guided tour on Lake Liesjärvi. You continue to your rental cottage accommodation in Hykkilän Huvilat but stop first in Forssa town to enjoy a pizza at cosy Restaurant Gusto favoured by local people. Before returning to your cottage visit local grocery store for shopping next day's picnic lunch ingredients.

Day 2

Wake up early in the morning. The drive to Torronsuo National Park takes about 20 minutes. Torronsuo is a great place to observe birds in the autumn when they gather in flocks for autumn migration. Start from the nature tower and then hike along the nature trails. You are sure to get great photos of cranes or waders in the glowing colours of fall at Torronsuo. If you did not have time on the previous evening, it is time to heat the cottage sauna and relax on the terrace tasting Finnish beer.

Day 3

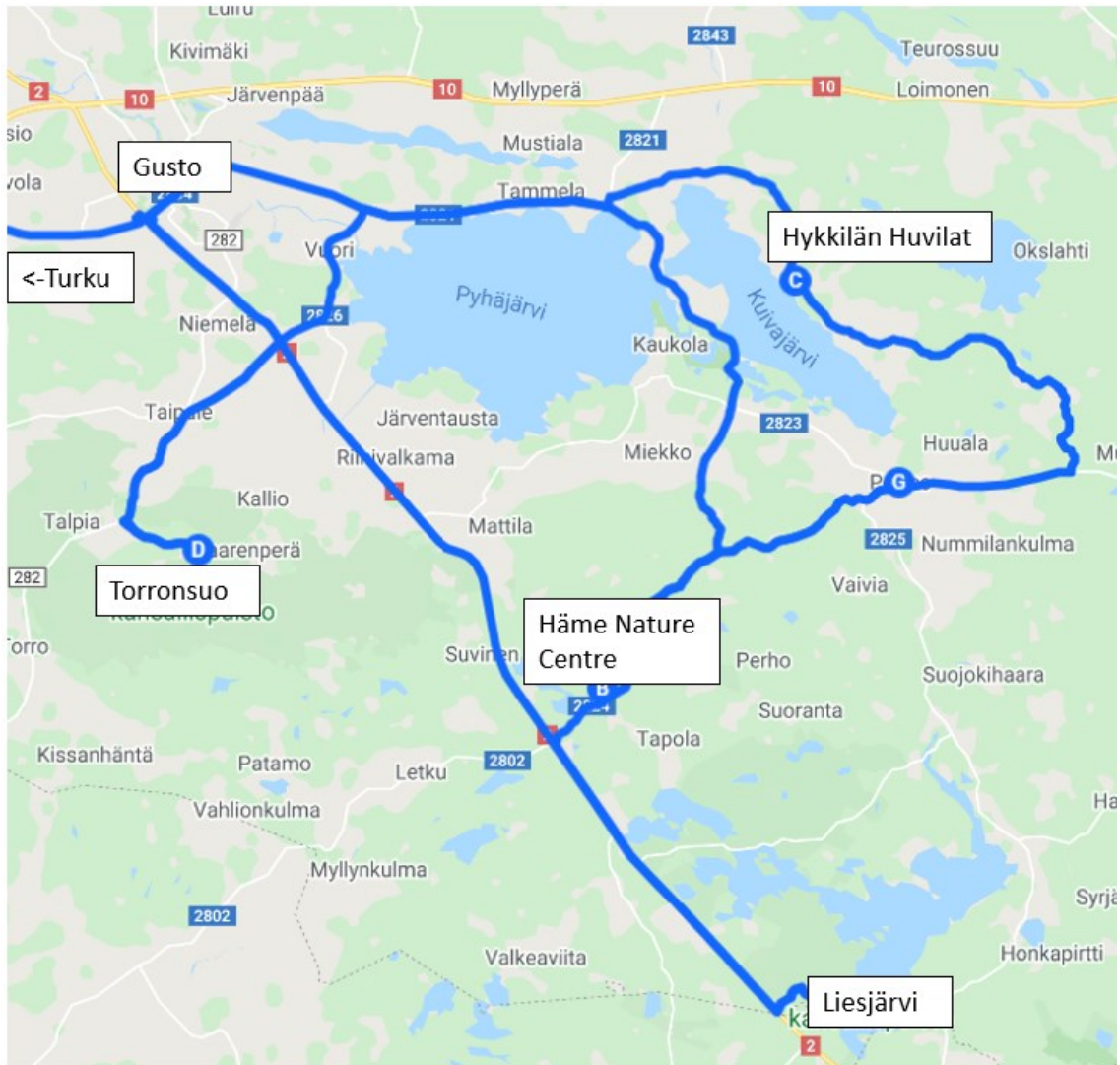
Explore Liesjärvi National Park with a bike rented from Häme Nature Centre. Use only the routes where biking is allowed in the middle of lakes and forests of varying ages. Return through a charming Porras village and stop to see the historic milieu of the village. In the evening you prepare yourself your meal on the cottage outer grill.

Day 4

You return to Turku and stay at the modern Sokos Hotel Kupittaa. Spend the evening exploring the city by the bike borrowed from the hotel or on foot. It takes only about 20 minutes by bike to over 700-year-old Turku Castle. The dinner cooked over open fire at the unique Restaurant Kakolanruusu on the premises of the formerly prison, which had a very bad reputation, is a memorable experience. Before returning to the hotel, pop into some of the many cozy pubs in the center of Turku.

Day 5

You take Viking Line morning ferry from Turku to Stockholm.



Route 2. Google Maps

Liite 7. Route 3: Snowy activities at Saimaa

Experience winter in Finland's idyllic Mini-Lapland without crowds. Try snowshoes on the Linnansaari Ice Route, sauna in the unique Savonian sauna world and cross-country skiing on the first snow track with the locals. Experience the atmosphere of snowy towns in beautiful winter lighting and taste local fish dishes.

Day 1

You fly from Helsinki to Savonlinna. Take a bus to the center of Savonlinna, where stylish Lossiranta Lodge is located. Visit historical Olavinlinna Castle just opposite to the hotel and walk around Savonlinna, which is decorated with Christmas lights. Choose for your dinner place one of the restaurants situated near the port and offering local food and.

Day 2

Taxi takes you early in the morning to Oravi, where you stay at the modern apartment hotel. During the day you have time for many activities in the small cosy village of Oravi. Rent snowshoes and walk in the Linnansaari snowshoe park and ski along Oravi forest track. In the evening, eat at the restaurant Ruukinranta and relax in the apartment hotel sauna with other residents.

Day 3

After breakfast you take a taxi to charming Hotel & Spa Resort Järvisydän, where you rent a fatbike and drive along snowy forest roads. After the trip, you enjoy delicious lunch in the atmospheric log-walled restaurant Piikatyttö and experience Savo-style Finnish sauna culture in the unique rock-built lake spa. You return to Savonlinna by taxi and travel by train to Imatra, where you stay at Scandinavian style representing Hotel Rento in Ukonniemi in the middle of the nature.

Day 4

You rent ski equipment from Saimaa Sport in Ukonniemi and practice cross-country skiing on the fine first snow track with local skiers. After a good ski run, eat a tasty meal in the traditional restaurant Buttenhoff in the center of Imatra. In the evening you return from Imatra by train to Helsinki. During the three-hour train journey you relax in the comfortable seat of a cosy train and use free wifi.



Route 3. Google Maps

Liite 8. Route 4: Activities in the wild nature and learning of Finnish culture

Get to know the wild nature of Eastern Finland by kayaking, fishing and white-water rafting. Trip to the east is also a trip to colourful Karelian culture. Get to know the nature and culture of a North Karelian rural village. Fall in love with the beautiful and unique Verla Mill Museum, one of Finland's UNESCO World Heritage Sites which has preserved part of Finland's old factory history.

Day 1

Your trip starts in the morning from Helsinki-Vantaa Airport or Helsinki Central railway station by a 1,5-hour train journey to Kouvola. From there you continue by bus to the charming Verla Mill Museum. Lunch and snacks are available at Verla's restaurant and café and small boutiques are good places to buy Finnish handicraft. In the afternoon you return by bus to Kouvola, from where your trip will continue for about 3,5 hours by train to Joensuu. You arrive late at night in Lietsu Boutique Aparthotel and meet Karelian joy and hospitality.

Day 2

You participate in a kayak fishing trip guided by Äksyt Ämmät in a small group in Joensuu. After that you rent a low-emission car from the center of Joensuu and drive about 1,5 hours to idyllic guest house Pihlajapuu, which has been renovated to accommodation place from an old village school. You eat a dinner made from local ingredients at the guest house restaurant and bath in a communal sauna.

Day 3

The white-water rafting trip guided by a professional guide of Äksyt Ämmät and carried out safely takes place on the sparkling Ruunaa rapids, which are about a 1,5-hour drive from guest house. A half-day rafting trip with a rubber raft also includes a lunch with Karelian delicacies. There are marked hiking trails in the beautiful Ruunaa hiking area, so you can take a hiking or fatbike trip before returning to the guest house.

Day 4

You leave Pihlajapuu in the morning and drive less than an hour to Finland's national landscape Koli National Park. You choose a less congested parking area for your car. In Koli Nature Center you get instructions and tips for hiking. You can go hiking on your own, rent a canoe or kayak or take part in a guided tour. Bookings can be made at Café Eväsretket, where you can also buy snacks for your trip. Before returning to Joensuu you enjoy a meal containing local dishes in the restaurant of Koli Sokos Hotel. You return to Joensuu in the evening and stay again in Lietsu Boutique Aparthotel.

Day 5

You return to Helsinki in the morning by train. During a train journey of about six hours you have plenty of time to chat with other train passengers and take advantage of restaurant car services and free wifi of the train.



Route 4. Google Maps

Liite 9. Reittisuunnittelun prosessikaavio

Vaihe 1. Visit Finlandin hakukone, jossa ovat STF-merkin saaneet yritykset ja kohteet



Vaihe 2. Tietojen vieminen omaan Excel-taulukkoon

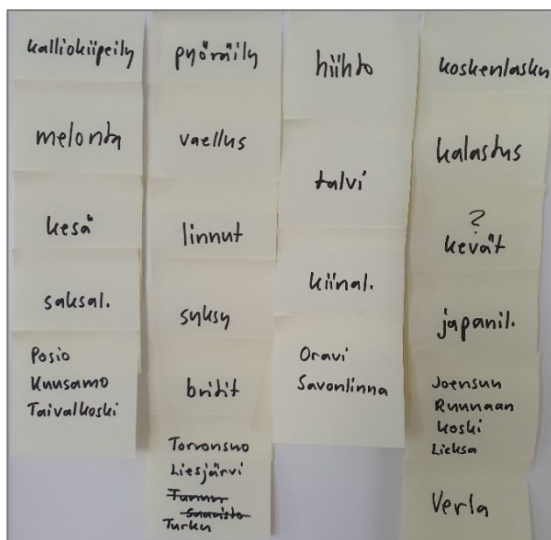
Company information	Digitality (Digitaalisuus)	Accessibility (Saavutettavuus)	Responsibility (Vastuullisuus)								
Company or destination	Certification	Place	Region	Category	Engl	How to buy	How to get there	Social responsibility	Ecological responsibility	Cultural responsibility	Economical responsibility
Lietsu Boutique Aparthotel - Huoneistohotelli Lietsu	STF ECO Compass	Joensuu	Lakeland	Accommod	English	web shop	Our excellent location in the centre of Joensuu,	We share. We laugh, cry and rejoice together. Nobody is Our partners also share green and sustainable values	Mother nature thanks us as we sort and recycle our waste with a no-efficient recycling - respecting and preserving our	The decorative details in each room tell stories about local history. a weekly program focused on the Arctic lifestyle - local pottery	When it comes to food, well, we just love our local products, favoring local products, services and workers
Hotelli Kirikeskus	STF Green Key	Posio	Lapland	Accommod	English German	web shop	We are located in Posio, in southern Lapland, between Kuusamo and Rovaniemi, Helsinki, Turku and Tampere are only a one-and-a-half hours' drive from Tammela	Our partners also share green and sustainable values	Environmental values are very important for us. We want to operate	Our village area is a significant area in terms of cultural heritage. We	
Hykkilän Huvilat	STF	Tammela	Lakeland	Accommod	English	Huvilat.net		We will give you tips about the local shops, services and our			
Lahdelma	STF	Pertunmaa	Lakeland	Accommod	English German						
Break Sokos Hotel Koli	STF Green Key	Koli	Lakeland	Accommod	English	web shop	Joensuu Airport - 85 km, The nearest railway station is in Joensuu, 75 km from Koli.	Localness. As the largest entirely Finnish hotel chain,	Environment. All our hotels have the Green Key certificate. We	The "Local Flavours" included in the à la carte menu make use of	
Magical Pond	STF	Rukatunturi	Lapland	Accommodation							
Boutique hotel Lossiranta Lodge	STF Green Key	Savonlinna	Lakeland	Accommod	English	web shop	Lossiranta Lodge is a small boutique hotel in Savonlinna, closest to Olavinlinna Castle. To minimize travel and our carbon footprint, we offer only one transfer on the day of	Lossiranta hotels use local products, services and organic	Lossiranta Lodge has joined an international environmental program		
Naali Lodge	STF	Posio	Lapland	Accommod	English			All the renovation work was carried out systematically collected during our walks in the	All our waste is systematically collected during our walks in the	We have respected the local architecture and Finnish-Scandinavian	We have selected local companies for renovation work.



Vaihe 3. Reittien hahmottelu kartalla valitun yrityksen ympärille, sen lähialueen tarkastelu



Vaihe 4. Reittien eri osat post-it -lapuille



Vaihe 5. Reitit analyysitaulukkoon

Route	Qu	Company or destination
Reitti 4	kyllä	Lietsu Boutique Aparthotel - Huoneistohotelli Lietsu
Reitti 2	kyllä	Hykkilän Huvilat
Reitti 4	kyllä	Break Sokos Hotel Koli
Reitti 3	kyllä	Boutique hotel Lossiranta Lodge
Reitti 1	kyllä	Holiday village Himmerki



Reittikuvaukset