

Opinnäytetyö (AMK)

Kestävä kehitys

2013

Jenni Jelkänen

KESTÄVÄ MATKAILU KUSTAVISSA MATKAILIJOIDEN SILMIN



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Jenni Jelkänen

KESTÄVÄ MATKAILU KUSTAVISSA MATKAILIJOIDEN SILMIN

Matkailu on yksi eniten kasvavista elinkeinoista Suomessa ja maailmalla. Matkailulla on monia sekä negatiivisia että positiivisia ekologisia, taloudellisia ja sosiaalis-kulttuurisia vaikutuksia. Se aiheuttaa muutoksia maisemaan, eroosiota, erilaisia päästöjä ja sosiaalista epäoikeudenmukaisuutta. Toisaalta matkailulla voidaan vaikuttaa positiivisesti reuna-alueiden elinvoimaisuuden, erilaisten elinympäristöjen sekä kulttuuriperinnön säilymiseen.

Kestävän kehityksen arvot tulevat päivä päivältä tärkeämmiksi tekijöiksi. Kuluttajien kasvava ympäristötietoisuus ei kuitenkaan välttämättä näy heidän käyttäytymisessään tai valinnoissaan. Ympäristövastuulliseen käyttäytymiseen vaikuttavat ympäristötietoisuuden lisäksi henkilökohtaiset sekä tilannesidonnaiset tekijät. Matkailijat eli matkailutuotteen kuluttajat ovat merkittävässä osassa kestävä matkailun toteuttamisessa ja kehittämisessä.

Saaristomatkaillen avulla voidaan edistää taloudellista ja sosiaalis-kulttuurista kestävyttä harvaan asutussa saaristossa. Kustavi on pieni varsinaissuomalainen kunta, joka on väestörakenteeltaan epätasapainoinen, mutta taloustilanteeltaan vahva. Matkailu on yksi kunnan tärkeimmistä elinkeinoista, mutta sen haasteena on varsinkin matkailusesongin lyhyys sekä matkailutoimintojen hajanainen sijoittuminen eri puolille kuntaa.

Tämä työ on tehty Matkalla Kustavissa -hankkeelle, jonka tavoitteena on kehittää kokonaisvaltaisesti Kustavin matkailuelinkeinon toimintaympäristöä huomioiden käyttäjä-lähtöisyys ja kestävä kehitys. Työ on kvantitatiivinen kyselytutkimus ja se toteutettiin Kustavissa kesällä 2012. Kyselyllä pyrittiin samaan tietoa Kustavin matkailijoista sekä selvittämään heidän näkemyksiään kestävästä matkailusta ja Kustavin matkailun mahdollisuuksista.

Tyypillinen Kustavin matkailija on keski-ikä ylittänyt puolisonsa kanssa matkalla oleva henkilö, joka on saapunut Kustaviin lähiseudulta mökkeilemään tai on Kustavissa läpikulkumatkalla. Suurin osa matkailijoista on vierailut Kustavissa useita kertoja aiemmin ja on melko tyytyväinen Kustavin palveluihin. Kestävään matkailuun suhtaudutaan pääosin positiivisesti mutta tietyin varauksin, varsinkin oman auton käytön rajoittaminen koetaan negatiiviseksi tekijäksi. Suuri osa matkailijoista on valmis maksamaan ainakin hieman enemmän kestävästi tuotetusta tuotteesta ja palvelusta "tavanomaisiin" verrattuna. Kustavin matkailun kehittämisessä on paljon potentiaalia ja mahdollisuuksia, mutta paljon myös haasteita.

ASIASANAT:

kestävä matkailu, matkailija, kuluttajakäyttäytyminen, ympäristötietoisuus, matkailun kehittäminen, Kustavi

Jenni Jelkänen

SUSTAINABLE TOURISM IN KUSTAVI FROM A TOURIST'S PERSPECTIVE

Tourism is one of the most growing industries in Finland and all over the world. Tourism has numerous both negative and positive ecological, economical and social-cultural effects. It causes landscape changes, erosion, different kinds of emissions and social injustice. Tourism can also have a positive effect on the vitality of the peripheries as well as on the preservation of different kind of habitats and cultural heritage.

The values of sustainable development are becoming increasingly important factors. However, the growing environmental awareness of consumers is not necessarily reflected in their behavior or choices. In addition to environmental awareness environmentally responsible behavior is also affected by personal and situation specific factors. Tourists, in other words consumers of tourism product, play an important role in the implementation and development of sustainable tourism.

With the help of archipelago tourism economical and social-cultural sustainability can be supported in sparsely populated archipelago. Kustavi is a small municipality in Proper Finland with an imbalanced population composition but strong economic situation. Tourism is one of the main industries in Kustavi, but the challenge is especially the shortness of the tourism season and the scattered placement of tourism operations around Kustavi.

This thesis was made for the Matkalla Kustavissa [En route in Kustavi] project which aims to comprehensively develop the operational environment of Kustavi's tourism industry with a customer -oriented approach and focus on sustainable development. The thesis was based on a quantitative survey executed in Kustavi during the summer 2012. The aim was to obtain information about travelers in Kustavi and their views on sustainable tourism and the tourism possibilities in Kustavi.

Based on the survey, a typical traveler in Kustavi was over middle-age, travelling with his/her spouse and is either passing through or visiting a summer cottage in Kustavi. Most of the travelers had visited Kustavi several times before and were quite satisfied with the available services. Sustainable tourism is viewed mainly positively but with certain limits. Especially limiting the use of one's own car was seen negatively. Most of the travelers were willing to pay a slightly more for sustainably produced products or services. Developing tourism in Kustavi has a lot of potential and possibilities but also a lot of challenges.

KEYWORDS:

sustainable tourism, traveler, consumer behavior, environmental awareness, tourism development, Kustavi

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 KESTÄVÄ KEHITYS JA MATKAILU	8
2.1 Matkailun vaikutukset	9
2.1.1 Negatiiviset vaikutukset	10
2.1.2 Positiiviset vaikutukset	13
2.2 Kestävä matkailu	16
2.3 Kestävän matkailun toteuttaminen	18
2.4 Kestävän matkailun indikaattorit	20
3 MATKAILIJAT KULUTTAJINA	23
3.1 Matkailijoiden kuluttajakäyttäytyminen ja siihen vaikuttavat tekijät	23
3.2 Kuluttaminen ja ympäristötietoisuus	25
3.3 Ympäristötietoinen matkailija	27
3.4 Matkailijoiden rooli kestävässä matkailussa	29
4 SAARISTOMATKAILU KESTÄVÄÄ KEHITYSTÄ EDISTÄMÄSSÄ	31
4.1 Kestävän saaristomatkailun mahdollisuudet	31
4.2 Saaristomatkailukunta Kustavi	32
4.2.1 Perustietoa Kustavista	32
4.2.2 Matkailu Kustavissa	35
4.2.3 Matkalla Kustavissa – hanke	39
4.2.4 Kustavilaisten matkailuyrittäjien suhtautuminen kestävyteen	41
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	42
5.1 Työn tavoitteet ja tutkimustehtävät	42
5.2 Tutkimusmenetelmät	43
5.3 Vastausten analysointi	45
5.4 Tutkimustulosten luotettavuus	45
6 MATKAILIJA KUSTAVISSA	47
7 KESTÄVÄN MATKAILUN MAHDOLLISUUDET JA RAJAT KUSTAVISSA	54
7.1 Matkailijoiden suhde kestävään matkailuun	54
7.2 Tyytyväisyys Kustavin palveluihin	55
7.3 Kustavin matkailun kestävä kehittäminen	56

7.3.1	Matkustushalukkuutta lisäävät tekijät	56
7.3.2	Matkustushalukkuutta vähentävät tekijät	59
7.3.3	Demografisten tekijöiden ja ympäristötietoisuuden vaikutus	61
7.3.4	Matkailijat vastuunottajina	62
8	MATKAILIJOIDEN YMPÄRISTÖTIETOISUUS JA MAKSUVALMIUS	63
8.1	Ympäristötietoisuus ja -vastuullisuus	63
8.2	Demografisten tekijöiden vaikutus ympäristötietoisuuteen ja -vastuullisuuteen	65
8.3	Maksuvalmius	66
8.4	Demografisten tekijöiden ja ympäristötietoisuuden vaikutus maksuvalmiuteen	68
9	JOHTOPÄÄTÖKSET	69
9.1	Kestävä matkailu ja kuluttaminen	69
9.2	Matkailija Kustavissa	70
9.3	Tulosten tarkastelu	71
9.4	Kustavin matkailun kehittäminen	73
9.5	Jatkotutkimuksia	76
9.6	Yhteenveto	77
10	LÄHTEET	79

LIITTEET

Liite 1. KYSELYTUTKIMUS MATKAILIJOILLE KUSTAVISSA KESÄLLÄ 2012

Liite 2. Info yrityksille

Liite 3. Info vastaajille

KUVAT

Kuva 1.	Kulumiselle herkkää kalliokasvillisuutta Munakaran saarella Kustavissa (Juha Karikoski 2012)	11
Kuva 2.	Veneitä Kustavin majakkasaaren Isokarin satamassa (Juha Karikoski 2010)	12
Kuva 3.	Hylkeitä Södra Sandbäck-Sandbäckin hylkeiden suojelualueella, jonne kustavilainen matkailuyritys tekee retkiä (Juha Karikoski 2012)	14
Kuva 4.	Kulttuuriperintöä: Vanha pumppuhuone Katanpään linnakesaarella (Juha Karikoski 2006)	15
Kuva 5.	Kartta Kustavin sijainnista (Kustavin kunta 2012b)	32
Kuva 6.	Lossi kuljettaa niin asukkaita kuin matkailijoitakin Kustavin kunnan pääsaarelta Kivimaalta Ströömin salmen yli Vartsalan saarelle (Juha Karikoski 2011)	33
Kuva 7.	Kustavilainen kalastaja ja kalansaalis (Juha Karikoski 2010)	35
Kuva 8.	Loisto Kustavin Heponiemessä, mikä on hieno nähtävyys myös talviaikaan (Juha Karikoski 2008)	36
Kuva 9.	Isokarin majakka (Juha Karikoski 2010)	37

KUVIOT

Kuvio 1. Vastaajien ikä.	47
Kuvio 2. Matkaseura.	48
Kuvio 3. Vastaajien kotipaikan ja Kustavin välinen matka.	49
Kuvio 4. Aiemmat vierailut Kustavissa.	50
Kuvio 5. Tämänkertaisen Kustavin matkan pääasiallinen tarkoitus	51
Kuvio 6. Kulkuväline, jolla saapunut Kustaviin ja jolla liikkuu Kustavissa.	52
Kuvio 7. Matkustushalukkuutta lisäävät tekijät.	58
Kuvio 8. Matkustushalukkuutta vähentävät tekijät.	60
Kuvio 9. Vastaajien ympäristötietoisuus.	64
Kuvio 10. Vastaajien ympäristövastuullisuus.	65

TAULUKOT

Taulukko 1. Matkustushalukkuutta lisäävät tekijät.	58
Taulukko 2. Matkustushalukkuutta vähentävät tekijät.	60
Taulukko 3. Vastaajien maksuvalmius.	67

1 JOHDANTO

Matkailu on yksi suurimmista ja nopeinten kasvavista elinkeinoista maailmassa. Maailman matkailujärjestön (UNWTO 2013) mukaan matkailu kasvoi vuonna 2012 4 prosenttia edellisvuoteen verrattuna, kun ulkomaanmatkoja tehtiin yhteensä yli miljardi. Kasvun odotetaan jatkuvan myös vuonna 2013 vain vähän hitaammalla (3-4 %) vauhdilla. UNWTO:n pitkän aikavälin ennusteen mukaan matkailu kasvaa keskimäärin 3,8 prosentin vuosivauhtia vuoteen 2020 asti. Eniten ulkomaanmatkoja tehdään Eurooppaan, mutta siellä matkailun kasvu on hieman hitaampaa kuin muualla maailmassa. Suomessakin matkailun kasvu on merkittävää ja sen odotetaan jatkuvan.

Matkailun lisääntyessä on entistä enemmän kiinnitettävä huomiota sen negatiivisiin ympäristö- ja muihin vaikutuksiin. Ekologiselta kannalta parasta matkailua olisi ei-ollenkaan-matkailu, mutta koska matkailun loppuminen ei ole odotettavissa, on panostettava matkailun kestävyteen ja vastuullisuuteen. Matkailulla voi olla myös positiivisia vaikutuksia liittyen muun muassa alueiden elinvoimaisuuden säilymiseen.

Suomessa jo pitkään jatkunut maaseudun ja reuna-alueiden autioituminen vähentää sosiaalista kestävyttä, kun palveluiden järjestäminen ei ole kannattavaa autioituvilla alueilla. Matkailuelinkeinon poikkeuksellisuus piilee siinä, että sitä voidaan toteuttaa menestyksellisesti myös suurten kaupunkiseutujen ulkopuolella. Matkailulla on työllistävä vaikutus ja se voi myös turvata palveluita reuna-alueilla sekä ehkäistä pysyvän asutuksen katoamista.

Matkailijoilla eli matkailutuotteen kuluttajilla on iso rooli kestävän matkailun toteuttamisessa sekä ostopäätöksiä tehtäessä että matkailukäyttäytymisessä. Yleisesti ihmisten huoli ympäristöstä on kasvussa, mutta kuluttajien kasvava ympäristötietoisuus ei välttämättä näy heidän ostopäätöksissään. Elämme kulutusyhteiskunnassa, mutta matkailulla on mahdollista suunnata kulutusta vähemmän luonnonvaroja kuluttaviin palveluihin.

Kustavi on varsinaissuomalainen suomenkielinen saaristokunta, jossa asukkaita on 890. Kustavin väestötilanne on erityisen heikko, sillä syntyvyys on vähäistä ja vanhusten osuus väestöstä on korkea. Kustavin taloudellinen tilanne on kuitenkin tällä hetkellä hyvä ja investointeja tehdään paljon. Matkailu on yksi Kustavin kunnan tärkeimmistä elinkeinoista. Alueella on useita matkailualan ja matkailusta muuten hyötyviä yrityksiä. Kustavin matkailuelinkeinon voidaan sanoa olevan murrostilassa. Uusia yrittäjiä on aloittanut alueella liiketoimintansa ja matkailuun investoidaan enemmän. Haasteita löytyy, sillä matkailutoiminnot ovat sijoittuneet eri puolille kuntaa ja yritysten välinen yhteistyö on vähäistä.

Kustavin matkailun kehittämiseksi on perustettu Matkalla Kustavissa – hanke. Hankkeessa pyritään kehittämään Kustavin matkailuelinkeinon toimintaympäristöä kokonaisvaltaisesti kestävä kehitys ja käyttäjälähtöisyys huomioiden. Opinnäytetyö tehdään Matkalla Kustavissa – hankkeelle ja se on luonteeltaan kvantitatiivinen kyselytutkimus, jonka tavoitteena on kerätä tietoa Kustavin matkailijoista ja heidän näkemyksistään kestävästä matkailusta.

2 KESTÄVÄ KEHITYS JA MATKAILU

Kestävä kehitys määritellään yleisesti sellaiseksi toiminnaksi, jossa otetaan huomioon ekologiset, taloudelliset ja sosiaalis-kulttuuriset näkökulmat, ja jonka seurauksena tulevillakin sukupolvilla on yhtäläiset tai paremmat mahdollisuudet hyvinvointiin kuin nykyisillä. Kestävä kehitys on jatkuva prosessi, joka vaatii ennakkointia sekä jatkuvaa arviointia ja parantamista. Suunnittelutyössä ovat mukana eri osapuolet, erityisesti paikallisyhteisöt otetaan huomioon. (Hemmi 2002, 75-80.)

Matkailuksi katsotaan kaikki toiminta, jossa henkilö matkustaa ja oleskelee ”tavanomaisen kotipaikkansa tai elinpiirinsä ulkopuolella olevassa paikassa korkeintaan yhden vuoden ajan”. Tähän luetaan kuuluvaksi niin vapaa-ajan vietto, työmatkat kuin muutkin tarkoitukset. (UNWTO, ks. Verhelä & Lackman 2003, 15.) Matkailun muotoja on lukuisia, niin kuin on syitäkin matkustaa. Matkailu on joka tapauksessa sellaista ihmistoimintaa, josta aina jää jonkinlainen jälki. Matkailija tuottaa päästöjä matkustaessaan, juttelee paikallisten kanssa, ostaa matkamuistoja, joiden tekemiseen on mennyt raaka-aineita ja energiaa, käyttää rahaa ravintola- ja matkailupalveluihin ja niin edelleen.

Matkailusta ja sen vaikutuksista puhuttaessa näkökulma on usein kansainvälisessä matkailussa, turismissa. Myös kestävän matkailun ”tarve” tuntuu olevan suurempi länsimaisten kehittyviin maihin suuntautuvassa matkailussa. Kuitenkin suurin osa suomalaisten tekemistä matkoista tehdään kotimaassa. Tässä työssä pääpaino on Suomen matkailulla ja erityisesti saaristoon ja Kustaviin sovellettavissa olevilla näkökulmilla.

Suomessa ulkomaisten matkailijoiden määrä lisääntyi vuonna 2011 edellisvuodesta 17 prosenttia. Ulkomaisten matkustajien määrä Suomessa oli 7,3 miljoonaa, joka on noin miljoona enemmän kuin edellisvuonna. (Tilastokeskus 2012d.) Myös kotimaisten matkailijoiden määrä on lisääntynyt. Vuonna 2012 touko-elokuussa kotimaassa tehtyjen matkojen määrä oli kasvanut 8 prosentilla edellisvuoden vastaavaan ajankohtaan verrattuna.

Vapaa-ajanmatkoja, jotka sisälsivät kotimaan yöpymisen, tehtiin touko- elokuussa 11,7 miljoonaa, joista mökki- ja vierailumatkoja oli 8,9 miljoonaa. Maksullisen majoituksen sisältäneitä matkoja tehtiin 2,9 miljoonaa. (Tilastokeskus 2012e.) Muihin aloihin verrattuna matkailualan kasvu on suurempaa. Vuositasolla kasvua on yhteensä keskimäärin noin neljä prosenttia. Matkailua pidetäänkin alana, joka myös tulevaisuudessa kasvaa ja työllistää eniten. (Norden 2012.)

2.1 Matkailun vaikutukset

Luonnon- ja kulttuuriympäristöt ovat niitä vetovoimatekijöitä, jotka saavat matkailijat liikkeelle joko kohteen maisemallisten arvojen tai kohteessa tapahtuvien toiminnallisten aktiviteettien vuoksi. Näin ollen matkailun raaka- ainetta ovat luonto ja kulttuuri, joita matkailijat kuluttavat. Passiivinen maisemien ihailu kuluttaa ja muuttaa alkuperäistä luontoa usein vähiten, mutta tätäkin varten tarvitaan teitä ja muita rakenteita. Aktiivisempien matkakohteiden takia joudutaan monesti muokkaamaan ympäristöä voimakkaastikin. Luonnon- ja kulttuuriympäristöt ovat luonnonvara, jotka hupenevat sitä nopeammin, mitä suurempi on matkailijoiden määrä. (Vuoristo 2002, 206.)

Matkailulla on kohdetta kuluttavien vaikutusten lisäksi muita negatiivisia vaikutuksia ja ne voivat kohdistua kohteen lisäksi lähtömaahan tai ne voivat olla luonteeltaan yleisiä kuten kasvihuonepäästöt. Matkailun positiivisiksi vaikutuksiksi mielletään usein vain kohdetta hyödyttävät taloudelliset vaikutukset, mutta myös muita positiivisia vaikutuksia voidaan löytää kuten suojelalueiden perustaminen tai kulttuuriperinnön vaaliminen. Negatiiviset vaikutukset ilmenevät erilaisina ongelmina. Toisin kuin teollisuuden tai energiantuotannon aiheuttamat ongelmat matkailun aikaansaamat ongelmat ovat monesti nähtävissä lyhyen ajan kuluessa ja helposti kohdistettavissa lähteeseensä (Borg ym. 2002, 44). Negatiivisten vaikutusten todennäköinen perimmäinen syy liittyy ympäristön (ja kulttuurien) hinnoittelemattomuuteen, jolloin paineita niiden liikkäytölle syntyy (Borg 1997, 39).

Matkailusta koituvia vaikutuksia voidaan jaotella eri tavalla niiden syntyvän tai aiheuttajan mukaan. Ne voivat olla välillisiä tai välittömiä vaikutuksia. Lisäksi vaikutuksia voidaan luokitella sen mukaan, mihin ne kohdistuvat. Tässä työssä vaikutukset on jaettu ensin negatiivisiin ja positiivisiin vaikutuksiin ja edelleen ekologisiin, taloudellisiin ja sosiaalis-kulttuurisiin. Luokittelu ei ole yksiselitteistä, ei edes positiivisten ja negatiivisten vaikutuksen kohdalla. Matkailun vaikutuksia on lukuisia ja varmasti enemmän kuin mitä seuraavassa on esitetty. Kaikkea mahdollista ei ole voitu ottaa huomioon alueiden erilaisuuden ja tilannekohtaisuuden vuoksi.

2.1.1 Negatiiviset vaikutukset

Näkyvimvät negatiiviset ekologiset vaikutukset ovat useimmiten matkailun infrastruktuurin rakentamisen aiheuttamat maankäytön ja maiseman muutokset. Rakennusten, teiden, lentokenttien, golfkenttien, laskettelurinteiden ynnä muiden rakentaminen muuttaa ja vaurioittaa luonnonympäristöä sekä vaikuttaa luonnon- ja kulttuurimaisemaan. Liikenteen aiheuttamat päästöt ja meluhaitta, jätehuollon kuormittuminen sekä muut päästöt ilmaan ja veteen ovat muita hyvin näkyviä ja tuntuvia matkailun vaikutuksia, joista kärsivät niin ihmiset kuin eläimetkin. (Borg 1997, 44-48.)

Matkailun vaikutukset näkyvät vesistöissä, rantaviivassa, metsissä, kulttuurihistoriallisissa kohteissa sekä rakennuksissa. Tallaaminen aiheuttaa maaston kulumista eli eroosiota ja kasvillisuuden häviämistä. Kasvillisuuden muutoksen myötä myös eliökunnassa voi tapahtua muutoksia ja näin on mahdollista koko ekosysteemin tuhoutuminen. Tallaaminen aiheuttaa myös maaperän tiivistymistä sekä muita muutoksia maaperässä. (Hemmi 2005, 42-43, 54-57.) Saariston rantakallioilla tai -hiekalla kasvavat kasvit ovat hyvin herkkiä kulumiselle (Kuva 1).



Kuva 1. Kulumiselle herkkää kalliokasvillisuutta Munakarin saarella Kustavissa (Juha Karikoski 2012)

Saaristossa negatiivisia vaikutuksia aiheuttavat erityisesti loma-asutus ja veneily. Ne lisäävät eliöstön uhanalaisuutta ja kiihdyttävät merien rehevöitymistä. (Hemmi 2005, 45, 53-54.) Veneily aiheuttaa lisäksi monenlaisia negatiivisia vaikutuksia vesistöissä, satamissa sekä rantautumispaikoilla. Pienvenesatamien (Kuva 2) rakentaminen ja väylien ruoppaaminen vähentävät biologista tuotantoa, pienentävät vesieliöiden elintilaa ja lisäävät vesikasvien poistamisen myötä eroosiota. Veneily synnyttää jätteitä, jotka päätyvät veteen tai ajautuvat rannoille. Öljy sekä veneissä käytetyt maalit ja muut valmisteet ovat eliöstölle jopa tappavia myrkkijä. Moottoriveneistä syntyy päästöjä ilmakehään ja niiden aiheuttama melu häiritsee rannoilla asuvia eläimiä ja ihmisiä. Veneiden synnyttämät aallot häiritsevät eliöstöä ja aiheuttavat eroosiota rantatörmillä. Veneilijät aiheuttavat varomattomilla mairinnousuilla tuhoja linnustolle ja kuluttavat maastoa veneilijöiden suosimilla retkeilykohteilla. (Hemmi 2005, 63-65.) Loma-asutuksen rakentaminen puolestaan muuttaa maisemaa ja luonnonympäristöä sekä kuluttaa luonnonvaroja. Lämmitykseen kuluu energiaa, usein myös silloin, kun kukaan ei ole paikalla. Loma-asukkaiden

jätevedet saattavat päätyä vesistöihin ja jätteiden kierrätys on usein hankalampaa kuin kaupungissa, jolloin se voi jäädä tekemättä.



Kuva 2. Veneitä Kustavin majakkasaaren Isokarin satamassa (Juha Karikoski 2010)

Muista yksittäisistä aktiviteeteista mainittakoon metsästys, kalastus, vaellus ja kalliokiipeily, jotka voivat olla jossakin tuhoisia paikalliselle ekosysteemille, mutta pienimuotoisina toteutettuna voivat olla myös hyödyllisiä, ainakin matkailijan positiivisina luontokokemuksina ja sitä kautta ympäristönsuojelun heräämisenä. (Hemmi 2005, 56.) Tällaiset luontomatkailuaktiviteetit ovat suhteellisesti kestäviä toimintoja verrattuna moniin muihin aktiviteetteihin kuten golfiin, moottorikelkkailuun tai lasketteluun.

Turunmaalla tehdyssä tutkimuksessa vakituiset ja vapaa-ajanasukkaat näkivät turistien aiheuttavan haittaa saaristoluonnolle erityisesti ympäristön roskaantumisen, eläinten – erityisesti lintujen pesinnän – häiriintymisen sekä maaston kulumisen muodossa. Lisäksi haittoiksi koettiin mm. meluaminen ja häiriköinti, luvaton nuotioiden teko, luvaton kalastaminen, liikenteen päästöt ja

teiden ruuhkautuminen, jätevesien laskeminen vesistöihin sekä rantojen rakentaminen. (Hellén 2002, 56-57.)

Matkailun aiheuttamat ympäristövaikutukset ovat konkreettisempia ja selvemmin näkyviä kuin sosiaaliset ja kulttuuriset vaikutukset. Kulttuuriset vaikutukset ovat usein hankalasti havaittavissa ja yksilöitävissä. Muutokset ovat ehkä hitaampia ja varsinkaan paikalliset itse eivät välttämättä niitä huomaan, koska ovat itse muutoksen kohteena. Matkailun vaikutusta on ehkä hankala osoittaa, sillä muutkin tekijät vaikuttavat. Sosiaaliset ja kulttuuriset vaikutukset mielletään useimmiten kulttuurien häviämiseen matkailurakentamisen tai matkailijoiden ”tuoman” kulttuurin myötä. Negatiiviset sosiaaliset ja kulttuuriset vaikutukset ovat räikeämmin nähtävissä kehittyvissä maissa, mutta myös Suomessa ongelmiin on törmätty muun muassa saamelaisalueella, kun saamelaiskulttuurin ajattelematon kaupallinen hyödyntäminen on koettu loukkaavana. (Borg ym. 2002, 48.)

Matkailu voi aiheuttaa myös negatiivisia taloudellisia vaikutuksia. Matkailun kasvaessa jollain alueella, voivat kiinteistöjen ja elinkustannusten hinnat nousta, jolloin paikallisella väestöllä ei välttämättä ole varaa niihin. Lisäksi matkailun tuomat tulot voivat kohdistua ihan muualle kuin kohdealueelle. (Borg ym. 2002, 49.) Nämä ongelmat ovat merkittävämpiä kehittyvissä maissa, mutta myös Suomessa niitä voi esiintyä, ainakin pienemmässä mittakaavassa. Esimerkiksi hotelli- tai ravintolaketjujen voitot saattavat valua muualle, jopa ulkomaille saakka. Reuna-alueilla työntekijät voivat asua jossain muussa kunnassa, jolloin verotulot ohjautuvat muualle kuin kohdealueelle. Matkailun sesonkiluonteisuus lisää ulkopuolisen työvoiman tarvetta ja luo kausityöttömyyttä (Aho 1997, 120).

2.1.2 Positiiviset vaikutukset

Myös positiiviset vaikutukset voidaan jaotella ekologisiin, kulttuuris-sosiaalisiin sekä taloudellisiin vaikutuksiin. Positiivisia ekologisia vaikutuksia on haitallisempien maankäytön muotojen kuten kaivostoiminnan tai tehometsätalouden korvautuminen matkailulla. Matkailun vuoksi voidaan suojella alueita (Kuva 3) sekä eläimiä ja matkailijat voivat oppia luonnosta ja

huomata sen merkityksen omassa hyvinvoinnissaan. Lisäksi matkailu voi luoda kannustetta jätehuollon ja muun infrastruktuurin kuten vesihuollon rakentamiseen ja parantamiseen. (Borg ym. 2002, 48-51.)



Kuva 3. Hylkeitä Södra Sandbäck-Sandbäckin hylkeiden suojelualueella, jonne kustavilainen matkailuyritys tekee retkiä (Juha Karikoski 2012)

Sosiaalis-kulttuurisia hyötyjä ovat kulttuuriympäristöjen ja -rakennusten kunnostaminen sekä ylläpito (Kuva 4) ja lisäksi käsityöperinteen, taiteen sekä tapahtumien säilyminen ja elpyminen. Myös paikallisylpeys voi lisääntyä kulttuuriperinnön vaalimisen myötä. Matkailijoiden sekä matkailuelinkeinon harjoittajien lisääntyvä ympäristötietoisuus sekä maiseman hoidon myötä parantuva viihtyisyys ovat sekä ekologisia että kulttuuris-sosiaalisia vaikutuksia. Tutustuminen uusiin kulttuureihin sekä ympäristöihin voi opettaa ymmärtämään ja hyväksymään erilaisuutta. (Borg ym. 2002, 48-51.) Myös Suomesta löytyy paljon erilaisia alueita ja kulttuureja, ja matkailijan näkemys voi avartua matkaillessa kotimaassakin. Esimerkiksi sisämaasta tulevalle saaristo voi olla todella erilainen niin luonnon- kuin kulttuuriympäristökin.



Kuva 4. Kulttuuriperintöä: Vanha pumppuhuone Katanpään linnakesaarella (Juha Karikoski 2006)

Tärkeimpinä positiivisina vaikutuksina pidetään useimmiten taloudellisia vaikutuksia, joita matkailu tuo alueelle. Matkailu luo työpaikkoja ja monipuolistaa paikallista elinkeinorakennetta sekä tuo tuloja. Matkailun ja matkailijoiden myötä asutus, palvelut ja infrastruktuuri voivat säilyä tai kehittyä. (Borg ym. 2002, 49-51.) Matkailu myös voimistaa muita elinkeinoja kuten rakentamista, liikennettä, kauppaa sekä tavarantuotantoa. Vaikka osa hankinnoista vuotaisikin alueen ulkopuolelle, nämä suorat sekä välilliset vaikutukset kohdealueen tuotannon kannattavuuteen hyödyttävät paikallistaloutta. Matkailun luomat uudet tulovirrat vahvistavat taloutta myös parantamalla alueen talouden toimivuutta kerrannaisvaikutusten välityksellä, kun moni matkailusta tuloja saava käyttää merkittävän osan tuloistaan samalla alueella. (Aho 1997, 116-118.)

Suomessa on jo pitkään jatkunut maaseudun ja reuna-alueiden autioituminen. Kaupunkimaiset ja kaupunkiseutujen kunnat ovat muuttovoittajia, mutta muut kunnat menettävät asukkaita (Tilastokeskus 2012c). Matkailu on yksi poikkeuksellisista elinkeinoista siinä mielessä, että sitä voidaan toteuttaa menestyksellisesti myös suurten kaupunkiseutujen ulkopuolella. Matkailun

positiiviset taloudelliset vaikutukset nousevatkin reuna-alueilla erityisen merkittäviksi. (Aho 1997, 114.)

Matkailusta koituvat negatiiviset sekä positiiviset vaikutukset ovat joskus ristiriidassa keskenään ja monesti joudutaan punnitsemaan sitä, voittavatko tulevat hyödyt matkailusta koituvat haitat. Monesti tämä on hankalaa ennustaa, mutta taloudellisten hyötyjen merkitys ei saisi nousta ekologisten tai sosiaalis-kulttuuristen vaikutusten kustannuksella. Haittoja sekä hyötyjä tulee aina tarkastella paikallisessa mittakaavassa, ja matkailu tulisi suhteuttaa muihin inhimillisiin tarpeisiin ja pyrkimyksiin (Borg ym. 2002, 48).

2.2 Kestävä matkailu

Kestävä matkailun käsite on yhtä moniulotteinen kuin kestävä kehitys ylipäätään ja sen määrittely on hankalaa, aluekohtaista ja riippuu myös matkailun muodosta. Maailman matkailujärjestön mukaan kestävä matkailu on "Matkailua, jossa otetaan huomioon sen nykyinen ja tuleva ekonominen, sosiaalinen ja ympäristöllinen vaikutus keskittyen matkailijoiden, teollisuuden, ympäristön ja yhteisön tarpeisiin" (UNWTO 2012). Huomionarvoista on se, että kestävän matkailun periaate koskee kaikkea matkailua ja kaikkia matkailumuotoja (Borg 1991, 49).

Matkalla Kustavissa – hankkeessa puhutaan vastuullisuudesta ja vastuullisesta matkailusta. Sekä vastuullinen matkailu että kestävä matkailu nousivat ympäristöä säästävän, ekomatkailun ja ympäristöystävällisen matkailun tilalle Suomessa 1990-luvun puolivälissä. Näin siirryttiin pelkästä ympäristönäkökohdasta eettisiin ja toiminnallisiin vaateisiin. (Hemmi 2005, 82.) Voidaan päätellä, että vastuullisella ja kestäväällä matkailulla tarkoitetaan suurin piirtein samaa asiaa, joten tässä työssä puhuttaessa kestävästä matkailusta tarkoitetaan myös vastuullista matkailua.

Kirjallisuudessa mainitaan useita eri termejä, jotka liittyvät kestävään matkailuun. Erilaisia termejä käytetään rinnakkain, päällekkäin ja niillä voidaan tarkoittaa eri yhteyksissä eri asioita. Käsitteiden määrittely ei siis ole mitenkään

selkeää tai vakiintunutta. Myös eri kielten erilaiset merkitykset tuovat oman lisänsä käsiteviidakkoon. Seuraavana on lueteltu muutamia Hemmin (2005, 347) mainitsema termit, joista osa on vapaasti suomennettuja: vaihtoehtoinen matkailu, ekomatkailu/-turismi, ympäristömatkailu, eettinen matkailu, vihreä matkailu, luontomatkailu, uusi matkailu ja ei-kuluttava matkailu. Tärkeämpää on kuitenkin keskittyä matkailun kehittämiseen kuin eri termeihin, jotka voivat vain hämmäntää. Senkin vuoksi tässä työssä käytetään vain kestävän matkailun käsitettä, johon syvennyttään seuraavissa kappaleissa.

Yleisesti ottaen kestävä matkailu käsitteenä on varsin suurpiirteinen, jolloin sen tulkitseminen voidaan tehdä usealla eri tavalla ja painotuksilla (Vuoristo 2002, 16). Kestävän matkailun käsitteen moniselitteisyys johtaa siihen, että sitä voi muovata eri määrittäjien erilaisten tavoitteiden ja tarpeiden mukaan. Voidaan painottaa jotain kestävyuden ulottuvuutta tai tarkoittaa niiden kaikkien huomioon ottamista. Lisänsä tarkasteluun tuovat alueelliset ja ajalliset muunnokset, jotka tuovat useita mahdollisia merkityksiä kestäväälle matkailulle. (Hellén 2002, 54.)

Käytännössä kestävän matkailun tulisi tunnistaa matkailusta aiheutuvat negatiiviset vaikutukset ja löytää parempia toimintamalleja, jolloin haitat vähenevät (Hemmi 2005, 41). Niin ekologiset, taloudelliset kuin sosiaalis-kulttuuriset vaikutukset sekä koko matkailupalvelujen elinkaari tulee ottaa huomioon. Kestävä matkailu ei kuitenkaan ole mikään stabiili tila eikä yksittäinen päämäärä, sillä maailma muuttuu koko ajan. Kestävä matkailu tulisikin mieltää jatkuvana prosessina. Tämä prosessi ”pyrkii vaikuttamaan myönteisesti paikallisyhteisöjen taloudellissosiaaliseen elinvoimaan vahingoittamatta yhteisöjen sosiaalista rakennetta ja luonnon- ja kulttuuriperintöä” (Borg 1997, 51).

Kestävä matkailu määritetään aina jossain kontekstissa, johon vaikuttavat vallitsevat arvot, intressit, valtarakennelmat sekä tieto. Paikallisesti kestävä matkailu suunniteltaessa on otettava huomioon alueeseen liittyviä arvoja, mielikuvia sekä käyttöpaineita. Vain siten ”moniselitteisestä, ajassa ja paikassa muuttuvasta käsitteestä saadaan käyttökelpoinen suunnittelun ja toteutuksen työkalu”. (Hellén 2002, 56.)

2.3 Kestävän matkailun toteuttaminen

Teoriassa kestävän matkailun toteuttaminen on ilmeisen helppoa, mutta käytäntöön siitä on pitkä matka. Käsitteen monitahoisuuden vuoksi ”kestävä matkailu on kuin elefantti, vaikea kuvailla, mutta kun sen näkee, sen tunnistaa. (Gössling ym. 2009, 6 & 304.) Tähän mennessä kestävä matkailu onkin ollut enemmän pyrkimystä ja toiveajattelua kuin todellista toteuttamista. Kestävän matkailun toteuttamisen haasteellisuus on siinä, etteivät pelkät vanhojen käytäntöjen korjaustoimenpiteet riitä. Jätehuollon tehostaminen, kertakäyttökulttuurista luopuminen ja veden sekä energian säästeliäs kuluttaminen ovat toki tärkeitä askeleita, mutta kestävyys vaatii koko matkailuyrittämisen toiminnan uudelleen ajattelemista. Ympäristön laadun säilymiseksi, ekologisten prosessien toimimiseksi, paikallisyhteisöjen hyötymiseksi ja matkailijan viihtymiseksi tarvitaan kokonaisvaltaista suunnittelua kaikilta osapuolilta. (Borg ym. 2002, 95.)

Suunnittelun osapuoliin kuuluvat ehkä tärkeimpänä tekijänä paikallisyhteisöt ja paikalliset asukkaat. Näiden mukaan ottaminen suunnitteluun on ensiarvoisen tärkeää. Kestävän matkailun toteuttaminen on aina riippuvaista ympäristöstä ja kulttuurista. Ei olekaan olemassa yhtä kaavaa, jota noudattamalla matkailusta tulee kestävää, vaan samalla alueella voidaan toteuttaa kestävää matkailua monella eri tavalla. Paikallisuus huomioon ottaen voidaan saavuttaa paikallisissa olosuhteissa toimivaa ja sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävää matkailua.

Suomen matkailustrategia 2020:n yksi tavoitteista on ”kestävän kehityksen huomioiminen matkailun liiketoiminnan prosesseissa ja palvelutarjoomassa”. Toimenpiteinä tämän tavoitteen saavuttamiseksi mainitaan muun muassa yhdyskuntien kaavoitus ja liikennetarkaisut, yritysten energiatehokkuus sekä kuluttajien kestäviä valintoja tukevat ratkaisut majoitus- ja ohjelmapalveluissa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 20.) Ekotehokkuus ja luonnonvarojen säästeliäs käyttö on ensiarvoisen tärkeää, mutta pelkästään se ei tee matkailusta välttämättä kestävää.

Suomessa metsähallitus on laatinut kestävän luontomatkailun periaatteet, joita ”pyritään edistämään kaikessa omassa toiminnassa sekä yhteistoiminnassa matkailuyrittäjien kanssa”. Periaatteet on laadittu luonnonsuojelualueille ja tarkoituksena on, että alueilla toimivat matkailuyrittäjät noudattavat näitä periaatteita. Periaatteet ovat aika yleisiä, mutta niiden yhteydessä on esimerkkejä niiden sisällöistä. Juuri tämän yleisyyden vuoksi periaatteet sopivat noudatettavaksi muuallekin kuin luonnonsuojelualueille. Nämä periaatteet mielessä pitäen voidaan suunnitella ja toteuttaa kestävää matkailua erilaisilla alueilla.

1. Luontoarvot säilyvät ja toiminta edistää luonnon suojelua
2. Ympäristöä kuormitetaan mahdollisimman vähän
3. Arvostetaan paikallista kulttuuria ja perinteitä
4. Asiakkaiden arvostus ja tietämys luonnosta ja kulttuurista lisääntyvät
5. Asiakkaiden mahdollisuudet luonnossa virkistymiseen paranevat
6. Asiakkaiden henkinen ja fyysinen hyvinvointi vahvistuvat
7. Vaikutetaan myönteisesti paikalliseen talouteen ja työllisyyteen
8. Viestintä ja markkinointi on laadukasta ja vastuullista
9. Toimintaa suunnitellaan ja toteutetaan yhteistyössä

(Metsähallitus 2010)

Jokainen matkailuyrittäjä voi toimia kestäväällä tavalla, mutta kaikkeen ei voi yksinään vaikuttaa. Liikkumisesta aiheutuvat negatiiviset ympäristövaikutukset ovat suuret, mutta yksittäinen yrittäjä ei välttämättä voi kovin paljoa vaikuttaa matkailijoiden liikkumistapaan. Suuremmassa roolissa ovat matkailijat itse, mutta myös vallitseva kulttuuri, joukkoliikenne, välimatkat ja niin edelleen. Merkittävä rooli kestävän matkailukehityksen toteutumisessa on niin valtiolla, kunnilla kuin yrityksilläkin. Matkailija päättää, mitä tekee ja missä, mutta mahdollisuudet luodaan ”ylhäältä käsin”. Jos tarjolla ei ole kuin lähiruokaa, matkailija todennäköisesti ostaa ja syö sitä.

2.4 Kestävän matkailun indikaattorit

Kestävyyttä voidaan mitata ja ilmoittaa erilaisilla indikaattoreilla, vaikkeivät ne välttämättä kerrokaan koko totuutta. Indikaattori on osoitin tai mittari, usein tilastollinen luku, joka kertoo tiivistetysti jonkin ilmiön nykytilasta ja kehityksen suunnasta. Indikaattorit helpottavat ongelmien tunnistamista ja tulevan ennustamista ja niiden avulla voidaan tehdä vertailuja. Ne ovat kuitenkin liian yksinkertaistavia, jotta niiden perusteella voisi tehdä kovin pitkälle meneviä johtopäätöksiä. Indikaattorit eivät kerro ilmiön taustalta löytyviä muutoksen syitä eivätkä ne kerro asioista, joita ei voi mitata. Tarvitaan taustatietoa ja laadullista arviointia suunnittelussa ja päätöksenteossa. (Borg ym. 2002, 96.)

UNWTO on laatinut kaksi sarjaa maailmanlaajuisia matkailun indikaattoreita: matkailun ydinindikaattorit sekä kohde- ja ekosysteemikohtaiset tarkemmat indikaattorit, jotka laaditaan tapauskohtaisesti erilaisille kohteille ja matkailumuodoille. Indikaattorit mittaavat esimerkiksi matkailijamääriä tietyllä aikavälillä tai suhteessa kohdealueen asukasmäärään, käytön intensiteettiä, suojelutasoa, uhanalaisten lajien määrää sekä asiakas- ja paikallisyhteisön tyytyväisyyttä. Suurin osa näistä indikaattoreista kuitenkin soveltuu paremmin kehittyvien maiden tarpeisiin kuin esimerkiksi eurooppalaisiin kohteisiin. (Hemmi 2005, 86.)

Matkailuun välillisesti liittyviksi indikaattoreiksi voidaan katsoa kuuluvaksi erilaiset ympäristömerkinnät ja -järjestelmät. Ympäristömerkintöjä voidaan myöntää yritykselle tai sen tuotteelle tai palvelulle, joka kuormittaa ympäristöä vähemmän kuin muut vastaavat tuotteet tai palvelut. Ympäristöjärjestelmät ovat koko yrityksen toimintaa koskevia jatkuvan parantamisen työkaluja. Merkkien ja järjestelmien lisäksi tai osana niitä ovat myös erilaiset sertifikaatit. Näillä kaikilla voi olla positiivisia vaikutuksia, mutta ne eivät voi olla itsetarkoitus vaan väline saavuttaa vaikutuksia. Merkkien, järjestelmien ja sertifikaattien avulla pyritään muutokseen, josta voidaan viestiä yleisölle helposti merkin tai sertifikaatin avulla.

Matkailualalla on olemassa erilaisia ympäristöjärjestelmiä tai –sertifikaatteja, jotka kertovat yrityksen toiminnan suunnittelusta ja siitä, että ainakin jotain tehdään paremmin kuin ennen. Esimerkkejä tällaisista ovat ISO- ja EMAS-järjestelmät. Elintarvikkeille tai raaka-aineille voidaan myöntää luomu- tai reilun kaupan merkki ja kotimaisille tuotteille avainlippu tai jokin muu alkuperästä kertova tunnus. Pesuaineille, paperituotteille ja myös muutamalle matkailuyritystyyppille voidaan myöntää ympäristömerkki kuten Pohjoismaiden Joutsenmerkki tai EU-Kukka. Lisäksi on olemassa monia erilaisia kansainvälisiä varsinkin majoituspalvelujen sertifikaatteja. Monet näistä ovat Euroopan eri maissa käytössä, mutta Suomessa ne ovat vielä vähemmän tunnettuja tai käytettyjä. Ehkä täällä tarve sertifikaateille on pienempi, kun matkailukin on vähäisempää.

Erilaiset merkit ja sertifikaatit voivat olla alueellisia tai ne voivat sopia paremmin isoille yrityksille kuin pienille. Se, että matkailu on erilaista Euroopan lomakohteissa ja kolmansissa maissa kuin Suomessa, vaikeuttaa yhteisten pelisääntöjen tai sertifikaatin luomista. Pohjoismaissa onkin herätty alueen erityispiirteiden huomioon ottamiseen kestävän matkailun kehittämisessä. Pohjoismaiden ministerineuvoston julkaisemassa raportissa kestävän matkailun sertifikaateista tullaan siihen johtopäätökseen, että yhteiselle pohjoismaiselle matkailukohteiden sertifikaatille olisi tarvetta. Sertifikaatin kehitystyö jatkuu ja tavoitteena on lanseerata sellainen vuonna 2013. (Norden 2012.)

Tärkeää huomioitavaa kestävän matkailun toteuttamisessa ja sen mittaamisessa on se, että onko ilmoitettu kestävyys suhteellista vai absoluuttista. Kestävän matkailun indikaattoreita on lukuisia, mutta mikään niistä ei ota huomioon suhteellisen ja absoluuttisen kestävyuden eroja. Jokin hotelli voi merkittävästi pienentää veden kulutustaan ja saavuttaa näin tehokkaampia ja kestävämpiä toimintoja, mutta sen kokonaisvedenkulutus voi silti olla alueella kestäväntöntä. Toisena esimerkkinä toimii vaikkapa luksusluokan ympäristöystävällinen sertifioitu hotelli, joka kuluttaa kuitenkin enemmän luonnonvaroja per majoittuja kuin vaatimaton ei-sertifioitu majoitusvaihtoehto. Ajatusta voi soveltaa myös lentomatkailuun. Vaikka

lentokoneet parantavat energiatehokkuuttaan vuosi vuodelta käyttäen vähemmän energiaa henkilön kuljettamiseksi paikasta a paikkaan b, kokonaisenergiankulutus ja kasvihuonekaasupäästöjen määrä kasvavat lentojen määrän kasvaessa. (Gössling ym. 2009, 6-9.)

Indikaattoreiden puutteellisuus suhteellisen ja absoluuttisen kestävyuden mittaamisen osalta voidaan katsoa johtuvaksi kestävän matkailun prosessimaisesta luonteesta. Kestävän matkailun ”lopputulosta” tai ideaalitilaa ei voida määritellä. Nykyisillä matkailuun liittyvillä indikaattoreilla voidaan ilmaista jonkin tuotteen tai palvelun kuluttavan vähemmän luonnonvaroja (kuin vastaava toinen tuote tai kuin mitä se ennen on käyttänyt) eli kerrotaan sen suhteellisesta kestävydestä. Indikaattorit eivät kerro absoluuttisesta kestävydestä eli siitä, onko luonnonvarojen kokonaiskulutus kestävällä tasolla. (Gössling ym. 2009, 6-9.)

Indikaattoreilla voidaan helposti sortua viherpesuun ja niihin tulisikin aina suhtautua pienellä varauksella. Ne voivat kertoa siitä, että yrittäjä oikeasti pyrkii vähentämään ympäristövaikutustaan, mutta kuluttajan on vaikeaa saada varmistusta asiasta. Merkkien ja järjestelmien luotettavuusongelmat ja niiden runsaus onkin johtanut osittain siihen, että kuluttajat eivät ehkä enää luota erilaisiin merkkeihin. Sertifikaatit ja järjestelmät ovat kuitenkin hyviä apuvälineitä yrityksille, jotka todella haluavat kehittää toimintaansa kestävämmäksi.

3 MATKAILIJAT KULUTTAJINA

Ihmisten käyttäytyminen, kuluttaminen ja ympäristötietoisuus kietoutuvat yhteen ja niiden erittelemisen voi olla hankalaa. Käyttäytymiseen vaikuttavat tekijät ovat osa kulutuskäyttäytymistä, mutta kuluttajan valintoihin vaikuttavat muutkin tekijät. Ympäristötietoisuuteen vaikuttavat useat tekijät ja sen vaikutuksesta käyttäytymiseen on monenlaisia näkemyksiä. Kiistatta voidaan kuitenkin todeta, että ihmisten ympäristötietoisuus on kasvanut ja kestävän kehityksen arvot ovat vahvistuneet. Toisaalta kulutuksen määrä on edelleen liian suurta luonnonvarojen määrään nähden. Eläminen kulutusyhteiskunnassa on tehnyt kuluttamisesta kiinteän osan ihmisten arkipäivää.

3.1 Matkailijoiden kuluttajakäyttäytyminen ja siihen vaikuttavat tekijät

Matkailijat kuluttavat matkailupalveluja, kun he matkustavat paikasta toiseen tai oleskelevat kotipaikkansa ulkopuolella. He ostavat ja käyttävät erilaisia palveluja sekä tuotteita. Monet eri tekijät vaikuttavat matkailijoiden käyttäytymiseen ja kuluttamiseen. Näitä tekijöitä voidaan jaotella erilaisilla tavoilla tai niitä voidaan tarkastella useista eri näkökulmista. Seuraavassa on käsitelty ihmisten kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä, jotka on jaoteltu kulttuurisiin, sosiaalisiin, henkilökohtaisiin ja psykologisiin tekijöihin.

Kulttuurisiin tekijöihin kuuluvat kulttuuri, osakulttuurit ja sosiaaliluokka. Kulttuurilla tarkoitetaan yhteiskunnan perusarvoja sekä käyttäytymismalleja. Ihmisen käyttäytyminen on pitkälti opittua, ja ympäröivä kulttuuri vaikuttaa siihen merkittävästi. Osakulttuurit ovat ”kulttuurien sisällä olevia ihmisryhmiä, joilla on omat norminsa, arvonsa ja asenteensa”. Sosiaalisiksi luokiksi käsitetään homogeeniset ihmisryhmät, ”joihin kuuluvilla yksilöillä on yhteiset arvot ja elämäntyyli sekä samankaltaiset kulutustottumukset”. (Opetushallitus.)

Sosiaalisiksi tekijöiksi katsotaan erilaiset viiteryhvät, joihin kuluttaja kuuluu tai joihin hän haluaa samaistua. Näitä ovat esimerkiksi perhe tai ystävät sekä yksilön rooliin ja asemaan yhteiskunnassa liittyvät ryhmät. Viiteryhvät vaikuttavat ihmisen asenteisiin ja käyttäytymiseen antamalla esimerkkiä siitä,

mitä kulutetaan tai kuluttamisen valintakriteereistä ja ostopaikoista. Eri ryhmissä ihmisellä voi olla erilainen rooli tai asema, jolla on vaikutusta hänen kulutuskäyttäytymiseen. (Opetushallitus.)

Ikä, ammatti, koulutus, tulot, elämänvaihe ja -tyyli sekä persoonallisuus ovat esimerkkejä niistä henkilökohtaisista tekijöistä, jotka vaikuttavat ihmisten kuluttajakäyttäytymiseen. Tarpeet, halut ja arvot ovat erilaisia eri-ikäisillä ja eri elämänvaiheessa olevilla. Varsinkin iällä näyttäisi olevan vaikutusta ihmisten arvostamiin (Haanpää 2009, 79) ja tärkeinä pitämiin asioihin (Räsänen 2004, 211). Lisäksi elämäntyyli, koulutus, ammatti ja taloudellinen tilanne vaikuttavat ihmisen kiinnostuksen kohteisiin sekä siihen, mitä palveluita ja tuotteita hän käyttää. Ihmiset voivat kuulua samaan osakulttuuriin, mutta harrastaa eri asioita, jolloin tällä elämäntyyllillä on suurempi merkitys kuluttamiseen. (Opetushallitus.) Ikä, tulotaso ja koulutus selittävät ihmisten kulutusasenteita kuten hintatietoisuutta ja tapojen noudattamista. Yli 50-vuotiaat, vähemmän koulutetut ja pienituloiset ovat hintatietoisempia ja kokevat noudattavansa enemmän totuttuja tapoja kuin nuoremmat, korkeammin koulutetut ja parempituloiset. (Haanpää 2009, 75-77.)

Psykologisiin tekijöihin kuuluvat oppiminen, havaitseminen, motivaatio sekä arvot ja asenteet. Arvot ja asenteet muodostuvat jo lapsuusvuosina, mutta voivat muokkautua myöhemmin tiedon, kokemusten sekä sosiaalisen ympäristön vaikutuksesta. Opituksi toiminnaksi voidaan lukea se, kun ihminen ostaa saman tuotteen, johon hän on ollut tyytyväinen. Havaitsemista on esimerkiksi mainoksiin reagoiminen. (Opetushallitus.) Arvoja ja asenteita on ihmisillä useita erilaisia ja joskus ne voivat olla keskenään ristiriitaisia. Tästä johtuen samankaltaisissa tilanteissa henkilön valinnat voivat vaihdella paljon. (Haanpää 2009, 70-71.)

Kuluttajalla on nykyisin talouden tehokkuuden mukanaan tuoma huomattavasti aiempaa suurempi valinnanmahdollisuus. ”Kuluttamiseen liitetyt valintapäätökset kertovat yhtäältä ihmisten käsityksistä yhteiskunnallisesti tärkeistä asioista, mutta toisaalta ne välittävät tietoa myös yksilötason motivaatiotekijöistä, siitä mitä kulloinkin pidetään tärkeänä valintakriteerinä.”

Kulutussyhteiskunnassa eläminen oletettavasti näyttäytyy myös yksilöllisissä elämäntyylyissä ja kulutuskäyttäytymisessä. Valintojen tekeminen ideaalipersonaa toteuttaakseen ei kuitenkaan välttämättä ole koko totuus, sillä ihmisten asenteet ja motivaatio ovat monesti ristiriidassa keskenään. Moni kuluttaja haluaisi toimia ympäristöystävällisesti, mutta hinta saattaa toimia vahvempana motivaatiotekijänä ja kuluttaja päätyy ostamaan nk. epävastuullisesti tuotetun halvemman tuotteen. ”Kulutus onkin näennäisestä valinnanvapaudesta ja yksilökeskeisyydestä huolimatta pitkälle kollektiivisesti organisoitunutta toimintaa, jota ohjaavat monet valintamekanismit kuten arvot, asenteet, elämäntavat ja erilaiset sosiodemografiset taustatekijät.” (Haanpää 2009, 70-71.)

3.2 Kuluttaminen ja ympäristötietoisuus

Tämän hetkisen hallitusohjelman yhtenä tavoitteena on tehdä Suomesta maailman ympäristötietoisin kansakunta (Valtioneuvosto 2011, 3). Ympäristötietoisuudella tarkoitetaan eri yhteyksissä hieman eri asioita. Joidenkin määritelmien mukaan sillä tarkoitetaan vain ihmisen ympäristömyönteisiä arvoja, asenteita ja uskoa omiin vaikutusmahdollisuuksiin. Joissakin tapauksissa mukaan luetaan myös käyttäytymiseen liittyvät tekijät eli ympäristövastuulliset teot. Valtioneuvosto ei ole määritellyt, mitä se ympäristötietoisella kansakunnalla tarkoittaa, mutta oletettavasti siihen sisältyy niin tieto, asenteet kuin käyttäytyminenkin.

Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen hankkeessa ympäristökasvatukseen liittyvien käsitteiden määrittelemiseksi koottiin yhteen keskeisimmät ja yleisimmin käytetyt käsitteet ja alan asiantuntijoiden avulla luonnosteltiin käsitteille yhteiset määritelmät. Tässä ympäristökasvatuksen käsitteiden määritelmäluonnoksessa (Heinonen & Luomi 2008, 16) ympäristötietoisuus määritellään näin:

”Ympäristönäkökohtien tiedostamista ja niiden huomioimista toimintaa koskevia päätöksiä ja valintoja tehtäessä.”

Ympäristövastuullisuus määritellään erikseen ja sen määritelmä kuuluu seuraavanlaisesti:

”Yksilön tai yhteisön pyrkimys toimia ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla oman pätevyyden ja toimintaympäristön tarjoamien mahdollisuuksien mukaan.”

Hemmin (2005, 103) mukaan ympäristötietoisuuteen kuuluu ympäristön tilaa koskevien uutisien seuraaminen, ympäristökysymyksistä lähipiiriinsä kuuluvien kanssa keskusteleminen ja ympäristöongelmista tietäminen. Lisäksi hän arvioi, että ympäristötietoisuuden kasvun myötä ympäristövastuullinen käyttäytyminen on lisääntynyt. Monien tutkijoiden mielestä ympäristötietoisuus ei kuitenkaan välttämättä vaikuta ihmisten käyttäytymiseen.

Ympäristötietoisuuden kehittymiseen vaikuttavat yksilön kokemukset, saatu informaatio sekä arvot. Lisäksi taustamuuttujilla kuten iällä ja sukupuolella on merkitystä. (Hemmi 2005, 103.) Haanpään mukaan (2009, 77-80) naiset ovat huomattavasti enemmän ympäristömyönteisempiä kuin miehet, mutta iällä ei näyttäisi olevan niin suurta merkitystä. Koulutustaustallakaan ei näyttäisi olevan vaikutusta, mutta ihmisen tulot vaikuttavat hieman ympäristömyönteisyyteen.

Ympäristötietoisuuden vaikuttavuudesta käyttäytymiseen tai kuluttamiseen ollaan montaa mieltä. Yleisesti ajatellaan, että ympäristötietoisuus ohjaisi ihmisiä vastuullisempiin tekoihin ja valintoihin, mutta monissa tutkimuksissa tämä käsitys on osoittautunut vääräksi. Loudon ja Della arvioivat (ks. Lampikoski K. & T. 2000, 167), että kuluttajien todellinen käyttäytyminen ei noudata heidän ympäristöystävällisiä asenteitaan. Hemmikin (2005, 107) puhuu asenteiden ja toiminnan välisestä ristiriidasta. Vain puolet siitä enemmistöstä, joka sanoo olevansa valmis maksamaan ympäristöystävällisemmistä tuotteista enemmän, toimii myös niin todellisessa ostotilanteessa. Hemmi arvelee tämän johtuvan siitä, että ympäristöystävällisyys ei ole helposti todennettavissa, jolloin kuluttaja ei saa varmennusta tuotteen ympäristöominaisuuksista.

Yhteiskunnassa ja ympäristön tilassa tapahtuneiden muutosten voisi olettaa näkyvän kulutuskäyttäytymisessä ja siten ympäristötietoisuuden kasvu lisäisi

kuluttajien ympäristövastuullisia valintoja. Näin ei kuitenkaan usein ole. ”Suotuisa asenneilmasto ei ohjaa vastuullisempiin kulutusvalintoihin.” (Haanpää 2009, 71.) Syytä tähän on varmasti lukuisia, kuten esimerkiksi:

- hinta ja rahan merkitys
- tottumukset
- mainonta
- tiedon puute
- ei välitetä
- ei uskota sillä olevan vaikutusta
- ei uskota merkkeihin
- yhteiskunnan tulee ohjata - ei ole siis kuluttajan vastuu
- ei nähdä kuluttamisen vaikutuksia - tehtaat saastuttaa en minä

3.3 Ympäristötietoinen matkailija

Matkailijat lähtevät matkalle ja tekevät päätöksiä matkan suhteen lukuisista eri syistä. Matkustusmotiivit eli syyt jaetaan ensisijaisiin ja toissijaisiin motiiveihin. Ensisijaiset motiivit kertovat, miksi matkalle ylipäätään lähdetään ja toissijaiset motiivit määrittävät miten, milloin ja mihin matkustetaan. Ensisijaisia motiiveja ovat:

- Työhön liittyvät syyt
- Fyysiset ja fysiologiset syyt - kuten urheilu tai rentoutuminen
- Kulttuuriset, psykologiset, itsensä kehittämisen tai uuden oppimisen syyt
- Sosiaaliset, henkilöiden väliset tai etniset syyt
- Viihde, huvittelu, nautinto, ajanviete
- Uskonnolliset syyt

(Verhelä & Lackman 2003, 24-26.)

Toissijaiset motiivit voi edelleen jakaa sisäisiin ja ulkoisiin syihin. Matkailijan sisäisiä syitä ovat henkilökohtaiset olosuhteet, asenteet ja käsitykset, tietämys sekä kokemukset matkustamisesta. Ulkoisia syitä ovat yhteiskunnan

tapahtumat, median vaikutus, maailmanlaajuiset poliittiset asiat, muiden asiakkaiden tai matkustajan lähipiirin mielipiteet sekä matkailupalvelun tuottajan toimenpiteet. (Verhelä & Lackman 2003, 27-28.)

Matkailija käyttäytyy matkallaan motiivinsa mutta myös arvojensa ja muiden käyttäytymiseen vaikuttavien tekijöiden ohjaamana. Kaikki nämä seikat vaikuttavat myös siihen, kuinka ympäristövastuullisesti (tai kestävästi) matkailija käyttäytyy. Ihmisten ympäristövastuullisuutta tai -vastuuttomuutta on pyritty selittämään useilla eri malleilla, mutta mikään niistä ei ole täysin kattava. Tärkeimmiksi tekijöiksi voidaan kuitenkin lukea ihmisen ympäristötietoisuus, henkilökohtaiset tekijät sekä tilannesidonnaiset tekijät. Ympäristötietoisuus on tietoa ympäristöasioista ja toimintamalleista sekä taitoja toimia ympäristövastuullisesti. Henkilökohtaisia tekijöitä ovat monet edellisissä kappaleissa esille tulleet motiiveihin liittyvät tekijät kuten arvot, normit ja asenteet, minäpystyvyys sekä motivaatio. Tilannesidonnaisia tekijöitä ovat esimerkiksi vallitseva säätila, kaupan valikoima ja niin edelleen. Lisäksi ihmisen käyttäytymiseen vaikuttaa hänen uskomuksensa oman käyttäytymisen vaikutuksista sekä muiden ihmisten odotukset ja ulkoiset tekijät kuten ohjauskeinot sekä pakotteet. (Saloranta 2012.)

Työ- ja elinkeinoministeriön (2009) toimialaraportin matkailun yleisosassa mainitaan matkailijoiden muuttuvat asenteet ja lisääntyvä ympäristötietoisuus, mitkä vaikuttavat matkailuun ennen konkreettisia ekologisia vaikutuksia. Yleisesti voidaan sanoa, että kuluttajien arvoja ja niiden vaikutusta matkailun näkökulmasta on tutkittu vähän. Kävijätutkimuksia on toteutettu lähinnä kansallispuistoissa ja muilla samantyyppisillä alueilla.

Lapissa tehdyssä tutkimuksessa kartoitettiin matkailijoiden näkemyksiä ja toiveita matkailukeskusympäristöstä. Majoituksen suhteen arvostettavia asioita olivat pienimuotoisuus sekä luonnonläheisyys. Ikkunanäkymillä sekä majoituskohteen ympäristön laadulla oli vaikutusta luonnonläheisyyden kokemiseen. Matkailualueelle rakennettu tuulivoima sai varauksellista suhtautumista maisemavaikutusten vuoksi. Matkailijoiden rooli kestävän matkailun toteuttamisessa oli kaksitahoista. Toisaalta ”matkailijat olivat melko

valmiita säästämään ympäristöä ja tukemaan paikallista kulttuuria ja taloutta”, mutta toisaalta oman auton käyttöön liittyviin rajoituksiin suhtauduttiin varauksellisesti. (Metla 2011.)

Kolilla taas on tutkittu matkailijoiden suhtautumista ympäristömerkkeihin. Ympäristömerkit ja sertifikaatit olivat vastaajille suhteellisen tuntemattomia, mutta niitä kuitenkin pidettiin tärkeinä. Ympäristömerkeistä kaivattiin lisätietoa ja niitä toivottiin otettavan enemmän esille yritysten viestinnässä. Noin puolet vastaajista oli valmiita maksamaan keskimäärin noin 10 prosenttia enemmän ympäristöystävällisestä (laatumerkin omaavasta tai sertifioidusta) tuotteesta tai palvelusta kuin nk. tavanomaisesta tuotteesta. (Kangas 2007.)

Maaseutumatkailuyrityksissä on toteutettu tutkimus matkailijoiden näkemyksistä kestävästä matkailusta maaseudulla. Tutkimus tehtiin Keski-Suomen, Pirkanmaan, Etelä-Pohjanmaan ja Pohjanmaan alueilla osana Kestävän matkailun liiketoiminnan kehittämismallin rakentaminen (KESMA I) – hanketta. Matkakohteen kestävä toiminta oli isolle osalle vastaajista tärkeää. Matkakohdetta valitessa kuitenkin tärkeämmiksi tekijöiksi muodostuivat hinta, luonnonkaunis sijainti sekä turvallisuus. Noin puolet vastaajista olisi valmis maksamaan korkeampaa hintaa ympäristön ja perinnekulttuurin huomioon ottamisesta. Lisäksi matkailijat suhtautuivat yleisesti positiivisesti ympäristöystävällisyyteen, mutta eroja löytyi ympäristöystävällisten tuotteiden maksuhalukkuudessa ja ympäristötietoisuudessa. (Merilahti 2012.)

3.4 Matkailijoiden rooli kestävässä matkailussa

Matkailijoiden rooli kestävässä matkailun toteutumisessa on kaksitahoinen. Toisaalta kuluttajat voivat vaatimuksillaan ja ostoskäyttäytymisellään vaikuttaa tarjottaviin tuotteisiin ja yritysten toimintaan. Tällöin matkailijat tarvitsevat tietoa tuotteista ja yrityksistä valintojensa tueksi. He voivat suosia paikallisia yrityksiä ja tuotteita sekä sellaisia aktiviteetteja ja yöpymispaikkoja, jotka kuormittavat ympäristöä mahdollisimman vähän. Hemmin (2002, 105) mukaan ”kestävä matkailun kehittäminen onkin paljon asiakaslähtöistä”. Toisaalta kestävä matkailua ei voi olla ilman vastuullista matkailijaa. Jos oletetaan, että kaikki

kohteessa tapahtuva toiminta on kestävällä pohjalla ja matkailuyritykset sekä kaikki kohteen toimijat toimivat kestävänsä kehityksen periaatteiden mukaisesti, voivat matkailijat kuitenkin toimia kestävämmällä tavalla. Matkailijat voivat roskata, kulkea saastuttavilla kulkuneuvoilla, käyttää myrkyllisiä pesuaineita tai päästää jätteitä veteen, aiheuttaa vahinkoa paikallisille asukkaille ja luonnolle, meluta ja tuoda mukanaan kaukana tuotettua ympäristölle haitallisemmalla tavalla tuotettuja ruokia. (Hemmi 2002, 107.)

Yksittäinen yritys voi toteuttaa toimintaansa kestävänsä kehityksen periaatteiden mukaisesti tai jonkun yrityksen yksittäinen tuote voi olla tuotettu vastuullisesti, mutta se ei tee vielä matkailusta kestävänsä. Asiakkaalle yksittäisen ekologisen tuotteen ostaminen voi olla ympäristöteko, ja mielikuva sen tuottaneesta yrityksestä voi muodostua positiivisemmaksi. Tämä voi kuitenkin olla harhaanjohtavaa. Jotta kohde voi profiloitua kestävänsä matkailun kohteena tai kuntana, on kaikkien toimijoiden sitouduttava vastuullisuuden periaatteisiin. Varsinkin pienillä paikkakunnilla yritysten, kunnan ja muiden toimijoiden yhteistyö on mahdollista ja näin voidaan saavuttaa kestävämpi tilanne koko kuntaan ja sen matkailuun. Matkailijoiden rooli kestävänsä matkailun kohteessa matkustaessaan on tavallaan pienempi, sillä siellä heidän ei tarvitse välttämättä tehdä epäkestäviä valintoja, mutta kuitenkin noudatettava hyviä käytäntöjä. Ero ”tavalliseen” kohteeseen on se, että hyvät käytännöt on tehty kestävänsä kohteessa helpoiksi noudattaa. Tällöin tilannesidonnaiset tekijät vaikuttavat positiivisesti kestävänsä valintojen tekemiseen.

4 SAARISTOMATKAILU KESTÄVÄÄ KEHITYSTÄ EDISTÄMÄSSÄ

Matkailulla voi olla merkittäviä aluetaloudellisia vaikutuksia. Sillä voi olla positiivisia vaikutuksia taloudelliseen ja sosiaaliseen kestävyys, kun alue säilyy elinvoimaisena ja ihmiset voivat asua siellä, mihin tuntevat kuuluvansa. Vuorisen (2002, 77) mielestä kestävä kehitys matkailulla ei sentään käännetä saariston asukasmääriä nousuun, mutta sillä voi olla pysyvien asukkaiden määrän vähenemisessä hidastava vaikutus. Myös luonnonympäristöjen säilyminen on matkailun ehto, koska matkailijat jättävät tulematta pilaantuneeseen ympäristöön.

4.1 Kestävän saaristomatkailun mahdollisuudet

Suomen ja koko maailman mittakaavassa saaristo on luonnonympäristöineen ainutlaatuinen alue. Asutus ei ole tiheää suuressa osassa saaristoa, joten luonto on ”helposti saavutettavissa” ja läsnä lähes kaikkialla. Myös kulttuuriperintö näkyy vahvasti erilaisten maatalouteen liittyvien ympäristöjen ja rakennusten sekä käsityöperinteen ja muiden perinteisten elinkeinojen muodossa. Matkailu on saaristossa suhteellisen vähäistä ja se on hyvin sesonkiluontoista. Saaristo-olosuhteet voivat olla haasteelliset matkailun kannalta, kun teitä pitkin ei välttämättä pääse kovin pitkälle.

Kestävän matkailun lähtökohtana on alueen kantokyky. Saaristo ei kestäisi massaturismia eikä sille olisi varmaan muitakaan edellytyksiä. Saaristomatkailun elinvoimaisuus on riippuvainen saaristoluonnon ja ympäröivän meren sekä alkuperäiselinkeinojen ja aidon saaristolaiskulttuurin säilymisestä. ”Ilman aitoa saaristoa ei voi olla saaristomatkailua.” Laatu nousee tärkeimmäksi käsitteeksi saaristomatkailun kehittämisessä sekä markkinoinnissa. ”Jotta matkailuelinkeino saaristossa kyettäisiin harjoittamaan sekä taloudellisesti kannattavana yritystoimintana että kestävä kehityksen periaatteella, ei laadusta voida tinkiä.” Matkailumaana Suomi on kallis, eikä täällä voida myydä hintaa vaan laatua. (Lindqvist 2002, 136-140.)

4.2 Saaristomatkailukunta Kustavi

4.2.1 Perustietoa Kustavista

Kustavin kunta sijaitsee Varsinais-Suomessa, Vakka-Suomen seutukunnassa naapurikuntinaan Brandö, Parainen, Naantali, Taivassalo ja Uusikaupunki. Kuvasta 5 näkyy, ettei Kustavi ole yhteydessä mantereeseen. Kustavi on kuitenkin saavutettavissa autolla siltaa pitkin. Kunta mainostaa itseään saariston helmenä, sillä saaria ja luotoja on yli 2000. (Kustavin kunta 2012a.) Lähimmät suuremmat kaupungit ovat Turku ja Uusikaupunki. Turkuun tulee matkaa 67 kilometriä ja Uuteenkaupunkiin 47 kilometriä.



Kuva 5. Kartta Kustavin sijainnista (Kustavin kunta 2012b)

Kustavin kunta on yksi saaristolaissa tarkoitetuista saaristokunnista. Muita varsinaissuomalaisia saaristokuntia ovat Länsi-Turunmaa ja Kemiönsaari. (Valtioneuvoston asetus saaristokunnista ja muiden kuntien saaristo-osista vuosina 2012—2015 1296/2011.) Saaristokunnat ovat oikeutettuja valtionosuuksien saaristokorotukseen (Laki kunnan peruspalvelujen valtionosuudesta 1704/2009). Saaristokunnat ovat saaristolaissa määriteltyjä kuntia, joissa saaristo-olot ovat olennaisena esteenä kunnan kehitykselle. Saaristolain tarkoituksena on ”valtion ja kuntien toimin pyrkiä turvaamaan saariston kiinteä asutus luomalla väestölle riittävät mahdollisuudet toimeentuloon, liikkumiseen (Kuva 6) ja peruspalvelujen saantiin sekä suojaamaan saariston maisemakuvaa ja luontoa ympäristöhaitoilta”. (Laki saariston kehityksen edistämisestä 26.6.1981/494.)



Kuva 6. Lossi kuljettaa niin asukkaita kuin matkailijoitakin Kustavin kunnan pääsaarelta Kivimaalta Ströömin salmen yli Vartsalan saarelle (Juha Karikoski 2011)

Asukasluvultaan Kustavin kunta on Varsinais-Suomen pienin kunta 890 asukkaalla. Näistä on ruotsinkielisiä vain 1 prosentti. (Väestörekisterikeskus 2012.) Kesällä Kustavin väkiluku kasvaa jopa yli viiteen tuhanteen, ja näin ollen

kasvaa suhteellisesti eniten Suomessa verrattaessa kesäasukkaiden määrää kunnan vakinaiseen väestöön (Tilastokeskus 2012a.) Väestörakenne on epätasapainoinen, sillä vuosina 2008–2012 syntyi keskimäärin viisi lasta vuodessa. Tämä on Varsinais-Suomen pienin ja koko maan kolmanneksi pienin lukumäärä. Lisäksi Kustavissa on Varsinais-Suomen korkein yli 75-vuotiaiden osuus, 14,3 prosenttia. (Valtiovarainministeriö 2012, 51.) Eläkkeellä olevia kunnan asukkaista on 37,5 prosenttia, mikä on kohtalaisen korkea osuus verrattuna koko maan 24 prosenttiin. Huoltosuhteeksi muodostui vuonna 2011 1,47 (koko maassa 1,29). (Tilastokeskus 2012b.)

Kustavin taloustilanne on kuitenkin vahva yli miljoonan euron ylijäämällä. Vuoden 2013 talousarvion mukaan ylijäämä lisääntyy vielä reilulla 300 000 eurolla. Kunta investoi tällä hetkellä muun muassa valokuitukaapelihankkeeseen ja kunnan vuokratalojen peruskorjaukseen. Tietoverkkoon panostaminen voi tuoda uusia asukkaita parantuvien etätyömahdollisuuksien ja internetpalveluiden myötä. Kunnan väkiluku on kasvanut 19 hengellä kahden viime vuoden aikana, mikä on suhteutettuna koko kunnan väkilukuun merkittävä lisäys. (Louhivuori 2012.)

Työikäisten työllisyystilanne on kohtalainen; Kustavin työttömyysprosentti on 6,0, kun koko maassa se on 9,8. Kunnassa oli vuonna 2010 312 työpaikkaa ja työllisiä 359 henkilöä. Kustavissa heistä kuitenkin työskenteli vain noin 60 prosenttia. Alkutuotannon parissa työskenteli 10 prosenttia, jalostuksessa 37 prosenttia ja palvelujen parissa 49 prosenttia. (Tilastokeskus 2012b.) Teollisuuden aloista puunjalostus ja kalanjalostus ovat merkittäviä toimialoja kuten myös keraamisten tuotteiden ja tekstiilien sekä katkaisu- ja hiomalaikkojen valmistus. Lisäksi rakennustoiminta työllistää Kustavissa kalankasvatuksen, kalastuksen (Kuva 7) ja maatalouden kanssa. Matkailu- ja matkailusta hyötyviä yrityksiä on myös paljon. (Kustavin kunta 2012c.)



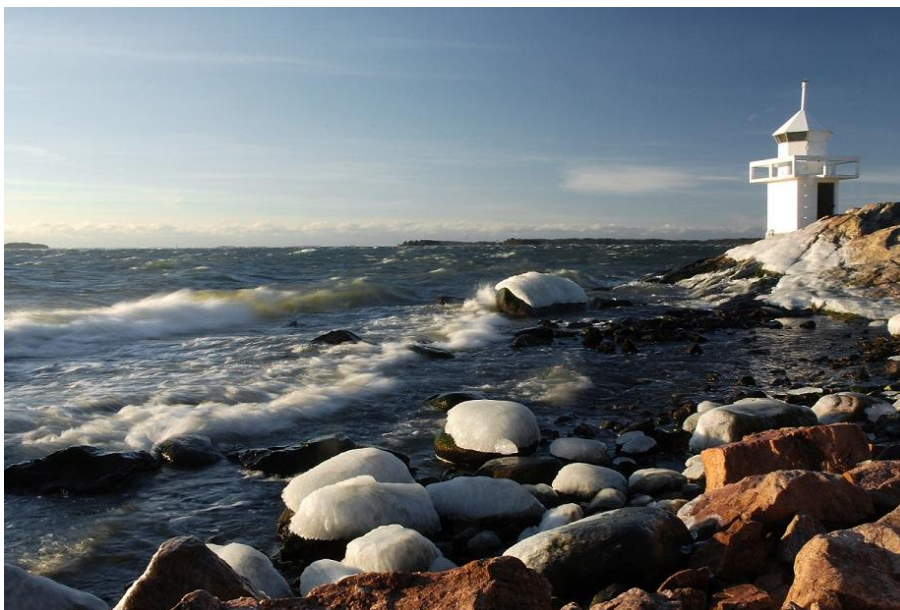
Kuva 7. Kustavilainen kalastaja ja kalansaalis (Juha Karikoski 2010)

4.2.2 Matkailu Kustavissa

Matkailu on merkittävä elinkeino Kustavissa, mutta matkailijamääristä ja niiden kehityksestä ei kuitenkaan ole tilastoitua tietoa. Mökkeilijöitä on paljon, mikä näkyy myös rakennettujen kesämökkien määrässä. Kustavissa on yksi Suomen tiheimmistä mökkiasutuksista 17-18 kesämökillä maaneliökilometrillä (Tilastokeskus 2012a.) Mökkeilijöiden lisäksi Kustavissa vierailee paljon veneilijöitä neljässä vierasvenesatamassa.

Suurin ongelma Kustavin matkailussa on matkailusesongin lyhyys. Talvimatkailu ei upeista maisemista huolimatta vedä matkailijoita (Kuva 8). Matkailijoita riittää vain kesäkuukausina, joten matkailupalvelutkin ovat suurimmaksi osaksi avoinna vain kesän ajan. Heikkouksiksi koetaan majoituskapasiteetin riittämättömyys ja työvoimapula sesongin aikaan. Myös joukkoliikenteen puutteet ja palvelutarjonnan hajanaisuus nähdään heikkouksina. (Kustavin kunnan matkailustrategia 2011-2015.) Matkalla

Kustavissa -hankkeen valmisteluvaiheessa toteutetussa yrittäjien haastattelussa nämä samat ongelmat nousivat esille. Lisäksi ongelmana on se, ettei kaikilla yrityksillä ole omia internetsivuja tai jos on, niin niitä ei päivitetä. Matkailijoille informaation saanti voi olla hankalaa. Yrittäjillä ei tunnu olevan tarpeeksi aikaa, osaamista tai kiinnostusta markkinointiin ja verkossa tapahtuvaan tiedotukseen.



Kuva 8. Loisto Kustavin Heponiemessä, mikä on hieno nähtävyys myös talviaikaan (Juha Karikoski 2008)

Kustavi tunnetaan merellisenä kesäkohteena, jossa on elävää saaristokulttuuria. Kunnan matkailustrategian mukaan Kustavin imago ja tunnettuus ovat hyviä. Yrittäjien haastatteluissa tuli esille kuitenkin eriäviä mielipiteitä. Kustavin imagon rakentaminen merellisyyteen on heidän mielestään harhaanjohtavaa, sillä keskustassa ei ole merta ollenkaan näkyvissä. Eittämättä Kustavi on merellinen kohde, mutta paremmin ehkä sopisi ”portti merelle”-tyyppinen imago, jota hankkeessa rakennetaan.

Tunnetuimpia kohteita Kustavissa ovat Isokarin majakka (Kuva 9), Katanpään linnakesaari, Kustavin kirkko (Kuva 10) ja Saaristolaismuseo. Muita

matkailijoiden suosimia paikkoja ovat erilaiset käsityö- ja taideliikkeet sekä tehtaanyymälät. Kustavista löytyvät lisäksi kävellen saavutettavat luolat ja hyvät kalliokiipeilymahdollisuudet. Historian havinaa voi haistella vanhan postitien varrella tai suosituilla Volter Kilpi -kirjallisuusviikolla. Muita kesätapahtumia ovat juhannussalkojen koristelu ja pystytys, Lohimarkkinat sekä Muinaistulien yö. Majoitusvaihtoehtoja löytyy erilaisia, mutta hotelleja on turha etsiä, sillä tarjonta on keskittynyt erilaisiin mökki- ja huonevaihtoehtoihin.



Kuva 9. Isokarin majakka (Juha Karikoski 2010)



Kuva 10. Kustavin kirkko (Juha Karikoski 2011)

Kustavin Vuosnaisista, johon on lossiyhteys, pääsee lautalla Brändöhön, joka kuuluu Ahvenanmaahan. Kustavin kautta kulkeekin paljon matkailijoita suuntanaan Suomen läntisimmät kolkat. Saariston rengastie kulkee Kustavista lauttayhteydellä Iniöön, mutta ei varsinaisesti Kustavin halki, joten Rengastietä kiertävät joutuvat tekemään pienen koukkauksen tullakseen Kustavin keskusta. Rengastiellä matkailijoita oli vuonna 2011 ELY-keskuksen tilastoinnin (2011) mukaan reilusti yli 20 000.

Kustavin kunnan matkailustrategian 2009–2012 laatimisen yhteydessä toteutettiin tyytyväisyyskysely kesällä 2009. Tutkimuksessa tavoitettiin lähes tuhat vastaajaa ja pääosa vastanneista (79 %) oli tyytyväisiä kunnan tarjoamiin palveluihin. Kustavin matkailijoista pääosa (70 %) on yli 40-vuotiaita. Kävijät ja kesäasukkaat tunsivat pääosin myös itsensä tervetulleiksi ja olivat sitä mieltä, että Kustavi arvostaa heitä. Mielenkiintoista on se, että 61 % vastaajista olisi kiinnostunut vierailemaan Kustavissa myös talvella. Kesäasukkaista jopa 71 % ilmaisi kiinnostuksensa talvievailuun. (Siivonen, 2009, 26–38.) Tämä ei taida jäädä pelkkään kiinnostukseen, sillä yrittäjien haastattelussa mainittiin talvella

vierailevien mökkiläisten olevan keskeisiä tekijöitä toiminnan kannattavuuden kannalta.

4.2.3 Matkalla Kustavissa – hanke

Matkalla Kustavissa – kumppanuutta ja työkaluja kestäväan matkailuun –hanke on Turun ammattikorkeakoulun koordinoima Kustavin matkailun kehittämishanke. Idea hankkeeseen tuli kustavilaisilta yrittäjiltä, jotka ottivat Turun ammattikorkeakouluun yhteyttä Kustavin matkailun kokonaisvaltaisesta kehittämisestä ja yrittäjien välisen verkoston kehittämisestä. Hankkeen suunnitteleminen aloitettiin loppukesällä 2011 kustavilaisten yrittäjien, Kustavin kunnan ja Turun Ammattikorkeakoulun kesken. Hankkeen valmisteluvaiheessa toteutettiin syksyllä 2011 Kustavin yrittäjille kysely, jonka lisäksi järjestettiin työpaja visioista ja toimenpiteistä. Hankesuunnitelma tehtiin kyselyssä ja työpajassa esille nousseiden ajatusten ja tarpeiden pohjalta. (Hankesuunnitelma 2011.)

Hankkeen tavoitteena on kehittää kokonaisvaltaisesti Kustavin matkailuelinkeinon toimintaympäristöä huomioiden käyttäjälähtöisyys ja kestävä kehitys. Kokonaisvaltaisuudella tarkoitetaan sitä, että hankkeessa on mukana monien kustavilaisten matkailuyritysten lisäksi Kustavin kunta sekä matkailua tukevia yrityksiä ja toimijoita. Käyttäjälähtöisyyden huomioimisen toteutumiseksi pyritään tunnistamaan asiakastarpeita entistä paremmin. Koko hankkeen perusarvona on kestävä kehitys, joka tulee näkyväksi käytännössä hankkeen toimenpiteissä. (Hankesuunnitelma 2011.)

Pitkän aikavälin tavoitteena on pidentää lyhyttä matkailusezonkia. Näin matkailuun liittyvien liiketoimintojen kannattavuus paranisi ja uusia työpaikkoja ja kokonaan uusia yrityksiä olisi mahdollista syntyä. Lisäksi Kustavin elinkeinorakenne voisi monipuolistua. Tavoitteiden asettamisessa on otettu huomioon sekä Kustavin matkailustrategian (2012–2016) että Työ- ja elinkeinoministeriön laatiman Matkailustrategian 2020 tavoitteet.

Konkreettisia tavoitteita hankkeen toteuttamisaikana ovat Kustavin brändin vahvistaminen, asiakaslähtöisen kokonaispalvelutarjonnan kehittäminen, vastuullisuuden tekeminen näkyväksi Kustavissa sekä palveluiden saavutettavuuden parantaminen. Brändin vahvistamisen tavoitteena on matkailijoiden viipymän kasvattaminen ja sitä myötä matkailutulon lisääntyminen. Brändäyksessä otetaan huomioon sosiaalinen vastuullisuus rakentamalla brändiä aidosti paikallisesta historiasta, perinteestä ja identiteetistä. Hankkeen tavoitteena on lisäksi asiakastarpeiden tunnistaminen ja uusien palvelukokonaisuuksien syntyminen edistäminen. Näin matkailija voisi saada kaikki tarvitsemansa palvelut Kustavista ja viipymää voitaisiin edelleen kasvattaa. (Hankesuunnitelma 2011.)

Näiden alatavoitteiden pohjalta on suunniteltu toteutettavia toimenpiteitä, joilla tavoitteet saadaan täytetyksi. Brändin vahvistamiseksi muodostetaan brändityöryhmä ja luodaan yhteinen visuaalinen ilme. Asiakaslähtöisen kokonaispalvelutarjonnan kehittämiseksi luodaan aktiivinen yrittäjien kumppanuusverkosto ja sen toimintamalli, perustetaan Kustavin erityispiirteisiin perustuvia teemaryhmiä, tarjotaan yrittäjille työvälineitä kehittää palvelujaan ja luodaan malli tapahtumien järjestämiseen. Palveluiden saavutettavuuden parantamiseksi luodaan Kustavin matkailun internetportaali, kartoitetaan yhteisiä markkinointi- ja myyntikanavia ja laaditaan suunnitelma Kustavin opasteiden yhtenäisestä ilmeestä. Vastuullisuus näkyväksi Kustavissa – tavoitteen saavuttamiseksi tarjotaan yrittäjille työvälineitä vastuullisen liiketoiminnan kehittämiseen, laaditaan kestävän kehityksen toiminta- ja kehittämissuunnitelma sekä kartoitetaan ympäristöystävällisen liikkumisen muotoja. (Hankesuunnitelma 2011.)

Kehityshankkeiden yleinen ongelma on, että toiminta lakkaa, kun hanke loppuu. Ei ole pystytty luomaan pysyviä toimintamalleja, jotka eivät tarvitse ulkopuolista rahoitusta. Monesti myös sidosryhmien tai kohderyhmien sitouttaminen voi olla ongelmana. Ryhmät voivat kokea hankkeen ulkopuolisena ja toteutuksen ulkoapäin saneltuna, jolloin heidän oma motivaationsa hankkeen toteuttamiseen jää vähäiseksi eikä vaikutuksia synny. (Silfverberg 2007, 25-33.)

Matkalla Kustavissa – hankkeessa toteutettavien toimenpiteiden vaikutuksia ja jatkumista on mietitty. On suunniteltu sellaisia toimenpiteitä, joiden lopputulokset jäävät yrittäjien käyttöön eivätkä vaadi suurta panostusta jälkikäteen. Hankkeen kohderyhmän eli yrittäjien sitouttaminen ei pitäisi olla ongelma, sillä aloite hankkeelle tuli yrittäjiltä itseltään. Hankkeessa luotava toimintamalli kumppanuusjärjestölle tulee olemaan konkreettinen ja yhteisiin tavoitteisiin sitoudutaan. Tällöin verkostolla tulee olemaan vahva pohja jatkaa ja kehittää toimintaansa hankkeen päättymisen jälkeenkin. (Hankesuunnitelma 2011.)

4.2.4 Kustavilaisten matkailuyrittäjien suhtautuminen kestävyteen

Suurin osa hankkeen valmisteluvaiheen yrittäjähaastatteluun osallistuneista yrittäjistä kokee kestävyden toteuttamisen hankalaksi aiheeksi, mutta on kuitenkin halukas toimimaan sen mukaisesti. Tällä hetkellä kestävän kehityksen mukainen toiminta rajoittuu lähinnä kierrättämiseen ja lähituotteiden ja –palveluiden käyttämiseen. Kierrätystä tapahtuu sen ollessa vaivatonta ja lähituotteita käytetään silloin, kun niitä on saatavilla. Kestävä kehitys ei ole kiinteä tai merkittävä osa yritysten toimintaa. Monilla oli kuitenkin aikeita ja/tai suunnitelmia toteutukseen. Kustavin luonnonläheisyys velvoittaa ottamaan huomioon kestävyden seikat. Kestävä kehitys näyttäisi tarkoittavan yrittäjille lähinnä ekologista puolta.

Keskusteluissa yrittäjien ja hankkeen työntekijöiden kanssa esiin nousi osittain ristiriitaistakin tietoa. Osa yrittäjistä on jo nyt sitoutunut kestävän kehityksen periaatteisiin ja haluaa kehittää toimintaansa edelleen siihen suuntaan. Yrittäjien suunnalta onkin tullut paljon ideoita, mutta he haluavat hankkeelta apua ja neuvoa asioiden toteuttamiseen ja siihen, miten he saavat vietyä ne konkreetian tasolle. Osalle yrittäjistä vastuullisuus ei ole tärkeässä roolissa ja ongelmana on saada heidätkin mukaan.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Työn tavoitteet ja tutkimustehtävät

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa hankkeelle ja hankkeeseen osallistuville yrittäjille tietoa Kustavin matkailijoista, heidän näkemyksistään Kustavin matkailusta ja sen kehittämisestä sekä kestävästä matkailusta. Lisäksi tavoitteena on tutkia eri tekijöiden vaikutusta matkailijoiden kulutuskäyttäytymiseen. Asiakkaiden näkökulman huomioiminen on tärkeää kehittämissä ja siten voidaan saada uusia ideoita.

Tutkimustehtävänä on selvittää seuraavia asioita:

Matkailija Kustavissa

- Mitkä ovat Kustavin matkailijoiden matkustusmotiivit ja miten he matkailevat Kustavissa?

Kestävän matkailun mahdollisuudet ja rajat Kustavissa

- Miten matkailijat käsittävät kestävä matkailun?
- Kuinka tyytyväisiä matkailijat ovat Kustavin palveluihin ja mitä he toivoisivat sinne lisää?
- Kuinka matkailijat suhtautuvat Kustavin matkailun kehittämiseen kestävä kehityksen mukaisesti?

Ympäristötietoisuuden ja muiden tekijöiden vaikutus

- Vaikuttavatko demografiset tekijät matkailijoiden ympäristötietoisuuteen tai maksuvalmiuteen?
- Vaikuttaako ympäristötietoisuus matkailijoiden maksuvalmiuteen?

Neljä ensimmäistä kysymystä ovat luonteeltaan kuvailevia ja kaksi viimeistä selittäviä.

Tavoitteena on, että opinnäytetyön tuloksia voitaisiin käyttää osana hankkeen ”Vastuullisuus näkyväksi Kustavissa” ja ”Asiakaslähtöisen palvelutarjonnan kehittäminen” – tavoitteiden saavuttamisessa.

5.2 Tutkimusmenetelmät

Työ on menetelmältään määrällinen eli kvantitatiivinen survey-tutkimus. Survey-tutkimuksessa tiedon keruu tapahtuu standardoidussa muodossa tietyltä otokselta ihmisiä (Hirsjärvi ym. 2007, 130 & 188). Tutkimuksen kohderyhmänä ovat matkailijat Kustavissa. Aineistonkeruumenetelmänä työssä käytettiin kyselyä (Liite1). Kyselyllä voidaan saavuttaa suhteellisen lyhyessä ajassa suuri joukko ihmisiä. Tutkimustehtävien luonteen vuoksi on merkityksellistä saada riittävän paljon vastauksia, jotta saadaan jonkinlainen yleiskuva Kustavin matkailijoista.

Lomakkeen kysymykset laadittiin yhdessä hankkeen työntekijöiden ja opettajien kanssa, ja niissä otettiin huomioon hankkeen toiveet ja tavoitteet sekä tutkimustehtävät. Laadintaa varten on perehdytty hankkeen alkuvaiheessa tehtyihin selvityksiin ja yrittäjille järjestettyjen työpajojen muistioihin. Haasteena oli tehdä lomake, johon ihmiset jaksavat vastata, mutta jolla saadaan tarpeeksi tietoa. Kysymyksiksi valikoituivat hankkeen tarpeiden sekä tutkimustehtävien kannalta relevanteimmat kysymykset.

Kyselylomakkeen kysymykset muodostuvat niin avoimista kuin monivalintakysymyksistä sekä asteikkoihin perustuvista kysymyksistä. Monivalintakysymykset ja asteikkoihin perustuvat kysymykset nopeuttavat vastaamista, mutta niissä on omat haasteensa. Avoimiksi jätetyt kysymykset saattavat tuottaa vähemmän vastauksia ja yleistysten tekeminen on niiden perusteella vaikeampaa, mutta niiden avulla vastaajat saavat äänensä kuuluviin.

Kohderyhmään kuuluvia henkilöitä pyrittiin ensisijaisesti tavoittamaan yrityksissä, joissa matkailijat tyypillisesti käyvät. Yritykset on valittu aktiivisesti hankkeeseen osallistuvien yritysten joukosta siten, että mahdollisimman monenlaisia yrityksiä olisi mukana. Myös maantieteellinen sijainti on otettu huomioon tavoitteena saada vastauksia eri puolilta Kustavia sijaitsevista yrityksistä. Aineiston keruu toteutettiin valituissa yrityksissä siten, että kyselylomakkeet olivat jossain näkyvällä paikalla esillä, ja kävijät pystyivät

halutessaan vastaamaan kyselyyn ja jättämään lomakkeen yritykseen. Käytännössä lomakkeita sekä vietiin henkilökohtaisesti että postitettiin yrityksiin. Molemmissa tapauksissa yrittäjille annettiin saatekirje (Liite2), jossa on käytännön ohjeita kyselyyn liittyen. Lisäksi annettiin lomakkeiden yhteyteen laitettava ilmoitus (Liite3), jossa on tietoa ja ohjeita vastaamiseen liittyen. Lomakkeet olivat esillä yrityksissä kesällä 2012 kesäkuun lopusta syyskuun alkuun.

Riittävän vastausmäärän saavuttamiseksi sekä mökkiläisten tavoittamiseksi tehtiin lisäksi paikan päällä Kustavin keskustassa kyselyitä. Nämä kyselyt suoritettiin joko antamalla vastaajien itse täyttää lomake tai haastattelemalla, jolloin haastattelija kirjasi vastaukset lomakkeeseen. Kyselyitä tehtiin Kustavissa kesäkuun lopussa ja elokuun alussa, molemmilla kerroilla kahtena päivänä. Kohderyhmänä tutkimuksessa olivat matkailijat Kustavissa, mutta haastateltaessa tehtiin pienimuotoista valintaa siten, että vältettäisiin mökkiläisten liiallinen edustus. Tämä sen vuoksi, että mökkiläisten oletettiin poikkeavan muusta matkailijajoukosta Kustavissa olemalla passiivisempia suhteessa ”tavallisiin” matkailijoihin.

Kyselylomakkeisiin on liitetty lisäksi yrityskohtaisia kysymyksiä koskien sitä yritystä, jonka tiloissa vastaaja lomaketta täyttää. Näiden kysymysten tarkoitus on antaa yrittäjille tietoa asiakkaistaan ja heidän näkemyksistään. Näitä kysymyksiä ei kuitenkaan käsitellä opinnäytetyön tiimoilta, eikä näitä kysymyksiä kysytty Kustavin keskustassa kyselyä tehtäessä. Lisäksi kysymystä numero 12 (Olisitteko kiinnostunut seuraavien palveluiden ostamisesta Kustavissa?) ei käsitelty opinnäytetyössä, vaan sen analyysi raportoidaan hankkeelle erikseen.

Kyselyn pituus saattoi muodostua kynnyskysymykseksi potentiaalisille vastaajille ja näin mahdollisesti vähensi vastaajien määrää. Vaikka lomakkeesta karsittiin kysymyksiä, kysely jäi suhteellisen pitkäksi useiden tutkimustehtävien ja hankkeen tarpeiden vuoksi. Vastausaktiivisuuden lisäämiseksi yhteystietojen jättäneiden kesken arvottiin kustavilaisia tuotteita. Koska palkintoja ei ollut määritelty, ei voida katsoa, että ihmiset olisivat vastanneet pelkästään niiden

takia. Näin ollen voidaan olettaa, että vastaajat halusivat osallistua Kustavin matkailun kehittämiseen.

5.3 Vastausten analysointi

Kyselyaineisto syötettiin SPSS-ohjelmaan aineiston käsittelyn helpottamiseksi. SPSS on tilasto-ohjelmisto, jonka avulla voidaan käsitellä ja analysoida tilastollisia aineistoja. Jokaisen kysymyksen kohdalla tutkittiin keskiarvo ja vaihteluväli ja/tai prosenttiosuudet. Näin saatiin perustietoa mm. matkailijoiden käyttäytymisestä Kustavissa, heidän käsityksistään kestävästä matkailusta sekä näkemyksistä Kustavin matkailusta ja sen kehittämisestä.

Lisäksi tehtiin tilastollista vertailua joidenkin kysymysten välillä ja tutkittiin, onko tekijöiden välillä tilastollista merkitsevyyttä. Tällä tarkoitetaan sitä, voidaanko nähdä jollain asialla olevan yhteyttä/vaikutusta johonkin toiseen asiaan. Kiinnostuksen kohteena olivat seuraavat kysymykset:

- Vaikuttavatko demografiset tekijät ympäristötietoisuuteen
- Vaikuttavatko demografiset tekijät maksuvalmiuteen
- Vaikuttaako ympäristötietoisuus maksuvalmiuteen
- Vaikuttavatko demografiset tekijät kestävä matkailun hyväksymiseen
- Vaikuttaako ympäristötietoisuus kestävä matkailun hyväksymiseen

Monivalintakysymysten kohdalla vastauksien käsittely, vertailu ja analysointi on helpompaa kuin avointen kysymysten. Avointen kysymysten kaikki vastaukset kirjoitettiin puhtaaksi ja analysoitiin kvalitatiivisten menetelmien avulla. Näin pyrittiin löytämään tärkeimmät esiin nousevat näkemykset.

5.4 Tutkimustulosten luotettavuus

Tutkimustulosten luotettavuutta arvioidaan yleensä käsitteillä reliabelius ja validius. Reliaabeliudella tarkoitetaan mittaustulosten toistettavuutta eli sitä, etteivät tulokset ole sattumanvaraisia. Validius merkitsee sitä, että valittu tutkimusmenetelmä todella mittaa tutkittavaa asiaa. (Hirsjärvi ym. 2007, 226.) Tässä työssä käytetty strukturoitu kysely tekee reliabeliuden toteamisen suhteellisen helpoksi, sillä kysely on käytännössä mahdollista toteuttaa samalla

tavalla uudestaan. Reliaabeliuteen kiinnitettiin huomiota myös aineiston käsittelyssä sekä analysoinnissa, ja tehtiin ne huolella.

Validiuden suhteen tässä työssä on monia huomionarvoisia asioita ja sen takaaminen on haastavaa. Vastaajat ovat voineet ymmärtää kysymykset toisin kuin laatija on ajatellut. Kysymysten tarkoituksenmukaisuutta ja ymmärrettävyyttä on pyritty lisäämään useilla kommenttikierroksilla ja tekemällä testihaastatteluja. Lisäksi ulkopuoliset ovat lukeneet kyselylomakkeen ja antaneet kommentteja. Monivalintakysymysten vastausvaihtoehdot eivät välttämättä olleet sopivia, koska laatija ei ollut tullut ajatelleeksi kaikkia mahdollisia tilanteita. Tämän ongelman poistamiseksi monivalintakysymyksiin pyrittiin lisäämään ”jokin muu, mikä” – vaihtoehto.

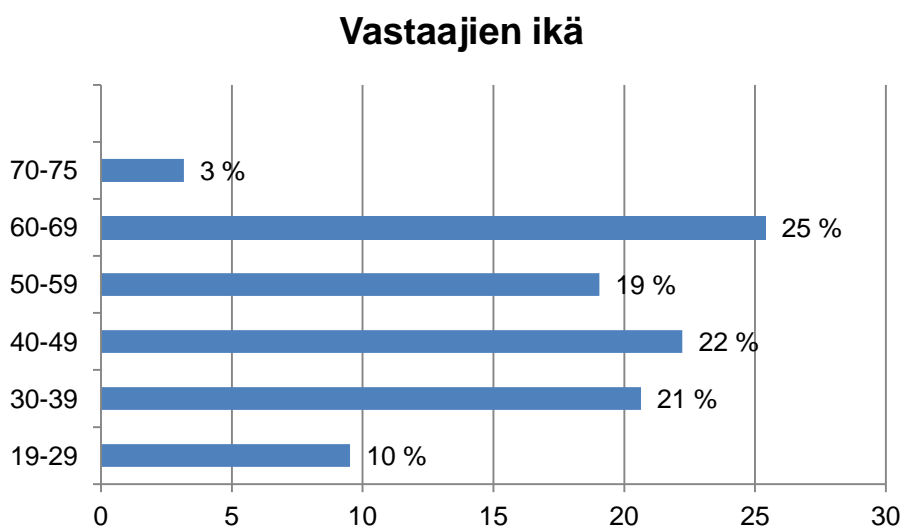
Ympäristötietoisuuden käsite on moniselitteinen ja tämän vuoksi sitä on myös hankalaa mitata. Kysymykseen on siksi pyritty valitsemaan monia ympäristötietoisuutta kuvaavia asioita ja mahdollisimman konkreettisia, arkielämää kuvaavia tilanteita ja siten laajentamaan käsitettä ympäristövastuullisuuden puolelle. Todellisen maksuhalukkuuden arviointi on hankalaa, sillä on helppoa sanoa maksavansa, vaikka todellisessa tilanteessa näin ei tehtäisikään. Lisäksi ostopäätöksiin vaikuttavat muutkin tekijät kuin hinta.

Yleisesti tässä kyselyssä on käytetty paljon arvoihin ja asenteisiin liittyviä kysymyksiä, joiden mittaaminen on haastavaa. Asiat ovat mielikuvan tasolla ja tilanteet hypoteettisia. Tämä johtaa siihen, että ihmiset saattoivat vastata niin kuin he haluaisivat toimia, eivätkä niin kuin he todella toimivat. Lisäksi heidän vastauksiinsa voi vaikuttaa yleinen asenneilmapiiri, eli he saattoivat vastata niin kuin he olettavat, että heidän pitäisi vastata.

6 MATKAILIJA KUSTAVISSA

Kyselyyn vastasi 66 henkilöä, joista naisia oli 39 ja miehiä 27. Naisten osuus vastaajista oli siis 59 %. Naiset vastaavat kyselyihin yleensä enemmän kuin miehet, mikä piti paikkansa tässäkin tutkimuksessa. Naisten osuus ei kuitenkaan ole niin suuri, ettei sukupuolten välisiä vertailuja voisi tehdä. Vastausten pieni lukumäärä johtuu varmasti osittain kyselyn pituudesta, mutta myös yritysten passiivisuudesta kyselyn jakamisessa.

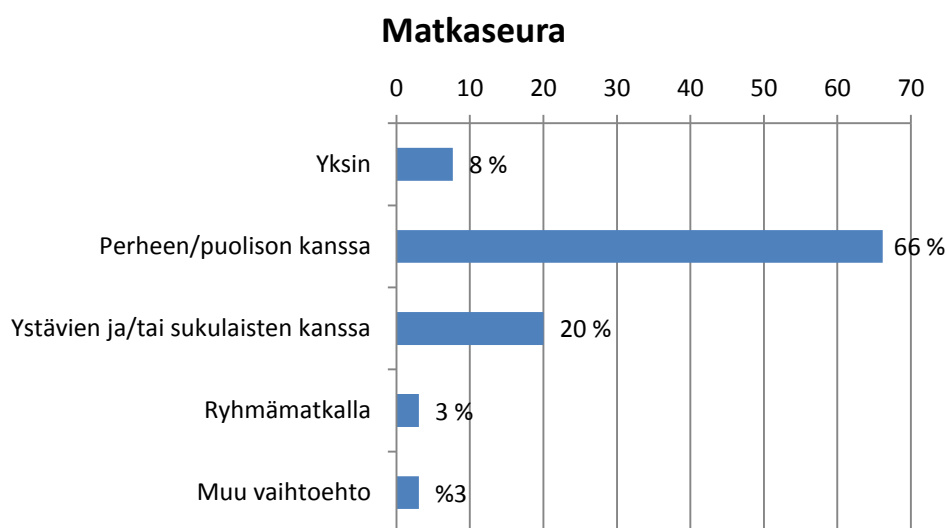
Vastaajien keski-ikäksi muodostui 48 vuotta. Nuorin vastaaja oli 19-vuotias ja vanhin 75-vuotias. Kuvio 1 näkyy, että eniten oli 60-69-vuotiaita vastaajia. Kustavin matkailijat siis selvästi ovat iäkkäämpää väkeä. Ikänsä oli ilmoittanut 63 vastaajaa.



Kuvio 1. Vastaajien ikä.

Tyypillinen Kustavin matkailija on puolison kanssa matkustava, sillä suurin osa (66 %) kertoi matkustavansa perheen/puolison kanssa ja yli puolet kaikista vastaajista (59 %) kertoi matkaseurueensa kooksi kaksi henkilöä. Kuvio 2 osoittaa, että ystävien ja/tai sukulaisten kanssa matkaa teki 20 prosenttia ja yksin oli liikkeellä vain 8 prosenttia. Kaksi vastaajaa oli ryhmämatkalla ja kaksi vastaajaa valitsi jokin muu –vaihtoehtoon. Matkaseurueen koko oli useimmiten kaksi henkilöä. Kolmen hengen seurueessa matkusti 15 prosenttia ja neljän

hengen seurueessa 12 prosenttia vastaajista. Sitä suuremmat seurueet olivat yksittäistapauksia. Suurin seurue oli 53 henkilöä, kun vastaaja osallistui kansainväliselle leirille. Suurin osa Kustavin matkailijoista on aikuisia, sillä vain 21 prosentilla vastaajista oli matkaseurueessaan alle 18-vuotiaita henkilöitä. Vastaajista 65 oli kertonut matkaseuransa ja sen koon.



Kuvio 2. Matkaseura.

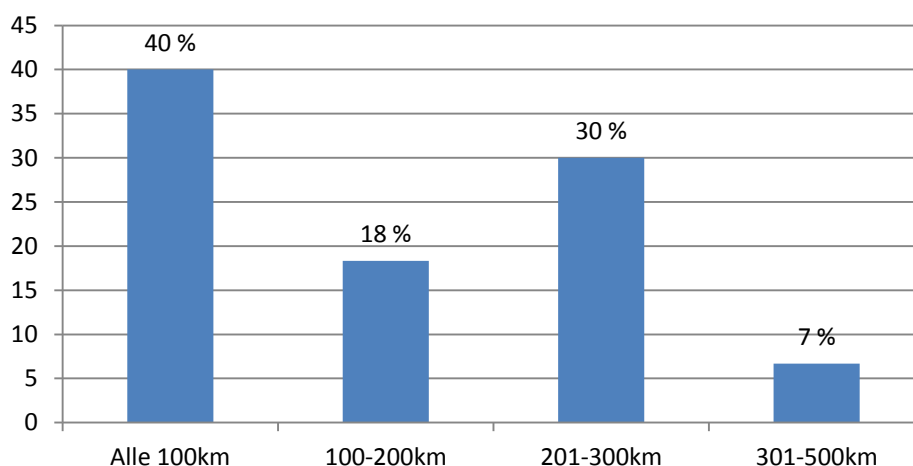
Koulutusasteen suhteen tyypillinen Kustavin matkailija näyttäisi olevan keskiasteen tutkinnon suorittanut, sillä jopa 64 prosenttia vastaajista oli keskiasteen tutkinnon suorittaneita (64 vastaajaa). Perusasteen tutkinnon suorittaneita oli vain 13 prosenttia ja korkea-asteen tutkinnon suorittaneita 23 prosenttia. Luvut poikkeavat jonkin verran valtakunnallisesta keskiarvosta, sillä kolmannes väestöstä on suorittanut vain perusasteen ja keskiasteen on suorittanut 39 prosenttia. Korkeakoulun käyneitä valtakunnallisesti on 28 prosenttia yli 15-vuotiaista. (Tilastokeskus 2011.)

Vastaajien kotitalouksien yhteenlasketut tulot olivat 41 prosentilla alle 60 000 €. Alle 100 000 € ansaitsevia kotitalouksia oli hieman enemmän (26 %) kuin alle 30 000 € ansaitsevia (21 %). Yli 100 000 euron kotitalouksia oli kahdeksan

prosenttia ja alle 10 000 euron vain kolme prosenttia (kaksi vastaajaa). Vastaajista 61 oli kertonut tulonsa.

Kustaviin tullaan eniten Varsinais-Suomesta, sillä 43 prosenttia vastaajista kertoi kotipaikakseen varsinaissuomalaisen kunnan. Tästä 26 vastaajan joukosta 11 oli kotoisin Turusta (18 %). Toiseksi eniten vastaajia oli kotoisin pääkaupunkiseudulta (23 %) ja vasta kolmanneksi eniten Satakunnasta (12 %). Tampereen seudulta oli viisi vastaajaa (8 %). Muualta Suomesta oli yksittäisiä vastaajia ja yksi vastaaja asui ulkomailla. Kuviosta 3 nähdään, että vastaajien kotipaikan ja Kustavin välinen matka oli 40 prosentilla alle 100 kilometriä, mutta 201-300 kilometrin päästä oli saapunut enemmän (30 %) kuin 101-200 kilometrin päästä (18 %). Tämä johtuu siitä, että pääkaupunkiseudulta saapuu useita matkailijoita. Neljä vastaajaa (7 %) oli saapunut 301-500 kilometrin päästä ja kolme vastaajaa yli 500 kilometrin päästä. Kuusi vastaajaa ei ollut kertonut kotipaikkaansa.

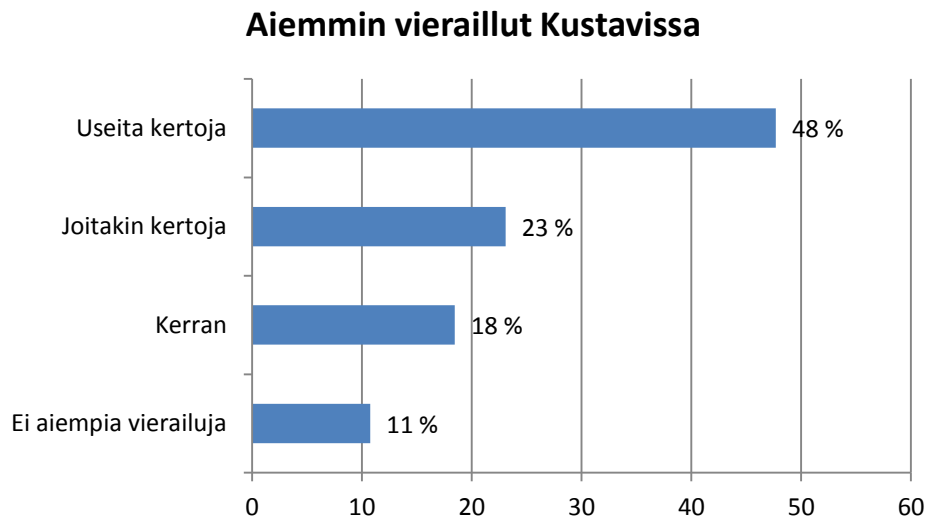
Etäisyys Kustavista



Kuvio 3. Vastaajien kotipaikan ja Kustavin välinen matka.

Lähes kaikille vastaajille Kustavi oli tuttu paikka entuudestaan (Kuvio 4). Melkein puolet vastaajista (48 %) oli vierailut Kustavissa useita kertoja aiemmin ja 41 prosenttia vastaajista oli vierailut vähintään kerran aiemmin. Vain 11

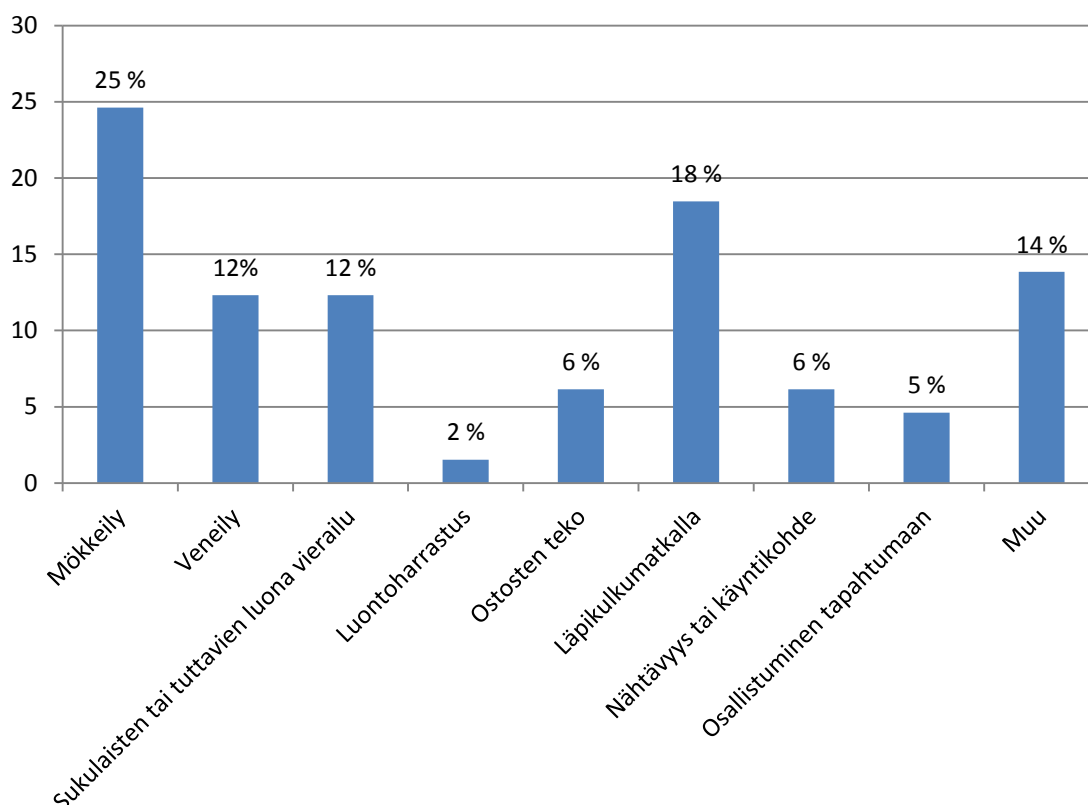
prosenttia vastaajista oli käymässä ensimmäistä kertaa Kustavissa (65 vastaajaa).



Kuvio 4. Aiemmat vierailut Kustavissa.

Kysyttäessä matkan pääasiallista tarkoitusta mökkeily nousi suosituimmaksi vaihtoehdoksi, sillä 16 vastaajaa (25 %) valitsi sen (Kuvio 5). Toiseksi useimmiten Kustavissa oltiin läpikulkumatkalla (18,5 %) ja kolmanneksi useinten valittiin ”Jokin muu”-vaihtoehto, joista suurin osa oli yleisiä matkailullisia syitä kuten vapaa-ajan vietto. Heti perään yhtä suosittua olivat veneily sekä tuttavien tai sukulaisten luona vierailu, molemmat olivat saaneet kahdeksan valintaa. Neljä vastaajaa valitsi ostosten teon, samoin kuin nähtävyyden tai käyntikohteen. Johonkin tapahtumaan osallistuminen oli kolmelle vastaajalle matkan pääasiallinen tarkoitus ja yksi vastaaja oli tullut luontoharrastuksen takia. Vastaajista 65 oli kertonut matkansa pääasiallisen tarkoituksen.

Matkan pääasiallinen tarkoitus

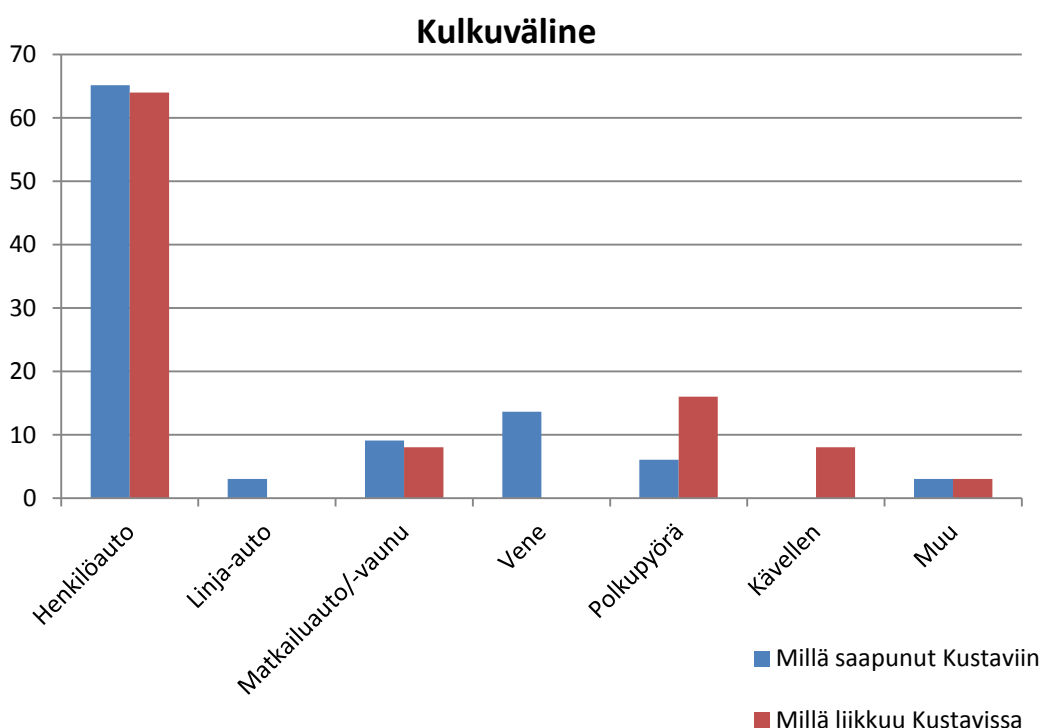


Kuvio 5. Tämänkertaisen Kustavin matkan pääasiallinen tarkoitus

Mökkeilyn suosio näkyy myös yöpymispaikoissa, sillä 33 prosenttia vastaajista kertoi yöpyvänsä mökissä; 13 vastaajaa vuokratussa ja 9 omassa mökissä (65 vastaajasta). Veneessä sekä sukulaisten tai tuttavien luona yöpyjiä oli yhtä paljon: molemmissa yöpyi 8 vastaajaa. Leirintäalueella yöpyi kuusi vastaajaa, joista neljä matkailuautossa tai –vaunussa ja kaksi teltassa. Seitsemän vastaajaa valitsi muu maksullinen majoitus –vaihtoehdon. Vastaajista 23 prosenttia (15 vastaajaa) ei yöpynyt Kustavissa.

Valtaosa vastaajista (65 %) oli saapunut Kustaviin autolla ja myös liikkui Kustavissa autolla (vain yksi autolla saapuneista ei kertonut liikkuvansa autolla Kustavissa). Veneellä saapui yhdeksän vastaajaa (14 %), matkailuautolla tai –vaunulla kuusi vastaajaa (9 %), polkupyörällä neljä (6 %) ja linja-autolla sekä moottoripyörällä molemmilla kaksi vastaajaa (3 %). Veneellä ja linja-autolla

saapuneet sekä osa matkailuautolla tai -vaunulla saapuneista liikkuvat Kustavissa polkupyörällä tai kävellen. Kuviossa 6 on esitetty sekä se, että millä kulkuvälineellä matkailijat ovat saapuneet Kustaviin että se, millä kulkuvälineellä he liikkuvat Kustavissa. Muu -vaihtoehto tarkoittaa molemmissa tapauksissa moottoripyörällä liikkuvia. Kaikki vastaajat ilmoittivat kulkuvälineen, jolla saapunut Kustaviin, mutta kaksi vastaajaa oli jättänyt kertomatta kulkuvälineen, jolla liikkuu Kustavissa.



Kuvio 6. Kulkuväline, jolla saapunut Kustaviin ja jolla liikkuu Kustavissa.

Se, että niin harva saapuu Kustaviin linja-autolla, ei selity pelkästään huonoilla yhteyksillä. Sekä Turusta, Uudestakaupungista että Helsingistä tulee useita linja-autoja päivässä Kustaviin pienempien paikkakuntien kautta. Väliä liikennöivät Taivassalon Auto sekä Vainion Liikenne. Linja-autolla saapuessa ongelmaksi voi tinki muodostua Kustavissa liikkuminen.

Keskimäärin vastaajien koko matkan kesto oli kuusi päivää, josta Kustavissa vietettiin keskimäärin yli kaksi päivää. Yleisimmin (23 %) Kustavissa vierailtiin

yhden päivän ajan. Lyhin Kustavissa vietetty aika oli kaksi tuntia ja pisin yksitoista päivää. Koko matkan keston oli ilmoittanut vain 47 vastaajaa, mutta Kustavissa vietetyn ajan oli ilmoittanut 62 vastaajaa.

Kustavissa vietetty aika kertoo siitä, että Kustaviin tullaan useimmiten yhden tai kahden päivän vierailulle. Osaltaan majoituspalvelujen vähyys tai se, ettei hotellia ole, voi rajoittaa yön yli matkailua. Mökkeilijät viettävät viikonloppujen lisäksi pidempiäkin aikoja Kustavissa, usein monia eri kertoja kesän aikana.

7 KESTÄVÄN MATKAILUN MAHDOLLISUUDET JA RAJAT KUSTAVISSA

7.1 Matkailijoiden suhde kestävään matkailuun

Vain puolet vastaajista (34) vastasi avoimeen kysymykseen ”Mitä kestävä matkailu mielestänne tarkoittaa tai mitä teille tulee mieleen kestävästä matkailusta?”. Vastaukset vaihtelivat, mutta kaikki olivat suhteellisen lyhyitä, eli asiaan ei ollut jaksettu paneutua. Yhteneväisyyksiä vastauksista löytyi kuitenkin jonkin verran. Seitsemässä vastauksessa mainittiin ”ei tuhota luontoa” tai vastaavaa. Luonnonvarojen säästeliäs käyttö sai viisi mainintaa, samoin kuin paikallisuus ja roskaamattomuus. Vähäpäästöiset liikkumistavat mainittiin neljässä vastauksessa, luonnon kunnioittaminen ja ”ei tuhota luontoa” kahdessa vastauksessa. Myös edelliseen kysymykseen (ympäristötietoisuuteen ja -vastuullisuuteen liittyvät väitteet) viitattiin kahdessa vastauksessa.

Ettei tuhota luontoa	7
Luonnonvarojen säästeliäs käyttö	5
Paikallisuus	5
Roskaamattomuus	5
Vähäpäästöiset liikkumismuodot	4
Luonnon kunnioittaminen	2
Ettei tuhota luontoa	2

Roskaaminen ja luonnon tuhoaminen ovat selvimmin näkyviä matkailun negatiivisia vaikutuksia. Luonnonvarojen käyttöön liittyvät kysymykset ovat useimmiten näkymättömissä välillisen luonteensa vuoksi. Luonnon tuhoaminen voidaan mieltää joko matkailijoiden aiheuttamaksi tai matkailupalvelun tuottajien vastuulla olevaksi. Lähes kaikki seikat ovat sellaisia, johon sekä matkailijat että matkailupalvelujen tuottajat voivat vaikuttaa. Vastauksissa korostuvat enemmän

ekologiseen kestävyteen liittyvät seikat, vain paikallisuus liittyy sosiaaliseen tai kulttuuriseen kestävyteen. Moni osaa kuitenkin jo ajatella sen olevan tärkeä osa (matkailun) kestävyyttä.

Kestävä kehitys tai kestävyys on hyvin yleisesti käytetty termi, mutta kovin harva vastaajista osasi sanoa siitä mitään. Tämän perusteella uskallan väittää, että kun yrittäjät kertovat kestävä kehityksen mukaisista toimista tms., tulisi heidän käyttää konkreettisia esimerkkejä, koska kestävä kehitys ei välttämättä kerro asiakkaille mitään.

7.2 Tyytyväisyys Kustavin palveluihin

Kysymykseen tyytyväisyydestä Kustavin palveluihin oli vastannut 41 vastaajaa. Heistä noin puolet oli aika tyytyväisiä ja noin yksi neljäsosa erittäin tyytyväisiä. Yleisiä kommentteja oli peruspalveluiden riittävyys ja omiin tarpeisiin riittävät palvelut. Yllättävän moni ei kuitenkaan osannut ottaa kantaa, sillä koki, ettei tiennyt tarpeeksi asiasta.

Vain 12 vastaajaa kertoi kaipaavansa jotain lisää Kustaviin. Näistäkin osa oli hieman epämääräisiä kuten:

”Ehkä lapsiperheille pitäisi olla enemmän.”

”Ehkä lapsille voisi olla enemmän, muttei mitään hupilinnoja.”

Lisää majoituspalveluita toivottiin kolmessa vastauksessa ja grillauspaikkoja veneiden lähetyville toivottiin kahdessa vastauksessa. Muita toiveita, jotka mainittiin kerran, olivat maatilapuoti kesäisin, enemmän paikallisten tuotteiden valikoimaa, rautakauppa ja aktiviteetteja. Erään vastaajan mies ei ollut löytänyt kumpaakaan Kustavin kahdesta parturista ja kaipailli sellaisen perään.

Pienillä paikkakunnilla ihmisten on ehkä hankalampaa toivoa lisäpalveluja, koska he ajattelevat, ettei näin pienessä paikassa kaikkea voi olla. Kun on saavutettu joku tietty perustaso paikkakunnan palveluissa, ollaan tyytyväisiä siihen. Monet Kustavin matkailijoista ovat käyneet Kustavissa useita kertoja

aiemmin, jolloin asioita on vaikeaa nähdä uudesta näkökulmasta eikä välttämättä osata kuvitella, miten muuten asiat voisi olla.

7.3 Kustavin matkailun kestävä kehittäminen

Kyselyssä mainittiin kymmenen tekijää, joilla Kustavia ja/tai sen matkailua voitaisiin kehittää kestävämpään suuntaan. Kyselyä tehtäessä arvioitiin, että näillä tekijöillä voisi olla vaikutusta ihmisten halukkuuteen vieraillla Kustavissa. Vastaajia pyydettiin arvioimaan kunkin tekijän osalta, vaikuttaisiko se heidän halukkuuteen vieraillla Kustavissa lisäävästi, vähentävästi vai ei ollenkaan asteikolla yhdestä viiteen siten, että 1 = vähentäisi merkittävästi, 2 = vähentäisi hieman, 3 = ei vaikutusta, 4 = lisäisi hieman, 5 = lisäisi merkittävästi.

Kuvioissa 7 & 8 on eroteltu toisistaan vastauksissa yli ja alle kolmen keskiarvon saaneet tekijät, eli halukkuutta keskimäärin lisäävät ja vähentävät tekijät. Keskiarvoluku ei välttämättä kerro koko totuutta, koska se hieman pelkistää asiaa, mutta antaa kuitenkin hyvän yleiskuvan. Keskiarvot sijoittuvat kaikki kahden ja neljän välille, joten mikään tekijä ei noussut erityisen vaikuttavaksi. Monissa kysymyksissä vaihtoehto 3 saikin eniten vastauksia, eli monille näillä tekijöillä ei olisi merkitystä.

7.3.1 Matkustushalukkuutta lisäävät tekijät

Jos yritykset ja kunta käyttäisivät uusiutuvilla energianlähteillä tuotettua sähköä, 69 prosentin mielestä se ei vaikuttaisi heidän halukkuuteensa vieraillla Kustavissa (Taulukko 1). Yli kolmeksi keskiarvon (3,19) tekee se, että 19 prosentille vastaajista se lisäisi hieman vierailuhalukkuutta (Kuvio 7). Merkittävästi se lisäisi kolmen vastaajan halukkuutta, mutta vähentäisi merkittävästi ja hieman kahden eli yhteensä neljän vastaajan vierailuhalukkuutta. Kysymykseen vastasi 58 henkilöä.

”Alueella olisi tuulivoimaloita” –tekijä on juuri ja juuri kolmen yläpuolella keskiarvolla 3,02. Tässäkin tapauksessa suurimmalle osalle (60 %) asialla ei olisi vaikutusta. Kuitenkin 19 prosentille se lisäisi hieman vierailuhalukkuutta ja kolmelle prosentille merkittävästi. Vierailuhalukkuutta vähentävänä tekijänä

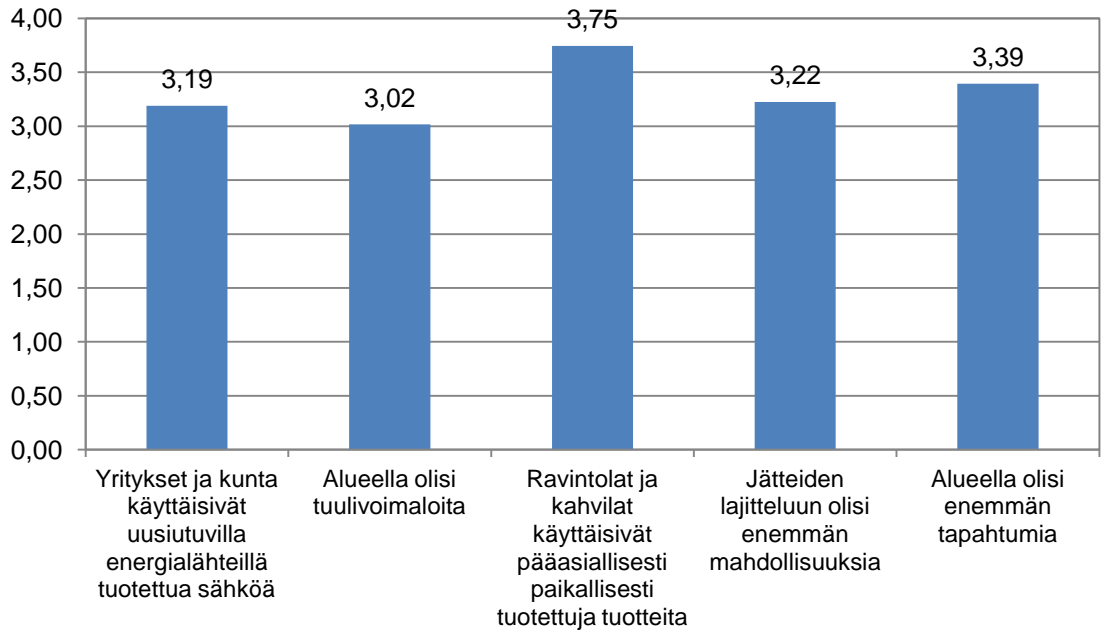
tuulivoimalat olisivat yhteensä 17,5 prosentille, kuudelle vastaajalle hieman ja neljälle vastaajalle merkittävästi. Kysymykseen vastasi 57 henkilöä.

Ylivoimaisesti eniten positiivisesti vaikuttava tekijä olisi ravintoloiden ja kahviloiden paikallisesti tuotettujen tuotteiden käyttäminen. Jopa 56 prosenttia vastasi sen lisäävän hieman ja kymmenen prosenttia lisäävän merkittävästi vierailuhalukkuutta. 32 prosentille asialla ei kuitenkaan olisi merkitystä ja vain yksi vastaaja kertoi sen vähentävän hieman vierailuhalukkuutta. Kysymykseen vastasi 59 henkilöä.

Jos jätteiden lajitteluun olisi enemmän mahdollisuuksia, ei sillä olisi vaikutusta suurimpaan osaan (67 %) vastaajista. Kuitenkin 14 prosenttia arvioi sen lisäävän hieman ja 10 prosenttia lisäävän merkittävästi vierailuhalukkuutta. Vain viisi prosenttia vastasi sen vähentävän hieman ja kolme prosenttia vähentävän merkittävästi. Vastaajia kysymykseen oli 58.

Tapahtumien määrän lisääntyminen alueella oli toiseksi eniten vierailuhalukkuutta lisäävä tekijä. Noin puolelle vastaajista (52 %) se olisi hieman vierailuhalukkuutta lisäävä tekijä. 36 prosenttia oli sitä mieltä, ettei asialla olisi vaikutusta ja noin 10 prosentille sillä olisi vierailuhalukkuutta vähentävä vaikutus, hieman ja merkittävästi saivat yhtä monta valintaa. Vastaajia kysymykseen oli 56.

Matkustushalukkuutta lisäävät tekijät



Kuvio 7. Matkustushalukkuutta lisäävät tekijät.

Taulukko 1. Matkustushalukkuutta lisäävät tekijät.

	Vähentäisi merkittävästi	Vähentäisi hieman	Ei vaikuttaisi	Lisäisi hieman	Lisäisi merkittävästi
Yritykset ja kunta käyttäisivät uusiutuvilla energialähteillä tuotettua sähköä	3%	3%	69%	19%	5%
Alueella olisi tuulivoimaloita	7%	11%	60%	19%	4%
Ravintolat ja kahvilat käyttäisivät pääasiallisesti paikallisesti tuotettuja tuotteita	0%	2%	32%	56%	10%
Jätteiden lajitteluun olisi enemmän mahdollisuuksia	3%	5%	67%	14%	10%
Alueella olisi enemmän tapahtumia	5%	5%	36%	52%	2%

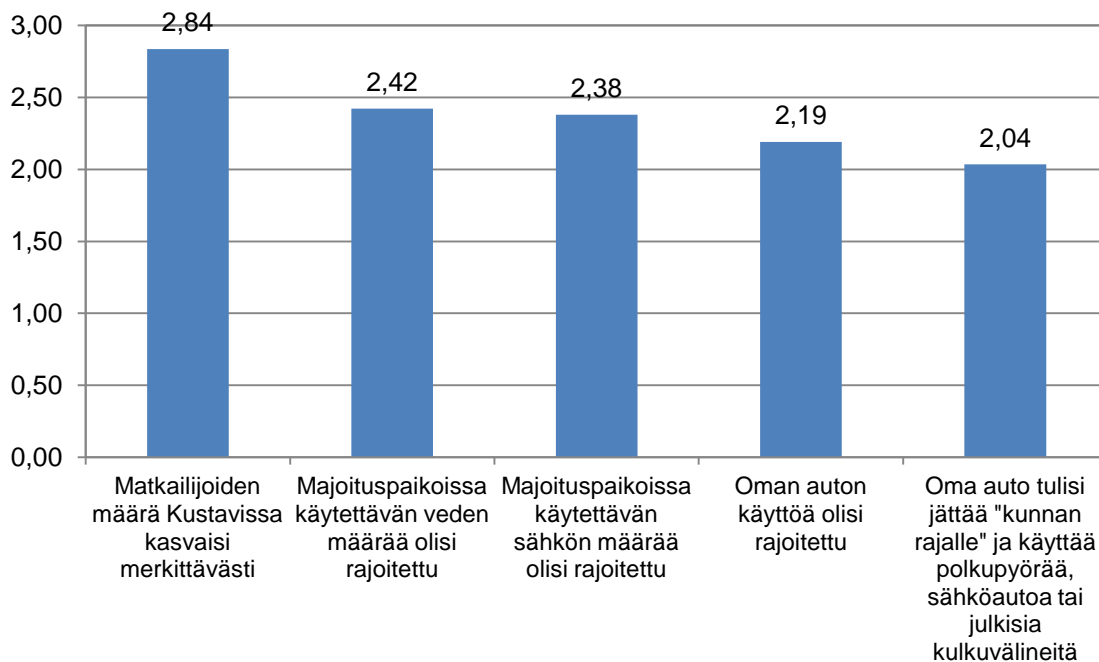
7.3.2 Matkustushalukkuutta vähentävät tekijät

Matkailijoiden määrän merkittävään kasvuun Kustavissa suurin osa vastaajista (65,5 %) suhtautui neutraalisti eli sillä ei olisi vaikutusta heidän matkustushalukkuuteen (Kuvio 8). Alle kolmeksi keskiarvon tekee se, että 22 prosenttia kuitenkin arvioi sen vähentävän hieman vierailuhalukkuutta (Taulukko 2). Merkittävästi se lisäisi sekä vähentäisi kumpaakin kahdelle vastaajalle ja lisäisi hieman kolmelle vastaajalle. Kysymykseen vastasi 55 henkilöä.

Veden ja sähkön määrän rajoittaminen majoituspaikoissa sai lähes samansuuruiset keskiarvot sekä prosenttiosuudet. Molemmat vähentäisivät hieman 43 prosentin vierailuhalukkuutta, mutta lähes samansuuruiselle joukolle (40 %) asialla ei olisi merkitystä. Toki osa matkailijoista ei yövy maksullisessa majoituksessa tai laisinkaan Kustavissa. Merkittävästi sähkön määrän rajoittaminen vähentäisi 12 prosentin vierailuhalukkuutta ja veden määrän 10,5 prosentin. Vierailuhalukkuutta lisäävänä tekijänä sähkön tai veden määrän rajoittaminen toimisi molemmissa tapauksissa kolmelle vastaajalle. Kysymyksiin vastasi 57 (vesi) ja 58 (sähkö) henkilöä.

Huomattavasti eniten vastustusta aiheutti oman auton käytön rajoittaminen tai kieltäminen kokonaan. ”Oman auton käyttöä olisi rajoitettu” –tekijä ei vaikuttaisi 36 prosentin vierailuhalukkuuteen, mutta yhtä monen mielestä se vähentäisi hieman. 24 prosenttia oli sitä mieltä, että se vähentäisi vierailuhalukkuutta merkittävästi. Vain kaksi vastaajaa ilmoitti sen lisäävän hieman vierailuhalukkuutta. Jos oma auto tulisi jättää ”kunnan rajalle” ja käyttää polkupyörää, sähköautoa tai julkisia kulkuvälineitä, jopa 39 prosenttia näkisi sen vähentävän merkittävästi halukkuutta vierailu Kustavissa. 32 prosentille se vähentäisi hieman kun 23 prosentille sillä ei olisi vaikutusta. Tämä ”radikaalimpi” vaihtoehto kuitenkin jakoi enemmän mielipiteitä, sillä kolmen vastaajan mielestä se lisäisi merkittävästi heidän vierailuhalukkuuttaan ja yhden mielestä hieman. Vastaajia kysymykseen oli 57.

Matkustushalukkuutta vähentävät tekijät



Kuvio 8. Matkustushalukkuutta vähentävät tekijät.

Taulukko 2. Matkustushalukkuutta vähentävät tekijät.

	Vähentäisi merkittävästi	Vähentäisi hieman	Ei vaikuttaisi	Lisäisi hieman	Lisäisi merkittävästi
Matkailijoiden määrä Kustavissa kasvaisi merkittävästi	4%	22%	65%	5%	4%
Majoituspaikoissa käytettävän veden määrää olisi rajoitettu	11%	44%	40%	4%	2%
Majoituspaikoissa käytettävän sähkön määrää olisi rajoitettu	12%	43%	40%	5%	0%
Oman auton käyttöä olisi rajoitettu	24%	36%	36%	3%	0%
Oma auto tulisi jättää "kunnan rajalle" ja käyttää polkupyörää, sähköautoa tai julkisia kulkuvälineitä	39%	32%	23%	2%	5%

Vastaajilla oli lisäksi kommentointimahdollisuus ja 19 heistä oli kommentoinut valintojaan jollain tavalla. Muutama kommentti oli veneilijöiltä ja heihin eivät autorajoitukset vaikuttaisi, paitsi yhdelle, jonka mukaan veneettömät ystävät tuskin tulisivat heidän kanssaan satamaan illanviettoon, jos autoilua olisi rajoitettu. Samassa kommentissa mainittiin myös tärkeä seikka:

”Pitäisi rajoittaa sitten moottoriveneilyäkin ja vesiskoottereita ym.”

Yhdessä kommentissa sanottiin ristiriitaisesti, että mökillä oloon asioilla ei ole vaikutusta, mutta autolla pitää mökille kuitenkin päästä. Myös lapsiperheiden kannalta asian toimivuutta epäiltiin. Auton käytön rajoittamisen kuvittelemisen oli monille ilmeisesti hankalaa ja yhdessä kommentissa peräänkuulutettiin kuljetusten hyvää järjestämistä. Tekijät eivät ole mitenkään yksiselitteisiä ja kahdessa kommentissa mainittiinkin, että riippuu asioiden järjestämistavasta. Rajoitusten voimaan tuoda lisää ihmisiä suhtauduttiin epäilevästi ja kaikista mukavuuksista ei haluttu luopua. Eräässä kommentissa puhuttiin ihmisen kyvyttömyydestä tottua hetkessä täysin erilaiseen tilanteeseen. Kaksi kommentoijaa oli kuitenkin hyvin rohkaisevia:

”Tuulivoimat voisivat olla matkailuvaltti”

”Ympäristötietoisuus olisi hienoa. Kaikkien tulee parantaa ympäristöä.”

7.3.3 Demografisten tekijöiden ja ympäristötietoisuuden vaikutus

Mitä ympäristötietoisempi ja –vastuullisempi vastaaja oli, sitä vähemmän häntä häiritsivät tuulivoimat, oman auton käyttöä tai sähkön sekä veden käyttöä koskevat rajoitukset, ja sitä enemmän hänen matkustushalukkuutta lisäisivät uusiutuvan energian käyttö, mahdollisuudet jätteiden lajitteluun ja paikallisten tuotteiden käyttö. Matkailijoiden määrän kasvu taas häiritsisi heitä enemmän. Tilastollisesti merkittävä ero löytyi tuulivoimaloiden, paikallisten tuotteiden sekä jätteiden lajittelun osalta. (Ympäristötietoisuudesta ja -vastuullisuudesta kerrotaan luvussa 8.)

Sukupuolien väliset erot noudattivat kutakuinkin samaa linjaa ympäristötietoisuuden kanssa, sillä naiset ovat keskimäärin

ympäristötietoisempia kuin miehet. Tästä poiketen naisia häiritsisivät enemmän majoituspaikkojen sähkön ja veden käytön rajoitukset. Tästä ei kuitenkaan löytynyt tilastollisesti merkittävää eroa. Koulutuksesta, tuloista, iästä tai etäisyydestä Kustaviin ei löytynyt eroja näiden tekijöiden osalta.

7.3.4 Matkailijat vastuunottajina

Lopuksi vastaajilta kysyttiin: ”Miten toivoisitte matkailun kehittyvän Kustavissa? Tulisiko sitä teidän mielestänne kehittää voimakkaasti kestävään ja vastuulliseen suuntaan siten, että myös matkailijoiden täytyisi ottaa vastuuta esimerkiksi veden ja energian sekä auton käytössä ja jätteiden lajittelussa?” Tähän kysymykseen vastasi 28 henkilöä. Heistä lähes puolet (13) ilmaisi ainakin jollain tavalla kannattavansa matkailun ja kunnan kestäväää kehittämistä, osa hyvin vahvastikin. Vain kaksi kommentoijaa oli selkeästi skeptisiä:

”Periaatteessa kyllä, mutta käytännössä ei toimi”

”En usko”

Eräs vastaaja peräänkuulutti kohtuullisuutta:

”Ekologiset ratkaisut ovat hyviä, mutta kohtuudella”.

Kulttuurin lisäämistä toivottiin ja lisärakentamista vastustettiin kahdessa vastauksessa:

”...Ei hupilandioita. Kulttuuritapahtumia lisää”

”...Kulttuuria enemmän”

”Ei lisää mökkejä enää”

”Liikaa rakentamista tulisi välttää. Nykyisten rakennusten kunnossapito riittää”

Autosta luopumista epäiltiin ja tässäkin tuli esille mökille pääsy sekä lapsiperheet. Kehittymisen edellytykseksi nähtiin riittävä ohjeistus, yksinkertainen opastus ja helppokäyttöisyys. Muita kommentteja olivat:

”Sellaista ekokylä-ajattelua kuntatasolle. Enemmän ehkä ympärivuotisuutta, kansainvälisyys.”

”Pitää venelaiturit kunnossa ja uimavesi puhtaana.”

”Kaikkialla tulee tehdä niin. Matkailu hyödyttäisi paikallisia.”

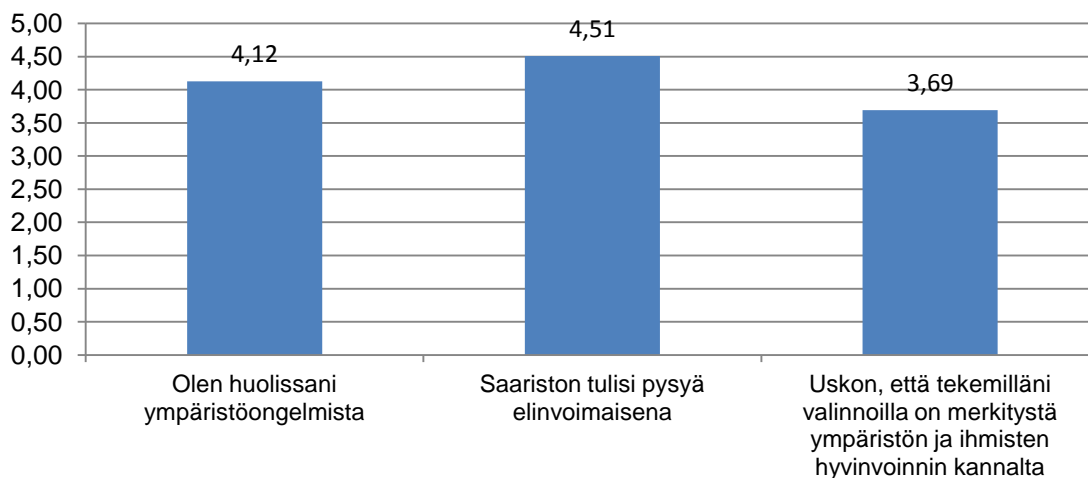
8 MATKAILIJOIDEN YMPÄRISTÖTIETOISUUS JA MAKSUVALMIUS

8.1 Ympäristötietoisuus ja -vastuullisuus

Kyselyssä pyrittiin kartoittamaan vastaajien ympäristötietoisuutta sekä – vastuullisuutta yhdeksän eri tekijän avulla. Kolme tekijää oli enemmän tietoisuutta eli ”ajatuksen tasolla” ympäristömyönteisyyttä kuvaavia ja loput kuusi konkreettisempia jokapäiväisiä käytäntöjä, jotka kuvaavat ympäristö-vastuullisia tekoja. Vastaajien tuli valita jokaisen väittämän kohdalla parhaiten mielipidettään vastaava numero yhdestä viiteen. 1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3 = ei mielipidettä, 4 = jokseenkin samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä. Laskemalla keskiarvot saatiin jokaisen väittämän osalta yleisesti tilannetta kuvaava lukuarvo. Ympäristötietoisuutta sekä -vastuullisuutta koskeviin väittämiin vastasi 64 vastaajaa.

Suurin osa vastaajista on huolissaan ympäristöongelmista, sillä jokseenkin samaa mieltä väitteen kanssa oli yli puolet vastaajista ja täysin samaa mieltä yksi kolmasosa vastaajista (Kuvio 9). Vain viidellä vastaajalla 64:stä ei ollut mielipidettä ja kolme oli jokseenkin eri mieltä. Usko omien valintojen merkitykseen ympäristön ja ihmisten hyvinvoinnin kannalta oli hieman alhaisempi kuin huolestuneisuus: Jokseenkin samaa mieltä oli kaksi viidesosaa vastaajista ja täysin samaa mieltä yksi neljäsosa. 11 vastaajalla ei ollut mielipidettä ja saman verran oli jokseenkin eri mieltä väitteen kanssa olevia. Vain yksi vastaaja oli täysin eri mieltä. Alueellisesta kestävydestä oltiin lähes yksimielisiä: väitteen ”Saariston tulisi pysyä elinvoimaisena” kanssa täysin samaa mieltä oli yli puolet vastaajista ja jokseenkin samaa mieltä oli kaksi viidesosaa vastaajista. Vain kahdella vastaajalla ei ollut mielipidettä asiasta.

Ympäristötietoisuus



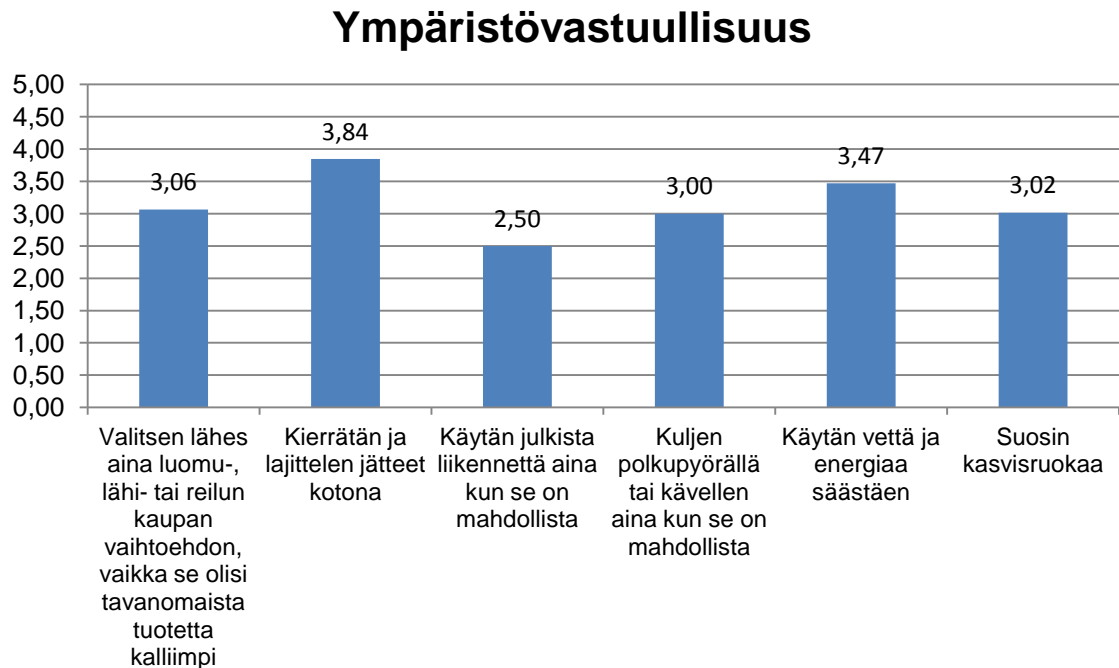
Kuvio 9. Vastaajien ympäristötietoisuus.

Väitteet ympäristövastuullisuudesta saivat enemmän hajontaa, mutta suurin osa kuitenkin jäi ”positiivisen” puolelle eli yli kolmen keskiarvon (Kuvio 10). Eniten ihmiset kierrättävät ja lajittelevat jätteitään sekä käyttävät säästään vettä ja energiaa. ”Kierrätän ja lajittelen jätteen kotona” -väitteen kanssa täysin samaa mieltä oli yli neljäsosa vastaajista ja noin puolet oli jokseenkin samaa mieltä. Myös ”Käytän vettä ja sähköä säästään” -väitteen kanssa noin puolet vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä.

Luomu-, lähi- ja reilun kaupan vaihtoehtoon valitsee ainakin joskus lähes kaikki vastaajista, sillä väitteen kanssa täysin eri mieltä oli vain yksi vastaaja. Jokseenkin samaa mieltä väitteen kanssa oli noin kaksi kolmasosaa vastaajista, samoin kuin jokseenkin eri mieltäkin väitteen kanssa. Kasvisruoan suosimisen suhteen jakautuminen oli suhteellisen samanlainen. Väitteen kanssa täysin eri tai täysin samaa mieltä oli muutama vastaaja enemmän.

Polkupyörällä ja kävellen kulkijoita on hieman enemmän kuin julkisten liikenteen käyttäjiä. Yli puolet vastaajista oli jokseenkin eri mieltä ”Käytän julkista liikennettä aina kun se on mahdollista” -väitteen kanssa ja yksi kymmenesosa

täysin eri mieltä. Oman auton käyttö on todella yleistä, mikä osittain selittyy pitkillä välimatkoilla ja huonoilla julkisen liikenteen yhteyksillä.



Kuvio 10. Vastaajien ympäristövastuullisuus.

8.2 Demografisten tekijöiden vaikutus ympäristötietoisuuteen ja vastuullisuuteen

Mitä suuremmat tulot ja korkeampi koulutus henkilöllä on, sitä enemmän hän on huolissaan ympäristöongelmista. Korkeakoulutetut myös uskovat enemmän omiin vaikuttamismahdollisuuksiinsa. Molemmista löytyi tilastollisesti merkittävä ero. Naiset valitsevat useammin luomu- tms. vaihtoehdon ja suosivat kasvisruokaa enemmän kuin miehet (tilastollisesti merkittävä ero). Muuten miesten ja naisten välillä ei ollut suuria eroja, joskin naiset käyttävät hieman vähemmän omaa autoa.

Mitä korkeammin koulutettu henkilö on, sitä useammin hän valitsee luomu- tms. vaihtoehdon ja kierrättää. Kasvisruokaa suosivat enemmän perusasteen ja korkea-asteen tutkinnon suorittaneet kuin toisen asteen tutkinnon suorittaneet. (Tilastollinen ero). Samoin matala- ja korkeatuloisimmat suosivat enemmän kasvisruokaa kuin keskituloiset. (Ei tilastollista eroa). Muuten tuloilla tai koulutuksella ei näyttäisi olevan merkitystä.

8.3 Maksuvalmius

Vastaajia pyydettiin arvioimaan, kuinka paljon enemmän he olisivat valmiita maksamaan tietynlaisista tuotteista tai palveluista verrattuna ”tavanomaisiin” tuotteisiin tai palveluihin. Vaihtoehtoina annettiin 0 %, 5 %, 10 %, 20 % ja ”joku muu” % enemmän. Tällä tavoin kartoitettiin matkailijoiden maksuvalmiutta kestävämmiin tuotettujen tuotteiden tai palvelujen osalta. Tavoitteena oli saada tietoa siitä, mitä positiivisia taloudellisia vaikutuksia yritykset voisivat tavoittaa kestävyydellä.

Eniten vastaajat olisivat valmiita maksamaan paikallisesti tuotetuista tuotteista. Noin kaksi viidesosaa 58 vastaajasta maksaisi tuotteesta, joka on tuotettu kokonaan tai osittain paikallisesti, 10 prosenttia enemmän ja toiset kaksi viidesosaa maksaisi 5 prosenttia enemmän (Taulukko 3).

Paikallisuuden lisäksi maksuhalukkuutta eniten nostivat ympäristöystävällisesti tuotetut tuotteet sekä lähi- ja kausituotteita sisältävä ravintolaruoka. Molemmista noin 30 prosenttia vastaajista olisi valmis maksamaan 10 prosenttia enemmän ja noin puolet vastaajista 5 prosenttia enemmän.

Tuote, jossa on huomioitu terveyttä edistävä vaikutus, jakoi vastaajien mielipiteitä eniten. Toisaalta sellaisesta tuotteesta oli valmis maksamaan 20 prosenttia enemmän kahdeksan prosenttia vastaajista, mikä on lähi- ja kausituotteiden kanssa eniten. Toisaalta taas yksi neljäsosa vastaajista ei maksaisi tällaisesta tuotteesta yhtään enempää kuin tavanomaisesta. Puolet olisi kuitenkin valmiita maksamaan 5 prosenttia enemmän ja yksi viidesosa 10

prosenttia. Terveyttä edistävä vaikutus on hankalasti hahmotettavissa oleva tekijä, mikä osaltaan on voinut jakaa mielipiteitä.

Vähiten maksuhalukkuutta nostivat toimintaa laajemmin koskevat tekijät. Yrityksen laatu- tai ympäristömerkistä tai -järjestelmästä jopa 40 prosenttia vastaajista ei olisi valmis maksamaan yhtään enempää ja 40 prosenttia olisi valmis maksamaan vain 5 prosenttia enemmän. Majoituspalvelusta, jonka yrittäjä kehittää toimintaansa vastuullisemmaksi, olisi 44 prosenttia vastaajista valmis maksamaan 5 prosenttia enemmän, kun 30 prosenttia ei olisi valmis maksamaan yhtään enempää. Molemmat edellä mainituista tekijöistä ovat ehkä hankalasti hahmotettavissa tai todennettavissa, mikä voi alentaa maksuhalukkuutta. Saattaa myös olla, että kuluttajien mielestä vastuullinen toiminta on itsestäänselvyys, eivätkä he ole valmiita maksamaan siitä tai jostain siitä kertovasta merkistä ylimääräistä.

Taulukko 3. Vastaajien maksuvalmius.

	0%	5%	10%	20%
Olen valmis maksamaan tuotteesta, joka tuotettu kokonaan tai osittain paikallisesti , % enemmän	13%	42%	39%	6%
Olen valmis maksamaan tuotteesta, joka on tuotettu ympäristöystävällisesti , % enemmän	13%	53%	29%	5%
Olen valmis maksamaan tuotteesta, jossa on huomioitu terveyttä edistävä vaikutus , % enemmän	24%	49%	19%	8%
Olen valmis maksamaan ravintolaruuasta, jonka raaka-aineet ovat lähi- ja kausituotteita , % enemmän	14%	49%	29%	8%
Olen valmis maksamaan majoituspalvelusta, jonka yrittäjä kehittää toimintaansa vastuullisemmaksi , % enemmän	30%	44%	24%	2%
Olen valmis maksamaan tuotteesta, jonka tuottaneella yrityksellä on jokin laatu- tai ympäristömerkki-/järjestelmä , % enemmän	40%	45%	15%	0%

Tällaiset kysymyksenasettelut ovat aina epätarkkoja, ja asiakkaiden todellista maksuvalmiutta on todella hankala arvioida. Vastaajat voivat sanoa olevansa

valmiita maksamaan vaikka mitä, mutta todellisessa valintatilanteessa he valitsevat kuitenkin edullisemmän ja vähemmän kestävän tuotteen. Nämä tulokset ovat kuitenkin suuntaa-antavia ja niistä selkeästi erottuvat ne, joista oltaisiin enemmän valmiita maksamaan ja ne, joista oltaisiin vähiten valmiita maksamaan.

8.4 Demografisten tekijöiden ja ympäristötietoisuuden vaikutus maksuvalmiuteen

Mitä korkeampi koulutus henkilöllä on, sitä enemmän hän on keskimäärin valmis maksamaan edellä mainituista tuotteista. Tilastollisesti merkittävä ero oli ympäristöystävällisyyden, majoituspalveluiden ja ympäristöjärjestelmän osalta. Tulot eivät hieman yllättävästi korreloineet yhdenmukaisesti eli vaihtelua esiintyi. Kaikkein korkeatuloisimmat olivat keskimäärin valmiita maksamaan hieman enemmän, mutta muuta selkeää linjaa ei näkynyt eikä tilastollista eroa löytynyt.

Vahvimmin maksuhalukkuuden kanssa korreloi vastaajan ympäristötietoisuus ja vastuullisuus. Mitä ympäristötietoisempi ihminen oli ja mitä enemmän hän toteutti vastuullisia tekoja jokapäiväisessä elämässään, sitä enemmän hän oli valmis maksamaan tuotteen tai palvelun vastuullisuudesta. Tilastollisesti merkittävä ero oli neljässä eri kategoriassa. Naiset olivat valmiita maksamaan enemmän kuin miehet, mutta tilastollisesti merkittävä ero löytyi vain paikallisuuden ja ympäristöjärjestelmän osalta. Osittain naisten suurempi maksuhalukkuus selittyy myös ympäristötietoisuuden takia, koska naiset olivat ympäristötietoisempia ja -vastuullisempia kuin miehet.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET

9.1 Kestävä matkailu ja kuluttaminen

Kestävän matkailun käsitteen yksiselitteinen määrittelemisen ei ole tarpeellista, vaan tärkeämpää on ottaa kestävän matkailun kehittämisessä huomioon paikalliset olosuhteet ja erityispiirteet. On kuitenkin olemassa monia periaatteita, jotka huomioiden voidaan kehittää kestävämpää toimintaa. Periaatteet koskevat niin ekologista, taloudellista kuin sosiaalis-kulttuurista kestävyyttä. Yksinkertaistaen kestävä matkailu pyrkii minimoimaan toiminnan aiheuttamat negatiiviset vaikutukset luonnonympäristölle ja paikalliskulttuurille sekä edistämään sosiaalista ja taloudellista oikeudenmukaisuutta.

Taloudellisen kestävyuden elinehtona ovat tietenkin asiakkaat ja heidän kukkaronsa. Asiakkaiden kuunteleminen ja heidän mielipiteidensä huomioon ottaminen on tärkeää kehittämistyössä. Kuluttajien vaatimuksesta voi tapahtua paljon, mutta heidän ei voida myöskään olettaa määräävän koko kehitystä. Matkailuyrittäjien on kehitettävä toimintaa oma-aloitteisesti ja ennakkoluulottomasti jatkuvasti muuttuvassa maailmassa. Lisäksi tarvitaan valtakunnallisen ja alueellisen tason toimijoilta vastuunottoa yhteisen planeettamme tulevaisuudesta.

Eläminen kulutusyhteiskunnassa on korostanut kulutuksen merkitystä ehkä liikaakin. Kestävään kehitykseen pyrkimisessä on asetettu tavoitteeksi kulutuksen siirtyminen tavaroista palveluihin. Tämä ei kuitenkaan yleisestä käsityksestä huolimatta ole välttämättä sen parempi. Ostamamme tavarat tuotetaan ulkomailla, joten kulutamme luonnonvaroja muualta kuin Suomesta. Palveluidenkin tuottamiseen on usein tarvittu tavaroita ja materiaaleja. Matkailupalvelujen tuottamiseen tulisikin kiinnittää huomiota, jotta ne tuotettaisiin kuluttamalla mahdollisimman vähän luonnonvaroja. Ja lisäksi näiden vähien luonnonvarojen tulisi olla kotimaisia. Tällöin myös maailmanlaajuinen ekologinen kestävyys paranee.

Kasvava ympäristötietoisuus ja kestävän kehityksen korulauseet ovat saaneet ihmiset ehkä kuvittelemaan itsensä ympäristöystävällisemmäksi kuluttajaksi kuin mitä heidän todellinen kulutustasonsa on. Kulutustavat muuttuvat todella hitaasti ja niiden lisäksi tarvitaan kokonaisvaltaisempaa elämäntapojen muuttamista. Kuluttajan merkityksen korostaminen ei ehkä olekaan välttämättä ratkaisu. Jos kuluttajalla ei ole valittavanaan muita kuin ympäristöystävällisiä tuotteita, ei hänellä ole vaihtoehtoja valita epäkestävästi. Ihmiset toimivat aina vallitsevissa olosuhteissa, joten tarjonta vaikuttaa ostopäätöksiin. Tämä pätee yhtä lailla myös matkailualaan.

9.2 Matkailija Kustavissa

Tyypillinen Kustavin matkailija on keski-ikänen ylittänyt, puolisonsa kanssa mutta ilman lapsia matkustava henkilö. Kustavissa viihdytään, sillä sinne tullaan yhä uudestaan. Kustaviin tullaan mökkeilemään, veneilemään tai autolla päivävierailulle. Eniten matkailijoita Kustaviin saapuu lähiseuduilta, mutta myös pääkaupunkiseutulaiset löytävät tiensä usein Kustaviin. Kustavin palveluihin ollaan melko tyytyväisiä eivätkä matkailijat osaa kaivata mitään muuta erityistä.

Kustavin matkailijat ovat melko ympäristötietoisia, mutta ympäristövastuullisessa toiminnassa monilla on parannettavaa. Ympäristövastuullisesti tuotetuista tuotteista moni olisi kuitenkin valmis maksamaan enemmän kuin ”tavanomaisesti” tuotetuista tuotteista. Kyselyn tulokset myötäilivät pohjoisen ministerineuvoston raporttia siinä, että ”paikallistuotanto ja paikallinen kulttuuri ovat yhä tärkeämmässä asemassa, samoin vaatimus matkailun kielteisten ympäristö- ja yhteiskuntavaikutusten minimoinnista” (Norden 2012). Matkailijat myös Kustavissa ovat kiinnostuneita näistä asioista ja varsinkin paikallisuuden kunnioitus nousi esille monissa vastauksissa. Paikallisista tuotteista oltiin myös valmiita maksamaan suhteessa eniten. Ympäristöasioista huolehtiminen on ehkä vastaajien mielestä yrittäjien tai päättäjien vastuulla, eikä omia vaikutusmahdollisuuksia välttämättä tiedosteta.

Kustavin matkailun kehittäminen kestäväään suuntaan sai pääosin positiivisen vastaanoton, mutta tietyin ehdoin. Mukavuudenhaluisuus korostuu lomalla, jolloin lisävaivaa ei haluta nähdä. Erityisesti oman auton käytön rajoituksiin suhtauduttiin epäilevästi tai jopa hyvin kielteisesti. Myös käytettävissä olevan sähkön ja veden määrän rajoittamiseen suhtauduttiin hieman negatiivisesti. Sen sijaan paikallisten raaka-aineiden käyttö, erityisesti kulttuuri- mutta myös muiden tapahtumien lisääminen sekä uusiutuvien energialähteiden käyttäminen voisivat tuoda lisää matkailijoita.

Kestävä kehitys on käsitteenä jo hieman kulunut ja pitää sisällään monen mielestä vain korulauseita. Moni ei myös tiedä tai ymmärrä, mitä sillä tarkoitetaan. Matkalla Kustavissa -hankkeessa käytetty käsite vastuullinen matkailu voikin olla hyvä vaihtoehto, koska se tuo asiaa hieman konkreettisemmaksi. Vastuullisuus voi herättää enemmän mielikuvia kuin kestävyys. Toki vastuullisuudenkin voi käsittää monella tavalla ja sillä voidaan tarkoittaa eri asioita kuin mitä matkailija ajattelee. Kun vastuullisuus -käsitettä käytetään viestinnässä, on sitä(kin) hyvä avata ja kertoa, mitä sillä tarkoitetaan.

9.3 Tulosten tarkastelu

Vastauksia saatiin suhteellisen pieni määrä, joten kovin kattavaa tutkimuksesta ei muodostunut. Tulosten yleistettävyyys on hieman epävarmaa eikä kovin painokkaita yleistyksiä voida tehdä. 66 vastausta antaa kuitenkin jonkinlaisen kuvan matkailijoiden mielipiteistä. Yritysten odotettiin ”mainostavan” kyselyä enemmän, mutta ilmeisesti heidän resurssinsa eivät riittäneet, tai he eivät kokeneet tätä tärkeäksi. Lomakkeissa olevat asiakastytyväisyyttä mittaavat kysymykset olisivat kuitenkin voineet antaa ensisijaisen tärkeää informaatiota yrityksille heidän oman toimintansa kehittämiseen.

Haastatteluja olisi pitänyt tehdä muuallakin kuin keskustassa, esimerkiksi satamissa. Nyt matkailijoiden jakautuminen voi olla hieman vääristynyt siinä suhteessa, että Kustavin kolmessa vierasvenesatamassa käy paljon veneilijöitä kesän aikana. Lomakkeita oli kyllä täytettävänä yhdessä vierasvenesatamassa, mutta sieltä saatujen vastausten määrä oli suhteellisen vähäinen (10kpl).

Toiseen satamaan lomakkeita ei voinut jättää sopivan tilan puuttumisen vuoksi. Haastattelujen tekohetkillä Kustavissa ei ollut mitään tapahtumaa, joten tältä osin vastaajajoukko on tavanomainen.

Kohderyhmän perusjoukkoa on hankalaa tavoittaa tai hahmottaa, sillä erityyppisiä matkailijoita on Kustavissa runsaasti. 66 vastausta tällaiselle tutkimukselle on ihan hyvä saavutus, mutta näin pienellä vastausmäärällä tuloksiin syntyy epävarmuutta, kun käytetään tilastollisia tutkimusmenetelmiä. Tämän vuoksi tuloksissa esitettyihin prosenttiosuuksiin tulee suhtautua kriittisesti.

Avoimiin kysymyksiin vastattiin huonosti, mikä osaltaan laskee tutkimuksen validiutta, sillä ei pystytä olemaan varmoja siitä, ovatko vastaajat ymmärtäneet kysymykset kyselyn tekijän kanssa samalla tavalla. Avoimilla kysymyksillä olisi voitu saada ihmisten mielipiteet kestävästä matkailusta paremmin esille. Nyt tulokset jäivät näiltä osin vain tietyn joukon vastauksien varaan. Tähän olisi voinut auttaa lyhyempi lomake, jolloin ihmiset olisivat jaksaneet vastata paremmin avoimiin kysymyksiinkin. Tai jos kaikki kysymykset olisivat olleet avoimia, olisi niihin mahdollisesti saatu enemmän ja pidempiä vastauksia. Toisaalta silloin vastaajien määrä olisi voinut pienentyä edelleen. Haastatteluja olisi pitänyt tehdä enemmän jossain, missä ihmisillä ei olisi ollut niin kiire kuin mitä kauppaan mennessä ehkä on, jolloin avoimiin kysymyksiinkin olisi ehkä saatu enemmän vastauksia.

Kestävän matkailun määrittelykysymyksessä (Kysymys 10) ihmisten vastauksiin ovat voineet vaikuttaa edellisen kysymyksen väittämät liittyen ympäristötietoisuuteen ja -vastuullisuuteen. Niin kuin on aikaisemminkin jo todettu, maksuvalmiutta on hankala mitata ja tuloksia siltä osin voi pitää korkeintaan suuntaa antavina. Toisaalta niillä voidaan vertailla eri asioiden arvostusta, kun eri tekijöistä kysyttiin samassa kysymyksessä samalla tavalla.

Kyselyn laajuus omalta osaltaan vaikutti myös koko työn laajuuteen. Työstä tuli resursseihin nähden liian laaja, jolloin yhteen asiaan ei voitu paneutua tarpeeksi

syvällisesti. Tämän kokemuksen perusteella on syytä vastaisuudessa kiinnittää huomiota enemmän olemassa oleviin resursseihin ja työn tarkoitukseen.

9.4 Kustavin matkailun kehittäminen

Matkailijalle, eli matkailutuotteen kuluttajalle, matkailutuote koostuu matkan suunnittelusta sekä kaikesta matkan aikana koetusta ja tapahtuneesta. Tuottajalle taas matkailutuote voi olla vain yksi palvelu, jonka matkailija ostaa kuten majoitus, opastettu retki, ravintolan ruoka tai bussimatka. Matkailija kokee matkan kokonaisuutena: hän matkustaa esimerkiksi Lappiin tai Saariston rengasreitille, ja sijoittaa kaiken tapahtuneen tähän paikkaan. (Verhelä & Lackman 2003, 16). Yksittäisistä tekijöistä muodostuu kokonaisuus, ja vain sillä on merkitystä matkailijan mielikuvissa kohteesta. Kärjistäen voisi sanoa, että jos ruoka ravintolassa on huonoa, seuraavalla kerralla mennäänkin mahdollisesti rengastien sijasta Ahvenanmaalle. Tällä on merkitystä myös kestävyyskehittämisen kannalta. Jos halutaan luoda mielikuvaa kestävästä Kustavista, on tärkeää toteuttaa kestävä matkailu kaikkialla Kustavissa. Myös viestinnässä, sekä yksityisten yritysten että koko kunnan yleisessä markkinoinnissa, on tuotava asia esiin selkeästi ja totuudenmukaisesti.

Jos halutaan saaristoympäristön säilyvän asumiskelpoisena, tulisi Kustavin matkailua (niin kuin kaikkea muutakin matkailua) kehittää voimakkaasti kestävänsuuntaan. Ei ole yhtä oikeaa tapaa toteuttaa kestävä matkailu ja Kustavissakin vaihtoehtoja varmasti riittää. Ei ole myöskään yksiselitteistä, mikä on aina se kaikista kestävin vaihtoehto. Joka tilanteessa tulee tarkastella valintojen vaikutuksia laajemmassa mittakaavassa ja pidemmällä aikavälillä. Kestävän matkailun toteuttaminen ei onnistu pelkästään rajoituksia asettamalla, vaan lisäksi tarvitaan positiivisia kannustimia. Asiakkaille tulee kertoa, miksi jotakin tehdään niin kuin tehdään ja miten he voivat osallistua yhteisen päämäärän tavoitteluun.

Kustavin runsas mökkeilijäkansa on potentiaalisia palvelujen kuluttajia. Heidän aktivointinsa ei ole tietenkään yksinkertainen tai nopea prosessi. Pitkäjänteisellä yhteistyöllä voidaan kuitenkin saada paljon aikaan. Viestintä on ensiarvoisen

tärkeää. Tapahtumissa, joissa mökkeilijät käyvät, voidaan kertoa palveluista. Mökkeilijät haluavat luonnonrauhaa, mutta kuitenkin peruspalveluja lähetyville. Tarvitaan rohkeutta kehittämistyöhön.

Saariston rengastiellä kulkee kesän aikana paljon matkailijoita. Koska rengasreitti ei varsinaisesti kulje Kustavin läpi, tulisi rengastiellä kulkijoille kohdennettua markkinointia tehostaa korostamalla sellaisia tekemisen mahdollisuuksia, joihin ei muualla rengastien varrella ole mahdollisuutta. Tässä tarvitaan yrittäjien ja kunnan välistä yhteistyötä, sillä yksittäisellä yrityksellä tuskin on varaa laajaan markkinointiin.

Kustaviin tarvittaisiin lisämajoitusta, jotta matkailijoiden viipymä pidentyisi. Pidempään Kustavissa viihtyville voitaisiin myös helpommin myydä erilaisia ohjelmapalveluja ja viikko-ohjelmia. Yhteistyö matkailuyrittäjien ja ohjelmapalvelujen tarjoajien välillä voisi tuoda molemmille lisätuloja.

Talvimatkailun lisääminen ja matkailusesongin pidentäminen ovat avainasemassa kestävän matkailun kehittämisessä Kustavissa. Aiemmassa tutkimuksessa moni matkailija oli ilmaissut kiinnostuksensa käydä Kustavissa myös talvella ja näin osa mökkeilijöistä jo tekeekin. Mökkien talviasuttavuus paranee koko ajan, joten tulevaisuudessa talvikävijöiden määrä voi kasvaa. Talvimatkailijoille pitäisi kuitenkin olla tarjolla erilaisia palveluja, jotta heidän käynnillään olisi merkitystä yrittäjille. Tähänkin tarvitaan yrittäjien välistä yhteistyötä, jotta edes osa palveluista olisi saatavilla. On toki totta, että mökkien talvikäyttö lisää luonnonvarojen kulutusta (liikenne, lämmitys jne.) On kuitenkin kestävämpää tehdä talvella matka Kustaviin kuin lentokoneella etelään tai Lappiin.

Yhtenä isona haasteena Kustavin matkailun kestävässä kehittämisessä on pitkät välimatkat eri toimintojen ja yritysten välillä. Tämän hetkisillä matkailijamäärillä julkisen liikenteen kehittäminen lienee mahdotonta. Polkupyörien vuokraus voisi olla yksi vaihtoehto, mutta niitä tulisi olla saatavilla useassa paikassa ja käytön pitäisi olla helppoa ja edullista tai jopa ilmaista.

Kestävämpiä liikennetkaisuja tullaan myös pohtimaan hankkeessa erillisenä osana.

Osat Isokarin majakkasaaresta sekä Katanpään linnakesaaresta kuuluvat Selkämeren kansallispuistoon. Kansallispuisto koostuu pääosin merialueista, sillä 912 km²:n kokonaispinta-alasta maa-alueita on vain 15 km². Selkämeren kansallispuisto on perustettu vuonna 2011 suojelemaan vedenalaista luontoa sekä monipuolista saariston lajistoa. (Metsähallitus 2013.) Kansallispuisto käsitteenä on kansainvälinen ja statuksen saaminen luokin lisää tunnettuutta ulkomaisten matkailijoiden keskuudessa. Kansallispuistot houkuttelevat myös kotimaisia kävijöitä sekä varmistavat niin alueiden suojelun kuin virkistyskäytön mahdollisuuksienkin säilymisen. Vaikka kansallispuistoon kuuluvat alueet ovat pieniä ja kaukana Kustavin keskustasta, voidaan sitä käyttää hyödyksi markkinoinnissa ja imagon luomisessa.

Ihmiset ovat huolissaan ympäristöongelmista, mutta he eivät paljoa usko omiin vaikutusmahdollisuuksiinsa. Tähän voidaan vaikuttaa ympäristökasvatuksella, jota myös matkailuyritykset voivat tehdä. Yritykset voivat kertoa siitä, mitä he tekevät ympäristön hyväksi ja kuinka matkailijat voivat auttaa heitä ympäristön säilyttämisessä. Pelkkä informaatio aiheesta ei riitä, vaan matkailijoille tulisi tarjota omakohtaisia kokemuksia aiheen parissa. Tarvitaan konkreettisia esimerkkejä teoista ja näiden tekojen tekeminen tulee tehdä helpoksi matkailijalle.

”Matkailun trendeistä olemassa oleva tutkimustieto viittaa siihen, että tulevaisuudessa kysytyjä ovat etenkin ainutkertaiset matkakokemukset, joissa matkailijan oma osallistuminen ja uusien asioiden oppiminen korostuvat.” (Norden 2012.) Tämän perusteella Kustavissa voitaisiin kehittää edelleen ohjelmapalveluja, joissa asiakkaat pääsevät itse tekemään ja kokemaan. Kalastusmatkat, erilaiset seikkailuaktiviteetit kuten melonta ja kiipeily sekä kädentaitojen opettelu voisivat olla tulevaisuudessa kysytyjä. Hankkeen tiimoilta näitä onkin ideoitu, joten enää tarvitaan palvelumuotoilua, testausta ja rohkeutta lähteä toteuttamaan niitä.

Teoriaosuudessa kerrottiin pohjoismaisesta matkailukohteiden sertifikaatista, jonka lanseeraus tulisi realisoitua tänä vuonna. Kustavissakin voitaisiin harkita tämän (tai jonkin muun) sertifikaatin käyttöönottoa, jos sellainen kehitetään ja se olisi sovellettavissa Kustaviin. Raportissa mainittiin mahdolliseksi ongelmaksi yhteistyön puute ja kuntatason osallistuminen. Kustavissa näiden ei pitäisi olla ongelmia, koska kunta on mukana hankkeessa ja yrittäjien verkosto vaikuttaa vahvalta. Kunnan talouden hyvä nykytilanne edesauttaa mahdollisen sertifikaatin käyttöönottoa. Sertifikaatti voisi olla hyvä jatkumo hankkeelle ja näin voitaisiin varmistaa yhteistyön jatkuminen olettaen sertifikaatin vaativan sellaista.

9.5 Jatkotutkimuksia

Tämän tutkimuksen kohderyhmänä olivat matkailijat, mutta yhtä tärkeää olisi tutkia paikallisen väestön mielipiteitä. Olisi hyvä tietää, miten paikalliset suhtautuvat matkailuun, sen kehittämiseen ja matkailijoihin. Tulosten perusteella voitaisiin kehittää sosiaalista kestävyyttä ja vähentää matkailun negatiivisia sosiaalisia vaikutuksia. Tutkimuksen kohteena tulisi olla ne paikalliset asukkaat, jotka eivät saa matkailusta ainakaan suoraan tuloja.

Paikalliset pitäisi saada muutenkin mukaan matkailun kehittämistyöhön, sillä heillä on paljon asiantuntemusta asuinalueestaan ja sen kulttuuriperinnöstä. Vanhemmalla väestöllä on monia tarinoita entisestä elämänmenosta ja olisi tärkeää saada niitä tallennettua. Näin kulttuurinen kestävyys parantuisi ja menneistä ajoista voitaisiin saada uusia ideoita. Menneiden aikojen tarinoista voi saada perspektiiviä nykyiseen ja sitä kautta oppia nauttimaan elämästä ilman turhaa materiaa.

Paikallishistorian tallentamista sekä esille tuomista ja paikallisten asukkaiden mielipiteiden tutkimista voisi toteuttaa aivan omana hankkeenakin. Kulttuuriperintö toimii voimavarana paikallisille asukkaille, niin vanhoille kuin nuorillekin. Hanke toimisi erityisesti sosiaalista ja kulttuurista kestävyyttä edistävänä, mutta sivutuotteena voisi syntyä ”uusia” toimintamalleja, jotka mahdollisesti olisivat ekologisesti kestäviä.

9.6 Yhteenveto

Matkailun kehittäminen on tärkeää reuna-alueiden elinvoimaisuuden säilymiselle ja matkailulla voidaan edistää niin taloudellista ja sosiaaliskulttuurista kuin ekologistakin kestävyttä. Saaristomatkailu on tärkeä tekijä Suomen matkailussa, jos vain saaristo säilyy niin luonnon kuin kulttuuriarvoiltaan elinkelpoisena. Matkailijat tuovat lisätuloja alueelle ja yhä useampi voi asua saaristossa niin halutessaan. Lisäksi palvelujen säilymisen mahdollisuus parantuu. Kestävästi toteutettuna matkailu ei kuluta liikaa luonnonvaroja tai aiheuta negatiivisia sosiaalisia vaikutuksia. Päinvastoin kestävällä matkailulla voidaan edistää ympäristön suojelua ja ihmisten ympäristötietoisuutta, vahvistaa kulttuuriperintöä sekä kulttuurien välistä ymmärrystä ja sosiaalista oikeudenmukaisuutta.

Kustavin matkailu on murrosvaiheessa, jolloin sen kehittäminen kestäväan suuntaan on helpompaa kuin jos se olisi jo kehittynyt epäkestävällä tavalla. Kustavissa käy jo nyt paljon matkailijoita, joten enää tarvitsee houkutella heitä ostamaan enemmän palveluja. Iso osa matkailijoista on valmis maksamaan kestävästi tuotetuista tuotteista ja palveluista ainakin hieman enemmän kuin ”tavanomaisista” tuotteista. Matkailuyrittäjien tulisikin panostaa tuotteiden ja palvelujen kestävyteen sekä kertoa siitä asiakkaille. Lisäksi kehittämällä voimakkaasti talvimatkailua voitaisiin vähentää lyhyestä sesongista aiheutuvia ongelmia, mikä parantaisi ainakin taloudellista ja sosiaalista kestävyttä.

Matkailun kestävä kehittäminen tulisi toteuttaa enemmän positiivisilla asioilla eli tarjoamalla kestäviä vaihtoehtoja ja tekemällä kestävä matkailun toteuttaminen matkailijalle helpoksi. Jos negatiiviselta kuulostavia rajoituksia halutaan ottaa käyttöön, tulisi se tehdä vähän kerrallaan ja kertoa matkailijoille selkeästi, miksi niin tehdään. Ihmiset vierastavat kaikkea uutta ja erilaista, mutta tottuvat kuitenkin yleensä varsin nopeasti. Mitä vanhemmasta henkilöstä on kyse, sitä enemmän hän yleensä vastustaa muutosta. Kustavin matkailijat ovat keskimäärin vanhempaa väestöä, mutta kestävä matkailun voimakas toteuttaminen voi myös toisaalta tuoda Kustaviin aivan uuden kävijäryhmän: nuoret tiedostavat kaupunkilaiset. Tällöin myös perinteiden esiintuominen tulee

erityisen tärkeäksi, sillä näille tiedostaville matkailijoille perinteistä oppiminen nousee koko ajan merkittävämmäksi.

Matkailun kasvulle ei näy loppua ja on oletettavaa, että Suomen kaunis luonto houkuttelee tulevaisuudessa yhä enemmän sekä ulkomaisia matkailijoita että kotimaisia kaupunkien asukkaita. On tärkeää kehittää matkailua kestäväällä tavalla nyt, sillä se on helpompaa matkailijamäärien vielä ollessa vähäisiä. Näin luodaan pohjaa toivottavasti kasvaville matkailijavirroille niin, etteivät ne pääsekään kasvamaan liian suuriksi.

Kustavin matkailun kehittämisen painopisteitä ovat paikallisuuden edistäminen, talvimatkailun kehittäminen, liikenteen kestävä ratkaisut, mökkeilijöiden aktivoiminen palvelujen ostajina ja kestävä matkailun toteuttajina sekä matkailuyrittäjien yhteistyön lisääminen. Nämä kaikki ovat mukana Matkalla Kustavissa -hankkeen tavoitteissa, mutta kehitystyötä on jatkettava hankkeen jälkeenkin. Toivottavasti hankkeen aikana rakennettava yrittäjien verkosto jatkaa toimintaansa hankkeen loputtua ja yrittäjät saavat aikaan vahvaa paikallista sitoutumista ja yhteenkuuluvuuden tunnetta, jolloin kehittämisestä tulee kaikkien yhteinen tavoite. Vain siten kestävä matkailua voidaan toteuttaa pienellä paikkakunnalla sosiaalis-kulttuurisesti, ekologisesti ja taloudellisesti kestäväällä tavalla.

10 LÄHTEET

- Aho, S. 1997. Matkailu ja alueiden kehittäminen. Teoksessa Matkailu ja kehitys – Näkökulmia alueiden ja kohteiden tarkasteluun, Aho, S., Ilola, H. & Järviluoma, J. (toim.) . Rovaniemi: Lapin yliopisto
- Borg, P. 1997. Kestävä matkailu – kestävyys Matkailussa? Teoksessa Kestävä matkailu, toim. Borg, P. & Condit, S. 1997. Kestävän matkailun julkaisuja 1. Savonlinna: Matkailun osaamiskeskus ja Matkailualan verkostoyliopisto, Joensuun yliopisto.
- Borg, P.; Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi - matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Juva: WS Bookwell Oy.
- Gössling, S.; Hall, C.M. & Weaver, D.B (toim.) 2009. Sustainable Tourism Futures. New York & London: Routledge, Taylor & Francis Group
- ELY-keskus 2011. Kuljetukset 1996-2011 - Saariston rengastie. Viitattu 3.2.2013 <http://www.ely-keskus.fi/fi/ELYkeskukset/varsinaissuomenely/Saaristoliikenne/Documents/Rengastie%2096-11.pdf>
- Haanpää, L. 2009. Vastuullinen kuluttajuus ja ympäristömyötäisyys kulutusasenteissa. Teoksessa Kulutuksen liikkeit. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2009. Lammi, M.; Niva, M. & Varjonen, J. (toim.) 66-82. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirjoja 5: Tampere
- Hankesuunnitelma 2011. Matkalla Kustavissa -hanke. Turun ammattikorkeakoulu.
- Heinonen, T. & Luomi, A. 2008. Ympäristökasvatuksen käsitteiden määritelmäluonnos. Pääkaupunkiseudun kierrätyskeskus Oy
- Hellén, K. 2002. ”-- ne likaa, rähjää ja sohlaa” Teoksessa Elämää ja elämyksiä saaristossa – näkökulmia kestäväan matkailuun, Nurminen, H. (toim.). s. 53-66. Turku: Kirja-Aurora ja Nuotta-hanke.
- Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö ja luonto, osa1. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Hirsjärvi, S.; Remes, P & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13., osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Kangas, H. 2007. Ympäristöasenteisiin perustuva matkailijoiden tyypittelymalli ja matkailijatyyppejen yhteys laatutietoisuuteen – Kolin kansallispuiston ympäristömerkkitutkimuksen tuloksia. Metla. Saatavissa <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2007/mwp052-05.pdf>
- Kustavin kunnan matkailustrategia 2011-2015. Kustavin kunta 2011. Saatavissa www.kustavi.fi > Kustavin kunnan matkailustrategia
- Kustavin kunta 2012a. Viitattu 19.5.2013 www.kustavi.fi
- Kustavin kunta 2012b. Kartat. Viitattu 4.11.2012 www.kustavi.fi > Kartat
- Kustavin kunta 2012c. Palveluhakemisto. Viitattu 3.2.2013 www.kustavi.fi > Palveluhakemisto
- Laki kunnan peruspalvelujen valtionosuudesta 1704/2009.

Laki saariston kehityksen edistämisestä 26.6.1981/494.

Lampikoski, K. & Lampikoski, T. 2000. Kuluttajavisiot – näköaloja kuluttajakäyttäytymisen tulevaisuuteen. Porvoo: WSOY

Lindquist, M. 2002. Saaristo matkailutuotteena. Elämää ja elämyksiä saaristossa – näkökulmia kestäväan matkailuun, Nurminen, H. (toim.). s. 135-152. Turku: Kirja-Aurora ja Nuotta-hanke.

Louhivuori, J. 2012. Kustavin talous vahvasti ylijäämäisenä. Turun Sanomat 22.11.2012

Merilahti, K. 2012. Matkailijoiden näkemyksiä kestävästä matkailusta maaseudulla. Tampere: Tampereen Ammattikorkeakoulu. Saatavissa [http://www.tamk.fi/cms/hakumm.nsf/lupgraphics/julkaisuB48_Matkailijoiden_nakemyksia_KESMA.A.pdf/\\$file/julkaisuB48_Matkailijoiden_nakemyksia_KESMA.pdf](http://www.tamk.fi/cms/hakumm.nsf/lupgraphics/julkaisuB48_Matkailijoiden_nakemyksia_KESMA.A.pdf/$file/julkaisuB48_Matkailijoiden_nakemyksia_KESMA.pdf)

Metla 2011. Kaupunkilomalla vai tunturiluonnossa? Kotimaisten matkailijoiden näkemyksiä ja toiveita lappilaisesta matkailukeskusympäristöstä. Viitattu 23.5.12 <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2011/mwp190.pdf>

Mesähallitus 2010. Kestävän luontomatkailun periaatteet luonnonsuojelualueilla. Viitattu 29.11.2012 www.metsa.fi > Luonnonsuojelu > Suojelualueiden hoito ja käyttö > Virkistyskäyttö ja luontomatkailu > Kestävän luontomatkailun periaatteet

Metsähallitus 2013. Selkämeren kansallispuisto. Viitattu 26.5.2013 www.luontoon.fi > Retkikohteet > Kansallispuistot > Selkämeri

Norden 2013. Matkailun kasvu siivittää keskustelua pohjoismaisesta kestäväan kehityksen sertifikaatista. Viitattu 13.5.2013 <http://www.norden.org/fi/ajankohtaista/uutiset/matkailun-kasvu-siivittaa-keskustelua-pohjoismaisesta-kestaevaen-kehityksen-sertifikaatista>

Opetushallitus. Kuluttajakäyttäytyminen. Viitattu 18.5.2013 <http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/?page=294>

Räsänen, P. 2004. Ikä- ja sukupolvytyypillisten arvojen tarkastelua. Teoksessa Yhteiskunnan moottori vai kivireki? Suuret ikäluokat ja 1960-lukulaisuus. Erola, J. & Wilska, T-A. (toim.) s.199-214. SoPhi: Jyväskylä

Saloranta, S. 2012. Ympäristökasvatuksen vaikuttavuus tuoreen tutkimustiedon valossa. Seminaari ympäristökasvatuspäivillä 5.10.2012. Diat saatavissa http://www.ymparistokasvatus.fi/images/documents/seppo_saloranta.pdf

Siivonen, M. 2010. Tyytyväisyyskysely Kustavin kunnan matkailustrategiaa varten kesällä 2009. Opinnäytetyö. Liiketalouden koulutusohjelma. Tampere: Tampereen ammattikorkeakoulu

Silfverberg, P. 2007. Ideasta projektiksi - Projektityön käsikirja. Helsinki: Edita

Tilastokeskus 2011. Tutkinnon suorittaneen väestön määrä moninkertaistunut 40 vuodessa. Viitattu 22.5.13 www.stat.fi > Tilastot > Koulutus > Väestön koulutus rakenne > 2010 > Tutkinnon suorittaneen väestön määrä moninkertaistunut 40 vuodessa

Tilastokeskus 2012a. Kesämökki 2011. Viitattu 4.11.12 www.stat.fi > Tilastot > Asuminen > Rakennukset ja kesämökki > 2011 > Kesämökki 2011

Tilastokeskus 2012b. Kustavi-Gustavs. Viitattu 3.2.2013 www.stat.fi > Tuotteet ja palvelut > Tietoa alueittain > Kuntien avainluvut > Kustavi - Gustavs

Tilastokeskus 2012c. Liitetaulukko 1. Kaupunkialueiden ja muiden kuntien kokonaisnettomuutto 2000–2011. Viitattu 17.10.2012 www.stat.fi > Tilastot > Väestö > Muuttoliike > 2011 > Liitetaulukko 1. Kaupunkialueiden ja muiden kuntien kokonaisnettomuutto 2000–2011

Tilastokeskus 2012d. Matkailu ulkomailta Suomeen kasvoi vuonna 2011. Viitattu 12.5.2013 www.stat.fi > Tilastot > Liikenne ja matkailu > Rajahaastattelututkimus > 2011 > Matkailu ulkomailta Suomeen kasvoi vuonna 2011

Tilastokeskus 2012e. Suomalaisten matkailu kotimaassa lisääntyi touko–elokuussa 2012. Viitattu 12.5.2013 www.stat.fi > Tilastot > Liikenne ja matkailu > Suomalaisten matkailu > 2012 > kesä (1.5.-31.8.2012) > Suomalaisten matkailu kotimaassa lisääntyi touko–elokuussa 2012

Työ- ja elinkeinoministeriö 2010. Suomen matkailustrategia 2020. Viitattu 23.5.12 http://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia_020610.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö 2009. Toimialaraportti, Matkailun yleisosa. Viitattu 23.5.12 http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/894/Matkailun_yleisosa_2009_netti.pdf

UNWTO (The World Tourism Organisation) 2012. Sustainable Development of Tourism > Definition. Viitattu 23.5.2012 <http://sdt.unwto.org/en/content/about-us-5>

UNWTO (The World Tourism Organisation) 2013. International tourism continue robust growth 2013. Viitattu 12.5.2013 <http://media.unwto.org/en/press-release/2013-01-28/international-tourism-continue-robust-growth-2013>

Valtioneuvosto 2011. Pääministeri Jyrki Kataisen hallituksen ohjelma. Valtioneuvoston kanslia. Saatavissa <http://valtioneuvosto.fi/hallitus/hallitusohjelma/pdf/fi.pdf>

Valtioneuvoston asetus saaristokunnista ja muiden kuntien saaristo-osista vuosina 2012—2015 1296/2011.

Valtiovarainministeriö 2012. Varsinais-Suomi. Viitattu 17.10.2012 www.vm.fi > Julkaisut ja asiakirjat > Julkaisut > Kunnat > Elinvoimainen kunta- ja palvelurakenne > Varsinais-Suomi

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmalvelut. 1. painos. Porvoo: WS Bookwell Oy

Vuorinen, I. 2002. Saaristomeren ympäristökeskustelun ongelmakohtia. Teoksessa Elämää ja elämyksiä saaristossa – näkökulmia kestävään matkailuun. Nurminen, H. (toim.). s. 67-78. Turku: Kirja-Aurora ja Nuotta-hanke.

Vuoristo, K-V. 2002. Matkailun muodot. 3. painos. Porvoo: WS Bookwell Oy

Väestörekisterikeskus 2012. Kuntien asukasluvut aakkosjärjestyksessä. Viitattu 17.1.2013 <http://vrk.fi/default.aspx?docid=6847&site=3&id=0>

KYSELYTUTKIMUS MATKAILIJOILLE KUSTAVISSA KESÄLLÄ 2012

Kyselyn tuloksia tullaan hyödyntämään Kustavin matkailun kehittämisessä. Olkaa hyvä ja vastatkaa kysymyksiin valitsemalla parhaiten sopiva vaihtoehto ja/tai kirjoittamalla vastauksenne annettuun tilaan.

Sukupuoli Nainen Mies

Syntymävuosi _____

Lapsia Kyllä Ei

Lasten syntymävuodet _____

Asuinpaikkakunta _____

Omistaako joku taloudessanne Kustavin alueelta vapaa-ajan asunnon? Kyllä Ei

Korkein suorittamanne koulutus

Kansakoulu/peruskoulu Ammattikoulu/lukio/opistotaso Korkeakoulu

Kotitaloutenne yhteenlasketut bruttotulot vuodessa

Alle 10 000 € Alle 30 000 € Alle 60 000€ Alle 100 000€ Yli 100 000€

1. Mikä on tämänkertaisen Kustavin matkanne pääasiallinen tarkoitus? Ympyröikää yksi vaihtoehto

- a) Mökkeily
 b) Sukulaisten tai tuttavien luona vierailu
 c) Veneily
 d) Luontoharrastus (retkeily, kiipeily, marjastus, jne.)
 e) Ostosten teko
 f) Läpikulkumatalla, mihin? _____
 g) Nähtävyyks tai käyntikohde, mikä? _____
 h) Osallistuminen tapahtumaan, mihin? _____
 i) Muu, mikä? _____

2. Oletteko vierailut aiemmin Kustavissa

- a) En b) Kyllä, kerran c) Kyllä, joitakin kertoja d) Kyllä, useita kertoja

3. Matkaseuranne tällä matkalla

- a) Yksin b) Perheen/puolison kanssa c) Ystävien ja/tai sukulaisten kanssa
 d) Ryhmämatkalla e) Muu vaihtoehto, mikä? _____

4. Matkaseurueen koko _____ henkilöä, joista alle 18-vuotiaita on _____ henkilöä**5. Millä kulkuvälineellä olette saapuneet Kustaviin?**

- a) Henkilöauto b) Linja-auto c) Matkailuauto/-vaunu d) Vene e) Polkupyörä f) Jokin muu, mikä _____

6. Miten liikutte Kustavin kunnan alueella? Ympyröikää yksi eniten käyttämäne liikkumistapa

- a) Henkilöautolla b) Matkailuautolla c) Polkupyörällä d) Kävelen f) Jotenkin muuten, miten _____

7. Matkanne kesto

Yhteensä _____ päivää, josta Kustavissa _____ päivää tai _____ tuntia

8. Yöpymispaikka

a) Mökki vuokrattu <input type="checkbox"/> oma <input type="checkbox"/>	b) Vene
c) Sukulaisten tai tuttavien luona	d) Leirintäalue telta <input type="checkbox"/> matkailuauto/-vaunu <input type="checkbox"/>
e) Muu maksullinen majoitus, mikä? _____	f) En yövy Kustavissa

9. Mitä mieltä olette seuraavista väittämistä yleisesti? Ympyröikää jokaisen väittämän osalta parhaiten mielipidettänne vastaava numero asteikolla 1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=ei mielipidettä, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä

Olen huolissani ympäristöongelmista	1	2	3	4	5
Saariston tulisi pysyä elinvoimaisena	1	2	3	4	5
Uskon, että tekemilläni valinnoilla on merkitystä ympäristön ja ihmisten hyvinvoinnin kannalta	1	2	3	4	5
Valitsen lähes aina luomu-, lähi- tai reilun kaupan vaihtoehdon, vaikka se olisi tavanomaista tuotetta kalliimpi	1	2	3	4	5
Kierrätän ja lajittelen jätteet kotona	1	2	3	4	5
Käytän julkista liikennettä aina kun se on mahdollista	1	2	3	4	5
Kuljen polkupyörällä tai kävellen aina kun se on mahdollista	1	2	3	4	5
Käytän vettä ja energiaa säästäen	1	2	3	4	5
Suosin kasvisruokaa	1	2	3	4	5

10. Mitä kestävä matkailu mielestänne tarkoittaa tai mitä teille tulee mieleen kestävästä matkailusta?

11. Kuinka paljon enemmän olisitte valmiita maksamaan seuraavista tuotteista ”tavanomaisiin” tuotteisiin verrattuna (tavarat ja palvelut) Rastittakaa tai määrittäkää maksuhalukkuuttanne parhaiten kuvaava prosenttiosuus

	0 %	5 %	10 %	20 %	muu %, mikä
Tuote, joka on tuotettu kokonaan tai osittain paikallisesti					
Tuote, joka on tuotettu ympäristöystävällisesti					
Tuote, jossa on huomioitu terveyttä edistävä vaikutus					
Ravintolaruoka, jonka raaka-aineet ovat lähi- ja kausituotteita					
Majoituspalvelu, jonka yrittäjä kehittää toimintaansa vastuullisemmaksi (ympäristöystävällisyys, paikallisuus)					
Tuote, jonka tuottaneella yrityksellä on jokin laatu- tai ympäristömerkki/-järjestelmä					

Kommentteja, perusteluja _____

12. Olisitteko kiinnostunut seuraavien palveluiden ostamisesta Kustavissa? Ympyröikää kiinnostustanne parhaiten kuvaava numero asteikolla 1=en lainkaan kiinnostunut, 2=vähän kiinnostunut, 3=erittäin kiinnostunut

Ohjattu luontoretki	1	2	3
Opastettu historia-/kulttuurikiertokierros Kustavissa	1	2	3
Satuseikkailu lapsille	1	2	3
Polkupyörän vuokraus	1	2	3
Sähköauton vuokraus (esim. satamasta)	1	2	3
Ohjattu purjehdus	1	2	3
Kirkkovenesoutu	1	2	3
Kalliokiipeily	1	2	3
Kalastus + saaliin valmistaminen ateriksi	1	2	3
Kotimajoitus aamupalalla	1	2	3
Ohjattu metsästys	1	2	3
Ohjattu sienestys/marjastus	1	2	3
Perinnemaiseman kunnostusleiri	1	2	3
Sirkusnäytös	1	2	3
Sirkustyöpaja	1	2	3
Savityöpaja	1	2	3
Tutustumiskierros käsityöläisten pajoihin	1	2	3
Polkupyörätaksikyyti esim. satamasta keskustaan	1	2	3
Lähiruokakori mukaan retkelle/veneeseen	1	2	3
Luolaseikkailu	1	2	3
Talviaktiviteetit	1	2	3

13. Kuinka tyytyväinen olette kokonaisuudessaan Kustavin palveluihin? Kaipaatteko jotain Kustaviin?

14. Missä kustavilaisissa yrityksissä olette vierailleet tämänkertaisen matkanne aikana?(majoitus, ravintolat, kahvilat, kaupat, ohjelmapalvelut, jne)

15. Miten seuraavat tekijät vaikuttaisivat halukkuuteenne vierailta Kustavissa? Valitkaa jokaisen väittämän osalta parhaiten mielipidettänne vastaava numero asteikolla 1=vähentäisi merkittävästi, 2=vähentäisi hieman, 3= ei vaikuttaisi, 4=lisäisi hieman, 5= lisääisi merkittävästi

Matkailijoiden määrä Kustavissa kasvaisi merkittävästi	1	2	3	4	5
Yritykset ja kunta käyttäisivät uusiutuvilla energianlähteillä tuotettua sähköä	1	2	3	4	5
Alueella olisi tuulivoimaloita	1	2	3	4	5
Majoituspaikoissa käytettävän veden määrää olisi rajoitettu	1	2	3	4	5
Majoituspaikoissa käytettävän sähkön määrää olisi rajoitettu	1	2	3	4	5
Ravintolat ja kahvilat käyttäisivät pääasiallisesti paikallisesti tuotettuja tuotteita	1	2	3	4	5
Jätteiden lajitteluun olisi enemmän mahdollisuuksia	1	2	3	4	5
Alueella olisi enemmän tapahtumia	1	2	3	4	5
Oman auton käyttöä olisi rajoitettu	1	2	3	4	5
Oma auto tulisi jättää ”kunnan rajalle” ja käyttää polkupyörää, sähköautoa tai julkisia kulkuvälineitä	1	2	3	4	5

Kommentteja, perusteluja _____

16. Miten toivoisitte matkailun kehittyvän Kustavissa? Tulisiko sitä teidän mielestänne kehittää voimakkaasti kestävään ja vastuulliseen suuntaan siten, että myös matkailijoiden täytyisi ottaa vastuuta esimerkiksi veden ja energian sekä auton käytössä ja jätteiden lajittelussa?

Yhteystiedot jättämällä osallistutte arvontaan, jossa voitte voittaa kustavilaisia tuotteita. Yhteystietoja ei käytetä muuhun tarkoitukseen.

Nimi _____

Osoite _____

Puhelinnumero _____

Sähköpostiosoite _____

Vastatkaa vielä seuraavan sivun kysymyksiin, kiitos.

SEURAAVAT KYSYMYKSET KOSKEVAT SITÄ YRITYSTÄ, JONKA TILOISSA TÄYTÄTTE TÄTÄ KYSELYÄ**17. Mistä saitte alun perin tietää tästä yrityksestä? Ympyröikää yksi vaihtoehto**

- a) Sattumalta
 b) Lehtiartikkelista
 c) Sukulaiselta/tuttavalta
 d) Lehtimainoksesta
 e) Kustavin kunnan internetsivuilta
 f) Sosiaalisesta mediasta (esim. Facebook, keskustelupalsta)
 g) Esitteestä: Yrityksen esite Kustavin palvelu- ja tapahtumaoppaasta
 h) Hain internetin hakukoneella, millä hakusanalla haitte? _____
 i) Muualta, mistä? _____

18. Olisitteko kaivannut lisätietoja jostain asiasta ennen yritykseen saapumista?En Kyllä mistä? _____**19. Miksi valitsitte juuri tämän yrityksen?**

20. Miten seuraavat väittämät toteutuivat yrityksessä? asteikolla: 1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=ei mielipidettä, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä, EOS=en osaa sanoa

Henkilökunta on palveluultista	1	2	3	4	5	EOS
Hinta-laatu-suhde on hyvä	1	2	3	4	5	EOS
Tarjolla on paikallisia tuotteita	1	2	3	4	5	EOS
Rakennukset ja lähiympäristö ovat hyvin hoidetut	1	2	3	4	5	EOS
Perinteet näkyvät toiminnassa	1	2	3	4	5	EOS
Paikallisuus on tuotu esiin	1	2	3	4	5	EOS
Tunnelma on aito	1	2	3	4	5	EOS
Jätteiden lajittelu ja kierrätys on hoidettu hyvin	1	2	3	4	5	EOS

Kommentteja, perusteluja _____

Mitä muuta haluatte sanoa liittyen matkailuun Kustavissa?

KIITOKSET VASTAUKSISTANNE!

KYSELYTUTKIMUS MATKAILIJOILLE KUSTAVISSA KESÄLLÄ 2012

Kysely liittyy Matkalla Kustavissa – hankkeeseen ja on osa opinnäytetyötäni. Kustavin matkailun kehittämiseksi on tärkeää saada tietoa matkailijoiden mielipiteistä. Kyselyn viimeisellä sivulla on yrityskohtaisia kysymyksiä, joiden avulla yrityksenne saa arvokasta asiakaspalautetta. Myös muista kyselyn tuloksista tiedotetaan yrityksellenne. Vastauksien saamiseksi on tärkeää, että kerrotte asiakkaillenne kyselystä.

Kyselyyn on mahdollista vastata ainakin elokuun loppuun, tulen itse hakemaan vastatut lomakkeet syyskuun alussa. Teidän tarvitsee siis vain säilyttää niitä siihen saakka. Voitte olla minuun yhteydessä tarpeen tullen puhelimitse tai sähköpostitse.

Jenni Jelkänen, kestävän kehityksen opiskelija, Turun Ammattikorkeakoulu
050-3089060, jenni.jelkanen@students.turkuamk.fi

VASTAA KYSELYYN MATKAILUSTA KUSTAVISSA! VASTAAJIEN KESKEN ARVOTAAN PAIKALLISIA TUOTEPALKINTOJA

KYSELY ON OSA MATKALLA KUSTAVISSA – HANKETTA SEKÄ TURUN AMMATTIKORKEAKOULUN OPISKELIJAN OPINNÄYTETYÖTÄ. KYSELYN AVULLA KEHITETÄÄN KUSTAVIN MATKAILUA JA MATKAILUYRITYSTEN TOIMINTAA. VASTAUKSESI OVAT ARVOKKAITA MATKAILIJOIDEN NÄKEMYKSEN SAAMISEKSI. KYSELYYN VASTAAMINEN VIE NOIN 10 MINUUTTIA JA VASTAUKSET KÄSITELLÄÄN ANONYYMISTI JA LUOTTAMUKSELLISESTI.

YHTEYSTIETONNE JÄTTÄMÄLLÄ OSALLISTUTTE KUSTAVILAISTEN TUOTTEIDEN ARVONTAAN.

KIITOKSET JO ETUKÄTEEN!

Jenni Jelkänen, Kestävän kehityksen opiskelija, Turun Ammattikorkeakoulu