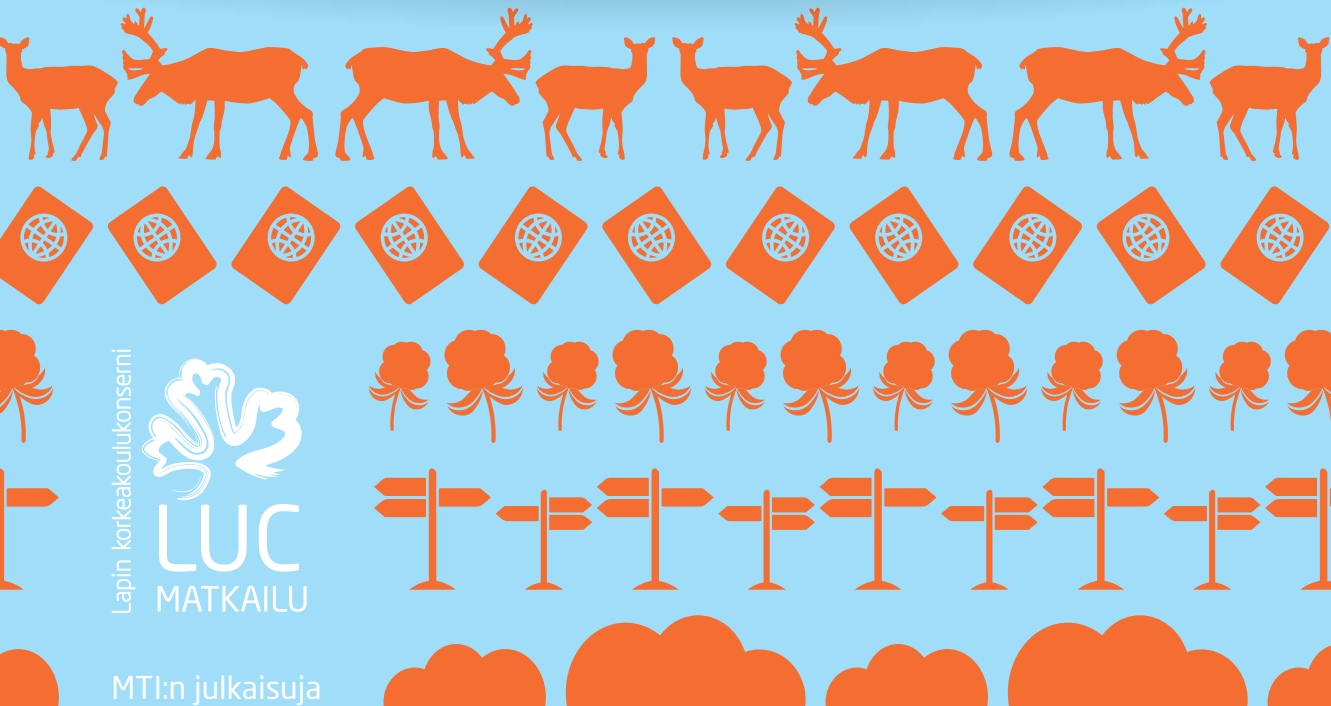




PAIKALLINEN ARKI MATKAILUSSA

Maria Hakkarainen, Minni Haanpää ja Heli Ilola (toim.)



Lapin korkeakoulukonserni


LUC
MATKAILU

MTI:n julkaisuja

PAIKALLINEN ARKI MATKAILUSSA

Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)

Viirinkankaantie 1

96300 Rovaniemi

www.luc.fi/matkailu

Ulkoasu: Annika Hanhivaara

ISBN 978-952-6620-30-5

Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutin julkaisuja

PAIKALLINEN ARKI MATKAILUSSA

Maria Hakkarainen, Minni Haanpää ja Heli Ilola (toim.)



Rovaniemi 2017

SISÄLLYSLUETTELO

1	Johdanto	8
	<i>Maria Hakkarainen, Salla Jutila & Minni Haanpää</i>	
2	Hyvinvointimatkailun strateginen kehittäminen Ylläksen alueella. Kohderyhmänä yritykset Ylläksen ja Kolarin alueella	14
	<i>Alexandra Lindqvist & Henni Tallinen</i>	
3	Sosiaalinen pääoma suomalais-venäläisessä matkailuyhteistyössä. Sisällönanalyysi haastatteluista eri toimijatasoilla	40
	<i>Inka Makkonen</i>	
4	Turvallisuuden kokemuksen rakentuminen matkailijoiden puheessa. Diskurssianalyysi matkailijahaastatteluista	66
	<i>Nanna Hallikainen</i>	
5	Turistisosiaalityö vastuullisena vieraanvaraisuutena	86
	<i>Petra Lemmetty</i>	
6	Lappilaiset kodit vieraanvaraisuuden ilmentäjinä. Semioottinen analyysi Airbnb-kohteista	120
	<i>Johanna Määttä</i>	
7	Elämäntapayrittäjänä omassa kodissa	136
	<i>Mia Heikkilä</i>	
8	Matkailijoiden kokemuksia yksityisestä vieraanvaraisuudesta Rovaniemellä. Sisällönanalyysi sohasurffaajien haastatteluista	154
	<i>Anna Tolonen</i>	

9	Avantouinnin kaupallistamisen lähtökohdat – Sidosryhmäanalyysi	176
	<i>Juuli Raitio & Marja Rauhala</i>	

LÄHTEET	196
----------------	------------

LIITTEET	212
-----------------	------------

Liite 1. Kyselylomake/luku 2	212
Liite 2. Teemahaastattelurunko/luku 3	216
Liite 3. Teemahaastattelurunko/luvut 4 ja 8	218
Liite 4. Haastattelukysymykset Lapin sairaanhoitopiirin edustajalle/luku 5	220
Liite 5. Haastattelukysymykset matkailualan edustajalle/luku 5	223
Liite 6. Teemahaastattelurunko/luku 7	226
Liite 7. Tutkimussuostumus/luku 9	228
Liite 8. Teemahaastattelurunko/luku 9	229

KUVIOLUETTELO

Kuvio 1. Ylläs II kehittämissuunnitelman tuttuus (N=30).	30
Kuvio 2. Vastaajien näkemyksiä ja arvioita Ylläs II kehittämissuunnitelmasta (N=30)	31
Kuvio 3. Yritysten näkemyksiä Kolarin alueen kehittämisestä (N=30)	33
Kuvio 4. Yritysten suhtautuminen hyvinvointimatkailuun (N=30)	36
Kuvio 5. Eettinen ja vastuullinen vieraanvaraisuus -kolmio	99z

TAULUKKOLUETTELO

Taulukko 1. Vastaajien taustatiedot (N=29-30).	29
--	----

1



JOHDANTO

Maria Hakkarainen, Salla Jutila & Minni Haanpää



Paikallisuus ja *paikalliskulttuurit* yhdistetään yhä useammin matkailuun. Kautta aikojen paikallisuus ja paikalliset elämäntavat ovat olleet yksi matkailun tärkeimmistä vetovoimatekijöistä (ks. esim. Järviluoma, 1994; Pearce 2005). Nykyisin paikallisuutta halutaan kokea entistä enemmän, ja esimerkiksi lähiruuan sekä kausituotteiden kysyntä kasvaa koko ajan (Suomen matkailustrategia 2020; TEM, 2014b). Myös itselle vierasta arkea halutaan kokea sellaisena kuin sen ajatellaan olevan aidoimmillaan.

Monet asiat suomalaisessa elämäntavassa ovat sellaisenaan elämyksiä varsinkin suurkaupungeista saapuville matkailijoille. Arkielämästä tuttujen elämäntapojen esittäminen osana matkailutarjontaa ei ole kuitenkaan yksinkertaista. Suomalaiset ovat esimerkiksi niin tottuneita luontoon, että sillä rahastaminen ei tunnu luontevalta. Arjen matkailupotentiaalin tunnistaminen edellyttää oman tekemisen ja olemisen pohtimista matkailun näkökulmasta: mitkä asiat arjessamme voivat tarjota matkailijoille elämyksiä? Lappilaisille arkipäiväiset asiat, kuten luonnossa liikkuminen ja oleminen, talvipyöräily, itse kerättyjen luonnontuotteiden käyttö, saunominen tai puhdas vesijohtovesi, voivat matkailijoille olla todellisia elämyksiä. Arjen tuotteistamisen on kuitenkin tapahduttava paikallisten asukkaiden ehdoilla. Tuotteistamisessa tulee huomioida sosiaalinen, kulttuurinen, ekologinen ja taloudellinen vastuullisuus.

Käsillä olevassa julkaisussa pohditaan paikallisen arjen yhteensovittamista osaksi matkailun ja erityisesti hyvinvointimatkailun kehittämistä monista erilaisista näkökulmista. Tarkastelun kohteena ovat hyvinvointimatkailun rooli strategisessa kehittämisessä, sosiaalisen pääoman merkitys rajat ylittävän matkailun kehittämisessä, matkailijoiden kokemukset turvallisuudesta, lappilaisen elämäntavan ulottuvuudet yksityisen ja julkisen vieraanvaraisuuden ilmentäjänä sekä paikallisen harrastustoiminnan kaupallistaminen. Kirjan luvut pohjautuvat kandidaatintutkielmiin, jotka tehtiin Lapin yliopiston matkailututkimuksen lukuvuoden 2014–2015 seminaarissa. Seminaari toteutettiin yhteistyössä Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutin koordinoiman ja Lapin ELY-keskuksen rahoittaman *Hyvinvointimatkailun ja sen osaamisen kehittäminen eurooppalaisena yhteistyönä* -projektin (jatkossa hyvin-

vointimatkailuhanke) kanssa. Vuosina 2011–2015 toteutetussa projektissa pyrittiin tuomaan esille hyvinvointimatkailun mahdollisuuksia ja hyviä käytänteitä sekä edistämään sen tunnettavuutta.

Suomessa hyvinvointi liitetään usein puhtaaseen ilmaan, veteen, ympäristöön ja luonnontuotteisiin. Näihin perustuvat aktiviteetit ja hoidot tarjoavat myös matkailijoille mahdollisuuden rentoutua ja kokea hyvinvointia. Monissa muissa maissa hyvinvointimatkailuun yhdistetään vain kylpyläpalvelut sekä erilaiset hoito- ja hemmottelupalvelut. (Jutila & Hakkarainen, 2015.) Suomi haluaakin erottautua muun maailman hyvinvointimatkailusta ainutlaatuisen luonnon ja sen tarjoamien mahdollisuuksien avulla. Visit Finland on rekisteröinyt FinRelax-tuoteteemakokonaisuuden, jossa keskeisessä asemassa on suomalainen luonto, erityisesti erilaiset luonto- ja vesielementit sekä luonnosta saatavat raaka-aineet. Kokonaisuus koostuu saunakulttuurista, mökkilomasta, vedestä, metsästä ja kevyistä luontoaktiviteeteista, hiljaisuudesta, tilasta ja valosta sekä ruoasta. (Finrelax – Suomesta hyvinvointimatkailun kärkimää.)

Hyvinvointimatkailuhankkeessa etsittiin vastauksia kysymyksiin: Mitä hyvinvointimatkailu itse asiassa on? Miten hyvinvointimatkailua voidaan toteuttaa ja millaisia mahdollisuuksia siinä piilee? Välineinä tähän toimivat opiskelijatyöt, hankkeessa toteutetut benchmarking-matkat, työpajat ja hyvinvointimatkailun kehittämissuunnitelma. Hankkeen tulokset herättivät pohtimaan hyvinvointimatkailun rajoja sekä erityisesti lappilaisen arjen ja hyvinvointimatkailun yhtymäkohtia. Lapissa paikallinen elämäntapa on mahdollista tuotteistaa hyvinvointia tuottaviksi elämyksiksi. Pohjoisen ihmiset, heidän perinteensä ja kulttuurinsa, puhdas luonto (kasvit, eläimet ja luonnonilmiöt) sekä keinot sopeutua arktisessa ympäristössä toimimiseen tarjoavat tähän monipuolisen resurssin. Lappilaisen arjen pohjalta voidaan kehittää ihmisten sekä luonnonympäristön hyvinvointia ylläpitäviä matkailutuotteita. Arki tarjoaa myös aineksia matkailun ympärivuotisuuden edistämiseen ja tätä kautta taloudellisen hyvinvoinnin rakentamiseen.

Tuotteistamisesta on jo olemassa hyviä esimerkkejä. Perinteisiä luonnonkäyttömuotoja, kuten marjanpoimintaa, on tuotteistettu matkailuelämyksiksi. Erävaellusten haastavuutta ja luonnon arvaamattomuutta on viime vuosina pyritty vähentämään järjestämällä huolto- ja majoituspalveluita sisältäviä ohjattuja vaelluksia (Lapland Classic). Jotta uusia tuotteita voidaan suunnitella, arjen kaupallistamisen mahdollisuudet täytyy tunnistaa. Esimerkiksi pyöräily on suomalaisille harrastus- ja liikkumismuoto, joka opitaan yleensä jo lapsena. Pyöräilyä harrastetaan läpi vuoden, myös talvisin. Nykyiset maasto- ja maantiepyöräilymatkailutuotteet, jotka tarjoavat seikkailua ja edellyttävät

hyvää fyysistä kuntoa, eivät kuitenkaan kohtaa arjen pyöräilykäytäntöjä. Kevyttä kuntoilua tarjoavat pyöräilyretket sekä opastetut kiertoajelut kaupungeissa mahdollistaisivat tutustumisen paikalliseen luontoon ja kulttuuriin helposti, turvallisesti ja ekologisesti. Elämäntapaa tuotteistettaessa tulisi kiinnittää huomiota myös erilaisiin olemisen tapoihin, ei vain erilaiseen tekemiseen. Matkailuelämyksinä voivat toimia aktiviteettien lisäksi luonnossa oleminen ja luonnontuotteet sekä niiden terveyttä edistävät vaikutukset (Tyrväinen, Korpela & Ojala, 2014).

Hyvinvointimatkailuhankkeen toimeksi antamana opiskelijat lähtivät pohtimaan seminaaritöissään paikallisen arjen ja hyvinvointimatkailun suhdetta seuraavien kysymysten ohjaamina: Millaiset meille arkiset asiat voivat toimia matkailuelämyksinä? Millaisia haasteita ja reunaehtoja arjen tuotteistamiseen liittyy? Hankkeen järjestämä työpaja *Lappilainen elämäntapa hyvinvointimatkailuksi* (Rovaniemellä 20.11.2014) oli osa seminaaria. Työpajassa tuli esiin lukuisia konkreettisia ideoita siitä, millä tavoin paikallisuutta ja arkea voitaisiin tuotteistaa. Ideoinnin ja tuotteistamisen keskustelujen sijaan opiskelijat keskittyivätkin varsinaisissa seminaaritöissään toimintaympäristön tarkasteluun sekä hyvinvointimatkailun että paikallisen arjen ja matkailun yhteensovittamisen näkökulmista. Töiden aihepiirit tarkastelivat lappilaista toimintaympäristöä monipuolisesti liikkuen strategiatasolta yksittäisen kodin luomiin merkityksiin. Aineistonkeruun menetelminä töissä käytettiin kyselyä, teemahaastatteluja sekä internetvälitteisiä majoituskohdekuvauksia ja analyysimenetelminä kuvailevaa tilastollista analyysiä, diskurssianalyysiä, sisällönanalyysiä ja kuva-analyyseja.

Aleksandra Lindqvistin ja Henni Tallisen tutkielman aiheena oli hyvinvointimatkailun kehittäminen Ylläksen alueella kansallisen ja alueellisen matkailustrategian näkökulmasta. Ylläs on pyrkinyt monien vuosien ajan luomaan imagoa hyvinvointimatkailukohteena. Aiheen ajankohtaista kiinnostavuutta lisäävät Ylläksen alueen kaivostoimintasuunnitelmat ja niiden mahdolliset vaikutukset hyvinvointimatkailukohteeseen. Tutkimuksessa tarkasteltiin hyvinvointimatkailun roolia strategisissa asiakirjoissa sekä yritysten näkemyksiä strategioihin kirjatusta tavoitteista ja niiden laadinnan ehdoista. Tulokset osoittivat, että yritykset mieltävät Ylläksen hyvinvointimatkailukohteeksi, mutta alueellisen strategian tavoitteiden yhteys käytännön kehitystyöhön sai osakseen kritiikkiä.

Inka Makkonen pohti omassa tutkimuksessaan, millainen merkitys henkilökohtaisilla suhteilla on suomalais-venäläisessä rajat ylittävässä matkailuyhteistyössä ja miten tämä ilmenee toimijatasoilla. Tasot käsittivät toimijoita ministeriöstä matkailuyrityksiin. Tutkimuksessa tuli esiin kiinnostava yhtymäkohta paikallisuuteen ja paikalliseen arkeen: henkilökohtaisilla suhteilla

on suuri merkitys venäläisten ja suomalaisten välisessä yhteistyössä. Luottamus ja vahvat henkilökohtaiset suhteet rakentavat yhteistyötä, ja niiden arvioidaan kantavan myös poliittisesti epävakaa tilanteessa. Vaikka hankala poliittinen tilanne on vaikuttanut venäläisten matkailuun, eri tasoisten toimijat uskovat konfliktitilanteiden selviävän eivätkä halua niiden vaikuttavan käytännön yritys- ja kehitystoimintaan.

Nanna Hallikaisen tutkimuksen aiheena oli turvallisuuden kokeminen matkailussa. Hallikainen lähestyi aihetta haastatteleamalla Lappiin saapuneita sohasurffaajia.¹ Haastattelujen teemoina olivat matkailijoiden kokemukset turvallisuudesta ja rauhasta. Tulokset osoittivat, että rikkaat maat, esimerkiksi Pohjoismaat, koetaan yleensä turvallisemmiksi kuin köyhemmät maat. Turvallisuuden tunnetta lisää se, että matkoilla ei ole tapahtunut mitään uhkaavaa. Sotilaallisten ja poliittisten konfliktien aikana korostuu yleisen kansainvälisen turvallisuuden merkitys. Esimerkiksi Ukraina, Länsi-Afrikka ja Syyria eivät ole tällä hetkellä mielekkäitä matkakohteita. Rauhaa ja matkailua voidaan edistää auttamisen, kulttuurisensitiivisyyden ja ihmisten välisen kanssakäymisen kautta.

Matkailijat kohtaavat usein huomaamattaankin monenlaista paikalliseen arkeen sitoutuvaa yhteiskunnallista ja julkista vieraanvaraisuutta. Petra Lemmetty tarttui työssään sekä paikallisen toimintaympäristön näkökulmasta että empiirisenä tutkimuskohteena uuteen aiheeseen: turstisosaialityöhön. Se liittyy tilanteeseen, jossa matkailijat kohtaavat paikallisen arjen vähemmän toivotulla tavalla. Lemmetyn tutkimuskohteena olivat turstisosaialityön tuottamisen merkitykset Lapille ja Lapin matkailulle. Lemmetyn tulosten mukaan turstisosaialityö ilmentää eettistä ja sosiaalista yhteiskunnallista vieraanvaraisuutta. Turstisosaialityöntekijä kohtaa kaikki ulkomaalaiset matkailijapotilaat, jotka ovat joutuneet erikoissairaanhoidon piiriin. Sosiaalityöntekijä tukee ja avustaa matkailijoita, auttaa paikallisia matkailutoimijoita tilanteiden hoidossa sekä sujuvoittaa hallinnollisia prosesseja kaikkien osallisten näkökulmasta.

Johanna Määttä perehtyi tutkimuksessaan siihen, miten kodin vieraanvaraisuus esitetään verkkopalvelussa kohteiden kuvien ja kuvausten kautta. Tarkastelun kohteena oli seitsemän lappilaista kotia, jotka olivat esillä Airbnb-sivustolla. Vieraanvaraisuus näkyi kuvissa huomionosoituksina, kuten viikattuina pyyhkeinä, ja vieraanvaraisuuden kuvaaminen liittyi muutoinkin perustarpeisiin ja -toimintoihin. Kotien tunnelmaa oli haluttu viestiä esimerkiksi lyhtyjen ja muiden sisustusratkaisujen avulla. Lappilaisuutta ja paikallisuutta korostavia teemoja olivat luonto ja luonnonilmiöt, kuten revontulet, perinteisyys sekä suomalaiset hyvinvointielementit, kuten sauna.

1 Hallikainen ja Tolonen käyttivät töissään osittain yhteistä haastatteluaineistoa.

Elämäntapayrittäjyyden näkökulma avaa mahdollisuuden tarkastella työn ja arjen yhdistämistä matkailuyrityksessä. Miia Heikkilä tarkasteli tutkimuksessaan elämäntavan ja työn rajan olemassaoloa kahdessa matkailuyrityksessä, joissa koti oli keskeinen elämäntapayrittäjyyden näyttämö. Oman ajankäytön hallinta, vapaus ja vastuu, itsenäisyys ja sekä työtehtävien kokonaisvaltaisuus ovat elämäntapayrittäjille tärkeämpiä asioita kuin taloudellinen menestyminen. Haastatellut yrittäjät olivat sitoutuneita tuottamaan asiakkaille ainutlaatuisia kokemuksia, ja juuri tämä on johtanut oman yrityksen perustamiseen. Elämäntapayrittäjille elämä on työtä ja työ on elämää. Työnteon fyysistä tilaa, kotia, rajaamalla – antamalla asiakkaiden toimia kodissa rajatusti ja ohjatusti – työ ja arki saadaan pidettyä erillään.

Anna Tolonen tutki matkailijoiden kokemuksia yksityisestä vieraanvaraisuudesta Rovaniemellä. Tutkimuksen teoria rakentui yksityisen vieraanvaraisuuden, paikallisuuden ja kokemuksen ympärille. Tutkimus koostui viiden ulkomaalaisen sohvasurffarin haastattelusta.² Tulosten mukaan sohvasurffaus valittiin majoitusmuodoksi sosiaalisten ja taloudellisten syiden takia. Sosiaaliset syyt liittyivät esimerkiksi seuran ja neuvonnan tarpeeseen, taloudelliset syyt taas lähinnä muiden majoitusmuotojen korkeisiin hintoihin. Matkailijat halusivat myös kokemuksia, joita ei olisi voinut saada kaupallisen majoitusmuodon kautta.

Juuli Raitio ja Marja Rauhala tarkastelivat tutkimuksessaan avantouinnin kaupallistamista Rovaniemellä sidosryhmäteorian, tuotteistamisen ja kaupallistamisen näkökulmasta. Heidän päätutkimuskysymyksensä oli: millä erinä eri sidosryhmien edustajat näkevät paikallisen harrastustoiminnan kaupallistamisen mahdollisuudet? Tulokset osoittivat, että avantouinnilla on matkailullista potentiaalia. Tuotteistamisessa tulisi kuitenkin korostaa paikallisuutta eli kehittää avantouintia myös rovaniemeläisille. Avantouinnilla nähtiin olevan arvoa paitsi matkailutuotteena myös osana paikallista imagoa.

Seminaarissa toteutetuissa kandidoissa ei kysytty, voisiko lappilaista arkea ja elämäntapaa tuotteistaa hyvinvointimatkailuksi, vaan tätä mahdollisuutta pidettiin lähtökohtana. Oikein tarjottuna ja tuotteistettuna paikallinen elämäntyö tarjoaa monia mahdollisuuksia matkailuelämysten tuottamiseen. Huomio töissä kiinnittyikin toimintaympäristön analysointiin: millaisia reunaehtoja arjen ja matkailun yhdistymiseen liittyy. Näkökulmasta riippumatta tutkimuksissa korostui vuorovaikutuksen ja kohtaamisen merkitys. Paikallisen arjen tuotteistaminen matkailuun voi tapahtua vain eri osapuolten välisen yhteistyön kautta.

2 Tolonen ja Hallikainen käyttivät töissään osittain yhteistä haastatteluaineistoa.

2



HYVINVOINTIMATKAILUN STRATEGINEN KEHITTÄMINEN YLLÄKSEN ALUEELLA

Kohderyhmänä yritykset Ylläksen ja Kolarin alueella

Alexandra Lindqvist & Henni Tallinen



JOHDANTO	16
YLLÄS MATKAKOHTENA	18
TOIMIJOIDEN VÄLINEN YHTEISTYÖ JA STRATEGIAT KOHDEKEHITTÄMISEN PERUSTANA	19
Yhteistyö	20
Alueelliset kohdestrategiat	22
Hyvinvointimatkailu strategisissa asiakirjoissa	24
KYSELYAINEISTON KERUU JA ANALYSOINTI	25
Aineiston keruu	25
Kyselylomake	26
Aineiston analysointi	27
YRITYSTEN NÄKEMYKSET MATKAILUN KEHITTÄMISESTÄ JA HYVINVOINTIMATKAILUSTA YLLÄKSELLÄ	28
Ylläksen kehittämissuunnitelma	29
Kohdekehittäminen	33
Hyvinvointimatkailu	35
YHTEENVETO	37

JOHDANTO

Hyvinvointimatkailu on maailmanlaajuisesti kasvava trendi. Suomen hyvinvointimatkailustrategian mukaan hyvinvointimatkailun koko potentiaalia ei ole maassamme vielä osattu hyödyntää. Suomella on kuitenkin hyvät edellytykset tulla merkittäväksi hyvinvointimatkailukohteeksi. Alan nopeasta kasvusta huolimatta kehittämistyön tulisi olla harkittua ja siinä tulisi ottaa huomioon yhtenäinen, kohdennettu ja asiakaslähtöinen tuotekehitys. (Visit Finland, 2014, s. 3, 12.)

Olemme kiinnostuneita matkakohteiden kehitysprosessista ja haluamme ymmärtää, miten yritykset Ylläksellä vaikuttavat kohteen kehittymiseen. Tutkimuksellamme haluamme selvittää hyvinvointimatkailun roolia ja näkyvyyttä Ylläksen strategisessa kehittämisessä matkailuyritysten näkökulmasta. Pääkäsitteenämme toimii kohdekehittäminen, jota tukevat alakäsitteet strategia ja hyvinvointimatkailu. Kohdekehittämisen yhtenä perustana ovat strategiat, sillä ilman selkeää suunnitelmaa kehittäminen on mahdotonta. Koska matkailustrategioita ja suunnitelmia käytetään kohteen kehittämisen apuvälineenä, tarkastelemme erityisesti Ylläs II kehittämissuunnitelmaa, joka on Ylläksen kehittämissuunnitelmaa vuoteen 2020. Ylläksen matkailukylän kannalta kehittämissuunnitelma on tärkein strateginen asiakirja, ja se ohjaa alueen kehittämistä sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä. Kehittämissuunnitelma käsittelee kehittämistoimenpiteet ja -tavoitteet, ja se korostaa vahvasti paikallisten yrittäjien keskinäistä yhteistyötä. Hyvinvointimatkailu on yksi suunnitelman kärkiteemoista. (Masterplan-seloste, 2011, s. 16–21.) Hyvinvointimatkailu on kasvava ala, ja haluamme selvittää, miten yritykset kokevat sen näkyvyyden Kolarin alueella. Viittaamme työssämme Masterplan-selosteeseen, johon on koottu kattavasti kaikki Ylläksen kehitystä ohjaavat tekijät ja kehittämistavoitteet Ylläs II kehittämissuunnitelmasta.

Tutkimuskysymyksemme on: Millainen rooli hyvinvointimatkailulla on Ylläksen strategisessa kehittämisessä? Haluamme tutkimuksemme avulla saada selville, millainen rooli hyvinvointimatkailulla on Ylläksen strategisessa kehittämisessä ja sen myötä matkailuyritysten toiminnassa. Osakysymyksemme ovat: Miten hyvinvointimatkailu huomioidaan Ylläksen strategia-asiakirjoissa ja yritysten toiminnassa? Kuinka matkailua tulisi kehittää Ylläksellä yritysten näkökulmasta? Miten yritykset suhtautuvat kohdestrategioihin?

Ylläksestä on aiemmin tehty useita tutkimuksia. Esimerkiksi Pasi Satokankaan (2013) tutkimus ”Matkailulla maakunta menestyy, Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset 12 lappilaisessa kunnassa vuonna 2011” käsittelee matkailun työllisyysvaikutuksia myös Ylläksen osalta. Vuonna 2009–2011 toteu-

tettu MATKA-hanke tarkasteli Yllästunturin luoteispuolelle, Äkäslompolon kylän yhteyteen kaavoitetun uuden matkailukylän suunnittelua ja kehittämistä (Staffans, Tyrväinen & Paatero, 2011, s. 17). Anne Kittilä (2013) pohitti pro gradu -tutkielmassaan Pallas-Yllästunturin kansallispuiston roolia ja hyödynnettävyyttä matkailuyritystoiminnassa.

Tutkimuksemme kohderyhmäksi valitsimme Kolarin alueella sijaitsevat yritykset. Ylläksen valitsimme tutkimuksemme empiiriseksi kohteeksi keskuksen monipuolisuuden vuoksi. Hyvinvointimatkailun kehittäminen on ollut esillä useissa strategia-asiakirjoissa, joiden visioita on pyritty toteuttamaan eri tahojen voimin (Masterplan-seloste, 2011, s. 21; Työ- ja elinkeinoministeriö, 2015, s. 2; Visit Finland, 2014, s. 3). Halusimme selvittää, miten yritykset suhtautuvat strategioissa ilmeneviin hyvinvointimatkailua koskeviin kehittämissuunnitelmiin. Keräsimme aineiston Webropol-ohjelmalla puolistrukturoitua kyselyä käyttäen ja täydensimme sitä puhelinhaastatteluilla saadaksemme tarvittavan määrän vastauksia. Saadut aineistot siirsimme IBM SPSS Statistics -ohjelmaan tarkempaa analyysia varten. Määrällinen tutkimus antaa aiheestamme kattavamman kuvan kuin laadullisena tehty tutkimus. Saamme todennäköisesti monipuolisemman vastaajapohjan ja voimme näin tuoda esiin useiden erilaisten yritysten näkökulmat. Työmme rakentuu käyttämiemme teorioiden pohjalle. Esittelemme raportissamme aluksi tutkimuksemme taustaa ja tämän jälkeen teorioita kohdekehittämisestä ja strategioista. Analysoimme kyselylomakkeestamme saamaamme informaatiota ja lopuksi esittelemme tutkimuksemme johtopäätökset. Tuloksia voidaan mahdollisesti hyödyntää Ylläksen hyvinvointimatkailun kehittämisessä sekä strategioiden toimeenpanon suunnittelussa ja toteutuksessa.

Huomioimme työssämme tutkimuseettiset kysymykset. Tutkimusprosessin teko vaatii tutkijalta kunnioittavaa tutkimustapaa. On tärkeää muistaa myös ilmoittaa käytetyt lähteet. Tutkimuksen kohdistuessa ihmisiin on hyvä muistaa heidän yksityisyydensuojansa. Tutkittavia pitää informoida tutkimuksen tarkoituksesta, ja heidän anonymiteettinsä tulee säilyttää koko prosessin ajan. Tutkimuksen tuloksia ei pidä vääristellä eikä esittää loukkaavalla tavalla. (Vilkkä, 2007, s. 164–165.) Esitellessämme aikaisempia tutkimuksia ja teorioita kerromme lukijoille käyttämämme lähteet. Informoimme kyselylomakkeen vastaajia omista taustoistamme, työmme tarkoituksesta, aineiston käsittelystä ja tulosten käytöstä. Emme missään vaiheessa kysyneet vastaajien nimiä, ikää, sukupuolta tai muita ylimääräisiä taustakysymyksiä anonymiteetin säilymiseksi. Puhelinhaastatteluissa toimimme samoin.

YLLÄS MATKAKOHTEENA

Ylläs sijaitsee Kolarin kunnassa Länsi-Lapissa. Matkailualueen ytimeen kuuluu Yllästunturin laskettelukohde, jota ympäröivät Ylläsjärven ja Äkäslompolon kylät. Ylläksen hiihtokeskus sijaitsee keskeisellä paikalla Tunturi-Lapissa. (Hakkarainen, 2005, s. 8.) Ylläksen matkailu on kehittynyt tasaisesti vuosikymmenien saatossa. Matkailupalvelut ovat levittäytyneet laajasti tunturin ympärille. Lopputuloksena on yksi Suomen suurimmista ja tunnetuimmista hiihtokeskuksista. (Järviluoma, 2005, s. 11.) Alueen saavutettavuus on kohtuullinen, sillä Kittilän lentokenttä sijaitsee suhteellisen lähellä ja tieyhteydet Rovaniemeltä Ylläkselle ovat hyvät. Myös Pajalan lentokenttä Ruotsin puolella ja Kolarin rautatie sijaitsevat kohteen läheisyydessä. (Masterplan-seloste, 2011, s. 6.)

Kolarissa asui vuoden 2008 lopussa vajaat 4 000 asukasta (Masterplan-seloste, 2011, s. 6). Vuoteen 2013 mennessä väestön määrä ei ollut tästä radikaalisti lisääntynyt eikä vähentynyt (Tilastokeskus). Äkäslompolon ja Ylläsjärven kylissä asuu yhteensä noin 700 asukasta. Asukasmäärän pysyvyyteen vaikuttavat vahvasti työllistyminen matkailuun ja suhteellisen hyvät palvelut. Pysyvää asutusta tuetaan asuntojen rakentamisella vuokraus- ja omistustarkoituksiin. Ylläksen alueen suurin työllistäjä on matkailu ja siihen liittyvät palvelut. Matkailu työllisti vuonna 2006 tehdyn selvityksen mukaan Ylläksellä noin 1 000 henkilöä, ja sesonkiaikaan työntekijöistä on jopa puola. (Masterplan-seloste, 2011.) Ylläksen Matkailuyhdistys ry:ssä¹, Ylläksen ja Kolarin matkailun alueorganisaatiossa, oli vuonna 2014 mukana 172 yritystä, ja yhtenä jäsenenä oli myös Kolarin kunta. Suoraan matkailualueilla toimivia yrityksiä oli 129. (Forsell, 2014.) Ylläksen kokoon nähden alueella sijaitsee runsaasti ohjelmapalveluyrityksiä, kauppoja, erikoisliikkeitä ja majoitusliikkeitä. Alueen majoituskapasiteetti on jopa 22 000 vuodepaikkaa, joista 65 % sijaitsee Äkäslompolossa ja loput Ylläsjärven puolella. (Masterplan-seloste, 2011, s. 6.)

Vaikka Ylläs onkin suuri matkailukohde Suomen mittakaavassa, se tarjoaa matkailijoille laajoja luontoalueita (Järviluoma, 2005, s. 16). Eniten kävijöitä Ylläkselle houkuttelee kuitenkin hiihtokeskustoiminta – sekä maastohiihto että laskettelu. Latuverkosto on maan suurin ja monipuolisin. Myös Pallas-Yllästunturin kansallispuisto houkuttelee kävijöitä ympäri vuoden. Ylläs on vahvasti talvinen matkailukohde, mutta matkailun toivottaisiin tarjoavan enemmän ympärivuotisia työpaikkoja. Sesonkivaihtelujen tasoittamiseksi

¹ Ylläksen Matkailuyhdistys ry jakautui vuonna 2016 Ylläksen markkinointi Oy:ksi ja Ylläksen matkailuyhdistys ry:ksi (Luoteis-Lappi, 2016).

si keskuksat pyrkivät tekemään erilaisia strategisia valintoja. Ympärivuotisuutta kehitetään järjestämällä sesonkiaikojen välille muun muassa erilaisia musiikkitapahtumia sekä kehittämällä kesän liikuntamahdollisuuksia, esimerkiksi maastopyöräilyä. (Masterplan-seloste, 2011, s. 8.) Kasvulla on myös haittapuolensa, joista ensimmäisenä tulee vastaan luonnon kestokyky matkailukeskuksen levittäytyessä yhä laajemmalle. Suurten turistimassojen saapussa ja liikkussa luonnossa huomiota tulisi kiinnittää luonnon kulumisen estämiseen.

Hannukaisen kaivoshanke on herättänyt alueella viime aikoina paljon keskustelua. Hanketta suunnittelee Northland Resources S.A., jonka edustaja Suomessa on Northland Mines Oy. Tavoitteena on toteuttaa Kolarin kunnassa Hannukaisen kaivoshanke. Lapin elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus on ottanut arviointiselostuksella kantaa kaivoksen ympäristövaikutuksiin ja huoleen koskien Ylläksen matkailukeskuksen läheistä sijaintia. Haitallisten vaikutusten ja niiden lieventämisen selvittäminen oli tutkimuksen tekemisen aikaan vielä kesken. Jos hanke toteutuu, sen vaikutukset alueen matkailuun tulevat näkymään pitkällä aikavälillä. Puutteita on havaittu niiden haitallisten vaikutusten selvittämisessä, jotka kohdistuvat alueen virkistyskäyttöön, matkailuun sekä muihin luontoon ja eläimiin liittyviin elinkeinoihin. (ELY-keskus, 2014.) On paikallaan miettiä vaikutusta myös hyvinvointimatkailun näkökulmasta. Voiko kohdetta mainostaa hyvinvointimatkailukohteena, jos sen ympäristössä on käynnissä laaja kaivoshanke, joka tuottaa jatkuvia rasitteita ympäröivälle luonnolle ja häiritsee kohteen imagoa rauhallisena tunturilomakohteena? Ylläs on tunnettu puhtaasta luonnosta, joten sen kuormittuessa on kiinnitettävä erityistä huomiota vetovoiman säilymiseen. (Järviluoma, 2005, s. 16–17.)

TOIMIJOIDEN VÄLINEN YHTEISTYÖ JA STRATEGIAT KOHDEKEHITTÄMISEN PERUSTANA

Matkakohteet ovat luonteeltaan kehittyviä, koska ne pyrkivät vastaamaan matkailun kysynnän muutoksiin (Inkson & Minnaert, 2012, s. 163). Kohdekehittäminen on monitasoinen ilmiö. Siinä huomioidaan erilaiset toimijat alkaen yksityisistä, paikallisista toimijoista ja ulottuen laajemman maantieteellisen alueen toimijoihin. Kohteelle kehitetään kokonaisvaltainen strategia, jossa kuitenkin arvostetaan myös yksittäisiä toimijoita. (Haugland, Ness, Grønseth & Aarstad, 2011, s. 269.) Jotta strategisella suunnittelulla onnistutaan kehittämään kohdetta, tulee kehittämiseen löytää keinoja, joissa huomioidaan niin matkailijat kuin kohteen asukkaatkin (Ritchie & Crouch, 2003, s. 71). Matkakohteen kehittämissuunnitelmien täytyy olla tarkkaan harkittu-

ja. Suunnitelmien toimeenpanossa täytyisi huomioida keinojen tehokkuus ja koko prosessin tarkka johtaminen haluttuun suuntaan (Ritchie & Crouch, 2003, s. 147). Kolarin aluetta matkakohteena kehitetään Ylläs II kehittämissuunnitelman avulla. Suunnitelmassa esitellään aluetta koskevat visiot ja tavoitteet (Masterplan-seloste, 2011, s. 16).

Yhteistyö

Kestävän kohdekehittämisen tulisi olla suunniteltua ja perustua lakeihin. Kehityksen pitäisi tapahtua eettisesti oikeilla keinoilla, jolloin kustannukset ja hyödyt jakautuisivat oikeudenmukaisesti eri toimijoiden kesken. Tämän toteuttaminen on käytännössä usein haasteellista. Erilaisten toimijoiden valtasuhteet ja erilainen tietotaito saattavat vaikeuttaa suunnitteluvaiheen tärkeää yhteistyötä. Paikallisia asukkaita voi olla vaikea saada mukaan suunnitteluprosessiin, koska kaikki ihmiset eivät ole kiinnostuneita päätöksenteosta. Jos kehittämissuunnitelmat ovat henkilön arvojen vastaisia, hänen osallistumisensa on todennäköisempää. (Viken & Granås, 2014, s. 70–74.) Vastuullisuuden huomioiminen kohdekehittämisessä on tärkeää koko prosessin ajan – muuten voi aiheutua vahinkoja, jotka johtavat lopulta myös matkailijoiden kaikkoamisen (Inkson & Minnaert, 2012, s. 182). Esimerkiksi Kolarin alueelle suunnitellun Hannukaisen kaivos Hankkeen pitkäaikaisia vaikutuksia matkailuun ja ympäristöön ei vielä tiedetä läpikotaisin, ja hanke jakaakin paikallisten mielipiteitä (ELY-keskus, 2014).

Matkakohteita on helpompaa kehittää strategioiden mukaan, jos ne toimivat samoin kuin yritykset ja jos niillä on yhteinen hallinto. Yhteiset arvot ja tavoitteet yrityksessä tai kohteessa auttavat saavuttamaan yhdessä halutun suunnan. Jos taas matkakohde rakentuu useista yksittäisistä eri intressejä omaavista toimijoista, valta jakautuu epätasaisesti niiden kesken. Tällöin on tärkeää, että strategisesta kehityksestä huolehtii kaikkien etua tasapuolisesti ajava organisaatio. (Viken & Granås, 2014, s. 29.) Kolarin alueella toimii lukuisia itsenäisiä yrittäjiä, joiden suunnittelua ja toimintaa ohjaavat erilaiset tavoitteet. Matkailuyrityksillä on kuitenkin toimintaa ohjaava alueorganisaatio Ylläksen matkailuyhdistys ry. (Masterplan-seloste, 2011, s. 6, 10.)

Kohdekehittäminen edellyttää alueen kokonaisvaltaista huomioimista. Matkakohde rakentuu erilaisista yrityksistä, organisaatioista ja ryhmistä, jotka tekevät yhteistyötä. Samalla ne kuitenkin tavoittelevat omaa etuaan. Yritysten ja organisaatioiden omien etujen tavoittelu voi suurelta osin olla yhteneväinen matkakohteen tavoitteiden kanssa. Destination management organisaatiot (DMO) eli kohdetta kehittävät ja johtavat organisaatiot auttavat luomaan yhteistyötä kohteen sisällä, jotta yhteiset tavoitteet saavutettaisiin. Yhteistyön avulla eri toimijat pyrkivät voimavaransa yhdistettyään saavutta-

maan yhteiset tavoitteet, jolloin kohde vahvistuu kestävämmäksi. Toisaalta kilpailu tuottaa laadukkaita palveluja, innovaatioita ja tehokkuutta. DMO:lla on suuri rooli kohteen kehittämisessä. DMO:n kyky kehittää kohdetta riippuu siitä, kuinka paljon sillä on vastuuta ja kuinka paljon alueen yritykset tukeutuvat siihen. (Ritchie & Crouch, 2003, s. 97.) DMO:n päätehtävät ovat eri toimijoiden yhteistyön koordinointi sekä kohteen kehittäminen ja rakentaminen matkailijan näkökulma huomioiden. DMO toimii yhteen sitovana voimana kaikkien matkakohteessa vaikuttavien toimijoiden ja tekijöiden välillä. (Bornhorst, Ritchie & Sheehan, 2010, s. 573.) Ylläksen Matkailuyhdistys ry on huolehtinut lähinnä alueen markkinoinnista ja tapahtumien järjestämisestä sekä alueen reittien kehittämisestä ja kunnossapidosta (Ylläksen Matkailuyhdistys ry).

Matkakohteen kilpailukykyyn vaikuttavat sen taloudelliset, sosiaaliset, kulttuuriset, poliittiset, teknologiset sekä ympäristöön ja luontoon liittyvät voimavarat (Ritchie & Crouch, 2003, s. 2). Matkakohteiden kilpaillessa keskenään jokaisen kohteen pitäisi pyrkiä kehittymään laadukkaaksi kokonaisuudeksi. Jokaisen asian ja palvelun matkakohteessa tulisi vastata matkailijoiden vaatimustasoa, jotta kohde menestyisi. (Inkson & Minnaert, 2012, s. 182.) Ylläksen kilpailukykyyn vaikuttavat kaikki ne asiat, joita matkailijat näkevät tai kokevat alueella vieraillessaan. Kaikkien sidosryhmien tulisi tehdä yhteistyötä taatakseen asiakkaille laadukkaan ja toimivan palvelukokonaisuuden. Laatuun panostaminen on erityisen tärkeää, koska Tunturi-Lapin alueelta löytyy monia hyvin samanlaisia kohteita. Masterplan-selosteen (2011) mukaan Ylläksen tulisi profiloitua tulevaisuudessa Lapin laadukkaimmaksi matkailukeskukseksi. Kolarin alue on panostanut erityisesti hiihtolatuverkostoonsa, ja Ylläs onkin imagotutkimusten perusteella Suomen johtava hiihtokohde. (Masterplan-seloste, 2011, s. 17.)

Matkailumarkkinat ovat dynaamisia ja muuttuvia. Matkailun asiantuntijoiden tulisi tuntea merkittävimmät vallitsevat trendit ja rakentaa strategiat niiden pohjalta. (Morrison, 2013, s. 418–419.) Nykyään matkailijoiden jatkuvasi muuttuvien arvojen ja tarpeiden tunteminen sekä kohteen kehittäminen vastaamaan asiakkaiden mieltymyksiä on yhä vaikeampaa. Hyvinvointimatkailu on joka tapauksessa kansainvälisesti kasvava trendi, jolle on useissa suomalaisissa strategia-asiakirjoissa annettu painoarvoa (Masterplan-seloste, 2011, s. 17; Visit Finland, 2014, s. 3). Matkailijoiden ja heidän motivaatioidensa muuttuessa myös matkakohteen valintaan vaikuttavat tekijät muuttuvat (Ritchie & Crouch, 2003, s. 7). Esimerkiksi vanhempien ihmisten varallisuus ja mahdollisuudet matkustaa ovat kasvaneet. He ovatkin nykyään merkittävä matkailun asiakasryhmä, ja heillä on usein erilaiset syyt lähteä lomalle kuin nuoremmilla. (Sedgley, Pritchard & Morgan, 2011, s. 424.) Tällaiset asiat

täytyy huomioida kohteen kehityksen suuntaa mietittäessä. Uhkana matkakohteen kehittämisessä on seurata jotakin trendiä suuntaan, joka osoittautuikin pitkällä aikavälillä tuhoisaksi koko kohteelle (Ritchie & Crouch, 2003, s. 30). Näin voi käydä, jos kehittämistavoitteissa ei huomioida kaikkia matkailun osa-alueita eikä kohteen kilpailukykyyn vaikuttavia tekijöitä. Esimerkiksi kaivoshankkeen ja hyvinvointimatkailun yhdistäminen voi olla haasteellista molempien elinkeinojen ja kohteen imagon kannalta.

Kulttuurinen lähestymistapa kohdekehittämiseen ottaa huomioon kaikki sidosryhmät, jotka toiminnallaan vaikuttavat matkakohteeseen. Matkakohdetta tarkastellaan siis laajana kokonaisuutena. Huomioidaan se, että alueella vierailevat matkailijatkin jättävät oman jälkensä kohteen kehitysprosessiin – mutta ei unohdeta toisaalta myöskään yritysten näkökulmaa. Kaikki matkakohteet ovat riippuvaisia globaaleista markkinoista ja yrityksistä. Kohteet ovat monikulttuurisia kokonaisuuksia, joissa eri matkailutoimijat vaihtavat mielipiteitä, tuottavat ja neuvottelevat. Tässä prosessissa syntyy matkakohteen kulttuuri. (Saraniemi & Kylänen, 2011, s. 138–140.) Ylläksellä kulttuurinen lähestymistapa näkyy eri toimijoiden yhteistyössä kohteen toiminnan suunnittelussa ja sen ylläpitämisessä. Ylläs II kehittämissuunnitelman yhtenä tavoitteena on tiivistää sekä yrittäjien keskinäistä yhteistyötä että muiden tahojen kanssa tehtävää yhteistyötä. Kehittämiseen vaikuttaa myös asiakkailta saatu palaute. Ylläksen kehittämissuunnitelmassa on otettu huomioon aikaisemmat asiakastutkimukset, jotka yhdistettyinä muiden toimijoiden näkökantoihin tuovat esiin kohteen vahvuuksia ja heikkouksia. (Masterplan-seloste, 2011, s. 15, 17.)

Alueelliset kohdestrategiat

Strategian määrittellään usein olevan johdon visio ja suunnitelma organisaation missiosta ja tavoitteista (Mintzberg, Ahlstrand & Lampel, 2009, s. 9). Strategioiden merkitys on suuri, sillä ilman toimivaa strategiaa kohde ei voi kehittyä tehokkaasti. Jotta strateginen suunnittelu onnistuisi, organisaation on oltava selvillä ympäristön tapahtumista (Mintzberg ym., 2009, s. 72). Lapin maakuntasuunnitelma 2030:n mukaan matkailuvyöhykkeiden verkostoituminen auttaa matkailuseutujen kehitystyötä. Matkailuvyöhykkeet muodostavat verkoston, jolla on suuri vaikutus aluerakenteeseen ja palveluvarustukseen Lapin matkakohteissa. Ylläs ja Kolari kuuluvat Tunturi-Lapin vyöhykkeeseen. Tunturi-Lapin alueella kohteet ovat onnistuneet profiloitumaan omanlaisikseen omine ominaispiirteineen, vaikka kohteiden palvelutarjonta on melko samantyyppistä. (Lapin liitto, ei vl., s. 16, 18, 50.) Hyvinvointimatkailun kehittäminen on yksi teema Ylläs II kehittämissuunnitelmassa (Masterplan-seloste, 2011, s. 18). Hyvinvointimatkailun valitseminen yhdeksi kärkiteemoista sopii Ylläksen kohdekehittämiseen, koska hyvinvointitarjonnal-

taan Lapin kohteet selvästi kilpailevat asiakkaista muiden Suomen alueiden kanssa (Visit Finland, 2014, s. 3).

Eri yritysten tulisi yhdessä luoda asiakkailleen yhtäläinen kuva matkakohdeesta, jotta kohteen markkinointi ei olisi sisäisesti ristiriitaista. Mitä kehittyneempi on kohteen brändi, mitä enemmän kohteessa on yhteistyötä ja mitä paremmin eri toimijoiden (hajautunutta) osaamista kyetään hyödyntämään, sitä helpompaa on luoda strategia, jossa huomioidaan kohteen monitasoisuus. Matkakohteen tulevaisuuden visiota suunniteltaessa tulisi ottaa huomioon myös muut maantieteellisesti lähellä sijaitsevat kohteet. (Haugland ym., 2011, s. 271.) Ylläksen alueen visio ja päämäärä voimassa olevassa kehittämissuunnitelmassa vuoteen 2020 on olla ”Skandinavian kansainvälinen ja laadukkaita hiihto-, aktiviteetti-, luontolomakeskus”. Päämäärän saavuttamiseksi suunnitelmassa on esitetty strategiset tavoitteet. Strategia tähtää voimakkaaseen kasvuun, kansainvälistymiseen, ympärivuotisen matkailun kasvattamiseen, paikallisen kulttuurin ja identiteetin vahvistamiseen sekä aktiiviseen matkailukeskukseen. Strategiset linjaukset painottavat sisäistä yhteistyötä sekä Kolarin alueella että muiden lähellä sijaitsevien matkakeskusten kanssa. (Masterplan-seloste, 2011, s. 18–19.)

Alueelliset kohdestrategiat määrittävät kohteen kehityksen suunnan, ja niitä laadittaessa tulee huomioida kolme vaihetta. Ensin tehdään analyysi alueella vaikuttavista matkailun eri osa-alueista (kuten esimerkiksi hotelleista, nähtävyyksistä ja ohjelmajärjestelyistä). Tämän jälkeen päätetään, miten kohteen tärkeimpiä osa-alueita halutaan kehittää. Kolmanneksi pohditaan uusia keinoja koko alueen kehittämiseksi. Strategian tulisi sisältää tietoa nykyhetkestä ja siitä, mihin suuntaan toimintaa halutaan kehittää. (Heath & Wall, 1992, s. 16.) Ylläksen kehittämissuunnitelmassa esitellään strategisia tavoitteita alueen kehitykselle (ks. edellinen kappale). Suunnitelmassa korostetaan tavoitteiden saavuttamista sisäisellä yhteistyöllä ja yhteisellä markkinoinnilla. (Masterplan-seloste, 2011, s. 17.)

On olemassa monia strategisen suunnittelun työkaluja. Tunnetuin ja käytetyin niistä on SWOT-analyysi, jossa määritellään yrityksen tai kohteen vahvuudet, heikkoudet, uhat ja mahdollisuudet. Analyysin eri osien pohjalta kootaan lopuksi toimiva kokonaisuus, strategia. Tärkeää on määritellä ensiksi ne tavoitteet, jotka halutaan saavuttaa. Jos tavoitteita ei tiedosteta, toimivaa strategiaa on hankala rakentaa. (Mintzberg ym., 2009, s. 51, 297.) Kuten jo edellä todettiin, Ylläksen kehittämiseksi on asetettu tavoitteita Ylläs II kehittämissuunnitelmassa. Tavoitteet on tarkoitettu konkreetisoida seuraavilla toimenpiteillä: parantamalla palveluiden saavutettavuutta, kehittämällä ra-

vintolatoimintaa, kehittämällä majoituskapasiteetin laatua sekä oikeanlaisella markkinoinnilla kohderyhmille. (Masterplan-seloste, 2011, s. 10, 16.)

Hyvinvointimatkailu strategisissa asiakirjoissa

Suomessa hyvinvointimatkailulle annetaan paljon painoarvoa. Työ- ja elinkeinoministeriön Matkailun tiekartta 2015–2025 linjaa maamme yhdeksi tärkeimmistä strategisista projekteista hyvinvointimatkailun kehittämisen (TEM, 2015a). Finrelax – Suomesta hyvinvointimatkailun kärkimaa -projektin kautta voidaan rahoittaa hyvinvointimatkailun edistämiseksi suunniteltuja hankkeita, jotka hyödyntävät Suomen mahdollisuuksia tarjota esimerkiksi puhtaaseen luontoon liittyviä palveluita (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2015a, s. 25). Matkailun edistämiskeskuksen toimesta on laadittu Hyvinvointimatkailustrategia kansainvälisille markkinoille 2014–2018. Sen tavoitteena on kehittää Suomesta yhteistyön ja markkinoinnin voimin tunnettu kansainvälinen hyvinvointimatkailukohde, jossa laadukkaat tuotteet ja palvelut ovat osa ympärivuotista hyvinvointitarjontaa. Suomalaisen hyvinvointimatkailun kulmakiviksi ja myyntivalteiksi on strategiassa nimetty puhdas luonto ja ruoka, sauna sekä erilaiset liikunnalliset aktiviteetit. Näiden oikeanlaisella markkinoinnilla ja kehittämisellä pyritään luomaan Suomesta kilpailukykyisen hyvinvointimatkailukohde. (Visit Finland, 2014, s. 3–4, 9.)

Edellä mainittu hyvinvointimatkailustrategia sekä Suomen matkailustrategia 2020 ohjaavat alan kehitystä kansallisella tasolla. Kansallisen tason tavoitteet pyritään konkretisoimaan alueellisen tason strategioissa. Käytimme tutkimuksessamme Lapin matkailustrategiaa 2011–2014, koska Lapin matkailun uusi strategia (2015–2018) julkaistiin työmme kannalta myöhemmissä vaiheissa. Lapin matkailustrategian laatimisen lähtökohtana on toiminut Suomen matkailustrategia 2020 (Lapin liitto, ei vl., s. 50). Lapin matkailustrategia on puolestaan toiminut ohjenuorana Ylläs II kehittämissuunnitelmassa (Masterplan-seloste, 2011, s. 24).

Myös Lapin matkailustrategiassa on huomioitu hyvinvointimatkailu. Sen kehittämistä tukemaan on listattu toimenpiteitä, joilla pyritään luomaan yhtenäiset keinot hyvinvointimatkailun toteuttamiseksi Lapissa. (Lapin liitto, ei vl.) Ylläksen voimassa olevassa kehittämissuunnitelmassa yhdeksi kärkiteemaksi on valittu alueen hyvinvointimatkailun kehittäminen. Kehittämissuunnitelman mukaan jokaista kärkiteemaa tukemaan pitäisi luoda erillisiä kokonaisvaltaisia suunnitelmia. Kehittämistyötä varten tulisi käynnistää projekteja, joita rahoittaisi Kolarin kunta ja/tai Ylläksen matkailuyhdistys ry. Erillisille hankkeille haettaisiin EU-rahoitusta. Kehittämissuunnitelmassa mainitaan erilaisia toimenpiteitä teemojen kehittämiseksi, mutta Masterplan-selosteessa ei mainita vastuutoimijoita toimenpiteiden toteuttajik-

si. Siinä korostetaan kuitenkin kehittämissuunnitelman laadintaprosessin aikaista yhteistyötä yrittäjien kanssa. (Masterplan-seloste, 2011, s. 15, 20.)

KYSELYAINEISTON KERUU JA ANALYSOINTI

Valitsimme tutkimukseemme aineistonkeruumenetelmäksi kvantitatiivisen tutkimustavan, koska halusimme saada mahdollisimman laajan joukon vastauksia erilaisista yrityksistä. Teimme kyselylomaketutkimuksen käyttäen apuna Webropol-ohjelmaa ja IBM SPSS Statistics -ohjelmaa. Käytimme puolistrukturoitua kyselylomaketta. Avoimia vastauksia analysoimme sisälönanalyysin avulla. Tutkimuksemme tueksi pyysimme Ylläksen Matkailuyhdistyksen toimitusjohtajaa tiedottamaan jäsenyrityksiään kyselystämme. Pyrimme näin saamaan yritykset tietoisiksi tutkimuksestamme ja sen tavoitteista. Toivoimme alueorganisaation tuen auttavan meitä saamaan vastaajia kyselyymme. Jotta saimme tarpeeksi vastauksia analyysia varten, keräsimme aineistoa myös puhelinhaastattelujen avulla. Webropolin kautta otimme yhteyttä yhteensä 170 yritykseen Kolarin alueella. Webropol-kyselylomakkeemme oli avannut 65 henkilöä, ja siihen vastasi 26 henkilöä. Puhelinhaastattelujen avulla saimme 4 vastausta. Vastausten kokonaismäärä oli siis yhteensä 30 ja vastausprosentti 17.6 %. Vastausten määrä on melko pieni, mutta jos suoritetaan yksinkertaisempaa vertailua vastausten kesken, voi otanta olla niinkin pieni kuin 20 (Nummenmaa, Konttinen, Kuusinen & Leskinen, 1996, s. 35).

Aineiston keruu

Empiiristä aineistoa tarvitaan, jotta tutkimuksen väitteet voidaan todeta oikeaksi. Jos kerätty aineisto on luotettava, sitä voidaan analysoida laskennallisesti. Tutkimus saa lopullisen muotonsa, kun eri tutkimusvaiheet kootaan yhteen ja tutkitaan niiden välisiä suhteita. (Nummenmaa ym., 1996, s. 13–14.) Tilastollinen tutkimus perustuu eri muuttujien välisten suhteiden kuvaamiseen, analysoimiseen ja tulkitsemiseen. Tutkittavaa ilmiötä kuvataan yleistyksen avulla eli valitaan tutkimusotos kuvaamaan kyseistä populaatiota eli perusjoukkoa koskevia väittämiä. (Tähtinen, Laakkonen & Broberg, 2011, s. 2.)

Havaintoaineisto perustuu tiettyyn otokseen, joka edustaa tutkittavaa perusjoukkoa. Otoksen valintaan tulee kiinnittää huomioita, koska se vaikuttaa tutkimuksen tulosten luotettavuuteen ja yleistettävyyteen. Otannan tulisikin vastata mahdollisimman kattavasti perusjoukkoa. (Tähtinen ym., 2011, s. 13.) Valitsimme tutkimuksemme perusjoukoksi Kolarin alueella toimivat yritykset. Lähetimme kyselyn kaikille niille yrityksille, joiden yhteystiedot löysim-

me Kolarin yrityshakemistosta. Asetimme kyselylomakkeen vastausajaksi kaksi viikkoa. Viikon kuluttua lähetimme muistutusviestin niille yrityksille, jotka eivät olleet vielä vastanneet kyselyyn. Hiihtolomat osuivat harmillisesti kyselymme kanssa päällekkäin, joten jatkoimme vastausaikaa vielä viikolla ja informoimme yrityksiä tästä. Myöhemmin muistutusviestien lähettämisen jälkeen otimme yrityksiin yhteyttä puhelimitse. Puhelinhaastatteluihin valitsimme yritykset selvitettyämme Webropol-ohjelman kautta, ketkä olivat jo vastanneet kyselyyn. Pyrimme saamaan mahdollisimman monipuolisia vastaajia myös puhelimitse. Puhelinhaastatteluiden vastaukset eivät poikenneet Webropol-ohjelman kautta saaduista vastauksista. Yleensä tutkimusasetelmaan otetaan erilaisia ryhmiä, joita voidaan vertailla keskenään (Nummenmaa ym., 1996, s. 19). Taustakysymykset jakavat vastaajat ryhmiin, joiden perusteella heitä voidaan vertailla ja tehdä vertailun pohjalta päätelmiä. Taustakysymyksenä käytimme yrityksen toimialaa, toimintavuosia ja olemassa olevia hyvinvointimatka- ja palveluita.

Kyselylomake

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa empiiristä kohdetta tutkitaan mittaamalla. Aineistoa voidaan kerätä sähköisesti tai paperisella lomakkeella, mutta myös tilastoaineistoa tai arkistomateriaaleja voidaan käyttää. (Tähtinen ym., 2011, s. 20.) Käytimme aineiston keruuseen Webropol-ohjelmaa, jonka avulla rakensimme kyselylomakkeen (liite 1) ja lähetimme siitä linkin vastaajien sähköpostiin.

Lomakkeen suunnitteluvaiheessa on tärkeää asettaa tutkimukselle tavoitteet ja tutkimusongelma. Pää- ja alakysymykset tulee pilkkoa vastaamaan kyselylomakkeen rakennetta. (Tähtinen ym., 2011, s. 22.) Erittelimme pääkysymyksemme ja kaksi alakysymystä kyselylomakkeeseen kysymyksiksi ja väittämiksi kohdekehittämisen sekä strategian teorioiden pohjalta. Lomakkeemme rakentui monivalintakysymyksistä, kysymyspatteristoista ja avoimista kysymyksistä. Kysymyksiä ja patteristoja oli yhteensä 12. Lomakkeen alussa esittelimme tutkimuksemme ja sen tavoitteet. Ensimmäiset neljä kysymystä koskivat yrityksen toimialaa, toimintavuosia, hyvinvointipalveluiden osuutta yrityksen palvelutarjonnassa ja Ylläs II kehittämissuunnitelman tuntemista. Kysymyspatteristot käsittelivät vastaajan näkemyksiä alueen matkailun kehittämisestä ja Ylläs II kehittämissuunnitelmasta sekä hyvinvointimatka- ja palveluita. Avoimet kysymykset liittyivät kehittämissuunnitelman uudistamiseen ja sen tavoitteisiin sekä hyvinvointimatkailuun.

Lomakkeessa kysyttävät asiat olisi hyvä järjestää vaikeusjärjestykseen (Tähtinen ym., 2011, s. 23). Lomakkeemme alussa oli tämän mukaisesti vastaajalle helppoja taustakysymyksiä. Tämän jälkeen kysymykset olivat hieman vaa-

tivampia: kysymyspatteristot vaativat oman mielipiteen tai arvojen ilmaisuja, joten niihin saattoi olla vaikeampi vastata. Sisällytimme lomakkeeseen myös muutamia avoimia kysymyksiä, jotta saisimme tarkempaa tietoa aihepiiristä ja jotta vastaajat saisivat näin ilmaista oman mielipiteensä aiheesta vapaasti. Kyselylomakkeen vastausvaihtoehtoja laadittaessa tulee huomioida johdonmukaisuus ja loogisuus, jotta lomake olisi yhtenäinen ja mahdollisimman helppolukuinen (Tähtinen ym., 2011, s. 23). Muotoilimme kysymykset ja väittämät mahdollisimman ymmärrettäviksi, jotta vastaaminen olisi helppoa. Laadimme myös kyselylomakkeen rakenteen selkeäksi ja loogiseksi.

Käytimme kysymyspatteristoissa Likert-asteikkoa. Asteikkoa käytetään erityisesti väittämässä, ja asteikon eri päät ovat toistensa ääripäitä (Vilka, 2007, s. 46). Vastausvaihtoehdot oli luokiteltu asteikolla 1–5, jossa 1 tarkoitti täysin eri mieltä olevaa vastausta ja 5 täysin samaa mieltä olevaa. Keskellä asteikkoamme oleva vastausvaihtoehto (3) tarkoitti ei samaa eikä eri mieltä olevaa. Tämä vaihtoehto on siis neutraali, ja sen tulkinta voi olla joskus hankalaa (Tähtinen ym., 2011, s. 26). Mihinkään lomakkeemme kysymykseen vastaaminen ei ollut pakollista, joten aineistossa oli mukana myös puuttuvia vastauksia. Helpoin tapa käsitellä puuttuvat vastaukset on poistaa ne kokonaan tuloksista, ja puuttuvat vastaukset tulee huomioida aineistoa analysoitaessa (Vilka, 2007, s. 108). Omassa tutkimuksessamme puuttuvat vastaukset on huomioitu jokaisessa taulukossa ja kuviossa ilmoittamalla saatujen vastausten määrä (N).

Aineiston analysointi

Koodasimme saamamme 30 vastausta IBM SPSS Statistic -ohjelmaan analyysia varten. Olimme jaotelleet kyselylomakkeessa patteristot aihealueittain niin, että ne olisivat vastaajille mahdollisimman helppossa ja loogisessa järjestyksessä. Tutkimuksen edetessä huomasimme, että tutkimusaiheemme kannalta oli perusteltua keskittyä tarkemmin tiettyihin teorian pohjalta hahmotuviin kokonaisuuksiin kuin alkuperäisen tutkimusasetelman asettamaan laajaan kokonaiskuvaan. Niinpä muotoilimme asetelmamme ja tutkimuskysymyksemme vastaamaan paremmin strategioihin ja hyvinvointimatkailuun liittyviä teoriakokonaisuuksia. Tuloksia analysoidessamme rakensimme myös pylvädiagrammit vastaamaan paremmin uudelleen muotoiltuihin tutkimuskysymyksiimme. Emme näin ollen esitä diagrammeissa kaikkia kysymyspatteristojen väitteitä, koska osa väitteistä ei täysin kohdannut tutkimuskysymyksiä tai väitteet olivat päällekkäisiä.

Esittelemme aineistomme kuvailevien taulukoiden ja kuvioiden avulla. Kuvaamme vastaajien taustatiedot frekvenssitaulukoiden ja osan kyselypatteristojen tuloksista pylväsdiagrammeilla ja ristiintaulukoilla. Esitämme kaikki tulokset prosentteina, jotta ne ovat keskenään vertailtavia.

Avointen kysymysten vastauksia analysoimme sisällönanalyysin keinoin. Yleensä kyselyiden avoimet vastaukset koodataan laadullisen analyysin keinoin, minkä jälkeen aineistoa pystytään tutkimaan esimerkiksi sisällönanalyysin avulla. Tällä tavoin sisällönanalyysissä voidaan esittää yhteenvedona tulosten pääpiirteet. (Neuendorf, 2002, s. 10, 16, 18.)

YRITYSTEN NÄKEMYKSET MATKAILUN KEHITTÄMISESTÄ JA HYVINVOINTIMATKAILUSTA YLLÄKSELLÄ

Taulukossa 1 näkyvät kyselyyn vastanneiden taustatiedot. Taustatiedoista kysymme yrityksen toimialaa, toimintavuosia ja hyvinvointimatkailupalvelujen määrää yrityksen palvelutarjonnassa. Nämä tiedot antavat yleiskuvan kyselyyn vastanneista yrityksistä.

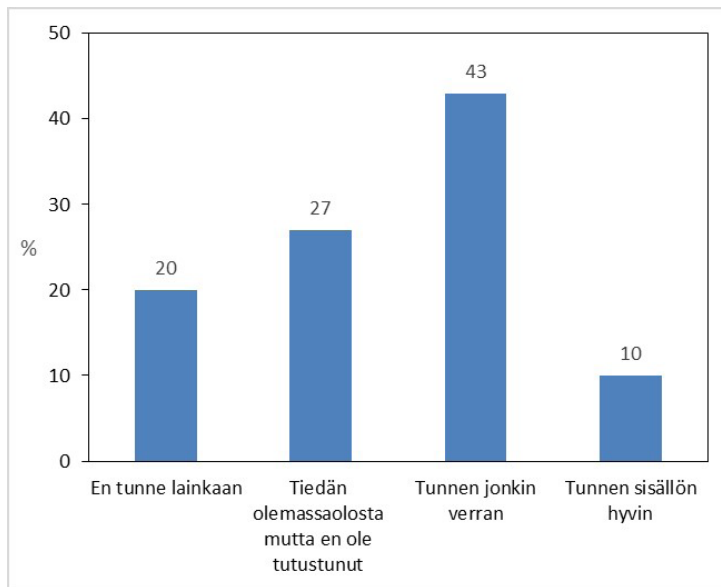
Kaikki vastaajat ilmoittivat toimialansa, mutta yksi vastaajista ei kertonut yrityksensä toimintavuosia eikä hyvinvointipalveluiden määrää. Vastaajista kaksi viidennestä oli majoitusliikkeiden edustajia. Mukana oli myös useampia vastaajia ohjelmapalveluyrityksistä, ja yksi vastaaja edusti käyntikohteita. Muista toimialoista edustettuina olivat terveydenhoito, hyvinvointipalvelut, julkinen sektori ja ravitsemispalvelut. Yritykset olivat toimineet matkailualalla Kolarissa tai Ylläksellä vaihtelevasti eripituisia aikoja. Mukana oli sekä nuoria yrityksiä että jo yli 15 vuotta toimineita. Useamman kuin joka toisen yrityksen tarjontaan kuului yksi tai useampi hyvinvointimatkailupalvelu.

Taulukko 1. Vastaajien taustatiedot (N=29-30).

	lkm	%
Toimiala		
Majoitusliikkeet	12	40
Ohjelmapalveluyritykset	5	17
Käyntikohteet	1	3
Muu	12	40
Toimintavuodet		
0-5 vuotta	10	33
6-10 vuotta	7	23
11-15 vuotta	3	10
16 v. tai enemmän	9	30
Ei vastattu	1	4
Hyvinvointimatkailupalveluja		
Ei lainkaan	12	40
Yksi tai muutama	11	37
Keskittyy pääasiassa tai kokojaan hyvinvointimatkailupalveluiden tuottamiseen	6	20
Ei vastattu	1	3

Ylläksen kehittämissuunnitelma

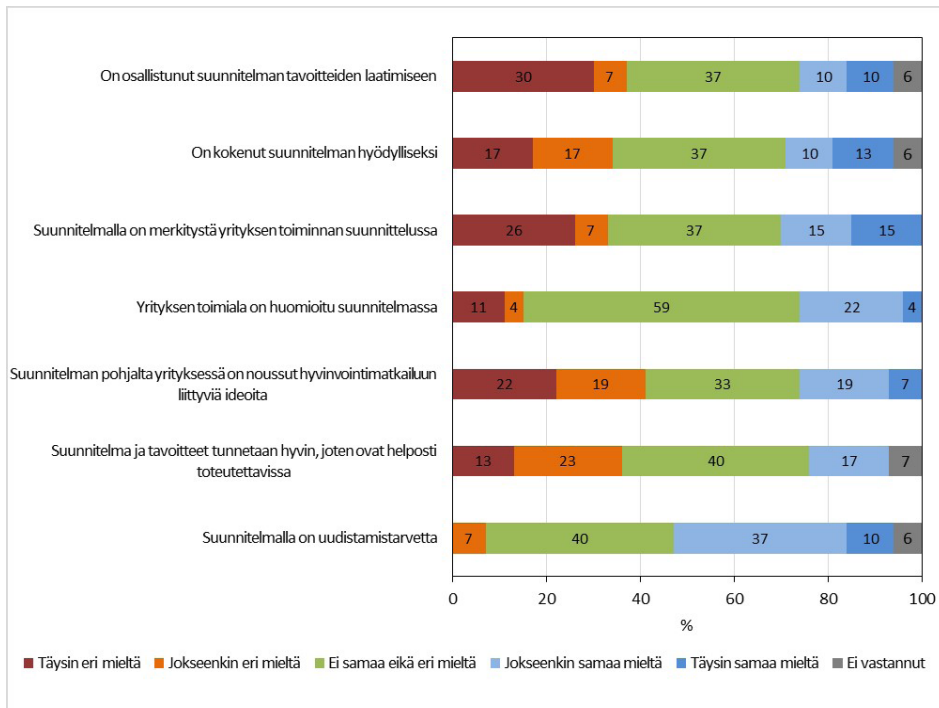
Kysymyspatteristojen ja tutkimusaiheen kannalta oli tärkeää selvittää yritysten aiempi tuntemus Ylläs II kehittämissuunnitelmasta. Noin puolet vastanneista yrityksistä tunsivat kehittämissuunnitelman sisältöä ainakin jonkin verran. Lisäksi noin joka neljäs tiesi sen olemassaolosta mutta ei ollut tutustunut siihen. (Kuvio 1)



Kuvio 1. Ylläs II kehittämissuunnitelman tuttuus (N=30).

Edellä todettu tarkoittaa sitä, että vain puolet vastaajista pystyi käytännössä arvioimaan kehittämissuunnitelman toimivuutta yrityksensä näkökulmasta. Ne, jotka eivät olleet tutustuneet suunnitelman sisältöön, eivät myöskään kyenneet arvioimaan sen toimivuutta. Jos yrityksille olisi jaettu enemmän vastuuta kehittämissuunnitelman tavoitteiden konkretisoinnissa, he olisivat saattaneet tutustua suunnitelmaan paremmin. Kehittämissuunnitelman vieraus yrittäjien keskuudessa ei tue toimivaa yhteistyötä alueen toiminnan suunnittelussa ja ylläpitämisessä. Kyselylomakkeen avoimissa vastauksissa tuotiin esiin mietteitä muun muassa tiedotuksen parantamisesta ja strategian realistisuudesta.

Vastaajilta tiedusteltiin heidän omaa osallistumistaan Ylläs II kehittämissuunnitelman laatimiseen, kehittämissuunnitelman hyödyllisyyttä ja käytettävyyttä oman yrityksen näkökulmasta sekä eräitä yleisempiä arvioita suunnitelmasta (kuvio 2).



Kuvio 2. Vastaajien näkemyksiä ja arvioita Ylläs II kehittämissuunnitelmasta (N=30).

Yli kolmannes vastaajista kertoi, että ei ole osallistunut nykyisen kehittämissuunnitelman tavoitteiden laatimiseen. Yhtä moni valitsi neutraalin vastausvaihtoehdon; heistä osa ei välttämättä ole ollut edustamansa yrityksen palveluksessa kehittämissuunnitelman laadinnan aikaan. Viidennes vastaajista kertoi osallistuneensa tavoitteiden laatimiseen jollain tasolla.

Ylläs II kehittämissuunnitelma on tarkoitettu yritysten toiminnan kehittämisen tueksi, ja se sisältää suuntaa antavia kehittämistoimenpiteitä alueen eri toimijoille. Vain noin joka neljäs vastaaja koki Ylläs II kehittämissuunnitelman hyödylliseksi yritykselleen. Hieman useampi eli noin joka kolmas oli sitä mieltä, että kehittämissuunnitelmalla on merkitystä oman yrityksen toiminnan suunnittelussa. Vastaajat ovat voineet valita neutraalin vaihtoehdon – samoin kuin kielteisen – jos kehittämissuunnitelma ei ole ollut heille ennestään tuttu. Kehittämissuunnitelman jäämisestä melko tuntemattomaksi yritysten keskuudessa kertoo se, että yli puolet vastaajista ei osannut arvioida sitä, onko oman yrityksen toimiala huomioitu siinä. Toisaalta osa vastaajista – noin joka neljäs – oli ainakin jossain määrin sitä mieltä, että kehittämissuunnitelman pohjalta on noussut uusia ideoita hyvinvointimatkailun kehit-

tämiseen omassa yrityksessä. Suurin osa vastaajista ei ollut samaa eikä eri mieltä siitä, onko heidän toimialansa huomioitu kehittämissuunnitelmassa.

Yksikään vastaaja ei ollut täysin samaa mieltä seuraavan väitteen kanssa: ”Kehittämissuunnitelma ja sen tavoitteet tunnetaan hyvin, joten ne ovat helposti toteutettavissa.” Jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa oli melkein neljäsosa kysymykseen vastanneista vastaajista. Kehittämissuunnitelmaa ei siis pidetty kovin realistisena – tai sen realistisuutta ei osattu arvioida, koska suunnitelmaa ja sen tavoitteita ei tunnettu riittävästi.

Kaiken kaikkiaan edellä todetun perusteella voimme olettaa, että Ylläksen kehittämissuunnitelmaa ei tunneta erityisen hyvin ja sillä on suuri merkitys vain pienelle osalle alueen yrityksistä.

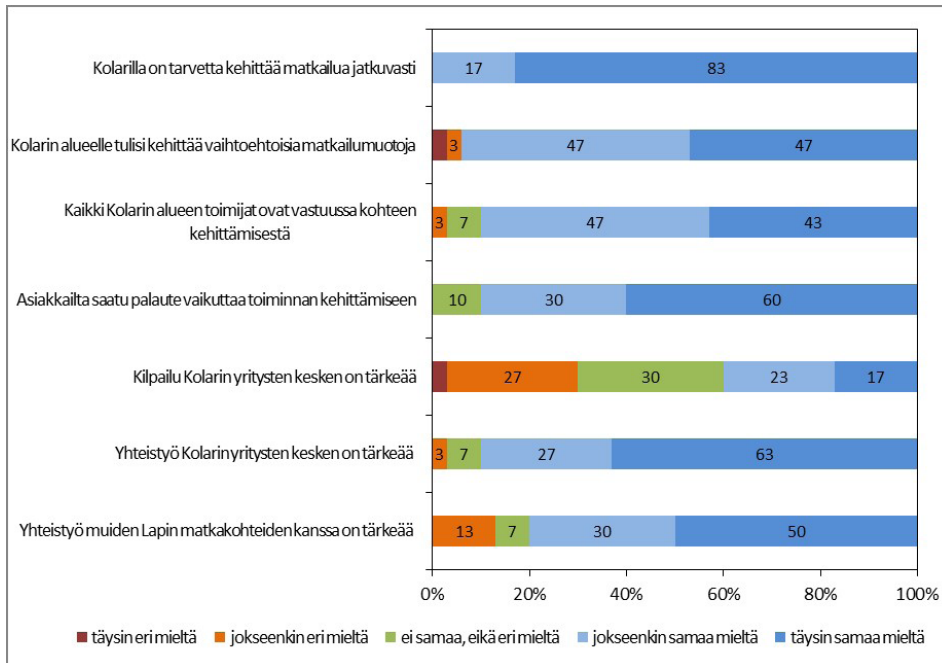
Kehittämissuunnitelma on tehty pitkälle ajalle, ja sen päivittämistä pidettiin tarpeellisena: Lähes puolet vastaajista oli sitä mieltä, että kehittämissuunnitelmalla on uudistamistarvetta. Myös asiaan kantaa ottamattomia oli runsaasti. Vain 7 % oli asiasta eri mieltä, ja heistäkään kukaan ei ollut täysin eri mieltä.

Suunnitelman päivitystarve tuli esiin myös vastauksissa avoimeen kysymyksen ”Miten kehittämissuunnitelmaa tulisi Teidän mielestänne uudistaa?”. Kysymykseen vastasi yhteensä 14 henkilöä. Vastauksissa korostui suunnitelman uudistamistarve ja sen tekeminen realistisemmaksi. Huolenaiheena oli se, että suunnitelmaa ei päivitetä vuosittain. Eräs vastaaja totesi kehittämissuunnitelman tarvitsevan päivittämistä jopa puolivuosittain. Yhteisten toimintojen uudelleenorganisointi tuli myös esille vastauksissa.

Avoimeen kysymykseen ”Millä keinoilla Ylläs II kehittämissuunnitelman tavoitteisiin voitaisiin paremmin päästä?” saimme niin ikään 14 vastausta. Useat vastaajat mainitsivat yhteistyön merkityksen. Asiaa kommentoitiin muun muassa seuraavasti: ”Vaatii hyvää yhteistyötä yrittäjien, kunnan ja alueen maanomistajan Metsähallituksen kesken.” ”Laaja-alainen osallisten joukko kehittämiseen usealta eri toimialalta ja vahva edustus muistakin kuin paikan päällä yritystoimintaa harrastavista.” ”Tarkennetaan tavoitteita, otetaan huomioon uusia suunnitelmia, pidetään kontaktia toisiin tahoihin, palaverieita, vastuuta sovittuihin päätöksiin”. Vastauksista kävi ilmi, että strategia-työn ymmärretään olevan prosessi, joka rakentuu pikkuhiljaa. Tähän liittyy myös suunnitelman realismisuus.

Kohdekehittäminen

Kuvioon 3 olemme koonneet yritysten näkökulmia kohdekehittämisestä. Kaikki kyselylomakkeemme vastaajat vastasivat näihin kohdekehittämistä koskeviin väittämiin.



Kuvio 3. Yritysten näkemyksiä Kolarin alueen kehittämisestä (N=30).

Vastaajat olivat jotakuinkin yksimielisiä siitä, että matkailua Kolarissa tulee kehittää jatkuvasti. Valtaosa vastaajista oli myös täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että Kolarin alueelle tulisi kehittää vaihtoehtoisia matkailumuotoja. Yhtä lailla oltiin sitä mieltä, että Kaikki Kolarin alueen toimijat (yritykset, yksityishenkilöt, matkailijat jne.) ovat vastuussa kohteen kehittämisestä. Varsin yksimielisiä oltiin siitäkin, että asiakkailta saatu palaute vaikuttaa toiminnan kehittämiseen. Myös avoimissa vastauksissa monet toivat esille, että asiakkaiden näkökulma alueen tulevaisuuden visiosta on tärkeä ja että kaikkia matkailun osa-alueita tulisi kehittää monipuolisuuden takaamiseksi. Tämä näkemys tukee kulttuurista lähestymistapaa kohdekehittämiseen: kaikkien sidosryhmien tulisi yhteistyön avulla taata asiakkaille toimiva ja laadukas palvelukokemus.

Väite ”Kilpailu Kolarin yritysten kesken on tärkeää alueen kehityksen kannalta” jakoi mielipiteitä. Vastaajista kaksi viidennestä oli väitteen kanssa samaa mieltä, vajaa kolmannes oli eri mieltä ja yhtä moni antoi neutraalin vastauksen. Mielipiteeseen voi vaikuttaa muun muassa se, onko yrityksellä ylipäänsä

kilpailevaa yritystä kohteessa. Kilpailun voidaan nähdä myös syövän yrityksen omia voimavaroja, jolloin se ei saa aikaan myönteistä kehitystä.

Yhteistyötä Kolarin yritysten kesken pidettiin pääosin tärkeänä, ja miltei yhtä tärkeäksi koettiin yhteistyö muiden Lapin matkakohteiden kanssa. Ylläksen yrittäjät ymmärtävät siis myös omaa aluetta laajemman yhteistyön merkityksen. Kehittämissuunnitelman strategisissa linjauksissakin korostetaan sisäistä yhteistyötä Kolarin alueella ja muiden läheisten matkakeskusten kanssa (Masterplan-seloste, 2011, s. 18–19), ja Lapin matkailustrategiassa huomioidaan matkailuvyöhykkeiden verkostoitumisen tärkeys (Lapin liitto, ei vl., s. 16). Yhteistyön tärkeys korostuu myös kohdekehittämisen teorioissa.

Suurimalle osalle vastaajista oli siis selvää, että kohteen kehittyminen edellyttää yhteistyötä. Yhteinen vastuu ja vastuun jakaminen tuli esiin myös avoimissa vastauksissa, kun kysyttiin, millä keinoilla kehittämissuunnitelman tavoitteisiin voitaisiin parhaiten päästä sekä miten kehittämissuunnitelmaa tulisi uudistaa. Eräs vastaaja totesi, että jokaisen yrityksen tulisi tähdätä omalta osaltaan suunnitelman tavoitteiden toteuttamiseen, jos se vain on mahdollista. Vastaajien mielestä alueen sisäistä yhteistyötä tulisi painottaa ja kaikkien eri alojen edustajien tulisi pyrkiä yhteistyöhön. Nämäkin vastaukset ovat yhdenmukaisia kohdekehittämisen kulttuurisen lähestymistavan kanssa korostaessaan erilaisten toimijoiden yhteistyötä. Yhteistyön merkitys on vahvasti esillä Ylläs II kehittämissuunnitelmassa. Myös työ- ja elinkeinoministeriö (TEM, 2015a) painottaa alueellista yhteistyötä: Alueorganisaatioiden tehtävänä on tiedonvälitys, alueen koordinointi sekä yhteismarkkinoinnin organisointi. Seudulliset kehittämissuunnitelmat vastaavat alueen yritystoiminnan kehittämisestä ja toimivat alueen matkailuhankkeiden hallinnoijina. Koulutusorganisaatiot taas kouluttavat osajia sekä tuottavat tietoa hankkeita varten. Kehitystyö vaatii yhteydenpitoa eri toimijoiden välillä, jolloin yhteistyön merkitys korostuu. (TEM, 2015a, s. 42–43.)

Eräs vastaaja totesi Ylläksen kehittämissuunnitelman olevan pienyrittäjien kannalta epärealistinen, toinen vastaaja taas koki, että kehittämissuunnitelmasta puuttuu konkreettinen asia. Yksi vastaaja toi kommentissaan esille kansainvälisen matkailun merkityksen Ylläksellä. Hänen mukaansa alueelle tulisi saada kansainvälisen matkailun edellyttämiä palveluja, mutta niiden toteuttamisen keinot puuttuvat. Avoimissa vastauksissa mainittiin myös liikenneyhteyksien parantaminen. Ylläs II kehittämissuunnitelmassa korostetaan liikenneyhteyksien ja investointien tärkeyttä kohteen rakentumisessa (Masterplan-seloste, 2011, s. 19).

Hyvinvointimatkailu

Matkailun edistämiskeskus (2005, s. 8) määrittelee hyvinvointimatkailun seuraavasti: ”Hyvinvointimatkailu on matkailua, joka tuottaa matkailijoille hyvää oloa vielä matkan päätyttyäkin. Hyvinvointimatkailu ei ole sairautta parantavaa eikä kuntoa korjaavaa vaan kulloistakin matkailijan terveydentilaa ylläpitävää ja edistävää sekä vireyttä elämään antavaa. Hyvinvointimatkailu tuottaa asiakkaalle yksilöllistä ja kokonaisvaltaista hyvää oloa, joka voi olla sekä fyysistä että psyykkistä vireyttä antavaa.”

Kysyimme Kolarin alueen yrityksiltä avoimella kysymyksellä, mitä hyvinvointimatkailu heidän mielestään on. Enemmistö yrityksistä (21) vastasi tähän kysymykseen. Hyvinvointimatkailua kuvattiin monin eri tavoin, ja vastauksissa nousi vahvasti esille hyvinvoinnin merkitys matkailussa. Asioiden ei tarvitse olla suuria, vaan pienet arkisetkin asiat voivat luoda hyvinvointia. Eräs vastaaja totesi:

Hyvinvointimatkailu tuottaa pienilä, yksinkertaisilla, arkisilla asioilla hyvää mieltä, rutiineitten unohtamista, mielekästä tekemistä, uuteen kulttuuriin ja ympäristöön tutustumista. Ei ihminen tartte kokoajan sirkushuveja eikä neuroottisen tarkkaa ohjelmaa... Meän häätyy palata takasin alkulähteille, rauhaan ja hiljaisuuteen. Täytyy tietysti olla vaihtoehtoja vauvale ja vaarile sekä siltä väliltä :)

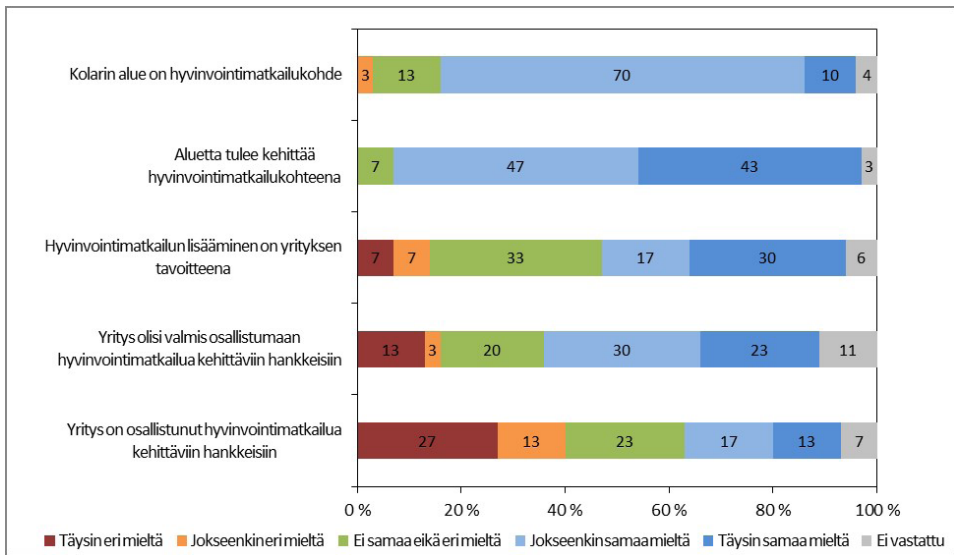
Toinen vastaaja kirjoitti:

Tarjota asiakkaille kokonaisvaltainen suomalainen elämys mikä keskittyy luontoon ja siellä liikkumiseen, mikä antaa fyysistä ja psyykkistä hyvinvointia matkailijoille. Hyvinvointimatkalle menevä asiakas odottaa lomaltaan myös kokonaista elämystä mikä sisältää luonnonläheisen ruuan, hemmotteluhoidot ja suomalaiseen kulttuuriin tutustumisen. Ensimmäisessä vastauksessa on otettu huomioon kokonaisvaltaisesti hyvinvointimatkailun merkitys kaikille sukupolville ja toisessa on eroteltu tapoja, joilla hyvinvoinnin voi saavuttaa.

Luonnon merkitys hyvinvointimatkailussa näkyi monissa vastauksissa. Varsinkin talviset luonnossa liikkumiseen liittyvät aktiviteetit, kuten laskettelu, yhdistettiin hyvinvointiin. Myös ruuan merkitystä hyvinvoinnissa pidettiin tärkeänä ja puhtaita kotimaisia raaka-aineita korostettiin. Kyselymme vastaukset tukevat näin Matkailun tiekartan 2015–2025 nimeämiä kulmakiiviä ja myyntivaltteja, joita ovat puhdas luonto, sauna, ruoka ja erilaiset liikunta-aktiviteetit (Visit Finland, 2014, s. 3–4). Arjen ja työn erottaminen vapaa-ajasta korostui joissakin vastauksissa: hyvinvointimatkailuksi luokiteltiin sellainen toiminta, jossa arjen murheet unohtuvat. Terveellisyys ja virkistys-

misen tärkeys sekä matkailupalvelun rooli hyvinvoinnin tuottamisessa nousivat esille monessa vastauksessa. Eräs vastaaja oli kiteyttänyt hyvinvointimatkailun laajaksi kentäksi: ...voi olla mitä vaan ihmisen omista intresseistä riippuen. Yritykset määrittivät hyvinvointimatkailun pääosin yhtäläisesti Matkailun edistämiskeskuksen kanssa ja toivat vastauksissaan esiin myös oman yrityksensä erityispiirteitä.

Myös yksi lomakkeen yksi kysymyspatteristoista käsitteli hyvinvointimatkailua. Kysymykset koskivat muun muassa yritysten näkemyksiä hyvinvointimatkailun roolista omassa yrityksessä ja Kolarin alueella (kuvio 4).



Kuvio 4. Yritysten suhtautuminen hyvinvointimatkailuun (N=30).

Ylläs II kehittämissuunnitelmassa hyvinvointimatkailu on nostettu yhdeksi kärkiteemaksi. Useimpien vastaajien mielestä Kolarin alue on jo nykyisin jossain määrin hyvinvointimatkailukohde, mutta vain joka kymmenes oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä. Yritykset ovat kuitenkin huomioineet hyvinvointimatkailun potentiaalın ja tärkeyden: Valtaosa vastaajista oli täysin tai jokseenkin sitä mieltä, että Kolarin aluetta tulisi kehittää hyvinvointimatkailukohteena. Noin puolet vastaajista koki hyvinvointimatkailun lisäämisen myös oman yrityksen tavoitteeksi ainakin jossain määrin ja noin joka kolmannessa yrityksessä hyvinvointimatkailun lisääminen oli selkeästi tavoitteena. Noin joka toinen yritys oli myös ainakin jossain määrin valmis osallistumaan hyvinvointimatkailua kehittäviin hankkeisiin. Osuus oli selvästi

suurempi kuin niiden yritysten osuus, jotka jo olivat tällaisiin hankkeisiin osallistuneet. Vastaukset viittaavat vahvasti siihen, että hyvinvointimatkailulla voisi olla Ylläksellä nykyistä merkittävämpi rooli, jos yritykset kehittäisivät hyvinvointimatkailua omien intressiensä pohjalta ja jos kehittämissuunnitelmassa annettaisiin tähän tarvittavia työkaluja.

Hyvinvointimatkailu sopii toisiin yrityksiin paremmin kuin toisiin, joten erot osallistumisessa ja kiinnostuksessa ovat ymmärrettäviä. Kaikki eivät myöskään ole kiinnostuneita päätöksenteosta, joten heitä voi olla vaikea saada mukaan suunnitteluprosessiin ja sen myötä erilaisiin hankkeisiin (ks. Viken & Granås, 2014, s. 71). Toistaiseksi hyvinvointimatkailuhankkeita on oletettavasti järjestetty vain vähän. Mahdollisille hankkeille olisi kuitenkin mahdollista hakea rahoitusta eri tahoilta alkaen Kolarin kunnasta Euroopan unioniin (Masterplan-seloste, 2011, s. 15; Työ- ja elinkeinoministeriö, 2015, s. 25).

Lomakkeen lopussa esitimme vastaajille avoimen kysymyksen: Millä tavoin haluaisitte tulevaisuudessa kehittää hyvinvointimatkailua? Saimme tähän 14 vastausta. Vastaajat toivat esiin muun muassa sen, että sanan hyvinvointi sisältö tulisi määritellä selkeämmin – jotta alueen yritykset tietäisivät, mistä puhutaan, kun puhutaan hyvinvointimatkailusta. Tämä toive yhteisestä hyvinvointimatkailun määritelmästä voisi luoda pohjan alueen brändin rakentamiselle. Kohteen seuraavaa strategiaa kehitettäessä tulisi pitää mielessä yhtenäinen, toimiva mielikuva Ylläksestä hyvinvointimatkakohteena. Näin strategia edesauttaisi kohteen kehittymistä nykyistä tehokkaammin.

YHTEENVETO

Pyrimme tutkimuksessamme vastaamaan tutkimuskysymykseen: Millainen rooli hyvinvointimatkailulla on Ylläksen strategisessa kehittämisessä? Tutkimme aluksi erilaisia strategia-asiakirjoja nähdäksemme, millainen rooli hyvinvointimatkailulle on niissä annettu. Kyselylomakkeella kerätyn aineiston pohjalta analysoimme yritysten näkökulmia Ylläksen strategiseen kehittämiseen. Vastasimme päätutkimuskysymykseen ja asettamiimme osakysymyksiin tulkitsemalla aineistoa valitsemiemme teorioiden avulla.

Ylläksen strategia-asiakirjoissa näkyy hyvinvointimatkailulle annettu painoarvo kohteen kehittämisessä. Myös osa yrityksistä huomioi hyvinvointimatkailun toiminnassaan, osa taas ei koe sitä omakseen. Kolarin alue ja Ylläs voidaan joka tapauksessa luokitella hyvinvointimatkakohteeksi. Käytettävissä olevilla resursseilla pyritään kehittämään hyvinvointimatkailua, mutta myös

muita matkailumuotoja tarvitaan. Ylläksellä on mahdollisuuksia kehittyä entisestään hyvinvointimatkailukohteena, mutta tämä edellyttää nykyistä enemmän käytännön toimenpiteitä visioiden toteuttamiseksi. Muun muassa liikenneyhteyksien ja alueen saavutettavuuden parantaminen vaikuttavat merkittävästi kohteen kehittämiseen.

Matkakohteen kehittäminen edellyttää kokonaisvaltaista yhteistyötä sekä eri toimialojen kesken kohteen sisällä että lähellä sijaitsevien samankaltaisten kohteiden välillä. Matkailua tulisi kehittää myös asiakkailta saadun palautteen perusteella ja kaikkien toimijoiden tulisi työskennellä yhdessä yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi. Yrittäjät kyseenalaistivat nykyisen kehittämissuunnitelman tavoitteiden realistisuuden, eikä suunnitelmalla ole tällä hetkellä suurta merkitystä yritysten jokapäiväisessä toiminnassa. Alueen kehittämissuunnitelma kaipaa siis uudistamista.

Käyttämämme teorit painottavat yhteistyön merkitystä koko kohdekehittämisen prosessin ajan. Saamamme tulokset vahvistavat yhteistyön tärkeyden. Tutkimuksemme tuloksia voidaan hyödyntää Ylläksen hyvinvointimatkailun kehitystyössä – tulosten pohjalta yritysten näkökulmat voidaan huomioida strategiaprosessissa nykyistä paremmin. Jotta tuloksia voitaisiin yleistää paremmin, olisimme tarvinneet suuremman vastaajajoukon. Kyselylomakkeella saamamme vastaukset tuottivat paljon informaatiota tutkimusaiheestamme ja auttoivat meitä vastaamaan tutkimuskysymyksiimme.

Tutkimus sai meidät pohtimaan, miten hyvinvointimatkailun avulla esimerkiksi Ylläksestä voisi kehittää ympärivuotisen matkailukohteen. Strategia-asiakirjoissa mainittuja projekteja ja niiden vaikutuksia kohdekehittämiseen voisi tutkia tarkemmin. Aihetta koskevat jatkotutkimukset voisivat hyödyttää myös Lapin muita samantyyppisiä matkailukohteita.

3



SOSIAALINEN PÄÄOMA SUOMALAIS-VENÄLÄISESSÄ MATKAILUYHTEISTYÖSSÄ

Sisällönanalyysi haastatteluista eri toimijatasoilla

Inka Makkonen



JOHDANTO	42
VENÄJÄ-YHTEISTYÖ RAJA-ALUEILLA JA HENKILÖKOHTAISET SUHTEET	44
Raja-alueyhteistyö	44
Raja-alueyhteistyön haasteet	45
Henkilökohtaiset suhteet Venäjällä	47
SOSIAALINEN PÄÄOMA YHTEISTYÖN MÄÄRITTÄJÄNÄ: LUOTTAMUS JA VUOROVAIKUTUS	48
Sosiaalinen pääoma	48
Luottamus ja vuorovaikutus sosiaalisen pääoman osina	50
TEEMAHAASTATELUN AINEISTONKERUUMUOTONA JA TEORIAOHJAAVA SISÄLLÖNANALYYSI	51
Laadullinen ja määrällinen tutkimus	51
Teemahaastattelu aineistonkeruumuotona	51
Teoriaohjaava sisällönanalyysi	53
Tutkimusetiikka	54
SOSIAALINEN PÄÄOMA ERI TOIMIJATASOILLA	55
Taustatiedot ja yhteistyö	55
Henkilökohtaiset suhteet, luottamus ja vuorovaikutus	57
Poliittisen ja globaalien taloudellisten tilanteiden vaikutus	61
Sosiaalinen pääoma matkailussa	62
YHTEENVETO	63

JOHDANTO

Kansainvälinen yhteistyö on erittäin tärkeää globaalissa maailmassamme. Valtioiden rajojen lähialueet ovat merkittävässä asemassa rajat ylittävän yhteistyön kehittämisessä ja ylläpitämisessä. Suomen ja Venäjän välinen valtionraja ei ole pelkästään Suomen ja Venäjän välinen raja, vaan se erottaa myös Venäjän ja Euroopan unionin toisistaan. Rajat ylittävää yhteistyötä Suomen ja Venäjän välillä on tehty vuosikymmenien ajan myös matkailun merkeissä. Aluekehityshankkeet ja esimerkiksi matkailualoilla toimivat yksittäiset yrittäjät ovat vaalineet yhteistyösuhteitaan Venäjälle, kukin organisaationsa puitteissa ja yksityisinä henkilöinä.

Kandidaatintutkielmani tavoitteena on selvittää sosiaalisen pääoman käsitteen näkökulmasta suomalaisten ja venäläisten toimijoiden yhteistyötä. Tarkastelen aihetta eri tasoilla toimivien suomalaisten toimijoiden näkökulmasta, sekä matkailun kontekstissa että laajemmin. Sain innoituksen tutkittavaan ilmiöön työskennellessäni tutkimusapulaisena Kajaanin ammattikorkeakoulussa ja tehdessäni selvitystä Karelia ENPI CBC -ohjelman White Road -hankkeeseen heinäkuussa 2013. Selvityksen (Makkonen, 2013) tavoitteena oli tarkastella suomalaisten matkailun ohjelmapalveluyrittäjien Venäjällä toimimiseen liittyviä kokemuksia. Yksi tutkimuksen päätuloksista oli se, että luotettavan yhteistyökumppanin löytyminen koettiin ensisijaisen tärkeäksi, jotta toimiminen rajan takana onnistuisi. Joissakin tapauksissa suomalaisilla yrittäjillä oli hankaluuksia löytää sopivia yhteistyökumppaneita Venäjältä. Menestyksekkäissä yhteistyökumppanuuksissa yrittäjien henkilökohtaisten suhteiden koettiin olevan merkittävässä asemassa. Henkilökohtaiset suhteet jäivät kuitenkin mainitussa selvityksessä vain toteavalle tasolle. Siksi halusin saada syvemmän ymmärryksen tästä ilmiöstä.

Tutkimuksessani tarkastelun kohteena on sosiaalisen pääoman yksi osa, henkilöiden väliset suhteet. Henkilöiden välisiä suhteita tarkastellaan yllä mainittujen venäläisten toimijoiden kanssa yhteistyötä tekevien suomalaisten toimijoiden näkökulmasta. Erilaisten suomalaisten toimijatasojen edustajille kohdennettujen haastattelujen avulla pyrin saamaan kuvan siitä, millainen merkitys henkilökohtaisilla suhteilla on ja miten niiden merkitys ilmenee kullakin toimijatasolla. Lähdän tarkastelemaan ilmiötä neljällä eri tasolla, joista kaksi ensimmäistä – ministeriö ja maakuntaliitto – vastaavat kysymyksiin yleisemmästä näkökulmasta. Matkailun näkökulmaa edustavat seuraavat tasot: rajat ylittävän matkailun kehittämishanke ja matkailuyritys. Tällaisella ns. ylhäältä alaspäin suuntautuvalla tarkastelulla lisätään ymmärrystä siitä, millainen merkitys henkilökohtaisilla suhteilla on erilaisilla rajat ylittävän yhteistyön toimijatasoilla. Seuraava lista havainnollistaa toimijatasoja: 1) työ-

ja elinkeinoministeriö, 2) aluekehitysorganisaatio, 3) rajat ylittävän matkailun kehittämishanke, 4) matkailuyritys.

Päätutkimuskysymykseeni vastaamista tukevat seuraavat osakysymykset: Millainen merkitys luottamuksella ja vuorovaikutuksella on rajat ylittävän yhteistyön rakentumisessa? Millaisia erityispiirteitä on suomalais-venäläisessä yhteistyökumppanuudessa? Millainen on poliittisen tilanteen vaikutus yhteistyösuhteisiin? Tulosten pohjalta esimerkiksi suomalainen matkailutoimija voi ymmärtää paremmin, millä tavoin henkilökohtaiset suhteet vaikuttavat itärajan ylittävien yhteistyökumppanuuksien muodostumiseen ja mitä heidän tulisi ottaa mahdollisesti huomioon.

Venäläisessä yhteiskunnassa ihmisten välisillä monimuotoisilla henkilökohtaisilla suhteilla on ollut suuri merkitys. Henkilöiden väliset suhteet koetaan tärkeiksi myös yritysten välisen yhteistyön rakentumisessa. (Ks. Kosonen, 2009, s. 93–121; Parikka, 2008, s. 265–275.) Sosiaalisten suhteiden merkitystä kuvailee venäläinen yhteiskuntatieteilijä Ledeneva (1998, s. 184): ”Many tried their luck but only those who had what was then called blat were successful.” Ledeneva (1998) on keskittynyt tutkimuksessaan yllä olevassa sitaatissa mainitun *blat*-sanon historiaan ja merkityksiin venäläisessä yhteiskunnassa. *Blat* voidaan karkeasti yksinkertaistettuna määritellä sosiaalisten verkostojen sisällä tapahtuvaksi vastavuoroisuudeksi, johon on liitetty eri aikakausina erilaisia merkityksiä.

Henkilösuhteita sosiaalisena pääomana venäläisessä yhteiskunnassa on tutkittu jonkin verran. Batjargal (2003) tarkastelee sosiaalista pääomaa yritysmaailmassa Venäjällä, ei kuitenkaan varsinaisesti matkailun näkökulmasta. Sosiaalisten suhteiden merkitykseen yritysten välisessä yhteistyössä paneutuvaa tutkimusta on matkailun kontekstissa niukasti. Aiempi tähän aiheeseen liittyvä tutkimus on keskittynyt lähinnä sosiaalisen pääoman merkitykseen liiketoiminnan alueella ja eri alojen yritysten verkostoitumisessa. Haapakoski (2013) on tutkinut yritysten välistä resurssiperusteista yhteistyötä matkailun kontekstissa sosiaalisen pääoman käsitteen avulla. Omassa tutkimuksessani tarkastelen sosiaalisen pääoman merkitystä yhteistyössä, erityisesti Suomen ja Venäjän rajan ylittävässä yhteistyössä. Haapakosken analyysi yritysten verkostoyhteistyön hyödyistä valottaa matkailutoimijoiden alueellisen yhteistyön etuja ja sitä, kuinka kunkin verkostossa toimivan yrityksen erikoistunut ydinosaaminen tuottaa hyötyjä sekä yritykselle että koko verkostolle. Haapakoski tarkastelee tutkimuksessaan matkailualan kärkiyritysverkostoa. Tässä kyseisessä verkostossa yhteistyö kehittyy vuorovaikutuksen kautta ja luottamuksella on siinä suuri merkitys. (Haapakoski, 2013.)

Esittelen aluksi tutkimukseni empiirisen kohteen, johon sisältyy yhteistyö raja-alueilla yleisesti sekä matkailussa. Samassa luvussa tarkastelen myös henkilökohtaisten suhteiden merkitystä Venäjällä. Sosiaalista pääomaa käsittelevässä luvussa hahmottelen tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen. Tämän jälkeen kuvaan tutkimusmenetelmiä, teemahaastattelua ja sisällönanalyysiä. Aineiston analyysiluvussa analysoin aineistoa teoreettisen viitekehyksen muodostamien teemojen mukaisesti ja tarkastelen aineistoa myös matkailun näkökulmasta. Lopuksi esitän yhteenvedon tutkimuksen tuloksista.

VENÄJÄ-YHTEISTYÖ RAJA-ALUEILLA JA HENKILÖKOHTAISET SUHTEET

Yhteistyötä on tutkittu monessa eri yhteydessä, ja yhteistyö eri muodoissaan ulottuu lähes kaikille aloille. Käsitteenä yhteistyö on toisaalta yksinkertainen mutta toisaalta hyvin haasteellinen, koska se ymmärretään usein eri tavalla näkökulmasta riippuen. Englanninkielisen termin *collaboration* rinnalla käytetään termiä *cooperation*, joka käännetään sananmukaisesti yhteistoiminnaksi. Näitä kahta käsitettä käytetään sekä erikseen että toistensa synonyymeinä, ja niistä on esitetty hyvin erilaisia määritelmiä. Sekä yhteistyöllä että yhteistoiminnalla tarkoitetaan yhdessä tekemistä, mutta näiden välillä voidaan nähdä pieniä vivahde-eroja. (Aira, 2012.) Paneutumatta tarkemmin näiden kahden lähes samaa tarkoittavan termin eroihin todettakoon, että ymmärrän omassa tutkimuksessani yhteistyön englanninkieliseksi vastineeksi termin *cooperation*, koska se näyttää olevan yleisimmin käytössä. (Ks. Danilov, 2005; García-Rosell ym., 2013a; Karelia ENPI CBC.)

Raja-alueyhteistyö

Suomen liittyminen Euroopan unionin, EU:n, jäseneksi vuonna 1995 muutti itärajan kansainvälispoliittista luonnetta ja korosti yhteistyön merkitystä Suomen sekä koko EU:n ja Venäjän välillä. Euroopan unionin pohjoisella raja-alueella Suomi on merkittävässä asemassa sijaitessaan maantieteellisesti Venäjän federaation vieressä. Rajat ylittävää yhteistyötä kehittävät sekä valtakunnalliset, alueelliset että paikalliset toimijat. Esimerkiksi Pohjoisen ulottuvuuden politiikan tavoitteena on edistää hyvinvointia, vakautta ja taloudellista yhteistyötä Pohjois-Euroopassa ja Itämeren alueella. Tämän edistämiseen osallistuvat EU, Venäjä, Islanti ja Norja. Pohjoisen ulottuvuuden politiikan yhtenä painopistealueena on nimenomaan rajat ylittävä yhteistyö. (Liikanen, 2004; Piipponen, 2003; Ulkoasiainministeriö, 2012.)

Rajat ylittävää yhteistyötä tukevilla ohjelmilla on pyritty edistämään raja-alueiden yhteistyötä. Ohjelmien tavoitteena on edesauttaa yritystoimintaa, matkailuun, ympäristöön, kulttuuriin ja infrastruktuuriin liittyvää ke-

hittämistä sekä terveyden ja koulutuksen alojen väliseen yhteistyöhön liittyviä toimia. (TEM, 2014a.) Eurooppalaisen naapurisuuden ja kumppanuuden välineen, ENPI CBC:n, avulla tehdään yhteistyötä EU:n ulkorajoilla (TEM, 2014c). Suomi osallistuu kolmeen eri ENPI CBC:n ohjelmaan, joissa Venäjä on mukana. Nämä ohjelmat ovat olleet toiminnassa vuosina 2007–2013, ja uusi väline, ENI CBC, oli tätä kirjoitettaessa suunnitteilla ja sen ohjelmien oli tarkoitus käynnistyä vuoden 2016 alussa (TEM, 2015b).

Matkailuala on yksi maailman nopeimmin kasvavista toimialoista, ja sen kasvu jatkuu taloudellisista kriiseistä huolimatta (Jänkälä, 2015, s. 7–9). Rajat ylittävällä yhteistyöllä on pyritty kehittämään myös matkailua. Tästä esimerkkinä on Barentsin alueelle BART-hankkeessa vuonna 2013 tehty toimintasuunnitelma. Barentsin alue kattaa Ruotsin, Norjan ja Suomen pohjoiset osat sekä Luoteis-Venäjän. BART-hankkeessa luotiin toimintasuunnitelma, jonka avulla alueen matkailua voitaisiin kehittää kestäväällä tavalla. (Garcia-Rosell ym., 2013b, s. 6–8.) Suunnitelman yhtenä osa-alueena on yhteistyö. Valtioiden rajat ylittävän matkailun kehittäminen vaatii rakentavia toimia, joissa otetaan huomioon alueiden erilaiset lähtökohdat matkailun kehittämiseen. Venäläiset yrittäjät toivoivat rajat ylittävän matkailun kehittämiseen enemmän tukea julkisilta organisaatioilta ja paikallisilta viranomaisilta. Toimintasuunnitelmassa hahmoteltiin myös yhteistyön lisäämiseen liittyviä ideoita, joita voisivat olla esimerkiksi mahdollisten yhteistyökumppaneiden tapaanmistavarten järjestettävät verkostoitumistapahtumat. Verkostoituminen on siis tärkeää yhteistyön kehittämisessä myös matkailussa. (Garcia-Rosell ym., 2013b, s. 9–11.)

Raja-alueyhteistyön haasteet

Rajat ylittävään yhteistyöhön sisältyy haasteita. Globaali taloudellinen tilanne ja Venäjän poliittinen tilanne vaikuttavat yhteistyön kehittämiseen sekä matkailun näkökulmasta että yleisemmin.

Vuonna 2008 finanssikriisiksi kärjistynyt kansainvälisten rahoitusmarkkinoiden häiriötila vaikuttaa edelleen globaaliin taloudelliseen tilanteeseen. Pian kriisin puhjettua monien maiden talouden toiminta häiriintyi vakavasti ja tuotanto supistui. (Freystätter & Mattila, 2011.) Kriisi sai alkunsa Yhdysvaltojen asuntomarkkinoiden hintakuplasta, joka johtui alhaisesta korkotasosta ja siitä seuranneesta keinottelusta. Liittovaltion painostuksesta asuntolainoja tarjottiin entistä vähävaraisemmille ihmisille. Asuntojen hintojen kääntyessä laskuun vuonna 2006 yhä useampi velallinen jätti erääntyneet lainansa maksamatta. Useat investointipankit ajautuivat konkurssiin, jolloin Yhdysvallat ja muut maat esimerkiksi Euroopassa yrittivät pitää tilanteen kurissa kokoomalla avustuspaketteja pankeille tässä kuitenkin onnistumatta. Maailman-

talous painui taantumaan, joka vaikutti myös kansantalouksiin. Etelä-Euroopan maat, jotka olivat liittyneet euroon 2000-luvun alussa ja ottaneet suuria lainoja, ajautuivat ahdinkoon. Suomalaiset muistanevat esimerkiksi Kreikan kriisin vuonna 2009, joka johtui maan vuosia jatkuneesta velalla elämisestä. Euroopan unionin maat Euroopan keskuspankin johdolla pyrkivät estämään kriisin leviämisen muille euroalueille uusien lainapakettien avulla, mutta eivät onnistuneet. Tämän jälkeen vastaavanlaisia ongelmia syntyi useissa muissakin maissa. Talouden normalisoimiseksi perustettiin Euroopan vakausmekanismi vuonna 2012. (Eurooppatiedotus, 2012.)

Venäjän taloudellinen tilanne tätä kirjoitettaessa vuonna 2015 on alamäessä etenkin öljyn hinnan laskun ja Venäjän ruplan heikentymisen vuoksi. Puolet Venäjän tuloista tulee öljyverosta. Myös Venäjän poliittinen tilanne on epävakaa pohjalla. Ukrainan kriisin vaikutukset poliittiseen tilanteeseen ovat väistämättömät. Ukrainan kriisi alkoi marraskuussa 2013, kun Ukraina allekirjoitti sopimuksen, jonka tarkoituksena oli lähentää Ukrainan ja EU:n välejä. Sopimuksen allekirjoittaminen kuitenkin peruttiin, mikä aiheutti vakavia, kuolonuhreja vaatineita mielenosoituksia Kiovassa. Silloisen Ukrainan hallinnon sisäisistä erimielisyyksistä johtuen presidentti Janukovitš syrjäytettiin vallasta helmikuussa 2014. Venäjä-mieliset aseistautuneet joukot ryhtyivät valtaamaan Ukrainassa sijaitsevia kohteita ja Venäjän joukot piirittivät Ukrainaan kuuluvan Krimin niemimaan kahta lentokenttää. Maaliskuussa 2014 Venäjä ilmoitti vallanneensa koko Krimin niemimaan, minkä johdosta järjestettiin – joissakin yhteyksissä kyseenalaiseksi määritelty (ks. Asiantuntija: Krimin tilanteeseen...; Stern, 2014) – kansanäänestys. Enemmistö Krimin asukkaista äänesti Venäjään liittymisen puolesta, ja Venäjä siirsi Krimin niemimaan oman valtansa alle. (Koivurova, 2014; Yle, 2014a, 2014b.)

Länsimaat tuomitsivat Krimin niemimaan valtauksen, ja Venäjää sekä Venäjä-mielisiä ukrainalaisia kohtaan muodostettiin EU:n ja Yhdysvaltojen toimesta pakotteita, muun muassa investointi-, tuonti- ja matkustusrajoitteita (ks. Ulkoasiainministeriö, 2015). Pakotteita suunniteltiin laajennettavan myös EU:n ja Venäjän välisiin rajaohjelmiin, mutta tämä suunnitelma peruttiin ja rajaohjelmien toiminta jatkui (Suomi vastustaa uusia..., 2014).

Yllämainitut tekijät – globaali taloudellinen tilanne ja Venäjän poliittinen tilanne – voidaan ymmärtää raja-alueyhteistyön haasteiksi, koska tutkielmani suunnitteluvaiheessa oletuksena oli, että poliittinen tilanne vaikuttaa yhteistyösuhteisiin, olivatpa kyseessä sitten matkailuyrittäjän tai ministeriön yhteistyösuhteet.

Henkilökohtaiset suhteet Venäjällä

Henkilöverkostot ja yksittäiset henkilökohtaiset suhteet ovat olleet keskeisiä ongelmanratkaisun ja vaikuttamisen välineitä venäläisessä kulttuurissa ja liiketoiminnassa. Mahdollisimman laajan suhdeverkoston merkitys oli erittäin vahva Neuvostoliiton aikaan, jolloin suhteiden avulla paikattiin silloisen yhteiskuntajärjestelmän vikoja ja puutteita. Tuolloin järjestelmästä käytettiin nimitystä *blat*. Jos jotakin oli saatu tämän järjestelmän kautta, *po blatu*, jäätettiin odottamaan vastapalvelusta. Tämä tuttavankauppaa tarkoittava termi oli alun perin varkaiden kieltä, ja vaikka sitä käytettiin, sitä myös hävettiin, koska se kertoi yhteiskunnan tilan olevan toinen kuin se virallisesti oli. Vaikka nyky-Venäjällä sanalla *blat* on negatiivinen konnotaatio, ei henkilökohtaisten suhteiden merkitys ole hävinnyt. Koska Venäjällä vallitsee edelleen jäykkä ja hidas byrokratia, turvaudutaan usein henkilökohtaisiin suhteisiin. Kun kyse on esimerkiksi jonkin luvan myöntämisestä tai varastetun omaisuuden löytymisestä, asia kuin asia hoituu nopeimmin hyvien suhdeverkostojen avulla. (Kosonen, 2009, s. 116–117; Ledeneva, 1998; Parikka, 2008, s. 265–267.)

Suhdeverkostojen merkitystä Venäjällä kuvaa hyvin sekin, että venäjän kielessä ystävyyden eri muodoille on monia erilaisia ilmiäsuja. Väkevin sana, *drug*, tarkoittaa ystävää, joka tulee apuun tilanteessa kuin tilanteessa ja johon voi aina luottaa. *Tovarištš*, toveri, taas viittaa ammatilliseen tai ideologisen ryhmän edustajiin. *Prijatelin* kanssa voidaan viettää aikaa ja *znakomyj* on tuttava. Ongelmanratkaisussa apua kaipaava venäläinen ottaa yhteyttä omiin ihmisiinsä, *svoi ljudi*, tai hyvään ystäväänsä, *dorogoi moi drug*. Suhdeverkoston sisällä *nuzni tšelovek* on tarpeellinen henkilö, joka voi myös auttaa ja joka on ns. kontakti. (Parikka, 2008, s. 265–267; Vituhnovskaja, 2006, s. 118–119.)

Liike-elämässä henkilökohtaisilla suhteilla on suuri merkitys ja suhdeverkostot ulottuvat yrityksen kaikkiin yhteiskuntasuhteisiin. Suhteet työntekijöihin, julkisiin organisaatioihin ja muihin yrityksiin vaikuttavat oleellisesti yrityksen toimintaan ja sen kannattavuuteen. Henkilökohtaiset suhteet esimerkiksi julkiseen sektoriin ovat äärimmäisen tärkeitä, koska yrityksen toimintaa vaikeuttaa monimutkainen ja usein vaihtuva lainsäädäntö, vaikeaselkoinen byrokratia ja mielivaltainen viranomaistulkinta. Julkiseen sektoriin henkilökohtaisia suhteita rakentavan yrityksen tulisi löytää oikea henkilö, jolla on riittävästi päätäntävaltaa. (Kosonen, 2009, s. 99–102.)

SOSIAALINEN PÄÄOMA YHTEISTYÖN MÄÄRITTÄJÄNÄ: LUOTTAMUS JA VUOROVAIKUTUS

Sosiaalinen pääoma on poikkitieteinen ja monessa yhteydessä esiin tuleva käsite, jota voidaan tarkastella useasta eri näkökulmasta. Sosiaalisen pääoman monisyistä rakennetta kuvaa sekin, ettei sille ole olemassa tarkkaa määritelmää. Useimmiten sosiaalisen pääoman käsitteellä kuitenkin viitataan henkilöiden välisiin suhteisiin tai yhteisöjen rakenteeseen. (Ks. Ilmonen, 2000; Jokivuori, 2005; Kajanoja & Simpura, 1998.) Suhdeverkostojen merkitys yksilön toiminnan helpottajana ja edistäjänä tukee yleistä ajatusta sosiaalisesta todellisuudesta. Sosiaalisen pääoman käsite onkin käytössä esimerkiksi erilaisten poliittisten suuntausten tutkimisessa. (Ruuskanen, 2003, s. 58–59.) Sosiaalisen pääoman avulla voidaan tarkastella muun muassa suhteiden rakennetta, ominaisuuksia ja verkostoja (ks. Ilmonen, 2000; Jokivuori, 2005; Kajanoja & Simpura, 1998). Luottamus ja vuorovaikutus ymmärretään tässä tutkielmassa osaksi sosiaalista pääomaa. Seuraavaksi tarkastellaan sosiaalisen pääoman käsitettä, siihen liittyvää luottamusta ja vuorovaikutusta.

Sosiaalinen pääoma

Sosiaalisen pääoman käsitteen käytön tieteellisessä keskustelussa aloittivat Bourdieu (1985, 2007), Putnam (ks. Ilmonen, 2000, s. 13–38) ja Coleman (1998). Kaikki yllä mainitut teoreetikot tarkastelevat sosiaalista pääomaa omista näkökulmistaan. Putnam näkee sosiaalisen pääoman yhteisön ominaisuutena. Coleman tarkastelee sosiaalista pääomaa yksilötasolla ja Bourdieu yhteisöön tai ryhmään kuulumisen näkökulmasta. Myös Granovetter (1973) tarkastelee sosiaalisia suhteita taloudellisen toiminnan kontekstissa käyttämättä kuitenkaan varsinaisesti sosiaalisen pääoman käsitettä.

Bourdieu jakaa pääoman lajit kolmeen ryhmään: sosiaaliseen, kulttuuriseen ja taloudelliseen. Sosiaalista pääomaa Bourdieulle ovat resurssit, jotka ovat yhteydessä henkilön verkostoihin, ja hän tarkastelee sosiaalista pääomaa nimenomaan ryhmään kuulumisen näkökulmasta: sosiaalinen pääoma on ns. kollektiivista pääomaa, jonka ryhmään kuuluvat yksilöt jakavat keskenään. Bourdieu korostaakin vaihdon merkitystä sosiaalisen pääoman ylläpitämisessä; vaihdon avulla saavutetaan tunnustusta ja tietoa. Yksilön asema yhteiskunnassa riippuu Bourdieun mukaan siitä, kuinka paljon yksilöllä on edellä mainittuja pääoman lajeja. (Bourdieu, 1985, 2007.)

Putnamin urauurtava tutkimus sosiaalisesta pääomasta sijoittuu Italiaan. Hän tarkastelee Pohjois- ja Etelä-Italian kansalaisyhteiskunnan koheesiota. Putnamin mukaan Pohjois-Italia on kansalaisyhteiskuntana vahvempi kuin Etelä-Italia, ja syyksi tälle hän esittää tutkimustensa perusteella sen, että Poh-

jois-Italia on sivilisoituneempi ja siellä yksilöiden välillä on vastavuoroisuuden ja luottamuksen sosiaalisia verkostoja. Luottamus on sosiaalisen pääoman yksi merkittävimmistä rakentajista. (Ilmonen, 2000, s. 19–36.)

Ensiaskelena kohti niin kutsuttua uutta taloussosiologista lähestymistapaa sosiaalisen pääoman käsitteeseen voidaan pitää Granovetterin tulkintoja, joissa hän tarkastelee uppoutuneisuuden (embeddedness) käsitettä yhdessä sosiaalisten suhteiden kanssa. Hän näkee merkittävän yhteyden taloudellisen toiminnan ja sosiaalisten rakenteiden välillä. Granovetterin mukaan juuri sosiaaliset rakenteet, toisin sanoen henkilösuhteet sekä sosiaaliset verkostot ja näiden välinen koheesio, vaikuttavat muun muassa taloudelliseen toimintaan ja sen lopputuloksiin. (Granovetter, 1973.)

Tutkimukseni kannalta tärkein sosiaalisen pääoman teoreetikko on Coleman, jonka vuonna 1988 julkaisema artikkeli "Social capital in the creation of human capital" on ollut suunnannäyttäjänä useammalle sosiaalisen pääoman keskustelulle. Colemanin teoria pohjautuu rationaalisen valinnan teorian perinteeseen, joka tarkoittaa yleistäen sanottuna sitä, että ihminen toimii rationaalisesti päästäkseen päämääriinsä ja käyttää toiminnassaan hyväksi erilaisia resursseja (Lehtinen, 2006). Colemanin teoriassa on kolme sosiaalisen pääoman muotoa: vastavuoroisuuden velvoitteet ja odotukset, informaatiokanavat sekä normit. Sosiaalinen pääoma sijoittuu henkilöiden välisiin suhteisiin, jotka ovat jollain tavalla tuottavia. Yhdessä toimiminen yhteisten päämäärien saavuttamiseksi on tärkeää. Colemanille sosiaaliseen pääomaan sisältyy myös luottamuksen käsite. (Coleman, 1988.)

Coleman (1988) havaitsi oppilaiden perhetaustojen vaikuttavan koulun kesken jättämiseen. Hän jaotteli pääoman kolmeen ryhmään: taloudelliseen, inhimilliseen ja sosiaaliseen. Tämä on osin samankaltainen jako kuin Bourdieulla sillä erotuksella, että Bourdieulla yhtenä pääoman lajina on inhimillisen pääoman sijaan kulttuurinen pääoma (vrt. Bourdieu, 1985). Taloudellisella pääomalla Coleman tarkoitti perheen taloudellisia edellytyksiä lapsen kouluttamiseen. Vanhempien koulutustasoa Coleman kuvasi inhimillisen pääoman ulottuvuudella, ja sosiaalinen pääoma viittasi perheen sisäiseen vuorovaikutusilmapiiriin sekä sen yhteisön koheesioon, johon perhe kuuluu. Colemanilla sosiaalinen pääoma on siis ryhmien sisäistä sekä eri ryhmien välistä koheesiota ja vuorovaikutusta. Tiivis yhteys edistää normien ja luottamuksen ylläpitämistä, ja Coleman korostaa ryhmien verkostojen merkitystä myös informaatiokanavina. Tutkimuksessaan Coleman havaitsi, että sekä sosiaalisella, inhimillisellä että taloudellisella pääomalla oli yhteys koulun kesken jättämiseen. Mitä enemmän eri pääoman lajeja perheellä oli, sitä todennäköisemmin oppilaat kävivät koulunsa loppuun. (Coleman, 1988.)

Coleman kritisoi artikkelissaan sosiologiaa siitä, että se unohtaa henkilökohtaiset tarkoitukselliset päämäärät, esimerkiksi taloudellisten hyötyjen tavoittelun, ja taloustiedettä puolestaan siitä, että se jättää sosiaalisen näkökulman keskustelun ulkopuolelle. Toisin sanoen sosiologinen keskustelu tuntuu jättävän huomiotta taloudellisen näkökulman (ns. ”ylisosiologinen” ajattelu) ja taloustieteellinen keskustelu taas sosiaalisen näkökulman. (Coleman, 1988, s. 96.) Tässä ajatuksessa voidaan nähdä yhtymäkohtia Granovetterin (1973) ajatteluun, jonka mukaan sosiaaliset rakenteet ovat uppoutuneena taloudellisiin toimiin.

Luottamus ja vuorovaikutus sosiaalisen pääoman osina

Kuten jo edellä todettiin, luottamus (trust) liittyy oleellisesti sosiaalisen pääoman käsitteeseen. Luottamuksenkin määrittelyminen yksiselitteisesti on hyvin vaikeaa (Kotkavirta, 2000, s. 57). Sosiologiassa luottamus nähdään yhteiskuntaa koossa pitävänä voimana, ja yhteiskuntatieteessä luottamusta ja sen vaikutuksia voidaan tarkastella esimerkiksi ihmisten välisen vuorovaikutuksen näkökulmasta (Kankainen, ei vl.). Taloustieteilijät ovat huomioineet luottamuksen merkityksen taloudellisia toimia vakauttavana ja selittävänä tekijänä esimerkiksi sopimukseen liittyvissä seikoissa, ja he ovat alkaneet keskustella luottamuksesta ja siihen perustuvasta sosiaalisesta pääomasta (Kotkavirta, 2000, s. 57–59). Luottamus voidaan nähdä myös eräänlaisena ”sosiaalisena liimana”; sosiaalinen pääoma rakentuu luottamuksen kautta (Fukuyama, 1995, s. 26, Kovalaisen & Österbergin, 2000, s. 70–71 mukaan). Luottamuksella on suuri merkitys myös yhteistyön rakentumisessa (Ruuskanen, 2003, s. 91–99; Zand, 1972). Luottamus on toimijan halua luottaa yhteistyökumppaniin (Komppula, 2000, s. 61).

Luottamusta voidaan rakentaa vuorovaikutuksen avulla. Luottamuksen ja vuorovaikutuksen suhde on symmetrinen: luottamus parantaa vuorovaikutusta ja vuorovaikutus puolestaan vahvistaa luottamusta. Vuorovaikutuksella tarkoitetaan kommunikointia ja eritasoista viestintää esimerkiksi kahden ihmisen välillä. (Vesalainen, 2002, s. 48–49). Sosiaalisissa suhteissa vuorovaikutuksella on suuri merkitys (Kaminen & Pakkala, 2007, s. 33–36). Vuorovaikutusta voidaan mitata esimerkiksi sen perusteella, kuinka usein sosiaalisiin verkostoihin ollaan yhteydessä (Iisakka, 2004).

Tutkielmani lähtökohtana on, että sosiaaliseen pääomaan sisältyy luottamus ja vuorovaikutus. Tarkasteluni kohteena on henkilökohtaisten suhteiden, luottamuksen ja vuorovaikutuksen rooli yhteistyön rakentumisessa eri toimijatasoilla suomalais-venäläisissä yhteistyökumppanuuksissa. Kohdistan sosiaalisen pääoman tarkastelun myös matkailutoimialaan, jossa yhteistyöllä on merkittävä rooli (ks. Garcia-Rosell ym., 2013b).

TEEMAHAASTATTELU AINEISTONKERUUMUOTONA JA TEORIAOHJAAVA SISÄLLÖNANALYYSI

Tutkimusta suunniteltaessa on tärkeää pohtia, mitkä ovat sen lähtökohdat ja millaisin menetelmin tutkimus toteutetaan. Tulee miettiä, millaiset menetelmät sopivat kuhunkin tutkimukseen. Menetelmien valintaa ohjaa se, millaista tietoa etsitään ja mistä tietoa on mahdollisesti löydettävissä. Yksi keskeisimmistä valinnoista on se, onko tutkimus laadullinen, määrällinen vai kenties jotakin näiden väliltä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 1997, s. 182–188.) Laadulliseen ja määrälliseen tutkimukseen lukeutuvia tutkimustraditioita sekä aineistonkeruu- ja analyysimuotoja on monenlaisia. Tässä luvussa kuvataan tutkimuksen suunnitteluprosessia, aineistonkeruuta ja tutkimusmenetelmien valintaa sekä pohditaan tutkimuseettisiä kysymyksiä.

Laadullinen ja määrällinen tutkimus

Tutkimuksen toteutuksen ensimmäisiä vaiheita on tutkimusotteen määrittely. Laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on ymmärtää tutkittavaa ilmiötä paremmin. Tällaisen tutkimusotteen avulla voidaan tarkastella jotakin ilmiötä hyvin läheltä, jolloin kyseessä on yksi tulkinta tarkasteltavasta ilmiöstä. Aineistoa on laadullisessa tutkimuksessa vähemmän kuin luotettavassa määrällisessä tutkimuksessa. Määrällisen eli kvantitatiivisen tutkimuksen havaintoaineistona toimivat suuret aineistot, joista voidaan muodostaa erilaisia muuttujia ja luokitteluja. Määrällisen tutkimuksen aineistoa analysoidaan tilastollisin menetelmin, ja tällä tutkimusotteella tehdyn tutkimuksen tuloksiin katsotaan tutkijalla olevan vain vähän vaikutusta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 1997, s. 182–188; Määrällinen vai laadullinen?)

Tavoitteenani on tutkia, millainen merkitys henkilökohtaisilla suhteilla on ja miten niiden merkitys ilmenee eri toimijatasoilla. Tarkastelen ilmiötä sosiaalisen pääoman näkökulmasta. Tarkastelun kohteena ovat siis henkilökohtaiset näkemykset henkilökohtaisista suhteista eri toimijatasojen näkökulmasta. Kun lähdetään tutkimaan tämänkaltaista ilmiötä, laadullisin menetelmin saadaan todennäköisesti enemmän tietoa kuin määrällisin menetelmin. Esimerkiksi haastattelua tutkimusmenetelmänä käytettäessä voidaan säädellä aineiston keruuta tilanteen edellyttämällä tavalla ja vastaajille voidaan antaa mahdollisuus tuoda asioita esille mahdollisimman vapaasti (Hurme, Remes & Saravaara, 1997, s. 201).

Teemahaastattelu aineistonkeruumuotona

Laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumuotoja on monenlaisia. Niistä yleisimmät ovat haastattelu, havainnointi, kysely ja erilaisiin dokumentteihin perustuva tieto, esimerkiksi kirjallisuus tai nettikeskustelut. Kaikkia yllä-

mainittuja aineistonkeruumenetelmiä voidaan toki käyttää myös määrällisessä tutkimuksessa, ja yhdessä tutkimuksessa voidaan käyttää useampiakin aineistonkeruumenetelmiä. (Tuomi & Sarajärvi, 2002, s. 71–90.)

Haastattelua voidaan käyttää aineistonkeruumenetelmänä sekä laadullisessa että määrällisessä tutkimuksessa. Haastattelun idea on hyvin yksinkertainen: ”Kun haluamme tietää, mitä ihminen ajattelee tai miksi hän toimii niin kuin toimii, on järkevää kysyä asiaa häneltä.” (Tuomi & Sarajärvi, 2002, s. 72.) Haastatteluissa pyritään saamaan mahdollisimman paljon tietoa tutkitavasta ilmiöstä, ja haastatteluun on mahdollista valita juuri ne henkilöt, joilla on kokemusta tai tietoa tutkittavasta aiheesta (Tiittula & Ruusuvaori, 2005, s. 9–14; Tuomi & Sarajärvi, 2002, s. 71–90).

Teemahaastattelussa edetään ennalta määrättyjen teemojen mukaisesti. Apuna voidaan käyttää kysymyksiä, joilla tarkennetaan teeman aihetta tai saadaan tietoa jostain tietystä teemaan liittyvästä asiasta. Haastattelua ohjaavat teemat on muodostettu aiemman tutkimuksen pohjalta tai ne pohjautuvat tutkittavaa ilmiötä koskevaan teoreettiseen keskusteluun. Puolistrukturoitu teemahaastattelu on muodoltaan lähellä syvähaastattelua, mutta siinä ei voida kysyä mitä tahansa. On tärkeää saada tutkimuksen kannalta merkittäviä vastauksia, ja haastattelijan rooli tämän tavoitteen saavuttamisessa on merkittävä. (Tuomi & Sarajärvi, 2002, s. 74–75.)

Lomakekyselyn avulla olisi mahdollisesti tavoitettu suurempi joukko vastaajia, mutta koska tutkimukseni tavoitteena on saada jokaiselta vastaajalta hänen oma henkilökohtainen näkemyksensä asiasta, valitsin aineistonkeruumenetelmäksi haastattelun. Haastateltavat valitsin heidän asiantuntemuksensa perusteella, mikä myös tukee teemahaastattelun käyttöä. Teemahaastattelun mahdollistama joustavuus ja teemojen rajaaminen soveltuivat tutkimukseni aiheeseen ja tavoitteisiin.

Haastateltavien valinnassa käytin apuna internetiä ja henkilökohtaisia keskusteluja muun muassa kandidaatintutkielmani ohjaajan kanssa. Aluksi suunnitelin suppeampaa haastateltavien määrää: tarkoitukseni oli tarkastella ilmiötä yhden käytännöntason matkailutoimijan ja yhden Venäjän-kaupungin asiantuntijan näkökulmista. Idea kuitenkin laajeni ulottumaan useammille tasoille, joten päädyin tarkastelemaan suomalais-venäläistä yhteistyötä ministeriötasolla, maakunnallisen aluekehitysorganisaation tasolla, matkailun hanketasolla ja matkailun yritystasolla. Kahdella ensimmäisellä tasolla tarkastelen tutkittavaa ilmiötä laajemmassa mittakaavassa, ja kaksi viimeksi mainittua tasoa valaisevat aihetta matkailun näkökulmasta.

Aineistoon sisältyy neljä teemahaastattelua edellä mainituilta toimijatasoilta. Haastatellut toimijat valitsin siis heidän asiantuntijuutensa perusteella. Toimijat olivat seuraavat:

- Työ- ja elinkeinoministeriön Venäjä-yhteistyön edustaja
- Maakunnallisen aluekehitysorganisaation edustaja
- Rajat ylittävään matkailuun liittyvän hankkeen edustaja
- Matkailun ohjelmapalveluyrityksen edustaja

Valittuani haastateltavat otin heihin yhteyttä ensin sähköpostitse ja jos en saanut vastausta, otin yhteyttä puhelimitse. Keräsin aineiston tammi–helmikuussa 2015. Kaksi haastattelua tein henkilökohtaisesti ja kaksi puhelimitse. Nauhoitin kaikki haastattelut. Haastattelut kestivät 25–52 minuuttia. Molemmat henkilökohtaisesti tehdyt haastattelut kestivät noin 50 minuuttia, puhelinhaastattelut taas 25–30 minuuttia. Kasvotusten tapahtunut kommunikointi tuotti mahdollisesti syvemmälle teemoihin pureutuvia vastauksia kuin puhelinkeskustelu.

Haastattelujen jälkeen purin nauhoitukset litteroimalla ne kirjalliseen muotoon. Litteroitua aineistoa tuli yhteensä noin 30 sivua (fontilla Times New Roman, koko 12, riviväli 1.0). Suoritin litteroinnin puheen tarkkuudella: kirjoitin kaikki keskustelut puhtaaksi, en merkinnyt taukoja enkä haastattelijana tekemiäni lyhyitä vahvistavia kommentteja (kuten ”joo”, ”mm”). Koodasin litteroidun aineiston kirjaintunnuksella H, ja numero kirjaintunnuksen perässä kuvastaa toimijatasoa ylhäältä alaspäin: H1 on työ- ja elinkeinoministeriön edustaja, H2 aluekehitysorganisaation edustaja ja niin edelleen. Koska tarkoituksenani oli tarkastella eri toimijatasoja, katsoin tärkeäksi tuoda koodauksella esille, miltä toimijatasolta tekstissä esiintyvät lainaukset ovat.

Teoriaohjaava sisällönanalyysi

Haastatteluiden tuloksena on äänitteistä litteroitu monisivuinen teksti, jota voidaan lähteä analysoimaan useilla erilaisilla tavoilla. Tekstiä voidaan analysoida esimerkiksi sisällönanalyysin avulla aineistolähtöisesti, teoriaohjaavasti tai teorialähtöisesti. (Ruusuvuori, Nikander & Hyvärinen, 2010.)

Analysoin oman aineistoni teorialähtöistä sisällönanalyysiä käyttäen. Haastattelurungon suunnitteluvaiheessa muotoilin teemat soveltaen sosiaalisen pääoman teoriaa (liite 2). Sisällönanalyysissä tarkastelin aineistoa eritellen, tiivistäen sekä toimijatasojen yhtäläisyyksiä ja eroja etsien. Aineisto sisälsi paljon faktatietoa raja-alueyhteistyöstä, mutta teemojen ulkopuolelle sijoittuvat (sinänsä mielenkiintoiset) seikat jouduin rajaamaan analyysin ulkopuolelle. Kirjoitin aineistosta poimitut tutkittavaan ilmiöön kuuluvat seikat erilliselle paperille ja jaoin jokaisen teemoitetun paperin neljän toimijan

mukaan. Luokittelin teemat seuraavasti: yhteistyö, henkilökohtaiset suhteet, luottamus, vuorovaikutus, poliittinen tilanne ja matkailu. Tämän prosessin avulla sain jokaista teemaa koskevat vastaukset nähtäväksi samalle paperille. Ensimmäisen kierroksen jälkeen luin aineiston vielä kertaalleen läpi ja täydensin tarvittaessa teemoitettuja papereita.

Luokittelin kunkin teeman sisällä samaan asiaan liittyvät ja usein toistuvat seikat samaan kategoriaan. Yksittäiset poikkeavuudet luokittelin myös ja otin nekin osaksi aineiston syvempää analyysiä. Luokittelussa käytin apuna tekstintäsitelyohjelman eri värejä, jolloin värit edustivat eri toimijatasoja. Luokittelu toimi analyysin apuna. Esimerkkinä luokittelusta mainittakoon yhdeksi luokaksi muodostunut hierarkia, johon katsoin kuuluvaksi ne haastattelun kohdat, joissa puhuttiin mm. riittävän korkealla olevien henkilöiden merkityksestä tai käytettiin suoraan termiä hierarkia. Edellä kuvatulla tavalla sisällönanalyysi onnistui tehokkaasti ja sain nähdäkseni aineistosta esiin kaikki tutkimuksen kannalta oleelliset seikat.

Tutkimusetiikka

Tutkimusta tehtäessä on tärkeää ottaa huomioon tutkimuseettiset kysymykset. Hyvän tieteellisen käytännön noudattaminen velvoittaa tutkijoita ottamaan huomioon yleisesti sovitut säännöt suhteessa kollegoihin, tutkimuskohteeseen, suureen yleisöön ja toimeksiantajiin. Tutkijan tulee osoittaa tutkimuksellaan tutkimusmenetelmien, tiedonhankinnan ja tulosten johdonmukaista hallintaa. (Vikka, 2005, s. 29–31.)

Tutkielmassani viitataan asiaankuuluvasti käytettyihin lähteisiin ja osoitetaan tutkimusaiheen tieteellisen keskustelun hallinta. Haastatellut henkilöt esitetään anonymisoidussa muodossa. Haastatteluaineisto eli nauhoitteet ja litteroidut haastattelut säilytetään ulkopuolisten saavuttamattomissa. Aineiston analyysissä on pyritty läpinäkyvyyteen ja seikkaperäisyyteen, mikä korostaa tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksen ajankohtaisuus näkyy varsinkin poliittiseen ja taloudelliseen tilanteeseen liittyvissä asioissa – esimerkiksi matkailutoimija saa tutkielmasta ajankohtaista tietoa Venäjä-yhteistyöstä.

SOSIAALINEN PÄÄOMA ERI TOIMIJATASOILLA

Tässä luvussa analysoin tutkimusaineistoa teoreettisen viitekehyksen teemojen mukaisesti. Aluksi esittelen eri tasojen edustajien taustatiedot, yhteistyön tavoitteet ja venäläiset yhteistyökumppanit sekä tarkastelen aineistoa yleisesti yhteistyön näkökulmasta. Tämän jälkeen ovat esillä henkilökohtaiset suhteet, luottamus ja vuorovaikutus. Viimeisessä alaluvussa tarkastelen tuloksia matkailun näkökulmasta.

Taustatiedot ja yhteistyö

Ministeriötason edustaja toimii työ- ja elinkeinoministeriössä. Hän vastaa Venäjään liittyvien asioiden koordinaatiosta ja on toiminut virassaan kaksi ja puoli vuotta. Työ- ja elinkeinoministeriössä toimii erilaisia aluetyöryhmiä, joiden tavoitteena on muun muassa auttaa suomalaisten yritysten pääsyä Venäjän markkinoille sekä venäläisten yritysten pääsyä Suomen markkinoille. Tällä tasolla yhteistyökumppaneina toimivat venäläiset viranomaiset, Suomen ja Venäjän hallitusten alaisen talouskomission alaiset työryhmät sekä Helsingissä sijaitseva Venäjän kaupallinen edustusto.

Aluekehitystason edustaja toimii suomalaisen maakunnan aluekehitysorganisaatiossa, ja hän on ollut mukana Venäjään liittyvässä kehitystoiminnassa vuosikymmeniä. Aluekehitysorganisaatiossa raja-alueyhteistyön tavoitteena on hyvinvoinnin edistäminen rajan molemmilla puolilla. Organisaatiolla on muun ohella edunvalvontaan liittyviä tehtäviä, joihin kuuluu viranomaisyhteistyön edistäminen. Organisaatio pyrkii myös vaikuttamaan Suomen ja Venäjän ministeriöihin sekä lisäksi Euroopan unioniin. Aluekehitystasolla yhteistyökumppaneina toimivat Karjalan tasavallan ministeriöt sekä maantieteellisesti lähellä sijaitsevat Venäjän aluepiirit, ja yhteistyösopimuksia on myös kauempana sijaitsevien alueiden kanssa.

Rajat ylittävän matkailuhankkeen edustaja toimi tehtävässään koko hankkeen ajan eli kaksi vuotta. Hanke oli haastatteluhetkellä jo päättynyt. Hankkeen tavoitteena oli edistää venäläisten ja suomalaisten matkailuyritysten välisiä yhteistyösuhteita. Venäläisiä yhteistyökumppaneita olivat aluepiirit sekä venäläinen organisaatio, joka koordinoi hankkeen toimintaa Venäjän puolella.

Matkailuyrittäjätason edustajalla on kokemusta Suomen ja Venäjän rajan ylittävistä asiakasmatkoista yli kahdenkymmenen vuoden ajalta. Matkailuyrittäjän näkökulmasta katsottuna venäläisten kumppaneiden kanssa tehty yhteistyö liittyy liiketoimintaan ja asiakkaiden palvelemiseen. Tavoitteena on tuottaa asiakkaille rajat ylittäviä matkailutuotteita. Matkailuyrittäjän yh-

teistyökumppaneina toimivat venäläiset matkailutoimijat, esimerkiksi matkailuyritykset.

Kaksi ensimmäistä tasoa edustavat yleisempää rajat ylittävää yhteistyötä ja kaksi viimeistä yhteistyötä matkailun näkökulmasta. Haastatelluista kolme on miehiä ja yksi nainen. Heillä kaikilla on omakohtaisia kokemuksia Venäjä-yhteistyöstä. Kuten edellä kävi ilmi, yhteistyön kesto vaihteli parista vuodesta vuosikymmeniin, mikä tuo aineistoon moninaisuutta.

Venäläisten kanssa tehty yhteistyö on monipuolista. Toiminta on erilaisista ministeriötasolla kuin esimerkiksi matkailuyrityksessä. Ministeriötasolla yhteistyösuhteet pohjautuvat organisaation virkamieskontakteihin, kun taas matkailuyrittäjä on itse hankkinut venäläiset kumppaninsa. Matkailun hanketasolla uusia yhteistyökumppaneita haetaan käytännössä jo olemassa olevien, asiansa osaavien kumppaneiden kautta. Matkailuhankkeiden toimintaa vaikeuttaa muun muassa se, että EU:n rahoituksella toimivissa yhteistyöhankkeissa venäläisen kumppanin täytyy osata toimia hankkeissa, mikä ei ole itsestäänselvyys. Myös aluekehitysorganisaatiossa uusia yhteistyökumppaneita löytyy jo olemassa olevien kontaktien kautta.

Venäläisten kanssa tehdyssä yhteistyössä jokaisella tasolla on erilaiset päämäärät. Yhteistyön avulla pyritään yhdessä näihin päämääriin. Yhdessä toimiminen yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi on tärkeää myös Colemanin (1988) mukaan. Colemanin mukaan sosiaalinen pääoma liittyy henkilöiden välisiin suhteisiin, jotka ovat jollain tavalla tuottavia. Esimerkiksi aluekehitystasolla yhteistyön tavoitteena on hyvinvoinnin edistäminen rajan molemmin puolin; matkailuyrittäjän tavoitteena taas on liiketoiminnan edistäminen ja asiakkaiden palveleminen. Eri toimijatasojen näkemyksissä on jossain määrin eriävyyksiä mutta myös samankaltaisuuksia.

Suomalais-venäläinen yhteistyö eroaa paljon esimerkiksi eurooppalaisista kumppanuuksista. Haastatteluissa mainittiin usein aktiivisen kanssakäymisen merkitys venäläisten kumppaneiden kanssa. Kohteliaisuussäännöt ja muut kulttuurierot tulee ottaa erityisesti huomioon toimittaessa venäläisten kanssa. Esimerkiksi aikataulut eivät aina välttämättä pidä.

Henkilökohtaisia yhteistyösuhteita on katkennut jokaisella toimijatasolla, mutta toimintaa on jatkettu uusien, samaa organisaatiota edustavien kumppaneiden kanssa. Ministeriötasolla toimintaa ovat vaikeuttaneet muun muassa Venäjällä ja Suomessa tapahtuneet organisaatiomuutokset, jolloin uusien yhteistyösuhteiden muotoutuminen on vienyt aikaa. Yhteistyösuhteiden katkeamisen negatiiviset vaikutukset korostuivat erityisesti matkailuyrittä-

jän kokemuksissa. Suhteiden katkeamisen syynä saattoi olla esimerkiksi epäluotettava venäläinen yhteistyökumppani tai kuolemantapaus, jolloin vuosien työ oli valunut hukkaan:

Liikenneonnettomuuksissa on monta hyvää kaveria menehtynyt. Sitte yks on murhattu. Tämmöisiä traagisia, jotka täällä tuntuu ihan hirveiltä mutta ne on niinkun siihen kulttuuriin kuuluvia asioita. Ehkä yks meidän suurimpia taikaiskuja liittyy tämmöseen kuolemajuttuun. Yhteistyökumppani kuoli, hänen kans tein paljo ja hän sitte kuoli liikenneonnettomuuden seurauksena ja katkaisi moneksi vuodeksi sen kehityksen... (H4)

Yhteistyöorganisaatioissa tapahtuneet henkilövaihdokset ovat vaikuttaneet myös matkailuhankkeeseen. Tällaisissa tapauksissa luottamus ja yhteistyö täytyy rakentaa osittain uudelleen.

Aluekehitystason edustaja ja matkailuyrittäjä toivoivat lisää toimijoita, jotta yhteistyö olisi laajempaa. Ideoiksi tämän asian edistämiseksi mainittiin esimerkiksi Suomeen muuttaneet venäläiset, joita voitaisiin rekrytoida mukaan kehittämään yhteistyötä.

Henkilökohtaiset suhteet, luottamus ja vuorovaikutus

Henkilökohtaisilla suhteilla on suuri merkitys venäläisten kumppaneiden kanssa tehtävässä yhteistyössä. Henkilökohtaisten suhteiden muodoissa on kuitenkin eroja eri toimijatasoilla. Ministeriötasolla merkittävässä roolissa yhteistyökumppanuuksissa ovat sihteerit. Kun sihteerit molemmin puolin rajaa tekevät töitä useamman vuoden toistensa kanssa, yhteistyö virkamies-tasolla helpottuu käytännön toimijoiden tutustuessa toisiinsa hieman syvemmin. Myös virkamiehet luovat henkilökohtaisia suhteita toisiinsa. Henkilökohtaiset suhteet rakentuvat usein yhteistyöorganisaatioissa samassa asemassa olevien välille. Vesalaisen (2002, s. 100–101) mukaan yhteistyöorganisaatioissa luotetaan usein henkilöön, joka on samassa asemassa kuin itse.

Aluekehitysorganisaation edustajan mukaan henkilökohtaisten suhteiden merkitystä ei ymmärretä Suomessa riittävän hyvin. Yhteistyö perustuu aluetasollakin ystävyyssuhteisiin, mutta toimintakulttuurissa on viime aikoina ollut havaittavissa muutoksia eurooppalaisempaan suuntaan – yhteydenpidon ei tarvitse enää olla yhtä tiivistä kuin aikoinaan, kun yhteistyökumppanuuksia rakennettiin. Myös matkailuhankkeissa yhteistyökumppanuudet henkilöityvät; hankkeen edustaja käytti termiä ”syventynyt yhteistyökumppanuus”. On myös tärkeää edetä oikeiden henkilöiden kautta, jotta asiat saadaan hoidettua parhaalla mahdollisella tavalla.

Matkailuyrittäjän yhteistyökumppaneista on tullut miltei ystäviä:

No kyllä sitä on kaveritasolla jo. Ne on jo niin pitkäaikaisia tuttavuuksia, että voidaan kylässä käydä ihan muutenki ku työn merkeissä. Ja olemme seuranneet toistemme perheitten kasvamista ja lapsien opiskelua ja mitä niistä tulee isona ja sillai. Elämme niinkun yhtä matkaa näitä vuosikymmeniä. (H4)

Henkilökohtaiset suhteet näyttävät olevan tärkeässä asemassa kaikilla toimijatasoilla, ja näin on venäläisessä kulttuurissa yleensäkin (ks. Kosonen, 2009; Ledeneva, 1998; Parikka, 2008). Sosiaaliset suhteet taloudellisen toiminnan yhteydessä näyttävät olevan Venäjä-yhteistyössä äärimmäisen tärkeä seikka. Granovetterin (1973) ja Colemanin (1988) ajatukset taloudellisen ja sosiaalisen toiminnan yhteen kuulumisesta pitävät siis paikkansa myös tässä yhteydessä.

Hierarkia mainittiin henkilökohtaisista suhteista puhuttaessa varsinkin ylemmillä toimijatasoilla. Venäjällä on tärkeää löytää oikea, riittävän korkeassa asemassa oleva henkilö, jotta asiat saadaan etenemään toivotulla tavalla. Työ- ja elinkeinoministeriö voi esimerkiksi hyödyntää omia viranomaiskontaktejaan auttaakseen suomalaista yritystä löytämään sopivat venäläiset yhteistyökumppanit. Hanketasolla puhuttiin ns. luottohenkilöstä. Matkailuyrityksen tasolla henkilökohtaisten suhteiden merkitys on hyvin suuri, ja se korostuu erityisesti lähestyttäessä viranomaisia:

Asiamiehenä kaveri joka tuntee, niin se sitten esittelee meidät viranomaisille ja hallintoon päin ja uusiin yhteistyökumppaneihin päin ja antaa vakuutuksensa meistä. (H4)

Aineistosta esiin nousseet hierarkiaan liittyvät seikat ovat samansuuntaisia kuin esimerkiksi Kososen (2009) tutkimuksessa. Jotta yritystoiminta onnistuisi, yrityksen tulee Kososen (2009, s. 99–102) mukaan löytää henkilö, jolla on mahdollisimman paljon päätäntävaltaa.

Henkilökohtaisten suhteiden ylläpito edellyttää panostusta jokaisella toimijatasolla. Ylläpidon muotoja ovat säännölliset ja vastavuoroiset tapaamiset, ystävätaoisissa suhteissa vierailut toisten kodeissa, muistamiset merkkipäivinä ja juhlapyhinä, molemminpuolinen auttaminen asioiden hoitamisessa sekä lahjat. Henkilökohtaisten suhteiden ylläpito vaatii siis vastavuoroisuutta, kuten myös Coleman (1988) toteaa.

Lahjoista puhuttaessa mainittiin eri organisaatiotasolla lahjan ja lahjuksen välinen ero ja painotettiin, että lahjuksia sanan nimenomaisessa merkityksessä ei ole annettu eikä saatu:

..Niin kyse ei missään tapauksessa oo lahjuksista, et semmosia ei oo vaadittu eikä semmosia oo enää nykyisin annettu. Joskus aikaisemminhan oli myös tällöisiä vaatimuksia, kymmeniä kymmeniä vuosia sitten. (H3)

Sana *blat* voidaan yhdistää epävirallisen vaihdannan lisäksi myös lahjuksiin (Ledeneva, 1998), mutta haastattelut viittaavat siihen, että *blatin* merkitys kohdistuu ainoastaan henkilökohtaisiin suhteisiin. Lahjukset eivät kuulu nykypäivän yhteistyön toimintakulttuuriin.

Läheisimmät henkilökohtaiset suhteet venäläisiin yhteistyötoimijoihin näyttivät olevan niillä toimijoilla, jotka olivat tehneet työtä vuosikymmeniä. Matkailuhankkeen edustaja totesikin, että muutaman vuoden yhteistyön jälkeen syventynyt yhteistyökumppanuus voisi mahdollisesti muuttua ystävyudeksi. Voi olla myös niin, että ne toimijat, jotka ovat aloittaneet yhteistyön jo vuosikymmeniä sitten, ovat joutuneet rakentamaan vahvempia henkilökohtaisia suhteita kuin vastikään aloittaneet toimijat. Esimerkiksi aluekehitysorganisaation edustajan mukaan toimintakulttuuri on alkanut hiljalleen muuttua ns. eurooppalaisempaan suuntaan, vaikka henkilökohtaisten suhteiden merkitys ei ole varsinaisesti pienentynyt. Matkailuyrityksen edustajan mukaan henkilökohtaisten suhteiden merkitys ei ole muuttanut muotoaan aikojen saatossa. Haastatelluista toimijoista aluekehitysorganisaation edustaja ja matkailuyrittäjä olivat tehneet yhteistyötä venäläisten kanssa jo vuosikymmeniä.

Luottamus koettiin äärimmäisen merkittäväksi seikaksi yhteistyösuhteissa jokaisella toimijatasolla. Ministeriötasolla luottamus saavutetaan kommunikoimalla kasvotusten:

Se luottamus venäläisten kanssa, oli se sitten organisaatiotasolla tai sitten yleisestikin, niin se on mun mielestä niinkun a ja o toiminnassa. Että se pitää saavuttaa se luottamus, niin siinä vaiheessa homma kyllä toimii. (H1)

Luottamusta yhteistyökumppaneiden välillä lisää ja vahvistaa se, että toimitaan sopimusten mukaisesti. Rajat ylittävässä aluekehitysyhteistyössä valitsee pariteettiperiaate, jonka mukaan aluekehitystyötä tehdään rajan molemmin puolin. Tällöin on luottamuksen kannalta tärkeää, että sovitut asiat tehdään molemmilla puolilla rajaa. Luottamukseen liittyy myös sopimukseen liittyvien asioiden salassapito. Tässä on joskus ilmennyt ongelmia, mutta tilanne on aikojen kuluessa parantunut. Matkailuyrittäjälle on aiheuttanut ongelmia epäluotettava yhteistyökumppani, minkä takia ongelmia on ollut myös palvelujen tuottamisessa asiakkaille.

Kumppanuussuhdetta ei voisi olla olemassa ilman luottamusta (Vesalainen, 2002, s. 99). Luottamuksen merkitys korostui kaikilla nyt tutkituilla toimijatasoilla. Luottamus voidaankin nähdä sosiaalisen pääoman yhtenä osa-alueena, ja jos luottamus on korkealla tasolla ja henkilökohtaiset suhteet ovat vahvat, myös yhteistyö toimii hyvin. Suhteiden tiiviys ja luottamus suhteiden sisällä vaikuttavat sosiaalisen pääoman määrään (Coleman, 1988).

Useimmat haastateltavat mainitsivat venäläisen luottohenkilön tarpeellisuuden yhteistyön mahdollistajana. Kaikilla tasoilla luottohenkilöt näyttävät olevan menestyksekkään yhteistyön edellytys. Esimerkiksi matkailuhankkeen edustajan mukaan luottohenkilön olemassaolo on erittäin tärkeää:

..Siellä on se luottohenkilö, jolla on luottamukselliset suhteet sinne julkisen sektorin organisaatioon, ni ne asiat sujuu. Siellä on paljon sellaisia asioita, joita suomalainen projekti-ihminen ei yksinkertaisesti saa toimimaan, vaan siihen tarvitaan se venäläinen luottohenkilö, joka vie asioita eteenpäin. (H3)

Luottamuksen saavuttamisen ja ylläpidon jälkeen luottamusta voi myös jakaa. Kun luotetaan johonkin henkilöön tai organisaatioon, voidaan taata myös varsinaiseen yhteistyösuhteeseen liittyvien osapuolien niin sanottujen kolmansien osapuolien luotettavuus. Kolmannesta osapuolesta tulee olla varma, jottei oma saavutettu luottamus kärsisi.

Luottamuksen ja vuorovaikutuksen suhde on symmetrinen, ja luottamus rakentaa sosiaalista pääomaa (ks. Ilmonen, 2000, s. 19–36; Vesalainen, 2002, s. 48–49). Tämänkaltaisia ajatuksia nousi esille myös haastatteluista. Vuorovaikutuksen todettiin rakentavan luottamusta toimijoiden välille:

.. Muistetaan kysyä et miten se vaimo jaksaa tai lapset, tai et... tunnetas myös vähän sitä henkilökohtaista ja itseki myös vähän avauduttas niistä henkilökohtaisista asioista. Niin sillä tavalla varsinkin sitä luottamusta myös syntyy. (H1)

Kolme haastateltavaa korosti venäjän kielen taidon merkitystä vuorovaikutuksen mahdollistajana. Jotta vuorovaikutus olisi hedelmällistä, venäjän kielen osaaminen todettiin ratkaisevan tärkeäksi:

..Että pääsis venäläiseen ajattelutapaan sisään ja siihen kulttuurintuntemukseen, ni se tietysti vaatis sen kielen osaamisen. (H3)

Kohteliaisuuteen ja kulttuuriin liittyvät seikat tulee ottaa huomioon vuorovaikutuksessa venäläisten yhteistyökumppaneiden kanssa. Venäjällä tulee muun muassa teitillä, kun tavataan uusia ihmisiä, eikä naisia juuri koskaan kätellä.

Vuorovaikutus venäläisen kumppanin kanssa vaatii ajoittaisia henkilökohtaisia tapaamisia. Vuorovaikutus perustuu näihin kasvotusten tapahtuviin tapaamisiin, ja suhteita vahvistetaan sähköpostitse ja puhelimitse. Tapaamisissa keskustellaan muistakin kuin virallisista asioista, myös esimerkiksi ministeriötasolla. Lähialueilla olevien yhteistyökumppanien kanssa tapaamisia on kuukausittain mutta kauempana olevien kumppaneiden kanssa harvemmin. Kun ollaan vastavuoroisesti vuorovaikutuksessa kumppanin kanssa, yhteistyösuhteen sosiaalisen pääoman määrä kasvaa. Toisin sanoen henkilökohtaiset suhteet vaativat keskinäistä ja tasapuolista vuorovaikutusta.

Poliittisen ja globaalin taloudellisen tilanteen vaikutus

Poliittinen ja globaali taloudellinen tilanne ovat hyvin tiedossa jokaisella toimijatasolla, ja myös niiden vaikutukset yhteistyöhön ovat nähtävissä. Yhteistyön ongelmia lisää lähinnä taloudellinen tilanne ja ruplan arvon heikkeneminen, ei niinkään poliittinen tilanne. Taloudellisen tilanteen takia etenkin venäläisten kumppanien matkustaminen on vähentynyt, mikä on vaikuttanut tapaamisten määrään. Tämä vaikeuttaa osaltaan yhteistyösuhteiden ylläpitämistä, mutta se ei ole kuitenkaan tähän mennessä heikentänyt suhteita. Poliittisesta tilanteesta, kuten haastattelujen aikaan ajankohtaisesta Ukrainan kriisistä, ei keskustella lainkaan omien yhteistyökumppaneiden kanssa millään toimijatasolla:

Keskusteluissa ynnä muissa ...ollaan niin kuin mitään ei olis ikinä tapahtunut. Kaikki toimii sillä tavalla ja molemmat osapuolet esimerkiksi tän raja-alueohjelman suhteen korostaa sitä, että nyt pitää saada nämä ohjelmat liikkeelle.
(H2)

Tutkimukseni yhtenä tavoitteena oli tarkastella poliittisen tilanteen vaikutuksia yhteistyösuhteisiin, ja oletukseni oli, että ne vaikuttavat ainakin jossain määrin. Ainoa haaste toimijoilla näyttäisi kuitenkin olevan taloudellisen tilanteen heikentymisen takia vähentynyt venäläisten matkustaminen. On mielenkiintoista, että poliittisen tilanteen sivuuttaminen keskustelussa näkyy jokaisella toimijatasolla.

Jokaisella toimijatasolla korostettiin Venäjä-suhteiden merkitystä Suomelle ja sen alueille. Toimijoiden mukaan on tärkeää ylläpitää jo olemassa olevia suhteita myös poliittisen epävakauden aikana, koska tilanne tulee myöhemmin muuttumaan parempaan suuntaan. Tulevaisuus nähdään poliittisesta tilanteesta huolimatta myönteisenä. Kaikilla toimijatasoilla uskottiin tilanteen muuttuvan tulevaisuudessa ja raja-alueyhteistyö nähtiin tärkeänä asiana:

Ois mielenkiintoista viedä taas matkanjärjestäjiä ja tiedotusvälineitten ihmisiä sinne mut ei se nyt vaan oo niin muodikasta tuo Venäjä-kumppanuus, mut se tulee takas. (H4)

Aluekehitysorganisaation edustaja arvosteli myös sosiaalisessa mediassa käytävää, hänen mukaansa perusteetonta keskustelua ja paniikin lietsomista esimerkiksi Ukrainan kriisiin liittyen. Hän kiteytti ajatuksensa: ”Eihän mitään sotaa ole tulossa.” (H2). Hän myös toivoi nuorten rajat ylittävän kanssakäymisen lisäämistä ennakkoluulojen vähentämiseksi.

Sosiaalinen pääoma matkailussa

Matkailualaan liittyvä yhteistyö Suomen ja Venäjän välillä on haastateltavien mukaan hyvin tärkeää. Matkailuyrityksen Venäjän-matkat ovat liiketaloudellista toimintaa, ja yrittäjän mukaan henkilökohtaiset suhteet ovat yhteistyössä äärimmäisen tärkeitä – yhteistyön osapuolet ovat sosiaalisesti sidoksissa toisiinsa. Muutenkin haastattelujen tulokset tukevat Granovetterin (1973) ja Colemanin (1988) ajatusta taloudellisen ja sosiaalisen toiminnan yhteydestä. Mitä vahvemmat ovat henkilökohtaiset suhteet, sitä enemmän on sosiaalista pääomaa.

Koska matkailupalveluiden loppukäyttäjät ovat maksavia asiakkaita, palvelut täytyy hoitaa hyvin. Hyvät venäläiset kontaktit, luottamus ja vuorovaikutus vaikuttavat suomalaisen matkailuyrityksen toiminnan onnistumiseen Venäjällä. Henkilökohtaisten suhteiden avulla avataan ovia julkisiin organisaatioihin ja niissä työskenteleviin virkamiehiin. Henkilökohtaisten suhteiden avulla luodaan luottamusta myös kolmansiin osapuoliin. Matkailuyrittäjä toteaa voidensa itsekkin toimia tällaisena kontaktihenkilönä esimerkiksi muille suomalaisille matkailuyrityksille, jotka haluaisivat laajentaa toimintaansa Venäjälle.

Matkailun hanketasolla asiat toimivat samansuuntaisesti. Jos venäläiset menettävät luottamuksensa vaikkapa rajat ylittävän kehityshankkeen suomalaiseen koordinaattoriin, hanke voi olla suurissa vaikeuksissa. Hanketason edustajan mukaan tällaiset luottamuspulaan liittyvät asiat tulisikin ottaa selvälle jo rekrytointivaiheessa, jotta ongelmilta säästyttäisiin.

Käytännössä henkilö, jolla ei sitä luottamusta oo, niin kyllä hänen mahdollisuutensa toimia on äärimmäisen rajalliset, ja jos on tämmönen tilanne ja Venäjällä halutaan vaikeuttaa toimintaa niin... aina löytyy säädöksiä, aina löytyy tarvittavat asiapaperit, jolla pystytään vaikeuttamaan sitä toimintaa. (H3)

Henkilökohtaisten suhdeverkostojen suuri merkitys matkailun toimialaan liittyvässä Venäjä-yhteistyössä on todettu aiemminkin (Garcia-Rosell ym., 2013b). Kun toimijat luottavat toisiinsa, yhteistyö on hedelmällistä. Haapakoski (2013) on tullut matkailualan yhteistyöhön liittyvässä tutkimuksessaan samankaltaisiin tuloksiin.

YHTEENVETO

Tutkimieni eri toimijatasojen yhteistyösuhteet ovat tavoitteellisia. Henkilökohtaisten suhteiden merkitys korostuu varsinkin matkailun yritystasolla. Voidaankin ajatella, että mitä lähempänä käytännön yhteistyötä ollaan, sitä tärkeämpää on luoda henkilökohtaiset suhteet venäläisiin yhteistyökumppaneihin. Luottamuksellisten suhteiden avulla voidaan toimia menestyksellä yhteistyössä.

Yhteistyösuhteet venäläisten kanssa eroavat esimerkiksi eurooppalaisten kumppaneiden kanssa tehtävästä yhteistyöstä. Venäläisten kanssa täytyy pitää yhteyttä useammin, ja varsinkin kasvotusten tapahtuva vuorovaikutus edistää yhteistyösuhteiden laatua. Venäläisessä yhteiskunnassa vallitseva hierarkia tuo mukanaan omat erityispiirteensä yhteistyökumppanuuteen.

Vuorovaikutus vahvistaa luottamusta ja luottamus vuorostaan parantaa vuorovaikutusta. Vuorovaikutuksessa venäläisten kumppaneiden kanssa tulee ottaa huomioon kulttuuriset seikat. Venäjän kielen taito koettiin merkittäväksi vuorovaikutusta parantavaksi asiaksi. Tärkeää on myös löytää hierarkiassa riittävän korkealla olevat henkilöt, jotta asiat saadaan hoidettua, mikä eroaa suomalaisesta toimintakulttuurista.

Luottamusta voidaan lisätä henkilökohtaisten kontaktien avulla. Mikäli suomalainen matkailuyrittäjä pyrkii toimimaan Venäjällä, hän tarvitsee luottamukselliset henkilökohtaiset suhteet venäläisiin toimijoihin. Jos valmiita suhteita ei ole, voivat venäläisiä kontakteja omaavat suomalaiset organisaatiot tai yrittäjät toimia yhdistävinä kontakteina. Venäläiset yhteistyökumppanit taas voivat omien kontaktiensa kautta toimia asiamiehinä muun muassa venäläisiin julkisiin organisaatioihin. Henkilökohtaiset suhteet ja niiden verkostot ovat äärimmäisen tärkeitä sekä matkailuun liittyvässä yhteistyössä että Venäjä-yhteistyössä yleensä.

Heikentynyt taloudellinen tilanne ja ruplan kurssin aleneminen vaikuttaa yhteistyösuhteisiin siten, että kasvotusten tapahtuvien – henkilökohtaisten yhteistyösuhteiden ylläpidon kannalta merkittävien – tapaamisten määrää

on vähentynyt. Merkillepantavaa on, että Venäjän poliittiseen tilanteeseen ei oteta yhteistyökumppanien kanssa käydyissä keskusteluissa lainkaan kantaa. Poliittisen tilanteen ei haluta vaikuttavan yhteistyösuhteisiin millään tavalla. Toimijoiden katseet suuntautuvat jo tulevaisuuteen ja yhteistyön tuleviin mahdollisuuksiin. Olisi mielenkiintoista tietää, onko tilanne samanlainen suomalaisten ja venäläisten välisessä yhteistyössä yleisemminkin.

Kaiken edellä todetun pohjalta voidaan todeta, että sosiaalisella pääomalla on suuri merkitys suomalaisten ja venäläisten toimijoiden yhteistyön rakentumisessa. Tutkimukseni osoitti henkilökohtaisten suhteiden tärkeyden eri toimijatasoilla sekä yleisesti että matkailuun liittyvässä yhteistyössä. Yksi mielenkiintoinen jatkotutkimuksen aihe olisi se, kuinka venäläiset yhteistyökumppanit vastaavasti kokevat suomalaisten kanssa tehdyn yhteistyön ja millaisia merkityksiä he sille antavat.

4



TURVALLISUUDEN KOKEMUKSEN RAKENTUMINEN MATKAILIJOIDEN PUHEESSA

Diskurssianalyysi matkailijahaastatteluista

Nanna Hallikainen



JOHDANTO	68
Johdatus aiheeseen	68
Aiempi tutkimus	68
Tutkielman kulku	70
TURVALLISUUDEN KOKEMINEN MATKUSTETTAESSA	70
Turvallisuus	70
Rauha	71
Kokemus	72
DISKURSSIANALYYSI TEEMAHAASTATTELUISTA	73
Teemahaastattelut	73
Diskurssianalyysi	74
Tutkimusetiikka	75
HUOLETON JA RAUHAA TUOVA MATKAILIJA TUNTEE RISKIT	76
Turvallisuuden ja turvattomuuden kokemukset	76
Kansainvälisen turvallisuuden merkitykset	79
Rauhan ja matkailun yhteys	80
YHTEENVETO	82

JOHDANTO

Johdatus aiheeseen

Tämänhetkinen kansainvälinen poliittinen tilanne näkyy medioissa kansainvälisenä turvallisuuden uhkana. Ukrainan kriisi, ebola ja Isis-järjestön taistelut luovat koko maailmalle uhkaa turvallisuuden tunteen menettämisestä. Samanaikaisesti ihmiset matkustavat yhä enemmän. Maailman matkailujärjestön (UNWTO) mukaan vuoden 2014 puoleen väliin mennessä kansainväliset matkustajamäärät olivat nousseet melkein 5 % edellisvuodesta (UNWTO, 2014). Turvallisuuden kokeminen vaikuttaa matkustuspäätöksiin. Kohteeksi ei välttämättä valita maata, jossa on meneillään kriisi, tai matkustusmuotona ei käytetä lentokonetta, jos kyseiselle lentoyhtiölle on juuri tapahtunut lento-onnettomuus. Terrorismi kohdistuu usein matkustamiseen, ja media uutisoi terroristien teoista, joissa uhreina on ollut ulkomaalaisia matkailijoita (Sönmez & Graefe, 1998, s. 114). Kansainvälinen turvallisuus matkustettaessa on ajankohtainen aihe.

Lähestyn tutkielmassani turvallisuuden kokemista matkustettaessa turvallisuuden ja kokemuksen teorioiden avulla. Matkailu ja rauha ovat yhteydessä toisiinsa, koska yleisesti matkakohteen valintaan vaikuttavat myös kohteen turvallisuus sekä kansainvälisen turvallisuuden tilanne. Muita aihepiiriin liittyviä lähikäsitteitä ovat kansainvälinen turvallisuus, inhimillinen turvallisuus ja pelon kokeminen.

Tutkimuskysymyksenäni on: Miten turvallisuuden kokemus rakentuu matkailijoiden puheissa? Tällä tarkoitan sitä, millä tavalla matkailijat ovat kokeneet turvallisuuden, kuinka tärkeää turvallisuus on ja miten kansainvälinen turvallisuus sekä rauha liittyvät matkustamiseen. Osakysymyksiä ovat: Miten matkailijat puhuvat turvallisuuden ja turvattomuuden kokemuksistaan? Mitä merkityksiä kansainvälisellä turvallisuudella on matkailijoille? Millaisia merkityksiä matkailijat antavat rauhan ja matkailun yhteydelle?

Aiempi tutkimus

Matkailuun liittyvää turvallisuutta on tutkittu useiden eri tieteenalojen lähtökohdista. Oma kiinnostukseni turvallisuuteen pohjautuu kansainvälisten suhteiden tutkimukseen. Matkailun turvallisuuteen liittyvät läheisesti myös terrorismi ja konfliktit.

Paljon tutkimuksia, etenkin opinnäytetöitä, on tehty matkailijoiden turvallisuuskäsityksistä, matkakohteen turvallisuudesta, rikollisuuden pelosta ja rauhasta (Hall, Timothy & Duval, 2003, s. 11; Iivari, 2012, s. 230). Floydin, Gibsonin, Pennington-Grayn ja Thapan (2003) tilastollisessa tutkimukses-

sa selvitettiin al-Qaidan Yhdysvaltoja vastaan syyskuussa 2001 tekemien iskujen vaikutuksia New Yorkissa asuviin matkustajiin. Lentoyhtiöiden matkustajamäärät vähentyivät välittömästi iskun jälkeen, ja tutkimuksessa selvisi, että riskin suuri uhka vähentää matkustusaikeita. Tutkimuksessa todettiin myös aiempien matkakokemusten voivan vaikuttaa siihen, miten suuriksi riskit koetaan. (Floyd ym., 2003, s. 19–35.)

Pennington-Gray, Schroeder ja Kaplanidou (2011) ovat tutkineet ennako-oletuksia riskeistä ja niiden vaikutuksista matkustuspäätöksiin Yhdysvaltoihin matkustavien ihmisten keskuudessa. Matkustuspäätöksiin vaikuttivat aiempi matkustuskokemus, tiedon etsiminen internetistä ja ennako-oletukset riskeistä. Riskejä koskevat ennako-odotukset voidaan luokitella viiteen luokkaan: sota ja poliittinen epätasapaino, terveysriskit, rikollisuus, terrorismi ja luonnonkatastrofit (Pennington-Gray ym., 2011, s. 70). Matkustajien käsityksiin riskeistä vaikuttivat riskin tyyppi, kulttuuri ja kansallisuus, riskin läheisyys sekä kansainvälisen median uutisointi (Pennington-Gray ym., 2011, s. 66). Ulkoiisiin riskeihin, kuten luonnonkatastrofeihin ja sairauksiin, ei pystytä itse vaikuttamaan, joten ne nähdään pienempinä ja niitä voidaan myös uhmata. Aikaisemmat matkustuskokemukset vaikuttavat myöhempisiin matkustusaikeisiin. Mitä enemmän henkilö oli matkustanut, sitä todennäköisemmin hän matkustaa uudelleen riskeistä huolimatta. (Pennington-Gray ym., 2011, s. 79–80.)

Aikaisemman matkustuskokemuksen vaikutus riskien vähättelyyn tuli esille myös Sönmezin ja Graefen (1998) tutkimuksessa, mutta toisaalta aikaisemmat negatiiviset kokemukset voivat luoda pelkoa, jos matkalle lähtemiseen liittyvät riskit ovat suuret. Sönmez ja Graefe tutkivat amerikkalaisten matkustusaikomuksia ja terrorismiriskin vaikutuksia matkustuspäätökseen. Riskialttiisiin paikkoihin matkustamisessa päätökseen vaikuttivat asenne kansainvälistä matkustusta kohtaan, oletettujen riskien taso ja henkilön tulot. (Sönmez & Graefe, 1998, s. 125.)

Rauha ja matkailu on aikaisemmissa tutkimuksissa usein yhdistetty toisiinsa (Moufakkir & Kelly, 2010, s. xvi). Matkailun on ajateltu edistävän maailman rauhaa, kun ihmiset matkustamisen myötä oppivat ymmärtämään paremmin toisia kulttuureja. Maoz (2010) tutki egyptiläisten ja israelilaisten matkailijoiden suhdetta toisiinsa ja sitä, kuinka helposti he solmivat ystävyssuhteita. Nämä kansallisuudet ovat olleet konfliktissa keskenään, ja molemmat näkevät toisen maan viranomaiset uhkana. Matkailuyrittäjien kanssa asiat olivat tutkimuksen mukaan kuitenkin toisin – heidän kanssaan voi joissakin tapauksissa ystävyystyä. Keskenään vihamielisten kansallisuuksien yksittäisten henkilöiden väliset ystävyssuhteet voivat pitkällä aikavälillä tuoda rauhaa kahden valtion välille.

Tutkielman kulku

Tutkielmani toisessa luvussa esittelen teoreettisen viitekehyksen, joka koskee turvallisuuden kokemista matkustettaessa. Viitekehykseen kuuluvat turvallisuuden, kansainvälisen turvallisuuden, rauhan, pelon ja kokemuksen käsitteet. Kolmannessa luvussa tarkastelen teemahaastattelua ja diskurssianalyysia. Esittelen intressiryhmän ja ryhmähaastattelujen toteutuksen sekä kerron teemahaastattelusta aineistonkeruumenetelmänä. Esittelen myös diskurssianalyysin merkityksen ja analyysin toteutuksen. Lisäksi pohdin tutkimuseettisiä kysymyksiä. Luku neljä käsittelee aineiston analyysia ja aineistosta löytyneitä diskursseja. Lopuksi esitän yhteenvedon tutkielman tuloksista sekä esittelen jatkotutkimusaiheita.

TURVALLISUUDEN KOKEMINEN MATKUSTETTAESSA

Turvallisuus

Turvallisuudella voidaan tarkoittaa monia asioita. Sanat *safety* ja *security* tarkoittavat suomeksi turvallisuutta, mutta englannin kielessä niillä on eri merkitykset. Turvallisuus voi tarkoittaa ihmisen kokemaa turvallisuutta (*safety*) tai esimerkiksi maiden välisiä asioita koskevaa kansainvälistä turvallisuutta (*security*). Nämä turvallisuuden monet piirteet tekevät käsitteen määrittelystä hankalaa, koska turvallisuuden voi siis ymmärtää usealla tavalla. Yksilölle turvallisuus on tunne ja mielikuva. (Iivari, 2012, s. 20–22.) Tässä tutkimuksessa käsittelen sekä ihmisten kokemaa että maiden välistä turvallisuutta matkailussa. Pääkäsitteenäni on ihmisen kokemaa turvallisuutta, johon voivat liittyä kansainvälistä turvallisuutta koskevat uhat. Turvallisuutta koskeva uhka ei ole uusi asia. Se ei syntynyt syyskuun 2001 terrori-iskujen jälkeen vaan on jatkoa 1900-luvun turvallisuuden uhista: ensimmäisestä ja toisesta maailmansodasta sekä kylmästä sodasta. (Hall ym., 2003, s. 2.)

Matkustettaessa oman maan rajojen ulkopuolelle kansainvälisen turvallisuuden voidaan nähdä vaikuttavan matkustamiseen. Kansainvälinen turvallisuus voi olla maiden välistä puolustukseen ja asevoimiin liittyvää kamppailua toisia valtioita tai organisaatioita vastaan. Sillä voidaan tarkoittaa myös maailmanlaajuisesti ihmisten suojelemista erilaisilta uhilta, joita voivat olla esimerkiksi luonnonkatastrofit, tartuntataudit tai ihmisoikeusrikkokset. (Frerks & Klein Goldewijk, 2006, s. 268–269.) Monet konfliktit ja katastrofit luovat uhkia, jotka vaikuttavat turvallisuuden kokemiseen matkustettaessa.

Matkailuun ja turvallisuuteen liittyy useita alakäsitteitä, joiden avulla turvallisuuden osa-alueita voidaan ymmärtää. Ne ovat hyvin lähellä kansainvälisen turvallisuuden tutkimuksen käsitteitä. Hallin, Timothyn ja Duvalin

(2003, s. 5–12) mukaan yleinen turvallisuus matkailussa on yläkäsite, johon liittyvät ympäristöasiat, ruoka ja vesi, kestävä kehitys, maiden rajat, median vaikutus matkailijoihin ja politiikkaan, maailmanlaajuiset epidemiat sekä talous. Nykyään turvallisuuden käsite on paljon laajempi kuin esimerkiksi kylmän sodan päättyessä. Yleisen turvallisuuden käsitteen myötä turvallisuutta ei enää ymmärretä vain sotilaalliseksi turvallisuudeksi (Hall ym., 2003, s. 6).

Rauha

Rauha ja matkailun turvallisuus liittyvät toisiinsa (Iivari, 2012, s. 230). Galtungin (1996, s. 9) mukaan on tutkittava konflikteja, jotta voisimme ymmärtää rauhaa. Rauha ja väkivalta ovat saman jatkumon ääripäitä; kumpaakaan ei voi täysin poistaa. On silti tavoiteltavaa, että rauhaa olisi enemmän ja väkivaltaa vähemmän. Väkivaltaa ja konflikteja on vaikea poistaa, koska niitä esiintyy aina, mutta rauhan vallalla oleminen on tärkeää. Rauha on siellä, missä konfliktit kaikkein vähimmällä todennäköisyydellä tapahtuvat (Galtung, 1996, s. 9). Rauhan ja väkivallan läsnäolevuus heijastuu myös matkailuun. Konflikteja ja turvallisuuden uhkia ei voida kokonaan poistaa matkakohteista, sillä niiden mahdollisuus on aina olemassa (Mansfeld & Pizam, 2006).

Rauhaa ja matkailua tulee tarkastella yhdessä; joidenkin tutkijoiden mukaan matkailu voi luoda rauhaa, ja yleensä matkailu suuntautuu paikkoihin, joissa vallitsee rauha. Moufakkir ja Kelly (2010) ovat tutkineet rauhaa ja matkailua sekä käsitelleet rauhan käsitettä monesta näkökulmasta. He ovat todenneet, että rauha voidaan saavuttaa matkailun avulla ja että rauha tarkoittaa sodan poissaolevuutta. Rauhan käsitettä he ovat tarkentaneet siten, että sodan poissaolevuus ei ole ainoa kriteeri, vaan myös ihmisoikeuksien tulisi täytyä maassa, jossa sanotaan olevan rauha. (Moufakkir & Kelly, 2010, s. iv–xvii.) Rauhan yhteys matkailuun koostuu monesta tekijästä, jotka kaikki liittyvät ensisijaisesti matkailun kehittämiseen epävakaisissa maissa. Matkailu tuo ihmisille hyvinvointia ja edistää näin rauhaa. (Moufakkir & Kelly, 2010, s. xix–xx.) Tutkimuksessani ei voida ohittaa rauhan käsitettä, koska se liittyy oleellisesti turvallisuuden kokemiseen matkustettaessa. Rauhaan ja turvallisuuteen voidaan liittää myös inhimillisen turvallisuuden käsite, joka valtioiden sisäisten tai välisten turvallisuusasioiden sijaan kuvaa ihmisten kokemaa turvallisuutta. Inhimillinen turvallisuus toteutuu, kun ihmisten ei tarvitse tuntea itseään turvattomiksi jokapäiväisissä tilanteissa. (Swaminathan, 2006, s. 15.) Usein inhimillinen turvallisuus liitetään humanitaariseen toimintaan esimerkiksi konflikteissa, mutta se liittyy myös matkustamiseen – siihen, että matkailijan ei tarvitse tuntea itseään turvattomaksi.

Hall, Timothy ja Duval (2003, s. 3–4) kritisoivat väitettä, että rauha voidaan saavuttaa matkailun avulla. Heidän mukaansa matkailu ei suuresti vaikuta rauhan rakentamiseen, vaan matkailu on enemmänkin riippuvainen rauhas-
ta. Tämän näkökannan mukaan rauhattomiin paikkoihin ei matkusteta eikä matkailun avulla näin ollen pystytä luomaan rauhaa alueelle, jossa kriisi on meneillään tai päättynyt.

Kokemus

Matkailijalla voi olla kokemuksia turvallisuudesta ja rauhasta. Matkakokemus on vaikeasti määriteltävä käsite, vaikka meillä kaikilla onkin matkakokemuksia (Lüthje, 2001, s. 14). Lüthjen (2001, s. 14) mukaan ”matkakokemus voi tarkoittaa matkaan liittyvää koettua tapausta, elämystä, tai kokemalla saatua matkustamiseen liittyvää tietoa tai taitoa”. Tarkastelen tutkielmassani turvallisuuteen ja turvattomuuteen liittyvää puhetta matkakokemuksista, jotka ovat olleet matkailijalle tapauksia ja elämyksiä ja jotka ovat antaneet hänelle matkustamisen turvallisuuteen liittyvää tietoa ja taitoa.

Psykologisesti kokemus on omakohtainen jokaiselle; kokemus on subjektiivinen ja tapahtuu 1. persoonassa (Suorsa, 2011, s. 175). Siksi jokainen matkailija tuntee turvallisuuden eri tavoin ja jokaiselle muodostuu turvallisuudesta omanlaisensa kokemus. Räikkösen (2007, s. 27) mukaan ”kokemus muodostuu tapahtumista ja tunteista, jotka tulevat esiin tapahtumaa, esimerkiksi matkaa, odotellessa, sen aikana ja jälkeinpäin muistoissa”. ”Kokemus ymmärretään usein tiedollisena ja jonkinasteista ennakkotietämystä edellyttävänä, pitkäkestoisempänä prosessina” (Räikkönen, 2007, s. 31). Turvallisuudesta voi olla ennakkotietoa ennen matkaa, ja ennakkotietämys vaikuttaa siihen, miten turvallisuus matkustettaessa koetaan.

Pelko liittyy läheisesti turvallisuuteen ja ennen kaikkea sen kokemiseen. Brunt, Mawby ja Hambly (2000, s. 421–422) ovat tutkineet matkailijoiden rikollisuuden pelkoa, ja he määrittelevät pelon turvallisuuden tunteen vastakohtaksi. Pelkoon liittyvät läheisesti huoli ja levottomuus. Pelon ja turvattomuuden tunne valtaavat matkailijan silloin, kun olosuhteet eivät vaikuta turvallisilta. Ahmed (2003, s. 191–192) liittää pelon politiikan ruumiillisuuteen, siihen että pelko on tunne, joka ilmenee myös erilaisina kehollisina toimintoina vaikuttaen kokijan lisäksi pelon kohteeseen. Pelon ja ahdistuksen erottaa toisistaan kohde. Pelko voidaan määritellä kivun tai vahingon ennakoinniksi – pelätään siis tulevaa. Ahdistuksen kokemus on kohteeton. Ahmed (2003, s. 205–206) toteaa, että pelko, turvallisuus ja terrorismi liittyvät toisiinsa. Pelätään toista, joka ei ole ”me”, ja turvattomuuden ontologiaan liittyen ”lähtöoletuksena täytyy olla, että asiat eivät itsessään ole turvallisia, jotta voidaan oikeuttaa *asioiden turvaamisen* välttämättömyys”. Terrorismi liittyy

tähän: terroristit tietävät, että he luovat pelkoa ja ahdistusta olemalla jokin toinen joukko. Pelon määritelmien pohjalta voidaan todeta, että pelko on myös lähellä kokemista, etenkin turvattomuuden kokemista.

DISKURSSIANALYYSI TEEMAHAASTATTELUISTA

Teemahaastattelut

Aineistonani ovat viiden ulkomaalaisen matkailijan teemahaastattelut heidän käsityksistään ja kokemuksistaan matkailun turvallisuudesta. Toteutin aineistonkeruun yhdessä Anna Tolosen kanssa (ks. luku 8). Yhteisessä teemahaastattelurungossa oli kysymyksiä kokemuksista Rovaniemellä, sohasurffaamisesta (*couchsurfing*) ja paikallisuudesta Rovaniemellä sekä kysymyksiä matkailun turvallisuudesta, turvallisuuden kokemisesta, kansainvälisestä turvallisuudesta ja rauhasta (liite 3). Yhteisiä haastateltavia oli neljä, ja sen lisäksi haastattelimme molemmat (ajan puutteen vuoksi) erikseen viidettä henkilöä. Jätin Rovaniemellä koetut kokemukset, sohasurffaamisen ja paikallisuuden kysymykset tarkastelun ulkopuolelle, koska niitä koskevissa vastauksissa ei ollut relevantteja sisältöjä omaan tutkimukseeni. Yhteistä aineistoa litteroidussa muodossa keräsimme 24 sivua, josta oman tutkimusaineiston osuus on 14 sivua.

Haastateltavamme olivat Rovaniemellä käyneitä ulkomaalaisia matkailijoita, joita etsimme Couchsurfing-internetsivulta. Haastateltavista kolme oli Suomeen saapuneita matkailijoita, jotka käyttivät majoitusmuotonaan sohasurffaamista. Yksi haastateltavista oli Etelä-Suomessa asuva vaihto-opiskelija, joka matkusti Rovaniemelle ja käytti majoitusmuotonaan sohasurffaamista, ja yksi oli Rovaniemellä asuva ulkomaalainen, joka majoittaa sohasurffareita. Haastateltavissa oli sekä miehiä että naisia. Kaksi haastateltavista oli kotoisin Saksasta ja muut olivat Puolasta, Meksikosta ja Kanadasta. Iältään he olivat 20–30-vuotiaita. Jokainen oli matkustanut paljon eri puolilla maailmaa, joten heillä oli runsaasti matkakokemuksia. Halusin haastatella ulkomaalaisia Rovaniemelle saapuvia matkailijoita suomalaisten sijaan siksi, että haastateltavilla olisi näin ainakin yksi kansainvälinen matkakokemus ja heillä voisi olla turvallisuuteen liittyviä kokemuksia myös Suomesta. Couchsurfing on matkailijoiden yhteisö, johon kuuluu noin 10 miljoonaa ihmistä ja johon kuka tahansa voi liittyä internetissä. Sohasurffauksen ajatuksena on, että ihmiset jakavat elämänsä ja kulttuuriaan muiden kanssa ja kunnioittavat toinen toisiaan. Matkailijat voivat majoittua paikallisten ihmisten kotona ja paikalliset ihmiset voivat majoittaa matkailijoita. (Share your life, 2015) Sohasurffauksen ideologia heijastui jokaisessa haastateltavassa, ja sillä oli varmasti vaikutusta siihen, millä tavalla he matkustamisesta ja turvallisuudesta puhuivat.

Sohvasurffaamista harrastavat henkilöt ovat usein avarakatseisia, matkustavat paljon ja haluavat tavata paikallisia ihmisiä. Sen takia uskoin haastateltavien löytämisen olevan helppoa. En haastatellut esimerkiksi jonkin rovaniemäläisen hotellin asiakkaita, koska todennäköisesti useampi hotellivieras olisi kieltäytynyt haastattelupyynnöstä. Kaikki pyytämäni henkilöt suostuivatkin haastatteluun. Laitoin myös Couchsurfing-internetsivulle ilmoituksen, jossa etsin haastateltavia, ja useampi henkilö olisi ollut valmis haastateltavaksi.

Toteutin haastattelut teemahaastatteluina. Tiittula ja Ruusuvuori (2005, s. 9) määrittelevät haastattelun tiedonhankinnan muodoksi, ”joka läpäisee koko yhteiskunnan”. Heidän mukaansa haastattelussa tärkeintä on vuorovaikutus, ja haastattelu syntyy haastattelijan ja haastateltavan yhteistyön tuloksena (Tiittula & Ruusuvuori, 2005, s. 13). Haastatteluja voi olla erilaisia, mutta keskityin tutkimushaastatteluun, jonka tyypiksi valitsin teemahaastattelun. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelu, jossa teemat ja aihepiirit on suunniteltu valmiiksi ja niiden pohjalta on tehty keskustelua ohjaavia kysymyksiä. Kysymykset voidaan kuitenkin haastattelutilanteessa kysyä missä järjestyksessä vain ja myös niiden muotoa voidaan muuttaa. (Hirsjärvi & Hurme, 1988, s. 35–37; Tiittula & Ruusuvuori, 2005, s. 11.) Haastatteluni teemoja olivat turvallisuuden ja turvattomuuden kokeminen, kansainvälisen turvallisuustilanteen vaikutukset matkustamiseen ja rauhan rooli matkailussa. Nauhoitin haastattelut ja litteroin ne tekstimuotoon.

Diskurssianalyysi

Analysoin aineiston diskurssianalyysia käyttäen. Van Dijk (1997, s. 3) määrittelee diskurssianalyysin puheena ja tekstinä asiayhteydessä. Jokinen, Juhila ja Suoninen (1993, s. 9–10) taas määrittelevät diskurssianalyysin ”kielen käytön ja muun merkitysvälitteisen toiminnan tutkimukseksi, jossa analysoidaan yksityiskohtaisesti sitä, miten sosiaalista todellisuutta tuotetaan erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä”. Diskurssintutkimuksessa ja sosiaalisessa konstruktivismissa, joka on sen laajempi teoreettinen viitekehys, ”keskeinen ajatus on, että todellisuus rakentuu sosiaalisessa vuorovaikutuksessa, jossa kieli ja muut semioottiset merkkijärjestelmät ovat tärkeässä roolissa” (Pietikäinen & Mäntynen, 2009, s. 12). Diskurssianalyysin tarkoituksena on löytää aineistosta esimerkiksi yksityiskohtia ja ristiriitaisuuksia käymällä sitä läpi monta kertaa (Jokinen ym., 1993, s. 13). Koska kielen käyttö on osa sosiaalista toimintaa, Pietikäisen ja Mäntynen (2009, s. 169) mukaan ”diskurssintutkija analysoi tutkitavan ilmiön kielellistä mikrotasoa ja sen sosiaalista makrotasoa (konteksteja, prosesseja, rakenteita jne.) ja hyödyntää tässä työssä käsitteitä, joiden avulla hän solmii eri tasoja yhteen”.

Haastatteluista löytyy puhetapoja, sanoja, säännönmukaisuuksia ja merkityksiä, joita yksi tai useampi haastateltava toistaa. Ne ovat diskursseja, joita haastatteluista tulisi löytää. Kokemuksiin liittyvät diskurssit sekä merkitykset, joita matkailijat antavat turvallisuudelle, ovat tutkimukseni kannalta tärkeitä. Sosiaalisessa todellisuudessa on monia rinnakkaisia ja keskenään kilpailevia systeemejä, jotka luovat merkityksiä maailmasta. Diskurssianalyysissä etsitään näitä systeemejä. (Jokinen ym., 1993, s. 24.) Menetelmää voi soveltaa siten kuin kuhunkin tutkimukseen sopii, ja lopputuloksena yhteiskunnan ymmärtäminen laajenee diskurssien kautta. Diskurssianalyysiin sisältyy kaksoisfokus: jokainen tutkija etsii oman analysointitapansa ja luo ”oman polkunsä tai askelmansa kielenkäytön mikrotason ja sosiaalisen toiminnan makrotason välille” (Pietikäinen & Mäntynen, 2009, s. 168).

Rajasin diskurssien etsimisen neljään laajempaan ryhmään: turvallisuuden merkitys matkustettaessa, turvallisuuden ja turvattomuuden kokemukset matkustettaessa, kansainvälisen turvallisuuden merkitys matkustajalle sekä rauha ja matkustaminen. Luin litteroitua aineistoa useaan kertaan tehden merkintöjä. Vertailin haastatteluissa esiin tulleita mielipiteitä ja kokemuksia ja löysin niistä yhtäläisyyksiä. Diskurssianalyysin mukaisesti matkailijoiden puheiden mikrotasolta löytyi merkityksiä, jotka antoivat merkityksiä yhteiskunnan makrotasolla muodostaen diskursseja. Yllättävää oli huomata, kuinka samanlaisia kokemuksia ja mielipiteitä kaikilla haastateltavilla oli. Se teki usein esiintyvien diskurssien löytämisen helpoksi.

Tutkimusetiikka

Haastateltavien yksityisyyden suojaaminen on tutkimuseettisesti tärkeää. En ole maininnut haastateltavia nimeltä enkä ole kuvaillut heitä siten, että he olisivat tunnistettavissa. Annoin haastateltaville kaiken tiedon tutkimuksen tarkoituksesta ja taustoista, jotta he tiesivät, mihin ovat osallistumassa. Kyse on haastattelijan ja haastateltavan välisestä luottamuksesta, joka on tärkeää haastattelussa ja siitä sovittaessa (Tiittula & Ruusuvoori, 2005, s. 17).

Turvallisuuden kokeminen sekä omat mielikuvat rauhan ja matkailun yhteydestä saattoivat olla joillekin arkoja asioita, jos puhuttiin esimerkiksi omista turvallisuuteen liittyvistä kokemuksista matkustettaessa. Joidenkin haastateltavien kanssa vuorovaikutus muodostui läheisemmäksi kuin toisten, ja silloin matkailijat saattoivat kertoa kokemuksistaan yksityiskohtaisemmin. Tämä voi muodostua tutkijalle haasteeksi, sillä kaikkea tietoa ei voi kertoa tutkimuksessa, vaikka se olisi aineistona mielenkiintoinen. (Tiittula & Ruusuvoori, 2005, s. 17.) Haastateltava voi paljastua tekstistä, ja siksi anonymisointi on tärkeää. Säilytän kaiken tutkimustiedon siten, että se ei joudu muiden ulottuville. (ks. Botterill & Platenkamp, 2012, s. 77–79.)

HUOLETON JA RAUHAA TUOVA MATKAILIJA TUNTEE RISKIT

Turvallisuuden ja turvattomuuden kokemukset

Matkailijoiden puheet turvallisuuden ja turvattomuuden kokemuksista toivat esille diskurssit huolettomuudesta, turvallisesta rikkaasta maasta ja turvattomasta köyhästä maasta sekä seksuaalisen väkivallan pelosta. Turvallisuuteen ja turvattomuuteen liittyvät matkustuskokemukset olivat yleisesti kokemuksia, joissa turvattomuutta ei ollut kohdattu.

Matkailijoiden puheissa oli *huolettomuuden* diskurssi turvallisuudesta ja riskeistä puhuttaessa. Lähes jokainen haastateltavista koki turvallisuuden jonkin verran tärkeäksi, mutta koska kaikki olivat matkustaneet paljon, he näkivät itsensä riskien ottajina, joiden ei tarvitse huolehtia turvallisuudesta niin paljon kuin sellaisten huolehtivaisten ihmisten, jotka matkustavat harvoin. Haastateltava 1 vastasi kysymykseen turvallisuuden merkityksestä:

I have been to different places and nothing ever has happened. So it doesn't affect me very much.

Huolettomuus näkyi puheessa siten, että jos mitään ei ollut aikaisemmin matkoilla tapahtunut, ei turvallisuudesta tarvitse huolehtia. Pizam ym. (2004) tutkivat nuorten aikuisten riskinottamista ja käyttäytymistä matkustettaessa. Heidän mukaansa ne, jotka matkustavat mieluiten yksin tai matkakumppanin kanssa itse järjestetyillä matkoilla ja kokeilevat erilaisia aktiviteetteja, ovat riskinottajia. Tämän matkailijatyypin voi nähdä kaikissa tutkimukseni matkailijoissa. Perusturvallisuudesta huolehtiminen sekä oma käyttäytyminen ja matkaan valmistautuminen oli kuitenkin tärkeää, kuten haastateltava 4 toteaa:

I think you shouldn't over exaggerate safety but like basic safety is very important.

Tämä matkailija puhui siis huolettomuudesta siten, että turvallisuudesta ei pitäisi ylihuolehtia, mutta perusturvallisuus on tärkeää. Useimpien haastateltavien puheesta välittyi ajatus, että turvattomataan kokemukset eivät ole vaikuttaneet heidän myöhempiin matkustuspäätöksiinsä. Kokemukset voivat kuitenkin vaikuttaa siten, että asioista ollaan tietoisia ja niitä osataan välttää seuraavalla kerralla. Kaikki haastateltavat eivät nähneet matkustamista riskinä tai he eivät antaneet tiedossa olevien riskien vaikuttua liikaa matkustamiseen. Riskejä voivat olla sairaudet, oma tausta (esimerkiksi meksikolaisen henkilön passin tarkastaminen on ollut aina tarkkaa), lennolta myöhästyminen, pimeällä käveleminen ja rahan puute. Pennington-Grayn, Schroederin ja Kaplanidoun (2011) sekä Floydin, Gibsonin, Pennington-Grayn ja Thapan

(2003) tutkimuksissa edellinen matkustuskokemus vaikutti paljon ennako-odotuksiin riskeistä ja päätökseen matkustaa uudestaan. Mitä enemmän henkilö on matkustanut aikaisemmin, sitä pienempänä riskit näyttäytyvät. Riskien vähättely paljon matkustaneilla henkilöillä tuli esille myös Sönmezin ja Graefen (1998, s. 125) tutkimuksessa.

Riskit otetaan kuitenkin huomioon – ja niitä voi olla kaikkialla:

There's always risk in life and I think it's also to risk to stay at home because you never know if there's something going to happen at home. So I don't think that traveling is a risk. (Haastateltava 4)

Aina voi siis tapahtua jotakin, jopa kotona. Siksi matkustaminen ei tämän henkilön mielestä ole riski, mikä ilmenee huolettomuutena. Sama haastateltava mainitsi kyseisen asian monta kertaa haastattelun aikana. Turvallisuu-den merkitystä matkailussa vähätellään, koska ihmiset ottavat riskejä koko ajan jokapäiväisessä elämässään. Terrori-iskut on myös yleensä kohdistettu paikallisiin ihmisiin, ei ensisijaisesti matkailijoihin. Vaarojen liioittelemisen ei siis välttämättä poista matkailijan halua matkustaa, eikä hän näe uhkia riskeinä. (Bianchi, 2006, s. 69–71.) Turvattomuuden uhkaa ei kokonaan pystytä poistamaan matkakohteista, joten riskejä voi olla kaikkialla (Mansfeld & Pizam, 2007). Haastateltavalla 5 ei ollut edes matkavakuutusta eikä ollut otanut rokotuksia. Riskit matkustamisessa eivät häntä haitanneet:

I don't really consider so much these risks like life insurance or travel insurance or taking vaccinations. I don't think it's necessary, but maybe it's necessary but somehow I just distrust it. It's more like selling and advertising with fear. And it didn't have been necessary so it was good I didn't buy it.

Tässäkin puheessa korostui aikaisempaan kokemukseen perustuva käsitys: mitään ei tapahdu tulevaisuudessa, kun aikaisemminkaan ei ole tapahtunut. Matkailija myös kritisoi matkavakuutuksien ja rokotuksien myymistä pelottelulla.

Huolettomuuden diskurssi näkyi myös siinä, miten haastateltavat korostivat median roolia tiedon levittämisessä. Yksi matkailija oli matkustanut paljon Meksikossa ja oli kokenut sen rauhalliseksi ja turvalliseksi, vaikka media välittää kuvaa dramaattisesta tilanteesta. Toinen otti esille ebolasta uutisoimisen. Hän ajatteli sairauden leviämisen uhan kadonneen, koska media ei uutisoi aiheesta enää paljon. Fuchsin, Urielyn, Reichelin ja Maozin (2013) mukaan media voi liioitella esimerkiksi terrorismin uhkaa. Heidän tutkimuksensa kohdejoukkona olleista israelilaisista matkailijoista osa matkustaisi Egyptiin uhmaten median varoituksia terrorismista.

Toinen puheista löytnyt diskurssi oli *turvallisen rikkaan maan ja turvattoman köyhän maan* diskurssi. Haastateltavilla oli sekä turvallisuuden että turvattomuuden kokemuksia, mutta ne olivat erilaisia ja vaihtelivat eri paikoissa ja maissa. Pohjois-Euroopassa ja etenkin Suomessa matkustaminen on ollut useimmiten turvallista. Puheessa nousivat esille erot Pohjois- ja Etelä-Euroopan välillä: pohjoinen miellettiin turvalliseksi, etelä taas turvattommaksi. Samantyyppinen ero näkyi rikkaiden ja köyhien maiden välillä: rikkaat maat koettiin turvallisiksi ja köyhät turvattomiksi. Iivari (2012, s. 44) mainitsee, että Yhdysvaltain ulkoministeriö luokittelee Pohjoismaat turvallisiksi matkustuskohteiksi, mutta mainitsee EU:n avoimen rajapolitiikan mahdollisuutena terrorismin leviämislle. Samainen ulkoministeriö varoittaa suuresta terrorismin uhasta Espanjassa ja mainitsee, että myös rikollisuuden uhka on siellä suuri (Spain, 2014). Haastattelemilleni matkailijoille turvattomuuden tunnetta luovia tapahtumia oli ollut Berliinissä, New Yorkissa, Lontoossa, Etelä-Amerikassa, Australiassa ja Intiassa. Suurkaupungit ja köyhemmät maat korostuivat puheissa, mutta toisaalta yleinen mielipide oli myös, että missä vain voi tapahtua mitä vain.

Turvallisen rikkaan maan ja turvattoman köyhän maan diskurssi näkyi myös matkailijoiden puheissa Suomesta. Suomen turvallisuus tuli esille seuraavanlaisissa kokemuksissa: ihmiset ovat ystävällisiä eivätkä outoja; kaikki hoidetaan ammattimaisesti, vaikka esimerkiksi juna ei toimisi; junassa voi jättää laukun penkille pelkäämättä, että joku varastaisi sen sillä aikaa kun itse käy muualla. Haastateltavalla 4 oli seuraavanlainen kokemus:

There was a time in Helsinki when we left our car open and nothing was stolen. I was shocked and thought that in this country I can really feel safe.

Yksittäinen positiivinen turvallisuuden tunnetta tuonut tapahtuma oli vaikuttanut tämän matkailijan yleiseen kokemukseen Suomesta. Paikkana oli ollut Helsinki, jossa voisi olettaa olevan rikollisuutta enemmän kuin muualla Suomessa, joten senkin takia tapahtunut korosti matkailijalle maamme turvallisuutta. Iivari (2012, s. 39) on todennut, että yleiset kansainväliset riskit, kuten terrorismin ja pandemioiden uhat, eivät ole Suomessa kovin todennäköisiä. Turvallisuuden kuvaa luovat ”vakaa yhteiskuntarakenne, hyvä elintaso ja korkea teknologian taso” (Iivari, 2012, s. 39). Nämä seikat korostuivat myös haastateltujen puheissa ja loivat kuvaa Suomesta turvallisena paikkana. Kaksi matkailijaa oli kuitenkin kokenut olonsa turvattomaksi Suomessa: toinen oli pelännyt putoavansa jäihin kävellessään järven jäällä ja toinen luuli paleltuvansa Lapissa, koska ei ollut ottanut tarpeeksi vaatteita mukaan. Eri-lainen ja kylmä ympäristö voi siis luoda matkailijalle turvattomuutta Suomessa, jossa kaikki muu näyttäisi olevan turvallista.

Haastateltavat kertoivat monista, erilaisissa paikoissa ja tilanteissa tapahtuneista, turvattomuuden kokemuksista. Turvattomuutta oli koettu tilanteissa, joissa oli pitänyt kohdata outoja ihmisiä, päihtyneitä ihmisiä tai (päihtyneitä) teinejä, jotka huutelevat kaikenlaista, eikä voi tietää mitä tapahtuu. Myös maajoituksen puuttuminen on voinut olla turvatonta, kuten haastateltava 3:lle:

When I was in South America there were some unsafe situations of course like, I don't know when you go near the jungle or something and you don't have place to sleep or you have to like beg people to take you in or something.

Tuntemattomassa ja pelottavassa paikassa, kuten tässä tapauksessa viidakon läheisyydessä, yöpymispaikan puute voi tehdä tilanteesta turvattoman.

Naiselle turvattomuuden tunne voi muodostua eri tavalla kuin miehelle. Raiskatuksi tulemisen pelko Australiassa korostui naismatkailijan puheissa, kun hän kertoi kokemuksestaan, jossa neljä suurta miestä ajoi häntä takaa autolla ja huuteli hänelle. Nainen kuitenkin pelastettiin tilanteesta. Tarkiainen (2001, s. 38) toteaa, että aikaisempi tutkimus osoittaa seksuaalisen väkivallan pelon ja turvattomuuden julkisessa tilassa kuuluvan naisille ominaisiin piirteisiin. Pelko esiintyy naisilla erityisesti matkustettaessa (ks. Tarkiainen, 2001). Tämä puhe toi siis esiin *seksuaalisen väkivallan pelon* diskurssin.

Kansainvälisen turvallisuuden merkitykset

Kansainväliseen turvallisuuteen liittyvästä matkailijoiden puheesta löytyivät kansainvälisesti laajan turvattomuuden sekä turvattoman paikan mielenkiintoisuuden diskurssit. Vaikka riskejä matkustamiselle vähäteltiin, matkailijat puhuivat kuitenkin uhista, joita he olivat kokeneet ja jotka luovat turvattomuutta.

Suurimmat maailmanlaajuisesti tunnetut uhat, kuten terrorismi ja konfliktit, loivat matkailijoille turvattomuuden tunnetta. Tätä koskeva puhe toi esiin *kansainvälisesti laajan turvattomuuden* diskurssin. Suuret kansainväliset kriisit olisivat uhka jokaiselle matkailijalle. Suurimpia uhkia olisivat sodat, terrorismi ja sairaudet. Haastateltavat mainitsivat esimerkkejä ajankohtaisesta kansainvälisestä tilanteesta: Ukrainaan, Länsi-Afrikkaan ja Syyriaan ei nyt matkustettaisi. Myös Isis ja ebola mainittiin vaarallisina ajankohtaisina uhkina turvallisuudelle. Matkailijoiden kertomat uhat ovat verrattavissa matkailun suurimpiin riskeihin, joita ovat sota ja poliittinen epätasapaino, terveysriskit, rikollisuus, terrorismi ja luonnonkatastrofit (Pennington-Gray ym., 2011, s. 70). Pienempien uhkien ollessa kyseessä osa haastateltavista kuitenkin matkustaisi, ja jotkut kertoivatkin matkustaneensa matkustaneet maassa, jossa ei vallitse rauha.

Matkailijoiden ajatukset, kokemukset ja käsitykset rauhasta olivat vaihtelevia. Jokainen oli matkustanut alueella, jonka koki ainakin osin rauhattomaksi. Puheessaan he eivät maininneet turvattomuuden tunnetta, mutta monelle rauhattomassa paikassa vieraileminen oli ollut mielenkiintoinen ja opettava kokemus:

I have been to northern Cyprus and in Israel, it was just this year two weeks before the war started again...It is interesting to see how people live in an area which is under certain circumstances. (Haastateltava 1)

Matkailija oli uskaltanut mennä hieman turvattomalle alueelle ja piti kokemusta mielenkiintoisena. Hänestä oli kiinnostavaa nähdä, kuinka paikalliset ihmiset selviytyivät näissä olosuhteissa. Puheessa tuli siis esille *turvattoman paikan mielenkiintoisuuden* diskurssi. Myös toiselle haastateltavalle rauhattomassa paikassa matkustaminen oli myös ollut mielenkiintoinen kokemus:

I have been to Palestine and Israel. Well Israel is safe but Palestine so and so... At the time I was there it was a little bit like suspension, so the situation was not stable but not war. So the testimony of people and those who survived from the tragic events. It was really touching and amazing, so I was really happy I could hear it from the people who were there. (Haastateltava 3)

Matkailija arvosti sitä, että oli saanut kuulla koskettavia kertomuksia paikallisilta asukkailta, jotka olivat kokeneet sodan. Se myös lisäsi hänen tietämystään tapahtumista. Sodat ovat aina kiinnostaneet ihmisiä, ja siksi sota vetää myös matkailijoita puoleensa, olipa se sitten loppunut tai meneillään (Butler & Suntikul, 2013, s. 2). Molemmat edellä mainitut haastateltavat korostivat sitä, että vaikka alueella on tai on ollut kriisi, he kokivat sen tarpeeksi turvalisena matkustamiselle.

Rauhan ja matkailun yhteys

Rauhan ja matkailun välinen yhteys nousi esille auttamisen, kulttuurisensitiivisyyden ja matkailijan välittämän rauhan diskursseina. Halu matkustaa kriisialueille vapaaehtoisena auttamaan, vaikka maassa olisikin uhkia turvalisuudelle, liittyy *auttamisen* diskurssiin:

When there is crisis I would even go voluntarily there just to help, you know. Well it's not really a help if you spend couple of euros in a restaurant but it's always something. It's a gesture of solidarity in society and local community. (Haastateltava 3)

Haastateltavan oli siis kriisialueen uhista huolimatta kiinnostunut auttamaan paikallisia ihmisiä. Hänen puheessaan tämä merkitsi rahankäyttöä, joka aut-

taisi paikallisia ihmisiä taloudellisesti. Kaksi muuta matkailijaa mainitsi vapaaehtoistyöhön lähtemisen ja paikallisten ihmisten auttamisen. Heidän puheissaan auttaminen oli alueelle lähtemistä vapaaehtoistyöorganisaation kautta. Auttamisesta puhuttiin talojen rakentamisena ja opettamisena koulussa. Vapaaehtoistyömatkailuun on Grabowskin (2013, s. 82–83) mukaan useita motivaatiotekijöitä, joista tärkeimmät ovat epäitsekkyyks ja itsekkyyks. Muita motiiveja ovat matkustaminen, seikkailu, sosiaalisuus, itsensä kehittäminen, ammatillinen kehittyminen, kulttuuriin syventyminen sekä oikea paikka ja aika. Haastateltavien puheista oli löydettävissä ainakin epäitsekkyyden motiivi, koska ensisijaisesti haluttiin auttaa paikallista yhteisöä kriisissä.

Kulttuurisensitiivisyys voi luoda turvallisuuden tunnetta matkustettaessa, mutta se näyttäytyi puheissa myös rauhan rakentamisena. Turvallisuuden tunnetta voi luoda ihmisten vieraanvaraisuus sekä matkustaminen naapurimaissa, joissa kieli on samanlainen ja kommunikointi helppoa. Paikalliseen kulttuuriin mukautuminen ja sen kunnioittaminen voivat myös luoda turvallisuutta, kuten haastateltava 5 kertoo:

It makes me feel safe to adapt to the culture that I'm in and to like create respect to the culture. To wear similar clothes to the people, at least try in some ways. It feels important, too, to the culture. Like in genuine way. I feel safe having a genuine respect to the culture.

Matkailija kertoi siis pukeutuvansa ja käyttäytyvänsä paikallista kulttuuria kunnioittaen. Näin hän välttää ongelmia ja tuntee olonsa turvallisemmaksi.

Matkailijat määrittelivät puheessaan rauhan eri tavoin, mutta yhteneväisyyksiäkin oli. Rauha määriteltiin sodan ja konfliktien poissaoloksi. Rauha merkitsee sitäkin, että ajattelee muita kuin itseään. Rauhaa edustavat yhteisöt, joissa ihmiset kunnioittavat toisiaan ja joissa ihmisten ei tarvitse kärsiä terveydenhuollon puutteesta. Rauha syntyy turvallisuuden tunteesta ja siitä, että terroritekoja ei ole meneillään eikä maalla ole suurta konfliktia toisen maan kanssa. Toisaalta todettiin, että rauhaa ei voi määritellä sen mukaan, mitä maassa tapahtuu. Yhden haastateltavan mukaan rauha voi olla ulkoista tai sisäistä: ulkoisen konfliktin vallitessa ihmisellä voi olla mielenrauha, ja rauha tarkoittaa sitä, että ei ole tappelua, rikollisuutta eikä rasismia. Tämä haastateltava mainitsi, että myös matkailija voi luoda rauhaa alueelle:

I guess if the place is where the tourists are visiting don't have peace of mind then the tourists could easily aggravate them. But if they have peace in mind and if it's positive and tourist are respectful then it could be fine. There's positive thinking and it's on both parts. Of course it would be peace. But I could

definitely see how it could irritate people. Tourists are coming and treating the places as purely like a zoo animals and circus attractions and taking pictures and not being part of it but looking from the outside and almost judging it or something. But it's hard for that not to happen in a way when the culture is so different. But at least if the person can be a flexible and adaptive and how to understand, have some empathy, try to see from the other culture's eyes then it could be very peaceful if you bring more peace. (Haastateltava 5)

Kulttuurisensitiivisyys ei esiintynyt matkailijan puheessa pelkästään turvallisuuden tuojana, vaan matkailijan mukautuminen matkakohteen ympäristöön voi luoda rauhaa. Tämä liittyy *matkailijan välittämän rauhan* diskurssiin. Jos matkailija ymmärtää, että kulttuurit ovat erilaisia, hän voi ymmärretyksellään, empaattisuudellaan ja rauhallisuudellaan luoda lisää rauhaa. Näin toteutuu Moufakkirin ja Kellyn (2010) ajatus siitä, että rauha voidaan saavuttaa matkailun avulla.

Yksi haastateltava kritisoi joidenkin maiden käsityksiä rauhasta. Hän mainitsi, ettei matkailijan näkökulmasta pidä siitä, miten arabimaissa käsitetään rauha:

Even if Arabic countries don't have any war or anything, they live in peace but I wouldn't consider it as a peaceful country myself because you can go to jail I don't know for having sex without marriage and stuff like this. And kissing on the street, buying alcohol. So for me this is not a definition of peace. (Haastateltava 3)

Rauhaa ei voi tämän matkailijan mukaan olla, jos ihmiset eivät hyväksy toinen toisiaan omien käsitystensä takia. Maozin (2010) tutkimus tukee haastateltavan puhetta matkailijoiden ja paikallisten asukkaiden välisestä ymmärryksestä ja mahdollisista ystävyysuhteista. Myös rauha kahden valtion välillä voi pitkällä aikavälillä toteutua, kun ihmiset ovat sovussa keskenään matkailun kautta. Molemminpuolinen yhteisymmärrys on tärkeää.

YHTEENVETO

Matkailijoiden puheista esille nousseet matkailun turvallisuuteen liittyvät diskurssit olivat *huolettomuus, turvallinen "rikas" maa ja turvaton "köyhä" maa, seksuaalisen väkivallan pelko, kansainvälisesti laaja turvattomuus, turvattoman paikan mielenkiintoisuus, auttaminen, kulttuurisensitiivisyys sekä matkailijan välittämä rauha*. Erilaiset diskurssit kertovat siitä, että matkailun turvallisuudesta voi puhua eri tavoilla eri näkökulmista. Myös jokaisen haastateltavan hen-

kilökohtaiset kokemukset olivat yhteydessä siihen, millä tavalla turvallisuudesta puhuttiin.

Haastatellut eivät korostaneet matkailua turvattomana toimintana, johon liittyisi paljon riskejä. Enemmäinkin he kritisoivat liiallista turvallisuudesta huolehtimista. Paljon matkustaneina he kertoivat kuitenkin huolehtivansa perusturvallisuudestaan ja suhtautuivat vakavasti suuriin kansainvälisiin turvallisuusuuhkiin, kuten sotiin, terrorismiin ja epidemioihin. Haastateltujen samankaltaisuus tuotti todennäköisesti samanlaisia vastauksia. Kaikki olivat iältään noin 20–30-vuotiaita, kaikki olivat matkustaneet paljon ja kaikki olivat sohvasurffanneet tai ainakin majoittaneet sohvasurffareita. Ihmisillä, joilla on samanlaisia matkustustottumuksia, on myös samanlaisia ajatuksia matkustamisesta, turvallisuudesta ja rauhasta. Sosiaalinen ympäristö, jossa he elävät ja jossa he ovat matkustaneet, on varmasti vaikuttanut heidän käsityksiinsä siitä, onko matkustaminen turvatonta. Moufakkirin ja Kellyn (2010, s. xxiv) teoksessa mainitaan Couchsurfing-organisaatio rauhaa matkailun kautta edistävänä organisaationa. Tämäkin on osaltaan varmasti vaikuttanut siihen, millä tavalla haastateltavat puhuivat matkailusta ja rauhasta.

Haastatellut matkailijat yhdistivät puheessaan matkailun ja rauhan toisiinsa. Matkailun avulla voidaan luoda rauhaa ihmisten välille, kun keskinäinen yhteisymmärrys lisääntyy. Ihmisten sisäisen ja ihmisten välisen rauhan myötä rauha voi vahvistua myös valtioiden tasolla. Ennakko-oletukset ja ennakkoluulot synnyttävät helposti vihaa, mutta matkailun myötä ennakkokäsitykset voivat muuttua ja matkailu voi näin luoda rauhaa ympäristöön. Tämä puolestaan luo turvallisuuden tunnetta. Siksikin matkailun turvallisuuden kokemista sekä näkemyksiä matkailun ja rauhan keskinäisestä suhteesta on tärkeää tutkia yhdessä. Matkailijoiden omat asenteet voivat auttaa luomaan rauhallista ympäristöä matkustamiselle. Matkailijat eivät yleensä ole halukkaita matkustamaan rauhattomaan paikkaan, vaikka toisaalta turvattomuuskin, tiettyyn rajaan saakka, vetää matkailijoita puoleensa.

Valitsin tutkielmaani useita aihealueita: turvallisuuden ja turvattomuuden kokemisen, kansainvälisen turvallisuuden sekä rauhan ja matkailun välisen yhteyden. Tutkimusasetelma olisi voinut olla selkeämpi, jos olisin keskittynyt vain yhteen aiheeseen – vain turvallisuuteen tai vain rauhaan. Tuloksissa näkyi kuitenkin, että matkailijat yhdistävät turvallisuuden tunteen matkustettaessa myös rauhaan, joten molempien aiheiden ottaminen samaan tutkimukseen oli hyödyllistä. Koska tutkimus ei ollut laaja, olisi yhteen aiheeseen keskittyminen tuottanut kuitenkin tarkempia tuloksia.

Haastateltavina oli viisi henkilöä, joiden ikä, elämäntapa ja matkustustyyli olivat suunnilleen samanlaisia. Olisi mielenkiintoista tietää, millaisia mielipiteitä esimerkiksi rauhan ja matkailun välisestä suhteesta on laajemmalla ja monipuolisemmalla matkailijaryhmällä. Jatkotutkimusaiheena ehdotankin laajemman matkailijaryhmän tutkimista sekä keskittymistä kysymykseen, miten matkailijat välittävät rauhaa matkustaessaan ja miten tämä vaikuttaa turvallisuuden kokemiseen. Aihe olisi tärkeä niin matkailutoiminnan kehittymisen näkökulmasta kuin kansainvälisen yhteisymmärryksen ja ihmisten sekä valtioiden välisen rauhan rakentamisen kannalta. Yhtenä jatkotutkimusaiheena voisi olla myös se, miten ulkoasiainministeriön matkustus-tiedotteet vaikuttavat turvallisuutta koskeviin odotuksiin ja turvallisuuden kokemiseen matkan aikana.

5



TURISTISOSIAALITYÖ VASTUULLISENA VIERAANVARAISUUTENA

Petra Lemmetty



JOHDANTO	88
Johdatus aiheeseen	88
Turistiasiakkaat sosiaalityössä	90
Tutkimusraportin jäsenitys	92
EETTISTÄ JA SOSIAALISESTI VASTUULLISTA VIERAANVARAISUUTTA	93
Sosiaalinen vastuu matkailun viisiasteisen vastuullisuuden ulottuvuutena	93
Utilitaristisen etiikan näkökulmia matkailupalvelun tuottamiseen	94
Yhteiskunnallisen vieraanvaraisuuden muotoja	96
SISÄLLÖNANALYYSI TURISTISOSIAALITYÖN RAPORTISTA JA HAASTATTELUISTA	99
Teemahaastattelut ja raportti tutkimuksen aineistona	99
Sisällönanalyysi menetelmänä	101
Tutkimusetiikka	103
TURVALLINEN JA HUOLEHTIVA TURISTISOSIAALITYÖ VASTUULLISENA VIERAANVARAISUUTENA	104
Turistisosiaalityö välittämisenä ja huolenpitona	104
Turistisosiaalityö matkailun turvallisen toimintaympäristön rakentajana	107
Turistisosiaalityön merkitys Lapin sairaanhoitopiirille ja Lapin asukkaille	110
Turistisosiaalityön vastuulliset ulottuvuudet	114
YHTEENVETO	116

JOHDANTO

Johdatus aiheeseen

Matkailulla on jo pitkään ollut merkittävä sija Lapin elinkeinorakenteessa. Pohjoinen luonto ja jouluteema houkuttelevat vuosittain alueelle yhä enemmän matkailijoita. Lappi kiinnostaa erityisesti kansainvälisiä matkailijoita, ja vuonna 2013 Lapin rekisteröidyt kansainväliset yöpymiset ylittivät ensimmäistä kertaa miljoonan yöpymisen rajan. (Lapin liitto, 2015, s. 9.)

Lapin matkailun kasvu näkyy myös alueen terveydenhuollossa. Kasvaneet matkailijamäärät ovat lisänneet käyntejä ja hoitopäiviä terveydenhuollon eri yksiköissä koko Lapin alueella. Turistipotilaiden lukumäärä on kasvanut Lapin sairaanhoitopiirissä jo useiden vuosien ajan, mikä on asettanut haasteita sairaanhoitopiirille ja hoitohenkilökunnalle sekä lisännyt tarvetta sosiaalityöntekijän avulle. Erityisesti sesonkiaikana ulkomaalaisten matkailijoiden asioiden hoito on vaatinut hoitohenkilökunnalta tavallista enemmän aikaa. Tämän on koettu kuormittavan hoitohenkilökuntaa, tuovan ylimääräisiä haasteita arkityöhön sekä vievän aikaa suomalaisilta asiakkailta. Jotta hoitajien kädet vapautuisivat varsinaiseen hoitotyöhön ja hoitoprosessin kulku selkiytyisi, on toivottu, että ulkomaalaisten matkailijoiden asioita hoitaisi keskitetysti yksi henkilö. (Seppälä, 2014, s. 34.)

Edellä mainituista syistä johtuen Lapin sairaanhoitopiiri päätti kokeilusta, jossa matkailusesonkina 1.12.2013–31.3.2014 ulkomaalaisten turistipotilaiden asioista huolehti Lapin sairaanhoitopiirissä yksi sosiaalityöntekijä. Kokeilu turistisosaalityöntekijän toimenkuvasta osoittautui menestykseksi ja sai paljon myönteistä palautetta niin sairaanhoitopiirin eri osastoilta ja hoitohenkilökunnalta kuin asiakkailta ja matkailun sidosryhmiltäkin. (Seppälä, 2014, s. 18–21.) Tämän ansiosta Lapin sairaanhoitopiirin hallitus teki kesäkuussa 2014 päätöksen turistisosaalityön toimen vakinaistamisesta talvisesonkien ajaksi. Lisäksi päätettiin, että tehtävää ylläpidetään sivutoimisesti ympäri vuoden. (H1; H3; Sairaanhoitopiirin kuntayhtymän hallituksen...; Turistisosaalityöntekijä vakinaisena talven sesonkiajan.)

Suomessa sosiaalityön asiakkaina voivat olla kaikki maan kansalaiset, mutta Lapin sairaanhoitopiirin päätöksen myötä myös sairaanhoitopiiriin potilaiksi saapuville ulkomaalaisille matkailijoille on nimetty oma sosiaalityöntekijä (Sosiaalityöllä tuetaan yksilöä..., 2014; Turistisosaalityöntekijä vakinaisena talven sesonkiajan). Ei ole tiedossa, että missään muussa Suomen sairaanhoitopiirissä olisi käytössä vastaavanlainen järjestelmä. Tietävästi turistisosaalityöntekijöitä ei ole, ainakaan kyseisellä nimikkeellä, myöskään muualla maailmassa. (H1; H3.) Näin ollen Lapin sairaanhoitopiirin turistisosaalityön-

tekijän toimen perustamista voidaan pitää jossain määrin ainutlaatuisena, poikkeuksellisenä ja kenties esimerkillisenäkin päätöksenä. Koska turistikasvun edistämisen asiakkaat ovat ulkomaalaisia matkailijoita, on aihe kiinnostava myös matkailun näkökulmasta.

Tutkimuksessani tarkastelen turistikasvun edistämistä palvelun tuottamisen näkökulmasta. Tarkoitukseni on selvittää, millaisia merkityksiä palvelun tuottamiseen liittyy ja mitä eettisiä ja sosiaalisesti vastuullisia ulottuvuuksia nämä merkitykset sisältävät. Tutkimukseni päätutkimuskysymys on: Millaisia merkityksiä turistikasvun edistämiseen liittyy? Pyrin hakemaan vastauksia päätutkimuskysymykseeni seuraavien osakysymysten avulla: Millaista vieraanvaraisuutta turistikasvun edistäminen tuottaa? Kuinka eri toimijat kokevat turistikasvun edistämisen merkitykset? Mitä eettisiä ja sosiaalisesti vastuullisia näkökulmia turistikasvun edistämiseen liittyy?

Lapin sairaanhoitopiirin turistikasvun edistäjän toimi on tätä kirjoittaessani ollut olemassa vasta kaksi talvimatkailukautta, joten kyseessä on suhteellisen tuore ja vähän tutkittu ilmiö. Aihe on kaikessa ajankohtaisuudessaan ja erityislaatuisuudessaan kiinnostava myös siksi, että palvelua tuotetaan julkisen terveydenhuollon piirissä. Lapin sairaanhoitopiiri on Lapin 15 kunnan omistuksessa oleva kuntayhtymä, joka vastaa alueensa väestön erikoissairaanhoidon palveluista (Lapin sairaanhoitopiirin yleiset tiedot...). Koska kuntien tarjoamia palveluita tuotetaan pääasiassa verovaroin, on myös turistikasvun edistäminen julkisen rahoituksen varassa (ks. Sosiaali- ja terveydenhuollon rahoitus, 2013; Sosiaali- ja terveysministeriö, 2013). Näin ollen – huolimatta siitä, että varsinaisten hoitokustannusten maksusta huolehtii lähtökohtaisesti joko turistipotilas tai hänen vakuutusyhtiönsä – ovat turistikasvun edistämisen palvelut sellaisenaan täysin maksuttomia turistipotilaille (HI).

Edellä kuvatut syyt johtivat minut paitsi valitsemaan turistikasvun edistämisen kandidaatintutkielmani empiiriseksi tutkimuskohteeksi myös rakentamaan tutkielmani teoreettisen viitekehyksen matkailun vieraanvaraisten, vastuullisten ja eettisten keskustelujen ympärille. Vieraanvaraisuustutkimusten avulla pyrin selvittämään, millaisia merkityksiä turistikasvun edistämällä on turistipotilaille ja heidän läheisilleen ja millaista vieraanvaraisuutta turistikasvun edistäminen tuottaa. Vaikka vieraanvaraisuutta on tutkittu sairaalaympäristöissä ennenkin (ks. esim. Pizam, 2007; Severt, Aiello, Elswick & Cyr, 2008), en paneudu tässä tutkielmassa varsinaisesti vieraanvaraisuuden sisältöihin sairaalassa. Sen sijaan, koska turistikasvun edistäminen tuotetaan julkisen sektorin toimintaympäristössä ja Lapin matkailualueella, tarkastelen vieraanvaraisuutta sen yhteiskunnallisen tutkimussuuntauksen näkökulmasta. Tällöin vieraanvaraisuuskeskustelulle tyypillisen isäntä-vierasdikotomian (ks. esim. Germann

Molz & Gibson, 2007b; Kant, 1922; King, 1995) mukaisesti turistipotilas on vieras ja Lapin sairaanhoitopiiri sekä Lapin matkailualue isäntiä.

Sosiaalisen vastuullisuuden ulottuvuuden sekä etiikan utilitaristisen tarkasteluotteen kautta pyrin puolestaan selvittämään, millaisia vaikutuksia turistikansalaisten tuottamisella on eri toimijoihin ja kuinka nämä toimijat kokevat turistikansalaistyön merkitykset. Utilitaristisen etiikan näkökulmasta päätösten ja toimien arvo sekä oikeellisuus määrittyvät niistä syntyvien hyötyjen mukaan (Mill, 1861/2000, s. 15–44; Nykänen & Veijola, 2013, s. 88). Tällöin esimerkiksi päätöstä voidaan pitää hyvänä, mikäli se tuottaa mahdollisimman suurta hyötyä mahdollisimman monille. Myös sosiaalinen vastuullisuus liittyy läheisesti utilitaristiseen etiikkaan. Matkailussa sosiaalisesti vastuullisella toiminnalla pyritään takamaan matkailun hyötyjen mahdollisimman tasainen jakautuminen eri osapuolten kesken ja minimoimaan matkailun kielteiset vaikutukset paikallisyhteisöihin. (Veijola, Ilola & Edelheim, 2013, s. 22.) Näin ollen voidaan ajatella, että teko, joka tuottaa hyötyä mahdollisimman monille, on myös sosiaalisesti vastuullinen teko.

Turistiasiakkaat sosiaalityössä

Sesonkiaikoina matkailijamäärät kasvattavat merkittävästi Lapin kuntien väkimäärää. Asukasmäärän moninkertaistuessa myös onnettomuusriskit lisääntyvät niin liikenteessä kuin matkailukeskuksissa ja todennäköisyys sairaanhoidon tarpeelle myös muista kuin onnettomuussyistä lisääntyy. Pohjois-Suomeen saapuneiden ulkomaalaisten matkailijamäärien kasvu näkyi Lapin sairaanhoitopiirissä talvisesongin 2013–2014 aikana seuraavalla tavalla: Lapin sairaanhoitopiirissä hoidettiin 1.12.2013–31.3.2014 välisenä aikana yhteensä 138 turistipotilasta ja hoitopäiviä kertyi yhteensä 310. Kaikista hoitoon saapuneista turistipotilaista turistikansalaistyöntekijä tapasi 102. Osastohoidossa olleista 83 turistipotilaasta turistikansalaistyöntekijä tapasi jokaisen. Lisäksi turistikansalaistyöntekijä tapasi 19 turistipotilasta, jotka hoidettiin päivystyspoliklinikalla. Valtaosa turistipotilaista hoidettiin kirurgian osastolla, missä hoidetaan loukkaantumista johtuvat murtumat. (Seppälä, 2014, s. 3, 5–14.)

Turistikansalaita oli kaikkiaan 25 eri maasta, eniten Venäjältä (33 potilasta) ja Isosta-Britanniasta (24 potilasta). Vaikka valtaosa turistipotilaista oli Euroopasta, näkyivät myös aasialaisten lisääntyneet matkailijamäärät turistikansalaistyön kokeilukauden tilastoissa. (Seppälä, 2014, s. 6–9.) Myös muut Lapin matkailun tunnuspiirteet heijastuvat turistikansalaistyöhön. Tunnuksipiirteet näkyvät esimerkiksi tarkasteltaessa turistikansalaistyön asiakaskunnan kansallisuus- ja ikäjakaumaa sekä hoitoon hakeutumisen syitä. Joulukuu on tilastoinnin perusteella sesongin kiireisin kuukausi, ja etenkin perhelomat

näkyvät joulu- ja tammikuun tilastoissa: lapsipotilaiden määrä oli suurempi kuin muina sesongin kuukausina (Seppälä, 2014, s. 7–9). Myöhemmin keväällä hoitoon hakeutumiseen johtavat puolestaan moottorikelkka- ja rinneonnettomuudet. Valtaosa turistipotilaista saapuu hoitoon loukkaantumisten ja onnettomuuksien takia, mutta myös sairastumiset näkyvät tilastoissa. Turistisosaalityön kokeilukautena noin neljäsosa matkailijapotilaista saapui hoitoon sairastumisten takia. (Seppälä, 2014, s. 10–12.)

Turistisosaalityöntekijän työtehtävät muodostuvat pääasiassa erilaisten asiakirjojen järjestelystä, laskutuksen hoitamisesta, yhteistyöstä vakuutusyhtiöiden kanssa ja kotimatkan suunnittelusta. Turistisosaalityöntekijä huolehtii nopeasta yhteydenotosta sekä erilaisten dokumenttien toimittamisesta niin vakuutusyhtiölle ja turistipotilaan omalle sairaalalle kuin sairaanhoitopiirin taloustoimistolle ja hoitavalle lääkärille. Turistisosaalityöntekijä järjestee muun muassa maksusitoumukset sekä potilaan kotimatkaa koskevat asiat yhteistyössä lääkärin ja vakuutusyhtiön kanssa. Kun tehtävien hoitaminen ja turistipotilaiden asioiden hoitoon liittyvä tieto on keskitetty yhdelle henkilölle, informaation jakaminen tapahtuu tehokkaasti ja kokonaisvaltaisesti sujuvalla tavalla. Näin turistisosaalityöntekijän on mahdollista pitää kaikki osapuolet – hoitohenkilökunta, potilas, vakuutusyhtiö ja mahdollinen toinen sairaala – ajan tasalla hoitoa koskevista järjestelyistä. (Seppälä, 2014, s. 5.)

Hyvin tärkeä osa turistisosaalityöntekijän toimenkuvaa on myös psykososiaalisen tuen antaminen asiakkaille ja heidän omaisilleen. Psykososiaalisella tuella tarkoitetaan muun muassa kriisityötä sekä potilaan ja tämän omaisten tukemista. Turistisosaalityön kokeilukauden ajankäytön tilastointi osoittaa, kuinka tärkeä rooli psykososiaalisella tuella on turistipotilaille ja heidän läheisilleen: turistisosaalityöntekijä käytti yli neljäsosan työajastaan potilaiden ja heidän omaistensa tukemiseen. (Seppälä, 2014, s. 17–18.)

Turistisosaalityöntekijän työskentely-ympäristö on sairaala, joka ei sinänsä ole tavallisuudesta poikkeava paikka sosiaalityönteolle. Suomen sairaaloissa terveydenhuollon sosiaalityötä on tehty jo 1920-luvun alusta lähtien, ja terveysosiaalityö on sittemmin vakiinnuttanut paikkansa Suomen sairaalaympäristöissä (Aukee, 1960, s. 78, Korpelan, 2014, s. 120–121 mukaan). Terveydenhuollon sosiaalityöntekijät työskentelevät moniammatillisissa tiimeissä ja verkostoissa sekä tekevät tiivistä yhteistyötä eri toimijoiden kanssa niin terveydenhuollon organisaatioissa kuin niiden ulkopuolellakin (Korpela, 2014, s. 119; Metteri, 2014, s. 298–299). Ammattirajat ylittävä yhteistyö kuvaa myös Lapin sairaanhoitopiirin turistisosaalityötä, koska turistisosaalityöntekijä tekee tiivistä yhteistyötä sekä organisaation sisäisten että sen ulkopuo-

listen toimijoiden, kuten poliisin, vakuutusyhtiöiden ja matkailualan yritysten, kanssa (Seppälä, 2014, s. 17, 19).

Samoin kuin turistikiossa myös muussa terveydenhuollon sosiaalityössä korostuu psykososiaalisen tuen antaminen. Moniammatillisen tiimityöskentelyn ja verkostotyön lisäksi terveydenhuollon sosiaalityön on määritelty koostuvan välittömästä potilastyöstä potilaan ja tämän läheisten kanssa, psykososiaalisesta työstä potilaan ja hänen läheistensä parissa sekä kriisityöstä (Kananoja, 2010, s. 278–279, Metterin, 2014, s. 299 mukaan). Terveydenhuollon sosiaalityöntekijän voidaan sanoa toimivan välittäjänä ja yhteyshenkilönä potilaan, terveydenhuollon organisaation sekä muun yhteiskunnan ja sen toimijoiden välillä (Metteri, 2014, s. 299).

Terveydenhuollon sosiaalityöntekijän tehtävänä on varmistaa, että potilaat saavat heille kuuluvan sosiaaliturvan, oikea-aikaisen ohjauksen, neuvonnan ja tuen (Metteri, 2014, s. 298). Myös turistikiossa sosiaalityöntekijän työhön kuuluvat potilaan ja hänen läheistensä neuvominen ja tukeminen ammatti- ja organisaatorajat ylittävää yhteistyötä hyödyntäen. Työskentelykielen lisäksi ainoana turistikiossa sosiaalityön ja perinteisen terveydenhuollon sosiaalityön erona voidaan pitää potilaan sosiaaliturvaan liittyviä asioita (Seppälä, 2014, s. 19). Koska turistipotilaat eivät ole Suomessa vakituisesti asuvia henkilöitä, he eivät luonnollisestikaan ole oikeutettuja Suomen sosiaaliturvaan (Suomen sosiaaliturva, 2015). Potilaan kansallisuudesta tai asuinmaasta riippumatta terveydenhuollon sosiaalityöntekijä kuitenkin neuvoo ja auttaa potilasta tuki- tai vakuutusasioiden järjestelyssä tapauskohtaisesti.

Tutkimusraportin jäsenys

Ensimmäisessä luvussa olen johdattanut lukijan tutkielmani empiirisen tarkastelukohteen äärelle. Olen kuvaillut turistikiossa sosiaalityön toimen perustamiseen johtaneita syitä sekä niitä sisältöjä ja piirteitä, joita turistikiossa sosiaalityön toimenkuvaan liittyy. Toisessa luvussa esittelen tutkimukseni teoreettisen viitekehyksen, joka muodostuu vieraanvaraisuuden teorian lisäksi sosiaalisen vastuullisuuden ja eettisiin kysymyksiin sovellettavan utilitarismin tutkimussuuntauksista. Kolmannessa luvussa esittelen tutkimusaineistoni, joka koostuu neljästä haastattelusta ja turistikiossa sosiaalityökokeilun jälkeen koostetusta raportista. Kuvailen myös käyttämäni analyysimenetelmää eli sisällönanalyysiä ja pohdin tutkielmani koskevia tutkimuseettisiä näkökulmia. Luvussa neljä analysoin tutkimusaineistoani määrittämäni teoreettisen viitekehyksen valossa sekä teen aineistosta tulkintoja ja johtopäätöksiä. Viides luku on yhteenvetoluku, jossa kokoan tutkimuksen keskeiset tulokset yhteen ja esitän mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

EETTISTÄ JA SOSIAALISESTI VASTUULLISTA VIERAANVARAISUUTTA

Sosiaalinen vastuu matkailun viisiasteisen vastuullisuuden ulottuvuutena

Matkailu on laaja ja monimuotoinen kokonaisuus, jonka vaikutuspiiri ylittää suoraan ja välillisesti lukuisiin eri toimijoihin ja yhteiskunnan eri osa-alueisiin. Matkailu ei näin ollen kosketa ainoastaan matkailijoita tai matkailualan yrityksiä vaan myös matkailijoiden lähtöaluetta ja läpikulkualuetta sekä ennen kaikkea kohdetta, jossa matkailu tapahtuu. Onkin todettu, että matkailun vaikutukset tulevat koetuiksi voimakkaimmin juuri paikallisesti. (Veijola ym., 2013, s. 17–20.) Matkakohteen talous ja liiketoimi, ympäristö ja luonto, kulttuuri, tavat, perinteet ja ihmiset ovat osa sitä kokonaisuutta, johon matkailun vaikutukset kohdealueella yltävät.

Jotta matkakohteeseen ja sen asukkaisiin kohdistuvat mahdolliset kielteiset vaikutukset tulisivat minimoituiksi ja matkailu voisi kehittyä paikalliskulttuuria ja ympäristöä kunnioittavalla tavalla, tulisi matkailun tapahtua vastuullisesti (ks. esim. Cape Town Declaration, 2002; Goodwin, 2011). Vastuullisessa matkailussa ei kuitenkaan ole kyse mistään tietäntyyppisestä matkailusta, vaan kaikki matkailu voi olla vastuullista. Vastuullisen matkailun ydinajatus on se, että matkailun tulee tapahtua paikallisten ihmisten ja ympäristön ehdoilla. Onkin määritelty, että vastuullisen matkailun tavoitteena on tehdä paikoista parempia ihmisille asua ja vieraila. Tällöin kaikkien matkailualan linkittyvien toimijoiden tulee valinnoillaan ja toiminnallaan kunnioittaa matkakohteen asukkaita ja ympäristöä kokonaisuudessaan. (Cape Town Declaration, 2002; Leslie, 2012, s. 20; Veijola ym., 2013, s. 21.) Tämä tarkoittaa sitä, että vastuullisuudesta eivät ole vastuussa ainoastaan matkailijat tai matkailualan yhteisöt, järjestöt ja yritykset työntekijöineen, vaan vastuullisuutta toteuttavat myös paikalliset asukkaat ja yhteisöt, matkailutoimitajat sekä viranomaiset ja päättäjät hallinnon eri tasoilla (Veijola ym., 2013, s. 24).

Vastuulliseen matkailuun läheisesti liittyvä kestävä matkailu puolestaan on osa laajempaa kestävä kehityksen suuntausta. Kestävä matkailun tavoitteena on minimoida paikallisyhteisöihin ja -kulttuuriin sekä kohteen ympäristöön kohdistuvat kielteiset vaikutukset ja pyrkiä samanaikaisesti edistämään kohteen paikallistaloutta. (ks. Borg & Condit, 1997.) Kestävä ja vastuullisen matkailun käsitteet yhdistetään usein toisiinsa, mutta yhtäläisyyksistä huolimatta niiden välillä on eroja. Vastuullisessa matkailussa on kyse toiminnasta, jolla tavoitellaan kestävä matkailun mukaista lopputulosta. Toisin sanoen kestävä matkailu on mahdollista määritellä tavoitteeksi ja vastuullinen matkailu puolestaan tätä määränpäättä tavoittelevaksi prosessiksi. (Goodwin, 2011; Veijola ym., 2013, s. 21–22.)

Yksi lähestymistapa matkailun vastuullisuuteen on tarkastella sitä viisiasteisen jäsenyyksen kautta. Veijola, Ilola ja Edelheim ovat hahmotelleet matkailun viisiasteisen järjestelmän, jonka osa-alueita ovat: kulttuurinen, taloudellinen, ekologinen, poliittinen ja sosiaalinen vastuullisuus. Kulttuurinen vastuullisuus kunnioittaa paikalliskulttuuria ja paikallisten asukkaiden arvoja, taloudellinen vastuullisuus pyrkii edistämään paikallistaloutta, ekologisen vastuullisuuden tavoitteena on haitallisten ympäristövaikutusten minimointi, ja poliittinen vastuullisuus on oikeudenmukaisuuden sekä matkailun kokonaisvaltaisuuden huomioivaa poliittista ja taloudellista päätöksentekoa. (Veijola ym., 2013, s. 21–24.) Vastuullisuuden viides osa-alue ja yksi tutkimukseni pääkäsitteistä on sosiaalinen vastuullisuus. Sosiaalista ja kulttuurillista ulottuvuutta käsitellään usein yhtenä kokonaisuutena, sosiokulttuurisena ulottuvuutena. Veijola ym. (2013, s. 22) kuitenkin jakavat sosiaalisen ja kulttuurisen vastuullisuuden omiksi osa-alueikseen, koska kyseessä on kaksi toisistaan eroavaa ulottuvuutta. Sosiaalisessa osa-alueessa korostuvat ihmisten väliset yksityiset ja yhteiskunnalliset suhteet, muodostelmat, hierarkiat ja käytännöt, kulttuurinen ulottuvuus taas muodostuu arvoista, normeista ja symbolisista hierarkioista. Sosiaalisen vastuullisuuden tavoitteena on edistää matkailun hyötyjen jakautumista tasapuolisesti eri osapuolten kesken. Lisäksi se pyrkii huolehtimaan, että matkailusta aiheutuisi mahdollisimman vähän haitallisia vaikutuksia paikallisille yhteisöille. Sosiaalisesti vastuullisessa matkailun suunnittelussa ja kehittämisessä huomioidaankin paikalliset asukkaat, jolloin myös he hyötyvät matkailun infrastruktuurista ja palveluista. (Veijola ym., 2013, s. 22).

Koska turistikulttuurialue on ollut toiminnassa vasta kaksi talvimatkailukautta, koen, että sitä on kiinnostavaa tarkastella nimenomaan vastuullisuuden näkökulmasta. Tällöin voidaan tutkia niitä mahdollisia vaikutuksia, joita turistikulttuurialueen tuottamisella on eri toimijoihin ja toiminnan alueisiin, sekä sitä, miten turistikulttuurialuetta voitaisiin tuottaa vastuullisella tavalla. Vastuullisen matkailun periaatteen mukaisesti matkailun tulisi tapahtua paikallisväestöä ja ympäristöä kunnioittavalla tavalla. Näin ollen vastuullisuus liittyy läheisesti myös kysymyksiin etiikasta eli kysymyksiin oikeasta ja väärästä, hyvästä ja pahasta, mitä tarkastelen lähemmin seuraavassa luvussa (ks. Veijola ym., 2013, s. 24).

Utilitaristisen etiikan näkökulmia matkailupalvelun tuottamiseen

Matkailun eettisiä kysymyksiä, kuten ylipäätään filosofisia eettisiä kysymyksiä, voidaan tarkastella useista eri lähtökohdista. Nykänen ja Veijola (2013) ovat koostaneet yhteenvedon tunnetuimmista filosofisen etiikan teoriasuuntauksista sekä niistä kolmesta päälinjauksesta, joista matkailun eettisiä kysymyksiä on tutkimuksissa tarkasteltu. Heidän mukaansa filosofisen etiikan

kysymyksiä voidaan tutkia esimerkiksi hyve-etiikan tai liberalistisen etiikan näkökulmista, riippuen siitä, millaisiin päämääriin ja päämäärien tavoittelemisen tapoihin eettisellä tarkastelulla halutaan pyrkiä (Nykänen & Veijola, 2013, s. 88–89.)

Yksi filosofisen etiikan tutkimussuuntauksista on yleiseen hyötyyn perustuva utilitarismi, jonka mukaan tehdyt ratkaisut ovat oikeita, kun niistä koituu mahdollisimman suurta hyötyä mahdollisimman monille (Mill, 1861/2000, s. 15–44; Nykänen & Veijola, 2013, s. 88). Toisin sanoen tekojen hyvyys riippuu tekojen kautta saavuttavista hyödyistä. Nykäsen ja Veijolan mukaan utilitarismia voidaan pitää modernina arkipäivän etiikkana, koska asioiden arvo määritellään usein niiden hyödyllisyyden näkökulmasta. Utilitarismia onkin sovellettu taloustieteeseen ja talouden käytäntöihin, joissa tavoitteena on taloudellisen hyödyn maksimointi. (Nykänen & Veijola, 2013, s. 88–90.) Nykänen ja Veijola (2013, s. 88) kuitenkin muistuttavat, että pelkän taloudellisen tai materiaalisen hyödyn saavuttamisen näkökulma on hyvin kapea tulkinta utilitarismin periaatteista. Eettisessä utilitarismissa hyödyllä onkin tavanomaisesti tarkoitettu henkisen hyödyn saavuttamista, kuten onnellisuutta, nautintoa ja hyvinvointia. (Mill, 1861/2000, s. 15–44; Nykänen & Veijola, 2013, s. 88.)

Nykänen ja Veijola (2013, s. 93–96) ovat soveltaneet utilitaristista tarkastelutetta tutkiessaan Pallas-Yllästunturin kansallispuistoon sijoittuvaa Lapland Classic -nimistä vaellusta. Nykäsen ja Veijolan esimerkki havainnollistaa hyvin, kuinka erilaisia hyötyjä vaikkapa juuri vaellusmatkailulla on mahdollista saavuttaa ja kuinka useisiin toimijoihin saavutetut hyödyt voivat yltää. Lapland Classic -vaelluksesta hyötyy ainakin palvelua tarjoava yritys työntekijöineen. Paikallinen yritys saavuttaa tapahtumalla taloudellista hyötyä, ja työntekijät puolestaan hyötyvät sekä taloudellisesti että oppimiskokemuksensa kautta. Lisäksi vaellustapahtuma hyödyttää alueen muita yrityksiä. Vaellus on lisännyt asiakkaiden määrää alueen majoitusyrityksissä ja virkistänyt pohjoisen perinteisesti hiljaisempia kesämatkailukausia. Vaelluksesta hyötyy myös Metsähallitus ja tätä kautta yksityiset vaeltajatkin. Kansallispuiston reittejä käyttävät yritykset maksavat käyttömaksun tietyistä palveluista, mikä turvaa kansallispuiston reittirakenteiden ylläpitoa vastaisuudessakin. Vaellustapahtuma lisää kansallispuiston myönteistä julkisuutta ja kansallispuiston kiinnostavuutta retkikohteena. Luonnollisesti vaelluksesta hyötyvät myös siihen osallistuvat henkilöt. He saavat vaellustapahtumasta oppia ja kokemusta sekä henkistä ja fyysistä hyvinvointia. Lapland Classic -vaelluksen voidaan siis nähdä hyödyttävän sekä taloudellisen että henkisen hyvinvoinnin kautta useita eri toimijoita ja tahoja. Utilitaristisen tarkasteluotteen näkökulmasta vaellustapahtuma on näin ollen hyvä lähtökohta yhteistä hyvää ja hyötyä edistävälle matkailuelinkeinolle. Koska vaellustapahtuman tuot-

tamiseen osallistuvat paikalliset ihmiset ja yritykset ja koska vaellus tapahtuu luonnonympäristöä kunnioittavalla tavalla, sen voidaan sanoa edustavan myös kestävää ja vastuullista vieraanvaraisuuden taloutta. (Nykänen & Veijola, 2013, s. 93–96.)

Edellä olen kuvaillut Nykäsen ja Veijolan tarkastelua Lapland Classic -vaellustapahtuman tuottamista hyödyistä valottaakseni utilitarismin sovellusmahdollisuuksia käytännön esimerkin kautta. Kuten aiemmin mainitsin, Nykänen ja Veijola (2013, s. 90) ovat myös jakaneet matkailun etiikan tutkimusperinteet kolmeen päälinjaan: filosofisen etiikan soveltaminen matkailun aihepiirissä, eettisen matkailun koodistojen lanseeraaminen ja vieraanvaraisuuden etiikka. Seuraavassa alaluvussa teen katsauksen vieraanvaraisuutta koskeviin keskusteluihin ja tarkastelen samalla lähemmin, mitä vieraanvaraisuuden etiikka tarkoittaa.

Yhteiskunnallisen vieraanvaraisuuden muotoja

Vieraanvaraisuuden käsite on tuttu useista eri asiayhteyksistä. Puhutaan esimerkiksi palveluita tarjoavista vieraanvaraisuusaloista ja vieraanvaraisuudesta henkilökohtaisena ominaisuutena. Mutta mitä vieraanvaraisuus oikeastaan tarkoittaa ja mitä merkityksiä ja käytäntöjä siihen sisältyy?

Koska vieraanvaraisuus on herättänyt kiinnostusta useilla eri tieteenaloilla, se on saanut myös erilaisia määritelmiä (ks. Lashley, 2000; Lashley, Lynch & Morrison, 2007). On muun muassa määritelty, että vieraanvaraisuudessa on kyse isännän ja vieraan välisestä kohtaamisesta, joka koostuu aineellisista ja aineettomista tekijöistä. Aineellisilla ja aineettomilla tekijöillä voidaan tarkoittaa esimerkiksi sitä, että isäntä tarjoaa ruokaa ja yösijan tai turvallisen ja miellyttävän ympäristön poissa kotoaan olevalle vieraalle. (Hepple, Kipps & Thomson, 1990, Kingin, 1995, s. 220 mukaan.) Määritelmä ei rajaa vieraanvaraisuuden paikkaa tarkasti vaan jättää vieraanvaraisuudelle mahdollisuuden toteutua missä ympäristössä tahansa.

Myös Severt ym. (2008, s. 664–665) ovat esittäneet, että mikäli vieraanvaraisuudella tarkoitetaan laajempaa ajatusten, asenteiden ja tekojen takana vaikuttavaa filosofiaa, sitä voidaan soveltaa mihin toimialaan hyvänsä. Lashley (2000, s. 4–5) puolestaan on esittänyt, että vieraanvaraisuutta voidaan tutkia kolmesta eri näkökulmasta: yksityisestä, kaupallisesta tai yhteiskunnallisesta ja kulttuurisesta. Tällöin vieraanvaraisuutta voidaan tarkastella ja määritellä sen mukaan, tapahtuuko se esimerkiksi yksityishenkilön kotona vai kaupallisessa kontekstissa. Koska turistikontaktoja tuotetaan julkisen terveydenhuollon ympäristössä ja palvelu on maksuton turistipotilaille, en koe yksityisen tai kaupallisen vieraanvaraisuuden näkökulmien soveltuvan empiirisen

tutkimuskohteeni tarkasteluun. Siksi esittelen seuraavaksi tarkemmin yhteiskunnallisen ja kulttuurisen vieraanvaraisuuden tutkimusta viimeistelläkseeni tutkielmani teoreettisen viitekehyksen.

Vieraanvaraisuuden juuret yltävät kauas vuosisatojen taa, ja vieraanvaraisuuden on sanottu olevan yksi varhaisimmista sivilisaation ja ihmisten välisen olemisen perusasioista (Germann Molz & Gibson, 2007a, s. 3; King, 1995, s. 221). Aikana, jolloin matkustaminen oli vaarallista ja saattoi johtaa jopa kuolemaan, useat yhteiskunnat kehittivät vieraanvaraisuuden etiikan suojellakseen matkamiehiä. Tällaisissa yhteiskunnissa isäntien tuli tarjota turvaa vieraille ja suojella heitä matkojen vaaroilta, kuten rikollisilta ja petoeläimiltä. Joissain yhteiskunnissa isäntien tuli pelkän turvan tarjoamisen lisäksi tehdä vieraan olo tervetulleeksi ja mukavaksi, ja toisinaan vieraille saatettiin antaa jopa lahjoja. (King, 1995, s. 221.) Vaikka vieraanvaraisuuden teot ovat historiassakin tapahtuneet usein yksittäisten isäntien toimesta, on taustalla tavanomaisesti vaikuttanut yhteiskunnallinen ja jaettu käsitys tai velvoite siitä, kuinka muukalainen tulisi ottaa vastaan (Heal, 1990, Lashleyn, 2000, s. 5 mukaan; Lashley ym., 2007, s. 2). Sen lisäksi, että vieraanvaraisuudella on ollut tietty arvo ja paikka eri kulttuurien ja yhteiskuntien perinteissä, sen on nähty liittyvän myös politiikkaan. Esimerkiksi tarjoamalla ruokaa ja juomaa vähävaraisille keskiajan Englannin eliitti pystyi hallitsemaan yhteiskunnan köyhempiä kansaosia. (Lashley, 2000, s. 7.) Näin vieraanvaraisuus liittyy jossain määrin myös sosiaaliseen kontrolliin ja yhteiskunnan eri ryhmien välisten valtasuhteiden ylläpitämiseen.

Yhteiskunnallisen vieraanvaraisuuden luonne on kuitenkin vaihdellut aikakausien ja kulttuurien mukaan (Lashley ym., 2007, s. 2). Muun muassa nykyaikaistuminen sekä matkustuksen yleistyminen ovat merkittävästi vaikuttaneet siihen, miten, miksi ja missä vieraanvaraisuutta toteutetaan ja millaisista näkökulmista vieraanvaraisuutta tutkitaan (King, 1995, s. 221; Lashley ym., 2007, s. 2–3). Entisaikaan matkustaminen ei aina merkinnyt samanlaista vapautta ja huvia kuin nykyään, vaan päinvastoin matkustamiseen saattoi liittyä jopa kärsimystä (King, 1995, s. 221). Tällöin myös yhteiskunnallisella vieraanvaraisuudella, vaikkakin usein yksityisten ihmisten toteuttamana, oli keskeisempi rooli kuin myöhemmin matkustamisen ja kaupallisen vieraanvaraisuuden yleistyttyä. Lashley ym. (2007, s. 7) kuitenkin huomauttavat, että vaikka yhteiskunnallisen vieraanvaraisuuden rooli ja velvoite olivat esiteollisissa yhteiskunnissa merkittäviä, ei niiden tärkeys ole vähentynyt valtaosassa maailmaa teollistumisen jälkeenkään. Koska ihmisten liikkuvuus on lisännyt ihmisten, yhteisöjen ja kansakuntien välisiä kohtaamisia ja kanssakäymisiä, yhteiskunnallinen vieraanvaraisuus on edelleen tärkeä tarkastelun kohde.

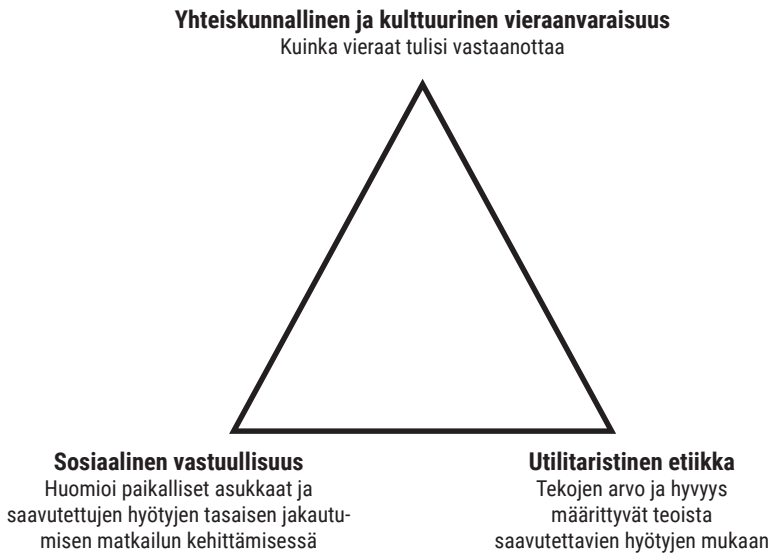
Yhteiskunnallista ja kulttuurista vieraanvaraisuutta määrittäneen vieraanvaraisuuden etiikan juurien on sanottu olevan Immanuel Kantin *Ikuiseen rauhaan* -teoksessa (Germann Molz & Gibson, 2007a, s. 3–4; Nykänen & Veijola, 2013, s. 92). Kantin mukaan maapallon asuinpinta-alan rajallisuuden vuoksi ihmisten on väistämättä lopulta sopeuduttava elämään toistensa läheisyydessä rauhanomaisesti. Tällöin muukalaisella tulisi vierasystävällisyyden eli vieraanvaraisuuden nimissä olla oikeus tulla vastaanotetuksi ilman vihamielisyyttä. (Kant, 1922, s. 34–35.) Vastavuoroisesti vieraan tulisi käyttäytyä kunnioittavasti eikä hänen tulisi tehdä matkustamisestaan hyväksikäytön välinettä. Vaikka Kant tavoitteli vieraanvaraisuuteen perustuvaa globaalia maailmankansalaisten yhteiskuntaa, ei vieras voi hänen mukaansa vaatia pysyvää tai pitempiaikaista asuinkumppanuutta vaan lähinnä käymäoikeutta. (Germann Molz & Gibson, 2007a, s. 4–5; Kant, 1922, s. 34–35; Nykänen & Veijola, 2013, s. 92.)

Kantin hahmotelma universaalista vieraanvaraisuudesta on saanut osakseen myös kritiikkiä. Esimerkiksi Jacques Derridan mukaan Kantin näkemys vieraanvaraisuudesta ei ole ehdotonta vaan perustuu vastavuoroisuuteen sekä määrättyihin ehtoihin ja on tämän vuoksi luonteeltaan poliittista ja laillista. Derridan mukaan vieraanvaraisuus tulisi sen sijaan nähdä etiikkana, jolloin vieraanvaraisuus olisi täysin avointa, absoluuttista ja loputonta. Derridan näkemyksen mukaan ovi tulisi avata jokaiselle ja vieras tulisi vastaanottaa täysin ehdoitta, mahdollisista riskeistä ja vaaroista huolimatta. Tällöin myös vieraanvaraisuuden perinteinen isäntä-vierasasetelma häviäisi. (Germann Molz & Gibson, 2007a, s. 4–5; Nykänen & Veijola, 2013, s. 92–93.)

Empiirinen tutkimuskohteeni sijoittuu sairaalaympäristöön, ja sairaalan tiedetään avaavan ovensa kaikille erikoissairaanhoidon tarvitseville. Tässä mielessä Derridan näkemyksen vieraanvaraisuudesta voisi ajatella olevan hyvä eettinen perusta tutkimukseni yhteiskunnalliselle ja kulttuurilliselle vieraanvaraisuusteorialle. Koen kuitenkin, että koska sairaalassa vieraanvaraisuutta ei voida harjoittaa täysin ehdoitta ja koska isäntä-vierasasetelmaa olisi mahdotonta häivyttää (ks. Severt ym., 2008, s. 665), soveltuu Kantin malli tarkastelun perustaksi paremmin. Näin ollen tutkielmani teoreettisessa viitekehyksessä näkyvä vieraanvaraisuuskeskustelu voidaan määritellä yhteiskunnallisen ja kulttuurisen vieraanvaraisuuden näkökulmaksi, jonka taustalla vaikuttaa Kantin luonnehdinta universaalista vieraanvaraisuudesta.

Yhteiskunnallinen vieraanvaraisuus on tutkielmani teoreettisen viitekehyyksen keskiössä. Koska tarkoituksenani on tutkia, millaisia eettisiä ja vastuullisia ulottuvuuksia turistikasvatuksen tuottamiin merkityksiin liittyy, muodostavat utilitaristinen etiikka ja sosiaalinen vastuullisuus pohjan yhteiskunnalli-

selle vieraanvaraisuudelle. Kuvio 5 havainnollistaa käsitteitä ja niiden keskinäistä suhdetta sekä auttaa hahmottamaan teoreettisen kokonaisuuden, jonka käsitteet yhdessä muodostavat.



Kuvio 5. Eettinen ja vastuullinen vieraanvaraisuus -kolmio.

SISÄLLÖNANALYYSI TURISTISOSIAALITYÖN RAPORTISTA JA HAASTATTELUISTA

Teemahaastattelut ja raportti tutkimuksen aineistona

Tutkimukseni aineisto koostuu turistikokemuksien tekijän ja vastaavan sosiaalitekijän työstämästä turistikokemuksien kokeiluraportista sekä teemahaastatteluin keräämästäni materiaalista. Aineiston tuottaminen haastatteluin tuntui luontevalta valinnalta, koska tavoitteenani oli tarkastella eri toimijoiden kokemuksia ja käsityksiä turistikokemuksien merkityksistä. Haastattelussa oli myös mahdollista syventyä aiheeseen ja paikantaa tällä tavoin niitä merkityksiä, joita turistikokemuksien tuottamiseen liittyy. Turistikokemuksien kokeilun raportin valitsin osaksi tutkimusaineistoani siksi, että se sisältää kuvauksen sekä turistikokemuksien kokeilukauden toimenkuvasta että kokeilusta saaduista palautteista. Raporttiin koostetut palautteet ovat Lapin sairaanhoitopiirin eri yksiköiden, turistipotilaiden sekä sidosryhmien antamia, ja analysoin niitä osana tätä tutkielmaa (ks. Seppälä, 2014).

Laadullisen tutkimuksen ominaispiirre on, ettei se pyri luomaan tilastollisia yleistyksiä tutkittavasta ilmiöstä. Sen sijaan laadullinen tutkimus pyrkii kuvaamaan tutkittavaa ilmiötä tai tapahtumaa, ymmärtämään tiettyä toimintaa tai antamaan teoreettisesti mielekkään tulkinnan jollekin ilmiölle. Näin ollen laadullista tutkimusta tehtäessä olisi tärkeää, että henkilöillä, joilta tietoa kerätään, olisi mahdollisimman paljon tietoa tai kokemusta tutkittavasta ilmiöstä. (Tuomi & Sarajärvi, 2013, s. 85.) Tämä oli myös oma lähtökohtani miettiessäni, ketkä olisivat sopivia henkilöitä haastateltavaksi. Sen lisäksi, että toivoin haastateltavien tietävän jotain Lapin sairaanhoitopiirin turistikisällityökoikeilusta, toivoin heidän olevan niin sanotusti avainasemassa olevia henkilöitä joko turistikisällityön tuottamisessa tai matkailuelinkeinossa.

Edellä mainituin perustein päädyin haastattelemaan neljää eri toimijaa. Kaksi haastateltavista toimii Lapin sairaanhoitopiirissä ja kaksi matkailun toimialalla. Haastatellut henkilöt ovat toimineet pitkään nykyisissä työtehtävissään ja aiemmin niitä vastaavissa tehtävissä. Kaikilla haastateltavilla oli siis vahva ammattitausta ja käytännön osaaminen omilta aloiltaan. Haastatelluista kolmelle turistikisällityö oli tuttu aihe. Sen sijaan yhdelle haastateltavista aihe oli entuudestaan tuntematon. Tätä lähtökohtaa kompensoivat haastattelupyynnön herättämä kiinnostus aiheesta kohtaan ja orientaatioksi haastatteluun toimittamani tiivistelmä turistikisällityökoikeilun raportista. Yhden haastateltavan löysin niin kutsutulla lumipallo-otannalla. Lumipallo-otannassa haastattelujen alkutilanteessa tiedetään yksi tai useampia avainhenkilöitä, jotka johdattavat tutkijan toisen tiedonantajan pariin – tutkija etenee siis tiedonantajalta toiselle sitä mukaa kun hänet esitellään uusille henkilöille (Hirsjärvi & Hurme, 2000, s. 59–60; Tuomi & Sarajärvi, 2013 s. 86). Sain haastattelujen edetessä huomata, että useampiakin haastateltavia olisi vielä löytynyt lumipallo-otantamenetelmällä, mutta aikataulusyistä jouduin rajaamaan haastateltavien joukon neljään henkilöön.

Haastattelut tehtiin yksilöhaastatteluina haastateltavien työpaikoilla. Niiden kesto vaihteli: lyhyimmän haastattelun kesto oli 23 minuuttia, ja pisin kesti yhden tunnin ja 38 minuuttia. Nauhoitetut haastattelut kirjoitin auki tarkasti mutta jätin litteroiduista versioista pois ne kohdat, jotka eivät millään tavalla liittyneet haastattelun aiheeseen. Jätin lisäksi pois suurimman osan tutkimusaineiston sisältöön vaikuttamattomista äännähdyksistä ja täytesanoista (ks. Hirsjärvi & Hurme, 2000, s. 140). Haastattelunauhojen litterointi tuotti yhteensä 47 sivua tekstiä (Times New Roman-fontti, fonttikoko 12 ja riviväli 1).

Haastattelut olivat tyyliiltään puolistrukturoituja teemahaastatteluja. Valitsin puolistrukturoidun teemahaastattelun, koska ajattelin sen antavan yhtä aikaa tarpeeksi rakennetta mutta myös joustoa haastattelutilanteisiin. Teemahaas-

tattelulle ominaista on, että haastattelutilanteita ohjaavat ennalta määrätyt ja teorian pohjalta rakennetut teemat tarkkaan rajattujen kysymysten sijaan (Hirsjärvi & Hurme, 2000, s. 47–48; Tuomi & Sarajärvi, 2013, s. 75). Tämä tuo joustavuutta haastatteluihin; esimerkiksi kysymysten esitysjärjestys ja muoto voivat vaihdella haastattelutilanteiden mukaan (Hirsjärvi & Hurme, 2000, s. 47).

Rakensin tutkimukseni teoreettisten käsitteiden pohjalta kaksi erillistä teemahaastattelurunkoa (liitteet 4 ja 5). Koin tarpeelliseksi erillisten haastattelurunkojen tekemisen Lapin sairaanhoitopiirin edustajille ja matkailualan edustajille, koska eri toimialojen haastateltaville suunnatut kysymykset erosivat toisistaan jonkin verran. Molempien haastattelurunkojen teemat olivat kuitenkin yhdenmukaiset. Haastattelutilanteissa teemahaastatteluiden etu, joustavuus, tuli esiin useaan otteeseen. Osa haastatteluista noudatteli tarkemmin haastattelurungon rakennetta, osa kulki vapaammin. Yhteistä kaikille haastatteluille oli se, että kaikkia tarkentavia kysymyksiä ei tarvinnut erikseen esittää. Haastateltavat toivat itse esiin monipuolisesti näkökulmia tutkimusaiheeseen liittyen ja tulivat näin myös vastanneeksi suunniteltuihin tarkentaviin kysymyksiin ilman kysymysten esittämistä. En myöskään halunnut rajata liikaa haastateltavien puheenvuoroja vaan toivoin heidän kertovan vapaasti omista kokemuksistaan ja näkemyksistään haastattelun teemoihin liittyen.

Tutkimuseettisten periaatteiden mukaisesti haastateltujen anonymiteetti on suojattu (Kuula, 2006, s. 200–201). Viitatessani haastatteluihin käytän viitteenä haastatteluille antamiani järjestysnumeroita (ks. Hakkarainen, 2014, s. 27–28). Haastattelut on koodattu seuraavasti:

- H1 Lapin sairaanhoitopiirin edustaja
- H2 Matkailuelinkeinon edustaja
- H3 Lapin sairaanhoitopiirin edustaja
- H4 Matkailualan edustaja

Sisällönanalyysi menetelmänä

Tutkimusaineiston analyysimenetelmänä käytän sisällönanalyysiä. Valitsin sisällönanalyysin analyysimenetelmäksi, koska sen avulla voin järjestää tutkimusaineiston tiiviiseen ja selkeään muotoon kadottamatta kuitenkaan sen sisältämää informaatiota (Tuomi & Sarajärvi, 2013, s. 103, 108). Sisällönanalyysi soveltuu erilaisten tekstien systemaattiseen tarkasteluun ja tiivistämiseen, ja näin ollen se sopii myös oman tutkimusaineistoni, puhtaaksi kirjoitetun haastattelumateriaalin sekä turistikäsitysoikeuden raportin, analysointiin. Laadullisessa tutkimuksessa hajanaisesta aineistosta pyritään tuottamaan selkeää, mielekästä ja yhtenäistä informaatiota, jolloin luotettavien ja loogisten

johtopäätösten tekeminen mahdollistuu. Aineisto hajotetaan aluksi osiin, käsitteellistetään ja kootaan sitten uudestaan loogiseksi kokonaisuudeksi johtopäätösten tekoa varten. (Tuomi & Sarajärvi, 2013, s. 103, 108.)

Sisällönanalyysiä voidaan tehdä aineistolähtöisesti, teorialähtöisesti tai teoriaohjaavasti. Aineistolähtöisessä analyysissä teoreettiset käsitteet luodaan aineistosta, teorialähtöisessä sisällönanalyysissä taas luokittelu perustuu aiempaan teoreettiseen tai käsitteelliseen viitekehykseen. Teoriaohjaava sisällönanalyysi sijoittuu kahden edellä mainitun väliin. Teoriaohjaava sisällönanalyysi etenee aineiston ehdoilla, mutta teoreettiset käsitteet tuodaan analyysiin teoreettisesta viitekehyksestä käsin. Toisin kuin teorialähtöisessä sisällönanalyysissä teoriaohjaavassa analyysissä teoriaa ei kuitenkaan varsinaisesti testata, vaan sitä käytetään eräänlaisena apuvälineenä analyysin edessä. (Tuomi & Sarajärvi, 2013, s. 108–119.)

Valitsin tutkimusaineistoni analyysimenetelmäksi teoriaohjaavan sisällönanalyysin, koska teoria on ollut läsnä tutkimuksessani aina teemahaastattelurunkojen työstämisestä aineiston analyysiin ja johtopäätösten tekoon asti. Koska tutkimukseni aihe on kuitenkin suhteellisen tuore ja vähän tutkittu, halusin jättää analyysiin väljyyttä aineistosta mahdollisesti syntyvien uusien avausten vuoksi.

Aineistossa esiintyneiden keskusteluiden perusteella muodostin aluksi neljä teemaa: merkitykset turistipotilaille ja heidän läheisilleen, merkitykset matkailun toimialalle, merkitykset Lapin sairaanhoitopiirille sekä merkitykset paikallisille asukkaille. Koska tarkoitukseni on tutkia turistikokemuksien merkityksiä eri toimijoille, koin, että teemojen jako neljään ryhmään selkeyttää aineiston käsittelyä. Jaettuani aineiston sisällöt edellä mainittuihin kategorioihin ryhdyin tiivistämään ja tätä kautta luokittelemaan aineistoa (ks. Tuomi & Sarajärvi, 2013, s. 117–118). Päädyin muodostamaan aineistosta seuraavat alaluokat: välittäminen, huolenpito, turvallisuus, turistikokemuksien tuottamisen toimintaympäristö, ennakointi matkailualalla, vaikutukset Lapin imagoon, vaikutukset Lapin matkailun imagoon, vaikutukset Lapin sairaanhoitopiirin imagoon, taloudellinen arvo ja inhimillinen arvo. Alaluokat sopivat hyvin tutkimukseni teoreettisiin käsitteisiin, joten yhdistin ne teorian avulla kahteen pääluokkaan: vieraanvaraisuuteen ja vastuullisuuteen. Tutkielmani analyysiluvut olen jakanut aineistosta löytyneiden teemojen mukaisesti. Analyysin kaksi ensimmäistä alalukua käsittelevät turistikokemuksien tuottamista vieraanvaraisuuden ulottuvuuksien näkökulmasta. Kahdessa jälkimmäisessä alaluvussa keskityn turistikokemuksien tuottamisen vastuullisuuteen liittyviin merkityksiin.

Tutkimusetiikka

Tutkimuseettiset kysymykset ja hyvän tieteellisen käytännön periaatteet ovat olleet työssäni läsnä alusta lähtien. Koska tutkimusaineisto on koottu haastatteluin, olen lähestynyt tutkimuseettisiä kysymyksiä lähinnä haastattelujen tekemisen näkökulmasta. Kaikkia haastateltavia informoitiin tutkimuksen tarkoitusperistä ja siitä, mihin haastatteluaineistoa tullaan käyttämään. Haastateltavat allekirjoittivat tutkimuslupasuostumuksen ennen haastattelujen tekemistä. Lisäksi haastateltavia informoitiin tutkimuksen luotettavuudesta. Kerroin, että haastatteluaineistoa käytetään ainoastaan tutkimustarkoitukseen ja että kaikkien haastateltavien anonymiteetti säilytetään koko tutkimusprosessin ajan. Haastateltavien allekirjoittama tutkimuslupasuostumus sisälsi tämän informaation myös kirjallisessa muodossa. Purkaessani haastattelunauhat kirjalliseen muotoon olen poistanut aineistosta kaikki tunnisteet, kuten haastatteluissa ilmoittaneet nimet (ks. Kuula, 2006, s. 200–201).

Tutkimusprosessin edetessä tutkimuseettiset kysymykset tulivat ajankohtaiseksi vahvemmin kuin olin osannut tutkimukseni alkumetreillä odottaa. Tutkimusaiheeni sijoittuu sairaalaympäristöön, ja vaikka tarkastelen turistikokemuksien merkityksiä yhteiskuntatieteellisistä ja matkailututkimuksellisista lähtökohdista, tutkimuksen teko sairaalaympäristössä vaatii erityistä tarkkuutta ja eettisten näkökulmien huomioimista läpi koko tutkimusprosessin. Olen tutustunut sekä Lapin yliopiston että Lapin sairaanhoitopiirin tutkimuseettisiin ohjeistuksiin ja noudattanut niitä tutkimusprosessissani (ks. Lapin yliopisto, 2009; Lapin sairaanhoitopiirin eettinen toimikunta, 2009). Lapin sairaanhoitopiirin eettisten ohjeistusten (Lapin sairaanhoitopiirin eettinen toimikunta, 2009) mukaisesti hain organisaatiolta tutkimusluvan tutkimuksen tekoa varten.

Hyvän tieteellisen käytännön mukaisesti tutkimusta tehtäessä tulee noudattaa rehellisyyttä, tarkkuutta ja yleistä huolellisuutta niin tutkimustyössä kuin tulosten esittämisessäkin (Kuula, 2006, s. 34; Tuomi & Sarajarvi, 2013, s. 132–133). Olen toteuttanut näitä periaatetta haastateltujen informoinnin lisäksi olemalla huolellinen tutkimusaineiston käsittelyssä sekä noudattamalla tarkkuutta tutkimuksen raportoinnissa. Tutkimuseettisiin näkökulmiin sisältyy myös tutkijan vastuu tutkimukseen sitoutumisesta, mikä itsellenikin on korostunut entisestään tutkimusprosessin edetessä (Lapin yliopisto, 2009, s. 6). Tutkijan vastuu koskee tutkimusaiheen valinnan lisäksi tutkimuksessa tuotetun tiedon välittämistä tiedeyhteisölle, ammattilaisille, päätöksentekijöille ja kansalaisille (Lapin yliopisto, 2009, s. 6; Tuomi & Sarajarvi, 2013, s. 129). Tutkijan tulee olla hyvin huolellinen koko tutkimusprosessin ajan, jotta väärinkäsityksiltä ja virheiltiltä vältyttäisiin ja jotta tutkimus tuottaisi laadukasta tietoa.

TURVALLINEN JA HUOLEHTIVA TURISTISOSIAALITYÖ VASTUULLISENA VIERAANVARAISUUTENA

Turistisosaalityö välittämisenä ja huolenpitona

Turistisosaalityölle annettiin tutkimusaineistossa monenlaisia merkityksiä, mutta turistisosaalityöntekijän läsnäolon tärkeys ja tarpeellisuus erityisesti potilasnäkökulmasta korostuivat kaikissa tekemissäni haastatteluissa. Sairaalaan joutumista pidettiin jo itsessään ikävänä, valitettavana ja huolta aiheuttavana asiana, mutta matkailijan joutuessa sairaalaan vieraassa ympäristössä koettiin tilanteen ikävyyden korostuvan entisestään.

Turistisosaalityökokeilun raportissa kerrotaan turistipotilaan kokevan turvallomuutta siitä, että hän on vieraassa maassa, vieraassa sairaalassa ja hädisään (Seppälä, 2014, s. 19). Vieras ympäristö puhututti myös haastateltavia. He huomauttivat, että jo sairaala itsessään voi olla vieras ja pelottava ympäristö potilaalle, mutta kun tähän yhdistetään vieras kieli ja kulttuuri vieraine toimintatapoineen, voivat potilaan pelko ja hätä kasvaa entisestään (H1, H2, H3, H4).

...minusta eniten siinä merkkää se, että ne on vieraassa maassa, vieraassa sairaalassa, ja ne ei ossaa kieltä. Se on hyvä lähtiä jonnekki radiologialle, ku mis-sään ei lue radiologiaa, kaikkialla lukkee röntgen. (H1)

... se sosiaalityön tärkeys tulee justiinsa siinä, että ko asiakas tulee sairaalaan, niin sehän on ulkomailta, ei tunne kulttuuria, täysin vieraassa paikassa, ja sitte omaiset on jossaki hiihornassa, niin siinä tulee semmonen sille asiakal-le että aa, missä hän on, miten on ja mitä täällä tapahtuu, ja sairaalassa kaikki on niinko outoa, elikkä siellä on hyvä olla joku opastamassa niihin käytäntöihin, ja sitten se toinen, että saahaan auki kanava myös niille omaisille... (H2)

Vieraan kielen ja kulttuurin lisäksi oman ominaispiirteensä Lapin matkailuun ja tätä kautta turistisosaalityöhönkin tuovat pohjoisen haastavat olosuhteet. Liukkailla ja lumisilla reiteillä voi sattua haavereita, eivätkä kovat pakkaset tai harvaan asutut seudut välttämättä lisää matkailijoiden turvallisuudentunnetta. Turistisosaalityökokeilun raportti osoittaaakin, että pohjoiset luonnonolosuhteet vaikuttavat matkailijoiden turvallisuuteen. Esimerkiksi liukkaat kadut aiheuttavat paljon kaatumisia ja loukkaantumisia, mikä näkyy myös turistisosaalityön potilastilastoissa (Seppälä, 2014, s. 10–11).

Myös matkailualan edustaja pohti pohjoisten olosuhteiden merkitystä matkailulle ja turistisosaalityölle ja huomautti, että esimerkiksi lumi itsessään muodostaa erikoisen ja kummallisen elementin ja lisää omalla tavallaan ris-

kialttiutta. Hän näkikin turistikisyyden olevan hyvin tärkeää erityisesti Suomen kaltaisessa eksoottisessa maassa, jossa olosuhteet, kieli ja kulttuuri ovat erilaisia. (H4.)

Lappia voidaan siis pitää ilmastonsa ja olosuhteidensa puolesta melko eksoottisena matkakohteena, minkä takia vieraanvaraisuuden, turvallisuuden ja toisista huolehtimisen tärkeys korostuu. Tutkimuskirjallisuudessa onkin esitetty, että alueella vallitsevien olosuhteiden ja vieraanvaraisuuden välillä on yhteys (ks. esim. King, 1995; Kostianen, Ahtola, Koivunen, Korpela & Syrjämaa, 2004, s. 24–25). Esimerkiksi White (1970, Kingin 1995 mukaan) on havainnut, että mitä ankarammat alueen fyysiset olosuhteet ovat, sitä merkittävämpi rooli vieraanvaraisuudella on alueen yhteisöille. Esimerkkeinä hän mainitsi aavikoiden arabivieraanvaraisuuden ja eskimoiden arktisen vieraanvaraisuuden, joita rankkojen luonnonolosuhteidenkin vuoksi on pitänyt ylläpitää ja vaalia. (White 1970, Kingin, 1995, s. 221 mukaan.) Nousiainen (2015) kertoo, että myös Lapissa luonnonolosuhteiden on nähty vaikuttavan vieraanvaraisuuteen. Muualta saapuvat eivät välttämättä aina osaa esimerkiksi pukeutua tai toimia pohjoisen sään edellyttämällä tavalla, jolloin isännät osoittavat vieraanvaraisuuttaan auttamalla ja opastamalla vieraita. Näin luonto paitsi mahdollistaa vieraanvaraisuuden tapahtumaympäristön ja vieraanvaraisen toiminnan myös määrittää pohjoista vieraanvaraisuutta. (Nousiainen, 2015, s. 55–57.)

Haastatteluissa tuli esiin myös se, että ylimääräistä huolta turistipotilaille voivat aiheuttaa vieraassa maassa sairaalaan joutumisen lisäksi monet muutkin asiat – esimerkiksi murhe omaisten hädästä tai pettymys pieleen menneestä lomasta (H1, H2, H4; Matkailukin hyötyy lomailijan..., 2015). Lisäksi huolta voivat aiheuttaa käytännön asioihin liittyvät järjestelyt:

...ne on huolissaan siitä ko ne ylleensä menettää vielä lennot ja tarvitaan ekstrapaikkoja lennolle ja erityisjärjestelyitä. Ja ne on huolissaan siitä, että miten ne selviää sillä lennolla ja tuleeko varmasti se pyörätuoliavustus. Ja sit ne on huolissaan siitä, että miten ihmeessä ne ylipäättänsä selviää niinku täältä takasin sinne mökille tai täältä takasin suoraan kotimaahan. (H1)

Matkailuelinkeinon edustaja huomauttikin, että kun matkailija joutuu sairaalaan, tilanteeseen liittyy usein monta eri muuttujaa. Tämän vuoksi turistikisyyden tekijällä on erittäin tärkeä rooli oikean tiedon suodattajana sekä potilaan päänsisäisen myllerryksen jäsentäjänä. (H2.) Matkailualan edustaja puolestaan totesi, että tilanteeseen liittyvien moninaisten tekijöiden vuoksi kaikki apu ja tuki protokollan eteenpäin viemiseksi ja tilanteen ratkaisemiseksi on todella tarpeen (H4).

Turistipotilaan surun ja murheen syyt voivat siis olla hyvin moninaiset, mutta turistikiosiaalityöntekijä antaa tukensa, oli pa huolenaihe mikä hyvänsä. Turistikotilaille merkitsee paljon myös se, että jollakin on aikaa ja osaamista auttaa yhteydenpidossa vakuutusyhtiön kanssa, kertoa miten prosessi etenee, kuka tekee mitäkin ja mitä kaikki maksaa. Potilaiden antamien palautteiden mukaan kieltä osaavan, tukea ja turvaa antavan sekä lämmöllä työtään tekevän ihmisen päivittäinen kohtaaminen koettiin erittäin tärkeäksi. (Seppälä, 2014, s. 19.)

Myös sairaalan hoitohenkilökunta oli huomannut turistikiosiaalityöntekijän läsnäolon myönteiset vaikutukset potilaisiin. Hoitotyöntekijät kertoivat turistikiosiaalityöntekijän antaman tuen ja avun rahoittavan potilaiden häätä merkittävästi. (Seppälä, 2014, s. 18.) Sairaanhoidopiiriin edustajat (H1, H3) puolestaan kertoivat, että turistikiosiaalityön asiakkailta spontaanistikin saaduista palautteista on nähtävissä selvä helpottuneisuus ja kiitollisuus.

Tuen ja avun tärkeys tuli esiin myös kohtaamani turistikiosiaalityön asiakkaan puheissa. Asiakas tarjoutui jakamaan kokemuksiinsa turistikiosiaalityön palvelusta, ja hänen kertomansa tuki haastatteluista ja raportista esiin nousseita teemoja. Asiakas kertoi, että sairaalaympäristössä on aina oma kulttuurinsa, jonka oppiminen ja ymmärtäminen voi olla haasteellista. Jos henkilö joutuu vieraskieliseen sairaalaan muussa kuin kotimaassaan, on sairaalakulttuurin ymmärtäminen tavallistakin haasteellisempaa. Asiakas kokikin turistikiosiaalityöntekijän tarjoaman tuen erittäin tärkeäksi ja kertoi, ettei olisi ymmärtänyt sairaalan käytäntöjä ilman sosiaalityöntekijän apua. Asiakkaan mukaan on ensisijaisen tärkeää, että sairaalassa työskentelee henkilö, jolla on syvä ymmärrys ja ammattitaito turistipotilaiden asioiden hoidosta. Hän kuvasi turistikiosiaalityöntekijää enkeliksi, joka tietää sellaisetkin säännöt ja seikat esimerkiksi vakuutuksiin liittyen, joita asiakas ei itse osaisi edes ajatella.

Turistikiosiaalityöntekijä on henkilö, jolle on keskitetty turistipotilaan asioiden jäsentäminen ja järjestäminen hoitajakson alusta loppuun saakka. Hän pitää yllä sairaalan ja sen eri osastojen, potilaan sekä vakuutusyhtiön välisiä yhteyksiä, organisoii maksusitoumukset ja ambulanssilennot, tekee sairaaläkäytännöt ymmärrettäviksi potilaalle sekä antaa tukea ja turvaa niitä tarvitseville.

Kun matkailija joutuu sairaalahoitoon, eivät huoli, hätä ja tuen tarve koske ta ainoastaan potilasta itseään. Tilanteessa hätääntyvät myös omaiset, jotka saattavat olla toisella puolella maapalloa epävarmoina siitä, mitä heidän läheiselleen on tapahtunut (H1, H2, H4). Matkailuelinkeinon edustaja totesi, että erityisesti pahan loukkaantumisen tapahtuessa suurin hätä ja myllerrys

on usein juuri omaisilla. Turistisosaalityöntekijä nähtiin tärkeäksi tiedonvälityskanavaksi sairaalassa olevan potilaan ja omaisten välillä. (H2.) Myös sairaanhoitopiirin edustaja kertoi, että omaisia rauhoittaa huomattavasti, kun sairaalasta ollaan heihin yhteydessä ja kerrotaan potilaan voinnista ja tilasta (H1).

Lapin sairaanhoitopiirin turistisosaalityöhön liittyvän omaisnäkökulman toi esiin myös eräs Turun Sanomien artikkelissa asiaa kommentoinut turistipotilaan läheinen. Hän kertoo, että muun muassa vakuutusyhtiön kanssa asiointi on ollut huomattavasti helpompaa, kun asiaa on ollut viemässä eteenpäin virallinen taho eli turistisosaalityöntekijä. Lisäksi hän kertoo, että ollessaan vastaanlaisessa tilanteessa Espanjassa tuli potilaan ja tämän läheisten hoitaa kaikki asiat itse. Lapin sairaanhoitopiiri saikin kiitosta siitä, että koska asioiden hoito on sujunut vaivattomasti turistisosaalityöntekijän toimesta, ovat läheiset voineet keskittyä rauhassa potilaan toipumiseen. (Matkailukin hyötyy lomailijan..., 2015)

Turun Sanomissa kommentoiteen omaisen puheet kertovatkin turistisosaalityön ainutlaatuisuudesta. Kuten turistisosaalityöntekijä Turun Sanomien artikkelissa itse toteaa, hän on eräänlainen koko pakettia koordinoiva välimies (Matkailukin hyötyy lomailijan..., 2015). Järjestelmää voidaankin pitää hyvin harvinaislaatuksena ja erityisenä juuri tästä syystä: asioiden hoito on keskitetty yhdelle henkilölle, jonka apu suunnataan kaikille Lapin keskussairaalan erikoissairaanhoidon turistipotilaille. Matkailuelinkeinon edustaja (H2) huomauttikin, osuvasti että yleensä vastaavassa tilanteessa asioiden hoito on keskitetty turistipotilaalle itselleen.

Turistisosaalityö matkailun turvallisen toimintaympäristön rakentajana

Turistipotilaiden näkökulmasta turistisosaalityön toimenkuva ilmentää välittämisen, huolenpidon ja turvallisuuden rakentamaa pyyteetöntä vieraanvaraisuutta. Tässä mielessä turistisosaalityö tukee sitä kirjallisuudessa esitettyä vieraanvaraisuuden määritelmää, jonka mukaan vieraanvaraisuudessa on kyse turvallisen ja miellyttävän ympäristön tarjoamisesta poissa kotoaan olevalle vieraille (ks. King, 1995, s. 220).

Vieraanvaraisuuteen, kuten matkustamiseen ylipäätään, ovat kautta aikojen liittyneet kysymykset turvallisuudesta. Keskiajalla matkustaminen oli vaarallista mutta välttämätöntä muun muassa kaupankäynnin vuoksi (King, 1995, s. 221; Kostiainen ym., 2004, s. 24–25). Luostareilla oli velvollisuus osoittaa vieraanvaraisuutta kulkijoille tarjoamalla heille turvaa, ruokaa ja yösija, jotta matkustaminen ja tätä kautta yhteisöjen välinen kanssakäyminen, kuten kaupankäynti, ei tyrehtyisi (King, 1995, s. 221; Kostiainen ym., 2004, s. 24–

25). Yhtälailla turvallisuus on tärkeää nykyäänkin. Iivarin (2012, s. 11–12) mukaan matkailun kasvu ja kehitys edellyttävät turvallista toimintaympäristöä. Turvallisuushakuisuudesta on muodostunut megatrendi, ja yhä useammat matkailijat tekevät osto- ja matkustuspäätöksensä turvallisuuskriteereiden perusteella (Iivari, 2012, s. 12–15).

Turvallisuuteen liittyvät näkökulmat nousivat selkeästi esiin kaikissa tekemissäni haastatteluissa. Turistisosaalityön nähtiin olevan muun muassa tärkeä osa turvallisuussuunnittelun ja turvallisuuden ennakoinnin kokonaisuutta. Matkailualan edustajan (H4) mukaan Lapin matkailuyritykset, organisaatiot ja viranomaistahot ovat tehneet äärimmäisen hyvää ja esimerkillistä ennakointityötä, mutta toisinaan sattuma puuttuu peliin eikä ikäviltä tapahtumilta voi välttyä. Myös matkailuelinkeinon edustaja muistutti, että absoluuttisen turvallista maailmaa ei ole olemassakaan (H2). Matkailun toimialan edustajat kokivatkin turistisosaalityön olevan tärkeä ja konkreettinen keino varautua ei-toivottuihin mutta mahdollisiin ikäviin tapahtumiin Lapin matkailualueella.

Sairaanhoidopiirin edustajat (H1, H3) kertoivat, ettei turistisosaalityö ole jäänyt huomaamatta koti- ja ulkomaisilta matkanjärjestäjiltäkään. Suomen Lappia pidetään turistisosaalityönkin ansiosta turvallisena matkakohteena, jossa myös ikäviin asioihin on varauduttu asianmukaisella tavalla (H3). Turun Sanomien (Matkailukin hyötyy lomailijan..., 2015) turistisosaalityötä käsitelleessä uutisartikkelissa kerrotaan, että eräs isobritannialainen matkanjärjestäjä on ottanut yhteyttä Lapin sairaanhoidopiiriin ja kertonut turistisosaalityön mahdollistaman yhden luukun mallin olevan hyvä lisäarvo Lapin markkinoinnille.

Turistisosaalityöllä voidaan siis nähdä olevan keskeinen paikka siinä turvallisuus- ja kohdekuvasessa, joka matkanjärjestäjillä on Suomen Lappia. Koska turvallinen matkakohde vetoaa niin matkailijoihin kuin matkanjärjestäjiinkin (Iivari, 2012, s. 12–15, 25–26), voidaan turistisosaalityö nähdä myös eräänlaiseksi Lapin matkailun kilpailuvaltiksi.

Ne sanno [ulkomaiset matkanjärjestäjät], että ...he mieluummin suosittelee Suomen Lappia kuin Ruotsin tai Norjan Lappia, koska he tietää, että jos jostain heidän asiakkailleen sattuu, niin täällä hommat hoituu. (H1)

Myös matkailualan edustajan mielestä turistisosaalityöllä on paikkansa positiivisen matkailukuvan rakentamisessa. Turistisosaalityötä voidaan pitää konkreettisena osoituksena siitä, miten Lappissa huolehditaan ja välitetään asiakkaasta joka käänteessä. (H4.) Samoin koki myös sairaanhoidopiirin edus-

taja (H3), joka mainitsi, että turistikiosiaalityö tuo esiin Lapin asemaa kansainvälisenä matkailukeskuksena, jossa matkailijaa ei jätetä oman onnensa nojaan sairaalassakaan.

Matkailualan edustaja totesi, että matkailualalla on totuttu palvelemaan asiakasta käsi kädestä vieden, hyvällä otteella ja huolenpidolla aina alusta loppuun saakka. Hän näki turistikiosiaalityön erinomaisena jatkumona hyvään ja saumattomaan palveluun sekä asiakkaasta huolehtimiseen Lapin matkailualueella. (H4.) Turistikiosiaalityö onkin tuonut varmuutta ja turvaa matkanjärjestäjien ja oppaiden työhön:

He sanoo, että heillä on jotenki paljon kivempi lastata se 150 ihmistä siihen charteriin ja lennäyttää ne Lappin, sitten vaikka... mennee kaikki hyvin..., mutta jos sattuu jotaki, niin he tietää, että niillä on numerot jo valmiina. Että ne niinku tietää että miten toimia siinä vaiheessa. (H1)

Sen lisäksi, että turistikiosiaalityö tuo turvaa ulkomaisille matkanjärjestäjille ja heidän asiakkailleen, se tuo turvaa myös paikallisille matkailualan toimijoille. Matkailuelinkeinon edustaja (H2) kertoi, että erityisesti onnettomuustapausten hoitamisessa turistikiosiaalityöntekijällä on äärimmäisen tärkeä rooli myös matkailuyrityksen näkökulmasta. Turistikiosiaalityöntekijän tietojen ja taitojen ansioista onnettomuustilanteet pystytään hoitamaan tehokkaasti, järkevästi ja ammattimaisesti, minkä ansiosta riskit ajautua myöhemmin esimerkiksi onnettomuuksista johtuviin oikeudenkäynteihin pienenevät. Paperiasioiden huolellinen järjestäminen sekä tilanteen kokonaisvaltaisesti järkevää hoitamista pidettiin hyvin tärkeänä nimenomaan asiakastyytyväisyyden säilyttämisen takia. Asiakastyytyväisyys lisää sekä asiakkaiden että matkailuyritysten turvallisuutta. Matkailuelinkeinon edustaja muistutti, että asiakas voidaan nähdä myös eräänlaisena markkinointikanavana maailmalle. Tyytyväinen asiakas levittää parempaa sanaa matkakohteesta kuin tyytymätön asiakas. Onnettomuuden sattuessa on tärkeää, millaisella otteella ja ammatitaidolla ikävä tapahtuma hoidetaan ja miten matkailija siitä kertoo. (H2)

Matkailuhan on, tää on niinku monesta pikkupalasesta yhistyvä ketju, joka pitää kaikilta osin toimia. Oli siinä ketjussa sitte lumimies, siivooja, sairaalan turistikiosiaalityöntekijä tai mikä tahansa, että se on tyytyväinen se asiakas. (H2)

Myös matkailualan edustaja puhui turistikiosiaalityön merkityksistä matkailuyrityksille. Hän kertoi, että Lapin matkailuyrittäjät haluavat pitää hyvää huolta asiakkaistaan onnettomuudenkin sattuessa. Matkailuyrittäjille on tärkeää, että potilas tulee ymmärretyksi myös sairaalassa, ja turistikiosiaalityöntekijän rooli turistipotilaan ja sairaalan välisenä yhteyshenkilönä koettiin tärkeäksi. (H4.)

Turistisosaalityö rakentaa siis turvallista toimintaympäristöä niin matkailijoille kuin matkailualan toimijoillekin. Turistisosaalityö turvallisuuden tuottajana linkittyy läheisesti Lapin matkailun kehittämisen kenttään, sillä turvallisuus on saanut painoarvoa Lapin matkailustrategiassakin (Lapin liitto, 2015, s. 17, 24). Matkailustrategiassa yhdeksi arvoperiaatteeksi on määritetty vieraanvaraisuus, joka muodostuu osittain matkailun laadun ja turvallisuuden varmistamisesta (Lapin liitto, 2015, s. 26). Matkailualan edustaja (H4) näkeekin turistisosaalityön konkreettisenä osoituksena lappilaisesta vieraanvaraisuudesta. Hänen mukaansa asioita usein suunnitellaan, visioidaan ja strategioidaan, mutta toteutus saattaa jäädä puutteelliseksi. Turistisosaalityötä hän piti esimerkkinä siitä, kuinka suunniteltua asiaa kokeilemalla ja saatujen palautteiden perusteella toimintaa kehittämällä saadaan aikaiseksi erinomainen ja hyvin käyttöön otettava lopputulos:

...tää on sellanen konkreettinen välittämisasiä ja tekemisasiä. (H4)

Turistisosaalityö voidaan näin nähdä vieraanvaraisuutena, joka koostuu välittämisen, huolenpidon ja turvallisuuden ulottuvuuksista. Turistisosaalityön tuottaman vieraanvaraisuuden voisi jossain määrin rinnastaa myös historiassa vaikuttaneeseen vieraanvaraisuuden etiikkaan (ks. Germann Molz & Gibson, 2007b; Kant, 1922; King, 1995; Nykänen & Veijola, 2013). Voidaan ajatella, että vieraanvaraisuuden etiikka ei ollut välttämätöntä, mutta se oli hyvin tarpeellista ihmisten välisen turvallisuuden, sovun ja solidaarisuuden ylläpitämiseksi. Myös turistisosaalityötä voidaan pitää erittäin tarpeellisena, joskaan ei välttämättömänä palveluna, jolla voidaan tuottaa varmuutta ja turvaa turistipotilaille, matkailualan toimijoille, Lapin sairaanhoitopiirille ja koko Lapin alueelle.

Vieraanvaraisuutta tuotetaan julkisen terveydenhuollon ympäristössä, minä vuoksi sen merkityksiä on kiinnostavaa tarkastella myös muiden toimijoiden näkökulmista. Rakennetaanko ja ylläpidetäänkö vieraanvaraisuutta jonkin kustannuksella vai tuottaako turistisosaalityö hyötyä myös muille toimijoille? Seuraavissa alaluvuissa tarkastelen sitä, mitä muita merkityksiä turistisosaalityön tuottamiseen liittyy ja millaista yleistä hyötyä turistisosaalityö tuottaa.

Turistisosaalityön merkitys Lapin sairaanhoitopiirille ja Lapin asukkaille
Turistisosaalityöllä on merkitystä myös Lapin sairaanhoitopiirille. Sairaanhoitopiirin edustajien mukaan sillä on vaikutusta muun muassa Lapin sairaanhoitopiirin imagoon, koska turistisosaalityö on herättänyt paljon positiivista mielenkiintoa ja avaus on saanut myönteistä julkisuutta mediassa (H1, H3). Utisoinnin herättämän mielenkiinnon voidaan olettaa paitsi vaikutta-

van myönteisesti sairaanhoitopiirin julkisuuskuvaan myös avaavan mahdollisia yhteistyömuotoja Lapin sairaanhoitopiirin ja eri toimijoiden välille. Turistisosaaliryöstä saatujen palautteiden mukaan työn nähtiin olevan osoitus siitä, että varsinaisen hoidon lisäksi myös potilashallinto on Lapin sairaanhoitopiirissä asianmukaisesti ja ammattimaisesti hoidettu (H3). Tämä voi herättää mielenkiintoa muissa sairaanhoitopiireissä, jotka saattavat esimerkiksi kiinnostua kokeilemaan Lapin sairaanhoitopiirin lanseeraamaa mallia.

Turistisosaaliryöllä on myönteisiä vaikutuksia sairaanhoitopiirille myös hoitohenkilökunnan näkökulmasta. Turistisosaaliryökokeilun raportti kertoo, että sairaanhoitopiirin eri yksiköiden antamien palautteiden mukaan sosiaaliryöntekijän apu koettiin erittäin tarpeelliseksi ja hyödylliseksi. Turistisosaaliryöntekijällä on sekä hyvä kielitaito että käytännön tieto ulkomalaisista potilaista ja heidän asioidensa hoitamisesta. Koska ammattitaitoinen turistisosaaliryöntekijä pystyy hoitamaan potilaiden paperiasiat sujuvasti, hänen apunsa potilaiden asioiden hoidossa koettiin tarpeelliseksi. Turistisosaaliryöntekijän ottaessa vetovastuun potilaisiin liittyvistä käytännön asioista hoitohenkilökunnan kätet vapautuvat varsinaiseen hoitotyöhön. (Seppälä, 2014, s. 18–19.)

Sairaanhoitopiirin edustaja (H1) totesi, että turistisosaaliryöntekijän ansiosta hoitohenkilökunnan resurssit pystytään kohdentamaan oikeisiin paikkoihin, tiedonvälitys tehostuu ja kaikkien aikaa säästyy. Myös matkailuelinkeinon edustaja (H2) pohti turistisosaaliryöntekijän merkitystä sairaalan hoitohenkilökunnalle. Hän arvioi turistisosaaliryöntekijän olevan todella tarpeellinen apu koko henkilöstölle, koska henkilökunnan resurssit ovat jo muutenkin melko tiukkaan mitoitettut ja koska turistipotilas työllistää hoitohenkilökuntaa enemmän kuin keskiverto suomalaispotilas:

...nyt kö sinne vielä joku yks ulkomaalainen, joka kyselee ja on huolestunu, ja omaiset soittaaee ja muita, niin se tukkii niinkö sieltä hoitavalta henkilökunnalta resursseja. (H2)

Turistisosaaliryöntekijän apu vaikuttaa suoraan siihen, miten ja millaisella tahdilla turistipotilaiden asiat saadaan sairaanhoitopiirin eri yksiköissä hoidettua. Turistisosaaliryöntekijän raportissa kerrotaan, että palvelun ansiosta potilaiden hoito ja kotiuttaminen ovat nopeutuneet merkittävästi (Seppälä, 2014, s. 18). Matkailuelinkeinon edustaja toteaa, että turistipotilaisiin liittyvä haaste on usein heidän kotiuttamisensa. Koska monet turistipotilaat kotiutetaan lentoteitse, tulisi ambulanssi- ja muiden lentojärjestelyjen järjestämiseen tarttua jo heti hoidon alkuvaiheessa. Turistisosaaliryöntekijän avulla on mahdollista välttää tilanne, jossa edelleen hoitoa vaativa mutta lentokykyinen potilas

olisi valmis kotiutettavaksi, mutta hän joutuu odottelemaan osastolla sopivan lennon järjestymistä, koska lentoa ei ole järjestetty hyvissä ajoin. (H2.)

Turistisosaalityön nähdään tuottavan myös taloudellista arvoa, sillä yksi sen keskeisimmistä tavoitteista on tehostaa ulkomaalaisten potilaiden hoidosta syntyneiden kulujen takaisinsaantia Lapin sairaanhoitopiirille. Kun maksusitoumusjärjestelyt, laskutuksen hoitaminen ja yhteistyö vakuutusyhtiöiden kanssa on keskitetty yhdelle henkilölle, kulujen takaisinsaantiprosessi on selkeytynyt ja järjestyneempi merkittävästi. (H1; H3; Matkailukin hyötyy lomailijan..., 2015; Seppälä, 2014, s. 3). Ennen järjestelmän käyttöönottoa hoitomaksuja saattoi jäädä saamatta muun muassa siksi, että papereita käsittelivät useat eri ihmiset ja tiedot saattoivat yksinkertaisesti kadota (Matkailukin hyötyy lomailijan..., 2015). Oman haasteensa hoitomaksujen takaisinperintään voi tuoda turistipotilaiden vakuutusten puutteellisuus tai niiden puuttuminen kokonaan (Iivari, 2012, s. 49–50). Sairaanhoitopiirin edustaja (H3) kertoo, että jos hoitokustannuksille ei löydy muuta maksajaa, ne jäävät sen kunnan maksettaviksi, josta turistipotilas on toimitettu hoitoon. Laskelmaa turistisosaalityön tuottamista taloudellisista vaikutuksista ei ole vielä tehty, mutta rahallisen säästön on jo tässä vaiheessa arvioitu olevan tuntuva (Matkailukin hyötyy lomailijan..., 2015). Myös sairaanhoitopiirin edustaja (H3) arvioi, että turistisosaalityö näyttäisi olevan kaikin puolin taloudellisesti kannattava investointi.

Turistisosaalityöntekijän avun voidaan ajatella vaikuttavan myönteisesti myös sairaanhoitopiirin henkilöstön työhyvinvointiin. Sairaaloiden vieraanvaraisuutta tarkastelleet Severt ym. (2008, s. 666) kertovat, että työskentelevä terveydenhuollon ympäristössä voi olla hyvin stressaavaa ja kuormittavaa niin kliinisen hoitotyön kuin hallinnollisen työn tekijöille. Sen lisäksi, että työ on kiireistä, se sisältää paljon vastuuta. Koska turistisosaalityön avulla työtä on voitu keskittää järjellä tavalla, sen voidaan olettaa edistäneen henkilöstön hyvinvointia ainakin kahdella tavalla. Ensinnäkin, kuten jo on todettu, se on vähentänyt ylimääräistä huolta ja taakkaa hoitavalta henkilökunnalta. Toiseksi, se tuo varmuutta ja turvaa sairaanhoitopiirin hallinnolliseen työhön, koska esimerkiksi turistipotilaiden hoitomaksujen takaisinsaanti on tehostunut toimenkuvan käyttöönoton myötä (ks. Seppälä, 2014, s. 3).

Turistisosaalityön tuottamat hyödyt yltävät Lapin asukkaisiin sairaanhoitopiirin asiakkaina ja veronmaksajina. Matkailuelinkeinon edustaja (H2) totesi, että koska sairaalan osastopaikkoja on käytössä rajallinen määrä, potilaskierro-ron nopeuttaminen on kaikkien etu.

...sillähän on oleellinen merkitys [paikallisille], että se putiikki on niin sanotusti tyhjänä, että siellä on vapaita paikkoja. (H2)

Turistisosaalityön ansiosta turistipotilaat pääsevät kotiutumaan nopeammin, jolloin myös sairaalan osastopaikat vapautuvat nopeammin paikallisen väestön käyttöön. Sairaanhoidopiirin edustajan (H1) mukaan yksi turistisosaalityön tuottamista hyödyistä on se, etteivät ulkomaalaisten potilaiden hoidoista koituneet kustannukset jää paikallisten veronmaksajien maksettavaksi. Myös toinen sairaanhoidopiirin edustaja toi esiin saman näkökulman. Hän totesi, että on luonnollisesti kaikkien lappilaisten etu, jos turistipotilaiden hoidoista syntyvät kustannukset saadaan mahdollisimman hyvin perittyä muualta kuin paikallisten veronmaksajien verorahoista. (H3)

Turistisosaalityö vaikuttaa paikallisiin asukkaisiin ja koko Lappiin myös laajemmin. Turvallisen matkakohteen odotetaan houkuttelevan tulevaisuudessa alueelle yhä enemmän matkailijoita (ks. Iivari, 2012). Iivarin (2012, s. 14) mukaan kaikki merkit viittaavat siihen, että turvallisuusimago on tulevaisuuden matkailussa yhä tärkeämpi kilpailuvaltti sekä yrityksille että maantieteellisille alueille. Koska turistisosaalityön koettiin lisäävän turvallisuutta ja houkuttelevuutta, saattaa sen vaikutus näkyä Lapin matkailun kasvuna. Matkailun kasvu voi puolestaan virkistää ja elävöittää Lappia monin tavoin. Se voi muun muassa lisätä ja ylläpitää alueen palveluita, työpaikkoja ja infrastruktuuria sekä tuoda alueelle lisää tuloja (ks. Nykänen & Veijola, 2013, s. 93–95).

Teorialuvussa esittelin Nykäsen ja Veijolan (2013) Lapland Classic -vaellustapahtumaan liittyvän tarkastelun, jossa yksi havainnoista oli se, että Pallas-Yllästunturin kansallispuisto saa alueella järjestettävästä vaellustapahtumasta myönteistä julkisuutta, ja tätä kautta alueen kiinnostavuus voi kasvaa (Nykänen & Veijola, 2013, s. 94). Koska turistisosaalityön nähtiin luovan myönteistä kuvaa Lapista, myös sen voidaan ajatella lisäävän alueen kiinnostavuutta. Tämä saattaa avata uusia yhteistyö- ja kehittämisväyliä myös muilla kuin matkailun toimialoilla.

Matkailualan edustaja (H4) pohtikin, miten turistisosaalityö, kuten myös moni muu matkailua tukeva toiminta, hyödyttää koko Lappia. Sen avulla voidaan kasvattaa matkailijoiden määrää ja matkailusta saatavia tuloja sekä ylläpitää ja parantaa tätä kautta pohjoisen infrastruktuuria, palveluita ja elin-
tasoa. Matkailualan edustaja näki turistisosaalityössä yhteistyön ja kehittämisen mahdollisuuksia:

...tään voi olla yksi semmonen matkailun kehittämisasiä, jonka voi viedä vaikka maailmanlaajuisen kilpailuun. Tällä voi voittaa ...Rovaniemi ja Lappi ...mainetta ja kunniaa maailmalla ja nousta tavallaan esimerkiksi siitä, et kuinka pohjossa hoidetaan asioita. (H4)

Turistisosaalityön toimenkuva perustettiin, jotta turistipotilaiden asiat pysyttäisiin hoitamaan Lapin sairaanhoitopiirissä järkevällä, tehokkaalla ja mielekkäällä tavalla. Vaikka toimenkuva on perustettu sairaanhoidollisista syistä, sillä on myös paljon laajempia merkityksiä ja vaikutuksia pohjoisen eri toimijoihin. Kuten sairaanhoitopiirin edustaja (H1) totesi, ei turistisosaalityössä ole kyse pelkästään sairaanhoidollisesta asiasta, vaan sillä on myös paljon laajempia vaikutuksia, joista kaikkia ei välttämättä ole mahdollista vielä edes havaita. Seuraavassa luvussa kokoan yhteen turistisosaalityön tuottamat hyödyt ja merkitykset eri toimijoille selvittääkseni, millaisia eettisiä – ja siten myös vastuullisia – ulottuvuuksia turistisosaalityön tuottamiseen liittyy.

Turistisosaalityön vastuulliset ulottuvuudet

Tutkimusaineistosta esiin nousseiden näkökulmien pohjalta turistisosaalityön voidaan todeta tuottavan yleistä hyötyä monella eri tavalla. Turistisosaalityö ei kosketa ainoastaan turistipotilasta, Lapin sairaanhoitopiiriä ja varsinaista hoitotilannetta, vaan sillä on monenlaisia suoria ja välillisiä vaikutuksia muihinkin toimijoihin. Turistisosaalityön tuottamien hyötyjen nähtiin yltävän turistipotilaan ja tämän läheisten lisäksi Lapin sairaanhoitopiirin henkilöstöön, paikallisiin asukkaisiin ja matkailualan toimijoihin. Laajemmasta näkökulmasta tarkasteltuna turistisosaalityö vaikuttaa jossain määrin myös niihin matkailijoihin, jotka eivät joudu sairaalahoitoon matkansa aikana, koska turistisosaalityö tuo turvallisuudentunnetta ylipäätään kaikille Lappiin saapuville matkailijoille.

Turistisosaalityön tuottamat hyödyt ovat sekä materiaalisia että henkisiä. Työ näyttäytyy turistipotilaille ja heidän läheisilleen ennen kaikkea välittämisenä, huolenpitona ja turvallisuutena, joten se tuottaa heille henkistä hyötyä ja hyvinvointia (ks. Mill, 1861/2000, s. 31). Lisäksi se tuottaa henkistä hyötyä sairaanhoitopiirin henkilöstölle ja paikallisille asukkaille. Sairaanhoitopiirin henkilökunta hyötyy turistisosaalityöstä muun muassa lisääntyneen työhyvinvoinnin kautta. Paikallisten asukkaiden voidaan nähdä hyötyvän, koska turistisosaalityöntekijän tuen ansiosta hoitohenkilökunnalla on enemmän aikaa keskittyä myös muiden potilaiden hoitamiseen ja auttamiseen.

Turistisosaalityön tuottamat materiaaliset hyödyt ovat valtaosin taloudellisia. Turistisosaalityön ansiosta turistipotilaiden hoidosta syntyvien kustannusten takaisinsaanti tehostuu, jolloin työ hyödyttää taloudellisesti La-

pin sairaanhoitopiiriä ja tätä kautta myös lappilaisia veronmaksajia. Turistisosaalityön voidaan nähdä tuottavan taloudellista hyötyä myös matkailualan toimijoille. Mitä enemmän matkailijoita alueelle saapuu, sitä suuremmalla todennäköisyydellä yritysten toiminnan voidaan odottaa kasvavan ja kehittyvän (ks. Nykänen & Veijola, 2013, s. 94).

Utilitaristisen etiikan mukaan tekojen ja päätösten arvo määräytyy niistä saavutettavien hyötyjen mukaan. Tekoa, joka tuottaa mahdollisimman paljon hyötyä mahdollisimman monille, voidaan pitää hyvänä. Nykänen ja Veijola (2013) huomauttavat myös, että matkailun utilitaristisessa tarkasteluotteessa kiinnitetään huomiota eri osapuolten saavuttamiin hyötyihin eikä ainoastaan yrittäjän saavuttamaan menestykseen. Tämä on tärkeää nimenomaan eettisesti kestävä ja vastuullisen matkailun näkökulmasta. (Nykänen & Veijola, 2013, s. 88, 95.)

Nykäsen ja Veijolan huomiota voidaan soveltaa myös turistikasvatustyön tarkasteluun. Toimenkuva on otettu käyttöön Lapin sairaanhoitopiiriin aloitteesta, jolloin sen voitaisiin ajatella ajavan lähtökohtaisesti ja pääasiallisesti vain sairaanhoitopiiriin etua. Sairaanhoitopiiri onkin luonnollisesti yksi turistikasvatustyön hyötyjistä, mutta työ hyödyttää merkittävästi myös muita toimijoita. Näin ollen, kuten Nykäsen ja Veijolan kuvaamassa vaellustapah-tumassa, turistikasvatustyössäkin hyödyt yltävän laajalle, ja tästä johtuen toimenkuvan perustamista voidaan pitää eettisesti hyvänä ratkaisuna (ks. Nykänen & Veijola, 2013, s. 93–95).

Mill (2000) kertoo, että utilitarismin näkökulmasta hyveellisessä teossa ei tarvitse huomioida koko maailman tai yhteiskunnan hyvinvoinnin ja onnen edistämistä, jos teko ei kosketa koko maailmaa tai yhteiskuntaa. Vaikka teko ei ohjaisi aikomus hyödyttää kuin harvoja, tekijän tulee kuitenkin varmistaa, ettei hän loukkaa tai vahingoita teollaan toisten ihmisten oikeuksia. Jos toiminta vaikuttaa koko yhteiskuntaan, tulee tekijän huomioida tekojensa vaikutukset myös laajemmasta näkökulmasta eli tunnistaa niiden yleinen hyöty. Tällöin on tärkeää, että teko tuottaa onnellisuutta ja hyvää mahdollisimman monille. (Mill, 1861/2000, s. 34–z35.) Turistikasvatustyötä tuotetaan matkailun ja terveydenhuollon julkisen sektorin toimintaympäristössä, joten sen voidaan ajatella koskettavan suoraan tai epäsuorasti jopa kymmeniä tuhansia ihmisiä. Tämän vuoksi voidaan ajatella, että turistikasvatustyön tuottaman onnen, hyvän ja hyödyn vaikutusten tarkastelu laajemmasta näkökulmasta on perusteltua ja tärkeää.

Vastuullisuuden viisiasteisen tarkastelunäkökulman mukaan matkailu on sosiaalisesti vastuullista silloin, kun sen hyödyt jakautuvat tasaisesti eri osa-

puolten kesken ja kun siitä koituu mahdollisimman vähän haittaa paikallisille ihmisille. Lisäksi matkailupalveluiden voidaan sanoa olevan vastuullisella tavalla tuotettuja, mikäli niistä hyötyvät myös paikalliset asukkaat. (Veijola ym., 2013, s. 22.) Turistisosaalityön on nähty hyödyttävän merkittävästi Lapin asukkaita. Koska turistisosaalityön tuottamien hyötyjen voidaan lisäksi arvioida jakautuvan tasaisesti eri toimijoiden kesken, voidaan turistisosaalityön sanoa olevan sosiaalisesti vastuullisella tavalla tuotettua.

Myös matkailualan edustaja pohti asiaa vastuullisuuden näkökulmasta ja totesi, että turistisosaalityö liittyy jossain määrin kysymyksiin matkakohteen vastuullisuudesta ja kestävyyydestä. Hän näki turistisosaalityön eräänlaisena sosiaalisen vastuullisuuden ulottuvuutena, joka ilmentää sitä, että tuotetuista palveluista kannetaan vastuuta Lapissa niin yritys- kuin aluetasollakin. (H4.) Turistisosaalityö ilmentää sosiaalista vastuullisuutta sekä paikallisten ihmisten näkökulmasta että Lappiin saapuvien matkailijoiden näkökulmasta.

YHTEENVETO

Tutkielmani tavoitteena on ollut hahmottaa niitä merkityksiä, joita turistisosaalityön tuottamiseen liittyy eri toimijoiden näkökulmasta. Lisäksi tavoitteenani on ollut selvittää, millaisia eettisiä ja sosiaalisesti vastuullisia ulottuvuuksia turistisosaalityön tuottamiin merkityksiin sisältyy. Lähdin hakemaan vastauksia tutkimuskysymykseeni haastatteleamalla yhteensä neljää Lapin sairaanhoitopiirissä ja matkailualalla toimivaa henkilöä sekä paneutumalla Lapin sairaanhoitopiiriin toimijoiden työstämään turistisosaalityökokeiluraporttiin. Vaikka tutkimusaineisto olisi voinut sisältää vielä useamman eri toimijan näkökulmia, tuotti tarkasteleman aineisto kattavan katsauksen turistisosaalityön tuottamista merkityksistä.

Tutkimusaineistossa korostuivat turistisosaalityön merkitykset turistipotilaiden näkökulmasta. Turistisosaalityö näyttäytyi potilaille ja heidän läheisilleen välittämisenä ja huolenpitona sekä niiden tuottamana turvallisuuden tunteena. Turistipotilaat joutuvat sairaalaan vieraassa ympäristössä, jolloin turistisosaalityöntekijä tuo tarpeellista ja kaivattua tukea potilaille ja heidän läheisilleen. Turistisosaalityöntekijän tarpeellisuutta potilasnäkökulmasta toi esiin myös kokemuksiin jakanut turistisosaalityön asiakas, joka kertoi, että ilman sosiaalityöntekijän apua pohjoisen sairaalakulttuurin ja -käytäntöjen ymmärtäminen olisi ollut lähes mahdotonta.

Turistisosaalityön tuottaman turvallisuuden merkitys korostui tutkimusaineistossa myös laajemmin matkailun näkökulmasta. Matkailualan toimijat

kokevat turistososiaalityön tuovan varmuutta ja turvaa työskentelyyn Suomen Lapissa. Ulkomaisten matkanjärjestäjien palautteiden mukaan turistososiaalityö tuo varmuutta työhön muun muassa siksi, että ikävän tilanteen tapahtuessa oppaat tietävät, kehen ottaa yhteyttä ja kuinka tilanteessa tulee toimia. Lisäksi turistososiaalityön nähtiin tuovan juridista turvaa matkailualan toimijoille. Esimerkiksi onnettomuuden sattuessa on hyvä, että tilannetta on hoitamassa käytännöt ja säännöt tunteva ammattilainen. Turistososiaalityöntekijän ansiosta asiakirjat ja dokumentit saadaan asianmukaisesti järjestettyä ja potilasta voidaan tukea ja auttaa kokonaisvaltaisesti ja järkevästi.

Turistososiaalityön nähtiin lunastaneen paikkansa myös Lapin sairaanhoitopiirin ja paikallisten asukkaiden näkökulmasta. Turistososiaalityö oli jo kokeilukautena saanut paljon myönteistä palautetta sairaanhoitopiirin eri yksiköiltä ja toimenkuvan tuottamista pidettiin perusteltuna jatkaa vastaisuudessaakin. Turistososiaalityön nähtiin järkevöittävän ja helpottavan hoitohenkilökunnan työtä sekä nopeuttavan turistipotilaiden kotiutumista. Palvelun koettiin tuottavan Lapin sairaanhoitopiirille myös taloudellista arvoa, sillä tehtävien keskittämisen ansiosta turistipotilaiden hoitomaksujen takaisinsaanti on tehostunut merkittävästi. Paikalliset ihmiset kytkeytyvät Lapin sairaanhoitopiiriin veronmaksajina ja asiakkaina, joten hoitomaksujen takaisinsaanti ja potilaskierron nopeutuminen hyödyttää myös heitä.

Turistososiaalityöllä nähtiin olevan myös laajempi vaikutus ja imagoarvo Lapin sairaanhoitopiirille, pohjoisen matkailulle ja koko Lapin alueelle. Turistososiaalityöntekijän toimenkuva on herättänyt myönteistä kiinnostusta ”Lapin mallia kohtaan”, ja vastaisuudessa tämä saattaa avata yhteistyön ja kehittämisen muotoja eri toimijoiden ja alueiden välille. Turistososiaalityö hyödyttää Lappia laajemmin myös siksi, että turvallisuuden näkökulmat korostuvat yhä enemmän tulevaisuuden matkailussa (ks. Iivari, 2012). Koska turistososiaalityö rakentaa matkailun turvallista toimintaympäristöä, saattaa Lapin asema kansainvälisenä matkailukeskuksena kasvaa vastaisuudessa entistä merkittävämmäksi.

Turistososiaalityöhön liittyy hyvin erilaisia merkityksiä eri toimijoiden näkökulmista. Tutkimusaineistossa korostuivat kuitenkin välittämisen, huolenpidon ja turvallisuuden teemat, joten määrittelin turistososiaalityön matkailun näkökulmasta ennen kaikkea vieraanvaraisuuden muodoksi. Turistososiaalityö rakentaa vieraanvaraisuuden miellyttävää, välittävää ja turvallista ympäristöä, jossa Lapin sairaanhoitopiiri ja Lapin matkailualue ovat isäntä ja turistipotilas läheisineen vieras. Kantin (1922) universaalialia vieraanvaraisuutta mukailien voidaan ajatella, että kaikki erikoissairaanhoitoa vaativat turistipotilaat otetaan Lapissa vierasystävällisesti vastaan. Tarkasteluni osoitti

turistisosaalityön tuottavan hyötyjä monille eri toimijoille, joten se on sosiaalisesti vastuullinen ja kestävä vieraanvaraisuuden ilmenemismuoto. Tutkimusaineistosta nousseiden näkökulmien perusteella voidaankin todeta, että turistisosaalityö on hyvin suunniteltu ja käytännössä onnistuneesti toteutettu vieraanvaraisuuden ja turvallisuuden muoto, joka ottaa toiminnassaan huomioon Lapin matkailun arvot.

Tutkielmani on tuonut esiin niitä merkityksiä ja vastuullisuuden ulottuvuuksia, joita turistisosaalityön tuottamiseen liittyy eri toimijoiden näkökulmista. Sain tutkimusta tehdessäni havaita, että merkitysten kirjo on hyvin laaja ja monimuotoinen, minkä vuoksi tutkielmani toimii yleiskatsausmaisena pintaraapaisuna siitä suuresta merkitysten kokonaisuudesta, joka turistisosaalityön tuottamiseen liittyy. Turistisosaalityötä olisi syytä ja mahdollista tutkia eri näkökulmista vielä yksityiskohtaisemmin ja syvemmin, esimerkiksi paneutumalla tiettyyn teemaan tai tietyn toimijaryhmän kokemuksiin. Esimerkiksi turistisosaalityön tarkastelu potilasnäkökulmasta voisi tuottaa arvokasta tietoa siitä, millainen merkitys turistisosaalityöntekijän tuella on potilaille itselleen. Lisäksi voisi olla hyödyllistä tutkia esimerkiksi hoitoon joutumisen syiden tai potilaan taustan mahdollisia vaikutuksia siihen, kuinka hän kokee turistisosaalityön merkitykset. Tuottamalla lisätietoa turistisosaalityön vaikutuksista ja merkityksistä Lapissa olisi mahdollista arvioida, millaisia käyttöönotto- ja onnistumismahdollisuuksia tällaisella työllä voisi olla muilla matkailualueilla.

6



LAPPILAISET KODIT VIERAANVARAISUUDEN ILMENTÄJINÄ

Semioottinen analyysi Airbnb-kohteista

Johanna Määttä



JOHDANTO	122
KOTI VIERAANVARAISUUDEN ILMENTÄJÄNÄ	123
Kodin vieraanvaraisuus	123
Vieraanvaraisuus osana lappilaista kotia	124
Paikallisuus kytkettynä lappilaiseen kotiin	125
SEMIOOTTINEN ANALYYSI INTERNET-AINEISTOSTA	126
Aineiston kuvaus	126
Aineiston analyysimenetelmä	126
Tutkimusetiikka	128
LAPPILAISTEN AIRBNB-KOTIEN VIERAANVARAISUUS	129
Toiminnan koodi	129
Hermeneuttinen koodi	130
Symbolien koodi	131
Airbnb-sivusto denotaatioiden ja konnotaatioiden ohjaajana	132
YHTEENVETO	133

JOHDANTO

Internetissä toimivat verkostot, jotka koskevat vieraanvaraisuuden vaihtamista, ovat yhä suosituimpia. Tällaisia ovat esimerkiksi sohuvaraus ja Airbnb. Nämä verkostot ovat osoituksia uusista sosiaalisuuden muodoista mobilisointuneessa ja verkostoituneessa yhteiskunnassa – vieraanvaraiset kohtaamiset ystävien ja tuntemattomien kanssa yhdistyvät sosiaaliseen mediaan ja verkostoituneisiin teknologioihin. (Germann Molz, 2014.) Tämän tutkielman tavoitteena on tarkastella Airbnb-sivustolla sijaitsevien lappilaisten kotien kuvia ja kuvauksia. Tutkimusaineisto koostuu seitsemästä lappilaisesta kodista, joista jokaisesta on otettu mukaan kaikki sivuston kuvat kuvauksineen. Analysoin kuvia ja kuvauksia semioottisen analyysin keinoin. Tutkimukseni teoreettiset käsitteet ovat koti, vieraanvaraisuus ja paikallisuus.

Ihmiset etsivät nykyään vaihtoehtoisia ja erilaisia matkakokemuksia. Moni haluaa matkustaa itsenäisesti kohteeseen, joka tarjoaa toisenlaisia matkakokemuksia kuin perinteiset ranta- tai hotellilomat. Airbnb on vuonna 2008 perustettu yhteisöllinen markkinapaikka, jonka kautta ihmiset voivat tarjota, löytää ja varata majoitusta eri puolilta maailmaa. Airbnb yhdistää ihmiset ja erilaiset matkakokemukset kaikissa hintaluokissa yli 34 000 maassa ja yli 190 kaupungissa. Palvelu toimii internetin tai matkapuhelimen kautta. (Airbnb/Tietoa meistä.) Airbnb on kodinvuokrauspalvelu, jossa yksityiset ihmiset vuokraavat kokonaista asuntoa tai vain yhtä huonetta kodistaan. Asunnon vuokraaja ja omistaja rekisteröityvät palveluun omalla kuvallaan ja esittelytekstillä. Airbnb-palvelu hoitaa maksun välityksen vuokralaiselta omistajalle ja perii tästä välityspalkkion. Jokainen palvelua käyttänyt sitoutuu arvioimaan kokemuksensa jälkeenpäin asunnon profiilisivulle. (Me Naiset, 2013) Julkiset arviot ja suositukset, joita majoittajat jättävät majoittajistaan sivustolle, ovat kaikkien luettavissa. Yksilöllinen maine auttaa palvelun käyttäjiä erottamaan luotettavan majoittajan. (Germann Molz, 2014.) Lapille Airbnb tarjoaa monia mahdollisuuksia kehittyä monipuolisena ja houkuttelevana matkailukohteena. Helmikuussa (11.2.) 2015 sivustolta löytyi hakusanalla ”Lapland, Finland” 131 vuokrakohdetta (Airbnb/Lapland, Finland).

Jennie Germann Molzin ja Sarah Gibsonin (2007b) toimittamassa teoksessa *Mobilizing hospitality* on käsitelty vieraanvaraisuutta ja sen muotoja nykypäivän sosiaalisen median maailmassa. Heidän mukaansa vieraanvaraisuus näkyy elävästi monilla eri tasoilla ja herättää monenlaisia tunteita. Vieraanvaraisuutta ilmenee eleissä, ilmeissä ja myös paikoissa. (Germann Molz & Gibson, 2007a, s. 1.) Daniel Guttentag (2015) on tutkinut Airbnb:tä häiritsevänä innovaationa epävirallisen majoitustoiminnan sektorin näkökulmasta. Etenkin la- kia koskevat määräykset ovat herättäneet keskustelua Airbnb:n suosio kasva-

essa. (Guttentag, 2015, s. 1.) Paul Lynch (2005) on tutkinut kaupallista kotia. Kaupallinen koti tarkoittaa majoitusta, jossa vieraat maksavat majoittuessaan yksityisissä kodeissa. Vuorovaikutus kaupallisessa kodissa tapahtuu isäntävien sääntöjen mukaisesti; kodissa voi esimerkiksi olla kaikille yhteisiä tiloja. (Lynch, 2005, s. 534.)

Koti on kaikille tuttu mutta kuitenkin jokaiselle eri asioita merkitsevä käsite (Vilkko, Suikkanen & Järvinen-Tassopoulos, 2010). Vuonna 2004 toimitettiin *Kotini*-niminen omaelämäkerrallinen kirjoitusten kokoelma. Suomen Akatemian Kodin paikantaminen -tutkimushankeen tutkijat ja Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran kansanrunousarkisto esittivät kaikille suomalaisille kysymyksen kodista, sen tunnusta ja paikasta ihmisen elämästä. Keruu tuotti 523 vastausta ja 3879 sivua omaelämäkerrallista kirjoitusta kodeista. (Vilkko, 2010b, s. 11–12.) Yhdessä vieraanvaraisuus ja koti muodostavat kokonaisuuden, jonka avulla määrittelen lappilaisen kodin vieraanvaraisuuden paikkana.

Vastaan tutkimuksessani seuraavaan kysymykseen: Miten kodin vieraanvaraisuus esitetään Airbnb-palvelussa kohteiden kuvien ja kuvausten kautta? Tätä pääkysymystä tarkastelen osakysymysten avulla. Haluan nostaa esille vieraanvaraisuuden myös vieraan näkökulmasta: Miten paikallinen koti esitetään? Miten Airbnb:n ohjeistus vaikuttaa kodin esityksiin? Tutkielma etenee seuraavassa luvussa kodin määritelmästä vieraanvaraisuuden ja paikallisuuden määritelmiin. Tämän jälkeen avaan aineiston ja analyysimenetelmän kuvauksen kautta Airbnb-sivustolta valitsemiani lappilaisia kohteita. Lopuksi analysoin lappilaisia koteja semioottisen analyysin keinoin eli esittelen tutkimukseni tulokset.

KOTI VIERAANVARAISUUDEN ILMENTÄJÄNÄ

Esittelen tässä luvussa kodin, vieraanvaraisuuden ja paikallisuuden määritelmiä. Käsitteet toimivat ohjaavina työkaluina, joita käytän tarkastellessani Airbnb-sivustolta valitsemiani kuvia ja kuvauksia. Vieraanvaraisuuden käsite kytkeytyy vahvasti kotiin (Germann Molz & Gibson, 2007a, s. 11). Yhdessä koti, vieraanvaraisuus ja paikallisuus muodostavat kokonaisuuden, jonka avulla tarkastelen lappilaisia koteja.

Kodin vieraanvaraisuus

Tutkin siis, miten lappilainen koti esitetään Airbnb-sivustolla kuvien ja kuvausten kautta. Koti merkitsee ihmisille erilaisia asioita, ja kotoisuutta luodaan erilaisissa ympäristöissä erilaisista aineksista eri variaatioin. Yhteistä kodin käsitteelle on yksilön liittyminen paikkaan kotiin ohjautuvan toiminnin-

nan myötä. (Vilkko, 2010b, s. 16.) Ihmisen suhde omaan kotiin on esimerkki rikkaasta ja vahvasta paikan tunnosta; jopa tuoksut sitovat meitä omaan kotiin (Tuan, 2006, s. 16). Koti mielletään voimakkaaksi fyysiseksi, kulttuuriseksi, tunteelliseksi ja hetkelliseksi asiaksi (Lynch, 2004, Lynchin, 2005, s. 535 mukaan). Koti on nimi paikalle, josta pidämme huolta monin eri tavoin, ja koti paikkana tekee tämän saman meille. Sanaan koti liittyy monia asioita, kuten intiimiys, henkilökohtainen viihtyvyys, yksityisyys, turvallisuus ja tunnettaisuus. (Vilkko, 2010b, s. 14.) Koti tarjoaa yksityisen tilan, jossa ihminen voi olla vapaasti. Kotiin liittyy myös pysyvyyden tunne. (Tuan, 2006, s. 17–18.) Koti on arjen näyttämö ja tuo hyvin esille ympärillämme vallitsevaa materiaalista kulttuuria (Vilkko, 2010b, s. 19). Ihminen mieltää oman kodin monella eri tavalla, ja koti on olemassa monella eri tasolla. Pienelle lapselle koti voi olla oma leikkihuone, aikuiselle oma talo pihoineen. (Tuan, 2006, s. 17.) ”Kaupallises- sa kodissa” vieraat maksavat yöpyessään yksityisissä kodeissa. Kodin säännöt koskevat vieraita, ja tilat ovat yhteisessä käytössä; isäntäväki ei välttämättä ole edes paikalla. (Lynch, 2005, s. 534.) Airbnb muistuttaa kaupallista kotia.

Vieraanvaraisuus osana lappilaista kotia

Vieraanvaraisuutta on ilmennyt läpi vuosisatojen erilaisten ihmisjoukkojen liikkua paikasta toiseen sotien ja muiden syiden takia (Germann Molz & Gibson, 2007a, s. 3). *Hospitalitas* on tarkoittanut aikaisemmin vastaanottoa ja hyväntekeväisyyttä (Dauzat ym., 1971, Järvinen-Tassopouloksen, 2010, s. 310 mukaan). Vieraanvaraisuus luo sosiaalista kanssakäymistä, kun vieras pyytää isäntäväeltä majoitusta, vastaanottoa tai suojelusta. Nykyään kuitenkin harvemmin ajatellaan vieraanvaraisuuden ilmentävän armeliaisuutta. (Järvinen-Tassopoulos, 2010, s. 309, 314.)

Airbnb-sivustolla vieraanvaraisuus tuodaan esille korostetusti omin otsikoin ja sisällöin. Sivusto opastaa majoittajaa toimimaan vieraanvaraisesti monin eri tavoin antamalla selviä kehotuksia: Huomioi ilmoituksen kuvat, kohdetyyppi, makuuhuoneiden määrä ja se, että yleinen kuvaus vastaa tarkasti kohdetta. Vastaa kyselyihin ja varauspyyntöihin 24 tunnin kuluessa. Päivitä jokaisen kohteen kalenteri. Varmista, että voit sitoutua majoittamaan vieraasi ennen kuin hyväksyt varauksen. Peruutuksen tapahtuessa pyri auttamaan vieraita vaihtoehtoisen kohteen löytämisessä. Varmista, että kohteesi makuuhuoneet ja yhteiset tilat on siivottu ennen vieraan saapumista (lakanoiden vaihtaminen ja pintojen pyyhkiminen keittiössä ja kylpyhuoneessa). Varauksen yhteydessä luvattujen mukavuuksien, laitteiden ja palveluiden tulisi olla saatavilla ja toimintakunnossa. Laita esille puhtaat liinavaatteet ja pyyhkeet, saippuaa ja vessapaperia. Kohteen pitäisi olla saatavilla vieraille sovittuna sisäänkirjoittautumisaikana. Varausten aikana majoittajien pitäisi olla saavutettavissa, jotta he voivat huolehtia mahdollisesti esiin tulevista ongelmista Arvostelut ovat tär-

keitä; kirjoita arvostelu vieraistasi kahden viikon kuluessa heidän uloskirjoit-tautumisestaan. (Airbnb/Majoittamisen normit.)

Vieraita kehoitetaan olemaan kuin kotonaan, jotta he tuntisivat olonsa mu-kavaksi ja tervetulleeksi (Järvinen-Tassopoulos, 2010, s. 318). Nykyään vie-raanvaraisuudella viitataan hyväntekeväisyyteen, anteliaisuuteen, oikeuteen, hyvään tahtoon ja vastaanottamiseen (Gotman, 2001, s. 13–14, Järvinen-Tas-sopouloksen, 2010, s. 310 mukaan). Kun vieraanvaraisuutta pidetään lahja-na, esille nousee kysymys vastikkeellisuudesta. Vieras on tietoinen vieraan-varaisuuteen liittyvistä velvollisuuksista, vaikka vieraanvaraisuuden ”lahja” annettaisiinkin hänelle avun, palveluksen tai hyväntekeväisyyden nimissä. (Järvinen-Tassopoulos, 2010, s. 313.) Esimerkiksi saamelaisten ja matkailijoi-den väertisuhteissa lahjat ja vastavuoroiset palvelukset ovat olennainen osa suhteita (Länsman, 2004, s. 11). Vieraan isäntävälle antama tuliainen on etu-käteen annettu vastalahja, joka viestii kiitosta vieraanvaraisuudesta. Vieraan-varaisuutta voidaan pitää taitolajina, joka kehittyy sitä käytettäessä. (Järvi-nen-Tassopoulos, 2010, s. 313–314.)

Avainten omistaja kontrolloi vieraanvaraisuuden ehtoja (Derrida, 2000a, s. 14, Järvinen-Tassopouloksen, 2010, s. 315 mukaan). Avain annetaan kodin oveen, ja vieraan tulo kotiin muuttaa tilan näyttämöksi. Toisen ihmisen eli vieraan läsnäolo kodissa tekee tilasta jaetun. Jos vieraalla on oma huone, hän voi vetäytyä omaan rauhaansa. Sen sijaan olohuoneen sohvalla majoittuva vieras joutuu päivittäin järjestämään ja jakamaan tilansa myös muiden käy-tettäväksi. (Järvinen-Tassopoulos, 2010, s. 315, 317, 319.)

Paikallisuus kytkettynä lappilaiseen kotiin

Erilaiset paikat kuuluvat luonnollisesti ihmisen elämään, ja jokapäiväisessä elä-mässä paikka on arkisen elämän kehys (Karjalainen, 1997, s. 41). Doreen Mas-seyn (2008) mukaan paikan ja paikallisuuden tuntu voi tuntua turvalliselta; myös esimerkiksi tavalliset perinteet voivat tuntua turvalliselta alati muuttu-vassa maailmassa. Juurtuneisuus voi tarjota vakautta, mutta joillekin se ilmen-tää taantumusta. (Massey, 2008, s. 24.) Paikan taju, esimerkiksi suhde omaan kotiin, voi olla ihmiselle hyvinkin syvä ja koskettava (Tuan, 2006, s. 16). Paik-kasuhde on koettu tunnetila; paikat koskettavat meitä (Karjalainen, 1997, s. 46).

Masseyn (2008) mukaan paikan identiteetti muodostuu tiettyjen sosiaalisten vuorovaikutusten samanaikaisesta lähekkäin asettumisesta ja tämän kaiken tuottamista vaikutuksista. Paikan identiteetti ei ole peräisin jostakin tietys-tä asiasta vaan ”ulkopuolen” kanssa koetun vuorovaikutuksen erityislaadus-ta. Ulkopuolen läsnäolo vaikuttaa paikan erityislaatuisuuden rakentumiseen. (Massey, 2008, s. 144–146.)

SEMIOOTTINEN ANALYYSI INTERNET-AINEISTOSTA

Kuvailen seuraavaksi aineistoani ja siihen liittyviä valintoja. Tämän jälkeen esittelen aineiston analyysimenetelmää eli semioottista analyysiä. Lisäksi tarkastelen tutkimuseettisiä kysymyksiä.

Aineiston kuvaus

Tarkastelen Airbnb-sivuston kuvia, jotka löytyivät hakusanoilla ”Lapland, Finland”. Helmikuussa (11.2.) 2015 suoritetussa haussa sivustolta löytyi näillä hakusanoilla 131 vuokrakohdetta (Airbnb/Lapland, Finland). Tutkimukseni aineistona toimii seitsemän lappilaista kotia kaikkine kuvineen ja kuvauksineen. Kuvia aineistossa on yhteensä 71 kappaletta. Rajasin tutkimuksen ulkopuolelle mökit ja lomahuoneistot, joita sivustolta löytyi runsaasti, koska ne eivät tuo esille tavallisia kodinomaisia asioita. Aineiston kodit on valittu eri puolilta Lappia, jotta ne toisivat esille muitakin kuin Rovaniemen kaupunkiseudun koteja. Rovaniemeläiset kodit olisivat antaneet liian suppean kuvan koko Lapin Airbnb-kohteiden tarjonnasta. Valitsemani lappilaiset kodit eivät välttämättä kaikki ole ”oikeita” koteja, vaan joillekin Airbnb voi olla eräänlainen lisäansioiden hankkimiskeino. Tutkimuksen näkökulmasta katsottuna en kuitenkaan pidä tätä ongelmallisena, koska tutkin kodinomaisia tarjontaa matkailijoille.

Airbnb-sivusto ohjeistaa majoittajaksi alkavia erilaisin vinkein. Ilmoitussivun tulee olla täsmällinen ja todenmukainen. (Airbnb/10 vinkkiä menestyksekkääseen...) Airbnb tarjoaa ilmaista ammattivalokuvausta joissain kaupungeissa. Sivustolla on runsaasti ohjeita valokuvien ottamiseen: hyvä resoluutio, suuri kuva on aina parempi kuin pieni, kuvaa vaakakuvia, järjestele ja siisti huoneet, kuvaa päivällä, tuo esille kotisi mukavuuksia, ota paljon kuvia ja ota myös ulkoa kuvia (Airbnb/Miten saan ilmoitukseni...). Sivusto antaa ohjeet hyvänä majoittajana toimimiseen: miten ilmoittaa oma kohde, millainen kohteen kuvaus ja kuvat ovat hyviä, miten hinnoitella kohde ja miten ilmoittaa kohteen varattavuus. Myös vastaaminen varauspyyntöihin ja vieraiden tervetulleeksi toivotaminen on mainittu tärkeinä asioina. (Airbnb/Miten majoittajaminen toimii.) Sivustoa selatessani en löytänyt majoittajana toimimista rajoittavia tekijöitä, vaan palvelu on kaikille avoin. Sivuston antamat ohjeet vaikuttavat aineistooni jonkun verran, mutta koska ohjeet ovat yleisiä, kaikki eivät niitä noudata. Kaiken kaikkiaan ohjeilla ei ole liian rajaavaa vaikutusta aineistooni ja siihen, mitä kohteita olen Lapista valinnut mukaan tutkimukseeni.

Aineiston analyysimenetelmä

Analysoin tutkimusaineistoani semioottisen analyysin avulla. Veivon ja Hutusen (1999) mukaan semiotiikka on tiede, jonka tutkimuskohteena on tekstin, merkkien ja merkkijärjestelmien toiminta. Semiotiikka avaa näkökul-

mia merkitseviin ilmiöihin yhteiskunnassa, kulttuurissa ja luonnossa. (Veivo & Huttunen, 1999, s. 7.) Semiotiikka ei anna tutkimukselle yksiselitteistä analyysimallia vaan auttaa erittelemään aineiston sisältöä. Semiotiikka tutkii merkkejä, kuten kirjoituksia, kuvia ja symboleita, merkitysten muodostumisen näkökulmasta (Seppänen, 2001, s. 175).

Käytän aineiston analysointiin Roland Barthesin viiden semioottisen koodin analyysistä kolmea osaa: toiminnan koodia, hermeneuttista koodia ja symbolien koodia (Sarpavaara, 2004, s. 35). Harri Sarpavaara (2004) on soveltanut kaikkia viittä koodia ruumiillisuusrepresentaatioita käsittelevässä väitöskirjassaan. Valitsemieni kolmen koodin sopivuuden omaan tutkimukseeni olen arvioinut koodien teorian pohjalta. Toiminnan koodi, hermeneuttinen koodi ja symbolien koodi muodostavat teorian, jonka avulla kykenen analysoimaan aineistoani riittävän laajasti ja monipuolisesti. Toiminnan koodilla voidaan analysoida, mitä kuvassa tapahtuu eli mitä niissä näkyy. Hermeneuttinen koodi tarkoittaa sitä, miten esimerkiksi kodin eri elementit muodostavat yhdessä harkitun viestin. (Sarpavaara, 2004, s. 35–36.) Symbolien koodilla tarkoitetaan erilaisista asioista symboloituvia merkityksiä; esimerkiksi mainoksessa kauneus, luonnollisuus ja terveys voidaan ymmärtää symbolisena viestinä (Blom, 1998, s. 219–221). Blomin (1998) mukaan Barthesin koodit eivät ole yksiselitteisiä vaan menevät päällekkäin, ristiin ja sisäkkäin. Barthesin koodeilla voidaan nostaa esiin erilaisia asioita, kuten symboleja, tyylejä ja tarinoita. Koodeja voidaan käyttää työkaluina tekstien eri osien analysointiin. (Blom, 1998, s. 226.)

Muita koodeja ovat seemien koodi ja referenssikoodi (Sarpavaara, 2004, s. 35–36). Pieni elementti kuvassa saattaa tuottaa katsojalle merkityksiä – tämä on seemi eli pieni merkityksenannon yksikkö. Seemien määrä kuvassa voi olla suuri, koska minkä tahansa kuvan kohdan voi ottaa lähtökohdaksi merkitykselle. (Blom, 1998, s. 211–224.) ”Seemit ovat ’lähtöjä’, portteja joillekin valituille näkökulmille, joista muodostuu erilaisia ’maisemia’ eli tematiikkoja” (Barthes, 1974, s. 191, Blomin, 1998, s. 212 mukaan). Seemien koodia lähellä ovat myös käsitteet denotaatio ja konnotaatio eli se, mitä on kuvattu ja kuinka on kuvattu (Fiske, 2001, s. 114). Referenssikoodilla tarkastellaan tekstin intertekstuaalisuutta eli sitä, miten tekstissä viitataan sen itsensä ulkopuolisiin kulttuurisiin järjestelmiin (Blom, 1998, s. 211–224; Sarpavaara, 2004, s. 35).

Janne Seppänen (2001) tuo esille Barthesin ajatuksen denotaatiosta ja konnotaatiosta. Valokuvan denotaatiolla viitataan sen merkityksiin; esimerkiksi valokuvan sohva tunnistetaan sohvaksi. Sohva ei ole pelkästään sohva, vaan se voi olla myös vieraspeti. (Seppänen, 2001, s. 182.) John Fiske (2001) mukaan konnotaatio kuvaa vuorovaikutusta, ”joka syntyy kun merkki kohtaa käyt-

täjiensä tuntemukset tai mielenliikkeet sekä kulttuuriset arvot” (Fiske, 2001, s. 113). Valokuvan ottaja voi vaikuttaa konnotaatioihin esimerkiksi vaihtamalla valaistusta (Hietala, 1993, s. 32; Seppänen, 2001, s. 182). Denotaatio tarkoittaa sitä, mitä on kuvattu, ja konnotaatio sitä, kuinka on kuvattu (Fiske, 2001, s. 14). Yksi tutkielmani osakysymyksistä on, miten Airbnb:n ohjeistus vaikuttaa kodin esityksiin, ja tarkastelen tätä asiaa käyttäen denotaation käsitettä. Veijo Hietala (1993) tuo esille, että kuvien konnotaatiot muodostavat miellelyhtymiä, ja katsojan mielessä voi muodostua henkilökohtaisia tunteja ja muistoja, jolloin kuvan merkitys voi muuttua hyvinkin subjektiiviseksi. Konnotaatiot siis muokkaavat kuvia tilanne- ja katsojakohtaisesti. (Hietala, 1993, s. 32). Konnotaation avulla pystyn analysoimaan kuvien laatua ja sitä, onko kuvaamiseen panostettu eli onko Airbnb:n ohjeistusta noudatettu. Kuvaamiseen panostaminen tuo esille sitä, mitä pidetään tärkeänä.

Aloitin aineiston analysoinnin jaottelemalla paperille toiminnan koodin, hermeneuttisen koodin, symbolien koodin, denotaation ja konnotaation. Toiminnan koodin alle listasin, mitä kuvissa näkyi ja mitä toiminnan elementtejä nousi esille (kuten peseytyminen ja nukkuminen). Hermeneuttisen koodin alle listasin kodin elementtien muodostamia viestejä. Symbolien koodin alle listasin symboloituvia merkityksiä, kuten esimerkiksi luonnollisuuden ja pohjoisuuden. Denotaation alle listasin, mitä majoittajat olivat kuvanneet, ja konnotaation avulla tarkastelin kuvien laatua sekä Airbnb-ohjeistuksen noudattamista.

Tutkimusetiikka

Tutkimusetiikka tarkoittaa tutkimuksentekoon vaikuttavia eettisiä kysymyksiä, jotka tutkijan tulee ottaa huomioon. Etiikan peruskysymyksiä ovat kysymykset siitä, mikä on oikeaa tai väärää ja hyvää tai pahaa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 2007, s. 23.) Tutkimuksen eettiset kysymykset seuraavat mukana tutkimuksen eri vaiheissa. Ne voivat liittyä esimerkiksi tutkimuskohteen ja -menetelmän valintaan. Eri tutkimustilanteet vaativat omat eettiset ratkaisunsa, eikä yhtä ainoaa toimintaohjetta ole. (Kuula, 2006, s. 11–12.) Tutkijan tulee tiedostaa työprosessissaan, että tutkittavan tiedon julkaisemisen ja hankinnan eettiset periaatteet ovat hyväksytyjä. Hyvä tutkimus noudattaa hyvää tieteellistä käytäntöä. On jokaisen tutkijan omalla vastuulla olla tietoinen tutkimuksen periaatteiden tuntemisesta ja ohjeiden noudattamisesta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 2007, s. 23.)

Internet voi toimia aineiston kohteena, lähteenä ja välineenä. Internetiä käytäessään tutkijan tulee osata rajata informaatio ja arvioida informaatiotulvan asema ja luotettavuus, sillä moni osuma voi osoittautua epärelevantiksi. (Kuula, 2006, s. 169–170.) Internet on vaikuttanut paljon tutkimuksen tekemiseen,

ja sen käyttö herättää kysymyksiä siitä, mikä on eettisesti ja laillisesti oikeanlaista aineiston keräämistä ja myös käyttöä (Kuula, 2006, s. 13). Tämän tutkimuksen eettisiä kysymyksiä ovat Airbnb:n palvelun kuvien käyttö ja mahdolliset rajoitukset. Kuvat ovat palvelussa kaikkien saatavilla eli julkisia. Valokuvia saa kopioida omaan käyttöön muutaman, jos kuvilla ei yritetä hankkia rahaa eikä harjoittaa elinkeinotoimintaa (Gramex/Tietoa tekijänoikeudesta). Muita huomioon otettavia asioita ovat kuvien julkaisijoiden tunnistetietojen näkyminen valokuvissa. Tutkimuksessani esittelen kohteet anonyymisti, joten yksittäistä kohdetta ei voida tunnistaa. En tuo esille esimerkiksi kohteiden tarkkaa sijaintia enkä kuvaile kohteita niin tarkasti, että ne voisi helposti tunnistaa. En esitä tutkimuksessani kohteiden kuvia.

LAPPILAISTEN AIRBNB-KOTIEN VIERAANVARAISUUS

Esittelen seuraavaksi tutkimukseni tulokset, jotka pohjautuvat kuva-aineiston ja kohdekuvausten analysointiin toiminnan koodin, hermeneuttisen koodin, symbolien koodin, denotaation ja konnotaation keinoin. Analysoin aineistoni seitsemän kodin kuvia ja kuvauksia yhtenä kokonaisuutena. Vastataan seuraavaan kysymykseen: Miten kodin vieraanvaraisuus esitetään Airbnb-palvelussa kohteiden kuvien ja kuvausten kautta? Haluan nostaa esille myös vieraanvaraisuuden vieraan näkökulmasta tarkasteltuna: Miten paikallinen koti esitetään? Miten Airbnb:n ohjeistus vaikuttaa kodin esityksiin?

Toiminnan koodi

Toiminnan koodilla analysoidaan, mitä kuvassa tapahtuu eli mitä niissä näkyy (Sarpavaara, 2004, s. 35–36). Toiminnan koodi auttaa ymmärtämään kuvan ja kuvauksen, koska toiminnan järjestys ja pyrkimys hahmottuvat sen avulla. Mediakulttuurissa toiminnan koodin merkitys korostuu, koska kuvan katsoja ymmärtää katsomaansa pienistä vihjeistä. Kuvien kokonaisuuden ymmärtämiseksi katsojan on tulkittava kuvien tapahtumat ketjuksi tietynlaisia toimintoja. (Blom, 1998, s. 216–218.)

Toiminnan koodia hyödyntäen kaikista tutkimistani kodeista ilmeni seuraavia asioita: peseytyminen, ruokaileminen, nukkuminen, rentoutuminen ja harrastaminen. Peseytymismahdollisuus tuodaan yleensä esille kuvin, mutta kahdesta kodista nämä kuvat puuttuivat kokonaan. Yhdessä kodissa ei ollut kuvattu pesuhuonetta vaan pelkästään puulämmitteinen sauna pärekoireineen. Ruokaileminen oli esitetty kaikissa kodeissa selkeästi esittelemällä keittiö ja keittiön pöytä, ja kaikki keittiöt olivat nykyaikaisesti varusteltuja. Yhdessä kodissa keittiön pöytä oli koristeltu kauniisti liinoin ja kukin. Kaikki keittiöt olivat siistejä ja selkeitä. Nukkumista ilmensi majoittujan sänkyä esit-

tävä kuva. Vain yhdestä kodista puuttui sängyn kuva, ja tämä asia oli ”paikattu” ulkokuvalla ja tekstillä ”teidän makuuhuoneen ikkuna ulkopuolelta”. Nukkumiseen tarkoitettuja sohvia oli myös esillä kahdessa kodissa; toisessa niistä oli mainittu jopa sohvan koko. Rentoutumismahdollisuudet ilmenivät kuvista ja kuvauksista monella eri tavalla. Yhdessä kodissa rentoutumiseen viittasi sohva, toisessa kirjahyllyllinen kirjoja ja keinutuoli. Yhden kodin kaikki kuvat kutsuivat rentoutumaan: puulämmitteinen sauna, takka, iso sänky ja kauniit Lapin luontoa esittävät kuvat. Kahden kodin esittelyissä luontoa oli kuvattu erittäin paljon; näistä toisessa kahdeksasta kuvasta kuusi oli luonto- tai ulkokuvia.

Daniel Guttentagin (2015) mukaan Airbnb-majoittuminen tarjoaa enemmän paikallista kokemusta, kun majoittujat elävät kuten paikalliset ja majoittuvat varsinaisen turismialueen ulkopuolella (Guttentag, 2015, s. 6). Toiminnan koodissa tämä ilmeni esimerkiksi harrastamisena. Harrastaminen näkyi kuvissa ja kuvauksissa monella eri tavoin. Kaikissa tutkituissa kohdekuvauksissa tuotiin esiin luonnon tarjoamia mahdollisuuksia sekä talvella että kesällä: kalastus, marjastus, vaeltaminen, hiihto, revontulien katsominen, moottorikelkkailu, itse luonto ja Lapin kokeminen. Lisäksi majoittajat kertoivat nähtävyyksistä, ruuanlaittomahdollisuuksista ja urheiluvälineiden lainaamisesta. Yhdessä kodissa oli kotikuntosali.

Vieraanvaraisuus välittyy kuvista monella tavoin. Kuudessa kohteessa seitsemästä oli kuvattu siisti ja pedattu peti. Kaikki seitsemän kotia olivat perussiistejä, mutta kolme kodeista oli hieman sekavia. Yhden kodin makuuhuoneessa oli sähkölämmitteinen varapatteri, joten vieraita huomioitiin mahdollisella lisälämmönlähteellä, mikäli talvi on kovin kylmä.

Hermeneuttinen koodi

Hermeneuttinen koodi tarkoittaa sitä, miten esimerkiksi kodin eri elementit muodostavat yhdessä harkitun viestin (Sarpavaara, 2004, s. 35). Luonto ja pohjoisuus määrittävät Lappia (Keskitalo-Foley, 2006, s. 133), ja ne määrittävät myös aineistoon kuuluneiden kotien esityksiä. Paikan identiteetti ei ole peräisin jostakin tietystä asiasta vaan ”ulkopuolen” kanssa koetun vuorovaikutuksen erityislaadusta. Ulkopuolen läsnäolo vaikuttaa paikan erityislaatuisuuden rakentumiseen. (Massey, 2008, s. 144–146.) Neljässä kodissa seitsemästä luonto oli tuotu selvästi esille kuvin ja kuvauksin. Niissä kohteissa, joiden esittelystä puuttui luonnon sanallinen kuvaus, luontoa tuotiin kuitenkin esille kuvilla. Yhdessä kodissa luontoa esitti ikkunasta sisään tulviva kirkas päivänvalo.

Kotien esittelynimillä oli haluttu tuoda esille niiden ainutlaatuisuutta – sitä, että ne tarjoavat majoittujille lappilaisia kokemuksia. Tulen merkitystä poh-

joisen ihmiselle viestitti monen kodin ulkokuvassa näkyvä ulkolyhty. Kynttilät tuovat valoa ja tunnelmaa pimeään talveen. Perusasiat ja -tarvikkeet, kuten nykyaikaisesti varusteltu keittiö ja liinavaatteet, olivat esillä kaikissa kohteissa. Mikäli kodissa oli jotain erityistä, kuten perinteinen puulämmitteinen sauna, vene, kota, iso piha tai kotikuntosali, se oli tuotu esille selkeästi. Joidenkin kotien esittelyissä tuotiin esille myös alueen palveluita ja kulku-yhteyksiä. Tämä auttaa majoittujaa hahmottamaan majoituspaikan ja kaupungin tai muun lähitaajaman välistä etäisyyttä.

Kahden kodin esittelyt olivat varsin niukat. Toisessa niistä kodin varustusta oli esitelty kuvatekstien yhteydessä, mutta kuvatekstit olivat englanniksi ja muu teksti suomeksi. Osa tutkituista kodeista oli kokonaan vieraan käytössä tämän niin halutessa. Tämä viestittää vieraanvaraisuutta ja sitä, että vieras halutaan ottaa vastaan ja häneen luotetaan.

Joissakin kuvissa oli haluttu tuoda esille jotakin erikoista, kuten kotikuntosali, sisustuksen ainutlaatuisuus, tilojen valoisuus tai eri vuodenaikojen väittävä viesti. Sisustuksen ainutlaatuisuus näkyi kuvissa esimerkiksi siten, että taulut olivat Lappi-aiheisia tai sisustuselementteinä oli käytetty luonnollisia materiaaleja, kuten luuta, puuta ja räsymattoja. Tilojen valoisuudella oli haluttu tuoda esille eri vuodenaikojen mahdollistamaa lappilaisen maiseman vaihtelua. Kuvista ilmeni lappilainen kesä, ja viidessä kodissa seitsemästä kestä oli kuvattu valoisaksi.

Symbolien koodi

*”In a comfortable, single bedroom you are in the heart of a Lappish forest -
There is a lovely true Lappish atmosphere.
It is a perfect location for Aurora hunters and nature lovers.”*
(Mukavassa yhden hengen huoneessa olet lappilaisen metsän sydämessä –
Siellä on todellinen lappilainen ilmaipiiri.
Sijainti on mitä parhain revontulien etsijälle ja luontoa rakastaville.)

Symbolien koodissa yksittäiset seemit eli pienimmät merkityksenannon yksiköt ja suuremmat merkitsevät yksiköt asettuvat omalle paikalleen symbolirakenteeseen (Blom, 1998, s. 212, 219–221). Käsitteet koti, paikallisuus ja vieraanvaraisuus ilmenivät hyvin kodin elementeissä. Kaikki kohteet näyttivät kokonaisuudessaan kodinomaisilta paikoilta, ja ne ennemminkin kutsuivat luokseen kuin työnsivät pois. Paikallisuus välittyi luonnon linkittymisenä koteihin ja tietynlaisten paikallisten elementtien esiintymisenä kuvissa: lumi, jää, luonto eri vuodenaikoina, revontulet. ”Jo paikan ’paikallisuus’ maantieteellisessäkin mielessä on aina erilaisten paikallisen ulkopuolelle ulottuvien siteiden ja suhteiden lävistämää, jolloin huomio kiinnittyy paikkoi-

hin myös niiden symbolisina ja kulttuurisina määrittäjinä” (Huttunen, 2002, s. 25, Keskitalo-Foleyn, 2006, s. 131 mukaan). Paikan tunto liittyy Edward Relphin käsitykseen autenttisesta asenteesta: siihen kuuluu paikkojen tunteminen ja niiden ymmärtäminen yksilön ja yhteisön toiminnallisiksi tai symbolisiksi elämänkeskuksiksi. Autenttinen asenne jäsentyy edelleen tiedostettuun ja tiedostamattomaan paikan tuntoon. Tietoinen paikan tunto merkitsee käsitystä paikan symbolisista merkityksistä ja niiden identiteetin (paikan) arvostamista. (Relph, 1986, s. 117, 63–66, Keskitalo-Foleyn, 2006, s. 131 mukaan.)

Symbolien koodien näkökulmasta kuvissa näkyy ainutlaatuinen pohjoinen luonto ja sen kauneus eri vuodenaikoina. Keskitalo-Foleyn (2006) mukaan maisema voi toimia tulkitsijalleen jonkin tärkeän ilmiön tai asian symbolina. Maiseman herättämät mielleyhtymät ovat henkilökohtaisia, ja sama maisema, kuten tunturi, voidaan kokea uhkaavana tai turvallisena. (Keskitalo-Foley, 2006, s. 131.) Koteja kuvaavissa teksteissä käytettiin seuraavanlaisia sanoja: ainutlaatuinen, kaunis, miellyttävä, puhdas, hyvin varusteltu, rauhaisa, kiva, perinteinen, täydellinen, värikäs, mukava, rauhallinen. Myös terveyteen liittyviä asioita tuotiin esiin harrastusmahdollisuuksien muodossa, ja yhdessä kodissa oli kuvattu kesän hillasaalista. Paikallisuus ilmeni sisustuksessa räsymattojen, puun ja tulisijojen muodossa. Erään kodin seinää koristivat hirvensarvet, ja toisen kodin olohuoneessa oli talja.

Airbnb-sivusto denotaatioiden ja konnotaatioiden ohjaajana

Airbnb-sivusto antaa ohjeet majoituksen tarjoajille: kuinka toimia majoittajana, miten ilmoittaa oma kohde, millainen kohteen kuvaus ja kuvat ovat hyviä, miten hinnoitella kohde ja miten ilmoittaa kohteen varattavuus.

Kuvaus ja mukavuudet: Vieraat etsivät usein kohteita, jotka täyttävät erityiset vaatimukset, joten kohteesi ja sen mukavuuksien kuvaileminen tarkasti houkuttelee sellaisia vieraita, jotka sopivat sinulle parhaiten. Kertomalla kohteesi tarinan vastaat tärkeisiin kysymyksiin, kuten onko kohteessa Wi-Fi, ja annat hyödyllisiä tietoja ympäröivän alueen luonteesta, aktiviteeteista ja liikennemahdollisuuksista. (Airbnb/Miten majoittaminen toimii.)

Majoittaja voi profiloitua tietynlaiseksi majoituksen tarjoajaksi oman kiinnostuksensa mukaan. Kertomalla omasta alueesta eli elinympäristöstä, aktiviteeteista ja liikennemahdollisuuksista, majoittaja voi tuoda esille oman alueen piirteitä.

Tutkimieni kohteiden kuvista ja kuvauksista ilmeni kodin arjen perustoimintojen esittelemisen eli denotaatio: mitä on kuvattu (Fiske, 2001, s. 114; Seppänen, 2001, s. 182; Seppänen, 2005, s.116). Ne asiat, joita on haluttu erityi-

sesti korostaa, on kuvattu moneen kertaan, kuten asuintilan ulkonäkö, sohva tai makuu- ja oleskelutila. Tämä vie huomion pois muista asioista, kuten esimerkiksi pienestä wc- ja peseytymistilasta. Kolmessa kodissa seitsemästä wc- ja peseytymistiloja ei ollut kuvattu juuri lainkaan. Paikallinen koti ja paikallisuus nousivat esille kuvista välittyvien elementtien kautta: talo lähellä luontoa, hieman vanhahtavat huonekalut, räsymatot, lappiaiheiset taulut, puu sisustuselementtinä, luonnonvalo osana omaa kotia, puusauna pärekoreineen, talon vanha ulkonäkö, tulisija, luontokuvat ja luonnon läheisyys osana omaa kotia, lumikinokset, luminen maisema, kesäyön aurinko, sauna ja luonnon tarjoamat mahdollisuudet, kuten marjastus, kalastus, veneily, pyöräily ja puutarha.

Konnotaatio kuvaa sitä, miten kuvat on otettu. Vaikka kuvien denotatiiviset merkitykset olisivat samat, niiden konnotaatio voi olla eri. Konnotaatio on kuvaamisprosessin inhimillinen osa, koska siihen tarvitaan rajausta, tarkennusta ja kuvakulmaa. Denotaatio taas on filmille tallentunut jäljenne objektista. (Fiske, 2001, s. 113–114.) Airbnb-sivusto tarjoaa valokuvien ottamisohteita kattavasti: hyvä resoluutio, suuri kuva on aina parempi kuin pieni, kuvaa vaakakuvia, järjestele ja siisti huoneet, kuvaa päivällä, tuo esille kotisi mukavuuksia, ota paljon kuvia ja ota kuvia myös ulkoa. (Airbnb/Miten saan ilmoitukseni...) Aineiston kuvat olivat erilaatuisia, ja niistä huomasin, mihin kuvaajat halusivat kiinnittää huomiota. Suurin osa majoittajista oli kuvannut kohteensa hyvällä kameralla ja selkeästä kuvakulmasta, eli voidaan olettaa, että he ovat lukeneet Airbnb-sivuston ohjeet ja halunneet noudattaa niitä ainakin joissain määrin. Kahden kodin kuvat olivat sumeita ja epäselviä. Näistä toisen kodin kuvat olivat enimmäkseen pystyasennossa, toisin kuin Airbnb ohjeistaa, ja ne esittivät kohdetta vain niukasti ja olivat hieman tähtäneitä ja tummansävyisiä. Toisen kodin sisätiloja esittävät kuvat olivat sumeita ja erittäin epäselviä mutta ulkokuvat taas olivat hyvinkin tarkkoja. Luonto näkyi kuvissa ja kuvauksissa selkeästi.

YHTEENVETO

Tutkielmani pääkysymys oli, miten kodin vieraanvaraisuus esitetään Airbnb-palvelussa kohteiden kuvien ja kuvausten kautta. Pääkysymystä tarkastelin osakysymysten avulla: miten paikallinen koti esitetään ja miten Airbnb:n ohjeistus vaikuttaa kodin esityksiin?

Lappilaisen kodin vieraanvaraisuus esitetään luokseen kutsuvana ja luonnonläheisenä asiana. Barthesin esittämän toiminnan koodin näkökulmasta kaikkien kotien kuvauksissa näkyvät elämisen perusasiat, kuten peseytymi-

nen, ruokaileminen, nukkuminen, rentoutuminen ja harrastaminen. Vieraanvaraisuus välittyy kuvista monella eri tavalla, esimerkiksi siistinä pedattuna petinä. Airbnb:n tyyppiset sivustot tuovat esille vieraanvaraisuutta, auttavat toimimaan majoittajana ja vieraana sekä olemaan vieraanvarainen. Sivusto auttaa majoittajaa ja majoittuvaa tuomaan esille sekä materiaalisen vieraanvaraisuuden – kuten ruuan, juoman, sängyn ja kulkuyhteydet – että isännän ja vieraan välisen sosiaalisen kanssakäymisen periaatteet. (Germann Molz, 2014.) Kaikki tutkimuskohteenani olleet seitsemän kotia olivat perussiistejä.

Hermeneuttinen koodi tarkoittaa sitä, miten esimerkiksi kodin eri elementit muodostavat yhdessä harkitun viestin (Sarpavaara, 2004, s. 35). Luonto oli tuotu esille sekä kuvin että sanallisin kuvauksin neljässä kodissa seitsemästä. Niissä kodeissa, joista puuttui luonnon sanallinen kuvaus, luontoa tuotiin esille kuvilla – tosin yhdessä kodissa luonnon osaa esitti vain ikkunasta sisään tulviva kirkas päivänvalo. Elämisen perusasiat ja -tarvikkeet tulivat esille jokseenkin jokaisessa tutkimassani kohteessa. Mikäli kodissa oli jokin erikoisuus, kuten perinteinen puulämmitteinen sauna tai kotikuntosali, se oli tuotu esille.

Symbolien koodissa yksittäiset pienimmät merkityksenannon yksiköt ja suuremmat merkitsevät yksiköt asettuvat omalle paikalleen symbolirakenteeseen (Blom, 1998, s. 212, 219–221). Symbolien koodin näkökulmasta paikallisuus välittyy luonnon linkittymisenä koteihin ja tietynlaisten paikallisten elementtien esiintymisenä kuvissa: lumi, jää, vesi, luonto eri vuodenaikoina, revontulet. Maisema voi toimia tulkitsijalleen jonkin tärkeän ilmiön tai asian symbolina, ja maiseman herättämät mielleyhtymät ovat henkilökohtaisia (Keskitalo-Foley, 2006, s. 131). Sisustuksessa näkyi paikallisuus muun muassa räsymattojen, puun ja tulisijojen kautta.

Denotaatio tarkoittaa sitä, mitä on kuvattu (Fiske, 2001, s. 114; Hietala, 1993, s. 32). Airbnb-sivustolla tämä näkyy arjen perustoimintojen esittelemisenä. Näitä kuvia ja kuvauksia ohjaavat osaltaan sivustolla majoittajille annetut ohjeet. Ne asiat, joita on haluttu erityisesti korostaa, kuten asuintilan ulkonäkö, sohva tai makuu- ja oleskelutila, on kuvattu moneen kertaan. Paikallinen koti ja paikallisuus näkyvät kuvista välittyvien elementtien kautta: talo lähellä luontoa, hieman vanhahtavat huonekalut, räsymatot, lappiaiheiset taulut, puu sisustuselementtinä, luonnonvalo, puusauna pärekoreineen, talon vanha ulkonäkö, tulisija, luontokuvat ja luonnon läheisyys osana omaa kotia, lumikinokset, luonto kesäyön auringon valossa, sauna, puutarha, marjastus, kalastus, veneily ja pyöräily.

Konnotaatio kuvaa sitä, miten kuvat on otettu (Fiske, 2001, s. 114). Airbnb-sivusto tarjoaa runsaasti valokuvien ottamisohjeita. Kuvien laatu tutkimusai-

neistossani vaihteli, ja kuvista huomasin, oliko ohjeita noudatettu vai ei. Suurin osa majoittajista oli kuvannut kohteensa hyvällä kameralla ja selkeästä kuvakulmasta, mutta kahden kodin kuvat olivat sumeita ja epäselviä. Luonto oli vahvasti esillä sekä kuvissa että sanallisissa kuvauksissa.

Paikallisessa kodissa luonnon elementit ovat läsnä vahvasti eri sisustuselementtien, kuten esimerkiksi puun ja räsymattojen, muodossa. Koti on henkilökohtainen, vaikka se toimisikin lisäansioiden hankkimiskeinona, koska se on omistajansa vastuulla ja siellä on kodinomaisia tavaroita. Jokaiseen kotiin on omat avaimet, ja avaimet annetaan vain luotettavalle henkilölle. Koti merkitsee ihmisille erilaisia asioita, ja kotoisuutta luodaan erilaisissa ympäristöissä erilaisista aineksista eri variaatioin (Vilkko, 2010b, s. 16). Vieraanvaraisuus voi olla sitä, että vieraille on laitettu puhtaat, siistit liinavaatteet ja pyyhkeet esille. Myös kodin yleisilme ja siisteys vaikuttaa suuresti yleiseen viihtyvyyteen.

Tutkimukseni tulokset tarjoavat lähtökohtia sen pohtimiseen, miten lappilaisia Airbnb-kohteita voitaisiin kehittää. Majoittajat voisivat kehittää omaa kohdettaan tuomalla paremmin esille Lapin pohjoisuuden tarjoamia elementtejä ja mahdollisuuksia. Majoittuvilta ihmisiltä voitaisiin myös pyytää systemaattinen palaute siitä, miten he kokivat lappilaisen kodin: kodin eri elementit voitaisiin esimerkiksi esitellä luettelomaisesti ja pyytää niistä arvio. Näin majoittuva ihminen sisäistäisi paremmin ympärillään olleet lappilaisen kodin elementit. Majoittajat voisivat parantaa omien kohteidensa kuvia ja kuvauksia entistä enemmän Airbnb-ohjeistuksen mukaiseksi. Myös kielen ja kieliasun huomiointi ja viimeistely voisi lisätä kohteiden houkuttelevuutta. Tutkimukseni kohteet olivat eri puolelta Lappia. Jos kohteena olisi ollut esimerkiksi pelkästään Rovaniemen seudun koteja, tulokset olisivat voineet olla erilaiset.

7



ELÄMÄNTAPAYRITTÄJÄNÄ OMASSA KODISSA

Miia Heikkilä



JOHDANTO	138
Tutkimuksen tarve ja empiirinen kohde	138
Tutkimusetiikka	139
ELÄMÄNTAPAYRITTÄJYYS – YRITTÄJÄNÄ OMASSA KODISSA	140
Elämäntapayrittäjäyys	140
Koti ja sen rajat	143
YRITTÄJIEN TEEMAHAASTATTELUT	145
Aineiston keruu teemahaastatteluilla	145
Teemahaastattelujen sisällönanalyysi	146
ARKEA JA TYÖTÄ MATKAILUALAN PERHEIRITYKSISSÄ	147
Yrittäjäyys elämäntapana ja osana arkea	147
Työn motiivit ja sisällöt	149
Kodin merkitys ja rajat	150
YHTEENVETO	152

JOHDANTO

Tutkimuksen tarve ja empiirinen kohde

Tutkimusaiheenani on elämäntapayrittäjyys – työn ja arjen yhdistäminen matkailuyrityksessä. Tutkin elämäntavan ja työn rajan olemassaoloa kahdessa matkailualan yrityksessä. Miten yrittäjät erottavat työn ja vapaa-ajan toisistaan? Matkailutyötä on viime aikoina tutkittu elämäntavan ja uuden työn mutta ei elämäntavan ja yrittäjyyden näkökulmasta. Elämäntapaa on tutkittu myös matkailijoiden näkökulmasta: matkailijoita on esimerkiksi jaoteltu elämäntavan mukaan (Thornton, 1999, s. 19). Elämäntapayrittäjyyttä on katsottu löytyvän lähinnä maaseutumatkailun puolelta (Komppula, 2004). Toisaalta matkailualan pienyrittämisen erityispiirteiksi on mainittu nimenomaan elämäntapayrittäminen ja ei-taloudelliset motiivit (Komppula, 1996). Ateljevic ja Li (2009, s. 31) toteavat matkailuyrittäjyyden yleensäkin olleen varsin vähäisen tutkimuksen kohteena 2000-luvulla.

Muutenkin yrittäjyyttä elämäntapana on tutkittu verrattain vähän, sillä yrittäjyystutkimus keskittyy perinteisesti talouteen ja innovaatioihin (Gibb, 2002). Elämäntapayrittäjyyden näkökulma on kuitenkin alkanut tuoda vaihtelevuutta yrittäjyystutkimukseen (Thornton, 1999), ja elämäntapa sanana esiintyy jo tutkimuksissa. Elämäntapaan liittyy runsaasti erilaisia tutkimusmahdollisuuksia muun muassa yrittäjyyskasvatuksen näkökulmasta (Forsström, Mattila & Jussila, 2011).

Elämäntapayrittäjyyden kautta voidaan ymmärtää paremmin matkailutyön erilaisia rooleja sekä hahmottaa työn moniulotteisia vaatimuksia nykypäivän muuttuvan työn kentässä. Tutkimalla elämäntapayrittäjyyttä voidaan vaikuttaa myös yrittäjien jaksamiseen.

Aiheeni on ajankohtainen, koska työn ja vapaa-ajan rajat ovat hämärtyneet. Etätö on yleistynyt. Työtä tehdään sekä töissä että kotona, vapaa-ajallakin ja usein palkatta. (Haapala, 2013, s. 24.) Käsitteestä ”muuttuva työ” on tullut yhä todellisempi. Palvelualojen työpaikat ja työtehtävät edellyttävät yhä enemmän useissa eri rooleissa toimimista, roolien vaihtamista. Matkailutyö on monessakin mielessä mielenkiintoinen tutkimuskenttä, kun tarkastellaan työn tekemisen kulttuurin ja käytänteiden muutoksia. Monet muuttuvan yhteiskunnan työelämään vaikuttavista ilmiöistä korostuvat tai tulevat ainakin selvästi esiin matkailualalla. (Haapala, 2013, s. 22.) Matkailutyön vaatimukset kasvavat, eikä moniosaisuus enää riitä samalla tavoin kuin aiemmin. Matkailutyö edellyttää usein työn ja muun elämän rajojen tietoistakin hämärtämistä, ja yrittäjältä edellytetään entistä syvemmän yhteyden luomista asiakkaaseen.

Voidaan ajatella vapaa-ajan ja työn rajan katoavan uudesta työn tekemisen tavasta, mikä johtaa siihen, että työntekijältä katoaa osittain tai kokonaan mahdollisuus nauttia vapaa-ajasta. Hakkaraisen ja Leinosen (2009, s. 189) mukaan Lapin matkailualan työntekijöille on tyyppillistä ikään kuin jatkuvassa hälytystilassa oleminen: heidän on oltava valmiita vastaamaan työnantajan määräyksiin myös vapaa-ajalla. Ilmiö kuvaa laajemminkin työelämän muutosta: kiire, aikapaineiden kasvu ja ylitöiden tekeminen ovat lisääntyneet kaikissa ammattiryhmissä (Pyöriä 2002, s. 65). Kun raja katoaa työn ja vapaa-ajan väliltä, perheen yhteinen aika voi kärsiä (Sallinen, Kandolin & Purola, 2002, s. 11).

Kohdeyrityksistäni ensimmäinen toimii käsityömatkailun parissa ja toinen tarjoaa B&B- tyyppistä majoitus- ja ravitsemispalveluita sekä erilaisia hoitopalveluita matkailijoille. Molemmat yrittäjät tekevät matkailutyötä omassa kodissaan ja sen lähiympäristössä.

Päätutkimuskysymykseni on: Miten elämäntapayrittäjältä sujuu arjen ja työn yhteen sovittaminen? Osatutkimuskysymyksiä ovat: Auttaako fyysisen tilan rajaaminen työn ja arjen erillään pitämistä? Miten erilaiset elämäntapayrittäjän roolit (kuten vieraanvaraisuus) auttavat ja tukevat tai estävät työn ja vapaa-ajan erillään pitämistä? Millaisia nämä roolit ovat?

Tutkimusetiikka

Pyrin läpi tutkimusprosessin pitämään huolen tutkimuseettisistä periaatteista. Koska käytin aineistonkeruumenetelmänä haastattelua, minun tuli ottaa huomioon esimerkiksi asianmukainen informointi. Haastateltaville tulee aina kertoa, mihin tarkoitukseen haastatteluja käytetään. Tämä tuo tilanteeseen omat haasteensa, sillä haastateltava ei välttämättä vastaa kysymyksiin yhtä avoimesti tai rehellisesti tietäessään haastattelun tarkoituksen. Haastateltavia tulee myös informoida mahdollisesta haastattelun tallentamisesta, tapahtuipa se sitten nauhurilla tai kuvaamalla videokameralla (Kuula, 2006, s. 128–129, 235.)

Lähestyin haastateltavia yrittäjiä sähköpostitse kertomalla haastattelujeni käyttötarkoituksesta ja toteuttamistavasta. Teemahaastattelussa ei ole kysymys niinkään muodollisesta haastattelusta, joten toivoin ilmapiirin olevan vapautunut. Nauhoitin kaikki haastattelut, koska se oli helpoin ja loogisin tapa. Videokameran käyttö olisi voinut ollut haastateltaville vaivaannuttavaa.

Yksityisyydensuoja on jokaisen ihmisen perusoikeus, ja minun oli pidettävä huolta siitä, että tämä asia toteutuu haastateltavieni osalta erityisen hyvin. Tämän vuoksi minun tuli olla huolellinen ja kiinnittää huomiota aineiston

säilyttämiseen, hävittämiseen ja julkaisemiseen. Aineistoni tulee käytettäväksi vain omassa tutkimuksessani. Tutkimusaineiston suojaaminen ja luottamuksellisuus on tärkeää. Jos haastateltavat haluavat pysyä tuntemattomina, heidän henkilötietonsa tulee hävittää tutkimuksesta ja vastaukset muotoilla sitten, ettei heitä voi tunnistaa. (Kuula, 2006, s. 239–246.)

Koska toteutin laadullisen tutkimuksen, keskityin vain kahteen yritykseen. Haastatteluni eivät antaneet kattavaa kokonaiskuvaa tutkimastan aiheesta, mutta niiden avulla oli mahdollista hahmottaa syvällisempi kuva elämäntapayrittäjistä sekä heidän arjestaan ja työstään. Tähän liittyväksi eettiseksi ongelmaksi näin sen, voidaanko tutkimukseni tuloksista tehdä minkäänlaisia yleistyksiä. Mielestäni näin ei ole, joten en voinut yleistää tuloksiani koskemaan muita vastaavanlaisia yrityksiä. Eettisenä haasteena on myös se, pystyinkö yrittäjien toimintaa seuraamalla ja heitä haastatteleamalla saamaan riittävän kattavia vastauksia tutkimuskysymyksiini. Teemahaastateltavat henkilöt ovat sisällä tutkimusaiheessani: he toimivat joka päivä niin yrittäjän kuin normaalia arkea elävän ihmisen rooleissa. Vastasivatko he haastattelutilanteessa kysymyksiini riittävän objektiivisesti? Toisaalta on syytä pohtia myös sitä, miten oma havainnointini ja roolini vaikutti tutkimuksen lopputulokseen: olinko liian ulkopuolinen henkilö havainnoimaan ja pääsinkö haastattelujen avulla tutkimusongelmani ja käsiteltävän aiheen ytimeen?

ELÄMÄNTAPAYRITTÄJYYS – YRITTÄJÄNÄ OMASSA KODISSA

Elämäntapayrittäjyys

Kiinnostus pieniä matkailuyrityksiä kohtaan on lisääntynyt, ja yrittäjyyden tutkimus onkin laajentunut yhä enemmän pienyritysten tutkimisen suuntaan. Tutkimusten myötä on tunnistettu erilaisia yrittäjyyskulttuureja, joista yksi on elämäntapayrittäjyys. Jotta ymmärtää, mistä elämäntapayrittäjyydessä on kysymys, on syytä pohtia, miksi joku ylipäänsä ryhtyy yrittäjäksi. Yksi keskeinen syy yrittäjäksi ryhtymiseen on usein halu hallita omaa työelämää ja työaikaa – ja sitä kautta myös vapaa-aikaa.

Elämäntapayrittäjyys viittaa yksilölle tai ryhmälle itsessään merkitykselliseen, tyypilliseen ja kokonaisvaltaiseen tapaan ajatella, olla ja käyttäytyä elämässä (Johannisson, Landström & Rosenberg, 1998, s. 477–496). Keskeinen motiivi elämäntapayrittäjyydessä ei yleensä ole raha, vaikka yritystoiminta aina tähtää myös taloudelliseen hyvinvointiin tai ainakin siihen, että yrittäjä tulee toimeen omalla työllään. Taloudellisen menestymisen sijaan keskeistä on edellä jo todettu oman ajankäytön hallinta. Vapaus ja vastuu, itsenäisyys

ja oma kontrolli sekä kokonaisvaltaisuus niin ajankäytössä kuin työtehtävissä korostuvat elämäntapayrittäjyydessä (Forsström ym., 2011; Gibb, 2002).

Yrittäjyystutkimus keskittyy perinteisesti talouteen ja innovaatioihin, ja yrittäjyyttä elämäntapana on tutkittu verrattain vähän (Gibb, 1998, s. 33). Pienyritysten toiminnan tutkiminen on kuitenkin paljastanut monimuotoisen yhdistelmän motiiveja ja toiveita, jotka ovat pienyrittäjyydelle ja nimenomaan elämäntapayrittäjyydelle ominaisia. Elämäntapayrittäjyyteen liittyvät sellaiset käsitteet kuin innovatiivisuus, luovuus, riskinotto-kyky, johtajuus ja kyky visioida (Ateljevic & Doorne, 2000, s. 380). Keskeistä elämäntapayrittäjyydessä on etenkin innovatiivisuus, kyky kehittyä ja luoda jotakin uutta omaa osaamista ja omia taitoja hyödyntäen (Karjula, 2014, s. 5). Yrittäjyydessä yleinen ja keskeinen riskinotto-kyky on myös tärkeää. Omaan ideaan ja liikesuunnitelmaan sekä toiminnan kannattavuuteen pitää uskoa.

Elämäntapayrittäjyyden lisäksi puhutaan usein elämäntyyliyrityksestä. Elämäntyyliyrityksen voi ymmärtää elämäntapayrittäjyyden synonyymiksi. Käytänkin tutkimuksessani näitä kahta käsitettä rinnakkaisina. Molempien termien taustalla on ajatus, että jostakin tärkeästä asiasta tulee ihmiselle ammatti ja yritystoiminta rakentuu sen ympärille. Elämäntapayrittäjyys merkitsee erilaista tapaa elää ja yrittää. Siinä on kyse yritystoiminnasta, jonka tavoitteet, sisältö ja toimintatavat yhdistyvät yrittäjän ja hänen kanssaryrittäjiensä elämäntavoitteisiin ja elämäntapaan. Elämäntyyliyrityksessä on kyse taidokkaasta elämäntaidon ja yrittäjyyden yhdistämisestä. (Sipilä, 2006, s. 11.)

Elämäntapayrittäjät voidaan jakaa kahteen ryhmään. Innovaattorit ovat luovia edelläkävijöitä. Toiseen ryhmään kuuluvat yrittäjät taas pyrkivät tarjoamaan asiakkaalle pakopaikan, mahdollisuuden irtiottoon arjesta sekä miellyttävän ympäristön. Kummallekin elämäntapayrittäjyyden muodolle on yhteistä muutoksen hakeminen ja toteuttaminen – sekä omassa yritystoiminnassa että asiakkaisiin kohdistettuna. Pyritään tarjoamaan jotakin uutta, erilaista. (Sipilä, 2006, s. 14).

Elämäntapayrittäjä on Sipilän (2006, s. 11) mukaan useimmiten kokenut henkilö, joka on pidempään pohtinut mahdollisuutta tehdä työnsä uudella tavalla. Elämäntyyliyrityksyyttä sanana korostaa samaa kuin elämäntapayrittäjyys: yrittäjyys on tapa elää ja yrittäjyys nähdään ikään kuin itseisarvona (Sipilä 2006, s. 12). Elämäntapayrittäjyydessä on useimmiten kyse pienyrittäjyydestä, koska elämäntapayrittäjyyden soveltaminen on pienessä yrityksessä helpompaa. Myös perheyrittäjyys on olennainen osa elämäntapayrittäjyyttä, mutta perhe ymmärretään laajemmin: myös läheisimmät asiakkaat,

työtoverit ja yhteistyökumppanit ovat kiinteä osa yrittäjän toimintaa. Verkostoituminen on elämäntyyliyrittäjyydessä tärkeää.

Elämäntapayrittäjäyys näkyy ja kuuluu yrittäjän olemuksessa ja ilmeessä. Hän nauttii siitä, mitä tekee, ja tekee sitä, mistä nauttii. Hän on löytänyt jonkin pohjattoman kiinnostuksen kohteen, jota lähtee toteuttamaan yritystoiminnan kautta. Elämäntapayrittäjä voi itse määrittää omat toimintatapansa (van Gelderen & Jansen, 2006) siten, että saavuttaa tyydyttävän työn ja elämän ja voi hyödyntää omia kykyjään (Bird, 1988). Haasteelliseksi elämäntapayrittäjä kokee usein omaehtoisen työskentelyn ja liiketoiminnan välisen ristiriidan. Toisaalta hän on kyllä kiinnostunut yritystoimintansa taloudellisesta puolesta ja voi menestyä tarjotessaan erikoistunutta osaamistaan, palveluita ja tuotteita, joita markkinoilla ei ehkä muuten ole vielä lainkaan tarjolla.

Elämäntapayrittäjäyys suuntaa ja määrittää henkilöä tai ryhmää ja heidän elämänsä vahvasti (Dodd, 2002). Ihmiset ryhtyvät yrittäjiksi erilaisista syistä, eri elämäntilanteiden ja muutosten seurauksena ja jokainen erilaisen reitin kautta. Elämäntapayrittäjäyys voi avautua parhaaksi vaihtoehdoksi missä tahansa elämänvaiheessa, mutta erilaiset katkokset ja kriisikohdat, kuten suuret muutokset elämässä, vaikuttavat päätöksen tekoon. (Sipilä, 2006, s. 17.)

Hollantilainen tutkija, psykiatri Bernard Lievegoed on esittänyt teorian ihmisen elämänkaaresta. Merkittävät valinnat tehdään ja muutokset elämässä tapahtuvat usein tietyissä elämänkaaren vaiheissa. Yrittäjäyysmallin löytäminen voi olla vuosikausien tietoisien tai puolittietoisien pohdinnan tulos tai se voi syntyä käytännön kokemusten kautta. Useimmiten henkilö on kuitenkin pohtinut asiaa jo pidempään palkkatöissä ollessaan tai elämäntilanteen muutos on mahdollistanut elämäntyyliyrittäjäksi siirtymisen. Kyseessä on pikemminkin kasvuprosessin tulos kuin hetken huumassa toteutettu ratkaisu. (Sipilä, 2006, s. 20.)

Sipilän (2006, s. 21) mukaan elämäntapayrittäjäyden valitsemiseen vaikuttavat sekä työntävät että vetävät voimat. Yrittäjäyteen vetäviä tekijöitä ovat keskittyminen itseä eniten kiinnostavaan, suurempi vapaus ajankäytössä ja ajan saaminen harrastuksille ja perheelle sekä parempi taloudellinen hyöty. Työntäviä voimia toimivat seuraavat: palkkatyöhön käytetyn ajan koetaan menevän hukkaan, muut määräävät ajankäyttöä, työtävät ovat mielikuvituksettomia ja jopa monotonisia, oman työn tulokset eivät näy tai niitä väärinkäytetään sekä yleinen kokemus siitä, että on palkattuna työntekijänä vain mahdollisimman tehokas tuotantoyksikkö organisaatiossa.

Elämäntapayrittäjyys voi olla osaamisperusteista, paikkasidonnaista, harrastussidonnaista tai arvosidonnaista. Osaamisperustainen yrittäjyys tarkoittaa luonnollisesti sitä, että toiminta pohjautuu yrittäjän erikoistuneeseen osaamiseen. Osaaminen voi kohdistua tiettyyn toimialaan, asiakassegmenttiin, tuotteeseen tai vaikkapa toimintatapaan. Paikkasidonnaisen yrityksen toiminta-ajatus perustuu siihen, että yrittäjällä on halu asua ja työskennellä jollakin paikkakunnalla tai hyödyntää, ylläpitää ja kehittää jotakin maa-alueita, rakennuksia tai toimitiloja. Harrastussidonnainen yrittäjyys pohjautuu henkilön intohimoiseen kiinnostukseen johonkin asiaan, jolloin harrastuksesta tulee ammatti ja ammatista tulee elinkeino. Kyseessä voi olla mikä tahansa harrastus tai mielenkiinnon kohde keräilystä ja pitsinnypläyksestä aina hevosurheiluun tai vaikkapa golfiin. Arvosidonnaiset elämäntapayrittäjät pyrkivät puolestaan edistämään jotakin keskeistä arvoa, esimerkiksi parantamaan jonkin ihmisryhmän elinoloja, ekologisia arvoja, terveyttä tai maailmanrauhaa. (Sipilä, 2006, s. 87–88).

Koti ja sen rajat

Elämäntapayrittäjyyden rinnalla toinen keskeinen käsite tutkimuksessani on koti. Kodin käsitettä on pyritty määrittämään muun muassa sosiologiassa, psykologiassa ja antropologiassa. Määrittely tekee hankalaksi käsitteen dialektinen luonne: koti viittaa sekä abstrakteihin että konkreettisiin ilmiöihin. Tutkimuskysymykseni kannalta on tärkeää pohtia kodin rajoja sekä abstraktista että fyysisestä näkökulmasta.

Tutkimusaiheeni näkökulmasta kodin käsitettä voidaan lähestyä tarkastelemalla yksityistä kotia, jossa kaupallinen, maksullinen vieraanvaraisuus tapahtuu; tällöin taloudellisen tilan jakamisen myötä yksityisestä kodista tulee julkinen (Lynch, McIntosh & Tucker, 2009, s. 1–21). Asumisen paikkana kodin tärkeänä tehtävänä on järjestää ja jäsentää olemassaoloamme. Koti ymmärretään yleensä turvalliseksi ja intiimiksi, yksityiseksi tilaksi, joka on julkisen valvonnan ulkopuolella. Koti on myös yleensä työelämän stressistä ja rasitteista vapaata aluetta. Se on paikka, jossa voi työpäivän jälkeen levähtää ja rentoutua. Siinä missä ihminen kodin ulkopuolella joutuu olemaan valppaana ja valmiina sopeutumaan eri tilanteisiin, kodissa voi rentoutua. Koti on arjen tilallisuutta, jonka ydintä ovat jokapäiväisyys, rutiininomaisuus ja totuttu rytmi. Kotia on perinteisen ajattelun mukaan tarkasteltu paikoilleen asettumisen ja asumisen näkökulmasta. Kotiin liitetään tuttuuden kokemus, mukava olo, turvallisuus, identiteetin vahvistuminen ja johonkin paikkaan kuuluminen (Vilkkö, 2010a, s. 51).

Koti yksityisenä tilana antaa ihmiselle myös päätösvallan. Doveyn (1985, s. 46) mukaan yhä moninaisemmassa maailmassa, jossa muut luovat sääntö-

jä, koti merkitseekin yksittäiselle ihmiselle itsenäisyyden ja vallan paikkaa. Jos kontrolli ja valta kodin rajoista ja sisäänkäynnistä menetetään, talo tai asunto menettää asemansa kotina (Douglas, 1991).

Kodin piiriin lukeutuvat läheiset ihmiset ja heidän luomansa sosiaalisen kanssakäymisen tilat sekä materiaallinen, juuri heille muovattu paikka, jota jatkuvasti eletään kodiksi. Koti on jokapäiväinen toiminnallinen muodostelma, joka perustuu totuttuun ja tuttuuteen ja jatkuu ajassa suhteellisen pysyvänä. (Vilkko, 2010a, s. 35). Kotia voidaan ajatella paikkaan sidottuna idena, jota ihmiset tuottavat todeksi arkisissa käytännöissään (Douglas, 1991). Koti toteutuu jatkuvassa, toistoja sisältävässä, tutuksi tekevässä ja samanaikaisesti myös uudeksi muokkaavassa toiminnassa. Tästä näkökulmasta koti ei ole arkinen itsensänselvyys tai muuttumaton paikka, vaan jokapäiväisten käytäntöjen uutta synnyttävä luonne pitää sitä jatkuvassa kehkeytymisen prosessissa. Koti syntyy suhteestamme paikkaan, kun muokkaamme, muunnamme ja harjoitamme sitä käytännöissämme ja käytäntöjämme varten (Vilkko, 2010a, s. 37).

Kotiin fyysisenä paikkana liittyy ajatus kodista jokapäiväisen elämämme näytämönä (Brah, 1996, s. 4). Asumisen paikkana koti on paikka kaikelle sille toiminnalle, joka asumiseen ja elämiseen liittyy. Tässä merkityksessä koti voi olla paikka myös elämiseen olennaisesti liittyvälle jokapäiväiselle toiminnalle, työnteolle. Tällöin koti fyysisenä paikkana voi olla hyvin ristiriitainen käsite, koska – kuten edellä totesin – yleensä koti ymmärretään ja koetaan rauhan ja rauhoittumisen tyysijaksi. Elämäntapayrittäjyydessä kodin ja työn rajat rikkoutuvat selvästi, koska työ on elämää ja elämä on työtä. Tutkimukset osoittavat, että oman kodin avaaminen kaupalliseen käyttöön majoitus- ja ravitsemistarkoituksessa on ristiriidassa kodin perinteisen käsitteen ja merkityksen kanssa. Raja kodin ja työn välillä hämärtyy, kun työtä tehdään kodissa ja sen läheisyydessä. (Brandth & Haugen, 2012, s. 182.)

Mistä koti alkaa, mihin se loppuu ja millä tavoin kodin rajat taipuvat? Nämä ovat oleellisia kysymyksiä pohdittaessa kodin käsitettä. Tuomalla yksityinen julkiseksi paikannetaan samalla joko suoraan tai epäsuorasti myös itse suhteessa yksityiseen ja julkiseen. Kotona ollaan yleensä toisin kuin sen ulkopuolella. Jos koti toimii työpaikkana ja jos sillä on muitakin merkityksiä kuin perinteisesti ymmärretty intiimi tila, illuusio kodin yksityisyydestä rikkoutuu. (Vilkko, 2010a, s. 40–41). Yrittäjän ja vasrinkin elämäntapayrittäjän arjessa tämä on hyvinkin yleistä.

YRITTÄJIEN TEEMAHAASTATTELUT

Aineiston keruu teemahaastatteluilla

Tutkimukseni käsittelee elämäntapayrittäjyyden ilmenemistä yrittäjän työssä ja arjessa. Pyrin avaamaan yrittäjän eri rooleja ja niiden merkitystä sekä roolien vaihtumista arjesta työhön ja työstä arkeen. Toteutin tutkimuksen haastattelututkimuksena, jonka kohteena oli kaksi matkailualan yrittäjäpariskuntaan. Haastattelemistani perheyrittäjästä toinen toimii käsityömatkailun parissa ja toinen tarjoaa majoitus-, ravitsemis- ja hoitopalveluita. Molemmissa yrityksissä asiakkailta on pääsy yrittäjien kotiin. Toisessa yrityksessä koti on jatkuva ja pääasiallinen matkailupalveluiden toimintapaikka, toisessa koti toimii matkailupalveluiden viitekehyksenä ja avoimuuden symbolina.

Haastattelua voidaan käyttää aineistonkeruumenetelmänä sekä kvalitatiivisessa että kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Omaan tutkimusaiheeseeni soveltuu laadullinen tutkimus. Haastattelututkimuksella pyrin saamaan riittävän syvällistä ja mahdollisimman uutta, ajankohtaista tietoa aiheestani. Haastattelut jaetaan kysymystenasettelun perusteella strukturoituihin ja strukturoimattomiin, ja näiden välille sijoittuvaan teemahaastatteluun (Tiittula & Ruusuvoori, 2005, s. 11). Teemahaastattelu soveltuu haastattelumuodoksi, kun halutaan selvittää heikosti tiedostettuja asioita tai saada haastateltavat keskustelemaan arvostuksistaan, aikomuksistaan ja perusteluistaan (Hirsijärvi & Hurme, 1991, s. 35). Lisäksi teemahaastattelussa korostetaan haastateltavien tulkintoja asioista ja niiden merkityksistä (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 75). Omaan tutkimusaiheeseeni juuri teemahaastattelu soveltuu hyvin, koska pyrin saamaan rajattua yksittäistä tietoa ja asiantuntijoiden eli yrittäjien itsensä näkemyksiä kokemuksistaan.

Laadin teemahaastatteluja varten etukäteen joukon kysymyksiä tutkimukseni pääteemojen – elämäntapayrittäjyyden ja kodin – pohjalta (ks. liite 6). Otin haastateltaviin ensin yhteyttä sähköpostitse, ja jos en saanut yhteydenottooni vastausta, tavoitin heidät puhelimitse. Toinen haastattelu toteutettiin yrittäjien kodin läheisyydessä yrityksen toimitiloissa ja toinen yrittäjien omassa kodissa.

Kaikissa haastatteluissa haastattelutilanne, -aika ja -paikka ovat merkityksellisiä. Haastattelijan ja haastateltavan suhde vaikuttaa siihen, miten tutkimuksen teemoja ja kysymyksiä lähestytään, miten niistä neuvotellaan, miten niihin reagoidaan ja vastataan sekä miten merkitysten yhteinen rakentuminen tapahtuu. (Lappalainen, Hynninen, Kankkunen, Lahelma & Tolonen, 2007, s. 91.)

Pyrin haastattelutilanteissa etenemään haastateltavien ehdoilla ja mahdollistamaan tarpeen mukaan uusien teemojen ja kysymysten esille ottamisen. Haastattelujen toteutuksessa riitti pohdittavaa omiin haastattelutaitoihin liittyen – haastattelun tekeminen edellyttää aina hyviä haastattelutaitoja sekä kykyä esittää oikeat kysymykset oikealla tavalla. Haastateltavana oli siis molemmissa tapauksissa pariskunta. Olin etukäteen ajatellut, että saan jokaiseen kysymykseen kommentit kummaltakin haastateltavalta, mutta käytännössä joihinkin kysymyksiin vastasi vain toinen (mies tai nainen), kun koki tietävänsä asiasta paremmin tai oli kiinnostuneempi vastaamaan.

Nauhoitin haastattelut, ja molemmat haastattelut kestivät noin tunnin. Haastattelujen jälkeen litteroin ne analysoitavaan tekstimuotoon. Tekstiä kertyi yhteensä 22 sivua. Koska haastattelujen purkaminen ja litterointi on kohutuullisen aikaa vievää, varasin kyseiseen vaiheeseen riittävästi aikaa haastattelujen toteuttamisen lisäksi.

Teemahaastattelujen sisällönanalyysi

Analyysimenetelmänä käytin sisällönanalyysia. Sisällönanalyysin luokitusrunгон lähtökohdaksi voidaan ottaa tutkittavan aineiston tarjoamat mahdollisuudet (teemahaastattelun aiheet tai vahvasti strukturoidussa haastattelussa etukäteen laaditut kysymykset), tutkijan omat esioletukset kohteen ja sitä koskevien mielipiteiden laadusta (tutkijan esiyymmärrys), aikaisemmin tehdyt tutkimukset ja niiden tulokset, asiantuntijoiden antamat viitteet, viitekehyyksessä osoitetut lähtökohdat ja yhteydet, aikaisempi teoria asiasta tai näiden yhdistelmät. Tulkitsija ei voi lähteä liikkeelle tyhjästä, vaan hän tulkitsee sitä aina jostakin lähtökohdasta. Jokaisella on jonkinlainen esiyymmärrys tulkinnan kohteesta ja jonkinlainen odotushorisontti sen merkityksestä. Luokittelussa käytetään mahdollisimman vähän väkivaltaa eikä aineistoa siis pakoteta edeltä käsin tehtyihin luokituksiin, vaan tarvittaessa annetaan aineistosta nousevien ajatusten tulla näkyviin myös luokittelussa. (Ks. Tuomi & Sarajärvi, 2009.)

Luokittelu tähtää ilmiön kattavaan kuvaukseen, mikä merkitsee sitä, että analyysin taustalla on jokin teoria tai että sillä rakennetaan yhteyttä tulevaan teoreettiseen ajatteluun. Tavoitteen tulee olla enemmän kuin vain sisällön kuvaus, ja tutkimuksen tuloksen tulee liittyä ilmiön määrittelyyn tai sen taustalla oleviin henkilöihin tai kulttuurisiin, taloudellisiin, sosiaalisiin tai muihin seikkoihin laajemminkin. (Ks. Tuomi & Sarajärvi, 2009.)

ARKEA JA TYÖTÄ MATKAILUALAN PERHEYRITYKSISSÄ

Haastattelukysymykseni jakautuivat kolmeen keskeiseen aihepiiriin: yrittäjän rooliin, yrittäjän työhön sekä kotiin yritystoiminnan ytimenä. Yrittäjän rooliin ja yrittäjän työhön liittyvien kysymysten avulla pyrin avaamaan elämäntapayrittäjyyden läsnäoloa matkailuyrittäjyydessä. Kotiin ja paikkaan yritystoiminnan ytimenä liittyvät kysymykset puolestaan antoivat vastauksia siihen, auttaako fyysisen tilan rajaaminen työn ja vapaa-ajan erillään pitämistä.

Esitän tulokset teemoittain neljässä alaluvussa. Tekstin lomaan liitän otteita haastatteluista. Haastattelulainauksissa käytän seuraavia koodeja: M1 = ensimmäisen haastattelun mies, N1= ensimmäisen haastattelun nainen, M2 = toisen haastattelun mies ja N2 = toisen haastattelun nainen. Myöhemmin yhteenvetoluvussa pohdin tutkimustuloksiani sekä tiivistän keskeiset tulokset.

Yrittäjyys elämäntapana ja osana arkea

Päättökysymykseni oli, miten elämäntapayrittäjältä sujuu arjen ja työn yhteensovittaminen. Lähtiessäni tutkimaan aihetta ja haastattelemaan kodissa ja sen läheisyydessä yritystoimintaa harjoittavia yrittäjiä minulle heräsi tutkijana kysymys: mieltävätkö haastateltavat itse itsensä elämäntapayrittäjiksi? Vastaus oli yksiselitteinen. Haastateltavat kertoivat kokevansa, että yrittäminen on heille elämäntapa:

24/7. Niin tämä on elämäntapa. Ei tätä sillalaillla voi, että jos tätä alkaa vain virka-ajalla tekemään, niin ei tule mitään. (N1)

Kyllä tämä on enempi elämäntapa, että mehän ollaan tällalaillla eletty ennenki. Meillä on niin paljon niitä ulkomaalaisia ystäviä ja tuttuja ja semmosia, jotka on käyny meillä aina kymmeniä vuosia kylässä, joskus olleet neljä viikkoaki passattavana tai jotaki... niin sitte me aloimma miettimään että voisko tätä tehä maksustaki. (N2)

Elämäntapayrittäjyys on yleensä enemmänkin kasvuprosessin tulos kuin hetken huumassa toteutettu ratkaisu (Sipilä, 2006, s. 20). Haastatteluissa kävi ilmi, että yrittäjäksi on ryhdytty erilaisista syistä ja lähtökohdista, mutta yhdistävänä tekijänä tuntui olevan juuri pitkä harkinta-aika.

No se oli sillon haaveena ko tähän muutettu, vuosia ja vuosia, ja sitte kun ajateltiin tuota pikkupuolta että pikkupuolen huoneistoa. Ja sitte työtilanne ja elämäntilanne oli semmonen, että päätös tuli, että nyt se sitten alkaa. Siitä se

ajatus lähti. Oli kauan, kyllähän sitä varmaan 10 vuotta tuli mietittyä. Ainaki. Mutta sitten se lähti kumminki monien summien kautta sitte. (M2)

Haastateltavat kokivat työnsä myönteiseksi ja mielekkääksi, ja kyseessä oli heidän oma valintansa. Työssä jaksamisessa auttavat asiakkaat. Elämäntapayrittäjän työ on aika ajoin raskasta ja hyvinkin kiireistä mutta toisaalta vapaata ja vaihtelevaa.

No jaksamisessa auttaa se, että töitä riittää ja asiakkaat ovat tyytyväisiä. Aina tulee positiivista palautetta. Kyllä se niinku kannustaa siihen tekemiseen. (M1)

Onhan tässä haasteita ja ajoittain erittäinkin työlästä ja onhan tässä tosiaan sitte myös omat vapautensa. Että kyllähän tässä sitten saa ommaan tahtiin tehdä sitä työtä ja touhuta, että se on se toinen puoli, niinko kuulee aina yrittäjien sanovan. Onhan se vaihtelevaa, että kyllähän se päivä koostuu niin monesta eri ajatuksen ja tehtävän toteutuksesta. (M2)

Elämäntapayrittäjäyys edellyttää sitoutumista epätavallisiin ja epäsäännöllisiin työaikoihin, venymistä ja joustamista asiakkaan näkökulmasta ja asiakkaan ehdoilla. Selkeitä työaikoja ei välttämättä ole lainkaan.

Meillä on firma kiinni yöyhdessä yöneljään. Eli meillä on firma kiinni 3 tuntia vuorokaudessa. Eli ko mie olen se aamuvirkku. (N1)

Se on ympärivuotista. ...Siis avaaamme yleensä kello 9 tai 10. Menen joskus jopa klo 7, mutta jonakin päivänä klo 12 tai klo 13. Suljemme klo 16 tai 16.30, joskus klo 23 tai klo 24. Joinakin päivinä tai iltapäivinä emme ole paikalla lainkaan ja toisinaan olemme paikalla koko päivän, paitsi silloin kun olemme jossakin muualla, vaikka meidän pitäisi olla paikalla myös silloin. (N1)

Haastattelemani yrittäjät kokivat onnistuneena työn ja vapaa-ajan yhteensovittamisessa, vaikka työ yleensä kulkee mukana vapaa-ajallakin tavalla tai toisella. He kertoivat myös voivansa irroittautua työstään tarvittaessa.

...siis jos on halua ja tarvetta, niin ei tässä mitään, ja... se yhdessä lähteminen on joissaki tilanteissa aika vaikeaa... ainakaan pitkäksi aikaa... Muuten se, että jos toinen on paikalla, voi sen verran korvata, että ei se siitä ole kiinni. (M2)

Pystytään erottaamaan työ ja vapaa-aika. (N1)

...puhelin ja netti on aina matkassa, sen kautta pystyy pitämään sitä yhteydenpitoa...(N2)

Mutta se, että kun tää on sanotaan elämäntapa, niin kyllä se... Aina pyritään järjestään sitte jos niinku johonki reissuun lähtee, niin että samalla hoietaan ku ollaan niin näitä yrityksenki asioita. (M1)

Työn motiivit ja sisällöt

Elämäntapayrittäjyyden lähtökohtana on usein ainutlaatuinen idea tai palvelu, jota halutaan lähteä tarjoamaan asiakkaille ja jonka toteuttaminen ei ole mahdollista muuten kuin ryhtymällä yrittäjäksi:

Tätä konseptia mitä on nyt kehitelty ja aloteltu, niin ei voi oikein tehdä muitten palveluksessa. Että tämä on niinko ainoa mahdollisuus. Jos tällai meinaa toimia niin. Oma yritys, omat puitteet. (N2)

Elämäntapayrittäjien motivaatio työhön kumpuaa olennaisesti jostakin muustakin kuin matkailijoiden rahastuksesta. Taloudellisen menestymisen sijaan tärkeitä asioita ovat oman ajankäytön hallinta, vapaus ja vastuu, itenäisyys ja sekä työtehtävien kokonaisvaltaisuus (Forsström ym., 2011: Gibb, 2002). Tämä heijastuu niihin rooleihin, joissa yrittäjät arjessaan toimivat, ja yleensäkin työn sisältöön. Myös vieraanvaraisuudella on tässä oma tärkeä roolinsa.

Ylleensäki kun asiakkaat tulee... Se ei ole ensisijainen asia se rahastus. Elikkä sanotaan, sitte kun he tuntee, että he on meän vieraana, ja ne on mielellään... he tietää sitten sen, että sitte täytyy kuitenkin maksaa, mutta se ei ole sillälaila semmonen, ei tule sitä filistä että... (M1)

Se on niin jännää, kun meille tulee matkailija ja mä esittelen tässä on wc, tässä on keittiö, tuolla voitte pestä kädet ja muuta, niin musta se on niin ihana olo, kun ne on niinku meän vieraita. (N1)

Haastateltavat toivat esille sopeutumisen ja sovittelun merkityksen niin asiakkaiden kuin oman arkielämänkin näkökulmasta:

...että jos tulee yks puhelu, niin se saattaa muuttaa koko päivän aikataulun. Eli pitää olla hirveän joustava. Jos ajattelee että teenpä sitä tänään, niin voi olla että enpä teekkään. (N1)

Silloinko asiakkaat pyörii tässä, niin silloin pitää sovittaa yhteen heidän intressejä ja meidän intressejä. (N2)

Matkailun ja matkailutyön muutoksiin liittyen tuli esille kaksi merkittävää asiaa, jotka korostuvat haastateltujen yrittäjien työssä: aitous ja ekologisuus.

...tänä päivänä ihmiset, matkailijat ko tulee, niin ne hakee aitoutta. Niille ei enää tuo feikki käy. Ja sanotaanko että meidän vahvuus on se, että ne tulee muutamaksi päiväksi, muutamaksi tunniksi tänne kattoon tätä meidän arkielämää. Että jos tämä olis niinku tehty heitä varten, niin se ei menis läpi sillälaililla kun se tänä päivänä mennee ku met työskennellään tässä, met tehhään tässä koko ajan. (M1)

Ja sitte tämmönen ekologisuus korostunu, kun me käytetään... kun poronsarvinkinhan on luonnonmateriaali, kun poro vaihtaa luonnossa sarvet, niin ekologisuus on noussu koko ajan esille enemmän. (N1)

Kun meillä on nämä luonnontuotteet tässä mukana. Ja sitte luonnonmukaisuus asumisessa ja palveluissa.. niinkö että millä eri tavoin... voi vielä kehittää näitä luontopalveluja tai luonnon tuotteita, sekä ruuassa että palveluissa. (N2)

Kodin merkitys ja rajat

Tässä aluvussa tarkastelen kodin ristiriitaista merkitystä ja kodin rajoja elämäntapayrittäjyydessä. Koti on käsitteenä monimerkityksinen ja jokaiselle yksilöllinen, mutta yleensä siihen liitetään tietty tuttuuden ja turvallisuuden tunne (ks. s. 143–144). Matkailualan elämäntapayrittäjille, joille koti on sekä työn että asumisen paikka, kodin merkitys on tavallista monimuotoisempi. Koti on myös työpaikka, työn ja vapaa-ajan kohtaamispaikka, yritystoiminnan näyttämö. Koti on elämän perusta; elämä kodissa on työtä ja työ kodissa on elämää.

Koti on... Tässähän se on koko elämä. (M2)

Molemmissa haastatteluni kohteena olleissa yrityksissä asiakkailla on pääsy yrittäjien kotiin, ja yrittäjät suhtautuvat asiakkaisiin avoimin mielin. Haastatteluissa tuli kuitenkin esiin erilaisia käsityksiä kodista. Jollekin koti on aina koti, asiakkaista huolimatta, toiselle taas se on koti varsinaisessa merkityksessä vain silloin, kun asiakkaita ei ole. Koska koti on subjektiivinen kokemus, jokainen haastatelluista yrittäjistä koki sen hieman eri tavoin.

Koti on pesä ja open doors. (N1)

...se on koti sillenko me pistetään tuo etuovi lukkoon. Ollaan me sitte sisäpuolella tai ulkopuolella. Tässä on nyt 7–8 vuoden aikana siihen on tottunut. Se on tavallaan niinko luonnollista, että tuota, sillenko asiakkaita ei ole, se on koti, ja silloin kun asiakkaita on, se on osa sitä ohjelmanpalvelua. (M1)

Niin ja sitä ollaan kotona... Vaikka asiakkaita on, niin sitähän ollaan niinko kotona, vaan käytettävissä jos ne tarvii, muuten ollaan vapaasti. (N2)

Aiemmin jo mainitun vieraanvaraisuuden avulla yrittäjien on helpompi suhtautua yleensä yksityiseksi ja intiimiksi mielletyn kodin rajojen rikkoutumiseen:

Mulle on niinku helpompi ajatella, että asiakkaat on meidän vieraita. Monesti kohtelemme heitä paremmin kuin sukulaisia. (N1)

Matkailijoiden läsnäoloon on voitu tottua jo lapsena:

...kun meän mummolassa oli open doors. Se oli 200 metriä mun kodista. Siellä oli koko ajan porukkaa. Siis oman talon väkeä + matkailijoita. Niin niin se on jännä, vaikka matkailija on tuolla kotona, mulla on aivan erilainen filis. Siis mulla on helppo toimia matkailijoitten kanssa tuolla kotona. Se ei ole ollenkaan rasite, koska mä olen jo niinku tottunu siihen. Että en ole vaivaantunu esimerkiksi siitä että siellä porukkaa on, päinvastoin! (N1)

Koti on yleensä vapaata aluetta työelämän stressistä ja rasitteista (ks. s. 143). Raja kodin ja työn välillä hämärtyy, kun työtä tehdään kodissa ja sen läheisyydessä (Brandth & Haugen, 2012, s. 182). Koti voidaan kuitenkin nähdä paikkana, joka tukee työtä ja arkea, vaikka se on myös yritystoiminnan ydin ja lähtökohta.

Aluksi sitä oli niinkö aina vähän täpinöissään ko asiakkaita, mutta nyt niinkö ei tartte niin sillai.... niuhottaa tai niin valppaana olla, että voi olla ihan rennosti. Iteki osaa olla rennosti. (N2)

Nooh, kyllä se sitten tavallaan ne työasiat jää sitte ku tuon pirtinoven avaa... kun pirtiin mennee, niin ei sitä sillon tule mietittyä niitä niin paljoa. (M1)

Oma asenne ratkaisee pitkälti, minkä verran stressi saa jalansijaa ja miten vieraiden läsnäolo kodissa koetaan:

On tavallaan annettu oma koti vieraiden käyttöön, niin kyllähän se edellyttää sitte myös tietynlaista asennetta, ja ei ole ainakaan siitä kiinni, että päin tapaa paljon mielenkiintosisia ihmisiä ja ja....niin edelleen. Minun mielestä. (M1)

Jos kontrolli ja valta kodin rajoista ja sisäänkäynnistä menetetään, asunto menettää asemansa kotina (Douglas, 1991). Kodin tilaa määrittelemällä yrittäjät voivat säilyttää kodin perinteisen roolin turvapaikkana. Yrittäjä itse määrittää, missä – fyysisesti tai toiminnallisesti – yksityisyyden rajat kulkevat. Rajojen määrittelyn tiukkuudessa on suuria eroja.

Ruokakulttuuri kiinnostaa. Arvaa kuinka paljon mulla on kuvattu nuita mun pakastearkkuja. Mie ihmettelin, missä Meksikon television kuvaaja on, niin se kuvas meidän normaaliääkaappia. Niin mie että sopiihan se sekin... (N1)

Sanotaan että on siinä makuuhuone, missä nukutaan, niin semmonen vähän, yksityistä. (M1)

...kuitenkin me pidetään sitä omaa reviiiriä tärkeänä ja että ei he silloin vapaasti tule tänne pyörimään meän tiloihin, jos heillä ei ole tilattua palvelua, niin se raja pidetään siinä selkeästi. ...jos meillä on hoitoja, niin me ohjataan tuonne hoitotiloihin, mitkä on tuolla kellarissa ja saunat. Niin sitten ohjataan sinne ja missä he saa toimia ja millä tavoin. Että sitten ohjatusti sielläkin. (N2)

Ja sitten tuo piha on semmonen että kesäaikaan me näytetään heille, missä he saa olla ja mitkä kaikki tavarat tai asiat, varusteet on käytössä. Ja kuinka he saa siellä toimia, että sillai ohjatusti. (M2)

Avoimuus liittyy edellä mainittuun aitouteen: kun yrittäjät avaavat kotinsa ovet, myös ulkomaalaiset matkailijat pääsevät näkemään aidon, suomalaisen kodin.

YHTEENVETO

Elämäntapayrittäjyys on tietoinen valinta. Syynä voi olla olosuhteiden pakko tai mahdollisuus palkkatyön päättymisen myötä, mutta ajatus yritystoiminnan aloittamisesta on yleensä muotoutunut pitkän ajan kuluessa. Yrittäjyyteen on voitu kasvaa lapsuudesta alkaen. Elämäntapayrittäjyydessä on kyse työstä, joka on elämäntapa, ja elämäntavasta, joka on työtä. Keskeisiä elämäntapayrittäjyydessä tarvittavia taitoja ovat stressinsietokyky, sopeutuminen ja joustaminen.

Tutkimiltani elämäntapayrittäjiltä arjen ja työn yhteensovittaminen sujuu, jos ei aina täysin vaivattomasti niin kuitenkin tehokkaasti. Heille elämä on työtä ja työ on elämää, ja elämän olennainen sisältö kiteytyy yrittäjyyteen. Koti on keskeinen elämäntapayrittäjyyden näyttämö, jossa työn ja arjen yhteen sovittaminen tapahtuu. Koti saa elämäntapayrittäjyydessä moniulotteisia rooleja ja merkityksiä. Koti nähdään ja koetaan turvapaikaksi, jossa työ ja muut kodin ulkopuoliset asiat voidaan sulkea pois mielestä. Toisaalta koti toimii myös työpaikkana, ja asiakkailta on sinne pääsy. Fyysistä tilaa, kotia, rajaamalla – antamalla asiakkaiden toimia kodissa rajatusti ja ohjatusti – työ

ja arki saadaan pidettyä erillään. Näin koti säilyttää myös kodin varsinaisen aseman ja merkityksen.

Vieraanravaisuus on matkailualan elämäntapayrittäjän roolissa keskeistä: yrittäjät toimivat isäntinä ja emäntinä, ja asiakkaat halutaan kokea vieraina siinä missä sukulaiset ja ystävätkin. Tämä auttaa osaltaan yrittäjiä hyväksymään matkailijoiden läsnäolon omassa kodissa. Toisaalta matkailijat ovat kuitenkin maksavia asiakkaita.

Elämäntapayrittäjyydessä on kyse työstä, josta on tullut elämäntapa, tai toisinpäin. Elämäntapayrittäjät tarjoavat usein ainutlaatuisia palveluita, joissa korostuu esimerkiksi ekologisuus, aitous ja autenttisuus sekä asiakkaiden maksimaalinen viihtyvyys. Elämäntapayrittäjän rooleihin kuuluu myös asiakkaan kuunteleminen ja hänen ajatuksiinsa paneutuminen. Elämäntapayrittäjyys vaatii tietynlaista sitkeää luonnetta ja oikeanlaista asennetta. Matkailualan elämäntapayrittäjyys, kuten matkailuala yleensäkin, on hyvin muutosherkkä; asiat ja tilanteet voivat muuttua hetkessä. Tämä edellyttää yrittäjiltä nopeaa reagointikykyä.

Toivon tutkimukseni herättävän mielenkiintoa yrittäjyyttä kohtaan ja lisäävän ymmärrystä matkailualan elämäntapayrittäjän työn vaativuudesta ja monipuolisuudesta. Tutkimukseni näkökulmana oli nimenomaan yrittäjien näkökulma. Olisi mielenkiintoista tutkia myös sitä, millaisia elämäntapayrittäjien asiakkaat ovat sekä miten he kokevat ja näkevät yrityksen. Matkailualan pienyrittäjyyden tutkiminen ylipäänsä nykyistä enemmän olisi tärkeää. Näin saataisiin lisää tietoa, jota voitaisiin hyödyntää matkailuelinkeinon kehittämisessä.

8



MATKAILIJOIDEN KOKEMUKSIA YKSITYISESTÄ VIERAANVARAISUUDESTA ROVANIEMELLÄ

Sisällönanalyysi sohvasurffaajien haastatteluista

Anna Tolonen



JOHDANTO	156
Johdatus aiheeseen	156
Aiempi tutkimuskirjallisuus	158
Tutkielman kulku	159
PAIKALLINEN YKSITYINEN VIERAANVARAISUUS MATKAILUKOKEMUKSENA	160
Yksityisen ja kaupallisen vieraanvaraisuuden erot	160
Paikallisuus matkailun vetovoimatekijänä	161
Matkakokemukset	163
SISÄLLÖNANALYYSI HAASTATTELUAINEISTOSTA	164
Haastattelut aineistonkeruumenetelmänä	164
Tutkimusetiikka	165
Sisällönanalyysi	166
SOHVASURFFAAJIEN KOKEMUKSET ROVANIEMELLÄ	166
Syyt yksityisen majoituksen valintaan	166
Kokemukset paikallisuudesta	168
Näkemykset yksityisestä vieraanvaraisuudesta	170
YHTEENVETO	173

JOHDANTO

Johdatus aiheeseen

Vuonna 2006 julkaistu Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 esittää maan vahvuudeksi puhtaan luonnon rinnalle ”omaperäistä suomalaista kulttuuria”. Matkailijoiden ja paikallisten asukkaiden vuorovaikutus lisää molempinpuolista ymmärtämystä ja myös muiden kulttuurien ymmärrystä. Ulkomaisien matkailijoiden lisääntyminen ja vieraiden kulttuurien tuntemuksen vahvistuminen kasvattaa Suomen ja suomalaisten kansainvälisyyttä ja suvaitsevaisuutta. (Suomen matkailustrategia 2020.)

Omaperäiseen suomalaiseen kulttuuriin tutustuminen tapahtuu parhaiten, kun matkailijat ovat suorassa vuorovaikutuksessa paikallisten ihmisten kanssa. Yksi keino siihen on yksityiseen vieraanvaraisuuteen pohjautuvan majoitusmuodon valitseminen.

Couchsurfing eli sohvasurffaus on majoitusmuoto, joka perustuu täysin vapaaehtoisuuteen ja vieraanvaraisuuteen. Ilmiöstä kirjoittaa australialainen Brian Thacker (2009) kirjassaan *Sleeping around – A couch surfing tour of the globe*. Sohvasurffaus syntyi vuonna 2004, kun Casey Fenton, amerikkalainen ohjelmoija, halusi löytää yöpymispaikan viikonloppumatkalleen Islannissa. Hän tutki aluksi Reykjavikin hotellihintoja. Havaittuaan ne erittäin korkeiksi hän hakkeroi itsensä Islannin yliopiston opiskelijatietoihin ja lähetti sähköpostitse majoituspyynnön yli tuhannelle opiskelijalle. Hänen viestinsä kuului seuraavasti: ”Saavun perjantaina. Haluan nähdä todellisen Islannin. Haluatko esitellä minulle kotimaatasi?” Fenton sai satoja yhteydenottoja, ja niiden pohjalta sai alkunsa Couchsurfing-sivusto, joka yhdistää majoitusta etsivät ja majoitusta tarjoavat rekisteröityneet käyttäjät (Thacker, 2009, s. 9). Ennen Couchsurfing-sivuston syntymistä matkailijat olivat jo viestineet keskenään samantyyppisellä Hospitality Club -sivustolla. Sen perustivat vuonna 2000 Mensan jäsenet, jotka halusivat tutustua toisiin älyllisesti lahjakkaisiin ihmisiin. Melko pian sivusto kuitenkin avattiin myös muille kuin Mensan jäsenille (Thacker, 2009, s. 10).

Brian Thacker itse innostui sohvasurffauksesta havaittuaan, kuinka helposti sivuston käyttäjän on mahdollista löytää majoitus ja kiinnostavia ihmisiä selailemalla toisten käyttäjien profiileja. Hänen mukaansa sohvasurffauksen kautta saa sekä ilmaisen majoituksen että uuden ystävän, joka tuntee matkakohteen paremmin kuin hotellin ovimies. Kokemus paikallisuudesta on ollut hänen omien matkojensa kohokohta. Thacker kysyy kirjassaan lukijalta, voiko tämä todella sanoa saaneensa kokemuksen paikallisuudesta käymättä

oluella paikallisen henkilön kanssa tämän kantakapakassa (Thacker, 2009, s. 8–11).

Thackerin mukaan sohasurffaus tarjoaa ennen kaikkea kiinnostavia sosiaalisia suhteita. Matkoillaan Thackerin tavoitteena on ollut päästä muutamaksi päiväksi osaksi sellaisten ihmisten elämää, jotka *todella elävät*. Mitä kummallisemmalta ihminen profiilissaan kuulostaa, sen parempi. Hän kuvailee matkakokemustensa olleen kuin sarja näppäilyvalokuvia ihmisten jokapäiväisestä elämästä ympäri maapalloa. Kokemus on tärkeä etenkin nyt, kun teknologia yhdistää ihmisiä mutta pelon politiikka samanaikaisesti ajaa heitä erilleen (Thacker, 2009, s. 13). Thacker on halunnut saada selville arkipäiväisiä asioita, esimerkiksi: katsellaanko eri maailmankolkissa samoja tv-ohjelmia, kuunnellaanko samaa musiikkia ja ovatko ihmisten alkoholinkäyttötottumukset erilaiset. Thackerin mukaan koko nykypäivän maailma on halpalentojen ja huokoisien rajojen takia periaatteessa kaikkien saavutettavissa ja vierailu toisen ihmisen kotona saattaa olla matkailijoille yksi viimeisistä mahdollisuuksista kokea jotakin autenttista (Thacker, 2009, s. 13).

Sohvasurffauksen suosio on kasvanut tasaisesti. Vuonna 2015 Couchsurfing.org-sivustolle rekisteröityneitä sohasurffareita oli jo yhteensä 10 miljoonaa (Share your life, 2015). Myös Suomen Yleisradio on esittänyt Sohasurffajat-televisiosarjaa, jossa kaksi nuorta suomalaisnaista matkustaa maailmalla paikallisten ihmisten kodeissa yöpyen. Ohjelman tekijät kertovat matkasta myös blogissaan. Valitsemassaan yöpymismuodossa heitä kiehtoivat erityisesti se, miten lähelle tavallista elämää he pääsivät ihmisten kodeissa (Yle, 2013).

Couchsurfing-sivustolle on rekisteröitynyt paljon myös Rovaniemellä asuvia henkilöitä. Moni heistä kertoo profiilissaan olevansa kiinnostunut tapamaan paikkakunnalla vierailevia ulkomaalaisia matkailijoita. Olen itsekin yksi sivuston käyttäjistä ja saan jatkuvasti majoituspyyntöjä ulkomaalaisilta sohasurffareilta. Kaupungissa ei tutkimuksen tekemisen aikaan ollut hostellia, jossa olisi voinut majoittua edullisesti dormissa eli jaetussa huoneessa. Rovaniemellä alin hostellihinta henkilöä kohden helmikuussa 2015 jaetussa kahden hengen huoneessa oli noin 50 euroa.

Rekisteröidyin Couchsurfing-sivuston käyttäjäksi, koska haluan tarjota majoituksen niille matkailijoille, joilla ei ole taloudellisia mahdollisuuksia yöpyä kaupungin melko kalliissa hotelleissa. Olen myös avoin uusille tuttavuuksille ja kuuntelen mielelläni muiden ihmisten matkakertomuksia. Yksityisen vieraanvaraisuuden kautta matkailija voi saada uniikkeja kokemuksia matkakohteesta. Yksityistä vieraanvaraisuutta tutkimalla ja sen elementit tiedostamalla on mahdollista löytää Rovaniemen matkailuun näkökulmia, jot-

ka eivät tule esille kaupalliseen vieraanvaraisuuteen kohdistuvassa tutkimuksessa. Yksityisen vieraanvaraisuuden elementit on mahdollista tuoda osaksi kaupallista toimintaa (Nousiainen, 2014, s. 15).

Tarkastelen tutkimuksessani paikallisesta yksityisestä vieraanvaraisuudesta saatuja kokemuksia Rovaniemellä haastatteleamalla sohvasurffanneita matkailijoita. Matkailututkimuksessa sanalla matkailija tarkoitetaan henkilöä, joka yöpyy matkakohteessa joko maksullisessa tai maksuttomassa majoituksessa (Veijola, Ilola & Edelheim, 2013, s. 18). Halusin haastatella sohvasurffareita, koska yksityistä vieraanvaraisuutta hyödyntävät matkailijat sopivat tutkimuksen aihepiiriin. Useilla Couchsurfing-sivustolle rekisteröityneillä henkilöillä on paljon matkakokemuksia, minkä ajattelin tuovan haastatteluihin mielenkiintoisen lisän.

Tutkimuskysymykseni on: Millaisia kokemuksia sohvasurffaajilla on paikallisesta vieraanvaraisuudesta Rovaniemellä? Pääkysymystä tukevia osakysymyksiä ovat: Miksi matkailijat ovat valinneet sohvasurffauksen majoitusmuodoksi Rovaniemellä? Millaisia kokemuksia matkailijat saivat vierailun aikana, kun he valitsivat yksityismajoituksen hotellissa yöpymisen sijaan? Millaisia näkemyksiä matkailijoilla itsellään on yksityisestä vieraanvaraisuudesta?

Aiempi tutkimuskirjallisuus

Vieraanvaraisuuden käsitettä on tutkittu matkailututkimuksessa suhteellisen paljon. Julkaisussa *Omaleimaista palvelualltiutta, Inari-Saariselän matkailutoimijoiden käsityksiä vieraanvaraisuudesta* (Rantala & Hakkarainen, 2014) tarkastellaan vieraanvaraisuuden tematiikkaa matkailualueen toimijoiden näkökulmasta. Tutkimuksessa haastateltujen matkailutoimijoiden vastauksista käy ilmi, että Lapin vieraanvaraisuus poikkeaa muun Suomen vieraanvaraisuudesta. Yhdeksi syyksi nähdään luonnonolosuhteet, jotka ovat usein haastavat ja saavat ihmiset auttamaan toisiaan. Lappilaiseen vieraanvaraisuuteen vaikuttaa myös muuta maata pienempi asukasluku. Lapissa vieraanvaraisuus ilmenee tutkimuksen mukaan ”pyyteettömyytenä ja aitona haluna auttaa pulaan joutuneita” (Nousiainen, 2014, s. 16).

Jennie Germann Molzin ja Sarah Gibsonin (2007) toimittamassa teoksessa *Mobilizing hospitality – The ethics of social relations in a mobile world* tutkitaan vieraanvaraisuutta liikkuvuuden käsitteen näkökulmasta. Matkailijat ovat jatkuvassa liikkeessä, ja yksityisen vieraanvaraisuuden myötä isännän ja vieraan roolit ovat muuttuneet. Germann Molz (2007) kirjoittaa internetyhteisöihin pohjautuvasta liikkuvuudesta ja vieraanvaraisuudesta artikkelissaan ”Cosmopolitans on the Couch: Mobile hospitality and the internet”. Hän esittelee Ramon Stoppelenburgin tapauksen: nuori hollantilaismies matkustaa ympäri

maailmaa yöpyen ihmisten luona, jotka ovat tarjonneet hänelle majapaikan hänen bloginsa *let-me-stay-for-a-day.com*in kautta. Germann Molz pohtii artikkelissaan, ovatko Stoppelenburg ja hänen kaltaisensa sohvasurffaajat siivelläeläjiä (*parasite*), jotka käyttävät hyväkseen toisten ihmisten vieraanvaraisuutta. Yksityisen vieraanvaraisuuden, kuten Couchsurfingin, tavoite on, että tasapainon säilyttämiseksi yhteisö toimisi vastavuoroisesti majoittuen ja majoittaen (Germann Molz, 2007, s. 66). Täysin vieraiden ihmisten majoittamisen syitä ja Couchsurfing-yhteisön sisäisiä suhteita Germann Molz tarkastelee vuonna 2012 julkaistussa teoksessa *Travel connections – Tourism, technology and togetherness in a mobile world*. Hänen mukaansa sohvasurffaus kiinnostaa matkailijoita, koska sitä kautta vieraan on mahdollista päästä kurkistamaan majoittajan kulissien taakse. Perinteisesti tuntemattomat ihmiset on haluttu pitää tietyn etäisyyden päässä, mutta sohvasurffauksessa yhteisön jäsenten välillä vallitseva luottamus ja samanhenkisyys saa heidät ottamaan riskin ja majoittamaan täysin vieraita henkilöitä. Sohvasurffaus perustuu rahan vaihdon sijaan luottamuksen ja anteliaisuuden järjestelmään. Sohvasurffauksen riskinä on, että vieras nauttiikin liikaa majoittajansa vieraanvaraisuudesta ja vastavuoroisuuden järjestelmä järkkyy.

Paikallisten ihmisten arki ja matkailu törmäävät toisiinsa yhä useammin. Matkailun lisääntyessä paikallinen väestö on vaarassa menettää kulttuuriset ominaispiirteensä. Seija Tuulentien (2009) toimittamassa teoksessa *Turisti tulee kylään: matkailukeskukset ja lappilainen arki* tarkastellaan, millaista paikallisten ihmisten elämä on matkailun tuoman muutoksen keskellä. Kirjan artikkeleissa korostuu paikallisten asukkaiden ja matkailijoiden vuorovaikutuksen merkityksellisyys sekä paikallisten ihmisten ottaminen mukaan matkailun alueelliseen kehittämiseen. Näin voidaan välttyä konflikteilta ja myös alueellinen omaleimainen kulttuuri tulee paremmin esille.

Tutkielman kulku

Johdannon jälkeen esittelen aiemman tutkimuskirjallisuuden valossa, miten ymmärrän tutkimuksessani paikallisen yksityisen vieraanvaraisuuden. Ensin tarkastelen, miten matkailututkimuksessa nähdään kaupallisen ja yksityisen vieraanvaraisuuden väliset erot. Sen jälkeen tutkin, miten paikallisuutta voidaan hyödyntää matkailun vetovoimatekijänä. Käyn läpi myös kokemuksen käsitettä ja sitä, miten yksilölliset matkailukokemukset rakentuvat. Lopuksi kokoan teoriasta yhteen tutkimustani palvelevan näkökulman.

Analyysiluvussa esittelen matkailijoiden teemahaastatteluista saatuja tuloksia vertaillen niitä aiempaan tutkimukseen. Yhteenvedossa esitän tutkimuksen tulokset ja pohdin, miten niitä voidaan hyödyntää matkailun kehittämisessä Rovaniemellä.

PAIKALLINEN YKSITYINEN VIERAANVARAISUUS MATKAILUKOKEMUKSENA

Yksityisen ja kaupallisen vieraanvaraisuuden erot

Vieraanvaraisuus on laaja kokonaisuus, johon ruuan ja yösjän lisäksi voi liittyä myös asenteita, tarinoita ja yhteiskunnallista toimintaa. Vieraanvaraisuus voidaan nähdä käyttäytymismalleina, joihin koko yhteiskunta perustuu. Vieraanvaraisuus on prosessi, johon kuuluu saapuminen, viipyminen ja lähteminen. Eri tieteenalat ja toimijat määrittelevät ja näkevät vieraanvaraisuuden usein eri tavoin, mutta yhteistä eri alojen julkaisuissa on, että niissä on yleensä näkökulmana kaupallinen vieraanvaraisuus. (Nousiainen, 2014.)

Yksityinen vieraanvaraisuus, johon sohvasurffaaminenkin perustuu, on voittoa tavoittelematonta toimintaa. Sen tunnusmerkkejä ovat aitous, pyyteetttömyys ja kotioiloissa tapahtuvuus. Toiminta sijoittuu isännän omaan kotiin, jossa hän tarjoaa majoitusta, ruokaa ja juomaa vieraille, jotka eivät asu kyseisessä taloudessa (Nousiainen, 2014, s. 17). Sohvasurffauksessa majoittaja ja majoittuva henkilö pyrkivät interaktiivisuuteen: yhteiseen ajanviettoon, keskusteluihin ja toiselta opittaviin uusiin asioihin. Vieraalla on usein tapana tuoda mukanaan pieni lahja, kuten viinipullo, ja osallistua ruuanlaittoon ja tiskaamiseen (Germann Molz, 2012, s. 96–97).

Sana vieraanvaraisuus ymmärretään sekä arkikielessä että liiketoiminnassa yhdeksi ihmisen ominaisuudeksi tai asenteeksi vierasta kohtaan. Suomen kielessä on olemassa ilmaisu ”vieraan vara”, jolla tarkoitetaan ruuan, juoman ja yösjän tarjoamiseen liittyvää valmistautumista ennen vieraan saapumista. Matkailuala nojaa kaupalliseen vieraanvaraisuuteen, johon lukeutuu maksullinen majoitus, kuljetukset sekä ravintola- ja ohjelmapalvelut (Veijola, Ilola & Edelheim, 2013, s. 18–19). On olemassa myös kaupallista vieraanvaraisuutta, joka tapahtuu kotioiloissa ja jossa jaetaan samat tilat esimerkiksi isäntäperheen kanssa. Tästä tutkijat käyttävät nimitystä ”kaupallinen koti”. Siihen kuuluvat esimerkiksi pienet hotellit, bed & breakfast -paikat sekä perhemajoitus, johon kuuluu samanaikaisesti yksityisiä, kaupallisia ja sosiaalisia piirteitä (Lynch, Di Domenico & Sweeney, 2007, s. 123–124).

Yksinkertaisimmillaan vieraanvaraisuudeksi voidaan ymmärtää se, kun vieraan annetaan levähtää ja sammuttaa janonsa isännän luona. Vieraanvaraisuuteen kuuluvat käytännön teot ja hyvät ajatukset toisesta. Keskeisin tavoite vieraanvaraisuudessa on kuitenkin, että vieras kokee olevansa tervetullut ja että isännällä on pyyteetön halu tarjota juomaa, ruokaa ja majoitusta. (Nousiainen, 2014, s. 20)

Vieraanvaraisuutta tarkastellaan yleensä guest-host -suhteen kautta. Vapaasti suomennettuna kyseessä on vieras-isäntäsuhde. Koska sana isäntä on vahvasti sukupuolittunut, sen käyttö suomalaisissa tutkimuksissa on hieman hankalaa (Nousiainen, 2015, s. 5). Tässä tutkimuksessa käytän vieraan roolissa olevasta henkilöstä sanaa majoittuja ja isännän roolissa olevasta puhun majoittajana. Syynä sanavalintoihini on sohvasurffauksen perusajatus eli ilmaisen majapaikan tarjoaminen.

Yksityistä vieraanvaraisuutta hyödyntävän matkan tarkoituksena on usein sukulais- tai ystävyys-suhteiden parantaminen tai ylläpitäminen. Sohvasurffaaminen poikkeaa tästä täysin, sillä lähes poikkeuksetta majoittaja ja vieras eivät tunne toisiaan etukäteen. Matkailijan motiivina voi olla vain halu kokea uutta sekä siihen liittyvä uteliaisuus ja toive seikkailusta. Yksi syy voi olla myös halu kasvattaa ja kehittää itseään. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero, 1998, s. 36)

Airbnb:n ja Couchsurfingin tapaiset uudet vieraanvaraisuuden muodot kodin ja kaupallisen majoittamisen välillä ovat antaneet syyn kyseenalaistaa totuttuja käsityksiä vieraan ja vastaanottajan välisistä suhteista ja itse vieraanvaraisuudesta. Jos vieraanvaraisuutta ajatellaan etiikkana, se poistaa vastaanottajan olemassaolon, hänen oikeutensa kotiinsa ja omaisuuteensa sekä määräysvallan – ja tekee meistä kaikista toistemme vastaanottajia ja vieraita. (Nykänen ja Veijola, 2013, s. 93)

Paikallisuus matkailun vetovoimatekijänä

Sohvasurffaus voidaan nähdä kulttuurisesti vastuullisena matkailuna, sillä se auttaa ymmärtämään kulttuurien välisiä eroja. Molemminpuolinen kunnioitus matkailijoiden ja paikallisten välillä lisääntyy, kun vieras ja isäntä jakavat saman asunnon. Jos molempien kokemus vierailusta on hyvä, myös vieraanvaraisuuden kulttuuri kehittyy. Matkailijoiden positiiviset kokemukset vahvistavat paikallisten isäntien kotiseutuylpeyttä, varsinkin jos matkailijat ovat tulleet vierailulle kaukaa. Matkailijat saavat mielekkään vuorovaikutuksen kautta merkityksellisiä kokemuksia ja elämyksiä. (Veijola, Ilola & Edelheim, 2013, s. 22.)

Kaikilla alueilla on oma identiteettinsä, ja alueet tunnetaan niiden historialta, kielistä ja kulttuureista. Aluetietoisuuden emotionaaliseen aspektiin kuuluvat paikkaan liittyvät stereotypiat ja käsitykset. Kaupungeista puhuttaessa voidaan puhua esimerkiksi ”aluehengestä” (Latvala, 2006, s. 178). Lappia ja Rovaniemeä paikkana määrittävät pohjoiseen liittyvät mielikuvat ja näkemykset. Keskus-marginaali -erottelua käytetään usein maantieteellisessä tilassa havaittujen erojen ja eriarvoisuuksien analysoinnissa. Marginaaliksi

oletetut paikat synnyttävät nostalgiaa ja niissä on lumousvoimaa. Vastakohtana keskusta määrittäville tehokkuudelle ja rationaalisuudelle pohjoiseen liitetään mielikuvia alkuperäisestä luonnosta ja luonnon rauhasta (Keskitalo-Foley, 2006, s. 132).

Elämyksellinen kulttuuri tuottaa alueelle ominaiset symboliset koodit sekä konkreettiset kulttuurin muodot, kuten elämäntavat, kulttuurimaisemat, rakennukset ja muut alueellisen identiteetin rakentumisen välineet. Alueellinen identiteetti on yksi aluesuunnittelun avainsanoista. Jo 1980-luvulta asti on korostettu alueyhteisöissä toimivien ihmisten suhdetta alueellisen identiteetin rakentumiseen. Heidän tulisi nähdä itsensä osana alueellista yhteisöä ja tavoitella yhteisiä päämääriä. Tutkimukset ovat osoittaneet kulttuurin edistävän kansainvälistä kilpailukykyä, parantavan tuottavuutta, kohentavan työllisyyttä ja elvyttävän matkailua. Kulttuurilla on imagon kautta myös taloudellista merkitystä. Alueellinen imago on taloudellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kehityksen mutkikas tulos, johon vaikuttavat ihmisten elämäntavat, elinkeinotoiminta, arkkitehtuuri ja alueen esteettiset erityispiirteet. Myönteinen alueellinen imago houkuttelee matkailijoita ja uusia asukkaita ja jopa helpottaa yritystoiminnan kehittymistä. (Lakso & Kainulainen, 2001, s. 36–38.)

Matkailutalouden suhdetta paikallisuuteen määrittää paljon se, onko paikallisväestön tai paikallisen kulttuurin mahdollista osallistua matkailutalouteen ja vaikuttaa vaikkapa matkailun hyötyjen jakautumiseen tai sen tuottamiin paikallisuuden representaatioihin (Saarinen, 2006). Matkakohteista luodut mielikuvat ovat perinteisesti olleet pitkälti matkailuorganisaatioiden ja viiranomaisten luomia (Isotalo, 2001, s. 138).

Niin sanotussa uudessa matkailussa korostuu aitous, pienimuotoisuus, yksilöllisyys ja paikallisuus (Saarinen, 2006, s. 77). Vain vahva paikallinen kulttuuri mahdollistaa globaalissa maailmassa menestymisen. Kun ostamme erilaisia tuotteita, kulutamme samalla joitakin paikkoja ja niiden ominaisuuksia. Otamme jotain paikkojen sosiaalisesta ja kulttuurisesta voimasta, kun hankimme niiden nimiin liitettyjä tuotteita. Samalla kulttuurisektorin rooli korostuu tärkeänä paikallistalouden kilpailutekijänä. Kulttuuri synnyttää paikallistunteen, jonka avulla kaupungit erottuvat toisistaan globalisoituvasa maailmassa. (Cantell, 2001, s. 56–57.)

Matkailijoiden ja paikallisten asukkaiden välinen vuorovaikutus on tärkeä osa matkailun sosiaalista kestävyyttä. Kestävän matkailun toimintaohjeissa nousee esiin matkailijoiden ja kohdealueen asukkaiden välisten suhteiden vaaliminen. Paikallisväestöllä on kaksi tärkeää roolia: he voivat vaikut-

taa matkailun tulevaan kehitykseen ja olla samalla osa kohteen vetovoimaa. (Mettiäinen, Uusitalo & Rantala, 2009, s. 209.)

Matkakokemukset

”Ei ole olemassa yhtenäistä matkailijaa: toiveet, maut ja mieltymykset vaihtelevat; jopa yksittäisen turistin toiveet sirpaloituvat; hän kokoaa kokemuksia koriinsa kuin asiakas purkkeja marketista: joskus mukaan osuu jotain aitoa, joskus rihkamaa, mutta asiakkaan riemu ja pettymys ovat aina yhtä todellisia” (Riukulehto, 2001, s. 12). Ei ole epäilystäkään, etteivätkö kokemukset olisi matkailijalle merkityksellisiä.

Matkaan liittyvät kokemukset ovat matkailijan näkökulmasta katsottuna matkailun keskeisintä sisältöä. Monika Lüthje (2001, s. 11) muotoilee matkakokemuksen tarkoittavan ”matkaan liittyvää koettua tapausta, elämystä tai kokemalla saatua matkustamiseen liittyvää tietoa tai taitoa”. Matkailija kulluttaa kokemuksia jo matkaa odottaessaan, matkan aikana ja matkan jälkeen omissa muistoissaan. Kokemuksilla mitataan myös matkailijoiden tyytyväisyyttä matkan jälkeen. (Lüthje, 2001, s. 11–14)

Matkailu on yhä enemmän suuntautumassa kohti elämysteollisuutta. Elämykset ovat myytäviä ja ostettavia tuotteita, ja ne voidaan nähdä kokemuksia ”turistisempina”. Matkailukokemusten voidaan nähdä viittaavan tiedostavampaan ja omatoimisempaan matkailuun ja matkailijaan. Omatoiminen matkailija ei välttämättä ole halukas kuluttamaan valmiita palveluja ja elämyksiä eli ”räätelöityjä” kokemuksia. Omatoimimatkailijoitakin voidaan kuitenkin ohjata kohti matkailukokemusten saamista erilaisin tuottein. Näihin kuuluu ennakkotietämystä rakentava materiaali, kuten matkaoppaat, videot ja miksei paikallisen majoittajan tietämyskin. (Saarinen, 2001, 89–90.)

Matkailijalla on tietynlaisia mielikuvia kohteesta jo ennen kohteeseen saapumista. Ennakkokäsitykset pohjautuvat erilaisista matkailuesitteistä, internetsivustoilta ja tv-dokumenteista välittyneisiin mielikuviiin. Ne ovat voineet syntyä myös muiden paikassa vierailneiden ihmisten kuvailujen perusteella. Erään tutkimuksen yhteydessä Lapin matkailukeskuksissa haastatellut matkailijat kertoivat, etteivät ennakkomielikuvat olleet verrattavissa itse kohteessa syntyneisiin kokemuksiin. Matkakohteen eri puolia esille tuodessaan matkailijat vertailivat niitä muista samantyyppisistä paikoista saamiinsa kokemuksiin. Matkailijoiden omakohtaisten kokemusten kautta tärkeiksi tulleet paikat ja piirteet korostuivat matkailijoiden puheessa. (Rantala, 2009, s. 110, 125.)

Matkailijoilla on omat ennakkokäsityksensä paikoista, ja matkakohteet koetaan yhä yksilöllisemmin erilaisten aktiviteettien kautta. Voidaankin olettaa,

että paikalliseen kulttuuriin ja ympäristöön liittyvien kysymysten merkitys kasvaa. (Tuulentie, 2009, s. 102.)

Matkailuesitteissä ei yleensä esitellä paikallista arkea (Tuulentie, 2009, s. 95). Jotta matkailijalle piirtyisi kuva paikallisuudesta, hänen tulisi päästä vuoro-vaikutukseen paikallisten ihmisten kanssa. Muilta kohteessa vierailleilta ihmisiltä saadut tiedot ovat mahdollisesti jo muovanneet matkailijan ennakkokäsityksiä paikasta ja paikallisuudesta. Matkakokemukseen vaikuttaa suuresti majoitusmuoto. Jos matkailija valitsee kaupallisen vieraanvaraisuuden muodon majoituksineen ja ohjelmapalveluineen, hänen kokemuksensa paikallisuudesta on hyvin erilainen kuin yksityismajoituksessa, johon kuuluu ajan viettäminen majoittajan kanssa ja ruokailu kotioloissa.

Seuraavissa luvuissa esittelen käyttämäni tutkimusaineiston ja tarkastelen sen avulla, millaisia ovat Rovaniemellä sohasurffanneiden matkailijoiden kokemukset paikallisuudesta. Pohdin myös, millainen kokemus olisi ollut, jos he olisivat valinneet yksityisen sijaan kaupallisen vieraanvaraisuuden.

SISÄLLÖNANALYYSI HAASTATTELUAINEISTOSTA

Haastattelut aineistonkeruumenetelmänä

Tutkimusaineistoni koostuu viiden ulkomaalaisen sohasurffarin teema-haastatteluista. Tapasin ja haastattelin matkailijoita, jotka vierailivat Rovaniemellä tammi–helmikuun 2015 aikana. Sopivat haastateltavat löytyivät melko helposti Couchsurfing-sivustolta. Aloitin aineiston keräämisen jo hyvissä ajoin tammikuussa, koska tiesin, että haastatteluihin ja niiden purkamiseen kuluu paljon aikaa.

Kaksi haastateltavistani oli naisia ja kolme miestä. Iältään he olivat 23–30-vuotiaita. Haastateltavat edustavat useita kansallisuuksia: kaksi heistä oli kotoisin Saksasta, yksi Puolasta, yksi Tšekistä ja yksi Meksikosta. Kaksi heistä oli matkalla yhdessä. Haastateltavat viipyivät Rovaniemellä 2–3 päivää.

Tein haastatteluissa yhteistyötä Nanna Hallikaisen kanssa (ks. luku 4). Yhteinen aineistomme koostuu neljästä haastattelusta. Yhden haastattelun teimme aikataulukiireiden takia kumpikin vain omien kysymystemme pohjalta. Hallikaisen teemahaastattelurungon pohjalta sain tietoa myös matkailun turvallisuuteen ja riskien ottamiseen liittyvistä asioista, mutta keskityn omassa tutkimuksessani ainoastaan Rovaniemellä syntyneisiin matkakokemuksiin (ks. liite 3).

Haastattelut kestivät tunnista kahteen tuntiin. Teimme haastattelut yksilöhaastatteluina lukuun ottamatta kahta yhdessä matkustanutta henkilöä, joita haastattelimme vuorotellen. Tein haastattelut asunnossani, sillä halusin varmistaa, ettei nauhalle tule kahvilan taustahälyä ja että haastattelutilanne on mahdollisimman rento. Matkailijoilta pyydettiin haastattelutilanteessa lupa haastattelun käyttöön tutkimusaineistona. Heille kerrottiin, millainen tutkimus on kyseessä ja että haastattelut anonymisoidaan valmiissa tutkimuksessa. Nauhoitimme kaikki haastattelut ja litteroimme molemmat oman aineistomme. Litterointi kesti haastattelun pituudesta riippuen noin 5–10 tuntia. Välillä jouduin kuuntelemaan tallennetta useampaan kertaan, että sain poimittua oikeat sanat. Litterointia vaikeutti ja ajallisesti pidensi jonkin verran se, että haastattelukieli oli englanti ja sanojen oikeinkirjoitusta oli välillä aiheellista tarkistaa.

Haastattelu sopi hyvin tutkimukseni aineistonkeruumenetelmäksi, koska halusin kuulla ennen kaikkea ihmisten kokemuksista. Haastattelun avulla voi selvittää, mitä ihmisellä on mielessään. Se on eräänlaista keskustelua – tosin tutkija tekee aloitteen ja johdattelee keskustelua. Haastattelu on myös vuorovaikutusta, jossa kumpikin osapuoli vaikuttaa toiseensa (Eskola & Suoranta, 1998, s. 86–89). Itse koin haastattelut erittäin antoisina, ja ne muuttivat ja avarsivat myös omia käsityksiäni matkailusta ja sen ilmiöistä.

Teemahaastattelussa aihepiiri on ennalta rajattu. Kaikki tema-alueet käydään haastattelutilanteessa läpi, mutta myös vapaalle keskustelulle ja haastateltavan puheelle annetaan tilaa ja se huomioidaan (Eskola ja Suoranta, 1998, s. 87). Valitsin teemahaastattelun, koska halusin haastattelun vastaavan tutkimukseni teoreettisen viitekehyksen ja tutkimuskysymysten sisältöä.

Tutkimusetiikka

Tutkimusetiikka ohjaa haastatteluiden tekoa. Kaksi keskeistä käsitettä siinä ovat anonymiteetti ja luottamuksellisuus (Eskola & Suoranta, 1998, s. 57). Tutkijana minun on kunnioitettava haastateltavan yksityisyyttä ja otettava huomioon haastattelun haitat ja riskit. Haastatteluissa on tärkeintä molemminpuolinen luottamus. Haastattelijan on oltava haastateltaville rehellinen haastattelun tarkoituksesta ja säilytettävä saamansa tiedot ja haastatteluaineisto poissa ulkopuolisten silmistä. Tutkimusraporttia kirjoitettaessa on pidettävä huolta haastateltavien anonymiteetin säilyttämisestä (Tiittula & Ruusuvoori, 2005, s. 17).

Ennen haastattelun aloittamista ja sen nauhoittamista tarvitaan haastateltavalta haastattelulupa. Haastateltavalle voi antaa kirjallisen selosteen, joka sisältää tutkijan yhteystiedot mahdollista myöhempää yhteydenottoa varten

(Tiittula & Ruusuvaori, 2005, s. 18). Haastattelun jälkeen haastattelun tekijä on vastuussa aineistosta, sen säilyttämisestä ja mahdollisesta hävittämisestä (Eskola & Suoranta, 1998, s. 57–58).

Tässä tutkimuksessa haastatellut ulkomaalaiset sohvasurffaajat ovat kaikki vieraan kulttuurin edustajia. Haastattelijan on otettava huomioon erilaisten sosiaalisten maailmojen kohtaaminen ja kulttuuriset erot. Kulttuurierot saattavat nousta haastattelutilanteessa merkityksellisiksi. (Rastas, 2005, s. 80, 83.)

Sisällönanalyysi

Laadullisen tutkimuksen analyysimenetelmistä käytin tässä tutkimuksessa sisällönanalyysia. Sisällönanalyysi tarkoittaa kommunikaation sisällön systemaattista, objektiivista ja määrällistä kuvailua varten soveltuvaa tutkimustekniikkaa (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 105). Tarkastelin aineistoa etsien yhtäläisyyksiä ja eroja, eritellen ja tiivistäen. Ideana on laadullisen aineiston vertailu ja siitä sisäisesti kestävien yleistysten tekeminen (Eskola ja Suoranta, 1998, s. 187–188). Analyysin on tavoitteena saavuttaa malli, joka olisi sopusoinnussa koko aineiston kanssa. Sisällönanalyysi voidaan nähdä erilaisina tapoina luokitella ja järjestää laadullista aineistoa. Lähdin tekemään sisällönanalyysia perinteisellä analyysimallilla eli teorialähtöisesti aloittaen analyysirungosta. Näin aineiston analyysia ohjasi jo aiemman tutkimustiedon perusteella luotu kehys. Jaoin aineistoa sen sisälle aluksi erilaisiin luokkiin ja kategorioihin tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen pohjalta. Analyysirungon ulkopuolelle jäävästä aineistosta muodostetaan teorialähtöisessä analyysissä induktiivisen sisällönanalyysin periaatteita noudattaen uusia luokkia (Tuomi & Sarajärvi, 2013, s. 107–117).

SOHVASURFFAAJIEN KOKEMUKSET ROVANIEMELLÄ

Syyt yksityisen majoituksen valintaan

Kaikkia haastateltuja yhdisti se, että he matkustavat paljon ja usein. Kolme heistä oli vierailut Suomessa aiemminkin, mutta vain yksi oli käynyt aikaisemmin Rovaniemellä asti. Henkilöiden sohvasurffaushistoria vaihteli: kolme heistä oli majoittunut aiemmin sohvasurffauksen kautta ja kaksi oli myös itse majoittanut matkailijoita. Kaikkien suunnitelmissa oli jatkaa sohvasurffausta etenkin yöpymällä itse muiden luona. Niidenkin tavoitteena, jotka eivät olleet vielä toimineet majoittajina, oli mahdollisuuksien mukaan tarjota myös itse yöpaikka tulevaisuudessa.

Merkittävä syy Rovaniemelle saapumiseen oli halu kokea oikea suomalainen talvi, erityisesti lumen paljous, pimeys ja kylmä sää, sekä nähdä revontulet.

Yksi haastatelluista oli matkustanut Rovaniemelle valokuvauskurssia varten. Toinen matkailija kertoi, että valitsi matkakohteeksi Rovaniemen, koska Helsinki on hänelle liian eurooppalainen eikä siellä pysty kokeilemaan ainutlaatuisia asioita, kuten koiravaljakkoajelua. Hän halusi ehdottomasti ylittää napapiirin ja saada siitä diplomin, koska piti paikkaa niin eksoottisena.

Pohjoisen eksoottisuus oli siis vaikuttanut suuresti Rovaniemen valikoitumiseen matkakohteeksi. Lappiin oli tultu kaukaakin näkemään revontulia ja rekikoiria. Osa haastatelluista toivoi myös kokevansa vihdoinkin kunnan pakkasen. Muutamat matkailijat olivat jo käyneet Pohjois-Ruotsissa, mutta Rovaniemen matkalta toivottiin vielä kovempia pakkasia ja enemmän lunta. Lisäksi haluttiin tavata joulupukki. Matkailijoilla oli vahvat mielikuvat siitä, miltä talvinen Rovaniemi ja Napapiirin pajakylä näyttävät.

Haastatelluilla oli erilaisia syitä siihen, että he olivat valinneet majoitusvaihtoehdoksi sohvasurffauksen. Eräs heistä sanoi, ettei halunnut majoittua yksin hotellihuoneessa. Hän halusi saada seuraa paikallisesta ihmisestä, ja jos hän olisi valinnut hotellimajoituksen, suuri osa Rovaniemellä vietetystä ajasta olisi kulunut yksin hotellihuoneessa. Toinen, niin ikään yksin matkustanut henkilö kertoi halunneensa seuraa, neuvoja ja apua paikalliselta majoittajalta. Hänen mukaansa Lappiin matkustetaan perinteisesti ryhmissä, ei yksin. Myöskään yöpyminen hostellissa ei houkuttanut haastateltuja. He eivät olleet kiinnostuneita viettämään aikaa muiden turistien kanssa ja kuuntelemaan heidän keskustelujaan. Useimmat haastatellut kertoivat, että kotimajoituksessa pääsee näkemään, miten paikalliset ihmiset asuvat, mitä he tekevät vapaa-ajallaan ja miltä suomalaisten kodit näyttävät. He hämmästelivät esimerkiksi suomalaista kylpyhuonetta, ikkunoita ja astiankuivauskaappia keittiössä. He uskoivat myös oppivansa enemmän matkakohteesta paikallisilta ihmisiltä kuin hotellin henkilökunnalta. Yksi matkailija korosti sitä, että sohvasurffauksen kautta tapaa ihmisiä, joita ei normaalisti tapaisi.

Sohvasurffaajien vastauksissa tulee esille halu tutustua paikallisväestöön ja heidän kulttuuriinsa. Haastatellut arvostivat enemmän paikallisten ihmisten kuin muiden matkailijoiden seuraa. Sohvasurffarit toivoivat saavansa seuraa, neuvoja ja apua paikallisilta majoittajilta. Sohvasurffaajatkin voivat siis muiden omatoimimatkailijoiden tavoin kaivata ohjausta matkailukokemuksen hankkimiseen (Saarinen, 2001, s. 89–90). Majoittajan kodin kuvailussa ja hämmästelystä näkyy pääsy ”kulissien taakse” (Germann Molz, 2012, s. 88). Syyt yksityisen vieraanvaraisuuden valintaan yltävät siis myös kiinnostukseen siitä, miltä paikallinen koti näyttää.

Toinen merkittävä tekijä majoitusmuodon valitsemisessa oli raha. Kaksi haastateltua mainitsi etsineensä majoituksen Couchsurfing-sivultolta, koska Rovaniemen hotelli- ja hostellihinnat ovat hyvin korkeat. Taloudelliset tekijät vaikuttavat siis yksityisen vieraanvaraisuuden valitsemiseen. Aiemmissä tutkimuksissa taloudellisista motiiveista ei löytynyt tietoa; enemmän korostettiin sosiaalisen pääoman ja uusien kontaktien hankkimista sohasurffauksen avulla. Germann Molzin (2012, s. 109) tapaamat sohasurffaajat puhuivat avoimesti rahataloutta ja kaupallisuutta vastaan.

Kokemukset paikallisuudesta

Useampi haastatelluista mainitsi pitäneensä ennen vierailuaan suomalaisia melko ujoina ja hiljaisina. He kertoivat yllättyneensä siitä, kuinka avoimia ja puheliaita ihmiset itse asiassa olivat. Myös majoittajien englannin kielen taito osoittautui odotettua paremmaksi. Majoittajia kuvailtiin vieraanvaraisiksi ja anteliaiksi. Yhteistä aikaa ja majoittajien kanssa käytyjä keskusteluja arvostettiin suuresti. Kahden haastatellun huippuhetki matkalla oli, kun he pääsivät pelaamaan Trivial Pursuitia majoittajan ja tämän ystävien kanssa. Näin he pääsivät näkemään, kuinka paikalliset opiskelijat asuvat ja viettävät vapaa-aikaansa. Peli opetti heille uusia asioita Suomesta.

It was fun the Trivial pursuit game, many details about Finland. We learned a lot, it was amazing. In a hotel, no way!

Samoille haastatelluille oli tärkeää laittaa ruokaa ja syödä ateria yhdessä majoittajansa kanssa. Samanlaista kokemusta ei saa hotellissa yöpymällä.

I think that the host is welcoming you, home is comfortable. That they care about what you want or want to make dinner together. Decide together what is tasty. Eating together is part of the experience. You can't do that in a hotel.

Paikallisten majoittajien kohtaaminen ja heidän kanssaan ajan viettäminen osoittautui siis myönteiseksi kokemukseksi. Tärkeää oli, että majoittaja oli vieraanvarainen ja että hänen kotinsa oli miellyttävä paikka viettää aikaa (ks. myös Nousiainen, 2014, s. 20). Myös Germann Molzin (2012) tutkimuksessa korostui majoittajan ja majoittujan yhdessä viettämä aika. Sohasurffauskokemukset pohjautuvat usein yhdessä ateriointiin, yhdessä jaettuun tilaan, yhteisiin aktiviteetteihin ja yhteisiin keskusteluihin (Germann Molz, 2012, s. 102). Rovaniemellä sohasurffanneet henkilötkin korostivat yhteisen pehketken ja aterian merkitystä. Sattumalta juuri lautapelin kautta he pääsivät oppimaan uusia asioita Suomesta. Sekä lautapelistä että aterioinnista he toteusivat, että näitä kokemuksia ei voisi kuvitella hotelliympäristöön.

Kaikki haastatellut vierailivat itsenäisesti Arktikumissa ja Joulupukin pajakylässä. Muita kokemuksia olivat muun muassa rekikoira-ajelu, Arctic Rally -tapahtuman avaus, Couchsurfing-tapaaminen, syöminen paikallisissa ravintoloissa sekä illan viettäminen karaokebaarissa ja yökerhossa. Eräs matkailija hämmästeli, miten Rovaniemellä voidaan asua lumen keskellä ilman kaaosta toisin kuin kotona Englannissa. Hän näki myös ensimmäistä kertaa jääkiekkokaukalon. Kansainvälisten ketjujen, kuten Starbucksin ja Subwayn, puuttuminen katukuvasta herätti ihmetystä, mutta samalla tunnettujen suuryritysten puuttuminen miellytti. Rovaniemi koettiin kuitenkin kaupunkina melko kaupalliseksi.

...sometimes when you go to another part of world it's pretty much the same brands everywhere. McDonalds, Starbucks...Subway. But not here, I don't know. Maybe it's because this is too far north. For me it's good to see there are still places which are not crowded by these brands. I expected to see them also here. I am happy they are not here yet.

Well I knew before that Rovaniemi is very commercial, you know the Santa Claus and all these kind of things. I saw it as a commercial paradise in the middle of wilderness of Lapland. And I think it is kind of like this also. So I think it's good something like this... because it's good for the Lapland's economy that many tourists come here.

Monikansallisten kahvila- ja ravintolaketjujen puuttuminen koettiin siis myönteiseksi. Juuri pienimuotoisuuden ja paikallisuuden pitäisikin uudessa matkailussa korostua, jotta saavutettaisiin kilpailukykyinen asema matkailumarkkinoilla (Saarinen, 2006; ks. myös Cantell, 2001, s. 56–57).

Ruokailu paikallisissa ravintoloissa (ravintola Nili ja ravintola Joulupukin pajakylässä) koettiin saman aikaan suomalaiseksi ja matkailijoille suunnatuksi kokemukseksi. Matkailijat maistelivat perinteisiä lappilaisia ruokia, kuten poronlihaa, mutta he panivat merkille, että kaikki muutkin ruokailijat ravintolassa olivat turisteja. Muut matkailijat samassa tilassa koettiin tässäkin kielteiseksi asiakksi. Sohvasurffarit toivoivat pääsevänsä syömään paikallista ruokaa ilman muiden turistien läsnäoloa. ”Turistiravintola” voidaan nähdä elämysteollisuuden tuotteena, kun matkailijat haluavatkin mahdollisimman aitoja kokemuksia eli syödä siellä, missä paikallisetkin käyvät (Saarinen, 2001, s. 89–90).

Sohvasurffaajat näkivät hyväksi asiakksi sen, että turismi, jouluteema ja kaupallisuus on keskitetty Napapiirille eikä kaupungin keskustaan. Heidän etukäteismielikuvissaan kaupunki oli näkyvämmiin turismiin keskittynyt, mut-

ta paikan päällä se näyttäytyikin aivan tavallisena modernina suomalaisena kaupunkina ostoskeskuksineen.

I thought the city centre would be like this: like reindeer standing, artificial big reindeer, elves, like everything being like come in, buy. And it's really like modern city. I could say that city centre is just like shopping malls...

Paikalliset asukkaat (ravintoloiden henkilökunta ja kassatyöntekijät) olivat haastateltujen mielestä hyvin ystävällisiä ja avuliaita. Haastatellut pitivät kaupunkia sopivan kokoisena, vaikka se onkin kasvanut laajaksi. Heitä miellytti myös metsä keskustan läheisyydessä. Keskusta-alueella melkein kaikki paikat olivat kävelyetäisyyden päässä, toisin kuin kotona ja aiemmissa matkakohteissa.

Koska majapaikat sijaitsivat kauempana keskustasta kuin ydinkeskustaan keskittyneet hotellit, matkailijat tulivat myös liikkuneeksi Rovaniemellä laajemmalla alueella. Kaupungin koko ja luonnon läheisyys koettiin siis myönteisiksi asioiksi. Rovaniemeä, kuten koko Lappia, markkinoidaan usein luontomatkailulla ja joulupukilla. Toisaalta nuoret matkailijat olivat tyytyväisiä myös kaupungista löytyviin tapahtumiin ja palveluihin.

It is nice to in comparison to have a city which is a bit bigger in size, not so crowded and small, I mean you can walk from here to nice park or small lake. It is a nice walk.

Vaikka kaupunki oli joidenkin mielestä kaupallisempi kuin he olivat odottaneet, haastatteluista välittynyt yleiskuva Rovaniemestä oli myönteinen. Esimerkiksi yksi matkailija korosti myönteisessä mielessä Rovaniemen kaupunkikuvan ja elinolojen erilaisuutta verrattuna hänen omaan asuinmaahansa ja -paikkaansa. Tämä liittyy alueelliseen imagoon, johon vaikuttavat ihmisten elämäntavat, elinkeinotoiminta, arkkitehtuuri ja alueen esteettiset erityispiirteet. Myönteiseksi koettu imago voi houkuttaa alueelle lisää matkailijoita (Lakso & Kainulainen, 2001, s. 36–38).

Näkemykset yksityisestä vieraanvaraisuudesta

Haastateltavat kuvailivat sohasurffausta omalta mukavuusalueelta poistumiseksi. Kaupalliset majoitusmuodot eivät voi heidän mukaansa tarjota samanlaisia ikimuistoisia kokemuksia kuin yksityinen vieraanvaraisuus. Sohasurffauksessa kumpikin osapuoli hyötty vierailusta – kokemus rikastuttaa molempia. Tässä tapauksessa rikastumisella tarkoitetaan sosiaalista ja kulttuurista pääomaa.

Matkailijoiden puheessa tuli esille hyvän vaikutelman antaminen omasta kotimaasta ja myös se, miten sohvaurffauskokemus auttaa näkemään oman kotimaan uudella tavalla. Vastaavasti majoittajaa pidetään oman maansa kasvoina ja hänen oletetaan käyttäytyvän mahdollisimman hyvin. On tärkeää, että majoittava henkilö on varautunut vieraiden tuloon ja esimerkiksi siivonnut asuntoa.

I think it's just being nice and be open minded and maybe not to have very dirty apartment. But my host for example has very nice, very organised apartment, I was first shocked when I came in.

...they already knew that I would be coming, so it was really nice and yeah we got great conversation and it was amazing. They were very hospitable and generous, so they gave me a map right in the beginning, so I was really surprised. But I think it was also because they were big travellers. They did like a half of the world hitchhiking, so they have been also staying with local people, so they may know how good option that is, how lifesaving that could be sometimes. So they were very well prepared, they had one room that is especially prepared for guests. There were like five mattresses, you can choose whatever you want. It felt like I was a member of a family, it was really great.

Rovaniemeläiset majoittajat saivat matkailijoilta hyvää palautetta. Erityisesti kielitaitoa ja ystävällisyyttä kiiteltiin. Kuten edellä on todettu, jos sekä majoittajan että vieraan kokemus vierailusta on hyvä, myös vieraanvaraisuuden kulttuuri kehittyy. Matkailijoiden positiiviset kokemukset vahvistavat paikallisten isäntien kotiseutuylpeyttä ja matkailijat saavat mielekkään vuorovaihtuksen kautta merkityksellisiä kokemuksia ja elämyksiä (Veijola, Ilola & Edelheim, 2013, s. 22).

Eräs haastateltu kertoi, että hän oppii paljon enemmän ihmisiltä kuin esimerkiksi museossa vieraillessaan. Muiden ihmisten kanssa vietetty aika on hänelle arvokkaampaa. Ihmisiltä oppii aivan eri asioita kuin vaikkapa historian tunneilla koulussa.

I've spent a lot of time with people because for me it's much more valuable. It's like you get to know many other things that are really useful. Because history is the measure of your culture of course but it doesn't help you so much and if you get to know somebody that comes to your country, who is from abroad, so you don't propose like a pork or milk for a muslim or something. So this is the thing that we don't get taught at school, you just get to know it by travelling.

Haastateltujen kertomuksissa tuli selvästi ilmi, että sohvasurffauksen kautta on mahdollista nähdä asiat paikallisen näkökulmasta ja oppia asioita, joita ei kerrota matkaoppaissa. Paikallisväestö ja heidän paikallistietoutensa muodostavat siis osan matkakohteen vetovoimasta (Mettiäinen, Uusitalo & Rantala, 2009, s. 209). Yksi matkailija kertoi esimerkin Italian-matkaltaan. Hän oli nähnyt mielenkiintoisen graffitiseinän ja olisi halunnut saada tietoa tekstien merkityksistä. Koska hän oli matkalla vanhan äitinsä kanssa eikä siksi voinut yöpyä paikallisten ihmisten luona, hän jäi vaille tietoa mielenkiinnon kohteestaan. Hänen mukaansa paikalliset ihmiset osaavat parhaiten vastata hänen kysymyksiinsä ja kertoa alueen historiasta.

And local people always know these things you know. So this is the best part, whatever you have in your mind, you can ask directly and you get the best answer. Even if they don't know you just realise that okay, it's nothing really important if the local people don't know it or at least very minor.

Kuten aiempikin tutkimus on tuonut esille (Germann Molz, 2012), majoittajan ja majoittujan välillä käydyt keskustelut mahdollistavat toisesta ihmisestä, maailmasta ja myös itsestä oppimisen. Keskustelujen syvyyteen vaikuttaa se, että sohvasurffaajat viipyvät kohteessa verrattain vähän aikaa; yleensä kyse on vain muutamasta päivästä. (Germann Molz, 2012, s. 106–107.)

Vieraiden ja majoittajien suhde muuttuu kuitenkin haastateltujen mukaan helposti ystävyudeksi. Yksi haastateltava, joka oli harrastanut sohvasurffausta muita pitempään, kertoi saaneensa sivuston kautta elinikäisiä ystäviä, joihin hän pitää jatkuvaa yhteyttä. Hänen sohvasurffauskokemuksensa ovat aina olleet myönteisiä, joskus uskomattoman hyviä mutta joskus ”vain” myönteisiä.

So these things, new friendships as well, because sometimes couchsurfers I met, I'm still actually in contact with them and have them sometimes in Facebook and they came to visit me as well, but I don't treat them like a couchsurfing anymore, it's more like receiving friends. So yeah, the friendships and best understanding of the place.

Aiemmistä vieraanvaraisuuden tutkimuksista en löytänyt tietoa guest-host-suhteen kehittymisestä ystävyudeksi. Ystävyyssuhteiden syntymistä ei voida pitää yleisenä tai säännönmukaisena ilmiönä yksityisessä vieraanvaraisuudessa. Haastateltujen mukaan sohvasurffauksessa ei ole valmista guest-host-suhdetta, vaan roolit määrittyvät vierailun aikana. Ne ovat jokaisessa yöpymisessä omanlaisensa.

In a hotel you are only in your room and you expect that the hotel will bring you stuff. But here... we already are sharing the same space... you are in a private environment. For example in England when you say hi to someone it is like hi. But here you don't know if it is discorrect. I think it is part of the bet to define to roles. In general it is about respect.

There are no roles but you will find the roles. It always depends on the people.

It depends also what does the person has in the profile because some people just put there that they just host because they want to meet people. And it also depends, because there are like students who also say they want to meet people but you get the sense when you read the profile that okay, I live in a flat where everybody's welcome but you get to sleep, we have a party and there's nothing really like a deep you know. And there are some people, for example I was couchsurfing I think in Portugal. There was one guy who accepted my request and when I arrived and got to know him I just realised that he was quite a lonely person probably, he had a very few friends and stuff, so for him it was like a way to getting new friends.

Yksityisellä vieraanvaraisuudella on selvästi myönteisiä vaikutuksia myös majoittajille. Brian Thacker (2009) kirjoittaa teoksensa jälkipuheessa, että kun hän toimi itse vieraiden isäntänä, hänen oma kotikaupunkinsa Melbourne avautui hänelle aivan uudella tavalla. Vieraiden kanssa liikkueensa hän löysi uusia paikkoja ja tunsu ylpeyttä omasta kotikaupungistaan. Thacker toteaa sohvasurffauksen olevan keino ylittää sosiaalisia muureja ja rakentaa siltoja kulttuurien välille. Se on myös ennen kaikkea keino todella tutustua uusiin ihmisiin, ja juuri ihmiset ovat se asia, joka vierailuilta jäi mieleen (Thacker, 2009, s. 374).

YHTEENVETO

Haastattelemani matkailijat olivat valinneet sohvasurffauksen majoitusmuodoksi Rovaniemellä, koska he halusivat tutustua paikallisiin ihmisiin ja olivat kiinnostuneita näkemään, miltä heidän kotinsa näyttävät. Paikallisilta majoittajilta odotettiin seuraa, neuvoja ja apua. Etenkin yksin matkustavat sohvasurffaajat toivoivat yhteistä ajanviettoa paikallisen ihmisen kanssa. He eivät halunneet viettää aikaa muiden, etenkin kaupallisen vieraanvaraisuuden majoitusmuotoja käyttävien matkailijoiden kanssa. Toinen merkittävä syy sohvasurffaussyöpmiseen oli taloudellinen. Rovaniemen hotellihinnat koettiin liian kalliiksi.

Matkailijat pääsivät viettämään yhteistä aikaa paikallisten ihmisten kanssa muun muassa lautapeli-illan ja yhteisen ruokailun merkeissä. Lautapelin (Trivial Pursuit) kautta opittiin uusia asioita Suomesta. Tällaisia kokemuksia ei matkailijoiden mukaan voisi saada kaupallisen vieraanvaraisuuden kautta. Kodeissa vietetyn ajan myötä matkailijoiden mielikuvat suomalaisista muuttivat. Suomalaiset osoittautuivatkin avoimiksi ja puheliaiksi ihmisiksi. Heitä kuvailtiin myös vieraanvaraisiksi ja anteliaiksi.

Keskustan hotelleja kauempana sijaitsevat majapaikat saivat matkailijat liikkumaan kaupungissa laajemmalla alueella. Näin he pääsivät näkemään uusia asioita, kuten jääkiekkokaukalon ja suomalaista luontoa, esimerkiksi metsän, puiston ja lammen. Kaupungin alueella liikkuminen pelkän Napapiirillä vierailun sijaan muutti mielikuvia Rovaniemestä. Kaupungin oli etukäteen ajateltu olevan paljon turistikempi, mutta se näyttäytyikin modernina suomalaisena kaupunkina.

Yksityinen vieraanvaraisuus rikastuttaa haastateltujen sohvasurffaajien mukaan sekä majoittujan että majoittajan elämää. Molemmat toimivat oman kotimaansa ja kulttuurinsa ”kasvoina” ja molemmat saavat lisää sosiaalista ja kulttuurista pääomaa. Matkailijat oppivat asioita suoraan majoittajalta – he kokevat, että juuri paikalliset majoittavat osaavat parhaiten vastata matkailijoiden kysymyksiin.

Tiivis yhteinen ajanvietto ja saman tilan jakaminen voi muuttaa guest-host-suhteen ystävyydeksi. Majoittaja voi toivoa seuraa ja uuden ystävän saamista yhtä paljon kuin majoittujakin. Kaikki sohvasurffauksen kautta syntyneet ihmissuhteet eivät tietysti jatku vierailun jälkeen, sillä jokainen sohvasurffauskokemus on erilainen ja roolit muotoutuvat vasta vierailun aikana.

Sohvasurffauksessa matkailijoiden kokemukset perustuvat ennen kaikkea sosiaalisiin suhteisiin, joita muodostetaan sekä ennen matkaa että matkan aikana ja joita mahdollisesti jatketaan matkan jälkeen. Juuri sosiaaliset suhteet ja vieraiden ihmisten välinen luottamus ja kunnioitus olivat asioita, joita matkailijat kokemuksessaan eniten arvostivat.

Nousiainen (2014, s. 20) mukaan yksityistä vieraanvaraisuutta tutkimalla ja sitä kautta alueellisen vieraanvaraisuuden erityispiirteitä tunnistamalla voidaan saada apua liiketoiminnan kehittämiseen ja voidaan näin lisätä alueen kilpailukykyä. Tutkimukset, kuten tässä luvussa esitelty oma tutkimukseni, voivat auttaa kehittämään Rovaniemen matkailua omaleimaisemmaksi. Kuten edellä on todettu, juuri vahvan paikalliskulttuurin avulla on mahdollista menestyä tulevaisuuden matkailumarkkinoilla.

Tutkijan näkökulmasta olisi mielenkiintoista haastatella yksityistä vieraanvaraisuutta Rovaniemellä harjoittavia henkilöitä ja kuulla heidän kokemuksiaan ja näkemyksiään. Matkailijoiden ja paikallisten majoittajien näkemysten pohjalta voitaisiin lähteä kehittämään paikallisuuteen pohjautuvaa matkailua, joka perustuisi ainakin osittain yksityisen vieraanvaraisuuden tunnusmerkkien – kuten aitouden, pyyteettömyyden ja kotioloissa tapahtumisen – varaan. Matkailijoiden ja paikallisten asukkaiden välinen vuorovaikutus olisi hyödyllistä kytkeä mukaan uusiin matkailutuotteisiin.

9



AVANTOUINNIN KAUPALLISTAMISEN LÄHTÖKOHDAT

– Sidosryhmäanalyysi

Juuli Raitio & Marja Rauhala



JOHDANTO	178
SIDOSRYHMIEN MERKITYS JA ROOLIT AVANTOINNIN KAUPALLISTAMISESSA	180
Sidosryhmäteoria	180
Tuotteistaminen ja kaupallistaminen	182
SISÄLLÖNANALYYSI TEEMAHAASTATTELUISTA	184
Tutkimusaineisto ja sen analysointi	184
Tutkimusetiikka	186
SIDOSRYHMIEN NÄKEMYKSET AVANTOINNIN KAUPALLISTAMISESTA	186
Toimintaympäristönä Koskipuisto ja Rovaniemi	186
Keskeiset sidosryhmät ja niiden roolit	188
Kaupallistamisen haasteet ja mahdollisuudet	191
YHTEENVETO	194

JOHDANTO

Avantouinnin MM-kilpailut järjestettiin keväällä 2013 Rovaniemellä, Koskipuistossa. Kilpailujen jälkeen sovittiin, että Ounasvaaran Latu voi hyödyntää kisapaikkaa talviuinnin harrastustoiminnassa. Syksyllä 2014 talviuintipaikka vaihdettiin Kukanniemestä Koskipuiston uimarannalle. (Ounasvaaran Latu/Jaostot.)

Rovaniemeä markkinoidaan arktisena kaupunkina, jossa voi kokea pohjoiselle alueelle tyypillisiä aktiviteetteja (Visit Rovaniemi, 2013a), joten talviuinti sopisi hyvänä lisänä tähän valikoimaan. Talviuinnin hyödyntämisestä matkailussa on keskusteltu, ja siitä on kirjoitettu esimerkiksi Lapin Kansassa (Avantouinti palvelisi matkailua, 2014) useaan otteeseen. Monien mielestä pysyvä talviuintipaikka palvelisi Rovaniemen kaupunkia niin rovaniemeläisten kuin matkailijoiden harrastuspaikkana. Mielenkiintoista on esitetty sekä talviuintipaikan puolesta että sitä vastaan. Suurimpia kiistanaiheita ovat Lapin Kansassa julkaistujen mielipidekirjoitusten mukaan rahoitus, ympäristövaikutukset ja sijainti (Ei verorahoja avantouintiin, 2015). Lapin Kansan tekemän lukijakyselyn mukaan puolet noin 70 vastaajasta halusi talviuintipaikan Rovaniemen Koskipuistoon (Näpit irti kauniista leirintäalueesta, 2015). Kemi-järvelle Pöyliöjärven rannalle avattiin marraskuussa 2014 täysin uusittu talviuintipaikka. Tämän investoinnin hinta oli noin 70 000 euroa, josta 60 000 saatiin EU:n tukemana. Kävijämäärät ovat talviuintipaikan viereisessä kylpylässä työskentelevien mukaan selvästi lisääntyneet. Rovaniemen kaupunginvaltuusto taas perusteli päätöstä olla rakentamatta talviuimalaa vähäisillä kävijämäärillä. (Taviuinti piristää kehoa – ja toivottavasti myös matkailua, 2014.)

Avantouinti voidaan liittää matkailuun paitsi elämysmatkailutuotteena myös hyvinvointimatkailutuotteena, joten se kiehtoo useita eri ihmisryhmiä. Talviuinnin on osoitettu edistävän sekä fyysistä että psyykkistä terveyttä. Se laskee verenpainetta ja parantaa aineenvaihduntaa, mikä puolestaan hidastaa solujen vanhenemista. Useat lajin harrastajat kertovat myös stressinsietokykynsä parantuneen. (Heikura, Huttunen & Kinnunen, 2000, s. 20–22.) Avantouinti on elämäntyyli. Aikaisemmin se miellettiin ns. tavallisten kansalaisten harrastukseksi, joka levisi sitten yläluokan keskuuteen. Korkeasti koulutetut kiinnostuivat lajista erityisesti terveysvaikutusten vuoksi, kun taas alemman koulutustason omaavat pitivät harrastusta kannanottona, tapana erottua korkeammasta yhteiskuntaluokasta. Nykyään talviuinti on koko kansan harrastus, joka yhdistää ihmisiä yhteiskunnallisesta asemasta, iästä tai sukupuolesta riippumatta. (Heikura ym., 2000, s. 34–38.)

Inariin Kiilopäälle suunniteltiin vuonna 2013 opinnäytetyönä talviuintimat-kailutuote. Opinnäytteessä kehitettiin esite talviuintiviikosta ja suunniteltiin kokonainen ohjelma yhdelle viikolle. Siinä ei siis keskitytty pelkästään talviuinnin tuotteistamiseen. (Laakkonen, 2013.) Muita tutkimuksia avantouinnin tuotteistamisesta tai kaupallistamisesta emme löytäneet. Monessa koh-teessa talviuinti on kuitenkin jo tuotteistettu; esimerkiksi Ylläksellä voi vuok-rata savusaunan ja käyttää samalla vieressä olevaa avantoa (Ylläs.fi, 2015). Rovaniemellä Lapland Welcome -ohjelmapalveluyrityksellä on omassa tar-jonnassaan avantouinti yhtenä tuotteena (Lapland Welcome, 2015). Matkai-lutuotteiden tuotekehitystä on tutkittu paljon. Pohjois-Karjalassa tehdyssä tutkimuksessa haluttiin ottaa potentiaaliset asiakkaat mukaan tuotekehityk-seen. Tutkimuksessa kerättiin tietoa käyttäjien kokemuksista tuotetestauk-sessa, jossa kohderyhmäksi valittiin lopullisen tuotteen mahdollinen asiakas-ryhmä. (Konu, 2015.) Polonsky ja Ottman (1998) tutkivat amerikkalaisten ja australialaisten markkinoijien käsityksiä sidosryhmien osallistumisesta uu-sien ekologisempien tuotteiden kehittämiseen. He halusivat selvittää, huo-mioidaanko laajemman ympäristöosaamisen omaavat sidosryhmät tuote-kehityksessä. Nilsson ja Fagerström (2005) kehittivät mallin, jonka mukaan kehitetyn tuotteen pitäisi vastata mukana olevien eri sidosryhmien vaateita. Kehitetyssä mallissa otetaan tuotekehityksen alkuvaiheissa huomioon mah-dollisimman monta eri näkökulmaa, jotta tuotteesta saataisiin mahdollisim-man sopiva jokaiselle sidosryhmäläiselle. (Nilsson & Fagerholm, 2005.)

Tutkimuksemme tarkoituksena on selvittää avantouinnin kaupallistamisen lähtökohdat Rovaniemellä sidosryhmäanalyysiä apuna käyttäen. Tutkimuk-sen tuloksilla voidaan edesauttaa talviuinnin tuotteistamista Rovaniemellä. Päättutkimuskysymyksemme on: Millaisina eri sidosryhmien edustajat näke-vät paikallisen harrastuksen kaupallistamisen ehdot? Osakysymykset, jotka auttavat saamaan vastauksen päättutkimuskysymykseen, ovat: Millaisia int-ressejä eri sidosryhmillä on kaupallistamiseen liittyen? Millaisina he mieltä-vät eri sidosryhmien roolit prosessissa? Millaisia haasteita avantouinnin kau-pallistamiseen liittyy?

Seuraavassa luvussa käsittelemme tutkimuksemme viitekehystä, joka koos-tuu sidosryhmäteoriasta sekä tuotteistamisesta ja kaupallistamisesta. Kol-mannessa luvussa käymme läpi aineiston ja menetelmät, minkä jälkeen esit-telemme tulokset ja yhteenvedon.

SIDOSRYHMIEN MERKITYS JA ROOLIT AVANTOUINNIN KAUPALLISTAMISESSA

Tässä luvussa käsittelemme tutkimuksemme pääteorioita: sidosryhmäteoriaa, tuotteistamista ja kaupallistamista. Valitsimme sidosryhmäteorian tutkimukseemme, koska useat sidosryhmät vaikuttavat avantouinnin kehittämiseen Rovaniemellä. Tuotteistamisen ja kaupallistamisen valitsimme viitekehukseen, koska avantouintia halutaan kehittää Rovaniemellä ja aiheesta on keskusteltu paljon muun muassa lehtien palstoilla.

Sidosryhmäteoria

Sidosryhmäteorian juuret ovat liiketalouden kirjallisuudessa. Sidosryhmälä on useita eri määritelmiä, mutta useimmiten käytetään R. Edward Freemanin määritelmää. Freemanin (2005, s. 420) mukaan sidosryhmällä tarkoitetaan sellaista yksittäistä henkilöä tai ryhmää, jonka teot vaikuttavat organisaation tavoitteisiin tai johon organisaation tavoitteet vaikuttavat. Sidosryhmäteorian mukaan yrityksen on otettava huomioon vaikutuksensa sidosryhmiin. Sidosryhmien käytöstä, arvoja ja taustoja on syytä pyrkiä ymmärtämään. (Freeman, 2005, s. 424.) Sidosryhmäteorian mukaan yritys voi olla olemassa vain sidosryhmien välisen vuorovaikutuksen, liiketoiminnan ja vaihtokauppojen avulla (Näsi, 1995, s. 24).

Yritykselle voi olla haasteellista tunnistaa sidosryhmänsä (Freeman, 2005, s. 430). Sidosryhmiksi voidaan ajatella periaatteessa kaikki jollain tavoin yritykseen liittyvät tahot. Koska sidosryhmien kenttä on laaja, on luonnollista, että sidosryhmiä luokitellaan erilaisiin ryhmiin. (Näsi, 1995, s. 22.) Matkailun kirjallisuudessa viitataan yleensä kuuteen erilaiseen sidosryhmätyyppiin: matkailijat, matkailuala, paikallinen yhteisö, viranomaiset, erilaiset etujärjestöt sekä oppilaitokset. Sidosryhmät vaikuttavat eri tavoin matkailun kehitykseen, kuten matkailun kysyntään ja tarjontaan, lainsäädäntöön, matkailun vaikutusten hallintaan ja matkailun tutkimukseen. (Ks. esim. Waligon, Clarke & Hawkins, 2013.) Myös toimintaympäristöä voidaan pitää sidosryhmänä. Jos jokin vaikuttaa yritykseen, organisaatioon tai henkilöön – olipa kyseessä elollinen tai eloton asia – sitä voidaan pitää sidosryhmänä. Näin ajateltuna myös tulevaisuuden sukupolvet voidaan katsoa potentiaalisiksi sidosryhmiksi. (Starik, 1994, Jamalin & Stronzan, 2009, s. 173–174 mukaan.)

Seuraavaksi esittelemme muutamia muita sidosryhmien luokittelutapoja. Carroll (1989, 1993, Näsin, 1995, s. 22 mukaan) luokitteli sidosryhmät taloudelliseen, teknologiseen, sosiaaliseen ja poliittiseen ympäristöön. Sidosryhmät voidaan luokitella myös ensisijaisiin eli niihin, joilla on muodollinen, virallinen tai sopimuksellinen suhde yritykseen, sekä toissijaisiin, joilla tar-

koitetaan kaikkia muita yritykseen liittyviä ryhmiä (ks. Näsi, 1995, s. 22). Näsi (1995, s. 22) luokitteli sidosryhmät sisäisiin ja ulkoisiin: Sisäisillä sidosryhmillä tarkoitetaan niitä, jotka työskentelevät yrityksessä, eli esimerkiksi työntekijöitä ja omistajia, ulkoisilla taas esimerkiksi asiakkaita, paikallisyhteisöä ja muita yhteistyökumppaneita.

Matkailu on monimutkainen ilmiö, ja siihen liittyy paljon erilaisia sidosryhmiä, joilla on omat intressinsä. Mikäli matkailuyritys haluaa menestyä markkinoilla, sen on yritettävä keskustella kaikkien tärkeimpien sidosryhmien kanssa ja pyrittävä saamaan selville, mitkä ovat ne yhteiset tekijät, joita eri sidosryhmät arvostavat, ja mitkä ovat niiden intressit. Tämä helpottaa lyhyen ja pitkän aikavälin tavoitteiden asettamista. (Gonzales Esteban, 2002, Agüeran, 2013 mukaan.) Matkailutuote vaikuttaa yleensä samassa matkailukohteessa toimiviin sidosryhmiin ja sidosryhmät vaikuttavat tuotteeseen. Myös tämän takia yrityksen on tärkeää linkittyä sidosryhmien kanssa. Kun sidosryhmät ovat mukana jo matkailutuotteen suunnitteluvaiheessa, sidosryhmiin kuuluvilla on mahdollisuus vaikuttaa, keskustella, vastustaa ja pohdita tuotekehittämiseen sekä yritykseen liittyviä asioita. (Garcia-Rosell, Haanpää, Kylänen & Markuksela, 2007.)

Vaikka sidosryhmistä ollaan matkailussa yhä enemmän kiinnostuneita, tehokas sidosryhmien osallistaminen on monimutkaista, ongelmallista ja usein aliarvioitua (ks. esim. Waligon ym., 2013). Sidoryhmät eivät aina ole halukkaita osallistumaan yhteisiin projekteihin. Osallistuminen on todennäköisempää, jos sidoryhmällä on valtaa vaikuttaa kohteeseen, jos sidoryhmän ja kohteen välinen suhde on laissa määritelty sekä jos asia on sidoryhmän kannalta kiireellinen. Sidoryhmien täytyy siis tunnistaa valtansa ja olla halukkaita käyttämään sitä. (Mitchell, Agle & Wood, 1997, Jamalin & Stronzan, 2009, s. 173 mukaan.) Waligon, Clarken ja Hawkinsin (2013) mukaan sidoryhmien osallistaminen voi helpottaa kestävän matkailun päämäärien saavuttamista. Sidoryhmiin kuuluvien osallistamiseen vaikuttavat monet tekijät, kuten esimerkiksi johtamisominaisuudet, informaation laatu ja saavutettavuus, sidoryhmiin kuuluvien ajattelutavat ja kyky osallistua toimintaan sekä sidoryhmien väliset suhteet. (Waligo ym., 2013.)

Sidosryhmät halutaan ottaa entistä enemmän mukaan myös tuotekehitykseen, sillä usein sidoryhmäläisillä on parempi ymmärrys esimerkiksi toimintaympäristöstä, ja heiltä saadaan usein hyviä kehitysideoita. Vaikka tiedetään, että sidoryhmät tulisi ottaa mukaan entistä paremmin, kirjallisuudesta löytyy hyvin vähän tietoa, siitä miten sidoryhmät käytännössä otetaan mukaan tuotekehitysprosessiin. Polonskyn ja Ottmanin (1998) kehittämässä mallissa on esitetty neljä erilaista tapaa, joilla voidaan vaikuttaa sidoryhmi-

in. Ensimmäisessä lähestymistavassa yritys ei ole suoraan yhteydessä sidosryhmän kanssa mutta yrittää muulla tavoin minimoida sidosryhmän vaikutuksen. Toinen tapa on pyrkiä vaikuttamaan sidosryhmän näkemyksiin. Kolmas keino on, että yritys yrittää mukautua sidosryhmän tarpeisiin. Neljäs vaihtoehto on pyrkiä hyvään yhteistyöhön sidosryhmän kanssa, jotta sekä yritys että sidosryhmä saavuttaisivat parhaan mahdollisen tuloksen. (Polonsky & Ottman, 1998.)

Maailma niin sanotusti kutistuu internetin ja television kautta, ja monelle yritykselle markkinat tarkoittavat koko maailmaa. Näin ollen yritykset joutuvat työskentelemään monenlaisten kulttuurien, alakulttuurien, yritysten ja instituutioiden kanssa, joilla kaikilla voi olla erilaiset motiivit. Tällöin on tärkeää, että yritys pystyy tunnistamaan ja ymmärtämään erilaiset sidosryhmät. Sidoryhmät ovat tulleet entistä vaativammiksi – nykyisin arvostetaan korkeita standardeja, hyviä eettisiä periaatteita sekä avointa kommunikointia yrityksen toiminnoista. (Näsi, 1995, s. 30.) Jokaisella sidosryhmällä on oma ja ainutlaatuinen suhde yritykseen. Kaikki sidosryhmät eivät voi kuitenkaan koskaan olla niin sanotusti samanarvoisia, eikä sidosryhmien asettaminen tärkeysjärjestykseen ole helppoa. (Foley, 2006, s. 63–65.)

Tuotteistaminen ja kaupallistaminen

Tässä alaluvussa käsittelemme matkailutuotteita sekä niiden tuotteistamista ja kaupallistamista. Matkailutuotteella ei ole yksiselitteistä määritelmää, vaan siihen on useita erilaisia lähestymistapoja. Yksi niistä on kohdesidonnainen näkökulma. Sen mukaan matkailutuote liitetään johonkin tiettyyn kohteeseen, jossa tapahtuu vaihdantaa asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä. (Cooper & Hall, 2008, Rantakokon, 2013, s. 14, mukaan.) Koska matkailutuote on usein paikkasidonnainen, siihen liittyy useita muita elementtejä. Matkailutuotteen muodostavat paikka, palvelut, vieraanvaraisuus sekä matkailijan valinnanvapaus ja osallistuminen matkailutuotteen tuottamiseen (Smith, 1994, Benurin & Bramwellin, 2015 mukaan). Matkailutuotteen ydin muodostuu matkakohteesta sijaitsevista fyysisistä paikoista. Paikkaan liittyvät esimerkiksi rakennukset ja maisema sekä paikan saavutettavuus. Tämän lisäksi matkailija tarvitsee palveluita, kuten ohjelma- ja majoituspalveluita. Kolmantena matkailutuotteen muodostavana osana on vieraanvaraisuus. Sillä tarkoitetaan palveluhalua ja asennetta, jolla palveluhenkilöstö ja paikalliset asukkaat suhtautuvat matkailijaan. Matkailijan valinnanvapaudella puolestaan viitataan matkailijalle tilanteen mukaan tarjolla oleviin vaihtoehtoihin. Matkailijan osallistuminen matkailutuotteen tuottamiseen on edellä mainituista tekijöistä se, johon palvelun tuottaja voi vaikuttaa vähiten. (Komppula & Boxberg, 2002, s. 15–16.) Matkailutuotteet ovat kokemukseräisessä ympäristössä lähes samanaikaisesti tuotettuja ja kulutettuja tuotteita (Smith, 1994,

Garcia-Rosellin ym., 2007, s. 446 mukaan). Matkailutuotteesta puhuttaessa voidaan puhua myös kokonaismatkailutuotteesta, jolla tarkoitetaan yksittäisten yritysten ja muiden palveluntuottajien palveluita matkakohteessa (Komppula & Boxberg, 2002, s. 13).

Useimmiten tuotekehitystä tarvitaan, kun halutaan kehittää jo olemassa olevaa tuotetta. Sitä tarvitaan kuitenkin myös täysin uutta tuotetta luotaessa (Komppula & Boxberg, 2002, s. 93). Jotta uuden tuotteen kehittäminen voidaan aloittaa, tuotteen toteuttamismahdollisuudesta on oltava mielikuva ja tuotteella tulee olla riittävästi kysyntää. Tuotekehitys ei käynnisty, jos molemmat ehdot eivät täyty. (Jokinen, 2001, s. 17–18.) Weiermairin (2004) mukaan voidaan erottaa kolme tuotekehitykseen vaikuttavaa asiaa: tarjontaan vaikuttavat tekijät, riittävä kysyntä ja kysynnän muutokset sekä kilpailu. Tarjontaan vaikuttavilla tekijöillä tarkoitetaan esimerkiksi koko ajan uusiutuvaa teknologiaa. Uusi teknologia mahdollistaa myös uusien taitojen kehittymisen. (Weiermair, 2004, s. 4.) Kysynnän muutoksilla viitataan asiakkaan tarpeiden muutoksiin. Esimerkiksi elämäntyyli muuttuu työaikojen joustavuuden lisääntyessä ja palkkojen noustessa. Asiakaslähtöisyydellä on suuri rooli matkailun tuotekehityksessä, sillä asiakkailta saadaan tärkeää tietoa esimerkiksi tuotteiden epäkohdista. Mitä enemmän asiakas osallistuu palvelun tuottamiseen, sitä enemmän palvelun tuottaja joutuu mukautumaan asiakkaan tarpeisiin. (Hübner, 2002, Weiermairin, 2004, s. 5 mukaan.) Kolmantena tuotekehitykseen vaikuttavana asiana Weiermair mainitsi siis kilpailun. Esimerkiksi globalisaatio sekä kysynnän heikentyminen kiristävät kilpailua ja pakottavat yrityksiä kehittämään tuotteitaan. (Weiermair, 2004, s. 5.) Varsinkin matkailussa tuotekehityksen on oltava jatkuvaa, jos halutaan vastata asiakkaiden alati muuttuviin tarpeisiin (Komppula & Boxberg, 2002, s. 94).

Markkinointia pidetään yleisesti työkaluna, jonka avulla voidaan etsiä keinoja vastata asiakkaiden tarpeisiin mahdollisimman hyvin (Garcia-Rosell ym., 2007). Markkinoijien rooli tuotekehityksessä on kasvanut, koska esimerkiksi markkinoimalla vanhaa tuotetta uudella tavalla voi syntyä ideoita, joilla jo olemassa olevaa tuotetta voidaan kehittää (Polonsky & Ottman, 1998). Erityisesti palvelualoilla markkinointia voidaan toisaalta pitää eräänlaisena näytelmänä, jossa palvelun tarjoajat ovat näyttelijöitä ja asiakkaat muodostavat yleisön (Garcia-Rosell, ym., 2007).

Tuotteen kaupallistaminen aloitetaan, kun ideasta on muodostettu toimiva tuotepaketti ja se halutaan saada markkinoille. Kaupallistamisella tarkoitetaan siis liiketoiminnan osa-aluetta, joka keskittyy esimerkiksi markkinointiin, myyntikanaviin, asiakassegmentteihin ja hinnoitteluun. Kaupallistaminen on tuotekehityksen viimeinen vaihe. Tässä vaiheessa valmis, testattu

tuote lanseerataan kohderyhmille. Komppulan ja Boxbergin (2002) mukaan matkailualalla ongelmana on usein kaupallistamisen jääminen tuotetarjouksen ja henkilökohtaisen myyntityön varaan. Tuotteet, jotka eivät käy kaupaksi, unohdetaan. Tämä johtuu yleensä resurssien puutteesta tai siitä, että tuotekehitykseen ei ole panostettu. Tällöin yritys ei välttämättä viitsi panostaa myöskään tilanteen korjaamiseen, vaikka ratkaisuna voisi olla yksinkertaisesti uusi tapa esitellä tuote asiakkaalle. (Komppula & Boxberg, 2002, s. 114–115.) Jos yritys tai organisaatio haluaa erottua massasta, sen tulisi pyrkiä kaupallistamaan tuotteensa muista poikkeavasti. Cloke ja Perkins (2002) pitävät tätä haasteellisenä, sillä vaikka yritys tarjoaisikin esimerkiksi seikkailumatkailutuotteita, sen asiakkaat haluavat kuluttaa palvelun ennalta-arvattavassa, tehokkaassa ja kontrolloidussa paikassa. Cloke ja Perkins puhuvatkin ns. disneyfikaatiosta, jossa tuote on ennalta-arvattava ja kaupallistettu vastaamaan matkailijan odotuksia. Seikkailuja tarjoavat yritykset pyrkivät sekä etäännyttämään itsensä Disneystä että omaksumaan sen testatun ja toimivaksi todetun tavan brändätä (branding), markkinoida, hinnoitella, luoda ja myydä päätuotetta tukevia tuotteita. (Cloke & Perkins, 2002, s. 525–526). Turistikohteita voidaan luoda kolmella eri tavalla: valitsemalla matkailukäyttöön jo olemassa olevia kohteita, luomalla täysin uusia kohteita sekä pyrkimällä elvyttämään sosiaalisesti ja taloudellisesti taantuneita alueita matkailun avulla (Cloke & Perkins, 2002, s. 528).

Kaupallistaminen on matkailun saralla saanut osakseen paljon kritiikkiä. Eriyisesti paikallisen kulttuurin kaupallistaminen ja matkailun vaikutus kulttuuriin nähdään usein kielteiseksi asiaksi. Shepherd (2002) kertoo artikkelissaan matkailun olevan monien tahojen mukaan paha voima, joka tuhoaa aidon kulttuurin. Matkailu voi toki lisätä paikallisten asukkaiden kiinnostusta omaa kulttuuriaan kohtaan ja elvyttää sitä. Mutta koska taustavaikuttajana on raha ja matkailijoiden halu omistaa pala paikalliskulttuuria, asukkaat voivat myös unohtaa kulttuurinsa ja muuntua matkailijoiden odotusten mukaisiksi, stereotyyppisiksi kulttuurinsa edustajiksi. Tällöin aiemmin tärkeistä ja arvostetuista tavoista ja tarinoista tulee tapa ansaita rahaa. (Lanfant, 1995, Shepherdin, 2002, s. 185 mukaan.)

SISÄLLÖNANALYYSI TEEMAHAASTATTELUISTA

Tutkimusaineisto ja sen analysointi

Keräsimme tutkimusaineiston haastattelemalla Rovaniemen Koskipuiston talviuintipaikan sidosryhmiä. Tarkoituksenamme oli haastatella Ounasvaaran Ladun Hilehiset-talviuintijaostoa, Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n edustajaa, Rovaniemen kaavoituksesta vastaavia henkilöitä sekä yh-

tä Rovaniemellä toimivaa ohjelmapalveluyritystä. Rovaniemen Matkailusta ja Markkinoinnista emme saaneet kuitenkaan ketään haastateltua, joten haastattelimme sen sijaan Rovaniemen Kehitys Oy:n edustajaa. Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi toimii Rovaniemen Kehitys Oy:n hallinnoimana (Visit Rovaniemi, 2013b). Olimme yhteydessä haastateltaviin sähköpostitse ja puhelimitse, jotta saimme sovittua haastatteluajat. Haastattelujen jälkeen pyysimme haastateltavia allekirjoittamaan suostumuskirjeen (liite 7), jossa he antavat suostumuksensa haastattelujen käyttöön tutkimuksemme aineistona.

Valitsimme kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän, koska halusimme haastatella muutamia henkilöitä, joilla voisi olla kokemusta ja tietoa avantouinnista sekä sen mahdollisesta kaupallistamisesta Rovaniemellä. Haastattelun etuna on, että haastateltava voi kertoa aiheesta vapaasti ja lisäksi haastattelija voi pyytää perusteluja vastauksille. Tutkijan on vaikea arvioida etukäteen vastausten suuntaa, ja siksi on hyvä jos haastateltava pystyy selvittämään vastauksiaan. (Hirsijärvi & Hurme, 2001, s. 35.) Haastattelumenetelmästä valitsimme teemahaastattelun, koska emme halunneet laatia tarkkoja ennalta määrättyjä kysymyksiä. Emme kuitenkaan halunneet tehdä avointa haastattelua, sillä kumpikaan meistä ei ollut aikaisemmin tehnyt tutkimusta haastattelumenetelmällä. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelu, jossa korostetaan ihmisten tulkintoja asioista ja niiden merkityksistä (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 75). Teemahaastattelussa edetään ennalta valittujen keskeisten teemojen mukaisesti (Hirsijärvi & Hurme, 2001, s. 48), ja onkin markukysymys, pitääkö kaikille haastateltaville esittää samat kysymykset ja täytyykö kysymysten olla samassa muodossa (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 75). Teemojen käsittelyjärjestyksellä ei ole merkitystä, vaan haastattelija voi päättää haastattelun edetessä, missä järjestyksessä teemat käsitellään (Eskola & Suoranta, 1998, s. 86).

Haastattelumme teemoina olivat avantouinnin toimintaympäristö, sidosryhmät ja kaupallistaminen. Käytimme jokaisessa haastattelussa samaa haastattelurunkoa (liite 8), ja päädyimme esittämään kysymykset kaikille samassa järjestyksessä. Haastattelut kestivät 15–35 minuuttia. Nauhoitimme ja litte-roimme kaikki haastattelut.

Analyysimenetelmäksi valitsimme sisällönanalyysin, koska se tuntui aineistoomme sopivimmalta. Sisällönanalyysissä tarkoituksena on saada kuvaus tutkittavasta ilmiöstä tiivistetyssä muodossa. Tiivistelmä ei ole kuitenkaan tutkimuksen tulos, vaan sen avulla tehdään aineistosta johtopäätökset. Sisällönanalyysi on tekstianalyysiä, jossa etsitään tekstin merkityksiä. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 103–104.) Sisällönanalyysin muodoksi valitsimme teoria-

lähtöisen analyysin: analysoimme aineistoa ennalta määriteltyjen käsitteiden eli sidosryhmäteorian sekä kaupallistamisen ja tuotteistamisen pohjalta. Teorialähtöisessä sisällönanalyysissä tutkittava ilmiö määritellään jonkin jo tunnetun ilmiön mukaisesti eli aikaisemman tiedon perusteella luotu kehys ohjaa analysointia. Analysointivaiheessa luimme litteroidut tekstit useaan kertaan, minkä jälkeen etsimme yhtäläisyyksiä viitekehyksen ja aineiston väliltä. Tämän jälkeen kokosimme yhteen mielestämme tärkeimmät ja oleelliset asiat, joista teimme edelleen lopulliset johtopäätökset.

Tutkimusetiikka

Pyrimme koko tutkimusprosessin ajan huomioimaan tutkimuseettiset periaatteet. Käytimme aineistonkeruumenetelmänä haastattelua ja informoimme haastateltavia asianmukaisesti eli kerroimme heille selkeästi, mihin haastatteluja käytetään. Lähestyimme haastateltavia sähköpostitse: kerroimme viestissämme haastattelusta, sen käyttötarkoituksesta ja toteuttamistavasta. Tallensimme haastattelut nauhurille, koska strukturoimattoman haastattelun vastauksia olisi ollut liian vaikea kirjoittaa muistiin ja haastattelutilanteen kuvaaminen puolestaan olisi lisännyt tilanteen jännittyneisyyttä. Nauhoituksia ei ole luovutettu missään vaiheessa ulkopuolisille. Yksityisyydensuoja on jokaisen ihmisen perusoikeus ja turvattu perustuslailla. Missään tutkimuksen vaiheessa emme ole maininneet haastateltavien henkilöllisyyttä, ja aineisto on analysoitu niin, että haastateltavia ei voida tunnistaa. Tutkimuksen tuloksia esitellessämme viittaamme haastateltaviin numeroilla 1–4.

SIDOSRYHMIEN NÄKEMYKSET AVANTOUINNIN KAUPALLISTAMISESTA

Käytimme siis analyysimenetelmänä sisällönanalyysiä ja tarkastelimme aineistoa teemahaastattelussa käytettyjen teemojen – toimintaympäristö, sidosryhmät ja kaupallistaminen – kautta. Kysyimme myös haastateltavien taustatietoja, joista ilmeni, että jokainen haastateltava oli jollain tavalla tekemisissä matkailun kanssa ja että jokainen oli käynyt tutustumassa Koskipuiston avantouintipaikkaan. Ainoastaan Hilehiset-avantouintijaoston edustajat olivat uineet Koskipuiston avantouintipisteessä.

Toimintaympäristönä Koskipuisto ja Rovaniemi

Toimintaympäristöön liittyvissä kysymyksissä halusimme selvittää avantouinnin kehittämistarpeita Rovaniemellä yleensä sekä nykyisen avantouintipaikan hyviä ja huonoja puolia. Lisäksi halusimme tietää, mikä merkitys avantouinnilla haastateltavien mielestä on kaupungille.

Kaikki haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että avantouintia tulisi kehittää Rovaniemellä. Haastateltavien mielestä avantouintia pitäisi kehittää ensisijaisesti paikallisille ihmisille ja etenkin sen terveysvaikutusten takia. Haastateltavat mainitsivat myös, että avantouinti olisi hyvä lisä Rovaniemen profiloitumiseen arktisena kaupunkina. Avantouintia ja ylipäätään matkailua tulee haastateltavien mielestä kehittää Rovaniemellä. Jos näin ei tapahdu, kaupunki jää sekä muiden maiden että Suomen muiden matkailukohteiden varjoon. Yksi haastateltava totesi, että olisi omituista, jos Rovaniemellä ei olisi mahdollisuutta talviuintiin. Toisen haastateltavan mukaan avantouinti on näkyvä osa arktista imagoa ja brändiä. Toimintaympäristöä voidaan pitää yhtenä sidosryhmänä (Starik, 1994, Jamalín & Stronzan, 2009, s. 173–174 mukaan), ja siksi on tärkeää, että sitä ollaan valmiita kehittämään edelleen. Haastateltavien mielestä avantouintipisteen sijainnin tulisi olla lähellä ydinkeskustaa, hyvin saavutettavissa ja näkyvillä, jotta matkailijatkin löytäisivät paikalle helposti – paras paikka olisi siellä, missä se tutkimusta tehtäessä jo sijaitisi.

Avantouinnin merkitystä kysyttäessä haastateltavat korostivat sen terveysvaikutuksia kaupunkilaisille. Esimerkiksi reumasairaat ja verenpainepotilaat voivat saada helpotusta avannosta. Tämän seurauksena sairauspoissaolot työstä vähenevät, mikä hyödyttää yhteiskuntaa. Eräs haastateltava totesi, että harrastajia on huomattava määrä.

Noín 150 000 suomalaista harrastaa aktiivisesti avantouintia; Rovaniemellä, jos se suhteellisesti ajatellaan, tarkoittaa noin toista tuhatta aktiivista uimaria.

Vastaajat olivat myös yksimielisiä siitä, että avantouinti on tärkeä asia Rovaniemen talvikaupunki-imagon kannalta. Yksi haastateltava mainitsi, että matkailun näkökulmasta kaikki arktisuus on nykyään trendikästä. Rovaniemellä täytyy olla sellaisia innovaatioita ja mahdollisuuksia elämysten kokemiseen, joita muualla ei välttämättä tarjota. Eräs haastateltava sanoi matkailun olevan Rovaniemen tärkein elinkeino, joka tarvitsee uusia kehittämisideoita. Hän mainitsi myös, että avantouinnin suosio kasvaa nykyään voimakkaasti maailmallakin.

Koskipuiston avantouintipaikan hyväksi puoleksi mainittiin etenkin sen keskeinen sijainti. Matkailijatkin näkevät ja löytävät paikan helposti. Eräs haastateltava totesi, että ikääntyvien ihmisten määrä Rovaniemellä kasvaa ja että ”siltojen lenkki” on tulevaisuudessa entistä tärkeämpi liikunta- ja ulkoilureitti. Näin avantouintipaikka palvelisi erinomaisesti myös kaupunkilaisia nykyisellä paikallaan Kemijoen varrella.

Periaatteessa siitä siltojen lenkistä alkaa tulla semmonen vielä tärkeempi liikunta- ja ulkoilureitti, ...se on sopivan kokonen tämmöselle niinku citykävellylle ja on saavutettavissa... Ja se on matkailijan maisemassaki hirveen helposti havaittavissa.

Nykyinen avantouintipaikka on todettu myös turvalliseksi. Joen virtaukset on tutkittu tarkkaan, ja se on tarpeeksi syvä. Kehitystarpeina nähtiin toimitilat: pukeutumistilat ja kulkureitit pukeutumistiloista avannolle ovat puutteelliset. Nykyiset toimitilat eli parakkirakennukset ovat vain väliaikainen ratkaisu, eivätkä ne ole esteettisesti lainkaan miellyttäviä tai houkuttelevia. Lisäksi parakkirakennukset täytyy purkaa aina keväisin pois, mikä omalta osaltaan korostaa niiden väliaikaisuutta, vaikka alue pitäisi saada ympärivuotiseen käyttöön. Toimitilat olivatkin tutkimuksen tekemisen aikaan avantouintipisteiden suurin ongelma. Puitteet tulisi saada kuntoon, jotta avantouintia voitaisiin Rovaniemellä kehittää edelleen. Ilman hyviä tiloja avantouintia ei voida tuotteistaa.

Haastateltavat pitivät avantouinnin kehittämistä Rovaniemellä tärkeänä. Silmä on merkitystä paikkakuntalaisille, etenkin sen terveysvaikutusten ansiosta. Rovaniemen arktinen imago vahvistuisi, jos avantouinti saataisiin tuotteistettua ja kaupallistettua myös matkailijoille. Kehitystä täytyisi tapahtua koko ajan, jotta Rovaniemi pysyisi mukana matkailun kehityksessä eikä jäisi muiden kohteiden varjoon. Nykyisessä avantouintipisteessä on kuitenkin suuria puutteita, eikä avantouintia voida nykyisissä puitteissa tuotteistaa. Ympäri- vuotinen kiinteä toimitila on ehdoton edellytys avantouinnin kehittämislle.

Keskeiset sidosryhmät ja niiden roolit

Sidosryhmäteemaan liittyen kysimme haastateltavilta, ketkä heidän mielestään ovat keskeiset toimijat avantouinnin kehittämisessä Rovaniemellä, mikä on haastateltavien oma rooli ja kenen tulisi ottaa asiassa vetovastuu. Lisäksi kysimme, keiden osapuolten tulisi käydä neuvotteluja avantouinnin kehittämisestä ja millaiset asiat tai toimijat voivat hidastaa tai edesauttaa kehittämistä. Vastaajien näkemykset näistä asioista erosivat jonkin verran.

Haastateltava 1:n mielestä kaupungin pitäisi ottaa enemmän vastuuta, koska avantouintipiste on yksi kaupungin liikuntapaikoista. Lisäksi sosiaali- ja terveystoimi voisivat olla aktiivisemmin mukana luomassa infrastruktuuria avantouinnin ympärille. Tähän mennessä vetovastuu on haastateltavan mukaan ollut liikaa kolmannella sektorilla, joka ei yksin pysty kehittämään harastuksesta kaupallista toimintaa. Kolmannen sektorin ja yritysten tulisi kuitenkin pyörittää varsinaista toimintaa.

Haastateltava 2:n mukaan Rovaniemen kaupunki on vastuussa etenkin maankäytöllisistä asioista kaavoituksen kautta. Sen jälkeen kun maankäytön liittyvät asiat on saatu kuntoon, Hilehiset-avantouintijaosto voisi toimia operaattorina yhteistyössä matkailu- ja safariyritysten sekä hotellien kanssa. Haastateltavan puheessa korostui eri tahojen välinen yhteistyö, jonka avulla on mahdollista löytää ”yhteinen hyvä”.

Haastateltava 3:n mukaan kaupunki omistaa maat ja päättää näin ollen niiden käyttötarkoituksesta ja siitä, kuka mahdollisia kiinteistöjä saa rakentaa. Käytännössä avantouintitoiminta voisi olla myös jossain määrin julkista palvelua, mutta silloin sen täytyisi olla avoinna kaikelle kansalle. Tällaisen konseptin toteuttaminen ei ole välttämättä helppoa: esimerkiksi kuka rakentaa ja rahoittaa kiinteistöt?

Haastateltava 4:n mielestä keskeisin rooli on harrastajilla, koska he käyttävät avantouintipaikkaa ja sen toimitiloja aktiivisesti. Lisäksi haastateltava mainitsi toimijoiksi liikuntatoimen, matkailupuolen ja kaupungin.

No tota, kyllähän siinä varmaan harrastajat on keskeisessä roolissa, eli he kuitenkin aktiivisesti käyttää niitä olosuhteita ja käy siellä uimassa, niin he on tietysti keskeinen toimija siinä.

Haastattelut osoittivat, että eri sidosryhmillä ei ole selkeää yhtenäistä käsitystä avantouinnin kehittämiseen liittyvistä keskeisistä toimijoista. Olisi hyödyllistä, että niin sanotuilla tärkeimmillä sidosryhmillä olisi yhteinen näkemys siitä, keitä ovat keskeiset toimijat; tämä helpottaisi tavoitteiden asettamista (Gonzales Esteban, 2002, Agüeran, 2013 mukaan). Sidosryhmien on hyvä olla mukana kehittämisessä jo aikaisessa vaiheessa, sillä usein heillä on paras tietämys esimerkiksi toimintaympäristöstä (Polonsky & Ottman, 1998). Mitä aikaisemmin sidosryhmät tunnistavat ja tiedostavat toisensa, sitä nopeammin todennäköisesti muodostuu yhteinen käsitys siitä, mitä, missä ja millä aikataululla halutaan saavuttaa.

On tärkeää, että eri sidosryhmiin kuuluvat löytävät ja näkevät oman roolinsa. Mikäli roolia ei ole tai sitä ei kyetä näkemään, ei avantouinnin kehittämiseen todennäköisesti haluta osallistua. Jokainen haastateltava näki itsellään olevan jonkinlaisen – isomman tai pienemmän – roolin avantouinnin kehittämisessä. Esimerkiksi erilaisiin työryhmiin kuuluminen, tapahtumien järjestäminen ja yleisen kaupunki-imagon kohottaminen tulivat esille. Voidaankin päätellä, että jokainen haastateltavamme täyttää osallistumishalukkuuteen vaikuttavat kriteerit (ks. s. 181).

Haastateltavilla oli erilaisia näkemyksiä siitä, kenen tulisi ottaa vetovastuu avantouinnin kehittämisestä. Yhden haastateltavan mielestä vastuullisena tahona voisi olla joko Rovaniemen Kehitys tai sen alainen Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi. Hänen mukaansa edellä mainitut tahot toimisivat yhdistävänä tekijänä kaupungin päättävien elinten ja Rovaniemen matkailukentän välillä. Toisen haastateltavan mukaan vetovastuun tulisi olla kaupungilla, koska se on vastuussa maankäytöstä sekä matkailun kehittämisen yleislinjasta. Avantouintipaikan valmistuttua operaattorina toimisi Ounasvaaran Latu. Tämän haastateltavan mukaan kaikkea ei tulisi jättää yhden tahon vastuulle vaan kaupungin tulisi ”hoitaa yleiset kuviot kuntoon”, minkä jälkeen operaattori tulisi toisaalta. Kolmannen haastateltavan mukaan vastuu on Rovaniemen kaupungin strategisella ryhmällä. Neljännen haastateltavan mielestä vastuu kuuluu paikallisille yritysille, jos nämä näkevät avantouinnissa matkailullista potentiaalia.

Kolme haastatelluista tiesi, että avantouinnin kehittämistä on käyty neuvotteluja. Neuvottelukumppaneina mainittiin Ounasvaaran Latu ja kaupunki, myös kaupunginhallitus. Keskusteluja on haastateltavien mukaan käyty myös Koskipuistossa sijaitsevien yritysten, kuten leirintäalueen ja ravintola Valdemarin kanssa. Keskustelua on lisäksi käyty lehtien, erityisesti Lapin Kansan, palstoilla. Jatkoneuvotteluista puhuttaessa todettiin, että keskusteluissa on tähän asti keskitytty liikaa kaavoitukseen ja siihen, missä mitään on, eikä olennaisimpaan eli avantouinnin kehittämiseen. Toisaalta yhden haastateltavan mielestä pitäisi keskittyä johonkin isompaan kokonaisuuteen eikä niinkään yksittäiseen asiaan, kuten avantouinnin kehittämiseen. Avantouinti voitaisiin hänen mukaansa liittää esimerkiksi Ounasvaaran kehittämiseen.

Jos sidosryhmät tunnistaisivat selkeästi toisensa, olisi neuvottelujen ja keskustelujen käyminen helpompaa ja ratkaisujakin voitaisiin saada aikaan nopeammin. Sidoryhmät eivät ole samanarvoisia (Foley, 2006, s. 63–65), vaan jollakin on aina esimerkiksi suurempi vetovastuu kuin toisella. Tämän vuoksi olisi hyvä saada sidoryhmät samaan tilaan keskustelemaan vastuunjaosta ja yhteisestä tavoitteista. Yhdessä keskustelemalla sidoryhmät tulisivat myös tietoisiksi toistensa arvoista ja taustoista (Freeman, 2005, s. 424), mikä edesauttaa yhteistyön sujuvuutta. Voisi olla hyödyllistä perustaa avantouinnin kehittämistyöryhmä ja tuoda näin eri sidoryhmiin kuuluvia yhteen – tapamaan toisiaan säännöllisesti ja kehittämään toimintaa yhdessä. Tällöin kaikkien sidoryhmien ääni saataisiin kuuluviin.

Kolmen vastaajan mielestä avantouinnin kehittämistä hidastavat paikkaan ja sen kaavoittamiseen liittyvät asiat. Päätösvalta näistä asioista on kaupungin luottamuselimellä, ja paikkaa voidaan kehittää vain tämän päätöksen poh-

jalta. Yhden haastateltavan mukaan asiaa pitäisi katsoa laajemmasta näkökulmasta ja miettiä, miten Koskipuiston alue palvelisi mahdollisimman monia ympäri vuoden. Myös toisen haastateltavan mielestä asioita tulisi katsoa kauaskantoisesti ja laajasti, sillä talviuinti ja sen ympärille rakennettu asianmukainen toiminta voisi luoda lisää työpaikkoja esimerkiksi matkailualalle. Koskipuiston kaavoittamiseen täytyisi saada ratkaisu, jotta selviäisi, saako avantouintipiste jatkaa kyseisessä paikassa tulevaisuudessakin. Ilman kaavoitusratkaisua ongelma ei ratkea eikä pysyviä rakenteita voida tehdä. Tämä puolestaan johtaa siihen, että avantouinnista ei voida rakentaa tuotetta.

Tärkeintä olisi aivan ensiksi tunnistaa tärkeimmät toimijat, jotka halutaan mukaan avantouinnin tuotteistamiseen ja kaupallistamiseen. Tämän jälkeen vasta voidaan lähteä kehittämään toimintaa eteenpäin.

Kaupallistamisen haasteet ja mahdollisuudet

Kysymme haastateltavilta, onko avantouinnilla matkailupotentiaalia, millaisissa matkailijaryhmissä potentiaalia on, pitäisikö avantouinnista kehittää matkailutuote ja soveltuisiko paikallisten ihmisten avantouintipaikka myös matkailukäyttöön. Kysymme myös, kenen tulisi ottaa vetovastuu matkailutuotteen kehittämisestä. Lisäksi halusimme tietää, mitä merkitystä avantouinnin kehittämisellä olisi haastateltavien edustamille sidosryhmille tai Rovaniemelle laajemmin sekä millainen olisi ihanteellinen tulevaisuus avantouinnille Rovaniemellä.

Haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että avantouinnilla on jonkinlaista matkailullista potentiaalia. He arvelivat, että avantouinti kiinnostaisi sekä kotimaisia että ulkomaalaisia matkailijoita. Yhden haastateltavan mukaan isot kaupungit muistuttavat toisiaan, mutta Rovaniemellä voi kokea sellaista, mitä ei suurissa kaupungeissa voi, ja matkailijathan hakevat elämyksiä. Haastateltavilla oli kuitenkin erilaisia näkemyksiä siitä, onko avantouinnin matkailullinen potentiaali yhtä suuri kuin sen hyöty paikallisille ihmisille. Eräs haastateltava sanoi, että ei usko avantouinnin yksittäisenä matkailutuotteena olevan taloudellisesti kannattava, mutta se toisi hänen mukaansa lisäarvoa matkailutuotteiden kirjoon. Matkailijaryhmistä avantouinnin uskottiin kiinnostavan nuoria, nuoria aikuisia ja keski-ikäisiä.

Kolmen haastateltavan mielestä olisi hyvä, jos avantouinnista tehtäisiin matkailutuote. Yhden vastaajan mielestä avantouintia tulisi kehittää ensisijaisesti rovaniemeläisille, jotka sitten ikään kuin kutsuvat matkailijat mukaan toimintaan. Näin vältettäisiin mahdollisia konflikteja kaupunkilaisten ja matkailijoiden välillä, ja näin myös matkailijat pääsisivät kokemaan normaalia rovaniemeläistä elämää. Yksi matkailutuotteen muodostavista asioista on

Komppulan ja Boxbergin (2002) mukaan vieraanvaraisuus eli se asenne ja palveluallttius, jolla paikalliset asukkaat ja palveluhenkilöstö suhtautuvat matkailijaan. Avantouinnin kaltaisessa tuotteessa, jossa matkailijat ja paikalliset asukkaat ovat tekemisissä toistensa, paikallisten asukkaiden asenne välittyy suoraan matkailijoille. (Komppula & Boxberg, 2002, s. 15–16.)

Edellytyksiä avantouinnin tuotteistamiselle on siis haastateltujen mukaan olemassa. Tämä on tärkeää, sillä uuden tuotteen kehittämistä ei voida aloittaa, elleivät yritykset ja muut sidosryhmät usko tuotteen olevan toteutettavissa ja ellei sille ole tarpeeksi kysyntää (Jokinen, 2001, s. 17–18). Vaikka haastateltavat eivät uskoneet avantouinnin yksin tuottavan tarpeeksi, se olisi heidän mukaansa arvokas lisä Rovaniemen matkailulle. Matkailullista potentiaalia tulisi nähdäksemme selvittää tarkemmin, jos avantouinnista luodaan matkailutuote. On tärkeää tietää markkinoiden nykytilanne, sillä matkailuelinkeinon toimintaympäristössä muutokset ja niiden vaikutukset voivat olla hyvinkin nopeita (Tonder, 2013, s. 20–21). Olisi hyvä tietää, millaisilla matkailijaryhmillä on kiinnostusta avantouintiin ja kuinka paljon avantouintituotteesta oltaisiin valmiita maksamaan. Tarvittaisiin siis erilaisia markkinatutkimuksia.

Avantouinnin kaupallistamisen haasteina mainittiin byrokratiaan ja puitteisiin liittyvät asiat, kuten saavutettavuus sekä kohteen saattaminen sellaiseen kuntoon, että sinne voisi viedä suurempiakin asiakasryhmiä. Yhden tai kahden asiakkaan vieminen avantouintipaikalle ei tuo taloudellista hyötyä. Toiminnan tulisi haastateltujen mukaan olla liiketoimintavetoista. Ounasvaaran Ladun talviuintiin liittyvä osaaminen ja kokemus isojen tapahtumien järjestämisestä nähtiin mahdollisuutena. Avantouinti on eksoottinen tuote, ja se toisi näin ollen lisäarvoa Rovaniemen markkinoimiseen. Eräs haastateltavista mainitsi, että Islannissa kuumat lähteet on tuotteistettu ja rakennettu maauimalan kaltaiseksi laatoittamalla lähteen ympäristö. Cloken ja Perkinsin (2002) mukaan elämyksiä tai seikkailuja etsivät matkailijat haluavat yleensä kuluttaa tuotteensa ennalta-arvattavassa ja kontrolloidussa ympäristössä. Tämä puolestaan luo haasteita innovatiiviselle kaupallistamiselle: tuote tulisi kaupallistaa kilpailijoiden tuotteista poikkeavasti ja innovatiivisesti mutta kuitenkin niin, että se olisi asiakkaalle helposti lähestyttävä ja tuttu. (Cloke & Perkins, 2002, s. 525–526.)

Matkailutuote – tässä tapauksessa avantouinti – on paikkasidonnainen. Se tuotetaan ja kulutetaan yhtäaikaaisesti tietyssä paikassa. Tuotteen ydin muodostuu kaikista niistä maisemista ja rakennuksista, jotka liittyvät siihen tai ympäröivät sitä. Paikkaan liittyy myös olennaisesti sen saavutettavuus. Jos matkailija ei löydä kohdetta, ei pääse sinne helposti tai ei koe sitä miellyttä-

väksi, hän ei myöskään käytä sitä, eikä palvelu näin ollen tuota. (García-Rosell ym., 2007, s. 446; Komppula & Boxberg, 2002, s. 13–16.) Koko avantouintipisteen ja sen ympäristön eli saunan, vaatteidenvaihtopaikan, mahdollisten toimistotilojen, kulkureitin avannolle ja avannon täytyy olla kunnossa, jotta matkailutuote olisi kiinnostava suuremmille matkailijavirroille.

Kaikki haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että paikallinen harrastus sopii hyvin myös matkailukäyttöön. Useampi haastateltava mainitsi turvallisuuskysymyksen: jotta kaupallista toimintaa voidaan harjoittaa, turvallisuus täytyy huomioida erittäin hyvin. Yksi haastateltava totesi, että yksittäiset matkailijat mahtuvat hyvin paikallisten joukkoon mutta suuremmille ryhmille tulisi varata erikseen aika yleisten aukioloaikojen ulkopuolelle. Toinen haastateltava kertoi itse saavansa aidoimmat kokemukset matkalta silloin, kun pääsee mukaan paikallisten ihmisten normaaliin toimintaan. Jos avantouintipiste on yhtä aikaa avoinna niin paikallisille kuin matkailijoille, heidän välillään syntyy kanssakäymistä. Tämä voi parantaa matkailijan kokemusta paikasta ja aidosta kulttuurista.

Haastateltavat suhtautuivat paikallisuuden kaupallistamiseen myönteisesti. Matkailututkimuksessa siihen on kohdistunut paljon myös kritiikkiä. Useiden tutkimusten mukaan matkailu tekee paikallisesta kulttuurista epäaitoa, vain matkailijoiden sekä heidän tuomansa tuoton vuoksi yllä pidettävää teatteria. Toisaalta joidenkin tutkimusten mukaan matkailu voi elvyttää mahdollisesti jo unohtuneita tai suosionsa paikallisten keskuudessa menettäneitä tapoja. (Lanfant, 1995, Shepherdin, 2002, s. 185 mukaan.) Jos avantouinnista tehdään toimiva matkailutuote, se voisi lisätä myös paikallisten kiinnostusta talviuintiin.

Ihanteelliseen tulevaisuuteen kuuluisi kaikkien haastateltavien mielestä ympärivuotinen, pysyvä avantouintipaikka ja avantouinnin näkyminen Rovaniemen matkailutarjonnassa. Yksi haastateltava haluaisi tulevaisuudessa nähdä Islannin kuumien lähteiden kylpylöistä otettujen kuvien kaltaisen paikan Rovaniemen Koskipuistossa:

Ettei ole vain musta, poreileva, pieni reikä siellä vaan on oikeasti ...iso alue, missä ihmiset voi tämmösessä kylmässä laguunissa olla, ja on mahdollisuuksia monenlaisiaki muita ku pienessä reiässä dipata Kemijoessa.

Haastattelun lopuksi kysyimme, halusivatko haastateltavat vielä sanoa jotakin muuta aiheeseen liittyvää. Esille tulikin muutamia asioita. Yhden haastateltavan mielestä rahoitus on tärkeä asia, ja hänen mukaansa kannattaisi tutkia, millaisia rahoitusmalleja muualla Suomessa on käytetty avantouintipistei-

den rakentamisessa. Hän korosti lisäksi, että avantouintipisteelle pitäisi löytää ympärivuotista käyttöä, jotta toiminta olisi kestävä. Toinen haastateltava korosti avantouinnin terveysvaikutuksia ja sosiaalista kanssakäymistä, minkä vuoksi myös terveyspalveluilla tulisi olla jonkinlainen rooli asiassa. Varsinkin jos avantouinnin terveysvaikutuksista saadaan tulevaisuudessa lisää tutkimustietoa, avantouinti ja sen toimintaympäristön kehittäminen tulisi ottaa vakavasti myös terveydenhuollon näkökulmasta. Tällä tavoin saataisiin mahdollisesti avantouintipisteen käyttöaste korkeammaksi, rahoitukseen löytyisi todennäköisesti ratkaisu helpommin ja toimitilat saataisiin entistä esteettömämmiksi niin, että ne sopivat käytännössä kaikille. Yksi haastateltava totesi, että avantouintiasiassa pitäisi palata lähtöruutuun ja tarkastella asiaa toiminnan ja sen tuomien hyötyjen näkökulmasta. Hänen mukaansa osapuolten ei tulisi asettua toisiaan vastaan vaan nähdä metsä puilta.

YHTEENVETO

Rovaniemellä on keskusteltu paljon avantouinnista – muun muassa avantouintipaikan sijainnista ja avantouinnin kaupallistamisesta. Tutkimuksemme tarkoituksena oli selvittää avantouinnin kaupallistamisen ehdot Rovaniemellä sidosryhmäteoriaa apuna käyttäen. Päättökysymyksemme oli: Millaisina eri sidosryhmien edustajat näkevät paikallisen harrastuksen kaupallistamisen ehdot?

Vaikka eri sidosryhmät uskovat avantouinnilla olevan myös matkailullista potentiaalia, haastateltavat korostivat sen kehittämistä ensisijaisesti paikkakuntalaisille. Sen jälkeen avantouintia voidaan hyödyntää myös matkailussa, esimerkiksi kehittämällä siitä matkailutuote. Kaikkien haastattelemiemme sidosryhmien edustajat näkivät itsellään olevan jonkin roolin avantouinnin kehittämisessä. Heillä ei ollut kuitenkaan yhtenäistä käsitystä siitä, ketkä ovat keskeiset toimijat ja kenen tulisi ottaa vetovastuu avantouinnin kehittämisestä. Asiaan voitaisiin saada selkeyttä perustamalla kehittämistyöryhmä, jolloin voitaisiin määritellä, kenen tulisi ottaa vetovastuu tai kuinka vastuu jaetaan.

Avantouintipaikan sijainti on ylivoimaisesti tärkein asia kaupallistamisen kannalta. Avantouinnille tulisi löytää helposti saavutettava pysyvä paikka, missä sitä voitaisiin jatkossa kehittää. Koskipuisto on paikkana hyvä, mutta haasteena olivat tutkimuksen teon aikaan sen puitteet: pukeutumistilat olivat parakkirakennuksia ja kulkureitti pukeutumistiloista avannolle huono. Tarvittaisiin uudet tilat, jotka olisi hyvä saada myös ympärivuotiseen käyttöön. Uusien tilojen myötä avantouintia voitaisiin alkaa tuotteistaa ja myydä myös suuremmille matkailijaryhmille. Haastateltavat toivoivat, että tulevai-

suudessa avantouintipaikasta saataisiin toimiva kokonaisuus, jossa viihtyvät niin paikalliset kuin matkailijatkin ympäri vuoden.

Rahoitus oli yksi haastatteluissa esiin tullut asia, josta olisi hyvä saada lisätietoa: esimerkiksi miten avantouintia ja avantouintipisteitä on rahoitettu muualla ja kuinka puitteita ja palveluita ylläpidetään ympäri vuoden? Koska avantouinnin kehittyminen matkailutuotteeksi on Rovaniemellä vielä alkuvaiheessa eikä kaupallistaminen ole ajankohtaista, avantouinnin tuotekehitystä koskevat uudet tutkimukset ovat kehittämisen kannalta kiinnostavia. Uusia ulottuvuuksia aiheeseen toisivat myös tarkemmat tutkimukset terveysvaikutusten ja hyvinvointimatkailun näkökulmasta.

Keskityimme tutkimuksessamme avantouinnin kaupallistamiseen Rovaniemellä, eivätkä tulokset ole välttämättä yleistettävissä muualle. Lisäksi haastattelimme vain neljää tahoja, mielestämme kylläkin tärkeimpiä sidosryhmiä – mutta haastateltavissa ei ollut mukana esimerkiksi avantouinnin harrastajia. Tutkimuksestamme puuttuu siis paikallisten avantouintiharrastajien näkökulma.

Ennen kuin avantouinnin tuotteistaminen Rovaniemellä voidaan aloittaa, paikkaan ja rahoitukseen liittyvät asiat on saatava kuntoon, Vaikka avantouinti ei yksittäisenä tuotteena olisi välttämättä kannattava, se toisi Rovaniemen matkailutarjontaan ja vahvistaisi Rovaniemen imagoa arktisena kaupunkina.

LÄHTEET

- Agüera, F. O. (2013). Stakeholder theory as a model for sustainable development in ecotourism. *Turydes (Revista De Investigación En Turismo Y Desarrollo Local)*, 6(15).
- Ahmed, S. (2003). Pelon politiikka. Teoksessa M. Lehtonen & O. Löytty (toim.), *Erilaisuus* (s. 189–211). Tampere: Vastapaino.
- Aira, A. (2012). *Toimiva yhteistyö: Työelämän vuorovaikutussuhteet, tiimit ja verkostot*. (Jyväskylä Studies in Humanities, 179.) Jyväskylän yliopisto.
- Airbnb/10 vinkkiä menestyksekkääseen majoittamiseen. Haettu osoitteesta <https://www.airbnb.fi/help/article/926>
- Airbnb/Lapland, Finland. Haettu osoitteesta https://www.airbnb.fi/s/Lapland--Finland?price_max=354&ss_id=45l8kn9c
- Airbnb/Majoittamisen normit. Haettu osoitteesta <https://www.airbnb.fi/hospitality>
- Airbnb/Miten majoittaminen toimii. Haettu osoitteesta <https://www.airbnb.fi/help/getting-started/how-to-host>
- Airbnb/Miten saan ilmoitukseni kuvat näyttämään mahdollisimman hyviltä? Haettu osoitteesta <https://fi.airbnb.com/help/article/746>
- Airbnb/Tietoa meistä. Haettu osoitteesta <https://www.airbnb.fi/about/about-us>
- Asiantuntija: Krimin tilanteeseen ei ole nyt hyviä ratkaisuja. Haettu osoitteesta <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/asiantuntija--krimin-tilanteeseen-ei-ole-nyt-hyvia-ratkaisuja/3106410>
- Ateljevic, I. & Doorne, S. (2000). 'Staying within the fence': Lifestyle entrepreneurship in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 8, 378–392. doi:10.1080/09669580008667374
- Atlejevic, J. & Li, L. (2009). Tourism entrepreneurship: Concepts and issues. Teoksessa J. Ateljevic, & S. J. Page (toim.), *Tourism and entrepreneurship: International perspectives* (s. 9–31). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Avantouinti palvelisi matkailua (2014). Haettu osoitteesta <http://www.lapinkansa.fi/Mielipide/1194932773692/artikkeli/avantouinti+palvelisi+matkailua.html>
- Batjargal, B. (2003). Social capital and entrepreneurial performance in Russia: A longitudinal study. *Organization Studies*, 24, 535–556. doi:10.1177/0170840603024004002
- Benur, A. M. & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213–224. doi:10.1016/j.tourman.2015.02.005
- Bianchi, R. (2006). Tourism and the globalisation of fear: Analysing the politics of risk and (in)security in global travel.

- Tourism and Hospitality Research*, 7(1), 64–74. doi:10.1057/palgrave.thr.6050028
- Blom, V. (1998). Onko mainoksella merkitystä? Mainosten tulkinta Roland Barthesin koodiston avulla. Teoksessa A. Kantola, I. Moring & E. Väliaverronen (toim.), *Media-analyysi: Tekstistä tulkitaan* (s. 200–228). Helsingin yliopisto, Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Borg, P. & Condit, S. (1997). *Kestävä matkailu*. (Kestävän matkailun julkaisuja 1.) Savonlinna: Matkailun osaamiskeskus.
- Bornhorst, T., Ritchie, B. J. R. & Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31, 572–589. doi:10.1016/j.tourman.2009.06.008
- Botterill, D. & Platenkamp, V. (2012). *Key concepts in tourism research*. London: Sage.
- Bourdieu, P. (1985). The social space and the genesis of groups. *Theory and Society*, 14, 723–744. doi:10.1007/BF00174048
- Bourdieu, P. (2007). The forms of capital. Teoksessa A. R. Sadonik (toim.), *Sociology of education* (s. 83–95). New York: Routledge.
- Brandth, B. & Haugen, M. S. (2012). Farm tourism and dilemmas of commercial activity in the home. *Hospitality & Society*, 2(2), 179–196.
- Brunt, P., Mawby, R. & Hambly, Z. (2000). Tourist victimisation and the fear of crime on holiday. *Tourism Management*, 21, 417–424. doi:10.1016/S0261-5177(99)00084-9
- Butler, R. & Suntikul, W. (2013). Tourism and war: An ill wind? Teoksessa R. Butler, & W. Suntikul (toim.), *Tourism and war* (s. 1–11). London: Routledge.
- Cantell, T. (2001). Mittaamaton kulttuuri? Teoksessa S. Riukulehto, (toim.), *Perinnettä vai bisnestä? Kulttuurin paikalliset ulottuvuudet* (s. 52–61). Jyväskylä: Atena.
- Cape Town Declaration (2002). Haettu osoitteesta <http://responsibletourism-partnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/>
- Cloke, P. & Perkins, H. C. (2002). Commodification and adventure in New Zealand tourism. *Current Issues in Tourism*, 5, 521–549. doi:10.1080/13683500208667939
- Coleman, J. (1988). Social capital in creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95–120.
- Danilov, D. (2005). Russia-EU cooperation in the security field: Trends and framework. Teoksessa H. Smith, (toim.), *Russia and its foreign policy: Influences, interests, issues* (s. 111–124). Helsinki: Aleksanteri Institute.
- Dodd, S. D. (2002). Metaphors and meaning: A grounded cultural model of US entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 17, 519–535. doi:10.1016/S0883-9026(01)00072-6

- Douglas, M. (1991). The idea of a home: A kind of space. *Social Research*, 58(1), 287–307.
- Dovey, K. (1985). Home and homelessness. Teoksessa I. Altman & C. M. Werner (toim.), *Home environments* (s. 33–64). New York: Plenum.
- ELY-keskus(2014). KolarinHannukaisen ympäristövaikutukset arvioitu. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus, Tiedotteet 2014. Haettu osoitteesta <http://www.ely-keskus.fi/web/ely/-/kolarin-hannukaisen-kaivoshankkeen-ymparistovaikutukset-arvioitu-lapin-ely-keskus-#.WNjzoHrYjpi>
- Eskola, J. & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Eurooppatiedotus (2012). Euroopan talouskriisin taustat ja kulku. Haettu osoitteesta <http://www.eurooppatiedotus.fi/public/default.aspx?contentid=242190>
- Finrelax – Suomesta hyvinvointimat-kailun kärkimaa. Haettu osoitteesta <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/tuoteteemat/hyvinvointimat-kailu/>
- Fiske, J. (2001). *Merkkien kieli: Johdatus viestinnän tutkimiseen*. Tampere: Vastapaino.
- Floyd, M. F., Gibson, H., Pennington-Gray, L. & Thapa, B. (2003). The effect of risk perceptions on intentions to travel in the aftermath of September 11, 2001. Teoksessa C. M. Hall, D. J. Timothy & D. T. Duval (toim.), *Safety and security in tourism: Relationships, management, and marketing* (s. 19–38). London: Haworth Hospitality.
- Foley, J. (2006). *Balanced brand: How to balance the stakeholder forces that can make or break your business*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Forsell, N. (2014). Ylläksen matkailuyhdistys ry. Suullinen tiedonanto.
- Forsström, H., Mattila, J. & Jussila, I. (2011). Accounts of entrepreneurial futures: Collective entrepreneurship for business, innovation, and life style. The 21st Nordic Academy of Management Conference, Stockholm, 22.–24.8.2011.
- Freeman, R. E. (2005). The development of stakeholder theory: An idiosyncratic approach. Teoksessa K. G. Smith, & M. A. Hitt (toim.), *Great minds in management: The process of theory development* (s. 417–435). Oxford University Press.
- Frerks, K. & Klein Goldewijk, B. (2006). Human security and international security: The quest for humane global governance. Teoksessa K. Frerks & B. Klein Goldewijk (toim.), *Human security and international insecurity* (s. 265–298). Wageningen Academic Publishers.
- Freystätter, H. & Mattila, V.-M. (toim.) (2011). *Finanssikriisin vaikutuksista Suomen talouteen*. (BoF Online, 1/2011.) Suomen Pank-

- ki. Haettu osoitteesta <http://urn.fi/URN:NBN:fi:bof-20140807703>.
- Fuchs, G., Uriely, N., Reichel, A. & Maoz, D. (2013). Vacationing in a terror-stricken destination. *Journal of Travel Research*, 52, 182–191. doi:10.1177/0047287512458833
- Galtung, J. (1996). *Peace by peaceful means: Peace and conflict, development and civilization*. London: Sage.
- García-Rosell, J.-C., Haanpää, M., Kylänen, M. & Markuksela, V. (2007). From firms to extended markets: A cultural approach to tourism product development. *Tourism – An Interdisciplinary Journal*, 55, 445–459.
- García-Rosell, J.-C., Hakkarainen, M., Ilola, H., Paloniemi, P., Tekoniemi-Selkälä, T. & Vähäkuopus, M. (toim.) (2013a). *Interregional tourism cooperation: Experiences from the Barents. Rovaniemi: BART – Public-Private Partnership in Barents Tourism*.
- García-Rosell, J.-C., Hakkarainen, M., Koskinen, M., Tekoniemi-Selkälä, T., Vähäkuopus, M., Paloniemi, P. & Syrjälä, N. (2013b). *Barents tourism: Action plan. Rovaniemi: BART – Public-Private Partnership in Barents Tourism*.
- Germann Molz, J. (2007). Cosmopolitans on the couch: Mobile hospitality and the Internet. Teoksessa J. Germann Molz, & S. Gibson (toim.), *Mobilizing hospitality: The ethics of social relations in a mobile world* (s. 65–82). Aldershot: Ashgate.
- Germann Molz, J. (2012). *Travel connections: Tourism, technology and togetherness in a mobile world*. London: Routledge.
- Germann Molz, J. (2014). Toward a network hospitality. *First Monday*, 19(3). doi:10.5210/fm.v19i3.4824
- Germann Molz, J. & Gibson, S. (2007a). Introduction: Mobilizing and mooring hospitality. Teoksessa J. Germann Molz & S. Gibson (toim.), *Mobilizing hospitality: The ethics of social relations in a mobile world* (s. 1–25). Aldershot: Ashgate.
- Germann Molz, J. & Gibson, S. (toim.) (2007b). *Mobilizing hospitality: The ethics of social relations in a mobile world*. Aldershot: Ashgate.
- Gibb, A. (1998). Educating tomorrow's entrepreneurs. *Economic Reform Today*, 4/1998, 32–38.
- Gibb, A. (2002). In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning: Creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4, 233–269. doi:10.1111/1468-2370.00086
- Goodwin, H. (2011). *Taking responsibility for tourism*. Oxford: Goodfellow.
- Grabowski, S. (2013). Volunteer tourists: Why do they do it? Teoksessa S. L. Wearing & N. G. McGehee (toim.), *International volunteer tourism: Integrating travellers and communities* (s. 70–83). Wallingford: CABI.

- Gramex/Tietoa tekijänoikeudesta. Haettu osoitteesta http://www.gramex.fi/fi/tietoa_gramexista/tietoa_tekijanoikeudesta
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78, 1360–1380.
- Guttentag, D. (2015). Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18, 1192–1217. doi:10.1080/13683500.2013.827159
- Haapakoski, M. (2013). *Resurssiperustainen yritys yhteistyö pienten palveluyritysten verkostossa: Tapaustutkimus matkailualan verkostosta*. (Jyväskylä Studies in Business and Economics, 132.) Jyväskylän yliopisto.
- Haapala, J. (2013). Tunturin rytmissä – unen erityispiirteet matkailutyössä. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto, Yhteiskuntatieteiden tiedekunta, Taloustieteet/Johtaminen.
- Hakkarainen, M. (2005). *Ylläksen ja Levin kohdekartoitukset*. Maisemalaboratorio-hanke, Tehtävä 3. LabSo. Haettu osoitteesta <http://www.arcticcentre.org/loader.aspx?id=bba8b7e5-e738-44d2-a377-7abdf276b440>
- Hakkarainen, M. (2014). Teemahaastattelut lappilaisen vieraanvaraisuuden ilmentäjinä. Teoksessa O. Rantala & M. Hakkarainen (toim.), *Omaleimaista palvelualltiutta: Inari-Saariselän matkailutoimijoiden käsityksiä vieraanvaraisuudesta* (s. 22–28). Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.
- Hall, C. M., Timothy, D. J. & Duval, D. T. (2003). Security and tourism: Towards a new understanding? Teoksessa C. M. Hall, D. J. Timothy & D. T. Duval (toim.), *Safety and security in tourism: Relationships, management, and marketing* (s. 1–18). London: Haworth Hospitality.
- Haugland, S. A., Ness, J., Grønseth, B.-O. & Aarstad, J. (2011). Development of tourism destinations: An integrated multilevel perspective. *Annals of Tourism Research*, 38, 268–290. doi:10.1016/j.annals.2010.08.008
- Heath, E. & Wall, G. (1992). *Marketing tourism destinations: A strategic planning approach*. New York: Wiley.
- Heikura, P., Huttunen, P. & Kinnunen, T. (2000). *Hyinen hurmio: Avantouimarin käsikirja*. Helsinki: Edita.
- Hietala, V. (1993). *Kuvien todellisuus: Johdatusta kuvallisen kulttuurin ymmärtämiseen ja tulkintaan*. Jyväskylä: Gummerus.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (1988). *Teemahaastattelu*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (1991). *Teemahaastattelu*. (5 painos.) Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2000). *Teemahaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2001). *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.

- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (1997). *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2007). *Tutki ja kirjoita*. (13. osin uud. laitos.) Helsinki: Tammi.
- Iisakka, L. (2004). Sosiaalinen pääoma suomalaisissa haastattelu- ja kyselyaineistoissa vuoden 1990 jälkeen. Haettu osoitteesta http://www.stat.fi/org/tut/dthemes/papers/sospaoma_sospaa.html
- Iivari, P. (2012). *Matkailun turvallisuus: Globaalit muutokset, paikalliset vaikutukset*. (Rovaniemen ammattikorkeakoulun julkaisusarja D nro 8.)
- Ilmonen, K. (toim.). (2000). *Sosiaalinen pääoma ja luottamus*. (SoPhi 42.) Jyväskylän yliopisto.
- Inkson, C. & Minnaert, L. (2012). *Tourism management: An introduction*. London: Sage.
- Isotalo, M. (2001). Merkityksiä maaseudulle. Teoksessa S. Riukulehto (toim.), *Perinnettä vai bisnestä? Kulttuurin paikalliset ulottuvuudet* (s. 130–144). Jyväskylä: Atena.
- Jamal, T. & Stronza, A. (2009). Collaboration theory and tourism practice in protected areas: Stakeholders, structuring and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 17, 169–189. doi:10.1080/09669580802495741
- Johannisson, B., Landström, H. & Rosenberg, J. (1998). University training for entrepreneurship – An action frame of reference. *European Journal of Engineering Education*, 23, 477–496.
- Jokinen, T. (2001). *Tuotekehitys*. (6. painos.) Helsinki: Otatieto.
- Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (1993). *Diskurssianalyysin aakkoset*. Tampere: Vastapaino.
- Jokivuori, P. (toim.). (2005). *Sosiaalisen pääoman kentät*. Jyväskylä: Minerva.
- Jutila, S. & Hakkarainen, M. (2015). *Hyvinvointia meillä ja muualla: Hyvinvointimatkailun ja sen osaamisen edistämisen eurooppalaisena yhteistyönä -hankkeessa tuotettu kehittämissuunnitelma Lappiin*. Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.
- Järviluoma, J. (1994). Matkailun työntö- ja vetovoimatekijät ja niiden heijastuminen lomakohteen valintaan. Teoksessa S. Aho (toim.), *Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteena* (s. 31–48). Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos.
- Järviluoma, J. (2005). Pallaksen ja Ylläksen matkailualueet. Teoksessa J. Järviluoma & S. Tuulentie (toim.), *Erottuvat tunturit: Pallaksen ja Ylläksen alueelliset identiteetit matkailijoiden ja yrittäjien puheissa* (s. 7–17). (Lapin yliopiston kauppatieteiden ja matkailun tiedekunnan julkaisuja B 3.) Rovaniemi.
- Järvinen-Tassopoulos, J. (2010). Vieraanvarainen koti. Teoksessa A. Vilkkonen & J. Järvinen-Tassopoulos

- (toim.), *Kotia paikantamassa* (s. 309–327). Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Kaminen, M. & Pakkala, T. (2007). Päiväkodin työntekijöiden käsitykset sosiaalityöntekijöiden kanssa tehtävästä yhteistyöstä Vaasassa. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto, Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos, Sosiaalityö.
- Kankainen, T. (ei vl.). Luottamus. Haettu osoitteesta <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/luottamus>
- Kant, I. (1922). *Ikuiseen rauhaan*. (Suom. J. Tuomikoski). Hämeenlinna: Karisto.
- Karjalainen, P. T. (1997). Maailman paikoista paikan maailmoin – kokemuksen geografiaa. *Tiedepoliittika*, 22(4), 41–46.
- Karjula, L. (2014). Kasvuyrittäjyyden jäljillä – diskurssianalyysi kasvuyrittäjyyden rakentumisesta blogiteksteissä. Maisterin tutkinnon tutkielma. Aalto-yliopisto, Kauppakorkeakoulu, Johtamisen laitos.
- Keskitalo-Foley, S. (2006). Kolme näkökulmaa Lapin paikkana kokemukseen. Teoksessa S. Knuutila, P. Laaksonen & U. Piela (toim.), *Paikka: Eletty, kuviteltu, kerrottu* (s. 129–146). Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- King, C. A. (1995). Viewpoint: What is hospitality? *International Journal of Hospitality Management*, 14, 219–234.
- Kittilä, A. (2013). Pallas-Yllästunturin kansallispuiston rooli ja hyödynnettävyys matkailuyritystoiminnassa. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto, Yhteiskuntatieteiden tiedekunta, Matkailututkimus.
- Koivurova, T. (2014). Venäjän viimeaikaiset sotatoimet kansainvälisen oikeuden näkökulmasta. Teoksessa A. Luukkanen & S. Grönroos (toim.), *Venäjä: Uhka vai mahdollisuus? Avointa keskustelua Suomen Venäjä-suhteesta*. Helsinki: Suomen Perusta -ajatuspaja.
- Komppula, R. (1996). *Matkailuyritysten horisontaalinen yhteistyö ja yhteistyön esteet: Case Lieksa*. Turun kauppakorkeakoulu.
- Komppula, R. (2000). *Matkailuyrityksen sitoutuminen verkostoon: Tapaustutkimus Pohjois-Karjalan maakunnallinen matkailuverkosto*. (Acta Universitatis Lapponiensis 30.). Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Komppula, R. (2004). Success and growth in rural tourism micro-businesses in Finland: Financial or lifestyle objectives? Teoksessa R. Thomas, (toim.), *Small firms in tourism: International perspectives* (s. 115–138). Oxford: Elsevier.
- Komppula, R. & Boxberg, M. (2002). *Matkailuyrityksen tuotekehitys*. Helsinki: Edita.
- Konu, H. (2015). Developing a forest-based wellbeing tourism product together with customers – An ethnographic approach. *Tourism Management*, 49, 1–16. doi:10.1016/j.tourman.2015.02.006

Korpela, R. (2014). Terveyssosiaalityön asiantuntijuus ja kehittäminen. Teoksessa A. Metteri, H. Valokivi & S. Ylinen (toim.), *Terveys ja sosiaalityö* (s. 118–141). Jyväskylä: PS-Kustannus.

Kosonen, R. (2009). Henkilösuhteet ja epävirallinen vaikuttaminen venäläisessä liiketoiminnassa. Teoksessa S. Salmenniemi & A. Rotkirch (toim.), *Suhteiden Venäjä* (s. 93–121). Helsinki: Gaudeamus.

Kostiainen, A., Ahtola, J., Koivunen, L., Korpela, K. & Syrjämaa, T. (2004). *Matkailijan ihmeellinen maailma: Matkailun historia vanhalta ajalta omaan aikaamme*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Kotkavirta, J. (2000). Luottamus instituutioihin ja yksilöllinen hyvinvointi. Teoksessa K. Ilmonen (toim.), *Sosiaalinen pääoma ja luottamus* (s. 55–68) (SoPhi 42.) Jyväskylän yliopisto.

Kovalainen, A. & Österberg, J. (2000). Sosiaalinen pääoma, luottamus ja julkisen sektorin restrukturaatio. Teoksessa K. Ilmonen, (toim.), *Sosiaalinen pääoma ja luottamus* (s. 69–92) (SoPhi 42.) Jyväskylän yliopisto.

Kuula, A. (2006). *Tutkimusetiikka: Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys*. Tampere: Vastapaino.

Laakkonen, M. (2013). Kiilopään talviuintiviikon tuotteistaminen Suomen Ladulle. Opinnäytetyö. Haaga-Heliammattikorkeakoulu, Matkailun liikkeenjohto.

Lakso, T. & Kainulainen, K. (2001). Sivusta aluekehityksen ytimeen! Teoksessa S. Riukulehto (toim.), *Perinnettä vai bisnestä? Kulttuurin paikalliset ulottuvuudet* (s. 32–51). Jyväskylä: Atena.

Lapin liitto (ei vl.). *Lappi. Elämänvoimaa: matkailustrategia 2011–2014*. Haettu osoitteesta http://www.lappi.fi/lapinliitto/c/document_library/get_file?folderId=21330&name=DLFE-9293.pdf

Lapin liitto (2015). *Lapin matkailustrategia 2015–2018*. Haettu osoitteesta http://www.lappi.fi/lapinliitto/c/document_library/get_file?folderId=1252845&name=DLFE-24497.pdf

Lapin sairaanhoitopiirin eettinen toimikunta (2009). Lapin sairaanhoitopiirissä tehtävien opinnäytetöiden eettinen ohjeistus. Haettu osoitteesta <http://www.lshp.fi/default.aspx?nodeid=10542&contentlan=1>

Lapin sairaanhoitopiirin yleiset tiedot ja tunnusluvut. Haettu osoitteesta <http://www.lshp.fi/default.aspx?nodeid=10420&contentlan=1>

Lapin yliopisto (2009). Hyvä tieteellinen käytäntö. Lapin yliopiston tutkimuseettiset toimintaohjeet. Haettu osoitteesta <http://www.ulapland.fi/loader.aspx?id=072e1fb7-a53a-4ab5-b3d2-8068b95df7e4>

Lapland Classic. Haettu osoitteesta <http://www.safartica.com/fi/Safarit/Yl-laksen-Erikoiset/Lapland-Classic>

- Lapland Welcome (2015). Finnish sauna and ice swimming. Haettu osoitteesta <http://www.laplandwelcome.fi/activities/winter-safaris-in-rovaniemi/35-activities/winter-safaris-in-rovaniemi/winter-safaris-rovaniemi-pages/739-finnish-sauna-and-ice-swimming>
- Lashley, C. (2000). Towards a theoretical understanding. Teoksessa C. Lashley & A. Morrison (toim.), *In search of hospitality: Theoretical perspectives and debates* (s. 1–17). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Lashley, C., Lynch, P. & Morrison, A. (2007). Hospitality: An introduction. Teoksessa C. Lashley, P. Lynch & A. Morrison (toim.), *Hospitality: A social lens* (s. 1–15). London: Elsevier.
- Ledeneva, A. V. (1998). *Russia's economy of favours: Blat, networking and informal exchange*. Cambridge University Press.
- Lehtinen, A. (2006). Rationaalisen vallinnan teorian rakenne ja käyttäytymisoletukset. Teoksessa K. Rolin, M. Kakuri-Knuuttila & E. Henttonen (toim.), *Soveltava yhteiskuntatiede ja filosofia* (s. 215–240). Helsinki: Gaudeamus.
- Leslie, D. (2012). The responsible tourism debate. Teoksessa D. Leslie, (toim.), *Responsible tourism: Concepts, theory and practice* (s. 17–42). Wallingford: CABI. doi:10.1079/9781845939878.0017
- Liikanen, I. (2004). Rajan määritelmät ja rajayhteistyön edellytykset. Teoksessa I. Liikanen & P. Virtanen (toim.), *Rajayhteistyö, EU ja Venäjä* (s. 6–18) (Joensuun yliopisto, Karjalan tutkimuslaitoksen raportteja 11/2004.)
- Lüthje, M. (2001). Narratiivinen lähestymistapa matkakokemuksiin. Teoksessa S. Aho, A. Honkanen & J. Saarinen (toim.), *Matkailuelämykset tutkimuskohteina* (s. 11–31). (Lapin yliopiston matkailun julkaisuja B 6.) Rovaniemi.
- Lynch, P. A. (2005). The commercial home enterprise and host: A United Kingdom perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 24, 533–553. doi:10.1016/j.ijhm.2004.11.001
- Lynch, P., Di Domenico, M. L. & Sweeney, M. (2007). Resident hosts and mobile strangers: Temporary exchanges within the topography of the commercial home. Teoksessa J. Germann Molz & S. Gibson (toim.), *Mobilizing hospitality: The ethics of social relations in a mobile world* (s. 121–143). Aldershot: Ashgate.
- Lynch, P. A., McIntosh, A. J. & Tucker, H. (2009). *Commercial homes in tourism: An international perspective*. London: Routledge.
- Länsman, A.-S. (2004). *Väärtisuhteet Lapin matkailussa: Kulttuurianalyysi suomalaisten ja saamelaisten kohtaamisesta*. Inari: Kustannus-Puntsi.
- Makkonen, I. (2013). Ohjelmopalvelujen tuottaminen Venäjällä suomalaisten yritysten näkökulmasta. Kajaanin ammattikorkeakoulu, White Road -hanke. Haettu osoitteesta <http://www.kamk.fi/loader.aspx?id=d6db53bc-fc69-4821-8088-1b606d4a1470>

- Mansfeld, Y. & Pizam, A. (2006). Toward a theory of tourism security. Teoksessa Y. Mansfeld & A. Pizam (toim.), *Tourism, security and safety: From theory to practice* (s. 1–27). Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Maoz, D. (2010). Warming up peace: An encounter between Egyptian hosts and Israeli guests in Sinai. Teoksessa O. Moufakkir & I. Kelly (toim.), *Tourism, progress and peace* (s. xvi–xxxii). Wallingford: CABI.
- Massey, D. (2008). *Samanaikainen tila*. (Toim. M. Lehtonen, P. Rantanen & J. Valkonen; suom. J. Rovio.) Tampere: Vastapaino.
- Masterplan-seloste (2011). Ylläksen uuden matkailukylän Masterplan-selostus 30.11.2011. Haettu osoitteesta <http://www.laatumaa.fi/assets/Kiinteistokehitys/Kiinteistokehitys-Kolari-Yllas/Masterplan-seloste.pdf>
- Matkailukin hyötty lomailijan hyvästä sairaalahoidosta (2015). *Turun Sanomat*, 15.2.2015.
- Matkailun edistämiskeskus (2005). *Hyvinvointi- ja wellness-matkailun peruskartoitus*. Haettu osoitteesta [http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/DA533EADA2F7F674C2256FD900399235/\\$FILE/A144%20Hyvinvointimatkailu_peruskartoitus.pdf](http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/DA533EADA2F7F674C2256FD900399235/$FILE/A144%20Hyvinvointimatkailu_peruskartoitus.pdf)
- Me Naiset (2013). Halvalla reissuun: Testasimme Airbnb-kotimajoituksen kolmessa kaupungissa. Haettu osoitteesta http://www.menaiset.fi/artikkeli/ajankohtaista/halvalla_reissuun_testasimme_airbnb_kotimajoituksen_kolmessa_kaupungissa
- Metteri, A. (2014). Terveyssoseaalityö, eriarvoistava sosiaalipolitiikka ja asiakkaiden kohtuuttomat tilanteet. Teoksessa A. Metteri, H. Valokivi & S. Ylinen (toim.), *Terveys ja sosiaalityö* (s. 296–328). Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Mettiäinen, I., Uusitalo, M. & Rantala, O. (2009). Osallisuus matkailukeskusten suunnittelussa. Teoksessa S. Tuulentie, (toim.), *Turisti tulee kylään* (s. 206–242). Helsinki: Minerva.
- Mill, J. S. (1861). *Utilitarismi*. (Suom. K. Saastamoinen, S. Sajama & M. Järvenpää) Helsinki: Gaudeamus, 2000.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. & Lampel, J. (2009). *Strategy safari: The complete guide through the wilds of strategic management* (2 painos). Harlow: Prentice Hall.
- Morrison, A. M. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*. London: Routledge.
- Määrällinen vai laadullinen? Haettu osoitteesta <http://viesverk.uta.fi/viestti-et/kaytannot/valinnat/maara.html>
- Neuendorf, A. K. (2002). *The content analysis guidebook*. London: Sage.
- Nilsson, P. & Fagerström, B. (2006). Managing stakeholder requirements in a product modelling system. *Computers in Industry*, 57(2), 167–177. doi:10.1016/j.compind.2005.06.003

- Nousiainen, J. (2014). Moniulotteinen vieraanvaraisuus. Teoksessa O. Rantala & M. Hakkarainen (toim.), *Omaleimaista palvelualltiutta: Inari-Saariselän matkailutoimijoiden käsityksiä vieraanvaraisuudesta* (s. 13–20). Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.
- Nousiainen, J. (2015). *Vieraanvaraisuuden käsitteellisiä ja paikallisia ulottuvuuksia: Mistä on lappilainen vieraanvaraisuus tehty -selvityshankkeen raportti*. Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.
- Nykänen, T. & Veijola, S. (2013). Matkailun etiikka. Teoksessa S. Veijola (toim.), *Matkailututkimuksen lukukirja* (s. 87–98). Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Näpiti irti kauniista leirintäalueesta (2015). *Lapin Kansa*.
- Näsi, J. (1995). What is stakeholder thinking? A snapshot of a social theory of the firm. Teoksessa J. Näsi (toim.), *Understanding stakeholder thinking*. Helsinki: LSR-Publication.
- Ounasvaaran Latu/Jaostot. Haettu osoitteesta <http://www.ounasvaaranlatu.fi/jaostot/>
- Parikka, O. (2008). *Äiti-Venäjän aapinen*. Jyväskylä: Atena.
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist behaviour: Themes and conceptual schemes*. Clevedon: Channel View.
- Pennington-Gray, L., Schroeder, A. & Kaplanidou, K. (2011). Examining the influence of past travel experience, general web searching behaviors, and risk perceptions on future travel intentions. *International Journal of Safety and Security in Tourism/Hospitality*, 1(1), 64–89.
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2009). *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Piipponen, J. (2003). *Rajat ylittävä yhteistyö osana pohjoista ulottuvuutta*. Helsinki: Suomen Kuntaliitto.
- Pizam, A. (2007). The “ity” factor. *International Journal of Hospitality Management*, 26, 499–501. doi:10.1016/j.ijhm.2007.02.001
- Pizam, A., Jeong, G., Reichel, A., van Boemmel, H., Lusson, J. M., Steynberg, L., State-Costache, O., Volo, S., Kroesbacher, C., Kucerova, J. & Montmany, N. (2004). The relationship between risk-taking, sensation-seeking, and the tourist behavior of young adults: A cross-cultural study. *Journal of Travel Research*, 42, 251–260. doi:10.1177/0047287503258837
- Polonsky, M. J. & Ottman, J. A. (1998). Exploratory examination of whether marketers include stakeholders in the green new product development process. *Journal of Cleaner Production*, 6, 269–275. doi:10.1016/S0959-6526(97)00064-4
- Pyöriä, P. (2002). Tietotyö, työelämän muutos ja hyvinvointi. Teoksessa M. Härmä & T. Nupponen (toim.), *Työn muutos ja hyvinvointi tietoyhteiskunnas-*

- sa (s. 57–67) (Sitran raportteja 22.) Helsinki.
- Rantakokko, E.-M. (2013). Marjasta viiniksi: Suomalainen viinimatkalutuote suomalaisten viinintuottajien kuvaamana. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto, Yhteiskuntatieteiden tiedekunta, Matkailututkimus.
- Rantala, O. (2009). Lomalla luonnossa: Tunturikeskus matkailijan paikkana. Teoksessa S. Tuulentie, (toim.), *Turisti tulee kylään* (s. 108–130). Helsinki: Minerva.
- Rantala, O. & Hakkarainen, M. (toim.) (2014). *Omaleimaista palvelualltiutta – Inari-Saariselän matkailutoimijoiden käsitteitä vieraanvaraisuudesta*. Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.
- Rastas, A. (2005). Kulttuurit ja erot haastattelutilanteessa. Teoksessa J. Ruusuvoori & L. Tiittula (toim.), *Haastattelu: Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus* (s. 78–102). Tampere: Vastapaino.
- Ritchie, J. R. B. & Crouch, G. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Wallingford: CABI.
- Ruuskanen, P. (2001). *Sosiaalinen pääoma: Käsitteet, suuntaukset ja mekanismit*. (VATT-tutkimuksia 81.) Helsinki: Valtion taloudellinen tutkimuskeskus.
- Ruuskanen, P. (2003). *Verkostotalous ja luottamus*. (SoPhi 78.) Jyväskylän yliopisto.
- Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. (toim.) (2010). *Haastattelun analyysi*. Tampere: Vastapaino.
- Räikkönen, J. (2007). Matkalla koettuja elämyksiä ja elettyjä kokemuksia: Millainen on hyvä matkailukokemus? *Matkailututkimus*, 3(1), 27–52.
- Saarinen, J. (2001). Matkailukokemuksista elämystuotantoon – Matkailuelämys käsitteenä ja luontomatkaillun mainonnassa. Teoksessa S. Aho, A. Honkanen & J. Saarinen (toim.), *Matkailuelämykset tutkimuskohteina* (s. 83–97) (Lapin yliopiston matkailun julkaisuja B 6.) Rovaniemi.
- Saarinen, J. (2006). Matkailu ja paikallisuus: Matkailukehityksen, paikallisuuden ja kestävyuden yhteensovittamisen haasteet Suomen Lapissa. *Alue ja Ympäristö*, 35(2), 69–78.
- Sairaanhoitopiirin kuntayhtymän hallituksen ja valtuuston päätöksiä. Haettu osoitteesta <http://www.lshp.fi/default.aspx?contentid=8504&contentlan=1>
- Sallinen, M., Kandolin, I. & Purola, M. (2002). *Elämisen rytmi: Kohti tasapainoa työn ja muun elämän välillä*. Helsinki: Työterveyslaitos.
- Saraniemi, S. & Kylänen, M. (2011). Problematizing the concept of tourism destination: An analysis of different theoretical approaches. *Journal of Travel Research*, 50, 133–143. doi:10.1177/0047287510362775

- Sarpavaara, H. (2004). *Ruumiillisuus ja mainonta: Diagnoosi tv-mainonnan ruumiillisuusrepresentaatioista*. (Akateeminen väitöskirja, Tampereen yliopisto, sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos.) Tampere University Press.
- Satokangas, P. (2013). *Matkailulla maakunta menestyy: Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset 12 lappilaisessa kunnassa vuonna 2011*. LUC Matkailu.
- Sedgley, D., Pritchard, A. & Morgan, N. (2011). Tourism and ageing. *Annals of Tourism Research*, 38, 422–436. doi:10.1016/j.annals.2010.09.002
- Seppälä, H.-M. (2014). Raportti turristosiaalityöntekijän työstä ajalta 1.12.2013–31.3.2014. Lapin sairaanhoitopiiri.
- Seppänen, J. (2001). *Katseen voima: Kohditi visuaalista lukutaitoa*. Tampere: Vastapaino.
- Severt, D., Aiello, T., Elswick, S. & Cyr, C. (2008). Hospitality in hospitals? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20, 664–678. doi:10.1108/09596110810892227
- Share your life (2015). Haettu osoitteesta <http://about.couchsurfing.com/about/>
- Shepherd, R. (2002). Commodification, culture and tourism. *Tourist Studies*, 2(2), 183–201. doi:10.1177/146879702761936653
- Sosiaali- ja terveydenhuollon rahoitus (2013). Haettu osoitteesta <http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/soster/asiakasmaksut-taloux-rahoitus-rahoitus/Sivut/default.aspx>
- Sosiaali- ja terveysministeriö (2013). Terveydenhuolto Suomessa. (Sosiaali- ja terveysministeriön esitteitä 2.) Haettu osoitteesta http://www.stm.fi/c/document_library/get_file?folderId=6511570&name=DLFE-26716.pdf
- Sosiaalityöllä tuetaan yksilöä ja yhteisöä (2014). Haettu osoitteesta http://www.stm.fi/sosiaali_ja_terveyspalvelut/sosiaalipalvelut/sosiaalityo
- Spain (2014). Haettu osoitteesta <http://travel.state.gov/content/passports/english/country/spain-and-andorra.html>
- Staffans, A., Tyrväinen, L. & Paatero, J. (2011). Luku I: Johdanto. Teoksessa A. Staffans & T. Merikoski (toim.), *Miten kestävä matkailualue tehdään? Käsikirja suunnitteluun ja rakentamiseen* (s. 8–19). Espoo: Aalto-yliopisto, insinööritieteiden korkeakoulu, arkkitehtuurin laitos.
- Stern, J. (2014). Crimea Referendum: US and EU Threaten Russia, NATO Supports Ukraine's Coalition Government. Haettu osoitteesta <http://www.globalresearch.ca/crimea-referendum-us-and-eu-threaten-russia-nato-supports-ukraines-coalition-government/5372954>
- Suomen matkailustrategia 2020. 4 hyvää syytä edistää matkailutoimialojen kehitystä*. Haettu osoitteesta http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/Matkailustrategia_020610.pdf

Suomen sosiaaliturva (2015). Haettu osoitteesta <http://www.infopankki.fi/fi/elama-suomessa/maahanmuuttajana-suomessa/suomen-sosiaaliturva>

Swaminathan, M. S. (2006). The need to explore human security. Teoksessa K. Frerks & B. Klein Goldewijk (toim.), *Human security and international insecurity* (s. 15–18). Wageningen Academic Publishers.

Sönmez, S. F. & Graefe, A. R. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25, 112–144. doi:10.1016/S0160-7383(97)00072-8

Tarkiainen, J. (2001). *Pelon ja matkustamisen maantiede: Yksin matkustavien naisten paradoksaalisia kertomuksia*. (Lapin yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja 36.) Rovaniemi.

TEM (2014a). Rajat ylittävä yhteistyö (crossborder). Työ- ja elinkeinoministeriö. Haettu osoitteesta https://www.tem.fi/alueiden_kehittaminen/eu_n_alue-_ja_rakennepolitiikka/rakennerahasto-ohjelmat_2007-20

TEM (2014b). *Suomen matkailun tulevaisuudennäkymät: katse vuoteen 2030*. Työ- ja elinkeinoministeriö. Haettu osoitteesta http://www.tem.fi/files/38503/TEM-rap_4_2014_web_17012014.pdf

TEM (2014c). Yhteistyö EU:n ulkorajoilla (ENPI CBC). Työ- ja elinkeinoministeriö. Haettu osoitteesta [\[_ja_rakennepolitiikka/yhteistyoeu_n_ulkorajoilla_\\(enpi_cbc\\)\]\(http://www.tem.fi/alueiden_kehittaminen/eu_n_alue-_ja_rakennepolitiikka/yhteistyoeu_n_ulkorajoilla_\(enpi_cbc\)\)](https://www.tem.fi/alueiden_kehittaminen/eu_n_</p></div><div data-bbox=)

TEM (2015a). *Yhdessä enemmän – kasvua ja uudistumista suomen matkailuun: Suomen matkailun kasvuun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025*. (TEM raportteja 2/2015.) Työ- ja elinkeinoministeriö.

TEM (2015b). ENI CBC -ohjelmien valmistelu 2014–2020. Haettu osoitteesta http://www.tem.fi/alueiden_kehittaminen/eu_n_alue-_ja_rakennepolitiikka/eni-cbc_-ohjelmien_valmistelu_2014-2020

Thacker, B. (2009). *Sleeping around: A couch surfing tour of the globe*. St Leonards: Allen & Unwin.

Tiittula, L. & Ruusu vuori, J. (2005). Johdanto. Teoksessa J. Ruusu vuori, & L. Tiittula (toim.), *Haastattelu – tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus* (s. 9–21). Tampere: Vastapaino.

Tilastokeskus. Kolari. Haettu osoitteesta <http://tilastokeskus.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/273.html>

Tonder, M. (2013). *Ideasta kaupalliseksi palveluksi: Matkailupalvelujen tuotteistaminen*. Helsinki: Restamark.

Tuan, Y.-F. (2006). Paikan taju: Aika, paikka, minuus. (Suom. L. Kaski.) Teoksessa S. Knuuttila, P. Laaksonen & U. Piela (toim.), *Paikka: Eletty, kuviteltu, kerrottu* (s. 15–30). Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (6. uudistettu laitos). Helsinki: Tammi.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2013). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. (11. uudistettu laitos). Helsinki: Tammi.
- Turistisosaalityöntekijä vakinaisena talven sesonkiajan. Haettu osoitteesta <http://www.lshp.fi/default.aspx?contentid=8709&nodeid=9469&contentlan=1>
- Tuulentie, S. (toim.) (2009). *Turisti tulee kylään: Matkailukeskukset ja lappilainen arki*. Helsinki: Minerva.
- Tyrväinen, L., Korpela, K. & Ojala, A. (2014). Luonnon virkistyskäytön terveys- ja hyvinvointihyödyt. Teoksessa L. Tyrväinen, M. Kurttila, T. Sievänen & S. Tuulentie (toim.), *Hyvinvointia metsästä* (s. 48–58). Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Tähtinen, J., Laakkonen, E. & Broberg, M. (2011). *Tilastollisen aineiston käsittelyn ja tulkinnan perusteita*. (Turun yliopiston kasvatustieteiden tiedekunnan julkaisu C:20.)
- Ulkoasiainministeriö (2012). Pohjoinen ulottuvuus. Ulkoasiainministeriö, Alueellisen yhteistyön yksikkö.
- Ulkoasiainministeriö (2015). Ukrainan tilanne: Pakotteet. Haettu osoitteesta <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=299145&nodeid=47853&contentlan=1&culture=fi-FI>
- UNWTO (2014). International tourism up by 5% in the first half of the year. Haettu osoitteesta <http://media.unwto.org/press-release/2014-09-15/international-tourism-5-first-half-year>
- van Dijk, T. A. (1997). The study of discourse. Teoksessa T. A. van Dijk, (toim.), *Discourses as structure and process* (s. 1–34). London: Sage.
- van Gelderen, M. & Jansen, P. (2006). Autonomy as a start-up motive. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(1), 23–32. doi:10.1108/14626000610645289
- Veijola, S., Ilola, H. & Edelheim, J. (2013). Johdanto matkailun tutkimukseen. Teoksessa S. Veijola (toim.), *Matkailututkimuksen lukukirja* (s. 16–29). Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Veivo, H. & Huttunen, T. (1999). *Semiotiikka: Merkeistä mieleen ja kulttuuriin*. Helsinki: Edita.
- Viken, A. & Granås, B. (toim.) (2014). *Tourism destination development: Turns and tactics*. Farnham: Ashgate.
- Vilka, H. (2007). *Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet*. Helsinki: Tammi.
- Vilkko, A. (2010a). Eletyn tilan kertominen. Teoksessa A. Vilkko, A. Suikkanen & J. Järvinen-Tassopoulos (toim.), *Kotia paikantamassa* (s. 35–58). Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.

- Vilkko, A. (2010b). Kohteena koti. Teoksessa A. Vilkko, A. Suikkanen & J. Järvinen-Tassopoulos (toim.), *Kotia paikantamassa* (s. 11–31). Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Vilkko, A., Suikkanen, A. & Järvinen-Tassopoulos, J. (toim.) (2010). *Kotia paikantamassa*. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Visit Finland. (2014). Hyvinvointimatkailustrategia kansainvälisille markkinoille 2014–2018. Helsinki.
- Visit Rovaniemi (2013a). Visit Rovaniemi – Joulupukin virallinen kotikaupunki ja Lapin pääkaupunki. Haettu osoitteesta <http://www.visitrovaniemi.fi/fi>
- Visit Rovaniemi. (2013b). Visit Rovaniemi – Mitä teemme ja olemme yhtiönä. Haettu osoitteesta <http://www.visitrovaniemi.fi/fi/tietoa-meista>
- Vituhnovskaja, M. (2006). Kansanluonne ja elämäntapa. Teoksessa T. Viuhavainen (toim.), *Opas venäläisyyteen* (s. 114–136). Helsinki: Otava.
- Waligo, V. M., Clarke, J. & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, 36, 342–353. doi:10.1016/j.tourman.2012.10.008
- Weiermair, K. (2004). *Product improvement or innovation: What is the key to success in tourism?* OECD. Innovation and Growth in Tourism: Conference Papers.
- Yle (2013). Sohvasurffaajat – Suonissamme virtaa vapaus. Haettu osoitteesta <http://blogit.yle.fi/elava-arkisto/sohvasurffaajat-suonissamme-virtaa-vapaus>
- Yle (2014a). Näin Ukrainan kriisi on edennyt. Haettu osoitteesta http://yle.fi/uutiset/nain_ukrainan_kriisi_on_edennyt/7098411
- Yle (2014b). Suomi vastustaa uusia Venäjä-pakotteita – tukea myös muilta EU-mailta Haettu osoitteesta <http://yle.fi/uutiset/3-7359472>
- Ylläksen Matkailuyhdistys ry. Haettu osoitteesta <http://www.yllas.fi/yll%C3%A4ksen-matkailuyhdistys-ry>
- Ylläs.fi (2015). Rantasauna + avantouintia. Haettu osoitteesta <http://www.yllas.fi/yritykset/tuotteet/rantasauna-avantouintia>
- Zand, D. E. (1972). Trust and managerial problem solving. *Administrative Science Quarterly*, 14, 229–239.

LIITTEET

LIITE 1.

KYSELYLOMAKE/LUKU 2

Kysely hyvinvointimatkailun kehittämisestä Ylläksen alueella.

Hei,

Opiskelemme Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutissa (MTI) Lapin yliopistossa. MTI tekee tutkimusta aiheesta ”Lappilainen elämäntapa hyvinvointimatkailuksi” ja tutkimuksemme on osa tätä projektia. Projektin tarkoituksena on tutkia hyvinvointimatkailua Lapissa ja sen mahdollisuuksia matkailutarjonnassa. Kyselylomakkeen avulla kerätty aineisto on projektiin liittyvän kandidaatin tutkielmamme perusta. Tutkielmamme perustuu hyvinvointimatkailun näkyvyyteen strategisessa kehittämisessä. Tutkimustulokset julkaistaan kootussa teoksessa sekä painettuna että elektronisena versiona. Kaikki aineisto käsitellään nimettömänä, eikä yksittäisiä vastaajia pysty tunnistamaan.

Olettehan ystävällinen ja vastaatte kyselyyn 22.2.2015 mennessä.

Jos tarvitsette lisätietoja tutkimuksesta tai siihen vastaamisesta, ottakaa rohkeasti yhteyttä meihin.

Kiitos vastauksestasi!

Parhain terveisin, Alexandra Lindqvist ja Henni Tallinen

allindqv@ulapland.fi htalline@ulapland.fi

Tarkempaa tietoa tutkimuksesta ja kyselytietojen käytöstä saa ohjaajaltamme Maria Hakkaraiselta (maria.hakkarainen(at)ulapland.fi, puh +385 40 4844 213)

1. Mitä matkailun toimialaa yrityksenne edustaa?

- Majoitusliikkeet
- Ohjelmapalveluyritykset
- Tilausliikenne
- Käyntikohteet
- Muu, mikä?

2. Kuinka kauan yrityksenne on toiminut matkailualalla Ylläksellä tai Kolarissa?

- 0-5 vuotta
- 6-10 vuotta
- 11-15 vuotta
- 16 tai enemmän

3. Onko yrityksellänne hyvinvointimatkailupalveluita?

- Ei lainkaan
- Yksi tai muutamia
- Keskitymme pääasiassa tai kokonaan hyvinvointipalveluiden tuottamiseen

4. Kuinka hyvin tunnette Ylläs II kehittämissuunnitelman (laadittu vuonna 2007)? Ylläs II kehittämissuunnitelma esittelee vision alueen kehityksestä eri osa-alueilla vuoteen 2020. Yhtenä suurena strategisena teemana painottuu hyvinvointipalveluiden kehittäminen.

- en tunne ollenkaan
- tiedän olemassaolosta, mutta en ole tutustunut siihen
- tunnen jonkin verran
- tunnen sisällön hyvin

5. Ottakaa kantaa alueen kehitystä koskeviin väittämiin valitsemalla paras vaihtoehto asteikolla 1-5.

	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä
Kolarilla on tarvetta kehittää matkailua jatkuvasti.	1	2	3	4	5
Yrityksemme on osavastuussa Kolarin matkailun kehittämisestä.	1	2	3	4	5
Kaikki Kolarin alueen toimijat (yritykset, yksityishenkilöt, matkailijat jne.) ovat vastuussa kohteen kehittämisestä.	1	2	3	4	5
Yhteistyö Kolarin yritysten kesken on tärkeää alueen kehityksen kannalta.	1	2	3	4	5
Yhteistyö muiden Lapin matkakohteiden kanssa on tärkeää Kolarin alueen kehittämisen kannalta.	1	2	3	4	5
Kilpailu Kolarin yritysten kesken on tärkeää alueen kehityksen kannalta.	1	2	3	4	5
Kolarin alueelle tulisi kehittää vaihtoehtoisia matkailumuotoja.	1	2	3	4	5
Asiakkailta saatu palaute vaikuttaa toiminnan kehittämiseen.	1	2	3	4	5

6. Ottakaa kantaa, miten Ylläs II kehittämissuunnitelma vaikuttaa yrityksenne toimintaan, valitsemalla paras vaihtoehto asteikolla 1-5

	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä
Olen osallistunut kehittämissuunnitelman tavoitteiden laatimiseen.	1	2	3	4	5
Yrityksemme toimiala on huomioitu kehittämissuunnitelmassa.	1	2	3	4	5
Kehittämissuunnitelmalla on merkitystä yrityksemme toiminnan suunnittelussa.	1	2	3	4	5
Olemme kokeneet kehittämissuunnitelman hyödylliseksi.	1	2	3	4	5
Kehittämissuunnitelman pohjalta on noussut uusia ideoita yrityksemme suunnan ja toiminnan kehittämiseen hyvinvointimatkailuun liittyen.	1	2	3	4	5
Kehittämissuunnitelma ja sen tavoitteet tunnetaan hyvin, joten ne ovat helposti toteutettavissa.	1	2	3	4	5
Matkailumarkkinoiden muutokset on huomioitu kehittämissuunnitelmassa.	1	2	3	4	5
Kehittämissuunnitelmalla on uudistamistarvetta.	1	2	3	4	5

7. Miten kehittämissuunnitelmaa tulisi Teidän mielestänne uudistaa?

8. Millä keinoilla Ylläs II kehittämissuunnitelman tavoitteisiin voitaisiin parhaiten päästä?

9. Mitä on mielestänne hyvinvointimatkailu?

10. Arvioikaa yrityksenne suhdetta hyvinvointimatkailuun asteikolla 1-5.

	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä
Kolarin alue on hyvinvointimatkailukohde.	1	2	3	4	5
Aluetta tulee kehittää hyvinvointimatkailukohteena.	1	2	3	4	5
Hyvinvointimatkailun lisääminen on yrityksemme tavoitteena.	1	2	3	4	5
Kehittämissuunnitelmassa on annettu yrityksille keinoja hyvinvointimatkailuteeman kehittämiseen.	1	2	3	4	5
Yrityksemme on osallistunut hankkeisiin, jotka kehittävät hyvinvointimatkailua.	1	2	3	4	5
Yrityksemme olisi valmis osallistumaan hankkeisiin, jotka kehittäisivät hyvinvointimatkailua.	1	2	3	4	5
Kehittämissuunnitelma on hyvinvointimatkailun osalta realistinen ja tavoitteiden mukainen.	1	2	3	4	5

11. Millä tavoin haluaisitte tulevaisuudessa kehittää hyvinvointimatkailua?

12. Haluaisitteko sanoa vielä jotain hyvinvointimatkailun kehittämiseen liittyen?

Kiitos vastauksestanne!

LIITE 2.

TEEMAHAASTATTELURUNKO/LUKU 3

TAUSTATIEDOT

- Vastaaajan nimi
- Organisaatio & tehtävänimike
- Mitä? Konkreettiset kokemukset yhteistyöstä venäläisten kumppaneiden kanssa
 - » Asiantuntijatehtävät, millaisissa projekteissa tai työtehtävissä
 - » Venäläisten matkailuyrittäjien kanssa tehty yhteistyö

YHTEISTYÖN SYYT JA RAKENNE

- Miksi?
- Kumppaneiden löytäminen, miten?
 - » Asiantuntijan kokemukset verkostoitumisen onnistumisessa, millaisia kokemuksia rajat ylittävästä yhteistyöstä hankepuolella?
 - » Matkailuyrittäjän yhteistyökumppanuuksien alkutaival ja kehityskaari, millaisia yhteistyökumppaneita; matkanjärjestäjiä, oppaita, majoituspalvelutoimijoita?
- Millainen? Kuvataa yhteistyötä venäläisen matkailuyrittäjän kanssa.
 - » Tavoitteet
 - » Mahdollisuudet tulevaisuudessa
 - » Haasteet
- Miten yhteistyö venäläisen kumppanin/Venäjän kanssa eroaa muusta yhteistyöstä?
- Miten poliittinen tilanne vaikuttaa yhteistyöhön?

YHTEISTYÖSUHTEET

- Millaisia henkilökohtaiset suhteet yhteistyökumppaneihin ovat? Kuvaile.
 - » Eroavatko ne suhteessa muihin toimijatahoihin venäjällä, entä esimerkiksi kotimaisiin kumppanuuksiin?
 - » Millainen painoarvo henkilökohtaisilla suhteilla on venäläisen yhteistyökumppanin kanssa?
 - » Miten suhteita ylläpidetään ja kehitetään?
- Onko suhteiden merkitys aikojen saatossa muuttanut muotoaan?
 - » Ovatko jotkin henkilökohtaiset yhteistyösuhteet katkenneet? Mikä merkitys sillä on ollut yhteistyösuhteelle kokonaisuudessaan?
 - » Voiko yhteistyösuhde säilyä, jos yhteistyökumppani vaihtuu?
- Ovatko suhteet erilaisia matkailun kentällä kuin muilla aloilla (kaupan alan asiantuntija)?
- Vaikuttaako poliittinen tilanne henkilökohtaisiin suhteisiin?

LUOTTAMUS

- Kuvaile yhteistyösuhdetta/suhteita luottamuksen näkökulmasta.
- Millainen merkitys luottamuksella on yhteistyössä venäläisen

yhteistyökumppanin kanssa? (Pelotusvaikutukseen perustuva/
kokemusperustainen/tunnistamiseen ja myötätuntoon perustuva luottamus?)

- Millainen on vastavuoroisuuden luottamuksen merkitys toiminnalle? Mitä jos oma luottamus menee?
- Miten poliittinen tilanne vaikuttaa luottamukseen?

VUOROVAIKUTUS

- Missä muodossa yhteydenpito toimii?
- Onko vuorovaikutus avointa ja tasapuolista vai yksipuolista ja vaativaa?
- Mitä seikkoja tulee ottaa huomioon vuorovaikutuksessa venäläisen yhteistyökumppanin kanssa?
- Miten poliittinen tilanne vaikuttaa vuorovaikutukseen?

LIITE 3.

TEEMAHAASTATTELURUNKO/LUVUT 4 JA 8

Aluksi: Tutkimuksen esittely, haastattelun kulku ja teemat, nauhoittaminen

The University of Lapland / Multidimensional Tourism Institute (MTI) is conducting a research project “Local way of life as a basis for wellbeing tourism”. The purpose of the project is to explore understandings of locality and it’s possibilities for creating tourism offerings in Lapland. This interview is collected as a data for two bachelor thesis that are part of the project and they focus on experiences of the couchsurfers who have visited Rovaniemi. The results of the study will be published as a book chapters both, as a hardcopy and in electronic format.

Here is the letter of consent you should sign in order to participate.

WARM UP

- Tell me about yourself.
 - » Where do you come from?
 - » How often do you travel?
 - » How and where do you usually travel? Why?

EXPERIENCE

- Why did you choose Rovaniemi as your destination? What was the main reason?
- What kind of expectations did you have of Rovaniemi and/or Lapland before arriving here?
- What have you been doing in Rovaniemi?
 - » Places visited
 - » People met
 - » Activities
 - » Hanging around
 - » Other?
- How has it felt/been so far here?

LOCALITY

- Have you been couchsurfing before? Many times?
- Why did you choose couchsurfing on this trip?
- How did you choose the host?
- What kind of experience it has been to stay in a local home?
- Do you think that the way of traveling affects your experience on the local ways of

life?

- Did you experience typical local things and/or habits during your stay? What were these?
- What kind of image you had of the city/local people before your visit? Has it changed during your stay?

HOSPITALITY

- How do you see the roles of host and guest in couchsurfing? (In general)
- Tell me about your own previous experiences of being a guest or host (in couchsurfing)?
- What is/was the biggest difference between couchsurfing and staying in a hotel/hostel?
- How would you describe the hospitality of your host here in Rovaniemi?
- What does the word “hospitality”, (in general,) mean to you?

TRAVEL SAFETY

- When you travel, is safety an important aspect to you? Why / why not?
- What has made you feel safe or unsafe during this trip?
- If you have memorable experiences from previous travels on safety or unsafety, could you tell about them?
- Have these affected your later travel plans?
- What kind of risks do you consider when planning to travel?
- Do you think the experience of safety is different in couchsurfing compared to other forms of accommodation?
- What is role of trust (in couchsurfing)?

PEACE AND INTERNATIONAL SECURITY

- Does the situation of international security affect to your decision to travel and to choose a destination? E.g. ongoing crises, conflicts, accidents, natural disasters
- What do you consider as the biggest threats of international security for your traveling? (In general)
- Would you travel or have you travelled to the places which do not hold peace? Why?
- In what kind of situation you would not travel?
- How would you define peace?

Is there anything else you would like to discuss that you think was left out or relevant to the topics?

LIITE 4.

HAASTATTELUKYSYMYKSET LAPIN SAIRAAHOITOPIIIRIN EDUSTAJALLE/LUKU 5

TUTKIMUKSEN ESITTELEMINEN, HAASTATTELIJAN ESITTÄYTYMINEN

- Kuka olen
- Mikä on haastattelun tarkoitus
- Tutkimuksen esittely
- Haastattelun kulku ja teemat
- Luottamuksellisuus ja nauhoitus -> sopiiko haastateltavalle

TAUSTATIEDOT

- Nimi?
- Koulutus ja työkokemus?
- Yritys/organisaatio, jossa työskentelee?
- Asema yrityksessä/organisaatiossa, jossa työskentelee?

1. TUOTTAMINEN

- Mistä, miten ja miksi syntyi ajatus turistikasvityöntekijän tarpeelle?
- Kuinka ja kenen toimesta tehtävä perustettiin?
- Tapahtuiko tehtävän perustamisvaiheessa yhteistyötä matkailutoimijoiden kanssa? Millaista yhteistyö oli?
- Onko Lapin sairaanhoitopiiri/turistikasvityöntekijä tehnyt yhteistyötä matkailualan toimijoiden kanssa turistikasvityöntekijäkokeilun aikana tai sen jälkeen? Mitä nämä matkailun toimijat ovat?
- Millaista yhteistyö on ollut matkailun toimijoiden kanssa ja millainen rooli yhteistyöllä on palvelun tuottamisessa?
- Tulisiko yhteistyötä kehittää? Miten?
- Osaatko sanoa, millaisilla resursseilla palvelua tuotetaan ja mistä resurssit saadaan?
 - » Miten palvelua aiotaan jatkossa tuottaa?

2. TOIMENKUVA

- Millaisia työtehtäviä ja asiakaspalvelutilanteita turistikasvityöntekijän toimenkuvaan kuuluu?
- Millainen on tyypillinen potilaskohtaaminen turistikasvityöntekijällä? Millaisista vaiheista kohtaaminen koostuu?
 - » Tekeekö turistipotilas vai sosiaalityöntekijä ensimmäisen yhteydenoton? Aina vai tarvittaessa?

- » Kuinka usein turistikosiaalityöntekijä tapaa potilasta?
- » Missä sosiaalityöntekijä tapaa turistipotilaita?
- » Voiko turistipotilas ottaa itse yhteyttä sosiaalityöntekijään hoidon aikana tai sen jälkeen?
- » Onko sosiaalityöntekijän apu saatavilla vielä hoitajakson jälkeen (tai potilaan palattua kotiin), mikäli tarpeellista?
- » Onko sosiaalityöntekijä yhteydessä myös potilaan omaisiin? Aina vai tarvittaessa?
- » Voivatko potilaan omaiset ottaa halutessaan yhteyttä sosiaalityöntekijään?
- Turistikosiaalityöntekijäkokeilun raportissa kerrotaan psykososiaalisen tuen tarjoamisen olevan keskeinen osa turistikosiaalityöntekijän työtä.
 - » Millaista psykososiaalinen tuki on ja kenelle sitä tarjotaan?
 - » Millainen merkitys psykososiaalisen tuen tarjoamisella on turistipotilaille?

3. TOIMINTAYMPÄRISTÖ

- Kuinka turistikosiaalityö eroaa perinteisestä sosiaalityöstä?
 - » Edellyttääkö työskentely turistipotilaiden kanssa erityistaitoja tai -piirteitä sosiaalityöntekijältä?
 - » Miksi toimenkuva on nimetty turistikosiaalityöksi?
 - » Millaisia erityispiirteitä matkailun toimintaympäristö tuo sosiaalityöntekijän tehtäviin?
 - » Asettaako matkailun toimintaympäristö haasteita, ehtoja tai rajoja toiminnalle turistikosiaalityössä? Millaisia?
 - » Mikäli onnettomuus tai tapaturma tapahtuu ja matkailija tarvitsee hoitoa/apua, kenen vastuulla hoidon/avun järjestäminen mielestäsi on? Entä mahdollisten jatkotoimenpiteiden järjestäminen?

4. MERKITYKSET

- Miten koet turistikosiaalityöpalveluiden tarjoamisen vaikuttavan matkailijoihin?
 - » Kuinka matkailijat ovat kokeneet saamansa palvelun/avun?
 - » Millaisia hyötyjä ja haittoja palveluiden tarjoamisesta on matkailijoille?
- Osaatko sanoa, miten turistikosiaalityö on vaikuttanut muun hoitohenkilökunnan työhön Lapin sairaanhoitopiirissä?
 - » Kuinka hoitohenkilökunta on kokenut turistikosiaalityöntekijän työn?
 - » Millaisia hyötyjä ja haittoja palveluiden tarjoamisesta on hoitohenkilökunnalle?
- Osaatko arvioida, millainen vaikutus turistikosiaalityöpalveluiden tarjoamisella on paikallisiin asukkaisiin?
 - » Kuinka paikalliset ovat kokeneet turistipotilaille tarjottavat sosiaalityön palvelut?
 - » Millaisia hyötyjä ja haittoja palveluiden tarjoamisesta on paikallisille?
- Millainen vaikutus turistikosiaalityöpalveluiden tarjoamisella on matkailualalle?
 - » Kuinka matkailualan toimijat ovat kokeneet turistikosiaalityön palvelut?
 - » Millaisia hyötyjä ja haittoja palveluiden tarjoamisesta on matkailualalle?
- Onko sosiaalityöpalveluiden tarjoaminen turistipotilaille mielestäsi tarpeellista ja välttämätöntä? Miksi?

- Vaikuttaako turistikasivallityöntekijän palveluiden tarjoaminen mielestäsi siihen, millaisena matkakohteena Rovaniemi ja Lappi nähdään ja koetaan? Miten?
- Millainen arvo/merkitys turistikasivallityöllä on mielestäsi Lapin sairaanhoitopiirille?

5. LOPUKSI

- Ennen haastattelun lopettamista kysyisin, mitä haastattelusta jäi päällimmäisenä mieleen?
 - » Onko mielessäsi jotain, mitä en kysynyt, mutta olisi mielestäsi ollut tärkeä tuoda esiin?
 - » Mikäli minulle tulee vielä lisäkysyttävää, voinko olla yhteydessä puhelimitse tai sähköpostilla?

KIITOS!

HAASTATTELUKYSYMYKSET MATKAILUALAN EDUSTAJALLE/LUKU 5

TUTKIMUKSEN ESITTELEMINEN, HAASTATTELIJAN ESITTÄYTYMINEN

- Kuka olen
- Mikä on haastattelun tarkoitus
- Tutkimuksen esittely
- Haastattelun kulku ja teemat
- Luottamuksellisuus ja nauhoitus, sopiiko haastateltavalle

TAUSTATIEDOT

- Nimi?
- Koulutus ja työkokemus?
- Yritys/organisaatio, jossa työskentelee?
- Asema yrityksessä/organisaatiossa, jossa työskentelee?
- Millaisia työtehtäviä haastateltavan toimenkuvaan kuuluu?

1. TUOTTAMINEN

- Onko Lapin sairaanhoitopiirin perustama turistikiosiaalityön toimi sinulle tuttu?
- Oletko tai onko edustamasi organisaatio osallistunut yhteistyöhön turistikiosiaalityöpalveluiden tuottamisessa tai suunnittelussa?
 - » Millaista yhteistyö on ollut ja millainen rooli yhteistyöllä mielestäsi on?
 - » Tulisiko yhteistyötä kehittää? Miten?
- Osaatko sanoa, millaisilla resursseilla palvelua tuotetaan ja mistä resurssit saadaan?
 - » Miten palvelua aiotaan tuottaa jatkossa?
 - » Pitäisikö matkailualan tukea palvelun tuottamista? Jos kyllä, millä tavoin?

2. TOIMENKUVA

- Turistikiosiaalityöntekijäkokeilun raportissa kerrotaan sosiaalityöntekijän työtehtävien koostuvan muun muassa seuraavista asioista: yhteistyö vakuutusyhtiöiden kanssa, laskutus, maksusitoumusten järjestely sekä potilaan kotimatkan suunnittelu.
 - » Ovatko edellä luetellut palvelut mielestäsi tärkeitä ja tarpeellisia turistipotilaille? Miksi?
- Lisäksi turistikiosiaalityöntekijäkokeilun raportissa kerrotaan psykososiaalisen tuen tarjoamisen olevan keskeinen osa turistikiosiaalityöntekijän työtä. Psykososiaalisella tuella tarkoitetaan kriisityön lisäksi potilaan ja tämän omaisten henkistä ja sosiaalista tukemista.

- » Millaisen merkityksen uskot psykososiaalisen tuen tarjoamisella olevan turistipotilaille ja tämän omaisille?

3. TOIMINTAYMPÄRISTÖ

- Kuvailisitko, millaisia matkakohteita Rovaniemi ja Lappi mielestäsi ovat?
 - » Millainen kuva Rovaniemestä/Lapista halutaan antaa matkakohteena?
 - » Millaisen kuvan uskot matkailijoilla olevan Rovaniemestä/Lapista matkakohteena?
- Millaisia erityispiirteitä uskot matkailun toimintaympäristön tuovan sosiaalityöntekijän tehtäviin?
- Asettaako lappilainen toimintaympäristö haasteita, ehtoja tai rajoja toiminnalle turistikokemuksissa? Millaisia?
- Mikäli onnettomuus tai tapaturma tapahtuu ja matkailija tarvitsee hoitoa/apua, kenen vastuulla hoidon/avun järjestäminen mielestäsi on? Entä mahdollisten jatkotoimenpiteiden järjestäminen?
- Mitä arvioit matkailualan toimijoiden tietävän turistikokemuksien palveluista?

4. MERKITYKSET

- Miten koet turistikokemuksien tarjoamisen näkyvän matkailualalla Rovaniemellä ja Lapissa?
- Miten uskot turistikokemuksien tarjoamisen vaikuttavan matkailijoihin?
 - » Kuinka matkailijat ovat kokeneet saamansa palvelun/avun?
 - » Millaisia hyötyjä ja haittoja palveluiden tarjoamisesta on matkailijoille?
- Millainen vaikutus turistikokemuksien tarjoamisella on matkailualan toimijoille?
 - » Kuinka matkailualan toimijat ovat kokeneet turistikokemuksien palvelut?
 - » Millaisia hyötyjä ja haittoja palveluiden tarjoamisesta on matkailualan toimijoille?
- Osaatko arvioida, millainen vaikutus turistikokemuksien tarjoamisella on paikallisiin asukkaisiin?
 - » Kuinka paikalliset ovat kokeneet turistipotilaille tarjottavat sosiaalityön palvelut?
 - » Millaisia hyötyjä ja haittoja palveluiden tarjoamisesta on paikallisille?
- Vaikuttaako turistikokemuksien tarjoaminen mielestäsi siihen, millaisena matkakohteena Rovaniemi ja Lappi nähdään ja koetaan? Miten?
 - » Millainen vaikutus turistikokemuksien tarjoamisella on mielestäsi Rovaniemen ja Lapin turvallisuuskuvaan?
 - » Millainen vaikutus turistikokemuksien tarjoamisella on mielestäsi Rovaniemen ja Lapin vieraanvaraisuuskuvaan?
- Miten turistikokemuksien tarjoamista olisi mielestäsi mahdollista hyödyntää Rovaniemen ja Lapin matkailun kehittämisessä ja markkinoinnissa?
 - » Osaatko kertoa, aiotaanko turistikokemuksien tarjoamista hyödyntää Rovaniemen ja Lapin myönteisen matkakohdekuvan rakentamisessa ja sen levittämisessä?

5. LOPETUS

- Ennen haastattelun lopettamista kysyisin, mitä haastattelusta jäi päällimmäisenä leen?
 - » Onko mielessäsi jotain, mitä en kysynyt, mutta olisi ollut tärkeä tuoda esiin?
 - » Mikäli minulle tulee vielä lisäkysyttävää, voinko olla yhteydessä puhelimitse tai sähköpostilla?

KIITOS!

TEEMAHAASTATTELURUNKO/LUKU 7

TUTKIMUKSEN ESITTELEMINEEN, HAASTATTELIJAN ESITTÄYTYMINEN

- Kuka olen
- Mikä on haastattelun tarkoitus
- Tutkimuksen esittely
- Haastattelun kulku ja teemat
- Luottamuksellisuus ja nauhoitus, sopiiko haastateltavalle

YRITTÄJYYDEN ROOLI

- Miten kuvaillet yritystoimintaasi; yritystäsi ja sen tarjoamia palveluita?
- Miten olet päätenyt matkailualan yrittäjäksi?
- Miksi nimenomaan yrittäjäksi etkä esimerkiksi työntekijäksi?
- Millainen osa yritystoiminta on elämäsi?
- Miten yrittäjyys näkyy arkielämässäsi? Kuinka kokonaisvaltaista se on ja miten se ilmenee?
- Mitkä asiat motivoivat Sinua jatkamaan ja toimimaan yrittäjänä?
- Millaisena näet yrityksesi tulevaisuuden?

YRITTÄJÄN TYÖ

- Miten kuvaillet työtäsi matkailuyrittäjänä? Mitä kaikkea se pitää sisällään?
- Mitä tietoja ja taitoja työ edellyttää sinulta? Miten olet hankkinut, kartuttanut ja täydentänyt niitä?
- Koetko matkailutyössä tapahtuneen muutoksia viime vuosien aikana? Jos koet, millaisia?
- Millä tavalla koet muutokset konkreettisesti omassa yritystoiminnassasi?
- Entä näetkö työssäsi osaamisen tarpeiden muutoksia?
- Millainen on työn ja vapaa-ajan suhde arjessasi/elämässäsi? Erotatko työn ja vapaa-ajan toisistaan? Jos kyllä, miten? Onko tämä muuttunut vuosien aikana?
- Pystytkö tarvittaessa irtiottoon työtehtävistäsi? Miten se käytännössä onnistuu?

KOTI JA PAIKKA YRITYSTOIMINNAN YTIMENÄ

- Kuvaile, mitä koti Sinulle merkitsee.
- Millainen on kodin ja yritystoimintasi suhde?
- Mitä kodin ja yritystoiminnan yhdistäminen merkitsee sinulle?
- Erotatko kodin ja yritystoiminnan toisistaan? Jos kyllä, niin miten?
- Mitä paikallisuus merkitsee yritystoiminnassasi? Miten se ilmenee yritystoiminnassasi?
- Miten yritystoimintasi kytkeytyy Rovaniemeen paikkakuntana? Mitä erityistä yritystoimintasi Rovaniemellä tuo yrityksellesi? Miten yritystoimintasi olisi erilaista jossain muualla?

LOPUKSI

- Onko vielä jotain, mitä haluaisit kertoa matkailuyrittäjän työstäsi?
- Entä onko mielessäsi jotain, mitä en kysynyt, mutta olisi mielestäsi ollut tärkeä tuoda esiin?
- Mikäli minulle tulee vielä lisäkysyttävää, voinko olla Sinuun yhteydessä puhelimitse tai sähköpostilla?

TUTKIMUSSUOSTUMUS/LUKU 9



TUTKIMUSSUOSTUMUS

Hyvä haastateltava,

Opiskelemme Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutissa (MTI) Lapin yliopistossa. Olemme pyytäneet Teiltä haastattelua kandidaatintutkielmaamme varten, joka käsittelee avantouinnan kaupallistamisen ehtoja Rovaniemellä. MTI tekee tutkimusta aiheesta ”Lappilainen elämäntapa hyvinvointimatkailuksi” ja tutkimuksemme on osa tätä projektia. Projektin tarkoituksena on tutkia paikallisuutta Lapissa ja sen mahdollisuuksia matkailutarjonnassa. Tutkielmamme ohjaajana toimii yliopisto-opettaja Minni Haanpää.

Haastattelut nauhoitetaan ja nauhoitukset tulevat vain tutkimustarkoitukseen. Aineisto käsitellään nimettömänä.

Projekti noudattaa Tutkimuseettisen neuvottelukunnan määrittelemiä vastuullisen tutkimuksen periaatteita. Osallistumisenne haastatteluun on vapaaehtoista ja mikäli myöhemmin haluatte vetäytyä tutkimuksesta, voitte tehdä sen ilmoittamalla asiasta alla mainitulle ohjaajalle.

Tarkempaa tietoa tutkimuksesta ja haastattelumateriaalien käytöstä saa ohjaajaltamme Minni Haanpäältä (minni.haanpaa@ulapland.fi, puh. +358 40 484 4192).

Ystävällisesti,

Juuli Raitio (juraitio@ulapland.fi)
Marja Rauhala (marjrauh@ulapland.fi)
Matkailututkimuksen opiskelijat

Suostun haastatteluaineiston käyttöön tutkimustarkoituksessa.

Allekirjoitus

Päivämäärä

Nimenselvennys

TEEMAHAASTATTELURUNKO/LUKU 9

TAUSTATIEDOT

- Kuka olet ja mikä on asemasi edustamassasi organisaatiossa/yrityksessä?
- Miten olet ollut tekemisissä avantouinnin kanssa? Entä matkailun?
- Oletko käynyt Koskipuiston uimarannan avantouimapaikalla?

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

- Pitäisikö avaintouintia kehittää Rovaniemellä?
 - » Miksi? Missä?
- Mikä merkitys avantouinnilla on paikkakunnalle?
- Mitä hyviä puolia mielestäsi on nykyisessä avaintouintipaikassa Koskipuiston uimarannalla?
- Entä mitä kehitettävää nykyisessä avaintouintipaikassa on?

SIDOSRYHMÄT

- Ketkä ovat mielestäsi keskeiset toimijat koskien avantouinnin kehittämistä Rovaniemellä?
- Mikä on oma/organisaatiosi rooli avantouinnin kehittämisessä?
- Onko avantouinnin kehittämisestä käyty neuvotteluja? Miten ja kenen mahdollisia (jatko)neuvotteluja tulisi käydä?
- Millaiset asiat tai ketkä toimijat mielestäsi voivat hidastaa tai edesauttaa avantouinnin kehittämistä?

KAUPALLISTAMINEN

- Millainen matkailupotentiaali avantouinnilla on ja millaisissa matkailijaryhmissä?
- Pitäisikö avantouinnista mielestäsi kehittää matkailutuote (Koskipuiston uimapaikalle tai muualle keskustaan)?
 - » Miksi? Miksi ei?
 - » Millaisia haasteita? Mahdollisuuksia?
- Miten paikallisten ihmisten avaintouintipaikka soveltuisi matkailukäyttöön?
- Onko jokin taho, jonka tulisi ottaa vetovastuu prosessista, jos avantouinnista pyritään kehittämään matkailijoille suunnattua tuotetta?
- Mikä merkitys matkailullisella kehittämisellä olisi yrityksellenne/organisaatiollenne/Rovaniemelle?
- Mikä olisi ihanteellinen tulevaisuus avantouinnille Rovaniemellä?

- Onko jotakin muuta, mistä olisi mielestäsi pitänyt keskustella aiheeseen liittyen?
- Onko jokin taho, jota tulisi haastatella koskien avantouinnin kehittämistä Rovaniemellä?