



Laukaan Saraakallioiden kalliomaalauskohteen matkailullinen kehittäminen

Tuuli Korhonen

Opinnäytetyö, AMK

Maaliskuu 2022

Matkailu- ja ravitsemisala

Restonomi, matkailu- ja palveluliiketoiminta

Korhonen, Tuuli

Laukaan Saraakallioiden kalliomaalauskohteen matkailullinen kehittäminen

Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Maaliskuu 2022, 40 sivua

Matkailu- ja ravitsemisala, restonomi, Opinnäytetyö AMK

Julkaisun kieli: suomi

Verkkojulkaisulupa myönnetty: kyllä

- **Tiivistelmä**

Keski-Suomessa, Laukaassa sijaitseva Saraakallioiden kalliomaalauskohte on laajuudeltaan ja kuvamäärältään Suomen suurin kalliomaalauskohte. Saraakallioille ei ole kuitenkaan tehty juuri lainkaan matkailullista kehittämistyötä. Kohteen kehittämistyön puute sekä liittyminen Euroopan neuvoston Prehistoric Rock Art Trails -kulttuurireittiin marraskuussa 2020 on lisännyt halua kehittää Saraakallioita matkailukohteena.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Jyväskylän ammattikorkeakoulun kehittämishanke ”Laukaa kulttuurimatkailukohteena”. Tutkimuksen pääkysymyksenä oli: kuinka kehittää Saraakallioiden kalliomaalauskohte matkailullisesti kestävyden ja saavutettavuuden näkökulmasta? Lisäksi tutkimuksen alakysymyksenä oli: mitä voidaan oppia muilta kansainvälisiltä toimijoilta? Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena. Aineistonkeruumenetelminä käytettiin teemahaastatteluja ja benchmarking-tutkimusta eli vertailukehittämistä. Benchmarking-tutkimuksessa tutkittiin kymmentä eri Euroopassa sijaitsevaa kalliotaidekohdetta, jotka kuuluivat Prehistoric Rock Art Trails -kulttuurireitin jäsenmihin ja olivat merkittäviä tutkimuskohteen kehittämisen näkökulmasta. Teemahaastatteluihin haastateltiin kahden eri kohteen asiantuntijaa. Tutkimus toteutettiin tammi-maaliskuussa 2022.

Tutkimuksen analyysimenetelmänä käytettiin aineistolähtöistä teemoittelua. Tulokset jaettiin neljään eri teemaan, joita olivat saavutettavuus, markkinointi, tuotteistaminen ja kestävä kehitys. Tutkimustuloksia tuki työn tietoperusta, joka käsitteli kulttuurimatkailua ja sen kehittämistä, kalliomaalauskohteita, kestävä ja vastuullista matkailua sekä matkailukohteen saavutettavuutta. Tutkimustuloksista muodostui useita eri kehitysideoita, joiden avulla voidaan kehittää Saraakallioiden kohdetta matkailullisesti. Kehitysideat käsitteellistettiin neljään eri käsitteeseen, joita olivat digitaalinen ja fyysinen saavutettavuus, tuotteistaminen, ja kestävä kehitys.

Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää jatkotutkimuksissa Laukaan Saraakallioiden matkailijoita kartoittaessa. Jatkotutkimuksissa kohdetta voidaan tutkia asiakasnäkökulmasta, hyödyntäen McKerherin ryhmittelyä kulttuurimatkailijatyypeistä. Tutkimus Saraakallioiden matkailullisesta kehittämisestä on vasta alkutekijöissään, joten jokainen tutkimus aiheesta luo tilaa uusille kehitysideoille, ja on askel kohti parempaa käsitystä kohteen matkailun kehittämisestä.

Avainsanat (asiasanat)

kulttuurimatkailu, saavutettavuus, kestävyys, kansainvälisyys, vastuullisuus, kohteen kehittäminen

Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)

-

Korhonen Tuuli

Tourism development of the Saraakallio rock art site

Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences, March 2022, 40 pages.

Tourism and hospitality management, Bachelor's thesis

Permission for web publication: Yes

Language of publication: Finnish

Abstract

The largest rock painting site in Finland, Saraakallio rock art site, is situated in Laukaa, Central Finland. However, there has not been almost any tourism development done on the site. The destination was added to the Prehistoric Rock Art Trails -cultural route of the Council of Europe in November 2020, which increased the desire to develop Saraakallio as a tourist destination.

The thesis was assigned by Jyväskylä University of Applied Sciences' development project "Laukaa as a cultural tourism destination". The aim of the study was to find out how the Saraakallio rock art site can be developed, and what can be learned from other international operators. The study focused on the concepts of sustainability and accessibility. The study was conducted as a qualitative study, using the data collection methods of thematic interview and benchmarking. The study was implemented from January to March 2022.

The results of the study were divided into four different themes: accessibility, marketing, productization and sustainability. The theoretic part of the thesis supported the results of the study. The results formed different development ideas for Saraakallio rock art site, which were conceptualized into four different concepts: digital and physical accessibility, productization, and sustainable development.

The study results can be utilized in further studies researching the tourists of the destination. McKercher's five different types of cultural tourists can be used in the further studies when examining Saraakallio from customer viewpoint. Research about developing the tourism of Saraakallio rock art site is only beginning, so every study about the topic gives a chance to create new development ideas for the destination.

Keywords/tags (subjects)

cultural tourism, accessibility, sustainability, internationality, responsibility, destination development

Miscellaneous (Confidential information)

-

Sisältö

1	Johdanto	2
2	Kulttuurimatkailu	4
2.1	Kulttuurimatkailu ilmiönä	4
2.2	Kalliotaide kulttuurimatkailussa.....	6
2.2.1	Kohteet Euroopassa.....	7
2.2.2	Kohteet Suomessa	8
2.3	Kulttuurimatkailukohteen kehitys.....	10
3	Kestävä ja vastuullinen matkailu	12
4	Matkailun saavutettavuus	13
5	Tutkimusasetelma	14
5.1	Tutkimusongelma ja tavoitteet	14
5.2	Tutkimusmenetelmät.....	15
5.3	Aineiston keruu ja analysointi.....	17
5.4	Tutkimuksen luotettavuus	18
6	Tulokset.....	19
6.1	Saavutettavuus.....	19
6.2	Markkinointi	21
6.3	Tuotteistaminen	22
6.4	Kestävyys.....	24
6.5	Kehitysideat.....	25
7	Pohdinta.....	27
	Lähteet	30
	Liitteet	33
	Liite 1. Benchmarking-lomake.....	33
	Liite 2. Haastattelulomake	35
	Kuviot	
	Kuvio 1. Benchmarking-prosessi	16
	Kuvio 2. Virtuaalinen kartta Tanumin kohteesta.	20
	Kuvio 3. Virtuaalinen kierros Gobustanin kohteesta.	21

1 Johdanto

Keski-Suomessa Laukaassa sijaitseva Saraakallioiden kalliomaalaustaidekohde liitettiin Euroopan neuvoston Prehistoric Rock Art Trails -kulttuurireittiin marraskuussa 2020 (Laukaa kulttuurimatkailukohteena 2021). Euroopan Neuvoston kulttuurireittien tarkoituksena on osoittaa kuinka Euroopan eri maiden kulttuuri ja historia edistävät yhteistä elävää kulttuuriperintöä (Mikä Euroopan Neuvoston kulttuurireitti? n.d.). Saraakallioiden kalliomaalauskohte on kulttuurihistoriallisesti merkittävä kohde, ja kohteen liittyminen kulttuurireittiin lisäsi halua saada se hyvin saavutettavaksi matkailijoille. Tällä hetkellä kohde on vaikeasti saavutettavissa sen kävijöille, eikä kohteelle ole tehty juuri lainkaan matkailullista kehittämistyötä. Vaarana on kohteen vaurioituminen, jos sitä ei kehitetä kestävästi ja turvallisesti. (Laukaa kulttuurimatkailukohteena 2021.)

Kestävän kehityksen tärkeys on korostunut matkailussa yhä enemmän ilmastonmuutoksen tuomista haasteista johtuen. Ympäristön vaurioituminen uhkaa koko maailmaa ja ympäristöä, sekä samalla myös kulttuuriperintöä. Kulttuurimatkailun ollessa trendi, korostuu haaste suojata kulttuuriperintökohteita ihmisten ja luonnon aiheuttamilta tuhoilta, sekä löytää tasapaino matkailun ja kulttuuriperinnön vaalimisien välillä. (Kulttuurimatkailu n.d.) Lisäksi, saavutettavuus on noussut tärkeäksi aiheeksi Covid19 -pandemian myötä. Pandemia on vaikuttanut matkailuun laajasti ja vaikeuttanut vierailua eri kohteissa. (World Tourism Organization 2021.) Miten siis voitaisiin kehittää kulttuurimatkailukohteita kestävästi ja saavutettavasti?

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Jyväskylän ammattikorkeakoulun hanke ”Laukaa kulttuurimatkailukohteena”. Tutkimusongelmana on Laukaan Saraakallioiden kalliomaalauskohteen matkailullisen kehittämistyön puuttuminen. Opinnäytetyön pääkysymyksenä on: miten Saraakallioiden kohdetta voidaan kehittää matkailukohteena kestävällä ja saavutettavalla tavalla? Lisäksi opinnäytetyö vastaa alakysymykseen: mitä voidaan oppia muilta kansainvälisiltä toimijoilta? Työssä on otettu huomioon kulttuurinen, ekologinen ja sosiaalinen kestävyys ja luonnonympäristön säilyminen sekä ympäristöarvot. Lisäksi tutkimuksessa on otettu huomioon yhdenvertaisuuden tavoitteet, sillä niiden avulla kohde saadaan paremmin kaikille kävijöille saavutettavaksi. Opinnäytetyön tutkimusote on laadullinen, ja tutkimusmenetelminä toimivat benchmarking eli vertailukehittäminen sekä teemahaastattelut.

Hankkeen tausta

Opinnäytetyön toimeksiantajan, Jyväskylän ammattikorkeakoulun hankkeen “Laukaa kulttuuri- matkailukohteena”, tavoitteena on luoda konkreettinen suunnitelma siitä, miten Laukaan aluetta voidaan kehittää kestävästi ja turvallisesti kulttuurimatkailukohteena, sekä samalla edistää alueen kulttuuri- ja matkailutoimijoiden yhteistyötä, jota kautta Suomi nostetaan paremmin esille osana Euroopan kulttuurireittitoimintaa. Tarve hankkeelle syntyi, kun Laukaan Saraakallio liitettiin marraskuussa 2020 PRAT CARP-kulttuurireittiin. Kehittämishankkeen toteutusajankohta on 1.9.2021 – 31.8.2022, ja sen toteuttamiselle on saatu erityisavustusta Opetus- ja kulttuuriministeriöltä. Erityisavustus edistää pääministeri Sanna Marinin hallitusohjelman tavoitetta vahvistaa kulttuurimatkailua Suomessa. (Laukaa kulttuurimatkailukohteena 2021.)

Hanke kehittää Laukaan aluetta kokonaisuutena ottaen huomioon sen eri kulttuurimatkailukohteet. Keskeisimpänä kohteena hankkeessa toimii Saraakallioiden kalliomaalaustaidekohde, mutta lisäksi otetaan huomioon muut kulttuurimatkailulliset kohteet Laukaassa, kuten Hartikan keskiaikainen muinaismuistoalue ja punamultahaudat, sekä Hartikan vanhan kirkon rauniot. Hankkeessa rakennetaan yhteistyöverkoston alueen toimijoiden kesken, ja lisäksi selvitetään myös kansallisen ja kansainvälisen tason yhteistyömahdollisuuksia. Hankkeessa tehdään Laukaa kulttuurimatkailukohteena -selvitys, joka sisältää myös aikataulutetun toteutussuunnitelman. Selvityksessä otetaan huomioon muun muassa fyysiset rakenteet, tarvittavat tilat, organisoituminen, muinaismuistolaki sekä digitaalinen saavutettavuus kohteessa. (Laukaa kulttuurimatkailukohteena 2021.)

Jyväskylän ammattikorkeakoulu toimii hankkeen toteuttajana. Lisäksi hankkeen toimenpiteiden suunnittelussa ja toteutuksessa ovat yhteistyössä Laukaan kunta ja Laukaan kehitysyritys. Muita hankkeen yhteistyökumppaneita ovat Keski-Suomen museo, Visit Jyväskylä Region ja Keski-Suomen liitto, Keski-Suomen ELY-keskus, Metsähallitus, sekä muut alueen kulttuuri- ja matkailutoimijat ja yritykset. Opetus- ja kulttuuriministeriön lisäksi hanketta rahoittaa Laukaan Kehitysyritys Oy. (Laukaa kulttuurimatkailukohteena 2021.)

Hankkeessa otetaan huomioon kestävä kehitys eri elementit ja vastuullinen matkailu, saavutettavuusvaatimukset sekä yhdenvertaisuuden tavoitteet. Muinaishistoriallisten

kulttuurimatkojen suojeleminen on erityisen tärkeää, ja niiden tarinat ja historia halutaan saada sekä kävijöiden että paikallisten tietoisuuteen. Hankkeessa luodulla suunnitelmalla on tavoitteena vahvistaa alueen kulttuurin tuntemusta, sekä samalla suojella sitä. Tavoitteena on lisätä Laukaan alueen matkailijoiden määrää ja sitä kautta mahdollistaa uusien yritysten ja työpaikkojen syntymistä, joka puolestaan kehittää alueen taloudellista kestävyyttä. (Laukaa kulttuurimatkojen kohteena 2021.)

2 Kulttuurimatkojen

2.1 Kulttuurimatkojen ilmiönä

Yhä useampi matkailija etsii matkoiltaan nykyään elämyksiä ja kulttuuria. Kulttuurimatkojen kasvu tuo samalla sekä uusia ainutlaatuisia mahdollisuuksia, että monimutkaisia haasteita matkoilalle (Tourism and Culture n.d.). Kulttuuri on jo pitkään ollut osana matkoilua, ja kulttuurimatkoilua pidetään yhtenä maailman merkittävimpinä matkoilun muotona. Sekä kulttuurin, että kulttuurimatkoilun tarkka määrittely on kuitenkin haasteellista, sillä ne ovat käsitteinä hyvin monimuotoisia ja kontekstista riippuvaisia. (Hovi 2017.)

M. A. Littrellin mukaan kulttuurilla voidaan tarkoittaa sitä, mitä ihmiset ajattelevat (asenteet, uskomukset, ideat ja arvot), mitä ihmiset tekevät (käyttäytymismallit ja elämäntavat), ja mitä ihmiset luovat (taideteokset, artefaktit ja kulttuurituotteet) (Richards 2001). Laajasti kerrottuna kulttuurilla tarkoitetaan siis kaikkea ihmisen toimintaa, joka sisältää yhteisön elämäntapojen henkiset, aineelliset ja sosiaaliset käytännöt. Kulttuurimatkoilussa kulttuurin eri osa-alueet yhdistyvät, kun vierailaan kulttuurillisesti merkittävässä paikoissa, ja samalla ymmärrys sekä omasta, että muiden kulttuurista lisääntyy, ja oman identiteetin muodostuminen vahvistuu. (Hovi 2017.)

Maailman matkoilujärjestön (World Tourism Organization, UNWTO) mukaan kulttuurimatkoilulla tarkoitetaan matkoilutoimintaa, jossa vierailijan keskeisenä motivaationa on kokea matkoilukohteen paikallista aineetonta ja aineellista kulttuuria, oppia siitä, osallistua siihen ja kuluttaa sitä, sekä saada sitä kautta elämyksiä. Kulttuurinähtävyydet tai -tuotteet voivat liittyä taiteeseen, arkkitehtuuriin, kulttuuriperintöön, kirjallisuuteen, musiikkiin, historialliseen tai kulinaariseen perintöön, luoviin aloihin, sekä ihmisten elämäntapoihin, arvojärjestelmiin, uskomuksiin ja perinteisiin. (Tourism and Culture n.d.)

Kulttuurimatkailuun liittyy osana myös kulttuuriperintö, ja siitä muodostunut oma matkailun tyyppi kulttuuriperintömatkailu. Kulttuuriperinnöllä tarkoitetaan historiallisesti tai kulttuurillisesti erityisen tärkeitä ja merkittäviä aineellisia tai aineettomia kulttuurimuotoja, jotka jokin taho on nostanut erikseen esille. Esimerkiksi Unescon maailmanperintökohteet ovat kulttuuriperintökohdeita, jotka on määritelty säilytettäväksi tulevaisuuden sukupolville (Hovi 2017.) Tässä tutkimuksessa Laukaan Saraakallioiden kalliomaalauskohteet on kulttuurihistoriallisesti merkittävä matkailukohteet, joka luetaan arkeologiseksi kulttuuriperinnöksi, sillä se on museoviraston suojelema kiinteä muinaisjäännös (Arkeologinen kulttuuriperintö n.d.).

Kulttuurimatkailijan rajaaminen on osoittautunut haastavaksi. Riippuen määrittelytavasta, 35–75 % kaikista kansainvälisistä matkoista voidaan lukea kulttuurimatkoiksi. (Hovi 2017.) Samalla kulttuurimatkailu kasvaa vuosittain jopa 15 %, joka tekee siitä yhden nopeimmin kasvavimmista matkailun osa-alueista (Kulttuurimatkailu n.d.). Todennäköisesti yksi syy sille miksi kulttuurimatkailu on kasvanut niin paljon, on se, että kulttuurilliseksi määriteltyjen ilmiöiden määrä on kasvanut ajan kuluessa (Richards 2001). Usein kulttuurikohteissa vierailu on kuitenkin vain toissijainen syy matkalle lähtemiseen. McKercher on ryhmitellyt kulttuurimatkailijat viiteen eri ryhmään, sen perusteella miten tärkeä osa matkaa kulttuuri on. (Hovi 2017.) Visit Finlandin mukaan kulttuurimatkailussa on kaksi kohderyhmää, jotka jakautuvat ihmisiin, joiden motiivina matkustaa on jokin kapea-alainen kulttuuri- tai taidesisältö, sekä niihin matkustajiin, jotka hakevat laaja-alaisemmin uusia elämyksiä kulttuurimatkailun kautta (Kulttuurimatkailu n.d.).

McKercher on jaotellut kulttuurimatkailijat tarkoituksellisiin kulttuurimatkailijoihin, nähtävyyksiä katseleviin kulttuurimatkailijoihin, rentoihin kulttuurimatkailijoihin, satunnaisiin kulttuurimatkailijoihin, ja spontaaneihin kulttuurimatkailijoihin. Tarkoituksellinen kulttuurimatkailija saa syvän kulttuurisen kokemuksen, sillä hänelle maan kulttuurista oppiminen on tärkeä osa matkaa ja matkakohteen valintaa. Nähtävyyksiä katselevalle kulttuurimatkailijalle kulttuurista oppiminen vaikuttaa matkakohteen valintaan, mutta se on pinnallisempaa ja viihteellisempää. Rennolle kulttuurimatkailijalle kulttuurista oppiminen vaikuttaa vain vähän matkakohteen valintaan ja kulttuurinen kokemus jää pinnalliseksi. Satunnaisen kulttuurimatkailijan matkakohteen valintaan kulttuurista oppiminen ei vaikuta, mutta matkailija osallistuu kohteessa kulttuurisiin aktiviteetteihin, jolloin kokemus on vain pinnalista. Spontaani kulttuurimatkailija osallistuu kohteessa kulttuurisiin

aktiviteetteihin ja saa niistä syvän kulttuurisen kokemuksen, mutta maan kulttuurista oppiminen ei silti vaikuta matkakohteen valintaan. (Hovi 2017.)

2.2 Kalliotaide kulttuurimatkailussa

Taide mielletään suureksi osaksi kulttuuria. Maailman terveysjärjestö WHO:n mukaan taide ja kulttuuri vaikuttavat tutkitusti ihmisen terveyteen. Se muun muassa alentaa stressitasoja, parantaa mielialaa, sekä vähentää ahdistusta ja väsymystä. (Fancourt & Finn 2019.) Taide voi luoda lisäarvoa matkailijan kokemukselle. Matkailussa taiteesta hyötyvät matkailijoiden lisäksi myös paikalliset matkailuyritykset ja palveluntarjoajat sekä alueen elinkeino ja asukkaat. (Petäjäjärvi 2019.)

Kalliomaalauستاiteella tarkoitetaan esihistoriallisia kivipinnalle tehtyjä ihmisten maalauksia. Kalliotaide on yksi vanhin tapa, jolla ihminen on ilmaissut itseään taiteellisesti sekä kommunikoinut symbolien kautta omista uskomuksistaan, tavoistaan ja arjestaan. (Kivikäs 2005.) Kalliomaalauستاide sijoittuu kymmenien tuhansien vuosien taakse, ja sitä esiintyy kaikilla mantereilla, lähes kaikkina ajanjaksoina. Vanhimmat, 52 000–40 000 vuoden ikäiset, kalliomaalaukset on löydetty Borneon saaren luolista. Euroopan vanhimmat maalaukset ovat Espanjassa El Castillon luolassa, jotka ajoittuvat yli 40 000 vuoden ikäisiksi. Suomen kalliomaalaukset on maalattu kivikaudella 7000–3000 vuotta sitten. (Luukkonen 2021.)

Suurin osa kalliomaalauksista sijaitsee vesistöjen vieressä, pystysuorilla ja jylhillä kallioseinämillä, nykyään kävijöille melko vaikeasti saavutettavissa paikoissa. Sijainnilla on todennäköisesti myös ollut vaikutusta maalausten säilymiseen. Hieman kaartuvat kalliot ovat suojanneet maalauksia, ja lisäksi maalauksessa käytetty väriaine on ollut hyvin säilyvää. Maalausten aiheina ovat yleensä ihmiset, eläimet, veneet, tai symbolit. Kuvat voivat olla vaikeasti havaittavissa kävijöille, sillä kallion rapautuminen sekä valumat ja kasvustot ovat aikojen saatossa vaikuttaneet niiden näkymiseen. Lisäksi vuodenajat vaikuttava siihen, miten hyvin maalaukset ovat nähtävissä. (Luukkonen 2021.)

Ihmisten toiminta on luonut uhkia kalliomaalauksille. Muun muassa ilmastonmuutos, ilman saasteet, rantarakentaminen sekä koneellinen metsätalous ovat uhkana vaikuttaa kalliomaalauستاidekohteiden ympäristöön ja säilyvyyteen. Lisäksi uhkana on ilkevalta, eli maalausten tahallinen töhriminen ja raaputtaminen. Valistuksella ja valvonnalla pystytään suojelemaan kalliomaalauksia näiltä uhilta. (Luukkonen 2021.) Muinaismuistolaki suojaa kiinteitä muinaisjäännöksiä, eli muistoja

Suomen aikaisemmasta historiasta ja asutuksesta. Kalliomaalaukset lukeutuvat kiinteisiin muinaisjäännöksiin, joten laki kieltää niiden vahingoittamisen, kaivamisen, muuttamisen ja peittämisen. Muinaismuistolakia valvoo museovirasto, jolla on ensimmäisenä oikeus tutkia ja kunnostaa kiinteitä muinaisjäännöksiä. (Muinaismuistolaki 295/1963, 1 §.)

Kiinteät muinaisjäännökset ovat rauhoitettuja muistoina Suomen aikaisemmasta asutuksesta ja historiasta. Ilman tämän lain nojalla annettua lupaa on kiinteän muinaisjäännöksen kaivaminen, peittäminen, muuttaminen, vahingoittaminen, poistaminen ja muu siihen kajoaminen kielletty. (Muinaismuistolaki 295/1963, 1 §.)

Vuosittain noin 3,1 miljoonaa matkailijaa vierailee Euroopan eri kalliomaalauskohteissa (PRAT-CRAP). Suurin osa Euroopan kalliomaalauksista sijaitsee Espanjassa ja Ranskassa. Keski-Euroopan kalliomaalaukset ovat säilyneet hieman Suomen maalauksia paremmin, sillä ne sijaitsevat useammin suojaisemmissa paikoissa, kuten luolissa (Kivikäs 2005). Euroopan neuvoston Prehistoric Rock Art Trails -kulttuurireitti on liittänyt yhteen merkittävimmät Euroopan kalliotaidekohteet yhteensä kahdeksasta eri maasta; Espanjasta, Portugalista, Ranskasta, Italiasta, Suomesta, Norjasta, Georgiasta ja Azerbaidžanista. Reitin yhteistyökumppaneihin kuuluu kansallisia, alueellisia ja paikallisia kulttuuriviranomaisia, yliopistoja, tutkimusyksiköjä, kehittämisverkostoja ja museoita. (Prehistoric Rock Art Trails n.d.)

2.2.1 Kohteet Euroopassa

Euroopassa kivikautisten kalliomaalauksien tekeminen on aloitettu jo 42 000 vuotta sitten. Nykypäivänä Euroopassa on yli 200 yleisölle avointa kalliotaidekohdetta. Monet näistä ovat pieniä kohteita, kuten museoita, kalliosuojia ja luolia, mutta joukkoon kuuluu myös suurempia paikkoja, jotka ovat matkailulle merkittäviä. Osa kalliomaalauksista kuuluu myös UNESCO:n maailmanperintökohteisiin. Vuonna 2010 perustetun Euroopan Neuvoston kulttuurireitin Prehistoric Rock Art Trails tehtävänä on tuoda eurooppalainen kalliotaide paremmin esille suurelle yleisölle, noudattaen samalla kestävän kehityksen periaatteita. (Prehistoric Rock Art Trails n.d.)

Euroopan Neuvoston kulttuurireitillä tarkoitetaan kulttuurin ja kulttuuriperintökasvatuksen sekä matkailun yhteistyöhanketta. Kulttuurireittien toiminnan tavoitteina on edistää kulttuuriperinnön arvostusta, kulttuurista kestävyttä sekä eri toimijoiden avointa yhteistoimintaa. Euroopan

Neuvoston kulttuurireitit lisäävät kansalaisten arvostusta historiaa ja kulttuuriperintöä kohtaan, tuoden samalla uusia työpaikkoja kulttuuriperintöalalle. Reitit noudattavat Euroopan neuvoston kulttuuripolitiikkaa ja julistuksia. Kulttuurireitin sertifikaatti myönnetään sellaiselle reitille, jossa on mukana vähintään kolme eri Euroopan neuvoston jäsenmaata. Lisäksi reitillä täytyy olla teema, joka liittyy Euroopan kulttuuriin, traditioihin, maisemaan tai kulttuuriperintöön. (Mikä Euroopan Neuvoston kulttuurireitti? n.d.)

Tunnetuimmat esihistoriallisen kalliotaiteen kohteet Euroopassa ovat Altamiran luolan kalliomaalaukset Espanjassa sekä Lascaux'n luola ja Chauvet-luola Ranskassa (Bradley 1998, 130). Tämän opinnäytetyön tutkimuksessa on tutkittu kymmentä eri Euroopassa sijaitsevaa kalliotaidekohdetta, jotka ovat merkittäviä tutkimuskohteen kehittämisen näkökulmasta. Näistä kohteista kolme sijaitsee Pohjoismaissa, ja seitsemän muualla Euroopassa. Pohjoismaissa sijaitsevat kohteet ovat Astuvansalmen kalliomaalaukset Mikkelissä, Tanumin kalliopiirroksset Ruotsissa, ja Altan kalliokuvat Norjassa. Muut kohteet ovat Gobustanin kalliopiirroksset Azerbaidžanissa, Côa -laakson kalliopiirroksset Portugalissa, Campo Lameiron arkeologisen puiston kalliopiirroksset Espanjassa, Massi di Cemmon arkeologinen puisto sekä Naquanen kalliopiirroksset Italiassa, ja Abri de Cap-Blancin kallioluolat sekä Laugerie Bassen esihistoriallinen kivisuoja Ranskassa.

2.2.2 Kohteet Suomessa

Suomen ensimmäiset kivikautiset asukkaat levittäytyivät maahan Keski-Euroopasta, jolloin luultavammin myös kalliomaalaukset ovat sukua Espanjan ja Ranskan kuuluisille luolamaalauksille, vaikka ne eivät sijaitse luolissa ja ovat tuhansia vuosia nuorempia. Suomen ja Euroopan kalliomaalauksien välillä on olemassa joitakin eroja. Suomen kalliomaalaukset ovat Euroopan kalliomaalauksiin verrattuina luonteeltaan pysähtyneitä, eikä niissä yleensä kuvata tapahtumia. Maalauksilla on silti yhteys toisiinsa, eivätkä ne ole yksittäisiä. Tällä hetkellä Suomesta on löydetty yhteensä 122 kalliomaalauskohdetta. Ne sijoittuvat pääosin järvien rantakallioihin, vesireittien varsille. Tyypillisesti Suomen kalliomaalauksien aiheina ovat ihmiset, veneet, hirvieläimet sekä muut eläimet, kädenjäljet, ja geometriset kuviot. Kuvat liittyvät kivikautisen pyyntiyhteisön elämään. Suomen kalliotaide-kohteista sekä Astuvansalmi että Saraakallio ovat liitettyinä Euroopan Neuvoston kulttuurireittiin. Lisäksi yksi tunnetuimmista ja suurimmista Suomen kalliomaalauksista on Hossan kansallispuiston Värrikalliot. (Luukkonen 2021.)

Astuvansalmen kalliomaalaukset sijaitsevat Mikkelin Ristiinassa, Yöveden rannassa. Maalaukset koostuvat yli 80 kuvasta, joista erikoisuutena on jousi kädessä seisova naishahmo. Astuvansalmen kalliomaalauksille kulkua suositellaan vesitse, sillä sinne johtavat luontopolku ja opasteet ovat huonossa kunnossa. Kesäisin maalauksille järjestetään myös risteilyjä. (VisitMikkeli n.d.) Hossan kansallispuiston Värikallioille, jotka sijaitsevat Kainuun Suomussalmessa, pääsee kulkemaan läpi vuoden. Kesällä maalauksia pääsee näkemään kansallispuiston polkua pitkin, ja talvella ne voidaan nähdä erämaareitiltä tai moottorikelkkareitiltä. Kalliomaalaukset ovat helposti nähtävissä, sillä niille johtaa teräksinen kulkusilta, ja niiden edustalla on katselutasanne. Värikallioille järjestetään myös maksullisia ryhmien teemaopastuksia. Lähistöllä sijaitsee Hossan luontokeskus, josta voi saada vinkkejä ja neuvoja retkeilyyn sekä vuokrata veneen tai kanootin ja lisäksi luontokeskuksessa on myös oma kahvila-ravintola. (Hossan luontokeskus 2021.)

Tutkimuskohde, Laukaan Saraakallioiden kalliomaalaukset, sijaitsevat Keski-Suomessa Laukaassa, Saraaveden itärannalla. Ne ovat kuvamäärältään ja laajuudeltaan Suomen suurin kalliomaalauskohte. Maalaukset koostuvat kahdesta eri kalliokohdasta; Saraakallio I ja Saraakallio II, joista Saraakallio I on laajempi ja tunnetumpi. Se koostuu kymmenistä eri kuvista ja kuviryhmistä, joista löytyvät lähes kaikki Suomen kalliomaalauksien tyypilliset kuviot, sekä joitakin erityisiä kuvioita, joita ei muista kalliomaalauksista löydy. Suurin osa kuvioista sijoittuu kalliossa 10–17 metrin korkeudelle. (Luukkonen 2021.)

Pekka Kivikkään mukaan Saraakallion maalauksista voi tunnistaa jopa noin 200 kuvaa tai kuvakatkemaa, joka tekee Saraakallioista Fennoskandian suurimman kalliomaalauksen. Kuvien löytämistä kuitenkin hankaloittaa alueen suuri laajuus, maalausten peitteisyys sekä vaikea tavoitettavuus. (Kivikäs 2005.) Lisäksi maalausten erottuminen on vuodenajoista ja sääolosuhteista riippuvaista. Kesäisin auringonpaisteisessa säässä seinästä erottuvat vain voimakkaimmat kuviot, kun taas talvella pitkän kylmän ja kostean jakson jälkeen, maalaukset erottuvat seinästä kirkkaammin. Helpoiten maalauksia pääsee näkemään kaukaa veneestä tai talvella jään päältä. (Luukkonen 2021.)

2.3 Kulttuurimatkailukohteen kehitys

Matkailukohteella tarkoitetaan paikkaa, jonne matkailija menee, tyypillisesti sen historiallisen merkityksen, kulttuurisen arvon, luonnon tai jonkin rakennetun nähtävyyden vuoksi. Matkailukohteet tarjoavat kävijöille vapaa-aikaa ja viihdettä. (Tourism and culture n.d.) Kohteen eli paikan lisäksi kokonaiseen matkailutuotteeseen kuuluu myös vieraanvaraisuus, palvelut kohteessa ja niiden saatavuus sekä matkailijan mahdollisuus tehdä valintoja kohteessa. Asiakkaan näkökulmasta matkailutuote voi olla elämys, joka tarkoittaa moniaistista, yksilöllistä, positiivista ja kokonaisvaltaista tunnekokemusta, joka jää mieleen ja voi aiheuttaa muutosta ja kehittymistä kokijassa. Matkailututkimuksessa matkailutuote otetaan huomioon pakettina, joka koostuu kohteen vetovoimasta (attraktio), saavutettavuudesta, kohteen palveluista, mielikuvista kohteesta, ja hinnasta. (Puustinen & Rouhiainen 2007.)

Butler on luonut mallin matkailukohteen elinkaarelle, joka koostuu kuudesta eri vaiheesta. Mallia voidaan hyödyntää kulttuurimatkailukohteen kehittämistyössä. Matkailukohteen kasvu alkaa sen löytämisvaiheesta, josta se siirtyy sitoutumisvaiheeseen ja kehittymisvaiheeseen. Kohteen kehittämisellä tarkoitetaan vaihetta, jossa matkailun määrä kohteeseen kasvaa suhteellisen lyhyen ajan sisällä. Kehittymisvaiheesta seuraava on vakiintumisvaihe ja tasaantumisvaihe. Lopulta matkailukohde joko jatkaa tasaantumisvaiheessa, eli stagnaatiossa, nousee uuteen kasvuun, tai kiinnostus kohdetta kohtaan taantuu. (Weaver & Lawton 2014.)

Kulttuurimatkailua voidaan kehittää matkailun johtamisella sekä matkailumarkkinoinnilla ja tuotteistamisella. Matkailumarkkinoinnilla tarkoitetaan kaikkia markkinoinnin strategioita, joita matkailualan yritykset käyttävät ymmärtääkseen asiakkaidensa tarpeita ja tarjotakseen niille sopivia tuotteita tai palveluita. Matkailumarkkinoinnissa markkinoidaan matkailutuotetta, jolla voidaan tarkoittaa myös matkailukohdetta. Siinä vaaditaan usein alueen yritysten ja muiden toimijoiden välistä yhteistyötä ja verkostoitumista, jotta kohteesta voidaan sopia yhteiset mielikuvatavoitteet ja toimet, joilla kohteen brändiä kehitetään ja markkinoidaan. (Komppula 2017.) Tuotteistamisella tarkoitetaan jonkin palvelun tai tuotteet kokoamista yhdeksi paketiksi. Se koostuu hinnoittelusta, markkinoinnista ja suunnittelusta. Tuotteistamisen tavoitteena on saada asiakkaat ymmärtämään palvelun tai tuotteen idea ja hyödyt. (Idean tuotteistaminen 2021.)

Myös turvallisuus on hyvä ottaa huomioon matkailukohdetta kehittäessä. Turvallisuus on suhteellinen ja monimuotoinen käsite, joka voi olla mielikuva, tunne tai tosiasiallinen tila. Yleisesti turvallisuudella voidaan tarkoittaa haitan tai vahingon aiheuttavan vaaran poissaoloa, tai tilaa, jossa riskit ovat hyväksyttävällä tasolla. Turvallisuus luetaan yhdeksi matkailun megatrendeistä. Matkailussa turvallisuus perustuu matkailuprosessin eri osatekijöiden, eli matkailijan, matkailuyrityksen, matkailualueen ja koko palveluketjun, häiriöttömyyden varmistamiseen. Matkakohteessa turvallisuudella vältetään onnettomuuksia ja vahinkoja. Matkailijan näkökulmasta turvallisuus kuuluu matkan kaikkiin vaiheisiin, kuten kuljetuksiin, palveluihin ja aktiviteetteihin. Tärkeintä on, että matkailija pystyy nauttimaan matkastaan ilman pelkoja tai vahingoittumisen vaaraa. (Iivari 2012.)

Suomessa kulttuurimatkailua kehitetään jatkuvasti. Sen kehittäminen tukee samalla pääministeri Sanna Marinin hallitusohjelman sekä Suomen matkailustrategian 2019–2028 tavoitetta vahvistaa kulttuurimatkailua, erityisesti sen teemallista kehittämistä. (Kulttuurimatkailu ja kulttuurireitit 2021.) Kulttuurimatkailun kehittämisen haasteena Suomessa on kuitenkin se, että kansainväliset matkailijat eivät tunne suomalaista kulttuuria ja sen matkailullista tarjontaa, eivätkä siten huomioi Suomea kulttuurimatkailukohteena. Lisäksi muita haasteita ovat kulttuuriperinnön suojelu ja kulttuurin kestävyys. Kulttuurimatkailun muodikkuus voi olla uhka matkailulle, sillä se uhkaa kohteen kantokykyä ja kestävyyttä. (Kulttuurimatkailu n.d.)

Matkailun merkittävimpiin trendeihin kuuluu nykyään vastuullisuus ja kestävä kehitys, autenttisuus ja aitous, paikallisuus, sekä elämyksellisyys ja merkityksellisyys. Entistä enemmän matkailijat haluavat kokemuksia, jotka vastaavat heidän omia tarpeitaan ja arvomaailmojaan. Ekologisuus ja eettisyys, ovat arvoja, joiden tärkeys korostuu nykyajan matkailussa. Vastuulliseen matkailuun liittyy myös kotimaanmatkailu. Lisäksi terveys- ja hyvinvointimatkailu korostuvat nykyajan trendeissä. (OECD 2020.) Nämä ovat trendejä, jotka voidaan ottaa huomioon myös kulttuurimatkailussa ja sen kehittämisessä. Lisäksi Covid19 -pandemia on vaikuttanut kulttuurimatkailuun sekä korostanut digitalisaation trendiä. On tärkeää, että kulttuurimatkailukohde on hyvin saavutettavissa myös digitaalisesti. Pandemian tuomien haasteiden vuoksi, kulttuurimatkailun tuottajien on täytynyt keksiä uusia keinoja kohteiden saavuttamiselle. (World Tourism Organisation 2021.)

3 Kestävä ja vastuullinen matkailu

Matkailukohteen kestävyys ja vastuullisuus

Kestävä ja vastuullinen matkailu liittyvät toisiinsa, mutta eivät kuitenkaan tarkoita samaa asiaa. Vastuullisella matkailun toiminnalla tarkoitetaan vastuun ottamista matkailun kestävydestä. John Swarbrooke (1999, 47) jakaa kestävän matkailun kolmeen eri ulottuvuuteen, jotka ovat luonnollinen ja rakennettu ympäristö, yhteisöjen ja yritysten taloudellinen elämä, sekä matkailun sosiaaliset näkökohdat, kuten vaikutus paikallisiin matkailijoihin ja kulttuuriin. Yleisesti kestävyys tavoitteet voidaan jakaa neljään eri osa-alueeseen; kulttuuriseen, ekologiseen, sosiaaliseen ja taloudelliseen kestävyteen. Kestävyys tarkoittaa matkailussa näiden osa-alueiden kantokyvyn sekä samanaikaisesti matkailun laadun säilymistä. Nämä osa-alueet menevät toistensa kanssa myös päällekkäin, sillä monesti ekologisesti vastuulliset toimintatavat ovat samalla myös taloudellisesti kannattavia, joka näkyy puolestaan myös sosiaalisena vastuullisuutena. (García-Rosell 2017.)

Vastuullisella matkailun toiminnalla otetaan vastuu matkailun kestävydestä. Sosiaalisella vastuullisuudella tarkoitetaan sitä, että matkailutoiminnan hyödyt jakautuvat tasaisesti eri sidosryhmien kesken ja sen haitat paikallisten elämään pysyvät mahdollisimman pieninä. Kulttuurisella vastuullisuudella tarkoitetaan kulttuuriperinnön monimuotoisuuden edistämistä sekä paikallisten arvojen ja kulttuurin kunnioittamista. Taloudellinen vastuullisuus tarkoittaa taloudellisesti kannattavaa matkailua, joka tuottaa alueelle työpaikkoja sekä tuloja ilman muiden elinkeinojen haittaamista. Ekologinen vastuullisuus tarkoittaa matkailutoiminnan ympäristöhaittojen vähentämistä kunnioittaen samalla luonnon kanto- ja uusiutumiskykyä. (García-Rosell 2017.) Harold Goodwin (2011, 134) mainitsee vastuullisuuden merkityksen myös markkinoinnissa. Siinä tulee ottaa huomioon markkinoinnin aiheuttamat mahdolliset ympäristölliset haitat sekä esitetyistä kuvista ja sanoista muodostuvat sosiaaliset vaikutukset.

Kestävän kehityksen käsite perustuu YK:n vuonna 2015 hyväksytyyn kestävän kehityksen toimintaohjelmaan. Kestävä matkailu edellyttää matkailukohteelta, yrityksiltä, matkailijoilta ja viranomaisilta sekä muilta sidosryhmiltä vastuun ottamista toiminnoista ja niiden seurauksista. Kestävällä matkailutoiminnalla tulisi olla myönteisiä vaikutuksia paikallisille kulttuureille, yhteisöille, työntekijöille ja matkailijoille sekä luonnolle. Siinä on tärkeää kunnioittaa muita ihmisiä ja ympäristöä.

(Tervo-Kankare 2017.) Kestävän kehityksen sertifikaateilla voidaan tukea vastuullista ja kestävä matkailutoimintaa, ja ne ovat keskeisiä myös matkailumarkkinoinnin näkökulmasta. Sertifikaatit ovat erilaisia laatujärjestelmiä ja ohjelmia, kuten esimerkiksi Suomen luomumatkailuyhdistyksen sertifikaatti tai kansainvälinen Biosphere hallintajärjestelmän sertifikaatti. (Sertifioinnit & ohjelmat n.d.)

Kestävässä matkailussa kiinnitetään huomiota matkailun vaikutuksiin, joita käytetään kestävyden mittarina. Kestävän matkailun tavoitteina on ylläpitää ympäristön laatua, parantaa alueen yhteisöjen elämänlaatua, tarjota korkeatasoisia matkailukokemuksia, edistää tasa-arvoa ja lisätä tietoa ja tietoisuutta matkailun vaikutuksista sekä kehittää kohdealuetta. Kestävällä matkailulla voidaan kannustaa ihmisiä arvostamaan luontoa ja kulttuuriperintöä, lisätä kohdealueen toimeentuloa ja työpaikkoja sekä tukea paikallisia perinteitä ja elinkeinoja. Kestävän matkailun toteuttaminen voi kuitenkin olla haasteellista, sillä varsinkin matkailijoiden suhtautuminen kestävyteen ei ole aina yhdenmukaista. Olisi tärkeää ottaa huomioon kaikki aluetasot paikallisesta globaaliin, jotta kestävyys voitaisiin saavuttaa. Lisäksi paikasta toiseen kulkeminen aiheuttaa päästöjä ja kiihdyttää siten ilmastonmuutosta. Lisäämällä eettistä ja vastuullista matkailua, voidaan lisätä myös matkailun kestävyttä. (Tervo-Kankare 2017.)

4 Matkailun saavutettavuus

Tulevaisuudessa matkailijoiden määrän oletetaan vain kasvavan. Matkailu ei ole kuitenkaan aina kaikille yhdenvertaisesti saavutettavissa. Joillakin voi olla esimerkiksi fyysisiä rajoitteita matkustaa. Matkailun esteettömyyttä ja liikuntarajoitteisten sekä vammaisten oikeuksia huomioidaan nykyään yleisemmin matkailussa. Suomessa vuonna 2016 voimaan tulleen YK:n vammaissopimuksen pääperiaatteena on ehkäistä syrjintää. Sen mukaan vammaisille henkilöille on oltava yhdenvertainen pääsy fyysisiin paikkoihin sekä tapahtumiin niin maaseudulla kuin kaupungissa. (SopS 27/2016.)

Fyysisellä esteettömyydellä tarkoitetaan pääsyä kaikkiin tiloihin ja ympäristöihin, kuten rakennuksiin, reitteihin ja kulkuneuvoihin. Matkakohteen saavutettavuus on osa fyysistä esteettömyyttä. Esteettömyys voidaan huomioida matkailijan kotoa lähdöstä sinne palaamiseen asti. Matkailuympäristöt, -palvelut, ja -tuotteet, jotka ovat fyysisesti esteettämiä, on suunniteltu palvelemaan

mahdollisimman monia kävijöitä. Lisäksi esteettömyys voi olla myös kulttuurista, poliittista, sosiaalista, viestinnällistä ja taloudellista. (Jutila & Harju-Myllyaho 2017.)

Matkailussa sosiaalinen esteettömyys liittyy yhdenvertaisuuteen. Suomen perustuslaissa laadittu yhdenvertaisuuslaki tuli uudistettuna voimaan vuonna 2015. Se edistää yhdenvertaisuutta ja ehkäisee syrjintää. Lain mukaan ketään ei saa syrjiä esimerkiksi iän, ihonvärin, kansalaisuuden, sukupuolen, seksuaalisen suuntautumisen, uskonnon tai muun henkilöön liittyvän syyn perusteella. Sosiaalisesti esteettömässä matkailussa jokaisella on mahdollisuus matkustaa sekä valita kohteet ja palvelut, jotka itseään kiinnostavat. Siinä vuorovaikutuksella, eli kohtaamisilla henkilökunnan, yritysten, muiden matkailijoiden ja paikallisten kanssa, on olennainen vaikutus matkailijan elämykseen. (Yhdenvertaisuuslaki 1326/2014.)

Aluehallintovirasto valvoo Suomessa saavutettavuusvaatimusten toteuttamista. Saavutettavuudella tarkoitetaan yleensä digipalveluiden eli verkkosivujen ja mobiilisovellusten esteettömyyttä. Se parantaa digitaalisen yhteiskunnan yhdenvertaisuutta, joka tarkoittaa, että vammaiset ihmiset pystyvät toimimaan itsenäisemmin ja osallistumaan yhteiskuntaan. Saavutettavuus huomioi esimerkiksi näkö- ja kuulovammaisia, kehitysvammaisia, fyysisesti ja motorisesti rajoittuneita ihmisiä, muistihäiriöisiä sekä mielenterveysongelmaisia ja muita ihmisiä, joilla on haasteita digipalveluiden käytössä. Digipalveluiden saavutettavuudessa otetaan huomioon tekninen toteutus, helppokäyttöisyys ja selkeys sekä ymmärrettävyys. (Saavutettavuusvaatimukset n.d.)

5 Tutkimusasetelma

5.1 Tutkimusongelma ja tavoitteet

Tutkimusongelmana oli Laukaan Saraakallioiden kalliomaalauskohteen matkailullisen kehittämistyön puuttuminen. Tutkimuksen kannalta tärkeimmät kysymykset olivat miten Saraakallion kohde voidaan kehittää kestäväällä ja savutettavalla tavalla, ja mitä voidaan oppia muilta kansainvälisiltä toimijoilta. Tutkimus toteutettiin tammi-maaliskuussa 2022. Tutkimusta tehtiin kestävän kehityksen ja vastuullisen matkailun käsitteiden varassa, sillä kyseessä on kulttuurihistoriallisesti merkittävä kohde. Tutkimuksessa otettiin huomioon alueen kulttuurinen, sosiaalinen, ekologinen sekä taloudellinen kestävyys, sekä yhdenvertaisuuden tavoitteet, jotta kohde saataisiin kaikille

saavutettavaksi. Tutkimuksen tavoitteet liittyvät pitkälti toimeksiantajan, eli Jyväskylän ammatti-korkeakoulun hankkeen ”Laukaa kulttuurimatkoilukohteena”, tavoitteisiin.

5.2 Tutkimusmenetelmät

Tämän tutkimuksen tutkimusotteeksi valikoitui laadullinen tutkimusote. Kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella tarkoitetaan eri menetelmin kerättyä kokemuspohjaan perustuvaa tietoa tutkittavasta aiheesta. Siinä tulkitaan tietyn kohderyhmän subjektiivisia kokemuksia ja tutkimusvas- tauksista etsitään yhtenäisiä kokonaisuuksia. Laadullisen tutkimuksen tavallisimpia aineistonkeruumenetelmiä ovat kyselyt ja haastattelut. (Kananen 2014.)

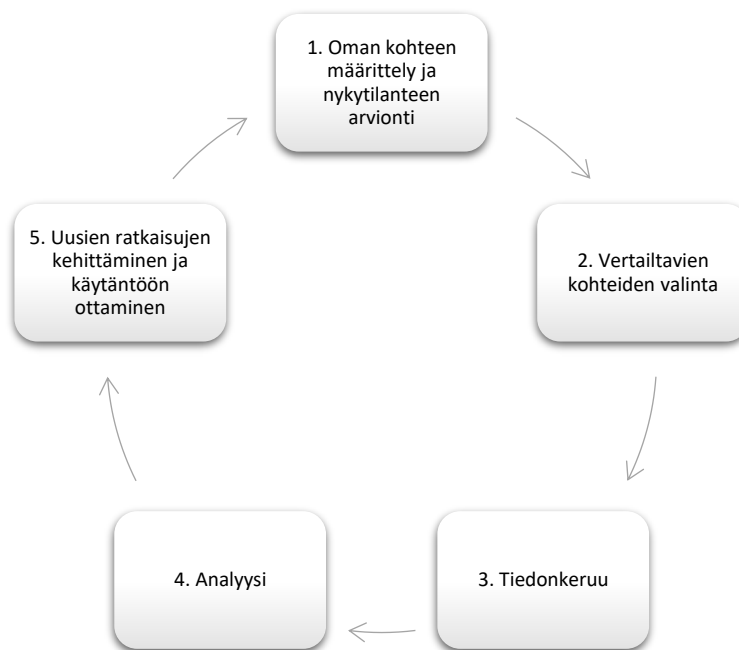
Laadullinen tutkimus eroaa kvantitatiivisesta eli määrällisestä tutkimuksesta siten, että siinä tutki- muksen johtopäätökset ovat empiirisiä, eli kokemusperäisiä, kun taas kvantitatiivisen tutkimuksen tulokset perustuvat tutkijan tulkintoihin. Laadullisessa tutkimuksessa ei voida aina ennalta määrit- tää miten tutkimus etenee, vaan usein aineistoa kerätään ja analysoidaan samanaikaisesti. (Polit & Beck 2004.) Laadullisessa tutkimuksessa ilmiötä pyritään ymmärtämään, joten siihen riittää myös vähempi aineisto kuin määrälliseen tutkimukseen. Tavoitteena ei ole tulosten yleistäminen tilas- tollisesti, vaan tieteellisesti pätevän aineiston hankkiminen. (Sarajärvi & Tuomi 2018.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimuksen aineistonkeruumenetelmiksi valikoituivat haastattelut ja benchmarking eli vertailukehittäminen. Tutkittavasta ilmiöstä oli saatavilla vain vähän tietoa ja siitä haluttiin saada entistä syvällisempi näkemys ja hyvä sanallinen kuvaus, joten menetelmiksi valikoituivat nämä laadullisen tutkimuksen menetelmät. Vertailukehittämisellä eli benchmarking- tutkimuksella pyrittiin löytämään muiden kohteiden hyviä käytäntöjä, jotta niitä voitaisiin soveltaa tutkittavaan kohteeseen. Teemahaastattelut valittiin toiseksi aineistonkeruumenetelmäksi siksi, että aineisto olisi luotettavampaa ja laajempaa. Haastatteluissa haluttiin käydä läpi ennalta valit- tuja teemoja siten, että keskustelu on kuitenkin vapaata.

Benchmarking tarkoittaa prosessia, jossa verrataan suunnitelman mukaisesti omaa toimintaa mui- den toimintaan. Sen avulla tunnistetaan omat heikkoudet ja laaditaan kehitystavoitteita ja -ide- oita. Tässä tutkimuksessa benchmarking-tutkimus tehtiin tarkastelemalla yhteensä kymmenen eri toimijoiden nettisivuja ennalta laadittujen lomakkeiden kautta. Lomakkeet oli jaettu samoihin tee- moihin kuin teemahaastattelut, jotta ne tukisivat toisiaan. Teemoja olivat tuotteistaminen, kestävä

kehitys, markkinointi ja saavutettavuus. Benchmarking valikoitui tutkimusmenetelmäksi, sillä tutkittavalle kohteelle ei ollut tehty lainkaan kehitystyötä. Benchmarking koettiin hyväksi keinoksi oppia muilta samankaltaisilta kohteilta hyväksi havaittuja käytäntöjä, joita voitaisiin hyödyntää tutkittavaan kohteeseen. (Tuominen 2016.)

Benchmarking-prosessi aloitetaan pohjatyöstä, joka mahdollistaa parhaan tuloksen. Ensimmäiseksi tarkastellaan kehitettävää kohdetta ja sen nykytoimintaa sekä päätetään mitä halutaan kehittää. Kun oma kohde on identifioitu, etsitään vertailukohteet, joissa kehitettävät asiat toimivat paremmin. Tämän jälkeen tapahtuu tiedonkeruu, joka tulkitaan kriittisesti miettimällä voiko sitä hyödyntää oman kohteen toimintaan. Lopuksi oman kohteen toimintaa kehitetään ottamalla käytäntöön vertailussa hyväksi haivatut käytännöt. Monesti benchmarking-prosessi esitetään jatkumona, sillä toiminnan kehittäminen on jatkuva prosessi. Se mikä toimii nykyhetkessä, ei välttämättä enää toimi joidenkin vuosien kuluttua, joten kehitystä on tehtävä jatkuvasti. (Tuominen 2016.) Tutkimuksessa käytetty benchmarking-lomake löytyy opinnäytetyön liitteestä 1.



Kuvio 1. Benchmarking-prosessi

Teemahaastatteluilla tarkoitetaan keskustelunomaista, puolistrukturoitua haastattelumenetelmää. Se sijoittuu rakenteeltaan avoimen haastattelun ja lomakehaastattelun välille, sillä se ei etene tarkkojen kysymysten mukaan vaan keskittyy sen sijaan ennalta määriteltyihin teemoihin

antaen tilaa ihmisten vapaalle keskustelulle. (Kananen 2014, 71.) Tässä tutkimuksessa haastatelluja tehtiin yhteensä kaksi kappaletta. Haastateltavat valittiin benchmarking-kohteiden perusteella. Haastateltaviksi valikoituivat Tanumin ja Gobustanin kalliotaidekohteiden asiantuntijat, joilla oli tietoa kohteista. Haastateltavat kontaktoitiin sähköpostitse ja haastattelut käytiin etänä Zoomin välityksellä. Tutkimuksessa käytetty teemahaastattelulomake löytyy opinnäytetyön liitteestä 2.

5.3 Aineiston keruu ja analysointi

Jotta tutkimusaineisto oli mahdollisimman validi, tutkittavat kohteet valittiin tarkkaan. Tutkimus aloitettiin benchmarking-tutkimuksella, jonka jälkeen tehtiin teemahaastattelut. Benchmarkingissa kohteet valittiin sen perusteella, että ne olisivat parhaiten verrannollisia tutkittavaan kohteeseen ja niistä saataisiin siten mahdollisimman hyödyllistä tietoa. Teemahaastatteluihin valittiin henkilöt, joiden uskottiin antavan mahdollisimman tarkasti ja paljon tietoa tutkittavasta aiheesta. Tutkimuksen kohteet valittiin PRAT-CARP-reitin kohteista selvittämällä kulttuurireitin toimitusjohtajan mielipide siitä, mitkä olisivat parhaiten verrannollisia Laukaan Saraakallion kohteeseen.

Tutkimuksessa kerätyn aineiston analysoinnissa on käytetty aineistolähtöistä analyysimenetelmää, eli kaikki päätelmät perustuvat aineistoon. Teemahaastattelut litteroitiin ja käsiteltiin benchmarking-aineiston kanssa teemoittain. Litteroinnissa huomio kiinnitettiin vastausten sisältöön eikä kielelliseen ilmaisuun, sillä tarkasteltavana oli keskustelun ydin ja ei ollut syytä keskittyä yksityiskohtiin. Litteroiduista haastatteluista poimittiin yliviivaamalla olennaiset lauseet, jotta aineisto saatiin rajattua.

Teemahaastatteluaineisto ryhmiteltiin teemoittain yhdessä benchmarking-aineiston kanssa. Teemoiksi valikoituivat samat ennalta määritetyt tutkimuksen pohjaksi laaditut teemat; kohteen saatavuus, markkinointi, tuotteistaminen, ja kestävän kehityksen eri elementit. Benchmarking-tutkimuksen ja teemahaastatteluiden aineistot tukivat hyvin toisiaan, joten niitä pystyttiin tarkastelemaan yhdessä. Benchmarking-aineiston analysoinnissa oli tärkeää ottaa huomioon jokainen tarkasteltu kysymys, eikä aineistoa pelkistetty, sillä kaikki kerätty tieto koettiin relevantiksi.

Benchmarking-kohteiksi valikoitui kymmenen eri kalliotaidekohdetta ympäri Eurooppaa. Mukaan haluttiin sekä kohteita Pohjoismaista, että muualta Euroopasta, jotta tulokset olisivat monipuolisia

ja kansainvälisiä. Pohjoismaiden kohteiden koettiin olevan myös hyvin Laukaan kohteeseen verrannollisia niiden sijainnin vuoksi. Pohjoismaista kohteiksi valikoitui Tanumin kalliopiirokset Ruotsissa ja Altan kalliokaiverrokset Norjassa sekä Astuvansalmen kalliomaalaukset Mikkelissä, Suomessa. Astuvansalmi valikoitui vertailukohteeksi siksi, että se on toinen Suomessa sijaitseva kohde, joka on myös liitetty Euroopan PRAT-CARP-kulttuurireittiin Saraakallion kohteen lisäksi. Muut tutkittavat kohteet Euroopassa olivat Gobustanin kalliotaidekohde Azerbaidžanissa, Cõa laakson kalliotaidekohde Portugalissa, Campo Lameiron kalliopiirokset Espanjassa, Naquanen kalliopiirokset, ja Massi di Cemmon arkeologinen puisto, jotka ovat osa Italian Valcamonica kalliopiiroksia, sekä Laugerie Bassen ja Abri de Cap Blancin kohteet Ranskassa. Näistä kohteista yhteensä kuusi oli Unescon maailmanperintökohteita.

5.4 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta ja laatua mittaavat validiteetti ja reliabiliteetti. Tutkimuksen validiteetti tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä ja sitä, miten paikkaansa pitäviä tutkimuksesta saadut päätelmät ovat. (Kananen 2014, 145–147.) Tässä tutkimuksessa luotettavuuteen voi vaikuttaa negatiivisesti teemahaastattelussa kysytyt kysymykset ja haastattelutilanne sekä kielimuuri tutkijan ja haastateltavan välillä. Tutkimuksen luotettavuutta tukee kuitenkin se, että tutkittavat kohteet valittiin tarkasti ja harkiten. Myös tutkittavat teemat olivat ennalta harkittuja, jotka tukivat tutkimuksen teoriaa.

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen menetelmien luotettavuutta ja tarkkuutta. Se mittaa kuinka menetelmät ovat antaneet oikeanlaisia tuloksia ja ovatko tulokset pysyviä. Tulosten pysyvyydellä tarkoitetaan, että tehdessä sama tutkimus uudestaan saataisiin samat tulokset. Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden tutkiminen eroaa hieman kvantitatiivisen tutkimuksesta, sillä se on subjektiivista, eli tutkija päättää mitä kysytään ja ei kysytä, ja miten aineisto analysoidaan ja tulkitaan. Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuutta voidaan tutkia tarkastelemalla esimerkiksi aineiston määrää ja saturaatiota eli kylläntymistä. Saturaatiolla tarkoitetaan useimpien eri lähteistä hankittujen tulosten toistumista. (Kananen 2014, 145–147.)

Tehdyssä benchmarking-tutkimuksessa luotettavuuteen voi vaikuttaa negatiivisesti tutkitut nettisivut ja niiden luotettavuus. Nettisivuiksi pyrittiin valitsemaan ensi sijassa kohteiden omia nettisivuja, jotta tulokset olisivat luotettavia. Samalla tutkimuksen luotettavuutta tuettiin

teemahaastatteluilla valikoimalla haastateltaviksi asiantuntijoita. Haastatteluiden tulokset osoitautuivat yhtenäisiksi benchmarking-tulosten kanssa, sillä samat asiat nousivat esille myös molemmissa menetelmissä, mikä lisäsi tutkimuksen luotettavuutta. Aineistoa haluttiin kerätä riittävästi, että tulokset olisivat yhtenäisempiä ja luotettavampia. Teemahaastattelujen määrä jäi kuitenkin vähäiseksi, mikä voi vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen. Lopulliset johtopäätökset ovat tutkijan omia tulkintoja aineistosta, minkä vuoksi tuloksia voidaan arvostella kriittisesti. Tulokset on tehty aineiston, mutta myös tutkijan oman intuition pohjalta.

6 Tulokset

Aineiston käsittelyn jälkeen tulokset pystyttiin jakamaan neljään eri teemaan, jotka ovat saavutettavuus, markkinointi, tuotteistaminen ja kestävä kehitys. Teemat tukevat tutkimuksen tavoitteita ja teorian viitekehystä. Samalla teemat liittyvät vahvasti toisiinsa. Kestävää kehitystä mietittiin myös markkinoinnissa ja saavutettavuus on liitettävissä myös kohteiden tuotteistamiseen. Tuloksista pyrittiin hakemaan aineiston samanlaisuutta ja erilaisuutta vertailemalla tuloksia keskenään. Tuloksista nousi esille useita eri kehittämisideoita.

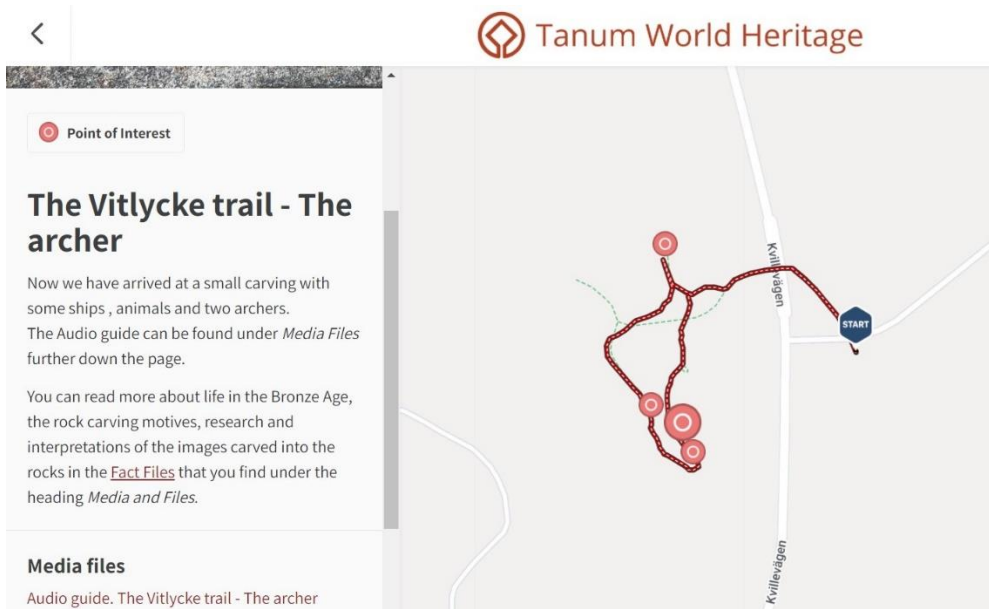
6.1 Saavutettavuus

Tutkimuksessa tutkittiin kohteiden sekä digitaalista että fyysistä saavutettavuutta. Benchmarking-tutkimuksessa otettiin huomioon kohteen nettisivujen selkeys ja saavutettavuus sekä sivujen tarjoama tieto kohteen fyysisestä saavutettavuudesta ja opasteiden ja yhteystietojen selkeydestä. Saavutettavuudessa otettiin huomioon yhdenvertaisuuden ja kansainvälisyyden käsitteet. Kohteen saavutettavuus on opinnäytetyön yksi keskeinen kehittämiskohde.

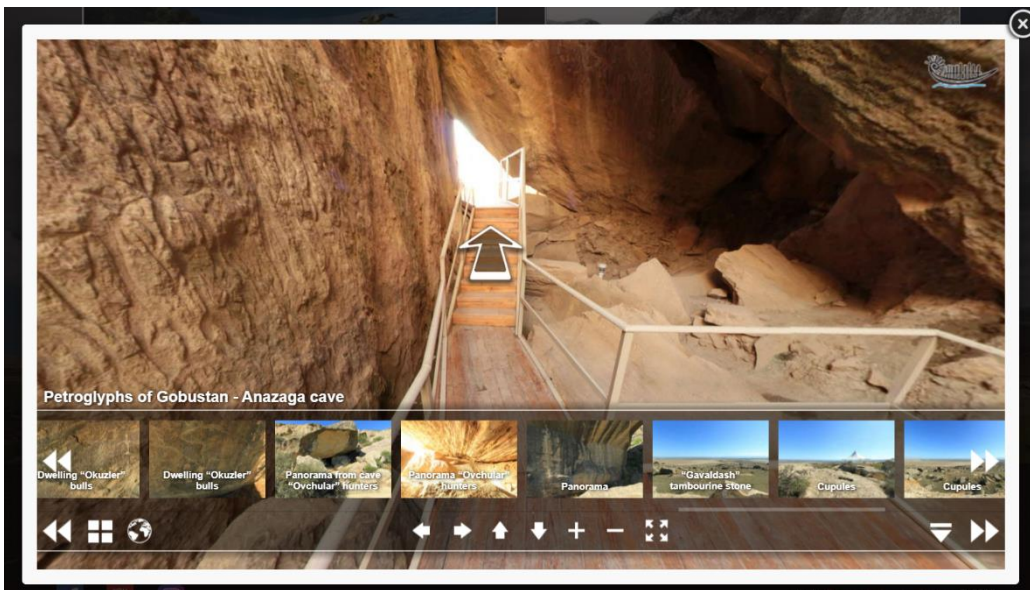
Suurin osa tutkittavien kohteiden nettisivuista toimivat selkeästi sekä tietokoneella että mobiililaitteella. Digitaalista saavutettavuutta tutkiessa hyödynnettiin Suomen aluehallintoviraston saavutettavuusvaatimuksista, joiden mukaan saavutettavassa digipalvelussa tulee ottaa huomioon tekninen toteutus, helppokäyttöisyys ja sisällön ymmärrettävyys ja selkeys.

(Saavutettavuusvaatimukset n.d.) Muiden kohteiden, paitsi Massi di Cemmon, nettisivut olivat luettavissa vähintään maan omalla kielellä sekä englanniksi. Tutkittavien nettisivujen toimivuus mobiililaitteilla lisäsi niiden helppokäyttöisyyttä ja saavutettavuutta. Nettisivuista teki selkeät niiden hillityt ja selkeät värit, helppo navigaatio, tiedon etsimisen vaivattomuus sekä kuvat ja videot.

Digitaalinen saavutettavuus on erityisen tärkeää esimerkiksi kuulo- ja näkövammaisille henkilöille, jolloin ääntä sisältävissä videoissa tulisi olla tekstitykset ja nettisivuilla tulisi olla hyvät kontrastit sekä hyvä sisällön skaalautuvuus. (Saavutettavuusvaatimukset n.d.). Benchmarking-tutkimuksessa yksi hyväksi havaittu käytäntö oli Tanumin kohteen nettisivuilla oleva englanninkielinen ääniopas, jonka yhteydessä oli kartta kohteesta. Äänitteet sisälsivät tietoa kohteen kalliopiiirroksista ja ne pystyttiin kuuntelemaan järjestyksessä läpi kartalla näkyvien reittien mukaisesti. Lisäksi virtuaalinen kierros kohteesta löytyi Gobustanin ja Naquanen kalliotaidekohteiden nettisivuilta. Altan kohteesta oli tehty digitaalinen kartta, joka sisälsi kuvia ja tekstiä sekä koottuja tutkimuksia kohteen kaikista kalliopiiirroksista.



Kuvio 2. Virtuaalinen kartta Tanumin kohteesta.



Kuvio 3. Virtuaalinen kierros Gobustanin kohteesta.

Jokainen tutkittava kohde oli ainutlaatuinen, joten tulokset fyysisestä saavutettavuudesta vaihtelivat. Yhteistä oli kuitenkin selkeä opastus kohteisiin sekä saatavilla olevat yhteystiedot, kartta kohteesta, puhelinnumero, osoite ja sähköpostiosoite yhteydenottoa varten. Kohteiden lähistöllä oli parkkipaikkoja, joten kohteet olivat yleensä parhaiten saavutettavissa omalla autolla tai bussilla. Joihinkin kohteisiin pääsi lähettyville myös junalla tai lentokoneella ja osaan pystyi kulkemaan vesitse. Fyysiset rakenteet koostuivat useassa kohteessa puisista poluista ja kaiteista sekä opastetauluista. Opastetaulut olivat usein luettavissa myös englanniksi. Kaikkiin kohteisiin ei ollut esteetöntä kulkua tai ollenkaan tietoa siitä, sopiiko kohde liikuntarajoitteisille. Esteettämiin kohteisiin oli rakennettu rampit pyörätuolilla kulkeville ja pistetauluja näkövammaisille. Tanumin kohteessa tehtiin opastettuja kierroksia myös sokeille kävijöille. Fyysistä saavutettavuutta tutkittaessa otettiin huomioon Suomen yhdenvertaisuuslain vaatimukset ihmisten samanarvoisuudesta sekä palveluiden saatavuudesta kaikille yhdenvertaisesti.

6.2 Markkinointi

Tutkiessa kohteiden markkinointia, käytettyjä markkinointikanavia olivat sosiaalinen media, eri tapahtumat, yhteistyöt, julisteet ja nettisivut. Yhteistyö oli alueellista, kansallista sekä kansainvälistä ja sitä tehtiin muun muassa eri matkailuyhdistysten ja alueorganisaatioiden kanssa. Business Finlandin mukaan matkailutuotteen markkinoinnissa tulisi ottaa huomioon sen kohderyhmä,

markkinoinnin eri keinot ja kanavat sekä eri resurssit. Kulttuurimatkailutuotetta myydessä tulisi huomioida tuotteen tarina, kulttuurisisältö, tunnelma, asema ja hinta. (Markkinointi, myynti ja jakelukanat n.d.)

Yhteistyöprojektit osoittautuivat benchmarking-tutkimuksessa toimiviksi markkinointikeinoiksi. Tästä esimerkkinä on Tanumin kohteen vuonna 2013 toteutettu kansainvälinen yhteistyöprojekti ”Empire of the Sun”, joka tehtiin yhdessä Tanskan ja Saksan kalliotaidekohteiden kanssa. Siinä kohteet yhdistettiin tekemällä niille yhteiset nettisivut sekä mobiilisovellus, joista löytyi tietoa kohteista piirrettyjen kuvien ja tekstin muodossa. Projekti toi kohteille näkyvyyttä sekä lisäsi niiden saatavuutta. Tutkimuksen toinen haastateltava korosti erityisesti, että tässä, sekä muutenkin kohteen markkinoinnissa, ongelmana on rahoituksen saamisen vaikeus.

Erilaiset tapahtumat toimivat tutkittavien kohteiden yhteistyöprojekteina sekä markkinointikeinoina. Campo Lameiron kohteessa on järjestetty 10-vuotis juhlatapahtuma, valokuvakilpailu sekä kansainvälisen museopäivän tapahtuma. Tapahtumat ovat sisältäneet erilaisia aktiviteetteja sekä opastettuja kierroksia. Astuvansalmen kohteessa on järjestetty useampana vuotena kansainvälinen kalliotaidepäivä -tapahtuma, johon on kuulunut esityksiä, työpajoja ja iltaisin järjestettäviä risteilyjä. Tutkimuksen molemmat haastateltavat korostivat yhteistyön merkitystä tuotteistamisessa.

Tutkimuksessa tarkkailtiin markkinointia myös kestävä kehityksen näkökulmasta. Kestävyyden näkyvyys markkinoinnissa osoittautui hyvin vähäiseksi. Sen sijaan markkinoinnissa keskityttiin enemmän kohteen luontoon ja historiaan matkailun elämyksellisyyden ja tarinallistamisen näkökulmasta eikä painotettu kohteen kestäväyyden ja vastuullisuuden tärkeyttä. Aikaisemmissa tutkimuksissa, kuten WFA:n vuonna 2021 tehdyssä kestäväyyden ja markkinoinnin tutkimuksessa, kestäväyyden näkyminen markkinoinnissa on koettu haasteeksi, sillä ilmasto vähemmän kuormittavien palveluiden ja tuotteiden markkinointi lisää samalla niiden menekkiä ja sitä kautta myös saastuttaa ilmastoa enemmän. Haasteena onkin markkinoinnin uskottavuus ja vastuullisuus. (Manninen 2021.)

6.3 Tuotteistaminen

Tuotteistamisella pystytään paketoimaan matkailukohde yhdeksi selkeäksi kokonaisuudeksi ja sen avulla kohde välitetään asiakkaille (Idean tuotteistaminen 2021). Tuotteistamisen tutkimisen

tavoitteena oli selkeyttää, miten tutkittava kohde saadaan paremmin saataville ja myydyksi sen kävijöille. Tuotteistamista tutkittiin selvittämällä, järjestetäänkö kohteisiin pakettimatkoja, miten kohteisiin pääsee kulkemaan ja onko niihin järjestettyä kuljetusta, sekä mitä muita palveluita kohteiden yhteydessä on. Tutkittavissa kohteissa osoittautui olevan laajasti erilaisia aktiviteettipalveluja.

Tutkittavissa kohteissa oli yhteistä ennalta varattavat opastetut kierrokset kohteisiin. Kaikkiin kohteisiin ei ollut pääsymaksua, mutta opastetut kierrokset olivat aina maksullisia. Osaan kohteista järjestettiin myös ekskursioita, joihin saattoi kuulua ruokailut, majoitukset ja erilaisia työpajoja. Tanumin kohteeseen järjestettiin myös yöekskursioita, joissa kalliopiiroksia katsotaan pimeässä taskulampun valolla. Useimpien kohteiden yhteydessä oli myös museo, kahvila tai ravintola, vierailukeskus sekä matkamuistokauppa. Kohteet sijaitsivat kaupunkien keskustojen palveluiden läheisyydessä.

Monissa kohteissa oli kivikautiseen teemaan sopivia aktiviteetteja, kuten jousiammuntaa, käsitöitä, keramiikkaa, maalausta ja arkeologiaa. Campo Lameiron kohteessa järjestetään myös pakuhuonepelejä. Lisäksi useampaan kohteeseen oli rakennettu jäljitelmiä kivikautisista kylistä. Keski-Euroopan kohteiden lähetyvillä sijaitsi Pohjoismaiden kohteita huomattavasti enemmän myös muita nähtävyyksiä, kuten esimerkiksi Grand Roc tippukiviluola Laugerie Bassen kohteen lähetyvillä. Pakettimatkoissa oli yhdistelty vierailuja eri nähtävyyksissä.

Gobustanin kohteeseen järjestettiin useita pakettimatkoja Azebajanin pääkaupungista Bakusta. Pakettimatkat olivat opastettuja päivämatoja ryhmille, jotka sisälsivät bussikuljetukset, vierailun kohteessa sekä vierailun alueen toisessa tunnetussa nähtävyydessä, mutatulivuorilla. Portugalin kohteeseen järjestettiin useita erilaisia pakettimatkoja, kuten opastettu venematka ryhmille, joka sisälsi viinien maistelua ja paikallisia kuivattuja hedelmiä, sekä kajakkiajelu, johon kuului opastettu kierros kohteessa, sukeltamista ja lounaspiknik, joka koostui paikallisista perinnetuotteista. Myös ratsastusmatkoja sekä muita räätälöityjä ryhmämatkoja järjestettiin. Järjestettyihin kuljetuksiin kuuluivat esimerkiksi Astuvansalmen kohteessa risteilyt, ja Gobustanin kohteessa bussikuljetukset.

Astuvansalmen kohteessa oli mahdollisuus vuokrata veneitä, kanootteja, kajakkeja, sup-lautoja ja polkupyöriä, joilla pääsee kulkemaan kohteeseen. Hyväksi havaittu käytäntö on ollut kohteeseen

järjestettävät risteilyt sekä myös talviretket. Risteilyillä on mahdollisuus myös nauttia illallista. Kesäisin Astuvansalmella järjestetään sukellusta ja talvisin lumikenkäkävelyä. Astuvansalmelta löytyy myös Kalliotaidekeskus Astuva, joka on kalliotaiteeseen erikoistunut tieto- ja opastokeskus.

6.4 Kestävyys

Yhdelläkään nettisivulla ei löytynyt tietoa kestävän kehityksen sertifikaateista. Kestävän kehityksen sertifikaateilla tarkoitetaan laatujärjestelmiä ja ohjelmia, jotka tukevat vastuullista matkailutoimintaa. (Sertifioinnit & ohjelmat n.d.) Kestävyyttä tutkiessa otettiin huomioon kohteiden sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen ja ekologinen kestävyys. Siinä keskityttiin tutkimuskysymykseen: *Miten kehittää Laukaan Saraakallion kalliomaalauskohtetta kestäväällä tavalla?*

Ekologisen ja kulttuurisen kestävyden elementit tulivat huomioon vertailtavissa kohteissa siten, että niiden ympäristöä ja kulttuuriperintöä suojeltiin erilaisilla säännöillä, laeilla ja kielloilla. Myös Astuvansalmen kohde on suojeltu muinaismuistolailla, kuten Saraakallioiden kohdekin. Alueella on lisäksi tulentekokielto. Toinen haastateltava korosti erityisesti taloudellisen kestävyden tärkeyttä kertoessaan, että kohteen kehittämisellä pyritään lisäämään paikallisten työpaikkamahdollisuuksia matkailualalla.

Sosiaalinen kestävyys näkyi kohteissa järjestetyissä erilaisissa tapahtumissa ja aktiviteeteissa, jotka toivat yhteen ihmiset ja kulttuurin. Niissä levitettiin tietoa kohteiden kulttuuriperinnön vaalimisen tärkeydestä. Tanumin nettisivuilla kerrottiin myös museoon perustetusta esikoulusta, jonka teemoina ovat kulttuuriperintö, yhdenvertaisuus sekä kestävä kehitys. Kestävä kehitys näkyi lisäksi kuljetuksessa. Cõa laakson kohteessa oli otettu käyttöön aurinkovoimalla toimiva sähkövene, joka on rakennettu kestävästä materiaaleista.

Kohteen kulttuuriperinnön suojeleminen näkyi kohteiden eri projekteissa sekä suunnitelmissa, tutkimuksissa ja dokumentoinneissa. Se tuotiin esille kohteiden nettisivuilla kertomalla kestävyden tärkeydestä ja tavoitteista kuvilla ja tekstillä. Altan kohteessa maalauksia suojellaan peittämällä ne talvisin säältä. Tämä vaikuttaa tosin todennäköisesti kävijämääriin, sillä maalaukset eivät ole nähtävissä talviaikaan. Useassa kohteessa oli myös dokumentointikeskuksia, jotka keskittyivät kalliopiirrosten dokumentointiin ja sitä kautta myös niiden säilyttämiseen tuleville sukupolville.

6.5 Kehitysideat

Kehitysideat muodostuivat benchmarking-tutkimuksessa hyväksi havaittujen käytäntöjen perusteella. Kehitysideoita pohtiessa otettiin huomioon tutkimuskysymykset Laukaan Saraakallioiden kohteen kehittämistä kestävästi sekä kohteen kansainvälisen ja yhdenvertaisen saavutettavuuden parantamisesta. Kehitysideat on jaettu tulosten teemojen perusteella neljään eri käsitteeseen, jotka ovat digitaalinen ja fyysinen saavutettavuus, tuotteistaminen, ja kestävä kehitys.

Digitaalinen saavutettavuus

Tutkimuskohteen digitaalista saavutettavuutta voidaan parantaa luomalla kohteelle omat nettisivut, jotka ovat selkeät sekä helppokäyttöiset. Selkeyttä parantavat nettisivujen värit, teksti, kuvat ja videot, ja helppokäyttöisyyttä parantavat sivujen toimiminen eri laitteilla sekä navigoinnin helpous ja yhteystietojen ja kartan saatavuus. Nettisivuilla voi olla virtuaalinen kierros kohteesta tai äänitetty opas sekä digitaalinen kartta. Nettisivut tulee olla saavutettavuusvaatimusten mukaiset, siten että niitä pystyvät käyttämään myös esimerkiksi näkö- ja kuulovammaiset henkilöt. Esimerkiksi videoissa tulee olla tekstitykset, jotta ne ovat yhdenvertaisesti saavutettavissa. Kansainvälisyys voidaan ottaa digitaalisessa saavutettavuudessa huomioon siten, että nettisivut ovat luettavissa suomen kielen lisäksi vähintään englannin kielellä.

Fyysinen saavutettavuus

Saraakallioiden kohteen fyysistä saavutettavuutta voidaan parantaa kuljetuksella, opastekylteillä, ympäristön muokkauksella sekä erilaisten, esimerkiksi puisten ja teräksisten, rakenteiden luomisella. Lisäksi tuotteistamisella ja markkinoinnilla parannetaan kohteen saavutettavuutta. Kohteen esteettömyyttä voidaan parantaa rakentamalla portaat sekä tarpeeksi leveät polut ja mahdollisesti myös rampit liikuntarajoitteisille. Esteettömyydessä tulee pyrkiä siihen, että kohde saataisiin mahdollisimman monille kävijöille saataville.

Kohteen sijainnin vuoksi parhaat kuljetusvaihtoehdot ovat bussi- ja autokuljetus sekä vesiteitse kulkeminen. Kuljetuksen parantaminen vaatii yhteistyötä kuljetus- ja matkanjärjestäjien kanssa sekä pysäköintialueen kehittämistä sen laajentamisella ja päällystämällä. Kuljetuksessa voidaan

käyttää kestävämpiä vaihtoehtoja, kuten Laukaan satamasta vuokrattavia kanootteja, kajakkeja ja sup-lautoja tai mahdollisesti kestävästä materiaaleista valmistettua sähkövenettä. Lisäksi kohteeseen voidaan järjestää risteilyjä, joissa on mukana matkaopas. Kohteen saavutettavuutta vesiteitse voidaan parantaa rakentamalla kohteeseen laituri. Jotta kalliomaalaukset ovat paremmin nähtävissä, niiden edestä voidaan hakata metsää, ja kallioiden eteen voidaan rakentaa torni, johon kiipeämällä pääsee näkemään maalauksia.

Tuotteistaminen

Tuotteistamisella voidaan luoda tietynlainen kuva kohteesta, ja se vaatii suunnittelua ja ideointia. Tutkimuskohdetta voidaan tuotteistaa erilaisilla aktiviteeteilla ja pakettimatkoilla. Pakettimatkat voivat olla opastettuja ryhmämatkoja, joihin kuuluu risteily, vierailu kohteessa sekä ruokailu. Pakettimatkoihin voidaan liittää myös vierailuja alueen muissa nähtävyyksissä. Tuotteistamisessa voidaan lisäksi hyödyntää markkinointia, kuten tapahtumia ja yhteistyötä eri toimijoiden kesken. Kansainvälisyys vaatii yhteistyötä kansainvälisten toimijoiden, kuten matkanjärjestäjien, kesken. Tapahtumat voivat sisältää erilaisia esityksiä, opastettuja kierroksia, risteilyjä, ja aktiviteetteja, kuten jousiammuntaa ja maalausta. Kohteen lähetyville voidaan rakentaa vierailukeskus, josta saa tietoa ja opastusta kohteesta. Vierailukeskuksen yhteydessä voi olla myös matkamunistokauppa ja kahvila-ravintola.

Kestävä kehitys

Kehittäessä Laukaan Saraakallioiden kohteen matkailua kestävästi, kohde voisi tarjota työpaikkoja alueen paikallisille. Työpaikat liittyvät samalla vahvasti kohteen tuotteistamiseen. Työpaikat voisivat olla esimerkiksi eri aktiviteettien ja opastettujen kierrosten ohjaajia, lipunmyyjiä, kuljettajia ja ravitsemis- ja majoituspalveluiden sekä vierailukeskuksen työpaikkoja. Lippujen myynti kohteeseen lisäisi samalla alueen taloudellista kestävyyttä. Kehitystä suunnitellessa tulee ottaa huomioon turvallisuus ja eri säännöt ja lait, sillä niillä pystytään suojella kalliomaalauksia ilkeiltä ja tuholta. Lisäksi digitaalisuus tukee kestävä kehitystä ja tapahtumien järjestäminen kehittää alueen sosiaalista ja taloudellista kestävyyttä. Kalliomaalauksia voidaan dokumentoida ja tutkia jatkuvasti, jotta ne säilyisivät paremmin tuleville sukupolville. Kohteissa järjestettävillä ekskursioilla ja opastetuilla kierroksilla voidaan lisätä kohteen kulttuurillista kestävyyttä.

7 Pohdinta

Tutkimuskysymys siitä, miten Laukaan Saraakallioiden kalliomaalauskohtetta voidaan kehittää kestäväällä ja saavutettavalla tavalla, on tutkimuksen yksi merkittävin teema. Vastauksien saaminen tutkimuskysymykseen vaati aineiston tutkimisen lisäksi tutkijan omaa tulkintaa ja intuitiota. Opinnäytetyössä saatiin vastaukset tutkimuskysymyksiin, sillä tutkimuksen tuloksista muodostui monia hyviä kehitysideoita, joilla Saraakallioiden kohde voidaan saada paremmin sekä kestävästi että kansainvälisesti ja yhdenvertaisesti saavutettavaksi.

Laadullinen tutkimusote osoittautui oikeaksi valinnaksi, sillä käytetyt tutkimusmenetelmät antoivat hyvän sanallisen kuvauksen tutkittavasta ilmiöstä. Benchmarking-tutkimus onnistui suunnitellusti ja osoittautui hyvin toimivaksi tutkimusmenetelmäksi. Vertailemalla muiden kansainvälisten toimijoiden hyväksi havaittuja käytäntöjä tutkimuskohteeseen, pystyttiin luomaan monipuolisia kehitysideoita. Haastatteluja toteutettiin vain kaksi kappaletta tutkijan resurssien ja ajanpuutteen takia. Esteenä oli todennäköisesti myös tutkijan ja haastateltavien välinen kielimuuri. Haastattelujen määrä vaikuttaa tulosten yleistettävyyteen sekä tutkimuksen luotettavuuteen, mutta ne antavat silti hyviä näkemyksiä aiheen tarkasteluun. Haastattelutilanteissa kysymykset muotoiltiin neutraaleiksi siten, että niissä eivät näkyneet tutkijan omat mielipiteet.

Tutkimuksessa oli mielenkiintoista ja innostavaa löytää erilaisia käytäntöjä digitaalisen saavutettavuuden parantamisesta, kuten ideat virtuaalisesta kierroksesta, digitaalisesta kartasta ja äänioppaasta. Haastateltavilta asiantuntijoilta saatiin kuulla hyväksi havaittuja käytäntöjä, mikä sai pohtimaan, toimivatko samat käytännöt tutkimuskohteessa. Opinnäytetyön teoriaosa tuki hyvin tutkimusosaa, sillä samat teemat toistuivat molemmissa osissa.

Saavutettavuutta tutkiessa heräsi esille kysymys kohteen fyysisistä rakenteista ja ympäristöstä. Jokainen tutkittava kohde oli alueeltaan ja sijainniltaan erilainen, joten kaikki parhaiksi todetut käytännöt eivät todennäköisesti toimi tutkimuskohteessa. Tutkijan tuli käyttää loogista päättelykykyä ja miettiä, minkälaiset rakenteet toimisivat parhaiten Saraakallioiden kohteessa. Tässä koettiin hyväksi havainnoksi vertaaminen erityisesti Astuvansalmen kohteen saavutettavuuden, sillä se on sijainniltaan samankaltainen tutkimuskohteen kanssa.

Tutkimuskohteen kehittäminen kestäväällä tavalla on haastavaa, sillä se aiheuttaa joka tapauksessa haittoja ympäristölle. Lisääntyneet kävijämäärät lisäävät myös ympäristön tuhoutumisen riskejä. Tämän takia kestävyuden lisäksi tulee ottaa huomioon myös kohteen turvallisuus. Turvallisuus tulee muistaa ottaa huomioon kuljetuksissa, palveluissa ja aktiviteeteissa, sillä on tärkeintä, että matkailijat pystyvät nauttimaan kohteesta ja koko matkasta ilman pelkoja tai vaaroja. Hyvä digitaalinen saavutettavuus tukee kohteen turvallisuutta ja kestävyttä, sillä silloin kävijät pääsevät näkemään kohdetta teknologian välityksellä.

Digitaalista saavutettavuutta tutkiessa huomattiin, että siinä hyväksi havaitut käytännöt ovat hyvin sovellettavissa tutkimuskohteeseen, sillä siihen ei vaikuta niin paljon alueen fyysinen ympäristö. Selkeät nettisivut paransivat tutkittavien kohteiden saavutettavuutta, sillä ne helpottivat tiedon saamista kohteista. Tutkimalla useampaa kohdetta, saatiin parempi ja laajempi kuva digitaalisen saavutettavuuden merkityksestä. Nettisivujen välillä oli selkeitä eroja, mutta kaikki sivut olivat silti toimivia. Nettisivuja suunnitellessa tuleekin ottaa huomioon kohteen ulkonäkö ja tarina, ja muokata sivut niihin sopiviksi. Tämä tarkoittaa, että nettisivut voivat olla osa myös matkailukohteen tuotteistamista

Tutkiessa kohteiden tuotteistamista ja kansainvälisyyttä, heräsi ajatus erilaisista matkailijoista. Kansainvälistä matkailua kehittäessä tulee ottaa huomioon matkailijat eri maista ja kulttuureista. Heillä voi olla erilaisia käsityksiä kohdemaasta, ja he esimerkiksi varautuvat matkaan eri lailla. Suomalaiset matkailijat ovat todennäköisemmin tietoisempia millaista on liikkua Suomen luonnossa ja mitä odottaa Laukaan kohteelta. Ulkomaalainen matkailija voi odottaa jotain aivan muuta. Tämä tekee kohteen kehittämisestä haastavampaa ja siinä tulee miettiä tarkemmin, miten kohdetta tuotteistetaan ja minkälaista palvelua kävijöille halutaan tarjota.

Tutkimuksen keskeinen haaste on kehitysideoiden toteuttaminen käytännössä. Esimerkiksi fyysisten rakenteiden, tuote- ja palveluideoiden sekä markkinoinnin kehittäminen vaativat toimintasuunnitelmia, kustannuslaskelmia ja rahoituksia sekä laajaa yhteistyötä eri toimijoiden kesken. Tämä tutkimus antaa ideoita Saraakallioiden kohteen kehittämisestä, mutta lopullinen toteutus vaatii vielä tarkempia toimenpiteitä. Opinnäytetyö antaa tuoreen näkemyksen tutkimusongelmasta ja sitä voidaan käyttää hyödyksi jatkotutkimuksissa Laukaan alueen matkailun kehittämisestä. Jatkotutkimukset aiheesta voidaan tehdä asiakasnäkökulmasta, pohtimalla millaiset

matkailijat vierailevat Saraakallioiden kohteessa. Siinä voidaan hyödyntää opinnäytetyön teoriaosassa mainittuja McKercherin eri kulttuurimatkailijatyyppejä. Tutkimus Saraakallioiden matkailulisestä kehittämisestä on vasta alkutekijöissään, joten jokainen tutkimus aiheesta luo tilaa uusille kehitysideoille, ja on askel kohti parempaa käsitystä kohteen matkailun kehittämisestä.

Lähteet

Arkeologinen kulttuuriperintö. N.d. Museovirasto.

<https://www.museovirasto.fi/fi/kulttuuriymparisto/arkeologinen-kulttuuriperinto>

Astuvansalmen kalliomaalaukset. N.d. Visit Mikkeli. Viitattu 2.12.2021. <https://www.visitmikkeli.fi/fi/palvelut/astuvansalmen-kalliomaalaukset>

Bradley, R. 1998. *Daggers Drawn: depictions of Bronze Age weapons in Atlantic Europe. The Archaeology of Rock-Art.* Cambridge University Press.

Fancourt, D., Finn, S. 2019. What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe (Health Evidence Network (HEN) synthesis report 67). Viitattu 19.9.2021. <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/329834/9789289054553-eng.pdf>

García-Rosell, J. 2017. Vastuullinen matkailu. Teoksessa *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* s. 229–233. Toim. Edelheim, J. & Ilola, H. Lapland University Press/Lapin yliopistokustannus. Viitattu 27.12.2021.

https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/63093/Matkailututkimuksen_avainka3%a4sitteet_pdfA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Goodwin, H. 2011. *Responsible Tourism.* Goodfellow Publishers Ltd.

Hossan luontokeskus. 2021. *Metsähallitus.* Viitattu 12.11.2021.

<https://www.luontoon.fi/hossanluontokeskus>

Hovi, T. 2017. Kulttuurimatkailu. Teoksessa *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* s. 64–68. Toim. Edelheim, J. & Ilola, H. Lapland University Press/Lapin yliopistokustannus. Viitattu 20.10.2021.

Idean tuotteistaminen. 2021. Suomi.fi verkkotoimitus. Viitattu 11.2.2022.

<https://www.suomi.fi/yritykselle/tuotteiden-ja-palveluiden-kehittaminen/tuotteistaminen/opas/tuotekehitys/idean-tuotteistaminen>

Iivari, P. 2012. *Matkailun turvallisuus Globaalit muutokset – paikalliset vaikutukset.* Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Viitattu 10.11.2021. <https://matkailu.luc.fi/loader.aspx?id=6a01c43a-d21a-4ea9-a871-b63267d0f26b>

Jutila, S. & Harju-Myllyaho, A. 2017. Esteettömyys matkailussa. Teoksessa *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* s. 223–228. Toim. Edelheim, J. & Ilola, H. Lapland University Press/Lapin yliopistokustannus. Viitattu 27.12.2021.

Kananen, J. 2014. *Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä.* Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kivikäs, P. *Kallio, maisema ja kalliomaalaus, 2005.*

Komppula, R. 2017. Matkailumarkkinointi. Teoksessa Matkailututkimuksen avainkäsitteet s. 132–136. Toim. Edelheim, J. & Ilola, H. Lapland University Press/Lapin yliopistokustannus. Viitattu 27.12.2021.

Kulttuurimatkailu ja kulttuurireitit. 2021. Opetus- ja kulttuuriministeriö. Viitattu 14.10.2021. <https://okm.fi/kulttuurimatkailu>

Kulttuurimatkailu. N.d. Business Finland. Viitattu 14.10.2021. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/kulttuurimatkailu>

Laukaa kulttuurimatkailukohteena. 2021. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Viitattu 9.12.2021. <https://www.jamk.fi/fi/tutkimus-ja-kehitys/tki-projektit/laukaa-kulttuurimatkailukohteena>

Luukkonen, I. 2021. Suomen esihistorialliset kalliomaalauket. Sigillum. Turku.

Manninen. O. 2021. Pohjoismaat ovat kestävän markkinoinnin edelläkävijöitä. Artikkelinä MRKTNG -lehdessä. Viitattu 10.2.2022. <https://www.mrktng.fi/markkinointiuutiset/pohjoismaat-ovat-kestavan-markkinoinnin-edellakavijoita/>

Markkinointi, myynti ja jakelukanavat. N.d. Business Finland. Viitattu 20.1.2022. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/kulttuurimatkailu/culture-creators/markkinointi-myynti-ja-jakelukanavat>

Mikä Euroopan Neuvoston kulttuurireitti? N.d. Aitomaaseutu.fi. Viitattu 5.11.2021. <https://www.aitomaaseutu.fi/kulttuurimatkailureittioapas/mika-euroopan-neuvoston-kulttuuri-reitti>

Muinaismuistolain uudistus. 2022. Opetus- ja kulttuuriministeriö. Viitattu 6.11.2021. <https://minedu.fi/muinaismuistolain-uudistus>

Muinaismuistolaki 295/1963. Viitattu 17.11.2021. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1963/19630295>

OECD. 2020. OECD Tourism Trends and Policies 2020. Viitattu 21.10.2021. <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>

Petäjäjärvi, K. 2020. Taide kulttuurimatkailun ytimeen. Viitattu 19.9.2021. CTCB Metropolia. <https://ctcb.metropolia.fi/2020/02/07/taide-kulttuurimatkailun-ytimeen/>

Polit, D. & Beck, T. 2004. Nursing research, principles, and methods. Lippincott Williams & Wilkins. 7. painos. Philadelphia. USA.

Prehistoric Rock Art Trails. N.d. Council of Europe. Viitattu 20.10.2021. <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/prehistoric-rock-art-trails>

Puustinen, A. & Rouhiainen, U. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Helsinki: Edita.

Richards, G. 2001. Cultural attractions and European tourism. CABI Publishing.

Saavutettavuusvaatimukset. N.d. Aluehallintovirasto. Viitattu 28.12.2021.

<https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/tietoa-saavutettavuusse-losteesta/>

Saraakallion kalliomaalaukset. N.d. Visit Laukaa. Viitattu 2.12.2021. <https://visitlaukaa.fi/palvelu/saraakallion-kalliomaalaukset/>

Sertifioinnit ja ohjelmat. N.d. Business Finland. Viitattu 18.2.2022.

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sertifioinnit--ohjelmat>

Swarbrooke, J. 1999. Sustainable Tourism Management. CABI Publishing.

Tervo-Kankare, K. 2017. Kestävä matkailu. Teoksessa Matkailututkimuksen avainkäsitteet s. 235–240. Toim. Edelheim, J. & Ilola, H. Lapland University Press/Lapin yliopistokustannus. Viitattu 27.12.2021.

Tourism and Culture. N.d. UNWTO. Viitattu 20.10.2021. <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. E-kirja. Kustantaja Tammi. Viitattu 13.11.2021. <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789520400118>

Tuominen, K. 2016. Benchmarking-käsikirja. Oy Benchmarking Ltd.

Weaver, D. & Lawton, L. 2014. Tourism management. Fifth edition. John Wiley & Sons Australia.

World Tourism Organisation. 2021. UNWTO Inclusive Recovery Guide – Sociocultural Impacts of Covid-19, Issue 2: Cultural Tourism. UNWTO. Madrid. Viitattu 22.10.2021. <https://doi.org/10.18111/9789284422579>

Yhdenvertaisuuslaki 1325/2014. Viitattu 3.1.2022.

<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2014/20141325>

Yleissopimus vammaisten henkilöiden oikeuksista. 27/2016. Viitattu 3.1.2022.

https://www.finlex.fi/fi/sopimukset/sopsteksti/2016/20160027/20160027_2

Liitteet

Liite 1. Benchmarking-lomake

Benchmarking -lomake

Kohteen nimi:

Sijainti:

Nettisivut:

1. Saavutettavuus:

-Onko kohde digitaalisesti saavutettavissa kaikille?

-Ovatko nettisivut selkeät?

-Toimivatko nettisivut eri laitteilla?

-Ovatko nettisivut luettavissa eri kielillä?

-Mitä kohteen fyysisestä saavutettavuudesta on kerrottu?

-Ovatko kohteen yhteystiedot ja opasteet selkeät?

2. Markkinointi

-Mitä eri markkinointikanavia on käytetty?

-Näkykö markkinoinnissa kestävyden eri elementit?

3. Tuotteistaminen

-Järjestetäänkö kohteeseen pakettimatkoja?

-Onko kohteen yhteydessä muita palveluita? (Ravitsemis- majoitus- ja aktiviteettipalvelut)

-Miten kohteeseen pääsee kulkemaan? Onko järjestettyä kuljetusta?

4. Kestävyys

-Näkyvätkö kestävyden eri elementit (sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen & ekologinen kestävyys) kohteen nettisivuilla? Miten?

-Onko kohteella kestävä kehityksen sertifikaattia?

Muuta:

Ideita, joita voi hyödyntää Laukaan kohteessa:

Liite 2. Haastattelulomake

Teemahaastattelut

1. Perustiedot:

-Kerro kohteesta lyhyesti

2. Saavutettavuus

Kuvaile miten kohteenne on saavutettavissa

-Miten kohteeseen pääsee kulkemaan?

-Millaiset fyysiset rakenteet kohteessa on?

-Miten turvallisuus on otettu huomioon kohteessa?

-Miten kohde on digitaalisesti saavutettavissa?

-Onko kohde esteettömästi saavutettavissa kaikille?

3. Markkinointi

Miten kohdettanne on markkinoitu

-Millaisia markkinointikanavia käytetään?

-Tekeekö kohde yhteistyötä muiden alueellisten, kansallisten tai kansainvälisten toimijoiden kanssa?

4. Tuotteistaminen

Kuvaile miten kohdettanne on tuotteistettu

-Järjestetäänkö kohteeseen pakettimatkoja?

-Myydäänkö kohteessa matkamuistoja?

-Mitä muita palveluja kohteen yhteydessä on? Esim. ravitsemis- majoitus- ja aktiviteettipalvelut

-Onko vierailukeskusta?

5. Kestävyys

Kuvaile miten kestävyiden eri elementit näkyvät kohteessanne

-Onko kohteessa otettu huomioon sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen ja ekologinen kestävyys?

-Onko kohteella kestävyteen liittyviä sertifikaatteja?