



SAVONIA

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

KULTTUURIMATKAILU ENONTEKIÖLLÄ

Enontekiön kulttuurimatkailun kehittäminen

TEKIJÄ: Jutta Leppäjärvi

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala			
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja ravitsemisalan tutkinto-ohjelma			
Työn tekijä Jutta Leppäjärvi			
Työn nimi Kulttuurimatkailu Enontekiöllä			
Päiväys	24.5.2020	Sivumäärä/Liitteet	33
Ohjaaja Petra Laakso			
Toimeksiantaja Enontekiön kunta			
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tarkastella kulttuurimatkailua Enontekiön kunnassa ja pohtia kuinka sitä voisi kehittää, sekä löytää mahdollisia esteitä sen edistämiseksi. Työn tarkoituksena on luoda kehitysehdotuksia toimeksiantajalle, joilla kunta voisi vahvistaa toimintaansa kulttuurimatkailun osin. Uusien tapahtumien ideoimista ei toivottu toimeksiantajan puolesta. Opinnäytetyö on tarkoitettu Enontekiön kunnan yritys- ja elinvoimapaalveluiden työntekijöille, jotta nykyisiä kulttuuritapahtumia sekä kulttuurimatkailua yleisesti voitaisiin kehittää. Työlläni tavoitelen myös itselleni parempaa käsitystä kunnan matkailun tulevaisuudesta ja sen potentiaalista.</p> <p>Kulttuurimatkailu koostuu sekä aineellisista että aineettomista tekijöistä. Näitä voivat olla esimerkiksi tapahtumat, taide, alueen historia sekä nähtävyydet, joita työssä tarkastellaan. Teoriaosuudessa tarkastellaan myös kulttuurimatkailuun liittyviä matkailun käsitteitä, sekä kulttuurimatkailun eri alalajeja. Työssä analysoidaan lisäksi kulttuurimatkailijan motivaatioita sekä matkailijan kuluttajakäyttäytymistä.</p> <p>Tutkimuskysymyksenä opinnäytetyössä on kulttuurimatkailun esteet ja mahdollisuudet Enontekiöllä, sekä kuinka tärkeänä kulttuurimatkailu yleisesti koetaan alueella. Sähköpostin välityksellä tehdyllä haastattelumuotoisella tutkimuksella saatiin paikallisten yrittäjien näkökantaa esille. Tutkimuksen perusteella kulttuurimatkailu koettiin alueelle tärkeäksi ja sitä tulisi markkinoida paremmin.</p>			
Avainsanat kulttuurimatkailu, paikalliskulttuuri, matkailu			

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Hospitality Management			
Author Jutta Leppäjärvi			
Title of Thesis Cultural tourism in Enontekiö			
Date	24.5.2020	Pages/Appendices	33
Supervisor Petra Laakso			
Client Organization The municipality of Enontekiö			
<p>Abstract</p> <p>The goal for this thesis is to investigate cultural tourism in the municipality of Enontekiö and to think about ways to improve it, and also to find out if there are any possible obstacles to its development. The purpose is to create development proposals for the municipality to strengthen cultural tourism in the future. The client organization didn't ask for the creation of new events. Instead, the focus of this thesis is on the present cultural events and cultural tourism in general in order to bring improvement ideas and vitality to local businesses.</p> <p>Cultural tourism consists of both material and immaterial factors. For example, events, art, history of the area and attractions are such objects. Concepts related to cultural tourism are a part of the theoretical part, such as sub-species of cultural tourism. The motivations of cultural tourists and the consumer behavior of travelers are analyzed.</p> <p>The survey question in this thesis are the obstacles and possibilities of cultural tourism in Enontekiö and how important it is perceived in the region in general. The survey was performed via email as an interview and it brought out local entrepreneurs' views on the matter. According to the survey, cultural tourism is very important for the municipality and it should have a better marketing.</p>			
<p>Keywords</p> <p>cultural tourism, local culture, tourism</p>			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	5
2	MATKAILU	6
2.1	Matkailijan kuluttajakäyttäytyminen	7
2.2	Matkailutuote.....	8
3	KULTTUURIMATKAILU	9
3.1	Kulttuurimatkailija.....	9
3.2	Kulttuuritapahtumat	10
3.3	Paikalliskulttuuri.....	11
3.4	Perinne- ja nostalgiamatkailu.....	12
4	ENONTEKIÖN KUNTA.....	13
4.1	Palvelut matkailijoille.....	14
4.2	Ohjelmapalvelut.....	14
4.3	Tapahtumat.....	15
4.4	Saamelaiskulttuuri.....	16
4.5	Nähtävyydet Enontekiöllä	17
5	TUTKIMUS.....	20
5.1	Tutkimusmenetelmä.....	20
5.2	Haastattelujen toteutus	20
5.3	Tutkimuksen tulokset	21
5.4	Yhteenveto.....	23
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET.....	24
7	POHDINTA.....	28
8	LÄHTEET	30

1 JOHDANTO

Maaailman matkailujärjestö (World Tourism Organization, UNWTO) määrittelee kulttuurimatkailun olevan matkailua, jossa henkilön päällimmäisimpänä motivaationa on oppia uutta, tutustua alueeseen ja kuluttaa sekä aineellisia että aineettomia kulttuurillisia attraktioita ja tuotteita valitussa matkakohdteessa.

Kulttuurin merkitys on matkailussa suuri ja Enontekiöllä olisi varaa tuoda sitä paremmin esille. Opinnäytetyön tarkoituksena on luoda kehittämisehdotuksia, joita voidaan käyttää tulevaisuudessa alueen kulttuurimatkailun vahvistamiseen. Laajaa kulttuurimatkailun käsitettä tarkastellaan tässä raportissa esimerkiksi tapahtumien ja nähtävyyksien kannalta. Tässä opinnäytetyössä kulttuurimatkailun koetaan koostuvan luontopääomasta sekä fyysisestä ja taloudellisesta pääomasta. Luontopääomaan lukeutuvat luonnonvarat, raaka-aineet sekä ympäristö ja maisemat. Jälkimmäiseen kuuluu rakennettu ympäristö, tuotantovälineet sekä infrastruktuuri. (Jokiaho ja Lavia 2007, 31-35.) Opinnäytetyön lähtökohdta on keskittyä olemassa oleviin kulttuuritapahtumiin ja nähtävyyksiin Enontekiöllä ja pohtia yleisiä kehitysideoita niitä varten, sekä yleisesti kulttuurimatkailua ajatellen.

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä käytetään laadullista tutkimusta, joka toteutetaan haastattelumuodossa sähköpostin kautta. Vastauksia kerätään paikallisilta matkailuyrittäjiltä, jotka tuntevat alueen ja toimivat matkailun parissa. Työn teoriaosuus perustuu kotimaiseen sekä kansainväliseen kirjallisuuden kulttuurimatkailuun, luontoon ja paikalliseen historiaan liittyen. Verkkolähteitä sekä paikallissanomalehden verkkojulkaisuja on myös hyödynnetty. Teoriaosuudessa avataan kulttuurimatkailun lisäksi siihen liittyviä matkailualan käsitteitä. Työn lopussa käydään läpi tutkimuksen vastauksia ja analysoidaan niitä, sekä pohditaan kehittämisen mahdollisuuksia kulttuurimatkailuun muun muassa tutkimuksen vastauksiin perustuen.

Toimeksiantajaksi opinnäytetyöhön sain Enontekiön kunnan ja ohjaajana toimii yritys- ja elinvoimapaalveluiden kehitysjohtaja Hannu Autto. Autton ollessa virkavapaalla 2019 syksyllä hänen sijaisenaan toimi Sirpa Mannela, toimisto- ja tapahtumasihteeri. Aiheen opinnäytetyöhön sain kesällä 2019 eläkkeelle jääneeltä matkailukoordinaattori Kirsti Näkkäläjärveltä.

2 MATKAILU

Matkailu on ilmiö, joka yhdistää lukuisia eri kansakuntia maapallolla. Syitä ja motiiveja matkailuun on monia ja siten jokainen yksilö kokee matkailun eri tavalla omassa mielessään. World Tourism Organization (UNWTO) on kuitenkin määritellyt matkailun käsittävän teot, jotka koostuvat ihmisten matkustamisesta ja ajan viettämisestä paikoissa, jotka poikkeavat heidän tavanomaisesta ympäristöstään. Aikamääritelmäksi on asetettu alle vuoden kestävä matkailu. Synä on vapaa-ajan vietto, työt sekä muut tarkoitukset. Nykypäivänä kynnys matkustamiseen on myös huomattavasti matalampi kuin vielä muutama vuosikymmen sitten. Tähän on vaikuttanut hintojen edullisuus sekä yleinen helppous matkailun toteuttamiseen. Varaaminen on helppoa yritysten nettisivujen kautta, jolloin asiakkaan ei tarvitse käydä fyysisesti paikan päällä suorittamassa ostoa. Verhelä (2014, 15) toteaa, että palkallisen vapaa-ajan määrä on vuosien saatossa kasvanut, joka on myös ollut omiaan edistämään matkailua.

Tarvitaan syy matkailun toteuttamiseen, jotta henkilö saadaan poistumaan kotoa, niin sanotusta turvallisuudesta ympäristöstään. Tähän vaikuttaa työntövoima. Työntövoima koostuu matkailijan henkilökohtaisista demografisista tekijöistä, motivaatiotekijöistä, sosiaalisista sekä kulttuurillisista tekijöistä. (Verhelä 2014, 20.) Vetovoimalla sen sijaan houkuttelevat matkailijoita kohteeseen. Kyseessä on ominaisuus tai piirre, joka matkailijaa erityisesti kiinnostaa ja houkuttelee. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi luontoa, joka on säilynyt kauniina ja puhtaana. (Hemmi 1993, 23.) Kaunis ja koskematon luonto on monelle kotimaanmatkailijalle syy lähteä Lappiin lomalle.

Henkilökohtaisiin demografisiin tekijöihin kuuluvat henkilön ikä, ammatti, sekä koulutustaso (Verhelä 2014, 20). Näiden avulla pystytään päättelemään matkailijan varallisuus, joka vaikuttaa olennaisesti matkan toteuttamiseen, pituuteen ja määränpään valintaan. Motivaatiotekijöihin taas luetellaan syyt, jotka saisivat matkailijan liikkeelle. Yleisimpiä ovat lepo, rentoutuminen, seikkailu, työ sekä suku. (Verhelä 2014, 20.) Stressaantuneessa elämäntilanteessa monia helpottaa pako arjesta, jolloin matkailu koetaan pelastavaksi tekijäksi. Sosiaalisia tekijöitä ovat perhe, ystävät sekä sukulaiset, joiden vuoksi matkailua toteutetaan. Lisäksi matkustaminen edellyttää matkailijalta sekä aikaa, että rahaa (Verhelä 2014, 20). Ihmisiin tutustumista uusissa paikoissa ja maissa pidetään kuitenkin matkailun suurimpana tarkoituksena. Kansainväliseen matkailuun kuuluu myös tiedon sekä ideoiden vaihtaminen, joka rikastuttaa ihmisten elämää. (McIntosh, Goeldner, Ritchie 1995, 191.)

Järviluoma (2006) on määritellyt attraktioiden olevan johonkin fyysiseen paikkaan tai ympäristöön sijoittuvia kohteita sekä tapahtumia, joilla on olemassa olevia vetovoimatekijöitä. Vetovoimatekijät ovat attraktioihin liittyviä määritteitä tai ominaisuuksia, joiden vuoksi attraktiot houkuttavat kävijöitä luokseen (Verhelä 2014, 135). Kaikki tapahtumat, ilmiöt sekä kohteet, jotka houkuttelevat matkailijoita, voidaan luokitella attraktioiksi (Verhelä 2014, 134-135). Kyseessä voi olla vuosittainen konsertti tai esimerkiksi Lapin yötön yö. Useimmiten kyse on sellaisista kokemuksista, joita matkailija ei pääse tavanomaisessa elinympäristössään kokemaan. Lapissa edellä mainittu yötön yö on yksi näistä ilmiöistä. Toinen suuri vetovoimatekijä on revontulien näkeminen.

Matkailun määrittelemistä helpottavat alalajit, joihin matkailu voidaan jakaa. Näitä ovat esimerkiksi luonto- ja työmatkailu. Tässä opinnäytetyössä kuitenkin tärkeimpänä painopisteenä on kulttuurimatkailu, jonka vuoksi muita alalajeja ei käsitellä sen tarkemmin.

Matkakohde määritellään alueeksi, joka on rajattu maantieteellisesti. Kyseisellä alueella matkailijat odottavat saavansa vierailunsa aikana erilaisia kokemuksia, joista jää konkreettisia muistoja matkasta. Tämän ajatuksen mukaisesti matkakohde on siten staattinen, pysyvä ympäristö, jossa palveluja tarjotaan. (Verhelä 2014, 134.) Matkakohde valitaan matkan tarkoituksen mukaisesti. Kulttuurimatkailija saattaa hakeutua ympäristöön, jossa hän pääsisi kokemaan itselleen uutta elämäntapaa. Yksi matkakohde voi kuitenkin tarjota useamman matkailukokemuksen kuin mitä matkailija tuli alun perin kohdeelta hakemaan (McIntosh ym. 1995, 200).

2.1 Matkailijan kuluttajakäyttäytyminen

Matkailijan rooli matkailussa on olennaisesti suuri. Matkailijoita on erityyppisiä riippuen heidän matkansa kestosta tai määränpäästä. Matkailijan määränpää kertoo, onko kyseessä kotimaanmatkailija vai ulkomaanmatkailija. Matkailija on kuitenkin ennen kaikkea henkilö, joka liikkuu kahden eri sijainnin välillä. (Verhelä 2014, 24-29.)

Fratu (2011) kertoo kuluttajan tarpeiden ymmärtämisen olevan matkailualalla äärimmäisen tärkeää. Tämä tulee ottaa huomioon markkinoinnissa, jolla tavoitellaan asiakkaita ja jonka avulla asiakkaille myydään tuotteita. Kuluttajan käyttäytymistä voidaan tutkia perustuen asenteisiin, tekoihin sekä ostopäätöksiin. Nämä muodostavat yhdessä laajemman kokonaisuuden, jota on helpompi tulkita. (Fratu, 2011.)

Kuluttajan tekemiin valintoihin vaikuttaa moni tekijä. Näitä ovat esimerkiksi sosiaaliset sekä kulttuurilliset tekijät. Matkailijan sisäisiä vaikuttavia tekijöitä ovat persoonallisuus, asenne, motivaatio ja elämänsen. Näiden lisäksi merkitystä on myös henkilön iällä, perheellisyydellä sekä ammatilla. Tilanetekijöillä on yhtä suuri vaikutus kuluttajan päätöksentekoon. Näitä ovat esimerkiksi aika, sosiaalinen tunnelma sekä mielentila. Kuluttajan tarpeiden sekä päätöksenteon prosessin perusteella pystytään vaivattomasti parantamaan suoritusta. Tämän avulla pystytään myös kehittämään uusia matkailutuotteita ja palveluita. Palautteista saa usein selville, millaista tuotetta tai palvelua asiakas olisi ollut etsimässä tai mitä hänen mielestään puuttui tarjonnasta. (Fratu, 2011.)

Asiakkaiden vaatimusten ja toiveiden ymmärtämistä voi pohtia vastaamalla seuraaviin kysymyksiin: kuka ostopäätöksessä on tärkeässä roolissa? Miten, mistä ja milloin kuluttajat ostavat? Millaisia kriteerejä heillä on valinnan tekemiselle? (Fratu, 2011.) Kun saadaan tietoon, missä asiakkaan tuotteen ostaminen tapahtuu, on markkinointia helpompi kohdentaa oikeaan paikkaan. Yrityksellä voi olla lukuisia yhteistyökumppaneita, joiden kautta tuotteita myydään erilaisilla verkkosivuilla. On kuitenkin tärkeää ottaa selvää, mitkä myyvät parhaiten ja panostaa niihin.

Alueen markkinointi vaikuttaa suuresti matkailijan kuluttajakäyttäytymiseen. Markkinointi on tavoitteellista toimintaa, jolla pyritään välittämään organisaation haluama viesti eteenpäin ja tavoitteena on saada ihminen toimimaan organisaation toivomalla tavalla (Vallo ja Häyrinen 2014, 19). Teknologian jatkuvasti nouseva kehitys on lisännyt käytettävien laitteiden määrää ja siten myös nostanut yksittäisen ihmisen ruutu-aikaa (Kotler, Kartajaya & Setiawan 2016, 21). Tällöin on tärkeää osata kohdistaa markkinointi tiettyihin kanaviin, joista kohdeyleisö löytyy. Kulttuurimatkailun kohdalla alueen tarjonnan esittely on äärimmäisen tärkeää. Ollessaan aidosti alueesta kiinnostunut, asiakas etsii itse aktiivisesti tietoa matkakohteestaan. Tämän vuoksi tietoa tulee olla löydettävissä mahdollisimman kattavasti. Kulttuurimatkailun tarjonta ei kuitenkaan houkuttele kaikkia asiakasryhmiä samalla tavalla, jolloin oikeanlaisella esillepanolla on suuri merkitys.

Markkinoinnin kohdentamisen helpottamiseksi kuluttajista on luotu erilaisia asiakasryhmiä. Ryhmiä on luotu perustuen kuluttajien harrastuksiin, mielenkiinnon kohteisiin sekä muihin elämäntapoihin vaikuttaviin tekijöihin. Segmentointi on yritykselle tärkeää, sillä sen avulla yritys pystyy tunnistamaan itselleen potentiaalisimmat asiakasryhmät sekä niiden tarpeet. Segmentointi auttaa ymmärtämään kenelle palveluita kehitetään ja miten kyseisille segmenteille markkinoidaan tuotetta. (Taloustutkimus 2019.)

2.2 Matkailutuote

“A product is anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use or consumption. It includes physical objects, services, persona.” – Philip Kotler

Matkailutuote voidaan määritellä kahdella tapaa. Laajemmin katsottuna matkailutuote on kokonaisuus, joka muodostuu elementeistä, joita matkailija matkansa aikana kuluttaa ja käyttää. Toisen määritelmän mukaan sen sijaan tietyt tuotteet ovat komponentteja koko matkailutuotteeseen ja niitä voidaan myydä yksittäistarjousina, kuten esimerkiksi majoitus, kuljetus, nähtävyydet ja muut palvelut turisteille. Matkailutuote on siis ostettavissa oleva palvelu tai tuote. (Koutoulas, Dimitris 2015.) Matkailutuote voi koostua sekä aineettomista että aineellisista osista, jotka perustuvat johonkin konkreettiseen toimintaan kohteessa (Verhelä ja Lackman 2003, 15). Matkailutuotteiden valinnanvaran perusteella asiakkaat yleensä valitsevat matkakohteensa. Mitä enemmän tarjottavaa itse matkakohteella on, sitä todennäköisimmin sinne saapuu asiakkaita. (Koutoulas, Dimitris 2015.)

Xu Billin (2010) mukaan tärkein kysymys, jota matkailupalveluiden tuottajan tulee pohtia tarkasti ennen tuotteen kehittämistä ja markkinoille tuomista on, että mikä tekee asiakkaalle kokemuksesta ikimuistoisen ja onnistuneen? Matkailuala mahdollistaa tavallisesta poikkeavien ja yllätyksellisten kokemusten luomisen, joista on tapana muotoutua asiakkaalle pitkäaikaisia muistoja. (Xu Bill, 2010.) Onnistuneella matkailutuotteella voi saada asiakkaiden jakamien kokemusten kautta uusia asiakkaita, jonka vuoksi sosiaalinen media on tärkeässä roolissa matkailualalla.

3 KULTTUURIMATKAILU

Maaailman matkailujärjestö (World Tourism Organization, UNWTO) määrittelee kulttuurimatkailun olevan matkailua, jossa henkilön päällimmäisimpänä motivaationa on oppia uutta, tutustua alueeseen ja kuluttaa sekä aineellisia että aineettomia kulttuurillisia attraktioita ja tuotteita valitussa matkakohhteessa. Nämä nähtävyydet ja tuotteet ovat joukko yhteiskunnan aineellisia ja aineettomia piirteitä, jotka käsittävät taiteen ja arkkitehtuurin, historiallisen ja kulttuurisen perinnön, kulinaarisen perinnön, kirjallisuuden, musiikin, luovan teollisuuden ja elämäntapakulttuurin, arvomaailman, uskomukset sekä perinteet.

Matkailun edistämiskeskus (MEK) sen sijaan määritteli aikanaan kulttuurimatkailun olevan matkustusta, jonka motivaationa on matkailijan halu havainnoida matkakohteen kulttuurillisia voimavaroja, oppia niistä sekä mahdollisesti osallistua niihin. Tällaiseksi kulttuurivoimavaraksi voidaan määritellä mikä tahansa paikka, rakenne tai ihmiskäden aikaansaannos.

Perinteiden kirjo on yksi suurimmista matkailun motivaatioista. Matkailijat tutustuvat uusiin kulttuureihin ja kokevat lukuisia eri taiteenmuotoja, käsitöitä, rituaaleja ja ruokakulttuureja. Näiden parissa kommunikointi ja keskustelu yhteisestä mielenkiinnon kohteesta on luontevaa. Kulttuurien kohtaaminen tapahtuu tekemisen yhteydessä. Matkailun avulla pystymme säilyttämään ja edistämään aineetonta kulttuurillista perintöä, jonka vuoksi siihen tulisi panostaa. Tämä vaatii todellista yhteistyötä yhteisöiltä sekä matkailusektoreilta, joka perustuu aitoon arvostamiseen. (UNWTO.)

Kulttuurimatkailu koostuu useammasta matkailun käsitteestä ja alalajista. Näitä ovat esimerkiksi historia-, perinne- sekä nostalgiamatkailu. Koska kulttuurimatkailu on käsitteenä melko laaja, se menee helposti päällekkäin monen muun matkailun osa-alueen kanssa. (Verhelä, Lackman 2003, 161.) Esimerkiksi luontomatkailu koetaan olevan osittain myös kulttuurimatkailua. Suomalaisten yhteyttä luontoon pidetään kulttuurimatkailun kannalta tärkeänä vahvuutena (Business Finland julkaisuaika tuntematon).

3.1 Kulttuurimatkailija

“Tourists travelling primarily for cultural reasons are called cultural tourists and they can be divided into four cohorts according to their primary motivation for travel. They are heritage enthusiasts, visual arts enthusiasts, wine & culinary enthusiasts and performing arts enthusiasts.” – Johnson, Sheila

Yllä olevan määritelmän mukaan kulttuurimatkailijat voisi jakaa jopa neljään eri kategoriaan kiinnostuksenkohteiden mukaisesti. Niitä olisivat perintömatkailusta kiinnostuneet, visuaalisesta taiteesta kiinnostuneet, kulinaristit sekä esittävän taiteen harrastajat. (Johnson julkaisuaika tuntematon) Kulttuurimatkailijaksi voidaan kuitenkin katsoa jokainen henkilö, joka matkansa aikana oppii muiden ihmisten elämäntavoista sekä ajatusmaailmoista (McIntosh ym. 1995, 191).

Jako voidaan myös suorittaa ilman että määritellään, millaisesta kulttuurillisesta kokemuksesta henkilö on kiinnostunut. Henkilö voi olla kulttuurimatkailija joko tarkoituksellisesti tai tahattomasti. Henkilö saattaa lomallaan keskittyä enemmän auringonpalvontaan rannalla, mutta haluaa kuitenkin nähdä alueen kuuluisimmat nähtävyydet edes etäisyydeltä. Matkailija saattaa myös käydä museossa, mikäli se sattuu sopivasti matkalle. Tällöin kyse on tahattomasta, ennalta suunnittelemttomasta kulttuurimatkailusta. Tarkoituksellisessa kulttuurimatkailussa matkan aikataulu sen sijaan suunnitellaan siten, että matkailija pääsee kokemaan lomansa aikana mahdollisimman paljon maan kulttuuria. Kulttuurin kokeminen voi myös olla matkan päämotiivina. Matkailija on mahdollisesti valmis maksamaan kulttuurillisista elämyksistä, joita hän ei omassa asuinmaassaan ja elinympäristössään pääse kokemaan. (AMA 2013.) Kulttuurimatkailija voi kaivata kulttuurillisten kokemusten toteuttamista sekä ulkomailla, että omassa kotimaassaan.

3.2 Kulttuuritapahtumat

Kulttuurimatkailu ei kuitenkaan perustu pelkästään fyysisiin rakennuksiin ja paikkoihin. Alueella järjestettävillä tapahtumilla on suuri osuus kulttuurimatkailun muodostumisessa, jonka vuoksi niitä painotetaan tässä opinnäytetyössä. Pääroolissa esiintyvät olennaisesti historia, taide, kulinarismi sekä kirjallisuus.

Historiamatkailuun perustuvat tapahtumat voidaan järjestää alueella, joka keskittyy historialliseen aikaan menneisyydessä, tai on olennaisesti osa sitä. Rakennus voi olla esimerkiksi linna, vanha museo tai muu vastaava. Tapahtuma voidaan järjestää menneen ajan tyyliin, jota korostetaan esimerkiksi vaatetuksessa tai tapahtuman ruokalistassa. Työntekijöille voidaan antaa entisajan rooli, jota heidän tulee pitää yllä tapahtuman ajan. Tällöin asiakkaat ja vierailijat pääsevät mahdollisesti helpommin tunnelmaan sisälle. Tapahtumassa voidaan kertoa vanhoja tarinoita alueeseen tai muuhun teemaan liittyen. Suomessa vastaavia tapahtumia järjestetään esimerkiksi Turussa, jossa päästään vuosittain kokemaan Keskiaikaiset markkinat. Tapahtuma järjestetään kahtena peräkkäisenä päivänä kesäkuussa. Markkinoilla päästään virittymään tunnelmaan muun muassa laadukkaiden käsityötuotteiden, keskiaikaisten herkkujen sekä ritariäytösten myötä. Tarjolla on myös sirkusnäytöksiä ja vanhaan aikaan eläytymistä musikaalisen esityksen parissa. (Keskiaikaiset Markkinat julkaisuaika tuntematon.)

Taiteeseen sen sijaan sisältyvät muun muassa festarit, konsertit, tanssi sekä teatterinäytökset. Otolisin aika festivaalien järjestämiselle Suomessa on tyypillisesti kesäaika. Tämä on huomattavissa festivaalien listauksesta, joista käy selville tapahtumien ajankohta ja sijainti. Suurin tapahtumien keskittymä sijoittuu kesäkuusta elokuuhun. Festivaalit keskittyvät lähinnä musikaalisuuteen, mutta joukkoon mahtuu myös sekä kuvataiteeseen että elokuvateollisuuteen liittyviä festareita. (Finland Festivals julkaisuaika tuntematon.) Ohjelma on usein suunniteltu siten, että sekä vanhemmille että lapsille löytyisi päivistä jotain mielenkiintoista. Näin tavoitellaan tapahtumaan suurempaa yleisöä kuin siten, että tapahtuma olisi suunnattu vain toiselle kyseisistä kohderyhmistä. Kulinarismi on helppo yhdistää kokemukseen esimerkiksi eri ketjujen sekä yrittäjien pitämien kokujujen merkeissä.

Kirjallisuuteen liittyvät tapahtumat järjestetään yleensä kirjastojen tiloissa. Yleisöä ei niinkään tavoitella saavuttavaksi kauempaa, vaan tähdätään paikallisten ja mahdollisesti lähialueilla asuvien ihmisten mielenkiinnon herättämiseen. Tavoitteena on saada mahdollisimman paljon ihmisiä osallistumaan ja saada tuleville tapahtumille kohderyhmää muodostettua. Kirjallisuustapahtumia voidaan myös järjestää tietyn henkilön, eli tässä tapauksessa kirjailijan, ympärille. Tapahtuma voi sisältää vierailun kirjailijan kotimuseoon tai lapsuudenkotiin, jossa on nähtävillä hänen käyttämiään tavaroita. (Kolehmainen 2014, 16.)

3.3 Paikalliskulttuuri

Jokiaho ja Lavia (2007) kertovat teoksessaan *Perinteestä matkailutuotteeksi – Paikalliskulttuuri kylien ja matkailun voimavarana* paikalliskulttuurin mahdollisuuksista kylätoiminnan ja matkailun kehittämisen työkaluna. Kylätoiminnan näkökulmasta katsottuna paikalliskulttuuria pidetään ehkä tärkeimpänä Lapin matkailumarkkinoinnin perusteista ja vetovoimatekijöistä. Alueellisia erityispiirteitä ja kulttuuriperintöä tulisi hyödyntää alueen matkailun lisäksi myös muussa tuotantotoiminnassa, kuten koulutuksessa ja palveluissa. (Jokiaho ja Lavia 2007, 6.) Jotta kulttuurillista matkailumaakuvaa saataisiin vahvistettua, tulisi kunnan tehdä laajaa yhteistyötä kulttuurin vientiä tekevien tahojen kanssa. Näitä olisivat esimerkiksi taiteen tiedotuskeskus, suurlähetystö sekä kulttuuri-instituutit. (Business Finland.)

Paikalliseen kulttuuriin koetaan kuuluvan yksittäisen ihmisen koko elämänpiiri. Tähän lukeutuvat esimerkiksi paikannimet, murre, tarinat, ruokaperinne sekä työn ja toiminnan jäljet kylämaisemassa. (Jokiaho ja Lavia 2007, 6.) Murre Enontekiöllä on vahvasti esillä ja se koetaan usein tärkeäksi osaksi omaa identiteettiä. Osa kielen muodostamaa identiteettiä ovat sanonnat, joita alueella käytetään. Ulkopuolinen ihminen ei kontekstia välttämättä ymmärrä. Paikannimissä kunnan kaksikielisyys tulee esille, sillä kylien ja teiden nimet on ilmaistu sekä suomeksi että saameksi. Paikalliskulttuuri näkyy yksilön jokapäiväisessä elämässä hänen omaamassaan hiljaisen tiedon muodossa. Osa paikalliskulttuuria on myös muun muassa taide, maantiede ja luonto, historia, kielet sekä kansainvälinen koulutus. Paikalliskulttuuria on siten kaikkialla – maisemakuvassa, paikkakuntamme historiassa sekä perheemme tarinoissa. (University of Wisconsin-Madison.) Alueen kulttuuri-identiteetti houkuttelee matkailijoita ja vaikuttaa myös asukkaiden omaan viihtymiseen paikkakunnalla (Jokiaho ja Lavia 2007, 6).

Aidosti paikalliskulttuurista kiinnostunutta matkailijaa viehättää ihmisten arki ja siihen liittyvät toiminnot, kuten marjastaminen, kalastaminen, metsästäminen, poronhoito sekä vuodenvierailuun liittyvät toimet. Kulttuurimatkailija etsiikin kokemukseltaan aitoutta ja haluaa kuulla tarinat ja uskomukset sellaisina, kuin niitä on Lapissa kerrottu. Tarinankerronnan pyrkimyksenä onkin viihdyttää kuulijaa, eikä niinkään jakaa tietoa. (Jokiaho ja Lavia 2007, 42-44.) Ohjelmalveluissa asiakkaalle on tärkeää päästä osaksi paikallisten elämää ja kokea se mahdollisimman läheltä. Aitouden kokemisessa korostuu paikallisten ihmisten panos ja mukanaolo. (Jokiaho ja Lavia 2007, 48.) Kulttuuria pidetään matkailijalle henkilökohtaisena kokemuksena, joka voi toimia hänen kohdallaan henkisen kasvun moottorina (Riukulehto 2001, 36). Enontekiöläinen paikalliskulttuuri koostuu siis lyhyesti muotoiltuna kaikista arkielämään ja vuodenvierailuun liittyvistä toimista. Kuntalaisia yhdistää vahva kiintymys luontoa ja sen hyvinvointia kohtaan, sekä sen mahdollistamiin ajanvietteisiin.

Paikalliskulttuurista kiinnostunut matkailija haluaa todennäköisesti kokea myös paikallisen ruokakulttuurin. Yhä useammalla paikkakunnalla ravintoloissa korostetaan lähiruokaa listalla ja matkailijat ovat luonnollisesti kiinnostuneita mahdollisuudesta. Lähiruoka ja paikallisuus ovat suuri osa matkailijan kulttuurielämystä, josta jää sekä aitoja kokemuksia että pitkään säilyviä makumuistoja (Business Finland). Omatoimimatkailijan on helppo toteuttaa kulinarismimatkailua Suomessa itsenäisesti, sillä kaikista maakunnistamme löytyy huomattava määrä erilaisia perinneruokia.

3.4 Perinne- ja nostalgiamatkailu

The National Trust for Historic Preservation määrittelee perinnematkailun olevan matkailua, jonka tavoitteena on kokea paikkoja, esineitä ja aktiviteetteja, jotka autenttisesti edustavat menneisyyden ja nykyhetken tarinoita sekä ihmisiä. Perinnematkailu sisältää siten vierailuja kulttuuri-, historia- ja luonnonvaroihin. (Gibson 2015.) Matkailun kohteissa voidaan joko ylläpitää tiettyä perinteistä elämäntapaa tai pelkästään säilyttää tietoutta ja esineitä siihen liittyen (Kleemola 2004). Perinnematkailua voi myös toteuttaa esimerkiksi kansanperinteeseen liittyvään musiikkiin, tansseihin sekä pukeutumiseen liittyen (Verhelä 2014, 37). Historian myötä perinteen symboleiksi ovatkin muodostuneet kansanpuvut ja perinneruoat (Petrisalo 2001, 76, 125).

Perinnematkailu perustuu useimmiten aitoihin ympäristöihin, joissa elämyksen kokeminen onnistuu parhaiten. Tarkoitus ei ole houkuttaa alueelle valtavia massoja, vaan suunnata tuote niille matkailijoille, jotka kiinnostuvat siitä sen erityisluonteen ja aitouden takia. Pienten tuottajien voi olla vaikeaa tuottaa palveluja suurille massoille, jolloin tuotteessa pyritään korostamaan omaperäisyyttä ja panostetaan laatuun. Perinne voikin tarkoittaa joillekin identiteettiä ja elämäntapaa, kun taas toisille sen sijaan taloudellisia mahdollisuuksia (Jokiaho ja Lavia 2007, 21, 5).

Kansanomaisesta näkökulmasta tarkastellessa perinteeseen kuuluvat kirjat, tarinat, sananlaskukokoelmat sekä sadut. Edellä mainituilla yhteiseksi tekijäksi muodostuu kerronta menneessä ajassa, jota ei välttämättä olla määritelty tarkkaan. (Jokiaho ja Lavia, 4.) Perinteiden uskotaan kuitenkin menettävän hiljalleen otteensa ihmisten jokapäiväisessä elämässä. Nykyaikaisessa yhteiskunnassa perinnetieto tullaan korvaamaan rationaalisella tutkimuksella, tieteellisellä tiedolla sekä asiantuntemuksella. (Price 1996, 69.)

Sana nostalgia on merkitykseltään laaja ja se voidaan määritellä lukuisilla eri tavoilla, mutta tässä työssä se tarkoittaa sentimentaalista tai katkeranmakeaa kaipausta johonkin menneeseen kokemukseen, tuotteeseen tai palveluun. Nostalgiamatkailija haluaa matkustaa uudelleen jo kokemaansa kulttuurilliseen ympäristöön. (Baker & Kennedy 1994, 170.) Toinen käsite nostalgiamatkailijasta keskittyy kuvitteellisen ja kokemattoman ympäristön uudelleenelämiseen. Stern (1992) kertoo, että kyseessä voi olla elokuvan, kirjan tai yksittäisen tarinan fyysisestä tapahtumapaikasta. Nostalgiamatkailu voi myös liittyä matkailijan sukulaisuuteen ja haluun perehtyä omiin juuriinsa paremmin. Esimerkiksi isovanhemmilta kuullut tarinat voivat antaa jälkipolville tietynlaisen kuvan jostain heille ennestään tuntemattomasta paikasta ja mielenkiinto sitä kohtaan johtaa nostalgiamatkailuun.

4 ENONTEKIÖN KUNTA

“Enontekiötä ei ole tehty turisteille. Se on tehty ihmisille – sinulle ja meille.” – Tosilappi.fi

Tämä opinnäytetyö keskittyy Enontekiön kunnan kulttuurimatkailuun. Kyseessä on Suomineidon käsi-varressa sijaitseva kunta, joka koostuu lähes kolmestakymmenestä kylästä. Suurimpia kyliä kirkonkylän Hetan lisäksi ovat Kilpisjärvi, Karesuvanto, Vuontisjärvi, Peltovuoma, Leppäjärvi, Palojärvi ja Palojoen suu. Asukasmäärä kunnassa on vuonna 2017 ollut 1 895. Enontekiö on perustettu vuonna 1877. (Enontekiö.) Asutusta kunnassa on alkujaan ollut kuitenkin jo varhaisella kivikaudella 8000 vuotta sitten (Tosilappi).



Kuva 1. Enontekiö kartalla. (Suomen Sukututkimusseura)

Enontekiö on vuonna 2017 sijoittunut Suomen kolmanneksi suurimmaksi kunnaksi. Pinta-alaa kunnalle tulee 8 463,6 km², joista 70% on eri asteisia suojelualueita. (Enontekiö.) Luonnon suojeleminen ja

sen hyvinvoinnin säilyttäminen on paikallisille huomattavan suuri prioriteetti. Luonto tarjoaa paikallisille sekä mahdollisuuden harjoittaa omaa elinkeinoa, että paikan, jossa viettää vapaa-aikaa ja rentoutua arjen kiireiden keskellä. Matkailu on kunnassa tärkeä elinkeinon tuottaja, joka on nähtävissä yritysten kokonaislukumäärässä sekä niiden pitkäjänteisessä historiassa.

Ulkopaikkakuntalaiselle matkailijalle Enontekiö on helposti saavutettavissa julkisella joukkoliikenteellä. VR kuljettaa matkailijoita Kolariin ja Rovaniemelle saakka, josta määränpään jatketaan linja-autokyydillä. Lentoliikenteellä matka sujuu helposti Helsingistä Kittilään saakka, josta samaan tapaan matka jatkuu linja-autolla perille kohteeseen.

4.1 Palvelut matkailijoille

Jotta matkailu on sekä onnistunutta että mieleistä asiakkaalle, tulee matkakohteessa olla vähintään välttämättömimmät palvelut vierailun ajaksi. Matkailussa on kyse asiakaslähtöisyydestä, eli asiakkaiden tarpeiden ymmärtämisestä (Verhelä 2014, 34-35). Enontekiön Hetasta löytyy matkailijan kaipaat peruspalvelut; apteekki, terveyshuolto, elintarvikekauppa, kirjasto, ravintoloita, kahviloita sekä helposti saavutettavat kulkuyhteydet. Talviaikaan kylästä löytyy myös laskettelurinne ja kattava latuvalikoima ulkoilmaliikunnasta kiinnostuneille. Hetan lisäksi muun muassa Kilpisjärvellä ja Karesuvannossa on aktiivista toimintaa matkailualalla. Tärkeimpänä palvelunaan kunta mainostaa koskematonta luontoa sekä sen tarjoamaa monipuolisuutta ja rauhaa. Peruspalveluiden lisäksi kunnasta löytyy matkamuistomyymälöitä, käsityöliikkeitä, elokuvateatteri, luontokeskus, huoltoasemoita sekä ravintoloita. Kyseisten palveluiden keskittymä on kirkonkylällä Hetassa. Vaikka kunta koostuukin monesta kylästä, yhä harvemmassa löytyy avoinna olevia ja toimivia palveluita.

Majoituspalveluita ovat muun muassa hotellit, retkeilymajat, leirintäalueet, perhemajoittajat sekä lomakylät (Hemmi 1993, 82). Enontekiön alueelta kyseisiä majoitusmuotoja löytyy kattavasti. Hotelleja kunnasta löytyy huomattavasti vähemmän, kun taas leirintäalueet ja lomakylät ovat yleisempiä majoituspalveluita. Kesäaikaan matkailuseasonki on huipussaan, jolloin esimerkiksi Kilpisjärvellä majoituspaikat ovat usein täynnä. Varaukset tehdään yleensä hyvissä ajoin ennen kesää, jolloin saatavuus on varmempaa. Majoitusten ollessa täyteen varattuja, luonto tarjoaa matkailijoille hyvät puitteet telttamajoitukseen.

4.2 Ohjelmapalvelut

Ohjelmapalveluiksi voidaan luetella esimerkiksi luontoon liittyvät ohjatut aktiviteetit, kilpailutapahtumat, harrastus- ja virkistyspalvelut sekä rakennetut aktiviteetti- ja huvikohteet. Ohjelmapalveluita pidetään matkailutuotteen ”suolana” ja niiden koetaan muodostavan matkan elämyksellisen osuuden. (Hemmi 1993, 158.) Ohjelmapalvelut voivat olla ohjatun toiminnan sijasta myös omatoimisia. Ne kuitenkin pohjautuvat asiakaslähtöisesti joko luontoon, liikuntaan, terveyteen, kulttuuriin tai viihteeseen. Olennaista on, että asiakas on osallistumassa toimintaan tai tapahtumaan. Ohjelmapalveluiden tarjonnan määrä matkakohteessa voi lisäksi vaikuttaa matkailijan valintapäätökseen kohteen suhteen. (Verhelä ja Lackman 2003, 17.)

Enontekiöllä ohjelmapalvelut kohdistuvat pääosin kulttuuriin, luontoon sekä viihteeseen. Huskyajeluita kunnassa on tarjolla sekä Hetassa että Kilpisjärvellä. Koiravaljakoiden lisäksi on mahdollista päästä kokemaan luonnon rauhaa ja kulttuuria myös rauhallisemmissa merkeissä, kuten kalastusreissulla oppaan avustuksella. Perinteisempää ja autenttista elämäntyyliä janoava taas pääsee nauttimaan poroajelusta reen kyydissä. Näiden lisäksi useat majoitusliikkeet tarjoavat omia ohjelmapalveluita, joita voivat olla välinevuokraus tai opastettu retki luonnossa.

4.3 Tapahtumat

Kuntaan mahtuu yllättävänkin paljon tapahtumia, joita järjestetään vuosittain. Niistä on muodostunut alueelle jo vahvoja perinteitä, joihin osallistuvat sekä paikalliset, asukkaat naapurimaista, että matkailijat. Joukkoon kuuluu myös väliaikaisasukkaita, joilla on esimerkiksi lomamökki kyseisellä paikkakunnalla. He voivat kokea kuuluvansa yhteisöön, vaikka eivät siellä asuisikaan ympärivuotisesti.

Paikalliskulttuuriin kuuluvat kesäaikaan paikkakunnalla järjestettävät festivaalit, kyläjuhlat tai muut tapahtumat. Tapahtuman tarkoituksena voi olla tarjota viihdettä paikallisille ihmisille, sekä paikkakunnalla asuville kesäasukkaille. Tapahtumat voivat myös houkuttaa muita matkailijoita paikalle. (Verhelä ja Lackman 2003, 173.) Näitä Enontekiöllä ovat esimerkiksi perinteiset kesämarkkinat, joita voidaan järjestää useammassakin kylässä. Hetassa järjestetään myös vuosittain Watercross-kisat, jotka lukeutuvat tähän kategoriaan. Kisassa ajetaan moottorikelkoilla veden päällä kilpaa. Tapahtuma houkuttelee paikalle sekä lapsia että aikuisia.

Taiteellisia tapahtumia kunnan alueella järjestetään vuosittain. Vaikka taiteellisia kulttuuritapahtumia ja festivaaleja olisikin kunnassa suhteellisen vähän, niiden merkitys on suuri, vaikkakin lyhytaikainen, matkailupalveluiden tuottajien kannalta. Matkaohjelma perustuu taide-elämykseen, joka voi olla esimerkiksi kuvataidetta tai musiikillista tuotantoa. Tilaisuus kestää yleensä päivästä viikkoon tai pariin. (Verhelä ja Lackman 2003, 172.) Enontekiön kunnassa pitkäkestoisin musiikillinen tapahtuma on Hetan Musiikkipäivät, jolla ohjelmaa on ollut tarjottavana jopa yhdeksän päivän ajalle. Tämän kaltaisia taide-elämykseen perustuvia tapahtumia kunnassa on kattavasti sekä musiikin että taiteen parissa, jotka ovat muodostuneet jo perinteiksi vuosittaisen järjestämisen vuoksi. Kyseisiä tapahtumia ovat Täyen kuun taithessa, Väärtipäivät, Hetan musiikkipäivät sekä Pohjoismaiset jäänveistokilpailut. (Enontekiö.)

Täyen kuun taithessa järjestetään Tunturi-Lapin luontokeskuksessa. Vuonna 2019 ohjelmaan kuului Enontekiön kulttuuripalkinnon jako, yhteislauluja sekä enontekiöläisnuorten sooloesityksiä. (Enontekiön Sanomat.) Väärtipäivät järjestetään kirkonkylällä Hetassa. Tapahtuma sijoittuu syyskaudelle ja ohjelma on kattava. Väärtipäiviä pidetään kotiseutu- ja mökkiläistapahtumana. Ohjelmaa on ollut muun muassa kotiseutumuseolla, kunnantalolla, nuorisotilalla sekä luontokeskuksessa. (Enontekiö.) Tapahtuman teemaksi voisi määritellä yhdessä tekemisen ja vapaa-ajan viettämisen muiden kunta-laisten seurassa. Hetan musiikkipäivien keskiö on nimensä mukaisesti musiikillisessa taiteessa. Tapahtuma tarjoaa korkeatasoisia klassisen musiikin esityksiä erilaisissa konserttipaikoissa, kuten kirkossa

ja tunturin juurella sijaitsevassa autiotuvassa. (Finland Festivals.) Jäänveistokilpailut järjestetään vuosittain Enontekiöllä joko Hetassa tai Kilpisjärvellä (TosiLappi). Tapahtumassa kansainvälisesti tunnetut suomalaiset ja ulkomaalaiset jäänveistäjät kilpailevat toisiaan vastaan. Veistokset sijoitetaan kylämaisemaan näkyville paikoille, jolloin ne jäävät ilahduttamaan sekä matkailijoita että enontekiöläisiä kisan päättymisen jälkeenkin. (Enontekiö.)

4.4 Saamelaiskulttuuri

Saamelaiskulttuuri on Enontekiön kunnalle olennainen ja tärkeä osa paikallista kulttuurimatkailua. Alkuperäiskansalaiset ovat asuneet pohjoisessa jo tuhansia vuosia ja ovat levittäytyneet neljään maahan: Norjaan, Suomeen, Ruotsiin sekä Venäjälle (Price 1996, 69). Suomessa on noin 10 000 saamelaista, joista noin kolmannes asuu saamelaisten kotiseutualueella. Alue kattaa Inarin, Utsjoen ja Enontekiön kunnat sekä Sodankylän kunnan pohjoisosan. (Terveyden ja hyvinvoinnin laitos.) Saamelaisten kansallispäivää vietetään 6. helmikuuta.

Euroopan unionin alueella saamelaiset ovat ainoa alkuperäiskansa. Saamelaisten alkuperäiskansan asema on Suomen perustuslaissa vahvistettu. Alkuperäiskansan kriteeristö perustuu kansainvälisen työjärjestön, ILO:n, sopimukseen numero 169. (Saamelaiskäräjät.) Kyseisen sopimuksen mukaan itsenäisissä maissa asuvia kansoja pidetään alkuperäiskansoina, kun he polveutuvat väestöstä, joka maan valloituksen tai asuttamisen tai nykyisten valtionrajojen muodostumisen aikaan asui maassa tai sillä maantieteellisellä alueella, johon maa kuuluu. Suomen perustuslakiin saamelaisten asema on kirjattu vuonna 1995. Alkuperäiskansana saamelaisilla on oikeus ylläpitää sekä kehittää kieltään ja kulttuuriaan, sekä siihen kuuluvia heille perinteisiä elinkeinoja. Näitä ovat keräily, käsityö, kalastus, poronhoito ja metsästys sekä niiden modernit harjoittamisen muodot. Kyseiset perinteiset elinkeinot kuvastavat hyvin luonnon ja kulttuurin välistä suhdetta sekä saamelaista elämäntapaa. (Saamelaiskäräjät.)

Monet matkailijat, jotka vierailevat saamenmaalla, eivät tunne olevansa keskellä alkuperäiskansan kulttuuria. Tämä johtuu siitä, että useimmat saamelaiset pukeutuvat nykyään moderneihin vaatteisiin, ajavat nykyaikaisilla autoilla ja asuvat elementtirakenteisissa taloissa. Saamelaisuus on parhaiten näkyvillä tiettyinä vuodenaikoina, kuten esimerkiksi pääsiäisenä. Kyseessä on suuri juhla, jolloin myös kansallisuutta tuodaan esille. Pääsiäiseen kuuluu muun muassa uskonnollisia seremonioita ja saamelaista musiikkia. (Price 1996, 82.) Turistien mahdolliset mielikuvat saamelaisista voivat perustua vanhoihin valokuviiin tai videoihin, joissa kansa on yhä asunut laavuissa ja kulkenut puisilla suksilla luonossa. Turistien mielikuvissa saamelaisuuteen kuuluvat porot ja porotalous, saamelaispuku, joikaaminen, kota sekä käsityöt (Hemmi 1993, 57).

Enontekiöllä saamelaisuus näkyy tapahtumissa sekä paikallisten yritysten tuotevalikoimissa. Hetan Marianpäivät on saamelaiskulttuuritapahtuma, jossa kirjava kulttuuri tulee hyvin esille. Viikonlopun mittaisessa tapahtumassa on kattavasti ohjelmaa, sekä perheen pienimmille että vanhemmille. Kisa-henkeä ohjelmasta löytyy suopunginheittokilpailussa sekä porojokisojen merkeissä. Vuonna 2018 viikonlopulle saatiin vieraita Siperiasta. He kertoivat tapahtuman aikana miniseminaarissa pohjoisten

kansojen urheilulajeista ja esittelivät niitä näytöksessä seuraavana päivänä. Yleisön oli mahdollista osallistua näytökseen ja testata kyseisiä lajeja itsekin. Marianpäivien ensimmäisenä päivänä esitettiin samana vuonna Tunturi-Lapin luontokeskuksessa saamelaisia lyhytfilmejä ja päivä jatkui illalla avajaistansseilla, esiintyjänä Eero Magga. Lauantaina päivä avattiin lasten musiikki- ja askartelupajalla, josta ohjelma jatkui suopunginheittokilpailulla ja siitä yllä mainittuun siperialaisten vieraiden urheilulajinäytökseen. Illemmalla kyläkeskustan läheisyydessä järjestettiin saamelaismusiikin konsertti, jossa nähtiin kolme eri esiintyjää. Konsertin jälkeen Lapland Hotels Hetassa on perinteen mukaan Marianpäiväjuhlat, jossa on ollut saamelaisia artisteja esiintymässä. Tapahtuman viimeiseen päivään kuului jumalanpalvelus, suopunginheittokisan pituuskilpailu sekä poroajokisat. Poroajokisojen lisäksi tapahtumapaikalla on ollut myynnissä saamelaista ja paikallista käsityötä. (Enontekiö.)

Vuoden 2020 Marianpäivät peruttiin koronaviruksen leviämisen estämiseksi. Ohjelma olisi myötäillyt aikaisempien vuosien kaavoja. Tapahtuman ensimmäiselle päivälle oli suunniteltu seminaaria, jossa aiheena olisi ollut ihmisoikeudet sekä saamelaisten perinnetiedot ja taidot. Hotelli Hetta olisi tavanomaiseen tapaansa tarjoillut Marianpäivien avajaisjuhlat, joissa Tuupa Recordsin oli tarkoitus olla tanssittamassa väkeä sekä nykyhittien että saamelaismusiikin tahdissa. Lauantaina vuorossa olisi ollut markkinatori, suopunginheittokilpailu ja saamelaismusiikin konsertti. Tapahtumaviikonlopun viimeinen päivä olisi käynnistynyt perinteisesti jumalanpalveluksella Hetan kirkossa. Markkinatori ja suopunginheittokilpailut olisivat jatkuneet vielä sunnuntainakin. Aikaisempiin vuosiin verrattuna muutoksena on poroajokisojen poistuminen ohjelmasta. (Marianpäivät.)

Tunturi-Lapin luontokeskuksesta löytyy ympärivuotinen näyttely, jonka aiheena on paimentolaissaamelaisuus sekä pohjoisen luonto. Näyttely kertoo, kuinka porojen paimentaminen etenee vuodenaikojen vaihtuessa. Pääosassa esiintyy poro, joka yhdistää luonnon ja ihmisen. Poro on tuntureiden kesytön eläin, jonka elinehtona on kulkeminen. Paimentolaissaamelaiset elävät poron ehdoilla. Näyttely kantaa nimeä Vuovjuš – Kulkijat. (Luontoon.fi.) Näyttely on avoinna ympäri vuoden ja sinne on vapaa pääsy vierailijoille. Myös Kilpisjärven Luontokeskuksessa sijaitseva pysyvä näyttely Skandien laidalla esittelee poronhoitoa.

4.5 Nähtävyydet Enontekiöllä

Osa kulttuurimatkailua on alueelta löytyvät nähtävyydet. Tärkeä osa kulttuuriympäristöä on myös luonto, joka on jatkuvassa vuorovaikutuksessa ihmisen kanssa. (Kulttuuriympäristomme.fi.) Nähtävyyksiä on siten sekä luonnollisia, että ihmisten kehittämiä (McIntosh ym. 1995, 146). Vaikka työ keskittyykin kulttuurimatkailuun ja on myös rajattu siihen, olennainen osa sitä on luontomatkailu, jota käsitellään lyhyesti seuraavissa kappaleissa. Matkailun alalajien määrittelyä nykyään hankaloittaa myös se, että matkailija kaipaa saman matkan aikana mahdollisimman paljon erilaisia elämyksiä (Borg, Kivi & Partti 2002, 65). Suomalaisten vahva yhteys luontoon on havaittavissa taiteessa ja kulttuurissa voimakkaana inspiraation lähteenä, sekä yleisenä tapahtumapaikkana ja oheispalveluna muissa ohjelmatuotteissa (Business Finland).

Kulttuurinähtävyys tarjoaa matkailijalle soveltuvaa sekä mieleistä nähtävää ja kuultavaa. Kulttuurimatkailijan kiinnostuksen pääkohteita voivat tällöin olla muun muassa museot, teatterit, konsertit, koti-seutujuhlat, musiikkijuhlat sekä messut. (Hemmi 1993, 169.) Pelkkä nähtävyyden olemassaolo ja tietoisuus siitä ei riitä. Kohteella tulee olla kulttuurivetovoimallisia ominaisuuksia, joista kulttuurimatkailija kiinnostuu. Kulttuurivetovoimaa voidaan tarkastella esihistoriallisten ja historiallisten kohteiden, nykyarkkitehtuurin, erityiskulttuurien sekä kulttuuritapahtumien avulla. (Hemmi 1993, 49.) Historia on matkailuteollisuudessa voimavara, jota hyödynnetään samoin kuin muutakin kulttuuria (Petrisalo 2001, 107). Enontekiön alueelta löytyy kyseisiin kategorioihin kuuluvia nähtävyyksiä suhteellisen kattavasti. On kuitenkin itsestään selvää, että suuremmilla paikkakunnilla tarjonta on huomattavasti runsaampaa ja siten myös kattavampaa.

Hemmi (1993) kertoo Suomen kulttuurivetovoiman olevan vaatimaton, mutta tietyt maamme kulttuurin erityispiirteet herättävät silti mielenkiintoa etenkin ulkomaalaisissa matkailijoissa. Näitä ovat esimerkiksi saamelaiskulttuuri, arkkitehtuuri, museot sekä vanhat kirkkomme. Hemmin (1993) mukaan vetovoiman vähyyttä kompensoi kuitenkin kulttuurimme omaperäisyys. Myös matkailijan lähtömaalla on merkitystä, sillä mitä kauempaa matkailija maahamme tulee, sitä enemmän kyseiset kohteet häntä kiinnostavat (Hemmi 1993, 170).

Enontekiö on etäisestä sijainnistaan huolimatta hyvällä alueella, sillä Käsivarressa sijaitsevat esimerkiksi maamme korkeimmat tunturit (Hemmi 1993, 34). Tunnetuimmat näistä ovat Saana ja Halti, jotka löytyvät Kilpisjärven alueelta. Saanaa pidetään tietynlaisena symbolina Kilpisjärvellä, jonka useimmat kotimaiset matkailijat tunnistavat kuvista välittömästi. Tuntureiden lisäksi Kilpisjärveltä löytyy vesiputouksia sekä lukuisia sodan aikaisia muistomerkkejä ja jäänteitä. Saapuessasi Muotkatakkavaaran juurelle, Suomen maanteiden korkeimmalle kohdalle, löydät jo ensimmäisen muistopatsaan. Patsas on pystytetty Lapin sodan ja Suomen osalta toisen maailmansodassa ammuttujen viimeisten tykinlaukausten kunniaksi. (Kilpisjärvi.) Alueen sotahistoriallisten nähtävyyksien varrelle on luotu kulttuuripolku, joka esittelee tunturialueen lisäksi kulttuurihistoriallisia nähtävyyksiä. Polulta löytyy esimerkiksi saksalaisten vankileiri venäläisille vangeille sekä sodanaikainen tie. Polun läheisyydestä löytyy myös lentokoneen jäännöksiä. (Suomen muinaispolut.) Samankaltaisia opastettuja polkuja löytyy myös Hettasta Jyppyrän alueelta. Peurapolku kertoo peuranpyynnin historiasta ja sen varrelta löytyy entisöity peurahauta. (Luontoon.fi.)

Pieni kunta kompensoi museoiden vähäistä määrää laadulla, kuten monessa muussakin asiassa. Hettassa sijaitseva kotiseutumuseo perustettiin vuonna 1987 ja avattiin yleisölle pian sen jälkeen vuonna 1991. Alueella on kuitenkin takanaan pitkä historia jo ennen sitä, sillä asutusta paikalla on ollut jopa 5000-7000 vuotta sitten. (Rovaniemi.) Museo sijaitsee Ounasjärven rannalla, josta avautuu kaunis tunturimaisema. Pihapiirissä sijaitsevat rakennukset on siirretty alueelle naapurikunnista olevista kylistä, kuten Raattamasta ja Kaukosesta. Kaikki rakennukset huokuvat historiaa ja tuovat esille enontekiöläistä asutusta 1900-luvun alussa. (Rovaniemi.) Kesäisin kotiseutumuseon tiloissa on ollut tarjonnassa muun muassa satutunteja, taidekursseja sekä kesäkonsertti. (Enontekiö.)

Kotiseutumuseon rinnalla sotahistoriallista kulttuurimatkailua edustaa Järämä. Kyseessä on linnoitus-alue, joka muistuttaa kävijöitään vuosina 1944-1945 käydystä Lapin sodasta. (Matkailu kotimaassa.) Museoalueella on nähtävissä muun muassa kunnostettuja tai uudelleenrakennettuja korsuja, taisteluhautoihin liittyviä erityyppisiä asepesäkkeitä, ryömintähautoja sekä erilaisia tähtäyspesäkkeitä. (Matkailu kotimaassa.) Päärakennuksessa sijaitsevassa näyttelyssä pääaiheena on sota-aika Tunturi-Lapin alueella. Näyttelyn pääosassa ovat sodan eri vaiheet ja osapuolet, siviiliväestön evakuointi sekä jälleenrakennusaika. (Rovaniemi.) Alue on kaikin puolin täydellinen matkakohde historiasta kiinnostuneille matkailijoille. Järämä sijaitsee Karesuvannosta noin 20 kilometriä Kilpisjärven suuntaan. Sijainti on ihanteellinen, sillä kesäaikaan kyseistä väliä kulkee moni autoileva matkailija. Museo osuu matkan varrelle ja siinä on helppo pysähtyä.

Enontekiön alueelta löytyy lukuisia seitoja, jotka ovat olleet saamelaiskulttuurille tärkeitä. Seidat ovat erikoisia luonnonmuodostelmia, jotka erottuvat selvästi muusta maisemasta. Seidanpalmonta oli entisaikojen saamelaisille olennainen osa elämää. (Retkipaikka.) Seidoille uhrattiin muun muassa metsästysonnen toivossa. Uhrilahjana seidalle on voitu antaa rahaa, sarvia tai esimerkiksi viinaa. (Paulaharju 1932, 14.) Uhraamiseen on liittynyt monia uskomuksia. Saamelaiskulttuurista kiinnostuneille nämä nähtävyydet ovat mielenkiintoisia ja helposti lähestyttäviä kohteita. Enontekiön alueella tunnetuin on Näkkälän seitakivi.

Historiaa ja arkkitehtuuria janoava kulttuurimatkailija pääsee ihastelemaan Hetan kirkkoon. Vanha kirkko tuhoutui Lapin sodassa, jonka tilalle valmistui uusi kirkko vuonna 1952. Nykyisen kirkon suunnitteli arkkitehti Veikko Larkas. Rakentamiseen saatiin pääasiassa tukea Amerikan luterilaisilta kristityiltä. Kirkkoa koristaa 14 metrin korkeuteen nouseva mosaiikkifresko, jonka on suunnitellut ja toteuttanut Unto Eskola. (Enontekiön seurakunta.)

5 TUTKIMUS

Tutkimuksen tarkoitus oli saada tietoon paikallisten yrittäjien näkemyksiä kulttuurimatkailun tulevaisuudesta Enontekiöllä ja siihen vaikuttavista tekijöistä, sekä tiedustella yleisesti heidän näkemystään kulttuurimatkailun tärkeydestä. Tutkimusongelmana oli kulttuurimatkailun edistämiseen vaikuttavien tekijöiden löytäminen.

5.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä käytetään kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta, joka toteutettiin haastattelumuodossa. Laadullisessa haastattelussa kiinnostuksen kohteena ovat yksittäisten haastateltavien näkemykset ja kokemukset sellaisina, kuin he ne kertovat. (Hyvärinen, Nikander, Ruusuvoori ja Aho 2017, luku 3.) Haastattelumuotona toimi teknologiavälitteisesti eli tässä tapauksessa sähköpostin kautta tehty tutkimushaastattelu, jossa oli kaksi selvää roolia. Haastattelija, eli tietämätön osapuoli, sekä haastateltava, jolta tietoa haetaan. Haastattelulla on siten päämääränä tiedon kerääminen. Tutkimushaastatteluun ryhdytään tutkijan aloitteesta, joka tässä tapauksessa oli opinnäytetyön tekijä. (Hyvärinen ym. 2017, luku 2.) Laadullisen tutkimuksen idea on löytää aineistosta uutta tietoa aiheeseen liittyen (Hyvärinen, Nikander, Ruusuvoori 2010).

Koska kyseessä oli laadullinen tutkimus, kaikki haastattelun kysymykset tehtiin avoimina. Avoin haastattelu on vapaamuotoinen haastattelu tietystä aihepiiristä, joka muistuttaa tavallista keskustelua. Avoin haastattelu oli tutkimukseen sopivin, sillä sen avulla saadaan usein esille heikosti tiedostettuja asioita, myös arkaluontoisista tutkimusaiheista. (KAMK.)

Laadullisessa tutkimuksessa reliabiliteettia tutkittaessa korostuu analyysin systemaattisuuden ja tulokinnan luotettavuuden kriteerit. Systemaattisessa analyysissä avataan tutkimukseen liittyvät tehdyt valinnat, rajaukset sekä periaatteet, jotka ohjasivat analyysin etenemistä. Validiteetin arvioiminen laadullisessa tutkimuksessa sen sijaan tarkoittaa sekä kerättyjen aineistojen että niistä tehtävien tulokintojen käypyyden arviointia. (Hyvärinen ym. 2010.) Koen aineiston olleen olosuhteisiin nähden onnistunut ja osuva tutkimuskysymyksiini. Tutkimuksen kohderyhmä eli paikalliset yrittäjät, oli mielestäni sopiva tarkasteltava tähän työhön. En käyttänyt vastauksien avaamisen tekoon analyysiohjelmia, vaan pohdin vastauksia ja niistä syntyneitä ajatuksia itsenäisesti. Teos *Haastattelun analyysi* (Hyvärinen ym. 2010) toimi apuna vastauksien tulkitsemisessä.

5.2 Haastattelujen toteutus

Opinnäytetyön tutkimus kohdistettiin kolmelle paikalliselle matkailuyritykselle, jotka työskentelevät turismin parissa alueella. Alkuperäisen työsuunnitelman mukaan oli aikomus suorittaa haastattelu kasvotusten yrittäjien kanssa, jolloin haastateltavien lukumäärä olisi ollut korkeampi, mutta koronaviruksen aiheuttaman poikkeustilan vuoksi niin ei tehty. Vastauksia kerättiin paikallisilta matkailuyrittäjiltä, jotka tuntevat alueen ja toimivat ohjelmapalvelualalla. Yrittäjien identiteetti pysyy vastauksissa anonyymina.

Haastattelu toteutettiin sähköpostien muodossa avoimina kysymyksinä. Haastattelu toteutettiin aikavälillä 14.-19.4.2020. Haastateltavia yrityksiä valittiin loppujen lopuksi kolme, joista yksi ei vastannut määräaikaan mennessä. Tiukasta aikataulusta huolimatta kaksi muuta yrittäjää vastasivat haastattelukysymyksiin nopeaa ja vaikuttivat olevan aidosti kiinnostuneita aiheesta.

5.3 Tutkimuksen tulokset

Ensimmäisessä kysymyksessä varmistettiin vastaajan suhde yritykseen. Molemmat vastaajat olivat yrityksen omistajia. Toisessa kysymyksessä kysyin vastaajan henkilökohtaista suhdetta Enontekiöön. Toinen vastaajista oli syntyperäinen enontekiöläinen ja toinen kertoi asuneensa vakituisesti Enontekiöllä lähes 15 vuotta.

Kysyttäessä yrittäjiltä tähtäävätkö he enemmän kotimaiseen vai kansainväliseen asiakaskuntaan, vastaukset eroavat toisistaan. Yrittäjä 1 kertoo molempien asiakaskuntien olevan tärkeitä, mutta suurin osa asiakkaista on kuitenkin kotimaisia. Yrittäjä 2 taas kertoo tavoittelevansa enemmän kansainvälistä asiakaskuntaa, sillä heidän konseptinsa ei ole kotimaisen asiakkaan mieleen. Syynä yrittäjä pitää hintaa.

Kysyin yrittäjiltä, miten he kokevat kulttuurimatkailun näkyvän yrityksessään ja sen toiminnassa. Yrittäjä 1 kertoo kaikissa ohjelmanpalveluissaan Enontekiön historiasta sekä nykytilasta. Yrittäjä kertoo myös kulttuureista ”lantalaisuus” ja ”saamelaisuus” asiakkailleen, joista hän kertoo omaavansa hyvät tiedot. Yrittäjä 2 kertoo perheenjäsenensä olevan saamelainen poronhoitaja, jonka vuoksi saamelainen kulttuuri ja perinteisen poronhoitajan elämäntapa ovat asioita, joita he tuovat esiin yritystoiminnassaan.

Valitsin haastatteluuni paikallisia yrityksiä, sillä halusin heiltä kuulla nimenomaan Enontekiön kulttuurimatkailun esteistä ja mahdollisuuksista tulevaisuudessa. Arvelin yrittäjillä olevan tietoa ja mielipiteitä aiheesta, sillä he ovat toimineet alueella matkailun parissa jo vuosia. Yrittäjä 1 kertoi poronhoitoon liittyvien kysymysten olevan esteenä, johon hänen mukaansa lähes kaikki matkailun uudistushankkeet törmäävät.

”Poronhoitoon liittyen myös Metsähallitus lyö kapuloita rattaisiin ohjelma- ja luontomatkailuyrittäjille.”

Yrittäjä 1 kertoo myös, että hänen mukaansa yhdessä tekeminen olisi tärkeää.

”Mahdollisuuksia olisi todella paljon, jos saataisiin em. tahot mukaan kehitykseen ja ymmärtämään, ettei kulttuuri-itsehallinto vaarannu, jos tehdään yhdessä”

Yrittäjä 2 kertoi kulttuurimatkailun uhkatekijöiksi muodostuvan yritykset, joiden toimijat eivät itse edusta kaupallistamaansa kulttuuria ollenkaan, vaan tekevät sitä vain bisneksen takia.

”Jos saamelaisen kulttuurin edustajat saataisiin innostumaan oman elämäntapansa/kulttuurinsa esittelemisestä yrityksissään tai saataisiin heidät perustamaan yrityksiä, joiden arvot perustuvat heidän oikeaan elämäänsä, olisikin helppoa”

Kysyessäni mihin kulttuuritapahtumiin yrittäjät ovat itse osallistuneet toimijoina viimeisen viiden vuoden aikana, lista jää olemassa olevien tapahtumien määrään verrattuna lyhyeksi.

”Marianpäivät”

”En mihinkään, kun aika ei riitä”

Kulttuurimatkailun tärkeys matkailuelinkeinolle tuli vastauksissa vahvasti esille. Yrittäjä 2 kertoo sen olevan heille tärkeä ja kertoo, että tulisi olla Enontekiöllekin. Yrittäjän mielestä kulttuurimatkailun tulisi näkyä paremmin markkinoinnissa. Yrittäjä 1 on vastauksessaan selvästi samalla ajatuslinjalla ja pitää kulttuurimatkailua erittäin tärkeänä. Ongelmana pidetään yhteistyön puuttumista ja itsekeskeistä ajattelutapaa.

”Enontekiö on ainutlaatuinen alue Suomessa. Kaikki vaan eivät ymmärrä sitä.”

Kysyin yrittäjiltä, tulisiko alueella heidän mielestään olla enemmän kulttuurimatkailua tukevaa toimintaa. Yrittäjä 2 kertoo, että hänen mielestään kunnan pitäisi olla kiinnostuneempi alueensa hienosta kulttuuriperinnöstä. Hänen mielestään sitä ei juurikaan käytetä hyväksi missään. Yrittäjä 1 sen sijaan pitää saamelaiskulttuuria tärkeänä, joka pitäisi saada paremmin mukaan matkailutoimintaan ja paikallisille.

”nyt vaikuttavat liikaa kotiseutunsa hylänneet tai saamelaisalueen ulkopuolella syntyneet”

Opinnäytetyöhöni olen listannut kulttuurillisia nähtävyyksiä Enontekiöllä, jotka ovat tärkeä osa matkailua. Kysyin yrittäjiltä, mitkä kulttuurilliset nähtävyydet he kokevat erityisen tärkeiksi kunnassa.

”Onkopa meillä muuta kuin Ungelon torppa ja Luontokeskuksen näyttely.”

”Itse pidän luontoa ja siihen liittyviä nähtävyyksiä tärkeimpinä”

Viimeisessä haastattelukysymyksessä tiedustelin yrittäjiltä, haluaisivatko he olla enemmän osallisena tapahtumien järjestämisessä tai niihin osallistumisessa. Yrittäjä 1 kertoo, ettei niinkään halua olla enää mukana tapahtumien järjestelyssä. Hän osoittaa mielenkiintonsa kuntaa ja sen historiaa kohtaan muilla tavoin. Yrittäjä 2 sen sijaan olisi kiinnostunut johonkin kulttuuritapahtumaan osallistumisesta, mutta ajanpuutteen vuoksi hän näkee lähes mahdottomaksi olla mukana järjestelyissä.

5.4 Yhteenveto

Koska haastateltavien määrä jäi pieneksi, vastauksista ei voida puhua enemmistön ja vähemmistön näkökulmina, vaan niitä tarkastellaan sellaisenaan yksittäisinä vastauksina.

Kulttuurimatkailun koetaan selvästi haastattelujen perusteella olevan tärkeä osa matkailua kunnassa, mutta vastauksien perusteella sitä ei osata hyödyntää alueella eikä markkinoinnissa tarpeeksi.

Vastauksista tuli selkeästi esille tutkimusongelmaan vaikuttavia tekijöitä, eli elementtejä, jotka koetaan esteinä kulttuurimatkailulle kunnan alueella. Yhteistyön puuttuminen nousi vahvasti esille ensimmäisen haastateltavan vastauksissa. Kunnan alueella harjoitettu poronhoidon elinkeino tuntuu aiheuttavan ristiriitoja alueella, sillä kyseessä on kuitenkin pitkään harjoitettu perinteinen elämäntapa paikallisille. Poronhoidon lisäksi Metsähallituksen toimet koetaan kehittämistä estäväksi tekijäksi ja rajoittavan matkailun kehittämistä alueella. Myös poronhoitoon liittyvät kysymykset koetaan esteiksi. Vastauksissa osoittautui, että yhteistyö kyseisten tahojen ja matkailuyrittäjien välillä voisi avata uusia mahdollisuuksia kulttuurimatkailun saralla. Näiden kahden tekijän yhteistyö koetaan ratkaisevaksi tekijäksi kehittämiseksi. Saamelaisen kulttuurin edustajien toivottaisiin olevan kiinnostuneita kulttuurinsa esittelystä yrityksissään tai jopa innostuneita yrittäjyyden aloittamisesta. Tärkeää olisi tuoda heidän kannattamiaan arvoja esille. Vaikka saamelaiskulttuuria tuodaankin selkeästi molemmissa haastateltavissa yrityksissä vahvasti esille, vastauksien perusteella sen käyttämisessä kunnan kulttuurimatkailun saralla olisi kuitenkin kehitettävää.

Yrittäjien vähäinen osallistuminen kulttuuritapahtumiin tuli yllättävänä tekijänä, sillä kunnasta kuitenkin löytyy lukuisia vuosittain järjestettäviä tapahtumia.

Tärkeimmiksi kulttuurillisiksi nähtävyyksiksi toinen vastaajista nimesi luonnon sekä siihen liittyvät nähtävyydet. Yrittäjä 1 sen sijaan nimesi mielestään tärkeimmiksi Hetassa sijaitsevat kirjailija Yrjö Kokon torpan sekä Luontokeskuksen pysyvän näyttelyn, pohtien samalla ”onkopa meillä muita”. Ilmaisu viittaa siihen, ettei kulttuurillisten nähtävyyksien määrää täysin havainnoi paikallinenkaan.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET

Mikä tavoite kulttuurimatkailun kehittämisellä tulisi olla? Tavoitteen asettaminen on tärkeää, jotta tiedetään, mihin toimintaa tulisi keskittää. Jo pelkästään kulttuurimatkailun käsitteen laajuuden vuoksi on myös hyvä selkeyttää, mitä osioita siitä nimenomaan halutaan kehittää ja korostaa. Halutaanko johonkin alueeseen panostaa enemmän, kuin toiseen? Onkin tärkeää lähteä liikkeelle siitä, että tarkastellaan mitkä tekijät paikkakunnan kulttuuritarjonnassa houkuttelevat matkailijoita luokseen (Verhelä, Lackman 2014, 163).

Työtä kirjoittaessani kiinnitin huomiota sotahistoriallisiin muistomerkkeihin ja jäänteisiin Kilpisjärvellä. Niitä on alueella paljon, jonka vuoksi niistä on tehty kartta matkailijoille jaettaviksi. Esitteitä on saatavilla sekä Kilpisjärven Luontotalolta että Retkeilykeskuksesta. Tämän tiedon voisi tuoda paremmin esille kunnan omilla kotisivuilla, josta tietoa alueen nähtävyyksistä ensisijaisesti haetaan. Esitteitä voisi myös jakaa esimerkiksi Järämän museossa, sillä siellä käyviä ihmisiä voisi kuvitella kiinnostavan tutustuminen historiaan myös sen alueen ulkopuolella. Tässä voisi olla esimerkki toimivan yhteistyön toteuttamisesta. Luontokeskus ja Retkeilykeskus voisivat puolestaan jakaa esitteitä Järämästä.

Markkinointi sosiaalisessa mediassa on nykyään tärkeässä roolissa yleisesti ottaen tapahtumien järjestämisessä. Mitä useammassa kanavassa ollaan läsnä, sitä helpommin ja laajemmin matkailijat saavat tietoa tapahtumasta. Vaikkei tavoitteena olisikaan saavuttaa mahdollisimman suurta yleisöä, tiedon jakaminen tapahtumasta ajoissa on tärkeää. Tietoa ei myöskään voi jakaa liikaa. Usein yksittäisille tapahtumille luodaan erikseen oma tapahtuma Facebook-yhteisöpalvelussa sekä erillinen käyttäjätunnus Instagramiin. Näin tieto pysyy selkeästi yhdessä paikassa, josta tapahtumankulku, mahdolliset muutokset ohjelmaan ja esimerkiksi ajankohta on osallistujalle helppo käydä tarkistamassa. Tiedon päivittäminen ja yleisön herättely tapahtumaan ennen sen varsinaista ajankohtaa pitää yleisön mielenkiinnon yllä. Aktiivinen läsnäolo on tärkeää yleisesti matkakohteen osin, eikä pelkästään tapahtumien kannalta.

Instagramin käyttäjätillä on tärkeää säilyttää selkeys. Yhtenäisen tyylin pitäminen pitää sivun esteettisen näköisenä, joka todennäköisesti herättää enemmän huomiota nykypäivän somessa. Instagramiin voi kuvien julkaisemisen lisäksi luoda kohokohtia profiilin etusivulle, joihin on helppo laittaa näkyville esimerkiksi näkemisen arvoisia nähtävyyksiä, yleisiä ohjeita matkailijoille ynnä muita oleellisia tietoja kunnasta. Mikäli kulttuurimatkailua varten ei haluta erikseen luoda uutta käyttäjää, kohokohtien käyttäminen olisi kätevä keino tallentaa sisältö kulttuuriin liittyen. Tällöin se on seuraajille helposti näkyvillä ja sinne pystyy kätevästi luomaan uutta sisältöä. Kohokohtiin tallennetaan materiaalia erikseen Tarinat-osioon julkaistavista kuvista, joissa on myös mahdollisuus järjestää kyselyitä kyllä/ei-tyyillä, sekä asettamalla vastaajalle neljä vaihtoehtoa, joista yksi on oikein. Kulttuurimatkailuun yhdistettynä kyselyitä voisi olennaisesti järjestää teemaan liittyen. Seuraajille voi myös antaa mahdollisuuden kysymyksien esittämiseen. Kyseessä voisi olla kenties tiedustelua mahdollisesta matkakohteesta, jossa seuraajalle kynnys lähestyä on matala. Seuraajilta voi myös udella, millaista sisältöä he tilille toivoisivat. Kuvia tulisi julkaista aktiivisesti, muttei kuitenkaan siten, että seuraajalla tulisi ”ähky” niistä. Videoiden julkaisemisessa tulee ottaa huomioon erityisesti sen pituus, leikkaus sekä ääniraidan valitseminen.

Minuutin mittaista yhteen kuvattua videota harvemmin katsotaan kokonaan – varsinkaan, jos siinä ei ole ääntä. Sosiaalisen median kanavoissa on tärkeää osata käyttää kaikkia työkaluja ja sisäistä, kuinka sovellus kokonaisuudessaan toimii.

Osallistujien on hyvä päästä vaikuttamaan tapahtumaan, vaikka kyseessä olisikin suhteellisen pieni asia tapahtuman mittakaavaan verrattuna. Yleisö, joka ei ole päässyt paikalle, yleensä seuraa mielellään tapahtumaa sosiaalisen median välityksellä. Sosiaalisen median sisällöstä vastaavalla työntekijällä on silloin suuri vastuu harteillaan. Nykyään odotukset ovat korkealla, jolloin tunnelman tulee välittyä paikan päältä kotisohvalle saakka. Tällaisessa tilanteessa tapahtumapaikalla voidaan esimerkiksi haastatella osallistujia paikan päällä ja pyytää heitä esimerkiksi lähettämään terveisiä kotiyleisölle.

Kulttuurillisten nähtävyyksien nimeäminen haastattelussa kiinnitti huomion – syntyperäinen paikallinen yrittäjä vastasi mielestään tärkeimmiksi Ungelon torpan sekä Luontokeskuksen näyttelyn, pohtien samalla ”onkopa meillä muita”. Ovatko ne niin lähellä meitä, ettemme osaa tiedostaa niiden kaikkien olemassaoloa? On myös mahdollista, että kulttuurillisen nähtävyyden käsite voi olla vaikea hahmottaa, sillä sekin on yllättävän laaja ja kattaa erilaisia kohteita. Nähtävyyksistä tulisi olla kuitenkin kattava lista, esimerkiksi kunnan kotisivuilla, josta matkailijat ne löytäisivät helposti. TosiLapin nettisivuilla on kattavasti nähtävyyksiä listattuna alueelta, mutta mikäli nimenomaan kulttuurimatkailun kehittämiseen tähdätään, olisi ne hyvä esitellä erikseen omana listana. TosiLapin sivuilla oleva kunnan kulttuurista kertova osio voisi olla kattavampi ja sitä voisi värittää esimerkiksi valokuvien avulla, jonne myös nähtävyydet voisi listata.

Enontekiön kunnan verkkosivuilla Kulttuuri-otsikon alta löytyy kaksi kappaletta jo menneitä tapahtumia, sekä alaotsikko ”Enontekiön Taidepolku”, joka kertoo yhteistyön Lapin yliopiston taideopiskelijoiden kanssa synnyttäneen kylille taideprojekteja. Kulttuuri-otsikon pääsivulla kerrotaan kunnan alueella järjestettävän ympäri vuoden kulttuuritapahtumia, mutta niitä ei olla kuitenkaan tuotu sen enempää esille sivuilla. Molemmat sivuilla esiteltävät tapahtumat ovat olleet valokuvakilpailuja. TosiLapin sivuilla sen sijaan kunnan tapahtumat on listattuna selkeästi yhdelle sivulle, tosin sieltäkin puuttuu esimerkiksi Täyen kuun taithessa ja Hetan Musiikkipäivät. Voi myös olla, ettei jälkimmäistä näytetä opinnäytetyön kirjoittamishetkellä sivuilla, sillä Musiikkipäivien oli määrä toteutua huhtikuussa ja tapahtuma peruttiin koronaviruksen vuoksi.

Kotiseutumuseon toimintaa voisi kehittää pienillä yksityiskohdilla, kuten asettumalla vanhanaikaiseen tunnelmaan ja eläytyen siihen. Tämä vaatisi museolta sosiaalisia ja ulospäinsuuntautuneita työntekijöitä, jotka esimerkiksi pukeutuisivat entisajan vaatteisiin ja toivottaisivat kävijät tervetulleiksi ”aika-matkalle”. Kotiseutulitto.fi kertoo tehneensä kyselyn, jossa paikallismuseotoimijat kertoivat tapahtumiin panostamisen tuovan museoille lisää kävijöitä sekä vapaaehtoisia. Enontekiön kunnan nettisivuilla kerrotaan kotiseutumuseon kesän tarjoavan satutunteja, lukukoiratuokion, taidekurseja sekä kesäkonsertin. Tarkempaa ohjelmatietoa ei ole saatavilla. Tavoitellaanko kyseisillä toimilla enemmän paikallisia osallistumaan tapahtumiin, vai onko tarkoituksena herättää myös ulkopaikkakuntalaisten matkailijoiden mielenkiinto? Tämän selkeyttäminen helpottaa myös markkinoinnin kohdistamista. Paikal-

lisiä todennäköisesti kiinnostaa pysyvän näyttelyn sijaan uudet sisällöt ja tekeminen. Vuosittain toistuvilla tapahtumilla saadaan museolle vakiokävijöitä, mutta uudenlaisten tapahtumien myötä voidaan saada paikalle uutta yleisöä. Asiantuntijatieto koetaan usein kiinnostavaksi. Teemoiksi voi valita esimerkiksi ruoanlaiton, perinnekasvit, luonnonlääkinnän tai seudun historian. (Suomen Kotiseutuliitto.)

Ollessani vaihdossa Norjassa 2017, pääsin tutustumaan Lillehammerissa sijaitsevaan museoon, Maihaugeniin. Museo koostuu lukuisista eri rakennuksista, joissa matkailija voi vapaasti kulkea vierailunsa aikana. Vanhaan koulurakennukseen ryhmä otettiin sisälle luokkaan, kuten vuosikymmeniä sitten olisi tehty. Rooliin pukeutunut ”opettaja” pyysi ”oppilaita”, eli vierailijoita, näyttämään puhtaat kämmenet ennen luokkaan pääsemistä. Hän myös huomautti sormuksista nuorten ihmisten kädessä ja varmisti siviilisäätyä. Kellon soitua ”oppilaat” pääsivät luokkaan järjestyksessä. Sisätilassa työntekijä esitti yleisölle kysymyksiä, kuten esimerkiksi miten norjaksi toivotetaan *näkemiin*. Sanaa opeteltiin yhteen ääneen muiden vierailijoiden kanssa. Samankaltaista eläytymistä ja vanhaan aikaan asettautumista voisi testata myös Enontekiön kotiseutumuseolla.

Tapahtumien osalta yleisesti katsottuna on optimistista olettaa, että nykyiset tapahtumat pitävät kylän kulttuurin pystyssä vielä seuraavat 10 vuotta. Toki se voidaan kokea ihanteelliseksi tilanteeksi monellakin tapaa. Tällöin perinteet säilyvät. Tapahtumia voi kuitenkin helposti muokata vaihtelemalla ohjelmaa, jolloin kokonaan uuden tapahtuman kehittäminen voi olla tarpeetonta. Uuden keksiminen voi kuitenkin tuoda ihmisiä yhteen tavalla, jota ei ole ennen koettu. Talkoo-asenteella saa yllättävänkin paljon aikaan, mikäli osallistujilta vain löytyy asennetta ja toteuttamishalua. Talkootoiminta voi myös herättää paikallisissa syvempää kiinnostusta oman kotipaikkakunnan kulttuuriin.

Lähtökohtaisesti paikalliskulttuuria voisi tuoda kunnassa paremmin esille. Koska kunta koostuu monesta pienestä kylästä, voisi olla hyvä kartoittaa tarkasti jokaisen kylän kulttuurillinen tarjonta – mitä kylissä on jo olemassa, mitä niihin voitaisiin keksiä? Tiedon tuominen julki esimerkiksi kunnan nettisivuille on olennaista, sillä yhä useammat matkailijat hakevat kohteesta tietoa internetin kautta. Matkailijat ovat kiinnostuneita paikallisten elämäntavasta ja haluaisivat mielellään päästä kokemaan sen läheltä. Paikalliskulttuurin voisi yhdistää sosiaaliseen mediaan esimerkiksi haastatteleamalla paikallisia, kysymällä heidän mieluisimpia tapojansa viettää vapaa-aikaa, sekä nimeämällä heille tärkeitä kulttuurillisia piirteitä kunnassa.

Kestävä matkailu on alalla jatkuvassa nousussa oleva trendi, johon kulttuurimatkailu pohjautuu vahvasti. Sitä hyödynnetään usein jo olemassa olevia rakennuksia käyttäen ja matkailun idea perustuu usein aineettomiin luonto- ja kulttuurielämyksiin sekä itse paikallisesta luonnonmateriaaleista valmistettuihin tuotteisiin. (Jokiaho ja Lavia 2007, 10.) Enontekiön kulttuurimatkailua voisi siten mainostaa ekoystävällisenä vaihtoehtona. Toisena tärkeänä vahvuutena tulee muistaa palveluiden mahdollistaminen pienessä mittakaavassa ja yksilöllisesti. Tämä mahdollistaa aidolle vuorovaikutukselle perustuvat tunnepohjaiset elämykset, joihin ei massamatkailuun perustuvilla alueilla ole välttämättä mahdollisuutta (Jokiaho ja Lavia 2007, 11).

Yleisiä heikkouksia maakuntatasolla kulttuurimatkailuun liittyen ovat markkinointia koskevat ongelmat, matkailutarjonnan vahva sesonkiluontoisuus, matkailun arvostus sekä yhteistyön puute (Verhelä ja Lackman 2003, 163). Pitkällä aikatahtaimella tarkasteltuna myös yleisiä, mutta kulttuurimatkailuunkin vaikuttavia, uhkatekijöitä tulevat olemaan paikallisten työntekijöiden nouseva keski-ikä ja samanaikainen nuorten poismuutto, sekä Covid-19-pandemian aiheuttama poikkeustilanne ja sen seurauksista johtuva toipuminen. Matkailua suositellaan tällä hetkellä välttämään koko maassa, jolloin lähimatkailun merkitys tulee olemaan tärkeässä asemassa pienillä paikkakunnilla.

Esteenä esimerkiksi onnistuneelle vanhanaikaisen tunnelman luomiselle Kotiseutumuseoon voi koitua sopivan työntekijän löytäminen. Henkilöllä tulisi kuitenkin olla aitoa kiinnostusta ja intoa aiheeseen, sekä kykyä heittäytyä mahdollisesti naurettavaltakin tuntuvaan rooliin.

Matkailu voi myös aiheuttaa negatiivisia vaikutuksia, kuten elinkustannusten nousua tai kulttuurin ylikaupallistumista (Jokiaho ja Lavia 2007, 10). Enontekiö ei kuitenkaan ole Levin kaltainen massaturismin kohde, jolloin ylikaupallistumisen riski on huomattavasti pienempi. Paikallisten mielipiteiden kuunteleminen ja ymmärtäminen on tärkeässä roolissa juuri tällaisten asioiden kohdalla.

7 POHDINTA

Työn tekemisen mieluisuuteen vaikutti mielenkiintoinen aihe, joka kohdistuu omalle kotikunnalle ja liittyy vahvasti matkailuun. Sain hyvän käsityksen kunnassa toimivista tahoista ja kulttuurimatkailun merkityksestä alueelle. Työ itsessään herätteli kiinnostusta yrittäjyyteen sekä liikeideoihin ja sain itselleni vahvan käsityksen siitä, millaista työtä haluaisin tehdä tulevaisuudessa. Olisin halunnut tuoda kulttuurimatkailuun vaikuttavia estetekijöitä paremmin työssä esille, mutta se olisi edellyttänyt syvempää yhteistyötä alueella toimivien yrittäjien kanssa. Työn tekemistä helpotti kirjoittaminen alueella, johon työ kohdistuu. Tällöin olemassa olevan kulttuurimatkailun sekä kulttuurin tarkastelu oli mahdollista arkisten askareiden ohella ja työhön liittyviä tekijöitä oli helpompi havainnoida.

Covid-19-pandemian aiheuttama poikkeustila hankaloitti hieman opinnäytetyön tekemistä. Sen vuoksi haastatteluita ei voinut suorittaa kasvotusten, kuten alkuperäisen suunnitelman mukaan oli tarkoitus tehdä. Uskon, että niistä olisi saanut vielä enemmän tietoa irti, sillä sähköpostissa saatujen vastauksien kanssa ei pysty keskustelemaan. Samasta syystä myös tiedonhaku hankaloitui loppuvaiheessa kirjastojen mentyä kiinni. Tietyistä aiheista oli hankalaa löytää luotettavia e-kirjoja, jolloin verkkolähteiden käyttäminen oli välttämätöntä. Lähteiden suhteen opin olemaan kriittisempi. Käytin työssä sekä kotimaisia että ulkomaalaisia verkkolähteitä.

Uskon tutkimuksesta olevan hyötyä toimeksiantajalle, vaikka vastauksia tutkimuksessa onkin vain kahdelta yrittäjältä. Tosin vastauksista saisi vielä lukuisia jatkokysymyksiä, joiden avulla esimerkiksi estetekijöitä pääsisi pohtimaan tarkemmin. Tästä saisi mahdollisesti kehiteltä jatkotutkimuksen työlle. Kehittämisideoiden luominen koitui oletettua hankalammaksi, osittain ehkä sekä aiheen että kunnan alueen laajuuden vuoksi. Koen markkinoinnin sosiaalisessa mediassa olevan nykyään isossa roolissa, josta lähtisin itse liikkeelle, jos tiettyä matkailua halutaan korostaa.

Haastattelussa koen tehneeni virheen, sillä jätin kulttuurillisen nähtävyyden käsitteen avaamatta vastaajalle, joka saattoi hankaloittaa vastauksen keksimistä. Uskon, että tämä olisi hoitunut paremmin, mikäli haastattelut olisi voinut tehdä paikan päällä. Tällöin haastateltavalla olisi ollut mahdollisuus esittää tarkentavia kysymyksiä. Painotin sähköpostiviestissä lähettämieni kysymysten ohella yhteydenoton mahdollisuutta, mikäli haastateltavilla tulee kysyttävää. Haastatteluun olisin voinut pyytää useampia osallistujia, mutta aikapaineiden vuoksi tyydyin vähempään määrään. Mikäli työ johtaisi jatkotutkimukseen, useammat yrittäjät pääsisivät tuomaan mielipiteensä esille aiheeseen liittyen. Kehittämisideoita pohtiessa aloin miettimään, miksen hakenut harjoittelupaikkaa opiskeluaikana kunnasta. Matkailu on kuitenkin alueella vahvasti esillä.

Opinnäytetyön tekemisestä uskon silti oppineeni eniten juuri tutkimuksen tekemisestä. Haastatteluiden tekemisessä on paljon asioita, jotka tulee ottaa huomioon jo hyvissä ajoin ennen itse tutkimuksen aloittamista. Tutkimusmenetelmien kirjallisuuteen olisi tullut perehtyä paremmin. Jälkikäteen ajattelin, että haastattelu olisi tullut suorittaa harjoitteluversiona ulkopuoliselle henkilölle ennen sen lopullista lähettämistä tutkimukseen osallistuville yrittäjille. Kysymysten oikeanlainen muotoilu vaikuttaa paljon

vastauksen laajuuteen, kuten myös käsitteiden avaaminen vastaajalle. Näihin liittyvät ongelmat olisivat tulleet mahdollisesti esille testihaastattelussa. Sain työhön aiheen jo keväällä 2019, mutta silti työnteon aikatauluttaminen koitui hankaluudeksi – siinäkin olisin voinut parantaa huomattavasti. Loppuvaiheessa alkoi löytyä uusia käsitteitä, joita olisin halunnut opinnäytetyöhön sisällyttää. Tekemällä tarkemman käsitekartan työn alkuvaiheessa olisi todennäköisesti välttynyt tällaiselta ongelmalta. Suurimmaksi ongelmakseni koin itsenäisen työskentelyn aikatauluttamisen.

8 LÄHTEET

- ARTS MARKETING ASSOCIATION, 2013. How to segment cultural tourists [verkkojulkaisu]. [Viitattu 04-24-2020.] Saatavissa: <https://www.culturehive.co.uk/resources/how-to-segment-cultural-tourists/>
- BORG, P., KIVI, E. & PARTTI, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi – Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Juva: WS Bookwell Oy.
- BUSINESS FINLAND julkaisuaika tuntematon. Culture Finland – Kulttuurimatkailun katto-ohjelma [verkkojulkaisu]. [Viitattu 04-24-2020.] Saatavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/kulttuurimatkailu/>
- BUSINESS FINLAND julkaisuaika tuntematon. Ruokamatkailu – Hungry for Finland [verkkojulkaisu]. [Viitattu 04-24-2020.] Saatavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/ruokamatkailu/>
- DIGHLIYA, Bhupender 2017. PhD Research Scholar at Institute of Hotel & Tourism Management, MDU, Rohtak. Tourism product [verkkojulkaisu]. [Viitattu 02-13-2020.] Saatavissa: <https://www.slideshare.net/bhupi9467/tourism-product-72232888>
- ENONTEKIÖ julkaisuaika tuntematon. Heahta marjjabeaivvit / Hetan Marianpäivät [verkkojulkaisu]. [Viitattu 03-25-2020.] Saatavissa: <https://enontekio.fi/events/heahta-marjjabeaivvit-hetan-marian-paivat/>
- ENONTEKIÖ julkaisuaika tuntematon. Liikunta ja kulttuuri, Tapahtumat. Väärtipäivät [verkkojulkaisu]. [Viitattu 04-16-2020.] Saatavissa: <https://enontekio.fi/events/vaartipaivat-3/>
- ENONTEKIÖ julkaisuaika tuntematon. Tilastotietoa Enontekiön kunnasta [verkkojulkaisu]. [Viitattu 01-28-2020.] Saatavissa: <https://enontekio.fi/kunta-ja-hallinto/tietoa-enontekiosta/tilastotietoa-enontekion-kunnasta/>
- ENONTEKIÖN SEURAKUNTA julkaisuaika tuntematon. Kirkko ja tilat. [verkkojulkaisu]. [Viitattu 04-14-2020.] Saatavissa: <https://www.enontekionseurakunta.fi/kirkko-ja-tilat/kirkko>
- FINLAND FESTIVALS julkaisuaika tuntematon. Hetan Musiikkipäivät, Enontekiö [verkkojulkaisu]. [Viitattu 04-16-2020.] Saatavissa: <http://www.festivals.fi/festivaalit/hetan-musiikkipaeivaet-enontekioe/#.Xpgth8gzY2w>
- FRATU, Delia 2011. Factors of influence and changes in the tourism consumer behaviour [verkkoinfo]. Department of Doctoral School in Marketing. Transilvania University of Braşov. [Viitattu 02-12-2020.] Saatavissa: <http://webbut.unibv.ro/BU2011/Series%20V/BULE-TIN%20V%20PDF/20%20fratu%20I%20BUT%202011.pdf>
- GIBSON, Jamesha 2015. Preservation Glossary, Today's Word: Heritage Tourism [verkkojulkaisu]. National Trust for Historic Preservation. [Viitattu 04-20-2020.] Saatavissa: <https://saving-places.org/stories/preservation-glossary-todays-word-heritage-tourism#.Xp2AV8gzY2w>
- HYVÄRINEN, Matti, NIKANDER, Pirjo, RUUSUVUORI, Johanna 2010. Haastattelun analyysi. Selkokirja. Ellibs-verkkopalvelu. Tampere: Vastapaino. <https://www.ellibslibrary.com/savonia/978-951-768-309-8> [Viitattu 13-04-2020.]
- HYVÄRINEN, Matti, NIKANDER, Pirjo, RUUSUVUORI, Johanna ja AHO, Anna-Liisa 2017. Tutkimus-haastattelun käsikirja. Selkokirja. Ellibs-verkkopalvelu. Tampere: Vastapaino. <https://www.ellibslibrary.com/book/9789517686112> [Viitattu 13-04-2020.]

- JÄRVILUOMA, J. 2006. Turistin luonto. Tutkimus luonnon merkityksestä matkailun vetovoimatekijänä neljässä Lapin matkailukeskuksessa. Akateeminen väitöskirja. Lapin yliopisto.
- JOHNSON, Sheila julkaisuaika tuntematon. Who Are Cultural Tourists? [verkkoaineisto] [Viitattu 01-20-2020.] Saatavissa: <https://fanshawepioneervillage.ca/blog/who-are-cultural-tourists>
- JOKIAHO, Riikka, LAVIA, Anna-Riikka ja OLLIKAINEN, Aki 2007. Perinteestä matkailutuotteeksi: paikalliskulttuuri kylien ja matkailun voimavarana. Rovaniemi: Lapin yliopisto, Aluekehitys- ja innovaatiopalvelut.
- KAJAANIN AMMATTIKORKEAKOULU julkaisuaika tuntematon. Haastattelu [verkkajulkaisu]. [Viitattu 05-02-2020.] Saatavissa: <https://www.kamk.fi/fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Aineiston-keruumenetelmat/Haastattelu>
- KESKIAIKAISET MARKKINAT julkaisuaika tuntematon. [Viitattu 03-04-2020.] Saatavissa: <http://keskiaikaisetmarkkinat.fi/>
- KESKITALO, Katja 2018. Ilta luontokeskuksessa oli täynnä toimintaa – Tähtihetkiä täyden kuun taitheissa [verkkajulkaisu]. Enontekiön Sanomat [digilehti]. [Viitattu 04-16-2020.] Saatavissa: <https://www.enontekionsanomat.fi/uutiset/tahtihetkia-tayen-kuun-taitheissa-6.190.38011.926b366422>
- KILPISJÄRVI 2020. Sotahistorialliset kohteet [verkkajulkaisu]. [Viitattu 04-10-2020.] Saatavissa: <https://www.kilpisjarvi.org/fi/nahtavydet/sotamuistomerkit/>
- KLEEMOLA, Anne 2004. Teemamatkailusanasto [verkkajulkaisu]. Viestintätieteiden laitos, Vaasan yliopisto. [Viitattu 04-20-2020.] Saatavissa: <http://lipas.uwasa.fi/termino/WasaTerm/teemamatkailu/10perinnematkailu.html#Topic23>
- KOLEHMAINEN, Susanna 2014. Savonlinna kirjailijan silmin – Kirjallisuudesta kipinää matkailuun. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 04-20-2020.] Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2014052710319>
- KOTLER, Philip, KARTAJAYA, Hermawan ja SETIAWAN, Iwan 2016. Marketing 4.0 – Moving from Traditional to Digital. Selkokirja. ProQuest Ebook Central™. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.savonia.fi/lib/savoniafi/detail.action?docID=4785177> Wiley. [Viitattu 12-04-2020.]
- KOUTOLAS, Dimitris 2015. Understanding the Tourism Product [verkkoaineisto]. 10.13140/RG.2.1.2250.4806. [Viitattu 02-13-2020.] Saatavissa: https://www.researchgate.net/publication/280317594_Understanding_the_Tourism_Product
- KULTTUURIYMPÄRISTÖMME 2017. Luonto, kulttuuriympäristö ja elävä perintö [verkkajulkaisu]. [Viitattu 04-07-2020.] Saatavissa: [https://www.kulttuuriymparistomme.fi/fi-FI/Ajankohtaista/Uutiset/Uutisarkisto/Luonto_kulttuuriymparisto_ja_elava_perin\(44309\)](https://www.kulttuuriymparistomme.fi/fi-FI/Ajankohtaista/Uutiset/Uutisarkisto/Luonto_kulttuuriymparisto_ja_elava_perin(44309))
- LUONTOON.FI julkaisuaika tuntematon. Hetta, Nähtävyydet [verkkajulkaisu]. [Viitattu 04-14-2020.] Saatavissa: <https://www.luontoon.fi/hetta/nahtavydet>
- LUONTOON.FI julkaisuaika tuntematon. Tekemistä ja näkemistä [verkkajulkaisu] [Viitattu 04-01-2020.] Saatavissa: <https://www.luontoon.fi/tunturi-lapinluontokeskus/tekemistajanakemista>
- MCINTOSH, R., GOELDNER C., & RITCHIE, J.R. 1995. Tourism – Principles, Practises, Philosophies. 7th Edition. John Wiley & Sons, Inc. Printed in the United States of America.
- OKSMAN, Ahti 2016. Järämä muistuttaa Lapin sodasta. Matkailu kotimaassa [digilehti]. [Viitattu 04-12-2020.] Saatavissa: https://www.kotimaassa.fi/index.php?article_id=4290&__from_id__=888

- PAULAHARJU, Samuli 1932. Seitoja ja seidan palvontaa. Selkokirja. Doria-verkkopalvelu. [Viitattu 12-03-2020.] Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. <https://www.doria.fi/handle/10024/59690>
- PETRISALO, Katriina 2001. Menneisyys matkakohteena. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 802. Hakapaino.
- PRICE, Martin F. 1996. People and tourism in fragile environments. John Wiley & Sons Ltd.
- RETKIPAikka. Seidat [verkkojulkaisu]. [Viitattu 04-13-2020.] Saatavissa: <https://retki-paikka.fi/seidat/>
- RIUKULEHTO, Sulevi 2001. Perinnettä vai bisnestä? Atena Kustannus Oy. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.
- ROVANIEMI 2020. Enontekiön museot [verkkojulkaisu]. [Viitattu 04-12-2020.] Saatavissa: <https://www.rovaniemi.fi/fi/Palvelut/Kulttuuripalvelut/Museot/Lapin-maakuntamuseo/Lapin-museot/Enontekion-museot>
- RUSSELL, Dale 2008. Nostalgic Tourism [verkkojulkaisu]. Journal of Travel & Tourism Marketing. [Viitattu 02-2020.] Saatavissa: https://www.researchgate.net/publication/240235860_Nostalgic_Tourism
- SÁMEDIGGI | SAAMELAISKÄRÄJÄT julkaisuaika tuntematon. Saamelaiset Suomessa [verkkojulkaisu]. [Viitattu 03-26-2020.] Saatavissa: <https://www.samediggi.fi/saamelaiset-info/>
- SUOMEN KOTISEUTULIITTO julkaisuaika tuntematon. Tapahtumat ja elävöittäminen [verkkojulkaisu]. [Viitattu 04-27-2020.] Saatavissa: <https://kotiseutuliiitto.fi/tietopankki/kotiseutumuseot/museo-matkailukohteena/tapahtumat-ja-elavoittaminen/>
- SUOMEN MUINAISPOLUT julkaisuaika tuntematon. ENONTEKIÖ Kilpisjärvi, Saanan kulttuuripolku [verkkojulkaisu]. [Viitattu 04-14-2020.] Saatavissa: <http://www.muinaispolut.fi/polkureitit/enontekio-kilpisjarvi>
- SUOMEN SUKUTUTKIMUSSEURA. Historiakirjat [verkkopalvelu]. [Viitattu 02-12-2020.] Saatavissa: <http://hiski.genealogia.fi/hiski/fq0jn6?fi+0032>
- TALOUSTUTKIMUS 2019. Mitä segmentointi tarkoittaa ja mitä sillä tekee [verkkojulkaisu]. [Viitattu 04-14-2020.] Saatavissa: <https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/mita-segmentointi-tarkoittaa-ja-mita-silla-tekee.html>
- THL 2019. Maahanmuutto ja kulttuurinen moninaisuus. Saamelaiset [verkkojulkaisu]. [Viitattu 03-27-2020.] Saatavissa: <https://thl.fi/fi/web/maahanmuutto-ja-kulttuurinen-moninaisuus/kieli-ja-kulttuurivahemmistot/saamelaiset>
- TOSILAPPI 2020. Pohjoismaiset jäänveistokilpailut Hetassa 27.-29.2.2020 [verkkojulkaisu]. [Viitattu 04-16-2020.] Saatavissa: <https://www.tosilappi.fi/tapahtuma/pohjoismaiset-jaan-ja-lumenveiston-kilpailut/>
- TOSILAPPI. [Viitattu 01-20-2020.] Saatavissa: <https://www.tosilappi.fi/>
- UNWTO julkaisuaika tuntematon. Tourism and culture [verkkojulkaisu]. [Viitattu 02-13-2020.] Saatavissa: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>
- VALLO, Helena, HÄYRINEN, Eija 2014. Tapahtuma on tilaisuus – Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma OY.
- VERHELÄ, Pauli 2014. Matkailun perusteet. 1. painos. SH Traveledu Oy. Kuopion Liikekirjapaino Oy.
- VERHELÄ, Pauli, LACKMAN, Pekka 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. WS Bookwell Oy. Porvoo.

WTLC. What is local culture? [verkköjulkaisu]. Wisconsin Teachers of Local Culture. [Viitattu 04-18-2020.] Saatavissa: <https://wtlc.csumc.wisc.edu/what-is-local-culture/>

XU, Jing Bill 2010. Perceptions of tourism products [verkköjulkaisu]. The Hong Kong Polytechnic University. [Viitattu 04-07-2020.] Saatavissa: <http://apps.hevs.ch/blog/getfilesFTO.aspx?id=846>