



Slow-matkailua Porvoossa vieraanvaraisuutta ja yhteisöllisyyttä hyödyntäen

Elisa Lehtinen

Opinnäytetyö

Matkailun liikkeenjohdon koulutus-
ohjelma

2012



<p>Tekijä tai tekijät Elisa Lehtinen</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2008</p>
<p>Raportin nimi Slow-matkailua Porvoossa vieraanvaraisuutta ja yhteisöllisyyttä hyödyntäen</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 53+ 2</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Leena Grönroos</p>	
<p>Slow-matkailu on kasvava trendi. Slow korostaa ihmisen henkistä ja fyysistä hyvinvointia sekä tasapainoista elämää. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää miten slow-matkailua voitaisiin kehittää Porvoossa vieraanvaraisuutta ja yhteisöllisyyttä hyödyntäen. Tässä tutkimuksessa vieraanvaraisuudella ja yhteisöllisyydellä tarkoitetaan luomu- ja lähituotteiden suosimista ja sosiaalista kanssakäymistä sekä oman kaupungin arvostamista.</p> <p>Tämä laadullinen tutkimus on osa HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun opinnäytetyön teemaryhmää Cultural & Heritage. Tutkimus- ja aineistonkeruumenetelmänä käytettiin teemahaastatteluja, joihin osallistui kymmenen edustajaa seitsemältä eri toimialalta. Valittuihin haastateltaviin on päädytty, jotta saataisiin mahdollisimman laaja näkemys tutkittavasta aiheesta. Haastattelut tehtiin helmi-maaliskuussa 2012.</p> <p>Teoria osuus käsittelee, mistä slow-liike on lähtöisin ja miten vieraanvaraisuus ja yhteisöllisyys ovat yhteydessä slow-matkailuun. Tutkimustuloksissa käydään läpi haastateltavien näkemyksiä ja mielipiteitä slow-matkailusta ja yhteisöllisyyden sekä yhteistyön merkityksestä matkailun kehittämisessä. Tutkimustulosten analysoinnin tukena on käytetty teemoittelua sekä SWOT-analyysia.</p> <p>Tutkimuksen tuloksena selvisi, että slow koetaan kiinnostavana sekä hyödyllisenä matkailun kannalta, mutta sitä ei ole juurikaan hyödynnetty markkinoinnissa. Porvoota pidetään vieraanvaraisena kaupunkina, mutta parantamisenkin varaa on. Yhteisöllisyyttä kaivataan. Yhteistyö on Porvoossa toimivaa ja se koetaan tärkeänä, mutta se on vielä melko pienimuotoista. Jotta slow-matkailua voitaisiin kehittää, tulisi se avata käsitteenä hyvin ja miettiä, mitä se tarkoittaa juuri Porvoossa.</p>	
<p>Asiasanat matkailu, vieraanvaraisuus, yhteisöllisyys, yhteistyö, Porvoo</p>	

Degree programme in Tourism Management

<p>Authors Elisa Lehtinen</p>	<p>Group or year of entry 2008</p>
<p>The title of thesis Slow Tourism in Porvoo utilizing hospitality and community.</p>	<p>Number of pages and appendices 53+2</p>
<p>Supervisor(s) Leena Grönroos</p>	
<p>Slow Travel is a growing trend, which aims for healthy and balanced life. The purpose of this bachelor's thesis is to find out how Slow Tourism could be developed in Porvoo utilizing hospitality and community.</p> <p>This qualitative study is part of the HAAGA-HELIA University of Applied Sciences Bachelor's theses theme group Cultural and Heritage. The study method used in this thesis is theme interviewing. Ten experts were interviewed for this study from seven different sectors. The interviews were held in February and March 2012 in Porvoo.</p> <p>The theoretical framework contains the definitions of Slow Movement and demonstrates how hospitality and sense of community are connected to Slow Tourism. The empiric part consists of experts' opinions and views about Slow Tourism and the meaning of the hospitality and sense of community from the tourism industry's point of view. The study results are analysed using SWOT-analysis and the answers have been divided into different themes.</p> <p>The study shows that the experts see Slow Movement as interesting and useful for the tourism industry. However it has not been utilized in marketing. Porvoo is a hospitable city, but some improvements could be made. The image of Porvoo is often better outside the city and the internal appreciation should be increased. Also community thinking could be increased. Co-working in Porvoo is operational and important, however it works on quite a small scale. When developing Slow Tourism, the term <i>Slow</i> should be defined and specified to what it means in Porvoo in particular.</p>	
<p>Key words Tourism, Hospitality, Community, Co-working, Porvoo</p>	

Sisällys

1 Johdanto	1
2 Slow-liike	3
2.1 Vieraanvaraisuus ja yhteisöllisyys Cittaslow-kaupungeissa	6
2.2 Slow-matkailussa itse matka on jo elämys.....	8
2.3 Matkailun trendit ja slow Suomessa.....	11
3 Porvoo – idyllinen matkailukaupunki.....	16
3.1 Matkailijat ja paikallinen väestö	16
3.2 Matkailijat Porvoossa.....	18
3.3 Kestävä kehitys matkailussa	20
4 Tutkimuksen toteutus ja tulokset.....	22
4.1 Tutkimusmenetelmä	22
4.2 Haastatteluiden toteutus.....	23
4.3 Tutkimustulokset.....	26
5 Pohdinta	39
5.1 Oma oppiminen ja jatkotutkimusmahdollisuudet.....	41
5.2 Kehitysehdotukset.....	43
Lähteet.....	46
Liitteet.....	54
Liite 1. Teemahaastattelukysymykset.....	54
Liite 2. SWOT-analyysi.....	55

1 Johdanto

Suomen toiseksi vanhimman kaupungin Porvoon vahvuuksia ovat sen historia ja rauhallinen tunnelma. Porvoon vanha kaupunki on yksi kaupungin suosituimmista matkailukohteista, mutta myös tasokkaat ravintolat ja pienet putiikit tukevat matkailua. Porvoon kaupunki on valittu tutkimuskohteeksi sen sijainnin, koon, historian ja tunnelman vuoksi. Se sijaitsee noin 50 kilometrin päässä Helsingistä entisen Itä-Uudenmaan alueella.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on löytää keinoja, miten vieraanvaraisuutta ja yhteisöllisyyttä voitaisiin hyödyntää Porvoon matkailussa. Vieraanvaraisuuden tarkoituksena on saada matkailijat kokemaan itsensä tervetulleiksi ja yhteisöllisyyden tarkoituksena on lisätä asukkaiden hyvinvointia, sekä saada vierailijat tuntemaan itsensä tervetulleeksi (Cittaslow UK a). Hospitality and Community, suomeksi vieraanvaraisuus ja yhteisö, on yksi kuudesta kriteerikategoriasta, joka on tarkoitettu Cittaslow-verkostoon kuuluvien Slow Cities eli hitaiden kaupunkien arviointiin. Tässä opinnäytetyössä puhutaan vieraanvaraisuudesta ja yhteisöllisyydestä, koska se kuvaa tutkijan mukaan laajemmin aiheen sisältöä. Cittaslow on hitaista kaupungeista koostuva verkosto, jonka tarkoituksena on tasapainottaa ja parantaa asukkaiden elämän laatua. (Cittaslow 2011.) Koska Cittaslow-kaupunkien arviointi pitää sisällään monta arvostelu osa-alueita, on tutkimus rajattu niistä yhteen, vieraanvaraisuuteen ja yhteisöllisyyteen.

Hyvinvoinnin lisäksi, kehittämällä vieraanvaraisuutta ja yhteisöllisyyttä sekä lisäämällä slow-matkailulle tyypillisiä piirteitä, voidaan matkailijoiden viipymää alueella pidentää ja saada täten alueelle enemmän matkailutuloja ja työpaikkoja. Slow-matkailusta voidaan käyttää suomennosta hidas matkailu, mutta koska suomen kielen sanalla ”hidas” on yleisesti negatiivinen vivahde (Kopomaa 2008), käytetään tässä työssä termiä slow-matkailu. Sen tarkoituksena on tulla lähemmäksi paikallista kulttuuria ja ihmisiä ja pyrkiään nauttimaan myös itse matkasta, eikä vain kohteesta. Slow-matkailu on syntynyt Slow Food -liikkeen ympärille, josta myös Cittaslow-verkoston aatteet ovat lähtöisin. Slow Food eli hidas ruoka tarkoittaa rauhallisesti valmistettua ja nautittua ruokaa. Slow

Food -liikkeen tarkoituksena on korostaa elämän pieniä nautintoja. Slow Food -yhteisö kannattaa perinteitä, lähellä tuotettuja raaka-aineita sekä puhtautta. (Slow Food a).

Opinnäytetyön tutkimusongelmana on, miten vieraanvaraisuutta ja yhteisöllisyyttä voitaisiin hyödyntää Porvoon matkailussa. Alakysymyksinä on, miten slow-ajattelua voitaisiin huomioida matkailun kehittämisessä, koetaanko slow-trendin hyödyntäminen tarpeelliseksi matkailussa, miten vieraanvaraisuus ja yhteisöllisyys näkyvät tällä hetkellä sekä millainen yhteenkuuluvuuden tunne on Porvoossa. Slow on vielä melko uusi ilmiö ja tästä johtuen sen merkitystä matkailun kannalta on tutkittu melko vähän. Slow on kasvava trendi, mitä tukee se, että mediassa puhutaan usein hidastamisesta, rauhoittumisesta, oravanpyörästä pois hyppäämisestä sekä tasapainoisemman elämän saavuttamisesta. Porvoossa on monia asioita, jotka tukevat slow-matkailua, kuten helposti saavutettavissa oleva luonto, rauhallinen ja historiallinen miljöö sekä paikallisten pienyritysten käsityömyymälöitä.

Tämä opinnäytetyö on laadullinen tutkimus. Laadullisella tutkimuksella saadaan esille paremmin uusia näkemyksiä ja ideoita, kuin määrällisellä tutkimuksella, joten aineiston määrää tärkeämpi on sen laatu. Tutkimusmenetelmänä on käytetty teemahaastattelua. Haastattelukysymysten teemat ovat määriteltä etukäteen. (Eskola & Suoranta 2001,18,86.) Teemahaastatteluihin osallistui kymmenen edustajaa seitsemältä eri toimialalta. Haastattelut suoritettiin helmi-maaliskuun aikana vuonna 2012. Tarkoituksena oli haastatella eri tahojen edustajia, jotka toimivat suoraan tai välillisesti matkailijoiden parissa. Näin pyrittiin saamaan mahdollisimman laaja ja kokonaisvaltainen tutkimustulos.

Tutkimuksen empiirisessä osassa esitellään tiedonkeruumenetelmät, kerrotaan valitusta kvalitatiivisesta eli laadullisesta tutkimusmenetelmästä. Tutkimusmenetelmien avaamisen jälkeen käydään läpi kerätyn aineiston analysoinnin keinot sekä haastatteluiden keskeiset tulokset. Luvussa kolme esitellään tutkimusmenetelmä ja arvioidaan työn luotettavuutta sekä kerrotaan keskeisimmät tulokset. Lopuksi käsitellään tekijän omaa oppimista tutkimusprosessin aikana sekä kerrotaan jatkotutkimus- ja kehitysehdotukset.

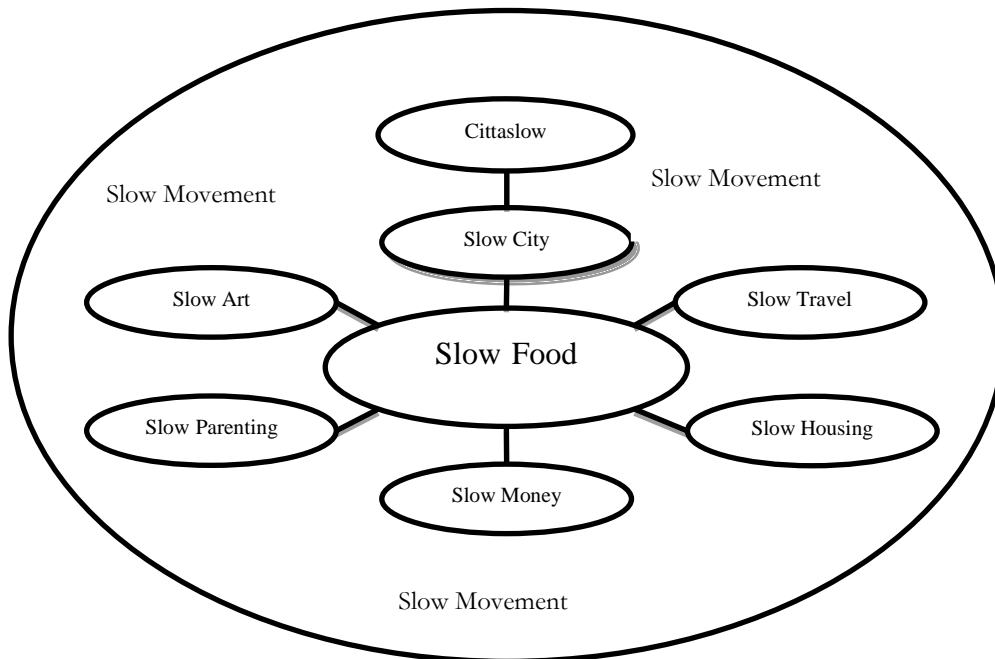
2 Slow-liike

Tässä luvussa esitellään, miten Cittaslow-verkosto on saanut alkunsa ja mihin sen arvot perustuvat, miten Slow Food liittyy Cittaslow-verkostoon ja miten vieraanvaraisuus ja yhteisöllisyys näkyvät Cittaslow-kaupungeissa. Lisäksi tutustutaan slow-matkailuun ja sen vaikutuksiin ympäristön ja yhteisöllisyyden kannalta. Kuviossa 1 esitellään, kuinka Slow Food -liikkeen ympärille syntyneet alakäsitteet ja Cittaslow-kaupungit ovat yhteydessä toisiinsa ja kuinka slow-liikkeen (Slow Movement) alalajit ovat syntyneet. Kuvio 1 on tekijän oma näkemys ja tulkinta.

Kaiken alkuna voidaan pitää Slow Food -liikettä. Slow City eli hidas kaupunki on yksi Slow Food -liikkeen innoittamana syntynyt suuntaus. Cittaslow-verkosto syntyi, kun pienet italialaiset kunnat taistelivat olemassa olostaan asukkaiden pois muutttoa vastaan. Kaupunkien pormestarit päättivät kehittää Slow Food -konseptia siten, että filosofiaa hyödynnettäisiin kokonaisuin kuntiin. (Cittaslow; Kristiinankaupunki.) Slow-liike on saanut alkunsa siis Slow Food -liikkeestä. Slow Foodin ympärille alkoi pikkuhiljaa muodostua eri slow-teemoja, joita yhdessä voidaan kutsua slow-liikkeeksi.

Slow Foodin ja Slow-kaupunkien ympärille alkoi syntyä myös muita hitaita suuntauksia kuten Slow Travel, Slow Parenting, Slow Art, Slow Housing ja Slow Money (kuvio 1). Slow-ajattelua voidaan yhdistää moneen eri asiaan. Esimerkiksi Slow Parenting tarkoittaa, että vanhemmat antavat lapsille enemmän aikaa kasvaa omien ehtojensa mukaan ja liiat harrastukset on karsittu pois. Slow Art eli hitaan taiteen tarkoituksena on käyttää vähän ympäristöä kuormittavia materiaaleja ja kannattaa kestävää kehitystä (Slow Art). Slow Housing eli hidas asuminen tarkoittaa, että koti on paikka, jossa rentoudutaan, rauhoitutaan ja vietetään sosiaalista elämää (Heinonen 2009). Slow Life puolestaan on ajattelutapa, jossa pyritään antamaan tilaa luovuudelle, rentoutumiselle, sekä oman itsensä kuuntelemiselle. Slow Life ajattelutavalla pyritään parantamaan elämänlaatua ja hyvinvointia. Nämä kaikki slow-suuntaukset voidaan laittaa yhden käsitteen alle, Slow Movement eli hitaus liike. Kaikille näille slow-liikkeen trendisuuntauksille yhteistä on yhteys: yhteys itseen, perheeseen, ystäviin, yhteisöön, ruokaan, paikkaan ja elämään.

(Slow Movement c.) Yhteydellä tarkoitetaan luonnollisempaa ja maanläheisempää elämää sekä ihmisten ja luonnon vuorovaikutusta ja sosiaalista kanssakäymistä.



Kuvio 1. Slow-liikkeen sekä Cittaslow-verkoston muodostuminen

Kirjassaan *Slow - Elä hitaammin!* Honoré pohtii onko slow-liike varsinaisesti liike, koska sillä ei ole muodollisia rakenteita. (Honoré 2006, 274.) Slow on kuitenkin vahvistuva brändi. Brändi muodostuu siitä mielikuvasta ja tiedosta, jota ihmisellä on jostakin tietystä asiasta (Kahri 2010). Slow-liike täyttää monia piirteitä, jotka ovat ominaisia liikkeille, kuten ihmisjoukkojen positiivisen suhtautumisen, uudenlaisen elämänantavan suunnitelman ja toimintaa pohjatasolla. Monet ihmiset eivät koe olevansa osa hitausliikettä, mutta pienikin askel hitaampaa elämää kohtaan tukee liikettä. (Honoré 2006, 274.) Slow-liike on rauhanomainen, voimakas ajatus, joka yrittää muuttaa miten ajattelemme ja käyttydymme (Sawday & King 2009). Mediassa slow on nykyään useasti esillä ja vuonna 2012 varmasti moni on ainakin ohimennen törmännyt aiheeseen. Varsinkin YLE on uutisoinut slow-aiheesta useaan otteeseen syksyn 2011 aikana. Honoré näyttäisi olevan haluttu puhuja tällä hetkellä, ja hän on käynyt luennoimassa Suomessa hitauden vallankumouksesta erilaisissa tapahtumissa.

Cittaslow-verkosto sai alkunsa vuonna 1999, kun Slow Food -liikkeen alullepanija Carlo Petrini, sekä neljä pormestaria pohjoisitalialaisista pikkukunnista päättivät taistella vastaan asukkaidensa katoamista suurkaupunkeihin. Ensimmäinen Slow City eli hidaskaupunki syntyi, kun Toscanassa, Pohjois-Italiassa sijaitsevan pienen kaupungin, Greve in Chiantin, entinen pormestari Paolo Saturini sai idean ajatella kaupunkia elämänlaadun parantamisen kautta ja Slow Food -liikkeen ideologiaa mukaillen. Hitaat kaupungit päättivät liittyä yhteen ja näin muodostui Cittaslow-verkosto. Liike on levinnyt nopeasti ja verkostoon kuuluu 147 kaupunkia 24 eri maassa. Cittaslow-kaupunkien tarkoitus on parantaa elämänlaatua sekä levittää Slow Food filosofiaa paikallisille yhteisöille ja kaupunkien hallituksille. Paikallisten käsittöiden ja kulttuurin, terveellisen ruoan, sekä hitaan ja rauhallisen elämän kunnioittaminen on tärkeä osa liikettä. (Cittaslow; Honoré 2006, 94.)

Koska Cittaslow on lähtöisin Slow Food -liikkeestä, voidaan ajatella, että se sai alkunsa jo vuonna 1986, jolloin Italiaan Roomaan, Espanjalaisten portaiden läheisyyteen suunniteltiin avattavaksi Mc Donald's -pikaruokaravintola. (Slow Movement b.) Tällöin italialainen ruokatoimittaja Carlo Petrini aloitti taistelun Fast Food - eli pikaruokakulttuuria ja nopeaa elämää vastaan. Petrini aloitti liikkeen toiminnan kotikaupungistaan Brasta ja se kehittyi kansainväliseksi organisaatioksi vuonna 1989. (Slow Food a.) Kansainvälinen Slow Food -liike kannustaa nauttimaan elämän pienistä asioista, sekä elämään itselle sopivassa tasapainoisessa rytmissä. Slow Food -periaatteita ovat edellä mainittujen lisäksi:

- vastustaa ruokailun liiallista yksinkertaistamista
- muistuttaa siitä, että ruuasta ja juomasta nauttiminen on aina ollut osa kulttuuriamme
- kannattaa hyvälaatuisten ruoka-aineiden valmistusta ja ekologisesti järkeviä tuotantotapoja
- vastustaa turhaa ruoka-aineiden teknistä ja kemiallista käsittelyä
- vaalia paikallisia ja perinteisiä keittotaidon menetelmiä (Koskimies 2009).

Syöminen on ollut Italiassa kautta aikojen sosialisoitumisen perusta. Slow Food -liikkeen tarkoitus on lisätä ihmisten mielenkiintoa sitä kohtaan, mitä he syövät, miltä ruoka maistuu, ja miten valinnat ruoan suhteen vaikuttavat koko maailmaan. (Slow

Food c.) ”Kansainvälisellä tasolla Slow Food -liike edistää ekologista tuotantoa, paikallisten ja alueellisten ruokakulttuurien vaalimista sekä maaperää köyhdyttämättömän maanviljelyn kehittämistä.” (Slow Food Västnyland 2011). Slow Food -liikkeen mukaan hyvin syöminen on yhteydessä luonnonsuojeluun. Liikkeen syvin tarkoitus on kuitenkin nautinto. (Honoré 2006, 68.) Slow Food -liikkeen tunnus on etana, joka on hyvin liikettä kuvaava. Lisäksi etana on valittu liikkeen tunnuksiksi, koska sen on kulinaarinen erikoisuus Italian kaupungissa Brassa, jossa liike sai alkunsa. Myös Slow Foodin ympärille syntyneen Cittaslow-kaupunkien tunnus on samainen etana. (Slow Food b.) Slow Food -liikkeen suosio kertoo se, että vuonna 2011 Slow Food -yhteisöön kuului noin 100 000 jäsentä 153 eri maassa (Slow Food a).

2.1 Vieraanvaraisuus ja yhteisöllisyys Cittaslow-kaupungeissa

Koska vieraanvaraisuus ja yhteisöllisyys ovat osa Cittaslow-kaupunkien toimintaa, esittellään tässä opinnäytetyössä Cittaslow-kaupunkien toiminta-ajatusta ja syntyä hieman tarkemmin. Cittaslow muodostuu italiankielisestä sanasta citta, joka tarkoittaa pientä ja englanninkielisestä sanasta slow, joka tarkoittaa Cittaslow-kaupungeista puhuttaessa ”harkitsevaa, ihmisistä ja elämän tärkeistä asioista välittävää, olennaiseen keskittyvää”. (Kristiinankaupunki 2011.) Yleisesti ”slow” käännetään hitaana, jolla on perinteisessä suorituskeskeisessä yhteiskunnassa negatiivinen vivahde. Kopomaa kuvailee slow-liikettä termillä leppoistaminen. (Kopomaa 2008.)

Voisiko kaupungin valttikortti olla hitaudessa ja hiljaisuudessa? Nopean elämäntavan myötä kaupungit ovat samankaltaistuneet. Hitaat kaupungit pyrkivät korostamaan identiteettiään ja ominaispiirteitään ja siten erottumaan. Oman kaupungin hyviä puolia pyritään esittelemään sekä asukkaille että vierailijoille. (Kopomaa 2008, 32–33.) Yksilöllisyys ja monimuotoisuus ovat tärkeitä sekä matkailulle että kaupungeille (Dickinson & Lumsdon 2010). Myös saksalaisen tutkijan Andreas Reiterin mukaan tulevaisuudessa kaupunkien imago, persoonallisuus ja joukosta erottuminen tulevat olemaan matkailun vahvuuksia. Matkailijat etsivät autenttisuutta, joka syntyy asukkaiden kohtaamisesta ja kulttuuriin tutustumisesta. Autenttisuudella tarkoitetaan elämäntapaa ja elämänlaatua.

(Lappi 2011.) Cittaslow-kaupungeille yhteistä on lähiruuan ja -tuotteiden suosiminen, historian ja perinteiden suojeleminen sekä yhteisen ajan arvostaminen. (Kopomaa 2008, 32–33.)

Cittaslow verkostoon liittymistä pitää anoa erikseen. Cittaslow-kaupungeille on olemassa yli 60 arvostelu kriteeriä, jotka on jaettu kuuteen osa-alueeseen. Nämä ovat infrastruktuuriin ja ympäristöön liittyvät säädökset, yhdyskunnan laatuun panostaminen, paikallisten tai paikallisesti tuotettujen tuotteiden suosiminen, Cittaslow-tietoisuuden lisääminen, sekä vieraanvaraisuus ja yhteisöllisyys. (Cittaslow UK a.) Jotta kaupunki saisi kutsua itseään hitaaksi kaupungiksi, tarkastajat katsovat eletäänkö kaupungissa slow-kriteereiden mukaisesti. (Slow Movement a.) Cittaslow ei ole vain kriteereiden täyttämistä, vaan se on elämäntapa, joka kaupungin tulee sisäistää. Cittaslow on kaikkien niiden ihmisten huomioimista, jotka asuvat, vierailevat tai ovat töissä kaupungissa. Cittaslow-kaupunkien tarkoitus on suojella ympäristöä, rohkaista yhteisölliseen toimintaan ja toivottaa vieraat tervetulleeksi. (Cittaslow UK b.)

Cittaslow-kaupungeissa yhteisöllisyys ilmenee siten, että asukkaat pyritään tuomaan lähemmäksi toisiaan, lisäämään sosiaalisten kanssakäymisten ja tuttuuden tuntua. Yhteisöllisyyden tunnetta pyritään välittämään vierailijoille ja ottamaan heidät avoimesti vastaan ja täten lisätään myös kaupungin vieraanvaraisuutta. Cittaslow-kaupungeissa vieraanvaraisuuden ja yhteisöllisyyden tarkoitus on:

- tukea paikallista Slow Food -yhteisöä ja suosia lähiruokaa myös julkisilla toimialoilla
- tarjota koulutusta henkilöille, jotka tarjoavat palveluita matkailijoille tai toimivat matkailijoiden parissa
- lisätä matkailijoiden tervetulleeksi tuntemista sekä ylläpitää hyvin merkittäviä matkailureittejä
- kannustaa yhteisöllisyyteen, rohkaista asukkaita vapaaehtoiseen toimintaan paikallisten järjestöjen ja yhteisöjen hyväksi, sekä tukea sosiaalisia tapahtumia

Slow-kaupungeissa oleellista on vieraanvaraisuus, jonka tulee lähteä matkanjärjestäjien lisäksi kaupunkilaisista itsestään. Kotiseutua arvostetaan ja sitä halutaan esitellä muille. Asukkaille se voi tarkoittaa avuliaisuutta, muiden huomioon ottamista, hyviä käytöstapoja, vieraiden majoittamista ja kestitsemistä. (Cittaslow UK a; Kopomaa 2008, 34.)

Community eli yhteisö tarkoittaa ihmisiä, jotka ovat vuorovaikutuksessa keskenään, sekä jakavat saman mielenkiinnonkohteen tai kannan (Oxford Dictionaries). Yhteisöllisyys on edullinen tapa ylläpitää hyvinvointia. Yhteisöllisyyttä voidaan pitää myös sosiaalisena pääomana, joka kehittyy vuorovaikutteisessa suhteessa kansalaisten kesken. Sosiaalista pääomaa ei voida pakottaa syntymään. Hyypän mukaan yhteisöllisyyttä ei synny ilman yhteisöhenkeä eli me-henkeä. Kaikkiällä, missä ihmiset kohtaavat, on me-henkeä, mutta sen ilmenemiseen vaikuttavat aika ja paikka, sekä kulttuuri ja kansalaisryhmä. Me-henkeä muodostuu vapaaehtoisesta yhdistys- ja harrastusryhmätoiminnasta. Erilaiset markkinat ja kaupunkitapahtumat nostattavat yhteenkuuluvuuden tunnetta. Nämä edistävät kansalaisten hyvinvointia ja viihtyvyyttä. Mitä enemmän me-henkeä on, sitä paremmin ihmiset voivat. Yhteisöllisyydellä on positiivinen kuva, siihen on helppo uskoa ja sitä on helppo tavoitella. Yhteisestä toiminnasta syntyy luottamusta, joka turvallisuuden ohella on tärkeimpiä kriteereitä valittaessa esimerkiksi asuinympäristöä. Luottamus on yhteisöllisyyden kannalta tärkeää ja auttaa verkostojen myös verkostojen muodostamisessa. (Hyypä 2005, 9-67.)

2.2 Slow-matkailussa itse matka on jo elämys

Slow-matkailun tarkoituksena on tulla lähemmäksi paikallista kulttuuria ja ihmisiä. Se on nopeasti kasvava suuntaus, jossa pyritään palauttamaan mielenkiinto elämän nautintoja kohtaan ja nauttimaan itse matkasta, eikä vain kohteesta. Vielä toki monet ihmiset matkustavat nopeasti lentäen matkakohteeseen, mutta perillä pyritään ottamaan rennosti ja välttämään ”yltiöelämyksiä”. (Heikkinen 2011.) Slow Food on vahvasti läsnä slow-matkailussa. Molemmissa keskitytään yksilöllisyyteen ja paikkakohtaiseen tietoon sekä kiireen välttämiseen. (Dickinson & Lumsdon 2010.) Slow-matkailu on rauhallisesti

ympäristön havainnoimista, ihmisten katselemista ja tunnelman aistimista (Heikkinen 2011).

Ihmisillä on halu ymmärtää maailmaa ja tutkia tarkemmin ympäristöään sekä omaksua tietoa eri kulttuureita. Taantuma on aiheuttanut lomien lyhentymisen sekä vähentymisen, mutta ne joilla on mahdollisuus valita, ovat jopa pidentäneet lomiaan. Vuonna 2009 yli kolmannes amerikkalaisista matkailijoista oli ottanut enemmän aikaa itselleen, kuin vuotta aiemmin. (Keates 2010.) Slow-matkailu voi suuntautua myös lähelle. Taantuma on saanut ihmiset kiinnostumaan lähimatkailusta. Lähimatkailulla tarkoitetaan lähikyliin ja naapurikaupunkeihin suuntautuvaa matkailua. Myös ympäristötrendit vaikuttavat tähän suuntaukseen. Lähimatkailu kokemusten jakaminen ystävien ja perheen kesken ilman Internetin välitystä tulee kasvamaan ja se nostattaa yhteisöllisyyttä. (Heikkinen 2011.) Slow-matkailijoiden viiptyvyys alueella on pidempi, yleensä noin viikko, ja he yöpyvät vuokratuissa asunnoissa tai mökeissä. Slow-matkailussa vältetään nähtävyydeltä toiselle juoksemista vain sen vuoksi, että se on nähtävä. Slow-matkailussa, kuten myös slow-ajattelussa, on tärkeää kuunnella itseään ja omia voimavarojaan. Slow-matkailijat tutkivat useimmiten ympäristöä kävellen tai polkupyörällä ja he voivat ottaa osaa erilaisiin paikallisiin tapahtumiin, aktiviteetteihin ja kursseihin. (Slow Movement 2011.)

Tulevaisuuden matkailijat haluavat yhteisöllisyyttä talkoiden ja yleisöosallistumisen kautta (Puhakka 2011). Yhteisöllisyys matkailussa ilmenee myös siten, että matkailijat pyrkivät soluttautumaan paikalliseen elämään esimerkiksi majoittumalla maataloilla tai kodeissa. Viivyttyessä kohteessa pidempään, käymällä samoissa kaupoissa, kahviloissa ja ravintoloissa kuin asukkaat, oppii enemmän paikallisista elämäntavoista. Hitaasti voi matkustaa ikään, varallisuuteen tai ryhmäkokoon katsomatta. Matkustaa voi myös pienellä budjetilla esimerkiksi tekemällä töitä maatilalla yöpaikkaa vastaan. Matkailijoiden, jotka haluavat kokea aitoa paikallista elämää, tulisi kunnioittaa kulttuuria ja tapoja. Paikallisten joukkoon suuntautuvassa matkailussa olisi hyvä saada asukkaat mukaan suunnittelemaan matkailupaketteja. On myös huomioitava ne ihmiset, jotka eivät halua osallistua matkailun kehittämiseen. (Kenny; Tourism Concern.)

Hitaasti matkustaminen tarjoaa vaihtoehdon lento- ja automatkailulle. Viipymällä pidempään ja matkustamalla vähemmän, ihmisille jää enemmän aikaa tutustua matkailukohteeseen. Slow-matkailu on hidastamista fyysisesti ja nauttimista siitä mitä on, ja saavuttaa siten kokemuksen parempi laatu. Se tulee erottaa kuitenkin vihreästä matkailusta (Green Travel), joka keskittyy lähinnä kuljetukseen ja erityisesti hiilipäästöjen vähentämiseen. Slow-matkailussa, kuten myös vihreässä matkailussa, ekologisuus ja kestävä kehitys ovat läsnä, sillä paikallisuus ja paikka otetaan paremmin huomioon. Slow-matkailu on riippuvainen vähän hiilipäästöjä aiheuttavista kuljetusvaihtoehdoista ja sen tehtävänä on kannustaa ihmisiä matkustamaan lähemmäksi ja tutustumaan lähialueeseen paremmin. (Dickinson & Lumsdon 2010.)

Yksi suurimmista kritisoinneista hidasta matkailua kohtaan on se, että se vie liikaa aikaa ja rahaa. (Dickinson & Lumsdon 2010.) Väittämästä on kuitenkin vaikea kiistellä, sillä muuttuvia tekijöitä on paljon ja matkustaa voi niin monella eri tavalla. Liittämällä matkaan esimerkiksi asunnon vaihdon, katselemalla elämää yöpymispaikan lähellä, liikkumalla kävellen ja karsimalla liiat oheistoiminnat pois, voi säästää ison osan matkan budjetista. Esimerkkinä edullisesta matkailusta ja paikalliseen elämäntapaan tutustuvasta matkailusta voidaan käyttää CouchSurfingia eli sohvasurffausta. CouchSurfing on maailmanlaajuinen verkosto, jossa on yli kahdeksan miljoonaa jäsentä. CouchSurfing toimii Internet-sivujen välityksellä, jonne halukkaat voivat luoda itsestään profiilin ja vastaanottaa matkailijoita yöpymään luokseen, majoittumalla itse jonkun luona tai vain tarjota tai pyytää seuraa kaupunkiin tutustumisessa. (CouchSurfing.) Paikalliskontaktien suosio matkailussa on lisääntynyt. Ihmisille syntyy kansainvälisiä kontakteja erilaisten työkoennusten, vaihtojen, sekä pidempien lomamatkojen seurauksena. Nämä kontaktit ovat mahdollisuus tutustua paikalliseen elämään ja saada ilmainen majoitus. Erityiset nuoret matkailijat painottavat kontaktien merkitystä. Paikallisten kontaktien ja kansainvälisen ystäväverkoston vaikutus voi olla tulevaisuudessa vielä suurempi ja koskettaa myös vanhempaa ikäpolvea. (MEK 2008, 44–47.) Sohvasurffausta voi harrastaa eriikäiset matkailijat. Sohvasurffausta on ekologinen ja edullinen tapa matkustaa ja samalla voi tutustua moniin eri ihmisiin.

Hyvät kevyenliikenteen mahdollisuudet ovat tärkeitä ympäristötietoisille matkailijoille. Kevyen liikenteen kehittäminen tukee ympäristönsuojelua ja maisematyötä. (KTM 2006.) Yksi slow-matkailun ideoista on tutustua matkailukohteeseen kävellen tai polkupyörällä. Tätä varten kaupunkisuunnittelussa tulisi huomioida sellaisia ratkaisuja, että pyörällä ja kävellen liikkuminen olisi mahdollista, helppoa ja turvallista. Lisäksi kaupungeissa tulisi olla mahdollisuus matkailijoiden vuokrata polkupyöriä edullisesti ja vaivattomasti. Myös kävely- ja pyöräreittien viitoittaminen ja opaskarttojen jakaminen on tärkeää. Cittaslow-kaupungeissa tällaiset asiat on pyritty ottamaan huomioon. (Cittaslow.)

Slow-matkailu ei ole kaikista mukavuuksista luopumista, eikä hitaiden arvojen mukaan tehdyn matkan vuoksi tarvitse irtisanoutua työstä. Hidasta matkailua voi harrastaa lyhyemmälläkin aikataululla. Tärkeintä on elämänlaadun ja hyvinvoinnin lisääminen arkeen (GoFinland.fi 2010). On huomioitava, että monet slow-matkailijat käyttävät myös lentokonetta joissakin tilanteissa. Hitauden lisääminen matkalla kuitenkin lisää matkustamisen nautintoa ja itse matka on jo osa elämystä. (Dickinson & Lumsdon 2010, 1–5, 93–191.)

2.3 Matkailun trendit ja slow Suomessa

Tulevia trendejä ennakoidaan mahdollisten tulevaisuuden kuvien kartoittamisella. Ilmiöitä ja muutoksia analysoimalla pyritään saamaan mahdollisimman tarkka kuva tulevaisuuden mahdollisuuksista ja uhista. (Kehittyvä Elintarvike 2010.) Trendi on suunta, johon pitkällä ajanjaksolla tarkasteltu ilmiö kehittyy (Futurix).

Finpro on kerännyt osana Tekesin elintarvikealan Sapuska -ohjelmaa maailmalla esiintyviä elintarvikesektorin trendejä ja niihin liittyviä liiketoimintamahdollisuuksia teemalla Feel Good Food. Mahdollisia maailmanlaajuisia trendejä ovat tuoreus ja perinteet eli kestävät arvot, kulttuuriperintö ja luonto, jotka luovat vakautta epävarmuutta herättäneenä taantuma-aikana. Kokemuksia ja elämyksiä halutaan etsiä lähiympäristöstä, erityisesti lähi- ja perinneruokaa suositaan. Ruoan valmistaminen kotona ja siitä nauttiminen

perheen ja ystävien kesken nähdään kasvavana trendinä. Kuluttajat kiinnittävät myös huomiota ruoan terveellisyyteen ja turvallisuuteen. Luomutuotteet ovat trendikkäitä ja niiden suosio lisääntyy kaikissa maissa. Niiden rinnalla osa kestävästä kulutuksesta on paikallinen ruoka, eettisyys, Reilun kaupan tuotteet sekä Slow Food. (Kehittyvä Elintarvike 2010.)

Vuonna 2009 Tekes (Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus) arvioi, että tulevia megatrendejä ovat vapaa-ajan kulutuksen muutokset sekä kestävästä kehityksen mukainen elämäntapa. (Tekes 2009.) Megatrendit ovat laajoja, usein globaaleja eli maailmanlaajuisia pienten ilmiöiden ja tapahtumakuvausten kokonaisuuksia, joilla on yhteinen kehityssuunta ja kehityssuunnan uskotaan jatkuvan tulevaisuudessa samanlaisena (Futurix). Tällä hetkellä Tekesin mukaan yhteisöllisyyden merkitys tulee kasvamaan ja samanhenkiset ihmiset muodostavat yhteisöjä. Tämä puolestaan synnyttää yhteisöllistä yrittäjyyttä, jossa pääpaino ei ole taloudellisen voiton tavoittelussa. Myös eettisen kulutuksen uskotaan lisääntyvän. (Tekes 2012.)

Ihmiset kuluttavat enemmän palveluihin kuin materiaan. Tulevaisuuden matkailijat haavevat aidompia ja syvempiä kokemuksia ja eettisen ja vastuullisen matkailun merkitys kasvaa. Eettisen ja vastuullisen matkailun tulevaisuuden trendejä ovat slow- ja lähimatkailu. (Puhakka 2011, 2.) Slow-matkailun suosion kasvusta kertoo myös se, että vuonna 2002 slow-matkailun Internet-sivuilla (www.slowtrav.com) oli 400 rekisteröitynyttä käyttäjää kun vuonna 2009 niitä oli jo 13 000. (Keates 2010.) Arvot ja asenteet muuttuvat, sekä vapaa-ajan merkitys kasvaa. (Tekes 2009.) Vapaa-ajalla tarkoitetaan sitä aikaa, joka jää jäljelle työn, nukkumisen, ruokailun ja muiden henkilökohtaisten toimien, opiskelun ja kotitöiden jälkeen. Vapaa-ajalla tehtävä vapaaehtoinen opiskelu ei sisälly edellä mainittuun opiskeluun. (Hyypä 2005, 51.)

Hyvinvointimatkailu on kasvava trendi. Hiljentyminen on osa hyvinvointimatkailua ja hiljaisuutta Suomessa riittää. Myös ruoalla on suuri merkitys hyvinvointimatkailussa, erityisesti puhtaalla ja tuoreella suomalaisella luomu- ja lähiruoalla. Hyvinvointipalveluiden kehitys on nopeaa ja sen perässä pysymiseksi tarvitaan verkostoitumista ja mark-

kinointiyhteistyötä yli toimialojen. Erityisesti kansainvälisistä matkailijoista saksalaiset ja ranskalaiset odottavat lomaltaan rauhaa ja rentoutumista sekä kulttuurista, historiasta ja hyvästä ruoasta nauttimista. Myös paikalliset aktiviteetit ja ihmisiin tutustuminen kiinnostavat matkailijoita. (MEK 2008).

Moni kokee nykyisen elämäntilanteensa stressaavana ja liian kiireisenä ilmenee Specian ammattiyhdistyksille (Akavan erityisalat) tehdystä tutkimuksesta. Specialaiset laittavat terveyden, oman ja perheen turvallisuuden, hyvät ihmissuhteet sekä luonnon säilymisen jälkipolville hyvän toimeentulon edelle. Yli puolet vastanneista olisi valmiita hyppäämään pois oravanpyörästä. (Specia 2007.)

Pääkaupunkiseudun hyvinvointitutkimuksen mukaan suurin osa vastanneista piti nykyisestä työstään, mutta silti lähes 20 prosenttia vastanneista halusi lyhentää työaikaansa ja ansaita siten vähemmän. Suurin osa vastanneista piti mahdollisuutta matkusteluun, liikuntaan ja kulttuuriharrastuksiin melko tärkeänä. Myös luonnosta nauttimisella oli suuri merkitys. Vastanneista 36 prosenttia sanoi johonkin yhteisöön kuulumisella olevan merkitystä omaan hyvinvointiin. Vastanneista lähes kolmannes koki kiireen ja lähes neljännes läheisen liiallisen työmäärän ja kiireen vaikeuttavan jokapäiväistä elämäänsä. Neljänneksellä oli huoli sekä omasta että läheisen terveydestä. Tutkimuksen mukaan suurin osa ihmisistä koki olevansa stressaantuneita ja monet haluaisivat ottaa hieman leppoisammin, mutta eivät koe pystyvänsä siihen tässä elämäntilanteessa tai eivät ole löytäneet vielä oikeaa keinoa. (Turunen 2010, 142–44.)

Kasvava slow-trendi alkaa näkyä myös Suomessa. Euroopassa suosio hitaita ja hiljaisia kaupunkeja kohtaan on lähtenyt nopeasti nousuun, mutta Suomessa ollaan hieman hitaampia asian suhteen. Suomessa hitautta ja hiljaisuutta on aina ollut riittämiin, mutta sitä ei ole osattu tuotteistaa kaupunkimatkailijoille. (Kopomaa 2008, 34.) Suomen ensimmäinen ja tähän asti ainoa Cittaslow-kaupunki, Kristiinankaupunki, hyväksyttiin osaksi verkostoa huhtikuussa 2011. (Kristiinankaupunki 2011.) Suomessa Cittaslow-verkostoon liittymistä on mietitty muun muassa Haapajärvellä, Raaseporissa, Heinävedellä ja Loviisassa. Savo ja Mäntyharju ovat testanneet slow-ajattelua vetovoimatekijä-

nä. (Heinonen 2009.) Verkostoon kuuluminen ei estä kaupungin kehittymistä, eikä kaupunki toimi museona, vaikka perinteitä varjellaankin. Kaikki kehittämistoimet harkitaan tarkkaan, jotta ne sopisivat kaupungin luonteelle. Kristiinankaupunki kokee, että he ovat hyötyneet hidastamisesta erityisesti matkailun näkökulmasta katsottuna. Mielienkiinto Cittaslow-liikettä kohtaan on ollut merkittävä. Cittaslow-kriteerit tukevat myös matkailuelinkeinoa. Kaupunkisuunnittelussa huomioidaan muun muassa historia, ympäristö ja infrastruktuuri. (Kristiinankaupunki.)

Kristiinankaupungissa vieraanvaraisuus ilmenee siten, että heidän Internet-sivunsa kutsuvat vierailijat tervetulleeksi, tietoa löytyy usealla kielellä sekä paikallisiin tapahtumiin osallistuminen on vierailijoille helppoa. Myös opasteet ovat selkeät ja monikieliset. Yhteisöllisyys korostuu Kristiinankaupungissa erilaisten tapahtumien muodossa sekä siten, että asukkaiden mielipide ja aloite-ehdotukset otetaan huomioon kansalaisfooruminkautta. Erilaisia tapahtumia, joihin sekä paikalliset että vierailijat ovat tervetulleita, ovat joulumarkkinat, erilaiset lastentapahtumat, avoimet portit sekä vanhanajan toripäivä. Kristiinankaupunki pyrkii lisäämään myös enemmän joulu- ja pääsiäiskaupunki-imagoa erilaisten tapahtumien muodossa. (Kristiinankaupunki 2011.)

Suomen vahvuuksia ovat monimuotoinen luonto, puhtaus, rauha ja hiljaisuus (KTM 2006). Nämä asiat tulevat usein esiin, mutta niiden tuotteistamisessa ja markkinoinnissa on vielä parantamisen varaa. Slow-matkailun voisi hyvin liittää hyvinvointimatkailuun (Heikkinen 2011). Hyvinvointimatkailun peruselementtejä ovat edellä mainittujen lisäksi sauna, terveellinen ruoka sekä yrtit (KTM 2006). Monet Suomen matkailun vahvuudet tukevat hyvin slow-aatetta. Kuten Slow Food -liikettä käsittelevässä luvussa 2.1 ilmeni, puhtaaseen ja luonnonmukaisesti tuotettuun ruokaan tullaan Suomessa panostamaan tulevaisuudessa. Varsinkin turvallinen, puhdas lähiruoka tulisi huomioida markkinoitaessa Suomea. Edistystä tähän suuntaan on havaittavissa, sillä lokakuussa 2011 Helsingissä järjestetyssä Matkailu muuttaa maailmaa seminaarissa, pääteemana oli luonnon ja hiljaisuuden tuotteistaminen suomalaisiksi matkailuvaltiksi. (HAAGA-HELIA amk 2011.)

Uudellamaalla on kolme Slow Food -paikallisyhdistystä ja neljäs on tulossa lähiaikoina (YLE Helsinki 2011). Suomessa on järjestetty kahdet Slow Food -festivaalit ja kolmasia suunnitellaan toteutettavaksi vuodelle 2012. Slow Food -festivaaleilla kokoontuvat luomu- ja lähiruoantuottajat, ravintolat sekä muita alan toimijoita. (Slow Food Västnyland 2011.) Luomuruoalla tarkoitetaan luonnonmukaisesti tuotettua ruokaa ja se on virallisesti valvottua. Lähiruoalla sen sijaan on monta määritelmää. Lähiruoka eroaa luomusta erityisesti tuotannon sijainnin mukaan. Lähiruoka tuotetaan lähellä ostopaikkaa hyödyntäen paikallisia raaka-aineita ja työvoimaa. Se edistää oman alueensa työllisyyttä sekä taloutta ja on vahva, kasvava trendi niin Suomessa kuin maailmallakin. (Mäkipeska & Sihvonen 2010.)

Suomen vahvuuksia matkailussa ovat myös suomalainen kulttuuri, korkea elintaso ja elämisen laatu sekä turvallisuus. Kysyttäessä Suomeen saapuvilta matkailijoilta mielikuvia Suomesta, järvet, metsät, luonnon laajuus, kauneus ja puhtaus nousevat esille (MEK 2008, 34). Moni odottaa matkaltansa suomalaisiin ihmisiin ja heidän elämäntapaansa tutustumista (MEK 2008, 43). Kulttuurimatkailussa paino on paikallisessa kulttuuriympäristössä sekä omaleimaisissa kulttuuripiirteissä. (KTM 2006, 8.) Suomenkieli koetaan erityisen eksoottiseksi ja suomalaiset sekä suomalainen yhteiskunta toisinaan rennoksi ja stressittömäksi (MEK 2008, 34).

Myös kotimaanmatkailuun tulisi panostaa tulevaisuudessa ja sitä tulisi kehittää. Suomen Matkailijayhdistyksen eli SMY ry:n mukaan kotimaanmatkailun merkitys tulee korostumaan tulevaisuudessa. Suomen matkailuun käytettävä rahamäärä sekä matkailun työllistäminen on merkittävää. Kotimaanmatkailuun vaikuttaa erityisesti suomalaisten tahto matkustaa kotimaassa. Kotimaanmatkailun tueksi tarvitaan myös kansalaistoimintaa, joka huomio vastuullisten matkailijoiden edut. Suomen Matkailijayhdistys pyrkii lisäämään kotimaanmatkailun aatteellista toimintaa, valvomaan matkailijoiden etua sekä edistämään kotimaanmatkailua. (Kauppalehti 2011.) Myös markkinoinnilla ja trendeillä on suuri merkitys matkailulle. Kotimaanmatkailua voisi markkinoida ekologisena ja kestävästä kehityksestä edistävänä yhteisöllisenä vapaa-ajan viettomuotona.

3 Porvoo – idyllinen matkailukaupunki

Porvoon tunnusmerkiksi muokkautuneet joen varrella sijaitsevat punamultaiset ranta-aitat ovat kuvatuimpia nähtävyyksiä. Suurin osa aitoista on rakennettu 1760-luvulla. 1700-luvulla Porvoo oli asukasluvultaan Suomen suurimpia kaupunkeja. (Lönnqvist & Lönnqvist 2009; Porvoo 2011.) Asukkaita vuonna 2011 oli noin 48 700 ja asukasluvun odotetaan kasvavan (Porvoo 2011). Porvoo on kaksikielinen kaupunki: suomenkielisiä 65 %, ruotsinkielisiä 32 % ja muita 3 %. Se kuuluu Uudenmaan maakuntaan ja sijaitsee entisen Itä-Uudenmaan maakunnan alueella, noin 50 kilometrin etäisyydellä Helsingistä. (Uudenmaan liitto 2010.) Porvoo on siis helposti tavoitettavissa niin pääkaupunkiseutulaisille kuin Helsinkiin tuleville matkailijoillekin, mikä selittää osaltaan suurta päiväkävijöiden määrää. Helsingistä on hyvät kulkuyhteydet Porvooseen myös satamasta ja Helsinki-Vantaan lentokentältä.

Kaunis, rauhallinen ja historiallinen kaupunki luo hyvät edellytykset matkailulle. 1300-luvulla perustettu Porvoo on Suomen toiseksi vanhin kaupunki. Monet palvelut, upea luonto, tunnelma ja historia kiinnostavat matkailijoita. (Porvoo 2011.) Porvoon suosituimpia nähtävyyksiä ja käyntikohteita ovat vanha kaupunki, jokiranta ja Tuomiokirkon alue. Myös Brunbergin myymälät, Haikon kartano ja J.L. Runebergin koti ovat suosittuja käyntikohteita. (Taipale 2007.)

3.1 Matkailijat ja paikallinen väestö

Vanhan Porvoon Asukasyhdistykselle tehdyn tutkimuksen mukaan asukkaat suhtautuvat positiivisesti matkailijoihin ja kokevat matkailijat luonnollisena osana kaupungin katukuvaa. Matkailijat tuovat alueelle työpaikkoja ja pitävät alueen elävänä. Kesäaikaan Porvoossa riittää matkailijoita, mutta asukkaat soisivat matkailijoiden tulevan ympärivuotisesti. Ympärivuotinen matkailu lisäisi työpaikkoja ja mahdollistaisi useampien palveluiden löytymisen. Tutkimuksen mukaan Vanhan Porvoon liikkeet palvelevat lähinnä matkailijoita, joten perinteisiä matkamuistomyymälöitä ei toivota lisää. (Mäki 2008, 27–28, 37.)

Osa vastanneista koki liikenteen ongelmalliseksi kesällä, kun matkailijat täyttävät kapeat kadut. (Mäki 2008, 27–28.) Kaupungin tulisi huomioida kaupunkisuunnittelussa sekä matkailijat että asukkaat. Esimerkiksi Vanhan Porvoon alueesta voitaisiin tehdä kokonaan autoton alue ja sallia vain asukkaiden ajaa pihoihinsa erityisluvalla. Lisäksi turvallisten parkkipaikkojen määrää tulisi lisätä hyvien kulkuyhteyksien päähän keskustasta, jotta välttyttäisiin ruuhkilta ja jotta kaupunkikuva olisi entistä idyllisempi ja houkuttelevampi. Yksi slow-matkailun sekä vieraanvaraisuuden periaatteista on tarjota turvallisia mahdollisuuksia tutustua kaupunkiin kevyen liikenteen ehdoin. Viva Porvoo-Borgå -hankkeen visiona on kehittää Vanhaa Porvoota yhteistyössä ympärivuotiseksi ihmisten kohtaamispaikaksi (Mäki 2008).

Porvoosta löytyy paljon samankaltaisia tapahtumia kuin Cittaslow-verkostoon kuuluvasta Kristiinankaupungista. Vanhan Porvoon Asukasyhdistys järjestää erilaisia yleisötapahtumia, kuten Vanhan Ajan Syysmarkkinat ja Joulumarkkinat, Vappujuhlan Linnanmäellä sekä Avoimet Portit -pihatapahtuman. (Vanhan Porvoon Asukasyhdistys ry; Wanha Porvoo Gamla Borgå 2008, 39.) Cittaslow-verkostoon kuuluvassa Kristiinankaupungissa järjestetään vastaavanlainen avoimien ovien tapahtuma, joka lisää vieraanvaraisuuden ja yhteisöllisyyden tuntua niin matkailijoille, kuin asukkaillekin. Porvoo Toursin järjestämät kotivierailut (Home Visits) ovat hyvä esimerkki vieraanvaraisuudesta. Kotivierailuissa matkailija pääsee tutustumaan suomalaiseen asuinympäristöön, elämiseen, ruokaan ja kulttuuriin. (Porvoo Tours Oy.) Kotivierailuissa matkailija tuntee itsensä tervetulleeksi, kun hänet otetaan vastaan vieraana, eikä turistina.

Vanhan Porvoon asukkaat toivovat alueelle enemmän tapahtumia, joissa yhteisöllisyyttä voitaisiin lisätä, esimerkiksi puistokonsertteja tai ulkoilmakonsertteja Raatihuoneen torille. (Mäki 2008, 41.) Erilaisten tapahtumien järjestäminen tukisi myös Cittaslow-periaatteita. Vaikka tapahtumat olisivatkin ensisijaisesti tarkoitettu paikallisille, voisivat myös matkailijat osallistua niihin. Tällöin tulisi muistaa monikieliset opasteet ja viitotukset.

Vanhan Porvoon vieraanvaraisuudesta ja positiivisesta suhtautumisesta kertoo myös se, että osa asukkaista pitää pihoilensa johtavat portit auki myös Avoimet Portit - pihatapahtuman ulkopuolella. (Mäki 2008, 27.) Asukkaiden suhtautumisesta matkailijoihin ei voida yleistää koko Porvoon asukkaiden mielipiteeksi. Tutkimuksessa Vanhan Porvoon asukkaiden näkemyksiä Vanhan Porvoon kehittämistä, oli haastateltu vain kuutta henkilöä, joten tulos ei kerro että suurin osa asukkaista suhtautuisi positiivisesti matkailijoihin. Tutkimuksesta ei myöskään selviä, kuinka moni vastanneista saa eläntonsa matkailijoista ja kokee sen vuoksi matkailijat hyvin tervetulleeksi. Yleisesti ottaen voidaan kuitenkin päätellä, että ilman matkailijoita Porvoon alueella olisi huomattavasti vähemmän työpaikkoja ja palveluita.

Matkailulla on suuri merkitys Porvoon elinkeinolle. Tämä käy ilmi vuonna 2009 tehdystä Itä-Uudenmaan matkailun tulo- ja työllisyystutkimuksesta. Vuonna 2009 Itä-Uudenmaan matkailutulo oli 163 miljoonaa euroa ja matkailu työllisti melkein 1400 henkilöä. Itä-Uudenmaan majoituskapasiteetti on pieni, mikä johtuu muun muassa pääkaupunkiseudun läheisyydestä. Hotellivieraiden keskiviipymä oli vuonna 2009 1,6 vuorokautta ja muussa majoituksessa yöpyvien 1,97 vuorokautta. Muuhun majoitukseen luetaan leirintäalueet, B&B ja majatalot. Kesämökkiläisten viipymä oli keskimäärin 22,73 yötä vuodessa. Eniten matkailusta hyötyvät vähittäiskaupat ja toiseksi eniten majoitus- ja ravintola-ala. Suurin työllistävä vaikutus matkailulla oli majoitus- ja ravintola-alalla. Huomioitava on, että Itä-Uudenmaan tutkimus on tehty vuonna 2009, joka oli talouden taantumien aikaa ja vaikutti siten matkailijoiden kulutuskäyttäytymiseen. (Ritalahti & Holmberg 2010.) Vuonna 2009 Itä-Uudellamaalla kävi 1,7 miljoonaa matkailijaa, joista päiväkävijöitä oli 1,1 miljoonaa (Porvoo 2011).

3.2 Matkailijat Porvoossa

Yksi Cittaslow-kriteereistä on, että kaupungissa tulee olla alle 50 000 asukasta. Porvoossa on lähes 50 000 asukasta ja koska asukasluvun odotetaan kasvavan, ei siitä ehkä ole Cittaslow-kaupungiksi, eikä se myöskään kärsi asukkaiden poismuutosta suurempiin kaupunkeihin. Se ei kuitenkaan tarkoita, ettei Porvoo voisi hyödyntää Slow-ajattelua

matkailun kehittämisessä. Slow-matkailussa tutustutaan paikalliseen kulttuuriin, suositetaan lähituotteita, tutustutaan kohteeseen kävellen tai polkupyörällä sekä otetaan rauhallisesti.

Suomen kaupungeista Porvoolla on paras mielikuva matkailukaupunkina. Näin käy ilmi Taloustutkimuksen, Kaupungit matkailukohteena - tutkimuksesta. (Taloustutkimus Oy 2011.) Vuonna 2006–2007 tehdyn Itä-Uudenmaan kävijätutkimuksen mukaan suurin osa matkailijoista on päiväkävijöitä. Tutkimuksessa otettiin huomioon 18 vuotta täyttäneet omatoimimatkailijat. Tutkimuksen mukaan suurin osa omatoimimatkailijoista oli suomalaisia ja eniten matkailijoita saapui Uudeltamaalta. (Taipale 2007.) Tutkimuksesta tulee huomioida, että siinä on huomioitu vain omatoimimatkailijat ja kielellisistä syistä on mahdollista, että ulkomaalaisten osuus kävijöistä ei ole luotettava. Lyhyt matka Helsingistä Porvooseen tukee tulosta Uudeltamaalta saapuvien matkailijoiden osuudesta.

Itä-Uusimaa on suosituin keski-ikäisten ja nuorten aikuisten keskuudessa, jotka matkustavat avo- tai aviopuolionsa kanssa. Tutkimuksen mukaan, lapsiperheiden keskuudessa Itä-Uusimaa ei ole kovin suosittu. (Taipale 2007.) Vanha Porvoo on yksi suosituimmista matkailukohteista, mutta myös sen asukkaat kaipaisivat enemmän aktiviteettejä lapsiperheille. (Mäki 2008, 22.) Etsimällä ratkaisuja, jotka huomioivat sekä asukkaat, että matkailijat, saadaan lisättyä matkailijoiden ja asukkaiden välille vieraanvaraisuuden ja yhteisöllisyyden tuntua. Vuonna 2012 ilmestyneen Matkailijan Porvoo -matkailuesitteen mukaan, lapsiperheiden matkailuun panostetaan, esimerkiksi matkailuesitteessä on oma Lasten Porvoo osionsa (Matkailijan Porvoo 2012).

Kävijätutkimuksen mukaan suurin osa matkailijoista saapui Porvooseen omalla autolla ja vain viidesosa aikoi yöpyä. Matkailijoiden pääasiallinen matkustussyy oli tutustua paikalliseen kulttuuriin ja viettää aikaa kohteessa. Osa matkailijoista sanoi syyksi myös luonnon ja hyvinvoinnin. Osa matkailijoista ei osannut sanoa, mitä matkaltaan haki ja lähes 30 prosenttia matkailijoista oli alueella kuluttamassa aikaa. Myös rentoutuminen ja rauhoittuminen, nautinto, loma, leppoisa ilmapiiri sekä tunnelma olivat mainittu mat-

kustussyiksi. Suurin osa vastanneista oli matkailututkimuksen Itä-Uudellamaalla. Porvooseen tullaan Porvoon vuoksi. (Taipale 2007.)

3.3 Kestävä kehitys matkailussa

Osa Slow-ajattelua on ympäristöystävällisyys ja kestävä kehitys. Kestävän kehityksen tarkoituksena on pitää huolta siitä että nykyiset ja tulevat sukupolvet saavat hyvät mahdollisuudet elämiseen. Kestävä kehitys tarkoittaa, että ympäristö, ihminen ja talous otetaan tasavertaisesti huomioon. (Ympäristöministeriö 2011.) Yhteys kestäväan kehitykseen ja ympäristön huomioon ottamisessa näkyy Porvoossa siten, että se pyrkii olemaan energiatehokkain kaupunki Suomessa (Porvoon 2011).

Itä-Uudenmaan matkailututkimuksen mukaan Porvoon yritysten laatu koetaan hyvänä ja palveluiden hintataso hieman normaalia korkeampana. Laadusta ollaan myös valmiita maksamaan. (Taipale 2007.) Korkea hintataso saattaa vaikuttaa negatiivisesti asukkaiden ostokäyttäytymiseen. Vanhan Porvoon asukkaille tehdyn tutkimuksen mukaan alueelle toivotaan esimerkiksi eurooppalais-tyylistä leipomoa. Esimerkiksi Vanhassa Porvoossa sijaitseva Pieni Suklaatehdas on haastattelujen mukaan huomionnut hyvin sekä asukkaat että matkailijat. (Mäki 2008, 39.) Edullisemmän hintatason liikkeet toisivat alueelle vilkkaampaa kaupankäyntiä ja siten myös matkailijat pääsisivät tutustumaan paremmin paikalliseen elämäntapaan. Uusien yritysten tulisi kunnioittaa alueen historiaa ja sopia kaupunginosan tyyliin ja tunnelmaan. (Taipale 2007.)

Slow-matkailussa pyritään suosimaan paikallisuutta. Kaupungista löytyy paikallisia käsityötuotteita, perinteitä kunnioittavia liikkeitä ja tapahtumia, lähituotantoa hyödyntäviä ravintoloita, luomu- ja lähiruokakauppoja sekä -tiloja. Porvoon oli käsityöläiskaupunki jo 500–600 vuotta sitten ja sen on yhä huomattavissa. (Paakkala & Paakkala 2004.)

Yksi yhteisöllisyyden periaate Cittaslow-kriteereiden mukaan, on lähituotannon suosiminen myös julkisilla sektoreilla. Tällä hetkellä lähiruokien käyttö on vielä vähäistä, sillä kilpailutusten vuoksi on vaikea solmia sopimuksia suoraan tuottajien kanssa ja esimer-

kiksi koulut, tilaavat tuotteita ainoastaan tukun kautta. Lähituottajat voisivat tehdä yhteistyötä tukkujen kanssa ja täten lähiruoan hyödyntäminen julkisissa sektoreissa sekä ravintoloissa olisi helpompaa. Tällä hetkellä ostajien on itse löydettävä lähiruokaa myyvät tahot. Porvoosta löytyy kiinnostusta luomu- ja lähiruokaa kohtaan ja lähiruokatuotannolla nähdään selkeää kasvupotentiaalia (Posintra Oy 2011, 36–37). Hyvänä esimerkkinä lähituotannon hyödyntämisestä on ravintola Brasa Porvoossa. Ravintola Brasan raaka-aineiden lisäksi myös aterimet, astiat sekä tekstiilit pyritään saamaan lähituottajilta. Lähituotteita voi käyttää myös markkinointivaltina. (Lindgren 2010.)

Itä-Uudenmaan alueelle tehdyn lähiruokatutkimuksen mukaan tuottajien ja jalostajien liiketoimintaosaamista tulisi kehittää sekä yrittää löytää uusia myyntikanavia. Yhteistyöverkostoihin tulisi myös panostaa. Lähiruoka on tärkeä myyntivaltti ja myös kuluttajien kiinnostus sitä kohtaan kasvaa. (Posintra Oy 2011, 36–37.) Jos lähituotteiden saatavuus ja näkyvyys on heikkoa, on kuluttajan vaikea ostaa tai vaatia niitä.

4 Tutkimuksen toteutus ja tulokset

Vieraanvaraisuuden ja yhteisöllisyyden hyödyntämistä matkailussa ei ole juurikaan tutkittu aiemmin. Slow on uusi kiehtova aihe, josta on saatavilla kokoajan uutta tietoa. Tutkimuksen aihe on valittu sen ajankohtaisuuden vuoksi. Porvoon kaupunki on valittu tutkimuskohteeksi sen sijainnin, koon, historian ja rauhallisen tunnelman vuoksi. Kaupungilla on hyvät mahdollisuudet kehittää slow-matkailua.

Opinnäytetyön tavoitteena oli löytää keinoja, miten Porvoon matkailussa voitaisiin hyödyntää vieraanvaraisuutta ja yhteisöllisyyttä. Haastatteluiden avulla pyrittiin kartoittamaan, miten slow-trendi näkyy Porvoossa, sekä koetaanko sen hyödyntäminen tarpeellisenä. Haastatteluilla kerättiin eri toimialojen edustajien mielipiteitä ja ajatuksia yhteisöllisyydestä, yhteistyöstä ja vieraanvaraisuudesta, sekä slow-trendin vaikutuksesta. Tutkimuksen avulla pyritään löytämään keinoja, miten Porvoon voisi kehittyä slow-matkailukaupunkina.

Opinnäytetyö on laadullinen tutkimus. Tutkimuksen empiirinen osa koostuu teema-haastatteluista. Haastattelujen pohjalta laaditaan konkreettisia kehitys- ja toimenpide-ehdotuksia, joilla Porvoon voisi hyödyntää vieraanvaraisuutta ja yhteisöllisyyttä matkailussa. Slow-matkailuun kuuluu ajan kanssa matkakohteeseen tutustuminen ja pidempään viipyminen. Sen avulla matkailijoiden keskiviipymä kasvaisi ja täten alueelle saataisiin enemmän matkailutuloja ja työpaikkoja.

4.1 Tutkimusmenetelmä

Laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä käytetään useimmiten haastattelua (Tuomi & Sarajarvi 2009, 74). Laadullinen tutkimus on ymmärtävä. Tässä tutkimuksessa tärkeämpää on aineiston laatu kuin sen määrä. Tutkimusotos saattaa olla melko pieni, mutta tulokset pyritään analysoimaan perusteellisesti. Laadullisella tutkimuksella saadaan esille paremmin uusia näkemyksiä ja ideoita kuin

määrällisellä tutkimuksella ja tämän vuoksi se sopii tähän tutkimukseen paremmin. (Eskola & Suoranta 2001,18.)

Haastattelu on yksi suosituimmista tiedonhakumenetelmistä, mutta myös haasteellinen. Teemahaastattelu eli puolistrukturoitu haastattelu on avoin ja siinä pyritään löytämään tutkimuksen tarkoituksen ja ongelmanasettelun mukaisesti merkityksellistä tietoa. Etukäteen valitut teemat perustuvat tutkimuksen viitekehukseen eli siihen tietoon, mitä on jo tutkittu. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75.) Molemmat osapuolet vaikuttavat haastattelussa toisiinsa. Teemahaastattelussa aihealueet on valittu etukäteen. Kysymykset eivät kuitenkaan ole tarkkaan muotoiltuja ja kysymykset voidaan esittää eri järjestyksessä. Haastattelijan tehtävänä on varmistaa, että kaikki ennalta mietityt osa-alueet käydään läpi, mutta niiden laajuus voi vaihdella. (Eskola & Suoranta 2001, 85–86.)

4.2 Haastatteluiden toteutus

Tutkimuksessa selvitetään matkailu-, majoitus ja -kulttuurialan ammattilaisten näkemyksiä slow-matkailusta, vieraanvaraisuudesta sekä yhteisöllisyyden ja yhteistyön merkityksestä matkailussa, sekä koetaanko Slow-trendin hyödyntäminen tarpeelliseksi. Tutkimusta varten haastateltiin kymmentä henkilöä seitsemältä eri toimialalta. (Taulukko 1.) Haastateltavat henkilöt ovat tekemisissä, joko suoraan tai välillisesti, matkailijoiden sekä porvoolaisten kanssa. Nämä henkilöt valittiin, koska he edustavat jokainen hieman eri tahoja. Teemahaastattelun kysymykset valittiin siten, että niitä pystyttiin muokkamaan, haastattelurungon siitä kärsimättä. Haastattelukysymyksiä tarkennettiin myös muiden haastattelujen pohjalta, mikäli uusi kiinnostava asia tuli esille, joka haluttiin ottaa esille myös myöhemmissä haastatteluissa.

Haastattelut tehtiin vuoden 2012 helmi-maaliskuun aikana. Haastateltavia lähestyttiin sähköpostilla, jossa oli kerrottu lyhyesti tutkimuksen aihe, sekä pääteemat. Teemahaastatteluiden tukena käytettiin kysymyslomaketta (liite 1), johon oli määritelty kysymykset valmiiksi. Haastattelijan tehtävä oli katsoa, että kaikki haastattelun osa-alueet eli teemat käytiin läpi. Kysymysten järjestys ja muoto vaihtelivat. Lisäksi esitettiin tarkentavia ky-

symyksiä. Haastattelut suoritettiin kasvotusten Porvoossa. Tutkimusta varten haastateltiin henkilöitä Vanhan Porvoon Asukasyhdistyksestä, Porvoo Toursilta, Ravintola Wanhasta Laamannista, Hotelli Pariisin Villestä, Fredrikan Lähteeltä, Porvoon matkailutoimistosta sekä Kulttuuritalo Grandista. (Taulukko 1.)

Taulukko 1. Haastateltavat asiantuntijat

Haastateltava	Aihealue, jonka asiantuntijuutta haastateltava edustaa	Nimi, jolla esiintyy tekstissä
Vanhan Porvoon Asukasyhdistys ry	Asukasnäkökulma	Asukas
Porvoo Tours Oy	Matkailun kaupallinen näkökulma	Matkailualan edustaja
Ravintola Wanha Laamanni	Ravintola-alan näkökulma	Ravintolan edustaja 1 Ravintolan edustaja 2
Hotelli Pariisin Ville	Majoitusalan näkökulma	Majoitusliikkeen edustaja
Fredrikan Lähde	Ihmisen kokonaisvaltainen hyvinvointi	Hyvinvointialan edustaja 1 Hyvinvointialan edustaja 2
Porvoon Matkailutoimisto	Matkailun markkinointi	Matkailutoimen edustaja 1 Matkailutoimen edustaja 2
Kulttuuritalo Grand	Kulttuuri tarjonta	Kulttuurialan edustaja

Taulukossa 1 on esillä kaikki haastatteleman asiantuntijat. Työssäni en kerro haastateltavien henkilöllisyyksiä, vaan käytän heistä taulukon viimeisessä sarakkeessa näkyvää nimeä. Haastatteluihin osallistui yksi tai kaksi henkilöä riippuen toimialasta. Vanhan Porvoon Asukasyhdistyksen valitsin haastateltavaksi asukas näkökulman saamiseksi. Porvoo Toursin valitsin saadakseni kaupallista näkökulmaa, Ravintola Wanha Laamannin, Hotelli Pariisin Villen sekä Fredrikan lähteen valitsin, jotta saisin ravintola- ja majoitusalan näkemystä. Porvoon matkailutoimisto on kaikkia yhdistävä tekijä, joka toimii

myös markkinointi kanavana. Kulttuuritalo Grand edustaa palveluita, jotka ovat pääasiassa suunnattu paikallisille, mutta kulttuuritalo voisi toimia matkailijat ja paikalliset yhdistävänä tekijänä. Haastatteluita sopiessani huomasin, että slow on aiheena kiinnostava ja trendikäs, sillä vain yksi tavoittelemistani yrityksistä kieltäytyi haastattelusta. Kiinnostuneita osallistumaan haastatteluun olisi ollut enemmänkin, mutta haastateltavat ovat valittu siten, että he voivat vaikuttaa eniten slow-matkailuun. Jokainen haastattelu kesti noin 45–60 minuuttia.

Haastattelut olivat keskustelunomaisia. Aluksi tarkoitus oli keskustella vain vieraanvaraisuudesta ja yhteisöllisyydestä, mutta jo ensimmäisen haastattelun jälkeen lisäsin yhteistyön osaksi keskustelua, sillä haastateltavat puhuivat enemmän yhteistyöstä kuin yhteisöllisyydestä. Yhteistyön haasteista ja yhteisöllisyydestä puhuttaessa vastaukset olivat hieman harkitumpia. Kaikkien mielestä yhteistyö oli antoisaa ja tärkeää, mutta myös joitakin parannus ehdotuksia löytyi. Yhteisöllisyys olisi tullut avata haastateltaville ennen haastatteluja, sillä siitä puhuminen oli hieman vähäisempää. Slow oli lähes kaikille tuttu ja kaikki olivat kuulleet siitä aiemmin.

Haastattelurunko tehtiin teoreettista osaa käyttäen sekä haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin eli kirjoitettiin sana sanalta auki muistiharhojen välttämiseksi. Litteroitua tekstiä tuli noin 100 sivua. Tutkimuksen tekemisessä pyritään välttämään virheitä, mutta silti tutkimustulosten luotettavuus saattaa vaihdella. Siksi kaikkien tutkimusten kohdalla pyritään arvioimaan tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksen luotettavuus on riippuvainen aineiston laadusta. Tutkimuksen laadukkuutta voidaan parantaa myös sillä, että haastatteluiden tukena on hyvä haastattelurunko. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 184–185.) Tutkimuksen reliabeliudella tarkoitetaan, että samaan tutkimustulokseen päästään useammalla eri kertaa eli aineiston tulkinnassa ei ole ristiriitoja. Tutkimuksen validiteetti eli pätevyys tarkoittaa, että tutkimuksen teoreettinen sekä empiirinen osa tukevat toisiaan. (Eskola & Suoranta 2005, 213.) Mielestäni tutkimus on luotettava ja pätevä, koska edellä mainitut seikat täyttyvät.

4.3 Tutkimustulokset

Haastattelumateriaalin purkamisen apuna käytettiin teemoittelua eli jokaisen haastateltavan henkilön vastaukset kerättiin eri aiheiden, teemojen, alle. Teemat otettiin suoraan haastattelurungosta. Näihin tutkimustuloksiin on kerätty oleellimmat tulokset tutkimuksen kannalta sekä useimmin esiin tulleet asiat. Teemoittelun lisäksi haastattelumateriaalin purkamisen ja analysoimisen apuna käytettiin SWOT-analyysia (liite 2). Keskeisimpinä tuloksina selvisi, että yhteisöllisyyttä kaivataan ja sen lisäämiselle koetaan olevan tarvetta. Porvoota pidetään vieraanvaraisena kaupunkina, mutta parantamisenkin varaa on. Yhteistyö on toimivaa ja se koetaan tärkeänä, mutta se on vielä melko pienenmuotoista. Slow koetaan kiinnostavana sekä hyödyllisenä matkailun kannalta, mutta sitä ei ole juuri hyödynnetty markkinoinnissa

Vieraanvaraisuus ja oman kaupungin arvostaminen

Haastatteluissa ilmeni, että Porvoota pidetään varsin vieraanvaraisena kaupunkina, joka on yksi Cittaslow-kaupunkien arvostelu peruste. Vieraanvarainen kaupunki saa matkailijan tuntemaan olonsa tervetulleeksi. Porvoossa vieraanvaraisuus ilmenee siten, että porvoolaiset ovat lähteneet mukaan koti-illallisten järjestämiseen matkailijoille sekä taiteilijat päästävät tutustumaan koteihinsa. Vanhan Porvoon Asukasyhdistys järjestää kerran vuodessa Avoimet Portit -pihatapahtuman, jolloin vierailijat pääsevät tutustumaan paikalliseen elämäntapaan ja asumismuotoon. Yhdistyksessä mietitään, että myös osa asukkaista saattaisi haluta liittyä mukaan Porvoo Toursin järjestämiin kotivierailuihin ja -illallisiin. Suurimman osan porvoolaisista koetaan suhtautuvan avoimesti matkailijoihin ja opastavan heitä mielellään. Osa heistä saattaisi haluta myös majoittaa matkailijoita kotiinsa, mikäli vain koti olisi tarpeeksi tilava.

Yrittäjien puolelta vieraanvaraisuus näkyy siten, että halutaan tehdä yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa, kehittää matkailua ja ottaa matkailijan toiveet huomioon. Parantamisen varaa toki myös löytyy esimerkiksi suomalaisessa palvelukulttuurissa ja oppia voisi ottaa ulkomailta.

”Se koko ajattelutapa turismia kohtaan yrittäjien, tai palvelualalla olevien ihmisten keskuudessa muuttuis, et se ei olis sellainen et kyl tänne aina joku tulee ja asiakkaita riittää, ihan sama mitä niille syötetään.” (Majoitusliikkeen edustaja.)

Haastateltavien mukaan, joillakin Porvoon yrittäjillä on asenne, että tulijoita aina riittää erityisesti Vanhaan Porvooseen, eikä matkailijoita siksi kunnioiteta tarpeeksi. Porvoo on kuitenkin valittu Suomen parhaaksi matkailukaupungiksi ja he kokivat, että suurin osa porvoolaisista on asennoitunut siihen, että matkailu on merkittävä elinkeino ja se pitää alueen elinvoimaisena.

Myös monet matkailijat, jotka tulevat Porvooseen, tulevat juuri vieraanvaraisuuden ja tunnelman vuoksi. Talvikautena matkailijat ovat pääasiassa business matkailijoita, jotka haluavat yöpyä paikassa, jossa on kodinomainen tuntu ja on joku, jonka kanssa vaihtaa muutaman sanan. Vieraanvaraisuutta voidaan lisätä siten, että matkailija kokee olevansa enemmän odotettu vieras kuin turisti.

Yksi vieraanvaraisuuden ja yhteisöllisyyden ilmenemismuoto on oman kaupungin arvostus. Haastatteluissa ilmeni, että eniten Porvoota arvostavat muualta muuttaneet. Syntyperäiset asukkaat eivät arvosta Porvoota matkailukaupunkina, ja se voi välittyä matkailijoille negatiivisesti.

”Ikävä kyllä täytyy myös sanoa et paikalliset erityisesti, tää ei nyt päde kaikkiin, mut siellä on paljon tällaisia jotka eivät näe sitä potentiaalia ja sitä arvostusta. Sit taas meille hirveen hyvin kun mennään tonne ulospäin niin tulee hyvin palautetta.” (Matkailutoimen edustaja 2.)

Porvoolaisuudesta ollaan ylpeitä ja paikallisia taiteilijoita ja historian henkilöitä tuodaan paljon esille. Myös iän myötä Porvoon arvostuksen koettiin kasvavan. Vanha kaupunki on monelle porvoolaiselle tärkeä, mutta sen ja koko kaupungin arvostuksen kasvami- seen olisi vielä varaa.

”Porvoolaiset ei ne koe Vanhaa Porvoota, enemmän ulkopaikkakuntalaiset on iloissaan. Huomaa tästä yhdistystoiminnasta, ne jotka just muuttaa niin ne ymmärtää tulla mukaan, mut muille tää on liian lähellä, ei ne nää tai arvosta tätä.” (Asukas.)

Kaupungin toivottaisiin suojelevan ja arvostavan enemmän vanhaa kaupunkia. Visuaalinen ilme koettiin tärkeänä vieraanvaraisuuden ja viihtyvyyden kannalta ja se tuli esille useasti haastatteluissa. Kaupungin puutarhuria arvostetaan sekä joen varren kukkaistutuksia. Porvoonjoen länsipuolta on kehitetty, jotta matkailijoille olisi enemmän tarjottavaa. Uusi taidetehtas sijaitsee Porvoonjoen länsipuolella ja keskusta itäpuolella. Empirepuolen ja vanhan kaupungin väliin jäävä vilkasliikenteinen tie sekä ympäristöön ”ei kovin kauniisti” istuva Citymarketin rakennus koettiin ongelmallisena matkailijoiden laajemmalle alueelle levittäytymisen suhteen.

Kaupungin vieraanvaraisuudesta kertovat kaupungin julkiset puitteet kuten opasteet, kyltit, parkkipaikat, sekä julkiset wc-tilat. Osa haastateltavista koki, että Porvoossa on hyvin merkityt opasteet ja kävelyreitit. Parkkipaikkojen vähyys koettiin hankalaksi etenkin kesäaikaan ja liikenne on häiritsevän vilkasta. Parkkipaikkojen lisääminen keskusta-alueen ulkopuolelle voisi vähentää autoilijoiden määrää esimerkiksi vanhassa kaupungissa. Myös yleisö wc-tiloja kaivattaisiin enemmän. Slow-matkailussa oleellista on tutustua matkailukohteeseen joko kävellen tai polkupyörällä. Suurin osa haastateltavista koki, että Porvoossa on erinomaiset mahdollisuudet tutustua alueeseen kävellen ja eri paikkojen löytäminen on helppoa. Osa haastateltavista toivoi enemmän ohjattuja kävelyreittejä ja enemmän opasteita myös empirepuolelle. Pyöräilymahdollisuuksiin kaivattiin parannusta esimerkiksi pyörävuokrauksen muodossa. Vanhan kaupungin mukulakivet eivät välttämättä sovellu parhaiten pyöräilyyn, mutta muuta Porvoota pääsisi näkemään helpommin pyöräillen. Porvoosta löytyy opastettuja pidempiäkin pyöräilyreittejä saaristoon ja kartanoihin, mutta pyörätiet eivät sovellu perheille, eivätkä kokemattomille pyöräilijöille. Kartanot ja saaristo eivät ole myöskään helposti tavoitettavissa, muuten kuin omalla autolla, mikä on slow-matkailun kannalta harmillista.

Osa haastateltavista oli sitä mieltä, että Porvoossa on erittäin hyvät majoitusmahdollisuudet. Osa heistä taas toivoi alueelle enemmän vaihtoehtoisia ympärivuotisia majoitusvaihtoehtoja ja erityisesti yksilöllisille B&B eli Bed and Breakfast tyyppisille majoitusvaihtoehdoille nähtiin tarvetta. Vaikka Porvooseen suuntautuvat matkailu on pääsääntöisesti päivämatkailua ja talviaikaan lähinnä business-matkailua, riittäisi silti asiakkaita useammallekin yrittäjälle. Slow-matkailussa pyritään alueella viipymään pidempään ja siksi majoitusvaihtoehtoja tulisi olla monipuolisesti. Lisäksi haastatteluissa tuli ilmi, että ohjelmaa kaivattaisiin enemmän museoiden ja kauppojen sulkeuduttua, jotta matkailijat viipyisivät pidempään.

Yhteisöllisyys ja yhteistyö

Yhteisöllisyyden lisäämiselle koettiin olevan tarvetta. Yhteisöllisyyttä Cittaslow-kaupungeissa tuodaan esille tapahtumien, vapaaehtoistyön sekä yhdistystoiminnan kautta. Myös yhteisten koulutusten järjestämistä matkailijoiden parissa työskenteleville tahoille ja toimijoille suositaan. Lisäksi yhteisöllisyyteen kuuluu lähituotteiden suosiminen ja paikallisten toimijoiden tukeminen. Yhteisöllisyys ja yhteistyö kulkevat mielestäni käsi kädessä, sillä ilman yhteistyötä esimerkiksi tapahtumien järjestäminen on liki mahdotonta. Jo ensimmäisessä haastattelussa keskustelu siirtyi väistämättä yhteistyöhön. Myös verkostoituminen on osa yhteisöllisyyttä, jonka tueksi puolestaan tarvitaan luottamusta.

Haastatteluissa kävi ilmi, että ihmisiä kiinnostaa yhteisöllisyys, sitä kaivataan ja sitä tulisi kehittää. Yhteisöllisyydestä kertoo Vanhan Porvoon Asukasyhdistyksen järjestämä pihakirppistapahtuma, jonka suosio on kasvanut vuosittain. Muitakin asukasyhdistyksiä kaivattaisiin mukaan esimerkiksi Pappilanmäeltä ja empirekaupunginosan puolelta. Yhteisöllisyyttä varten porvoolaiset pitäisi saada innostumaan yhdistystoiminnasta.

”Yhteisöllisyyttä voitaisiin parantaa näyttämällä asukkaille positiivisemmassa valossa asiat” (Matkailutoimen edustaja 1).

Asukkaita voisi houkutella yhdistystoimintaan erilaisten kiinnostavien yhteisten aktiviteettien ja tapahtumien kautta.

Myös yrittäjät kaipaavat enemmän yhteishenkeä ja yhteisöllisyyden tuntua. Yrittäjien välillä yhteisöllisyyttä heikentää kilpailu ja yhteisten päämäärien puuttuminen. Yhteistyön haasteet löytyvät ihmisten eri näkemyksistä. Yhteistyön kannalta olisi tärkeää omata samat tavoitteet ja päämäärät.

”Yritettäis puhaltaa yhteen hiileen, et kaikilla olis sama, et se et jos sulla menee hyvin niin se ei o multa pois, tai tää ajattelu et se on kaikkien hyväks, jos täällä jotain tehdään. Et se ei o keneltäkään pois, vaan päinvastoin se tuo asiakkaita ehkä toiselle yrittäjälle. Että ei aina kato sitä omaa napaa, et ehkä sellaista kaivattais enemmänkin täällä.” (Matkailutoimen edustaja 1.)

Yrittäjillä ei ole myöskään resursseja osallistua useaan toimintaan oman yrityksen pyörittämisen ohella. Porvoossa yrittäjillä on paljon kontakteja, mutta kaikilla ei ole välttämättä yhteistyötä. Monet yrittäjät ovat aktiivisia osallistumaan matkailun kehittämiseen, erilaisiin verkostoihin sekä hankkeisiin. Porvoossa yhteistyö on laajaa sekä kaupungin sisällä, että lähikuntien ja -kaupunkien kanssa. Yhteistyötä tehdään kunnan, koulujen, opistoiden, kulttuuri- ja matkailutoimen sekä punaisen ristin kanssa.

Vanhan Porvoon Kauppiasyhdistys sekä Vanhan Porvoon Asukasyhdistys tekevät jonkin verran yhteistyötä, koska ovat molemmat toimineet pitkään, mutta myös muita asukasyhdistyksiä kaivattaisiin toimintaan mukaan. Tällä hetkellä asukkaita edustaa joka taholla lähinnä Vanhan Porvoon Asukasyhdistys. Porvoon muut toimijat ovat kokeneet yhteistyön ennen hyvin haastavana asukasyhdistyksen kanssa, mutta yhteistyö on parantunut uuden puheenjohtajan myötä. Vanhan Porvoon Asukasyhdistys näkee, että asukkaita voisi ottaa enemmänkin mukaan suunnittelemaan, toteuttamaan ja osallistumaan tapahtumiin. Osalla yrittäjistä olikin kiinnostusta ottaa asukkaita enemmän mukaan, mutta yrittäjät eivät näe niinkään asukkaita matkailun kehittämisen ja matkailupalveluiden tuottamisen kannalta oleellisena resurssina. Tällä hetkellä asukkaiden huomioiminen matkailussa ja tapahtumien järjestämisessä on lähinnä mielipiteen kysymistä

silloin tällöin. Yrittäjien mielestä asukkaat otetaan jokseenkin huomioon tapahtumia suunniteltaessa. Asukasyhdistys tekisi mielellään yhteistyötä, jolloin se voisi tarjota apua esimerkiksi tapahtumien suunnitteluun ja toteutukseen ja heille tarjottaisiin avustusta tiedottamisessa. Tiedottamisessa olisi jonkin verran parantamisen varaa, sillä välillä eri tahot unohtavat ilmoittaa järjestettävistä tapahtumista.

Yhteisöllisyydessä luottamus on avainasemassa ja sitä tarvitaan muun muassa verkostojen muodostamiseen. Myös yhteistyöhön tarvitaan luottamusta. Luottamus syntyy hitaasti ajan kanssa. Yhteistyö koetaan sitä helpommaksi, mitä pidempään yhteistyö on jatkunut, ja mitä tutumpia henkilöt ovat. Yhteistyön ja yrittäjyyden kannalta on etua, mikäli itsellä on useita kontakteja ja tuntee eri henkilöitä. Yhteistyö katsotaan mielekkääksi ja se toimii hyvin maanläheisellä tasolla. Yhteistyössä haastavinta on sen aloittaminen ja se vaatii pitkäjänteisyyttä. Yhteistyö koettiin helppona, sitten kun on päästy puhekontaktiin.

”Yhteistyö on helppoa sit ku pääsee keskusteleen, aloittaminen hankalinta. Jotkut tuottajat tavallaan säikähtää, ei ota tosissaan et me oikeasti haluttais näin ja näin paljon tätä ja tätä.” (Ravintolan edustaja 1.)

”Yhteistyöstä ihmiset saa usein kiinnostumaan, jos on itse aidosti läsnä ja houkuttelee samanhenkisiä mukaan.” (Kulttuurialan edustaja.)

Yhteistyötä tehdään mielellään sellaisten tahojen kanssa, jotka omaavat saman arvo maailman.

”Mielellään tehdään, hyvin paljon just koulut, ja sellaiset tahot jotka jakaa samat mielenkiinnon kohteet, kyl me aina yritetään olla yhteistyössä, koska se auttaa kaikkia osapuolia, ja sit saadaan myös näitä meille tärkeitä asioita eteenpäin. Sen takia se on myös tärkeää.” (Hyvinvointialan edustaja 1.)

Yhteistyö koetaan välttämättömänä, koska Porvoo on pieni kaupunki. Porvoon matkailutoimistoa pidetään eri tahot yhdistävänä lenkinä ja sen toivotaankin kuuntelevan yrittäjiä ja heidän ideoitaan enemmän. Eri toimialojen tulisi olla myös samalla viivalla, mutta se koetaan haastavana.

Porvoossa toimii Verkostojen Verkosto, joka omalta osaltaan haluaa kehittää Porvoon matkailua. Se on eri toimialojen edustajista koostuva verkosto, joka järjestää tapahtumia Porvoossa. Haastateltavista yrityksistä kaksi kuuluu tähän verkostoon. Syksyksi 2012 Verkostojen Verkosto järjestää täällä hetkellä Moon River -taiteiden yö tapahtumaa. Tapahtumassa pyritään tekemään paljon yhteistyötä myös lähiruokayrittäjien kanssa.

Lähiruoan hyödyntäminen on tärkeä osa yhteisöllisyyttä. Ravintola Wanha Laamanni, Fredrikan Lähde sekä Hotelli Pariisin Ville pyrkivät kaikki käyttämään luomu- ja lähituotteita mahdollisimman paljon. Ravintola Wanha Laamanni jopa hyödynsi syksyllä 2011 porvoolaisten sienestäjien keräämää satoa ravintolatoiminnassaan. Myös lähituottajien kanssa luottamus on tärkeää, sillä tuottajien pitäisi pystyä tuottamaan juuri sen verran satoa, kuin on kysyntää. Fredrikan Lähteellä luomu- ja lähiruokaa tarjoillaan lounasaikaan, jolloin useat työssäkäyvät tulevat nauttimaan ja rauhoittumaan kiireettömästä ja rauhallisesta tunnelmasta. Hotelli Pariisin Ville tarjoilee luomu- ja lähiruoka aamiaisen, josta voivat nauttia muutkin kuin hotellin asukkaat. Lisäksi heillä on olohuonomainen Villen Viinibaari, josta saa lähellä tuotettuja biodynaamisesti valmistettuja viinejä. Kaikille avoinna olevan aamiaisen ja viinibaarin kautta otetaan huomioon myös asukkaat ja voidaan heidät tuoda lähemmäksi matkailijoita.

Slow-trendi

Kaikkien haastateltavien mielestä slow'n hyödyntäminen Porvoon matkailussa olisi tarpeellista. Porvoota voitaisiin markkinoida esimerkiksi hyvänolonkeskuksena ja idyllisenä pikkukaupunkina, johon voi tulla rauhoittumaan ja karkuun suurien kaupunkien hektistä elämää. Slow'ta ei ole Porvoossa juurikaan tuotteistettu tai hyödynnetty markkinoinnissa. Matkailijat eivät ole vielä olleet tarpeeksi kiinnostuneita. Slow'ta voisikin

markkinoida enemmän kotimaanmatkailijoille sekä venäläisille matkailijoille. Slow on tällä hetkellä hyvin trendikäs sana, jota käytetään lähes jokaisessa asiayhteydessä.

”No tää sana slow on vähän vaikea. Sillä nyt kaikki on slow. On slow ruokaa, joogaa ja nyt matkailua. et mitä mielikuvia se sitten tuo. Et se on vähän hankala mun mielestä sanana, et se pitäis hyvin avata. Mitä se sitten tarkoittaa käytännössä.” (Hyvinvointialan edustaja 2.)

Jotta slow-ajattelua voitaisiin hyödyntää matkailussa, tulisi se avata sanana hyvin ja liittää tiettyyn konseptiin. Eri ihmisille slow voi tarkoittaa eri asioita ja se voi olla erilaista riippuen mihin sen liittyy.

Itä-Uudenmaan lähiruokayhdistys puhuttaa niin asukkaita kuin yrittäjiäkin. Ravintola Wanha Laamanni on jo pitkään suosinut luomu- ja lähituotteita ja he ovat olleet slow-trendin edelläkävijöitä. Heidän asiakkaansa tulevat rauhassa ja nautinto on heille pääasia. Ravintolassa on otettu huomioon kestävä kehitys ja on pyritty säilyttämään niin paljon vanhaa kuin on mahdollista, jopa resepteissä. Slow Food -ajatusmaailman hyödyntäminen koetaan ajankohtaisena ja tarpeellisena.

”No Slow Food pitää sisällään niin monia eriasioita. Siellä on elementtejä jotka ovat hyvin tärkeitä monille asiakkaille ja vaikei olis tärkeitä niin saattaa muodostua tärkeiksi sitä kautta kun tuomme ne esille. Niin ku meidän raaka-aine valinnat lähituottajilta saatetaan tiedoksi ruokalistalla. ja se puhuttelee ihmisiä ihan selkeesti. Se näkyy joka päivä.” (Ravintolan edustaja 2.)

Hotelli Pariisin Villessä ei ole mietitty itse slow-trendiä, mutta heidän konseptissaan on hyvin paljon slow'n kanssa yhtäläisyyttä. Slow-aatteet näkyvät heillä raaka-ainevalinnoissa, vanhan kunnioittamisena ja säilyttämisenä, rauhallisen ja rentouttavan ilmapiirin ja tunnelman luomisena sekä henkilökohtaisena ja yksilöllisenä palveluna.

Hyvän olon talo Fredrika haluaa tuoda esille heille tärkeitä arvoja, jotka ovat ekologisuus, eettisyys, esteettisyys ja kokonaisvaltainen ihmisen hyvinvointi. Monet Fredrikan Lähteen asiakkaista tulevat juuri näiden arvojen vuoksi. Myös rauhoittuminen ja hiljai-

suus saavat ihmiset asioimaan heillä. Fredrikan erikoisuus on sen kodinomaisen tunnelman lisäksi hiljaisuus eli heillä ei ole taustamusiikkia.

Vanhan Porvoon Asukasyhdistyksen toiminnassa, slow näkyy vanhojen rakennuksien sekä kasvillisuuden arvostamisessa. Vanhasta Porvoosta löytyy hyvin vanhaa kasvillisuutta, jota voitaisiin hyödyntää enemmänkin matkailussa. Tapahtumia suunniteltaessa miljöö ja kasvillisuus otetaan huomioon.

Porvoo Toursin palveluntarjonnassa on yhtäläisyyttä slow'n kanssa. Heillä on tarjolla koti- ja taiteilijavierailuita, joissa pääsee tutustumaan paikallisiin asukkaisiin. Nämä palvelut ovat lähinnä ulkomaalaisille ryhmämatkailijoille. Lisäksi heillä on ollut tarjolla hiljaisuuteen liittyviä paketteja, mutta niiden suosio ei ole ollut merkittävä. Porvoo Toursilla haluttaisiin tarjota ja myydä enemmän matkailupaketteja, jotka tukisivat slow-matkailua, mutta niiden kysyntä on vielä vähäistä. Suurimmalla osalla asiakkaista on kiire ja he haluavat nähdä mahdollisimman paljon lyhyessä ajassa. Monet Porvoo Toursin asiakaista ovat liikematkailijoita, joille voitaisiin tarjota yksilöllisempiä kokoustiloja ja kartanomajoitusta. Heille voisi enemmänkin tarjota slow'n piirteitä sisältäviä vaihtoehtoja.

Kulttuuritalo Grandissa slow'ta ei ole tarkoituksella hyödynnetty, eikä sitä ole mietitty markkinointikeinona, mutta sitä oltaisiin valmiita miettimään.

"No taide on aika slow. Se on niin slow itsessään." (Kulttuurialan edustaja.)

Grandissa järjestettävät näyttelyt ja tapahtumat ovat pääsääntöisesti suunnattu paikallisille, mutta myös matkailijoille. Matkailijoiden vierailua vähentää se, että Kulttuuritalo Grand on suljettuna heinäkuussa, yhtenä vilkkaimpana turistikuukautena. Grandissa slow näkyy siten, että he suosivat paljon porvoolaisia sekä lähialueiden taiteilijoita. He voisivat nähdä kulttuuritalon paikkana, johon voi tulla rauhoittumaan.

Matkailijat tulevat usein Porvooseen kiireisestä Helsingistä tai Pietarista. Porvooseen tullaan nauttimaan rauhallisuudesta ja pikkukaupungin idyllisestä tunnelmasta. Porvoossa voi hengittää vapaasti ja varsinkin talvikuukausina on hyvin hiljaista. Kesäkuukausina on vilkasta, mutta silloin voi rauhoittua joen ääressä, istahtaa alas ja vain olla. Porvoon matkailijoita kiinnostaa eniten historia ja kulttuuri, eikä niinkään porvooolaisiin tai heidän elämäntapaansa tutustuminen. Ulkomaalaisia matkailijoita kiinnostaa suomalaisuus yleensä sekä paikalliset herkut, mutta ei niinkään lähituotteet.

SWOT-analyysi

Tähän on kerätty SWOT-analyysin avulla asioita, jotka tukevat slow-matkailua Porvoossa eli vahvuudet (Strengths). Lisäksi käsitellään, missä asioissa olisi kehitettävää eli heikkoudet (Weaknesses) ja mahdollisuudet (Opportunities) ja mitkä ovat uhat (Threats). Seuraavat asiat ovat tulleet esille haastateltavien henkilöiden vastauksien yhteydessä.

Haastateltavilta kysyttiin mitkä ovat heidän mielestään Porvoon valttikortteja eli vahvuuksia ja mitkä asiat jo tukevat slow-matkailua. He kaikki mainitsivat Vanhan Porvoon tärkeimmäksi valttikortiksi. Siellä yhdistyvät miljöö, historia ja kulttuuri, jotka ovat listattu myös vahvuuksiksi. Luonto, luomu- ja lähituotteet sekä rauhallisuus tulivat useaan otteeseen esille. Myös Porvoon sijainti Helsingin läheisyydessä koettiin vahvuutena. Ympärivuotisuus koettiin myös vahvuudeksi, sillä tarjonta ja palvelut eivät keskity vain kesäkuukausille. Kaikki vastanneet sanoivat myös yhteistyön olevan tärkeää ja toimivaa.

Porvoon ehkä tunnetuin nähtävyys on vanha kaupunki ja siellä sijaitsevat punaiset ranta-aitat. Monet Porvooseen saapuvat matkailijat ovat päiväkävijöitä, jotka tulevat vanhan kaupungin vuoksi. Sen tiheään asutetut talot ja se, että ”voi aistia vanhan” (Majoitusliikkeen edustaja), houkuttelevat ihmisiä. Vanhan kaupungin lisäksi historiaa ja kulttuuria löytyy myös Linnamäeltä ja Empirekaupunginosasta. Kulttuuri tulee vahvimmin esiin kotimuseoiden ja perinteisten juhlien, kuten Runebergin päivä, muodossa. Porvoossa pidetäänkin kiinni vahvoista ja vanhoista perinteistä. Matkailijoilla on myös

mahdollisuus tutustua porvoolaisiin taiteilijoihin sekä ihmisten koteihin ja nauttimaan illallista tai kahvihetkestä. Tämä palvelu kuitenkin houkuttaa lähinnä ulkomaalaisia pieniä ryhmiä. Porvoossa on runsaasti kulttuuria tarjolla ja näyttäisi siltä ”että ihmiset tarvitsee sitä” (Kulttuurin edustaja). Kielet ovat iso osa kulttuuria ja Porvoo on kaksikielinen kaupunki, jossa ruotsin kieli on luonnollinen osa kaupungin elämää. Sitä pidetään vahvuutena, mutta ei koeta oleelliseksi tekijäksi matkailukohteen valinnassa.

Luonto on yksi tärkeimmistä vahvuuksista. Porvoossa yhdistyy ”urbaani ja luonto” (Matkailutoimen edustaja 2), sekä joen läheisyys koetaan rauhoittavana. Joen läheisyyden lisäksi saaristo kohteet, pienet kalastajakylät ja meri koettiin vahvuutena. Saaristossa yhdistyy luonto ja kulttuuri saaristolaistarinoiden muodossa. Saaristossa matkailijoilla on mahdollisuus päästä tutustumaan saaristolaiselämään lähemminkin. Luontokohteita ja kartanoita löytyy lähietäisyydeltä. Kartanot ovatkin yksi tärkeä osa Porvoon miljööttä.

Lähiruoka kiinnostaa ihmisiä ja siitä puhutaan. Porvoossa on paljon suoramyyntitiloja, monet ravintolat käyttävät lähituottajien tuotteita, sekä pyrkivät suosimaan luomua. Porvoon yrittäjät haluavat suosia lähituotteita, koska ovat itsekin pienyrittäjiä. Lisäksi koetaan, että ne ovat laadukkaita. Porvoolaisia yrittäjiä on mukana Itä-Uudenmaan Slow Food -yhdistyksessä Slow Food Östnylandissa, joka on perustettu alkusyksyllä 2011. Yhdistyksen tarkoituksena on tuoda Slow Food -ideologiaa esille erilaisten tapahtumien ja aktiviteettien muodossa. Yhdistys vieraillee pientiloilla, kongresseilla ja kaupunkifestivaaleilla, järjestää rauhallisia illallisia sekä maistatuksia ja auttaa markkinoimaan lähiruokamarkkinoita. (Slow Food b.)

Kysyttäessä sijainnista ja saavutettavuudesta, kaikki olivat sitä mieltä että se on erinomainen. Porvooseen on toimiva julkinen liikenne, kesällä pääsee omalla veneellä tai laivalla tai museojunalla, vaikka varsinaista rautatietä ei ole. Sijainti koettiin hyvänä. Porvoon keskustassa on helppo kulkea kävellen ja lyhyiden etäisyyksien ansioista lyhyessä ajassa ehtii nähdä jo paljon. Porvoo erottuu muista lähikaupungeistaan Loviisasta ja Sipoosta saavutettavuuden ja ympärivuotisuuden vuoksi. Kaupungissa on toimintaa ympäri vuoden, vaikka matkailusesonki sijoittuu joulun aikaan ja kesään. Palveluista,

yksilölliset kaupat, putiikit, ravintolat ja kahvilat, koettiin vahvuutena. Osa vastanneista oli sitä mieltä, että majoitustarjontaan on hyvin ja se on monipuolista.

Jokainen vastaaja oli sitä mieltä, että yhteistyö on toimivaa ja hyvää, mutta myös parantamisen varaa on aina. Haastateltavat eivät tarkentaneet, miten toimiva yhteistyö ilmenee. Porvoo on pieni kaupunki, joten myös yhteistyö on sen vuoksi tärkeää. Kauppiasyhdistys sekä asukasyhdistys tekevät yhteistyötä ja ovat liittäneet voimansa yhteen saadakseen äänensä paremmin kuuluviin. Kaupungin johdon koetaan arvostavan vanhaa kauppiashenkeä. Vanhassa Porvoossa asukkaiden ja liiketoiminnan koetaan tukevan toisiaan. Porvoossa järjestetään paljon tapahtumia varsinkin joulun aikaan, jolloin esimerkiksi vuonna 2011 oli yli 80 erilaista tapahtumaa. Tapahtumien järjestäminen vaatii verkostoitumista sekä yhteistyötä. Tapahtumien koetaan olevan erittäin tärkeässä osassa matkailun kannalta.

Vaikka ympärivuotisuus on Porvoon vahvuus, haasteellisiksi matkailun kannalta koetaan talvikuukaudet.

”Ilmat on mitä on. pakkaset, on pimeätä, kylmää. Ihmiset on tammikuussa paljon enemmän liikkeellä, helmikuussa ihmiset vetää vähän niinku talviunta. Tammikuussa tehdään kaikki tärkeimmät päätökset esim. tähän ravintolaan. Täällä Vanhan Porvoon alueella ei es kävele kukaan, kun taas parempina vuodenaikoina kävijämäärät on ihan hirveitä. Heti kun maaliskuussa alkaa aurinko paistamaan niin ihmisiä liikkuu ihan toisella tavalla. Tää sydän talvi on ihan samanlainen kun loka-marraskuun vaihde. Sillon on vielä pimeätä ja märkää. Vuodenajat syö.”

(Ravintolan edustaja 2.)

Matkailijoiden viipymisen pidentämisen ja ympärivuotisuuden lisäämiseksi onkin jo kokeiltu paljon eri keinoja. Porvooseen kaivattaisiin enemmän ohjelmaa kauppojen sulkeuduttua ja järjestettävistä tapahtumista tulisi tiedottaa paremmin.

”Täytyy sanoa, et joskus vähän pitää muistuttaa niitä et hei me ollaan täällä, et muistakaa nyt ilmoittaa meillekin jos te järjestätte jotain, et vaikka me ollaan oltu näinkin lähelläkin, niin aina täytyy vähän muistuttaa et ilmoittakaa meille.” (Matkailutoimen edustaja 1.)

Yhteisöllisyyden syntymistä ja matkailun kehittämistä estävät myös yhteisten tavoitteiden puuttuminen. Vaikka ideoita olisikin, niin niiden toteuttamiseen tarvitaan usein yhteistyötä ja verkostoitumista.

”Nyt kauppiaasyhdistys suunnittelee helmikuun tempausta et siihenkin on tulossa jotain. eli jotain tulee kuitenkin tapahtumaan helmikuussa. Mut se on vaan sit se yks päivä eli valitettavasti tää on tätä. Kauppiaasyhdistys ja asukasyhdistys suunnittelee aina omia keskenään ovat kaksi aivan erillään toimivaa yhdistystä.” (Ravintolan edustaja 2.)

Porvoon sijainti on erinomainen, mutta Helsingin läheisyys vaikuttaa negatiivisesti yöpyjien määrään. Monet matkailijat tekevät päivämatkan Porvooseen ja palaavat yöpymään Helsinkiin. Talvikuukausina taas monet matkailijat suuntaavat Lappiin laskettelu-keskuksiin. Porvoon lähellä sijaitsee paljon myös samankaltaisia pieniä kuntia, joista Porvoon tulisi erottua. Nämä haasteet Porvoolla on hyvät mahdollisuudet kääntää vahvuuksikseen.

5 Pohdinta

Tässä työssä tutkittiin, miten slow-ajattelua voitaisiin huomioida matkailun kehittämässä ja tavoitteena oli löytää keinoja, miten vieraanvaraisuutta ja yhteisöllisyyttä voitaisiin hyödyntää Porvoon matkailussa. Tutkimusaihe valittiin oman kiinnostuksen kautta. Aihevalinta esiteltiin eri opinnäytetyöohjaajille sekä koordinaattoreille ja he pitivät sitä ajankohtaisena sekä kiinnostavana aiheena. Tutkimusprosessin aikana huomattiin tiedon lisääntyvän jatkuvasti ja varsinkin mediassa slow oli vahvasti esillä. Myös uusia opinnäytetöitä julkaistiin aiheesta kevään 2012 aikana. Aihe selkeästi kiinnostaa ja puhuttaa. Slow ei ole vain pienen ihmisryhmän tavoittelua leppoisampaan elämään, vaan kiinnostaa niin tutkijoita, yrittäjiä kuin tavallisia ihmisiä. Omasta terveydestä ja hyvinvoinnista ollaan entistä kiinnostuneempia ja slow voi edesauttaa tätä elämäntapamuutosta.

Haastatteluja varten tehtiin taustatutkimusta, kuinka vieraanvaraisuus ja yhteisöllisyys näkyvät matkailijalle Internet-sivujen kautta. Tutkimuskohteeksi valittiin Euroopan Cittaslow-kaupungit, jotka sijaitsevat alle 70 kilometrin päässä suuremmasta matkailukaupungista, kuten Porvoo Helsingistä. Vertailuun otettiin mukaan myös Suomen ainoa Cittaslow-kaupunki, Kristiinankaupunki. Löydettyjä vieraanvaraisuuden ja yhteisöllisyyden merkkejä verrattiin Porvoon vastaavanlaiseen tarjontaan ja Porvoosta löytyy melko paljon yhtäläisyyksiä Cittaslow-kaupunkien kanssa. Parannettavaakin oli, esimerkiksi Internet-sivujen kielivalikoimaa voisi monipuolistaa, kuten Kristiinankaupungissa on tehty. Yllättävää oli, ettei Porvoon Internet-sivuja ole käännetty venäjäksi, vaikka iso osa matkailijoista tulee Venäjältä. Matkailun edistämiskeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan suomalaiset koetaan kielitaitoisina, vieraanvaraisina sekä kohteliaina ja ystävällisinä (MEK 2008, 33–34). Tätä käsitystä suomalaisista tulisi hyödyntää myös matkailussa.

Slow-ajattelu ei ole helppoa, vaikka se siltä välillä kuulostaakin. Hidastamista voi tehdä yksinkertaisilla asioilla, mutta se on yllättävän vaikeaa. Harva meistä osaa olla toimetomana ilman aikataulua ja nauttia vain yhdessäolosta ja rauhallisuudesta. Monet slow-

ajatteluun liittyvät asiat ovat olleet tiedossamme ja läsnä aina. Se vaatii kuitenkin mukavuusalueelta poistumista sekä halua ja kiinnostusta. Usein slow nähdään menneisyyden ihannointina, mutta esimerkiksi Cittaslow-kaupungit pyrkivät kehittämään koko ajan. Slow-ajattelu auttaa meitä kehittämään uutta, kun annamme aikaa ideoinnille ja luovuudelle. Slow on tasapainon löytämistä, eikä vain tiettyjen arvojen ja ohjeiden noudattamista. Jokainen hidastaa tahtia itselle sopivalla tavalla, oli se sitten arjessa, työssä tai vapaa-ajalla. Eräs haastateltavista totesi hyvin, että ihminen ei ole tullut nopeammaksi, vaikka kiire lisääntyy.

Haastateltavien vastauksissa oli melko paljon yhdenmukaisuuksia. Kaikkien mielestä slow'n hyödyntäminen olisi tarpeellista ja sitä haluttaisiin tarjota matkailijoille. Kukaan heistä ei sanonut kuitenkaan, että olisi suoraan miettinyt slow'n hyödyntämistä toimialallaan tai markkinoinnissa. Slow-trendi näkyi yrityksissä lähinnä luomu- ja lähiruoan hyödyntämisellä, mikä oli odotettavissakin. Koska slow on kiinnostava, ajankohtainen ja keskustelua herättävä aihe, tulisi sitä markkinoida enemmän asiakkaille. Asiakkaiden tietoisuus on lisääntynyt ja he osaavat vaatia enemmän, mutta kysyntää voitaisiin kasvattaa myös tarjonnan lisäämisellä. Ravintolan edustaja kommentoi slow-trendin näkymistä seuraavasti:

"Slow Food pitää sisällään niin monia eriasioita. Siellä on elementtejä jotka ovat hyvin tärkeitä monille asiakkaille. Ja vaikei olis tärkeitä, niin saattaa muodostua tärkeiksi sitä kautta kun tuomme ne esille, niin ku meidän raaka-aine valinnat lähituottajilta saatetaan tiedoksi ruokalistalla. Ja se puhuttelee ihmisiä ihan selkeesti. Se näkyy joka päivä." (Ravintolan edustaja 2.)

Luonto ja saaristo sanottiin Porvoon vahvuudeksi, mutta silti niiden saavutettavuus on heikkoa. Saavutettavuutta pidettiin erinomaisena, mutta Porvoon sisällä liikkumisen voisi tehdä matkailijoille helpommaksi. Vahvuudeksi haastateltavat listasivat lähinnä kesämatkailuun painottuvia asioita, kuten meren, vaikka ympärivuotisuutta pidettiin vahvuutena. Syksy ja talvikuukaudet ovat matkailun kannalta haasteellista ja vastauksista sai sen käsityksen, että kaikki mahdollinen on jo tehty matkailun ympärivuotisuuden

lisäämiseksi. Tapahtumilla katsottiin kuitenkin olevan merkittävä osa sekä ympärivuotisuuden että viipymän pidentämisen suhteen.

Yhteisöllisyyttä kaivattiin lisää. Yhteisöllisyydestä puhuttaessa keskustelu ei ollut niin sujuvaa. Yhteisöllisyys olisi tullut määritellä haastattelujen alussa tai sitten kysyä haastateltavilta, kuinka he näkevät yhteisöllisyyden. Nyt keskustelu keskittyi enemmän yhteistyöhön.

Yhteistyöstä puhuttaessa kaikki olivat sitä mieltä, että se on toimivaa, mutta parantamisenkin varaa on. Tarkemmin niistä asioista missä olisi kehitettävää yhteistyössä, oltiin hieman varovaisia sanomaan. Uudet yrittäjät uskalsivat sanoa suurempaan, mitkä asiat kaipasivat kehitystä. Uskon, että koska Porvoo on pieni kaupunki ja kaikki yrittäjät tuntevat toisensa ja ovat monessa samassa hankkeessa mukana, pelätään sanoa ääneen monia asioita.

5.1 Oma oppiminen ja jatkotutkimusmahdollisuudet

Opinnäytetyön aihe valittiin, koska slow-liike kiinnosti minua. Työ antoi minulle enemmän tietoa kestävästä matkailusta, joka oli yksi syy slow-matkailu-aiheen valinnalle. Ensin tarkoitukseni oli tutkia slow-matkailun mahdollisuuksia Porvoossa. Tämä aihe olisi ollut liian laaja, joten rajasin aiheen vieraanvaraisuuden ja yhteisöllisyyden hyödyntämiseen matkailussa. Jälkikäteen olen sitä mieltä, että aiheen olisi voinut rajata vieläkin tarkemmin, sillä vieraanvaraisuus ja yhteisöllisyys pitävät sisällään monta eri asiaa. Tutkimuksen aiheen valinta ja rajaus veivät paljon suunniteltua kauemmin, mikä osaltaan vaikutti aikataulun viivästymiseen.

Tutkimustulosten analysointi alkoi heti haastatteluiden jälkeen. Haastatteluiden purkamista olisi helpottanut, mikäli aihe olisi ollut rajattu tiukemmin ja haastattelut olisivat olleet vähemmän keskustelunomaisia. Tulosten analysoinnille haluttiin antaa enemmän aikaa, mikä oli toinen syy aikataulun viivästymiselle.

Tutkimusprosessin aikana olen oppinut huomattavasti slow-ajattelusta, matkailun trendeistä sekä yhteistyön merkityksestä. Olen positiivisesti yllättynyt siitä, millaisen vastaanoton opinnäytetyön aihe sai. Se osoittaa myös, että aihe on kiinnostava ja ajankohtainen. Yllättävää oli, ettei slow-matkailulle ole vielä kovinkaan paljon kysyntää. Slow-trendiä ei ole myöskään ajateltu itse markkinointikeinona, vaikka se koetaankin ajankohtaiseksi ja hyödylliseksi. Objektiivisuuden säilyttäminen oli haastatteluiden tekemisessä haastavaa. Tietoperustaan oli vaikeaa löytää luotettavia lähteitä, sillä esimerkiksi jo tehtyjä tutkimuksia löytyi melko vähän, johtuen siitä, että aihe on melko tuore. Kirjallisuutta aiheesta on myös niukasti saatavilla. Pysin vertailemaan eri lähteitä ja hyödyntämään mahdollisimman uutta sekä monipuolista materiaalia.

Tietoperustan olin saanut jo valmiiksi talvella 2011, joka osaltaan helpotti haastattelurungon tekoa. Mielestäni teemahaastattelu oli tähän tutkimusaiheeseen paras menetelmä, sillä pääsin palaamaan joihinkin aiheisiin uudestaan eri kysymyksen muodossa, mikäli haastateltava ei osannut johonkin heti löytää vastausta. Sain myös esitettyä tarkennettuja kysymyksiä. Haastattelijana vahvuuteni on saada ihmiset keskustelemaan ja siksi onnistuin saamaan hyvin vastauksia kysymyksiini.

Haastatteluista tehdessäni opin, mitkä ovat vahvuuteni ja heikkouteni haastattelijana. Ne asiat, joita olin ajatellut vahvuuksinani, osoittautuivatkin heikkouksiksi. Ensimmäisissä haastatteluissa innostuin itselleni kiinnostavasta aiheesta ja haastattelun rungossa pysyminen oli erittäin haastavaa. Kehityin kuitenkin haastatteluiden edetessä haastattelijana ja opin olemaan kuuntelijan roolissa. Aikataulun suunnittelun koin myös haastavana, ja siinä koen itselläni olevan parantamisen varaa. Mikäli tekisin tutkimuksen uudelleen, rajaisin aiheen tarkemmin ja harjoittelisin haastattelutilannetta enemmän. Olisin myös avannut paremmin tutkittavan aiheen haastateltaville henkilöille. Aikataulua lukuun ottamatta, mielestäni tutkimusprosessi sujui hyvin. Lisäksi haastatteluihin osallistui edustajat kaikilta osa-alueilta, joita olin suunnitellut haastattelevani. Tutkimus on mielestäni onnistunut, aihe ajankohtainen sekä antaa hyvän pohjan jatkotutkimuksille. Uskon myös, että työ auttaa minua tulevaisuudessa matkailualan töitä etsiessäni ja osoit-

taa, että seuraan matkailualan trendejä ja olen kiinnostunut ekologisesta sekä eettisesti tuotetuista matkailumuodoista.

Jatkotutkimuksina ehdotan, että tutkittaisiin yhteisöllisyyden merkitystä yrittäjille, ja mitä hyötyä siitä on matkailulle. Ehdotan, että tutkimusta laajennettaisiin ottamalla huomioon kaupungin päättäjien mielipiteet ja näkökulmat. Mielestäni olisi tärkeää tutkia jatkossa myös slow-matkailun markkinointikeinoja, sekä millainen Porvoon brändi ja imago voisi olla. Produktiona voitaisiin kehittää Porvooseen soveltuvia slow-ajattelua tukevia matkailupaketteja, jotka saisivat matkailijat viipymään alueella pidempään.

5.2 Kehitysehdotukset

Nämä kehitysehdotukset on laadittu ensisijaisesti Porvoon matkailun kehityksen tueksi. Haastateltavat toimialat edustavat eri tahoja, jotta on saatu mahdollisimman laaja katsaus tutkittavasta aiheesta. Kehitysehdotuksia voivat hyödyntää myös yksittäiset tahot, mutta niitä ei ole mietitty yksittäisen toimijan näkökulmasta. Porvoossa on monia hyviä elementtejä, jotka tukevat slow-matkailua sekä Cittaslow-kaupungeille asetettuja kriteereitä vieraanvaraisuudesta ja yhteisöllisyydestä. Slow näkyy Porvoossa lähi- ja luomutuotteiden suosimisella hotelleissa ja ravintoloissa.

Porvoossa on paljon hyviä lähituottajia ja suoramyyntitiloja, joihin järjestetään vierailuja. Näiden saavutettavuutta pitäisi kuitenkin parantaa yksittäisille matkailijoille. Porvoon vahvuutena on myös luonto, saaristo, vesi ja niiden läheisyys. Niiden saavutettavuudessa olisi myös parantamisen varaa. Matkailija pääsee helposti tutustumaan eri paikkoihin kävellen lyhyiden etäisyyksien ansioista, erityisesti Vanhassa Porvoossa, mutta keskustan ulkopuolelle, kuten saaristoon, kartanoihin sekä lähitiloille mentäessä, oma auto on lähes välttämätön. Porvoon tulisikin kehittää esimerkiksi julkisilla kulkuneuvoilla kohteisiin pääsyä.

Porvooseen kaivattaisiin polkupyörävuokrausta matkailijoille sekä pyöräteihin parannusta. Porvoon Toursilta on saatavilla valmiita polkupyöräreittikarttoja, mutta pyörätiet

eivät sovellu kokemattomille pyöräilijöille eivätkä lapsiperheille. Pyörillä voisi tutustua kätevästi myös lähialueisiin. Kävelyreitit koettiin pääosin hyväksi, mutta niitä voitaisiin ohjata enemmän myös empirekaupungin puolelle. Lisäksi kävelyreitit voitaisiin teemoittaa siten, että reitit kulkisivat esimerkiksi slow-arvoihin liittyvien putiikkien ja kahviloiden kautta, tai rauhallisempien alueiden läpi.

Majoitustarjontaa pidetään hyvänä ja monipuolisena, mutta enemmänkin tarjontaa voisi olla. Parhaiten Porvooseen sopisi persoonalliset ja yksilölliset B&B:t, joissa matkailija pääsee rauhoittumaan ja joissa on kodinomainen tunnelma. Slow-matkailussa oleellista on hitaasti matkustaminen sekä kohteessa pidempään viipyminen, joten edullisempia ja ympärivuotisia majoitusvaihtoehtoja kaivattaisiin. Haastateltavien tietoon ei ollut tullut, kuinka moni matkailija olisi kiinnostunut kotimajoituksesta tai talonvaihdesta, mutta monet talot ovat etenkin Vanhassa Porvoossa tyhjillään talvella, joten niitä voisi tarjota matkailijoille majoitusvaihtoehtona. Tällöin matkailija pääsisi lähemmäksi paikallista elämäntapaa. Matkailijoiden ei koettu olevan suoraan kiinnostuneita tutustumaan asukkaisiin. Myös maatiloja ja kartanoita voitaisiin tarjota enemmän myös yksittäisille matkailijoille.

Yhteisöllisyyttä kaivattaisiin enemmän. Jonkinlainen oma henkensä yrittäjien ja kauppiaiden kesken vallitsee, mutta sitä ei määritelty sen tarkemmin. Yrittäjille voitaisiin järjestää yhteinen koulutus slow-matkailusta ja siitä, miten yhteisöllisyyttä voitaisiin parantaa ja sillä tarkoitetaan. Lisäksi voitaisiin miettiä keinoja, miten Porvoon arvostusta ja yhteishenkeä saataisiin kohotettu sekä yrittäjien ja asukkaiden kesken. Yhteisöllisyys syntyy sosiaalisesta kanssakäymisestä ja erilaiset kaupunkitapahtumat nostattavat yhteenkuuluvuuden tunnetta (Hyypä 2005). Porvoossa yhteisöhenkeä voitaisiin kasvattaa esimerkiksi paikallisella Slow Food tapahtumalla.

Oman kaupungin arvostamisen lisäämiselle olisi tarvetta. Oman kaupungin arvostusta voisi kasvattaa siten, että näytettäisiin Porvoon porvooolaisille uusin silmin ja esitettäisiin heille asiat positiivisemmin. Yhteiset tapahtumat, perinteet ja historian tuntemus ovat niitä asioita, jotka vahvistavat oman kaupungin arvostamista ja yhteisöllisyyttä. Asuk-

kaille voisi järjestää Porvoo päivän, jonka aikana he pääsivät tutustumaan kaupunkiin ikään kuin matkailijana. Asukkaat voitaisiin ottaa myös enemmän mukaan suunnittelemaan tai järjestämään tapahtumia esimerkiksi vapaaehtoistyön merkeissä. Jotta matkailijat saataisiin viipymään alueella pidempään, on alueella oltava kiinnostavia tapahtumia sekä ohjelmaa kauppojen sulkeuduttua. Tapahtumiin pitäisi ensin saada houkuteltua asukkaat ja sen jälkeen matkailijat. Paikallisilla tapahtumilla saataisiin matkailijat ja asukkaat tuotua lähemmäksi toisiaan.

Vieraanvaraisuus nähtiin lähinnä matkailijoiden neuvontana ja heidän toiveidensa huomioimisena kehitettäessä heille suunnattuja palveluita. Porvoon kaupungin päättäjät voisivat miettiä, mitä kaikkea julkisista wc-tiloista opastettuihin kävelyreitteihin vieraanvaraisuus pitää sisällään ja lähteä kehittämään matkailua tältä kantilta yhdessä yrittäjien kanssa.

Porvoossa voitaisiin miettiä, mikä olisi sen brändi. Voisiko Porvoon kaupungin brändi olla hiljaisuudessa? Porvoota voitaisiin markkinoida paikkana, johon voidaan tulla rauhoittumaan ja rentoutumaan. Hyvänolonpalveluita sekä lähiruokaa ja -tuotteita tarjoavia palveluita voitaisiin tuoda enemmän esille. Slow on kasvava trendi ja sitä käytetään sanana monessa yhteydessä. Jotkin tahot pyrkivät rahastamaan slow-trendillä. Tämä saattaa osaltaan herättää matkailijoissa negatiivisia ajatuksia. Sen vuoksi olisi tärkeää määrittää, mitä slow tarkoittaa Porvoossa. Myös Porvoon matkailustrategiaa voitaisiin miettiä slow-arvojen, yhteisöllisyyden ja vieraanvaraisuuden näkökulmasta. Tärkeintä olisi keskittyä slow-ajattelun tavoitteeseen eli ihmisen kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin ja tasapainoiseen elämään eettisyyttä ja ekologisuuutta kunnioittaen.

Lähteet

Cittaslow. About Cittaslow organization. Luettavissa:

<http://www.cittaslow.org/section/association>. Luettu: 5.10.2011.

Cittaslow 2011. Cittaslow list. Luettavissa:

http://www.cittaslow.org/download/DocumentiUfficiali/CITTASLOW_LIST_updated_june_2011.pdf. Luettu: 5.10.2011.

Cittaslow UK a. Cittaslow membership criteria. Luettavissa:

<http://www.pkc.gov.uk/Promoting+Perth+and+Kinross/Cittaslow/An+Introduction+to+Cittaslow/Cittaslow+membership+criteria.htm>. Luettu: 6.10.2011.

Cittaslow UK b. Wellcome to Cittaslow UK. Luettavissa:

<http://www.cittaslow.org.uk/index.php?Pid1=1&PLv=1>. Luettu: 5.10.2011.

CouchSurfing. What is CouchSurfing. Luettavissa:

<http://www.couchsurfing.org/about.html>. Luettu: 8.5.2012.

Dickinson, J. & Lumsdon J. 2012. Slow Travel and Tourism. Touris, Environment and Development Series. Earthscan. London. UK.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2001. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 5.painos. Vastapaino. Tampere.

Futurix. Tulevaisuuden tutkimuksen käsitteitä. Luettavissa:

http://www.futunet.org/fi/materiaalit/tutkimus/04_kasitteet/kasitteita_s-C:D=347664&selres=347664. Luettu: 7.11.2011.

HAAGA-HELIA 2011. Matkailu muuttaa maailmaa. Luettavissa:

<http://www.matkailumuuttaamaailmaa.fi/2011/yhteystiedot/>. Luettu: 25.10.2011.

Heikkinen, V. 2011. Matkalla olet jo perillä. Yle Puhe. Radiohaastattelu. Kuunneltavissa: <http://www.yle.fi/puhe/aamu.php?id=4757>. Kuunneltu: 12.11.2011.

Heinonen, S. 2009. Slow life elämäntapana, työssä ja ammattina. Tulevaisuuden tutkimuksen kesäseminaari. Lammi. Luettavissa: http://www.futurasociety.fi/seminaarit/kesasem2009/Heinonen_alustus_Evo2009.pdf. Luettu: 19.9.2011.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimuhaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki.

Honoré, C. 2006. Slow - Elä hitaammin! Media Print. Uddevalla.

Hyyppä, M. 2005. Me-hengen mahti. Jyväskylä. PS-kustannus.

Kahri, T. 2010. Hyvä, arvostettu, luotettava vai tunnettu brändi? Taloussanomat. Luettavissa: <http://blogit.taloussanomat.fi/brandijohtaminen/?p=49>. Luettu: 5.11.2011.

Kauppalehti 2011. Lehdistötiedotteet. Turun matkailu: Turku on kotimaanmatkailun huippukohde 2011. Luettavissa: <http://www.kauppalehti.fi/5/i/yritykset/lehdisto/hellink/tiedote.jsp?direct=true&selected=kaikki&industry=&oid=20111001/13200602611050>. Luettu: 2.11.2011.

Keates, N. 2010. The World Street Journal. Easy Rider. Luettavissa: <http://magazine.wsj.com/nomad/big-trip/easy-rider/>. Luettu: 23.10.2011.

Kehittyvä elintarvike 2010. 28 Ennakoinnilla katse tulevaisuuteen. Teemajutut 2010. Nro. 1/2010: Trendit, ravitsemus ja ruokakulttuuri. Luettavissa: <http://kehittyvaelintarvike.fi/teemajutut/28-ennakoinnilla-katse-tulevaisuuteen>. Luettu: 23.10.2011.

Kenny, P. What is Slow Travel. Luettavissa: <http://www.slowtrav.com/vr/index.htm>.
Luettu: 23.10.2011.

KTM 2006. Kauppa- ja Teollisuusministeriö. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013. KTM julkaisuja 21/2006. Luettavissa: [http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/\\$file/jul21elo_2006_netfi.pdf](http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/$file/jul21elo_2006_netfi.pdf). Luettu: 22.10.2011.

Kopomaa, T. 2008. Leppoistamisen tekniikat. Like. Helsinki.

Koskimies, T. 2009. Slow Food -syö nautiskellen. Luettavissa: <http://umami.fi/ruokajuoma/tiia/slow-food-motto-syo-nautiskellen/>. Luettu: 5.11.2011.

Kristiinankaupunki. Cittaslow. Luettavissa: <http://www.kristiinankaupunki.fi/fi/document.aspx?docID=6747>. Luettu: 22.10.2011.

Lappi, M. 2011. Ikkunapaikka 5/ 2011. Visioita tulevaisuuden matkailusta ja trendeistä. Luettavissa: http://files.kotisivukone.com/ikkunapaikka.kotisivukone.com/PDF/IP511_pdf.pdf.
Luettu: 27.11.2011.

Lindgren, C. 2010. Ravintola Brasa, Porvoo. Viisi tähteä. Luettavissa: <http://www.viisitahte.fi/parhaat-ravintolat/2010/5018-2010-42-ravintola-brasa-porvoo>. Luettu: 11.12.2011.

Lönnqvist M. & Lönnqvist K. 2009. Porvoo - Kulttuuri- ja luonto-opas. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

MEK 2008. Matkailun edistämiskeskus. Suomalaisen hyvinvointimatkailun kehittämissstrategia kansainvälisillä markkinoilla 2009–2013. Luettavissa:

[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/59bf54adc70f94a6c225751d002f5562/\\$FILE/Hyvinvointimatkailun%20kehitt%C3%A4missstrategia_final.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/59bf54adc70f94a6c225751d002f5562/$FILE/Hyvinvointimatkailun%20kehitt%C3%A4missstrategia_final.pdf). Luettu: 4.10.2011.

GoFinland.fi. Omaksu slow life, uusi tapa elää. mtv3 09/2010. Luettavissa: <http://www.mtv3.fi/matkailu/kotimaa/artikkeli.shtml/1183119/omaksu-slow-life-uusi-tapa-elaa>. Luettu: 25.10.2011.

Matkailijan Porvoo 2012. Porvoon kaupungin matkailutoimisto. Forssan Paino Oy.

Mäki, A.-L. 2008. Vanhan Porvoon asukkaiden näkemyksiä Vanhan Porvoon kehittämisestä. Amk-opinnäytetyö. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-200812024183>. Luettu: 5.10.2011.

Mäkipeska, T. & Sihvonen, M. 2010. Lähiruoka, nyt! Sitra. Luettavissa: <http://www.sitra.fi/julkaisut/Selvityksi%C3%A4-sarja/Selvityksi%C3%A4%2029.pdf?download=Lataa+pdf>. Luettu: 5.11.2011.

Oxford Dictionaries. Community. Luettavissa: <http://oxforddictionaries.com/definition/community>. Luettu. 8.5.2012.

Paakkala, M. & Paakkala, S. 2006. Käsien tehty Porvoo. Edita Prima Oy. Helsinki.

Porvoo 2011a. Porvoo-Info. Ajankohtaista matkailusta. Luettavissa: <http://www.porvoo.fi/fi/porvoo-info/uutiset?a=viewItem&itemid=7885>. Luettu: 8.4.2012.

Porvoo Tours Oy. Kotivierailut. Luettavissa: <http://www.porvootours.fi/fi/homevisits?pd=945>. Luettu: 8.11.2011.

- Posintra Oy 2011. Lähiuokamarkkinan kapasiteetti- ja kehittämistarvekartoitus 2011. Innolink. Luettavissa:
http://files.kotisivukone.com/posintra.tiedottaa.net/KOKO/lahiruokamarkkinan_kapasiteetti-ja_kehittamistarvekartoitus_tutkimusraportti.pdf. Luettu: 8.5.2012.
- Puhakka, R. 2011. Matkailukysynnän trendit vuoteen 2030 mennessä. TULEVA- Tulevaisuuden matkailijat -projekti. Lahden ammattikorkeakoulu. Luettavissa:
http://www.lamk.fi/material/tuleva_trendit_2030_final.pdf . Luettu: 8.11.2011.
- Rehn, A. 2010. Trends. Luettavissa: http://www.trends.fi/page_high.php?id=215. Luettu: 19.9.2011.
- Ritalahti, J. & Holmberg, E.2010. Itä-Uudenmaan matkailun Tulo- ja Työllisyystutkimus 2009. HAAGA-HELIA:n julkaisusarja. Tutkimuksia 3/2010.
- Sawday, A. & King, J. 2009. Go Slow Italy-Special places to stay, slow travel, slow food. Alastair Sawday Publishing Co. Ltd. Bristol.
- Slow Art. Welcome. Luettavissa: <http://www.slowart.co.uk/>. Luettu: 4.5.2012.
- Slow Food a. About Us. Luettavissa:
<http://www.slowfood.com/international/1/about-us>. Luettu: 5.10.2011.
- Slow Food b. FAQs. Luettavissa: <http://www.slowfood.com/international/6/faqs>. Luettu: 8.5.2012.
- Slow Food c. What we do. Luettavissa:
<http://www.slowfood.com/international/9/what-we-do>. Luettu: 8.5.2012.
- Slow Food Västnyland 2011. Suuri Slow Food-festivaali Fiskarssissa. Luettavissa:
<http://slowfoodvastnyland.org/?lang=fi>. Luettu: 23.10.2011.

Slow Movement a. Slow cities and the slow movement. Luettavissa:
http://www.slowmovement.com/slow_cities.php. Luettu: 5.10.2011.

Slow Movement b. Slow Food. Luettavissa:
http://www.slowmovement.com/slow_food.php. Luettu: 23.10.2011.

Slow Movement c. The Slow Movement: Making a connection. Luettavissa:
<http://www.slowmovement.com/>. Luettu: 7.5.2012.

Slow Movement d. What is slow travel. Luettavissa:
http://www.slowmovement.com/slow_travel.php. Luettu: 19.9.2011.

Specia 2007. Specian arvo- ja asennetutkimus. Specian julkaisu 1/2007. Luettavissa:
[http://specia-fi-bin.directo.fi/@Bin/834ed02130913867ddf188d8304b3f7d/1319388075/application/pdf/116295/specian arvo- ja asennetutkimus 2007.p](http://specia-fi-bin.directo.fi/@Bin/834ed02130913867ddf188d8304b3f7d/1319388075/application/pdf/116295/specian_arvo_ ja_asennetutkimus_2007.p). Luettu: 23.10.2011.

Taipale, I. 2007. Itä-Uudenmaan matkailijatutkimus 2006–2007. HAAGA-HELIAN julkaisusarja Tutkimuksia4/2007. Edita. Helsinki.

Taloustutkimus Oy 2011. Porvoolla paras imago matkailukapunkina. Luettavissa:
<http://www.taloustutkimus.fi/?x1538426=2276128>. Luettu: 25.10.2011.

Tekes 2012. Kansainväliset ilmiöt – globaalit megatrendit. Luettavissa:
[http://www.tekes.fi/fi/community/Kansainväliset_ilmiöt_-_globaalit_megatrendit/1066/Kansainväliset_ilmiöt_-_globaalit_megatrendit/2354](http://www.tekes.fi/fi/community/Kansainvaliset_ilmiot_-_globaalit_megatrendit/1066/Kansainvaliset_ilmiot_-_globaalit_megatrendit/2354).
Luettu: 26.5.2012.

Tekes 2009. Megatrendiarvio kiteytti kuusi näkyvää muutosta. Tekesin katsaus 255/2009. Luettavissa:

<http://www.tekes.fi/fi/community/a/404/b/1325?name=Megatrendiarvio+kiteytti+kuusi+nakyvaa+muutosta>. Luettu: 23.10.2011.

Tourism Concern. What is Community Tourism? Luettavissa:

<http://www.tourismconcern.org.uk/community-tourism.html>. Luettu: 19.4.2012.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki.

Turunen, S., Hoppania, H-K., Luhtamäki, M., Nenonen, T. & Tuomaala, V. 2010. Ihmisiä ja kaupunkiluontoa. Tutkimus pääkaupunkiseudun asukkaiden hyvinvoinnista. Pääkaupunkiseudun sosiaalialan osaamiskeskus SOCCAn ja Heikki Waris instituutin julkaisusarja nro 4, 2010. Luettavissa:

http://www.socca.fi/files/18/Ihmisia_ja_kaupunkiluontoa_tutkimus_paakaupunkiseudun_asukkaiden_hyvinvoinnista_2010.pdf. Luettu: 5.11.2011.

Uudenmaan liitto 2010. Itä-Uusimaa yhdistyy Uudenmaan maakuntaan. Luettavissa:

http://www.uudenmaanliitto.fi/?4904_m=7706&s=38. Luettu: 23.10.2011.

Vanhan Porvoon Asukasyhdistys ry. Vanhan Porvoon Asukasyhdistys ry. Luettavissa:

<http://vanhaporvoo.org/>. Luettu: 5.10.2011.

Wanha Porvoo Gamla Borgå 2008. Vanhan Porvoon Asukasyhdistys. nro 47 2/2009.

Luettavissa: http://vanhaporvoo.org/Pdf_files/wwwwp47.pdf. Luettu: 8.11.2011.

YLE Häme 2010. Mitä se slow oikein on? Luettavissa:

http://yle.fi/alueet/hame/hidas_hame/2010/02/mita_se_slow_oikein_on_1404546.html. Luettu: 25.10.2011.

YLE Helsinki 2011. Slow Food kiinnostaa Uudeellamaalla. Luettavissa:
http://yle.fi/alueet/helsinki/2011/03/slow_food_kiinnostaa_uudellamaalla_2480020.html.
Luettu: 19.9.2011.

Ympärisöministeriö 2011. Kestävä kehitys. Luettavissa:
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=399256&lan=FI>. Luettu: 11.12.2011.

Liitteet

Liite 1. Teemahaastattelukysymykset

Porvoon valttikortit

Mitkä ovat Porvoon matkailuvaltit?

Miten suomalaista elämäntapaa, kulttuuria, kieltä ja tapoja hyödynnetään matkailussa?

Yhteenkuuluvuudentunne ja omankaupungin arvostaminen

Miten historiaa ja perinteitä voitaisiin hyödyntää enemmän?

Miten porvoolaista elämäntapaa voitaisiin hyödyntää matkailussa?

Slow-trendi

Miten kasvava hidastamisen trendi huomioidaan?

Miten slow-trendi näkyy yrityksessänne/toiminnassanne?

Miten asiakkaalle voidaan tarjota aidompia ja syvempiä kokemuksia?

Miten eettisyys ja kestäväkehitys huomioidaan?

Miten matkailijat saataisiin viipymään pidempään?

Vieraanvaraisuus ja yhteisöllisyys Porvoossa

Miten paikalliset asukkaat otetaan huomioon matkailussa?

Miten vapaaehtoistyö toimii asukkaiden puolelta?

Järjestetäänkö yhteisiä koulutuksia/ tapaamisia ja onko sellaisiin kiinnostusta?

Miten yhteistyö toimii eri toimialojen kanssa.

Miten luomu- ja lähiruoan tarjontaa voitaisiin lisätä matkailijoille?

Saavutettavuus ja liikkuminen

Millainen on Porvoon saavutettavuus?

Miten julkinen liikenne toimii?

Miten kevytliikenne on otettu huomioon?

Millaiset ovat Porvoon pyöräily- ja kävelyreitit ja niiden viitoitus?

1. Miten slow koetaan?
2. Onko slow'n hyödyntäminen tarpeellista?
3. Onko kiinnostusta slow'ta kohtaan?

Liite 2. SWOT-analyysi

<p style="text-align: center;">Vahvuudet (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none">• hyvä imago• hiljaisuus• kulttuuri ja historia• miljö• luonto• sijainti lähellä Helsinkiä• hyvät kulkuyhteydet• ympäristöystävällisyys• laadukkaat luomu- ja lähituotteet	<p style="text-align: center;">Heikkoudet (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none">• yhteisöllisyys Porvoossa• Vanhan Kaupungin vilkas liikenne• Sisäiset liikenneyhteydet kartano- ja luontokohteisiin• vuodenaajat ja sää• asukkaiden ja matkailijoiden asenteet turismia kohtaan• yrittäjien näkemys- ja tavoite-erot• vähäiset majoitusmahdollisuudet• kaupungin tarjoamat julkiset palvelut
<p style="text-align: center;">Mahdollisuudet (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none">• Yhteistyön kehittäminen• Porvoon länsipuolen kehittäminen• tapahtumat• tarinoiden ja historian hyödyntäminen• hiljaisuus ja hyvinvointi• Porvoo brändi• majoituksen lisääminen• asukkaiden ja yrittäjien asenteiden muutos• yhteisöllisyyden lisääminen• Slow-matkailupaketit• uusien ideoiden yhdistäminen vanhaan	<p style="text-align: center;">Uhat (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none">• Lappi talvella• Helsinki vie majoitusasiakkaita• Lähikuntien samankaltaisuus, mikä on Porvoon juttu• ihmisten asenteet turismia kohtaan• yleinen hektisyys• resurssit ja rahoitus• asukasmäärän kasvu• talvikauden hiljaisuus