

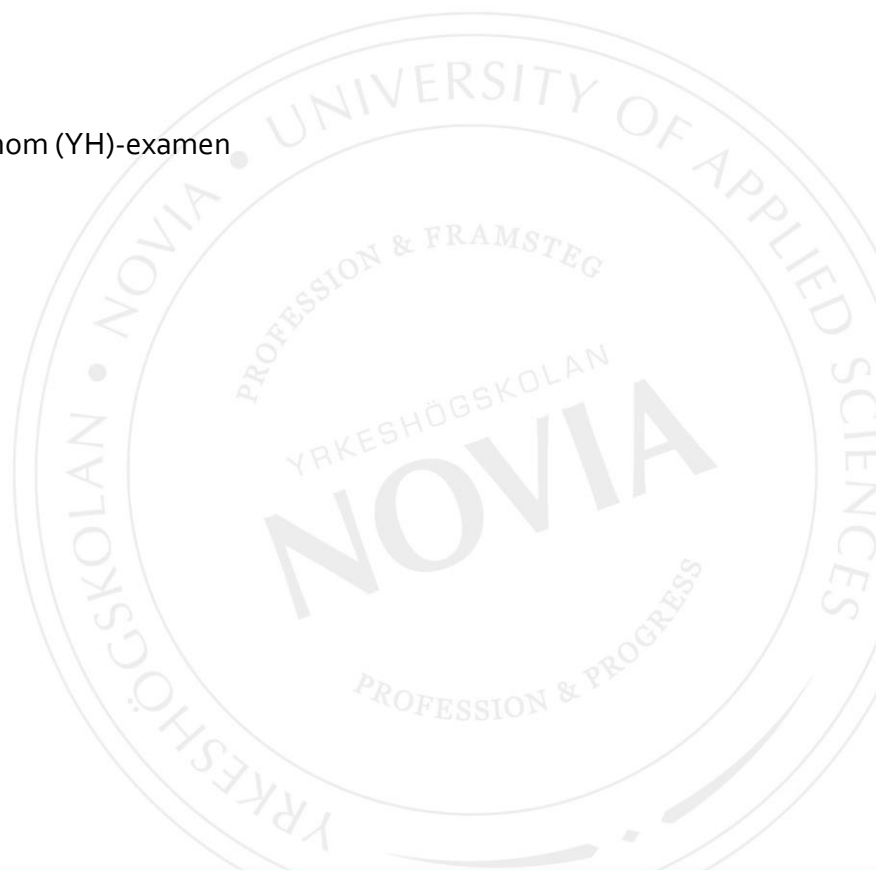
Uppföljning av en pilgrimsled

Insamling av material för utveckling av St.
Olav Waterway

Elouise Granlund
Sabina Olin

Examensarbete för tradenom (YH)-examen

Företagsekonomi
Åbo 2020



EXAMENSARBETE

Författare: Elouise Granlund och Sabina Olin

Utbildning och ort: Företagsekonomi, Åbo

Inriktningsalternativ/Fördjupning: Tradenom/Turism

Handledare: Anna-Karin Abrahamsson

Titel: Uppföljning av en pilgrimsled – Insamling av material för utveckling av St. Olav Waterway

Datum 04.12.2020

Sidantal 47

Bilagor 3

Abstrakt

Syftet med examensarbetet är att ta fram material så att uppdragsgivaren, Pargas stad, ska kunna utveckla den befintliga pilgrimsleden St. Olav Waterway i Åbolands skärgård. Pilgrimsleden går från Åbo domkyrka, till Pargas skärgård, över Åland till Sverige, där den sammankopplas med befintliga St. Olofsleder. Pilgrimsledens mål är Nidarosdomen, där Helige Sankt Olav är begravnen, i Trondheim, Norge. Det har gått över ett år sedan pilgrimsleden invigdes våren 2019, och nu vill man ta reda på företagarnas inställning till projektet och om de anser att de är tillräckligt redo för att ta emot detta nya turismsegment.

Genom att ha läst in oss på teori om vandringsturism, pilgrimsturism och destinationsutveckling, samt genomfört kvalitativa undersökningar med företagare längs med leden, fick vi en uppfattning om hur företagarna har uppfattat vandringsturism, om det finns tillräckligt med information om St. Olav Waterway, hur många vandrare som uppskattats ha besökt företagen och hur man kan utveckla leden för att antalet vandrare skall öka. Det beskrivs även i teorin om vem Sankt Olav var och om projektet St. Olav Waterway. Vi har även utfört en mindre kvantitativ undersökning riktad till vandrare, för att få deras synvinkel på ur leden upplevs nu och vad vandrarna anser är viktigt att förbättra, men intervjuerna med företagarna var det huvudsakliga målet med vår undersökning.

I resultatet redovisas svaren från intervjuerna med företagarna och från enkäterna, så att uppdragsgivaren får ett sammanställt material som kan användas för att kunna utveckla St. Olav Waterway. Resultat visar att det är svårt att se specifika skillnader mellan en vandrings- eller pilgrimsturist och vanliga turister som besöker företagen i skärgården, alla respondenterna i undersökningen var eniga om att Pargas Stad kan hjälpa till med att ge information, rådgivning och erbjuda mer marknadsföring till företagarna längs med pilgrimsleden. I analysen presenteras även fem utvecklingsförslag som kan hjälpa i utvecklingen av St. Olav Waterway.

Språk: svenska

Nyckelord: St. Olav Waterway, pilgrims- och vandringsturism, destinationsutveckling, undersökning

BACHELOR'S THESIS

Author: Elouise Granlund and Sabina Olin

Degree Programme: Business Administration, Turku

Specialization: Tourism

Supervisor(s): Anna-Karin Abrahamsson

Title: A follow-up of a pilgrimage route – Collection of materials for the development of St. Olav Waterway

Date 04.12.2020 Number of pages 47

Appendices 3

Abstract

The aim of the Bachelor's thesis is to produce material so that the client, the city of Parainen, will be able to develop the existing pilgrimage route St. Olav Waterway in the Turku Archipelago. The pilgrim trail goes from Turku Cathedral, to the archipelago of Parainen, across Åland Islands to Sweden, where it is connected to existing St. Olof's trails. The destination of the pilgrim trail is Nidaros Cathedral, where Saint Olav is buried, in Trondheim, Norway. It has been over a year since the pilgrim trail was inaugurated in the spring of 2019, and now they want to find out the entrepreneurs' attitude to the project and whether they think they are ready enough to receive this new tourism segment.

By studying theory about hiking tourism, pilgrimage tourism and destination development, as well as conducting qualitative surveys with entrepreneurs along the trail, we acquired knowledge of how entrepreneurs have perceived hiking tourism, if there is enough information about St. Olav Waterway, how many hikers have been estimated to have visited the companies and how to develop the trail to increase the number of hikers. It is also described in the theory of who Saint Olav was and about the project St. Olav Waterway. We have also conducted a smaller quantitative survey aimed to hikers, to get their point of view on how the trail is now and what the hikers think is important to improve, but the interviews with the entrepreneurs were our main survey. The results report the answers from the interviews with the entrepreneurs and from the surveys, so that the client receives a summarized material that can be used to be able to develop St. Olav Waterway. Results show that it's difficult to see specific differences between a hiking- or pilgrim tourist and ordinary tourists who visit companies in the archipelago, all respondents in the survey agreed that the city of Parainen can help provide information and offer more marketing to companies along the pilgrimage trail. The analysis also presents five development proposals that can help in the development of St. Olav Waterway.

Language: Swedish Key words: St. Olav Waterway, Pilgrimage and Hiking Tourism, Destination development, Survey

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Problemformulering.....	2
1.2	Syfte och avgränsning.....	2
1.3	Frågeställningar.....	3
1.3.1	Enkätfrågeställningar	3
2	Vandringsturism	3
2.1	Allemansrätten	4
2.2	Pilgrimsturism.....	5
2.2.1	Pilgrimsturist.....	6
2.3	En stor pilgrimsled i Europa – El Camino de Santiago de Compostela	7
2.3.1	Historia	8
2.3.2	Kostnader	8
2.4	Pilgrimsvandringar i Norden	9
3	Destinationsutveckling.....	10
3.1	Maslows pyramid av mänskliga behov.....	11
3.2	En turistdestinations livslängd.....	12
4	St. Olav Waterway	14
4.1	Vem var Sankt Olav?	15
4.2	Projektet St Olav Waterway.....	16
4.2.1	Samarbetspartners.....	17
4.2.2	Branschbeskrivning.....	17
4.2.3	Projektutvärdering.....	18
4.3	Skärgårdens ringväg.....	19
5	Metod och genomförande	20
5.1	Kvantitativ metod	20
5.1.1	Kvantitativ enkät.....	21
5.2	Kvalitativ metod	21
5.2.1	Kvalitativ intervju	21
6	Intervjuerna med företagarna.....	22
6.1	Intervjufrågorna	22
7	Företagspresentation	23
7.1	Företag 1 - Matmalmen @EVA.....	24
7.2	Företag 2 - Strandbo Groups	24
7.3	Företag 3 – Sattmark	25

7.4	Företag 4 - Gyttja Västergård	25
7.5	Företag 5 - Hotell Stallbacken Grännäs B&B	25
7.6	Företag 6 - Hotell Nestor & Restaurang Backpack	26
8	Enkät.....	26
8.1	Enkätfrågorna.....	27
9	Resultat	27
9.1	Matmalmen @EVA.....	28
9.2	Strandbo Groups.....	30
9.3	Sattmark	31
9.4	Gyttja Västergård	32
9.5	Hotell Stallbacken Grännäs B&B.....	33
9.6	Hotell Nestor & Restaurang Backpack.....	35
10	Enkätundersökning	36
10.1	Enkätresultat	37
11	Analys av resultaten	41
11.1	Information	41
11.1.1	Vandrarnas kommentarer angående informationen	42
11.2	Vandringsturisten	42
11.3	Antalet vandrare och feedback	43
11.3.1	Vandrarnas feedback angående inkvarteringen	43
11.4	Specialprodukter eller tjänster	44
11.4.1	Vandrarnas önskemål	44
11.5	Förslag till Pargas stad och framtidsförväntningar	44
11.6	Positiva och konstruktiva kommentarer från vandare	45
12	Kritisk granskning och avslutning.....	46
	Källförteckning	48
	Figurförteckning	51
	Tabellförteckning	51

Bilageförteckning

Bilaga 1	Intervjufrågor till företagarna
Bilaga 2	Enkätfrågor till vandrare
Bilaga 3	Enkätresultat

1 Inledning

Den 24 maj 2019 invigdes St. Olav Waterway i Yrkeshögskolan Novia. Skribenterna hade då i sex månader arbetat på St. Olav Waterway's invigningsseminarium under kursprojekt och praktik. Vid skolstarten 2019 väcktes tankar om hur det hade gått för projektet under sommaren, vilket resulterade i att skribenterna valde att skriva ett examensarbete om hur man ytterligare skulle kunna utveckla vandringsleden.

Sankt Olav var kungen av Norge för ca 1000 år sen. Ett år efter sin död blev han helgonförklarad och har sedan dess varit Nordens populäraste helgon. S.t Olav Waterway är ett internationellt projekt där målet var att märka ut den första pilgrims- och vandringsleden, från Åbo i Finland till Trondheim i Norge, som går på land, genom skärgård och över hav. Själva St. Olav Waterway projektet var att märka ut den 625 km långa sträckan från Åbo till Grisslehamn, där leden sedan kopplades till andra redan befintliga S.t Olavs leder. Hela vandringsleden i sig är 1200km lång. Projektet startade 2016 och vandringsleden invigdes i maj 2019. I december 2018 blev leden certifierad som en del av Culture Route of the European Council, och blev därmed en officiell Olovsled i Europa.



Figur 1. St. Olav Waterways logo och Culture Route of the European Council's logo (Henriksson, 2018)

St. Olav Waterway är Finlands första pilgrimsled som går i medeltida pilgrimernas fotspår till lands och sjöss mellan Åbo domkyrka och Nidarosdomen i Trondheim. Under leden befinner man sig i varierande landskap där man är på en historisk resa med allt vad det innebär av självreflektioner och möten med andra människor.

Pargas stad fungerar som upprätthållare för leden är uppdragivare i detta examensarbete, James Simpson (projektledare i Pargas stad) och Niina Aitamurto (turismchef i Pargas stad) fungerar som kontaktpersoner.

1.1 Problemformulering

I detta examensarbete undersöks hur det har gått för företagarna längs med den finska sidan av leden och hur pilgrimsleden St. Olav Waterway kan utvecklas i framtiden.

Skribenterna hade som projektuppdrag i kurserna "nationell turismutveckling" (hösten 2018) och "evenemangsplanering" (våren 2019) samt under praktikperioden (våren 2019) att planera invigningsseminariet som skulle hållas i maj 2019. Efter sommaren var skribenterna nyfikna hur det har gått för företagen längs med pilgrimsleden. Det resulterade i att skribenterna valde att fortsätta jobba med St. Olav Waterway.

Forskningsplanen inför examensarbetet börjades med forskning och planering inför kommande arbete, hösten 2019. Efter en godkänd forskningsplan började skribenterna under vår-vintern 2020 med examensarbetet. Under våren skrevs teori och planeringen inför hösten var även aktuell. Efter sommaren 2020 tog den empiriska delen form och genomfördes i slutet av september.

Den huvudsakliga undersökningen i examensarbetet var att utföra en kvalitativ intervju med företagare längs med pilgrimsleden. Men för att få mera tilläggsinformation för förändret av intervjun behövdes också vandrarnas feedback på pilgrimsleden, så även en kvantitativ enkät blev skickad ut till vandrare.

1.2 Syfte och avgränsning

Syftet med examensarbetet är att ta fram material för att uppdragsgivaren skall kunna utveckla den befintliga vandringsleden St. Olav Waterway i Åbolands skärgård. Vi ville ta reda på företagarnas synvinkel på projektet och om de har blivit väl förberedda på detta nya turistsegment.

För att uppnå syftet med examensarbetet kommer det beskrivas i teorin om vandringsturism, pilgrimsturism och destinationsutveckling. Det beskrivs även om vem St. Olav var och om St. Olav Waterway projektet. För att uppnå syftet har det utförts intervjuer med företagarna på finska sidan längs leden och en mindre kvantitativ undersökning med vandrarna, i form av en enkät.

Vandringsleden från Åbo till Trondheim är som tidigare nämnt väldigt lång och i och med det så kunde inte alla företag längs med leden bli kontaktade, utan arbetet avgränsades till att enbart undersöka serviceföretag på finska sidan från Åbo till Korpo.

1.3 Frågeställningar

Utifrån vårt syfte vill vi ha svar på följande frågeställningar:

1. Hur har företagarna längs pilgrimsleden uppfattat vandringsturism?
2. Finns det tillräcklig information om St. Olav Waterway projektet för företagarna?
Var hittar man den?
3. Hur många vandrare har kommit till de olika företagen längs pilgrimsleden?
4. Hur kan man utveckla en pilgrimsled för att locka flera vandare?

1.3.1 Enkätfrågeställningar

För tilläggsinformation till examensarbetet vill vi ha svar på följande enkätfrågeställningar:

1. Vad finns det för styrkor och svagheter enligt vandrarna längs med pilgrimsleden?
2. Hur tycker vandrarna att servicen längs med pilgrimleden fungerade?

2 Vandringsturism

Vandringsturism tillåter besökare att direkt och djupt få ta del av en destination genom alla sinnen. Genom att vandringsturista bidrar det till betydelsefulla möten med lokalbefolkningen, med dess natur och kultur.

Vandringsturism kan utvecklas varsomhelst där det finns en rutt som är speciell för området och det kan göras med ganska små investeringskostnader. När befolkningen och andra intresserade längs en rutt involverar sig i utvecklingen, finns det potential att ge både sociala och ekonomiska fördelar för området. Detta stödjer också turismefterfrågan mot mindre besökta landskapsområden, även under lågsäsonger. (Pololikashviliis, 2019)

Fördelarna med vandringsturismen är t.ex. att det har en hög marknadspotential och att det har en stor potential att skapa ekonomiska fördelar för området.

En destination som vill utveckla vandringsturism måste tänka på potentialen beroende på mål och målsegment samt under utvecklingsfasen också ta följande saker i åtanke:

- Ruttegenskaper (såsom attraktivitet, säkerhet och åtkomst),
- Nödvändiga faciliteter (t.ex. skyltar, toaletter, bänkar)
- Ekonomiska möjligheter (boende, transport, kulturprogram osv)
- Marknadsföring

Samtidigt är samarbete, engagemang och lokalbefolkningens och andra intresserades stöttande väsentlig för att utveckla och upprätthålla vandringsturismen. (World Tourism Organization (UNWTO), 2019).

Ur en samhällsekonomisk synvinkel kan friluftslivet ses som en del i den större problematiken kring hur begränsade resurser på bästa sätt fördelas. Den ekonomiska analysen eftersträvar till att öka välbefinnandet hos människorna utifrån antagandet att människan själv fattar ändamålsenliga beslut och kan avgöra välbefinnandet i varje given situation. Detta innebär bland annat att människan föredrar olika varor och tjänster enligt särskilda kriterier och att dessa kan uttryckas i en så kallad nyttofunktion.¹

Det finns två centrala frågeställningar i den friluftsekonomiska analysen: hur administrationen av områden för vandringsturism kan förbättras och hur samhällets hjälpmedel ska fördelas för att uppnå den största möjliga nyttan inom vandringsturism (Emmelin, Sandell, Fredman, & Jensen, 2010, ss. 84-85)

2.1 Allemansrätten

Längs med St. Olav Waterway går man längs med flertal privata egendomar och skogar. I detta kapitel tas det upp om allemansrätten som är bra att känna till när man vandrar i Finlands natur.

Med allemansrätten i Finland ges det en speciell möjlighet att röra sig fritt i naturen som inte är så vanligt i andra länder. Här i Finland får man fritt röra sig till fots, med cykel och

¹ Nyttofunktion är ett centralt begrepp inom företagsekonomi och nationalekonomi. Nyttofunktionen beskriver en nytta för konsumenten i förhållande till olika konsumtionsnivåer.

kajak men man skall hålla sig borta från privata tomter, gårdsplaner och bryggor. Man får campa några få nätter på en tillräcklig distans från närmaste bebyggt område. I Finland är det förbjudet att göra upp öppen eld utan tillstånd, men i t.ex. stormkök och vid grillplatser är det tillåtet att elda utan tillstånd. När man samlar ved till elden är det inte tillåtet att ta grenar från levande träd, däremot får man samla nedfallna kvistar och grenar. Med rätten följer alltså ett krav på respekt och omtanke mot naturen och djuren samt markägare och lokalbefolkningen. (St.OlavWaterway, 2020)

”Allemansrätten kan beskrivas som en rätt för var och en att i viss utsträckning vistas på mark- och vattenområden som tillhör andra och att där plocka svamp, bär och vissa andra naturprodukter. Nyttjandet får inte innebära att fastighetsägare eller andra med särskild rätt till fastighet tillfogas nämnvärd skada eller olägenhet. Begränsningen brukar ibland sammanfattas med uttrycket - inte störa, inte förstöra” - Gunnar Zettersten. (Emmelin, Sandell, Fredman, & Jensen, 2010, s. 192)

Allemansrätten kan alltså kort beskrivas som ett friutrymme mellan de olika lagar och regler som begränsar landskapets användande och tillgänglighet. Huvudprincipen i friutrymmet är att man inte ska ”störa eller förstöra” och för att veta gränserna måste man kunna avläsa landskapets signaler om känslighet. (Emmelin, Sandell, Fredman, & Jensen, 2010, ss. 36-37)

2.2 Pilgrimsturism

Den ursprungliga betydelsen av pilgrimsvandring eller pilgrimsfärd, enligt *Oxford English Dictionary*, är: ”en resa (oftast inom långt avstånd) till en helig plats som en handling av religiös hängivenhet” eller ”en resa som genomförs till en plats av särskild betydelse eller intresse, speciellt som en handling av hyllning, respekt etc.”. Ytterligare en tredje betydelse beskriver en pilgrimsfärd som ”en resa; en period av resande eller vandrande från plats till plats i tidig användning, en exilperiod, en utländsk vistelse”. Från de här tre definitionerna, kan man se att termen omfattar ett stort urval av resor och förr i tiden var det inte begränsat till ett rent religiöst sammanhang. Det verkar som att det inte var förrän under medeltiden som ”pilgrimsfärd” fick en strikt religiös bibetydelse i den anglo-normandiska

engelskan² och blev starkt förknippad med de kristna korstågen för att återerövra Jerusalem. (Howard, 2017, ss. 18-19)

Under medeltiden var det vanligt att pilgrimsvandra. De europeiska pilgrimsrörelserna hördes till den romerska katolska kyrkan där pilgrimsvandringarna ofta var kopplade till olika skyddshelgon. De största pilgrimsmålen är Jerusalem, Santiago de Compostela i Spanien (se kap 2.3) och Sankt Olavs grav i Nidaros (se kap 4.1). (Sjöström, 2016, s. 23)

Pilgrimsvandringar idag kan vara till ett museum eller ett historiskt monument, förfäders hemland (verkligt eller föreställt), en vördad författare eller känd profils hem. Världsarvsområden och så kallade "power places" eller "maktplatser", som utsetts av upplevd naturlig skönhet och kulturell betydelse, så som Machu Picchu, Delphi eller Himalaya, har också blivit globala pilgrimsmål på senare år. Även om formerna av pilgrimsvandringar har förändrats under åren, förblir den grundläggande betydelsen den samma. Men med den pågående exponentiella tillväxten inom turismen och rörligheten mer generellt, fortsätter linjerna som delar pilgrimsvandringar och turism att bli allt suddigare. Samtida forskning visar att populariteten för pilgrimsvandringar och resor för andliga ändamål har ökat världen över. (Howard, 2017, s. 25)

År 1987 godkändes den första pilgrimsleden till Santiago de Compostela, som idag har ca 300 000 vandrare och efter godkännandet har 31 andra leder fått Europarådets certifikat som går genom 53 länder. (Söderlund, Nyhetsbrev 1, 2017)

2.2.1 Pilgrimsturist

Pilgrimen skiljer sig från en vanlig turist genom val av resmål, pilgrimsturister söker ofta efter andlighet under resan. Ordet pilgrim betyder främling (på latinska) och betyder att en person vandrar till en helig plats. Nuförtiden vandrar inte alla endast för religiösa motiv men förut vandrade pilgrimer ofta via specifika pilgrimsleder längs med heliga platser till slutdestinationen.

² Anglo-normandisk engelska är ett språk som användes av den kungliga domstolen och av den anglo-normandiska adeln i England under medeltiden.

Många går pilgrimsleder för att söka stillhet och njuta av naturen, andra för att uppleva historiska platser längs leden, medan andra kombinerar resan med motion. (St.OlavWaterway, 2020)

Pilgrimens sju nyckelord är:

- Enkelhet
- Tystnad
- Bekymmerslöshet
- Långsamhet
- Andlighet
- Delande

De sju nyckelorden visar att genom en pilgrimsvandring medförs det att man bryter de vardagliga mönstren som man är van och trygg med. Ens själ och kropp aktiveras när man går en vandring, tystnaden och långsamheten man går i låter en gå i de egna tankarna och självreflektionerna samt låter en släppa vardagsoron. Genom vandringen utnyttjar man resurser också med andra okända, som man kanske inte vardagligt använder sig och får därmed perspektiv på livet. (Pyhiinvaellus, 2020)

2.3 En stor pilgrimsled i Europa – El Camino de Santiago de Compostela

I februari 2020 deltog skribenterna i "Nordiskt seminarium om St. Olav Waterway: Hur vandrar vi vidare?" där det diskuterades om hur man kan ta modell från El Camino de Santiago de Compostela i utvecklingen av St. Olav Waterway.

El Camino de Santiago de Compostela (The Way of Saint James) är den största och populäraste pilgrimsleden i Europa. På svenska kallas den för Jakobsleden. El Camino är en sammanslutning av flertal rutter över Spanien och Europa, vilka alla som leder till Santiago de Compostela i nordvästra Spanien. I flera hundra år har många pilgrimer följt St. Jakobs fotspår över Spanien. Under medeltiden gick rutterna som en pilgrimsfärd till aposteln St. James. Nuförtiden vandrar tiotusentals turister Camino de Santiago varje år. Den sammanlagda längden på leden är 1600km. El Camino de Santiago har redogjorts som ett världsarv av UNESCO och leden är dessutom den första europeiska kulturresan. (The Way of St. James, 2020)

Huvudrutterna till El Camino de Santiago Compostela är:

- Camino de Santiago Frances som går Saint-Jean-Pied- de- Port över Pyrenéerna och genom norra Spanien till Santiago de Compostela.
- Camino de Santiago del Norte som går från Baskien längsmed Spaniens kust och Asturiens berg till Santiago.

Camino de Santiago de Frances är 800km lång och är den mest kända leden till El Camino de Santiago. Landskapet längs leden är varierat, allt från platta vägar till ojämna marker. Längs med leden går man förbi närmare 400 byar och orter.

Camino de Santiago del Norte är 800 km lång och sägs vara den vackraste leden till Santiago de Compostela. Leden går längs med Spaniens nordkust genom berg och dalar. (The Way of St. James, 2020; Vandra.se, 2019a; Vandra.se, 2019b)

2.3.1 Historia

El Camino de Santiago kom till på grund av tron att St. Jakob begravdes i nordvästra Spanien. St. Jakob började efter Kristi död predika evangelier på den nordvästra delen av Spanien, förut känd som Gallaecia. Efter några år skall han ha återvänt till Jerusalem men skall då ha blivit halshuggen av Kung Herodes Agrippa år 44 e.Kr.

Enligt legenden tog St. Jakobs sju lärjungar hans kropp med båt över medelhavet till Galicien där hans kropp blev lagt i en grav som sedan flyttades till Santiago de Compostela. Först år 814 hittades St. Jakobs kropp, efter rapporten att kvarlevorna hade blivit hittade besökte konungen (av det Galliciska riket: Alfonso den andre av Asturien) platsen och utnämnde St. Jakob till Spaniens skyddshelgon. (The Way of St.James, 2020)

2.3.2 Kostnader

Priset på boende och mat längs med El Camino de Santiago de Compostela är relativt låga, man klarar sig bra med ungefär 30 euro per dag. Boendeutgifterna för ensamma vandrare är från 0 euro till 10 euro/natt, de vandrare som kommer ensam sover oftast i sovsalar med våningssängar. När man bor två eller mera tillsammans kan privata inkvartering fås för ungefär 20 euro. Pilgrimsmenyer längs med lederna kostar omkring 10–14 euro, specialkaffen (t.ex. espresso eller cappuccino) fås på många caféer för endast 1 euro. (Momondo.se, 2020)

Senare i examensarbetet skriver skribenterna om priserna för övernattning hos skärgårdsföretag (se kapitel 7) i Finland. I resultatdelen (se kapitel 9) påpekar/kommenterar vandrarna även om inkvarteringspriser hos skärgårdsföretag längs med St. Olav Waterway.

2.4 Pilgrimsvandringar i Norden

I Europa har pilgrimsfärder sedan lång tid tillbaka varit ett vanligt fenomen och det fanns ett välutvecklat nätverk av tjänster för vandrarna så som vägar och logi, så kallade härbärgen. Däremot var det inte så välutvecklat norrut och få vågade ta sig dit. När de nordiska länderna sedan började övergå från den fornnordiska tron till kristendomen och började därmed inkludera pilgrimsvandringar. De nordiska länderna blev då en del av den katolska kyrkan, som var Europas så kallade "överhuvud" under medeltiden och gemenskapen med de andra europeiska länderna ökade. (Jörälv, 2000, ss. 7-8)

Det finns ingen statistik över hur många som gav sig iväg på en pilgrimsfärd men skarorna i nedre delen av Europa var hundratusentals varje år. Lika stora mängder sökte sig inte till avskilda platsen Nidaros i norr och under medeltiden var de skandinaviska länderna ytterst glesbefolkade, och minskade med ca. en tredjedel under pesten. Men det fanns ändå tillräckligt många pilgrimsvandrare som gav sig av till Nidaros för att markera ett spår i minnet hos folket. I och med reformationen under 1500-talets början inrättades de lutheranska statskyrkorna i Norden och dyrkan för helgon och pilgrimsvandringar till Nidaros förbjöds. (Jörälv, 2000, s. 8)

Över femhundra år har gått och en hel del har fallit i glömska, men längs de gamla lederna som pilgrimerna gick finns flera minnen kvar så som vigda kyrkor åt helgonet, skulpturer och bilder, Olavskällor och de berättelser som pilgrimerna lämnade efter sig. (Jörälv, 2000, s. 9)

Exempel på pilgrimsleder som finns i Norden idag förutom St. Olav Waterway, är t.ex. Helgonleden, Romboleden, Stråsjöleden, Oxvägen och Klosterleden. Helgonleden är klassad som en europeisk kultur- och pilgrimsled som går från Uppsala till Trondheim. Den invigdes år 2011, är 500 km lång och har samma status som Santiago de Compostela. Romboleden är en av St. Olofslederna i Sverige från medeltiden och går från Mälardalen till Nidarosdomen i Trondheim. Vandrar man längs med denna led består miljön av gamla

bruksmiljöer, fäbodstigar³ och fjällmiljö. Stråsjöleden är en annan St. Olofsled i Sverige som består av 18 etapper från Långvind till Trondheim. En bit av leden invigdes 2011, men första delen av leden (Korsholmsudden – Långviksbruk - Enånger) invigdes 2014. Oxvägen, eller *Hærvejen* som den heter på danska, är cirka 280km lång och går genom Jylland i Danmark, från Padborg till Viborg. Vandrar man längs med Oxvägen får man uppleva den danska landsbygden, kusten, skogarna, öppna landskap och historiska platser. En annan dansk pilgrimsled är Klosterleden, som är ca 2 300 km lång från Helsingör till Frederikshavn och förbinder ca 50 av de platser där det fanns kloster under medeltiden. (Helgonleden, 2020; Romboleden, 2020; Stråsjöleden, 2018; Oplev Haervejen, 2020; Den Danske Klosterrute, 2020)

3 Destinationsutveckling

Destinationer är platser av intresse för turister. En plats som inte besöks av turister är inte en turistdestination, men genom marknadsföring kan det dock locka potentiella turisternas uppmärksamhet. Med tanke på vissa egenskaper, kan det fästa uppmärksamheten hos dem som lockas tillräckligt för att besöka och med lämplig förståelse för dessa turisternas behov och ett engagemang att utveckla sina resurser för att tillgodose dessa behov, kan den platsen bli en turistdestination. Hur länge det förblir framgångsrikt beror på om det kan hanteras på ett hållbart sätt. (Howie, 2003, s. 73)

Av den redogörelsen för destinationsutveckling är det helt enkelt inte tillräckligt att uppmuntra människor att besöka en viss plats för att skapa en destination. Den byn, staden, regionen eller landet kan mycket väl fortsätta att tillhandahålla nödvändigheter och nöjen i vardagen för sina invånare och handla för sin verksamhet. Men utan lämplig turistinriktad utveckling kommer platsen inte att bli en turistdestination. Det finns flera viktiga åtgärder:

1. Omvandla resurser med potential till attraktioner.
2. Anskaffa ett lämpligt utbud av turistboende.
3. Anskaffa lämplig transport till, från och inom destinationen.

³ En fäbod är ett enklare timmerhus som användes under sommaren och vistelse för gårdens kreatur som låg lägre bort från själva gården.

4. Säkerställa en framgångsrik samverkan av den turistrelaterade utvecklingen i platsens förändrade aktivitetsmönster på en långsiktig och hållbar basis.

Aspekterna 1 till 3 omfattar det traditionella synsättet. Det är som svar på den växande betydelsen av turism och medvetenhet om dess potentiella negativa, såväl som nyttiga effekter som aspekt 4 i allmänhet anses vara väsentligt idag. (Howie, 2003, s. 73)

I det nuvarande utvecklingsstadiet för destinationshanteringen och turismen i allmänhet, finns det en del frågor som kräver särskild uppmärksamhet. Dessa speglar turistens förändrade natur och turismens framväxande roll i samhället. Turisten idag är en mer erfaren resenär, därför mer krävande, mer informerad om sina rättigheter och mindre passiv i strävan efter saker att göra, än turisten från en tidigare generation (Poon, 1993). Dagens turister söker hos en destination både aktiviteter och upplevelser som är givande (Rewarding), berikande (Enriching), äventyrliga (Adventuresome) och ger en lärande (Learning) upplevelse - den "riktiga" (REAL) turismen. (Howie, 2003, s. 1)

3.1 Maslows pyramid av mänskliga behov

Senare i detta examensarbete kan man utifrån resultatet från enkätundersökningen (se kapitel 10.1) läsa om i vilket syfte respondenterna hade vandrat St. Olav Waterway. Maslow (1943) definierade en hierarki av mänskliga behov.



Figur 2. Maslows behovspyramid (Aroseus, 2016)

Han föreslog (se figur 2) fem klasser av behov eller motiv, från "högsta" till "mest grundläggande":

- självförverkligande (maximera din egen potential)
- uppskattning eller självkänsla (t.ex. andras respekt)
- social eller gemenskap (t.ex. tillhörighet och kärlek)
- säkerhet eller trygghet (t.ex. vård och pengar)
- fysiologisk (t.ex. mat och dryck, skydd)

I allmänhet måste lägre nivåbehov uppfyllas åtminstone delvis innan en person kan motiveras av högre nivåmål. Maslow hävdade att det var naturligt för en individ att vilja gå från de mest grundläggande till de högsta nivåerna av tillfredsställelse och uppnå sin mänskliga potential. Barriärerna, och möjligheterna, skapades av samhället; till exempel *kan* utbildning vara ett hinder. Men det kan också främja personlig tillväxt. (Howie, 2003, ss. 51-52)

Alla dessa faktorer påverkar valet av en destination som valts av enskilda turister. En extremäventyrsturist kan avstå från alla lägre behov för att uppnå självförverkligande, och tar endast med en överlevnadsration och utrustning för att klättra upp i ett avlägset berg eller fotografera sällsynta vilda djur. Sammanhanget kan dock vara att personens personliga och yrkesmässiga behov tillgodoser lägre nivåers behov av en säker inkomst, familj och vänner, detta är grunden för att uppnå det högsta målet. (Howie, 2003, s. 52)

I resultatet (se kapitel 9) kan man konstatera att de som vandrar denna pilgrimsled främst vill uppnå det högsta nivåmålet i Maslows pyramid, i självförverkligande syfte men även det andra nivåmålet, uppskattning och självkänsla. Man vill vandra för pilgrimsledens historia, antag vandringen som en utmaning eller för att vandra i tystnad och därmed hitta lugnet. Vandrarnas syfte med pilgrimsvandringen kan man läsa mer om längre fram i resultatdelen av empirin i detta examensarbete.

3.2 En turistdestinations livslängd

När man talar om livslängden på en turistdestination kan man tänka det som ett produktcykelkoncept. Konceptet är ett slags mönster där försäljningen av en produkt går först långsamt, upplever en snabb tillväxttakt, stabiliseras och därefter minskar, med andra ord, följs en grundläggande asymptotisk kurva. Besökare kommer till ett område i litet antal, begränsade av brist på åtkomst, faciliteter och lokal kunskap. När anläggningar erbjuds och medvetenheten ökar kommer antalet besökare att öka. Med marknadsföring,

informationsspridning och ytterligare erbjudande av anläggningar, kommer områdets popularitet att växa snabbt. Så småningom kommer dock ökningstakten i antalet besökare att minska när nivåerna av kapaciteten uppnås. Dessa kan identifieras i termer av miljöfaktorer (t.ex. brist på utrymme, vattenkvalitet, luftkvalitet), fysisk anläggning (t.ex. transport, boende, andra tjänster) eller sociala faktorer (t.ex. trängsel, irritation från lokalbefolkningen). Eftersom områdets attraktivitet minskar i förhållande till andra områden, på grund av överanvändning och besökarnas påverkan, kan antalet besökare så småningom minska. (Butler, 2006, ss. 4-5)

Antagandet att turistdestinationer alltid kommer att förbli turistdestinationer och vara attraktiva för turister, verkar vara underförstått i turistplaneringen. Offentliga och privata byråer hänvisar sällan, om någonsin, till den förväntade livslängden för en turistdestination eller dess attraktioner. Snarare, eftersom turismen har visat en ännu obegränsad potential för tillväxt, trots ekonomiska lågkonjunkturer, tas det för givet att antalet besökare kommer att fortsätta öka. Felaktigheten i detta antagande kan märkas i upplevelsen av äldre turistdestinationer under de senaste två decennierna. Ett problem är genom att testa den grundliga hypotesen och utforma kurvan för specifika områden och att få data om besökare till destinationer under längre perioder. De är sällan tillgängliga, och det är osannolikt att de går tillbaka till turistbesöken. De uppgifter som finns tillgängliga för ett fåtal destinationer under perioder som överstiger trettio eller fyrtio år motiverar dock de allmänna argumenten. Samtidigt förväntas kurvans form variera för olika destinationer, vilket återspeglar variationer i faktorer som utvecklingshastighet, antal besökare, tillgänglighet, regeringens politik och antal liknande konkurrerande destinationer. (Butler, 2006, ss. 9-10)

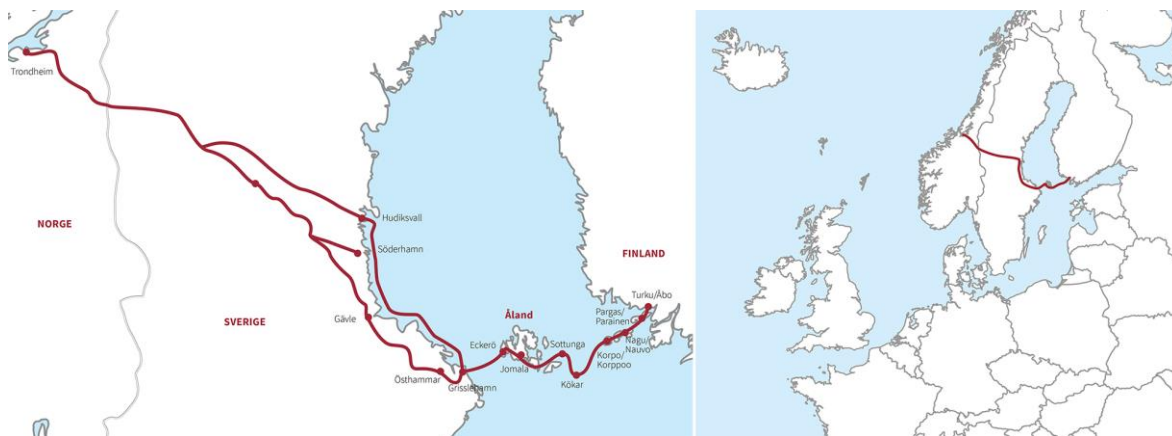
Dessa antagande tyder också på att det krävs en attitydförändring från de som ansvarar för planering, utveckling och förvaltning av turistdestinationer. Turistattraktioner är inte oändliga och tidlösa, men bör ses och behandlas som begränsade och möjligen som icke förnybara resurser. De kunde då skyddas och bevaras noggrannare. Utvecklingen av turistdestinationen kan hållas inom bestämda kapacitetsgränser och dess potentiella konkurrenskraft bibehållas under en längre period. Även om det maximala antalet människor, som besöker ett område vid en tidpunkt under sådana arrangemang, kan vara mindre än de flesta nuvarande grundprinciper för en maximal kortsiktig utveckling, så kan fler besökare tillfredsställas på långt sikt. På några få platser har gränser för turismens

tillväxt antagits, främst på grund av allvarliga miljöskador på attraktioner. Om inte mer kunskap uppnås och en större medvetenhet utvecklas om de processer som formar turistdestinationer, måste man dra slutsatsen att många av de mest attraktiva och intressanta destinationerna i världen är dömda till att bli turistreliker. (Butler, 2006, s. 11)

4 St. Olav Waterway

St. Olav Waterway är dedikerad till Olav den Helige. Den 2100 km långa pilgrimsleden börjar från Åbo domkyrka i Finland, varifrån leden går genom Åbolands skärgård och vidare till den åländska skärgården. Man behöver inte enbart vandra, man kan också ta sig fram med cykel eller åka en del av sträckorna med buss eller förbindelsebåt. I den åboländska skärgården vandrar man i varierande natur och får även uppleva att åka färja mellan de olika kommundelarna. Längs med leden, förutom naturens lugn och skärgårdens skönhet, finns det även intressanta sevärdheter och mängder av skärgårdsföretag som driver olika verksamheter som evenemangsplanering, restauranger, caféer, boende och butiksverksamhet som säljer lokala produkter. (St Olav Waterway, 2020)

Den åländska delen av pilgrimsleden består mest av sjösträckor där man kan färdas med egen båt eller med färja. Leden är uppdelad i åtta etapper där man kan vandra en etapp per dag. I Eckerö på Åland fortsätter man med Eckerölinjen över till Grisslehamn i Sverige där leden sammankopplas med befintliga pilgrimsleder norrut som t.ex. Vikingaleden, Helgonleden och Stråsjöleden. Omgivningen varierar från kustland till jordbruksbygd, och när man börjar närma sig Norge består omgivningen även av skog och fjäll. När slutmålet, Nidarosdomen, börjar närma sig blir man välkommen till Nidaros (idag Trondheim) av Trondheimsfjorden och Atlantens hav. (Visit Åland, 2020; St Olav Waterway, 2020)



Figur 3. Kartor över St. Olav Waterways rutt idag (Kartor, 2020)

4.1 Vem var Sankt Olav?

Olav den helige levde åren 995 – 1030. Han växte upp i nutida Telemark i Norge. Som en hårdhänt viking drog Olav ut på vikingafärder i Mälaren, Östersjön och längs med Danmarks kuster. Som sextonåring var Olav med i vandaliseringen av Canterbury och några år senare deltog han i stridigheterna i England då London Bridge förstördes år 1014. År 1015 återvände den tjugo år gamla Olav till Norge för att bli kung, men efter att ha suttit tretton år på tronen landsförvisades han när kungen av England och Danmark attackerade landet, och Olav flydde till Novgorod i Ryssland. Efter några år återvände han för att igen försöka få tillbaka makten men stupade, endast trettiofem år gammal, i slaget vid Stiklestad år 1030. (Sjöström, 2016, s. 20)



Figur 4. Sankt Olav (Who was St. Olav, 2020)

Olav blev ett helgon ganska snabbt efter sin död och Nidarosdomen började byggas över Olavs grav. Nidarosdomen blev ett viktigt mål för pilgrimer att besöka, efter hans död

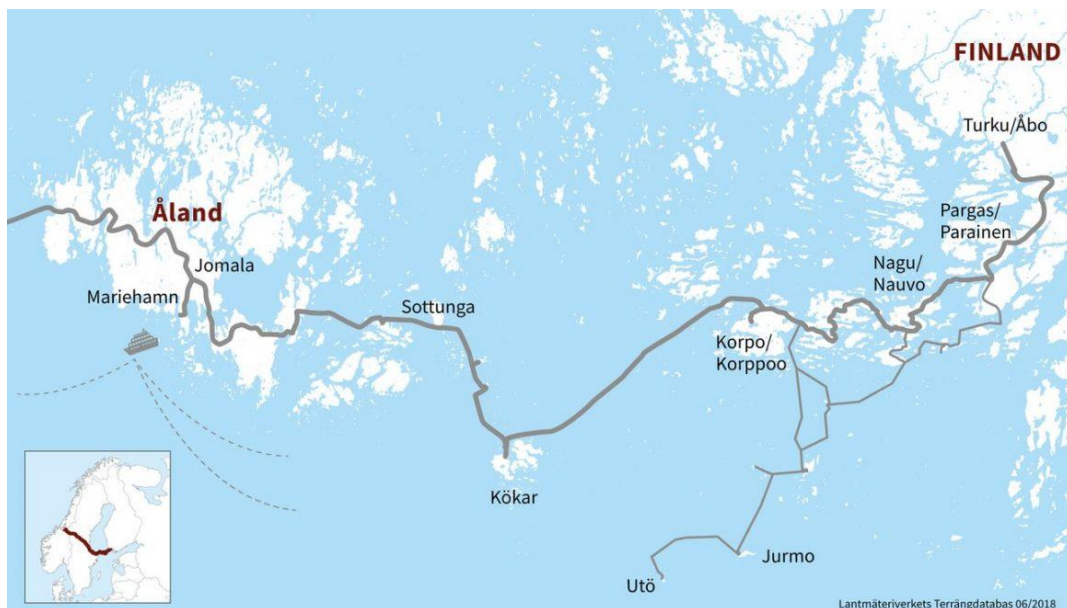
började pilgrimer vandra vägen mellan Novgorod i Ryssland och Nidaros (dagens Trondheim) i Norge. (Sjöström, 2016, s. 21)

Allt eftersom mängden kyrkor och altaren ökade så växte efterfrågan på relikier av helgonet. Mest eftertraktat var ett ben eller en bit från skelettet av helgonet, ett föremål eller något liknande som helgonet varit i kontakt vid var även lämpligt. Man kan bland annat hitta en skjortbit av S:t Olav i Viborg. I Finland, kring 1870, vägrade Kavola församling i Tavastland ge bort sin Olavsskulptur som kallades för "Vanha Uoti". Skulpturen tryggade församlingsborna för en god skörd. (Jörälv, 2000, s. 144 & 167)

Finlands apostel Sankt Henrik tillträdde efter Sankt Olav och det fanns ett tjugotal Olavskyrkor i landet. Viborgs medeltidsfästning hade ett starkt torn som kallades Olofs tornet. I Nyslott 1475 uppfördes ett gränsfäste som fick namnet Olofsborg. (Jörälv, 2000, s. 172)

4.2 Projektet S:t Olav Waterway

Inspirerade av Olav den heliges historia har en grupp människor och organisationer, med hjälp av finansiering från EU:s Central Baltic-program i St. Olav Waterway projektet, under tre år utvecklat Olavsleden från Åbo, över Åland till Sverige. (Pleijel, 2019, s. 5)



Figur 5. Karta över St. Olav Waterway: Åbo – Åland (St. Olav Waterway, 2020)

Tack vare hårt och intensivt jobbande med St. Olav Waterway projektet under de tre åren, har det satts "många stenar i rullning" såsom att böcker skrivs, underhållning för barn hålls

och utbildning för pilgrimsvandringsledare ordnas. Ett intresse för vandring ökar längsmed pilgrimsleden.

Framtidsplanen för St. Olavleden är att ännu förlänga pilgrimsleden från Novgorod till Åbo. Det hade länge varit endast en fantasi för organisationerna och de frivilliga som jobbade med leden men fantasin blev sann efter ett möte på Rysslands ambassad i Helsingfors. Man fortsätter planeringen hur och var en ny led genom södra Finland kan gå och vilka mindre leder som kan kopplas till redan befintliga leder. (Söderlund, Nyhetsbrev 1, 2019)

4.2.1 Samarbetspartners

De åtta föreningar, universitet och kommuner som deltog i projektet som koordinerare och samarbetsparter är: föreningen Fransiskus på Kökar och föreningen Pilgrimstid i Sverige, Yrkeshögskolan Novia, Åbo Akademi (Centret för livslångt lärande), Pargas stad, och kommunerna Sottunga, Östhammar och Söderhamn. År 2018 grundades det även en tvåspråkig förening i Finland och Åland som har till uppgift att upprätthålla St. Olavs lederna i Finland, föreningen heter Olofsleder i Finland rf (Suomen Olavinreitit ry) och hör till den nordiska organisationen Association of St. Olavs Ways, som grundades år 2015. (Projektet, 2020)

4.2.2 Branschbeskrivning

I kapitel 2 står det: *”Vandringsturism tillåter besökare att direkt och djupt få ta del av en destination genom alla sinnen. Genom att vandringsturista bidrar det till betydelsefulla möten med lokalbefolkningen, med dess natur och kultur.”* I Finland har man länge ägnat sin tid åt att röra sig i naturen för att jaga, vandra, plocka bär och svamp och för att skida. När man är i naturen släpps tankarna och gör att man blir mer uppiggad, blodtrycket sänks och halten av stresshormoner sjunker. Att vandra är det populäraste sättet att uppleva Finland och landets ökända natur passar för alla, och det finns ett stort antal vandringsrutter och nationalparker. (Mannervik, 2020; Forststyrelsen, Vandring, 2020a; Forststyrelsen, Hiking and Backpacking, 2020b)

Siffrorna för antalet besökare i nationalparker och andra naturobjekt har ökat med ca 3% per år under de senaste fem åren. Intresset för friluftsliv och vandring ökade storartat i början av året 2020 på grund av Corona-pandemins begränsningar och en snöfattig vinter. Enligt en enkät, som utfördes i Egentliga Finland av Finlands förbund och Forststyrelsen,

hade 52% av 1000 respondenter besökt en nationalpark under de senaste tre åren och besöktes främst av barnfamiljer och personer under 50-års åldern. (Forststyrelsen, 2020c)

4.2.3 Projektutvärdering

Efter att projektet hade avslutats 2019 dök det dagligen upp frågor från personer med intresse av att ta sig an pilgrimsleden följande säsong. Uppdraget med att upprätthålla marknadsföringen för leden gick över till olika Visit-organisationer. Nya vandringar och olika evenemang planerades av församlingar och föreningar, efterfrågan på stämplat hade inkommit från kyrkor och företag och Finlands första pilgrimscenter skall uppkomma i Åbo under 2021. (Söderlund, Nyhetsbrev 3, 2019)

Det finns inte någon pålitlig statistik över hur många vandrare som vandrade längs med leden efter invigningen, man hade sett en del i skärgården några dagar och en del hade vandrat kortare etapper och gjort kortare besök. Företagare som driver övernattningar har kunnat meddela om att de har haft besök av gäster som tros vara vandrare. Man har dock kunnat följa med över hur många pilgrimspass som delats ut och hur många digitala kartor som printats ut. Det finns blogg - och Facebookinlägg från vandrare på nätet, som har delat med sig av sina upplevelser. "Besökarantalet kan tyckas blygsamt, men intresset har varit stort", skriver James Simpson (projektledare i Pargas stad) i St. Olav Waterways senaste nyhetsbrev. Det trycktes upp ett infoblad om den finländska etappen av leden och exemplaren tog slut under den sensommaren, den uppdaterade versionen som finns nu förstorad och även på tyska. St. Olav Waterway nämndes även i den brittiska nyhetssidan "The Guardian", men var dock inte i huvudfokus, vilket gav rekord i besökarantal på St. Olav Waterways hemsida. (Simpson, 2019)

Den femte mars 2020 utsågs St. Olav Waterway till vinnare av "Scandinavian Outdoor Award TRAVEL" inom turismutveckling. Juryn motiverade vinsten med att projektet sammankopplar tre nordiska länder genom en historisk pilgrimsled, och idén och den hållbara turismupplevelsen medförde intresse och beröm. (Winners 2020)



Figur 6. Vinnare av Scandinavian Outdoor Award TRAVEL – Development (Winners 2020)

4.3 Skärgårdens ringväg

På den finländska sidan går St. Olav Waterway från Åbo, ut till skärgården, till Galtby i Korpo, där man sedan måste fortsätta till Kökar (Åland) med färja. Denna bit av leden går nära och ibland även längs med en annan rutt som är känd som Skärgårdens ringväg. Ringvägen är en 250km lång rutt som går runt från Åbo, ut i Pargas skärgårds kommunöar och tillbaka till fastlandet via Nådendal. Längs med rutten åker man sammanlagt 8 - 9 landsvägsfärjor, men vandrar man längs med pilgrimsleden åker man bara med två av dem. Man kan även göra, så kallade avstickare, längs med leden, och därmed passa på att besöka omkringliggande öar och yttre skärgården så som Utö, Själö, Jurmo, Gullkrona, Nötö m.m... Skärgårdens ringväg är öppen under sommarmånaderna och från maj till september söker sig både inrikes och utrikes turister till skärgården, för att färdas med olika fordon eller vandra längs med ringvägen. Under denna period har även de flesta företag i skärgården och längs med leden öppet, så då har även vandrare som mest tillgång till den service de kan behöva. Men det lönar sig att förhandsboka boende i skärgården i god tid, eftersom de olika boenden ofta är fullbokade under högsommaren. (Visit Pargas, 2020)

Sommaren 2020 var ett undantag. På grund av COVID-19 pandemin sköts turism säsongen längs med Skärgårdens ringväg framåt med en månad. Pandemin gjorde att många skärgårdsföretagare öppnade senare än vad de brukar och en del var osäkra om de borde öppna sina dörrar över huvud taget. Med en försenad säsongsstart beslöt Pargas stad med omkringliggande kommuner och byar att hålla ringvägen öppen ända tills mitten av

september, så företagarna har en chans att få in en del av de inkomster som uteblev under våren. Ringvägen var alltså öppen från första juni till sista augusti plus de tre första veckosluten i september. Fastän turistsäsongen sköts fram blev sommaren en "turismsuccé". På grund av Corona-krisen valde finländarna att turista inom hemlandet istället för att åka utomlands och i Åbolands skärgård var gästhamnarna fulla av båtar, olika boenden fullbokade, biljetter till kryssningsbåtar slutsålda och långa köer till landsvägsfärjorna. (Rosvall, 2020)

5 Metod och genomförande

Vi kommer i detta kapitel redogöra vad vi har använt oss av för forskningsmetoder inom den empiriska delen av examensarbetet. Vi har gjort en enkät som vi har publicerat på olika St. Olav Waterway - grupper på Facebook. Enkäten var riktad till de som har vandrat den finländska etappen av leden. På så vis fick vi feedback av vandrarna på vad de tycker skulle kunna utvecklas längs med leden. Utifrån de svar som kommit in från enkäten har det hjälpt oss i att skapandet av intervjufrågor som vi sedan använde oss av som botten för intervjuerna med företagare längs med leden i Åbolands skärgård.

Skribenterna har i detta examensarbete sammanställt intervjufrågorna till företagarna (kvalitativ metod, kapitel 5.2) utifrån de frågeställningar uppdragsgivaren vill ha svar på. Dock har skribenterna även använt sig av en enkätundersökning (kvantitativ metod, kapitel 5.1) för att samla in ytterligare information till sammanställningen av intervjufrågorna, men också för att få vandrarnas åsikter om leden. Skribenterna har alltså kombinerat kvalitativa och kvantitativa metoder för att få svar på frågeställningarna.

5.1 Kvantitativ metod

Kvantitativ metod är en forskningsstrategi där man samlar in numeriska data som hänvisar till teori, de vanligaste undersökningarna är enkätundersökningar och intervjuer. På så vis kan man visa hur olika värden uppdelas inom en grupp av t.ex. människor, företag eller organisationer. En kvantitativ undersökning fungerar bäst när man vill formulera det insamlade materialet till siffror om man gör undersökningen bland en större grupp och så får man även en bredare uppfattning om den undersökta gruppen. (Eliasson, 2018, ss. 27-30)

5.1.1 Kvantitativ enkät

I enkätundersökningar har man färre och mer slutna frågor än i en intervju. Man skall formulera frågorna tydligt så att de är lätta att förstå, och så att respondenten inte tröttnar på att besvara frågorna och avslutar undersökningen. Enkäter är billigare än intervjuer eftersom de kan göras snabbt och gratis på nätet (på t.ex. Google Forms), och skickas till ett urval personer per e-post eller genom att dela en länk till enkäten. Det är lättare att justera enkäten efter respondenternas behov, dock kan man inte hjälpa respondenten om hen inte förstår någon av frågorna, man vet inte säkert vem det är som besvarar enkäten och man kan inte få in tilläggsinformation så som i intervjuer. (Bryman & Bell, 2013, ss. 246-248)

5.2 Kvalitativ metod

Observationer och intervjuer är de populäraste kvalitativa metoderna inom samhällsvetenskap. Vid observationer kan man delta hur man vill, och beroende på hur man sammanställer en intervju kan den vara strukturerad så som man vill. Vad de här två sätten har gemensamt är hur nära de kan ligga kvantitativa metoder. Under en observation kan personen i fråga fungera antingen som observatör eller som deltagare, där observatören kan använda sig av kvantitativa metoder. I en observation avgör personen själv hur mycket man vill lägga sig i. Under en intervju använder personen sig av en sammanställning av frågor och då kan personen genom en strukturerad och detaljerad frågelista, utföra en kvantitativ undersökning. Det är också intervjuaren själv som väljer hur intervjun är strukturerad, och då inverkar också själva situationen, frågorna, teorin och de analyserade variablerna. (Eliasson, 2018, s. 22)

Kvalitativa metoder fungerar bäst när man försöker få fram ett samband där det krävs uppfattning som blir tydligare efter hand. Kvalitativa metoder är flexibla – man kan anpassa undersökningen enligt situation, utveckling och så mycket material som man behöver. Man kan även kombinera kvalitativa metoder med både andra kvalitativa metoder och kvantitativa metoder. (Eliasson, 2018, s. 27) .

5.2.1 Kvalitativ intervju

I en kvalitativ forskning uppkommer något som kallas för kvalitativ intervju, vilket betyder att frågorna är mindre strukturerade och mer flexibla. Istället för att satsa på

tillförlitlighet och giltighet, fokuserar man på respondenternas egna tolkningar och uppfattningar. I kvalitativa intervjuer får intervjun gärna gå i olika riktningar för att även ge uppfattning om vad respondenten tycker är viktigt. Intervjuaren behöver inte följa ett specifikt frågeschema och man kan även ställa följdfrågor vart efter, eftersom man vill ha mer bredare och ingående svar. (Bryman & Bell, 2013, s. 474)

6 Intervjuerna med företagen

Denna intervjustudie kommer basera sig på frågeställningarna i kapitel 1.3. Respondenterna till examensarbetet valdes utifrån skärgårdsföretag som ligger längs den finska sidan av St. Olav Waterway leden (Åbo - Korpo) samt de tips som gavs av uppdragsgivaren. Flera företag längs leden blev kontaktade via e-post där det förklarades vem vi var, varifrån vi kommer, om vårt examensarbete, vad syftet var och vad intervjun går ut på.

Av alla företag som kontaktades utfördes intervjuerna hos sex företag i september och oktober år 2020. Företagen som intervjuades var: Matmalmen@EVA, Strandbo Groups, Sattmark, Gytta Västergårds, Hotell Stallbacken Grännäs B&B samt Hotell Nestor & Restaurang Backpocket. Intervjuerna utfördes i första hand på plats vid de olika företagen men p.g.a. smittsamt virus erbjöds även telefonintervjuer eller mejlintervjuer. Tre av sex företag träffade vi fysiskt, medan två av de resterande var telefonintervjuer och den sista en mejlintervju.

Inför intervjun berättades det om syftet och tanken bakom arbetet. Före intervjun förklarades det att intervjun kommer bandas in för eget bruk endast för examensarbetet. När självaste intervjun började ställdes intervjufrågorna turvst (se bilaga 1) till respondenten. I telefonintervjuerna var det samma uppställning som vid de fysiska intervjuerna. Alla intervjuer hölls på svenska förutom Sattmark som besvarade frågorna på finska.

6.1 Intervjufrågorna

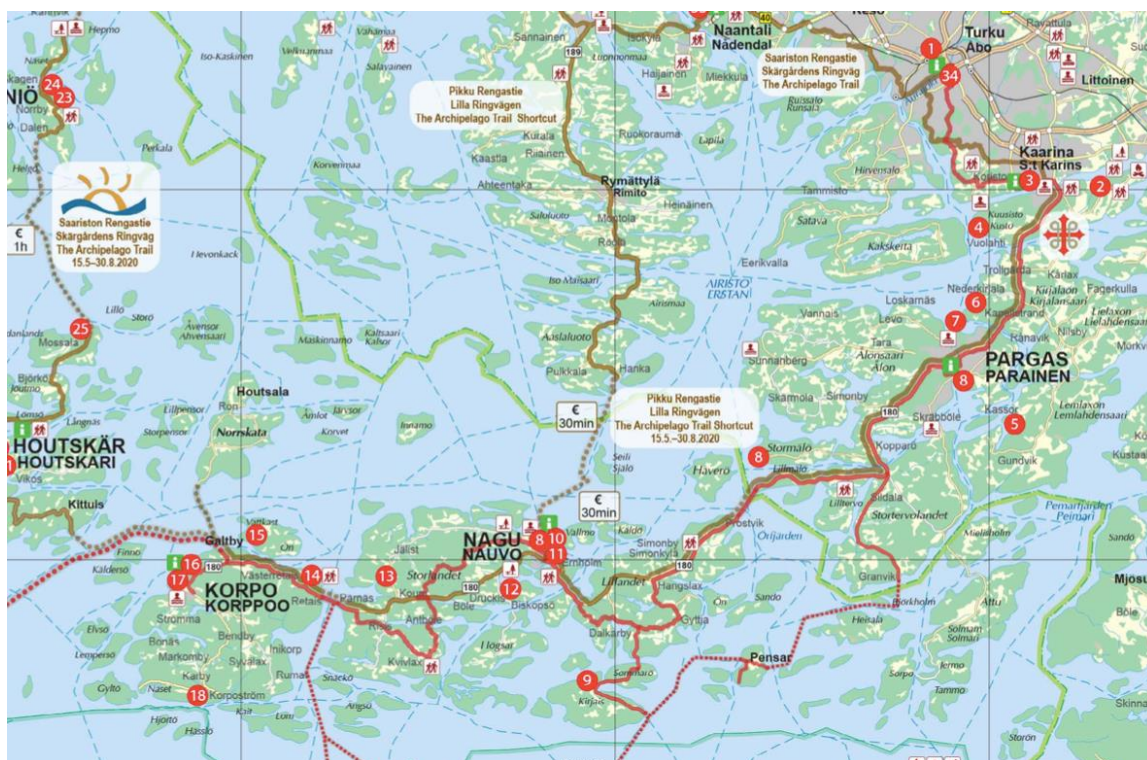
Med hjälp av intervjufrågorna (se bilaga 1) ville vi ta reda på om företagen har fått tillräckligt med information om vandringsleden och vad dom skulle vilja veta mera om. Det undersöktes om företagen var bekanta med begreppen vandringsturism samt

pilgrimsturism (se kap 2& 2.2) och om dom har haft besök av vandrings/pilgrimsturer (se kap 2.2.1) sommaren 2019-sommaren 2020, för att kunna undersöka hur många vandrare som besökt företagen samt vilken feedback dom hade fått.

Med intervjufrågorna togs det också reda på om företagen ser skillnader mellan vandrings/pilgrimsturer och andra turister t.ex. med köpbeteende och om företagen kan erbjuda några särskilda pilgrimsprodukter såsom pilgrimspaket, måltider och stämpel för pilgrimspass. Slutligen togs det reda på hur företagen kan utveckla sina produkter och tjänster riktade mot vandringsturisterna och hur Pargas Stad kan stå till hjälp med utvecklingen samt vad företagens förväntningar är för framtiden.

7 Företagspresentation

I följande avsnitt kommer en kort företagspresentation på de sex företag som intervjuades. Alla respondenter blev tillfrågade om företaget vill vara anonymt men alla gav tillåtelse att nämnas i examensarbetet. I kartan nedan ser man var de olika företagen ligger längs vandringsleden.



Figur 7. Skärmdump Av Åbolands skärgårds karta (Broschyrer och material, 2020)

I Figur 7 ser man en skärmdump av kartan över Åbolands skärgård. Den bruna linjen visar var Skärgårdens ringväg (kapitel 4.3) går och den röda linjen visar var St. Olav Waterway går, med möjliga avstickare. De rödmärkta talen eller punkterna visar på kartan var olika företag ligger, varav nummer 8 är Strandbo Groups tre hotell (Hotell Kalkstrand i Pargas, Hotell Airisto Strand i Stormälö och Hotell Strandbo i Nagu (kapitel 7.1.)), nummer 12 är Hotell Stallbacken Grännäs B&B (kapitel 7.5) och nummer 14 är Hotel Nestor & Restaurang Backpacket (kapitel 7.6). Alla intervjuade företagen syns inte på kartan men Matmalmen @EVA (kapitel 7.1) ligger ett stenkast ifrån Hotell Kalkstrand, Sattmark (kapitel 7.3) ligger mellan Kopparö och Lofsdal i Pargas och Gyttja Västergårds (kapitel 7.4) ligger i Gyttja i Nagu.

7.1 Företag 1 - Matmalmen @EVA

Matmalmen @EVA är beläget på Köpmansgatan i Pargas Centrum 24km från Åbo Domkyrka. Matmalmen är namnet på företaget och @EVA är namnet på restaurangen som drivs. Verksamheten på Köpmansgatan startade år 2019 i juni.

I Matmalmen @EVA restaurang erbjuds det dagliga menyer med lokala och färska råvaror. Restaurangen använder sig av komposteringsmetoden Bokashi – ett enkelt och miljövänligt sätt att återvinna matavfall som omvandlas till jord och gödning. Hos Matmalmen kan man även utöver mat möjligheter även boka inkvartering. Matmalmen erbjuder två nyrenoverade rum som kan bokas på Airbnb, det mindre rummet får man för 55 euro per natt och det större rummet för 85 euro per natt. (Matmalmen.fi, 2019)

7.2 Företag 2 - Strandbo Groups

Strandbo Groups eller Hotell Strandbo Oy grundades år 1988 och är specialiserade på hotellverksamhet året runt. Företaget har hand om tre hotell (Hotell Kalkstrand, Hotell Strandbo och Hotell Airisto Strand), flera hyresstugor för konferensutrymmen och restauranger. Företaget erbjuder även tjänster så som fester, bröllop, catering, konferenser, charterresor med båt, samt fiskeresor. Strandbo Groups tjänster och boenden finns alla belägna i Pargas skärgård, och självaste hotellen befinner sig i Pargas, Stormälö och Nagu. Hotell Kalkstrand i Pargas, som är beläget 24,2 km från Åbo Domkyrka, fungerar som huvudkontor. Hotellen håller öppet främst under sommarmånaderna, förutom Hotell

Kalkstrand som har öppet året runt, och priserna ligger mellan 80 euro – 100 euro per natt. Hotell Strandbo i Nagu är dyrare, där priset kan vara 99 euro per natt och 134 euro för två nätter, under högsäsongen. (Hotel Strandbo Oy, 2020; Strandbo.fi, 2013)

7.3 Företag 3 – Sattmark

Sattmark är en serviceverksamhet beläget 31 km från Åbo Domkyrka. I caféverksamheten på gården, som har drivits sedan 1961, finns det salta och söta alternativ som tillreds i det egna bageriet ute på gårdsplanen, alla småbröd och pajer etc. bakas enligt äkta gamla recept. Sen några år tillbaka har Sattmark även en restaurangverksamhet där det erbjuds både små och stora portioner för hela familjen.

Tidigt 2000-tal byggdes tre stugor på området, stugorna är byggda av ekologiska byggmaterial såsom lera och halmbalar med inspiration från Nordamerika och Afrika. I Sattmarks Ekoby, som de kallar samlingen av byggnaderna, kan man boka övernattningsrum för upp till fyra personer per stuga. Priset på inkvarteringen hos Sattmark är 100 – 125 euro beroende på hur många personer som vill boka. (Sattmark.fi, 2020)

7.4 Företag 4 - Gytja Västergård

Gytja Västergårds B&B är beläget 52km från Åbo Domkyrka på Lillandet i Nagu. Nya ägare tog över Västergårds i februari 2020 och har sen midsommaren haft en händelserik sommar. På Gytja Västergårds B&B erbjuds det inkvartering i fyra rum med 14 bäddplatser i en fin restaurerad ladugård med en vacker natur strax utanför fönstret. Ett rum kan även bokas intill den gemensamma bastun på gården. Boenden till Västergårds bokas via internetplattformen booking.com eller via telefon och e-post. Priserna på rummen är från 75 euro – 160 euro per natt. På gården finns det ett mysigt gårdscafé som är öppet under sommaren, där det erbjuds drycker, sallader och söta eller salta alternativ, också som ”take away”. (Vastergards.fi, 2020)

7.5 Företag 5 - Hotell Stallbacken Grännäs B&B

Hotell Stallbacken Grännäs B&B finns i Grännäs i Nagu, 60,5 km från Åbo Domkyrka. Gården byggdes år 1760 av Anna Pryts och 1771 köptes gården av Mikael Hindriksson, senare Granqvist, och hans far Hindrik Persson. Gården har sedan gått i arv inom släkten och

Mikael Granqvist, som äger hotellet idag, är den åttonde generationen som har hand om gården.

Hotell Stallbacken har renoverat de två gamla gårdsbyggnaderna till sju hotellrum och sex rum som fungerar som "bed and breakfast"-stil med bl.a. kök och tv-rum. Sammanlagt kan Stallbacken ha upp till ca 50 gäster boende hos sig samtidigt. Hos Hotell Stallbacken Grännäs B&B finns det även möjlighet att hålla konferenser, fester och aktiviteter som båtsafari, bastu med balja och wellness aktiviteter. Under somrarna är även restaurangen öppen, både för hotellets gäster och för allmänheten. Företaget satsar även mycket på hållbarhet och lokala produkter. Stallbackens inkvartering är öppen året runt, under vinterhalvåret rör sig priserna för övernattningsnatt runt 110 euro – 115 euro och under sommarmånaderna runt 130 euro – 160 euro per natt. (Hotelstallbacken.fi, 2020)

7.6 Företag 6 - Hotell Nestor & Restaurang Backpocket

Hotell Nestor och Restaurang Backpocket är ett hotell och restaurangverksamhet som är beläget i Korpo 71km från Åbo Domkyrka. Hotellet som är en gammal ladugårdsbyggnad grundades år 2009 av Pia Rousku & Frank Hellgren och den nuvarande ägaren William Hellgren öppnade restaurangen Back Pocket sommaren 2016 och ett år senare tog Hellgren även över hotellverksamheten av sina föräldrar.

I hotellet finns det sex rum med plats upp till 15 personer, alla rum på hotellet har sin egen karaktär och historia bakom sig. Under vinterhalvåret får man rummen för 90 – 150 euro per natt och under sommarmånaderna ligger priserna på 130 – 200 euro per natt. I hotellets restaurang som rymmer upp till 40 personer blir man huvudsakligen erbjuden fem och tre rätters meny gjort av nordiska råvaror. Under sommaren finns det även en trerätters lunchmeny. (Hotelnestor.fi, 2019; Åbouderrättelser, 2018)

8 Enkät

Tanken med att utforma en enkätundersökning riktad till vandrare som vandrat längs med den finska delen av St. Olav Waterway, var att vi skulle få mera information vad som behöver utvecklas längs med vandringsleden. Med hjälp av svaren på enkätundersökningen hjälpte det skribenterna att utforma intervjufrågor (se bilaga 1) till

intervjuerna med företagen, som var grundundersökningen för examensarbetet, alltså enkätundersökningen var med för tilläggsinformation till intervjuerna.

Enkäten publicerades på Facebook i olika vandringsledsgrupper, såsom – ”Hiking and kayaking along St. Olav Waterway”, ”St. Olav Waterway/Pyhän Olavin merireitti” och ”Pyhiinvalellus”. Med hjälp av grupperna och flera som hade delat enkäten på egna offentliga eller privata Facebooksidor fick skribenterna sammanlagt 12 svar av vandrare. Enkätundersökningen var gjord på Google Forms där respondenterna kunde svara på svenska, finska eller engelska.

8.1 Enkätfrågorna

Med hjälp av enkätfrågorna (se bilaga 2) togs det reda på i vilket syfte vandrarna gick vandringsleden, vad förväntningarna för vandringsleden var samt vilka styrkor och svagheter vandrarna tyckte vandringsleden har. Skribenterna ville också ta reda på hur servicen längs med vandringsleden fungerade, det vill säga;

- Hur inkvarteringen fungerade
- Hur servicen på restauranger och caféer fungerade
- Hur informationen fungerade
- Hur omgivningen var längs med vandringsleden
- Hur servicen vid butikerna fungerade
- Hur faciliteterna (toaletter, skyltar och avfallsstationer) fungerade

Efter varje fråga har respondenterna kunnat komplettera sina svar med kommentarer. Slutligen fick de skriva allmän övrig feedback om St. Olav Waterway.

9 Resultat

I följande kapitel (9.1–9.6) presenteras resultaten som gavs genom intervjuerna med respondenterna som intervjuades. Respondenternas svar har renskrivits utifrån inspelningen, anteckningar under intervjuerna och genom mejlintervjun som hölls med Hotell Nestor & Restaurang Backpacket.

I kapitel 10 redogörs svaren från enkätundersökningen med vandrarna. De finska och engelska svaren har översatts till svenska för att få en överkomligare blick över resultaten.

9.1 Matmalmen @EVA

Matmalmen @EVA's ägare Eva Johansson tycker att man har lyckats informera mycket bra om projektet St. Olav Waterway fastän det har varit ett lite "udda" och mindre vanligt projekt i Finland att utveckla en vandringsled. Johansson säger att man har känt sig trygg och säker på hur man skall bete sig när man får vandrare.

Vid Matmalmen erbjuds det både boende och mat men Johansson vill gärna veta vad vandrarna egentligen är mera ute efter. Johansson vill veta vilka tider vandrare vill äta samt var deras konstadsnivå ligger – "nu har dom ätit väldigt brokigt, en del har inte ätit någonting alls (bara frukter upp till rummet), den del har ätit full 3-rätters middagar när en del har nöjt sig endast med en varmrätt" konstaterar Johansson. "Sedan har vi något som ingen annan har som heter "Lunner" – vilket betyder lunch och middagskombination, alltså sen lunch. Lunner är ett förmånligt alternativ och samtidigt jobbar vi med matsvinnet med den, en del vandare har också valt det" fortsätter Johansson. Genom att få veta vad och när vandrare vill äta samt var deras konstadsnivå ligger skulle man då kunna fundera på att utveckla en vandrarspecial, t.ex. ett paket för vandrare. "Tider är jätteviktiga för att kunna styra vandraren, vill du ha mat på "dom och dom" ställena ska du vara där "då och då" säger Johansson.

Just nu har Matmalmen inga särskilda produkter för vandrarna utan det är logi och frukost som gäller. Matmalmen erbjuder gästerna att få köpa ett lunchpaket med sig. Lunchpaketet kan man få med sig i en frysväska eller i en papperskasse (dock är det inte så många som har nappat på denna idé).

Johansson är bekant med vandrare och pilgrimer sedan tidigare erfarenheter. Vid Matmalmen var det inga större mängder år 2019 när antalet endast var två, däremot steg det med runt tio vandrare våren 2020 tills slutet av augusti, sedan dess har det varit lugnt. "Under hösten borde man göra mycket arbete för att få vandrare att gå längs leden också under september och oktober när ännu hösten är vacker" säger Johansson. "Weekendvandringar" såsom höstlov och skördevandringar var tipsen från Johansson.

Man kan som tidigare nämnt (se kap 7.1) boka boende till Matmalmen via Airbnb som 90% av gästerna har använt sig av. Johansson kan genom Airbnb hålla en konversation med vandrarna så hon kan ta reda på ankomsttid med mera. Genom Airbnb kommer också

feedbacken. Feedback som Johansson har fått är inte bara att dom har gillat Matmalmen som ett passligt och bra boende och att maten har varit bra, utan dom har också nämnt att Pargas är ett bra mål som är värt att besöka.

Skillnader som syns mellan vandrare och vanliga turister är att vandrare kommer ofta ensamma eller i par, mestadels är det också kvinnobetonat. Vandrare kommer också mycket senare än vanliga turister, ibland sker incheckningen först vid midnatt. Johansson säger att hon bor i samma hus så incheckningen brukar lösa sig ändå. Ofta har också vandrarna startat tidigt vid gryning under sommaren för att hinna vandra under de svala timmarna.

Johansson vill få fram att det är värt att få vandrarna att vandra via centrum där är det många saker som skärgården är beroende av, t.ex. skattepengar från Pargas största industri "dagbrottet" som bara ligger 350m från Matmalmen. Johansson har skickat många gäster till dagbrottets utsiktsplats för att titta på det. "St. Olavsleden går dessutom där bredvid, så vandrarna skall vara medvetna om att dom skall stanna för att titta och veta att det är Pargas lungor" säger Johansson. Johansson skulle även vilja lyfta upp att någon vecka under sommarmånaderna få en kommunikationslänk för bl.a. vandrare mellan centrum och Pargas port för att kunna se Gullkronafjärden.

Tjänster som Pargas Stad skulle kunna utveckla är roddbåtar man skulle kunna hyra ut i Sundet för en liten peng, som man kan ro mellan t.ex. Solliden camping och centrum. Också cyklar är bra att hyra ut via Pargas Stad när det är långa avstånd i Pargas mellan stränder och centrum.

Förväntningarna för framtiden hos Matmalmen är att det skall komma mera utländska vandrare när dom återigen kan komma till Finland. Johansson har också som förhoppning att man kunde satsa mera på Pargas som turistmål, nu är det mera att Pargas är som en förbifart när man skall ut till Nagu osv. Johansson önskar att Pargas Stad skulle hålla ordentliga föreläsningar och skolningar om t.ex. värdskap och vad Pargas har för styrkor. Det skulle även vara bra med mera statistik och struktur från staden, vad det är för målgrupper, vad det är för penningflöde samt var turister är vilka månader/veckor.

I utvecklandet vill Johansson också få mera liv på Köpmansgatan, "den är redan vacker och mysig och har många faktorer som är superbra, men vi måste få mera utbud på gatan, man

borde få en liten matbutik för det drar alltid folk” säger Johannson. Man skulle även kunna utveckla Ringvägen genom att marknadsföra att flödet också kan gå den andra vägen (börja i Åbo och sluta i Pargas), då skulle Pargas vara slutpunkten där turister ofta spenderar mera pengar. (Personlig kommunikation 28.9.2020)

9.2 Strandbo Groups

Johanna Ölander, som intervjuades för Strandbo Groups, anser att hotellföretaget har fått bra med information om projektet och vandringsleden, men har inte aktivt deltagit vid de olika informationstillfällena. Ölander skulle ha önskat mer information och kartor var exakt vandrarna brukar gå, men för övrigt har de varit nöjda.

Ölander tror inte att Strandbo Groups utbud matchar med vad vandringsturisterna söker. ”Om vi har förstått det rätt, eller så som vi har tolkat det, vandrar de här turisterna med ganska lätt packning och gärna söker Bed & Breakfast-typisk övernattning, gärna med t.ex. tvättmöjligheter” konstaterar Ölander. I och med att Strandbo har hotellverksamhet och inte enklare övernattningsmöjligheter, har Strandbo inte kunnat erbjuda en stor del av vandrarna det de söker efter av boende. ”Förstås finns det en del som tycker att det är helt okej att ta in på hotell en natt och sedan fortsätta”, anser Ölander.

Det är svårt att veta om det är vandringsturister som kommer till hotellen tycker Ölander, en del berättar det när de ringer och vill boka. Men i och med dagens många olika bokningskanaler kan det vara svårt att få reda på orsaken till övernattningen. ”Det är svårt att veta om det är vandringsturister eller semesterturister som bokar, så det är därför också svårt att säga exakt hur många det skulle ha varit som övernattade”, berättar Ölander, ”men ett kännetecken för dem är just att de t.ex. frågar som tidigare nämnt om tvättmöjligheter, vilket vi inte har, så då hade vi inte så många.”. Istället har Strandbo haft många bokningar av cykelturister, som har ökat explosionsartat de senaste åren, både denna sommar 2020 och föregående sommar 2019.

De som har sökt sig till Strandbos hotell har sökt mer anspråkslös övernattning anser Ölander, men priset har slagit hårt eftersom det är en hotellövernattning jämfört med t.ex. vandringshem eller liknande. ”De har frågat om det finns något förmånligare erbjudande, men vi har bara hotell, vi har inte på det viset några stugor”, konstaterar Ölander. Priset styr långt var vandringsturisterna övernattar, eftersom det blir många övernattningar när

de vandrar en lång tid. "Vi har haft någon gruppförfrågning som skulle delta i en pilgrimsfärd, någon församling som har frågat om övernattning", berättar Ölander.

För tillfället ser inte Ölander att Strandbo Groups skulle ha en produkt som skulle vara riktade till vandringsturister, eftersom de inte har stuguthyrning eller något som kan ändras för att få en sådan produkt. "Hotellverksamheten är vår första hands prioritering, men allt inom turism och allt som är turism är vi intresserade av, självklart", säger Ölander, "allt är bra som man får i skärgården av turister i rörelse, det gynnar alla."

Ölander ser för övrigt positivt på framtiden, "vi lyssnar konstant på nya idéer, vad som händer i skärgården och försöker matcha det med vad vi erbjuder så det blir en fungerande helhet", säger Ölander. "Utmaningen är som sagt att försöka matcha våra erbjudanden med vandrarnas förväntningar. Men vi är positivt inställda till St. Olav Waterway och hoppas att antalet vandrare ökar och leden blir mer känd." (Personlig kommunikation 5.10.2020)

9.3 Sattmark

Marika Lavonen hade läst om att en pilgrimsled skulle dras genom skärgården, när projektet St. Olav Waterway startade, och att leden går precis förbi Sattmark i samband med Skärgårdens ringväg, men har inte fått så mycket information om leden från Pargas stad. Lavonen säger att hon gärna skulle vilja ha grundlig information om vad det är för tjänster eller produkter som vandringsturisterna efterfrågar. De har fått information om ringvägen och om cykelturisterna, som ofta cyklar den rutten, från staden, men ingenting om pilgrimsleden. "Det skulle vara bra att veta, om man får några frågor om leden och så man kan hänvisa dem vartåt de ska fortsätta", konstaterar Lavonen. Även termen "vandringsturist" eller "pilgrimsturist" är okänd för Lavonen.

Lavonen var inte företagare för Sattmark sommaren 2019, men enligt Lavonens vetskap hade de inte vandrare bosatta över natten under sommaren 2020, det var mest turister som rörde sig med bil eller cykel. Lavonen har heller inte märkt av att hon skulle ha sett vandrare gå förbi Sattmark, när hon har studerat den förbipasserande trafiken under sommaren.

Sattmark har fått överlag bra feedback, men eftersom de inte har vetat om vandrarna, har de inte fått sådan feedback som skulle behövas för denna undersökning. Det har inte heller

kommit feedback eller uppstått diskussion om saken från turistbyråer som bokat Sattmarks tjänster.

Sattmark kan erbjuda boende, restaurangservice och caféservice. De har inte några rabatter för vandrare eller paketpriser. Lavonen berättar att de absolut kan utveckla tjänster enligt efterfrågan och behov. Pargas stad kan hjälpa till med utvecklingen genom att bl.a. ge information och föra marknadsföring. Utveckling av restaurangernas utbud faller på företagen själva. Lavonen tycker även att stadens turismavdelning skulle kunna stöda företagen med information och rådgivning, men Lavonen är för övrigt nöjd med stadens samarbete.

Lavonen tror att det kan bli en känd led i och med att den går längs med Skärgårdens ringväg, som redan är en känd turistattraktion i södra Finland, vilket kan ”sporra” till att fler människor utmanar sig själva och vandrar genom Nordens länder. (Personlig kommunikation 29.9.2020)

9.4 Gytta Västergård

Ägaren Jenny Terävä och hennes man tog över Gytta Västergård i början av år 2020. Terävä har inte fått någon särskild information angående St. Olav Waterway av Pargas Stad, utan Terävä har själv läst om leden men tycker mera direktkontakt av staden skulle vara bra. Terävä har hört talas om pilgrimer och vandrare sen tidigare, men mera nu som företagare.

För att boka övernattnings så använder sig 90% gäster sig av Booking.com, som dom är trygga med. Vid Västergårds har det varit ca. fem vandrare som har övernattnat på boendet. Vandrarna som har besökt Västergårds har ofta varit ensamma medelålders kvinnor och Terävä konstaterar att skillnaden mellan vandringsturister och vanliga turister är att vandrarna var ofta trötta på kvällen när dom kom fram, åt väldigt bra med frukost följande morgon och sedan iväg tidigt för att vandra igen. På cafét på Västergårds har det kommit ca. fem vandrare för att köpa något drick- och ätbart för att sen fortsätta vandringen. ”Om man går längs leden finns det inte något café mellan färjestranden och Nagu kyrkbacken med något drick- eller ätbart, så det var ganska många som stannade här för att ta en flaska drickbart osv...” säger Terävä. ”Genom att vandra blir det väldigt långa

sträckor mellan olika caféer, så man skulle längs olika gårdscaféer också sätta ut självbetjäningsboxar ute vid vägen med kaffe och vatten” fortsätter Terävä.

Vid Västergårds erbjuds det inga särskilda pilgrimsprodukter förutom att pilgrimsstämpeln finns att fås. Om intresset för vandring ökar skulle man på Västergårds kunna fundera på att ha rabatter för vandringsturister.

Terävas förväntningar för framtiden för St. Olav Waterway är att projektet växer med både inhemska och utländska turister under de fem kommande åren. Till Västergårds har det kommit gäster som har frågat om rum fastän det har varit fullt men då har Terävä någon gång erbjudit plats att tälta ute på gården. Som övergår till den andra förväntningen: att det skulle finnas mera övernattningsställen i Nagu, mera billiga alternativ för vandrarna, t.ex. campingar. ”Angående campingmöjligheterna är det en grej med den byråkratiska sidan, genom vad jag har tagit reda på är att om man har över tio platser så är det stora byråkratiska lov som behövs, så det är svårt att få det lönsamt när det är så stora kostnader bara med de olika loven före man ens slipper och göra någonting, där borde staden komma emot och lätta på det lite” konstaterar Terävä. ”Campingen skulle inte behöva vara en fullt utrustad camping utan det skulle kunna vara en lättare stil på det hela, ett område att tälta på med ett par bilstolpar för laddning samt en liten service skulle räcka” fortsätter Terävä. (Personlig kommunikation 29.9.2020)

9.5 Hotell Stallbacken Grännäs B&B

Hotell Stallbacken Grännäs B&B har varit aktiva vid St. Olav Waterways frivilliga planeringsmöten under projektet, och Stallbackens ägare Mikael Granqvist är nöjd med den information de fick under de tillfällena. Alla företagare längs med leden deltog inte, i Nagu påstår Granqvist var det inte många mer företag än Stallbacken som deltog. Där fick de information vad för slags turister det handlar om, vad som kan vara efterfrågat hos dem, vad de har för slags utrustning och prisklasser. Granqvist höll även ett inofficiellt möte, före projektet St. Olav Waterway, om vandringsleder där aktiva vandrare från Åbotrakten deltog och delade med sig av sina erfarenheter då vandringsturism än var rätt så okänt i Finland.

Under de senaste somrarna har Granqvist personligen inte sett många vandrare, dock mer under sommaren år 2020 än året före. Granqvist uppskattar att Stallbacken har haft besök av ca tio vandringsturister under sommaren 2020, och ca sex året före. Granqvist har heller

inte förväntat sig så många vandringsurister än, eftersom av egen erfarenhet påpekar Granqvist att ett sådant här projekt tar tid innan folkmängderna börjar öka. "Om tio år kan det vara 100 redan, men det vet man inte. Det beror lite på hur informationen sprids om detta ställe", säger Granqvist. Den största "stödstenen" enligt Granqvist är marknadsföring, speciellt att internationellt marknadsföra en vandringsled är inte det lättaste, där krävs det kunskap inom digital marknadsföring och att satsa på att rikta den mot t.ex. Tyskland, eftersom en stor del av turisterna som kommer till Finland är tyskar.

Hotell Stallbacken har fått positiv respons av vandrare, de har uppskattat den fina naturen då kommit till hotellet med blåsor på fötterna. "Det är kanske det man mest måste tänka på, de har säkert egna plåster och sådant, men man skall nog alltid vara beredd med ett första hjälpen-kit", berättar Granqvist, "ibland har jag hjälpt till med att transportera vandrare, eftersom ibland har det varit någon i sämre skick än de andra. Då har jag kuskat dem till följande ställe, så att de har fått vila en dag. Fötterna orkar bättre sedan efter en dags vila."

Hotell Stallbacken ligger inte längs med leden, byggnaderna ligger ungefär en och en halv kilometer från den egentliga leden. Vill man besöka Stallbacken blir det en liten omväg, men man behöver inte gå tillbaka samma väg som man kom ifrån utan man kan vandra längs med Skärgårdsvägen en bit som sedan sammankopplas till vandringsleden igen. "Man skulle kunna tillägga på St. Olav Waterways kartor om man kommer till Stallbacken, vilken som är den kortaste vägen tillbaka till leden", föreslår Granqvist, "jag tror det finns bara en sträcka hur man kommer hit, men då tror alla att man måste gå samma väg tillbaka."

Skulle mängden vandringsurister längs med leden öka skulle Hotell Stallbacken kunna tänka sig att utveckla nya produkter eller tjänster riktade till vandrare, t.ex. en vandringsmåltid berättar Granqvist. Det är dock en utmaning att få det till verklighet eftersom det är beroende av hur många som kommer, hur lönsamt det skulle vara, och man vet aldrig när de dyker upp. "Ingen ringer och berättar att de är pilgrimsvandrare när de bokar, utan de bokar ett rum och så märker man när de kommer att de har vandringsstavar och ryggsäckar", berättar Granqvist. Men det finns redan en hel del produkter tillgängliga, Stallbacken erbjuder bl.a. bastupaket och båttransport. "Om någon vill t.ex. inte gå utan vill åka båt som omväxling och se skärgården på så vis, så kan jag köra dem med båt härifrån till Korpoström eller till Mattnäs t.ex. Då har de möjlighet att åka båt

en sträcka och fortsätta vandra därifrån sedan”, berättar Granqvist. Granqvist får även med två cyklar ombord om man färdas med cykel, men vill färdas med båt en bit.

Granqvist har varit nöjd med samarbetet och kontakten med Pargas stad som har hjälpt till med marknadsföring och synlighet, men tycker att efter projektet St. Olav Waterway avslutades och leden var invigd så tystnade det. Granqvist anser att staden kan hjälpa Stallbacken att utveckla produkter eller tjänster, om de har några bra idéer är Granqvist öppen att ta emot förslag och diskutera. Dock kan Stallbacken inte erbjuda rabatter till vandringssturister när de har fullbokat, under hösten och våren kan de däremot tänkas att ha lite billigare priser. Ett problem som togs upp under ett Olav Waterway seminarium i Mariehamn i februari 2020, var den stora skillnaden mellan kostnaderna på boende i södra Europa och längs med St. Olav Waterway. Vandrar man längs med Santiago de Compostela (se kapitel 2.3) kan man hitta enkla boenden för några euron, vilket är omöjligt än så länge i Finland. ”Kanske om det börjar komma mera vandrare så kanske folk börja erbjuda ett rum för en natt för en liten summa. Men än så länge är det så få vandrare, att det inte är lönsamt att börja renovera eller avskilja delar av huset för en vandrare som kanske kommer en gång i augusti och knackar på”, påpekar Granqvist.

Som förväntningar för framtiden hoppas Granqvist att rutten är känd t.ex. år 2030, och att det lockar många européer att komma till orörd natur och skärgårdsnatur för att vandra. Här finns inte lika mycket berg som längs med t.ex. Santiago de Compostela, så det är lättare och bekvämare att ta sig fram. (Personlig kommunikation 29.9.2020)

9.6 Hotell Nestor & Restaurang Backpacket

Ägaren William Hellgren har hört talas om St. Olav Waterway och tycker att de har fått svar på frågor som har uppstått. På Nestor har dom tagit emot bl.a. bloggare som vandrat längs leden. Ett seminarium angående projektet har även tagit plats på hotellet där restaurangen då bjöd på en meny som var tänkt för vandrare. Hellgren skriver att han har själv inte personligen har fördjupat sig något extra i informationen om projektet men tycker det skulle vara intressant att veta mera om historien om vandringsleden och vad den egentligen innebär, varför den finns samt historien bakom hur den använts tidigare. Hellgren skriver att han säkert skulle få tag på informationen om han efterfrågar den.

Hellgren har hört talas om begreppen vandrings och pilgrimsturist under ledens utveckling och extra mycket när seminariet hölls i hotellet men skriver att det inte har varit så många vandrare den senaste sommaren. Under sommaren 2019 var det mera vandrare på hotellet och även några på hösten. Hellgren har ingen exakt siffra på hur många vandrare som har besökt hotellet och restaurangen men säger att feedbacken verksamheten har fått av vandrarna har varit mycket bra.

För vandrare erbjuds det en pilgrimstämpel som hotellet har gjort men annars erbjuds det samma som för andra turister, det vill säga boende samt en kulinarisk upplevelse och en möjlighet att avnjuta ett dygn med lite högre standard och bekvämlighet. Hellgren ser inga skillnader mellan vandrings/pilgrimsturister och andra turister utan vandrarna efterfrågar olika sorters service och standard på mat och boende osv, såsom andra turister. Därför känner Hellgren att de inte behöver utforma något speciellt koncept eller rabatterade menyer och övernattningar för vandrare. Hellgren skriver att om situationen skulle ändras och en ökning av vandrare skulle synas skulle det då bli mera relevant att ta ställning till om det skall utvecklas speciella tjänster för vandrare. Hellgren skriver att utveckling av paket och mera marknadsföring för vandringsleden skulle Pargas Stad kunna stå till tjänst med i utvecklandet av vandringsleden.

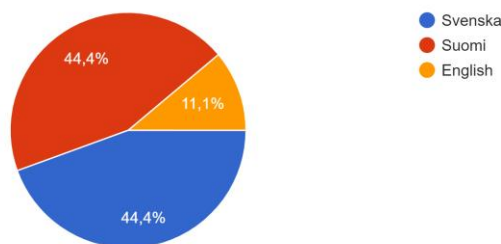
Hellgren avslutar med sina förväntningar på framtiden där han skriver ”det vore jättekul att se en ökning av vandringsturister, särskilt under de annars lugnare delarna av säsongen, flera större grupper på åtminstone tio personer skulle vara mycket välkommet”. (Personlig kommunikation 19.10.2020)

10 Enkätundersökning

I enkätundersökningen deltog 12 respondenter där alla var anonyma. Efter några dagar när enkäten blev publicerad uppdaterades formuläret så att respondenterna kunde svara på svenska, finska eller engelska. 3 av 12 svarade innan uppdateringen så därav stämmer inte tabellen här nedanför. Enkätresultatens tabeller redovisas inne i texten men kan hittas som bilaga 3 i slutet av examensarbetet.

Tabell 1. Språkfördelningen i enkätundersökningen

Please select language
9 svar



10.1 Enkätresultat

I enkätfråga 1 (se bilaga 2) frågades det i vilket syfte respondenternas gick pilgrimsleden och svaren på frågan var varierande. Respondenterna ville uppleva den historiska invigningsvandringen 24 maj 2019 när ett stort gäng med människor och projektledare begav sig ut på vandring. Andra respondents syften var att gå pilgrimsleden för nöje och fritid under semesterveckorna, eller av den avsikten att bara ta en lång vandringstur för att utforska leden. En respondent valde att gå pilgrimsleden alldeles ensam för att hitta lugnet i att vandra ensam i tystnaden och en annan respondents syfte var att pilgrimma i gamla pilgrimers fotspår.

I fråga 2 och 3 frågades det vilka förväntningar respondenterna hade för pilgrimsleden samt om förväntningarna hade blivit uppfyllda. I fråga 2 kunde respondenterna svara från 1–10, där 1 var låga förväntningar och 10 var höga förväntningar. I fråga 3 svarade respondenterna på "ja", "nej" eller "vet inte".

Enligt de svenska svaren har fyra respondenter haft relativt höga förväntningar varav två har gett förväntningarna en nia. Tre respondenter har haft medelmåttiga förväntningar inför pilgrimsleden. I frågan om pilgrimsleden uppfyllde respondenternas förväntningar var många svar "ja". För två respondenter hade inte förväntningarna blivit uppfyllda. En respondent svarade "vet inte" på frågan.

Enligt de finska svaren har alla fyra respondenter haft relativt höga förväntningar, men endast två respondenter tyckte att pilgrimsleden uppfyllde förväntningarna. Enligt den

engelska respondenten har förväntningen varit en åtta men respondenten svarade ”vet inte” på om förväntningen hade blivit uppfyllt.

I enkätfråga 4 (se bilaga 2) frågades det vilka styrkor och svagheter pilgrimsleden hade. Respondenterna kom med många kommentarer om vad de ansåg vara en styrka eller svaghet, här nedan följer några svar:

Svagheter:
- Svårt att hitta bland alla tidtabeller på färjor och förbindelsebåtar.
- Cykelväg fattades i Nagu och Korpo.
- Allt för mycket skärgårdsväg med sin trafik var störande.
- Rutten går ibland långa sträckor på sidan av motorvägen.
- Ett klart minus var att rutten inte var så väl märkt under invigningsvandringen 2019.
- Brister i markeringar.
- Tidtabellerna för bussarna finns inte på engelska.
Styrkor:
+ Bussar går ofta längs huvudleden.
+ Rutten gick längs vackra stigar och vägar.
+ Mycket omväxlande natur.
+ Bra när det finns möjlighet till paddling, segling och cykling.
+ Unika värdshus med högkvalitet.

Figur 8. Styrkor och svagheter längs med St.OlavWaterway

Respondenterna anser att pilgrimsleden går mycket längs med huvudvägen och påpekar att ingen cykelväg går i Nagu och Korpo. Andra svagheter som kommenteras är att tidtabellerna inte hittas på engelska och att det är svårt att hitta rätt bland alla tidtabeller på förbindelsebåtarna. Speciellt i början av sommaren 2019 fanns det brister i markeringarna längs med pilgrimsleden.

De styrkor som pilgrimsleden har är att leden går längs fina vägar och stigar med omväxlande natur, enligt respondenterna. Andra styrkor är att kollektivtrafiken går ofta längs med huvudleden. Respondenterna ansåg att en styrka var att det finns möjlighet till paddling, segling och cykling, samt att det finns värdshus med hög kvalitet längs med pilgrimsleden.

Till följande kommer resultaten av enkätfrågorna 5-10 (se bilaga 2) redovisas. Med frågorna 5-10 ville skribenterna ta reda på hur servicen hos de olika servicepunkterna (t.ex. inkvartering, information och butiker) längs med pilgrimsleden fungerade. Respondenterna fick först svara från skala 1-5 vad de tyckte om servicen vid

servicepunkten var, där 1 var mindre bra och 5 var mycket bra. Efter varje fråga fick även respondenterna svara med egna kommentarer.

Fråga 5: Hur fungerade inkvarteringen?

På fråga 5 kom det 10 av 12 svar där de flesta respondenterna tycker att inkvarteringen har fungerat bra. Fyra respondenter tycker att inkvarteringen har varit medelmåttig. I kommentarerna skriver respondenterna att boenden längs med pilgrimsleden är av hög standard och tjänsterna är förstklassiga, dock så skriver en respondent att det var många platser som inte är representerade på bokningsidor som gör det svårare att boka boende. Ett par respondenter skriver att det snabbt blir dyrt med många inkvarteringar, speciellt när man är ensamvandrare så betalar man dubbelt upp för rummet i många fall. Respondenterna är enade att det behövs mera pilgrimsvårdar längs pilgrimsleden.

Fråga 6: Hur fungerade servicen på restauranger och/eller caféer?

På fråga 6 svarade alla respondenter. 8 av 12 respondenter tycker att servicen i restauranger eller caféer har fungerat bra, varav fem av respondenterna gav en 5'a. De fyra resterande respondenterna har svarat med en 3'a eller 1'a. I kommentarerna till frågan skriver respondenterna att maten och produkterna var förstklassiga med lokala råvaror, men att prisläget ute i skärgården är högt. Respondenterna påpekar att man blir hungrig av att vandra och att de servicepunkterna som serverar mat eller kaffe är långt ifrån varandra. En respondent tyckte att närbelägna matställen skulle koordinera sina menyer, "så att det inte blir fisksoppa varje dag" skriver respondenten.

Fråga 7: Hur fungerade informationen?

På fråga 7 svarade alla respondenter, där svaren var lite varierande. 7 av 12 tycker att informationen fungerade bra, 2 av 12 tycker att informationen skulle kunna förbättras och 3 av 12 tycker informationen har fungerat helt okej. I kommentarerna skriver respondenterna att det finns mycket information som är lättillgänglig, och informationen om pilgrimsleden har gjort det enklare med planeringen inför vandringen. En respondent skriver att all info borde upprepas, uppdateras och förbättras. I kommentarerna påpekar även en respondent att det finns ett problem med kartorna i Pargas när man använder Ipad eller Iphone.

Fråga 8: Hur var omgivningen?

Alla respondenter svarade att omgivningen längs med pilgrimsleden har varit bra, varav över hälften har svarat "mycket bra". I kommentarerna till frågan skrev respondenterna att landskapet var varierande och man passerar vackra landskap. Respondenterna påpekar här igen så som i fråga 4 att leden går mycket på huvudvägarna och att det är otäckt när lastbilar och större fordon kommer körandes förbi. En cykelväg skulle vara viktigt skriver respondenterna.

Fråga 9: Hur fungerade servicen hos butikerna?

I fråga 9 har alla respondenter svarat, där 10 av 12 tycker servicen har varit bra, de två resterande respondenterna tycker servicen i butikerna har fungerat helt okej. Kommentarer till frågan var endast positiva och det följde även med några tips. Respondenterna skriver att det fanns bra med butiker längs med pilgrimsleden och att flera butiker hade medtagbara förpackningar med lunch. En respondent tipsade om att utflyktspåsar vore bra att sälja i butiker.

Fråga 10: Hur fungerade faciliteterna? (toaletter, skyltar och avfallsstationer)

I sista frågan angående servicen vid olika servicepunkter hade 9/12 respondenter svarat. Alla respondenter tycker att faciliteterna längs med pilgrimsleden hade fungerat helt okej förutom en respondent som tycker det hade fungerat mycket bra. I kommentarerna skriver respondenterna att man behöver vara medveten om att man måste bära på sitt skräp i ryggsäcken och ger som förbättringsförslag att några komposttoaletter, bänkar och picknickbord längs med leden skulle göra en stor skillnad. Respondenterna skriver att skyltarna i terrängen var tydliga och vägen var lätt att följa.

Slutligen frågades det om Covid-19 pandemin hade påverkat vandringen för respondenterna, där kunde de svara från 1–10, (1 inte alls och 10 mycket). För 9 av 12 respondenter hade inte pandemin påverkat vandringen så mycket medan för de resterande 3 hade det påverkat mera. Kommentarer till frågan var att respondenterna valde att stanna i Finland över sommaren som gjorde att pilgrimsleden valdes som en vandringsväg. En respondent skriver att hen skulle ha önskat att göra mera vandring i år men att resebegränsningar och oro för att hitta ett säkert boende hindrade respondenten. En del respondenter hade gått redan före pandemin så det påverkade inte dom desto mer.

Som avslut på enkäten fick respondenterna skriva övrig feedback om pilgrimsleden. Respondenterna skriver att det är underbart att en pilgrimsled har skapats i Finland och hoppas på att få vandra ännu mera nästa år. Ett önskemål från en respondent var att gruppguider tillhandhålls för de som är osäkra eller har någon form av begränsning av rörlighet skulle vara bra.

11 Analys av resultaten

I följande kapitel kommer analysen av resultaten från föregående kapitel (9.1, 9.2, 9.3, 9.4, 9.5 och 9.6) redovisas. Det görs för att uppdragsgivaren skall få en sammanfattande helhet över vad resultatet blev utgående ifrån intervjuerna. Analysen för resultatet kommer alltså fungera som ett sammanställt material som Pargas stad kan använda för att kunna utveckla pilgrimsleden. I detta kapitel kommer även vandrarnas kommentarer från enkätundersökningen (se kapitel 10) att sammanfattas i samband med intervjuredovisningen.

11.1 Information

Under själva projektet med St. Olav Waterway förmedlade Pargas stad tillräckligt med information till företagarna i skärgården vad som händer och vad man skall tänka på som företagare, men efter projektets avslut och pilgrimsleden invigdes 2019 tystnade informationen. De företagare som påbörjade sin verksamhet 2020 saknade rådgivning från staden men beslöt sig för att läsa på ämnet på egen hand och ansåg att de har fått svar på frågor som uppstått. Samma sak gällde med termen pilgrims- och vandringsturism och pilgrims- och vandringsturister. Hotell Nestor & Restaurang Backpacket (kapitel 9.6) och Hotell Stallbacken Grännäs B&B (kapitel 9.5) har agerat som värdar för seminarium och inofficiella möten för St. Olav Waterway, och under seminariet i Korpo bjöd Restaurang Backpacket på en meny som var tänkt för vandrare. Den information som önskades av respondenterna var:

- mer information om var exakt vandrarna brukar gå
- vad för tjänster och produkter vandrarna är i behov av
- vad vandrarna är intresserade av
- var vandrarnas kostnadsnivå ligger

- mer information om pilgrimsledens historia, vad den egentligen innebär och hur användes den tidigare

I kapitel 9.5 berättar Granqvist att under projektet deltog han i olika planeringsmöten och fick därifrån den information som han behövde. Som ett förslag skulle Pargas stad kunna ordna ett nytt informationstillfälle för företagarna i skärgården så att även de som inte var verksamma under 2019 skulle få grundlig och uppdaterad information vad St. Olav Waterway är för något. Där skulle frågor om leden kunna besvaras och företagarna kan diskutera med staden om olika idéer på utveckling av nya produkter och tjänster för pilgrimsvandrare.

11.1.1 Vandrarnas kommentarer angående informationen

Vandrarna som svarade på enkätundersökningen tyckte att informationen om pilgrimsleden var lättillgänglig och underlättade i deras planering. Enligt ett par vandrare borde informationen om pilgrimsleden uppdateras och förbättras. Information om förbindelsebåtar och bussar kan vara svårt att hitta eller så finns inte informationen på alla språken (svenska, finska och engelska). En upprepning och uppdatering av information till vandrare samt företagare skulle vara bra.

11.2 Vandrings turist

Några problem som respondenterna poängterade var att det är svårt att veta om det är vandrings turister som kommer. Vid bokning meddelas det sällan att det är pilgrimer eller vandrare som bokar. Först vid ankomst kan man notera att de har lättare packning, så som ryggsäckar och en del har även vandringsstavar. Dock har en del företagare noterat att de vandrare som kommer ofta vandrar ensamma eller i par och att det främst är kvinnor. De kommer sent på kvällen och är väldigt trötta, de ger sig av tidigt följande morgon efter en stor frukost.

Det är svårt att se specifika skillnader mellan en vandrings- eller pilgrimsturist och vanliga turister som besöker företagen i skärgården. Det frågas samma frågor såsom olika sorters service och standard för boende, mat och liknande. Hos Strandbo Groups (kapitel 9.2) har man noterat att vid bokning har det ibland frågats om möjligheten att kunna tvätta kläder, vilket de inte har kunnat erbjuda.

11.3 Antalet vandrare och feedback

Sen St. Olav Waterway invigdes den 24 maj 2019 har än inga mängder vandrare tagit sig an pilgrimsleden. Hos respondenterna har man antagit att under sommaren 2019 har företagarna haft besök av mellan två till fem vandrare, och under sommaren 2020 mellan tio till femton vandrare. Även ett par vandringsbloggare har besökt en del av företagen. Detta var inte en överraskning hos respondenterna eftersom de inte heller hade förväntat sig mycket mer för en så pass ny pilgrimsled. Strandbo Groups konstaterade bl.a. att priset på övernattning styr vandrarna, eftersom det handlar om många övernattningar när man vandrar denna led väljer vandrarna det förmånligaste boendet.

Den respons som har kommit från vandrare till respondenterna har varit positiv hos alla. Matmalmen @Eva (kapitel 9.1) påpekar också att hon har fått höra att Pargas är ett bra mål som är värt att besöka. Skärgårdens natur är mycket uppskattat hos vandrarna. Vad som skulle locka till sig mer vandrare skulle vara mer marknadsföring, både nationellt och internationellt och digital marknadsföring anser respondenterna.

11.3.1 Vandrarnas feedback angående inkvarteringen

Vandrarna som har besökt diverse inkvarteringar längs pilgrimsleden uppmärksammar den höga standarden boenden har samt att tjänsterna och servicen har varit förstklassigt. Vandrarna skriver även att en del boenden inte är listade på olika bokningskanaler, som kan göra det svårare i bokningen.

De som vandrar längs med St. Olav Waterway vandrar oftast flera dagar, vilket snabbt kan bli dyrt med tanken på alla inkvarteringar vandrarna behöver boka (om de inte har släkt och vänner längs med pilgrimsleden). Vandrarna påpekar även att man ofta betalar dubbelt upp för rummet om man är en ensamvandrare. I kapitel 2.3.2 skriver skribenterna om prisnivån vid inkvarteringarna längs med El Camino de Santiago de Compostela som ligger på ungefär 20€ per natt och om man jämför det med de inkvarteringar som finns i skärgården i Finland (se kap 7) skiljer det sig relativt mycket, därför skulle pilgrimsvärdar (som vandrarna påpekar i 10.1.1 fråga 5) vara ytterst viktigt.

11.4 Specialprodukter eller tjänster

På frågan om företagen har några specialprodukter eller tjänster som är riktade till vandrare svarade alla respondenter nej. Ingen av respondenterna har just nu något mer specifikt. Hotell Stallbacken Grännäs B&B erbjuder skjuts mer båt eller bil åt de vandrare som vill vila fötterna en bit av leden och pilgrimsstämplar kan fås hos Stallbacken, Hotell Nestor & Restaurang Backpocket och Gyttja Västergårds. Matmalmen erbjuder åt alla vandringsgäster "take away" - lunchpaket men ingen har ännu varit intresserad.

Skulle mängden vandrare och efterfrågan öka kan de flesta av respondenterna tänka sig att utveckla en specialprodukt eller tjänst riktad till pilgrimsvandrare. Stallbacken påpekar att de dock inte skulle kunna erbjuda rabatter under högsäsongen och Gyttja Västergård skulle kunna fundera på rabatter för vandrare om intresset ökar.

11.4.1 Vandrarernas önskemål

I enkätundersökningen önskar och tipsar vandrarna om några tjänster och produkter som skulle uppskattas längs med St. Olav Waterway. Som nämnt i kapitel 11.3.1 skulle de önska mera pilgrimsvårdar som ställer upp med boenden. Ett annat önskemål är en cykelväg, speciellt i Nagu och Korpo så man kan undvika de större vägarna där tunga fordon kör, vandrarna påpekar att det ibland kan vara väldigt skrämmande. I butikerna gillar vandrarna medtagbara lunchförpackningar men tipsar även om att utveckla en Olav Waterway matsäck med lite allt möjligt smått och gott i. Enligt vandrarna vore några komposttoaletter, bänkar och picknickbord längs med leden göra en stor skillnad.

11.5 Förslag till Pargas stad och framtidsförväntningar

Respondenterna var eniga om att Pargas stad kan främst hjälpa till med att ge information, rådgivning och erbjuda mer marknadsföring. Alla företag var även intresserade av att få en skylt med St. Olav Waterway logo på, att ställa fram hos företagen, förutom Strandbo Groups. Strandbo Groups tackade nej eftersom de anser att hotellverksamheten inte matchar med vad vandrarna söker när de letar efter boende i skärgården. Andra saker som Pargas stad skulle kunna göra för att utveckla leden enligt respondenterna är:

- "Weekendvandringar", såsom höstlov och skördevandringar.

- En kommunikationslänk för t.ex. vandrare mellan Pargas centrum och Pargas Port, för att se Gullkornafjärden.
- Självbetjäningsstationer (med t.ex. vatten, kaffe, te...) ute vid vägen och vid olika gårdscaféer.
- Mera övernattningstjänster i Nagu (t.ex. en camping).
- Utveckling av paket för vandrare.

Respondenterna är öppna för nya idéer och förslag och en del deltar gärna i t.ex. diskussionstillfällen där man tillsammans kan utbyta idéer och arbeta på utveckling. Punkten om mera övernattningstjänster i Nagu kan sammankopplas till teorin i kapitel 4 om en turistdestinations nödvändigheter, eftersom man bl.a. bör anskaffa ett lämpligt utbud av turist boende för att en turistdestination skall lyckas.

Alla respondenter är positivt inställda till St. Olav Waterway. De hoppas på att pilgrimsleden blir mer känd och att antalet pilgrimsvandrare ökar under åren. Respondenternas förhoppningar inför framtiden är bl.a. att det satsas mer på Pargas, som nu bara är en förbifart på vägen till Nagu samt att Pargas Stad skulle hålla föreläsningar och skolningar om t.ex. värdskap och styrkor i de olika områden. Deras förväntningar är även att St. Olav Waterway som turistattraktion skall öka med både inhemska och utländska turister.

11.6 Positiva och konstruktiva kommentarer från vandare

Vandrarna är överlag nöjda med pilgrimsleden, med den vackra och varierande landskapet som Finland bjuder på, de tycker även det är lätt att navigera sig fram när skyltarna i terrängen var tydliga. De uppskattar när det kunde finnas möjligheter till paddling, segling och cykling, så om det skulle utvecklas ännu mera på flera ställen längs med pilgrimsleden skulle vandrarna enbart vara nöjda. Vandrarna påpekar att servicepunkterna som serverar mat eller dryck ligger långt ifrån varandra och som det tipsas om i kapitel 11.5 vore självbetjäningsstationer där vandrarna själv kan ta något drickbart, göra gott för både företagare och vandrare.

12 Kritisk granskning och avslutning

I följande kapitel kommer vi i samband med avslutning att göra en kritisk granskning av vårt examensarbete. Det görs för att kunna utvärdera undersökningens validitet och reliabilitet.

I empirin (se kapitel 9) intervjuades sex företag av de nio som hade kontaktats. Det skulle möjligen ha behövts ytterligare ett företag från Pargas eftersom Johansson på @MatmalmenEva hade väldigt starka åsikter om både pilgrimsleden och samarbetet med staden, medan Ölander ansåg att Strandbo inte matchade vandrarnas efterfrågan och Lavonen hos Sattmark var ny företagare. Vi skulle ha behövt intervjua ytterligare ett företag som har varit längre verksamma. Vi hade kontaktat två andra företag i Pargas, varav en inte var intresserad och den andra gav inget svar. Orsaken för att det andra företaget inte svarade var antagligen för att företagen har avslutat sin verksamhet. Företaget skulle ha varit ypperlig att intervjua eftersom medan de var verksamma publicerade bilder av de besökare som varit vandrare. Så vi visste att det företaget hade haft besök av vandrare och kunde svara på våra frågeställningar.

På vår enkätundersökning fick vi totalt 12 svar. Här kan man reflektera om vi kunde ha fått fler svar än vad vi fick, om vi kunde ha delat enkäten på fler nätsidor, borde vi ha sänt ut enkäten tidigare än vad vi gjorde och borde vi ha strävat hårdare efter att få fler svar. Man kan konstatera att vi fick många "gillningar" (eller "likes" på engelska) på våra inlägg och det var många som deltog i invigningsvandringen, vilka alla knappast svarade på enkäten. Utifrån resultatet (se kapitel 9) och företagens observationer kan man konstatera att det inte var så många vandrare som slutligen hade gått pilgrimsleden, så då kan man reflektera om det ens var möjligt att få fler svar. Dock anser vi att det inte var ett problem för oss eftersom de kvalitativa intervjuerna var vår huvudsakliga undersökning.

Syftet med examensarbetet var att samla in material för utvecklandet av pilgrimsleden St. Olav Waterway i Åbolands skärgård. Det sammanställda materialet består av skärgårdsföretagares (längs med leden) och vandrarens åsikter om hur det har gått för leden på den finska sidan, där intervjuerna med företagen stod i fokus. Syftet var alltså inte att komma fram med lösningar till de problem som kom fram i undersökningarna, utan att

redovisa problemen till uppdragsgivaren så de kan komma på lösningar för att kunna utveckla leden.

Skribenterna hoppas att ha uppnått sitt syfte genom att studera teori om pilgrims- och vandringsturism, destinationsutveckling samt genom att utföra en mindre kvantitativ enkätundersökning riktad till vandrare, för att få en klar bild över vilka frågeställningar som behöver besvaras av företagarna genom sex kvalitativa intervjuer. Svaren från respondenterna, från både enkätundersökningen och intervjuerna analyserades och renskrevs till ett sammanställt material med utvecklingsförslag som uppdragsgivaren kan använda sig av vid utveckling av pilgrimsleden.

Planen för St. Olav Waterways framtid är att förlänga pilgrimsleden från Novgorod till Åbo. Fantasin som länge fanns hos organisationer och frivilliga projektarbetare, blev sann efter ett möte hos Rysslands ambassad i Helsingfors. Planeringen av var och hur den nya leden i södra Finland kommer gå och vilka befintliga leder kan kopplas med mindre leder fortsätter.

Källförteckning

- Aroseus, F. (den 2 Februari 2016). *Malsows behovstrappa*. Hämtat från Lätt att lära: <https://lattattlara.com/psykologiska-perspektiv/humanistiskt-perspektiv/maslows-behovstrappa/> November 2020
- Broschyrer och material*. (2020). Hämtat från Visit Pargas: <https://visitparainen.fi/sv/broschyrer/> November 2020
- Bryman, A., & Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Stockholm: Liber AB.
- Butler, R. (2006). *The tourism area life cycle, Vol. 1: Applications and Modifications*. Bristol: Channel View Publications.
- Den Danske Klosterrute*. (2020). Hämtat från Den Danske Klosterrute: <http://www.klosterruten.dk> November 2020
- Eliasson, A. (2018). *Kvantitativ metod från början*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Emmelin, Sandell, Fredman, & Jensen. (2010). *Planera för friluftsliv*. Stockholm: Carlsson bokförlag.
- Forststyrelsen. (2020a). *Vandring*. Hämtat från Utinaturen.fi: <https://www.utinaturen.fi/vandring> November 2020
- Forststyrelsen. (2020b). *Hiking and Backpacking*. Hämtat från Nationalparks.fi: <https://www.nationalparks.fi/hiking> November 2020
- Forststyrelsen. (den 22 Maj 2020c). *Över hälften av invånarna i Egentliga Finland har besökt nationalparker - Kurjenrahka populärast*. Hämtat från Utinaturen.fi: <https://www.utinaturen.fi/-/over-halften-av-invanarna-i-egentliga-finland-har-besokt-nationalparker-kurjenrahka-popularast> November 2020
- Helgonleden*. (2020). Hämtat från Holmsveden.se: <https://www.holmsveden.se/helgonleden/> November 2020
- Henriksson, M. (den 11 December 2018). *Pressmeddelande*. Hämtat från Åbo Akademi: <https://www.abo.fi/nyheter/st-olav-waterway-pilgrimsleden-ar-nu-certifierad/> November 2020
- Hotel Strandbo Oy*. (2020). Hämtat från Kauppalehti.fi: <https://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/hotel+strandbo+oy/07022042> Oktober 2020
- Hotelnestor.fi*. (2019). Hämtat från Hotell Nestor: <https://hotelnestor.fi/>
- Hotelstallbacken.fi*. (2020). Hämtat från <https://www.hotelstallbacken.fi/sv/>
- Howard, C. A. (2017). *Mobile Lifeworlds - An Ethnography of Tourism and Pilgrimage in the Himalayas*. New York: Routledge.
- Howie, F. (2003). *Managing the Tourist Destination*. London: Thomson Learning.
- Johansson, E. (den 28 September 2020). Matmalmen@EVA. (E. Granlund, & S. Olin, Intervjuare)

- Jörälv, L. (2000). *Vägen till Nidaros - Längs medeltida pilgrimsleder genom Sverige & Norge*. Värnamo: Wahlström & Widstrand.
- Kartor. (2020). Hämtat från St. Olav Waterway: <https://stolavwaterway.com/kartor/> November 2020
- Mannervik, A. (2020). *Vandingskultur i Finland och tre friluftsddestinationer värda ett besök*. Hämtat från OutsideSweden.se: <http://www.outsidesweden.se/vandra-i-finland/> November 2020
- Matmalmen.fi. (2019). Hämtat från <https://www.matmalmen.fi/>
- Momondo.se. (2020). Hämtat från Camino de Santiago för nybörjare: Allt du behöver veta innan du ska vandra leden: <https://www.momondo.se/discover/el-camino-de-santiago-for-nyborjare> November 2020
- Oplev Haervejen. (2020). Hämtat från Haervejen: <https://www.haervej.dk> November 2020
- Pleijel, C. (2019). *Vägen kommer när vi vandrar*. Kökar: Föreningen Franciskus .
- Pololikashviliis. (2019). *Walking Tourism (promoting regional development)*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO).
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Oxford: CAB International.
- Projektet. (den 2 November 2020). Hämtat från St Olav Waterway: <https://stolavwaterway.com/st-olav-ways/projektet/>
- Pyhiinvaellus. (2020). Hämtat från <https://evl.fi/pyhiinvaellus/pilgrim-finland>
- Romboleden. (2020). Hämtat från Naturkartan: <https://naturkartan.se/en/romboleden> November 2020
- Rosvall, M. (den 7 Juli 2020). *Företagare överraskades av hur många som nu styr mot skärgården - "Över en natt var alla dagens biljetter bokade"*. Hämtat från Svenska Yle: <https://svenska.yle.fi/artikel/2020/07/17/foretagare-overraskades-av-hur-manga-som-nu-styr-mot-skargarden-over-en-natt-var>
- Sattmark.fi. (2020). Hämtat från <https://sattmark.fi/sv/sattmark-se/> Oktober 2020
- Simpson, J. (2019). *Nyhetsbrev 3*. Hämtat från Mailchi.mp: <https://mailchi.mp/ae9860747aff/st-olav-waterway-nyhetsbrev-1156709?e=452bad08b4>
- Sjöström, S. S. (2016). *S:t Olavsleden*. Författarna och Vildmarksbiblioteket.
- St Olav Waterway. (den 27 Oktober 2020). *Upptäck leden*. Hämtat från St. Olav Waterway: <https://stolavwaterway.com/planera/upptackleden/>
- St. Olav Waterway. (2020). Hämtat från Wordpress.com: <https://olavinreitti.wordpress.com> November 2020
- St.OlavWaterway. (2020). Hämtat från <https://stolavwaterway.com/planera/natur-och-allemansratter/>

- St.OlavWaterway*. (2020). Hämtat från <https://stolavwaterway.com/historia/>
- Strandbo.fi*. (2013). Hämtat från http://strandbo.fi/svenska/index_svenska.html Oktober 2020
- Stråsjöleden*. (2018). Hämtat från Kungsgården Långvind: <https://langvind.com/gora/pilgrimsleder/strosjoleden/> November 2020
- Söderlund, N. (den 15 May 2017). *Nyhetsbrev 1*. Hämtat från mailchi.com: <https://mailchi.mp/83fd800cbf83/nyhetsbrev-frn-st-olav-waterway?e=a41e0f131a>
- Söderlund, N. (2019). *Nyhetsbrev 1*. Hämtat från Mailchi.com: <https://mailchi.mp/95151f50ad26/st-olav-waterway-nyhetsbrev-12019?e=452bad08b4>
- Söderlund, N. (2019). *Nyhetsbrev 1/2019*. Hämtat från Mchaci.
- Söderlund, N. (2019). *Nyhetsbrev 3*. Hämtat från Mailchi.mp: <https://mailchi.mp/ae9860747aff/st-olav-waterway-nyhetsbrev-1156709?e=452bad08b4>
- Terävä, J. (den 29 September 2020). Gyttja Västergård. (G. Elouise, & S. Olin, Intervjuare)
- The Way of St. James*. (2020). Hämtat från <https://www.caminosantiagodecompostela.com/>
- The Way of St.James*. (2020). Hämtat från <https://www.caminosantiagodecompostela.com/el-camino-de-santiago-history/>
- Vandra.se*. (November 2019a). Hämtat från Camino del Norte: <https://vandra.se/vandringsresor/spanien/camino-del-norte/>
- Vandra.se*. (November 2019b). Hämtat från Camino Francés: <https://vandra.se/vandringsresor/spanien/camino-frances/>
- Vastergards.fi*. (2020). Hämtat från <https://www.vastergards.fi/sv/>
- Visit Pargas. (den 1 September 2020). *Skärgårdens ringväg*. Hämtat från Visit Pargas: <https://visitparainen.fi/sv/ringvagen/>
- Visit Åland. (2020). *S:t Olofs sjöled*. Hämtat från Visit Åland: <https://www.visitaland.com/gora/vandring/st-olofs-sjoled/> Oktober 2020
- Who was St. Olav*. (2020). Hämtat från Visit Savonlinna: <https://visitsavonlinna.fi/en/who-was-st-olav/> November 2020
- Winners 2020*. (2020). Hämtat från Scandinavian Outdoor Award: <http://scandinavianoutdooraward.net/soa-travel-winners-2020>
- Winners 2020*. (2020). Hämtat från Scandinavian Outdoor Award Travel: <http://scandinavianoutdooraward.net/soa-travel-winners-2020> November 2020

World Tourism Organization (UNWTO). (2019). *Walking Tourism (promoting regional development)*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO).

Åbouderrättelser. (2018). Hämtat från <https://abouderrattelser.fi/att-gora-finedining-i-korpo-blev-william-hellgrens-konstform/>

Figurförteckning

Figur 1. St. Olav Waterways logo och Culture Route of the European Council's logo (Henriksson, 2018).....	1
Figur 2. Maslows behovspyramid (Aroseus, 2016)	11
Figur 3. Kartor över St. Olav Waterways rutt idag (Kartor, 2020)	15
Figur 4. Sankt Olav (Who was St. Olav, 2020)	15
Figur 5. Karta över St. Olav Waterway: Åbo – Åland (St. Olav Waterway, 2020)	16
Figur 6. Vinnare av Scandinavian Outdoor Award TRAVEL – Development (Winners 2020)	19
Figur 7. Skärmdump Av Åbolands skärgårds karta (Broschyrer och material, 2020)	23
Figur 8. Styrkor och svagheter längs med St.OlavWaterway	38

Tabellförteckning

Tabell 1. Språkfördelningen i enkätundersökningen	37
---	----

Intervjufrågor till företagen

1. Har ni hört talas om St. Olav Waterway?
 - 1.1. Tycker ni att ni har fått tillräckligt med information om St. Olav Waterway?
2. Vet ni vad vandringsturist/pilgrimsturist är? Har ni hört talat om begreppet vandringsturist/pilgrimsturist?
3. Om svaret är "Ja" på frågan ovan, fick ni besök av vandringsturister sommaren 2019 - sommaren 2020?
 - 3.1. Om svaret är "Ja", hurudan feedback har ni fått?
 - 3.2. Har ni sett en kundökning under 2019 - 2020, som utgör en skillnad från tidigare år?
4. Syns det skillnader mellan vandrings/pilgrimsturisterna och andra turister? (t.ex. köpbeteende, information osv)
5. Vad kan ni erbjuda vandringsturister/pilgrimsturister?
6. Skulle ni kunna utveckla era produkter/tjänster riktade mot vandringsturister?
 - 6.1 Om svaret är "Ja" på frågan ovan, isåfall hur?
 - 6.2 Hur tycker ni Pargas Stad kan stå till hjälp med utveckling av era produkter/tjänster?
7. Förväntningar för framtiden?

Enkätfrågor till vandrare

Enkätfrågor – Svenska:

1. I vilket syfte gick ni pilgrimsleden?
2. Hurdana förväntningar hade ni av pilgrimsleden?
3. Uppfyllde pilgrimsleden era förväntningar?
4. Styrkor och svagheter längs med pilgrimsleden?
5. Hur fungerade inkvarteringen?
6. Hur fungerade servicen på restauranger och/eller caféer?
7. Hur fungerade informationen?
8. Hur var omgivningen?
9. Hur fungerade servicen hos butikerna?
10. Hur fungerade faciliteterna? (toaletter, skyltar och avfallsstationer)
11. Hur påverkades er vandring av Covid-19 pandemin?
12. Övrig feedback

Enkätfrågor – Finska:

1. Millä tarkoituksella kävelitte vaellusreitin?
2. Millaisia odotuksia teillä oli?
3. Täyttikö vaellusreitti teidän odotukseenne?
4. Vahvuudet ja heikkoudet vaelluksella?
5. Miten toimi majoitukset?
6. Miten palvelu ravintoloissa/kahviloissa toimi?
7. Miten tiedot toimivat?
8. Kuinka ympäristö oli?
9. Miten palvelu kaupoissa toimi?
10. Miten muut tilat toimivat? (wc:t, kyltit ja jäteasemat)
11. Miten Covid-19 vaikutti vaellukseenne?
12. Muu palaute

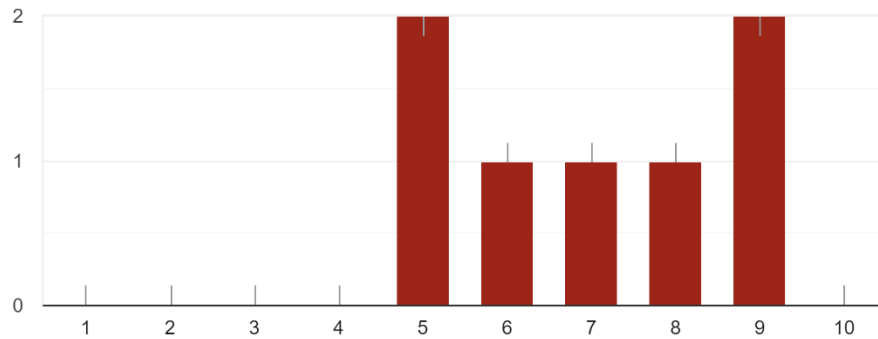
Enkätfrågor – Engelska:

1. What was your purpose of the hike?
2. What were your expectations of the pilgrimage trail?
3. Did the pilgrimage trail meet your expectations?
4. Strengths and weaknesses along the pilgrim trail?
5. How did the accommodation work?
6. How did the service at restaurants and/or cafes work?
7. How did the information work?
8. How was the environment?
9. How did the service in the shops work?
10. How did the facilities work? (toilets, signs etc.)
11. How was your hike affected by the Covid-19 pandemic?
12. Other feedback

Enkätresultat

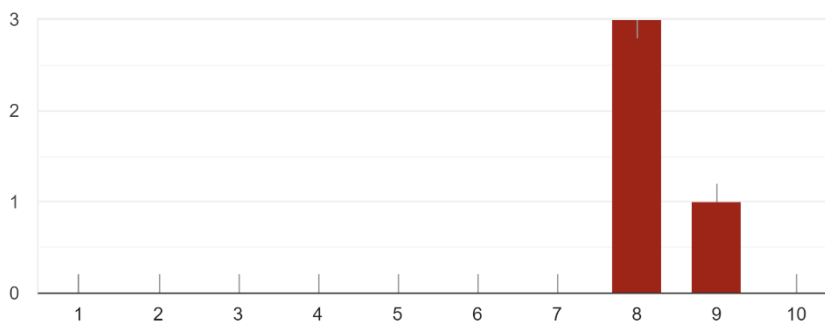
2. Hurudana förväntingar hade ni av pilgrimsleden?

7 svar



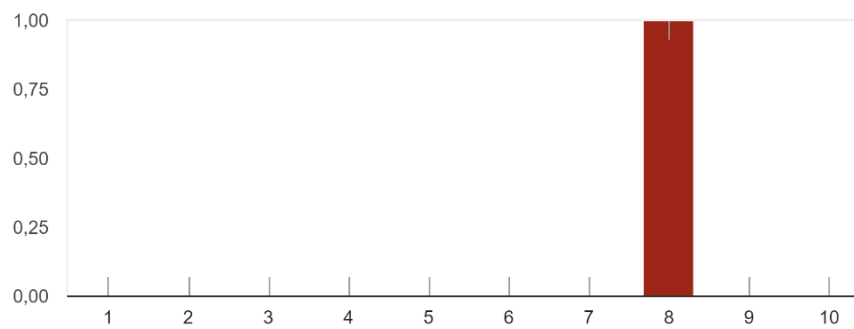
2. Millaisia odotuksia teillä oli?

4 svar



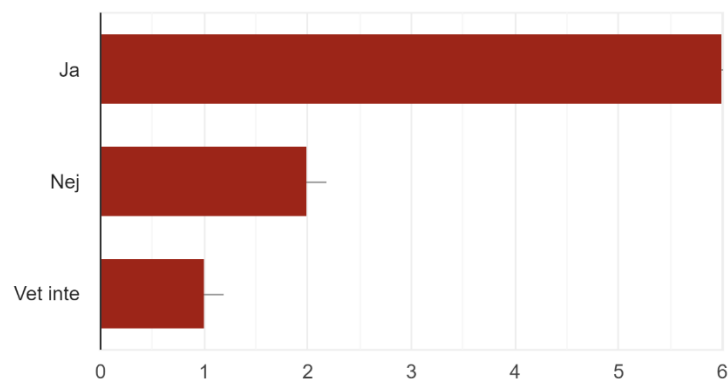
2. What were your expectations of the pilgrimage trail?

Ett svar



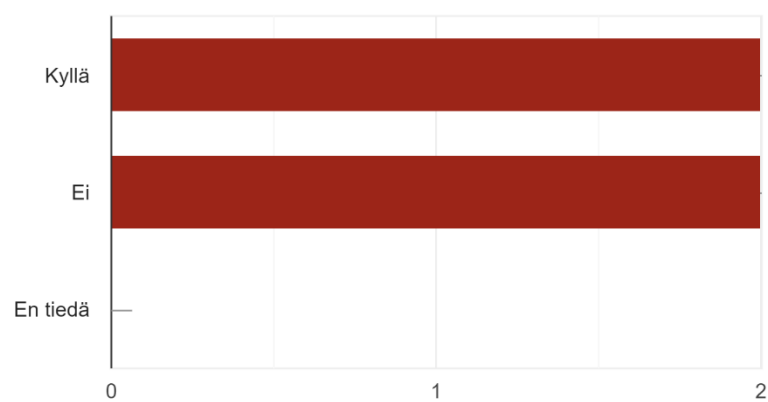
3. Uppfyllde pilgrimsleden era förväntningar?

7 svar



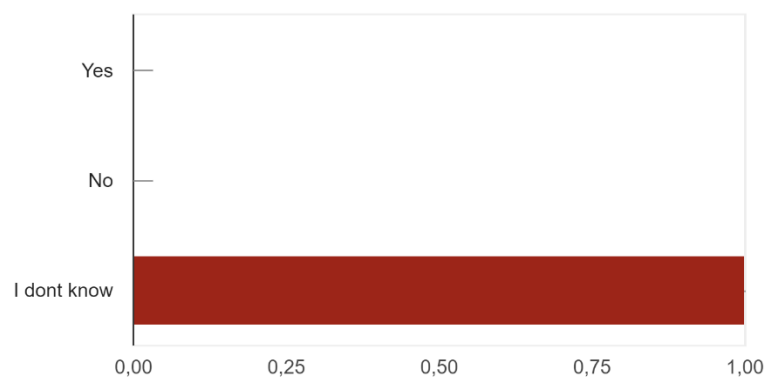
3. Täyttikö vaellusreitti teidän odotuksenne?

4 svar



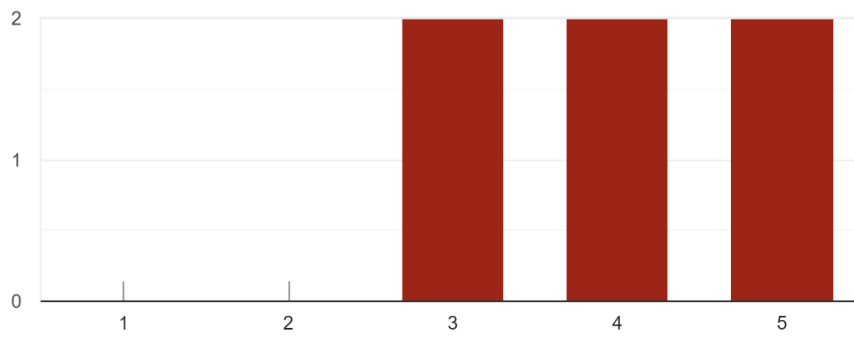
3. Did the pilgrimage trail meet your expectations?

Ett svar



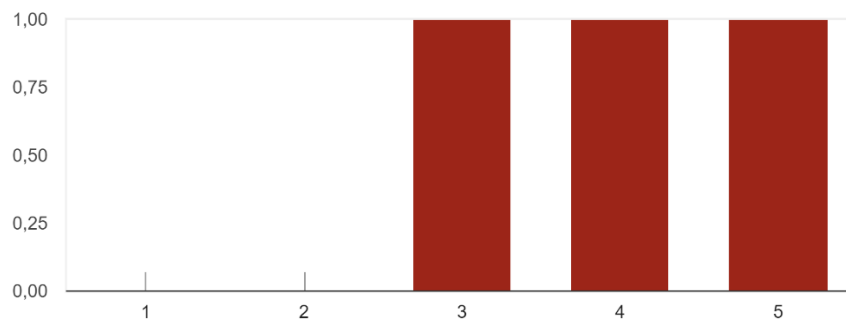
5.Hur fungerade inkvarteringen?

6 svar



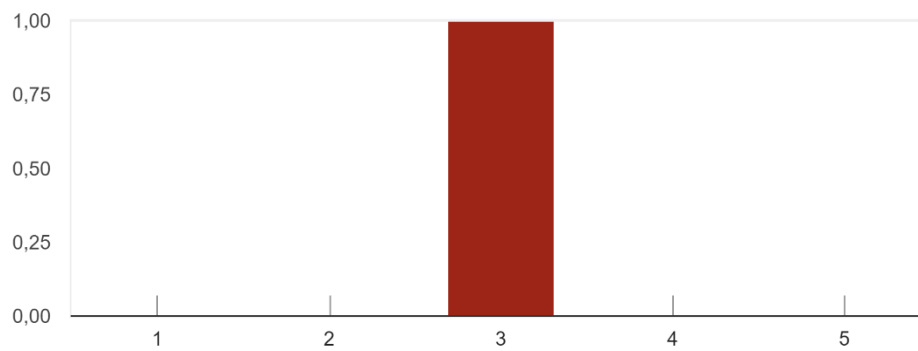
5. Miten toimi majoitukset?

3 svar



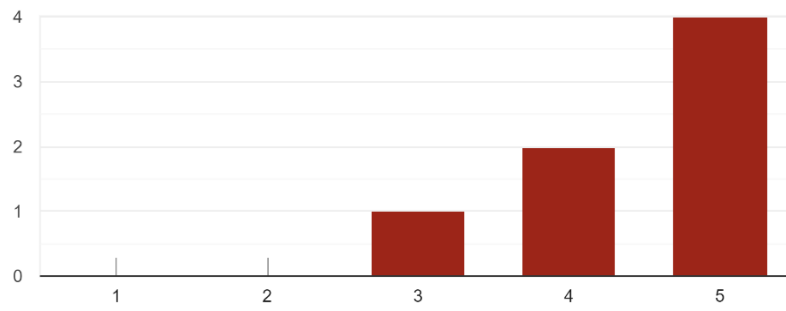
5.How did the accomondation work?

Ett svar



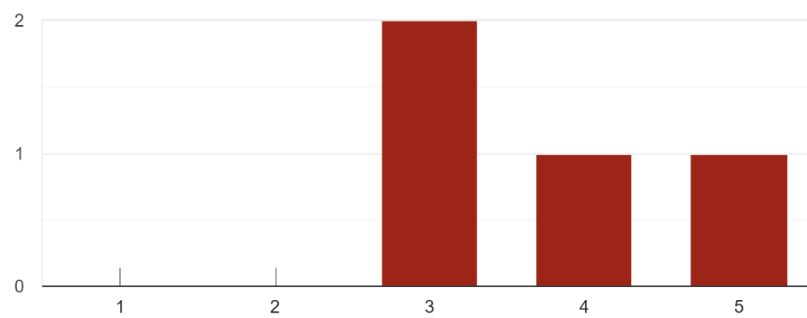
6. Hur fungerade servicen på restauranger och/eller caféer?

7 svar



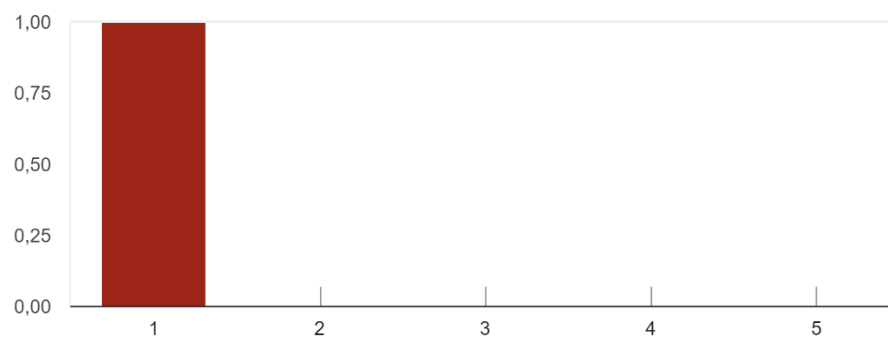
6. Miten palvelu ravintoloissa/kahviloissa toimi?

4 svar



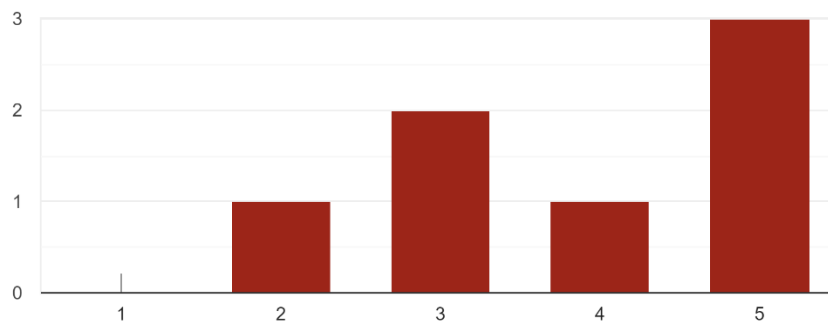
6. How did the service at restaurants and/or cafes work?

Ett svar



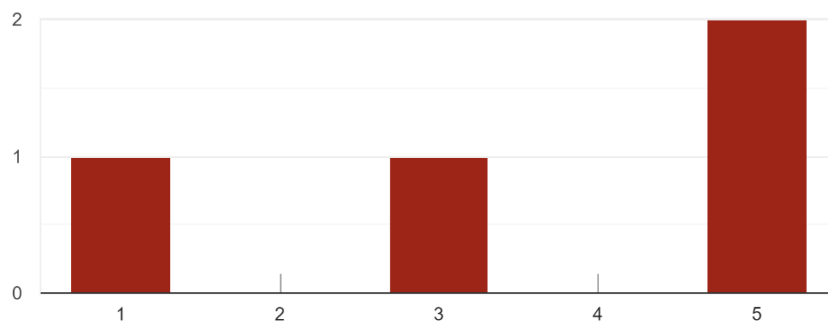
7. Hur fungerade informationen?

7 svar



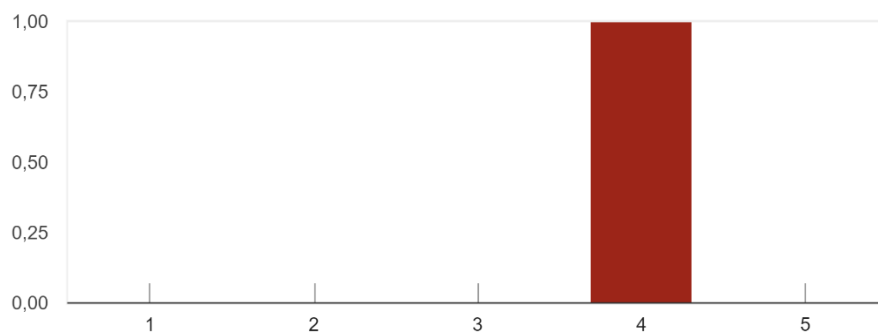
7. Miten tiedot toimivat?

4 svar



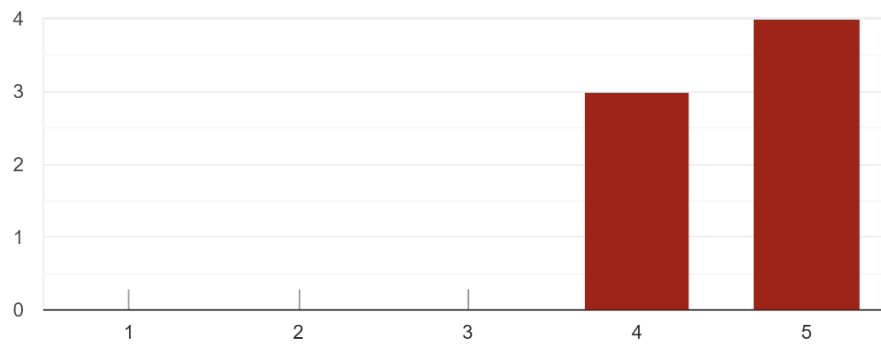
7. How did the information work?

Ett svar



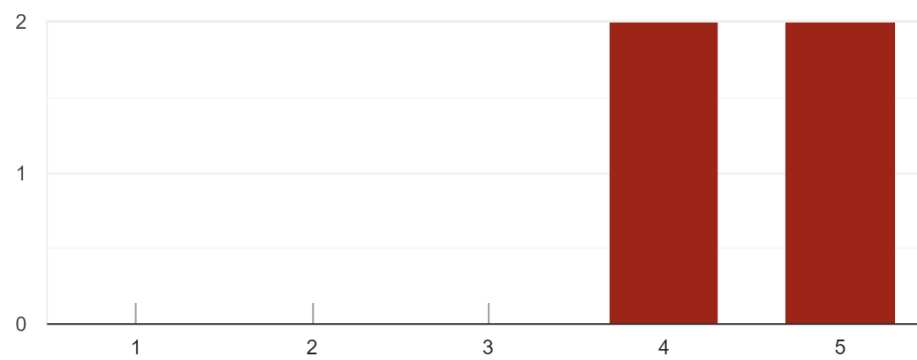
8. Hur var omgivningen?

7 svar



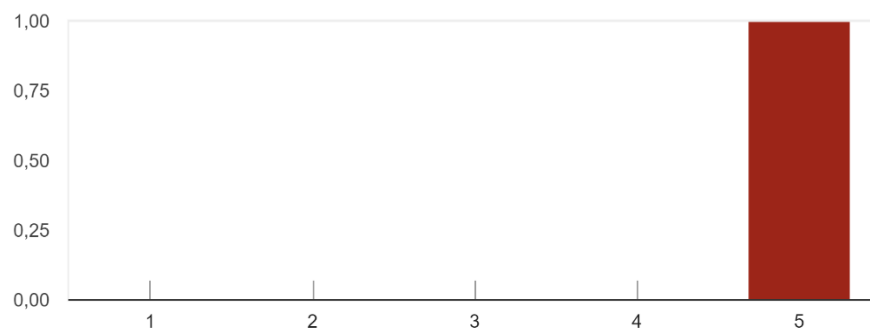
8. Kuinka ympäristö oli?

4 svar



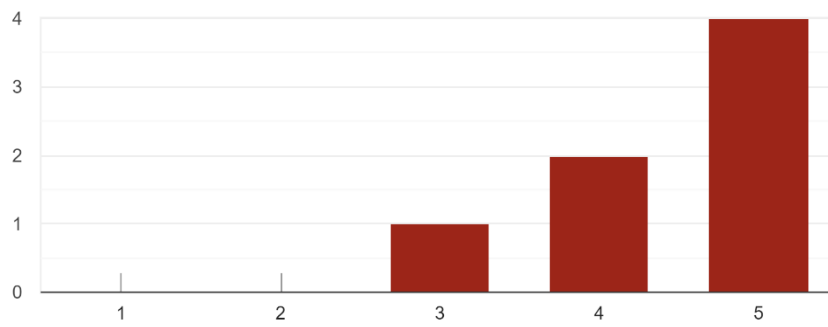
8. How was the environment?

Ett svar



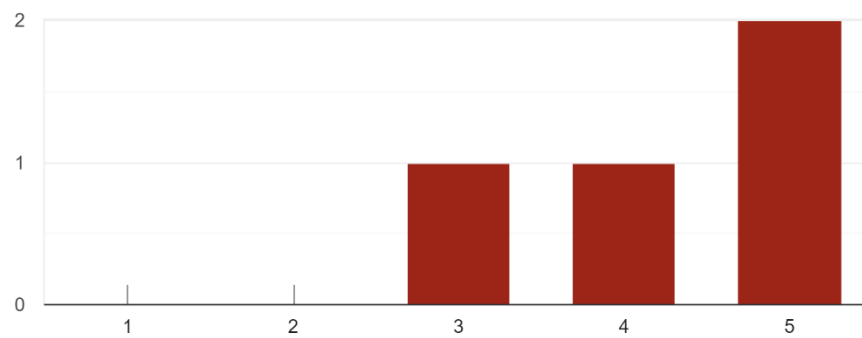
9. Hur fungerade servicen hos butikerna?

7 svar



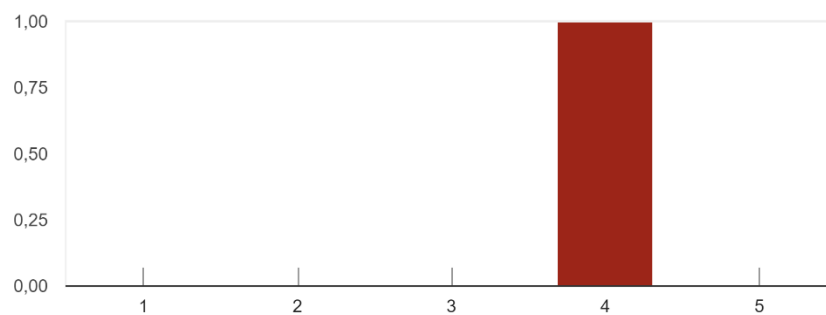
9. Miten palvelu kaupoissa toimi?

4 svar



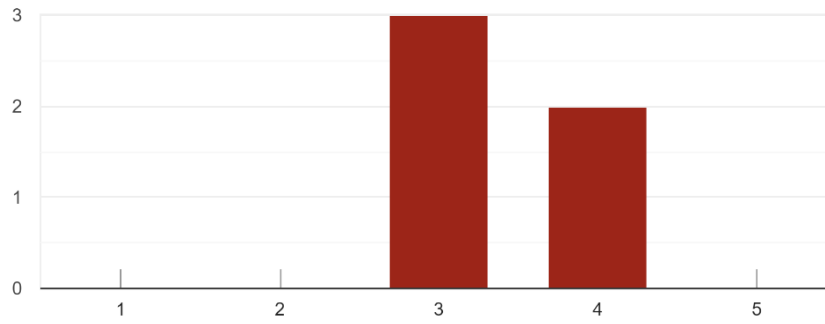
9. How did the service in the shops work?

Ett svar



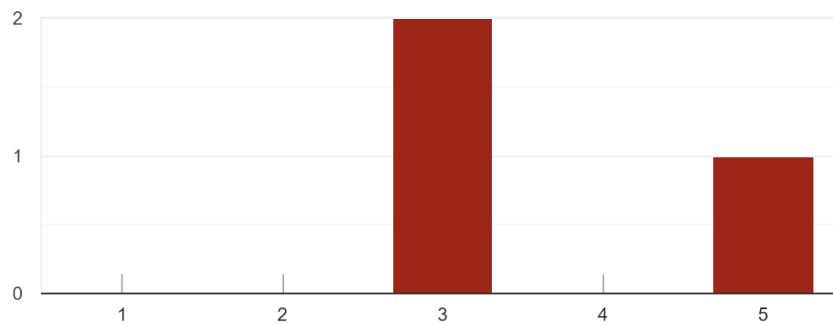
10. Hur fungerade faciliteterna? (toaletter, skyltar och avfallsstationer)

5 svar



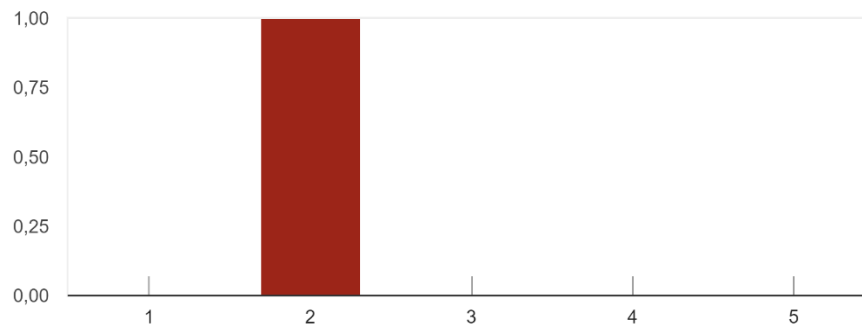
10. Miten muut tilat toimivat (wc:t, kyltit ja jäteasemat)?

3 svar



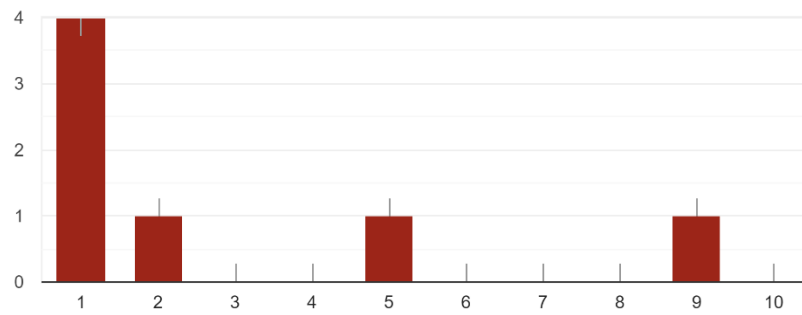
10. How did the facilities work?(toilets, signs etc)

Ett svar



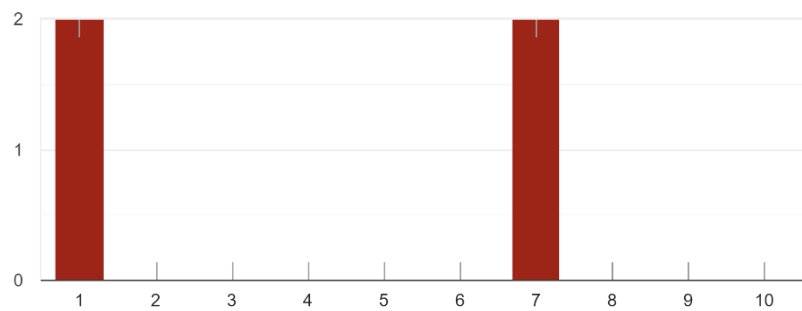
11. Hur påverkades er vandring av Covid-19 pandemin?

7 svar



11. Miten Covid-19 vaikutti vaellukseenne?

4 svar



11. How was your hike affected by the Covid-19 pandemic?

Ett svar

