



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

KYLLÄ HIKI-IITA TIETÄÄ!

Elämyksellinen opastuskierros Valkeakoskella

Nea Salmi

Opinnäytetyö
Toukokuu 2016
Matkailu



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Matkailu

SALMI NEA:
Kyllä Hiki-lita tietää!
Elämyksellinen opastuskierros Valkeakoskella

Opinnäytetyö 46 sivua, joista liitteitä 0 sivua
Toukokuu 2016

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin, miten Valkeakosken kaupungin tarjoama uudenlainen, kesällä 2015 lanseerattu draamaopastuskierros täyttää elämyksen kriteerit ja tuntomerkit. Lisäksi tutkittiin, miten elämyksellisyyttä voitaisiin parantaa kyseisessä matkailutuotteessa. Työn tavoitteena oli antaa Valkeakosken matkailuinfolle mahdollisimman kattava selvitys opastuskierroksen elämyksellisyydestä ja sen mahdollisuuksista kehittyä paremmaksi elämyskokemukseksi. Työn lähtökohtana oli oletus siitä, että opastuskierros on elämyksellinen, koska kyseistä adjektiivia on käytetty opastuksen markkinoinnissa.

Työssä käytettiin laadullista eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimusaineisto koostui osallistuvalla havainnoinnilla saaduista havainnoista opastuskierrokselta, avoimesta haastattelusta Valkeakosken matkailusihteri Tiina Kuivalaisen kanssa ja sekundäärisiin tiedonkeruumenetelmiin lukeutuvista esitteistä ja sähköposteista. Tutkimusaineistosta tulkittiin vastauksia tutkimusongelmiin laadullisen analyysin ja pääteorian avulla. Työ tukeutuikin vahvasti pääteoriaan, joka oli Sanna Tarssasen ja Mika Kyläsen Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskukseksi luoma elämyskolmio-malli täydellisestä elämystuotteesta ja sen toteuttamisesta.

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että opastuksen markkinointi elämyksellisenä ei ole ollut harhaanjohtavaa. Opastuskierros ei kuitenkaan täytä elämyskolmion asettamia kriteerejä tuotteen elementeille tai toteuta elementtejä jokaisella elämyskolmion tasolla täydellisesti, mutta riittävän hyvin kuitenkin elämyksen aikaansaamiseksi. Opastuskierroksen elämyksellisyyttä on mahdollista siis kehittää entistä paremmaksi. Tuotteen kehittämiseksi työssä esitettiin sekä muutosehdotuksia että täysin uusia ideoita opastuksen toteutukseen, jotta elämyksen synty opastuskierroksen seurauksena vahvistuisi.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism

SALMI NEA:

Hiki-Iita "Sweaty Ida" Certainly Knows!
Memorable Guided Tour in Valkeakoski

Bachelor's thesis 46 pages, appendices 0 pages
May 2016

The purpose of this thesis was to examine how a new guided tour of Valkeakoski, launched in 2015, meets the criteria and characteristics of experience. The purpose was also to study what the factors are that could make this tourism product more memorable. The objective of this study was to gather as much information as possible on the memorability of a guided tour and the opportunities to develop it a more memorable experience.

The approach of research in this thesis was qualitative and the data were collected through participatory observation on a guided tour, through an open interview of the person in charge of tourism in Valkeakoski and some brochures and e-mails. The data were analyzed using qualitative analysis and the main theory, experience triangle, developed by Sanna Tarssanen and Mika Kylänen.

The assumption of this thesis was that a guided tour is memorable, because that adjective had been used when marketing the product. The findings of the study indicate that a guided tour is memorable according to the experience triangle, although it lacks some features of memorability. The study suggests some changes and new ideas for implementing the tour to develop the product.

Key words: experience, guided tour, experience triangle, Valkeakoski

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUSSUUNNITELMA	6
	2.1. Tutkimuksen kohde.....	6
	2.2. Käsitteet ja teoria	7
	2.3. Tutkimuskysymykset	11
	2.4. Aineisto ja menetelmät	11
	2.5. Tutkimuksen kulku	16
3	VALKEAKOSKI	17
	3.1. Yleistä	17
	3.2. Historia.....	17
	3.3. Matkailu	18
	3.4. Hiki-Iitan opastuskierros.....	19
4	TEORIA JA ANALYYSI	21
	4.1. Elämyskolmio	21
	4.2. Elämyksen elementit.....	22
	4.2.1 Yksilöllisyys.....	22
	4.2.2 Aitous	24
	4.2.3 Tarina	25
	4.2.4 Moniaistisuus	27
	4.2.5 Kontrasti.....	30
	4.2.6 Vuorovaikutus	31
	4.3. Kokemisen tasot.....	33
	4.3.1 Motivaation taso.....	34
	4.3.2 Fyysinen taso.....	37
	4.3.3 Älyllinen taso	39
	4.3.4 Emotionaalinen taso.....	41
	4.3.5 Henkinen taso.....	41
5	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	43
	LÄHTEET.....	45

1 JOHDANTO

Nykypäivänä huomattavan suuri osa ihmisistä lukeutuu sellaiseen joukkoon, joka janoaa ja etsii erilaisia elämyksiä matkailupalveluilta. Elämysten tuottamisesta ja niiden onnistumisesta onkin tullut yksi tärkeimmistä kilpailukeinoista matkailun alalla niin kotimaassa kuin ulkomailla. Ainoastaan Suomen matkailualan yritykset eivät ole keksineet lisätä erilaisten palveluidensa elämyksellisyyttä, vaan osa Suomen kaupungeistakin on ryhdistäytynyt matkailupalveluidensa tarjonnassa. Tässä opinnäytetyössä keskityttiin tutkimaan Valkeakosken kaupungin tarjoaman uudenlaisen opastuksen elämyksellisyyttä elämyskolmio-mallin teorian avulla.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, miten kesällä 2015 lanseerattu Hiki-litan vetämä elämyksellinen opastus todellisuudessa täytti elämyksen tuntomerkit ja kriteerit. Lisäksi tarkoituksena oli selvittää keinoja, joilla opastuksen elämyksellisyyttä voisi mahdollisesti lisätä. Opinnäytetyön toimeksiantajan toiveesta työ suoritettiin tutkijan, eli pian valmistuvan matkailualan ammattilaisen, mielestä parhaimmalla tavalla, joka tuottaisi mahdollisimman hyödyllisiä kehitysideoita. Työn tarkoituksena oli myös siis auttaa Valkeakosken matkailuinfoa kehittämään tarvittaessa tuotettansa entistä paremmaksi. Tutkimusongelmiin vastauksia haettiin pienimuotoisella haastattelulla, tutkimalla opastukseen liittyviä dokumentteja ja esitteitä sekä osallistumalla mukaan opastuskierrokselle käyttäen osallistuvan havainnoinnin tutkimusmenetelmää.

Tutkimuksen tavoitteena oli tuottaa Valkeakosken matkailuinfole mahdollisimman hyödyllistä tietoa heidän tarjoamastaan matkailutuotteesta tulevaa kesää ajatellen. Tämän työn avulla Valkeakosken matkailuinfo pystyy tarvittaessa yhdessä kierroksen oppaan kanssa muokkaamaan opastuksen elämyksellisyyteen vaikuttavia osatekijöitä ja toteuttamaan tutkimuksen antamien kehitysideoiden pohjalta uusia, elämyksen syntyä edesauttavia asioita opastukseen.

2 TUTKIMUSSUUNNITELMA

2.1. Tutkimuksen kohde

Suoritin toisen opintoihini liittyvän harjoittelun kesällä vuonna 2014 uuden asuinkuntani, Valkeakosken, matkailuinfossa. Samalla sain tutustua entistä paremmin siihen, mitä Valkeakoskella on tarjota erilaisista asioista kiinnostuneille matkailijoille. Yllätyin positiivisesti uuden asuinpaikkani kirjavasta matkailukohteiden ja -tuotteiden tarjonnasta, joten siksi päätin pyytää toimeksiantoa opinnäytetyölleni juuri matkailuinfoilta. Kun opinnäytetyöni aiheen päättäminen oli ajankohtaista, aloimme yhdessä Valkeakosken matkailusihteeri Tiina Kuivalaisen kanssa miettiä, mikä olisi hyödyllisintä tietoa heille juuri sillä hetkellä. Lopulta opinnäytetyöni aiheeksi valikoitui juuri valmistunut elämyksellinen opastuskierros Valkeakosken keskustassa.

Kyseinen opastuskierros sai alkunsa draama- ja elämysopastuskoulutuksessa, jonka järjestämisessä Valkeakosken matkailuinfo oli mukana yhdessä Pirkanmaan festivaalien kanssa. Voipaalan taidekeskuksessa syksyllä 2014 järjestetyn koulutuksen tavoitteena oli antaa osallistujille eväät uuden, matkailijoille suunnatun tuotteen toteuttamiseen. Yhdessä koulutuksen vetäjänä toimineen teatteri-ilmaisun ohjaaja Kati Sirénin kanssa osallistujat saivat kehittää jo etukäteen mietityn hahmon ympärille elämyksellisen opastusrungon. Sirén on ennenkin toteuttanut useita teatterillisii kokonaisuuksia mm. taide-museoihin ja kulttuuriympäristöihin. Koulutukseen haettiin osallistujia kulttuuri- ja matkakohteiden työntekijöistä sekä ihmisistä, jotka olivat kiinnostuneita opastustoiminnan kehittämistä ja sisällöistä. (Kuivalainen 2014a, 2014b, 2014c.)

Kurssin tuloksena kehittyi lopulta elämyksellinen opastuskierros Valkeakosken keskustan alueelle, jonka vetohahmona toimii kurssille osallistuneen Minna Rompasaaren ideasta kehittynyt Hiki-Iita. Rompasaaren esittämä Hiki-Iita on reipas ja puhelias paikallinen saunottajanainen, jolla on tietoa melkein kaikesta Valkeakosken liittyvästä. Kuvitteellinen hahmo johdattaa ihmiset takaisin vuoteen 1963, jolloin Valkeakoski sai kaupunkioikeudet ja kaupungin infrastruktuuri oli saanut kokea suuren muutoksen. (Saukonen 2015.)

Jo Hiki-Iitan opastuskierroksen nimeen on sisällytetty adjektiivi ”elämyksellinen”. Tämä ei kuitenkaan anna takuuta siitä, että matkailutuote lopulta tuottaisi elämyksen asiakkaalle. Nykypäivänä matkailutuotteita ja -palveluita markkinoidaan erittäin paljon elämys-sanaa hyödyntäen lisämyynnin toivossa, vaikka niiden elementit eivät yltäisi lähellekään elämykseen vaadittavia asioita (Tarssanen 2009, 8). Siksi tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia Hiki-Iitan johtaman opastuskierroksen elämyksellisyyttä ja sitä, millä osa-alueilla se täyttää elämyksen kriteerit. Tavoitteena on myös selvittää, miten ja millä keinoilla opastuksen elämyksellisyyttä mahdollisesti voisi lisätä vielä entisestään. Tarkoituksena on tuoda esiin työssä käytettävän teorian avulla opastuksen hyvät ja mahdollisesti puutteelliset osa-alueet. Tarkoituksena ei siis ole selvittää, kokiivatko asiakkaat opastuksen elämyksellisenä kokemuksena, vaan sitä, voiko se edes synnyttää asiakkaille elämystä. Yhtenä tavoitteena on tuoda esiin työn toimeksiantajalle myös opinnäytetyön tekijän ammattitaito ja pätevyys alaansa liittyvissä asioissa. Opastuksen elämyksellisyyttä tutkittaessa lähtökohtana on, että tutkimus suoritetaan mahdollisimman objektiivisesta näkökulmasta, laadullisella tutkimusotteella.

2.2. Käsitteet ja teoria

Tämän opinnäytetyön pääkäsitteitä ovat matkailutuote, ohjelmapalvelu, elämys, opas ja draamaopastus. Työn käsitteet määritellään seuraavissa kappaleissa, jotta lukijalle selventyy paremmin niiden tarkoitukset. Lopuksi esitellään myös lyhyesti tässä työssä käytetty pääteoria, johon tutkimustyö tukeutuu.

Komppulan ja Boxbergin (2002, 10) mukaan **matkailutuote** mielletään luonteeltaan enemmän palveluksi kuin tuotteeksi, ja palveluhan on asiakkaille tarjottuna jotakin aineetonta. Matkailutuote koostuu tietyistä asioista, joiden avulla yritetään tuottaa asiakkaalle mahdollisimman laadukas palvelutuote. Kyseiset asiat ovat kohteen vetovoimatekijät, tarjolla olevat palvelut, niiden saavutettavuus ja hinta sekä mielikuvat kohteesta. (Komppula & Boxberg 2002, 11.)

Vaikka palveluprosessista huomattava osa kuluu vuorovaikutukseen itse asiakkaan kanssa, hänen kokemuksiinsa tuotteesta ei pystytä välttämättä siltikään vaikuttamaan. Näin siis edellä mainitutkaan matkailutuotteeseen liittyvät osa-alueet ja niihin liitettävät tekijät eivät kerro tarpeeksi laadukkaasta matkailutuotteesta, vaan parhaimman lopputu-

loksen saavuttamiseksi matkailutuotetta tulee tarkastella ja arvioida sekä palveluiden tuottajien että asiakkaiden näkökulmasta. (Komppula & Boxberg 2002, 11.)

Nykypäivänä matkailutuotetta tarjoavan yrityksen tulee ottaa huomioon asiakkaansa joka käänneessä. Palveluiden tuottajan toiminta on siis hyvin asiakaslähtöistä. Komppula ja Boxberg (2002, 21) onkin tiivistänyt määritelmän asiakaslähtöisestä matkailutuotteesta näin: ”Matkailutuote on asiakkaan subjektiiviseen arviointiin perustuva kokemus, jolla on tietty hinta ja joka syntyy prosessissa, jossa asiakas hyödyntää palvelun tarjoajien palveluja osallistumalla itse palvelun tuotantoprosessiin.” Esimerkiksi tässä työssä käsiteltävänä olevan opastuskierroksen aikana opas tuottaa asiakkailleen ohjelmapalvelun eli opastuksen samanaikaisesti, kun kuulijat kuluttavat sitä. (Komppula & Boxberg 2002, 21.)

Asiakkaiden lisääntyneeseen haluun kokea jotakin ennennäkemätöntä tai -kokematonta on nykyään olemassa hyvinkin erilaisia **ohjelmapalveluita**. Ohjelmapalveluiksi voidaan kutsua Verhelän ja Lackmanin (2003, 17) mukaan luontoon, kulttuuriin, viihteeseen, liikuntaan tai terveyteen liittyviä omatoimisia tai ohjattuja toimintoja. Myös siis matkailun opastuspalvelut, kuten tähän opinnäytetyöhöni liittyvä opastuskierroskin, lukeutuu ohjelmapalveluiden lukuisaan joukkoon. Ohjelmapalveluiden tarkka määrittäminen on nykyään haastavampaa viime vuosina asiakkaiden toiveista monipuolistuneiden tuotteiden vuoksi. Usein ohjelmapalveluiksi voidaan kutsua kaikkia toiminnallisia osia sisältäviä matkailutuotteita. Nämä matkailutuotteisiin liittyvät aktiviteetit ovat juuri niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat asiakkaiden valintoihin matkakohteeseen liittyen. (Verhelä & Lackman 2003, 16.) Tästä syystä monet paikkakunnat ovat laajentaneet opaspalveluitaan enemmän ohjelmapalveluiden muotoon, ja siksi myös Valkeakoski päätti lisätä opastustarjontaansa kuvitteellisen hahmon vetämän opaskierroksen.

Kuten jo edellä mainittiin, monet matkailijat haluavat kokea **elämyksiä** juurikin ohjelmapalveluiden avulla. Elämys voi olla matkailijalle jokin mieleenpainuva asiakin, kuten ennennäkemätön luonnonilmiö. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus eli LEO määrittelee elämyksen henkilökohtaiseksi kokemukseksi, joka on ikimuistaisen lisäksi myös merkittävä ja positiivinen. Elämyksen tuottamisen voidaan sanoa onnistuneen täydellisesti, kun asiakas kokee henkilökohtaisen muutoksen tai kehityksen tapahtuneen itsessään. Muutos voi liittyä esimerkiksi ajatusmaailman avartumiseen tai uusien asioiden oppimiseen. (Tarssanen 2009, 6–11.)

Borgin, Kiven ja Partin (2002, 26) mukaan elämyksen kokeminen on matkailijalle henkilökohtainen asia, jossa korostuu ihmisen tausta ja historia. Siksi on tärkeää ymmärtää, että matkailualan ammattilaisetkaan eivät voi oikeastaan tuottaa elämyksiä asiakkailleen, vaan he voivat ainoastaan vaikuttaa niiden syntymiseen luomalla oikeanlaiset olosuhteet ja panostamalla omaan rooliinsa prosessin aikana. Jokainen matkailija kokee tarjotun tai tuotetun palvelun omalla tavallaan: toisessa koettu saa aikaan vahvan elämyksen tunteen ja toiselle sama kokemus voi olla mitäänsanomaton. (Verhelä & Lackman 2003, 35.)

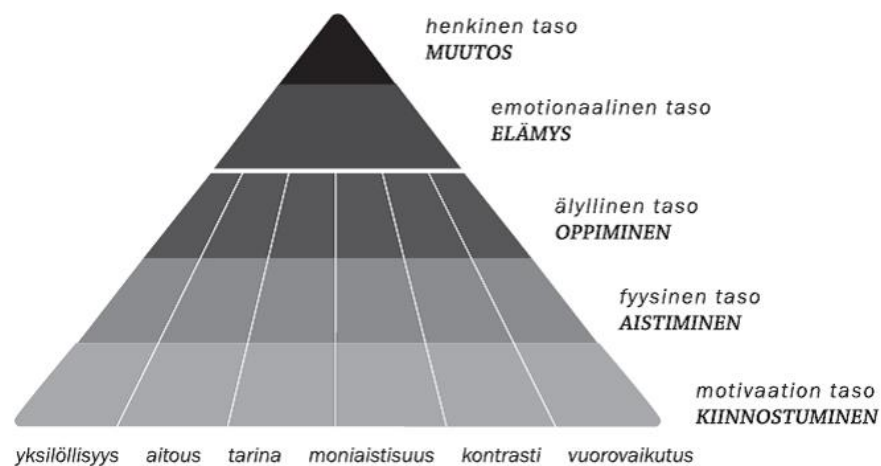
Elämyksiä tarjottaessa matkailualan työntekijällä on siis suuri vastuu ohjata prosessia elämyksen syntymiseksi oikeaan suuntaan. **Oppaan** työhön lukeutuu ohjaamisen lisäksi myös muita rooleja. Suomen opasliitto ry kuvailee matkailuoppaan työtä Opin ja opastan -teoksessaan (1998, 19) mm. tiedottamiseksi, ryhmän johtamiseksi ja neuvomiseksi, päätöksien tekemiseksi sekä viihdyttämiseksi. Verhelä ja Lackman (2003, 201) puolestaan painottavat oppaan työssä asiakaslähtöisyyttä. Jokainen opaskierros suunnitellaan asiakkaiden toiveita kuunnellen sekä asiakkaiden muodostamaa kohderyhmää analysoiden. (Verhelä & Lackman 2003, 201.)

Valkeakosken tarjoama Hiki-Iitan johtama opastuskierros voidaan lukea viime aikoina suosiota kasvattaneisiin **draamaopastuksiin**, joissa oppaat esiintyvät jossakin roolissa opastaessaan ryhmäänsä. Draamaoppaat esittävät yleensä jotakin kohteelle tärkeää henkilöä tai täysin mielikuvituksellista hahmoa. Oppaan vaatteet ja asusteet ovat esitetyn henkilön aikakauden mukaan valittuja ja myös puhetyyli murteineen ja sanoineen tarkkaan harkittua. (Verhelä & Lackman 2003, 207.) Draamaoppaan työ vaatii hieman toisenlaista heittäytymistä ja omistautumista, sillä näyttelemisen lahjojen lisäksi hänen on osattava kertoa tarvittavan paljon tietoa kohteesta esittämänsä hahmon aikakaudelta.

Tämän opinnäytetyön pääteorianana toimii Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen luoma elämyskolmio-malli. Sanna Tarssasen ja Mika Kyläsen kehittämä elämyskolmio on työväline mm. matkailualan tuotteiden elämyksellisyyden tarkasteluun. Elämyskolmio on suunniteltu olemaan täydellinen malli elämystuotteelle, jolla pystytään kehittämään jo olemassa olevan tuotteen elämyksellisyyttä, tai jonka avulla suunnitellaan kokonaan uusi elämyksellisyyden elementit täyttävä tuote. Kolmio rakentuu tasoista, jotka kuvaavat asiakkaan kokemuksen eri asteita, ja kuudesta elämyksen elementistä, jotka ovat onnistuneessa elämystuotteessa mukana jokaisella asiakkaan kokemustasolla. Elä-

myöskolmio-mallin avulla voi siis tarkastella elämystä kahdesta eri näkökulmasta: tuotteen elementtien tasolla sekä asiakkaan kokemuksen tasolla. (Tarssanen 2009, 11–12.)

Kuviosta 1 nähdään, kuinka elämyskolmio muodostuu elämyksen elementeistä ja asiakkaan kokemuksen tasoista (Tarssanen 2009, 11). Elämyskolmion vaaka-akselilla on lueteltuna elämyksen kuusi kriittistä elementtiä, joita ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Elämyskolmion pystyakselilla kuvataan asiakkaan viisi kokemisen tasoa, joita ovat motivaation, fyysinen, älyllinen, emotionaalinen ja henkinen taso. Näillä tasoilla kuvataan asiakkaan elämyksen kokemista heti tuotteen herättämästä kiinnostumisesta elämyksen synnyttämään muutosprosessiin asti. (Tarssanen 2009, 11–15.)



KUVIO 1. Elämyskolmio (Tarssanen 2009)

Kuten aikaisemmin mainittiin, elämyskolmio soveltuu hyvin erilaisten matkailutuotteiden elämyksellisyyden tarkasteluun. Tähän työhön kyseinen malli on paras apuväline selvittämään, onko Valkeakosken elämykselliseksi markkinoitu opastuskierros todella elämys-sanan arvoinen ohjelmopalvelu. Elämyskolmion avulla pyritään selvittämään myös mahdolliset parannusehdotukset opastuksen elämyksellisyyden tavoitteluun. Myöhemmässä teoriaosuudessa kolmion elämyksen elementit ja asiakkaan kokemuksen tasot selvennevät lukijalle tarkemmin. Läpi käydään myös se, mitkä elämyksen elementit ovat tunnistettavissa Valkeakosken matkailutuotteessa, ja miten kokemuksen tasot on mahdollista toteuttaa opastuksen seurauksena.

2.3. Tutkimuskysymykset

Tutkimustyöhön liittyvä ongelma on helpompi ratkaista tutkimusprosessin aikana, kun se on muutettu kysymykseksi ja sitä tarkentaviksi apukysymyksiksi. Tämän vuoksi tutkimusongelman ratkaisemisen apuvälineiksi muodostetaan siis tutkimuskysymyksiä, joihin vastaamalla itse tutkimusongelmakin ratkeaa. (Kananen 2014, 50.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimuksen kohteena on elämykselliseksi markkinoitu opastuskierros, jota Valkeakosken kaupunki tarjoaa Hiki-Iita nimisen naisen vetämänä. Päättökysymys työssä on: Miten opastuskierros täyttää elämyksen kriteerit/tuntomerkit? Tarkentavana alakysymyksenä pääkysymykseen on: Millä keinoilla tuotteen elämyksellisyyttä voisi lisätä? Opinnäytetyön tutkimusongelmiin ratkaisua etsitään ja esitetään elämyskolmio-mallin teorian pohjalta.

2.4. Aineisto ja menetelmät

Tämä opinnäytetyö toteutetaan kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Tällaisessa tutkimuksessa päämääränä on enemmänkin tutkittavan ilmiön kokonaisvaltainen ymmärtäminen ilman määrällisten ja tilastollisten keinojen avulla tehtäviä yleistyksiä. Laadullinen tutkimus antaa mahdollisuuden yksittäisen kohteen syvällisempään analysointiin ja kuvaamiseen sanoilla. Tyypillisimpiä piirteitä kvalitatiiviselle tutkimukselle ovat sen tapahtuminen tutkittavan ilmiön luonnollisessa ympäristössä sekä tutkijan suora kontakti kohteeseen aineiston keruun yhteydessä. Lisäksi pohdinnat ja päättelyt eli tutkimuksen tulokset syntyvät usein yksittäisten havaintojen ja niiden analysoinnin seurauksena. (Kananen 2014, 16–20.)

Opinnäytetyöni tutkimusongelmat sekä tutkimani aihe ovat sellaisia, joihin vaaditaan otteeksi kvalitatiivista tutkimusta. Aiheenani on siis täysin uusi matkailutuote Valkeakoskella, josta ei ole löydettävissä aikaisempaa tutkimustietoa. Työn toimeksiantaja haluaa tuotteestaan hyödyllistä ja kattavaa tietoa, jota työni pyrkii laadullisella tutkimusotteellaan tuottamaan. Tavoitteenani ei ole selvittää, miten elämyksellisenä asiakkaat kokivat uuden matkailutuotteen. Tarkoitus on analysoida elämyskolmio-mallin avulla opastuksen elämyksellisyyttä ja tuoda esille mahdollisia kehitysideoita ja uusia näkemyksiä toimeksiantajan tietoisuuteen. Tästä seuraa se, että oman roolini merkitys

tutkijana kenttätutkimuksessa on suuri. Kanasen (2014, 19) mukaan laadulliselle tutkimukselle ominaista onkin, että tutkija itse kerää ja analysoi tiedon työhönsä oltuaan ensin kentällä itse keräämässä sitä.

Koska opinnäytetyöni kohteena on yksittäinen opastus, tutkimusstrategianani käytän tapaustutkimusta. Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2009) kutsuvat tapaustutkimusta myös nimellä case study. Tapaustutkimuksessa pyritään saamaan yksityiskohtaisen tarkkaa tietoa jostakin yksittäisestä asiasta, jota tutkitaan sille luonnollisessa ympäristössä. Tapaustutkimuksen tavoitteena on useimmiten jonkin tapauksen ilmiöiden kuvailu. (Hirsjärvi ym. 2009, 134–135.) Tutkimukseni kohdetta tutkitaan tapaustutkimuksen määritelmän mukaisesti sen luonnollisessa ympäristössä ja tavoitteenani on tuottaa yksityiskohtaista tietoa kyseisestä opastuksesta. Näin ollen tutkimustani voidaan pitää tapaustutkimuksena, vaikka se tarjoaa tiedon lisäksi myös joitakin kehitysideoita.

Tutkimuksessani käytetään muutamia sekundäärisiin tiedonkeruumenetelmiin lukeutuvia dokumentteja, kuten Valkeakosken verkkosivuja ja esitteitä, sähköposteja matkailusihteri Tiina Kuivalaisen kanssa ja muistiinpanoja hänen kertomistaan asioista koskien opastuskierrosta. Haastattelin myös matkailusihteri Tiina Kuivalaista vapaamuotoisesti ja lyhyesti selvittääkseni joitakin yksityiskohtia opastuksen synnystä ja taustasta. Kanasen (2014, 70) mukaan haastattelut ovat laadullisen tutkimuksen käytetyin tiedonkeruumenetelmä. Niitä on monenlaisia, mutta työssäni käytin avointa haastattelua. Avoin haastattelu on lähinnä keskustelunomaista jutustelua, ja koin sen parhaimmaksi ja mukavimmaksi vaihtoehdoksi, koska tunnemme matkailusihteri Kuivalaisen kanssa jo ennestään. Avoimessa haastattelussa haastatteliija selvittää haastateltavalta asioita siinä järjestyksessä, kun ne tulevat aidosti vastaan keskustelun kuluessa. Tutkimushaastattelun tarkoituksena on kerätä systemaattisesti tietoa ja sen tavoitteena on saada mahdollisimman luotettavaa ja pätevää tietoa. (Hirsjärvi ym. 2009, 208–209.)

Tärkein aineistonkeruumenetelmä työssäni on kuitenkin havainnointi, joka on laadulliselle tutkimukselle hyvin tyypillinen menetelmä kerätä tietoa kohteesta. Havainnointi määritellään aina jonkinasteiseksi tarkkailuksi, jonka avulla saadaan välitöntä tietoa jostakin ilmiöstä (Hirsjärvi ym. 2009, 212). Havainnoinnin valitsin aineistonkeruumenetelmäkseni siksi, koska tutkimani opastus on uudenlainen matkailutuote Valkeakoskella ja siitä ei löydy vielä minkäänlaista tutkimustietoa. Verrattuna muihin tutkimusmenetelmiin, havainnoinnin avulla saatu tieto kytkeytyy helpommin sen asiayhteyteen ja asi-

at näyttäytyvät oikeissa yhteyksissä. Havainnointi on myös parhaimpia menetelmiä monipuolisen ja yksityiskohtaisen aineiston keräämiseen. (Valli & Aaltola 2015, 149–150.)

Hirsjärven ym. (2009, 216) mukaan on olemassa eriaisteisia havainnointimenetelmiä. Näistä eriaisteisista menetelmistä tutkimuksessani kerätään tietoa osallistuvalla havainnoinnilla, jolloin tutkija havainnoi tutkittavien tai tutkimuskohteen luvalla ja ehdoilla heidän toimintaansa. Useimmiten havainnointi tapahtuu ennalta sovittuna ajanjaksona. Verrattuna täysin systemaattiseen eli ennalta jäsenneltyyn havainnointilajiin, tutkimukseeni soveltuu paremmin osallistuva havainnointi, koska siinä tutkimustilanteen havainnointi on usein vapaammin ohjautuvaa ja muotoutuvaa. Vaikka suunnittelinkin etukäteen havainnointiani, opastuskierros tutkimuskohteen vaatii rennompaa otetta havainnointiin sen ennalta arvaamattomuuden takia. Osallistumisenkin aste havainnoinnissa voi kuitenkin vaihdella. Tässä tutkimuksessa olin mukana opastuskierroksella, mutta muut kierroksella olleet asiakkaat tiesivät minun osallistuvan kierrokselle vain havainnoijan roolissa. Tällöin kyseessä ei ole aivan täydelliseksi osallistumiseksi kutsuttu havainnoinnin keino, jolloin tutkija pyrkii sulautumaan jonkin ryhmän jäseneksi, vaan roolini ainoastaan osallistuvana havainnoijana tehtiin selväksi. Tutkimukseni tapauksessa liian aktiivinen osallistuminen olisi saattanut häiritä ja muuttaa oppaan käyttäytymistä epäaidoksi, joten havainnointini oli samaan aikaan sekä osallistuvaa että tarkkailevaa. Opastukseen osallistuneille kerrottiin, että olen osallistumassa opastuskierrokselle havainnoimaan ainoastaan opastuksen kulkua enkä sille osallistuneita asiakkaita. (Hirsjärvi ym. 2009, 214–217.)

Osallistuva havainnointi suoritetaan usein ennalta valitusta teoreettisesta näkökulmasta, jonka avulla havainnointia myös suunnitellaan etukäteen. Näin kenttätöskentelyä havainnoijana voi tehostaa ja ohjata tiettyyn suuntaan, mikä auttaa saamaan tarvittavaa tietoa tutkimusongelman ratkaisemiseen. Laadullisessa tutkimuksessa havainnoijan tulee joka tapauksessa pitää kaikki aistinsa terävinä yllättäville asioille, eikä keskittyä ainoastaan ennalta suunniteltuihin asioihin. Vaikka vapaata eli osallistuvaa havainnointia voikin hieman etukäteen suunnitella, pääasiassa se on tutkittavan kohteen toimintaan mukautunutta. (Vilka 2006, 44.) Tutkimukseni havainnointi suoritettiin elämyskolmiomallin teoriaa hyödyntäen. Osallistuin opastuskierrokselle vasta sen jälkeen, kun olin opiskellut ja sisäistänyt työssäni käyttämän teorian ja miettinyt tutkimusongelmani valmiiksi. Näin havainnointi prosessina ei ollut niin työläs, koska olin tehnyt suuntaa antavan suunnitelman siitä, mitä lähden opastuksesta havainnoimaan.

Havainnointia pidetään vaativana tiedonkeruumenetelmänä, vaikka sillä onkin pitkä historia eri tieteenalojen tutkimuksissa. Oman tutkimukseni kohdalla havainnoinnin hyödyt olivat kuitenkin haasteellisia haittoja suuremmat, joten se valikoitui päämenetelmäksi aineiston keruuseen. Jotta saadaan luotettavia tutkimushavaintoja, on tietoisesti rajattava ja valikoitava jonkin verran havaintojen tekoa. Tutkimuksen onnistumisen ehdoiksi voidaan mainita hyvin rajattu tutkimusongelma ja tietoisesti tehty havaintojen valikointi teorian avulla. Nämä asiat nähdään usein tutkimuksen vahvuustekijöinä, jotka estävät tutkimuksen kasvamista liian suureksi. On mahdollista, että valikointia voi tapahtua myös kielteisessä mielessä, jolloin havainnoija havaitsee tiedostamattaan ainoastaan tuttuja asioita. Tällöin havainnoijan taustatekijät, esimerkiksi omat kokemukset, voivat ohjata havainnointia sekä tutkimustuloksia väärään suuntaan tutkimusongelmaan ja teoriaan nähden. Virhelähteiden tiedostaminen ja niiden vaikutusten arvioiminen tutkimustuloksiin kuitenkin auttavat tutkijaa valikoimaan ja tekemään luotettavia havaintoja tutkimuksensa kannalta. (Vilka 2006, 11–14.)

Teorialla on siis suuri merkitys tutkimuksessa, kun tutkimusaineiston keräämiseen käytetään pääasiallisesti havainnointia. Laadullisessa tutkimuksessa havainnointi perustuu tutkijan henkilökohtaisiin havaintoihin. Havaintojen yleistettävyyttä ei voi osoittaa perustuen ainoastaan tutkijan henkilökohtaisiin havaintoihin ja siksi laadullisessa tutkimusmenetelmässä tarvitaan havaintojen tueksi myös teoria, jonka avulla tulkitaan ja analysoidaan saatuja havaintoja. Teoria on oiva apukeino myös uusien havaintojen tuottamiseen, koska se antaa uusia näkökulmia ja tulkintamahdollisuuksia tutkimusaineiston kanssa. (Vilka 2006, 79–80.) Kuten aikaisemmin mainitsin, tiedonkeruuvaiheessa tutkimusaineistoani on jo hieman etukäteen rajattu teoriani, elämyskolmio-mallin, avulla. Suurimman rajauksen aineistooni teen kuitenkin vasta analysointivaiheessa eli havaintojen pelkistämävaiheessa.

Tutkimusaineistoni koostuu pääosin havainnoinnin tuloksista tehdyistä muistiinpanoistani. Muistinvaraiset muistiinpanot eivät olisi olleet riittävät, joten otin opastuskierrokselle mukaani kynän ja vihon, johon kirjoitin opastuksen siirtymävaiheissa tutkimukseeni liittyvät havainnot. Vallin ja Aaltolan (2015, 156) mukaan muistiinpanojen kirjaaminen on jo eräänlaista esianalyysiä, koska kaikista havaituista asioista ei pidetä kirjaa. Ylös kirjataan vain oman tutkimuksen ongelmiin liittyviä asioita. Valikointia tapahtuu siis sekä ennen havainnointia, että itse havainnointitilanteessa muistiinpanoja tehdessä. Muistiinpanoja tehtäessä on etukäteen päätettävä missä ja kuinka usein niitä kir-

jaa ylös, ettei häiritsisi asioiden luonnollista kulkua. Vaikka muut osallistujat havainnointitilanteessa tietäisivätkin tutkijan muistiinpanojen tekemisestä, saattaa se herättää uteliaisuutta ja häiritä keskittymistä. Tämän vuoksi tein muistiinpanoni mahdollisimman huomaamattomasti osallistujajoukon hännillä ja kirjasin ylös lyhennetysti havaintojani, joita sitten täydensin heti opastuskierroksen jälkeen. (Valli & Aaltola 2015, 156–157.)

Tutkimusaineisto ei itsessään kuitenkaan ole vastaus tutkimusongelmaan, vaan se on materiaalia, josta tutkimus tehdään. Tutkimuksen kannalta oleellinen asia löytyy tutkimusaineistoa analysoimalla, joka tarkoittaa havaintojen pelkistämistä eli yhdistämistä sekä tulosten tulkintaa. (Vilka 2006, 81.) Havaintojen pelkistämisympäristössä aineistoa tarkastellaan tietystä teoreettisesta näkökulmasta, jolloin kiinnitetään huomiota vain olennaisiin asioihin tutkimusongelmien kannalta. Laadullisessa analyysissä havaintojen yhteisten piirteiden yhdistäminen tarkoittaa havaintomäärän karsimista niin, että aineistosta saadaan muotoiltua yhteinen sääntö, joka pätee koko aineistoon. Tulosten tulkinta taas tarkoittaa havainnoista tuotettujen johtolankojen ja käytettävissä olevien tietojen pohjalta tehtyä tulkintaa tutkittavasta ilmiöstä. (Alasuutari 2011, 40–44.)

Aineiston analyysimenetelmän valitseminen riippuu pitkälti aineiston laajuudesta ja teoreettisesta näkökulmasta (Aaltola & Valli 2010, 182). Työssäni olen käyttänyt ymmärtämiseen pyrkivää laadullista analyysia ja päätelmien tekoa. Tutkimukseni analyysi nojaa elämyskolmio-malliin, joka on työni pääteoria. Tutkimusaineistoa analysoinkin erottamalla siitä samanlaisuudet ja erilaisuudet teoriaan nähden, ja pyrin saamaan siitä yhtenäistä ja selkeää tietoa tulkintaa varten. Analyysimenetelmänäni käytin siis hieman sisällönanalyysia, jonka avulla sain järjestettyä aineistoni tiiviimpään ja selkeämpään muotoon. Sisällönanalyysi on yleinen laadullisen tutkimusmenetelmän metodi, jonka avulla aineistosta etsitään merkityssuhteita ja -kokonaisuuksia, joita koskeva tieto esitetään sanallisina tulkintoina (Vilka 2005, 140).

Pääasiassa toimintani tutkimusaineistoni kanssa oli siitä saamani tiedon peilausta ja vertausta elämyskolmio-mallin teoriaan. Tässä työssä tuon analyysivaiheessa esille vain tutkimuskysymysten kannalta oleellista tietoa koko tutkimusaineistostani. Aineiston olen siis ensin rajannut ja selkiyttänyt tutkimusongelmien avulla, minkä jälkeen sitä on mielekkäämpää käsitellä ja tulkita työssäni teoriaan nähden. Laadullisen aineiston analyysin tarkoitus onkin tuoda tutkimukseen informaatioarvoa, kun aineisto tiivistetään selkeämpään muotoon kadottamatta silti sen sisältämää tärkeintä informaatiota. Laadul-

lisessa tutkimuksessa analyysitavat usein kietoutuvat toisiinsa eivätkä ole mitenkään selvärajaista. (Eskola & Suoranta 2008, 137.)

2.5. Tutkimuksen kulku

Opinnäytetyön kolmannessa luvussa kerrotaan jonkin verran perustietoja Valkeakosken kaupungista, jotta lukijalle valottuu millaista ja minkä kokoista paikkakuntaa tutkimani ja havainnoimani opastuskierros oikein käsittelee. Kolmanteen lukuun on sisällytetty tietoa myös Valkeakosken historiasta, koska opastuskierros sijoittuu menneisyyteen vuosiluvulle 1963. Kaupungin matkailusta on kerrottu myös lyhyesti omin sanoin, jotta lukija ymmärtää paremmin Valkeakosken potentiaalin vetovoimaisena matkailukohteenä. Lisäksi Hiki-litasta ja hänen opastuskierroksestaan on tuotu esiin muutamia faktoja, jotta olisi helpompi ymmärtää työn tutkimuskohteen luonnetta.

Työn neljäs luku käsittelee työssä käytettävää teoriaa eli elämyskolmiomallia. Luvun tarkoitus on esitellä teoria lukijalle yksityiskohtaisesti. Samassa luvussa, jossa teoriaa käsitellään, esitellään havainnoinnin tuloksia, analysoidaan ja esitetään tutkimusaineistosta johdettuja tulkintoja. Teoriaan liittyvät elementit ja kokemisen tasot käydään läpi omissa alaluvuissaan niihin liittyvien havaintojen, tulkintojen ja kehitysideoiden kera. Näin lukija pystyy keskittymään elementti ja taso kerrallaan opastuskierrokseen ja siihen ehdotettuihin kehitysideoihin. Viidennessä luvussa esitetään lyhyesti työn lopputulos. Lisäksi pohditaan tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä sekä onnistuneisuutta. Lopuksi esitetään mahdollisia jatkotutkimuksen aiheita.

3 VALKEAKOSKI

3.1. Yleistä

Valkeakoski on yli 21 000 asukkaan kaupunki, joka sijaitsee Pirkanmaalla Tampereelta n. 35 kilometriä etelään. Valkeakoski on syntynyt Mallasveden ja Vanajaveden yhtymäkohtaan. Kaupungin pinta-ala on 372 km², josta 100 km² on vettä, joten vesi hallitsee kaupunkikuvaa (kuva 1). Valkeakoski tunnetaan moni-ilmeisestä luonnostaan, joka koostuu harjuista ja vesistöistä. Ympäröivä vesistö on mahdollistanut kehittymisen pienestä myllykylästä teollisuuskaupungiksi. Kauniiden maisemien lisäksi Valkeakoskelta löytyy kilpailukykyistä elinkeinoelämää sekä suhteellisen kattava koulutustarjonta. Myös vilkas kulttuurielämä sekä laajat liikuntamahdollisuudet ympäri vuoden ovat kaupungin tavaramerkkejä. (Valkeakosken kaupunki 2016d.)



KUVA 1. Kaupunkikuvaa Valkeakoskesta. (Valkeakosken kaupunki 2016a)

3.2. Historia

Tutkimusten mukaan Valkeakoskella on ollut asutusta jo rautakaudelta saakka. Kuitenkin vasta keskiajalle tultaessa kylän läpi kulkevaa vesistöä on alettu hyödyntämään paremmin, minkä seurauksena Valkeakoski alkoi muuttua tunnetuksi myllykyläksi. Vuonna 1869 keskustaan rakennettu kanava muutti lopulta Valkeakosken kehittymisen suunnan. Liikemiehet alkoivat kiinnostua paikkakunnasta ja pienestä myllykylästä kasvoi

vähitellen teollisuuskeskus. Kasvu pysähtyi kuitenkin moneksi vuodeksi verisen sisälissodan vuoksi. (Valkeakosken kaupunki 2016c.)

Vasta toisen maailmansodan jälkeen Valkeakoski koki teollistumisen lisääntymisen myötä suuremman kasvupyrähdyksen, kun asukasluku moninkertaistui. Valkeakosken kulta-aika sijoittuu 50–70 -luvulle, jolloin Yhdistyneiden Paperitehtaiden johtaja, vuorineuvos Juuso Walden, rakennutti puutalojen (kuva 2) tilalle nykyaikaisempaa infrastruktuuria ja kehitti paikkakuntaa yhteistyössä kaupungin kanssa. (Valkeakosken kaupunki 2016c.) Tuohon aikaan Valkeakosken asukkaat saivat ihastella monia harvinaisen gondolin kyydissä kuljetettuja valtiovieraita, mm. Englannin pääministeriä. Kaupungin-oikeudet Valkeakoski sai vuonna 1963. Työssäni käsiteltävä draamaopastus sijoittuu juuri kyseiseen vuoteen. Opastuksen vetäjä Hiki-Iita esitteleekin kierroksellaan uudistunutta ja modernia kotikaupunkiaan, jossa vanhanaikaiset puutalot puretaan uusien liiketilojen tieltä, ja jossa monen tehtaan piipuista tupruttaa savua. Muutamia vuosikymmeniä voimakkaasti jatkunut kasvu taittui lopulta 80-luvulla, josta eteenpäin teollisuuden alan työpaikkojen lukumäärä lähti laskuun vuosien saatossa (Valkeakosken kaupunki 2016c). Vaikka Valkeakosken teollisuus ei nykypäivänä enää entisen lailla kukoistaakaan, teollisuuden ala on vieläkin suuri työllistäjä kaupungissa.



KUVA 2. Valkeakosken keskusta 1900-luvun alussa. (Akseli 2003, muokattu)

3.3. Matkailu

Valkeakosken matkailu nojaa hyvin paljon kulttuuriin ja luontoon. Lisäksi Valkeakoski mainostaa itseään lapsiystävällisenä kaupunkina, jossa palvelut ovat lähellä. Kaupungin

keskeinen sijainti lähellä Tamperetta ja Hämeenlinnaa tuovat matkailijoita piipahtamaan paikkakunnalla pidempääkin. Veden rannoilla on myös paljon mökkejä, jotka lisäävät kaupungin asukaslukua kesäaikaan. Kaupungin läpi kulkeva kanava houkuttelee veneilijöitäkin rantautumaan ja tutustumaan Valkeakosken tarjontaan. Vesi on tärkeä elementti Valkeakoskella niin teollisuudelle kuin matkailullekin.

Valkeakosken luonto tarjoaa hyvät puitteet erilaiseen urheiluun ja luonnosta nauttimiseen. Rapolanharju muinaislinnan jäänteineen on paikkakunnan merkittävimpiä retki-kohteita, jossa yhdistyy sekä kulttuuri että luonto. Kaupungissa on myös muita luontopolkuja sekä melontareittejä. Talvisin keskustan tuntumassa toimii laskettelukeskus, Korkeakangas, jonka alueella järjestetään myös kesäisin urheilutapahtumia. Pienimuotoiset urheilu- ja kulttuuritapahtumat ovat osa Valkeakosken ympärivuotista tarjontaa, mikä saa lähipaikkakuntalaisetkin lähtemään liikkeelle.

Kulttuurikohteita Valkeakoskella on moneen eri makuun. Taiteenystäville kaupungista löytyy taidetaloja ja vaihtuvia näyttelyitä. Lisäksi kesän vetovoimaisimmassa kohteessa, Visavuoressa, pääsee katselemaan tunnetun kuvanveistäjä Emil Wikströmin kipsejä ja kotitaloa. Kartanokulttuuriin pääsee tutustumaan mm. Voipaalassa, kaupungin historialta kiinnostuneet voivat käydä Myllysaaren museossa ja teatteriesityksiä on tarjolla ympäri vuoden kahden eri teatterin ansiosta. Useampiin kohteisiin on saatavilla opastuksia joko itse kohteen toimesta tai sitten matkailuinfosta tilattuna. Tutkimani draamaopastuksen lisäksi Valkeakoskella on tarjolla muutamia teemallisiakin opastuksia, esimerkiksi veistoskierros keskustassa.

3.4. Hiki-Iitan opastuskierros

Kuten jo tutkimussuunnitelmassa mainitsin, Hiki-Iitan opastus on syntynyt Valkeakoskella järjestetyssä draama- ja elämysopastuskoulutuksessa tiiviin yhteistyön tuloksena. Minna Rompasaaren, joka esittää nykyään itse opastuksen Hiki-Iitaa, etukäteen mietitystä ideasta osallistujat kehittivät teatteri-ilmaisu ohjaaja Kati Sirénin avulla draamaopastuksen, joka sijoittuu vuoteen 1963. Hiki-Iitan opastuskierroksella lähdetään hakemaan hänen onnikkaan unohtuneita saappaitaan. Matkan aikana puhelias saunottajanainen kertoo ryhmälle nopeasti modernisoituvasta, juuri kaupunginoikeudet saaneesta Valkeakoskesta.

Opastuksen saa varattua Valkeakosken matkailuinfon kautta. Hiki-Iitan (kuva 3) luot-
saama opastuskierros alkaa normaalisti Myllysaaren museolta ja päättyy kesäteatteriin.
Samalla opastukseen osallistuva ryhmä pystyisi siis vierailemaan Myllysaaren museon
näyttelyissä, jonka jälkeen matka jatkuisi opastuksen muodossa kesäteatterille näytöstä
katsomaan. Opastus mahdollistaa ryhmille mukavan siirtymävaiheen paikasta toiseen.
Asiakkaiden toiveista Hiki-Iitan opastuskierrosta saa räätälöityä reitiltään omia tarpeita
vastaavaksi. Kierros kestää noin tunnin verran ja sen hinta on alkaen 85€/ryhmä riippu-
en asiakkaiden toiveiden vaativuudesta.



KUVA 3. Hiki-Iita. (Valkeakosken kaupunki 2016b)

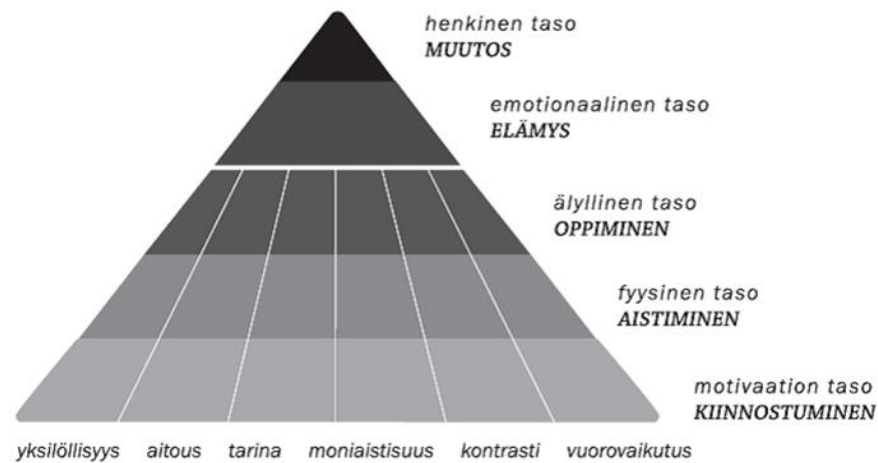
4 TEORIA JA ANALYYSI

4.1. Elämyskolmio

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen eli LEO:n luoma elämyskolmio-malli toimii tutkimukseni pääteorianana. Elämyskolmio on kehitetty selkeäksi työvälineeksi, jonka avulla voi suunnitella ja toteuttaa uusia elämyspalveluja tai sitten tarkastella, analysoida ja kehittää jo olemassa olevia tuotteita ja palveluita (Tarssanen 2009, 11). Sanna Tarssanen ja Mika Kyläsen kehittämän elämyskolmion avulla tutkin työssäni sitä, miten Valkeakosken tarjoama opastuskierros täyttää kaikki elämyksen tuntomerkit, ja onko opastuksella nykytilassaan ylipäänsä mahdollista tuottaa asiakkailleen elämystä. Lisäksi hyödynnän elämyskolmiota pohtiessani parannusehdotuksia opastuksen kehittämiseen.

Elämyskolmio-mallin (kuvio 2) tarkoituksena on kuvastaa täydellistä elämystuotetta tai -palvelua, joka täyttää kaikki kolmiossa luetellut elämyksen elementit. Kyseisten elementtien tulee olla onnistuneessa elämystuotteessa mukana jokaisella asiakkaan kokemustasolla. Elämyskolmio rakentuu siis kuudesta elämyksen elementistä ja tasoista, jotka kuvaavat asiakkaan kokemuksen eri asteita. Kolmion alapuolella luetellut elämyksen mahdollistavat elementit eli tekijät ovat *yksilöllisyys*, *aitous*, *tarina*, *moniaistisuus*, *kontrasti* ja *vuorovaikutus*. Mallin avulla elämystä voidaan tarkastella kahdesta näkökulmasta joko tuotteen elementtien tasolla tai sitten asiakkaan kokemuksen tasolla. Kolmion oikealla puolella luetellut tasot, jotka kuvaavat asiakkaan kokemusta aina kiinnostuksen heräämisestä elämyksen syntyyn asti, ovat *motivaation*, *fyysinen*, *älyllinen*, *emotionaalinen* ja *henkinen* taso. (Tarssanen 2009, 11–12.)

Elämyskolmio-malli valikoitui tutkimukseni pääteoriaksi, koska se on kehitetty juuri matkailualan palveluiden ja tuotteiden analysoimiseen. Elämyskolmion avulla pystyy ymmärtämään paremmin sekä itse elämyksellisyyden käsitettä että niiden tuottamisprosessia. Valkeakosken tarjoaman opastuskierroksen elämyksellisyyden tarkasteluun elämyskolmio oli selkein ja monipuolisin työväline. Työn toimeksiantajallekin, Valkeakosken matkailuinfolle, on hyödyllisintä saada mahdollisimman kattava elämyksellisyys-analyysi tuotteestaan, minkä juuri elämyskolmio-malli mahdollistaa parhaimmalla tavalla.



KUVIO 2. Elämyskolmio. (Tarssanen 2009)

4.2. Elämyksen elementit

Elämyksen elementit ovat siis elämyksen syntyyn erityisesti vaikuttavia tunnuspiirteitä, jotka edesauttavat kokemuksen kehittymistä elämykseksi. Nämä elämyksen kriteerit voidaan tulkita sekä konkreettisiksi asioiksi että aineettomiksi tuotteen osa-alueiksi. Kaikki kuusi elämyskolmion elementtiä tulisi toteutua kolmella ensimmäisellä asiakkaan kokemisen tasolla, jotta elämyksen syntymiseen olisi parhaimmat mahdolliset edellytykset. (Tarssanen & Kylänen 2007, 113.) Seuraavana elämyskolmion elementit ja niiden tarkoitus käydään läpi yksitellen omissa alaluvuissaan. Lisäksi analysoin ja tulkitsen tutkimusaineistoni pohjalta sitä, kuinka jokainen elementti toteutui Hiki-Iitan johtamalla opastuskierroksella, ja kuinka elementtejä voisi opastukseen vielä mahdollisesti kehittää.

4.2.1 Yksilöllisyys

Yksilöllisyys tarkoittaa tuotteissa ja palveluissa sitä, ettei toista täysin samanlaista tai samankaltaista kokemusta saa mistään muualta. Tuotteen tulee olla siis ainutlaatuinen ja ainutkertainen. Yksilöllisyydellä haetaan myös sitä, että tuote on räätälöitävissä eri asiakasryhmien erilaisten tarpeiden mukaan juuri heidän mieltymyksiinsä sopivaksi. Joustavuutta ja asiakaslähtöisyyttä voidaan pitää palvelun tarjoajalla tärkeinä ominai-

suuksina ja tuotteen oikeanlaiselle räätälöimiselle tarvittavina lähtökohtina. Yksilöllisyyden ja räätälöimisen astetta voi toteuttaa tietynlaisissa tuotteissa hyvin pitkällekin, mutta yleensä kustannukset kasvavat siinä samassa. Tuotteen yksilöinti usein kuitenkin parantaa tuotteen saatavuutta, kun erilaisilla asiakasryhmillä on mahdollisuus kokea sama tuote tai palvelu omien toiveidensa pohjalta räätälöitynä. Palvelun tarjoajan onkin hyvä pohtia räätälöintiä kilpailuvalttinaan ja sitä, kuinka pitkälle hänen resurssinsa ja voimavaransa lopulta riittävät tuotteen yksilöinnissä, jotta yritystoiminta pysyisi tasapainossa ja tuotteen peruskonsepti olisi tunnistettavissa vielä räätälöimisen jälkeen. (Tarssanen 2009, 12.)

Yksilöllisyyden elementti toteutuu Valkeakosken tarjoamassa opastuskierroksessa hyvin. Valkeakoskella on tarjolla niin perinteisiä kuin teemallisia opastuksia, mutta Hiki-Iitan draamaopastus on ensimmäinen laatuaan. Näin ollen opastus on ainakin ainutlaatuinen, eikä toista samankaltaista opastusta ole Valkeakosken tarjonnassa. Tietenkin lähikunnissa, kuten Tampereella, löytyy monia draamaopastuksia, mutta ne eivät koske Valkeakoskea. Hiki-Iita tarjoaa nimenomaan tietoa menneiltä vuosikymmeniltä juuri kaupungiksi valtuutetusta Valkeakoskesta, jonka teollisuus on lähtenyt kukoistamaan. Sellaista informaatiota siinä muodossa ei mistään muualta ole saatavilla. Tietenkin myös Hiki-Iitan hahmo on ainut laatuaan.

Lisäksi opastuskierrosta voidaan mahdollisuuksien mukaan räätälöidä asiakkaiden toiveiden mukaisesti. Itse osallistuin havainnoimaan hieman räätälöidylle opastuskierrokselle, jossa kaupungin työntekijät olivat toivoneet kierroksen päättyvän heidän työpaikalleen kaupungintalolle. Kierros alkoikin normaalista poikkeavasta paikasta, koska kaupungin työntekijät olivat ennen opastusta syömässä ravintolassa. Valkeakosken matkailuinfo ottaa vastaan varaukset ja toiveet opastuksesta, jonka jälkeen Hiki-Iitaan eli Minna Rompasaareen otetaan yhteyttä ja hyväksytetään mahdollinen räätälöitävä kierros. Rompasaarella on kierrokselleen perusreitti ja kerrottavanaan perusasiat, joita hän itse muokkaa resurssiansa rajoissa asiakkaiden mahdollisten toiveiden ja tarpeiden mukaisesti.

Vaikka yksilöllisyys toteutuu hyvin opastuskierroksessa, voisi räätälöimiseen antaa muutaman kehitysidean. Tällä hetkellä Hiki-Iitan opastuskierroksen kohderyhmä ei ole niin suuri, kuin se voisi olla. Tämänhetkiseen kohderyhmään kuuluu mielestäni eläke- ja keski-ikäiset ihmiset, joita kiinnostaa Valkeakosken historia. Jotta tuotteen saatavuus

paranisi, olisi hyvä, että opastusta voitaisiin räätälöidä mahdollisimman monet eri asiakasryhmät huomioiden. Esimerkiksi lapsille opastuskierroksesta saisi hyvinkin mieleenpainuvan elämyksen. Hiki-Iitan hahmon rempseys olisi varmasti lasten mieleen, ja kun opastuksen yhteyteen lisäisi vielä joitakin aktiviteetteja, ikimuistoinen kokemus olisi lapsille taattu. Kun opastusta räätälöidään lasten tarpeisiin sopivaksi, tulee muistaa vähentää kerronnallisen osuuden määrää ja panostaa enemmänkin toiminnalliseen osuuteen, jotta heidän mielenkiintonsa pysyisi yllä. Opastuskierroksen yhteyteen voisi kehittää entisaikaan liittyvän kilpailun tai tehtävän, joka suoritettaisiin opastuksen edetessä pikkuhiljaa eteenpäin.

4.2.2 Aitous

Aitous eli autenttisuus toteutuu tuotteessa, jos asiakas kokee kyseisen tuotteen aidoksi. Täysin kuvitteellisiakin asioita sisältävä tuote voi täyttää siis aitouden elementin kriteerit, koska ainoastaan asiakkaan käsitys tuotteesta määrittää sen. Tuotteen uskottavuus kulkee siis käsi kädessä aitous-käsitteen kanssa. Uskottava, mutta keksittyjä asioita sisältävä tuote, usein pitää sisällään myös jotakin faktatietoa koskien olemassa olevia elämäntapoja ja kulttuureja. (Tarssanen 2009, 12.) Matkailutuotteeseen voidaan lisätä helposti kaupallisia tai turisteja harhaanjohtavia elementtejä, jotka vääristävät matkailijan kokemusta kulttuurista, joka liittyy tuotteeseen (Borg, Kivi & Partti 2002, 29). Yhdeksi aitouden kriteeriksi Tarssanen määrittääkin sen, että tuotteen tulee perustua kehittäjiensä kulttuuriin, tai että tekijät tuntevat tuotteen liittyvän omaan identiteettiinsä jollakin tavalla. Näin varmistuu aitouteen liittyvä kulttuuris-eettisyys, joka takaa sen ettei tuote loukkaa ketään tai pyri saavuttamaan esim. rahallista hyötyä toisten kustannuksella. (Tarssanen 2009, 13.)

Hiki-Iita on täysin kuvitteellinen, fiktiivinen hahmo. Hiki-Iita ei perustu siis mihinkään historialliseen henkilöön, mutta hän puhuu opastuksensa aikana pelkkää tosiasiaa menneen ajan Valkeakoskesta, joten myös faktaa on sisällytetty opastukseen. Vain asiakkaan kokemus Hiki-Iitan ja opastuksen uskottavuudesta ratkaisee sen, toteutuuko aitouden elementti. Tutkimusaineistoni perusteella voi sanoa, että kyseinen matkailutuote sisältää kuitenkin aitouden elementin mahdollistavia asioita. Joitain puutteitakin löytyy, mutta käsittelen niitä myöhemmin kehitysideoita esittäessäni. Opastuksen sisältö eli Hiki-Iitan kertomat tosiasiat ovat uskottavia, koska se sisältää paljon tarkkoja vuosilu-

kuja, paikallistietoutta ja hyvin yksityiskohtaista informaatiota 60-luvun elämästä Valkeakoskella. Itse opas on pukeutunut ajanmukaisiin vaatteisiin asusteitaan myöten sekä käyttää ajanmukaista ja paikallista puhetyyliä. Kulttuuris-eettisyyden kriteeri täyttyy myös opastuskierroksessa, sillä tuote on kehitetty valkeakoskelaisten toimesta. Opastuksen informaatio ja Hiki-litan hahmo perustuvat siis vahvasti paikalliseen kulttuuriin, jolloin ei ole vaaraa että se loukkaisi valkeakoskelaisia.

Itse matkailutuotteella on mahdollisuus täyttää siis aitouden ja uskottavuuden kriteerit asiakkaan silmissä. Autenttisuuden elementtiä häiritsee kuitenkin ympäristön, jossa opastus tapahtuu, huomattava muutos vuoden 1963 jälkeen. Rakennuksia, joista Hiki-lita kertoo, ei enää kaikkia ole edes olemassa tai niiden tilalla on jotain aivan muuta. Vaikka opastuskierroksen reitti kulkeekin täysin kerronnan mukaisessa ja aidossa ympäristössä, ympäristön erilaisuus verrattuna entiseen on valitettavasti iso ongelma aitouden lisäksi muutamassa muussa elementissä. Se saattaa vaikuttaa suuresti asiakkaan elämyksen kokemiseen.

Kehitysideaksi edelliseen puutteeseen ehdottaisin, että Hiki-lita kantaisi laukussaan vanhoja valokuvia edesmenneistä rakennuksista. Niitä hän voisi näyttää asiakkaille aina esitellessään ja kertoessaan jostakin vanhasta rakennuksesta. Samalla hän voisi mahdollisimman uskottavalla tavalla sanoa jotakin, jolla liittyy valokuva rakennukseen, esimerkiksi ”Katsokaas, minulla on kuvakin tuosta rakennuksesta! Eikös olekin pysynyt hyvässä kunnossa/ taitavasti napattu kuva?”. Asiakas luultavasti kuitenkin ymmärtää, ettei ole mahdollista, että nykypäivänä olisi samannäköistä vielä kuin yli 50 vuotta sitten. On kuitenkin tärkeää, että asiakkaan olisi mahdollista nähdä edes kuva edesmenneestä rakennuksesta, josta puhutaan, jotta hän kokisi asian merkittäväksi. Edellä mainittu koskee oikeastaan enemmän jo moniaistisuuden elementtiä, mutta liittyy myös vahvasti aitouden elementtiin.

4.2.3 Tarina

Tarinan avulla sidotaan yhteen kokonaisuuden eri elementtejä, jolloin tuotteesta seuraavasta kokemuksesta saadaan houkutteleva ja yhtenäinen. Tarina-elementti liittyy intimitämitä aitouteen, sillä tuotteeseen liittyvän tarinan tulee olla yhtenäinen sekä uskottava ja aito. Silloin tarina antaa tuotteelle ja kokemukselle merkityksen sekä sisällön, jotka

synnyttävät asiakkaalle tarpeen ja syyn kokea kyseinen tuote. Tarinaa hyödyntäen perustellaan asiakkaalle, missä ja miksi jotakin tehdään kokemuksen aikana. Asiakas voidaan siis vakuuttaa hyvällä tarinalla jo etukäteenkin markkinoinnin avulla, jolloin asiakas tahtoo kyseisestä tuotteesta ja kokemuksesta maksaa. Viimeistään kuitenkin asiakas saadaan vakuuttuneeksi kokemuksen aikana, kun tarinalla houkutellaan asiakasta myös tunnetasolla osalliseksi kokemukseen, jolloin sekä älyllinen ja emotionaalinen taso elämyskolmiosta täyttyy. Jotta tämä olisi mahdollista, tarina tulee käsikirjoittaa, suunnitella ja toteuttaa huolellisesti sekä sisällyttää siihen sopivissa määrin sekä faktan että fiktion aineksia esimerkiksi uskomusten, legendojen ja paikallistiedon muodossa. Tuotteen tarinaa voi muokata aina kohderyhmän mukaisesti, mutta yksityiskohtien hiomisessa tulee olla huolellinen, ettei mikään asia ole ristiriidassa toiseen nähden. (Tarssanen 2009, 13.)

Hiki-Iitan opastuskierrokseen liittyy tarina, joka antaa opastukselle ja sen kululle merkityksen. Tarinan mukaan kierrokselle lähdetään hakemaan Hiki-Iitan onnikkaan (kuva 4) unohtamia saappaita. Näin ollen tarinan elementtikin toteutuu ainakin tässä suhteessa ja asiakkaalle saadaan perusteltua syy, miksi kierrokselle lähdetään. Jo opastuksen markkinoinnissa on otettu tarinan elementti mukaan. Mainosteksti Hiki-Iitan opastuskierroksesta alkaa sanoin ”Hiki-Iitan saappaat unohtuivat onnikkaan, joita lähdetään yhdessä hakemaan.” Asiakkaalle on siis jo etukäteen perusteltu, miksi häntä tarvitaan mukaan kierrokselle ja samalla houkutellaan häntä mukaan yhteiselle hakuretkelle Valkeakosken maisemissa. Kun ”yhdessä” sanaa käytetään, myös vuorovaikutuksen elementti on huomioitu mainoslauseessa. Sen toteutumisesta kerron enemmän vuorovaikutuksen elementin alaluvussa.



KUVA 4. Onnikoita Valkeakoskella. (Akseli 2003, muokattu)

Osallistumani opastuksen aikana tarinan elementin merkitys tuntui hiipuvan loppujen lopuksi melko vähäiseksi. Kierroksen alkaessa kyllä mainittiin, että ryhmä on lähdössä Hiki-Iitan saappaita hakemaan, mutta niitä kyseiselle kierrokselle osallistunut ryhmä ei koskaan hakenut. Tämä johtui varmaankin siitä, että havainnoimani räätälöity opastuskierros päättyi kaupungintalolle juuri ennen linja-autoasemaa, jonne Hiki-Iita jatkoi hyvästien jälkeen matkaansa yksin saappaitensa perään. Räätälöidyssä opastuksessa oli otettu kyllä huomioon asiakkaitten tarve erilaiselle opastuksen kululle, mutta on muistettava, että räätälöidytkin opastukset tulee suunnitella huolella niin, että elämyksen elementit säilyvät niissä ja toteutuvat asiakkaan kokemisen tasoilla. Kierros, jolle osallistuin havainnoimaan, ei ainakaan siis täydellisesti toteuttanut tarinan elementtiä, koska tarina oli hieman ristiriidassa opastuksen kulun kanssa. Hiki-Iita kuitenkin muistutteli ryhmää opastuksen aikana muutamaa otteeseen kiireestään noutaa saappaat onnikasta, joka taas houkutteli asiakkaita tunnetasolla mukaan kokemukseen.

Jotta opastus kehittyisi paremmaksi tarinan elementin tasolla, ehdottaisin pysymään saappaiden hakuun liittyvässä tarinassa, mutta ottamaan sen paremmin huomioon opastusta räätälöidessä ja toteutettaessa. Nykyinen tarina on kuitenkin uskottava ja yksinkertaisesti perustelee asiakkaalle miksi ja missä järjestyksessä opastus tapahtuu. Tarina on myös taitavasti höystetty paikallistietoudella. Ainoa puute on sen vaikuttavuuden uupuminen opastuksen edetessä, jolloin se ei puhuttele asiakasta tarpeeksi. Olisi hyvä, että Hiki-Iita kertoisi enemmän tarinaan liittyviä yksityiskohtia, kuten esimerkiksi millaiset saappaat hän on onnikkaan unohtanut ja mitä kaikkea tapahtui, että unohdus pääsi käymään. Lisäksi hän voisi opastuksen ohessa päivitellä, mitä kaikkea hänen saappailleen onkaan voinut tapahtua ja värittää yliampuviakin mielikuvia mahdollisista skenaarioista. Hiki-Iitan eläytyessä voimakkaammin tarinaansa asiakas pääsisi paremmin tunnetasolla mukaan tilanteeseen ja tarinaan. Lopuksi olisi tietenkin vielä hyvä toteuttaa saappaiden hakeminen linja-autoasemalta konkreettisesti, jotta tarina tulisi päätökseen asiakkaan mielessä.

4.2.4 Moniaistisuus

Moniaistisuus tarkoittaa lyhyesti sanottuna sitä, että tuote on koettavissa mahdollisimman monin aistein. Tuotteen luomat aistiärsykkeet on suunniteltu vahvistamaan ja tukemaan haluttua kokemuksen teemaa. Kaikkien ärsykkeiden tulee olla sopusoinnussa

keskenään, koska yksikin häiritsevä tekijä saattaa pilata asiakkaan kokemuksen. Aistiärsykkeet tulee siis suunnitella huolella eikä niitä saa olla liikaa, jottei kokonaisvaikutelma kärsi. (Tarssanen 2009, 14.) Julkisella paikalla toteutetun tuotteen tarjoajalle onkin suuri haaste saada ylimääräiset, kokemuksen ulkopuoliset ja itsestä täysin riippumattomat aistiärsykkeiden synnyttämät äänet tai ohikulkijoiden häiritsevän toiminnan.

Hiki-Iitan opastuskierroksessa eniten parannettavaa löytyy juuri moniaistisuuden elementistä. Mielestäni kaikkia aisteja ei ole huomioitu opastusta kehitettäessä. Tosin aina kaikkia aisteja ei välttämättä joka tuotteeseen saakaan mukaan, mutta ärsykejä pitäisi kuitenkin olla tuotteessa mahdollisimman monelle aistille. Hiki-Iitan opastuskierros tarjoaa ärsykejä näkö-, tunto- ja kuuloaistille. Visuaalisuutta tarjoaa tietenkin teemaa tukevat Hiki-Iitan ajanmukaiset vaatteet ja asusteet ja aito opastuksen kerrontaan liittyvä Valkeakosken kaunis keskustan miljö. Kuten jo aikaisemmin mainitsin, moniaistisuuden elementtiin liittyy visuaalinen ongelma edesmenneiden rakennusten suhteen. Kierroksella Hiki-Iita esittelee siis vielä vuonna 1963 olemassa olleita tärkeitä rakennuksia, jotka nykypäivänä on jo purettu. Esitin aikaisemmin myös ratkaisun kyseiseen ongelmaan, mikä koski rakennuksista otettujen vanhojen valokuvien etsimistä Hiki-Iitan mukaan kierrokselle. Moni asiakkaista ei varmastikaan tiedä, miltä vanhat rakennukset ovat edes näyttäneet, joten on hämmäntävää kuulla tietoa jostain, mitä ei pysty näkemään.

Äänimaailmasta tein useita havaintoja kierroksen aikana niin hyvässä kuin huonossa mielessä. Kävellessä opastamisessa oppaan puhetekniset taidot korostuvat. Oppaan on otettava huomioon puheensa selkeys ja kuuluvuus. (Suomen opasliitto ry 1998, 36.) Hiki-Iitan ääni oli hyvin kantava ja hän puhui selkeästi. Lisäksi hänen puhetyylinsä kuulosti ajanmukaiselta ja rempseältä, mikä vahvisti kierroksen teemaa. Kerrottavat asiatkin Valkeakoskesta oli sävytetty huumorilla, mikä toi puheeseen elävyyttä. Ainut puheeseen liittyvä ongelma oli, että välillä Hiki-Iita puhui samaan aikaan kävellessään eteenpäin, jolloin aivan ryhmän perällä kävelevät joutuivat pinnistelemaan kuullakseen, mitä opas puhuu. Tähän olisi hyvä tehdä parannus niin, että opas puhuisi aina yleisölle päin ja mieluiten pysähtyneenä. Puhe meinasi hukkaa välillä myös vilkkaasta liikenteestä joutuvaan meteliin sekä kovaan tuuleen. Nykyaikaisen liikenteen melu ja puiston penkillä istuvien juoppojen huutelut eivät varmastikaan olleet toivottuja aistiärsykejä opastuksen aikana, mutta niillä joka tapauksessa oli teemaa heikentävä vaikutus.

Tuntoaistimuksia, joita opastuskierroksen aikana havaitsin, olivat lämmin aurinko ja kova tuuli iholla ja jalkojeni alla tunsin Valkeakosken kanavan varrella kulkevan sora-tien. Kaikki havaitsemani tuntoaistimukset liittyivät opastuksen ympäristöön, mikä viit-taa siihen, ettei niitä oltu liitetty tarkoituksenmukaisesti mukaan opastukseen. Koke-musympäristön sääoloihin ei voi vaikuttaa, joten kokemus olisi ollut tuntoaistimusten osalta huomattavasti negatiivisempi esimerkiksi sateisessa ja kylmässä säässä. Siksi opastukseen kannattaisi tuoda asiakkaalle koettavaksi jokin teemaan liittyvä tuntoaisti-mus. Jotta aistiärsykkeet olisivat harmoniassa keskenään eikä niitä olisi liikaa, opastuk-sen alkuun voisi sisällyttää pelkästään vaikkapa Hiki-Iitan esittäytymisen kaikille kä-denpuristuksen kera. Tämä tuntoaistimus vahvistaisi myös vuorovaikutuksen elementin toteutumista, kun oppaan ja jokaisen asiakkaan välille luodaan pienimuotoinen kontakti.

Maku- ja hajuaistit eivät saaneet ärsykeitä opastuskierroksella lainkaan. Mielestäni opastukseen ei aivan välttämättä tarvitse kyseisille aisteille ärsykeitä luodakaan, mutta jos haluaa pelata varman päälle palvelun elämyksellisyydessä, olisi parempi kehittää edes jotain pientä ärsykettä. Opastuskierroksen aluksi Hiki-Iita voisi esimerkiksi tarjoil-la pullakahvit tai vaihtoehtoisesti jotain muuta vanhanaikaiseen tyyliin sopivaa maistel-tavaa. Hajuja tai tuoksujakaan ei nenääni havaintotilanteessa osunut, mutta jälkeinpäin ajattelin, että veden läheisyyden voisi kyllä aistia nenässään niin halutessaan. Hiki-Iitan kannattaisikin kierroksellaan pyytää asiakkaita hetkeksi keskittymään ja aistimaan ve-den tuoksun heidän vierellään. Vedellä kuitenkin on ollut suuri merkitys aina Valkea-koskelle ja sen kehitykselle, joten tällainen aistimus vahvistaisi Hiki-Iitan kertomaa asiaa ja kierroksen teemaa.

Kuten on käynyt ilmi, opastuskierroksen ympäristö heti keskustan tuntumassa tuo suu-rimmat haasteet moniaistisuuden elementissä. Opas tai kukaan muukaan ei kuitenkaan voi ylimääräisiin aistiärsykkeisiin hirveästi vaikuttaa tämän opastuksen kohdalla. Lii-kenteen melua voi kyllä yrittää välttää ajoittamalla opastus hieman hiljaisempien tuntien ajaksi, eli ruuhka-aikojen välttely voisi olla yksi ratkaisu. Tietenkin tulee muistaa asiak-kaan toivomukset kellonajasta ja Hiki-Iitaa esittävän Rompasaaren aikataulujen tarkis-tus, mutta ainakin matkailuinfosta voitaisiin ehdottaa opastusta järjestettäväksi ruuhka-aikojen ulkopuolelle.

Suomen opasliitto ry (1998, 33) painottaa oppaan tarvitsevan taidon nopeisiin tilannear-viointeihin ja ratkaisuihin yllättävissä tilanteissa. Havainnoimani opastuskierroskin sai

ikävän ja ylimääräisen aistiärsyksen, kun asiakasryhmä joutui ohittamaan puiston penkillä istuneen humaltuneen miesjoukon. Hiki-Iita ei kuitenkaan jäänyt sanattomaksi miesten kysellessä, mitä on meneillään, vaan pysyi loistavasti roolissaan ja tarinassaan.

4.2.5 Kontrasti

Kontrasti tarkoittaa tuotteen erilaisuutta asiakkaan tavalliseen arkeen verrattuna. Tarjottavaan tuotteeseen saadaan kontrastia asiakkaan näkökulmaa pohtimalla. Jos on mahdollista, asiakkaiden kansallisuus, tavat ja kulttuuri on hyvä ottaa huomioon räätälöimisvaiheessa, jotta osataan kohdistaa oikeita asioita juuri oikealle kohderyhmälle. Asiakkaan täytyy saada kokea jotakin uutta, erilaista ja tavallisuudesta poikkeavaa, jotta asiakas vapautuu tottumuksistaan näkemään ja kokemaan asioita eri tavalla uudenlaisesta näkökulmasta. (Tarssanen 2009, 14.) Kontrastin luominen tuotteeseen ei ole kuitenkaan aivan helppoa. Kuten jo aikaisemmin on todettu, elämys on hyvin henkilökohtainen kokemus, johon vaikuttavat ihmisten erilaiset taustatekijät. Saman asiakasryhmän sisälläkin on usein monia hyvin erilaisen arjen omaavia ihmisiä, jolloin osalle tuotteen erilaisuus saattaa olla täysin tavallista.

Kontrastin elementti opastukseen syntyy jo siitä, kun kierros käsittelee menneen ajan Valkeakoskea. Asiakas pääsee opastuskierrokselle osallistuessaan tavallaan aikamatkalle menneisyyteen, kun Hiki-Iita vie asiakkaan vuoteen 1963, ja kertoo elävästi rakennuksista, tärkeistä henkilöistä ja tavallisten ihmisten arjesta. Tällainen eroaa varmasti jokaisen opastukseen osallistujan arjesta, joten kontrastin elementti onnistuu opastuskierroksessa hyvin. Asiakas pääsee siis kokemaan jotakin uutta ja erilaista, jolloin hän voi eläytyä Hiki-Iitan elämälle ajanjaksolle ja nähdä itsensä jostakin toisesta näkökulmasta tai toisenlaisena ihmisenä erilaisessa ympäristössä verrattuna nykyhetkeen.

Vaikka kontrastin elementin voidaan sanoa onnistuneen työssäni käsiteltävällä opastuskierroksella, opastusta valmistellessa kannattaa aina kuitenkin ottaa huomioon tuleva asiakasryhmä. Opastusten räätälöinti asiakasryhmän mukaan on tärkeää kontrastin luomisen kannalta, sillä esimerkiksi muilta paikkakunnilta tulleille Valkeakosken perusasioiden läpikäyminen perusteellisemmin voi olla tarpeellisempaa verrattuna itse paikallisiin asiakkaisiin. Muilta paikkakunnilta tulleille kontrastin luominen saattaa osoittautua hieman helpommaksi, sillä heille jo opastuskierroksen miljöö on tavallisuudesta poik-

keavaa. Valkeakoskelaisille asiakkaille ympäristö on tuttu, joten heitä opastaessa olisi hyvä keskittyä enemmän yksityiskohtaisempaan tietoon, jotta asiakkaat saisivat mahdollisimman paljon kontrastia arkeensa uuden paikallistietouden oppimisen kautta.

4.2.6 Vuorovaikutus

Vuorovaikutus tarkoittaa asiakkaan onnistunutta kommunikaatiota ja vuorovaikutusta yhdessä oppaan, itse tuotteen, muiden kokemukseen osallistuvien asiakkaiden tai tuotteen tuottajien kanssa. Yksinkin elämyksen voi kyllä kokea, mutta yhteisöllisyyden tunne liittyy olennaisena osana vuorovaikutuksen elementtiin. Elleivät kaikki asiakkaat jo entuudestaan tunne toisiaan, tulisi heidät esitellä heti aluksi toisilleen. Kun koetaan tai jaetaan jokin kokemus osana jotakin yhteisöä tai ryhmää, asiakkaalle muodostuu paremmin tietoisuus siitä, että kokemus on yleisesti hyväksytty tai arvostettu. Onnistuneella vuorovaikutuksella mahdollisen elämyksen vaikuttavuus lisääntyy, asiakkaan sosiaalinen status kasvaa ja asiakas tuntee kuuluvansa tiukemmin tiettyyn ryhmään. (Tarssanen 2009, 14.)

Vuorovaikutuksen elementti liittyy läheisesti myös tuotteen yksilöllisyyteen. Yksilöllisyyden luomiseen tarvitaan hyvää vuorovaikutusta tuotteen tarjoajan ja asiakkaan välille. Vuorovaikutuksella on suuri merkitys, jotta asiakkaalle saadaan välitettyä kokemus mahdollisimman onnistuneella tavalla hänen toiveensa ja tarpeensa toteuttaen. (Tarssanen 2009, 15.) Verhelän ja Lackmaninkin mukaan ohjelmapalvelun ohjaajan/tuottajan ja asiakkaan välille on synnyttävä toimiva vuorovaikutussuhde. Omalla palvelualltiudellaan, olemuksellaan ja toiminnallaan ryhmää ohjaavan henkilön on pyrittävä luomaan asiakasryhmän sisälle sellainen vuorovaikutus, että jokaisella ohjelmapalveluun osallistuvalla olisi kuitenkin mahdollisuus kokea palvelutapahtuma henkilökohtaisten mahdollisuuksiensa ja tarpeidensa mukaisesti. Toteutuksenkin aikana asiakkaiden tuntemuksia ja kokemuksia on hyvä havainnoida, jotta palvelua voitaisiin tarvittaessa ja mahdollisuuksien rajoissa muokata vielä yksilöllisemmäksi juuri kyseiselle asiakasryhmälle. (Verhelä & Lackman 2003, 198.)

Kaikista onnistunein elementti opastuskierroksessa oli juuri vuorovaikutus. Sen toteutus onkin helpompaa opastuksien kaltaisissa tuotteissa, joissa kokemukseen osallistutaan yhdessä ryhmän kanssa. Tällöin johonkin porukkaan kuulumisen, yhteisöllisyyden tun-

ne, lisää kokemuksen arvostusta. Osallistuin opastuskierrokselle yhdessä Valkeakosken kaupungin palkanlaskijoiden kanssa. Ennen kierroksen alkua he tulivat esittäytymään minulle, koska heille oli ilmoitettu jo etukäteen osallistumisestani. Vaikka kyseessä oli tiivis työyhteisö, näyttivät he silti minulle, että olen tervetullut heidän mukaansa kokemaan opastuksen yhdessä.

Asiakkaiden keskinäinen vuorovaikutus läpi kierroksen oli rennon oloista tiedonvaihtoa ja jutustelua Hiki-Iitan kertomista faktatiedoista. Oppaan ja asiakkaiden välinenkin vuorovaikutus oli toimivaa, sillä Hiki-Iita mielellään vastaili asiakkaidensa kysymyksiin ja esitti retorisia kysymyksiä opastuksen aikana, jotta saisi ryhmän mielenkiinnon pysymään itse opastuksessa. Osa asiakkaista toi lisäarvoa kokemukselle kertomalla lisää paikallistietoa koskien 60-luvun aikaa, mutta onneksi he toteuttivat kertomisen eläytyen opastuksen ajan mukaisesti puhumalla nykyhetkestä, vaikka todellisuudessa kaikki on tapahtunut kauan sitten menneisyydessä. Näin muiden asiakkaiden elämyskokemus ei ollut vaarassa heikentyä.

Kuten aikaisemmin kävi jo ilmi, vuorovaikutuksen elementillä on tärkeä rooli myös yksilöllisyyden elementin toteutumisessa. Havainnoimani opastuskierros oli jo etukäteen räätälöity asiakkaiden toiveiden mukaiseksi, mutta opastuksen aikanakin Hiki-Iita otti hyvin huomioon asiakkaiden kertoman lisätiedon opastuksen aiheista, eikä hämmentynyt, vaan vastaili asiantuntevasti kysymyksiin ja kommentteihin. Opas luki selvästi tilannetta, ja vaihtoi opastustyyliä enemmän keskustelumaisempaan suuntaan tajutessaan, että ryhmä mielellään vaihtaa tietoja keskenään sekä oppaan kanssa. Näin ryhmä sai yksilöllisemmän kokemuksen hyvän vuorovaikutuksen avulla.

Vuorovaikutuksen elementti toteutuu tuotteessa niin hyvin, etten ehdottaisi muuta kehitysideoita sen suhteen, kuin aikaisemmin mainitsemani moniaistisuuden liittyvän kädenpuristuksen esittelyn yhteydessä. Ensivaikutelma kertoo kuitenkin oppaasta paljon ryhmälle (Suomen opasliitto ry 1998, 29). Kädenpuristus on vain pieni muotoseikka, sillä opastuksessa hyvä ensivaikutelma ja vuorovaikutus käyvät ilmi muulla tavalla. Hiki-Iita osaa luoda erittäin hyvän ja rennon tunnelman rempseällä olemuksellaan ryhmän välille jo heti kierroksen alussa, mikä mahdollistaa kaikkien asiakkaiden avoimen mielen yhteiselle kokemukselle lähdettäessä. Lisäksi hän piti hyvän katsekontaktin opastaessaan ryhmään ja esiintyi luonnollisesti, mikä tuo luotettavuutta ryhmän ja oppaan välille.

Opastuskierros myös loppuu asianmukaisesti lopetussanoihin ja kiitoksiin. Hiki-lita poistui paikalta hyvästien jälkeen hakemaan saappaitaan linja-autoasemalta. Palautteenantamismahdollisuutta heti kierroksen päättymisen jälkeen ei draamaopastukseen kannata välttämättä järjestääkään. Oppaan tulisi vuorovaikutustilanteissa kyllä osata ottaa palaute vastaan (Suomen opasliitto ry 1998, 34), mutta tässä tapauksessa asiakkaiden palautteenanto saattaisi vain pilata elämyksen synnyn joidenkin asiakkaiden mielessä, kun heti eläytymisen jälkeen palattaisiin niin nopeasti todellisuuteen. Lisäksi asiakkaan mielipide kokemuksesta voisi muuttua hänen kuullessaan negatiivista palautteenantoa. Valkeakosken matkailuinfosta voitaisiin jo opastusta varattaessa kertoa asiakkaille, että palaute olisi parempi antaa jälkikäteen suoraan matkailuinfolle, joka sitten välittäisi tiedon eteenpäin itse oppaalle. Näin estettäisiin mahdolliset elämyksellisyyttä ja elämyksien syntyä heikentävät tekijät.

4.3. Kokemisen tasot

Asiakkaan kokemisen tasoja on yhteensä viisi. Ne kuvaavat sitä, kuinka asiakas kokee kaikki elämyksellisyyden elementit eri tasoilla. Kokemisen tasot auttavat ymmärtämään, miten tuotetta tai palvelua tulisi rakentaa, jotta asiakas kokisi sen mahdollisimman elämyksellisenä kokemuksen jokaisessa vaiheessa. Käsiteltäviin motivaation, fyysisen ja älyllisen tasoihin palvelun tuottajalla/tarjoajalla on mahdollisuus itse vaikuttaa ottamalla huomioon elämyskolmion elementit suunnitellessaan tuotetta. Kun elämyksen syntyä edesauttavat elementit huomioidaan ja toteutetaan kolmella ensimmäisellä asiakkaan kokemisen tasolla, mahdollisuus elämyksen syntymään on olemassa (Tarssanen 2009, 16). Kaksi viimeistä kokemisen tasoa asiakas käy läpi henkisesti, täysin itsenäisesti omien henkilökohtaisten taustatekijöidensä ohjaamana. Elämystä ei voi sen henkilökohtaisuuden vuoksi täysin taata, vaan palvelun tai tuotteen tarjoaja pystyy antamaan ainoastaan edellytykset seuraaville kahdelle kokemisen tasolle, joilla elämys kehittyy riittävän vaikuttavasta kokemuksesta. (Tarssanen & Kylänen 2007, 103, 113.)

Seuraavaksi käyn läpi elämyskolmioon liittyvät kokemisen tasot yksitellen omilla aluvuissaan. Samalla analysoin ja tulkiten tutkimusaineistoni pohjalta sitä, kuinka kokemisen tasot onnistuivat tutkimassani opastuskierroksessa, ja kuinka jokainen elementti toteutui kokemisen tasoilla. Lisäksi esitän mahdolliset kehitysideani opastuskierroksen elämyksellisyyden parantamista koskien.

4.3.1 Motivaation taso

Motivaation tasolla pyritään herättämään asiakkaan mielenkiinto kokemaan ja kokeilemaan tuotetta tai palvelua. Motivaation taso on yhteydessä markkinointiin, jonka avulla luodaan asiakkaalle jo jonkinlaisia odotuksia tuotteesta. Jo tässä vaiheessa kaikki elämyksen elementit on syytä toteutua, eli toimivassa elämystuotteessa pyritään yksilölliseen, aitoon, moniaistiseen ja vuorovaikutukselliseen markkinointiin, johon pyritään sisällyttämään myös tarinan ja kontrastin elementit. (Tarssanen 2009, 15.)

Motivaation tasolla yksilöllisyydellä tarkoitetaan siis tuotteesta välittyvän mielikuvan omalaatuisuutta, kun taas aitous tarkoittaa tuotteen lähettämän viestin uskottavuutta. Aitous tarkoittaa sitä, onko tuotteesta välittyvä ennakkokäsitys pitänyt paikkansa suhteessa koettuun kokemukseen. Tarinan ja moniaistisuuden elementit toteutuvat esimerkiksi silloin, kun tuotetta markkinoidaan tarinan avulla eri markkinointikanavissa mahdollisimman moniaistisesti eli monelle aistille ärsykeitä luoden. Tarina pitäisi saada viestitettyä asiakkaalle jo ennen ostopäätöstä. Kun mielikuva tuotteesta on asiakkaan arkeen verrattuna vierasta ja kiehtovaa, kontrastin elementti täyttyy motivaation tasolla. Vuorovaikutuksen elementti toteutetaan vuorovaikutuksellisella markkinoinnilla tai hyvän asiakaspalvelun avulla. (Tarssanen & Kylänen 2007, 117.)

Markkinoinnin käsitteelle ei ole olemassa yhtä ainoaa oikeaa määritelmää. Markkinoinnin käsite on siis hyvin laaja ja monipuolinen. Siksi keskityn motivaation tasoa käsitellessä pääasiassa vain mainontaan. Mainonnan tehtävä on kertoa mahdollisimman tehokkaasti mahdollisimman suurelle asiakaskunnalle tuotteista ja palveluista, joiden avulla asiakas voi saada tarpeilleen tyydytystä. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 13, 238) Hiki-Itä on mainostettu lehdissä, esitteissä, internetissä, radiossa ja messuilla. Lisäksi on käytetty niin kutsuttua ”puskaradiota” eli kaupungin työntekijät ovat yrittäneet kertoa mahdollisimman monelle tällaisesta ohjelmapalvelusta Valkeakoskella.

Mainonnalla on kyky luoda mielikuvia ja matkailun alalla mielikuvilla on tärkeä merkitys. Mainonnan vastaanottajat tulkitsevat mainoksia ja reagoivat niihin joko positiivisesti tai negatiivisesti. (Albanese & Boedeker 2002, 198.) Mainokset opastuskierroksesta ovat olleet kaikissa jakelukanavissa melko informatiivisia, koska kaikissa niissä on hyödynnetty samaa esittelytekstiä opastuskierroksesta. Näin asiakkaalle muodostuu heti mielikuva siitä, mistä kierroksella oikein on kysymys. Se on hyvä asia siinä mielessä,

että asiakas voi heti mainoksen kuultuaan tai nähtyään päättää, onko opastuksen aihepiiri hänelle mieleinen. Toisaalta taas mainonta on melko yksitoikkoista saman esittelytekstin käytettävyyden vuoksi. Matkailusihteeri Kuivalainen on todennut, että rahaa on käytettävissä hyvin rajallisesti kyseisen opastuksen markkinointiin, joten mainonnan yksipuolisuus on ymmärrettävää (Kuivalainen 2015.)

Mainostekstiin on sisällytetty paljon elävyyttä tuovia sanoja ja vähän murrettakin. Vuorovaikutuksen elementti on otettu huomioon käytettäessä asiakasta puhuttelevaa ”yhdessä” sanaa (kuva 5). Tarina on myös liitetty mukaan jo mainoksiin, jotta asiakkaan mielenkiinto syntyisi opastusta kohtaan. Mainosmateriaali tuottaa asiakkaalle odotuksia tuotteesta jo etukäteen Hiki-litan kuvalla ja tarinan sisältävällä, elävöitettyllä tekstillä. Asiakas odottaa näkevänsä kuvassa olevan Hiki-litan samoissa vaatteissa oppaanaan ja kokevansa yhtä värikkäällä puheella vedetyn opastuskierroksen. Nämä odotukset kierros myös täyttää, joten mainonta ei ainakaan ole harhaanjohtavaa.



Kyllä Hiki-lita tietää!

Hiki-litan saappaat unohtuivat onnikkaan, joita lähdetään yhdessä hakemaan. Tomera saunottaja ei jää sanatomaksi, kun hän luotsaa ryhmäläisiä vuoden 1963 uunituoreessa kaupungissa. ”Niin moreernia, niin moreernia!” Hiki-lita päivittelee muuttuneesta kotikaupungistaan, jossa vanhat puutalot saavat siirtyä uusien liike- ja virastotalojen tieltä.

Elämyksellinen opastuskierros Valkeakosken keskustassa. Kierros päättyy kesäteatteriin. Kierroksen kesto 1h, opastuskieli suomi. Hinta alk. 85 €/ryhmä.

TOURIST INFORMATION

Kysy teatteri- ja ruokapaketteja!
Valkeakosken matkailuinfo
Kanavanranta 3
p. 040 335 6051
www.valkeakoski.fi/matkailu

Valkeakoski

KUVA 5. Esite Hiki-litan opastuskierroksesta. (Tiina Kuivalainen 2014c)

Mainonnan välittämä viesti opastuksesta on uskottava, koska asiakkaan odotukset kierroksesta pitävät paikkaansa suhteessa kokemukseen. Aitous elementti siis toteutuu tuotteessa motivaation tasolla. Mainonnan luoma mielikuva valkeakoskelaisen saunottajanaisen luotsaamasta kaupunkikierroksesta vuonna 1963 on myös sellainen, mikä toteuttaa varmasti kontrastin elementin motivaation tasolla. Historian havinaa sisältämä mielikuva eroaa niin paljon nykyhetkestä, että se luo pakosti kontrastin asiakkaan arkeen ja hän kokee sen kiehtovaksi. Samaten tuotteesta välittyvää mielikuvaa voidaan pitää omalaatuisena, sillä missään muualla ei ole mahdollista kokea vastaavaa. Kuten edellisessä kappaleessa mainitsin, tarinan ja vuorovaikutuksen elementit ovat edustettuina mainonnassa, joten motivaation tasolla nekin toteutuvat. Vuorovaikutuksen toteutumista tällä tasolla vahvistaa myös hyvä asiakaspalvelu niin matkailuinfon kuin oppaan toimesta. Moniaistisuus toteutuu motivaation tasolla hieman huonommin kuin muut elementit, sillä mainonta luo ärsykeitä vain silmille ja korville. Visuaalisuutta on kuitenkin vahvistettu hyvin Hiki-Iitan kuvalla kaikissa painetuissa ja internetissä esiintyvissä mainoksissa. Seuraavana esitän kehitysideani motivaation tason vahvistamiseksi.

Mainoksia suunnitellessa on keksittävä sopivia ärsykeitä eli tehokeinoja, joiden kautta sanoma ilmaistaan mainonnassa. Kuvilla, väreillä ja mainoksen koolla on suuri merkitys painetuissa mainoksissa, kun taas liike ja huumori herättävät kiinnostuksen muissa jake-lukanavissa. (Albanese & Boedeker 2002, 198.) Mainontaa saisi moniaistisuuden lisäksi mukaansatempaavammaksi esimerkiksi nauhoittamalla radioon Hiki-Iitan rempseän tervehdyksen, jossa hän pyytää kuuntelijoita mukaansa kävelemään nopeasti uudistuvan Valkeakosken keskustan halki saappaitaan hakemaan. Lisäksi Hiki-Iita voisi houkutella viestissään ihmisiä kuulemaan muutaman juorun, jotka hän on saunottamassa ollessaan kuullut. Valkeakosken omassa kaupunkiesitteessä Hiki-Iitan opastuskierroksesta on vain pieni maininta pienen kuvan kera, joten siinäkin ainutlaatuista opastusta tulisi tuoda ylpeämmin ja värikkäämmiin esiin. Moniaistisuus parantuisi markkinoinnissa huomattavasti myös, jos Hiki-Iita saataisiin mukaan messuille esiintymään ja tarjoilemaan maisteltavaa, mikä loisi ärsykeitä näkö- ja kuuloaistien lisäksi tunto- ja makuaisteillekin. Ihka elävän Hiki-Iitan tapaaminen jo ennen opastuskierrosta vahvistaisi muidenkin elementtien toteutumista motivaation tasolla.

4.3.2 Fyysinen taso

Fyysinen taso tarkoittaa sitä, kun asiakas kokee ja tiedostaa tuotteen eri aistiensa avulla. Asiakas tiedostaa aistiensa avulla, mitä on tekemässä ja missä hän on. Fyysisen tason tarkoitus on luoda asiakkaalle turvallinen ja miellyttävä kokemus, jolloin tuotteen tarjoajan tulee pyrkiä ottamaan tuotetta suunnitellessaan huomioon ihmisten perustarpeet. Kylmyyden, kuumuuden, nälän, jano ja turvattomuuden tunteet tulee yrittää minimoida kokemuksesta, jotta siitä pääsisi syntymään asiakkaalle elämys. Niin kutsutut extreme-elämykset, joissa turvattomuuden ja vaaran tunne kuuluvat osaksi kokemusta, Tarssanen luettelee poikkeuksiksi. Tällöinkin todellinen vaara loukkaantumisiin tai kuolemiin on pystyttävä täysin poistamaan. Toisin sanoen myös tuotteen teknistä laatua käytettävyyttä ja toimivuutta mitataan tuotteen fyysisellä tasolla. (Tarssanen 2009, 15–16.)

Mikäli fyysiset puitteet elämystuotteessa ovat uskottavia, yhtenäisiä ja sellaisia, jotka eivät aiheuta asiakkaalle liikaa aistiärsyksiä kokemuksen aikana, aitous ja moniaistisuus toteutuvat tuotteessa fyysisellä tasolla. Yksilöllisyys taas täyttyy, kun fyysisiä puitteita on mahdollista muokata esimerkiksi vaatavuusasteeltaan asiakkaasta tai ryhmästä riippuen tai ne ovat jollakin tavalla ainutlaatuisia. Puitteiden ainutlaatuisuus voi tarkoittaa esimerkiksi uniikkia ympäristöä, jossa elämystapahtuma toteutetaan. Tarinan avulla pyritään tuomaan tuotteen fyysiset puitteet osaksi asiakkaan elämystä, ja samalla tarina myös ohjaa tapahtumaa niiden avulla. Kontrasti asiakkaan arkielämään syntyy fyysisellä tasolla, kun kokemus tapahtuu erilaisessa ympäristössä verrattuna normaaliin. Vuorovaikutuksen elementti taas mahdollistaa sen, että kaikki kokemukseen osallistuvat asiakkaat pääsevät osallistumaan osana ryhmää elämykseen. Esteettömyys liittyy myös vuorovaikutuksen elementtiin fyysisellä tasolla. (Tarssanen & Kylänen 2007, 118.)

Fyysinen taso tarkoittaa lyhyesti sanottuna sitä, että asiakkaalle jää hyvä kokemus opastuksesta, mikä tarkoittaa aikaisemminkin esitettyjen perustarpeiden huomioimista. Ainakin havainnoimani opastuksen ryhmäläiset olivat tyydyttäneet osan tarpeistaan ravintolassa juuri ennen kierrosta. Kukaan ei kärsinyt janoa, nälkää tai vessahätää. Usein ryhmät pyytävät matkailuinfoa heidän puolestaan järjestämään jotakin ohjelmaa Valkeakoskelle, jolloin matkailuinfon olisi hyvä sijoittaa ruokailu tai aikaisemmin mainitsemani pullakahvit ennen opastusta. Näin opastuksesta saama kokemus ei ainakaan niin helposti häiriintyisi ihmisten tarpeiden vuoksi. Turvallisuuden tunnetta kokemukseen

tuo oppaan asiantuntevuus ja luonteva johtajan roolin vetäminen. Lisäksi opastuksen toteutus tapahtuu täysin turvallisessa ympäristössä keskustan tuntumassa, missä löytyy ja saa nopeasti apua sitä tarvittaessa.

Fyysisillä puitteilla opastuksen kohdalla koen tarkoitettavan juuri tapahtumaympäristöä. Hiki-litan opastuskierroksen ympäristö on ainutlaatuinen ja uskottava siinä mielessä, että se sijoittuu täysin samoille paikoille, kuin mistä menneeseen aikaan eläytynyt opas kertoo. Näin yksilöllisyyden ja aitouden elementti toteutuu fyysisellä tasolla, vaikka aitouden elementtiin liittyykin osaltaan jo aikaisemmin käsitelty rakennusten puuttuminen, johon kehitysidea on jo esitelty. Tällainen ongelma on kuitenkin mielestäni ymmärrettävä, kun opastus kiertää 2010-luvun maisemissa ja opastus sijoittuu 1960-luvulle.

Ympäristö tuodaan hienosti osaksi opastusta tarinan elementin avulla, joka liittyy vahvasti juuri Valkeakosken keskustan alueeseen. Hiki-litan saappaiden hakeminen toiselta puolen kanavaa perustelee asiakkaille sen, miksi opastus kulkee juuri kyseistä reittiä pitkin. Tarinan elementin lisäksi kontrastin elementti toteutuu fyysisellä tasolla ainakin vieraspaikkakuntalaisille siitä, ettei Valkeakosken miljöö ole heille tuttu. Jotkut valkeakoskelaiset saattavat kulkea opastuksen kulkureitin päivittäin, mutta kontrastia luo kuitenkin heidän saamansa uusi tieto tutusta ympäristöstään. Vuorovaikutuksen elementtiin liittyy fyysisellä tasolla esteettömyys. Hiki-litan johtama opastuskierros kiertää hiekkaisella, korkeuseroja omaavalla tiellä, joten se ei sovi liikuntarajoitteisille, mutta siitä on erikseen mainittu opastuskierrosta koskevissa mainoksissa. Vuorovaikutuksen elementti toteutui fyysisellä tasolla havainnoimallani opastuskierroksella, kun kaikki asiakkaat pääsivät mukaan kokemukseen osana ryhmää.

Moniaistisuuden elementtiin tällä tasolla liittyy myös jo aikaisemmin mainitsemani ongelma ympäristön häiriötekijöistä, joihin ei kunnolla pysty vaikuttamaan. Ehdotin kuitenkin ruuhka-aikojen välttelyä liikenteen melun vähentämiseksi. Muille aisteille ympäristö ei tuottanut kokemusta häiritseviä ärsykeitä. Aitouden ja moniaistisuuden elementit ovat siis ainoita tällä tasolla, joihin jotakin kehitettävän aihetta pystyn antamaan. Ympäristöllä on iso rooli tutkimassani opastuksessa ja sitä on vaikeaa lähteä tämän opastuksen kohdalla muuttamaan. Fyysiset puitteet tällä opastuksella ovat siis lähinnä sellaisia, joihin joutuu pakostikin tyytymään. Fyysisellä tasolla kaikki elementit kuitenkin toteutuivat edes jollakin tasolla.

4.3.3 Älyllinen taso

Älyllisellä tasolla asiakas päättää omien aistihavaintojensa perusteella, mitä mieltä hän on tuotteesta. Tällä tasolla asiakas prosessoi siis ympäristön ärsykejä, jonka seurauksena hän pohtii asioita, käsittelee tietoja, luo mielipiteitä ja mahdollisesti oppii. Hyvä elämystuote on sellainen, joka luo asiakkaalle mahdollisuuden oppia jotakin uutta tai kehittää itseään paremmaksi. Kaikki tämä oppiminen ja kehittyminen voi tapahtua joko tiedostuvasti tai täysin tiedostamatta. (Tarssanen 2009, 16.)

Yksilöllisyydellä tarkoitetaan älyllisellä tasolla tuotteen tiedollista ja taidollista haastavuutta asiakkaalle ja aitoudella kulttuurista uskottavuutta ja kestävyyttä. Esimerkiksi etniset palvelut suomalaisia perinteitä esittävässä ja kunnioittavassa paikassa ei ole kulttuurisesti kestävä. Sopiva määrä ja hyvä kokonaisuus aistiärsykejä takaa moniaistisuuden, kun taas tarinan tehtävä on tehdä kokemuksesta houkutteleva ja mukaansatempaava. Tarinan tulisi olla tällöin yhtenäinen ja aukoton. Kontrastin elementin täytyessä älyllisellä tasolla, asiakkaan tulee päästä henkisesti irti arjestaan ja samalla keskittyä vain tarjottuun kokemukseen. Toisin sanoen asiakkaan mielessä ei saisi liikkua samaan aikaan muut asiat, kun elämystapahtuma on käynnissä. Vuorovaikutuksella tällä tasolla tarkoitetaan yksinkertaisesti onnistunutta kommunikaatiota asiakkaan ja palvelun tarjoajan välillä sekä asiakkaan ja muiden asiakkaiden välillä. (Tarssanen & Kylänen 2007, 118.)

Opastuskierrosta voidaan pitää hyvänä elämystuotteena älyllisellä tasolla, koska se tuo asiakkaille paljon uutta tietoa Valkeakoskesta ja näin he oppivat myös siis uusia asioita. Kierros voi auttaa ihmisiä myös kehittymään paremmiksi arvomaailmaltaan. Yksityiskohtainen tieto menneestä ajasta, valkeakoskelaisten elämästä ja Valkeakosken historian vaiheista voivat auttaa ainakin paikallisia ihmisiä arvostamaan paikkakuntaansa, ja ymmärtämään joitakin kaupungin ratkaisuja paremmin. Opastukseen osallistuvat asiakkaat tiedostavat jo ennen ostopäätöstään, että he tulevat oppimaan uusia asioita Valkeakoskesta, koska heille luodaan informatiivisesta opastuksesta mielikuva jo mainonnalla.

Opastuskierros tuo asiakkaalle uuden tiedon avulla tiedollista haastavuutta, joten kierroksella yksilöllisyyden elementti toteutuu älyllisellä tasolla. Taidollista haastavuutta opastukseen voisi halutessaan lisätä jotakin taitoa vaativilla tehtävillä. Parhaiten sellaiset taidokkuutta vaativat aktiviteetit sopisivat lapsille järjestettyihin opastuskierroksiin,

mutta niitä ei vielä ainakaan ole tarjolla. Aitouden elementti toteutuu tällä tasolla kierroksella, sillä opastus on kulttuurisesti kestävä ja uskottava, koska kierros sijoittuu Valkeakosken keskustaan kanavan varrelle ja opastus myös kertoo Valkeakosken historiaa niillä alueilla. Toki kierros käsittelee Valkeakosken historiaa myös yleisellä tasolla. Kontrastin elementin toteutuminen älyllisellä tasolla vaatii myös asiakkaan keskittyneisyyttä, jottei hänen huomionsa karkaa muihin asioihin kesken opastuskierroksen. Hiki-Iitan mukaansatempaava ja asiakkaat huomioiva tapa opastaa asiakkaat mukaansa aikamatkalle menneisyyteen estävät opastukseen osallistuvien asiakkaiden ajatusten harhautumista. Siksi kontrastinkin elementin voi sanoa onnistuneen älyllisellä tasolla. Kuten vuorovaikutuksen elementtiä käsitellessä jo selvitin, kommunikaatio oppaan ja asiakkaiden sekä ryhmän kesken on onnistunutta opastuksen aikana. Tämä tarkoittaa vuorovaikutuksenkin elementin toteutumista tällä tasolla.

Kehitettävää löytyy tarinan ja moniaistisuuden elementin kohdalla. Näiden elementtien puutteita käsitelin niitä koskevissa alaluvuissa. Nuo samat puutteet vaikuttavat älyllisellä tasolla kyseisten elementtien toteutumiseen, muttei kuitenkaan niin paljoa, että elementit eivät toteutuisi millään tavalla. Opastukseen liittyvä tarina on mukaansatempaava, ja perustelee asiakkaille kierroksen kulun tarkoituksen, mutta sen toteutusta ei viedä loppuun asti yhdessä. Asiakkaat eivät siis koskaan pääse näkemään Hiki-Iitan unohtuneita saappaita, mikä tuo tarinaan aukon. Kierroksen ei haluta eikä sen olekaan tarkoitus päättyä linja-autoasemalle, mutta kierroksen aikana olisi kuitenkin tarinan kannalta suositeltavaa noutaa saappaat mukaan ja jatkaa kierros loppuun kesäteatterille tai asiakkaiden etukäteen toivomaan paikkaan. Positiivista tarinan elementin toteutumisessa kuitenkin on, että menneen ajan illuusio säilyy läpi opastuskierroksen.

Moniaistisuuden elementti kärsii myös tällä tasolla ympäristön tuottamista ylimääräisistä ärsykkeistä, jotka pakolla liittyvät asiakkaan mielessä osaksi opastusta, vaikkei niitä olekaan suunniteltu siihen kuuluvaksi. Ratkaisun kyseiseen ongelmaan olen tuonut jo muutaman kerran esille aikaisemmissa alaluvuissa. Ympäristön ärsykkeet tuskin häiritsevät kaikkia asiakkaita tällä tasolla, joten sekin on yksilöllistä, mikä on sopiva määrä ärsykeitä itse kullekin. Ympäristön luomia ärsykeitä lukuun ottamatta itse opastukseen liittyvät ärsykkeet, kuten Hiki-Iitan ajanmukainen vaatetus tai hänen murteensa, vain vahvistavat opastuksen moniaistisuuden elementtiä älyllisellä tasolla. Vaikka kehitettävää tarinan ja moniaistisuuden elementistä hieman löytyykin, älyllisellä tasolla jokaisen elementin on mahdollista toteutua nykymuodossaan olevalla opastuskierroksella.

4.3.4 Emotionaalinen taso

Emotionaalisella tasolla asiakas kokee vasta varsinaisen elämyksen. Erilaisten ihmisten tunnereaktioiden ennustaminen ja hallitseminen on vaikeaa, mutta jos edellisillä tasoilla elämystä edellyttävät elementit ovat toteutuneet ja toimineet yksilön kohdalla, on todennäköistä, että asiakas kokee positiivisen tunnereaktion, joka edelleen voi johtaa henkiseen muutokokemukseen. Positiivisia tunnereaktioita ovat esimerkiksi oppimisen tai onnistumisen ilon, riemun, onnellisuuden, liikituksen tai voitonriemun tunteet. Emotionaalisella tasolla asiakas tuntee jotakin sellaista, jonka hän tuntee merkitykselliseksi. (Tarssanen & Kylänen 2007, 118.)

Palvelun tarjoaja saattaa nähdä asiakkaan henkilökohtaisen tunnereaktion hänen olemuksestaan tai käytöksestään. Yritin havainnoida kierroksen päätteeksi muiden asiakkaiden käytöstä ja olemusta parhaani mukaan. Kaikki ihmiset eivät ilmaise itseään näkyvästi, joten on hyvin vaikea sanoa, kuinka moni asiakkaista positiivisen tunnereaktion sai oppaan seurauksena. Muutama asiakkaista oli silmin nähden iloisia, osa hymyili pienesti ja opastuksen siivittämänä osa alkoi käydä keskustelua Valkeakosken historias- ta ja nykypäivästä. Yhtäkään pettynyttä tai yrmeää ilmettä en havainnut. Asiakkaiden tunnelma oli positiivinen, sillä en kuullut kenenkään tuovan esiin negatiivisia ajatuksia opastuksesta. Kaikista näistä muista asiakkaista havainnoimista eleistä ja ilmeistä voisi päätellä, että emotionaaliselle tasolle ylsi ainakin osa havainnoimalleni kierrokselle osallistujista. Myös omat tuntemukseni kierroksen jälkeen olivat positiivisia uusien asioiden oppimisen vuoksi.

4.3.5 Henkinen taso

Henkinen taso on elämyskolmion viimeisin ja ylin asiakkaan kokemisen taso. Henkisel- lä tasolla asiakkaan elämyksen kaltainen positiivinen ja voimakas tunnereaktio voi saa- da aikaan asiakkaassa henkilökohtaisen muutokokemuksen. Se tarkoittaa pysyvää muutosta asiakkaan fyysisessä olotilassa, mielentilassa tai elämäntavassa. Muutosko- kemuksen johdosta asiakas oppii jotain uutta mahdollisesti itsestään, omaksuu uusia asioita tai kokee muuttuneensa tai kehittyneensä jollakin tavalla ihmisenä. Elämyksen kautta voi esimerkiksi löytää itselleen uuden harrastuksen tai itsestään uusia voimavaro- ja, joita ei tiennyt olevan. Asiakkaan ajatusmaailman avartuminenkin on mahdollista

elämyksen kokemisen seurauksena. Usein asiakas alkaa toimia elämyksestä seuranneen muutoksen ohjaamana. (Tarssanen & Kylänen 2007, 119.)

Ylimmälle tasolle voi päästä ainoastaan, jos alemmat tasot ovat edes jollakin asteella toteutuneet. Henkinen taso käydään läpi asiakkaan oman pään sisällä, joten sen henkilökohtaisuuden vuoksi toteutumista on hyvin vaikea arvioida. Asiakas ei välttämättä edes yllä ylimmälle tasolle heti kokemuksensa jälkeen tai vielä samana päivänäkään. Viimeinen taso voi toteutua vasta paljon myöhemminkin, kun kohtaa jonkun kokemukseen liittyvän asian, ja tajuaa että oma suhtautuminen tai arvomaailma kyseisen asian kohdalla on muuttunut elämyksen kokemuksen jälkeen. On toki mahdollista, että heti elämyksen jälkeenkin asiakas löytää itsestään uusia piirteitä tai ymmärtää omaksuneensa kokemuksen seurauksena jotakin uutta ja merkillistä. Muiden opastuskierrokselle osallistuneiden asiakkaiden henkiselle tasolle pääsemisestä en osaa sanoa, koska havainnoinnin avulla se ei selviä.

Havainnoinnin vuoksi kierros ei ollut minulle yhtä normaali ja samanlainen kuin muille asiakkaille. Itseni kohdalla koen kuitenkin henkisen tason ainakin pienesti toteutuneen, koska omaksuin niin paljon uutta tietoa uudesta kotikaupungistani. Työskentelin matkailuinfossa ollessani myös Myllysaaren museon puolella, joten minulla piti opiskella aika paljon tietoa Valkeakoskesta jo silloin. Siksi olin opastuskierroksella aidosti yllätynyt siitä, kuinka vähän lopulta tiesinkään, sillä melkein kaikki Hiki-Iitan kertomat asiat olivat minulle täysin uutta. Yksityiskohtainen ja arkinen tieto on aina mielenkiintoisempaa kuin yleinen. Tästä elämyksen tunne saattoi itselleni syntyä, vaikka olen aina ajatellut, ettei pelkästään uuden tiedon omaaminen voisi elämystä aikaansaada ainakaan omalla kohdallani.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, miten Valkeakosken uudenlainen, elämykselliseksi opastuskierrokseksi mainostettu matkailutuote todellisuudessa täytti elämyksen tuntomerkit. Lisäksi tarkoitus oli selvittää keinoja, joilla opastuksen elämyksellisyyttä voitaisiin tarvittaessa parantaa. Opinnäytteen tavoitteena oli tuottaa Valkeakosken matkailuinfolle mahdollisimman hyödyllistä tietoa koskien heidän tarjoamansa opastuskierroksen elämyksellisyyttä ja sen mahdollisia puutteita, jotta matkailuinfo pysyy tarvittaessa kehittämään ja muokkaamaan sitä parempaan suuntaan opinnäytetyön avulla tuotettujen kehitysideoiden avulla.

Tutkimukseni tulokset osoittavat, että Valkeakosken kaupungin tarjoamaa opastuskierrosta ei ainakaan turhaan mainosteta elämykselliseksi. Opastus täyttää siis elämyksellisyyden tuntomerkit. Tämä tosin tapahtuu vain osittain, sillä puutteita elämykseen vaadittavissa elementeissä ja niiden toteutumisessa asiakkaan kokemisen tasoilla löytyy jonkin verran. Siitä huolimatta selvisi, että jokainen elementti ja kokemisen taso täyttyy ja toteutuu opastuksessa edes jollakin asteella. Se asia kertoo, että opastuskierroksen mahdollisuus tuottaa elämyksiä toteutuu. Kehitysideoiksi todettuihin puutteisiin olen esittänyt edellisessä luvussa uusia ajatuksia opastuksen toteutukseen ja kehittämiseen, jotka matkailuinfon kannattaisi huomioida matkailutuotteessaan. Selkiytin työni lukemista käsittelemällä joka elementin, kokemisen tason ja niihin liittyvät havainnot ja kehitysideat yksi kerrallaan. Matkailuinfon kannattaisi käydä läpi ehdottamani ideat isommassa työryhmässä, ja miettiä mitkä niistä olisi mahdollisesti toteutettavissa.

Tutkimuksessa on tärkeää tarkastella myös sen luotettavuutta eli reliabiliutta. Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden tärkeä kriteeri on itse tutkija, koska hän on työssään pääasiallinen tutkimusväline. Tutkijan pitää arvioida tutkimuksensa luotettavuutta prosessin aikana jokaisen tekemänsä valinnan kohdalla. (Eskola & Suoranta 2008, 210.) Laadullista tutkimusta voidaan sanoa luotettavaksi myös silloin, kun työn tutkimuskohde ja tulkittu materiaali ovat yhteensopivia ja tuloksiin ei ole vaikuttaneet satunnaiset tekijät. Luotettavuus tarkoittaa tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. (Vilka 2005, 158, 161.)

Tutkimusta voidaan pitää luotettavana, koska olen tutkijana tiedostanut omien näkökulmieni ja mielipiteideni sekä entisen työsuhteeni vaikutuksen siihen. Siksi olen pyrkinyt mahdollisimman puolueettomaan linjaan tutkimusaineistoa kerätessä ja analysoidessa. Olen myös valinnut työhöni teorian, joka sopii parhaiten kohteeni tutkimiseen ja tuo tutkimusongelmiini luotettavimmin ratkaisun. Tutkimus on myös toistettavissa, koska olen maininnut kaikki käyttämäni tutkimusmenetelmät. Laadullisella tutkimusmenetelmällä tehty tutkimus on ainutkertainen, joten muut tutkijat eivät tulisi saamaan täysin samoja tuloksia. Tutkijasta riippumatta tulkinta tulisi luultavasti kuitenkin olemaan tutkimusta toistettaessa sama kuin minun, joten tutkimus on siltä osin luotettava.

On otettava kuitenkin huomioon, että havainnoimani opastus oli asiakkaiden toiveiden mukaisesti räätälöity, joten en ole nähnyt täysin alkuperäistä, käsikirjoitettua opastusta. Opastuksille ei ollut hirveästi kysyntää ensimmäisenä kesänä, joten minun oli otettava havainnointini kohteeksi juuri räätälöity opastus. Räätälöidynkin matkailutuotteen pitää onnistua elämyksen tuntomerkit ja kriteerit täyttämään, joten siinä mielessä ei pitäisi olla merkitystä, mille opastukselle osallistuin havainnoimaan. Voin siis sanoa kokevani opinnäytetyöni onnistuneeksi, koska se täyttää sille asettamani tavoitteet.

Tutkimuksen pätevyys eli validius tarkoittaa tutkimuksessa sitä, mittaako tutkimusmenetelmä juuri sitä, mitä sen on tarkoituskin (Hirsjärvi ym. 2009, 231). Tutkimuksen tarkoituksena on vastata tutkimuskysymyksiin, jotka tässä työssä olivat kysymyksiksi muotoiltuna ”Miten opastus täyttää elämyksen tuntomerkit?” ja ”Miten tuotteen elämyksellisyyttä voisi lisätä?”. Opinnäytetyössäni saadaan vastaukset kumpaankin tutkimusongelmaan, joten tutkimusmenetelmäni mittasi juurikin sitä mitä piti. Työni on siis täyttänyt pätevyyden kriteerit.

Aluksi tarkoitukseni oli tutkia myös sitä, mitkä asiat ovat matkailutuotteen markkinomisessa tärkeitä, ja miten Hiki-litan opastuskierrosta voisi markkinoida mahdollisimman tehokkaasti, jotta se myisi enemmän tulevana kesänä. Opinnäytetyöhön on kuitenkin vain rajallinen määrä aikaa. Työn pituus ja laajuus olisi kasvanut myös liian mittavaksi, joten jätin suosiolla markkinointiin liittyvän osuuden opinnäytetyöstäni pois. Siitä saisi kuitenkin hyvän jatkotutkimusaiheen opastuksen markkinoinnin monipuolistamiseen ja myynnintehostamiseen liittyen. Mahdollinen jatkotutkimus vaikuttaisi positiivisesti myös asiakkaan kokemuksen tasoihin elämyksen synnyssä, sillä markkinointi liittyy varsinkin motivaation tasoon läheisesti.

LÄHTEET

Aaltola, J. & Valli, R. 2010. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. 3. uudistettu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Akseli. Tampereen kaupunki. 2003. Pirkanmaan teollisuushistoria. Valkeakoski. Luettu 12.4.2016. <http://www.akseli.tampere.fi/valkeak/kaupungiksi.htm>

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. 4. uudistettu painos. Tampere: Vastapaino.

Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.

Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. 1. painos. Helsinki: WSOY.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2008. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 8. painos. Tampere: Vastapaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.

Kuivalainen, T. Matkailusihteeri. 2014a. Draamatyöpaja Valkeakoskelle. Sähköpostiviesti. tiina.kuivalainen@valkeakoski.fi. Luettu 20.8.2014.

Kuivalainen, T. Matkailusihteeri. 2014b. Tervetuloa draama- ja elämysopastuskoulutukseen. Sähköpostiviesti. tiina.kuivalainen@valkeakoski.fi. Luettu 31.8.2014.

Kuivalainen, T. Matkailusihteeri. 2014c. Tietoa Hiki-Iitasta. Sähköpostiviesti. tiina.kuivalainen@valkeakoski.fi. Luettu 13.12.2014.

Kuivalainen, T. Matkailusihteeri. 2015. Haastattelu 9.2.2015. Haastattelija Salmi, N. Valkeakoski.

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

Saukkonen, E. Hiki-Iita tietää melkein kaiken. Valkeakosken Sanomat. Julkaistu 20.6.2015. Luettu 27.1.2016. <http://www.valkeakoskensanomat.fi/Ajankohta/1194986570294/artikkeli/hiki-iita+tietaa+melkein+kaiken.html>

Suomen opasliitto ry. 1998. Opin ja opastan. Helsinki: Edita.

Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. 6. painos. Rovaniemi: Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.

Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2007. Entä jos elämyksiä tuotetaan? Elämyskolmio-malli elämyksellisyyden tunnistamisessa, arvioinnissa ja vahvistamisessa. Teoksessa Karppinen, S & Latomaa, T. 2007. Seikkaillen elämyksiä. Seikkailukasvatuksen teoriaa ja sovelluksia. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.

Valkeakosken kaupunki. 2016a. Valkeakosken kaupungin kotisivut. Business. Päivitetty 29.4.2016. <http://www.valkeakoski.fi/portal/english/business/>

Valkeakosken kaupunki. 2016b. Valkeakosken kaupungin kotisivut. Elämykselliset kierrokset. Päivitetty 2.2.2016. http://www.valkeakoski.fi/portal/suomi/kulttuuri_ja_vapaa-aika/matkailu/ryhmille+ja+kokousvaelle/elamykselliset+kierrokset/

Valkeakosken kaupunki. 2016c. Valkeakosken kaupungin kotisivut. Historia. Päivitetty 12.1.2012. Luettu 12.4.2016. http://www.valkeakoski.fi/portal/suomi/kuntainfo_ja_hallinto/historia/

Valkeakosken kaupunki. 2016d. Valkeakosken kaupungin kotisivut. Kuntainfo ja hallinto. Päivitetty 25.4.2016. Luettu 27.4.2016. http://www.valkeakoski.fi/portal/suomi/kuntainfo_ja_hallinto/

Valli, R. & Aaltola, J. 2015. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 4. uudistettu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. 1. painos. Helsinki: WSOY.

Vilkka, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Helsinki: Tammi.

Vilkka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Keuruu: Tammi.