

Palvelukonseptin kehittäminen - Metsäterapia



Haarala, Arno; Partanen, Jenna

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Palvelukonseptin kehittäminen - Metsäterapia

Haarala, Arno; Partanen, Jenna
Palvelujen tuottaminen ja
johtaminen
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2010

Haarala, Arno & Partanen, Jenna

Palvelukonseptin kehittäminen -Metsäterapia

Vuosi 2010 Sivumäärä 66

Hyvinvointimatkailu on tullut Suomeen jo 1990-luvulla, kuitenkin käsite ei ole vakiintunut suomen kielessä. Uusien innovatiivisten hyvinvointipalvelujen avulla käsitettä tehdään tunnetuksi ja tarjotaan matkailualojen yrittäjille mahdollisuuksia kehittää palvelutarjontaansa. Luontomatkailussa mielenkiinnon kohteena on kehittää metsämaisemassa tapahtuvia hyvinvointipalveluja.

Tässä työssä on esitelty Suomessa uusi hyvinvointipalvelukonsepti metsäterapia. Työn tilaaja on WellServ Interreg -hanke, jonka tarkoituksena on hyödyntää Itämeren alueen viheralueita hyvinvointiin ja taloudelliseen kasvuun. Yksi kahdeksasta WellServ Interreg -hankkeen alatavoitteesta on luoda innovatiivisia hyvinvointipalvelukonsepteja. Opinnäytetyössä kehitettiin uudenlaista hyvinvointipalvelua. Tarkoituksena oli auttaa WellServ Interreg -hanketta saavuttamaan asetetut tavoitteensa, sekä kehittää palvelua, joka edistää ihmisten hyvinvointia.

Toiminnallisen työn tavoitteena oli ideoida, suunnitella ja kuvata uudenlainen palvelukonsepti. Työssä kehitettiin asiakaslähtöistä palvelukonseptia metsäterapiaan, jotta se voitaisiin tulevaisuudessa tuoda Suomen markkinoille osana hyvinvointipalvelujen tarjontaa. Opinnäytetyön viitekehyksessä esitellään metsäterapiapalvelua, luonto- ja hyvinvointimatkailua sekä palvelukonseptin kehittämisen teoriaa. Muita aiheita, joita on esitelty opinnäytetyössä, ovat luonnon myönteiset vaikutukset ihmisen psyykkiseen hyvinvointiin, työn prosessi sekä uuden palvelutuotteen kuvaus.

Opinnäytetyö on kehittämishanke, jonka projektin kulun kuvaamisen apuna on käytetty Service Design -menetelmää. Työssä käytettiin aineiston keruu menetelminä aivomyrskyä ja teemahaastattelua. Osana työtä haastateltiin kolmea asiantuntijaa, joiden haastattelujen tuloksia apuna käyttäen on rakennettu ohjattua metsäterapiapalvelukonseptia.

Metsäterapiapalvelukonsepti kuvattiin tuotanto- ja kulutuskaavion avulla. Konsepti sisältää ohjatun matkan metsään, ohjaajan palvelut, harjoitukset, ruokailun sekä kuljetukset. Työn tuotoksena syntyi myös metsäterapiapalvelukortti, joka havainnollistaa itse metsäterapia tapahtumaa. Työssä on kuvattu myös hinnoittelua ja markkinointiviestintää osana konseptia.

Työn loppuun on koottu johtopäätökset sekä pohdittu työn luotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä. Lopusta löytyy myös arvio projektin kulusta.

Asiasanat palvelukonsepti, metsäterapia, hyvinvointimatkailu, luontomatkailu, palvelumuotoilu

Haarala, Arno & Partanen, Jenna

Developing A Service Concept: Forest Therapy

Year	2010	Pages	66
------	------	-------	----

Wellbeing tourism has existed in Finland for the past twenty years, but still the concept is fairly unknown in the Finnish language. New innovative wellbeing services will strengthen the image of the concept and provide with a wider range of services within the travelling business. In nature tourism it is important to develop wellbeing services in forest landscapes.

This report describes a new wellbeing service concept called the Forest Therapy. This report was commissioned by the WellServ Interreg Programme. The objective of the WellServ Programme is to transfer green areas into well-being and economic benefits by using innovative services. The WellServ Project has eight sub-objectives. The purpose of this thesis is to achieve one of these sub-objectives which was to create innovative and transferable public and private wellbeing service concepts. The purpose of this thesis is to support the WellServ Project to achieve its objectives by developing a new type of a Wellbeing Service, which boosts the wellbeing of people.

The objective of this functional report was to generate ideas, design and describe a new service concept. A customer-orientated service concept was drawn up for the Forest Therapy in this report. The purpose is to get a new Forest Therapy concept for the Finnish wellbeing business. The report depicts the Forest Therapy, nature and wellbeing tourism as well as the theory of service concept developing. Other topics dealt with in the report are the nature's positive psychic influence on people, the process used in the thesis and a description of the new service product.

The thesis is a development project which uses Service Design methods to describe how the new service product was developed. The ways for gathering information in this thesis were brainstorming and theme interviews. Three professionals with different backgrounds were interviewed and the information gathered from them helped to develop the Forest Therapy concept.

The Forest Therapy concept was described by using a service blueprint. The concept includes the supervised trip to the forest, the guide's services, activities, eating and transportation. The report also incorporates price determination and marketing as parts of the concept.

The conclusions can be found at the end of the report. The thesis also considers its reliability and success.

Key words service concept, forest therapy, wellbeing service, nature tourism, service design

Sisällys

1	Johdanto.....	5
1.1	Tarkoitus ja tavoite.....	5
1.2	Keskeiset käsitteet.....	6
1.3	Opinnäytetyön rakenne	7
2	Metsäterapiapalvelun käsite	8
2.1	Metsäterapian kehittämistarve	10
2.2	Palvelun riskit menestymisessä.....	10
3	Matkailupalvelun rakentaminen ja kehittäminen	11
3.1	Matkailutuotteen suunnittelu ja kehittäminen	13
3.2	Palveluidea ja ideoiminen	14
3.3	Palvelun laatu.....	17
3.4	Palvelumaisemana luonto.....	18
4	Luonnon merkitys ihmisen hyvinvointiin - tutkimuksia.....	19
4.1	Hiljaisuuden tuotteistaminen Lapin matkailussa	20
4.2	Luonto elvyttäjänä.....	21
5	Metsäterapia luontopalveluna	24
5.1	Luontopalveluihin liittyvä lainsäädäntö	24
5.2	Uusimpia hyvinvointimatkailuhankkeita ja tutkimuksia.....	26
5.3	Kestävä matkailukehitys	27
6	Palvelumuotoilun määritelmä - Service Design	28
6.1	Service Design - palvelumuotoilun lähtökohdat	29
6.2	Palvelumuotoilun prosessi	30
7	Projektin kulku	31
7.1	Ymmärrä -vaihe: Voimia luonnosta -päivä.....	31
7.2	Pohdi -vaihe: haastattelut.....	33
7.3	Kehitä -vaihe ja Seulonta -vaihe: aivomyrsky ideointimenetelmänä	42
8	Selitä -vaihe: tuotos eli konseptikuvaus	45
8.1	Markkinointiviestintä	49
8.2	Hinnoittelu ja kustannuslaskennat	50
8.3	Nuuksion kansallispuiston esittely.....	52
9	Opinnäytetyön luotettavuus.....	52
10	Johtopäätökset	53
11	Arvio projektista	55
	Lähteet	56
	Kuvat	59
	Taulukot	60
	Liitteet.....	61

Johdanto

Yhteiskunnassa osoitetaan yhä enemmän kiinnostusta ihmisen hyvinvointia ja terveyttä kohtaan. Hyvinvointipalveluja, joilla ehkäistään ja parannetaan sairauksia, pyritään kehittämään koko ajan. Yksi esimerkki tästä on maailmanlaajuisesti levinnyt Wellbeing-ilmio, joka on levinnyt myös Suomeen. (Suontausta & Tyni 2005, 3.) Wellbeing:llä tarkoitetaan hyvinvointia, ja Wellbeing Tourismilla tarkoitetaan hyvinvointimatkailua. Suomessa päällimmäisenä tarkoituksena hyvinvointimatkailussa on tarjota matkailijalle henkistä hyvää oloa ja irtautumista arjesta. (MEK Hyvinvointimatkailu 2010). Suomessa hyvinvointimatkailuun liittyy läheisesti myös se, että luontoa hyödynnetään hyvinvoinnin lähteenä. Hyvinvointimatkailu liittyy luontomatkailuun. (Hemmi 2005, 336 - 339).

Luontomatkailu on matkailua, jossa matkustetaan oman asuinalueen ulkopuolelle, joko oma-toimisesti tai matkanjärjestäjän ohjaamana. Luontomatkailun päällimmäisenä tarkoituksena on, että kuluttaja saa elämyksiä luonnossa liikkumisesta, luonnon, kasvillisuuden sekä eläinten tarkkailusta ja luonnon vaikutuksesta. (Lackman & Verhelä 2003, 98.) Luontomatkailu perustuu luonnon vetovoimaisuuteen ja siellä tapahtuviin aktiviteetteihin. Luonto- ja hyvinvointimatkailua on lähdetty kehittämään, sillä luonnolla on huomattu olevan merkittävä vaikutus ihmisen henkiselle hyvinvoinnille. Näitä tutkimuksia on käsitelty osana opinnäytetyötä. (Hemmi 2005, 333 - 335.)

1.1 Tarkoitus ja tavoite

Työn tilaaja on WellServ Interreg -hanke. Hankkeen tarkoitus on hyödyntää Itämeren alueen viheralueita hyvinvointiin ja taloudelliseen kasvuun. Hankkeella on kahdeksan tavoitetta, joiden avulla se pyrkii tavoitteeseensa. Yksi tavoitteista on luoda innovatiivisia hyvinvointipalvelukonsepteja. Opinnäytetyössä kehitetään uudenlaista hyvinvointipalvelua. Tarkoituksena on auttaa WellServ Interreg -hanketta saavuttamaan sille asetettu tavoite, sekä kehittää palvelua, joka edistää ihmisten hyvinvointia. (WellServ 2010, 1-2.)

Kehittämistyön tavoitteena on ideoida, suunnitella ja kuvata uudenlainen palvelukonsepti. Samalla pyritään parantamaan luontopalveluiden tunnettavuutta, jotta asiakkaat osaisivat myös etsiä tarjolla olevia palveluja (Yli-Viikari, Lilja & Heikkilä 2009, 58 - 59.) Tavoitteen saavuttamiseksi työssä on käyty läpi, mistä osa-alueista metsäterapiapalvelu koostuu ja miten se muodostuu myytäväksi tuotteeksi. Hyvinvointituotteiden kartoituksessa vuonna 2007 huomattiin, että hyvinvointituotteiden markkinointi on kehnoa. Markkinointi vaikuttaa paljon hyvinvointituotteiden tunnettavuuteen ja täten hyvinvointituotteet hukkuvat helposti kaiken tarjonnan joukkoon. (Hook 2008, 3.) Luonnon elvyttävistä vaikutuksista on tehty tutkimuksia, jotka osoittavat luonnon vaikutukset niin fyysiseen kuin henkiseen hyvinvointiin. Täten on

tärkeää ideoida toimivia palvelukokonaisuuksia palveluntarjoajille, jotta luonnon elvyttäviä voimia osataan tarjota tarvitseville. (Yli-Viikari ym. 2009, 19.)

Tämän kehittämishankeen kuvaus koostuu prosessikuvauksesta ja tuotekuvauksesta. Palvelukonseptia kehitetään teorian ja haastattelujen pohjalta. Opinnäytetyö tulee koostumaan ideointi ja suunnitteluprosessin dokumentoinnista sekä metsäterapian teoriasta ja tutkimuksista. Työn lopullisena tuotoksena on palvelukonseptin kuvaus. Prosessin kuvaamisen apuna käytetään Service Design -menetelmää. Service Design -menetelmässä on kuusi vaihetta ja työn tavoitteena on edetä viidenteen Selitä -vaiheeseen. Työn lopullisena tuotoksena on kuvaus yhdestä uudesta palvelutuotteesta, mitä ei kuitenkaan viedä testausvaiheeseen. (Koivisto 2007, 72.)

1.2 Keskeiset käsitteet

Metsäterapia on hyvinvointimatkailupalvelu, jonka tarkoituksena on tuottaa asiakkaille hyvänolon tunnetta. Terapia-sanasta huolimatta palvelua ei ole suunnattu hoitamaan sairauksia, vaikka palvelu voikin ehkäistä niitä.

Palvelukonsepti on yksinkertaistettuna idea palvelusta, joka ei kuitenkaan tule olemaan lopullinen palvelu. (Sammallahti, 2009 13, 71.) Yleensä idea palvelukonseptiin syntyy asiakkaan tarpeista. Palvelukonsepti on ydintuote, ja sen kuvauksessa ilmaistaan niitä arvoja ja hyötyjä, mitä asiakas saa palvelun avulla. (Komppula & Boxberg 2002, 21 - 22.)

Service Design on palveluiden kehittämiseen sekä uusien palveluiden tuottamiseen käytetty menetelmä. Työssä on kuvattu Service Design -menetelmän avulla kehittämishankeen prosessin kulkua. Service Design -menetelmän avulla pyritään kehittämään palvelua siten, että pystytään tarjoamaan asiakkaalle tavoitteiden mukainen palvelukokemus. Tämä palvelukokemus voidaan rakentaa toimivista kontaktipisteistä, joista taas rakentuvat palvelutuokiot ja niistä palvelupolku. (Design Forum Finland 2010, Palvelumuotoilu.)

Metsäterapia on uutta Suomessa, ja sen takia sen ympärillä pyörii paljon vieraskielisiä käsitteitä, joiden merkitykset saattavat sekoittaa. Tällaisia käsitteitä ovat muun muassa Social Farming, Green Care ja Care Farms. Käsitteille löytyy Internetistä useita eri käännöksiä ja selvityksiä, mutta lähteiden välillä on käännöksissä pieniä eroavaisuuksia. Käsitteet ovat niin uusia, että niistä löytyy tietoa pääasiallisesti vain Internetistä. (Yli-Viikari ym. 2009, 9 - 11.)

Green Care tarkoittaa maaseudun, luonnon ja maatalojen hyödyntämistä erilaisten asiakkaitten fyysisen ja henkisen hyvinvoinnin ja elämänlaadun parantamiseksi. Välineinä tässä proses-

sisä voivat olla eläimet, kasvit, puutarhat, metsät tai jopa maatalon askareet. (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2010.)

Green Care on käsitteenä Suomessa vielä uusi, eikä sille ole vakiintunut tarkkaa suomenkielistä vastinetta. Green Care -käsitteeseen yhdistetään usein monia eri käsitteitä; Farming for Health, Social Farming ja Care Farms. Joskus Green Care käännetään suomeksi hoivamaataloudeksi, mutta tämä ei ole tarkka käänös, sillä hoivamaatalous -termi kattaa vain maatalon tapahtuvan toiminnan. Green Care -toiminta voi tapahtua yhtä hyvin keskellä metsää tai puutarhaa. Green Care -termistä käytetään joskus lyhennettä GC. (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2010.)

Social Farming käsitteenä sisältyy Green Care käsitteeseen. Social Farming tarkoittaa samaa toimintaa kuin Green Care, mutta Social Farming rajaa toiminnan maatalon tapahtuvaksi. Social Farming tarkoittaa siis pääasiassa asiakkaitten henkistä ja fyysistä hyvinvointia parantavaa toimintaa, jota tehdään maatalon. Tällaista toimintaa on muun muassa maatalon arkitehtävät tai kanssakäyminen tilan eläinten kanssa. Sitä harjoittavat maatalon tunnetaan paremmin termeillä hoivamaatalon tai Care Farms. (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2010.)

1.3 Opinnäytteen rakenne

Opinnäytetyö koostuu pääasiassa kootusta teoriasta, tutkimuksista ja palveluiden kehittämisen prosessin kuvauksesta. Kappaleessa kaksi on käsitelty metsäterapiapalvelua käsitteenä ja siihen liittyvää termistöä. Kolmannessa kappaleessa käsitellään matkailupalveluiden rakentamista ja kehittämistä. Lukijan on tärkeää ymmärtää, mitkä ovat teoreettiset lähtökohdat palveluiden kehittämiseksi ennen prosessin lopullista kuvausta. Neljännessä kappaleessa on käsitelty tärkeimpiä tutkimuksia, jotka todistavat luonnon positiivisen vaikutuksen ihmisen hyvinvoinnille. Tutkimukset myös vahvistavat, miksi luonnossa tapahtuvia palveluita kannattaa kehittää ja tuottaa.

Kappaleessa viisi käsitellään metsäterapiapalvelua luontomatkailupalveluna. Kappaleen viisi luvussa ja sen alaluvuissa käsitellään asioita, joihin lukija voi perehtyä lisää, jos haluaa lisätietoa metsäterapian lähtökohdista palveluna. Luvuissa on myös käsitelty asioita, jotka vaikuttavat metsäterapiapalvelun kehittämiseen, kuten lainsäädäntö. Luvuissa kuusi ja seitsemän syvennyttään käytettyihin menetelmiin. Näissä luvuissa on myös kerrottu prosessin kuvaus pääpiirteittäin. Luvussa kahdeksan on kuvattu kehittämishankkeen tuotos eli palvelukonseptin kuvaus. Luvussa yhdeksän on kerrottu opinnäytetyön luetuttavuudesta, ja kymmenennessä luvussa on kerrottu johtopäätökset ja luvussa yksitoista on arvioitu kehittämishanketta.

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen kehittämishanke, jonka tuotoksena on palvelukonseptin kuvaus. Toiminnallinen kehittämishanke tavoittelee käytännön toiminnan ohjeistamista, ohjeistusta, opastamista, toiminnan järjestämistä tai järjeistämistä. (Airaksinen & Vilkkä 2003, 9). Lähtökohtina kehittämishankkeelle on kehittämiskohteen tunnistaminen ja siihen liittyvien tekijöiden ymmärtäminen. Kehittämishankkeille ominaista on muutos, jota yritetään saada aikaan työmaailmassa. Kehittämishankkeen tavoitteena voi olla esimerkiksi uusi tuote tai palvelu ja sen jalostaminen, tuotteistaminen tai uusille markkinoille lanseeraaminen (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 24.)

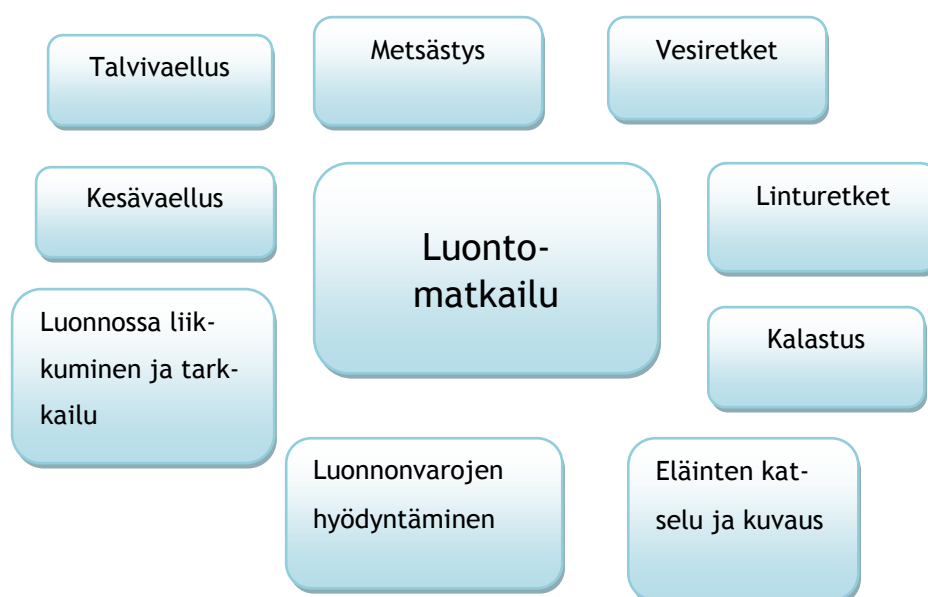
2 Metsäterapiapalvelun käsite

Metsäterapiapalvelu luokitellaan hyvinvointimatkailuksi, joka on tiukasti sidoksissa luontomatkailuun. Tämän takia tulee ensin avata käsitteet hyvinvointimatkailu ja luontomatkailu, että voidaan tarkemmin perehtyä metsäterapiapalvelun erityispiirteisiin. Kun mietitään määritelmää hyvinvointimatkailulle, tulee selvittää sanan Wellbeing perimmäistä tarkoitusta, joka on hyvin karkeasti todettu tarkoittavan hyvinvointimatkailun määrittelyssä ”luonnosta riippuvaista”. Kaikissa Wellbeing-alan palveluissa ja tuotteissa on nähtävillä samanlaisia piirteitä. Tärkein piirre metsäterapian näkökulmasta on, että Wellbeing-alan palveluissa on kyse palveluista, joita tarjotaan terveille yksilöille, jotta he tuntisivat itsensä vielä terveemmäksi tai he voisivat palveluilla ehkäistä sairauksia. (Hemmi 2005, 365 - 366.) Hyvinvointimatkailussa on käytettävissä kaksi erilaista englanninkielistä ilmaisua wellness ja wellbeing, jotka sekoitetaan hyvin usein toisiinsa. Wellness-matkailutuote on korkeat laatukriteerit täyttävä tuote, jossa huomioidaan asiakkaan kaikki tarpeet. Wellness-matkailutuotteet ovat ylellisiä palveluita, jotka vaativat henkilökunnalta erityistä palvelualltiutta ja tietotaitoa. Yleensä Wellness-matkailutuotteilla on jokin tähtiluokitus. Suomen hyvinvointimatkailupalveluista käytetään sanaa Wellness markkinoidessa palveluja maihin, jotka vaativat ylellisyyttä palveluilta. Wellbeing käsite on taas sisällöltään laaja-alaisempi. Wellbeing-matkailutuotteisiin ei liity niinkään ylellisyys, vaan rentoutuminen ja rauhoittuminen. (MEK 2009, Kehittämisstrategia.)

Hyvinvointimatkailu ei ole terveystmatkailua, koska terveystmatkailun sisältöön kuuluu sairauden hoito tai parantaminen. Hyvinvointimatkailussa tärkein piirre on luonnon hoitava vaikutus. Kiireinen ja stressaava elämäntyyli lisää ihmisten psyykkisiä ja somaattisia sairauksia. Hyvinvointimatkailupalvelut ehkäisevät sairauksia ja vähentävät stressiä sekä auttavat yksilöitä rentoutumaan. (Hemmi 2005, 366 - 368, 374.) Nämä tyypilliset hyvinvointimatkailun piirteet toistuvat suomalaisessa hyvinvointimatkailussa. Lisänä suomalaisessa hyvinvointimatkailussa on huomattavissa kehon hemmottelu, mikä ei sinänsä ole osa metsäterapiapalvelua. (MEK 2010, Hyvinvointimatkailu.) Suomalaisessa hyvinvointimatkailussa tärkeitä huomioon otettavia seikkoja ovat puhdas ilma, järvet, metsät, rentoutuminen hiljaisuudessa, luonnonkauniit maisemat ja rauha. Suomalaisten hyvinvointipalveluiden perustarjonnassa toistuvat

nämä tyypilliset piirteet, kuten luonnosta nauttiminen, rentoutuminen, hiljentyminen, ympäristön ja kestävä kehityksen huomioiminen sekä henkilökohtainen palvelu. (MEK 2010, Hyvinvointimatkailu.)

Luontomatkailun peruspiirteisiin kuuluu luontoon matkustaminen, joko itsenäisesti tai matkanjärjestäjän kanssa. Tärkeintä ei ole luonnossa aktiivinen toiminta vaan luonnon kokeminen sellaisenaan. Luontomatkailussa kuitenkin voidaan harrastaa kuluttaviakin aktiviteettimuotoja, jotka eivät kuitenkaan kuulu metsäteriapalveluun. Luontomatkailu voidaan jakaa osaluokkiin, josta hahmottuu luontomatkailun mahdollisuudet. Kuvassa 1 on kuvattu näitä osaluokkia. (Lackman & Verhelä 2003, 98 - 99).



Kuva 1: Luontomatkailun osa-alueet (Lackman & Verhelä 2003, 98 - 99.)

Yllä olevista määritelmistä on poimittu sopivia piirteitä metsäteriapalveluun, joka kuvaa sitä parhaiten opinnäytetyössä. Metsäterapia on siis palvelu, joka pyrkii tuottamaan asiakkaille hyvänolon tunnetta. Metsäteriapalvelua tarjotaan pääasiassa terveille henkilöille, koska metsäteriapalvelu ei ole sairauksista parantava hoitomuoto. Metsäterapia järjestetään oman asuinalueen ulkopuolella metsäympäristössä. Puhdas ilma, järvet ja kauniit maisemat ovat olennainen osa metsäympäristön valinnassa. Metsäteriapalvelun sisältöön kuuluu luonnosta nauttiminen, rentoutuminen, hiljentyminen ja rauhoittavat aktiviteetit. Metsäterapia on metsässä tapahtuvaa olemista ja aktivoitumista, josta ei koidu liiallista rasitusta. Esimerkkinä metsässä tapahtuvasta "terapiasta" on kalastus tai paljain jaloin luonnossa käveleminen. Metsäterapian käsite voi tuntua erikoiselta terapia -sanan takia, mutta kyseessä on palvelu, joka on suunnattu kaikille. Metsäterapia sana on suora käännös englanninkielisestä käsitteestä Forest Therapy.

Erillisenä terminä terapia tarkoittaa hoitamista, jonka takia metsäterapiapalvelun nimi on harhaanjohtava. Terapiassa hoidetaan vammaa, sairautta tai psykologista sairautta. Terapiasta on olemassa monia muotoja kuten psykoterapia, pariterapia tai fysioterapia. Yhteistä terapiamuodoille on, että terapiaa antaa terapeutti. (Furman 1995, 125 - 126).

2.1 Metsäterapian kehittämistarve

Kehittämistarpeena on saada metsäterapia ihmisten tietoisuuteen. Metsäterapiaa käsitteellä ei tunneta laajalti Suomessa. Ihmiset eivät tiedä siitä ja sana terapia antaa käsitteestä harhaanjohtavan kuvan. Metsäterapiaa pitäisi tehdä tunnetummaksi, jotta ihmiset osaisivat hakea metsäterapiaterapiapalveluita. Kehittämistarpeena on saada laajempi asiakaspalveluryhmä, joka ei rajoitu metsäterapian tunteviin. (Yli-Viikari ym. 2009, 17.) Metsäterapiaa pystyy käyttämään myös ennalta ehkäisevänä hoitomuotona esimerkiksi stressaantumista vastaan. Metsäterapia tarvitsee ympärilleen palvelukokonaisuuden, jolla on selkeä palveluntarjoaja. Jos palvelukokonaisuus pitää sisällään esimerkiksi kuljetuksen ja opastuksen metsäterapiaan, on palvelu helpommin saatavilla jokaiselle.

Matkailun katsotaan olevan kasvava ala ja luontomatkailun suosiokin on nousussa. Syinä luontomatkailun suosion kasvuun pidetään ihmisten kiinnostusta ympäristöään kohtaan. Ihmisten katsotaan olevan vieraantuneita luonnosta arkipäiväisenä ympäristönä, joten tämä pakottaa ihmiset yhä enemmän lähtemään luonnon äärelle tuotettujen luontomatkailupalveluiden äärelle. Tuotetut luontoelämykset ja ohjatut luontomatkat kiinnostavat yhä enemmän ihmisiä uusina matkailumahdollisuuksina. (Järviluoma ja Saarinen 2001, 137.)

2.2 Palvelun riskit menestymisessä

Metsäterapia on suunnattu suurilta osin suurissa kaupungeissa asuville henkilöille, jotka eivät ole tottuneet käyttämään luonnon tarjoamia mahdollisuuksia virkistyskäyttöön. Maaseudulla asuville ihmisille metsäterapian tarjoama palvelu on arkipäivää. Maaseudulla asuvat henkilöt tuskin ajattelevat luonnon äärellä tekemistä erillisenä palveluna vaan pikemminkin itsestäänselvyytenä. Suurimpia tutkimuksia metsäterapiasta onkin tehty Japanissa, jossa on paljon suuria kaupunkeja ja jossa metsäterapialle löytyy todellista tarvetta erillisenä palveluna. (Mäkelä 2009, Metsäterapiakonsepti Japanissa.) Metsäterapiapalvelussakin on kyse uudesta tavasta rahastaa matkailijoita toiminnalla, josta he eivät ole välttämättä aiemmin maksaneet. Palveluntarjoajat voivat kertoa, mitä kaikkea metsässä voi tehdä. Kuitenkaan ei ole tarjolla selkeitä ohjattuja aktiviteetteja, esimerkiksi opastusta kalastukseen, eikä ohjatulle aktiviteetille ole asetettu hintaa. (Komppula ja Boxeberg 2002, 93.)

Metsäterapian kaltaiset palvelut tulevat hyvin tarpeelliseksi tulevaisuudessa, kun metsäalueet vähenevät ja ihmisten elinympäristö keskittyy entistä enemmän sisätiloihin. Metsäterapian kaltaisen palvelun kysyntä perustuu siihen, että nykyisen elämäntapamme koetaan olevan vieraantunut luonnosta (Yli- Viikari 2009, 18 - 19.) Riskinä opinnäytetyössä saattaa hyvinkin olla se, että metsäterapiapalvelu ei ole vielä ajankohtainen, koska metsän läheisyyttä pidetään vielä itsestäänselvytenä, vaikkakaan siellä ei välttämättä käydä niin usein.

Tällä hetkellä tarjontaa hyvinvointipalveluissa Suomen alueella on pääasiassa Lapissa, Kuusamossa, Ahvenanmaalla, Pohjois-Savossa ja Pohjanmaalla. Hyvinvointimatkailu on ympärivuotista toimintaa, joten Suomen matkailusezonki pidentyy hyvinvointimatkailun vakiintuessa. Suomen hyvinvointimatkailu on kuitenkin vielä hajanaista ja heikkoa. Palveluntarjoajat tarvitsevat selkeän kokonaisuuden hyvinvointimatkailutuotteen ympärille, joka on helppo markkinoida ja toteuttaa. Markkinoinnissa ei tällä hetkellä hyödynnetä itse tuotteita, vaan hyvinvointiteeman resursseja. Tästä hyvänä esimerkkinä on sauna, jota markkinoidaan harvoin yksittäisenä hyvinvointituotteena, vaan sen ympärille on rakennettu paljon lisäpalveluita. Markkinoinnin heikko kohta onkin, ettei jo pelkästään saunan markkina-arvon potentiaalia osata käyttää. (MEK 2009, Hyvinvointimatkailun kehittämisstrategia.)

3 Matkailupalvelun rakentaminen ja kehittäminen

Käsitteellä palvelu on monta eri määrittelyä. Tärkeää palvelun määrittelyssä on, että palvelu on prosessi ja verrattaessa fyysiseen tuotteeseen aineeton. Palveluja voidaan ostaa ja myydä, mutta siitä ei jää fyysistä tuotetta asiakkaalle. Palvelu on sarja aineettomia toimintoja, jotka asiakas ostaa itselleen hyödyksi tai huviksi. Yleensä palvelun jossain vaiheessa toimitaan vuorovaikutuksessa palveluntarjoajan kanssa. Palvelu tuotetaan ja kulutetaan yleensä samanaikaisesti ja asiakas on osana tuotantoprosessia. (Grönroos 2000, 79 - 83.) Asiakkaalla on rooli palvelun synnyssä alusta lähtien. Asiakas on siis osa tuotantoprosessia ja järjestelmää, mistä syntyy itse palvelu. (Kinnunen 2004, 8.) Jos asiakas saa huonon palvelukokemuksen, niin hän ei voi palvelua palauttaa. Tuotteissa laadun arvioiminen ja standardoiminen on helpompaa, sillä palveluissa asiakkaan mielentila ja vuorovaikutus henkilökunnan kanssa voivat vaikuttaa palvelukokemukseen. Myös sääolosuhteet vaikuttavat Suomessa paljon palvelukokemukseen. (Komppula & Boxberg 2002, 10 - 11.)

Matkailutuote on palvelu, jonka yleensä tarjoaa matkailualan yritys. Matkailutuote on usean eri palvelun muodostama kokonaisuus, johon liittyy sekä aineettomia että aineellisia osia. Asiakkaan näkökulmasta matkailupalvelu alkaa matkan suunnittelusta ja sisältää kaiken matkan aikana tapahtuvan ja päättyy siihen, kun matkailija on kotona. Matkantuottajan näkökulmasta matkailu voi olla osa palveluiden kokonaisuutta johon voi kuulua esimerkiksi kuljetukset, ruokailu, majoitus ja ohjelmapalvelut. (Lackman & Verhelä 2003, 15.) Matkailupalvelussa

itse palvelu voi olla kokemus tai elämys, joka tuotetaan asiakkaalle. (Järviluoma & Saarinen 2001, 35.) Kokemuksen ja elämyksen ero matkailutuotteessa on merkittävä. Matkailukokemuksessa on tiedollista sisältöä, kun taas matkailuelämys on emotionaalisempi eli tunnepohjaisempi. Elämys on yksilöllisempi kuin kokemus. Kokemuksia voi niin sanotusti jakaa ja vaihtaa, mutta elämystä ei voi vertailla. (Järviluoma & Saarinen 2001, 35.) Luontoelämys on jokaiselle henkilökohtainen, ainutlaatuinen ja ikimuistettava. Elämyksiä ei voi olla toista samanlaista, koska jokaisen elämys rakentuu mielentilasta, ympäröivästä tapahtumasta, todellisuudesta ja omasta olemassaolosta. Ihminen voi muistella elämystä ilman konkreettista muistutusta, jopa vuosien ajan. (Haanpää & Veijola 2006, 45.) Ihmiset kokevat luonnon aistiensa kautta. Kuitenkin luontokokemus on jokaiselle ihmiselle yksilöllinen tapahtuma, se on monitahoinen, sillä se on sosiaalinen, fyysinen ja psykologinen prosessi. Luontokokemukset rakentuvat ihmisen muistista ja alitajunnasta ja aikaisemmasta tiedosta. Kaikki nämä vaikuttavat siihen, miten yksilö kokee luonnon ja palvelun. (Haanpää & Veijola 2006, 45.)

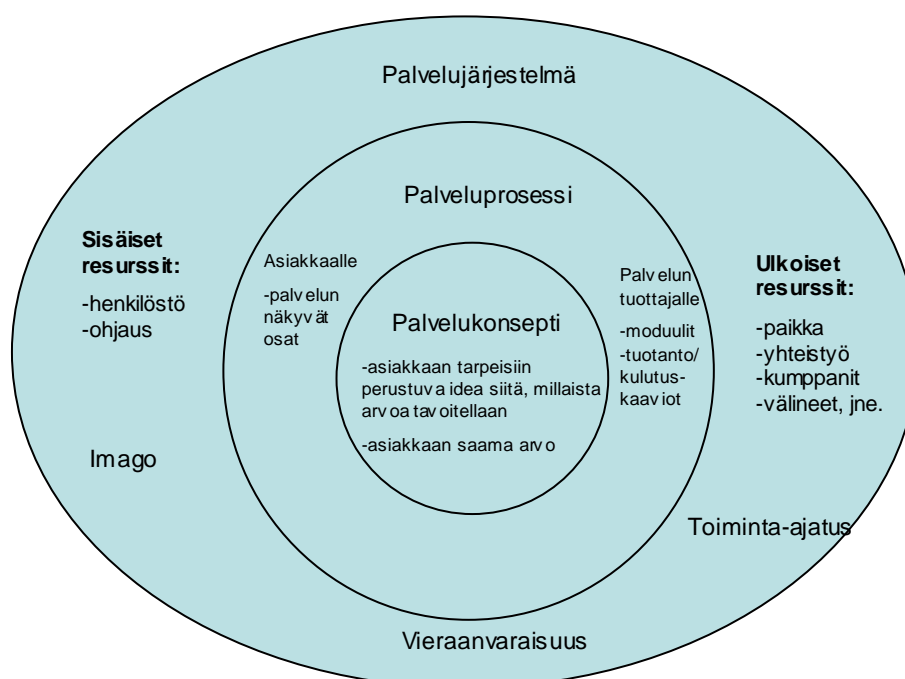
Toiminnan kehittäminen asiakaslähtöisesti korostuu yhä enemmän yrityksissä, joten tämä on myös hyvä ottaa mukaan palvelukonseptin rakentamisessa. Asiakaslähtöisyydellä tarkoitetaan lähestymistapaa, jossa palvelu tai tuote pyritään tekemään mahdollisimman hyvin asiakkaiden tarpeita vastaavaksi. Jotta palvelu tai tuote vastaa asiakkaan tarpeita, tulee sen tuottaa asiakkaalle lisäarvoa. Asiakas ei siis osta pelkkää palvelua tai tuotetta vaan palvelun tai tuotteen tarjoamaa hyötyä. (Grönroos 2001, 26.) Metsäterapiapalvelua ei siis osteta välttämättä itse palvelun takia, vaan sen tuottaman hyödyn takia. Hyöty palvelusta syntyy asiakkaalle jälkeensä luonnon elvyttävästä vaikutuksesta.

Asiakaskunnan tunteminen on asiakaslähtöisen palvelukokonaisuuden luomisen lähtökohtana. Tuotteiden tarjoajien tulee sitouttaa itsensä päivittämään asiakasprofiiliaan, jotta sitä voidaan hyödyntää oikeanlaisessa markkinoinnissa. Oikea asiakaskunta saavutetaan oikeiden jakelukanavien avulla. Jos palveluun tavoitellaan nuorisoa, on Internet hyvä markkinointikanava. Internetissä tulee olla helposti löydettävissä tarjolla olevia hyvinvointipalveluja. Tällä hetkellä hyvinvointipalvelut hukkuvat helposti muiden palveluiden joukkoon. (MEK 2009.)

Metsäterapiapalvelun kilpailijoiksi voidaan luokitella suurin osa vapaa-ajan palveluista, sillä palveluilla on todella laaja asiakaskunta ja ne on tarkoitettu vapaa-ajan toiminnaksi. Suomen kilpailijoita hyvinvointipalveluiden tarjoajamaista ovat muun muassa Itä-Euroopan kohteet ja Baltian maat. Näissä maissa hyvinvointipalvelut ovat helpommin saatavilla ja halvempia. Jotta Suomi pysyy kilpailukykyisenä, tulisi kehittää infrastruktuuria vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeita. Perusedellytyksenä on yhteinen näkökulma tarjontakokonaisuuteen ja yhteistyö eri alojen sekä tuottajien kanssa, jotta palvelukokonaisuutta voidaan rakentaa. (MEK 2009.)

3.1 Matkailutuotteen suunnittelu ja kehittäminen

Matkailutuotetta rakentaessa välttämättömät komponentit, joiden tulee olla kunnossa, ovat palvelukonsepti, palveluprosessi ja palvelujärjestelmä. Työn aiheena on palvelukonseptin kehittäminen, joten perehdymme eniten ensimmäiseen osaan eli palvelukonseptointiin. Työssä on kuitenkin kerrottu myös kahdesta muustakin osiosta - palveluprosessista ja palvelujärjestelmästä, jotta työn lukijan on helpompi ymmärtää koko matkailutuotteen rakennusprosessi. (Komppula & Boxberg 2002, 21.) Kuvassa 2 on havainnollistettu matkailutuotteen välttämättömiä edellytyksiä. (Komppula & Boxberg 2002, 24).



Kuva 2: Asiakaslähtöisen matkailutuotteen välttämättömät edellytykset (Komppula & Boxberg 2002, 24.)

Konsepti voidaan karkeasti määritellä ideaksi tai ajatukseksi, joka ratkaisee jonkin ongelman. Palvelukonsepti on yksinkertaistettuna idea tai ideoita palvelusta, jotka ei kuitenkaan ole lopullisia palveluita. Tärkeää palvelukonseptin luomisessa on se, että vastataan määriteltyjen asiakasryhmien tarpeisiin. (Sammallahti, 2009 13, 71.) Yleensä idea palvelukonseptiin lähtee asiakkaan tarpeista, joten asiakaslähtöisyys korostuu palvelukonseptia miettiessä. Palvelukonsepti on ydintuote, ja sen kuvauksessa ilmaistaan niitä arvoja ja hyötyjä, mitä asiakas saa palvelun avulla. Tämä näkyy myös siinä, miten palvelukonsepti ilmaistaan markkinointiviestinnässä. Esimerkiksi metsäterapiapalvelun palvelukonseptissa voidaan mainita luonnon vaikutuksista ihmisen hyvinvointiin. (Komppula & Boxberg 2002, 21 - 22.)

Palveluprosessi sisältää varsinaisen matkailutuotteen kuvauksen. Yleensä tämä kuvaus on yrityksen esitteessä, jonka avulla asiakas tekee ostopäätöksen. Yrityksen sisäisellä tasolla kuvaus tarkoittaa toimintoketjujen kuvausta, joiden avulla tuotetaan edellytykset asiakkaan odottaman arvon syntymiselle. Yleensä yrityksen sisäinen kuvaus tehdään Service Blueprint eli tuotanto- ja kulutuskaavio -menetelmällä. Kaaviossa tulee näkyville asiakkaan prosessit (esimerkiksi saapuminen matkailukohteeseen), palveluhenkilöstön prosessit (ei näkyviä asiakkaalle, esimerkiksi aamiaisen tekeminen), vuorovaikutus henkilöstön ja asiakkaan välillä sekä tukiprosessit (esimerkiksi yhteistyökumppaneiden kanssa tapahtuva yhteistyö ja varausjärjestelmänkäyttö). (Komppula & Boxberg 2002, 22 - 23.)

Palvelujärjestelmä sisältää kaikki ulkoiset ja sisäiset resurssit, joita tarvitaan asiakkaan odotusten tuottamiseen kohteelta ja yritykseltä. Palvelujärjestelmässä esimerkiksi kuvataan paikka, jossa asiakkaan osallistuminen tapahtuu, välineet, joita tarvitaan osallistumiseen sekä palvelun tuottamiseen osallistuvaa henkilöstöä ja resurssien käyttöä. Näiden kolmen komponentin kokonaisuutta (palvelukonsepti, palveluprosessi ja palvelujärjestelmä) edellytystä voidaan kuvata myös palvelupakettina. (Komppula & Boxberg 2002, 23 - 25.) Lyhyesti määriteltynä palvelupaketissa on ydinpalvelu (metsäterapia) ja sen ympärillä on lisä- ja tukipalveluita (kuljetukset ja ruokailu). Ydinpalvelun takia asiakas ostaa palvelun, mutta tukipalvelut tekevät palvelun käytön miellyttävämmäksi eli tuottavat lisäarvoa palvelulle. Tukipalvelut ovat välttämättömiä ydinpalvelun toteutumiselle. Nämä kolme muodostavat palvelupaketin. (Kinnunen 2004, 10.)

3.2 Palveluidea ja ideoiminen

Ideoita uusiksi palveluiksi ja tuotteiksi syntyy luovuuden avulla. Idea sana tarkoittaa yleensä jotain toteuttamatonta tai ennen kokemattonta. (Kinnunen 2004, 39.) Palveluiden ideoiminen on hyvin spontaania ja hyvin monesti sanotaankin jonkun palveluidean syntyneen itsestään. Kuitenkin vähemmän luovuutta tarvitsee, jos jäljittelee vain kilpailijan toimintaa. Tästä helposti seuraa samankaltaisia palveluja, joilla on vaikea erottua kilpailijoistaan. (Kinnunen 2004, 41.)

Palvelujen ideoimista voidaan lähestyä analyyttiseltä kannalta eli hyödyntää olemassa olevaa tietoa ja palvelujen käyttäjiä. Ensin tulee saada asiakkaiden tarpeista ja toiveista alustava käsitys, näitä voidaan selvittää esimerkiksi aikaisemmista tutkimuksista tai haastattelujen avulla. Niiden avulla voi myös löytää uusia ongelmia tai tarpeita, joiden pohjalta palvelua voidaan lähteä ideoimaan. Asiakkaiden todelliset tarpeet tulee selvittää kunnolla, sillä jos palvelun ideointi perustuu väärin oletuksiin, ei palvelulla tule olemaan tulevaisuutta. (Kinnunen 2004, 43 - 44.)

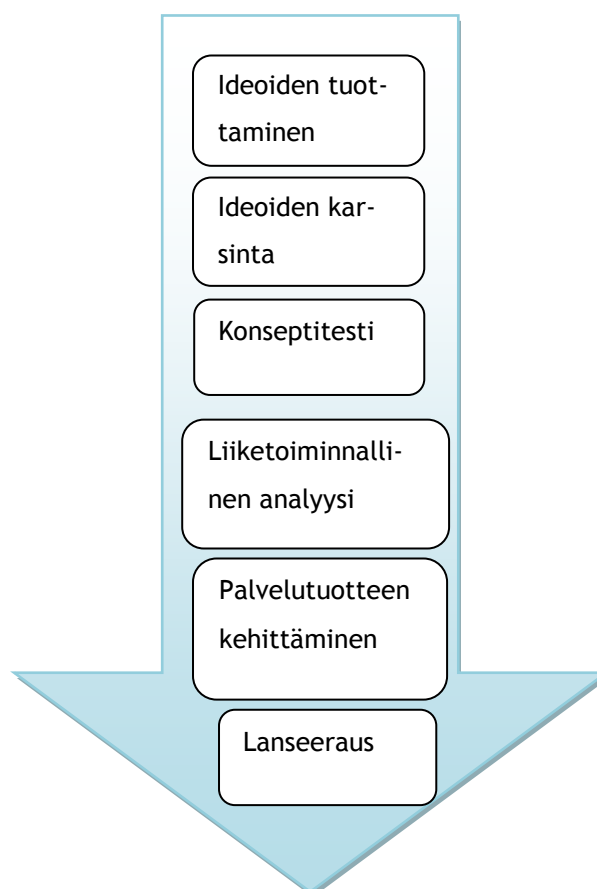
Uuden tuotteen kehittämisprosessi lähtee aina ideoiden tuottamisesta. Ideoita etsitään eri lähteistä kuten palvelun käyttäjiltä, toisilta yrityksiltä, henkilöstöltä tai alan ammattilaisilta. Ideoita on hyvä olla paljon, mutta kaikkia ideoita ei ole kannata kehittää pidemmälle, joten osa ideoista tulee karsia pois. Tässä vaiheessa piilee omat riskinsä, ettei karsita pois lupaavaa ideaa. Useiden kriteereiden avulla kuitenkin voidaan karsia osa ideoista pois. Kriteerejä voi olla esimerkiksi taloudellinen kannattavuus, toteutumiskelpoisuus, sopivuus organisaation strategiaan ja organisaation muut palvelut. (Ylikoski 2001, 251 - 252.) Palveluiden kehittämisessä on omat haasteensa palveluiden erityispiirteidensä takia: heterogeisuus, aineettomuus, tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus. Palveluita on vaikeampi tutkia ja testata kuin tuotteita. Palveluita on myös vaikeampi patentoida, joten kilpailijoiden on helpompaa kopioida palvelutoimintaa. Palveluja kehittäessä tarvitaan osaava henkilökunta, joten palvelun tuottavaa henkilökunta tulee myös kouluttaa. (Ylikoski 2001, 248 - 249.)

Karsinnasta selviytyneet palvelut muotoillaan konsepteiksi. Konsepti on palvelun kuvaus, jossa kerrotaan suhteellisen yksityiskohtaisesti millainen palvelu on, mitkä ovat sen ydinpalvelut ja lisäpalvelut. Konsepti tavallisesti kuvaa myös asiakkaan ongelman eli miksi uutta kehitetään ja miksi asiakas ostaisi palvelun. Palvelun tuottamisvaiheessa tapahtuvat asiakkaan ja kontaktihenkilöiden roolit kuvaillaan konseptissa. Konseptin toimivuutta tulee testata potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa, tällöin saadaan selville kiinnostaako uusi palvelu asiakkaita ja miten konseptia voidaan vielä kehittää. Samalla voidaan tiedustella asiakkailta tulisivatko he käyttämään kyseistä palvelua. (Ylikoski 2001, 251 - 253.) Palvelukonseptin testaaminen on tärkeää. Siitä tulee saada selville ainakin se, onko uusi palvelu markkinoille soveltuva ja vastaako se asiakkaan ongelmaan tuottaen tälle hyötyä eli onko palvelu asiakaslähtöinen. Myös selkeä kuva, miten asiakas tekee ostopäätöksen auttaa ideoimaan palvelusta halutun ja paremman kuin kilpailijoilla. Palvelun testauksessa on todella tärkeää, että testaaja ymmärtää palvelun idean selkeästi ja suhtautuu siihen myönteisesti ja tuntee saavansa siitä jonkun hyödyn. Testauskeinoina voi olla asiakkaiden haastattelut, joilla saadaan selville ominaisuuksia, joita palvelulla tulisi olla. (Kinnunen 2004, 72 - 73.)

Valmis malli palvelusta vaatii siis testauskerran mahdollisimman oikeissa olosuhteissa. Testaus voidaan suorittaa oikeiden asiakkaiden kanssa, mutta yleensä kannattaa informoida heitä, että on kyse uuden palveluidean testaamisesta. Informointi kannattaa tehdä, sillä jos jotain menee pieleen, ei siitä leviä huonoa mainetta laajalti. Palveluidean testauksessa tulee määritellä kriittiset vaiheet. Nämä vaiheet määrittellään palvelun tapahtumiksi, jotka voivat olla positiivisia tai negatiivisia, mutta jotka vaikuttavat merkittävästi palvelun lopputulokseen. Tyypillinen kriittinen vaihe on useassa palvelussa odotusaika. (Kinnunen 2004, 80) Kun konseptitesti on tehty, arvioidaan sen toteuttamiskelpoisuus ja kannattavuus. Näiden selvittämiseksi tulee ottaa selville arviot tulevista kustannuksista ja tuotoista. Samassa voidaan selvittää vahvistaako uusi palvelu organisaation imagoa. Toiseksi viimeisessä vaiheessa palvelu niin

sanotusti vasta synty, kun aloitetaan konkreettisten osien miettiminen. Palvelun tuotantoprosessi ja tukijärjestelmät suunnitellaan. Tässä vaiheessa palvelu myös toteutetaan. Jotta toimiva palveluprosessi on taattu, tulee yrityksen laatia tuotantokaavio, jossa kuvataan yksityiskohtaisesti palvelun eteneminen. Tehdään organisaatiojärjestelyt, hankitaan ja asennetaan tarpeelliset laitteet ja koulutetaan henkilöstö. Palvelua tulee harjoitella etukäteen, jotta ilmeneviä ongelmia voidaan vielä poistaa. Pitää miettiä kapasiteettia eli paljon palvelulla on kysyntää. Tulee myös miettiä, minkälaista laatua tavoitellaan. Hyvän laadun edellytyksenä on asiakaskeksinen palveluprosessin suunnittelu. Tässä vaiheessa palvelua voidaan myös koemarkkinoida. (Ylikoski 2001, 252 - 254.)

Viimeisessä vaiheessa palvelu lanseerataan markkinoille eli tehdään tunnetuksi markkinointiviestinnän avulla. Ennen palvelun lanseeraamista tulee uusi palvelu tehdä tutuksi henkilöstölle, jotta he osaavat tuottaa sen oikein. Palvelun menestymistä tulee seurata, jotta voidaan tehdä vielä muutoksia palautetiedon pohjalta. (Ylikoski 2001, 255.) Rissanen teoksessa malliin on lisätty näiden vaiheiden lisäksi huolellinen menestyksen ja kannattavuuden seuraaminen ja mahdolliset parannukset palveluun, mikä on myös tärkeää palvelun jatkuvuuden kannalta. (Rissanen 2005, 198). Uuden palvelun kehittämisprosessia on havainnollistettu kuvassa 3. (Ylikoski 2001, 250).

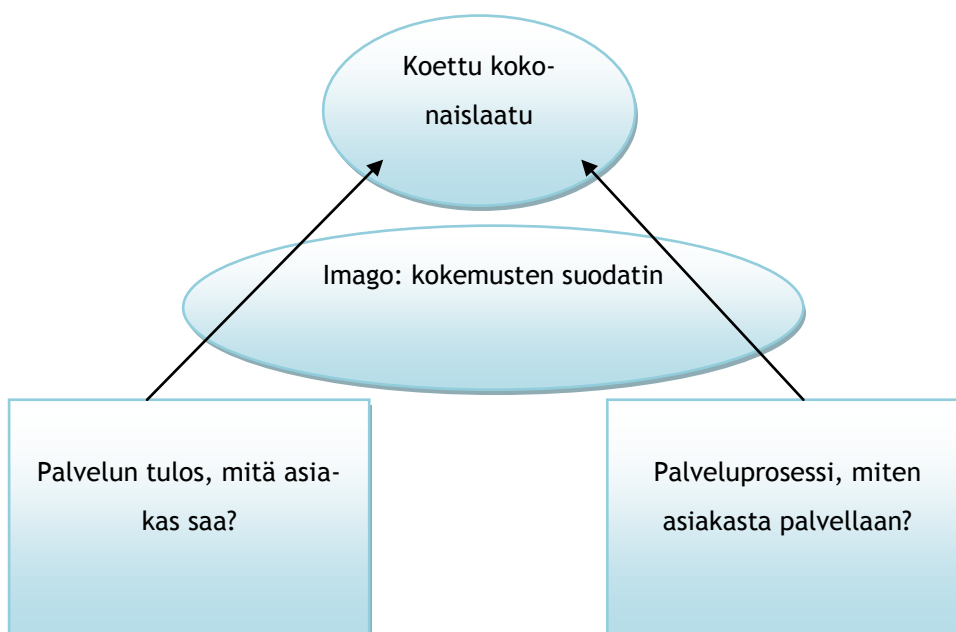


Kuva 3: Uuden tuotteen kehittämisprosessi (Ylikoski 2001, 250.)

3.3 Palvelun laatu

Palveluita voi arvioida vasta silloin kun palvelu on jo kulutettu tai sitä ollaan kuluttamassa. Joissain palveluissa kuluttaja ei pysty arvioimaan palvelua edes käytön jälkeen, sillä hänellä ei välttämättä ole tarpeeksi asiantuntemusta. Tällaisia palveluja on esimerkiksi lääkärin ja korjaaajan palvelut. Näissä palveluissa kuluttajalle ei välttämättä synny selvää kuvaa palvelun laadusta. (Ylikoski 2001, 84 - 85.) Palvelun laadun merkitys on kasvanut huomattavasti kuluttajille ja yrityksille. Hyvä laatu sitouttaa vanhoja asiakkaita ja houkuttelee uusia asiakkaita. Palvelun hyvä laatu on yritykselle myös kilpailukeino muita yrityksiä vastaan. (Ylikoski 2001, 117.)

Palvelun laatu voidaan lyhyesti määritellä: Miten palvelu vastaa asiakkaan odotuksiin ja vaatimuksiin sekä täyttyivätkö asiakkaan tarpeet. Asiakas on aina palvelun laadun tulkitsija, ja hänen asenteensa organisaatiota ja sen palveluita kohtaan vaikuttavat myös palvelun laadun arvioimiseen. Yleensä tuottajalla on erilainen näkemys palvelun onnistumisesta kuin asiakkaalla (Rissanen 2005, 17). Kuluttajan kokemus palvelun laadusta muodostuu kolmesta eri tekijästä: se mitä asiakas saa lopputuloksena palvelusta, miten palveluprosessi sujui ja asiakkaan mielikuva yrityksestä (imago). Esimerkiksi jos asiakkaan mielestä palvelu on mennyt huonosti ja lopputulos on huono, mutta hänen mielikuvansa yrityksestä on hyvä, saattaa hän antaa yritykselle vielä mahdollisuuden. Mutta jos yrityskuvakin on huono, todennäköisesti asiakas ei enää käytä yritystä. (Ylikoski 2001, 118 - 119.) Kuvassa 4 on havainnollistettu palvelun laadun kokemista. (Ylikoski 2001, 119).



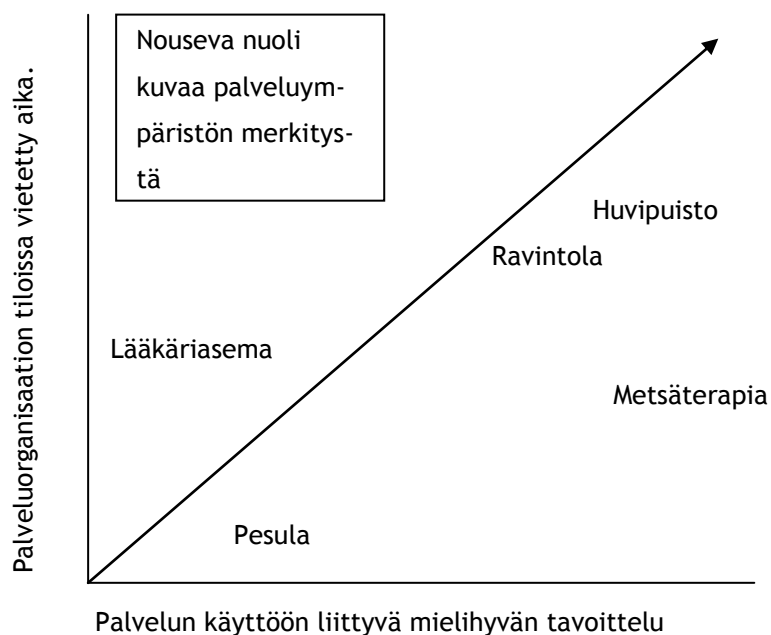
Kuva 4: Grönroosin taulukko palvelun laadun kokemisesta (Ylikoski 2001, 119.)

Palvelun laadun arvioimiseen vaikuttaa myös asiakkaan odotukset ja tarpeet. Asiakkaalla on käsitys, millaista palvelua hän haluaisi saada sekä käsitys siitä minkälainen palvelu olisi hänelle riittävä. Nämä asiakkaan odotukset myös vaihtelevat, esimerkiksi halvemmissä palveluissa asiakkaalle ei välttämättä ole niin tärkeää, onko palvelu täyttänyt odotukset kuin kalliissa palvelussa. Asiakkaan tarpeiden taustalla taas vaikuttaa esimerkiksi ikä, sukupuoli, elämäntaihe ja koulutustaso. Tarpeet vaikuttavat asiakkaan odotuksiin palvelusta. (Ylikoski 2001, 119 - 123.) Jotta hyvinvointimatkailua voidaan tulevaisuudessakin kehittää, tulee tarkkailla palvelun laatua. Laatua voidaan tarkkailla muun muassa kahden eri mittarin avulla; tuotteiden testaukseen ja liikevaihdon seurannalla. (MEK 2009, Hyvinvointimatkailun kehittämisstrategia.)

3.4 Palvelumaisemana luonto

Puhuttaessa palvelumaisemasta tarkoitetaan fyysistä ympäristöä yritykselle. Tässä ympäristössä tapahtuu palvelun tuottaminen ja kuluttaminen. Metsäterapian kaltaiselle palvelulle fyysinen ympäristö on erityisen tärkeä, sillä asiakkaalle ei jää niin sanottua konkreettista tuotetta palvelusta. Palveluissa työntekijöillä on myös suuri merkitys. Palveluihin liittyvät yleensä motiivit. Hyvänä esimerkkinä voidaan pitää pesulapalveluita, joihin liittyvät toiminnalliset motiivit. Matkailu ja vapaa-ajan palveluihin liittyvät tunneperäiset ja toiminnalliset motiivit. Näillä motiiveilla tarkoitetaan sitä, että käyttäjäpalveluiden odotetaan tuottavan tunteita, esimerkiksi mielihyvää tai jännitystä palvelun ohessa. Palvelumaiseman tulee olla toimiva, että motiivit sekä odotukset täyttyvät. (Haanpää & Veijola 2006, 59 - 60.) Kun matkailija valitsee matkakohdettaan, hän valitsee kohteen, missä hänen motiivinsa täyttyvät. (Aho, Ilola ja Järviluoma 1997, 52.)

Kun palvelumaisemana on luonto, on se aina omanlaisensa. Kukaan ei voi rakentaa samanlaista ja se muuttuu koko ajan. Luonnon muuttaminen rikkoisi myös niin sanotun täydellisen palvelumaiseman ajatuksen. Tämän takia kaikki palvelut mitkä luonnossa toteutetaan, pitää toteuttaa luonnon omilla ehdoilla, luontoa ei voi hallita. Kun palvelu toteutetaan luonnossa, on palvelumaiseman rooli myös tärkeämpi, sillä yleensä itse palvelu rakentuu luonnon tarjoamiin mahdollisuuksiin. Kuvassa 5 on havainnollistettu luonnon merkitystä palvelumaisemana. (Ylikoski 2001, 235 - 236). Kuitenkin jos luontoympäristöön tehdään matkoja, ei palveluympäristö voi olla täysin koskematon. Asiakkaille tulee tarjota peruspalvelut kuten saniteettitilat. Ja niin kuin Haanpään ja Veijolan tutkimuksen haastattelutuloksissa vastaajat olivat todenneet, liikkumista luonnossa tulee helpottaa polkujen ja opasteiden avulla. (Haanpää & Veijola 2006, 70 - 71.) Palveluympäristön merkityksen voidaan ajatella kasvavan suhteessa siihen, kuinka kauan kuluttaja viipyy palvelupaikassa ja kuinka paljon palveluun liittyy mielihyvän tavoittelua. (Ylikoski 2001, 235 - 236.)



Kuva 5: Palveluympäristön merkitys palvelukokemuksessa mukailten (Ylikoski 2001, 235 - 236.)

4 Luonnon merkitys ihmisen hyvinvointiin - tutkimuksia

Luonnon ja ympäristön merkitystä ihmiselle voidaan hahmottaa neljällä ekologisella ketjulla: ravinto, makea vesi, auringonvalo ja hengitysilma, jotka yhdessä mahdollistavat elämisen. Nämä neljä ekologista ketjua perustuvat aistehimme; näkö-, kuulo-, haju-, tunto- ja maku-aistiin, sillä aistit välittävät ihmiselle tietoa ympäristöstä ja tieto muuttuu aivoissamme tunteiksi, ajatuksiksi, mielikuviksi ja psyykkisiksi toiminnoiksi. Nämä toiminnot ohjaavat ihmisen käyttäytymistä muita ihmisiä, itseään ja ympäristöään kohtaan. (Haanpää & Veijola 2006, 33.) Ihmisen ympäristö voidaan karkeasti jakaa kolmeen eri kokemuksenttään sen mukaan, miten yksilö kokee ympäristönsä: elvyttävään ympäristöön, taustaympäristöön ja uuvuttavaan ympäristöön. Elvyttäväksi ympäristöiksi luokitellaan ihmisen olemassaoloa ja toimeentuloa ylläpitäviä/ rakentavia toimintoja sisältävät. Tähän luokkaan kuuluu muun muassa harrastus-, virkistys- ja vapaa-ajan toiminnot. Neutraaleita kokemuksia voi syntyä niin sanotuissa välitiloissa eli taustaympäristöissä. Ympäristö vastaa yksilön odotuksia niin hyvin, ettei se herätä erillisiä tunteita hänessä. Uuvuttaviksi ympäristöiksi luokitellaan välttämättömät ympäristöt, kuten työpaikka. (Haanpää & Veijola 2006, 34.)

Luonnon ja ihmisen välistä suhdetta voidaan tarkastella kolmesta eri näkökulmasta. Ensimmäisessä näkökulmassa ihminen pitää ympäristöä omana kokonaisuutena, erillisenä omista sosiaalisista käytännöistä ja kokemuksista. Luonto ei kuulu yksilön arkielämään. Tätä näkö-

kulmaa kutsutaan ympäristöidealismiksi ja siinä luonto on passiivinen objekti. Toisessa näkökulmassa ihmisellä ja luonnolla on sosiaalinen suhde. Sosiaalinen suhde on keskeinen tekijä ja kohtaamisia luonnon kanssa tapahtuu suunnitellusti. Kolmannessa näkökulmassa luonto on välineellinen. Ihmisen suhde luontoon katoaa ajan myötä, joka eristää ihmisen kulttuuristaan. (Haanpää & Veijola 2006, 44.)

Tyypillisimmät piirteet elvyttävälle ympäristölle ovat arkipäivästä irtautuminen, paikassa syntyvä lumoutuminen, ympäristön sopivuus yksilölle ja paikan ulottuvaisuuden tuntu. Haanpään ja Veijolan teoksessa käsitellään Korpelan (Haanpää & Veijola 2006, 34 - 35.) tekemää tutkimusta, jonka mukaan luontoympäristö tuottaa psykologisia muutoksia liittyen rentoutumiseen ja positiivisiin tunteisiin. Luontomaisemalla on fysiologisia vaikutuksia stressaantumattomiinkin ihmisiin, sillä luontoympäristö auttaa palautumaan stressistä ja keskittymistä vaativista tilanteista. Tutkimuksissa on todettu, että luontonäkymän katseleminen tekee olon iloisemmaksi ja vähemmän vihaiseksi kuin kaupunkinäkökuvan katseleminen. Tutkimuksessa oli myös osoitettu, että verrattuna kaupungissa liikkumiseen, luonnossa liikkuminen laskee nopeammin ihmisen sykettä ja verenpainetta tarkkaavaisuutta vaativien tehtävien jälkeen. Sisätiloissa suoritettavat rasittavat tehtävät sujuvat paremmin, jos välillä käy rentoutumassa puistossa tai katselee luonnosta otettuja kuvia. (Haanpää & Veijola 2006, 34 - 35.)

4.1 Hiljaisuuden tuotteistaminen Lapin matkailussa

Veijolan ja Haanpään proseminarityössä (2006) tutkittiin hiljaisuuden tuotteistamista Lapin matkailussa. Työssä haastateltiin kahdeksaa eri henkilöä ja kysymykset keskittyivät haastateltavan suhteesta luontoon. Kysyttiin, miksi ja milloin henkilö käy luonnossa, kenen kanssa ja onko hänellä tiettyjä tapoja liittyen luontoon. Tutkimuksen tulokset tukevat tiettyjä odotuksia oman tutkimuksemme suhteen.

Veijolan ja Haanpään (2006) haastattelujen tärkeimmät tulokset oman tutkimuksemme kannalta liittyivät kysymyksiin miksi vastaajat kävivät luonnossa ja mitä he siellä tekivät. Kaikille haastateltavista luonnolla oli suuri merkitys heidän elämässään. Monille luonto liittyi jotenkin lapsuuteen tai menneisyyteen. Toisille luonto oli tekemisen ja työn paikka, kun taas toisille huvien ja virkistämisen ympäristö, sieltä haettiin jaksamista arkeen. Tutkimuksen tulosten perusteella voi sanoa, että moni haastateltavista ei asunut luonnon äärellä, joten luontoon meneminen vaati suunnittelua ja aikaa.

Tuloksissa oli tehty erittely kahteen ulottuvuuteen luonnon hovit ja hyödyt. Hyötyihin oli lueteltu esimerkiksi marjastaminen, kalastus ja metsästys, sillä näistä oli hyötyä taloudellisesti. Näistä ei kuitenkaan välttämättä pidetty, mutta vastaajat osasivat arvostaa luonnosta saamiin antimia. Luonnossa voi myös tehdä asioita puhtaan huvien vuoksi. Voi tehdä seikkailuja

luonnossa esimerkiksi vaeltaa tai voi rentoutua viltille kuuntelemaan luonnon ääniä. Hyödyn ja hovin ei kuitenkaan tarvitse olla ristiriidassa toisiinsa nähden. Tekemisen lomassa voi nauttia luonnon maisemista tai äänistä. Tuloksista ilmeni, että kaupungissa asuvat olivat vieraantuneita luonnosta, minkä takia he pystyivät kokemaan ja arvostamaan luonnon kauneutta ja rauhaa jonkin verran paremmin. Heille luonto ei ollut arkipäiväinen asia, vaikka he kokivat että kaupungissakin on luontoa. Heille luonto kaupungissa ei kuitenkaan toiminut samanlaisena hyödyn ja hovin lähteenä. Luonto palvelumaisemana piti olla viihtyisä ja kaunis, kuitenkin ei täysin koskematon. Vastajaat kokivat pienten opasteiden rakentamisen ja liikkumista helpottavien esteiden poistamisen positiiviseksi, kun luontoa käytettiin palveluympäristönä. (Haanpää & Veijola 2006, 50 - 51, 72.)

4.2 Luonto elvyttäjänä

Ympäristöpsykologia tutkii muun muassa mieli- ja luontopaikkoja. Näiden tutkimusten avulla voidaan luontoympäristöä käyttää psyykkisen itsesäätelyn yhtenä keinona. Luonto on monelle ihmiselle paikka, joka rauhoittaa ja minne mennään kun halutaan olla yksin, palautua arjen kiireistä tai selvittää ajatuksia. Auran, Horellin ja Korpelan teoksessa on käsitelty useita tutkimuksia, jotka todistavat luonnon elvyttäviä vaikutuksia. Alla olevissa kappaleissa on näiden tutkimusten tuloksista. Suurin osa tutkimuksista on tehty 90-luvulla. Korpela tutki nuorten mielipaikkoja. Nuorten, 17-18 -vuotiaiden mielipaikkoja olivat osalla paikkoja, mihin mennään ystävien kanssa, kuten muun muassa kahvilat. Osa myös mainitsi mielipaikoikseen paikat, missä saa olla yksin, kuten oma huone tai luonto. Mielipaikkoihin nuoret menivät silloin kun halusivat rauhoittua, heillä oli ollut riitaa tai henkisesti tai fyysisesti raskaiden tapahtumien jälkeen. (Aura, Horelli & Korpela 1997, 94.)

Auran ym. (Aura ym. 1997, 96.) teoksessa on myös käsitelty Ilmosen tekemää tutkimusta vuonna 1991, jossa tuloksiksi oli saatu, että mielipaikassaan voi olla oma itsensä ja selvittää omia ajatuksia, muistella ja vapauttaa mielikuvitustaan. Tutkimuksessa selvisi, että suomalaiset nuoret pääkaupunkiseudulta pitivät luonnonympäristöjä, kuten metsiä, puistoja ja merenrantaa, asuinalueensa parhaimpina ja kauneimpina asioina. (Aura ym. 1997, 96.) Myös Ahon ym. (Aho, Ilola ja Järviluoma 1997, 62.) teoksessa on tehty tutkimus Kuusamon alueen vetoimatekijöistä, eli miksi matkailijat valitsevat Kuusamon matkakohteekseen. Tuloksissa ilmeni tärkeiksi valintakriteereiksi muun muassa luonto ja maisemat. Tutkimuksessa huomattiin myös naisten arvostavan hieman enemmän luontoon liittyviä aspekteja ja, että iän myötä luonnon ja rauhallisuuden tärkeys kasvaa matkapaikan valinnassa. (Aho ym. 1997, 62 ja 78.)

Kun mielipaikkoja tiedusteltiin aikuisilta, selvisi, että amerikkalaiset pitivät tärkeimpinä seikkoina luontotekijöitä. Yleensä suojaisat puistot olivat parhaita mielipaikkoja. Aikuisten mielipaikkoja tutkivat Francis & Cooper vuonna 1991. (Aura ym. 1997, 96.) Teoksessa on myös

käsitelty Korpelan ja Kytän tekemää samanlaista tutkimuksen aikuisille tamperelaisille. Tutkimuksessa selvisi, että suurin osa heidän mielipaikkakokemuksiin liittyivät luonnossa liikkumiseen, virkistäytymiseen ja rauhoittumiseen sekä luonnon herättämiin lapsuusmuistoihin. (Aura ym. 1997, 96.) Metsäntutkimuslaitoksen (Metlan) työraportissa 52 (Tyrväinen, Silvennoinen, Korpela ja Ylen 2007, 57.) on käsitelty samoja mielipaikkatutkimuksia. Metlan työraportissa myös mainittiin, että rakennetut maisemat eivät ole niinkään ihmisten mieleen. (Tyrväinen ym. 2007, 57.)

Auran ym. (Aura ym. 1997, 96.) teoksessa ja Metsäntutkimuslaitoksen työraportista (Tyrväinen ym. 2007, 58.) selviää Bechtelin tutkimuksen tuloksia, joka tehtiin vuonna 1995. Tuloksissa kerrotaan, että amerikkalaisten ja suomalaisten nuorten mielestä masentavia paikkoja olivat vankilat ja sairaalat. Vastakohtana taas piristävinä paikkoina pidettiin luontoa, kotia ja kaupunkeja. Suomalaisten nuorten mielipaikoista kolmannes oli luontoympäristöjä, kuten mökkimaisemia, metsiä ja järvenrantoja. Noin joka viidenneksen amerikkalaisten nuorten mielipaikkamaisemista oli luontoympäristöön liittyvä. Mielipaikkoina on siis usein luonto. Luontoa arvostetaan rauhoittumisen työssijana. Kun ympäristöä suunnitellaan, tulee ottaa huomioon luonnon psykologinen merkitys ihmisille. Luonto auttaa ihmisiä uusimaan voimavarojaan ja ylläpitämään sisäistä tasapainoaan. Luonnon elvyttävä aspekti korostuu tutkimuksissa, joissa luonto- ja kaupunkiympäristö pistetään vastakkain. Verderber tutki vuonna 1986 chicagolaisen sairaalan hoitotiloja. Hän pyysi henkilökuntaa ja rullatuolipotilaita arvioimaan valokuvista huoneiden viihtyvyyttä. Eniten suositut huoneet olivat ne, joista näkyi puita, nurmikkoa, ihmisiä ja naapurustoa. Toiseksi suosituin näkymä oli kaupunki. Tilat, joissa oli kirkkaita neonvaloja, ei ikkunoita tai ikkunasta näkyi vain viereisen talon seinä, olivat vähiten pidettyjä. Sairaalan henkilökunta piti potilaitakin enemmän luontonäkymistä ikkunoista. Vuonna 1989 Kaplan ja Kaplan tutkivat asumistyytyväisyyttä. Tutkimuksissa huomattiin, että tietoisuus puiston läheisyydestä tai näkymä sinne lisäävät asukkaiden tyytyväisyyttä. (Aura ym. 1997, 96.)

Tutkimuksissa on havaittu, että luontokuvat jo pelkästään alentavat jännittyneisyyttä, sydämen sykettä, ja veranpainetta. On myös todettu, että luontoympäristössä ihminen palautuu paremmin esimerkiksi stressistä tai keskittymistä vaativista tilanteista kuin muualla. Hartig on tehnyt tästä kokeen, jossa kaksi koeryhmää tekee aluksi keskittymistä vaativia tehtäviä, jonka jälkeen puolet koeryhmästä lähtee kävelemään kaupunkimaisemaan ja puolet luontomaisemaan. Koehenkilöt kantoivat mukanaan laitteita, jotka mittasivat veranpaineen vaihtelevuutta ja sydämen sykettä. Koetuloksissa havaittiin, että luontoympäristössä kävelleiden koehenkilöiden syke laski nopeammin ja muutenkin tulokset olivat myönteisempiä kuin kaupunkiympäristössä kävelleiden. Luonnolla on kokeen mukaan vaikutuksia ihmisen fysiologisiin toimintoihin, tunteisiin ja keskittymiskykyyn. (Aura ym. 1997, 98.)

Vastaavanlaiseen kokeen teki Ulrich vuonna 1991 kun hän näytti kahdelle eri opiskelija ryhmälle videon, jossa oli tunteita kuohuttavia onnettomuuksia. Ryhmille näytettiin videon jälkeen toiset videot. Toiselle ryhmälle esitettiin jalankulkua ja liikennettä kaupunkiympäristössä ja toiselle luontoa käsittelevä video. Koeryhmiltä mitattiin muun muassa sydämen toimintaa, ihon sähkönjohtokykyä ja lihasten jännittyneisyyttä. Nämä mittaukset osoittivat, että he joille esitettiin toisena videona luontoaiheinen video, elpyivät nopeammin ensimmäisen videon vaikutuksista eli tunnekuohusta. Ulrich teki myös toisen tutkimuksen, joka todisti luontomaisemien vaikuttavan suoraan ihmisen terveydentilaan. (Aura ym. 1997, 99-101.)

Kaplan & Kaplan tekivät tutkimuksen, jossa he selvittivät eräretkikokemuksia. Koehenkilöt vaelsivat yksin tai ryhmissä erämaa-alueen läpi. Heiltä kerättiin koetulokset kolmessa eri vaiheessa kyselylomakkeiden avulla. Tuloksista selvisi, että luonnossa tapahtuvassa elvyttävässä kokemuksessa oli neljä tyypillistä seikkaa. Ensimmäinen on lumoutuminen eli henkilöin tarkkaavaisuuden kiinnittymistä tahattomasti johonkin ympäristön kohteeseen. Yleensä se on luontoympäristössä jokin kiinnostava, kuten auringonlasku, vesiputous, nuotion liekit jne. Joskus tarkkaavaisuus kiinnittyy johonkin uhkaavaan kohteeseen kuten luonnossa käärmeeseen, silloin kyseessä ei ole lumoutuminen eikä elpyminen vaan tarkkaavaisuuden tahatonta kiinnittymistä. Toinen seikka on arkipäivästä irtautuminen, tämä voi olla henkistä irtautumista tai maantieteellistä irtautumista. (Aura ym. 1997, 102-103.)

Kolmas seikka on yhtenäisyyden tuntu paikan ja maiseman ulottuvaisuuden kanssa. Tällä tarkoitetaan, että henkilö voi kokea paikan ympäröivän itseään ja kuvitella paikan jatkuvan ulottumattomiin. Neljäs seikka on ympäristön sopivuus itselleen. Jos ympäristön vaatimukset kohtaavat ihmisen tavoitteet ja mieltymykset, parhaassa tapauksessa ihminen voi virittäytyä mietiskelevään mielentilaan. Jos nämä neljä seikkaa toteutuvat paikan valinnassa, sitä enemmän ympäristössä on elvyttävämpiä puolia. (Aura ym. 1997, 102-103.)

Ulrich teki vuonna 1983 tutkimuksen, jonka tulokset osoittavat tärkeimpiä seikkoja milloin luontomaisema on kohdallaan. Näitä seuraavia seikkoja tulee huomioida metsäterapiapalvelun paikkaa suunnitellessa. Näkymä ei saa olla liian yksinkertainen tai monimutkainen, maisemalla on rakenne ja kiintopiste, maiseman sisään voi mennä - siinä on syvyyttä, liikkuminen on mahdollista eli pintarakenne tasalaatuinen, näkymää peittää jokin este kuten kumpu, ei uhkatekijöitä ja vesi tai kasvillisuus on maiseman päätekijä. (Aura ym. 1997, 103-104.)

5 Metsäterapia luontopalveluna

Suomessa metsäterapia on vielä uusi asia. Partio toimintaa Suomessa on ollut jo hyvin pitkään ja metsäterapien ja partion välillä on huomattavissa joitain yhtäläisyyksiä. Kummassakin vietetään paljon aikaa luonnossa, ja pyritään tekemään yhdessä pieniä askareita. Metsäterapiassa askareet ja tehtävät ovat ehkä hieman helpompia ja räsistä yritetään välttää, kun taas partiossa välillä suoritetaan vaativiakin tehtäviä. (Partio 2010, www.partio.fi)

Seikkailu- ja elämyspedagogiikalla on myös paljon yhtäläisyyksiä metsäterapiaan. Kun määritellään elämyspedagogiikkaa, se liitetään tavallisesti luonnossa liikkumiseen, kuten kallio- tai vuorikiipeilyyn, melontaan tai maastopyöräilyyn. Metsäterapiassa asiakas kokee myös eräänlaisen elämyksen, joka tapahtuu luonnon äärellä. Elämyspedagogiikka liittyy kasvatukseen ja sosiaaliseen oppimiseen. Vastineena elämyspedagogiikalle käytetään sanaa seikkailupedagogiikkaa, joka on vähemmässä määrin kasvatuksellista, sillä seikkailuja ei voida suunnitella ennalta. (Esipuhe. Opetusmonisteita ja selosteita 11/98.)

5.1 Luontopalveluihin liittyvä lainsäädäntö

Matkailun lainsäädäntöön kuuluvat säädökset turvaavat elinkeinon toimintaedellytykset sekä asiakkaiden ja muiden sidosryhmien turvallisuuden sekä edut palvelun markkinointi- ja toteutusvaiheessa. Matkailua ja sen toimialoja suunniteltaessa pitää ottaa huomioon monia eri säädöksiä. Matkailupalvelua tuottaessa tulee ottaa huomioon seuraaviin seikkoihin liittyvät lait ja asetukset: matkailuyrityksen markkinointi, yrityksen vastuu palvelujen tuottajana, matkailuyrityksen vastuu ympäristöstä sekä matkustamisen esteet ja rajoitukset. Matkailuyrityksen perustamisvaiheessa sekä matkailupalvelujen tuottamisessa ja toteuttamisessa pitää myös perehtyä niitä koskeviin lakeihin ja säädöksiin. Matkailun ohjelmapalveluihin vaikuttavia lainsäädäntöjä on kuvattu seuraavassa taulukossa. (Lackman & Verhelä 2003, 57 - 59.)

Matkailupalvelun tuottaminen ja toteuttaminen	Matkailu yrityksen vastuu tuottajana	Matkailu yrityksen markkinointi	Matkailuyrityksen ympäristövastuu	Matkailu yrityksen perustaminen
Tuoteturvallisuuslaki (12.12.1986/914)	Valmismatkalaki (1079/94)	Valmismatkalaki ja asetus annettavista tiedoista (1085/94)	Maastoliikennelaki ja asetus (1710/95) ja (10/96)	Kaupparekisterilaki (2.2.1979/129)
Kuluttajansuojalaki (38/78)	Tuotevastuulaki (17.8.1990/694)	Kuluttajansuojalaki	Ympäristönsuojelulaki (86/2000)	Toiminimilaki (2.2.1979/128)
Valmismatkalaki (1079/94)		Henkilörekisterilaki	Jätehuoltolaki (1072/93)	
Valmismatkaliikelaki ja Asetus valmismatkaliikkeistä		Kauppalaki ja hintamerkintäasetus	Laki ympäristövahinkojen korvaamisesta	

Taulukko 1: Matkailun ohjelmapalveluihin vaikuttava lainsäädäntö
(Lackman & Verhelä 2003, 58 - 59.)

Kansainvälistä matkailun ohjelmapalvelua toteuttaessa pitää ottaa huomioon maahantulosäännökset. Suomi kuuluu Schengen-sopimuksen tehneiden maiden joukkoon ja Schengen-alueella liikkumista ei ole rajattu. Alueen ulkopuolelta saapuvia asiakkaita voivat koskea viisumimääräykset, oleskelu- ja maahantulolupia koskevat määräykset sekä passimääräykset. (Lackman & Verhelä 2003, 59 - 60.)

Suomessa on käytössä jokamiehenoikeudet. Nämä säädökset perustuvat eduskunnan säätämiin lakeihin. Jokamiehenoikeudet turvaavat jokaiselle kansalaiselle oikeuden liikkua luonnossa riippumatta siitä kenelle alue kuuluu. Samat lait koskevat myös elinkeinoharjoittajaa. Suomessa maanomistajat ovat suopeita alueidensa käytön suhteen. Maanomistajat suhtautuvat patikoijiin ja eräretkeilijöihin hyvin. Jotta maanomistajien suhde maankäyttäjiin pysyy ennall-

laan, on ihmisten käytettävä myös tervettä järkeään. Jokamiehen oikeudet takaavat paljon oikeuksia, mutta jos niitä lähtee liiaksi vaatimaan voi myös närkästyttää maanomistajan, jolloin kaikki tulevaisuudessa aluetta käyttävät henkilöt voivat kärsiä. Jokamiehen oikeutta ei saa käyttää häiritsevällä tai haitallisella tavalla. Jokamiehen oikeudet tuovat mukanaan niin oikeuksia kuin velvollisuuksia. (Eklund 2003, 163 - 164.)

Jokamiehen oikeuksissa käsitellään luonnossa liikkumista, luonnossa oleskelua sekä tulente-koaa. Jokamiehen oikeuksiin kuuluu myös lupa kerätä maassa olevia risuja sekä rauhoittamattomia kukkia, sieniä ja metsämarjoja niissä paikoissa, missä kulkeminenkin on sallittua. Nuotion tekeminen ja roskaaminen on kielletty. Moottoriajoneuvojen käytöstä on myös tarkat ohjeistukset. Suomen jokamiehen oikeudet takaavat kansalaisille oikeuksia, minkälaisia ei muualla maailmassa ole. Maankäyttäjien ja maanomistajien välille ei ole syntynyt suuria ristiriitoja. Jotta näitä oikeuksia voidaan jatkossa käyttää ongelmitta, on tärkeitä toimia vastuullisesti ja perehtyä jokamiehen oikeuksiin tarkasti, ja kysyä tarvittaessa maanomistajalta lupa ennen maankäyttöä. (Eklund 2003, 164 - 169.)

5.2 Uusimpia hyvinvointimatkaileuhankkeita ja tutkimuksia

Tässä luvussa esitellään joitakin uusimpia tutkimuksia ja hankkeita, joita on hyödynnetty kehittämishankkeessa. Metsäterapia on tuore palvelu, eikä sitä ole sen takia juurikaan tutkittu. Metsäterapia vaikutuksia on ollut vaikea todentaa, koska metsäterapian tulosten arvioiminen on ollut hyvin vaikeaa. Tulosten arviointi on ollut suurimmaksi osaksi empiiristen ja psykologisten keinojen varassa. Metsäterapian tutkimuksessa on kuitenkin otettu suuri askel eteenpäin, kun Koreassa on alettu tutkia fysiologisia indikaattoreita. Tutkimalla sisäeritystä, keskushermostoa ja autonomista hermostoa on päästy siihen tulokseen, että luonnossa aivoista vapautuu enemmän alfa-aaltoja. Tutkimuksissa on käytetty myös kahta eri arviointiasteikkoa, joilla lääkärit ja psykologit ovat tutkineet potilaitten masennuksen vakavuutta. Asteikot olivat Hamiltonin depression arviointiasteikko, sekä Montgomery - Åspergin depression arviointiasteikko. Kummallakin asteikolla pisteet vähenivät puoleen neljän viikon metsäterapian jälkeen. (Metsäntutkimuslaitoksen asiakaslehti 2009.)

Koreassa on perustettu vuonna 2005 foorumi, jossa käsitellään Korean metsäterapia-asioita. Foorumiin kuuluu niin lääketieteen, metsätieteen kuin vaihtoehtolääketieteen asiantuntijoita. Foorumin päätarkoituksena on metsäterapia-alan tutkimus- ja kehittämistoimet sekä aiheeseen liittyvä yleisötiedotus. Choi Wang Yong, joka on Korean metsäntutkimuslaitoksen johtaja, kirjoittaaakin että Koreassa kiinnostus metsäterapiaa kohtaan on hyvin suuri ja tämä tekee Koreasta edelläkävijän metsäterapian saralla. Korean metsäsäätiö onkin järjestänyt metsäterapiaohjelmia alkoholisteille, tarkkaavaisuus- ja ylivilkkaushäiriöistä kärsiville sekä Internet-riippuvaisille nuorille. (Metsäntutkimuslaitoksen asiakaslehti 2009.)

Maa- ja elinkeinotutkimuskeskus (MTT) on aloittanut Green Care -toiminnan vaikuttavuuteen liittyvän tutkimus- ja kehittämishankkeen vuonna 2009. Hanke on suunniteltu jatkuvaksi aina vuoteen 2011. Näiden kolmen vuoden aikana on tarkoitus tutkia Green Care -toiminnan vaikutusten ja vaikuttavuuden arviointia. Green Care -toiminnan vaikutusta on hankala arvioida, koska näkyvää tulosta ei kyseisestä toiminnasta tule. Tässä projektissa on tarkoitus löytää objektiivinen tapa mitata ja löytää tuloksia, jotta MTT voi perustellusti jatkaa Green Care -toimintaa. Hankkeen rahoittaa Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä. (MTT 2009.)

SoFar -projekti on kansainvälinen projekti, jonka tavoitteena on hoivamaatalouden toiminnan piirteiden tunnistaminen, tiedon lisääminen ja kommunikoinnin parantaminen sekä verkostoituminen. SoFar projektissa ei itsessään tutkita hoivamaataloutta, vaan pyritään kehittämään hoivamaatalous toimintaa ja samalla parantamaan sen tunnettavuutta. Sivustolla käydään läpi hoivamaatalouden hyviä puolia, joista nostetaan esiin muun muassa maatilojen palveluiden laajeneminen ja maatilojen integroituminen palveluyhteisöön. SoFar on lyhenne, joka muodostuu sanoista Social Farming. SoFar projekti on Euroopan Unionin rahoittama. (SoFar 2010.)

5.3 Kestävä matkailukehitys

Matkailupalveluilla on alueellisia vaikutuksia, jotka voivat olla positiivisia tai negatiivisia. Positiivisia vaikutuksia ovat esimerkiksi elintason nousu ja työllisyyden lisääntyminen, kun matkailupalvelut kasvavat tai lisääntyvät. Luontomatkailun uskotaan olevan yksi näistä nopeimmin kasvavista matkailun lajeista ja näin lisäävän työllisyyttä syrjäseuduilla ja tuovan tuloja pienille paikkakunnille. Luontomatkailun tutkimisen nähdään palvelevan syrjäseutujen aluekehitystä. Luontomatkailua ja luonnon käyttämistä virkistyskäyttöön kannattaa tutkia vain jo ainoastaan senkin vuoksi, että taloudellisten hyveiden ja työllisyyden lisääntymisen uskotaan nousevan sen avulla. (Järviluoma & Saarinen 2001, 5.) Kun matkailu lisääntyy paljon, voi sillä olla negatiivisiakin vaikutuksia, kuten maan, tavaroiden ja hintojen nousua. Näin paikallisasukkaiden tulokehitys ei kasva samaa verrannollista kaavaa. Matkailu saattaa tuoda hyvinvointia alueittain sosio-kulttuuristen vaikutusten kautta. Näitä vaikutuksia ovat esimerkiksi naisen aseman paraneminen, elämän laadun paraneminen, kulttuurikohteiden suojelu ja suvaitsevuuksien lisääntyminen. Sosio-kulttuurilliset vaikutukset saattavat olla myös negatiivisia, kuten toisen kulttuurin hyväksikäyttö, epäsosiaaliset käyttäytymismuodot tai oman kulttuurin hylkääminen. (Suontausta & Tyni 2005, 33.)

Luontomatkailijat arvostavat luontoa, ja siksi suurimmalla osalla heistä on hyvin ekologinen arvomaailma. Tämä on yksi syy minkä takia matkailupalvelun pitää noudattaa kestävän kehityksen periaatteita. Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan nykyisten tarpeiden tyydyttämistä ilman, että tuleva sukupolvella ei olisi mahdollisuutta tyydyttää omia tarpeitaan. Matkailun

saralla se tarkoittaa sitä että matkailu ei saa vahingoittaa tai muuttaa palveluympäristöä niin, että se ei olisi enää mahdollista tulevaisuudessa. Nurminen kertoo, kuinka Euroopan neuvosto on muotoillut periaatteen matkailun puolelle: ”Kestävä matkailukehitys on mikä tahansa matkailukehityksen tai -toiminnan muoto, joka kunnioittaa ympäristöä, varmistaa luonnon - ja kulttuuriresurssien pitkäaikaisen suojelun sekä on yhteiskunnallisesti ja taloudellisesti hyväksyttävää ja oikeudenmukaista”. (Nurminen 2002, 14.)

Kestävää matkailukehitystä voidaan tarkastella viidestä näkökulmasta. Nämä näkökulmat ovat taloudellinen, ympäristönsuojelu, matkailijatytyväisyys, yhteiskunta ja kulttuuri. Taloudellinen näkökulma pitää sisällään muun muassa yhtiön taloudellisen kasvun, työpaikkojen luomisen sekä alueelliset matkailutulot. Taloudellinen näkökulma on hyvin tärkeä, sillä se on vahvasti sidoksissa kaikkiin muihin näkökulmiin. Jos yritys ei tee tuottoa, ei se menesty ja silloin koko yritys lakkaa olemasta. Taloudellinen näkökulma on hyvin lähellä ympäristönsuojelunäkökulman kanssa. Kansallispuistoja pidetään luontomatkailun tärkeänä osana, ja virkistys ja matkailukäyttö antaa luonnonalueiden suojelulle taloudellisen oikeutuksen. Luonnonsuojelunäkökulma on muillakin tavoilla tärkeitä ja oikeutettuja, mutta taloudellinen näkökulma vahvistaa tätä asemaa. Ympäristönsuojelun näkökulmasta luonnonsuojelu on kuitenkin itseisarvo. Kestävässä matkailukehityksessä ympäristönsuojelun näkökulma määrää sen suunnan, mihin taloudellisesti voittoon pyrkivä matkailualan yritys toimintaansa vie. (Nurminen 2002, 15 - 16.)

Matkailijatytyväisyyden näkökulma on tärkeä osa kestävää matkailukehitystä. Asiakkaiden on oltava tyytyväisiä palveluun, jotta he osaavat palata. Asiakastytyväisyyttä ja valintatekijöitä ovat nykyään myös tekijät, jotka varmistavat kohdealueen luonnon ja kulttuurin säilymisen. Asiakkaat haluavat käyttää palveluja, jotka ovat ympäristöstävällisiä sekä kunnioittavat paikallista kulttuuria. Ennen matkailun vaikutusta alkuperäisväestöön ei huomioitu ja tämä johti matkailukohteissa matkailijoiden määrän romahtamiseen. Nykyään kuitenkin kestävässä matkailukehityksessä on osana kulttuurillinen sekä yhteiskunnallinen näkökulma. Nämä näkökulmat suojelevat ja ylläpitävät kulttuuriympäristöjä ja kulttuurien ilmenemismuotoja. (Nurminen 2002, 16.)

6 Palvelumuotoilun määritelmä - Service Design

Palvelumuotoilusta on useita eri määritelmiä, sillä aihe on uusi ja kirjallisuutta aiheesta löytyy vähän. Palvelumuotoilulle ei ole vakiintunutta määritelmää. Koiviston (Koivisto 2007, 64 - 70.) lopputyössä käytetty määritelmä: ”Palvelumuotoilu on palveluiden suunnittelua ja innovointia muotoilulähtöisillä menetelmillä, joissa palvelun käyttäjä on suunnittelun keskipiste”, tiivistää useat määritelmät yhteen. Tärkeimpänä palvelumuotoilun tehtävänä on suunnitella asiakkaan palvelukokemus, joten asiakkaalle näkyvät toiminnot tulee suunnitella erityisen

tarkkaan. Niin kuin muihinkin kokemuksiin, myös palvelukokemuksiin vaikuttavat monet seikat, kuten asiakkaan elämäntilanne, asiakkaan tunnetila, vuorovaikutus palveluhenkilökunnan kanssa ja asiakkaat arvot. Palvelumuotoilussa tulee siis vaikuttaa näihin seikkoihin, sillä ne vaikuttavat palvelukokemukseen, joka on taas tärkein tehtävä palvelumuotoilussa. Muina palvelumuotoilun tehtävinä voidaan pitää uusiin innovaatioihin perustuvien asiakas- ja käyttäjäkeskeisten palveluiden tuotantoprosessien kehittämistä ja palvelujen tuotteistamista. Palvelumuotoilun ei ole määrä korvata palveluiden kehittämisen malleja vaan täydentää niitä. Palvelumuotoilun tavoitteena on synnyttää ja kehittää markkinoille personoituja palveluja, joilla yritys voi erottua markkinoilla. (Koivisto 2007, 64 - 70.)

6.1 Service Design - palvelumuotoilun lähtökohdat

Palvelumuotoilun avulla asiakkaalle pyritään tarjoamaan tavoitteiden mukainen palvelukokemus. Käytettäessä Service Design -menetelmää palveluiden kehittämisessä ja rakentamisessa asiakkaalla on suuri rooli. Asiakas ja yritys muokkaavat yhdessä palvelua, kunnes se vastaa asiakkaan tarpeita. Tämä palvelukokemus voidaan rakentaa toimivista kontaktipisteistä, joista taas rakentuvat palvelutuokiot ja niistä palvelupolku. (Design Forum Finland 2010, palvelumuotoilu.) Koko kokemuksen rakennuspalikoina ovat siis palvelun kontaktipisteet, palvelutuokiot ja palvelupolku, kuitenkin kaiken lähtökohtana ovat toimivat kontaktipisteet. (Koivisto 2007, 64 - 65)

Kontaktipisteitä ovat tilat, esineet, prosessit ja ihmiset. Näiden kautta palvelu koetaan ja aistitaan. Asiakkaalle näkyvä tuotanto tapahtuu tiloissa. Tilat voivat olla fyysisiä, kuten myymälä tai virtuaalisia, kuten Internet. Tiloja suunnitellessa tulee ottaa huomioon tekijät, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemukseen, kuten valaistus, äänet ja hajut. Esineet kontaktipisteinä ovat kaikkea, mikä sijoittuu tiloihin tai muuhun ympäristöön. Esineiden tarkoituksena on saada asiakkaan ja palveluntarjoajan välille vuorovaikutusta. Jotkut esineet voivat tietenkin olla myös tuotantoon tarvittavia, mutta näkyvät jostain syystä asiakkaalle. Prosesseja voidaan kehittää vaikka joka päivä ja ne tulee määrittää pienintäkin yksityiskohtaa myöten. Prosessit ovat niitä kontaktipisteitä, jotka määrittävät palvelun tuotantotavan. Ihmisiä palvelussa ovat muut asiakkaat ja asiakaspalvelijat, jotka näkyvät asiakkaalle. Asiakkaan ja asiakaspalvelijan välille syntyvä vuorovaikutustapahtuma luo palvelun, jota asiakaspalvelija voi kontrolloida. (Koivisto 2007, 66.)

Palvelut ovat joukko osapalveluja, jotka muodostavat asiakkaalle arvoa tuottavan kokonaisuuden. Palvelumuotoilussa yksittäistä osapalvelua kutsutaan palvelutuokioksi. Esimerkki metsäterapiapalvelun palvelutuokioista:

Asiakas etsii metsäterapiapalvelun
 asiakas osallistuu metsäterapiapalvelupäivään
 asiakas valitsee metsäterapiapäivän sisällön
 asiakas osallistuu päivään
 asiakas maksaa palvelun
 asiakas menee kotiin.

Jokaisen tuokion sisällä on useita kontaktipisteitä. Suunnittelemalla ja kehittelemällä kontaktipisteitä voidaan muotoilla jokainen tuokio asiakkaiden tarpeita vastaavaksi. Palvelupolku on tuokioiden kokonaisuus, jonka asiakas kokee. Palvelupolkuun vaikuttaa suunniteltu palvelu, tuotantoprosessi ja asiakkaan omat valinnat. Palvelupolku on jokaiselle asiakkaalle yksilöllinen. Asiakkaan omat valinnat vaikuttavat palvelupolkuun, ja tuottaja voi antaa useamman vaihtoehdon joista valita. (Koivisto 2007, 67.)

6.2 Palvelumuotoilun prosessi

Palvelumuotoilun prosessikuvauksen malleja on useita, opinnäytetyössä kuvataan kuitenkin vain yksi malli, joka on Stefan Moritzin vuonna 2005 tekemä. Malli kuvataan Koiviston lopputyötä apuna käyttäen, joten malli mukailee Koiviston suomenkielistä versiota. Moritzin palvelumuotoilun prosessimallissa on kuusi eri vaihetta, jotka Koivisto on kääntänyt termeiksi ymmärrä, pohdi, kehitä, seulo, selitä ja toteuta. Liitteessä kaksi on kuvattuna Moritzin englanninkielinen ja alkuperäinen versio palvelumuotoilun prosessikaavasta. Osa palvelumuotoilun vaiheista saattaa kulkea päällekkäin, mutta kuitenkin sen käyttäjän tulee hahmottaa mitkä vaiheet kuuluvat mihinkin vaiheeseen, jotta niihin voidaan palata ja korjata tai kehittää myöhemmin. (Koivisto 2007, 72.)

Ymmärrä -vaiheessa selvitetään asiakkaiden tiedostettuja ja ei tiedostettuja tarpeita. Tässä vaiheessa on tärkeää, että ymmärretään palvelun käytön konteksti ja sen tuomat rajoitteet ja mahdollisuudet. Ymmärrä vaiheessa voidaan hyödyntää erilaisia menetelmiä, esimerkiksi benchmarkingia, asiantuntijahaastatteluita, sidosryhmäkuvauksia tai etnografiaa. (Koivisto 2007, 71 - 72.)

Pohdi -vaiheessa saadut tulokset analysoidaan, ja kartoitetaan asiakkaan palvelupolku. Tähän on suunniteltu erikseen työkalu nimeltään palvelukokemuskartta, jossa näkyy asiakkaan palvelupolku ja palvelukokemus. Tämän työkalun avulla löydetään ongelmia ja uusia mahdollisuuksia, joita ei ole huomioitu. Kehitä vaiheessa kehitetään palvelukonsepti-ideoita. Ideoinnin tulisi perustua asiakkaiden tarpeisiin ja apuna voidaan käyttää esimerkiksi aivomyrskytekniikkaa tai palvelunäytteiden laatimista. (Koivisto 2007, 73 - 74.)

Seulonta -vaiheessa parhaat ideat valitaan jatkokehittettäviksi. Arvioinnissa parhaimmiksi ideoiksi tai palvelukonsepteiksi voidaan käyttää esimerkiksi arviointia asiakkaiden näkökulmasta. Selitä -vaiheessa palvelusta tehdään prototyyppi, eli havainnollistetaan ja selitetään mahdollisimman hyvin palvelun kulku, jotta arvioiminen helpottuu. Tähän voidaan käyttää apuna esimerkiksi palvelunäytteiden laatimista, piirrettyjä skenaariota tai palvelukokemuksen tunnelman lavastamista. Toteuta -vaiheessa ideoitua palvelukonseptia kehitetään testaamisen kautta. Kun toimivin malli löydetään, määritetään se valmiiksi palvelutuotteeksi. Liiketoiminta-, markkinointi- ja lanseeraus suunnitelma pitää myös suunnitella. Henkilökunnalle tulee tehdä työohjeet ja kouluttaa uuteen palveluun. (Koivisto 2007, 75.)

7 Projektin kulku

Prosessin kuvaamisen menetelmänä käytettiin Service Design -menetelmää (palvelumuotoilu). Menetelmä valittiin, koska sen avulla pystytään kuvaamaan vaiheittain työn prosessi ja sen sisältö. Työn prosessien kuvaus auttaa lukijaa konkreettisesti näkemään työn sisällön vaiheet ja saavutetut tulokset. Myös tulevaisuudessa, jos työtä halutaan jatkaa, se onnistuu helposti etenemällä Service Design -menetelmän mukaan, jota on havainnollistettu kuvassa 6. (Moritz 2005).



Kuva 6: Service Designin kulku mukailen (Moritz 2005)

Kehittämishanke on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Laadullinen tutkimus on yleensä kokonaisvaltainen, jossa otetaan huomioon myös tutkittavien tai tutkittavan lähtökohdat. Aineistona kvalitatiivisessa tutkimuksessa saattaa olla vain yksi tapaus tai yksi haastattelu tai voidaan valita vain yksi ryhmä tutkimuksen kohteeksi. Haastattelut ovat kvalitatiivisen tutkimuksen päätutkimusmenetelmä. (Hirsjärvi ym. 1997, 170 - 171.) Tutkimusmenetelmiksi on valittu asiantuntijateemahaastattelut ja aivomyrsky. Aivomyrskyä on käytetty opintojaksolla, joista saatuja tuloksia käytetään avuksi opinnäytetyössä. Alla olevissa kappaleissa perehdytään menetelmiin paremmin teoriassa sekä kerrotaan, miten ne toteutetaan osana tutkimuksen tekoa.

7.1 Ymmärrä -vaihe: Voimia luonnosta -päivä

Ennen kuin lähdimme ideoimaan palvelukokonaisuutta, halusimme nähdä, minkälaista palvelua järjestetään tällä hetkellä luonnossa virkistäytymiseen. Service Design menetelmässä tätä vaihetta kutsutaan ymmärrä -vaiheeksi eli tämä on menetelmän ensimmäinen vaihe. Tähän tarjoutui hyvä tilaisuus, kun psykologi Kirsi Salonen ja opintopsykologi Santtu Merjanaho jär-

jestivät Voimia luonnosta -päivän. Kyseinen kurssi oli suunnattu Laurean opiskelijoille ja se pidettiin Helsingin Kuntokalliossa. (Liite 3)

Päivän aikana käytiin läpi eri mahdollisuuksia, miten luontoympäristöä voi käyttää oman jakamisen ja psyykkisen hyvinvoinnin edistämiseen. Osa päivästä käytettiin opiskelujaksamisen kehittämiseen. Teimme erilaisia ryhmä- ja yksilöharjoituksia luontoympäristössä psykologin ohjastuksella. Päivän tavoitteena oli avartaa näkemyksiä, löytää voimavaroja, selkeyttää omia tavoitteita ja rentoutua. (Liite 4)

Voimia luonnosta päivä pidettiin sunnuntaina 23.5.2010.

Menimme paikan päälle Kuntokallioon käyttäen bussia. Saavuttuamme Kuntokallioon kello 12.00 aloitimme Voimia luonnosta -päivän syömällä lounasta. Ruokailu oli järjestetty Kuntokallion omissa tiloissa. Lounas toimi hyvänä tapana tutustua muihin. Paikalle ei ilmaantunut ohjaajien ja meidän kahden opinnäytetyöntekijän lisäksi kuin yksi Laurea ammattikorkeakoulun opiskelija. Ruokailun jälkeen aloitimme ensimmäisen yksilöharjoituksen. Harjoituksessa meitä kehoitettiin olemaan puhumatta. Tarkoituksenamme oli etsiä oma mielipaikka, josta ei näkyisi rakennettua ympäristöä. Kukin siirtyi valitsemalleen paikalle, jonka jälkeen vietimme noin 20 minuuttia paikoillamme rauhoittuen. Jos ensimmäinen mielipaikka ei tuntunut mieluaisalta, sai sitä vaihtaa kesken harjoituksen. Tämän jälkeen palasimme alkuperäiseen lähtöpisteeseen ja jokainen ryhmästä sai halutessaan esitellä mielipaikkansa. Muutkin ryhmäläiset pääsivät siis kokeilemaan toistensa mielipaikkoja. Luontomielipaikkaharjoitus tehtiin, sillä luontomielipaikat auttavat arjen huolten unohtamiseen. (Kirsi Salonen 2010.)

Ensimmäisen harjoituksen jälkeen kävimme sisätiloissa kahvilla. Kahvihetken jälkeen aloitimme toisen harjoituksen. Toinen harjoitus suoritettiin ryhmässä. Saimme tehtäväksemme kerätä luonnosta luontokappaleita, jotka mielestämme kuvastivat jotain, mitä elämältä haluaisimme. Keräsimme esimerkiksi ryhmän kesken kukkia. Kukat kuvastivat ryhmällemme iloa, elämää ja lämpöä. Saimme kokea metsäterapian vaarojakin, sillä kohtasimme tämän harjoituksen aikana metsikössä käärmeen. Tämä yhteentörmäys langetti pienen varjon koko loppupäivän ylle, sillä jouduimme koko loppuajan varomaan käärmeitä. Ensimmäisen ja toisen harjoituksen aikana ympäristönä oli pieni alue meren rannalla. Taustalla oli Kuntokallion omia rakennuksia sekä metsää. Toisen harjoituksen jälkeen söimme päivällistä ryhmässä.

Kolmannen harjoituksen alkaessa siirryimme metsään. Harjoitus alkoi rauhoittumisella, etsimme metsästä mielipaikkamme, jossa rauhoituimme noin 20 minuuttia. Tämän jälkeen keräännymme yhteen ja saimme uudet ohjeet psykologi Kirsi Saloselta. Ohjeistuksena oli seurata oman elämän polkua ja kulkea sinne, minne jalat veivät. Tämä oli yksilöharjoitus, joka kesti noin 30 minuuttia. Lopuksi keräännymme yhteen ja kuljimme jokaisen oman polun vuorotellen. Kävellessämme polkua kulkija kertoi, mitä tunsu ja ajatteli ja miksi oli valinnut juuri

kyseisen reitin. Samalla psykologi Kirsi Salonen analysoi kulkijan tuntemuksia. Kun olimme kulkeneet jokaisen ryhmäläisen polun, teimme metsän siimeksessä rentoutumisharjoituksen psykologi Kirsi Salosen johdolla. Tämä harjoitus jouduttiin lopettamaan aika pikaisesti, sillä sade yllätti ryhmämme ja ajoi meidät takaisin sisätiloihin.

Neljännän harjoituksen teimme sisätiloissa. Laitoimme tuolit ympyrämuodostelmaan, jotta voimme keskustella mahdollisimman sujuvasti ryhmän kesken. Huoneessa oli hiljaisena taustaaanena cd-soittimelta soitettuja luonnon ääniä. Psykologi Kirsi Salonen oli ottanut mukaan luontokuvia. Kuvat oli otettu eri vuodenaikoihin ja erilaisista luontoympäristöistä. Kuvat asetettiin siten, että jokainen sai valita sieltä itselleen sopivimman kuvan. Kun jokainen oli valinnut kuvan, kerroimme, miksi olimme valinneet juuri sen maiseman. Harjoituksen yhteydessä Kirsi Salonen kertoi, että jo pelkän luontomaiseman katseleminen kuvasta tai ikkunasta alentaa stressiä ja parantaa suorituskykyä. Päivän päätteeksi joimme vielä kahvit ryhmässä.

Päivästä informointiin sähköpostitse kaikille Laurean opiskelijoille kaksi kertaa. Paikan päälle mentiin julkisilla kulkuneuvoilla tai omalla autolla. Paikka oli Helsingissä, mutta sunnuntaina matka Helsingin keskustasta perille kesti yli tunnin. Julkiset yhteydet olivat huonot. Tämä seikka todennäköisesti vaikutti osanottajamäärään. Voimia luonnosta -päivän hinta oli tarjottuun 10€, lisäksi jokainen kustansi itse matkat paikan päälle ja takaisin. Hinta oli edullinen, mutta siltikään se ei houkuttanut osanottajia mukaan. Alun perin Voimia luonnosta -kurssin piti kestää kaksi päivää, mutta vähäisen osanottajamäärän takia kurssi supistettiin päivän mittaiseksi. Itse sunnuntaipäivä kesti kuusi tuntia, joka tuntui päivän loppupuolelta pitkältä. Sääolosuhteet olivat todella suuri tekijä. Päivä oli kylmä ja sateinen ja vaikka varusteet olivat asianmukaiset, mielipaikkaharjoituksissa tuli kylmä, sillä istuimme paikoillaan noin 20 minuuttia. Suomen sääolosuhteiden vuoksi on hyvä painottaa varusteiden tärkeyttä osanottajille.

7.2 Pohdi -vaihe: haastattelut

Service Design -menetelmän mukaisesti toisessa vaiheessa tehtiin asiantuntijahaastattelut psykologi Kirsi Saloselle, ohjelmapalvelu yrittäjä Satu Selviselle sekä Metsähallituksen Etelä-Suomen luontopalvelujen kehittämispäällikkö Lasse Lovénille. Valittaessa tutkimusmenetelmiä tulee ottaa huomioon, minkälaista tietoa etsitään ja keneltä (Hirsjärvi ym. 1997, 129.). Menetelmäksi valittiin haastattelu, koska se sopii tutkimuksen luonteeseen. Haastatteluissa voi säädellä aineiston keruuta joustavasti tilanteen edellyttämällä tavalla ja pääsee suoraan kielelliseen vuorovaikutukseen tutkittavan kanssa. Haastatteluissa pystyy reagoimaan haastateltavan ilmeisiin ja eleisiin ja esittää lisäkysymyksiä tarvittaessa. Tietenkin haastattelumenetelmissä on myös huonot puolensa, kuten että haastateltava ei pysty olemaan anonyymi, mikä saattaa vaikuttaa vastauksiin. Haastateltava saattaa tuntea sosiaalista painetta vastata

sillä tavalla, jonka luulee olevan yhteiskunnallisesti hyväksyttävämpi. (Hirsjärvi ym. 1997, 195 - 196.)

Haastattelumenetelmistä käytettiin teemahaastattelua, joka on laadullisen tutkimuksen yksi menetelmä. Teemahaastattelussa on erilaisia etukäteen määriteltyjä aihepiirejä. Teemahaastattelussa käydään haastateltavan kanssa kaikki aihepiirit läpi. Kuitenkaan, sillä missä järjestyksessä ja millä laajuudella kysymykset käydään läpi, ei ole merkitystä. Haastattelijalla ei välttämättä ole edes tarkkoja kysymyksiä rakennettuna mukaan haastatteluun, vaan vain tukilista kysymyksistä. (Eskola ja Suoranta, 2005 86.)

Teemahaastattelussa kaikille haastateltaville teemat eli aihepiirit ovat samat, kysymysten laajuus ja järjestys vaihtelevat. Teemahaastattelussa otetaan huomioon jokaisen yksilön yksilöllisyys ja hänen tulkintansa aiheista. Jokaisen antamat vastaukset ovat keskeisiä tutkimuksen kannalta. (Hirsjärvi ja Hurme 2000, 48.) Liitteessä 1 on nähtävillä haastattelujen teemat ja tukikysymykset. Haastattelut nauhoitettiin ja ennen kun aineistoa lähdettiin analysoimaan, nauhoitukset litteroitiin. Litterointi tarkoittaa aineiston puhtaaksi kirjoittamista. Kun aineistoa litteroitiin, pyrittiin kääntäminen tekemään sana tarkasti, jos kuitenkin haastateltava toisti useaan otteeseen saman sanan peräkkäin, sitä ei ole mainittu erikseen. Haastatteluiden nauhoja ja litterointeja säilytetään määrätyn ajan. (Hirsjärvi ym. 2004, 212.)

Aineistoa suositellaan purettavan samanaikaisesti kun sitä kerätään. Jos kuitenkin tähän ei pystytä, tulisi purkaminen aloittaa mahdollisimman pian aineiston keräämisen loputtua. (Hirsjärvi ja Hurme 2006, 135.) Laadullisen aineiston analyysia voidaan kuvata prosessina: aineiston kokonaisuus → kokonaisuudesta osiin luokittelu → tulkintaan. (Hirsjärvi ja Hurme 2006, 144.) Aineiston kokonaisuus kohdassa tulee valita aineisto, joka kiinnostaa ja on oleellista tutkimuksen kannalta. Vaikka haastatteluissa on tullut kaikkea mielenkiintoista esille, tulee valita vain oleelliset asiat kirjattavaksi. Toisessa vaiheessa haastattelu litteroidaan ja kolmannessa kohdassa luokitellaan. (Tuomi ja Sarajärvi 2009, 91 - 93.) Luokittelutapoja on useampi, mutta työssä on valittu luokittelu teemoittain.

Haastattelun litteroinnin jälkeen aineisto purettiin teemoittain. Litteroinnista valittiin tärkein sisältö opinnäytetyön lopullisen tuotoksen kannalta. Kolmen eri haastattelun sisällöt kirjattiin teemojen alle siten, että ne ovat johdonmukaisesti luettavissa. Aineiston tulkinta on kirjattuna johtopäätöksiin ja metsäterapiapalvelukonseptin kuvaukseen.

Service Designin toisessa eli Pohdi -vaiheessa on kirjattuna saadut haastattelun tulokset ja rakennettu Ylikosken teoksen avulla palvelun kulusta hahmotelma. Ensimmäisessä teemassa kysyttiin haastateltavien taustatietoja. Ensimmäinen haastattelu suoritettiin Metsähallituksen tiloissa Tikkurilassa 5.11.2010. Haastateltava Lasse Lovén työskentelee Metsähallituksella

kehittämispäällikkönä Etelä-Suomen luontopalvelualueella joka kattaa noin puolet Metsähallituksen luontopalvelukokonaisuudesta. Lasse Lovén toimii oppilastöiden yhteyshenkilönä Metsähallituksen ja Laurean ammattikorkeakoulun välillä. (Lasse Lovén 2010.) Toinen haastattelu tehtiin Satu Selviselle 7.11.2010 Nuuksiossa. Selvinen on perustanut Nuuksion Taika yrityksenä noin vajaa kaksi vuotta sitten, mutta on työskennellyt ratsastusterapeuttina yli 20 vuotta. Selvinen on koulutukseltaan fysioterapeutti ja eräopas. (Satu Selvinen 2010.) Kolmas haastattelu pidettiin Lempäälässä psykologi Kirsi Saloselle hänen vastaanotolla 9.11.2010. Salonen on psykologian maisteri ja on opiskellut myös ympäristöpsykologiaa, ja myöhemmin ekopsykologiaa. Salosella on ollut vuodesta 1998 oma vastaanotto ja hän kirjoitti vuonna 2005 kirjan *Mieli ja maisema*. Kirsi Salonen on osallistunut MTV 3 Vihreä kulta sarjaan, joka liittyy läheisesti metsäterapia aiheeseen. Tällä hetkellä Salonen pyörittää omaa vastaanottoaan, vie ihmisiä luontoon ja opiskelee tohtoriksi. (Kirsi Salonen 2010.)

Ensimmäisessä teemassa käytiin läpi haastateltavien nimet, työnantajat ja kokemus. Toisessa teemassa haastateltavia pyydettiin kuvailemaan palvelua, josta käytettäisiin nimitystä metsäterapia. Lasse Lovén kertoi, että Metsähallituksella on isot metsäalueet, jossa jokamiehenoikeudet mahdollistaa ihmisille liikkumisen luonnossa ja oikeuden marjastaa, metsästää, kalastaa ja retkeillä. Ihmisillä on myös mahdollisuus nauttia maisemista, maastosta, eläimistä ja puhtaasta ilmasta. Lovén sanoo, että Metsähallitus haluaa raaka-aineiden tuonnin lisäksi yhdistää metsään hyvinvointiedellytyksiä ja hyvinvointihyötyjä. Jotta asiakas pääsisi kohtamaan luonnon, tarvitaan palvelujärjestelmä. Asiakkaille tulee kuvata, mitä tarjotaan ja tuotteen tulee kohdata asiakkaan kokemusmaailma, aikataulut ja resurssit. Metsähallitus on kehittämässä tällaista toimintaa heidän omistamiinsa keskuksiin, joita on noin 30 erilaista Suomessa. Lasse Lovén suositteli lukemaan kansainvälisen Health People Health Parks -konferenssin aineiston. Konferenssi pidettiin Australiassa viime keväänä. Tässä aineistossa on yleispätevää tietoa toisten maiden samankaltaisesta toiminnasta heidän puistokeskuksissaan sekä tietoa, miten he hyödyntävät luonnonresursseja terveysvaikutusten aikaansaamiseksi. Lovénin mielestä metsäterapia on suunnattu kaikille, kuitenkin kysyntää todennäköisesti löytyy erityisesti uupuneiden henkilöiden keskuudesta. Heille tämä metsä toimisi hoitokuurina eli Green Receipt:inä. (Lasse Lovén 2010.)

Satu Selvisen mielestä metsäterapiaa on esimerkiksi ratsastusterapia, kun se toteutetaan metsässä. Virkistyspäivät voidaan lukea myös metsäterapiaksi, jos siihen sisältyy metsäretki. Potentiaalisin asiakaskunta Selvisen mielestä on ulkomaalaiset, jotka tulevat Suomeen lomailemaan. Suomalaisten keskuudessa mielenkiintoa tämänkaltaisille palveluille löytyy eniten naisvaltaisilla aloilla kuten sosiaali- ja terveydenhuoltoaloilla. (Satu Selvinen 2010.)

Kirsi Salonen kertoo pitävänsä nykyisestä Green Care määrittelystä, ja että paras paikka toteuttaa metsäterapiaa on kaupungin ulkopuolinen viheralue. Kaupungin ulkopuoliset viheralu-

eet ovat maisemaltaan metsämäisempiä ja äänimaisemaltaan rauhoittavampia. Rakennetut viheralueetkin käyvät, mutta tutkimuksissa on todistettu kaupungin ulkopuolisten viheralueiden olevan elvyttävämpiä. Salonen sanoo, että koska elämme tehokkuutta korostavassa yhteiskunnassa, pahimmassa tapauksessa ihminen menee metsään ja suorittaa metsäterapian nopeasti ja kiireellä, jolloin metsäterapian tarkoitus ei tule täytetyksi. Metsäterapian rauhasa tekeminen tuottaa parempia tuloksia kuin nopeasti suoritettu metsäterapiakerta. Tämän takia tarvitaan erilaisia terapeuttisia menetelmiä, jotta saadaan asiakkaat irtautumaan tehokkaasta ja aikaa säästävästä ajattelutavasta. Ohjaaja tai terapeutti voi yrittää luoda ryhmän henkilöille turvallisen kokemuksen. Kokemukseen pitää turvallisuuden tunteen lisäksi saada ympättyä sosiaalisen ympäristön positiiviset vaikutukset, kuten ryhmän tuki ja kannustava ilmapiiri. Salonen kertoi esimerkkinä mielipaikkaharjoituksen. Mielipaikkaharjoitus sopii kaikille ja antaa ihmisestä paljon tietoa. Mielipaikkaharjoituksen kautta pystytään toimimaan tietoisemmin, ja luoda täsmällisemmin ohjattuja menetelmiä. Salosen mukaan kaikki ovat potentiaalisia asiakkaita. Menetelmiä ja ryhmän kokoa pitää tietenkin harkita kohderyhmän mukaan. Liikuntarajoitteisia ihmisiä ei voi viedä syvälle metsään ja mielentilähäiriöisten ihmisten kanssa pitää liikkua pienissä ryhmissä. (Kirsi Salonen 2010.)

Kolmannessa teemassa käsiteltiin metsäterapiapalvelun toimintaympäristöä. Lasse Lovénin mukaan esimerkiksi Helsingin kaupungin keskuspuisto käy hyvin toimintaympäristöksi parin tunnin sessioon. Kuljetaan ryhmän kanssa tunti tai pari metsäpolulla ja annetaan ympäristön elvyttää. Opas voi vaikka kertoa kohteista matkan varrella ja ryhmäläisten kanssa voidaan yhdessä tunnustella, miten syke muuttuu metsäterapiasession aikana. Muitakin mahdollisia fyysisiä muutoksia voidaan tarkkailla session aikana. Jos taas halutaan viettää koko viikonloppu metsäterapian parissa, olisi hyvä olla jokin keskus, missä tarjotaan ruokaa, iltaohjelmaa sekä muut tarvittavat puitteet. Pääasia olisi metsä, mutta muut palvelut tukisivat sitä. Lovén kertoo vielä, että Suomella on mahdollisuus erottua metsäterapialla, koska metsän osuus on hyvin tärkeä suomalaisessa profiilissa. Eri maiden pitäisi hyödyntää omia vahvuuksiaan ja siksi Suomen pitäisi markkinoida enemmän metsiään. Japani ja Etelä-Korea ovat edelläkävijöitä metsäterapiassa. Japani on tehnyt Lovénin mukaan metsäterapiakeskuksista vientituotteen Filippiineille. (Lasse Lovén 2010.)

Satu Selvisen mielestä suomalaiset eivät ole vielä valmiita maksamaan pelkkään metsään menemisestä. Ulkomaalaisille riittää pelkkä kävelykin metsässä, mutta kyllä siihen on hyvä liittää vaikka hetki nuotiolla nokipannukahvit juoden ja eväitä syöden. (Satu Selvinen 2010.) Kirsi Salonen lähti miettimään aihetta, mikä olisi ihanteellinen toimintaympäristö. Ihanteellinen toimintaympäristö on monimuotoinen eli siellä on erilaisia puita, pensaita, ruohikkoa, kiviä, kalliota, vettä sekä monia muita elementtejä. Ihanteellisessa ympäristössä on myös erilaisia tiloja, kuten aukeita tiloja, korkeita kallioita sekä vesimaisemaa. Äänimaiseman pitää olla myös rauhoittava. (Kirsi Salonen 2010.)

Neljännessä teemassa käsittelimme ohjatun metsäterapiapalvelupaketin aikatekijöitä. Lasse Lovénin mukaan aikatekijöissä tulee ottaa huomioon todennetut elpymisvaikutukset. Tarkkoja aikamääreitä ei pystytä kuitenkaan vielä todentamaan ja Lovén pitääkin tärkeänä, että tällaisiin kysymyksiin lähdetään etsimään vastauksia. Jokaisella ihmiselle on oma psyykkinen elpymisaikansa. Pitää tietenkin ottaa huomioon myös kyllästymisaste eli mikä on liikaa. (Lasse Lovén 2010.) Selvisen mukaan aikakestot riippuvat siitä, mitä hakee harjoituksesta. Ratsastusterapia kestää yleensä tunnin, ja kun ollaan metsässä voi puolikin tuntia riittää. Selvisen mukaan tunnista kahteen on sopiva kesto olla metsässä ja siihenkin vaikuttaa, miten ihmiset jaksavat olla ja minkälainen kunto heillä on. (Satu Selvinen 2010.) Kirsi Salosen mukaan metsässä vietetyllä ajalla ei ole ylärajaa, mitä pidempään sen parempi. Jos aikaa on vähän, voi itse elpyminen unohtua. Metsä jää viitekehyykseksi ja terveystuote jää kokonaan puuttumaan. Salonen antoi esimerkkinä metsässä järjestettävän leikkimielisen kilpailun, jossa kilpailu voitti häiritä itse tarkoitusta eli rauhoittumista ja elpymistä metsässä. Leikkimielisetkin kilpailut saattavat aiheuttaa suuria tunnekuohuja sekä epäonnistumisen pelkoa yksilölle ja näin sosiaalinen ympäristö tulee merkittävämmäksi kuin itse toimintaympäristö. Salosen mukaan on tärkeää, että toiminnassa ei ole kilpailua, jotta toiminnasta ei tule suorittamista ja tavoitteellista. (Kirsi Salonen 2010.)

Viidennessä teemassa mietittiin mitä tulee ottaa huomioon asiakkaan ja ohjaajan näkökulmasta. Lovénin mukaan on huomioitava ohjaajan osaaminen, koulutus, sosiaaliset taidot ja muut palveluun vaikuttavat tekijät. Ohjaajalta pitää löytyä tietyt ominaisuudet, jotta hän osaa ottaa huomioon asiakkaiden turvallisuuden ja muut tarvittavat seikat. Ohjaajan tulee saada tarvittava koulutus ja laatuvaatimukset ohjaajalle tulee miettiä tarkkaan. Kriteerejä voi hyödyntää myös markkinoinnissa, jotta asiakaskin huomaa, että kyseinen palvelu on laadultaan hänelle suotuisa. Ohjaajan tulee olla hyvä ihmistuntija ja hänen tulee tuntea faktat metsän elvyttävistä vaikutuksista, jotta osaa käydä nämä asiat läpi asiakkaan kanssa. Ohjaajan ei kuitenkaan tarvitse olla psykologi, kunhan tietää metsäterapiaan liittyvistä faktoista tarpeeksi. Lovénin mielestä ryhmän maksimikoko on kymmenen henkilöä. Tätä lukua ei tulisi ylittää, jotta voidaan antaa jokaiselle osanottajalle henkilökohtaista huomiota. (Lasse Lovén 2010.)

Satu Selvisen mielestä tulee metsässä ollessa ottaa huomioon, ettei lähdetä suorittamaan liiaksi. Selvisen mielestä viisitoista henkilöä on maksimi ryhmäkoko metsäretkillä. Kuusi henkilöä ryhmässä on Selvisen mukaan ihan hyvä määrä. Selvisen mielestä oppaalla ei tarvitse olla mitään tiettyä koulutusta, vaan yhteistyöllä eri alojen ammattilaisten kanssa voidaan käydä läpi eri tilanteet. Selvinen liittyy usein kansanperinteet omiin pitämiinsä metsäretkiin ja muihin hänen vetämiinsä ohjelmapalveluihin. Metsässä pidettävissä ohjelmissa hän itse

kertoo muinaissuomalaisia uskomuksia, jotta metsäretken lomaan syntyy tarina. Tarinat auttavat lapsia jaksamaan liikkumaan metsässä. (Satu Selvinen 2010.)

Kirsi Salosen mukaan ohjaajalla ei tarvitse olla tietynlaista koulutusta. Kuitenkin, jos on psykologisia tavoitteita, terveysalan koulutus voi olla eduksi. Ammattimainen ymmärrys olisi tarpeen tai edes ammattilaisen konsultointi, jotta osaa toimia oikein erilaisissa tilanteissa. Salosen mukaan metsäterapiaharjoitukset olisi hyvä suorittaa yksin, jotta asiakas kokee harjoitukset henkilökohtaisiksi. Ohjaajan tulisi huomioida kaikkia ryhmäläisiä tasavertaisesti, eikä vähätellä kenenkään ryhmäläisen tekoja, vaan kannustaa ja tukea. Salosen mukaan ryhmän koko riippuu ryhmän tavoitteista. Salonen kuitenkin toteaa, että kymmenen on aika sopiva lukumäärä, sillä silloin pystyy huomiomaan yksilön. Salosen mukaan luontoliikkuminenkin auttaa, mutta koska mieltä voidaan hoitaa myös täsmällisemmin, tämä mahdollisuus pitäisi käyttää hyödyksi. (Kirsi Salonen 2010.)

Kuudennessa teemassa haastateltavilta tiedusteltiin, liittyvätkö metsäterapiaan jotkin tietyt arvot. Lasse Lovén sanoi, että puhuttaessa terapiasta tulisi olla perustelut tulokset ja mittauslaitteet, joilla saadaan tietää metsäterapian vaikutukset. (Lasse Lovén 2010.) Satu Selvinen sanoi, että yrittäjänä häntä velvoittavat tietyt standardit ja lainsäädännöt. Selvinen kertoi myös tekevänsä jokaista retkeä varten turvallisuussuunnitelma asiakirjan, retken reitin ja pelastautumispisteet. Riskit ovat minimaaliset, mutta on hyvä olla ensiapupakkaus aina mukana, koska ikinä ei tiedä, mitä metsässä voi tapahtua. (Satu Selvinen 2010.) Kirsi Salonen kertoo, että ilman muuta tulee huomioida psyykinen ja fyysinen turvallisuus. Ympäristönäkö-
kulmasta tulee Salosen mukaan kunnioittaa luontoa, ettei luontoa niin sanotusti käytetä hyödyksi, ilman että luontoa kunnioitetaan. Luontoa pitää suojella ja rauhoitettujen kasvien poimimista tulee välttää, kuten myös puiden katkomista. (Kirsi Salonen 2010.)

Seitsemännessä teemassa keskusteltiin haastateltavien henkilökohtaisista kokemuksista metsäterapiapalvelussa. Lasse Lovénilla ei ole vielä ollut omakohtaisia kokemuksia metsäterapiasta, hän kuitenkin vertasi vaellusta johdatukseksi samaan aiheeseen. Lovén kertoo, että tämän vuoden keväällä julkistettiin Ikaalisten kylpylässä palvelu nimeltään voimapolku tai metsäpolku, jota markkinoidaan terapeuttisilla vaikutuksilla. (Lasse Lovén 2010.)

Satu Selvisellä ei ole omakohtaisia kokemuksia metsäterapiasta. Selviseltä tiedusteltiin suosituimpia ohjelmapalveluita. Hän kertoi, että aluksi arveli pyöräilyn ja melonnan kiinnostavan ihmisiä, mutta Selvisen yllätykseksi tavalliset metsäretket ovat nousseet hyvin suosituiksi. Osasyynä varmastikin ovat melonnan paljon suuremmat kustannukset verrattuna tavalliseen metsäretkeen. Tavalliset metsäretket ovat hyviä, kun niihin on ympätty ohjelmaa. Syksyllä sieniretket olivat myös suosittuja. Selviselle voi lähettää tarjouspyynnön siitä, mitä haluaa retkeltään ja hän tekee kustannusarvion ja suunnitelmat sen pohjalta. Selvinen ei ainakaan

vielä ole järjestänyt tietyn ajankohdan mukaisia retkiä, joille voisi vain spontaanisti osallistua. Selvisen mielestä tällaisia retkiä olisi hyvä kuitenkin järjestää. (Satu Selvinen 2010.)

Kirsi Salonen puhui ammattilaisen näkökulmasta kokemuksistaan, kun hän on pitänyt metsässä terapiasessioita. Hätkähdyttävintä Salosen mielestä on ollut asiakkaiden käytös, jos sitä vertaa sisätiloissa tehtyyn terapiaan. Asiakkaat ovat olleet selvästi avoimempia, luottavaisempia ja suhtautuneet myönteisemmin ja nähneet enemmän toivoa omassa elämässään terapian tapahtuessa luonnossa. Salonen sanoo, että terapiaprosessi etenee nopeammin ja tehokkaammin, kun se toteutetaan luonnossa. Joissain tapauksissa on ollut asiakkaan kanssa näkemyseroja, eli kun Salonen haluaa hoitaa asiakkaan mieltä, asiakas onkin tullut kuntoilemaan luonnossa. Asiakkaat ovat myös usein pukeutuneet liian kevyesti, vaikka on kerrottu selvästi, että tullaan olemaan ulkona säästä riippumatta. Talvella on tärkeää pysyä enemmän liikkeessä ja pitää olla mahdollisuus tulenteeseen. Yleensä asiakkaat ovat positiivisesti yllättyneitä metsäterapiasta, vaikka sää olisi ollut sateinen. Salonen toteaa, että säällä, jolloin ihminen ei yleensä olisi ulkona, voi syntyä uusia ja erilaisia aistikokemuksia. (Kirsi Salonen 2010.)

Kahdeksannessa teemassa käsiteltiin metsäterapian historiaa, nykytilaa ja tulevaisuutta sekä pohdittiin metsäterapian merkitystä matkailussa. Lovén mietti, että käsitteenä metsäterapia on ollut Suomessa noin kaksi vuotta. Lovénin mukaan metsäterapia tuli vahvemmin esille TEKESIN tekemän hankkeen kautta, jossa vapaa-ajan ryhmä järjesti matkan Japaniin tarkoituksena tutustua erilaisiin terapian ja luontoterapian mahdollisuuksiin. Lasse Lovén kertoi myös, miten muissa maissa on toteutettu metsäterapiata. Virossa ja Liettuaassa hänen mukaansa on rakennettu kaupunginpuistoja siten, että ihmiset pääsevät retkeilemään turvallisissa olosuhteissa niissä. Tulevaisuudessa metsäterapia tulee olemaan Lovénin mukaan Suomelle vientituote, kun saadaan rakennettua oikeanlaista näkyvyyttä. Suomeen rakennetaan kansallispuistoihin luontoterapiakeskuksia ja samalla pidetään luonnon monimuotoisuutta yllä. Metsäterapia tulee työllistämään Lovénin mukaan kymmenen vuoden sisällä 20 000 - 30 000 ihmistä. (Lasse Lovén 2010.)

Satu Selvinen kertoi, että metsä on ollut ennen ihmisille niin sanottu apteekki. Ihmiset uskoivat tiettyjen luontokappaleiden parantavan sairauksia. Nykyään tarkoituksena on saada metsästä moniaistisia kokemuksia. Selvinen kertoi, että hän on ollut mukana kehittämissä erilaisia moniaistisia sisätiloja, joista suosituin on ollut luontotilat. Moniaistisia sisätiloja on suunniteltu henkilöille, joilla ei välttämättä ole mahdollisuutta mennä luontoon liikuntarajoitteiden takia. (Satu Selvinen 2010.)

Kirsi Salonen uskoo, että tiede on vaikuttanut siihen, että ihmiset eivät käy niin paljon enää luonnossa. Salonen sanoo, että ihminen haluttiin nähdä erityislaatuisena verrattuna eläimiin, ja näin ihminen erotettiin luonnosta. Hän kertoo myös, että ympäristöpsykologiassa on koulu-

kunta, joka ajattelee, että ihminen ei vain hyödy luonnon vaikutuksista, vaan olisi jopa ihmiselle niin sanottu tyypillinen ominaisuus eli geneettinen ominaisuus voida hyvin luonnossa. Salonen toivoo, että tietoisuus ihmisten keskuudessa lisääntyy tulevaisuudessa luonnon elvyttävistä vaikutuksista. Kuitenkin, jos ihmisten läheisyydestä vähennetään viheralueita, myös mahdollisuudet luonnon äärelle menemisestä vähenevät. Parasta olisi päivittäinen altistuminen viheralueille. Salosen mielestä metsäterapia voisi olla tulevaisuudessa matkailualalla myyntivaltti. (Kirsi Salonen 2010.)

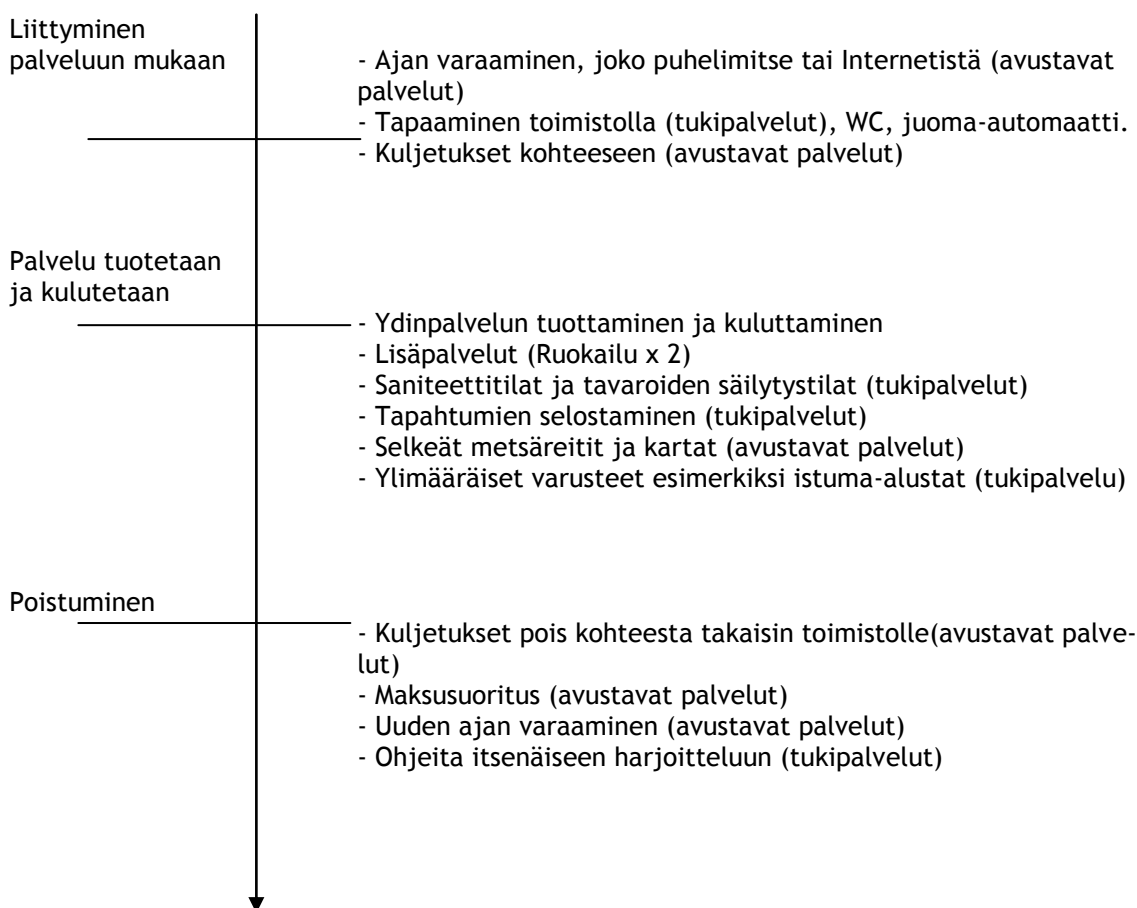
Yhdeksännessä teemassa esitellään kurssin Matkailualueen kehittäminen tuloksia haastateltaville (luettavissa kappaleessa 7.3.). Ideoihin kysytään jatkokehitysideoita sekä kommentteja. Lasse Lovénin mielestä sosiaalisilla aktiviteeteilla on tavoitteena enimmäkseen ryhmäyttää. Moni aktiviteetti riippuu oppaasta, eli pitää olla innostava ja taitava opas, jotta aktiviteetit onnistuvat. Lovénin mielestä aktiviteetteihin tulee lisätä tiedollinen puoli eli kertoa, mikä tulee olemaan pitempi, ei pelkästään sen hetken vaikutus ihmiseen. (Lasse Lovén 2010.) Satu Selvisen mielestä aktiviteetit ovat myös paljon oppaasta kiinni, eli miten hän osaa opastaa ihmiset niihin. Jälkien tunnistamisesta hän mainitsee, että ne sopivat enimmäkseen lapsille. Selvinen kertoo, että hän pitää että enemmän ollaan liikkeessä kuin jäädään johonkin paikkaan. Luonnosta löytyy paljon vaihtoehtoja, ja voidaan oikeastaan yhdistää muita terapiamuotoja metsään. Selvisen mukaan metsäterapiassa ei tarvitse olla liikaa ohjelmaa, vaan tietoista läsnäoloa, aistien herkistämistä ja toimintaa ilman tavoitteita. Aistiradasta hän piti, mutta ehdotti muuttamaan nimeä, ettei se ole niin tavoitteellinen. Selvinen ehdotti aistipolku nimeä aistiradan sijasta. Selvinen suosittelee tutustumaan Internet sivustoihin www.mielenkieli.fi, jossa esitellään yritys, joka tarjoaa metsässä tapahtuvia palveluja. (Satu Selvinen 2010.)

Kirsi Salosen mukaan aktiviteettien tavoitteet vaihtelevat paljon. Monessa aktiviteetissa on mukana biologista osuutta eli luonnon tuntemista tai fyysistä osuutta. Hänen omasta näkökulmastaan tärkeintä on, että luonto tarjoaa jonkin äänimaiseman tai visuaalisen maiseman ja sitä käytetään hyödyksi ”aktiviteetissa”. Salonen piti myös aistiradasta ja onkimisesta ilman syöttiä. Salonen ehdotti maalaamisesta, että teema voisi olla vaikka löydä itsesi luonnosta tai kohti toivoa. Hengitysharjoituksiin hän ehdotti, että voisi pyytää asiakasta hengittämään tuulen tahtiin tai puun kanssa. Salonen ehdotti lukemaan ekopsykologi Michael Cohenin mietteitä hengitysharjoituksista. Hiljaisuus on myös tärkeää eli voi pitää puhekiellon koko harjoituksen ajan. (Kirsi Salonen 2010.)

Viimeisessä eli kymmenennessä teemassa kysyttiin muuta huomioitavaa metsäterapian suhteen, esimerkiksi nimestä. Lasse Lovén sanoo, että metsäterapianimitys on suora käänös ulkomaalaisesta Forest Therapy käsitteestä, joka on maailmanlaajuisesti tunnettu. Lovénin mielestä pitää myös ottaa huomioon, mitä osaamista tarvitaan, miten laatu varmistetaan ja

mikä on välittäjän rooli. (Lasse Lovén 2010.) Satu Selvisen mielestä nimi metsäterapia on riski, koska se on liian yleispätevä, eikä sitä voi varmaankaan rekisteröidä. Selvisen mielestä metsäretkiin tulisi liittää tarinointia. (Satu Selvinen 2010.) Kirsi Salosen mielestä yksilön huomioiminen ja kuuleminen metsäterapiassa on erityiseen tärkeää. Saloselta kysyttiin vielä lisäksi hänen mielipidettään, onko parempi, jos ryhmäläiset tuntevat toisensa vai eivät. Hänen mielestään molemmissa on hyviä ja huonoja puolia. Kun ryhmäläiset tuntevat toisensa, voi olla jo valmiita klikkejä ryhmässä, mutta taas toisaalta metsäterapian avulla niitä klikkejä voidaan murtaa. Jos taas ryhmäläiset ovat toisilleen tuntemattomia, saattaa olla, etteivät ryhmäläiset ole valmiita jakamaan kaikkia asioita yhtä helposti. Jos ryhmässä on eri-ikäisiä tai kulttuuritaustaisia, se voi olla ihan hyvä juttu, koska näin pystytään murtamaan ihmisten ennakkoasenteita. Yleensä roolit eivät vaikuta metsäympäristössä. (Kirsi Salonen 2010.)

Haastattelujen jälkeen tehtiin vielä palvelunkulusta hahmotelma Ylikosken mallin mukaisesti. (Ylikoski 2001, 229). Ennen siirtymistä seuraaviin Service Designin vaiheisiin halutaan hahmottaa lukijalle palvelun kulkua, jotta lopullista kuvausta on helpompi ymmärtää.



Kuva 7: Hahmotelma palvelunkulusta mukaillen (Ylikoski 2001, 229.)

7.3 Kehitä -vaihe ja Seulonta -vaihe: aivomyrsky ideointimenetelmänä

Kehittämistyön osana käytettiin aivomyrsky menetelmää Service Design -menetelmän mukaisesti, jotta saataisiin hyviä uusia ideoita metsäterapian aktiviteeteiksi. Tämä vaihe on Service Designin kolmas eli kehitä vaihe. Aivomyrsky menetelmä valittiin osaksi tutkimusmenetelmiä, koska se on yksi yleisimmistä ideoimiskeinoista. Aivomyrskyllä on selkeä tavoite, tuottaa mahdollisimman paljon ideoita lyhyessä ajassa ja se on helppo toteuttaa vähällä määrällä resursseja.

Aivomyrsky on ideointimenetelmä, jonka Alex Osborn kehitti yli 70 vuotta sitten. Aivomyrskyn tavoitteena on lisätä ideoiden määrää ja kehittää niitä laadullisesti. Aivomyrskyyn tarvitaan kolmen - kymmenen hengen ideointiryhmä. Mitä erilaisemmat taustat ryhmän jäsenillä on, sitä erilaisempia ideoita syntyy. Ideointiryhmälle pitää valita myös vetäjä. Vetäjän tehtävänä on esittää ongelma tai aihe, josta ideoita pitää alkaa luomaan. Vetäjän tehtävänä on myös kirjoittaa syntyneet ideat muistiin. Aivomyrskyssä on hyvin tärkeää, että kaikki ideat sanotaan ääneen. Toisten ideoista saattaa syntyä toisille uusia ideoita, tai he voivat kehittää ideaa eteenpäin. Aivomyrskyssä onkin hyvin tärkeää kuunnella toisten ideoita ja viedä niitä ideoita eteenpäin. Aivomyrskyssä ei saa kuitenkaan nostaa mitään ideaa yli muiden vaan kaikkia ideoita pitää kohdella tasavertaisina. Mitä enemmän ideoita aivomyrskyssä syntyy, sitä parempi. Kaikki kritiikki ja negatiivinen ajattelu pitää unohtaa kokonaan. Aivomyrskyn ollessa käynnissä pitää ajatella että kaikki on mahdollista. Sopiva aika aivomyrskylle on 30 - 45 minuuttia. (Solatie & Mäkeläinen 2009, 133.)

Matkailualueiden kehittäminen opintojaksolla työstiin raportti Green Care -toiminnasta. Raportissa oli uusien luonnossa ja metsässä tapahtuvien aktiviteettien ideoinnin tuloksia. Tulokset on saavutettu aivomyrsky menetelmällä. Olimme osana ryhmää ideoimassa uusia terapiamuotoja ja saimme myös luvan käyttää tuloksia työssämme. Tulokset jaettiin opintojaksolla kahteen eri kategoriaan: rentouttavat ja sosiaaliset aktiviteetit niiden tarkoituksien mukaan. Alla (Taulukot 2 ja 3) on listattu opintojaksolla aikaansaadut aktiviteetit.

Rentouttavat aktiviteetit on kehitetty pääasiallisesti stressin sekä ahdistuksen lievitykseen ja itsensä tutkiskeluun. Niitä voi käyttää erilaisina metsäterapian muotoina. Sosiaaliset aktiviteetit ovat toiminnallisempia ja ne tehdään joukolla. Ne sopivat esimerkiksi työkykyä parantavaan toimintaan tai sosiaaliseen kanssakäymiseen.

Aktiviteetti	Tarkennus
Sammalkävely	Henkilö kävelee sammaleella paljain jaloin, koiteaan sammalta käsillä. Sormissa ja varpaissa on paljon hermopäätteitä, joilla tuntee paremmin.
Onkiminen ilman syöttiä	Kalastukseen liittyy aina tietynlainen stressi saaliin pyydystämisestä. Mikäli mahdollisuutta saaliin nappaamiseen ei ole, voi keskittyä täysin rentoutumaan toiminnan avulla.
Aistirata	Käytetään metsässä muita aisteja kuin näköä. Haistellaan, kuunnellaan ja tunnustellaan luontoa. Tutustutaan luontoon kaikkien aistien avulla.
Maisemien maalaus	Maalataan erilaisia kuvia luonnossa luonnosta.
Eläintenseuraaminen	Valitaan tietty eläin metsästä, jonka toimintaa seurataan tarkemmin. Mietitään eläinten elämää ja verrataan sitä omaan.
Puiden istutus	Luodaan uutta elämää istuttamalla uusia puita. Kasvien hoito on todettu rentouttavaksi.
Tunnekuvat	Henkilöt valitsevat viisi tunnetta, jotka kuvaavat heidän tämän hetkistä elämäntilannettaan. Tämän jälkeen heidän tulee ottaa luonnosta kuvia, jotka kuvaavat näitä tunteita.
Luontojooga/hengitysharjoitus	Hyödynnetään luonnon puhtautta ja raikkautta, joka yhdistetään joogaan tai hengitysharjoitukseen.
Aamu/yö metsässä	Tutustutaan öiseen/aamuiseen metsään. Seurataan luonnon muutoksia vuorokauden eri aikoina, kuten auringonlasku ja nousu.
Hiljainen hetki	Keskitytään luontoon ja omaan ajatuksiin. Rentoutetaan keho ja mieli.

Taulukko 2: Rentouttavat aktiviteetit

Aktiviteetti	Tarkennus
Metsäruokaa	Ryhmän tulee valmistaa ateriat metsänantimista. Samalla voidaan käydä läpi mitä kaikkea luonnosta voi syödä ja mitä ei.
Piilosta	Leikitään piilosta metsän/ luonnon keskellä. Leikkimielinen ja hauska leikki saa ryhmän rentoutumaan toistensa kanssa.
Jälkien tunnistaminen	Tutkaillaan eläinten jättämiä jälkiä ja jätöksiä.
Eläin/ kasvi bongaus	Ryhmä saa listan eläimistä ja kasveista mitä heidän pitää etsiä luonnosta.
Majan/ suojan rakennus	Rakennetaan maja/ suoja luonnon tarpeista. Tämä lisää yhteisöllisyyttä sekä itsetuntoa.
(Keppi)Jumppaa	Jumpataan ja voimistellaan metsän ja luonnon tarjoamien avujen avulla.
Laulaminen/ huutaminen metsässä	Lauletaan/ huudetaan metsässä. Puretaan paineita ja samalla kohotetaan ryhmähenkeä.
Runon kirjoitus	Kirjoitetaan ja esitetään runoja luonnon inspiroimana.
Eläinten kutsuminen	Käydään läpi mitä eläimiä Suomen luonnosta voi löytyä ja samalla voidaan leikkimielisesti yrittää kutsua eläimiä paikalle. Tämä on myös opetuksellinen aktiviteetti.
Metsäalias	Pelataan Aliasta luontoon liittyvillä sanoilla.

Taulukko 3: Sosiaaliset aktiviteetit

Service Design -menetelmän mukaisesti ideoinnin jälkeen päästään neljänteen vaiheeseen, jossa valitaan parhaat ideat konseptikuvaukseen. Ideoiden valintaan on käytetty apuna haastatteluista saatuja kommentteja aktiviteetteihin. Valitut ideat näkyvät tuoteselostekortista ja konseptikuvauksessa. Myös muiden tekijöiden valinta, kuten aikatekijät ja hinta on selitetty kappaleessa 8.

8 Selitä -vaihe: tuotos eli konseptikuvaus

Service Design -menetelmän mukaisesti laaditaan mahdollisimman tarkka kuvaus koko palvelusta. Tämän viidennen vaiheen nimi on Selitä. Tässä vaiheessa käytettiin apuna Blueprinting -menetelmää, koska sen avulla voidaan luoda selkeä kuvaus palvelusta. Matkailutuotteesta voidaan laatia kuvaus suunnittelun ja tuotetestauksen perusteella. Tuotetta testattiin asiantuntijahaastattelujen avulla. Kaikki suunnitteluvaiheet tulee dokumentoida tarkkaan, jotta niihin voidaan palata myöhemmin, jos kohdataan ongelmia palvelussa. Tämä on erityisen tärkeää, jos mukana on usean eri yrittäjän palveluita, jotta nähdään, etteivät palvelut ole päällekkäisiä ja kokonaistuote toimii. Tästä dokumentoinnista käytetään nimitystä tuotanto- ja kulutuskaavion luominen eli Blueprinting. Blueprintingin avulla saadaan hyvä pohja palvelun eri osa-alueiden kustannusten arviointiin ja markkinoinnin suunnitteluun. (Ojasalo ym. 163). On myös hyvä laatia tuoteseloste tai tuotekortti, josta yksityiskohtaiset tiedot selviävät asiakkaalle helposti. (Lackman & Verhelä 2003, 78 - 79.) Kuvassa 8 on tehty Lackmanin ja Verhelän mallin mukaisesti metsäterapiapalvelun tuoteselostekortti. Tuoteselostekorttiin valittiin aktiviteetit haastattelujen perusteella. Haastatteluista saadut kommentit selviävät kappaleesta 7.2 Pohdi -vaihe: haastattelut. Aktiviteetteja on käsitelty yhdeksännessä teemassa. Hinta tuoteselostekorttiin on laskettu kappaleessa 8.2 Hinnoittelu ja kustannuslaskennat. Metsäterapiapalvelun päivän pituuteen vaikutti opinnäytetyön tekijöiden omat kokemukset Voimia luonnosta -päivästä ja haastatteluista saadut kommentit neljänteen teemaan eli metsäterapiapalvelun aikatekijät. Tuoteselostekorttiin kuuluvasta markkinointiviestinnästä on kerrottu kappaleessa 8.1 Markkinointiviestintä yleiseltä kannalta, mitä vaihtoehtoja on tarjolla.

Tuoteselostekortista käy ilmi nämä tiedot:

- tuotteen nimi ja lyhyt kuvaus
- tuotteen käyttötarkoitus ja hyödyt asiakkaalle
- tuotteen markkinat ja asiakkaat
- tuotteen sisältö ja asiakaspalvelut
- markkinointiviestintä
- jakelu ja saatavuus
- hinta
- lisäpalvelut
- asiakaspalaute

(Lackman & Verhelä 2003, 79.)

Metsäterapia

Metsäterapian tarkoituksena on tuottaa hyvän olon tunnetta ja arjesta irtautumista. Kauniissa metsämaisemassa tehdään erilaisia rentoutumisharjoituksia, nautitaan luonnosta ja seurataan luonnossa tapahtuvia ilmiöitä. Apuna käytetään metsän tarjoamia mahdollisuuksia, kuten luonnon ääniä ja tuoksua sekä puhdasta hengitysilmaa. Metsäterapia päivän jälkeen koet itsesi rentoutuneeksi ja olet ladannut akkusi taas tulevien haasteiden varalle. Metsäterapiapalvelu on tarkoitettu sinulle, joka tunnet tarvitsevasi lisävoimia opiskeluun, töihin tai arkeen. Voit valita itse laajasta aktiviteetti valikoimastamme, mitä haluat metsäterapia päivänä tehdä, tässä yksi mahdollinen kokonaisuus. Aktiviteetit vaihtelevat päivämäärien mukaan.

Päivän kulku esimerkki:

10.00	Lähtö Helsingistä, josta yhteiskuljetus Nuuksion kansallispuistoon
10.45	Saapuminen Nuuksion kansallispuistoon
11.00	Lähtö Nuuksion metsäalueelle
11.15	Ensimmäinen harjoitus -rentoutumisharjoitus
12.30	Lounastauko ja kahvit (tehdään avotulella ruokaa)
13.30	Kirjoitetaan luontomaiseman inspiroimia runoja
14.00	Aistipolku
15.00	Vinkkejä itsenäisiin rentoutumisharjoituksiin ja kahvit
15.45	Onkiminen ilman syöttiä
17.00	Lähtö takaisin Helsinkiin

Hintaan kuuluu:

- Kuljetukset Helsinki - Nuuksion kansallispuisto ja Nuuksion kansallispuisto - Helsinki.
- 1 x ruokailu ja 2 x kahvit
- Ohjaajan tarjoamat palvelut
- Ohjeet itsenäiseen harjoitteluun
- Metsäterapiapalvelun harjoitukset

Hinta: 50 euroa per henkilö

Pidätämme oikeudet sisällöllisiin muutoksiin. Metsäterapia päivä toteutetaan kun ryhmään on ilmoittautunut vähintään seitsemän henkilöä. Ilmoittautumisia otetaan vastaan joko puhelimitse tai sähköpostitse. Lähetämme tarkemmat pukeutumis- ja varuste vaatimukset ilmoittautuneille.

Kuva 8: Metsäterapiapalvelun tuoteselostekortti

Blueprintingin eli prosessikuvauksen avulla voidaan analysoida palveluprosessia. Tarkoituksena on tehdä niin objektiivinen kuvaus niin, että asiakkaat, henkilöstö, johtajat ja kaikki lukijat ymmärtävät minkälaisesta palvelukokonaisuudesta on kyse. Kuvauksessa käy ilmi palvelun tuotannon kokonaisprosessi, asiakaskontaktit, työntekijän ja asiakkaiden roolit sekä näkyvissä että näkymättömissä olevat palvelun osat asiakkaalle. (Ojasalo ym. 2009, 158 - 159.)

Kun palvelusta rakennetaan Blueprint, tulisi tehdä seuraavat toimet. Ensin tulee valita kehitettävä palveluprosessi, sillä Blueprinting voidaan tehdä joko yksityiskohtaisesti eri palvelun tasoilla, tai voidaan valita pienempi osa suuremmasta prosessista. Toiseksi valitaan palvelun asiakassegmentti, koska erilaisten asiakkaiden tarpeet ovat erilaiset. Kolmanneksi tulee selvittää prosessi asiakkaan näkökulmasta, eli mitä eri odotuksia asiakkaalla on palvelun eri vaiheissa. Neljännessä vaiheessa selvitetään työntekijöiden toimet, jotka ovat asiakaskontaktissa asiakkaaseen. Selvitetään näkyvät ja ei näkyvät toimet, sekä tekniikan välityksellä näkyvät toimet. Viidennessä vaiheessa selvitetään mahdolliset tukitoimet, joilla on yhteys asiakkaan kokemuksiin. Näin voidaan yhdistää asiakaskontaktien toimet mahdollisiin tukitoimiin. Viimeisessä vaiheessa kaavioon lisätään fyysiset osat, jotka näkyvät asiakkaalle, kuten laskut. (Ojasalo ym. 2009, 160 - 163.) Kuvassa 9 on tehty metsäterapiapalvelusta tuotanto- ja kulutuskaavio Komppulan ja Boxbergin mallia mukaillen. (Komppula ja Boxberg 2002, 23).

Aika	Tuntematon	9.30 - 10.00	10.00	10.45	11.15 →
Konkreettiset elementit Asiakkaan toiminnot vuorovaikutuksen linja	Asiakas varaa ja maksaa palvelun	Kokoontuminen Helsingin rautatientorilla	Matka Nuuksion kansallispuistoon	Saapuminen Nuuksioon, siirtyminen Nuuksion metsäalueelle	Rentoutumisharjoitus
Kontaktihenkilöstön toiminnot Näkyvyyden linja	Asiakaspalvelija informoi asiakasta		Kuljetus Nuuksion kansallispuistoon	Opastaa asiakkaat	Asiakkaiden opastus
Taustahenkilöstön toiminnot Sisäisen vuorovaikutuksen linja	Syöttää varauksen järjestelmään ja tilittää maksun	Hakee ja maksaa vuokra-auton sekä kokoaa ruokatarvikkeet			
Tukiprosessit	Varausjärjestelmä, auton vuokraus, ruoka tarvikkeiden hankinta	Autonvuokraus firman asiakaspalvelu	Vuokra-auto	Nuuksion opasteet	Nuuksion metsä

Aika →	12.30	13.30	14.00	15.00 →
Konkreettiset elementit Asiakkaan toiminnot vuorovaikutuksen linja	Lounas ja kahvi	Kirjoitetaan maiseman inspiroimia runoja	Aistipolku	Vinkkejä itsenäisiin rentoutumisharjoituksiin ja kahvit
Kontaktihenkilöstön toiminnot Näkyvyyden linja	Valmistaa ruokailun	Opastaa aktiviteetin	Opastaa asiakkaita	Opastaa asiakkaita ja valmistaa kahvit
Taustahenkilöstön toiminnot				
Tukiprosessit	Nuotiopaikka, ruoat ja juomat	Materiaalit, Nuuksio	Nuuksion metsä ja opasteet	Nuotiopaikka, materiaalit
Aika →	15.45	17.00 - 17.45	17.45	Tuntematon
Konkreettiset elementit Asiakkaan toiminnot vuorovaikutuksen linja	Onkiminen ilman syöttiä	Lähtö takaisin Helsinkiin Palautelomakkeen täyttö	Saapuminen Helsinkiin Palautelomakkeen palauttaminen	
Kontaktihenkilöstön toiminnot Näkyvyyden linja	Opastaa asiakkaita	Kuljetus takaisin	Palautteen keruu	
Taustahenkilöstön toiminnot Sisäisen vuorovaikutuksen linja				Palauttaa vuokra-auton ja tankkaamisen Palautteen tallennus järjestelmään
Tukiprosessit	Tarvikkeet, Nuuksion järvet	Vuokra-auto	Materiaalit	Autoliikkeen asiakaspalvelu

Kuva 9 Tuotanto- ja kulutuskaavio mukaillen (Komppula ja Boxberg 2002, 23.)

8.1 Markkinointiviestintä

Kun mietitään markkinointiviestintää, tulee kiinnittää huomiota toiminnan laajuuteen, markkina-asemaan sekä asemointipäätöksiin. Markkinointiviestintästrategia on tärkeä osa kilpailuedun tavoittelussa, sillä sen avulla voidaan erottua kilpailijoiden joukosta sekä hyödyntää useita markkinointikanavia saman viestin avulla. Markkinointiviestillä pyritään kiinnittämään kohderyhmän huomio, saada kiinnostumaan palvelusta, huomaamaan palvelun ja lopulta ostamaan sen. Tästä markkinointiviestistrategiasta käytetään nimitystä AIDA-kaavio, joka muodostuu englanninkielisistä sanoista Attention, Interest, Desire ja Action eli huomio, kiinnostus, haluaminen ja toiminta. Keskeisimmät markkinointiviestinnän keinot ovat lehti-ilmoitukset, vuorovaikutusmarkkinointi, mainonta, henkilökohtainen myyntityö, tiedotus- ja suhdetoiminta, tapahtumamarkkinointi, suoramarkkinointi ja myynninedistäminen. (Jylhä & Viitala 2006, 122 - 123.)

Järviluoman (Aho, Ilola ja Järviluoma 1997, 55.) mukaan matkailua tulisi markkinoida luonnolla ja maisemalla, ilmastolla, kulttuurilla, historialla, harrastusmahdollisuuksilla, ohjelmapalveluilla, tapahtumilla, majoitus- ja ravitsemuspalveluilla, hintatasolla ja saavutettavuudella. Jos valitaan seuraavasta listauksesta markkinointitekijöitä metsäterapiapalveluun, voidaan metsäterapian luonteen takia pitää tärkeimpinä luonnon ja maiseman markkinointia, ohjelmapalvelua, hintatasoa ja saavutettavuutta. (Aho ym. 1997, 55.) Taulukossa 4 on kuvattu markkinointiviestinnän tilanteita ja tapoja. (Jylhä & Viitala 2006, 122).

Suunniteltu viestintä	Tuotteen välittämät viestit	Palvelun viestit	Suunnittele - maton viestintä	Puutteellinen viestintä
Lehti - ilmoittelu	Käytettävyys toimintavarmuus	Asiakaskohtaamiset palvelun aikana	Suusta suuhun viestintä	Asiakkaalle ei tiedoteta
Esitteet	Suunnittelu, design	Toimitustenhoito ja laskutus	Referenssit, suosittelevat	Hiljaisuus virheen sattuessa
Tuoteluettelo	Ulkonäkö	Tuotedokumentit	Uutiset	
www -sivut	Raaka-aineet	Valitusten käsittely	Huhut	
Henkilökohtainen myyntityö	Tuotantotapa	Palveluympäristö	Sosiaalinen media	

Taulukko 4: Markkinointiviestinnän tilanteita ja tapoja (Jylhä & Viitala 2006, 122.)

8.2 Hinnoittelu ja kustannuslaskennat

Hinnoittelu on kilpailukeino ja tärkeä osa markkinointia. Hinta voi olla monelle asiakkaalle valintakriteeri ja monta tuotemerkkiä leimaakin nykyisin halpuus tai sitä mainostetaan halpana. Hinnoitteluun vaikuttavia tekijöitä voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin. Ulkoapäin hinnoittelua ohjaa kysyntä ja kilpailu ja sisältäpäin tuotanto- ja markkinointikustannukset sekä strategiset ja markkinoinnilliset tavoitteet. Yleensä tuotteen tai palvelun perushinta tulee kuluista ja siihen lisätään katteet, että yritys tekisi myös voittoa. Tietenkin tietyillä ajanjaksoilla hinnat muuttuvat ja kustannukset saattavat muuttua (esimerkiksi halvempi polttoaine kuljetuksiin). Asiakkaille annetaan myös alennuksia tai määrä/ paljous alennuksia, jotka vaikuttavat hintaan. Jokaisella yrityksellä on omat strategiansa, jonka mukaan hinnoittelevat tuotteensa. (Jylhä & Viitala 2006, 119 - 121.)

Palveluiden kustannuksia laskettaessa tulee ottaa huomioon kiinteät ja muuttuvat kustannukset. Kiinteät kustannukset ovat sellaisia, jotka eivät muutu riippuen siitä miten yrityksellä menee. Kiinteitä kustannuksia voi olla esimerkiksi vuokra, vakuutukset tai Internet lasku. Muuttuvia kustannuksia tulee taas sellaisista menoista mihin voi itse vaikuttaa esimerkiksi kuukausittain. Hyvänä esimerkkinä muuttuvista kustannuksista voi olla esimerkiksi kuljetuskustannukset ja palkkakustannukset, joka ovat verrannollisia asiakasmäärään nähden. Kokonaiskustannukset saadaan laskemalla muuttuvat ja kiinteät kustannukset yhteen ja, jotta saadaan kustannukset katettua, tarvitaan yritykselle tuottoja. Tuotot syntyvät asiakkaiden maksamista hinnoista yritykselle. Yrityksen tulos taas saadaan selville laskemalla tuotot miinus kustannukset. (Mäkinen, Stenbacka ja Söderström 2002, 8 - 9.)

Jokaiseen tuotteen ja palvelun loppuhintaan lisätään kulutusvero eli arvolisävero. Tästä muodostuu lopullinen hinta, jonka asiakas maksaa yritykselle. Yleisin arvolisäprosentti on 22. Yrityksen kannattavuutta tarkastellaan yleensä katetuottolaskelman avulla. Katetuotto saadaan laskemalla myyntituotot miinus muuttuvat kustannukset. Tulos eli voitto tai tappio saadaan taas laskemalla katetuotto miinus kiinteät kustannukset. Yrityksen kannalta ei ole välttämättä järkeä jatkaa toimintaa jos voittoa ei synny. Katteita voi kuitenkin nostaa niin paljon, että ne kattavat kiinteät ja muuttuvat kustannukset ja yritys tekee voittoa. (Mäkinen ym. 2002, 18, 30.)

Metsäterapiapalvelupäivän esimerkki laskenta (ryhmässä 7 asiakasta):

- Ohjaajan 9 tunnin palkka (yksi ohjaaja) 96,3€
- Kuljetukset (7+1 henkilöä) yhteensä 75,91€
- Ruokailu ja 2 kahvia (7+1 henkilöä) 10€ per henkilö

Ohjaajalle maksetaan Matkailu-, ravitsemus ja vapaa-ajan työehtosopimuksen mukainen palkka, joka on kuukaudessa yli viiden vuoden kokemuksella 1702 euroa kuukaudessa ja tuntipalkkana 10,70 euroa tunnilta. Ohjaaja aloittaa työpäivän puoli tuntia ennen kuin asiakkaat tulevat paikalle ja ohjaajalla jää vielä noin puolituntia aikaa takaisin saapumisen jälkeen. (Työehtosopimus. Finlex.)

Kuljetuksien hinta muodostuu auton vuokrasta ja dieselin hinnasta. Dieselin hinta on noin 1,15€ litralta (Diesel. Polttoaineen hinta.) Auton vuokrahinta on noin 70€, autoon mahtuu 7+1 henkilöä. (Hinta. Minibussinvuokraus.) Matkaa kertyy Helsingin Rautatientorilta Nuuksion kansallispuistoon 32,1 kilometriä eli edestakaisin 64,2km. (Reittiohje. Google Maps.) Minibussin arvioitu keskipolttolitus on noin 8 litraa per 100 kilometriä. (Keskipolttolitus. Nettiauto.)

Kuljetuksen hintalaskenta:

Koko matkan polttoaineen kulutus

$$8 \text{ l} * 0,642 \text{ km} = 5,136$$

$$5,136 * 1,15 \text{ €} = 5,91\text{€}$$

Koko päivän auton kustannukset

$$5,91\text{€} + 70\text{€} = 75,91\text{€}$$

Nuuksion kansallispuiston alueella ei ole ruokailumahdollisuutta ravintolassa. Ruokailu tulee järjestää Nuuksiossa avotulella itse tehden tai tuoda mukana eväät. Kahvien hinta muodostuu pikakahvipaketin, maitopurkin ja sokerin yhteissummasta. Pikakahvipaketti maksaa 3,53 euroa, maitojuoma maksaa noin 1,5 euroa ja sokeri 1 €, eli yhteensä 6,03€. Ruoaksi voidaan ostaa mukaan hyvin säilyviä ruokatarpeita.

Pikakahvipaketti	3,53 euroa
Maitojuoma	1,5 euroa
Sokeri	1 euroa
Banaaneita 8 kpl	0,34 euroa * 8 = 2,72 euroa
Omenoita 8 kpl	0,25 euroa * 8 = 2 euroa
Lähdevesi 0,5l 16 kpl	0,73 euroa * 16 = 11,68 euroa
Kanasalaatti 380g 8 kpl	4,69 euroa * 8 = 37,52 euroa
Karjalanpiirakka 585g 1 kpl	2,86 euroa * 1 = 2,86 euroa
<u>Pullakahvit 8 kpl</u>	<u>0,56 euroa * 8 = 4,48 euroa</u>
Yhteensä	67,29 euroa. (Ruokatarpeiden hinnat. HOK-Elanto.)

Yllä olevista kuluista päivään liittyen voidaan laskea yhteissummaksi 96,3€ + 75,91€ + 67,29€ = 239,5 euroa, hinta sisältää arvolisäveron. Yhteissumman mukaan voidaan laskea pakollisiksi katettavat kulut ja suositeltava minimi osallistujien määrä. Jotta palvelusta syntyy myös tuot-

toa, tulee miettiä sopivaa katetta. Seitsemän hengen ryhmässä yksilöhinta on 34,21 euroa, jos yhdeltä hengeltä peritään 50 euron osallistumismaksu, joka on yhteensä seitsemältä hengeltä 350 euroa. Katetuotto prosentti saadaan seuraavalla laskutoimituksella:

$$350 - 239,5 = 110,5 \text{ (katetuotto)}$$

$$110,5 / 350 * 100 = 31,6 \% \text{ (katetuotto prosentti)}$$

8.3 Nuuksion kansallispuiston esittely

Nuuksion kansallispuisto on esitelty osana työtä esimerkkinä paikasta, missä metsäterapia - palvelua voidaan toteuttaa. Nuuksion kansallispuiston ympäristöä on käytetty kuvauksessa toimintaympäristönä. Nuuksion kansallispuisto on perustettu vuonna 1994 ja sitä hallinnoi Metsähallitus. Nuuksion kansallispuisto on toiminut kansallispuiston nimellä vuodesta 1994, kuitenkin tätä ennen, jo vuonna 1989, valtioneuvos teki periaatepäätöksen, jonka mukaan alue tulisi varata ensisijaisesti ulkoilun ja luonnonsuojelun tarpeisiin. (Leivo 2003, 200-207) Nykyään Nuuksion kansallispuisto on yksi suosituimpia kansallispuistoja Suomessa. Nuuksion kansallispuistossa vierailaan vuosittain noin 179 500 kertaa. (Metsähallitus 2009, Käyntimäärät kansallispuistoittain 2009.) Nuuksion kansallispuisto sijaitsee Espoon, Vihdin ja Kirkkonummen alueella. Itse kansallispuisto on 45 neliökilometriä laaja alue, josta löytyy merkittviä reittejä, keittokatoksia ja telttailualueita. (Luontoon.fi 2010.)

Nuuksoon pääsee julkisilla kulkuneuvoilla. Tästä syystä Nuuksion kansallispuiston kävijät ovat pääsääntöisesti pääkaupunkiseudulta. Nuukso on hyvin lähellä pääkaupunkia ja perille asti pääsee seutulipulla. Kävelytiet helpottavat metsässä liikkumista niille, jotka eivät siellä ole tottuneet liikkumaan. Opasteet ovat myös helposti ymmärrettäviä. Nuuksion alueella toimii myös kymmenittäin matkailualueen yrityksiä. Vuonna 2003 Nuuksiossa arveltiin käyvän noin 15 000 kaupallista retkeilijää. (Leivo 2003, 171, 184)

9 Opinnäytetyön luotettavuus

Laadullisessa tutkimuksessa käytetään kahta termiä kuvaamaan aineiston luotettavuutta reliabelius ja validius. Se miten luotettavuus osoitetaan voi olla hankalaa laadullisissa tutkimuksissa. (Hirsjärvi ja Hurme 2006, 184 - 186.) Opinnäytetyössä käytettiin teemahaastattelu- ja aivomyrskymenetelmää viitekehysten tueksi, jotta saatiin rakennettua lopullinen tuotos.

Haastatteluissa laatu vaikuttaa haastattelujen luotettavuuteen. Haastattelujen hyvää laatua voidaan tavoitella tekemällä hyvä haastattelurunko. Teemahaastatteluissa on hyvä tehdä kysymyksiä teemojen alle, jotta tarvittavat asiat osataan kysyä. Haastattelun laadun takaamiseksi kannattaa varmistaa laitteiden toimivuus ja haastattelun aikana voi kirjoittaa muistiinpanoja. Haastattelijat kannattaa kouluttaa, jotta jokainen haastattelija ymmärtää haastatte-

lurungon samalla tavalla. Ja litteroinnit tulisi suorittaa alusta loppuun samalla tyyllillä. (Hirsjärvi ja Hurme 2006, 184 - 186.)

Reliaabeliudella voidaan tarkoittaa sitä, että kaksi haastattelijaa ymmärtää esitetyn asian samalla tavalla tai, jos haastateltaisiin kaksi kertaa samaa henkilöä samasta aiheesta, tulos olisi sama molemmilla kerroilla. Jälkimmäisessä vaikuttaa toki haastattelujen aikaväli, koska haastateltavan tieto on voinut aiheesta lisääntyä tai mielipiteet muuttua. (Hirsjärvi ja Hurme 2006, 184 - 186.) Opinnäytetyössä haastatteluja suoritti kaksi henkilöä, jotka olivat rakentaneet yhdessä haastattelurungon. Haastattelua käytiin läpi, jotta molemmat haastattelijat olisivat yhteisymmärryksessä teemoista ja niiden sisällöistä. Haastattelut nauhoitettiin, jonka jälkeen ne litteroitiin. Haastattelujen tulokset koottiin molempien opinnäytetyön tekijöiden toimesta lyhyellä aikavälillä. Haastateltavat on esitetty työssä siten, että he ovat tunnistettavissa.

Validius määritelmässä on monta eri lähtökohtaa, mutta yleensä validius määritellään lyhyesti siten, että onko tutkittu sitä, mitä on luvattu. (Tuomi ja Sarajärvi 2009, 140.) Teoria osuutta kerättiin kirjoista ja Internetistä. Teoria osuutta alettiin kerätä opinnäytetyökurssin alusta tammikuusta 2010, mutta taukoa syntyi opinnäytetyön teosta kesä-, heinä- ja elokuun ajaksi. Syyskuussa 2010 opinnäytetyötä ryhdyttiin tekemään aktiivisemmin ja haastattelut suoritettiin lokakuussa 2010 lyhyellä aikavälillä. Haastatteluissa ja teoria osuudessa kerättiin aineistoa konseptikuvauksen kannalta tärkeimmistä aihealueista. Koko prosessin eteneminen vaikutti työn luotettavuuteen.

10 Johtopäätökset

Haastatteluista nousi esiin, että metsäterapia tulee olemaan tulevaisuudessa suuri osa Suomen matkailu-alaa. Lasse Lovén Metsähallitukselta arvioi metsäterapian työllistävän kymmenen vuoden sisällä noin 20 000-30 000 ihmistä. Metsät ovat suuri osa Suomen luonnonvaroja ja niitä tulisi hyödyntää. Suomen luontoa tulee markkinoida ulkomaille ja samalla pyrkiä rakentamaan Suomeen metsäterapiapalvelua.

Opinnäytetyössä kehitettiin metsäterapiapalvelukonseptia kuusi vaiheisen Service Design -menetelmän mukaisesti. Tavoitteena oli päästä Service Designin viidenteen Selitä -vaiheeseen asti. Tämä tavoite täyttyi ja opinnäytetyön tuotoksina syntyi metsäterapiapalvelun tuoteselostekortti (kuva 7) ja Service Blueprint eli tuotanto- ja kulutuskaavio (kuva 8). Nämä tuotokset auttavat tulevaisuudessa tahoja, jotka lähtevät viemään eteenpäin metsäterapiapalvelun kehittämistä, siitä mihin tässä työssä on päästy. Opinnäytetyötä voi käyttää myös johdantona metsäterapiapalveluun, jos aihe ei ole ennestään tuttu.

Opinnäytetyössä määriteltiin metsäterapia palveluksi, jonka tarkoituksena on tuottaa asiakkaille hyvänolon tunnetta ja arjesta irtautumista. Metsäterapiapalvelun sisältöön kuuluu luonnosta nauttiminen, rentoutuminen ja hiljentymisen. Metsäterapia on metsässä tapahtuvaa olemista ja aktivoitumista, josta ei koidu liiallista rasitusta. Metsäterapian käsite voi tuntua erikoiselta terapia -sanasta, mutta kyseessä on palvelu, joka on suunnattu kaikille. Metsäterapia on suora käänös ulkomaalaisesta käsitteestä Forest Therapy.

Haastatteluista saatujen kommenttien ja tulosten avulla on koottu huomioon otettavia seikkoja ja metsäterapiapalveluun liittyen. Kaikista kolmesta haastattelusta nousi esiin ryhmän optimikoko. Metsäterapiapalvelua toteuttaessa ryhmän koko ei saa ylittää kymmentä henkilöä. Metsäterapiapalvelu ei tunnu niin henkilökohtaiselta ja tehokkaalta jos ryhmän koko nousee liian suureksi. Ryhmän jäseniä pitää kohdella kaikin puolin tasavertaisesti sekä kaikille pitää jakaa yhtä paljon huomioita. Aktiviteeteissa ei suositella liian tavoitteellista toimintaa, eikä kilpailuja.

Luonnon monimuotoisuus on positiivinen tekijä metsäterapiapalvelussa. Mitä monipuolisempi metsäympäristö, sitä helpommin asiakkaat löytävät sieltä omat lempipaikkansa. Hiljaisuus on hyvin tärkeä luontoympäristössä. Luonnon äänet saavat kuulua, mutta jo pieni tie lähimaastossa saattaa tuottaa sen verran meteliä, että se häiritsee metsäterapiaan osallistuvia. Metsäterapian aikatekijöitä tulisi tutkia enemmän, mikä on optimaalinen määrä, minkä ihmiset jaksavat olla metsässä. Aikamääriä olisi hyvä tutkia tuotetestauksen yhteydessä kylläisyyden ja elpymisen kannalta.

Metsäterapian ohjaajalla ei tarvitse olla tiettyä koulutusta, kuitenkin suositeltiin terveysalan tuntemusta tai konsultointia terveysalan ihmiseltä. Ohjaajan tulee tuntee metsäterapian vaikutuksen faktat. Metsäterapiapalvelussa tulee osata ottaa huomioon ihmisten psyykinen ja fyysinen turvallisuus. Metsäterapiapalvelun järjestäjän tulee ottaa huomioon lainsäädäntö, esimerkiksi maanomistajan lupa ja jokamiehen oikeudet.

11 Arvio projektista

Opinnäytetyön tavoitteena oli ideoida, suunnitella ja kuvata uudenlainen palvelukonsepti ja samalla pyrittiin parantamaan luontopalveluiden tunnettavuutta. Tavoitteiden saavuttamiseksi työssä käytiin läpi, mistä osa-alueista metsäterapiapalvelu koostuu ja miten siitä tulee myytävä tuote. Työssä päästiin asetettuihin tavoitteisiin ja luotiin selkeät tuotokset.

Haastatteluiden ja aivomyrskyn avulla saatiin käytettäviä tuloksia. Viitekehyksen ja menetelmien avulla tehty opinnäytetyö eteni viidenteen Service Design -menetelmän vaiheeseen, joka oli työn tavoitteena. Opinnäytetyön etenemisessä oli haasteita, koska aihe oli molemmille opinnäytetyön tekijöille tuntematon ja aiheelliseen viitekehykseen tutustuminen vei aikansa. Suurin osa aineistosta on vielä uutta ja täten lähteitä on paljon Internetistä. Työn loppuvaiheilla saatiin rakennettua lopullinen raportin rakenne ja selkeytettyä projektin kulkua.

Itämeren viheralueiden WellServ Interreg -kehittämishanke on tällä hetkellä ilman rahoitusta. Opinnäytetyön tarkoituksena oli kuitenkin viedä tätä hanketta omalta osaltaan eteenpäin eli kehittää uudenlaista hyvinvointipalvelua. Raporttiin ei kuitenkaan pystytty liittämään tilaajan kommentteja, koska hanke ei ole virallisesti käynnissä.

Lähteet

- Aho, S. Ilola, H. Järviluoma, J. 1997. Matkailu ja kehitys näkökulmia alueiden ja kohteiden tarkasteluun.
- Airaksinen, T. Vilkkä, H. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Aura, S. Horelli, L. Korpela, K. 1997. Ympäristöpsykologian perusteet. Porvoo: WSOY.
- Eklund, J. 2003. Ammattina eräopas - Luonto-opastuksen käytäntöä ja periaatteita. Helsinki: Oy Finnlectura Ab.
- Eskola, J. Suoranta, J. 2005 Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Furman, B. 1995. Mielenterveysongelmat ja psykiatrian suuntaukset. Juva: WSOY.
- Grönroos, C. 2000. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Haanpää, M. Veijola, S. 2006. Hiljaisuuden tuotteistaminen Lapin matkailussa. Proseminaarityö. Rovaniemi: LEO.
- Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto osa1. Gummerus kirjapaino Oy: 2005
- Hirsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Hirsjärvi, S. Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S. Hurme, H. 2006. Tutkimushaastattelu teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Jylhä, E. Viitala, R. 2006. Liiketoimintaosaaminen menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Järviluoma, J. Saarinen, J. 2001. Luonnon matkailu- ja virkistyskäyttö tutkimuskohteena. Saarijärvi: Gummerus kirjapaino Oy.
- Kinnunen, R. 2004. Palvelujen suunnittelu. Vantaa: Dark Oy
- Komppula, R. Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima oy.
- Lackman, P. Verhelä, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Porvoo: WSOY
- Leivo, M. 2003. Nuuksio - miljoonan ihmisen erämaa. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Moritz, S. 2005. Service Design - Practical Access to an Evolving Field. Köln International School of Design
- Mäkinen, I. Stenbacka, J. Söderström, T. 2002. Katteella tulosta. Vantaa: Dark Oy.
- Nurminen, H. 2002. Elämää ja elämyksiä saaristossa - Näkökulmia kestäväan matkailuun. Turku: Kirja - Aurora.
- Ojasalo, K. Moilanen, T. Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Helsinki: WSOY pro Oy.
- Rissanen, T. 2005. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Fram.

Sammallahti, T. 2009. Konseptisuunnittelun supersankari. Helsinki: Books on Demand GmbH.

Solatie, J. Mäkeläinen, M. 2009. Ideasta innovaatioksi - Luovuus hyötykäyttöön. Helsinki: Talentum

Suontausta, H. Tyni, M. 2005. Wellness-matkailu -hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita Prima Oy.

Tuomi, J. Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

WellServ. 2010. Well-being for Baltic Sea metropolises with innovative green area services. Application for Interreg IV Baltic Sea Region.

Internet

Choi Wang Yong 2009. Metsäntutkimuslaitoksen asiakaslehti. 4/2009. Viitattu 17.3.2010.
<http://www.metla.fi/asiakaslehti/>

Design Forum Finland. Palvelumuotoilu.fi. Viitattu 11.10.2010
http://www.servicedesign.fi/sanasto_ja_metodit/

Diesel. Polttoaine. Viitattu 22.11.2010.
<http://www.polttoaine.net/index.php?cmd=20halvinta>

Hinta. Minibussivuokraus. Viitattu 22.11.2010. <http://www.minibussivuokraus.fi/hinnat.html>

Hook, T. 2008. Hyvinvointituotteiden kartoitus 2007. MEK. Viitattu 27.9.2010.
[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/3dc4bc5ed78eb257c225745d0038789c/\\$FILE/E56%20Hyvinvointituotteiden_kartoitus_2007.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/3dc4bc5ed78eb257c225745d0038789c/$FILE/E56%20Hyvinvointituotteiden_kartoitus_2007.pdf)

Keskikulutus. Nettiauto. Viitattu 22.11.2010.
<http://www.nettiauto.com/ford/transit/3628799>

Koivisto, M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu -muotoilun hyödyntäminen palveluiden suunnittelussa. Taiteenmaisterin lopputyö. Viitattu 11.10.2010. http://www.palvelumuotoilu.fi/client-data/file/Lopputyo_TaM_MikkoKoivisto_2007.pdf

Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä (YTR). Viitattu 9.2.2010.
http://www.maaseutupolitiikka.fi/teemaryhmat/hyvinvointipalvelut/green_care

MEK. 2010. Hyvinvointimatkailu. Viitattu 27.9.2010
<http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/%28Pages%29/Hyvinvointimatkailu>

MEK. 2009. Hyvinvointimatkailun kehittämisstrategia. Viitattu 27.9.2010.
[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/59bf54adc70f94a6c225751d002f5562/\\$FILE/Hyvinvointimatkailun%20kehitt%C3%A4misstrategia_final.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/59bf54adc70f94a6c225751d002f5562/$FILE/Hyvinvointimatkailun%20kehitt%C3%A4misstrategia_final.pdf)

Metsähallitus 2010. Käyntimäärät kansallispuistoittain 2009. Viitattu 14.9.2010
<http://www.metsa.fi/sivustot/metsa.fi/Eraasiat/jaretkeily/Asiakastieto/Kayntimaarat/Kansallispuistoittain/Sivut/kayntimaarakansallispuistoittain2009.aspx>

Metsähallitus 2010. Nuuksion kansallispuisto. Viitattu 14.9.2010
<http://www.luontoon.fi/page.asp?Section=246>

MTT 2009. Green Care ja vaikuttavuus. Viitattu 8.3.2010.
<https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/mtt/maaseutuoyritys/mahdollisuuksienmaaseutu/greencare/vaikuttavuus>

Mäkelä, R. 2009. Metsäterapiakonsepti Japanissa. Viitattu 8.3.2010.
http://akseli.tekes.fi/opencms/opencms/OhjelmaPortaali/ohjelmat/Elamys/fi/Dokumenttiarkisto/Viestinta_ ja_aktivointi/Seminaarit/Signaalisessio_17042009/wellness_travel_signaali_-_metsaeterapia.ppt

Mitä partio on? Partio 2010. Viitattu 4.10.2010.
http://www.partio.fi/Suomeksi/Lyhyesti/Mita_partio_on.iw3

Reittiohje. Google Maps. Viitattu 22.11.2010.
<http://maps.google.fi/maps?hl=fi&tab=wl&q=helsinki%20-%20Nuukio>

Ruokatarpeiden hinnat. HOK-Elanto. Viitattu 22.11.2010
<http://www.gastronautti.fi/kauppakassi/hok?cat2=4784>

SoFar projekti. SoFar. Viitattu 17.3.2010.
<http://sofar.unipi.it/index.htm>

Tjäder, J. 2010. Henkinen hyvinvointi ja mielenterveys työpaikalla. Viitattu 27.9.2010
http://www.ttl.fi/partner/mental_health_work/henkinen_hyvinvointi/Sivut/default.aspx

Tyrväinen, L. Silvennoinen, H. Korpela, K. Ylen, M. 2007. Luonnon merkitys kaupunkilaiselle ja merkitys psyykkiseen hyvinvointiin. Viitattu 1.11.2010
<http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2007/mwp052-07.pdf>

Työehtosopimus. Finlex. Viitattu 22.11.2010. <http://www.finlex.fi/data/tes/stes822-PT13Majoityont1004.pdf>

Yli-Viikari, A. Lilja, T. Heikkilä, K. Kirveenummi, A. Kivinen, T. Partanen, U. Rantamäki-Lahtinen, L. Soini, K. 2009. Green Care -terveyttä ja hyvinvointia maatilalta.
<http://www.mtt.fi/met/pdf/met141.pdf>

Kuvat

Kuva 1: Luontomatkailun osa-alueet	9
Kuva 2: Asiakslähtöisen matkailutuotteen välttämättömät edellytykset.....	13
Kuva 3: Uuden tuotteen kehittämisprosessi	16
Kuva 4: Grönroosin taulukko palvelun laadun kokemisesta	17
Kuva 5: Palveluympäristön merkitys palvelukokemuksessa mukailen	19
Kuva 6: Service Designin kulku mukailen	31
Kuva 7: Hahmotelma palvelunkulusta	41
Kuva 8: Metsäterapiapalvelun tuoteselostekortti	46
Kuva 9 Tuotanto- ja kulutuskaavio mukailen.....	48

Taulukot

Taulukko 1: Matkailun ohjelmapalveluihin vaikuttava lainsäädäntö.....	25
Taulukko 2: Rentouttavat aktiviteetit.....	43
Taulukko 3: Sosiaaliset aktiviteetit	44
Taulukko 4: Markkinointiviestinnän tilanteita ja tapoja	49

Liitteet

Liite 1: Haastattelurunko	62
Liite 2: Service Design Process	64
Liite 3: Kutsu Voimia luonnosta -päivään	65
Liite 4: Voimia luonnosta päivän ohjelma	66

Liite 1: Haastattelurunko

1. Haastateltavan taustatiedot

1. Nimi?
2. Koulutustausta?
3. Työnantaja? Asema organisaatiossa?
4. Kauanko olet tehnyt ammatissasi töitä?/ Kauanko olet toiminut asemassasi?

2. Kuvaile palvelua, josta käytettäisiin nimitystä metsäterapia

5. Mitä teidän mielestänne on metsäterapia?
6. Perustelut vastaukseenne?
7. Mitä/ minkälaisia aktiviteetteja metsäterapiapalvelu voisi sisältää?
8. Kuka olisi potentiaalinen asiakas? Kenelle sen voisi kohdistaa?

3. Metsäterapiapalvelun toimintaympäristö

9. Mitkä ovat vähimmäisvaatimukset toimintaympäristöstä?
10. Mikä on ihanteellisen ympäristön piirteet?
11. Perusteluja?
12. Paikan valinta, onko erityistä huomioon otettavaa välimatkassa?
13. Sijainnin valinta, esimerkiksi onko helppo kulkea paikalle?

4. Ohjatun metsäterapiapalvelupaketin aikatekijät

14. Sopiva kesto?
15. Aktiviteetin kesto?
16. Tarvitaanko toistokertoja?

5. Huomioitavaa asiakkaan ja ohjaajan näkökulmasta

17. Kriteerit metsäterapiapalvelun ohjaajalle
18. Vaadittava koulutustaso?
19. Kokemus?
20. Kuinka monta osanottajaa per ohjaajaa?
21. Mikä olisi sopiva osanottaja lukumäärä, maksimi ja minimi?

6. Arvot turvallisuus-, vastuullisuus- ja ympäristönäkökulmasta

22. Miten jotkin tietyt arvot korostuvat luontoon liittyvissä palveluissa? miksi?

7. Henkilökohtaiset kokemukset metsäterapiapalvelusta

- 23. Minkälaisia onnistuneita kokemuksia?
- 24. Epäonnistuneet?
- 25. Ehdotuksia metsäterapiapalvelupakettiin ja sen toteutukseen?

8. Metsäterapiapalvelun tulevaisuus

- 26. Mistä metsäterapia on lähtöisin?
- 27. Mitä metsäterapia on nykyisin?
- 28. Mikä on metsäterapiapalvelun tulevaisuus? Miten metsäterapia tulee kehittymään?
- 29. Metsäterapiapalvelun tarve yhteiskunnassa? Matkailussa

9. Esitellään paperilla ideat ja kysytään jokaiseen aktiviteettiin mielipidettä (jatkokehittelyä varten)

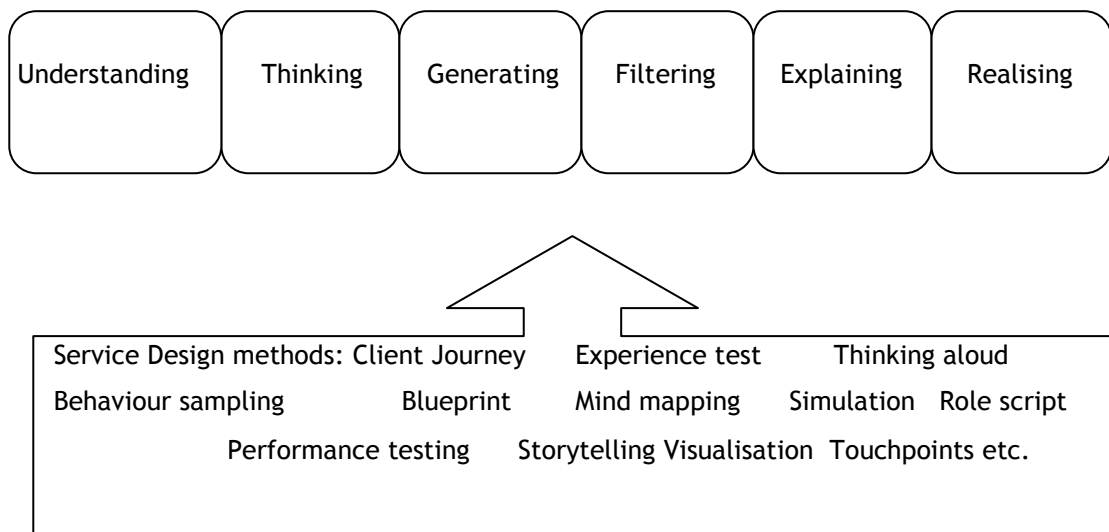
- 30. Kehitysehdotuksia aktiviteetteihin

10. Muuta huomioitavaa metsäterapiapalveluun liittyen

- 31. Kannattaisiko muuttaa metsäterapiapalvelun nimeä? ehdotuksia?
- 32. Haluatteko lisätä jotakin, mitä emme ole huomanneet ottaa esille?

Liite 2: Service Design Process

Service Design Prosessi Moritzin mukaan.



Liite 3: Kutsu Voimia luonnosta -päivään

Lämpimästi tervetuloa Voimia luonnosta - päivään!

Olet ilmoittautunut Laurea-ammattikorkeakoulun opiskelijoille tarkoitettuun Voimia luonnosta -päivään **sunnuntaina 23.5.2010 klo 12-18** Kuntokalliossa (Kuntokalliontie 6, Helsinki). Kurssi alkaa klo 12 lounaalla. Paikan päälle jokainen tulee itsenäisesti. **SUOSITUS:** Julkisilla liikennevälineillä HKL:n bussi 93A lähtee Itäkeskuksesta klo 10.47, vaihto 93AK Landbossa klo 11.13, jää pois Karhusaaren pysäkillä n. klo 11.19. Perille on noin 300 metrin kävely. (Voit tarkistaa www.reittiopas.fi)

Otathan mukaan sähän sopivan ulkovarustuksen. Mikäli sinulla on jokin luontoistumiseen (muovikassikin käy) sopiva istuin, voit ottaa sellaisen mukaan. Ilmoittamasi erityisruokavalio on huomioitu. Jos tulee kysyttävää, voit olla yhteydessä meihin puhelimitse tai sähköpostilla!

Jos laurealainen kaverisi haluaa vielä viime hetkellä mukaan, kurssilla ON vielä tilaa! Voit soittaa vetäjälle ja ilmoittaa kaverisi myös! Koko päivä maksaa opiskelijalle vain 10 euroa.

Tervetuloa!

t. Kirsi Salonen ja Santtu Merjanaho

Kirsi Salonen,

p. 040 727 7632, email: pskisa@sci.fi

Santtu Merjanaho,

p. 046 856 7562, email: santtu.merjanaho@laurea.fi

Liite 4: Voimia luonnosta päivän ohjelma

PÄIVÄN SISÄLLÖSTÄ

Psykologi Kirsi Salonen tarjoaa käytännönläheisen virkistävän perehtymisen luontoympäristön mahdollisuuksiin osana omaa jaksamista, psyykkistä hyvinvointia, tavoitteellista opiskelua, ammatillista osaamista ja mielen hemmottelua. Voimia luonnosta -päivä sisältää yksilö- ja ryhmäharjoituksia ulkona luonnossa, ryhmäkeskustelua sekä psykologin ohjausta/näkemyksiä.

Useimpien ympäristöpsykologisten tutkimusten mukaan luonto elvyttää, tuottaa turvallisuutta, mielihyvän tunnetta, selkiytymistä, itsetunnon kohentumista ja mielikuvituksen vapautumista. Eko- ja ympäristöpsykologiset menetelmät tarkoittavat luonnossa tehtäviä harjoituksia, joiden tarkoituksena on avartaa näköaloja, löytää omia voimavaroja, selkeyttää omia tavoitteita ja tuottaa rentoutumisen tunnetta.

Kurssilla ei ole tarkoitus rehkiä tai mitellä voimia.

Ei tarvitse olla huippukuntoa tai erityinen luontoihminen....

Tärkeintä on, että suhtaudut avoimesti luonto-ympäristöön ja ryhmäläisiin ja olet kiinnostunut tunnistamaan itsessäsi tapahtuvia psyykkisiä ilmiöitä. Näitä elementtejä tulemme käsittelemään siten, että myös jatkossa keinot psyykkiseen hyvinvointiin lisääntyvät.

Mukaan tarvitaan säänmukainen varustus.

Kurssin vetäjänä toimii psykologi Kirsi Salonen, mukana myös Laurean opintopsykologi Santtu Merjanaho