



Maria Määttä

SATUHAHMO- YRITYKSEN TOIMINNAN KEHITTÄMINEN

SATUHAHMO- YRITYKSEN TOIMINNAN KEHITTÄMINEN

Maria Määttä

Opinnäytetyö

Kevät 2011

Liiketalouden koulutusohjelma

Oulun seudun

ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma, Liiketoimintaosaaminen

Tekijä: Maria Määttä
Opinnäytetyön nimi: Satuhahmo- yrityksen toiminnan kehittäminen
Työn ohjaaja: Helena Ahola
Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2011 Sivumäärä: 41
Liitteiden määrä: 9 sivua

TIIVISTELMÄ

Työ tehtiin raahelaiselle yritykselle, jonka omistaman satuhahmon toimintaa kehitetään tässä työssä. Yritys omistaa lisenssin satuhahmon käyttöön ja yrityksen tarkoituksena on myydä lisenssiä tarkkaan harkituille yhteistyökumppaneille oman toiminnan ohella.

Työn tarkoituksena oli tutkia eri satuhahmoja ja lapsiperheiden matkailuun vaikuttavia tekijöitä. Saatujen tietojen perusteella yhteistyöyritys voi laajentaa toimintaansa sekä kehittää omistamaansa satuhahmoa. Tavoitteena työssä oli selvittää keinoja tehdä satuhahmoa tunnetuksi lasten ja lapsiperheiden keskuudessa. Lisäksi tavoitteena oli saada selville mitkä tekijät vaikuttavat lapsiperheiden matkakohteen valintaan, sekä mitä odotuksia heillä on lapsille suunnattua matkakohdetta kohtaan.

Laadin kyselyn päiväkotilasten vanhemmille, missä kysyin matkustamiseen liittyviä odotuksia ja toiveita, sekä matkakohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä. Kysely oli tilastollinen, mutta mukana oli myös muutama avoin kysymys, joihin vastaaja sai vastata oman mielensä mukaisesti. Tutkimuksessa sain selville, että lapsiperheiden matkustamiseen vaikuttaa sekä kohteen sijainti että sisältö. Sijainnin tulee olla joko lähellä kotia ja sukulaisia tai kohdekunnassa tulee olla nähtävää sekä aikuisille että lapsille. Itse matkakohteen tärkeimpiä ominaisuuksia on siisteys ja riittävän monipuolinen sisältö lapsille. Lisäksi kohteesta tulisi löytyä hyvät ruokapalvelut ja osaava ja ystävällinen henkilökunta.

Tärkeimmät johtopäätökset työssä liittyvät lapsiperheiden matkailuun vaikuttaviin tekijöihin. Koska matkakohteen siisteys ja sisältö nousivat tärkeimmiksi asioiksi kohteen arvostuksen kannalta, tulee nämä seikat muistaa satuhahmon omaa kohdetta suunniteltaessa. Satuhahmon tunnettavuuden lisäämiseksi, satuhahmo voi lähteä vierailuille päiväkoteihin ja tehdä teatterikiertueen.

Asiasanat: Lapsiperheet, matkailu, satuhahmot, sisältötuotanto

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences

Degree programme: Degree programme in Business Economics, Option of Business Competence

Author: Maria Määttä

Title of thesis: Developing the operation of the fairy tale figure company

Supervisor: Helena Ahola

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2011 Number of

pages: 41+ 9

ABSTRACT

This thesis was made for a company, which is from Raahe. The company owns the license to a fairy tale figure. Apart from employing the figure in their own business, they sell the license to use this figure to selected partners in cooperation. The purpose of the thesis was to examine different kinds of fairy tale figures as well as factors which affect the travelling plans of families with children. Based on the information of this study, the cooperating company can expand its business. The company can also develop the fairy tale figure.

The main aim of this thesis was to find methods to make the fairy tale figure well-known among children. Furthermore, the objective was to find out what factors affect the choice of the travelling destination of families with children, and what expectations they have of the destination directed at children. An inquiry was drawn up for parents of kindergarten children. In the inquiry parents were asked about expectations and hopes of travelling, and the factors that made families choose specific places. The inquiry was a statistical research, but there were also a few open questions, where the interviewee was allowed to answer freely.

According to the study, the affecting factors on travelling of the families with the children are the location and the content of the place. The most important features in a resort are that it is near or there are a lot to see for both adults and children. In addition, there should be great restaurants and skilful and polite personnel. The most important conclusions in the work are connected to the factors which affect travelling of families with children. Because the tidiness and the contents of the destination turned out to be the most important features in terms of how the destination was appreciated of the target, these points need to be remembered in the planning of the tourist attraction for the fairy tale figure. To make the fairy tale figure more known, it could go on tour in kindergartens and theatres.

Keywords: Families with children, travelling, fairy tale figures, content production

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	YRITYKSEN JA TOIMIALAN ESITTELY	8
	2.1 Yritys	8
	2.2 Sisältötuotanto ja palvelumuotoilu	9
	2.3 Matkailuala Suomessa	11
3	KILPAILEVAT SATUHAHMOT SUOMESSA	14
	3.1 Muumit	14
	3.2 Hilarius- Hiiri	17
	3.3 Miina ja Manu	18
	3.4 Herra Hakkarainen	18
	3.5 Arvio satuhahmoista	19
4	LAPSIPERHEIDEN MATKAILU SUOMESSA.....	21
	4.1 Matkailun laatutekijät.....	21
	4.2 Kysely lapsiperheiden matkailutottumuksista	23
	4.3 Tulokset.....	23
5	TOIMINNAN KEHITTÄMINEN	31
	5.1 Satuhahmo	31
	5.2 Toiminta	33
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	35
7	POHDINTA.....	37

LÄHTEET

LIITTEET

1 JOHDANTO

Uuden yrityksen toiminnan käynnistäminen voi olla haastavaa. Yritys tarvitsee ideoita joilla saada toimintansa kannattamaan ja etsiä oma tapa toimia, jolla erottua muista alan toimijoista. Olemalla ajan tasalla kilpailijoista ja oman alan näkymistä, pystyy pysymään pinnalla ja kehittämään yrityksen toimintaa muuttuvan ympäristön mukana. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää yhteistyöyrityksen ja sen omistaman satuhahmon toimintaa ja etsiä uusia keinoja tehdä satuhahmoa tunnetuksi. Työssä hyödynnetään jo olemassa olevaa materiaalia ja lisäksi tehdään pienimuotoinen tutkimus.

Työn tarkoituksena on löytää keinoja tehdä satuhahmo tunnetuksi ja halutuksi hahmoksi lasten keskuudessa. Myös satuhahmon ympärille suunnitellun lapsille suunnatun matkakohteen rakentamisen mahdollisuuksia selvitetään. Aikomuksena on selvittää millaisia ominaisuuksia lapsiperheet arvostavat lapsien matkakohteita valitessa ja mitkä tekijät vaikuttavat kohteen valintaan. Myös satuhahmon kehitykseen etsin vinkkejä tutkiessani muita Suomessa tunnettuja satuhahmoja. Satuhahmon syntyyn on vaikuttanut vanha lastenlaulu, jonka luoma positiivinen ilmapiiri on yksi yrityksen tärkeimmistä arvoista. Työn aihe löytyi koulun InnoMajakka projektin kautta. Aihe vaikutti mielenkiintoiselta ja päädyinkin valitsemaan sen heti aiheesta luettuani. Lasten satuhahmoja löytyy Suomesta useita ja osa niistä on maailmanlaajuisesti tunnettuja. Työssä tutkitaan muutamia satuhahmoja ja heidän tuotteistustaan ja ulkoisia olemuksiaan. Myös hahmojen luonteenpiirteitä ja arvoja käydään läpi työssä verraten kehitettävään satuhahmoon.

Osana opinnäytetyötä tehdään pienimuotoinen tutkimus lapsiperheiden matkustamiseen vaikuttavista tekijöistä. Kyselyn tarkoituksena on saada selville ne tekijät, joiden perusteella lapsiperhe menee tiettyyn lomakohteeseen ja mitä sieltä tulee löytyä jotta perhe olisi tyytyväinen paikkaan ja sen tarjoamiin palveluihin. Tutkimuskysymyksiksi muodostuukin ”mikä merkitys satuhahmoilla on lapsiperheiden lomamatkailussa ja entä millaiseen lomakohteeseen

lapsiperheet tulisivat Oulun alueella? Toisena tutkimuskysymyksenä työssäni on ”miten raahelainen yritys voisi hyödyntää Pohjois-Suomesta lähtöisin olevan satuhahmon lisenssiä ja tehdä siitä liiketoimintaa?”. Kyselyn tuloksia tullaan hyödyntämään satuhahmon ja oheistuotteiden sekä yrityksen toimintaa kehitettäessä. Kyselyssä on valmiiksi vastausvaihtoehtoja sekä muutama avoin kysymys vapaata kommentointia varten.

Työssä on käytetty lähteinä Raija Komppulan ja Matti Boxbergin kirjaa Matkailuyrityksen tuotekehitys. Lisäksi olen saanut tietoa Sisältötuotannon toimialasta ja matkailun toimialasta ja tilastoista joita olen löytänyt Internetistä TEM- toimialapalvelusta sekä Tilastokeskuksesta. Muita lähteitä on löytynyt sanomalehtien arkistoista sekä matkailualan kirjallisuudesta.

Opinnäytetyössä esiintyviä käsitteitä ovat: **Lapsiperheet**, joilla tarkoitetaan tässä työssä taloutta jossa on alle 12- vuotiaita lapsia. **Matkailu** on tässä työssä keskittynyt kotimaanmatkailuun. **Satuhahmot**, joilla tarkoitetaan lapsille suunnattuja kuvitettuja hahmoja. **Sisältötuotanto**, jolla tarkoitetaan toimintaa josta syntyy tekijänoikeuksia, ja jonka ydinliiketoiminta muodostuu tekijänoikeuksista.

2 YRITYKSEN JA TOIMIALAN ESITTELY

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyön yhteistyöyritys ja sen toimintaa. Yhteistyöyrittäjän nimeä, eikä satuhahmoa mainita työssä nimeltä yrittäjän toiveesta, joten työssä kerrotaan vain ”yrittäjästä” ja ”satuhahmosta”. Tässä luvussa myös kerrotaan sisältötuotannon toimialasta, jolla kohdeyrittäjä toimii. Lisäksi kerron suomen matkailualasta, sillä se liittyy yrityksen laajentumissuunnitelmiin läheisesti. Palvelumuotoilu voidaan myös nähdä läheisesti yritykseen kuuluvana toimialana, sillä palvelumuotoilun keskeisenä tavoitteena on suunnitella palvelukokemus käyttäjälähtöiseksi siten, että palvelu vastaa käyttäjän tarpeita sekä palveluntarjoajan liiketoiminnallisia tavoitteita. Kohdeyrittäjä suunnittelee toimintaansa nimenomaan käyttäjälähtöiseksi. Siksi onkin tärkeää selvittää potentiaalisten asiakkaiden mieltymyksiä ja kulutustottumuksia.

2.1 Yritys

Opinnäytetyön yhteistyöyrittäjänä toimii yritys, jonka liikeidean tarkoituksena on levittää, myydä ja kehittää lasten satuhahmon positiivista mielikuvaa ja tehdä hahmoa tunnetuksi lasten ja aikuisten keskuudessa. Yritys luo edellytykset mielikuvan hyödyntämiselle myymällä ainutlaatuista X-lisenssiä yrityksille sovittuun tarkoitukseen. (Yritys, hakupäivä 13.8.2010.) Yritys on perustettu vuonna 2007 Raahessa, mutta toistaiseksi yrityksen toiminta on ollut varsin pienimuotoista ja yrittäjä on työskennellyt päivätöidensä ohella yrityksessä. Yrityksessä työskentelee toimitusjohtaja Marita Tuhkala, joka myös esiintyy ja toimii tuottajana kesäteatteri-esityksissä, sekä yrityksen luovana johtajana. Pihla Hintikka vastaa käsikirjoituksista ja toimii myös tiedottajana yrityksessä. (Yrityksen Internet sivut, hakupäivä 13.8.2010). Anna Kotila- Row on tehnyt kuvituksen ja luonut hahmon kuvituksellisen ulkoasun. Tulevaisuudessa satuhahmon kuvittaja ja mallintaja tulee muuttumaan nykyisen kuvittajan siirtyessä muihin tehtäviin. (Puhelinkeskustelu 2.2.2011)

Satuhahmo perustuu 1930-luvulla Raahessa asuneen Juhani Jalaksen säveltämiin ja sanoittamiin lastenlauluihin (Yrityksen Internet sivut, Taustaa, hakupäivä 9.11.2010.) Yritys syntyi kun Marita Tuhkala opiskeli Sibelius Akatemiassa ja kuuli lastenlaulun kotipaikan olevan Raahessa. Tuhkala suunnitteli projektityönä kuvitteellisen lastentapahtuman, mutta positiivisen vastaanoton ja kiinnostuksen myötä, hän hankki säveltäjän perikunnalta oikeuden satuhahmon nimen käyttöön.(Kaleva.fi hakupäivä 9.11.2010.) Oikeudet saatuaan Tuhkala saa käyttää satuhahmoa ja myydä sen käyttöön oikeuttavaa lisenssiä oman harkintansa mukaan. Satuhahmolla on kuitenkin tietyt arvot ja periaatteet, joiden perusteella käyttökohteet valitaan.

Satuhahmon koti on Raahessa ja yrityksen näkymistä muualla maassamme voisikin harkita tarkemmin. Yrittäjän suunnitelmissa onkin kehittää satuhahmolle oma ”kotitalo” jossa lapset voisivat vieraila, kuten Naantalin Muumilaaksossa. Tällaiselle kohteelle olisi Pohjois- Suomessa kysyntää, sillä vastaavia paikkoja ei löydy läheltä. Raahen kaupungin mukaan saaminen olisi hieno juttu yritykselle ja koko Pohjois-Pohjanmaan matkailutoiminnalle, mutta toistaiseksi Raahen kaupunki ei ole ollut valmis satsaamaan rahallisesti hankkeeseen (Tuhkala 7.12.2010, palaveri.) Opinnäytetyössä selvitetään lapsille suunnatulle matkakohteelle asetettuja odotuksia ja vaatimuksia sekä tekijöitä, jotka tekevät kohteesta arvostetun. Saatujen tietojen perusteella yrittäjä voi suunnitella satuhahmon kotia kohderyhmänsä, eli lapsiperheiden toiveiden mukaiseksi.

2.2 Sisältötuotanto ja palvelumuotoilu

Puhuttaessa sisältötuotannosta (Content production), viitataan kokonaisuuteen joka on sekoitus teknologiavetoisesta ohjelmistotuotannosta ja kulttuuriaineistojen paketoimisesta nykyaikaisiin digitaalisiin tuotteisiin. Sisältötuotannolla tarkoitetaan perinteisille jakelukanaville ja sähköisille viestimille laaditun sisällön tuottamista ja siihen liittyvää liiketoimintaa. Tämä voi tarkoittaa dokumentti-, opetus-, palvelu-, viihde-, tai markkinointiviestinnällisen

sisällön tuottamista. (Kupiainen 2004, 13.) Sisältötuotanto tai sisällöntuotanto on melko uusi toimiala Suomessa, eikä siitä ole vielä maailmanlaajuisestikaan vakiintunutta yhteistä merkityssisältöä. (Sisältötuotannon toimintamallit s.12.) Yksinkertaisimmillaan sisältötuotantoa voidaan sanoa toiminnaksi, josta syntyy tekijänoikeuksia, ja jonka ydinliiketoiminta muodostuu tekijänoikeuksista (Sisältötuotannon toimintamallit s.16.) Yhteistyöyrityksen toiminnassa tämä tarkoittaa esimerkiksi teatteriesityksen luomista ja sen esittämisen oikeuksia. Myös satuhahmon kuvan käyttämiseen esimerkiksi pussilakanassa tarvittaisiin oikeus, jonka yritys harkintansa mukaan voisi joko kieltäytyä antamasta tai antaa tiettyä korvausta vastaan. Vuodesta 1997 lähtien sisältötuotanto on ollut kauppa- ja teollisuusministeriön tärkeä strateginen kehitysalue (Vaihekoski 2002, 126).

Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palveluiden käyttäjälähtöistä suunnittelemista sellaiseksi, että ne vastaavat kuluttajan toiveisiin ja samalla ottavat palvelun tarjoajan liiketoiminnalliset tavoitteet huomioon. Palvelumuotoilulla tähdätään kahteen tavoitteeseen: asiakkaiden tyytyväisyyteen ja sitoutuneisuuteen sekä yrityksen palvelutuotannon tehostumiseen. Hyvin suunniteltu palvelu toimii sekä henkilökunnan, että asiakkaiden näkökulmasta. Asiakkaiden viihtyvyys paranee ja henkilökunta pysyy motivoituneena. Palvelumuotoilulla tuodaan palveluihin asiakkaan näkökulmaa ja sillä tähdätään tyytyväisiin asiakkaisiin, joita myös henkilökunnan on ilo palvella. (JAMK palvelumuotoilu, hakupäivä 16.4.2011). Tätä käyttäjän tarpeiden ja toiveiden mukaiseksi muotoilemista yhteistyöyritys voi käyttää suunnitelleessaan yrityksen laajentumista.

Palvelumuotoilulla voidaan havaita erityispiirteitä, jotka erottavat sen muusta muotoilusta. Se todellakin ottaa huomioon asiakkaan näkökulman. Palvelumuotoilussa tulee ymmärtää asiakkaan tavoitteita, vaikuttimia sekä tarpeita. Nämä on välillä haastavia havaita, sillä asiakas ei aina itsekään tiedosta näitä. Palvelumuotoilu osoittaa palvelun uniikkeja ominaisuuksia. Asiakas kohtaa erilaisia kosketuspisteitä palvelussa. Esimerkiksi varausvahvistuksen lähettäminen on osa palvelua ja palvelumuotoilun avulla tästäkin voidaan luoda osa palvelukokonaisuutta ja yhteneväistä linjaa. Se

yhdistää asiantuntijuutta eri tieteenaloilta. Yrityksessä tämä voi näkyä eri osastojen välisenä yhteistyönä, jolla tähdätään asiakkaan tyytyväisyyteen. Palvelujen muotoilu on myös vuorovaikutteista toimintaa ja palveluiden kehittäminen ja muuttaminen asiakkaiden toiveiden mukaiseksi on helppoa verrattuna tuotteeseen. Palvelut myös kehittyvät kaiken aikaa ja käytössä huomattavia puutteita ja parannuksia voidaan tehdä myös palvelun käytön alettua. (Moritz, 2005,42–47).

2.3 Matkailuala Suomessa

Matkailun toimialasta puhutaan yleensä yhtenä kokonaisuutena, johon kuuluu majoitus- ja ravitsemustoiminta sekä henkilöliikenne. Matkailun ohjelmapalvelupuolen yritysten liikevaihto vuonna 2008 oli yhteensä 771 miljoonaa euroa, mikä on noin 12 prosenttia koko toimialan koosta. Suomalaisen matkailukäsitteistön mukaan ohjelmapalvelut ovat yleensä matkailutuotteeseen liittyviä, ohjattuja aktiviteettejä kuten kanoottiretket tai kalastustapahtumat. Ohjelmapalveluiksi voidaan lukea myös harrastus- ja virkistyspalvelut, rakennetut aktiviteetti- ja huvikohteet, kilpailu-, kulttuuri- ja taidetapahtumat. Laajemmalti ajateltuna ohjelmapalveluita Suomessa edustavat myös muun muassa hiihtokeskukset, eläintarhat ja huvipuistot. (Matkailun ohjelmapalvelut s. 9)

Tarkasteltaessa koko Suomen aluetta, huvi- ja teemapuistoja löytyy 41 kappaletta. Näistä kymmenen sijaitsee Uudellamaalla ja kahdeksan Pirkanmaalla. Lopuissa maakunnissa huvi- ja teemapuistojen määrä pysyttelee vähäisenä ja Pohjois- Pohjanmaalta näitä löytyy vain kaksi. (Matkailun ohjelmapalvelut, s.4). Kalajoella sijaitsee Jukupark, joka tunnettiin ennen Juku Juku Maan nimellä. Jukuparkia mainostetaan vesipuistona ja sen toinen toimipiste löytyy nykyisin Turusta. (Jukupark 2011, hakupäivä 14.4.2011).

Jukupark ei ole perinteinen huvipuisto, vaan puuhapuisto kuten sen eteläinen kilpailija Puuhamaa. Tavalliset huvipuistolaitteet puuttuvat sieltä siis lähes täysin. Sen sijaan puistossa on erilaisia ajoratoja, seikkailupaikkoja, pomppupaikkoja, liukumäkiä ym. joissa kävijät voivat huvitella omaan rauhalliseen tahtiinsa. Alueella on myös vesipuisto lukuisine uima-altaineen, vesiliukumäkineen ja saunoineen. Nämä kaikki kohteet ovat käytettävissä kohtalaisen edullisen sisäänpääsymaksun hinnalla. Puistossa on myös grillipaikkoja, joissa voi valmistaa omat eväät, mikäli valmisruokatarjonta ei satu maittamaan. (Huvipuisto.net 2008, hakupäivä 14.4.2011)

Vaikka Jukuparkia kutsutaan vesipuistoksi, sieltä löytyy myös muuta tekemistä. Jukupark onkin lähin huvipuisto Oulusta ja Raahesta katsottaessa. Ja koska kyseessä on lähinnä vesipuisto, olisi kilpailijalle varmasti kysyntää pohjoissuomalaisen keskuudessa. Myös Rovaniemellä sijaitseva Santapark on pohjoissuomalainen lapsille suunnattu jouluteemainen huvipuisto. Santaparkista löytyy Joulupukin työhuone ja puuharihi jossa voi askarrella joulukoristeita. Jäägalleriassa on esillä jääveistoksia ja jääbaarissa kaikki astioista istuimiin on valmistettu jäädä. Lisäksi löytyy rekiretki, jonka kyydissä pääsee näkemään lahjojen valmistumista ja eri vuodenaikoja. (Santapark 2011, hakupäivä 14.4.2011). Vaikka Santapark on tehty suurien suunnitelmien mukaan, on puisto kärsinyt pienistä kävijämääristä. Monet ihmiset ovat sanoneet paikkaa hutiloiden tehdyksi ja liian kaupallisen oloiseksi. Tämä on saattanut karkottaa kävijöitä entisestään. Mikäli uutta matkakohdetta suunnitellaan Pohjois-Suomen alueelle, tulee laatu ottaa ehdottomasti huomioon jo suunnitteluvaiheessa.

Suomalaiset ovat matkustelleet innokkaasti Suomessa ja moni varmasti muistaa perhelomat lapsuudestaankin. Tilaston mukaan (Kotimaan vapaa-ajanmatkat kohdemaakunnan mukaan vuonna 2009) suomalaiset tekivät vuonna 2009 yöpymisen sisältäviä vapaa-ajan matkoja 27 523 tuhatta kappaletta koko Suomen alueella. Pohjois- Pohjanmaalla vastaavanlaisia matkoja oli 2263 tuhatta kappaletta, joista 1744 tuhatta oli lyhyitä yhdestä kolmeen yöpymistä sisältäviä ja 519 tuhatta vähintään neljä yöpymistä sisältäviä. Maakunnista suosituimpia maksullisen majoituksen sisältävillä matkoilla vuonna 2009 olivat Uusimaa, Pohjois- Pohjanmaa ja Lappi. Matkoista

noin joka kymmenes suuntautui Pohjois- Pohjanmaan alueelle (Tilastokeskus, hakupäivä 10.2.2011).

Pohjois- Pohjanmaalla olisikin kysyntää lapsille suunnatulle lomakohteelle tai edes pienempimuotoiselle paikalle joka olisi suunnattu nimenomaan lapsille. Monissa perheissä ei pienten lasten kanssa haluta lähteä pitkille automatkoille toiselle puolelle Suomea, sillä ne ovat raskaita sekä lapsille, että vanhemmille. Lähellä sijaitseva satuhahmon koti houkuttelisi runsaasti lapsiperheitä ympäri Pohjois-Suomen. Satuhahmon tunnettavuuden lisääntyessä, myös eteläsuomalaiset voisivat matkustaa uuteen lomakohteeseen.

3 KILPAILEVAT SATUHAHMOT SUOMESSA

Suomesta löytyy useita tunnettuja satuhahmoja lapsille. Monet hahmoista ovat olleet jo useita vuosikymmeniä suomalaisten lasten suosikkeja. Hahmot ovat seikkailleet kirjasarjoissa, tv-sarjoissa, tietokonepeleissä sekä lukuisissa astioissa ja väritykirjoissa. Yhteistä näille kaikille on kuitenkin se, että idea näihin hahmoihin on lähtenyt suomalaisen kirjailijan tai käsikirjoittajan toimesta. Tässä luvussa tutustutaan muutamiin satuhahmoihin ja niiden oheistuotteisiin sekä fyysisiin ominaisuuksiin.

3.1 Muumit

Muumit syntyivät kirjailija Tove Janssonin (s.1914- k.2001) mielikuvituksen tuotteena jo 1930 luvulla. Muumit esiintyivät ensin sarjakuvina eri lehdissä ja myöhemmin kirjoina, joista ensimmäinen *Småtrollen och den stora översvämningen* julkaistiin vuonna 1945 Tove Janssonin kirjoittamana ja kuvittamana. Kirja julkaistiin suomennettuna vasta vuonna 1991 nimellä *Muumi ja suuri tuhotulva*.(Wikipedia, Tove Jansson, hakupäivä 12.11.2010.) Myöhemmin Muumi kirjoja on ilmestynyt lisää, ja lisäksi erilaisia sarjakuva-albumeja on painettu runsaasti, tosin käsikirjoittajina eivät enää ole toimineet Jansson. Muumit ovat levinneet maailmalle ja erityisesti Japanissa ne ovat erittäin suosittuja. Muumikirjoja on käännetty 43 eri kielelle. (Wikipedia, Muumit, hakupäivä 11.11.2010.)

Muumilaaksossa, kuten muuallakin maailmassa asuu erinäköisiä ja kokoisia hahmoja. Kaikki heistä ei tule keskenään toimeen epäluulojen ja väärinkäsitysten vuoksi. Kaikki kuitenkin voivat tulla toimeen keskenään ja juuri tähän suvaitsevaisuuteen Muumitkin koettavat lapsia opettaa. Muumiperheen jäsenet ovat pulleita virtahepoja muistuttavia vaaleita hahmoja jotka eivät käytä vaatteita. Muumipapalla on silinterihattu ja kävelykeppi ja Muumimammalla on käsilaukku. Muumit asuvat idyllisessä Muumitalossa joka sijaitsee

Muumilaaksossa. Laaksosta löytyy jokaiselle lapselle tuttuja paikkoja kuten joki, meri, metsä ja suuret yksinäiset vuoret. Muumien kautta he pääsevät tutustumaan pelottaviinkin asioihin, kuten synkkään metsään ja vieraisiin otuksiin.

Janssonin sisarusten Toven ja Larsin perheyhtiö perustettiin vuonna 1958 ja se yhtiöitettiin Moomin Characters Oy:ksi vuonna 1979. Yhtiön osakkaina toimivat Janssonien kuolinpesä sekä yhtiön toimiva johto. Moomin Characters Oy:n tehtävänä on valvoa maailmanlaajuisesti rekisteröidyn tavaramerkin käyttöä. Muumi- tuoteperheen keskeisimmät ydinsisältötuotteet muodostuvat alkuperäisistä muumikirjoista sekä muumisarjakuvista, joiden tarinoita ja hahmoja hyödynnetään useissa sadoissa lisenssien kautta kehitetyissä sisältötuotteissa. Alkuperäisiä sisältötuotteita ja oheistuotteita on kehitetty pitkän ajan kuluessa 1940-luvun lopulta lähtien. 1979 rakennettu muumitalo, joka kiersi muun muassa Espanjassa, Ranskassa ja Ruotsissa, lisäsi sisältötuotteisiin kohdistuvaa kiinnostusta. (Sisältötuotannon liiketoimintamalli 2002, 29.)

Tuotekehitys alkoi varsinaisesti 1940-luvun loppupuolella ensimmäisen lapsille suunnatun muumikirjan ilmestyessä. Kirjoista tuli menestys, ja sarjakuvien ohella niitä alettiin kääntää Englanniksi. 1940–1980-lukujen aikana sisältötuote kehittyi kirjojen ja sarjakuvien muodossa, ja 1980-luvun lopulla hollantilainen tv-tuotantoyhtiö Telecable Telescreen päätti tuottaa Muumeista animaationsarjan. Tuotanto toteutettiin yhteistyössä japanilaisen TV- Tokion kanssa ja animaationsarja tuotettiin Japanissa. Moomin Characters Oy ei itse enää harjoita tuotekehitystä sillä alkuperäistarina, hahmot ja ideat ovat jo kehitetty ja ne ovat hyväksi havaittuja perustuksia tuotteiden jatkokehitykselle. Tuotekehitys on ulkoistettu lisenssinhaltijoille, joita ovat eri aloilla toimivat yritykset sekä oheistuotteita valmistavat yritykset. (Sisältötuotannon liiketoimintamalli 2002, 29.)

Ulkoistetun tuotekehityksen keskipisteenä on uusien oheistuotteiden kehittäminen eri medioille ja jakelukanaville. Alkuperäisiä sisältötuotteita eli

muumikirjoja ei enää tuoteta ja nykyisin muumisarjakuvia tekeekin ryhmä suomalaisia freelance-taitelijoita. Alkuperäisiin tarinoihin ja hahmoihin perustuvia muita sisältötuotteita, kuten av-tuotantoja tuotetaan lisenssien kautta useissa vähittäiskaupassa myytävissä tuotteissa. Moomin Characters Oy:n jakelukanavamallina sovelletaan epäsuoraa jakelua kuluttajille. (Sisältötuotannon liiketoimintamalli 2002, 29.)

Sisältötuotteen pääasiallisen loppukäyttäjryhmän muodostavat 0-12 -vuotiaat lapset (etenkin kirjat, animaatiot, videot, Cd-rom, oheistuotteet). Tuotteiden loppukäyttäjät eivät yleensä itse osta tuotetta vaan ne saadaan vanhemmilta ja sukulaisilta. Kohderyhmät vaihtelevat eri tuotteiden ja jakelukanavien välillä ja jossain määrin myös markkina-alueittain. Sisältötuotteiden jakelussa voidaan löytää monia jakelukanavakumppaneita, joita ovat pääasialliset agentit ja ala-agentit, syndikaattorit, sisältöä jakelukanaviin paketoivat yritykset, sekä vähittäiskauppa. Liiketoimintamallin jakelukanavamalli toteutetaan Bulls Presstjänst AB – nimisen ruotsalaisen agentin välityksellä. Bulls Presstjänst on maailmanlaajuinen muumituotteiden agentti, joka vastaa tuotemerkin kaupallisesta hyödyntämisestä Moomin Characters Oy:n valvoessa tuotemerkin käyttöä. Yritysten yhteistyösopimus on ollut voimassa jo vuodesta 1958. (Sisältötuotannon liiketoimintamalli 2002,30.)

Bulls Presstjänst toimii syndikoiijana, eli esitysoikeuksien myyjänä, muumisarjakuvaa ostavalle kansainväliselle sanomalehdistölle. Moomin Characters Oy ja Bulls Presstjänst ovat myöntäneet suoraan suuren osan muumituotemerkkiä hyödyntävistä valmistuslisensoista. Heidän strategiana on myös hankkia ala-agentteja, jotka myöntävät lisensoja ja valvovat tavaramerkin käyttöä tietyillä alueilla. Ala-agentit myyvät sisältöideaa edelleen potentiaalisille lisenssinhaltijoille eri maissa. Agentteja muumi- tuotteilla on muun muassa Japanissa, Koreassa, Israelissa ja Englannissa ja lisenssien sisältö vaihtelee Av- tuotteista Naantalien Moomimaa huvipuistoon. Tv-, elokuva- ja videosisältötuotteiden lisenssien haltijoina toimivat TeleScreen- ja TeleCable – yhtiöt, jotka ovat japanilaisen Mitshumin omistamia.

Muumit ovat esillä Facebookissa ja sieltä löytyy useita kymmeniä Muumeihin liittyviä sivustoja. Televisio- ohjelma Muumilaakson tarinat on kerännyt 135 595 tykkääjää sivustolleen (Facebook, Muumilaakson tarinoita, hakupäivä 2.2.2011.) Muumeista on aina silloin tällöin juttuja lehdissä ja muissa liike-elämän sekä muiden alojen lehdissä. Nykyisin myös Helsingin Sanomat julkaisevat Muumi- sarjakuvaa.

3.2 Hilarius- Hiiri

On Marja-Liisa Mattilan (Ent. Huhta) luoma hahmo joka tuli tunnetuksi 1990-luvulla televisiossa pyörineestä Tv- sarjasta Hilarius- Hiiren seikkailut. Hilarius on utelias, seikkailuja rakastava hiiri, joka tarkkailee maailmaa lapsen näkökulmasta ja ajatusmaailmasta, oli kyseessä sitten pienemmät tai isommat asiat. Hilariuksella on väkivallaton, ekologinen ja pehmeitä arvoja korostava asenne elämään, mikä on vedonnut lapsiinkin. Hilariuksessa korostetaan lapsen rohkaisua ja itsetunnon kannustusta. (Elokuvakontakti hakupäivä 11.2.2011).Hilarius- hiirellä oli oma kotimökki Jyväskylän viherlaaksossa. Kesällä 2010 Hilarius-hiiren koti muutti Laukaalle Peurungan kylpylähotellin läheisyyteen. (Wikipedia, Hilarius- hiiri, hakupäivä 11.10.2010.)

Televisiosarjan alussa Hilarius – Hiiri oli käsinukke, joka seikkaili lasten kanssa erilaisissa paikoissa ja tilanteissa. Uudemmissa sarjan jaksoissa Hilariuksena esiintyy ihminen, jolla on Hilarius- Hiiren puku päällä. Hilarius Hiirellä on ainakin oma limonadi -merkki ja oma Internet -sivu. Sivulla voi esimerkiksi osallistua kilpailuun jonka palkintoina on perhelippuja Peurungan Hilarius- kylään sekä CD-levyjä ja limsakoneita. Sivulla voi tutustua Peurungan kylpylähotellin yhteydessä sijaitsevaan Hilarius Hiiren kylään. Myös Hilarius Hiiren videopätkiä voi katsella sivulla olevista linkeistä. Videot ovat lähinnä musiikkivideoita joissa Hilarius ja ystävät laulavat konemusiikin tahtiin lapsille sopivia lauluja. Lisäksi sivuilta löytyy ohjeet oman Soda Stream limukioskin perustamiselle.

3.3 Miina ja Manu

Miina ja Manu on lasten kirjasarja, joista suurimman osan on kirjoittanut Teuvo Koskinen. Kirjat kertovat kahdesta kissalapsesta ja heidän Sulo- Enostaan ja heidän seikkailuistaan. Muita kirjoissa seikkailevia hahmoja on Jänkä- Joonas, Heikki- Hiiri ja Erakko- Hermanni. Kirjoja on myös julkaistu cd-levyinä ja satukasetteina ja kirjoja on käännetty muun muassa somalian kielelle. (Wikipedia, Miina ja Manu, hakupäivä 11.10.2010.) Miina kissalla on mekko päällään ja Manulla taas haalarit. Hahmot ovat selkeitä ja värikkäästi puettuja, joten pienemmätkin lapset pitävät heidän ulkonäöstään.

Miina ja Manu satukirjojen mukana on tullut c-kasetteja ja nykyisin cd-levyjä, joilta tarinaa voi kuunnella samalla kun katselee kuvakirjaa. Näin perheen pienimmätkin voivat kuunnella satua ja katsella kuvia kirjasta vaikkapa automatkoilla. Miinalla ja Manulla on oma fanisivusto Facebookissa ja lisäksi etsintäpäivänä näytti olevan Miina ja Manu lastenteatteriesitys, johon osallistuville oli mahdollisuus ilmoittaa halusiko tulla paikalle vai ei.

Miina ja Manu kiertävät lastenteatteri esityksissä joita voidaan järjestää esimerkiksi koulujen liikuntasaleissa (Lastenteatteri, hakupäivä 4.3.2011.)

3.4 Herra Hakkarainen

Herra Hakkarainen on yksi Mauri Kunnaksen luomista piirroshahmoista, joka seikkailee Kunnaksen satukirjoissa. Herra Hakkarainen kävelee öisin unissaan ja tämän takia hän on joutua usein vaikeuksiin. Herra Hakkarainen on vuohi joka kävelee unissaan yöpaita ja yömyssy päässä. Hän joutuu usein pulaan ja hän on hieman hajamielinen toisinaan. Kuten muutkin Mauri Kunnaksen koiramäkihahmot, myös Herra Hakkarainen on piirretty ja se tuo hahmoon tiettyä syvyyttä.

Herra Hakkaraisella on oma talo Sastamalassa, noin 50 kilometrin etäisyydellä Tampereesta. Talossa voi tutustua Herra Hakkaraisen lisäksi myös muihin

Mauri Kunnaksen luomiin Koiramäki- hahmoihin. Lisäksi talon vieressä sijaitsee Ihanien tavaroiden kauppa, josta voi ostaa Koiramäki- aiheista tavaraa ja pääsylippuja itse taloon. (Herra Hakkaraisen talo, hakupäivä 3.2.2011). Myös Herra Hakkaraisen kuvalla varustettuja yöpukuja on ollut myytävänä. Herra Hakkaraisella on oma fanisivusto Facebookissa ja Herra Hakkaraisen talo on myös saanut omat viralliset sivut samassa paikassa. Talon sivuilta löytyy uutisia talon tapahtumista ja aukioloajoista. Ennen joulua sivuilla esiteltiin Herra Hakkaraisen omaa heijastinta jonka voi hankkia talon yhteydessä sijaitsevasta Ihanien tavaroiden kaupasta. (Herra Hakkaraisen talo, Facebook, hakupäivä 2.2.2011) Herra Hakkaraisen voi myös nähdä kaulakoruna tai solmioneulana suomalaisen korupajan valmistamana (Tarinakoru 2011, hakupäivä 14.4.2011)

3.5 Arvio satuhahmoista

Seuraavalla sivulla sijaitsevaan taulukkoon (Taulukko 1) on kerätty kilpailevat satuhahmot pääpiirteittäin. Kaikki hahmot ovat lähtöisin Suomesta ja osa niistä on menestynyt myös ulkomailla. Myös opinnäytetyön antajan satuhahmo voisi olla yksi näistä menestyneistä hahmoista. Pienen satuhahmon tarina vain täytyy tehdä tunnetuksi Suomessa. Aiemmin luotujen satuhahmojen tunnetuksi tulemiseen on vaikuttanut kirjat ja televisiosarjat. Muumien tarina on lähtenyt sarjakuvien kautta kirjoihin ja lopullinen läpimurto tuli animaationsarjan myötä. Miina ja Manu ovat tunnettuja lasten satukirjoista. Myös Herra Hakkarainen tuli tunnetuksi Mauri Kunnaksen Koiramäki- kirjojen myötä. Hilarius Hiiri oli MTV3 kanavan lastenohjelma. Satuhahmon ei varmaankaan kannata lähteä kilpailemaan Muumien kanssa, ainakaan alkuaikoina. Mutta heidän esimerkkiään seuraamalla yritys voi kehittää omaa toimintaansa. Tärkeintä on säilyttää yritykselle tärkeät arvot ja toimintatavat. Satuhahmolle täytyy olla jokin ponnahduslauta, jota kautta se saa julkisuutta. Ehkä yhteistyöyrityksellekin kirja voisi olla sellainen.

Satuhahmojen kuvista (Liite 1) voi nähdä kilpailevien satuhahmojen ulkoisen olemuksen. Kuten kuvista näkee, ovat hahmot puettu värikkäästi ja hahmot ovat pyöreitä ja selkeitä, kuten myös kohdeyrityksen luoma satuhahmo. Myös kaikki

vertailtavana olevat satuhahmot ovat eläinhahmoja, kuten myös kohdeyrityksen luoma satuhahmo. Kohdeyrityksen satuhahmo on positiivisella ja iloisella olemuksellaan joukosta erottuva, ja jatko kehityksellä hahmolle saadaan vielä persoonallisempi ilme.

TAULUKKO 1. Kilpailevien satuhahmojen vertailu

Satuhahmo	Ulkonäkö	Luonne	Tuotteet	Missä esiintyy
Muumit	Pyöreitä, virtahepomaisia, erilaisia eläinhahmoja	Lempeitä, empaattisia, löytyy myös ilkeitä ja sisukkaita hahmoja	Mukit, vaatteet, lelut, tekstiilit, pelit	Naantalin Muumimaailma
Herra Hakkarainen	Vuohi, jolla on päässään unimyssy ja yöpaita	Hajamielinen ja unelias	Heijastin, korut, Koiramäki-kirjat	Sastamalassa Herra Hakkaraisen talo
Miina ja Manu	Kaksi kissaa, Miinalla mekko ja Manulla lappuhaalarit	Uteliaita ja seikkailunhaluisia	Satukirjat ja niiden mukana CD-levyt	Lastenteatteri-esitykset
Hilarius Hiiri	Hiiri jolla on kaulaliina ja liivi	Empaattinen, rohkaiseva, rehellinen	Limonadi	Peurunka Hilarius Hiiren kylä

4 LAPSIPERHEIDEN MATKAILU SUOMESSA

Matkustavat lapsiperheet tarvitsevat tiettyjä palveluita mennessään matkakohteeseen. Niin lapsilla kuin aikuisilla on omat vaatimuksensa kohteelta ja sen palveluilta. Koska päätöksen matkustamisesta tekee yleensä vanhemmat, oli mielenkiintoista selvittää millaiset ominaisuudet vaikuttavat matkakohteen valintaan ja siellä viihtymiseen. Myös kohteen laatutekijöitä haluttiin selvittää kyselyn avulla. Laadukas kohde houkuttelee yleensä uudelleen samaan paikkaan, ja sellaista voi suositella myös muille. Ja moni perhe onkin valinnut matkakohteensa tuttujen suositusten perusteella.

4.1 Matkailun laatutekijät

Matkailutuote voidaan nähdä kokemuksena tai elämyksenä, jonka asiakas kokee. Laadulla, jonka asiakas kokee, on kaksi suuntausta: tekninen ja toiminnallinen laatu. Teknisellä laadulla tarkoitetaan asioita mitä asiakas saa palvelusta. Paikkaan liittyvät tekijät, kuten palvelun tuottamisessa tarvittavat laitteet ja välineet sekä tekniset ratkaisut kuuluvat tähän. Toiminnallinen laatu taas paneutuu siihen, miten asiakas saa palvelun. Yrityksessä vallitseva palveluilmapiiri, asiakkaan oman osaamisen tunteminen ja sen huomioon ottaminen palvelua suunniteltaessa sekä henkilökunnan ammattitaito ovat osa toiminnallista laatua. Lisäksi on vielä vuorovaikutuslaatu joka liittyy lähinnä yrityksen henkilökunnan ominaisuuksiin. Esimerkiksi henkilöstön palvelualttius ja kyky puhua samaa kieltä asiakkaan kanssa vaikuttavat vuorovaikutuslaadun syntymiseen henkilöstön ulkoisen olemuksen ja käyttäytymisen ohella. (Komppula & Boxberg 2002,42–43).

Asiakkaalla on tietyt odotukset yrityksen toiminnasta tai palvelusta jo ennen palvelutapahtuman alkua. Jos kokemukset ovat odotusten mukaisia, asiakas on

tyytyväinen, mikäli taas kokemus alittaa odotukset, tulee asiakas tyytymättömäksi. Kokemuksen ylittäessä odotukset asiakas on tyytyväinen ja hän odottaa enemmän myös seuraavalta palvelukokemukselta. (Komppula & Boxberg 2002, 43). Yhteistyöyrityksen toimintaa kehitettäessä tuleekin kiinnittää huomio moneen osa-alueeseen. Mikäli yritys laajenee satuhahmon kodiksi, tulee henkilökunnan valintaan kiinnittää huomiota. Asiakkaan tyytyväisyys tulee taata koko tapahtuman ajan, ja kun kohteena ovat lapsiperheet, on haasteena keksiä sekä aikuisia ja lapsia miellyttävät palvelut. Tosin lasten ollessa tyytyväisiä, myös aikuiset voivat kokea tapahtuman täyttäneen sille asetetut vaatimukset.

Kun on kyse matkustamisesta lasten kanssa, myös kustannukset vaikuttavat matkustamiskohteen valintaan. Koska rahan menoa ei voi kokonaan välttää, mieluisen kohteen tulisi olla myös lempeä kukkarolle. Jo pelkästään matkustamiseen menee useita kymmeniä euroja, ja mikäli kohteessa tarvitaan hotelli-majoitusta, on taas maksettava jopa satoja euroja lisää. Monissa perheissä matkakohteen valintaan vaikuttaakin sen hintataso sekä sijainti. Jos kohde löytyy läheltä kotia, on sinne helpompi lähteä vaikka päivän kestävälle matkalle. Näin matkustamisesta säästyy aikaa ja rahaa. Ja perhekin on varmasti tyytyväisempi perillä kohteessa, kuin pitkän automatkan jäljiltä.

Huvipuistoissa rahaa saa kulumaan satakin euroa, vaikka mukana ei olisi kuin aikuinen ja kaksi lasta. Huvipuistojen sisäänpääsymaksut vaihtelevat 18 eurosta lähes 50 euroon. (Heikkinen & Saloheimo 2011, 12). Näiden lisäksi paikalla joutuu usein ruokailemaan, sillä harvaan kohteeseen on mahdollista ottaa omia eväitä tai ainakaan niiden syömiselle ei ole varattu mitään paikkaa. Onkin tärkeää tarjota vierailijoille myös ruokailupalveluja, sillä nälkäinen asiakas on usein myös tyytymätön asiakas.

4.2 Kysely lapsiperheiden matkailutottumuksista

Tein kyselyn päiväkotikäisten lasten vanhemmille heidän matkustamistottumuksistaan sekä matkustuskohteen valintaan vaikuttavista tekijöistä. Kysely toteutettiin kahdessa Oulun seudulla sijaitsevassa päiväkodissa. Kyselyt jaettiin lapsiaan hakeville vanhemmille kotona tai päiväkodilla täytettäväksi. Kiireestä johtuen vain muutamat vanhemmat ehtivät täyttämään kyselyn päiväkodilla. Loput kyselyistä palautettiin päiväkodin hoitajille, jotka toimittivat kyselyt opinnäytetyön tekijälle suljetussa kirjekuoressa.

Taustatietoina kyselylomakkeessa kysyttiin vastaajan sukupuolta ja asuinpaikkaa. Lisäksi haluttiin tietää minkä ikäisiä lapsia perheessä on.

Ensimmäisessä osiossa kyseltiin kuinka usein vuodessa perhe käy lomailemassa sekä matkustaako perhe Suomessa vai ulkomailla. Lisäksi kysyttiin missä päin Suomea perhe matkustaa, mikäli perhe matkustaa kotimaassa. Kysyttiin myös miten perhe lomakohteensa valitsee ja kävisivätkö he useammin lomailemassa, mikäli lähellä sijaittisi jokin lapsille suunnattu kohde, kuten Muumimaailma. Rahankäyttöä kysyttiin myös sekä vanhempien mielipidettä lasten ”teemapuistoista”.

Kysyin myös vanhempien tuntemusta lasten satuhahmoja kohtaan sekä satuhahmoihin liittyvistä ”teemapuistoista”. Vanhempien arvostamia asioita lomakohteessa haluttiin tietää sekä tärkeintä asiaa, mikä tekee lomakohteesta laadukkaan. Toiseksi viimeisinä kysyttiin kuka valitsee perheen lomakohteen ja viimeisenä oli kysymys mitä muuta vastaaja toivoisi lasten lomakohteelta.

4.3 Tulokset

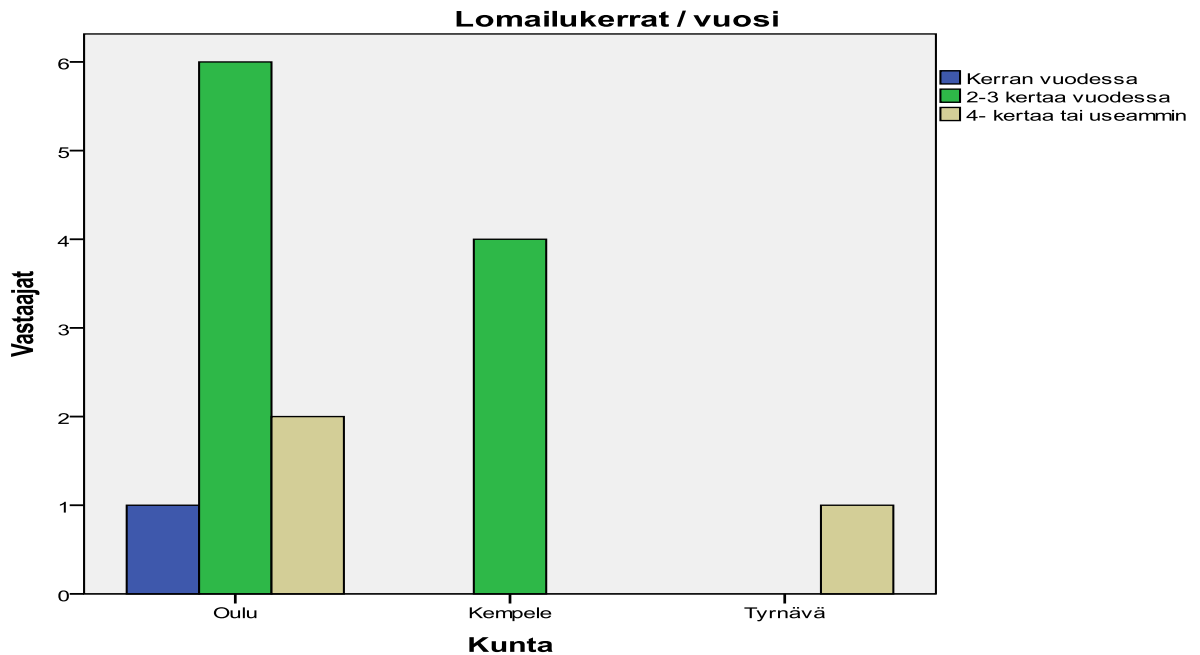
Kävin itse jakamassa kyselylomakkeita 30. maaliskuuta Kempeleessä sijaitsevassa päiväkodissa sekä 31. päivä Oulussa sijaitsevassa päiväkodissa. Lomakkeet annettiin vanhemmille mukaan heidän tullessaan hakemaan

lapsiaan kotiin. Kolme lapsia hakeneista henkilöistä kieltäytyivät ottamasta kyselyä. Muuten jaoin lomakkeen jokaiselle kohdatulle vanhemmalle. Muutama vanhempi tiesi tulla kysymään lomaketta suoraan työn tekijältä, sillä lasten vanhemmille oli kerrottu kyselyn suorittamisesta. Kyselyn vastausmäärä jäi kuitenkin melko alhaiseksi, vain neljätoista lomaketta palautui täytettynä opinnäytetyöntekijälle noin neljästäkymmenestä jaetusta lomakkeesta. Alhaisesta vastausmäärästä huolimatta saadut vastaukset vastasivat hyvin tekijän odotuksia. Vaikka laajempi vastausjoukko olisi antanut luotettavamman kuvauksen lapsiperheiden matkailusta, saadut tulokset antavat hyvin vinkkejä opinnäytetyön antajalle hänen toivomiinsa asioihin. Vastaukset kirjattiin SPSS-tilasto-ohjelmaan ja avoimet vastaukset kirjattiin Excel- taulukkoon vastausten vertailun ja lukemisen helpottamiseksi. SPSS- ohjelman avulla vastauksia voitiin luokitella ja ristiintaulukoinnin avulla saatiin selvitettyä vastausten välisiä yhteyksiä.

Ensimmäisenä kysyttiin vastaajan sukupuolta ja kaikki kyselyyn vastanneista neljästätoista henkilöstä olivat naisia. Vaikka useita lomakkeita jaettiin myös miehille, he ovat jättäneet vastaamatta tai antaneet lomakkeen naisen täytettäväksi. Asuinpaikakseen vastaajista yhdeksän ilmoitti Oulun, neljä Kempeleen ja yksi vastaaja Tyrnävän. Kysyttäessä minkä ikäisiä lapsia perheessä on, vastaajista kolmella oli 0-2 vuotiaita lapsia. Kolmen ja viiden ikävuoden välillä olevia lapsia oli kymmenellä vastaajalla ja 6-8 vuotiaita lapsia oli seitsemällä vastaajalla. Sekä 9-11 vuotiaita, että 12 vuotiaita tai vanhempia lapsia oli yhdellä vastaajalla molemmissa ryhmissä. Seitsemällä vastaajalla oli lapsia useammassa eri ikäluokassa.

Kysymykseen jossa tiedusteltiin kuinka usein perhe käy lomailemassa yksi vastasi käyvänsä kerran vuodessa. Kymmenen vastaajaa lomaili perheensä kanssa kahdesta kolmeen kertaan vuodessa ja kolme vastaajaa kävi lomalla neljä kertaa vuodessa tai useammin. Kahdesta kolmeen kertaa vuodessa oli siis suosituin vastaus ja tämä sopiikin oletukseen, että perheet lomailevat kesälomalla sekä hiihto- tai joululomalla. Oululaisista vastaajista (Kuvio 1) vain yksi kertoi käyvänsä kerran vuodessa lomailemassa kun Kempeleen ja

Tyrnävän vastaajista kukaan ei vastannut käyvänsä vain kerran vuodessa. Oulun vastaajista kuusi ja Kempeleen neljä vastaajaa kävivät lomailemassa kahdesta kolmeen kertaan vuodessa. Neljä kertaa tai useammin lomailemaan pääsi kaksi vastaajaa Oulusta sekä yksi vastaaja Tyrnävältä.



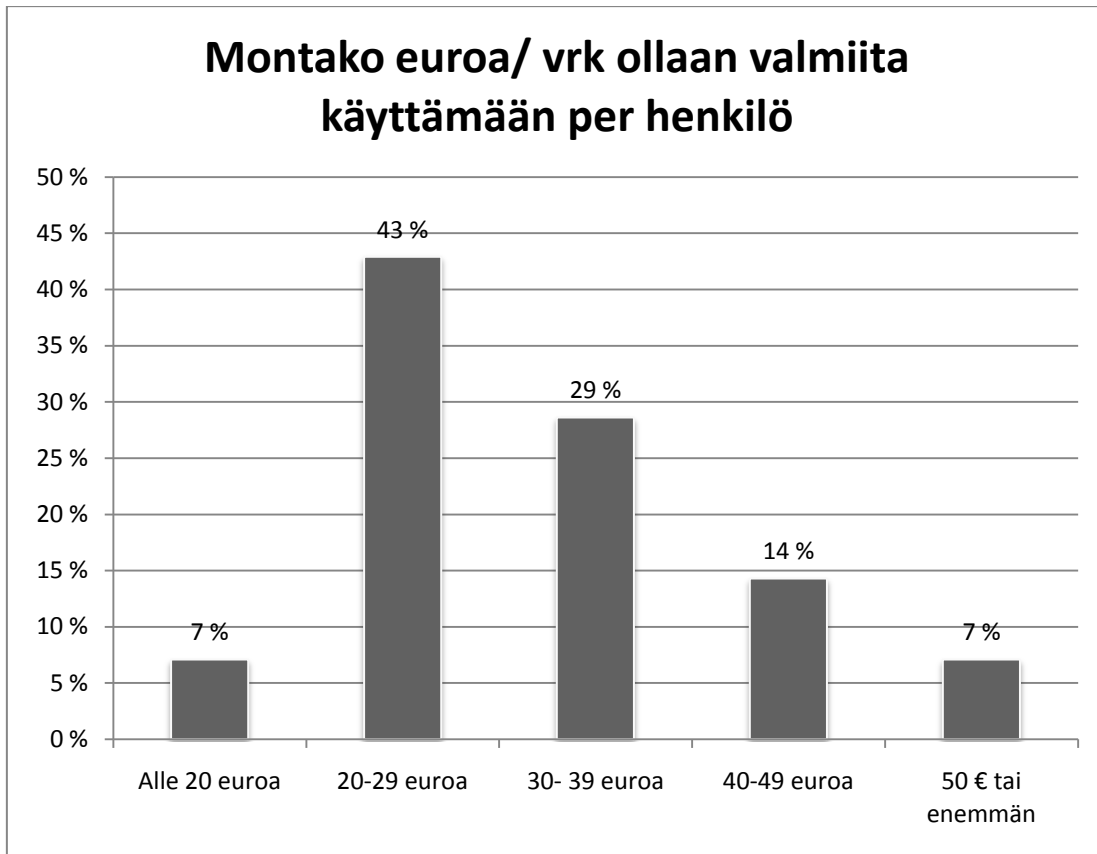
KUVIO 1. Vastaajien lomailukerrat vuodessa kunnittain

Vastaajilta kysyttiin matkustavatko he yleensä Suomessa, ulkomailla vai molemmissa. Kahdeksan vastaajaa vastasi matkustavansa Suomessa ja kuusi vastaajaa molemmissa. Suomessa matkustavilta kysyttiin lisäkysymyksenä missä päin Suomea he matkustavat. Kahdeksan vastaajaa kertoi matkustavansa Etelä- Suomeen, kuten Helsinkiin, Turkuun ja Tampereelle. Näissä kaupungeissa sijaitsee lapsille tekemistä sekä sukulaisia. Kuten myös Lapissa ja Kuusamossa matkaavat kertoivat sieltä löytyvän mummolan tai mökki sekä muita sukulaisia Kuusamosta löytyvä Ruka myös mainittiin vastauksissa, etenkin talvilomakohteenä. Itä-Suomessa, Koillismaalla ja Keski-Suomessa kertoivat yksittäiset vastaajat myös matkustavansa.

Perheen lomakohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä kysyin avoimessa kysymyksessä, jossa vastaajilla oli mahdollisuus kertoa omin sanoin kohteen valintaan vaikuttavista tekijöistä. Tärkeitä tekijöitä ovat lasten viihtyminen sekä kohteen sijainti, kuten eräs vastaaja oli osuvasti tiivistänyt ” sijainti ja sisältö”. Sijainnin olisi hyvä olla sellainen, että myös aikuisille löytyisi jotain nähtävää. Tasokkuus ja lasten tarpeiden huomioiminen nousi myös tärkeiksi asioiksi. Lapsille tulisi löytyä jotain uutta ja kiinnostavaa kuten huvipuistoa tai eläinpuistoa ja kaiken tulisi tapahtua lasten ehdoilla ja tarpeet huomioiden. Yhteistä mukavaa puuhaa myös kaivattiin ja että kohteessa oleilu olisi mukavaa. Myös majoituksen hintataso vaikuttaa ja sen pitäisi olla edullinen tai kuulua johonkin tarjouspakettiin.

Yrittäjän kannalta tärkeä tieto oli selvittää, kävisivätkö perheet useammin lomamatkalla, mikäli lähellä olisi jokin lapsille suunnattu paikka kuten Muumimaailma. Suurin osa vastaajista voisi käydä tai ainakin harkitsisi käyvänsä useammin kuin nykyisin, mikäli läheltä löytyisi tällainen kohde lapsille. Kuusi vastaajaa vastasi että he kävisivät useammin kuin nykyisin. Viisi vastaajaa harkitsisi käyvänsä useammin ja kolme vastaajaa kävisi saman verran kuin nykyinkin. Kukaan vastaajista ei ollut valinnut vaihtoehtoja ”kävisimme harvemmin kuin nykyisin” tai ”emme kävisi lainkaan”. Lapsiperheillä olisi varmasti matalampi kynnys lähteä lomamatkalle, jos matkustamiseen ei tarvitsisi uhrata koko päivää. Pohjois- Suomen lapsiperheille ei ole juuri tarjolla tällaisia kohteita, joten kysyntää varmasti löytyisi.

Kysyttäessä vastaajien rahankäyttöä lomakohteessa, vastaukset vaihtelivat suuresti. Yksi vastaaja olisi valmis käyttämään vain alle kaksikymmentä euroa henkilöä kohden. 20- 29 euroa taas voisi käyttää kuusi vastaajaa. 30–39 euroa olisi neljän vastaajan mielestä summa, jonka he voisivat käyttää henkilöä kohden vuorokaudessa. Kaksi henkilöä vastasi 40- 29 euroa olevan sopiva summa käytettäväksi henkilölle ja yksi vastaaja oli valmis käyttämään 50 euroa tai enemmän. Vastaukset menevät samoilla linjoilla kuin Helsingin Sanomien selvitys kertoi huvipuistojen sisäänpääsymaksujen ja pienen purttavan maksavan (Heikkinen & Saloheimo 2011, 12).



KUVIO 2. Rahankäytön valmius kohteessa per henkilö/vuorokausi

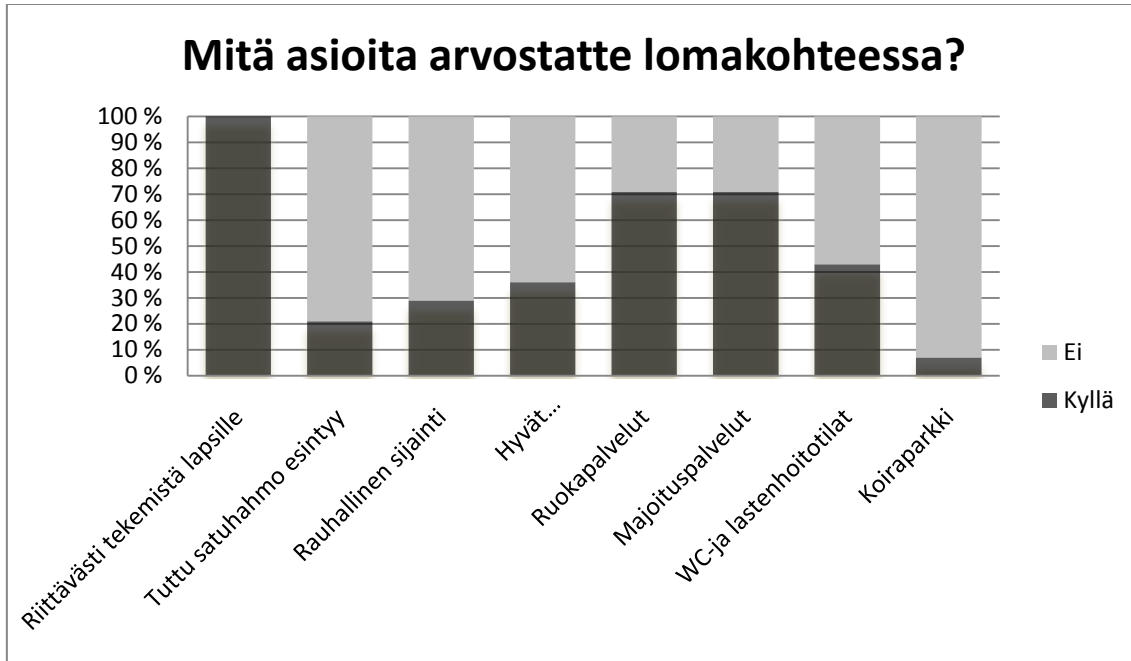
Kysyin myös vastaajien mielipiteitä lasten satuhahmoihin liittyvistä teemapuistoista. Vastaajien tuli valita vain yksi vaihtoehto, joka kuvaa parhaiten mielikuvaa teemapuistoista. Yhdeksän vastaajan mielestä ne ovat kivoja paikkoja lasten kanssa matkustaessa ja neljän vastaajan mielestä lapset pitävät niistä ja myös aikuiset viihtyvät. Yksi vastaaja oli sitä mieltä, että lapset viihtyvät, aikuiset eivät niinkään. Kahteen viimeiseen vaihtoehtoon, eli ”lapset eivät tykkää ja aikuiset eivät viihdy” ja ”eivät kiinnosta lainkaan” ei tullut yhtään vastausta. Joten näiden neljäntoista vastaajan mielestä ainakin lapset viihtyvät näissä paikoissa ja vain yhden vastaajan mielestä aikuiset eivät viihdy kovin hyvin.

Suomalaisiin satuhahmoihin sekä heidän omiin matkakohteisiin tutustumiseen liittyvään kysymykseen oli vastattu, kuten olin olettanutkin. Muumit olivat

tutuimmat ja Hilarius Hiiri taas oli vähiten tunnettu. Miinaan ja Manuun oli tutustunut kahdeksan vastaajaa ja kuusi vastaajaa ei ollut tutustunut kyseisiin satuhahmoihin. Hilarius Hiiri oli tuttu vain kolmelle vastaajalle ja peräti yksitoista vastaajaa ei ollut tutustunut siihen ollenkaan. Kukaan vastaajista ei ollut tutustunut myöskään Hilarius Hiiren kylään Perungalla. Muumit olivat tutut kolmelletoista vastaajalle ja vain yksi ei ollut tutustunut Muumeihin. Muumimaailmaan sen sijaan oli tutustunut vain kuusi vastaajaa ja kahdeksan ei ollut tutustunut paikkaan. Herra Hakkarainen oli tuttu yhdelletoista vastaajalle ja kolme vastaajaa ei ollut tutustunut Hakkaraiseen. Kukaan vastanneista ei ollut vierailut Herra Hakkaraisen talossa, ja yksi vastaaja oli jättänyt kokonaan vastaamatta kysymykseen. Satuhahmojen tunteminen ei siis välttämättä tarkoita, että heidän matkakohteissaan olisi käyty. Ja kaikkia satuhahmoja ei välttämättä tunneta, vaikka suuri osa ihmisistä ne tietäisikin.

Vastaajien arvostamia asioita lomakohteessa kysyttiin kysymyksellä (Kuvio 3.), jossa oli kahdeksan eri vastausvaihtoehtoa. Vastaajalla oli mahdollisuus valita useampi vaihtoehto. ”Riittävästi tekemistä lapsille” kohdan olivat valinneet kaikki 14 vastannutta henkilöä. Tämä onkin tietysti tärkeä asia lasten matkakohteen ollessa kyseessä. Tämä tulee ottaa ensimmäisenä huomioon lasten lomakohdetta suunniteltaessa. Tutun satuhahmon esiintymistä kohteessa arvostaa vain kolme vastannutta. Kysymyksen olisi voinut ehkä asetella toisin, sillä perheet saattavat toivoa satuhahmoja lasten viihdyttämiseksi, vaikkei se varsinainen arvostuksen kohde olisikaan. Kohteen rauhallisen sijainnin oli neljä vastaajaa valinnut arvostettavaksi asiaksi. Viisi vastaajaa arvosti kohteessa olevia hyviä pysäköintimahdollisuuksia, ja ne ovatkin tärkeitä lasten kanssa liikkuesssa. Ruokapalvelut oli kymmenen vastaajaa valinnut arvostettavien asioiden joukkoon. Myös majoituspalveluita arvosti kymmenen vastaajaa. WC ja lastenhoitotilat olivat kuuden vastaajaan arvostuksen kohteena, ja ovathan ne melkein itsestäänselvyys etenkin lapsille suunnatuissa matkakohteissa. Koiraparkin oli valinnut arvostuksen kohteeksi vain yksi vastaaja, ja harvemmin tällaisia paikkoja lasten puuhamaista löytyykään. Nykyisin useilla perheillä on koira ja sen hoito täytyy jotenkin järjestää perheen lomailujen ajaksi. Mikäli

lomakohteessa olisi koirillekin oma paikka, olisi koko perheen helpompi lähteä matkalle.



Kuvio 3. Mitä vastaajat arvostavat lomakohteessa

Halusin kysyä vastaajien mielestä tärkeintä asiaa, joka tekee lasten lomakohteesta laadukkaana. Tarkoituksena oli, että vastaajat olisivat valinneet sen tärkeimmän tekijän ja perustelleet sitä. Vain muutama vastaaja oli toiminut näin ja loput olivat luetelleet useampia laadukkuuden takaavia tekijöitä. Vaikka vastauksissa oli useita asioita lueteltuna, siisteys nousi tärkeimmäksi tekijäksi vastaajien joukossa. Peräti kymmenen vastaajaa oli kirjannut siisteyden olevan tärkein tekijä, ja yksi vastaajista piti sitä toiseksi tärkeimpänä. Tällä varmaankin tarkoitetaan alueen yleistä siisteyttä ja esimerkiksi WC- tilojen hyvää hygienia- tasoa. Lisäksi vastaajien mielestä laadukkaassa kohteessa on toiminnallisuutta, riittävän monipuolista tekemistä pariksikin päiväksi ja hyvä toteutus. Hyvää asiakaspalvelua ja sitoutunutta henkilökuntaa sekä heidän lapsia arvostavaa asennetta kertoivat vastaajat arvostavansa. Lapsilla tulisi olla tilaa leikkiä ja opasteiden tulisi olla hyvät ja selkeät. Eräs vastaaja kertoi, että lomakohteesta

ei saa jäädä nopeasti tai hitaamalla tehty vaikutelma. Jos näin käy, koko perhe on pettynyt eikä ainakaan suosittele paikkaa muille. Omien eväiden syöntiin tulisi löytyä paikkoja alueelta ja lisäksi useampi ruokailupaikka. Vastaajat toivoivat että ravintolat olisivat oikeita ravintoloita, eikä pelkkiä hampurilaisravintoloita. Erityisruokavalioiden huomioiminen oli myös yhdelle vastaajalle laadukkuuden tekijä. Ainakin gluteenittomat ja laktoosittomat ruoat tulisi löytyä paikalta.

Muita lomakohteeseen liittyviä toiveita tuli yhdeksältä vastaajalta. Vastaajilla oli mahdollisuus kertoa omin sanoin toiveistaan ja odotuksistaan avoimessa kysymyksessä. Yksi vastaajista toivoi kohteen sijaitsevan lähellä Oulun seutua ja että laitteet ja toimipisteet ovat kunnossa ja käytössä. Hän myös tarkentaa että usein alueilla on rikkinäisiä laitteita, mikä ei ole hyvä asia. Toisen vastaajaan toiveissa oli ystävällinen, palvelualtis ja osaava henkilökunta sekä laadukkaat ruokailupaikat. Wasalandia oli ollut pettymys, sillä pelkkää ”roskaruokaa” oli ollut tarjolla. Terveellistä ja laadukasta myös erityisruokavaliot huomioivaa ruokaa tarjoava ravintola olisi siis toivelistalla. Myös edullisia, majoituksen sisältäviä lomapaketteja oli toivelistalla. Lisäksi toivottiin, ettei kohde olisi vain kerta katsomisella läpikäyty, vaan kohteessa pitäisi olla riittävästi tekemistä ja että kohde sijaitisi lähellä. Kohteen tulee myös olla nimenomaan lapsille suunnattu, eikä mikään ”aikuisten juottola”, kuten yksi vastaajista asian kuvasi.

Uusia innovatiivisia juttuja toivottiin vanhojen ja perinteisten asioiden rinnalle. Tämän seurauksena aikuisetkin yllättyisivät ja lapset nauttisivat. Edullista majoitusta, johon myös koirat olisivat tervetulleita, toivoi eräs vastaaja. Kohteen toivottiin olevan lapsiystävällinen ja turvallinen, ja että joka ikäryhmälle olisi jotain tarjolla. Elämyksellistä lapsen omaa osallistumista toivottiin myös ja että kokonaisuus olisi mahdollisimman hyvin mietitty perheiden liikkumisen mukaan. Lasten oheispalveluiden tulisi toimia lasten näkökulmasta ja kaiken muunkin tulisi olla toimiva kokonaisuus, jottei pullonkauloja tai muita ongelmia pääsisi syntymään.

5 TOIMINNAN KEHITTÄMINEN

Yrittäjän toiveena oli saada uusia ideoita toimintansa kehittämiseen. Osana opinnäytetyötä on tehty kysely tarhaikäisten lasten vanhemmille. Kyselyssä selvitettiin perheiden matkustelutottumuksia sekä matkakohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä. Lisäksi kysyttiin mitä asioita vanhemmat toivoivat lomakohteelta ja mikä tekisi kohteesta arvostettavan paikan myös tulevaisuudessa. Tutkittuani erilaisia satuhahmoja ja niiden kehitystä, sain itsekin uusia ideoita. Tässä luvussa esittelen näkökulmat ja vinkkini toiminnan kehittämiseen.

5.1 Satuhahmo

Satuhahmon ulkoinen olemus näyttää nykyisellään selkeältä ja mukavalta hahmolta. Koska satuhahmo kannattaa suunnata juuri pienemmille lapsille, selkeät ja värikkäät hahmot ovat parhaita huomion herättäjiä. Nykyisin hahmon esiintyessä eri tilaisuuksissa ja kuvissa hahmon vaatetus on saattanut vaihdella tai housut vaihtaa väriään. Esimerkiksi yrityksen Internet- sivuilla esiintyvä hahmo on sinihousuinen ja vihreäpaitainen ja hänellä on sininen myssy, kun taas esiintyessään hahmo on käyttänyt keltaisia housuja. Yrityksen luova johtaja on omiin opintoihinsa liittyvässä työssä keskittynyt satuhahmon kehittämiseen ja satuhahmon mahdollisten kaverihahmojen kehitystyöhön, joten tähän osa-alueeseen en puutu tässä opinnäytetyössä. Satuhahmosta ollaankin luomassa persoonallisempaa ilmeiden ja kasvojen muotoilun avulla.

Satuhahmon positiivista elämän asennetta ja perinteiden kunnioittamista ei kannata missään nimessä hukata. Nykyiset lapsille suunnatut hahmot ovat usein pinnallisia ja helposti unohdettavia. Tämän vuoksi perinteitä kunnioittava ja lapsille arvoja opettava satuhahmo on erittäin tervetullut tuttavuus lasten maailmaan. Kuten Muumeissa, myös satuhahmon toiminnassa voidaan ottaa mukaan lapsia kiinnostavia asioita ja opettaa samalla elämäntaitoja ja

suvaitsevaisuutta. Erilaisuuden arvostaminen ja toisten kunnioittaminen ovat tärkeitä arvoja ja lisäksi lasten tutustuttaminen erilaisiin asioihin olisi hyvä tehdä satuhahmon avulla. Lapset seuraavat tarkkaan satuhahmojen toimintaa ja tutun satuhahmon ”kertomana” pelottavatkin asiat voivat muuttua kivoiksi ja ymmärrettäväksi. Esimerkiksi pimeä ja kouluun meno saattavat pelottaa perheen pienimpiä, joten satuhahmo voisi kertoa, ettei näitäkään asioita tarvitse pelätä.

Esiintyvä satuhahmo on ihminen, jolla on satuhahmo- puku päällään. Koska satuhahmoa esittävä ihminen vaihtuu välillä, ei satuhahmolle ole annettu vielä ääntä, eikä hahmo ole puhunut. Tulevaisuudessa satuhahmo voisi puhua, vaikka näyttelijä puvun sisässä vaihtuisikin. Satuhahmon äänenä voisi olla nainen, vaikka kyseessä onkin miespuolinen eläinhahmo. Näin hahmo ei kuulostaisi liian aikuiselta, ja olisi ehkä enemmän lasten mieleen. Toisaalta myös nuori mies voisi sopia esittäjäksi. Satuhahmon ääntä ja puhetyyliä täytyy miettiä, mutta puheen tulee kuulostaa luonnolliselta ja nimenomaan pohjois-pohjanmaalaiselta. Satuhahmolle voi muodostua tiettyjä sanontoja tai tokaisuja, joita hän käyttää tietyissä tilanteissa. Koska satuhahmon eräänlainen tunnuslause on ollut ”positiivisuus on pop”, voitaisiin tätä ajatusta hyödyntää satuhahmon puheessakin. Raahelaisuuttaan hahmo voi korostaa kertomalla kotikaupunkinsa merellisyydestä. Meri voisi olla myös mukana myös satuhahmon seikkailuissa.

5.2 Toiminta

Tällä hetkellä yhteistyöyrityksen toiminta on keskittynyt lähinnä kesäteatteri esityksiin sekä satunnaisiin satuhahmon esiintymisiin lasten tapahtumissa. Kesäiset teatteriesitykset on pidetty Raahen Pikkulahdessa. Yrittäjän suunnitelmissa oleva satuhahmon kotitalo on ajatuksena erittäin hyvä. Tulevaisuudessa Raahen kaupungin ja yrityksen yhteistyön tulisi tiivistyä. Näin ollen molemmat voittaisivat ja hyötyisivät. Yritykselle kaupungin tuki olisi elintärkeää ja kaupungin matkailu taas voisi hyötyä hurjasti satuhahmon ”talon” tuomasta matkailijamäärästä. Vaikka kotitalon tai muun matkakohteen rakentaminen aiheuttaa kustannuksia, kannattaisi tällainen rakentaa.

Satuhahmon tunnetuksi tekemisen voisi aloittaa helpoiten vieraillemalla lähialueen päiväkodeissa. Pienet laulu- tai teatterileikkihetket satuhahmon kanssa saisivat lapset osallistumaan ja muistamaan satuhahmon. Jos lapsi pääsee itse tutustumaan ja kokemaan satuhahmon, se jää myös mieleen paremmin. Myös tarharyhmille suunnattuja teatteriesityksiä voisi järjestää sisätiloissa myös talvisin. Näin satuhahmon toiminnasta saataisiin ympärivuotista. Satuhahmo voisi tehdä kiertueen aluksi Pohjois-Pohjanmaan alueella, ja myöhemmin myös laajemmalla alueella. Tämän voisi järjestää päiväkotien kanssa yhteistyössä tai viikonloppuisin jossain suuremmassa salissa, jotta lapset pääsisivät esityksiin vanhempiensa tai isovanhempiensa kanssa. Esitysten yhteydessä voisi olla lapsille jotain satuhahmoon liittyvää puuhaa joko odotellessa esityksen alkua tai sen jälkeen. Tempurata tai askartelunurkkaus olisi varmasti lasten mieleen. Tämä toki vaatii riittävästi osaavaa henkilökuntaa paikalle. Tässä voitaisiin varmasti hyödyntää esimerkiksi varhaiskasvatuksen sekä kulttuurialan opiskelijoita. Oulun yliopistolla on varhaiskasvatuksen yksikkö, jonka kanssa varmasti voitaisiin järjestää yhteistyöhankkeita.

Satuhahmon oman matkakohteen suunnitteluun kannattaa varata runsaasti aikaa ja rahoituksen tulee olla selvillä ja kunnossa, jotta kohteesta saadaan

hyvin tehty ja laadukas. Jotta kohteesta saataisiin vetävä, on jokaisen osa-alueen oltava kunnossa, mieluiten jo aivan projektin alussa. Koska kyseessä on Raahesta lähtöisin olevan lastenlaulun perusteella tehty satuhahmo, olisi hyvä saada kohde Raaheen tai ainakin sen lähistölle. Teemapuistosta tulisi tehdä kestävä ja ”luonnollinen”. Suunnittelussa voitaisiin ottaa huomioon ympäristöystävällisyys ja käyttää luonnon materiaaleja muovin sijaan. Lisäksi rakentaminen tulee tehdä huolellisesti alusta loppuun ja luotettavia yhteistyökumppaneita käyttäen.

Satuhahmolle rakennettavassa kohteessa täytyy myös olla ravintola, joka tarjoaa terveellistä ja maistuvaa ruokaa koko perheelle. Ei siis pelkkää hampurilaisravintolaa, vaan ravitsevaa ruokaa tarjoava ravintola. Erikoisruokavaliot tulee myös ottaa huomioon. Ainakin laktoosittomat ja gluteenittomat vaihtoehdot tulisi löytyä valikoimista. Lähiruoka ja puhtaat raaka-aineet olisivat varmasti myös hyvä kilpailuvaltti. Ilman turhia lisäaineita tehdyt ruoat maistuvat koko perheelle, ja perheen äidin ei tarvitse miettiä ruoan epäterveellisyyttä. Myös omien eväiden syönnille tulisi olla mahdollisuus, sillä kaikki eivät tahdo ruokailla ravintolassa, edes matkalla ollessaan. Tämän voisi järjestää varaamalla pöytiä sekä ravintolassa ruokaileville, että myös omien eväiden syöjille. Lastenruoille ja maitopulloille olisi hyvä varata myös lämmityspaikka.

Mikäli yritys lähtee rakentamaan satuhahmon kotitaloa, tai muuta matkakohdetta, on sen sitä ennen löydettävä halukkaat yhteistyökumppanit. Kaikkien osapuolten tulee sitoutua projektiin ja toimia satuhahmon periaatteita kunnioittaen. Rakentajien tulee tehdä hyvää ja kestävää jälkeä ja ruokapalveluiden tarjoajan tulee sitoutua toiminaan paikallisten tuottajien kanssa. Kohteen tulee toimia täysin lasten ehdoilla, ja siten että koko perhe voi osallistua toimintaan kohteessa. Aikuisten ja lasten yhteisen tekemisen avulla koko perhe viihtyy ja ovat myös valmiita palaamaan kohteeseen uudelleen.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyötä tehdessä tuli ilmi asioita, joista voidaan vetää muutama johtopäätös. Työn tarkoituksena oli löytää keinoja kehittää lasten satuhahmoa ja löytää keinoja tehdä se tunnetuksi lasten keskuudessa. Satuhahmoa ei fyysisesti lähdetty kehittämään tässä työssä, mutta satuhahmon ulkonäöstä ollaan tekemässä persoonallisempaa yrityksen toimesta. Satuhahmon tekemistä tunnetuksi voisi auttaa vierailut päiväkoteihin. Lapset voisivat näin tutustua hahmoon lähietäisyydeltä. Myös kiertävä satuhahmon teatteriesitys voisi toimia huomion herättäjänä. Satuhahmon kirja, joka on jo suunnitteilla, on myös tärkeä etappi tunnettavuuden lisääntymisen kannalta.

Johdannossa esittelin tutkimuskysymyksinä, mikä merkitys satuhahmoilla on lapsiperheiden lomamatkailussa ja entä millaiseen lomakohteeseen lapsiperheet tulisivat Oulun alueella? Satuhahmojen merkitystä lapsiperheiden lomamatkailuun ei pidä vähätellä. Tehdyn kyselyn perusteella satuhahmojen esiintyminen itse kohteessa ei ollut niinkään merkityksellistä. Silti lasten viihtymisellä tuntui olevan suuri merkitys kohteen valinnassa. Joten jos satuhahmon avulla saadaan kohteesta mielenkiintoinen ja tarpeeksi tekemistä sisältävä, voi satuhahmosta tulla kohteen tärkein asia. Vaikka suurin osa vastaajista olikin tutustunut Muumeihin, vain osa oli käynyt Naantalin Muumimaailmassa. Tähän saattaa vaikuttaa Muumimaailman sijainti, ja lähempään kohteeseen perheet olisivat varmaankin matkanneet useammin.

Tärkeimpänä asiana matkakohteen laadukkuuden mittaamisessa vastaajat pitivät siisteyttä. Siivouksen ja paikkojen ylläpidon täytyy siis toimia hyvin, eikä vain sinnepäin. Lisäksi kohteen tulee olla lapsille sopiva ja tarpeeksi viihdyttävä. Jotta nämä asiat toteutuvat kohteessa, tulee toiminta olla hyvin tarkkaan suunniteltua. Lasten tulee viihtyä ja paikalla olla tarpeeksi osaavaa ja palveluultista henkilökuntaa. Lasten tarpeet tulee ottaa huomioon ja vastaajien toivomaan lasten arvostusta tulee olla mukana henkilökunnan toiminnassa.

Toisena tutkimuskysymyksenä työssäni oli ”miten raahelainen yritys voisi hyödyntää Pohjois-Suomesta lähtöisin olevan satuhahmon lisenssiä ja tehdä siitä liiketoimintaa?” Koska kyseessä on pohjoissuomalainen lastenlaulu, ja yritysikin sijaitsee Raahessa, tulee mahdollinen satuhahmon matkakohde sijoittaa Pohjois- Pohjanmaalle ja mieluiten Raaheseen. Myös perinteitä ja arvoja tulee kunnioittaa satuhahmoa ja sen mahdollista matkakohdetta suunniteltaessa. Vanhoja perinteitä voitaisiin pitää yllä kertomalla lastenlaulun säveltäjän elämästä vaikka muistoseinällä. Satuhahmon kehittämisessä tulee pitää tallella hyvät arvot ja positiivinen asenne. Lapsille on suunnattu nykyisin ihan liikaa pinnallisuuteen ja väkivaltaan kannustavia ohjelmia. Satuhahmon tulee pysytellä mahdollisimman kaukana tällaisesta ja pysyä omana positiivisena ja ihanana itsenään.

Satuhahmo-yrityksellä on rajattomat mahdollisuudet kehittää toimintaansa ja satuhahmon toimintaa ja esiintymistä erilaisissa paikoissa ja medioissa. Koska kyseessä on pieni yritys, tarvitsee se toimintansa laajentumiseen hyviä yhteistyökumppaneita. Yrityksen tulee vain toimia omien periaatteidensa mukaisesti ja kunnioittaen vanhan lastenlaulun mukanaan tuomia perinteitä. Mielikuvitusta ja yrityshalua yrittäjällä varmasti riittää, joten oikeiden yhteistyökumppaneiden löytämisellä ja rahoittajien vakuuttamisella yritys ja sen satuhahmo voivat olla tulevaisuuden menestystarinoita.

7 POHDINTA

Tavoitteena työssäni oli selvittää, millaiseen kohteeseen lapsiperheet tulisivat lomalle ja millaisia odotuksia heillä kohteelta on. Lisäksi tuli tutkia muiden satuhahmojen toimintaa ja sen perusteella löytää keinoja tehdä yhteistyöyrityksen satuhahmoa tunnetuksi. Työtä tehdessäni tutkin jo olemassa olevien satuhahmojen toimintaa ja näkyvyyttä. Lisäksi tein pienimuotoisen tutkimuksen lapsiperheiden matkailusta. Aloittaessani opinnäytetyötä, olin hyvin innoissani erilaisesta ja mielenkiintoisesta aiheesta. Satuhahmoja ei ole tietääkseni juurikaan tutkittu ainakaan opinnäytetyön muodossa. Myös lapsiperheiden matkailuun vaikuttavat tekijät tuntuivat hyödyllisiltä aiheilta selvitettäväksi.

Satuhahmojen toimintaan ja erityisesti sisällöntuotantoon liittyviin asioihin ei ole saatavilla kirjallisia teoksia suomenkielellä. Kiinnostavasta aiheesta huolimatta, tiedonhaun haastavuus pääsi kuitenkin yllättämään työn edetessä, sillä aiheesta löytyi yllättävän vähän kirjoitettua kirjallisuutta ja useat kirjat olivat vain muutamalla lauseella viitanneet itse aiheeseen. Myöskään kilpailevista satuhahmoista ei meinannut löytyä kirjallista tietoa, ainakaan mistään virallisiksi luokiteltavista lähteistä. Opinnäytetyön sisältö kehittyi koko teko prosessin aikana ja itse satuhahmon kehittäminen muutettiin toiminnan kehittämiseksi ja lapsiperheiden matkailun tutkimiseksi. Opinnäytetyöhön liittyen suoritetun kyselyn vastaajamäärä jäi melko alhaiseksi, osittain varmaankin siksi, ettei vastaamisessa ollut mitään ”porkkanaa” joka olisi houkuttanut ihmiset vastaamaan ahkerammin. Toisaalta saadut vastaukset olivat hyviä ja antoivat samansuuntaisia vastauksia perheiden toiveista ja odotuksista matkakohteeltaan. Saaduista tuloksista on varmasti hyötyä yrityksen toiminnan kehittämisessä.

Opinnäytetyön tekijän työssäkäynti ja asuminen toisella paikkakunnalla vaikeutti välillä työn etenemistä, sillä aikaa ei ollut niin paljon käytettävissä itse työn tekemiseen ja esimerkiksi koululla työskentelyyn, kuin työntekijä oli etukäteen

suunnitellut. Tästä syystä joulukuulle 2010 suunniteltu työn valmistuminen siirtyi keväälle 2011. Jälkeenpäin ajateltuna, opinnäytetyön ja työskentelyn yhdistäminen ei ollut kovinkaan hyvä idea, sillä työn valmistuminen venyi turhaan ja aikatauluja oli välillä vaikea yhdistää. Mikäli työtä olisi ollut tekemässä kaksi tekijää, olisi työstä saatu hieman laajempi ja sen valmistuminenkin olisi saattanut olla nopeampaa. Toisen opiskelijan tuki ja apu olisi varmasti myös auttanut vaikeissa paikoissa, mutta toisaalta kahden ihmisen näkemykset olisivat saattaneet erota liikaakin toisistaan yhtenäisen lopputuloksen saavuttamisessa.

Opinnäytetyötä tehdessä tuli esille useita asioita, joita olisi voitu vielä selvittää. Alun perin suunniteltu satuhahmon tuotteistaminen rajattiin tästä työstä pois, sillä muuten työ olisi laajentunut liikaa. Joten tuotteistuksen suunnitteluun voisi varata toisen opinnäytetyön. Palvelumuotoilu liittyy läheisesti uusien palveluiden kehittämiseen ja niiden asiakaslähtöisyyteen. Tässä työssä on vain suppea kuvaus tästä alasta, joten jatkotutkimuksia aiheesta voisi tehdä ja ne saattaisivat auttaa myös palvelualojen yrittäjiä. Myös satuhahmon kotitalon tai muun matkakohteen suunnittelutyön voisi toteuttaa opinnäytetyönä. Erilaisia kannattavuuslaskelmia ja rakennuskustannuksia olisi hyvä selvittää, ennen varsinaisten rakennussuunnitelmien tekoa. Myös lasten suhtautumista erilaisiin satuhahmoihin voitaisiin selvittää tarkemmin, ja lasten käyttäytymisen tunteminen auttaisi varmasti tässä. Siksi sosiaalialan opiskelijoista voisi löytyä tekijöitä tällaiselle aiheelle.

LÄHTEET

Facebook, Herra Hakkaraisen talo. Hakupäivä 2.2.2011

[Http://www.facebook.com/home.php#!/profile.php?id=100000740892369&sk=all](http://www.facebook.com/home.php#!/profile.php?id=100000740892369&sk=all).

Facebook, Muumilaakson tarinoita. Hakupäivä 2.2.2011.

[Http://www.facebook.com/home.php#!/muumit](http://www.facebook.com/home.php#!/muumit).

Heikkinen, M. & Saloheimo, V. 2011. Huvipuistoissa kuluu aiempaa enemmän rahaa. Helsingin Sanomat 28.5.2011, 12

Herra Hakkaraisen talo. Hakupäivä 3.2.2011.

[Http://www.herrahakkaraisentalo.net/esittely.html](http://www.herrahakkaraisentalo.net/esittely.html).

Moritz, S. 2005 Service design. Practical access to an evolving field. Hakupäivä 16.4.2011. [Http://www.service-design-network.org/system/files/media/Practical_Access_to_Service_Design.pdf](http://www.service-design-network.org/system/files/media/Practical_Access_to_Service_Design.pdf).

Palvelumuotoilu. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Hakupäivä 15.4.2011

[Http://homes.jamk.fi/~lisaa/palvelumuotoilu/fi/Main.html](http://homes.jamk.fi/~lisaa/palvelumuotoilu/fi/Main.html).

Jukupark 2011. Hakupäivä 14.4.2011.

[Http://www.jukupark.fi/tmp_jukupark_kalajoki_site_0.asp?sua=12&lang=1&s=660&q=y](http://www.jukupark.fi/tmp_jukupark_kalajoki_site_0.asp?sua=12&lang=1&s=660&q=y).

Kallio, J., Pulkkinen, M. & Tiilikka, J. 2002. Sisältötuotannon liiketoimintamallit. Hakupäivä 30.11.2010.

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

Kulttuuri, Kaleva.fi 2008. Hakupäivä 9.11.2010.

[Http://www.kaleva.fi/uutiset/putte-possu-pysayttaa-vanhoiden-arvojen-aarelle/720378](http://www.kaleva.fi/uutiset/putte-possu-pysayttaa-vanhoiden-arvojen-aarelle/720378).

Kupiainen, J. & Laitinen, K. 2004. Kulttuurinen sisältötuotanto?. Helsinki: Edita

Lastenteatteri. Hakupäivä 4.3.2011. [Http://www.lastenteatteri.com/](http://www.lastenteatteri.com/).

Matkailun ohjelmapalvelut. Hakupäivä 10.1.2011.

[Http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1184/matkailu_ohjelmap_web.pdf](http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1184/matkailu_ohjelmap_web.pdf).

Matkailun ohjelmapalvelut. Hakupäivä 18.1.2011

[Http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1197/Timo_Liuksila_-_Matkailun_ohjelmapalvelut.pdf](http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1197/Timo_Liuksila_-_Matkailun_ohjelmapalvelut.pdf).

Santapark 2011. Hakupäivä 14.4.2011.

[Http://www.santapark.com/index.php?la=fi](http://www.santapark.com/index.php?la=fi).

Suomen elokuvakontakti, Hilarius Hiiri. Hakupäivä 11.2.2011.

[Http://www.elokuvakontakti.fi/lastenelokuvat/hilarius_hiiri.htm](http://www.elokuvakontakti.fi/lastenelokuvat/hilarius_hiiri.htm).

Suomen virallinen tilasto. Suomalaisten matkailu [verkkójulkaisu].2009.

Liitetaulukko 9.2. Kotimaan vapaa-ajanmatkat kohdemaakunnan mukaan vuonna 2009. Helsinki: Tilastokeskus. Hakupäivä 10.2.2011.

[Http://www.stat.fi/til/smat/2009/smat_2009_2010-07-02_tau_011_fi.html](http://www.stat.fi/til/smat/2009/smat_2009_2010-07-02_tau_011_fi.html).

Tarinakoru 2011. Hakupäivä 14.4.2011.

[Http://www.tarinakoru.com/hakkarainen.htm](http://www.tarinakoru.com/hakkarainen.htm).

Tuhkala, M. yrityksen toimitusjohtaja. Yritys. Puhelinkeskustelu 2.2.2011.

Tuhkala, M. yrityksen toimitusjohtaja. Yritys. Tapaaminen 7.12.2010.

Vaihekoski, M.2003. Sisältötuotannon yritystoiminnan rahoitus. Teoksessa M-L. Niinikoski & K. Sibelius (toim.), Kulttuuribusiness. Helsinki: WSOY, 126- 148.

Wikipedia, Hilarius-hiiri. Hakupäivä 11.10.2010.

[Http://fi.wikipedia.org/wiki/Hilarius-hiiri.](http://fi.wikipedia.org/wiki/Hilarius-hiiri)

Wikipedia, Miina ja Manu. Hakupäivä 11.10.2010.

[Http://fi.wikipedia.org/wiki/Miina_ja_Manu.](http://fi.wikipedia.org/wiki/Miina_ja_Manu)

Wikipedia, Muumit. Hakupäivä 11.11.2010. [Http://fi.wikipedia.org/wiki/Muumit.](http://fi.wikipedia.org/wiki/Muumit)

Wikipedia, Tove Jansson Hakupäivä 12.11.2010

[Http://fi.wikipedia.org/wiki/Tove_Jansson.](http://fi.wikipedia.org/wiki/Tove_Jansson)

Yritys, Taustaa. Hakupäivä 9.11.2010.

Yritys. 2010. Kohdeyritys. Hakupäivä 13.8.2010.



KUVA 1. Muumit



KUVA 2. Muumien teatterihahmot



KUVA 3. Hilarius- Hiiri Peurungalla



KUVA 4. Hilarius- Hiiri



KUVA 5. Miina ja Manu Hotellimainoksessa



KUVA 6. Miina ja Manu lastenteatterissa

Kuvien lähteet

1. [Http://2.bp.blogspot.com/_wZ2bLRpEgPc/TE2bZehtTKI/AAAAAAAAABIs/3U7OvVGJc2Y/s1600/muumit.jpg](http://2.bp.blogspot.com/_wZ2bLRpEgPc/TE2bZehtTKI/AAAAAAAAABIs/3U7OvVGJc2Y/s1600/muumit.jpg).
2. [Http://suomenkuvalehti.fi/s/files/Uutisen%20kuvat/muumitiso.jpg](http://suomenkuvalehti.fi/s/files/Uutisen%20kuvat/muumitiso.jpg).
3. [Http://www.ksml.fi/multimedia/dynamic/00112/6855480_jpg_112871a1.jpg](http://www.ksml.fi/multimedia/dynamic/00112/6855480_jpg_112871a1.jpg).
4. [Http://www.elokuvakontakti.fi/ohjaajat/lastenelokuvat/hilarius_hiiri.htm](http://www.elokuvakontakti.fi/ohjaajat/lastenelokuvat/hilarius_hiiri.htm).
5. [Http://hotelkokkola.fi/img/pages/miina-ja-manu.jpg](http://hotelkokkola.fi/img/pages/miina-ja-manu.jpg).
6. [Http://www.lastenteatteri.com/images/miina_ja_manu.jpg](http://www.lastenteatteri.com/images/miina_ja_manu.jpg).

Kysely lapsiperheiden matkustustottumuksista
Oulun seudun ammattikorkeakoulu/ Opinnäytetyö

Arvoisat vanhemmat

Olen Oulun seudun ammattikorkeakoulun liiketalouden tradenomiopiskelija ja teen opinnäytetyötä, jonka aiheena on satuhahmon kehittäminen yhteistyöyritykselle. Tämän kyselyn tarkoituksena on kartoittaa lapsiperheiden matkustustottumuksia, ja matkustamisen mielekkyyteen tietyssä kohteessa vaikuttavia tekijöitä. Kyselyn tuloksia käytetään opinnäytetyössä sekä yrityksen toiminnan kehittämiseen.

Tiedot käsitellään luottamuksellisesti, eikä tietoja käytetä tai luovuteta muuhun kuin edellä mainittuun tarkoitukseen. Kyselyssä ei kysytä henkilötietoja, eikä yksittäisiä vastauksia käsitellä niin, että vastaajaa voitaisiin tunnistaa. Käsitelyn jälkeen kyselylomakkeet hävitetään huolellisesti.

Ystävällisin terveisin

Maria Määttä
Tradenomiopiskelija
Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden yksikkö

- 1 Kävisimme useammin kuin nykyisin
- 2 Harkitsisimme käyvämme useammin
- 3 Saman verran kuin nykyisin
- 4 Kävisimme harvemmin kuin nykyisin
- 5 Emme kävisi lainkaan

8. Kuinka paljon olette valmis käyttämään rahaa lomakohteessa jos ruokailuja ja matkakuluja ei oteta huomioon? (montako euroa per henkilö vuorokaudessa)

- 1 Alle 20 euroa
- 2 20–29 euroa
- 3 30–39 euroa
- 4 40–49 euroa
- 5 50 euroa tai enemmän

9. Mitä mieltä olette lasten satuhahmoihin liittyvistä ”teemapuistoista” tai satutaloista? (Valitse yksi vaihtoehto, joka vastaa parhaiten mielikuvaasi)

- 1 Ne ovat kivoja paikkoja lasten kanssa matkustaessa
- 2 Lapset pitävät niistä, myös aikuiset viihtyvät
- 3 Lapset viihtyvät, aikuiset eivät niinkään
- 4 Lapset eivät tykkää ja aikuiset eivät viihdy
- 5 Eivät kiinnosta lainkaan

10. Oletteko tutustuneet seuraaviin satuhahmoihin ja/tai heidän omiin matkakohteisiinsa? (Valitse Kyllä tai Ei)

- | | | | |
|---|-------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|
| 1 | Miina ja Manu | kyllä <input type="checkbox"/> | ei <input type="checkbox"/> |
| 2 | Hilarius Hiiri | kyllä <input type="checkbox"/> | ei <input type="checkbox"/> |
| 3 | Hilarius Hiiren kylä Perungalla | kyllä <input type="checkbox"/> | ei <input type="checkbox"/> |
| 4 | Muumit | kyllä <input type="checkbox"/> | ei <input type="checkbox"/> |
| 5 | Muumimaaailma Naantalissa | kyllä <input type="checkbox"/> | ei <input type="checkbox"/> |
| 6 | Herra Hakkarainen | kyllä <input type="checkbox"/> | ei <input type="checkbox"/> |
| 7 | Herra Hakkaraisen talo Sastamalassa | kyllä <input type="checkbox"/> | ei <input type="checkbox"/> |

11. Mitä asioita arvostatte lomakohteessanne?(Voitte valita useamman vaihtoehdon)

- 1 Riittävästi tekemistä lapsille
- 2 Tuttu satuhahmo esiintyy kohteessa
- 3 Rauhallinen sijainti
- 4 Hyvät pysäköintimahdollisuudet
- 5 Ruokapalvelut (ravintolat, kioskit)
- 6 Majoituspalvelut
- 7 WC ja lastenhoitotilat
- 8 Koiraparkki

12. Mikä on mielestänne tärkein asia, joka tekee lasten lomakohteesta laadukkaan? (Esim. siisteys, jännitys, hyvä toteutus...)

13. Kuka perheessänne valitsee lomakohteen?

- 1 Toinen vanhemmista
- 2 Vanhemmat yhdessä
- 3 Lapset
- 4 Vanhemmat yhdessä lasten kanssa

14. Mitä muuta toivoisitte lasten lomakohteelta?

Kiitos vastauksestanne!

