



KESÄPÄIVÄ PYYNIKILLÄ
- KAUPPIAS SUMELIUKSEN TARINA
Elämyksellisen draamaopastuksen tuotekehitys

Jaana Lindblad

Opinnäytetyö
Joulukuu 2011
Matkailun koulutusohjelma
Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

LINDBLAD, JAANA:

Kesäpäivä Pyynikillä - kauppias Sumeliuksen tarina, Elämyksellisen draamaopastuksen tuotekehitys

Opinnäytetyö 57 s.
Joulukuu 2011

Opinnäytetyön aiheena oli suunnitella Hiking Travel Hit Ky:lle eli Hit:lle uusi ohjelmatuote, joka mukavalla tavalla esittelee Tampereen historiaa. Hiking Travel Hit Ky on pirkanmaalainen luontomatkailuyritys, joka on erikoistunut tapahtumien järjestämiseen sekä luonto- ja maaseutumatkailuun. Monialainen yritys tarjoaa asiakkailleen hyvänmielen retkiä, koulutusta, tapahtumia, juhlia sekä monipuolisia harrastusvälineitä.

Ohjelmatuotteen tilaajan toivomuksesta ohjelmatuotteen kohteeksi rajattiin Tampereella sijaitseva Pyynikin alue. Ohjelmapalvelun toteuttamismuodoksi valittiin opastettu kiertokävely Pyynikillä.

Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena ja tutkimusaineistona työssä on käytetty Tampereen alueen ja eri kaupunginosien, varsinkin Pyynikin alueen historiasta kertovaa kirjallisuutta. Tiedonkeruumenetelmänä oli tarinoiden ja Tampereen historiaan tutustuminen aihekirjallisuutta lukemalla. Tutkimusstrategiana on tapaustutkimuksen (case-study) ja toimintatutkimuksen (action research) yhdistelmä.

Tarinoiden tuotteistamiseen on sovellettu Viherkosken tuotteistamisprosessia ja elämyksellisyyttä tuotteeseen saatiin Lapin elämysteollisuuden elämyskolmion avulla. Tuotekehityksen tuloksena syntyi draamallinen opastuskierros Kesäpäivä Pyynikillä – Kauppias Sumeliuksen tarina.

Tuotekehitysprosessin tuloksena syntyneessä opastuksessa tärkeimmiksi ominaisuuksiksi nousivat tuotteen käytettävyys ja helppo muunneltavuus. Mahdollisuus räätälöidä sama tuote monille eri asiakasryhmille lisää tuotteen monikäyttöisyyttä. Muunneltavuuden avulla tuotteesta saadaan myös asiakaslähtöinen, kun eri asiakasryhmien yksilölliset tarpeet voidaan huomioida.

Asiasanat: elämys, tuotekehitys, tuotteistaminen, opastus

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism

LINDBLAD, JAANA:

A Summer Day at Pyylikki – The Story of Sumelius, the Merchant. The
Development of a Memorable Programme Product
Bachelor's thesis 57 pages
December 2011

The purpose of the thesis was to plan and develop a new program product for Hiking Travel Hit LP, who are specialized in nature and rural tourism in the Tampere region. Hit also rents outdoor equipment and organizes many kinds of events and happenings for the enterprises in the area. As the company already has several guided tours in the centre of Tampere, they wanted to expand the product range with a new guided tour in new environment. The place was set at the Pyylikki region near the centre of Tampere, and the demand was to develop a guided tour, which would present the history of the city in a memorable way.

The thesis was conducted as a qualitative research and the research strategy was a combination of case study and action research. The data was collected from the historical literature of the Tampere region. When the suitable story was found, in this case the story of merchant Sumelius and the play written of him, the task was to formulate a historical guided tour in the footprints of Sumelius.

Lapland Centre of Expertise for the Experience Industry has an Experience Pyramid model which can be used as a tool when developing memorable program products. This Pyramid model was also used in this thesis to add experience elements into the product. The productization and research and development theory by Päivi Viherkoski was also used as guidance to shape the body of the guided tour.

During the process and after the feedback from the subscriber some main points were found crucial to the program product. These were the usability and the transformability of the product. When the product can be tailored to different customers the individual needs of different customer groups can be taken into consideration.

Keywords: experience, productization, programme product, guiding

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
1.1 Tutkimuksen kohde.....	6
1.2 Käsitteet ja teoriat.....	7
1.3 Tutkimuskysymykset.....	13
1.4 Aineisto ja menetelmät	14
1.5 Tutkimuksen kulku	15
2 HIKING TRAVEL HIT KY	16
2.1 Yritysesittely	16
2.2 Yrityksen tarjoamat ohjelmapalvelut	16
2.3 Uusi opastus.....	18
3 TARINAT.....	19
3.1 Tampereen historiaa.....	19
3.2 Gustaf Oskar Sumelius.....	19
3.3 Sumeliukset Pyynikillä	22
3.4 Jalmari Finne ja Maria Kristina-näytelmä.....	24
3.5 Kultakutri ja Muinaismeren muistomerkki	26
4 TARINOISTA TUOTTEIKSI TEORIOIDEN AVULLA	27
4.1 Tuotteistamisprosessi	27
4.1.1. Tavoitteet.....	28
4.1.2. Mahdollisuudet ja resurssit	28
4.1.3. Asiakkaiden segmentointi	32
4.1.4 Asiakkaiden asettamat reunaehdot	33
4.1.5. Tuotteen kehittäminen eli opastuksen suunnittelemineen	34
4.1.6. Testaus ja korjaukset.....	36
4.1.7. Valmis tuote.....	37
4.2 Elämyskolmio-malli	40
4.3 Elämyksen elementit.....	41
4.4 Kokemuksen tasot	43
4.4.1 Motivaation taso	43
4.4.2 Fyysinen taso	45
4.4.3 Älyllinen taso	46
4.4.4 Emotionaalinen taso	47
4.4.5 Henkinen taso	47
4.5 Opastuskierros tuotteena.....	48

5 LOPPUTULOKSET	50
5.1 Tutkimuksen päätulokset ja johtopäätökset	50
5.2 Jatkotutkimukset	52
6 LOPUKSI	53
7 LÄHTEET	55

1 JOHDANTO

Tampereella on vankat juuret maamme teollisuushistoriassa. Puu- ja koneteollisuus, puuvilla- ja pellavatehtaat, paperitehtaat ja monet muut - Tamperetta ei suotta kutsuta Suomen Manchesteriksi. Teollisuus ja tehtaat itsessään eivät kuitenkaan tee kaupungista kaupunkia, vaan siellä elävät ihmiset. Tampereella historiaa ovat kirjoittaneet aatelissuvut, kartanon isännät, kauppiat, tehtaanomistajat, pehtoorit, pumpulin plikat, työmiehet ja monet muut. Tamperelaisten olohuoneeksi tituleerattu Keskustori on ympäröity aikansa merkittävimmillä tehdasrakennuksilla ja Hämeenkatu poikkikatuineen suorastaan huokuu historiaa.

Tarinoita ja historiaa tuotteistamalla luodaan erilaisia opastuskierroksia, joilla pääsee uudella tavalla tutustumaan kaupungin historiaan. Perinteisestä opastuskierroksesta poiketen tarinoita voidaan tuotteistaa myös siten, että opastusta elävöitetään jonkin tarinan tai teeman avulla. Tamperelaista teollisuusperinnettä on jo tuotteistettu erilaisten opastuskierrosten muotoon. Varsin monet opastukset sijoittuvat juuri kaupungin ydinkeskustan alueelle, vaikka keskustan ulkopuoleltakin löytyy mielenkiintoisia paikkoja ja tutustumisen arvoisia tarinoita.

Hiking Travel Hit Ky:ssä olen aiemmin ollut tekemässä opintoihini liittyviä harjoitteluja ja satunnaisia työkeikkoja. Työtehtäviini ovat kuuluneet erilaiset opastusretket esim. Finlaysonin alueella. Historia, työ, opastukset ja omat tutkimusretket kirjastoon sekä kaduille synnyttivät idean uudesta ohjelmatuotteesta, joka täydentäisi ja tukisi Hit:n jo olemassa olevaa tarjontaa.

1.1 Tutkimuksen kohde

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella Hiking Travel Hit Ky:lle eli Hit:lle uusi ohjelmatuote, joka mukavalla tavalla esittelee Tampereen historiaa. Ohjelmatuotteen tilaajan toivomuksesta opastuksen kohteeksi rajattiin Tampereella Pyynikin alue. Tämä siksi, että Hit:n tarjonnassa on jo opastuksia keskustan alueella. Pyynikkiä ei kuitenkaan valittu täysin umpimähkään, vaan

uuden tuotteen on tarkoitus tukea ja olla jatkoa muille Pyynikille suuntautuville retkille. Hit järjestää kesäisin mm. yhteistyössä Hopealinjan kanssa lapsille Merirosvoristeilyjä, joilla rantaudutaan Pyynikille Hotelli Rosendahlin rantaan etsimään aarretta. Nyt laadittava opastuskierros puolestaan tulee olemaan aikuisille suunnattu kokonaisuus.

Pyynikin alueen historiaan tutustumalla löytyi hyviä tarinoita, joiden pohjalta opastuskierrosta alettiin suunnittelemaan. Pääosassa opastuksessa on Tampereella 1800-luvulla vaikuttanut kauppias Gustaf Oskar Sumelius, joka rakennutti kauppaansa varten hienon liiketalon Tampereen keskusta, ja Pyynikille kesähuvilan (Helenius 1991, 60).

Kirjailija Jalmari Finne on kirjoittanut Sumeliusten perheeseen liittyvän Maria Kristina näytelmän, jota myös tullaan hyödyntämään opastuksessa. Huvinäytelmässä kerrotaan miten tamperelaiset rouvat koettavat naittaa Gustafia ja herrat taas pyrkivät pitämään Gustafin puolia. Näytelmän lopussa vietetään kuitenkin Gustafin ja Maria Kristinan kihlajaisia. (Helenius 1991, 63–66.)

1.2 Käsitteet ja teoriat

Opinnäytetyön keskeisiä käsitteitä ovat matkailutuote, elämys, ohjelmapalvelu, opas, opastaminen ja teema-, draama- ja erikoisopastukset. Käsitteet ovat tarkemmin määriteltynä seuraavissa kappaleissa.

Matkailutuote mielletään varsin usein palveluksi, joka koostuu erilaista osista. Kohteella itsessään on jo oma vaikutuksensa ja vetovoimansa, mutta myös se miten helposti kohteeseen pääsee, millaisia palveluita on tarjolla ja mihin hintaan, vaikuttavat asiakkaan luomiin mielikuviin tuotteesta. Tuote voidaan myös nähdä ja sitä voidaan arvioida monesta eri näkökulmasta. Yrittäjä itse ja asiakas arvostavat tuotteessa kenties hyvinkin erilaisia ominaisuuksia. Yrityksen muut tuotteet ja itse kohde voivat myös muodostaa viitekehyksen, johon tuotteen tulisi sopia. (Komppula & Boxberg 2002, 11).

Komppula ja Boxberg (2002, 21) esittävätkin edellä mainitut näkökulmat yhdistäen määritelmän asiakaslähtöisestä matkailutuotteesta: ”Matkailutuote on asiakkaan subjektiiviseen arviointiin perustuva kokemus, jolla on tietty hinta ja joka syntyy prosessissa, jossa asiakas hyödyntää palvelun tarjoajien palveluja osallistumalla itse palvelun tuotantoprosessiin.” (Komppula & Boxberg 2002, 21.)

Kuten edeltä käy ilmi, jo pelkästään matkailutuotteen määritelmä on varsin monitahoinen. Myös elämys on vaikea määritellä, sillä se on varsin henkilökohtainen kokemus. Sepposen mukaan elämys voitaisiin yleisesti määritellä ”positiiviseksi kokemukseksi, vastakohtana negatiiviselle kokemukselle; koettelemukselle” (Sepponen 2010, 7). Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen, LEO:n, mukaan elämys on lisäksi moniaistinen ja merkittävä kokemus, joka koostuu useista eri tekijöistä. Kokemus saattaa olla jopa niin merkittävä että se saa esimerkiksi kokijansa punnitsemaan omaa arvomaailmaansa uudelleen ja aiheuttaa näin muutoksen tavoissa toimia ja ajatella. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2009a). Matkan tai ohjelmapalvelun tarkoitus on tuottaa asiakkaalle edellytykset uusiin kokemuksiin ja elämyksiin. Henkilökohtaisuus kuitenkin asettaa elämysten tuottamiselle haasteen. Benji-hyppy voi olla elämys, samoin kauniin maiseman katseleminen, mutta kuitenkin toisen unohtumaton elämys saattaa olla toiselle aivan tavallista arkea.

Matkailun ohjelmapalvelulle ei ole olemassa vain yhtä kaiken kattavaa määritelmää. Ohjelmapalveluita voivat olla luontoon liittyvät ohjatut aktiviteetit, mutta myös erilaiset rakennetut käyntikohteet. Erilaiset kulttuuri- ja taidetapahtumat voidaan myös mieltää ohjelmapalveluiksi, samoin erilaisiin harrastuksiin pohjautuvat palvelut. Lyhyesti määritellen ohjelmapalveluiksi voidaan käsittää asiakkaan matkan osat, jotka eivät ole varsinaisia majoitus-, ravitsemus- tai kuljetuspalveluita. Ohjelmapalvelut voivat olla myös matkan ohjelmallinen osa, johon asiakas osallistuu joko aktiivisena suorittajana tai pelkästään passiivisena katsojana. (Verhelä & Lackman 2003, 16–17.)

Ohjaaminen ja opastaminen ovat merkittävässä asemassa ohjelmapalveluissa, sillä oppaan kautta palvelu saa kasvot (Verhelä & Lackman 2003, 197). Oppaan

ja opastuksen perinteinen tehtävä on ollut tuottaa asiantietoa kohteesta tai alueesta (Verhelä & Lackman 2003, 207).

Suomen opasliiton julkaisemassa Opin ja opastan teoksessa (1998) määritellään oppaan olevan mm. tiedottaja, ryhmänjohtaja, neuvonantaja, välittäjä, huolenpitäjä, ryhmänsä tuki ja turva ja tarpeen vaatiessa jopa esiintyvä taiteilija. Opas myös edustaa samalla kohdettaan ja työnantajansa. (Opin ja opastan 1998, 19). Hyvä opas siis huolehtii opastettavistaan kaikilla mahdollisilla tavoilla.

Itse opastus voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen: aloitus, kerronta ja lopetus. Vaiheita edeltää tietenkin huolellinen suunnittelu. Aloituksessa opas vastaanottaa ryhmän, esittelee itsensä ja kertoo mitä on odotettavissa. Aloitusvaihe on tärkeä, sillä siinä luodaan kontakti ryhmään ja pyritään saavuttamaan ryhmän luottamus. Oppaan käyttämä kieli ja esiintyminen määräytyvät viimeistään tässä vaiheessa kun opas havainnoi ryhmää. (Opin ja opastan 1998, 29–30.)

Varsinainen opastus, eli tiedon jakaminen kohteesta, tarinan ja faktojen kertominen, luonnon tarkkaileminen ja havainnoiminen tai mitä nyt opastetaan, tapahtuu kerronta-osuudella. Ryhmä määrittelee kerronnan määrää ja laatua. Kerronnan elävöittämiseksi voi kertoa juttuja ja huumoria, mutta varoen. Joitakin aiheita on syytä välttää, mm. poliittiset tai uskontoon liittyvät aiheet saattavat olla varsin arkoja leikinlaskulle. (Opin ja opastan 1998, 30–33.)

Opastuksen lopetusvaiheessa opas voi vielä koota tai kerrata opastuksen ydinkohtia ja vastata kysymyksiin. Opas voi myös ohjeistaa asiakkaille jatko-ohjelmaa. Lopuksi opas hyvästelee ryhmän sille sopivalla tavalla. (Opin ja opastan 1998, 34.)

Perinteinen kohdeopastus on saanut rinnalleen myös uudempia muotoja. Erilaiset teema-, draama- ja erikoisopastukset ovat viime vuosina kasvattaneet suosiotaan. Teemaopastus on laadittu jonkin tietyn teeman ympärille, esim. historialliset teemat, kulttuuriteemat, liikunta- ja urheiluteemat, terveysteemat ja luontoteemat. Teemaopastus vaatii oppaalta kulloinkin kyseessä olevan aihealueen syvällisempää hallintaa, pelkät perustiedot tai -taidot eivät riitä

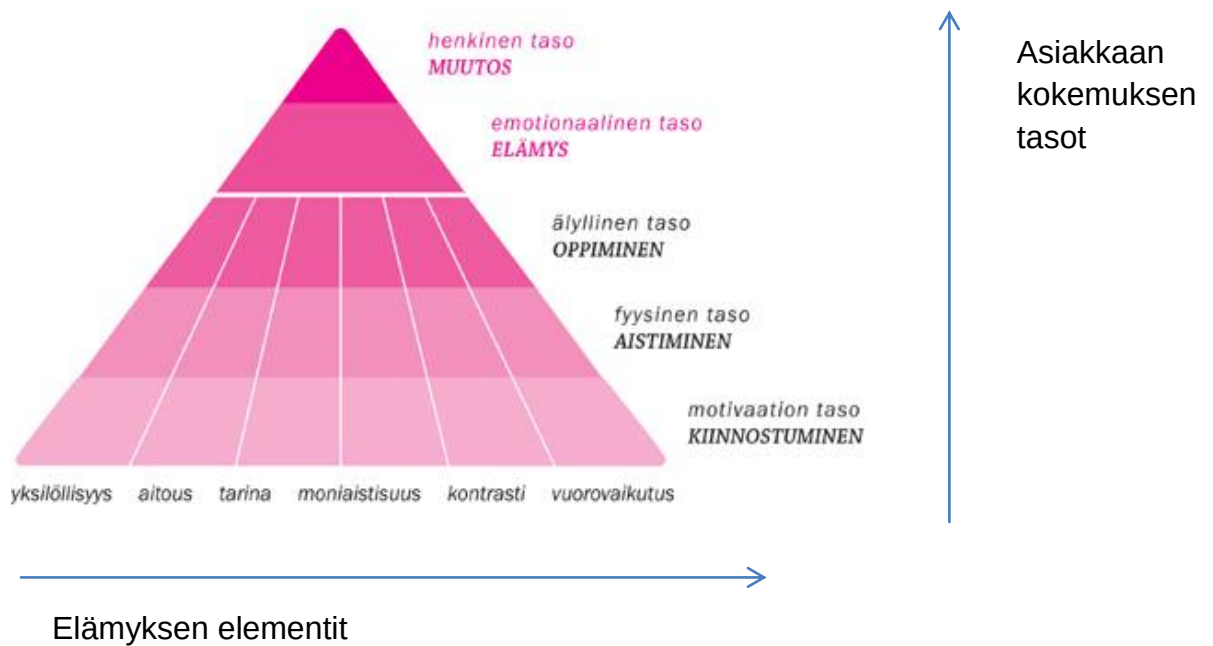
tekemään opastuksesta teemallista. Teemaopastuksella pyritään tarjoamaan asiakkaalle syvällisempää tietoa kohteesta ja aihepiiristä. (Verhelä & Lackman 2003, 207–209.)

Draamaopastuksessa opas voi valita itselleen roolin ja esiintyä jonakin kuuluisana historian hahmona pukeutuen ja esiintyen opastustilanteessa hahmonsa tyylin ja aikakauden mukaisesti (Verhelä & Lackman 2003, 207). Edellytyksenä on, että opas tuntee hahmonsa ja kohteensa historian tarpeeksi hyvin voidakseen uskottavasti esiintyä roolissaan

Erikoisopastus on usein suunnattu rajatummalle ryhmälle, esim. eri liikuntalajien harrastajille tai vaikkapa oopperan ystäville. Opastus on tällöin tarkemmin rajattu ja informatiivisempi, eikä siinä pyritäkään kertomaan vähän kaikesta. (Verhelä & Lackman 2003, 207.)

Opinnäytetyö perustuu kahteen pääteoriaan: Lapin Elämysteollisuuden Osaamiskeskuksen, eli LEO:n elämyskolmiomalliin ja Päivi Viherkosken matkailutuotteen suunnittelu- ja tuotteistusprosessiin. Teorioita tarkastellaan lähemmin luvussa 4, mutta seuraavassa on teorioiden pääpiirteet esiteltyinä.

Elämyskolmio-mallia käytetään LEO:n tuotekehityspalveluissa apuvälineenä, kun halutaan lisätä tavalliseen tuotteeseen elämyksellisiä elementtejä. Kolmiota voidaan tarkastella sekä tuotteen että asiakkaan näkökulmista. Kolmiossa elämyksellisen tuote rakentuu erilaisista elementeistä ja tasoista. Yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus muodostavat kolmion pohjan ja vaikuttavat asiakkaan kokemuksen kolmella ensimmäisellä tasolla, eli motivaation, fyysisellä ja älyllisellä tasolla. Kolmion huipulla asiakkaan kokemuksissa ovat emotionaalinen ja henkinen taso. Asiakkaan kokemus muotoutuu eri elementtien ja tasojen kautta elämykseksi ja mahdollisesti muutokseksi asti. (Lapin Elämysteollisuuden Osaamiskeskus 2009b.)



KUVIO 1: Elämyskolmio-malli (Lapin Elämysteollisuuden Osaamiskeskus 2009b)

Jari Parantaisen mukaan tuotteistaminen on ”työtä, jonka tuloksena asiantuntemus tai osaaminen jalostuu myynti-, markkinointi- ja toimituskelpoiseksi palvelutuotteeksi” (Parantainen 2007, 11). Ideoita kehitellessä tulee kuitenkin ottaa huomioon asiakkaiden tarpeet ja pyrkiä sivuuttamaan omat mieltymykset, sillä asiakas kuitenkin tuotteen käyttäjänä joko hyväksyy tai hylkää tuotteen.

Palvelun ja yksittäisen tuotteen/tavaran tuotteistaminen eivät ole samanlaisia prosesseja. Toisin kuin esim. kerralla valmistuva, pakattava ja hyllytettävä tuote, palvelu tuotetaan ja kulutetaan samaan aikaan. Tuotteistamisen tarkoituksena on kirjata ylös prosessin vaiheet, jotka käydään läpi palvelua kehitettäessä. Kuvaamalla tuotteen eri vaiheita niistä muodostuu kokonaisuus, jota voidaan markkinoida ja myydä. Kun palvelun sisältö on määritelty, myös hinnoittelu on helpompaa. (Viherkoski 1998, 12.)

Viherkosken mukaan tuotteistamisprosessilla on seuraavat vaiheet:

1. Tavoitteiden asettaminen
2. Kilpailu- ja markkinatilanteen selvittäminen
3. Mahdollisuuksien ja resurssien kartoittaminen
4. Kohderyhmien määrittäminen
5. Asiakkaiden tarpeiden, odotusten ja toiveiden selvittäminen
6. Asiakkaiden reunaehtojen selvittäminen
7. Tuoterunkojen ja –aihioiden luonnostelu
8. Tuotteen kehittäminen
9. Tuotetestaukset ja –korjaukset
10. Tuote valmis markkinoitavaksi ja myytäväksi

(Viherkoski 1998, 14.)

Prosessi etenee järjestyksessä aina seuraavaan asiaan kun edellinen on selvitetty. Tarpeen vaatiessa tuotetestauksesta voidaan vielä palata tuotekehitykseen korjaamaan tuotteessa ilmenneitä puutteita tai ongelmia. Opinnäytetyössä ei kuitenkaan pyritä löytämään vastauksia jokaiseen edellä mainituista kohdista, vaan ainoastaan niihin, jotka läheisemmin liittyvät työssä luotavan uuden ohjelmatuotteen laatimiseen. Viherkosken teoriaa toteutetaan tässä työssä seuraavasti:

1. Tavoitteet
2. Mahdollisuudet ja resurssit
3. Asiakkaiden segmentointi
4. Asiakkaiden asettamat reunaehdot
5. Tuotteen kehittäminen
6. Testaus ja korjaukset
7. Valmis tuote

Tuotekehityksen tulisi olla jatkuva prosessi, sillä aina voi parantaa jotakin tai asioita voi tehdä toisin. Onnistuneen tuotekehityksen avulla yritys pysyy ajan tasalla ja mukana kilpailussa. Tavallisimpia syitä tuotekehityksen aloittamiselle ovat myynnin lisäämisen tavoittelemisen, muutos markkinatilanteessa, asiakkaiden kulutustottumuksien muuttuminen sekä muutokset kilpailutilanteessa. (Komppula & Boxberg 2002, 94.)

1.3 Tutkimuskysymykset

Tutkimustyön avulla pyritään ratkaisemaan tutkimusongelma tai –ongelmat, jotka on muotoiltu kysymysmuotoon. Vastausten löytämiseksi tutkimusta ohjataan oikeaan suuntaan ja aihetta rajataan kysymysten avulla.

Tutkimuskysymykset tässä työssä ovat:

1. Miten tarina tuotteistetaan ohjelmapalveluksi?
2. Miten opastuskierros suunnitellaan, mitä tulee huomioida?
3. Miten kehitettävästä ohjelmatuotteesta saadaan elämyksellinen?

Ensimmäisen kysymyksen tarkoituksena on vastata siihen, miten historiallisia henkilöitä ja tarinoita voidaan tuotteistaa ohjelmapalveluksi. Tutkimukseen on valittu historiallinen tarina josta tuotteistetaan opastuskierros. Toinen ja kolmas kysymys pyrkivät vastaamaan siihen mitä opastuskierrosta suunniteltaessa tulee ylipäänsä ottaa huomioon ja miten opastuksesta saadaan elämyksellinen. Tuotteen elämyksellisyyttä analysoidaan elämyskolmio-mallin avulla ja suunnittelussa apuna käytetään osia Viherkosken tuotteistamisprosessi-mallista.

1.4 Aineisto ja menetelmät

Tampereen historiasta löytyy monia kaupungissa ja kaupunkiin vaikuttaneita sukuja ja perheitä. Hit:n tuotteista löytyykin jo esim. von Nottbeck-suvun ja Finlaysonin puuvillatehtaan historian ympärille rakennettuja kokonaisuuksia joissa vilisee muitakin tamperelaisia merkkihenkilöitä. Tässä opinnäytetyössä tarkoituksena on niin sanotusti laajentaa aluetta ja kehittää opastus joka suuntautuisi keskustan sijasta Pyynikille. Sopivia tarinoita ja juttuja etsiessä ja kirjoja selaillessa Sumeliukset ja heidän huvilansa Pyynikillä nousivat esiin. Kun vielä Finnen näytelmä Maria Kristina löytyi Kyllikki Heleniuksen Tarinoita Tampereelta (1991) kirjan avustuksella, palaset loksahdivat kohdalleen.

Sumeliukset olivat 1800-luvun lopulla ja 1900-luvun alussa kaupungin merkittävimpiä sukuja. Vaikka huvila Pyynikillä ja keskustan palatsi ovatkin jo hävinneet, on Keskustorilla heidän upea liiketalonsa vielä muistuttamassa meitä kauppias Sumeliuksesta. Finnen näytelmä Maria Kristina puolestaan herätti ajatuksen eräänlaisesta draama-opastuksesta. Olisiko opastuksen lomassa tai sen yhtenä osana mahdollista esittää tai edes kuvailla pätkiä näytelmästä asiakkaille, jotka istuisivat Pyynikin kesäteatterin penkeillä kuuntelemassa ja eläytymässä romanttisen huvinäytelmän parhaisiin paloihin? Opastuksen tilaajan näyttäessä vihreää valoa aiheelle Pyynikki, Sumeliukset ja Finnen näytelmä tulivat niin ollen valituiksi työn aiheeksi. Nyt tarvitsi enää ”vain” kerätä tietoa Sumeliuksista, Pyynikistä ja näytelmästä ja tuotteistaa ne opastukseksi.

Tutkimusaineistona työssä on käytetty Tampereen alueen ja eri kaupunginosien, varsinkin Pyynikin alueen historiasta kertovaa kirjallisuutta. Tiedonkeruumenetelmänä oli tarinoihin ja Tampereen historiaan tutustuminen aihekirjallisuutta lukemalla. Aiheeseen tutustumisen jälkeen varsinaiseksi aineistoksi valikoituivat Kyllikki Heleniuksen kirja Tarinoita Tampereelta (1991), Jalmari Finnen näytelmä Maria Kristina, sekä Aulis Holmalan teos Keskustorin kiinteistöt (2010). Tarinoiden tuotteistamiseen sovelletaan Viherkosken tuotteistamisprosessia ja elämyksellisyyttä tuotteeseen saadaan elämyskolmio-mallin avulla.

Tutkimus suoritetaan kvalitatiivisena, eli laadullisena tutkimuksena. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tarkoituksena on tutkia kohdetta kokonaisuutena ja saada selville siihen liittyviä tosiasioita (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1998,

161). Tutkimusstrategiana on tapaustutkimuksen (case-study) ja toimintatutkimuksen (action research) yhdistelmä. Tapaustutkimuksella pyritään tuottamaan yksityiskohtaista tietoa yksittäisestä tapauksesta tai pienestä joukosta. Tutkimuksen kohteena ovat usein prosessit ja tietoa kerätään useita metodeja käyttämällä, mm. havainnoimalla, haastatteluilla ja tutkimalla dokumentteja (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1998, 130).

Toimintatutkimus ja tapaustutkimus ovat hyvin samankaltaisia, mutta toimintatutkimuksessa tutkitaan jotakin ajatusta käytännössä ja sen tarkoituksena on muuttaa tai kehittää jo olemassa olevia asioita (Virtuaali Ammattikorkeakoulu 2007).

1.5 Tutkimuksen kulku

Opinnäytetyön toisessa luvussa esitellään opastuksen tilannutta Hiking Travel Hit Ky:tä ja sen ohjelmatarjontaa. Kertomalla Hit:stä ja sen ohjelmista lukijalle muodostuu kuva siitä millaisia ohjelmia Hit:llä on jo ja miten nyt suunniteltava opastus sopii tarjontaan. Kolmanteen lukuun on kerätty tuotteistamisen ja opastuksen pohjaksi tietoa Tampereesta, Sumeliuksista, Pyynikistä ja näytelmästä. Tarinat muodostavat opastukselle pohjan ja eräänlaisen tietovarannon, joka opastuksen kautta siirretään asiakkaille.

Johdantoluvussa pintapuolisemmin käsitellyjä teorioita käydään tarkemmin läpi ja käytetään luvussa neljä, jossa aineistosta suunnitellaan teorioiden avulla uusi ohjelmatuote. Viidennessä luvussa käydään läpi tutkimuksen tulokset ja niistä tehtävät johtopäätökset. Lopuksi kuudennessa luvussa pohditaan, miten työn tekeminen kokonaisuutena sujui.

2 HIKING TRAVEL HIT KY

2.1 Yritysesittely

Hiking Travel Hit Ky on vuonna 1992 perustettu ylöjärveläinen luontomatkailuyritys. Yrityksen vastuullisia yhtiömiehiä ovat Liisa ja Pekka Tyllilä ja Janne Lehtinen on yhtiön äänetön yhtiömies (Hiking Travel Hit Ky, a). Liisan ja Pekan lisäksi yrityksessä työskentelevät heidän poikansa Tapio Tyllilä ja Liisan veljenpoika Lauri Mansikkamäki. Kyseessä on siis todellinen perheyritys. Muita työntekijöitä ja harjoittelijoita yrityksessä on vaihtelevasti tarpeen ja kauden mukaan.

Hit on erikoistunut tapahtumien järjestämiseen sekä luonto- ja maaseutumatkailuun. Monialainen yritys tarjoaa asiakkailleen hyvänmielen retkiä, koulutusta, tapahtumia, juhlia sekä monipuolisia harrastusvälineitä. Pyrkimyksenä on tarjota hyvänmielen palveluja kaikille, joten retkistä ja ohjelmista löytyy esteettömiä ja kaikille avoimia vaihtoehtoja. Yritys toimii pääasiassa Pirkanmaalla, mutta Hit:llä on valmius toimia myös muualla Suomessa sekä ulkomailla. (Hiking Travel Hit Ky, b.)

Yrityksen arvoja ovat Hyvinvointi ja huolenpito, Ilo ja Tuloksellisuus, joiden etukirjaimista muodostuu sana HIT (Hiking Travel Hit Ky, c). Visiossaan Hit luonnehtii itseään seuraavalla tavalla: ” Hiking Travel, Hit Ky on luonto- ja hyvinvointimatkailun ja luontoliikunnan asiantunteva, edistyksellinen ja luotettava ohjelmapalveluyritys. Se on maakunnan ykkönen, kansallisesti tunnettu ja kansainvälisesti kiinnostava.” (Hiking Travel Hit Ky, c.)

2.2 Yrityksen tarjoamat ohjelmapalvelut

Hit:n tarjonnasta löytyy melkeinpä jokaiselle jotakin. Retkien tarjonta ja sisältö vaihtelevat vuodenaikojen mukaan. Valikoimasta löytyy talvisia touhuja, kesäisiä kujeita ja yllätyksiä vuoden ympäri. Ohjelmapalveluiden lisäksi Hit:ltä voi myös vuokrata erilaisia välineitä ja varusteita. Kesällä voi vuokrata kanootteja ja kajakkeja ja erilaisia leirivälineitä. Talven touhuihin voi vuokrata

lumikengät, sukset, potkukelkan tai retkiluistimet. Myös talvisille retkille löytyy varusteita, kuten ahkioita, telttoja ja retkikeittämiä. (Hiking Travel Hit Ky, d.)

Hit järjestää paljon erilaisia luontoretkiä mm. läheisiin Seitsemisen ja Helvetinjärven kansallispuistoihin. Retkillä voidaan tutustua kansallispuistoihin ja luontoon vaikkapa patikoiden tai meloen.

Retkiohjelmistosta löytyy esimerkkiretki Hirvenhiihtäjän maisemissa, sukellus Seitsemisen saloihin, joka on päiväretki Seitsemisen kansallispuistoon. Retkellä tutustutaan metsäluontoon, perinteisiin ja mystisen metsän saloihin. Retki sopii sekä koti- että ulkomaisille ryhmille, sillä se räätälöidään aina ryhmän mukaan. Myös pyörätuolikelaaajat voivat osallistua, sillä Seitsemisestä löytyy tarpeeksi leveitä ja hyviä polkuja pyörätuoliasiakkaillekin. Retkeen voidaan liittää kuljetukset, ruokailut ja sauna. Retki voidaan toteuttaa ympäri vuoden ja se sopii kaikenkuntoisille ja -ikäisille osallistujille. (Hiking Travel Hit Ky, e.)

Kulttuurin puolella Hit:n ohjelmista löytyy opastettuja retkiä ja seikkailuja Tampereen kaduilla ja kujilla. Osa ohjelmista perustuu Tampereen historiaan ja historiallisiin paikkoihin. Samalla yhdessä olemisen ja tekemisen lisäksi asiakkaille voidaan kertoa kaupungin historiasta juttuja ja tarinoita, joilla elävöitetään opastusta.

Hit:n ohjelmistosta löytyy esim. Finlayson alueella toteutettava Patruunan jalanjäljissä - herrasmiesseikkailu Finlaysonilla. Retken ohjelma on seuraavanlainen: Opastuskierros aloitetaan Tallipihalta, missä oppaana toimiva tehtaan nöösipoika tai pumpulinakka vastaanottaa ryhmän. Alkukahvien jälkeen lähdetään Finlaysonin alueelle tutustumaan tehtaan ja sen työntekijöiden historiaan. Oppaan tarinoiden välitykselle ryhmälle tulevat tutuiksi Tampereen teollisuushistoriaan liittyvät merkkihenkilöt ja monet muut. Kierros voidaan kävelyn sijaan suorittaa myös potkulaudoilla. Retken viimeisenä etappina voi olla ruokailu ja olutmaistajaiset panimoravintola Plevnassa tai Gastropub Tuulensuussa. (Hiking Travel Hit Ky, f.)

2.3 Uusi opastus

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on Hit:n arvot ja edelliset ohjelmatuotteet huomioon ottaen tuottaa uusi ohjelmatuote täydentämään tuotevalikoimaa. Hit:n tarjoamat tuotteet ovat harvoin moottoroituja, mutta varsin usein liikunnallisia. Uudessa opastuskierroksessakin on tarkoitus toteuttaa Hit:n monille ohjelmille tyypillinen luonnon helmassa toteutettava kulttuurinen elämys.

Uudella opastuskierroksella Hit haluaa myös tarjota asiakkailleen ja varsinkin kanta-asiakkaille, uusia mahdollisuuksia tutustua Tampereen historiaan ohjelmallisen tuokion avulla. Samalla asiakkaille tarjoutuu mahdollisuus liikkua luonnossa kaupunkialueella ja tutustua Pyynikin upeisiin maisemiin.

3 TARINAT

3.1 Tampereen historiaa

Tampereen kaupunki on syntynyt Keskustorin ympärille. Tammerkosken kylässä käytiin kauppaa ja pidettiin markkinoita jo kauan ennen kaupunkiaikaa. Kauppalan tai kaupungin perustamista ehdotettiin useaan otteeseen, kunnes vihdoinkin 1.10.1779 Ruotsin kuningas Kustaa III vahvisti kaupungin perustuskirjan ja asemakaavan. Kaupungin asukasluvuksi arvioitiin tuolloin noin 300–400 henkeä. (Holmala 2010, 10–11.)

Suomen Manchester - nimen kaupunki sai 1800-luvulla. Tampere oli Suomen ensimmäinen ja merkittävin teollisuuskaupunki. Suurimpia tehtaita olivat tekstiiliteollisuustehtaat: Finlaysonin puuvillatehdas, Pellavatehdas ja Lapinniemen puuvillatehdas. Kaupungistumisen ja tehtaiden myötä myös kaupungin väkiluku alkoi kasvaa vauhdilla. Tehtaat tarvitsivat työvoimaa ja varmempi tienesti houkutteli työväestöä kaupunkia ympäröivältä maaseudulta muuttamaan kaupunkiin ja menemään tehtaaseen töihin. Tehtaiden työntekijöistä valtaosa oli naisia, joten Tampere oli myös naisten kaupunki. (Hoppu 2008, 12–13.)

Kasvava väestö tarvitsi kauppiaita ja palveluita. Kaupunkiin saapui liikemiehiä ja kauppiaita, joista menestyneimmät rakennuttivat Keskustorin läheisyyteen asuin- ja liikekiinteistöjä. Keskustoria ympäröivätkin muun muassa Sumeliuksen, Selinin, Palanderin, Commercen ja Sandbergin talot. (Holmala 2010, 5.)

3.2 Gustaf Oskar Sumelius

Gustaf Oskar Sumelius syntyi Pirkkalan kappalaisen perheeseen 9.3.1835. Oskarin isän varhaisen kuoleman aiheuttaman tiukan taloudellisen tilanteen takia Oskar ei päässyt kouluun, vaan ainoastaan tämän nuorempi veli Frans. Oskar ei kuitenkaan antanut tämän lannistaa itseään, vaan etsi ja saikin sopivaa työtä itselleen 1848 Tampereelta Lindebergin liikkeestä. Muutaman Tampereella vietetyn vuoden jälkeen hän muutti Poriin, missä työskenteli Carl

Martinin ja A. Lundborgin liikkeissä ja Luvialla Julinin laivaveistämössä. Porissa Oskar oppi kaupankäynnin ja liikkeenhoidon ja osasi hoitaa kirjanpidonkin. (Holmala 2010, 63.)

Oskar mieli perustaa oman kauppayrityksen ja haki keväällä 1859 porvarioikeutta perustaakseen oman kauppaliikkeen Tampereelle. Oikeus myönnettiin ja kauppa aloitti toimintansa 1.7.1859 osoitteessa Kauppakatu 3. (Holmala 2010, 63.)

Kymmenessä vuodessa kauppa kävi niin hyvin, että 1869 Oskar osti nykyisen Keskustorin alueelta tontin, joka ulottui pitkin Hämeenkadun eteläreunaa Tammerkoskesta Kauppatorille (nyk. Keskustori) asti. Tontilla oli jo entuudestaan asuin- ja liiketalo sekä varastorakennus joihin Sumeliuksen kauppa siirtyi Kauppakatu 3:sta. Kauppa menestyi edelleen mainiosti ja 1880-luvulle tultaessa Sumelius oli jo koko läänin suurin sekatavara- ja kangastavaran tukkuliike. (Holmala 2010, 63.)

Toimeliaana miehenä Oskar ehti olla monessa mukana. Yhdessä Lars Johan Hammarenin kanssa hän osti Kyröskosken puuvillatehtaan ja perusti Hammaren & Co nimisen yhtiön. Sumelius perusti myös Näsijärven Höyrylaiva Oy:n, oli mukana pankkitoiminnassa ja toimi aktiivisesti erilaisissa yhdistyksissä, luottamustoimissa ja kunnalliselämässä. (Holmala 2010, 63–64.)

1890 Oskar tilasi kaupunginarkkitehti Caloniukselta kivitalon piirustukset. Sumeliuksen palatsina tunnettu rakennus sijaitsi aivan nykyisen Hämeenkadun kupeessa Tammerkosken rannalla. Palatsi kuitenkin purettiin 1938 ja paikalle rakennettiin nykyinen Tempon talo. (Holmala 2010, 64.)



KUVA 1 Sumeliuksen palatsi (Kuva: Richard Thulé 1900-luvun alussa)

Oskar avioitui 1859 porilaisen Maria Hydénin kanssa. Liittoon syntyi 10 lasta, joista viides oli perheen vanhin poika, joka nimettiin perinteen mukaan Gustaf Oskariksi. Vanhempi Gustaf Oskar Sumelius kuoli 1895. Vanhin poika, Göstaksi kutsuttu Gustaf Oskar ryhtyi äitinsä kanssa hoitamaan Sumeliuksen kauppaa. (Holmala 2010, 64.)

Vielä tänäkin päivänä Keskustorilla näkyvä muistomerkki Sumeliuksista on G.O. Sumeliuksen liiketalo, jonka suunnitteli arkkitehtitoimisto Grahn-Hedman-Wasastjerna. Ensimmäiseen kerrokseen suunniteltiin liiketiloja, kellariin varastotilat ja ylempiin kerroksiin asuinhuoneistoja. Talo valmistui kesäkuussa 1901. (Holmala 2010, 66–73.)

Göstan kauppiasura kuitenkin hiipui Osuustoimintaliikkeen käynnistyttyä Tampereella ja liike myytiin 1916 Tammerkosken Tukkukauppa Oy:lle. Kyröskoskella Sumeliuksen suku hallitsi aina vuoteen 1994, jolloin tehdas myytiin M-Realille. Isänsä jalanjalkia seuraten myös Gösta oli aktiivinen eri yhdistyksissä, luottamustoimissa ja kunnalliselämässä. Vuonna 1920 Göstalle myönnettiin ansioistaan vuorineuvoksen arvonimi. (Holmala 2010, 65–66.)

Gösta meni naimisiin 1893 Tyra Mörtengrenin kanssa. Gösta ja Tyra saivat 3 lasta, joista esikoinen sai perinteikkään nimen Gustaf Oskar. Liitto kuitenkin päättyi lopulta eroon vuonna 1919. Toisen avioliiton, johon syntyi vielä 2 lasta,

Gösta solmi Agnes Thulen kanssa. 7.3.1940 Gösta Sumelius menehtyi sydänkohtaukseen. (Holmala 2010, 66.)

3.3 Sumeliukset Pyynikillä

Tamperelainen Pyynikin Kesäteatteri sijaitsee Pyhäjärven rannalla, Joselininniemiellä. Harva teatterissa kävijä tietää, saatikka muistaa, että paikalla on aikoinaan ollut muitakin nimiä. Joselininniemi-nimen teatterin paikka sai 1800-luvun lopulla paikalla sijainneesta Joselinin kesäravintolasta. Vielä varhaisemman tiedon mukaan niemeä on kutsuttu myös Kaisaniemeksi.. (Helenius 1991, 47.)

Vanhaan, vuodelta 1857 peräisin olevaan karttaan, johon on myöhemmin lisäilty paikkojen nimiä, niemen nimeksi on kirjoitettu Kaisaniemi. Niemen idän puoleinen lahti on saanut nimen Viipurinlahti ja länsipuolella on ollut Uimahuoneenlahti. Kartta on piirretty vuokrasopimuksen laatimisen yhteydessä, kun kaupunki on tehnyt niemestä ensimmäisen vuokrasopimuksen kauppias R. Lindholmin kanssa. Lindholm oli varakas kauppias, joka ajan tavan mukaan alkoi suunnitella kesähuvilan rakentamista Pyynikille perheen kesänviettoa varten. Huvilan paikaksi valittiin kaunis niemi Pyhäjärven rannalta. Maistraatin kokouksen myönnettyä vuokraoikeuden huvilan rakentaminen saattoi alkaa. Huvilansa sijaintipaikan Lindholm nimesi Kaisaniemeksi vaimonsa Kaisan mukaan. (Helenius 1991, 48–51.)

1860-luvulta lähtien Pyynikin alue oli varsin suosittu ulkoilualue kaupunkilaisten keskuudessa. Alueelle rakennettiin myös kesähuviloita ja niiden myötä perustettiin myös kesäkahviloita. 1863 oli ravintoloita kaksi, Hambergin ja Rosendahlin ravintolat, jotka toimivat Hildenin ja Lindholmin kesähuviloissa. Kauppias Lindholmin kuoltua 1863 leski vuokrasi huvilansa ravintoloitsija Rosendahlille. Rosendahl kuitenkin muutti jo kesän 1866 jälkeen ravintolansa hieman kauemmaksi, sillä oli tullut tieto että Kaisaniemeen rakennetaan Joselinin kesäravintola. 1867 Joselinin uusi ravintola olikin jo valmis vastaanottamaan ensimmäiset asiakkaansa. (Helenius 1991, 52–54.)

1874 Oskar Sumeliuskin hankki perheelleen ajan tavan mukaan kesänviettopaikan Pyynikiltä ostamalla Lindholmin huvilaniemen vuokraoikeuden ja rakennukset. Oskar ryhtyi heti suunnittelemaan niemelle uutta huvilaa, olihan vuokra-aikaakin vielä kolmisenkymmentä vuotta jäljellä. Sumeliusten perhe tarvitsikin hieman toisenlaisilla tilaratkaisuilla toteutetun huvilan, sillä perheeseen oli siunaantunut kaikkiaan kymmenen lasta. (Helenius 1991, 60.)

Sumeliusten huvila rakennettiin aivan niemen kärkeen, parhaalle näköalapaikalle. Maria-rouva istutti koristeeksi, paikalla vielä tänäkin päivänä kasvavia, sireenejä. Perhe vietti kesänsä Pyynikillä ja viihtyi erinomaisesti. Oskar kulki hevosvaunuilla hoitamassa liikeasioitaan ja matkusti tarpeen vaatiessa jopa Tampereen ja Kyröskoskenkin välillä. (Helenius 1991, 60–62.)



KUVA 2 Sumeliusten huvilaniemi Pyynikillä 1900-luvun alkuvuosina. (Kuva: Eero Kivisen kokoelmat)

1895 Oskar Sumelius kuoli. Pyynikin huvila jäi edelleen perheen käyttöön. Lapset tietysti kasvoivat ja muuttivat pois kotoa, mutta Maria-rouva vietti kesänsä Pyynikillä aina vuokra-ajan loppumiseen, vuoteen 1907 asti. (Helenius 1991, 60–62.)

3.4 Jalmari Finne ja Maria Kristina-näytelmä

Jalmari Finne syntyi 11. elokuuta 1874 Kangasalla. Lapsia kauppias Finnen perheeseen syntyi kaikkiaan 12, joista 7 kuoli jo lapsena tai varsin nuorena (Kanerva 1974, 14). Jalmarikin oli hento ja pienikokoinen ja ehkä juuri tästä syystä juuri kirjat vetivät poikaa puoleensa. Jalmari nimittäin oppi jo varhain lukemaan ja hänen lukuhaluunsa sanotaan olleen sammumaton. (Kangasala. Kulttuurin moniottelija Jalmari Finne.)

1885 perhe muutti Helsinkiin. Jalmari aloitti opintonsa tuolloin Helsingin Suomalaisessa Alkeisopistossa. (Kanerva 1974, 9.) Jalmarin Olga-sisar oli jo tuolloin Suomalaisessa teatterissa ja teatterielämä alkoi kiehtoa Jalmariakin. Sisarensa Olgan kautta Jalmari tutustui maineikkaaseen teatterimieheen Kaarlo Bergbomiin, joka pyysi nuorta poikaa avustajakseen Suomalaiseen teatteriin. (Kangasala. Kulttuurin moniottelija Jalmari Finne.) Nuoren miehen haave teatteriurasta oli toteutumassa.

Teatteri vei miehen Eurooppaan opintomatkoille ja aina Viipuriin asti teatterin johtajaksi. 1907 Jalmari palasi Helsinkiin ja ryhtyi vapaaksi kirjailijaksi. Hän palasi vielä kerran Viipuriin yhdeksi näyttämökaudeksi, minkä jälkeen omistautui kirjailijan uralleen (Jalmari Finnen säätiö.)

Finne toimi suomentajana, teatterin johtajana sekä asutus- ja sukuhistorioitsijana, mutta kenties parhaiten hänet muistetaan kirjailijan urastaan. Hänen laajasta tuotannostaan tunnetuin lienee Kiljusen perheestä kertova kirjasarja. Finne kirjoitti myös suuren määrän romaaneja ja näytelmiä. Finnen ansioihin lukeutuu myös Suomen ensimmäisenä rikosromaanina pidetty Verinen lyhty vuodelta 1928. (Näytelmät netissä: M. Vinberg-Mäkinen: Jalmari Finne.)

Suku- ja asutushistoriasta kiinnostunut Jalmari huomasi historian tarjoavan myös herkullista lähdeaineistoa romaanien kirjoittamiseen (Jalmari Finnen säätiö). Finnen Tampereen maisemiin sijoittuva hämäläisnäytelmä Maria Kristina on tästä loistava esimerkki.

Finnen vuoteen 1859 ajoittuva näytelmä Maria Kristina kuvaa tuon ajan Tampereen herrasväen elämää. Näytelmä esitettiin ensimmäisen kerran

Tampereen teatterissa 1932 kirjailijan itsensä ohjaamana ja Tampereen Työväen teatterissa näytelmää esitettiin 1958, itsensä Eino Salmelaisen ohjaamana. (Helenius 1991, 63,)

Näytelmän ajoituksen puolesta puhuu se, että historioitsijana Finne näki 1850-luvun eräänlaisena murroskautena Tampereen kaupungin kasvussa, lisäksi 1859 Sumelius sai kauppiasoikeutensa. Kaupungin historian kirjoittamiseen osallistuneelta Yrjö Raevuorelta Finne sai vielä suuren määrän tietoja eri perheistä ja suvuista, joiden pohjalta hän keksi näytelmäänsä hahmot. ”Pääosaan” valikoitui juuri Tampereelle muuttanut Sumelius. Muiksi henkilöiksi valikoituivat seppämestari Blom, kaupungin kirurgi Molin ja sorvarimestari Enqvist, jotka kukin edustivat alansa parhaimmistoa. Mukaan pääsivät myös edellä mainittujen herrojen rouvat. (Helenius 1991, 63.)

Näytelmä alkaa kun kauppias Sumelius muuttaa kaupunkiin. Kauppa käy hyvin, sillä kaupungin kaikki naiset asioivat innokkaasti nuoren ja komean kauppiaan liikkeessä. Molin, Blom ja Enqvist huolestuvat Sumeliuksen tulevaisuudesta, herrat ovat varmoja että heidän rouvansa naittavat nuoren miehen vaikka väkisin. Miehet päättävät tehdä parhaansa puolustaakseen Sumeliusta ja estääkseen rouvien aikeet. Onnistuessaan miehet viettäisivät railakkaat juhlat Viikinsaaressa. Rouvat esittävät morsianehdokkaita Sumeliukselle, joka kuitenkin arvoituksellisesti kertoo mielitietynsä nimen olevan Maria Kristina. Kaikki ovat varmoja, että Sumelius tarkoittaa Blomin tytärtä Maria Kristinaa. (Helenius 1991, 64–65.)

Kun sitten vietetään Maria Kristina Blomin 25-vuotissyntymäpäivää, kaikki, varsinkin rouvat, odottavat että samalla nuoripari julkaisee kihlauksensa. Uutisen julkaisua odoteltaessa Sumelius esittää lauluja päivänsankarille. Samalla ensiesityksensä saa sellainenkin laulu kuin Kesäpäivä Kangasalla. Tunnelma juhlissa on odottava, kunnes puotipalvelija Janne saapuu tuomaan Sumeliukselle viestin: Porin kirkossa Sumelius on kuulutettu avioon. Juhlaväen tyrmistys on täydellinen, kunnes Janne selittää että kuulutukset ovat Sumeliuksen ja Maria Kristina Hydénin. Samalla Maria Kristina Hydén saapuukin paikalle ja Sumelius esittelee morsiamensa juhlaväelle. Lopuksi lauletaan Porilaisten marssia samalla kun herrat kuljettavat morsianta kultatuolissa. (Helenius 1991, 65–66.)

3.5 Kultakutri ja Muinaismeren muistomerkki

Pyynikin Kesäteatterin vierestä rantaan laskeutuu polku, joka johtaa pienelle kivetylle metsälammelle, jossa hiuksiaan kannatteleva neito tähyilee lammen pintaa. Matti Hauptin Kultakutri-patsas on sijoitettu Joselinin niemen lampeen vuonna 1953. Tampereen kaupunki on ostanut kuvanveistäjältä sekä alkuperäisen marmoriin veistetyt että pronssisen patsaan vuonna 1952. (Tampereen julkiset veistokset ja monumentit. 2006. Kultakutri.)

Lammelta matka jatkuu Pyynikin harjun rinteelle, jota muinaismeren aallotkin ovat joskus huuhtoneet. Tampereen seutukin on siis joskus muinoin sijainnut valtameren rannalla, tuhansia vuosia sitten Itämeren eläessä omia vaihteita.

Noin 6 800 eaa. paikalla sijainneelle muinaiselle rannalle pystytettiin 1945 Tampere-Seuran toimesta Jääkauden muistomerkki. Maan kohoamisen johdosta entinen muinaisranta on tänä päivänä noin 126 metrin korkeudella. Tampereen alueen muinainen yhteys katkesi lopullisesti noin 9 500 vuotta sitten. Maan kohoamisen seurauksena muodostuneet Pyhäjärvi ja Näsijärvi kuroutuivat erilleen toisistaan. Vedenpinnan kohotessa n. 6 900–5 400 eaa. vesi ylitti harjun ja Tammerkoski sai alkunsa. (Tampereen muistolaatat ja muut muistomerkit. 2006. Jääkauden muistomerkki.)

4 TARINOISTA TUOTTEIKSI TEORIOIDEN AVULLA

4.1 Tuotteistamisprosessi

Kuten jo johdantoluvussa todettiin, palvelun ja yksittäisen tuotteen/tavaran tuotteistamisprosessit ovat varsin erilaiset. Palvelua ei voi tehdä loppuun asti myyntivalmiiksi, koska palvelun tuottaminen ja kuluttaminen tapahtuvat samanaikaisesti. Tuotteistettaessa palvelua pyritään tarkasti kuvaamaan ja miettimään etukäteen palvelun vaiheita ja sen toteuttamistapaa. Kuvausten ja kirjausten avulla saadaan luotua myös asiakkaille suunnattavaa mainos- ja markkinointimateriaalia, jonka avulla asiakas voi etukäteen tutustua palvelun sisältöön ja muodostaa siitä oman käsityksensä. (Viherkoski 1998, 12.)

Luonnon ympäristössä tapahtuva ohjelmapalvelu ei voi kuitenkaan olla viimeistä piirtoa myöden kiveen hakattu, sillä olosuhteet saattavat muuttua. Jokainen retki muodostaa ainutkertaisen kokonaisuuden, johon vaikuttavat luonnon olojen lisäksi ryhmän kulloinenkin koostumus. Opastuksen ja retken on siis oltava muutettavissa ja muunneltavissa luonnon olosuhteiden mukaan, mutta myös erilaisten ryhmien tarpeisiin. (Viherkoski 1998, 12–13.)

Toisin kuin valmista tuotetta, palvelua voidaan vielä korjata tai muuttaa matkan varrella. Sää ja muut yllätykset vaativatkin toimivien varasuunnitelmien laatimista jo etukäteen. Totaalista epäonnistumista ei palvelussakaan pysty korjaamaan, joten Viherkosken mukaan ”ei siis pidä tuudittautua siihen uskoon että palveluun ja palvelun tuotteistamiseen pitäisi suhtautua kevyesti” (Viherkoski 1998, 13).

Viherkosken alkuperäinen tuotteistamisprosessin kulku esiteltiin jo johdantoluvussa, mutta seuraavassa vielä Viherkosken versiosta suodatettu malli, jota siis sovelletaan tämän tutkimuksen tekemisessä.

Palvelun tuotteistamisprosessi

1. Tavoitteet
2. Mahdollisuudet ja resurssit
3. Asiakkaiden segmentointi
4. Asiakkaiden asettamat reunaehdot
5. Tuotteen kehittäminen
6. Testaus ja korjaukset
7. Valmis tuote

(mukaillen Viherkoski 1998, 14.)

4.1.1. Tavoitteet

Tuotteistamisen lähtökohtana ovat palveluntarjoajan asettamat tavoitteet. Mitä hän tuotteillaan haluaa saavuttaa? (Viherkoski 1998, 13.) Lyhyesti vastaus varmaan kuuluisi, että tuottoa ja toimeentulon. Tavoitteena voi kuitenkin olla jotain muutakin, kuten tietty asema markkinoilla, kanta-asiakkaiden saaminen tai laadukkaimpien ohjelmapalveluiden tarjoaminen. Palveluntarjoajalla voi myös olla ns. henkisempiä tavoitteita, kuten Hit:llä, joka haluaa kaikilla toimillaan edistää asiakkaidensa hyvinvointia ja menestystä mahdollistamalla heidän tarpeidensa mukaisen ohjelman (Hiking Travel Hit Ky, b).

4.1.2. Mahdollisuudet ja resurssit

Mahdollisuuksia ja resursseja selvitettäessä paneudutaan luonnon ja ympäristön tarjoamiin mahdollisuuksiin ja omaan osaamiseen. Ympäristön ja luonnon tarjoamat puitteet tulee tarkastaa ja käydä läpi sillä tavoin mitä palvelu niiltä edellyttää. Ei riitä että pintapuolisesti käy tarkastelemassa, vaan tuote olisi hyvä käydä päässään läpi kohta kohdalta mahdollisten ongelmakohtien huomaamiseksi. Reitit ja maasto kannattaa myös käydä kävellen läpi yllätysten välttämiseksi. (Viherkoski 1998, 15.)

Maisemat ja luonnonmuodostumat ovat myös resursseja, jotka tulee ottaa huomioon palvelua suunniteltaessa. Kaupunkiympäristöstäkin löytyy kulttuuriympäristöjä, arkkitehtuuria ja puistoja, joissa ohjelmapalveluja voidaan

toteuttaa. Oltiinpa sitten maalla tai kaupungissa, on yhtä tärkeää selvittää kuka maat ja alueet omistaa ja onko niiden käyttö sallittua. Alueilla voi myös olla joitakin rajoituksia, jotka tulee ottaa huomioon toiminnassa. (Viherkoski 1998, 15.)

Kartoittamalla omaa osaamistaan palveluntarjoaja varmistuu siitä että todella osaa suunnitella ja toteuttaa asiakaslähtöisen tuotteen. Oman osaamisen arvioimisessa tulee kuitenkin olla rehellinen itselleen ja muille yhteistyökumppaneille, jotta myöhemmin oikeassa palvelutilanteessa välttyttäisiin ikäviltä yllätyksiltä. Puutteita omassa osaamisessaan voi paikata lisäkouluttamalla itseään tai hankkimalla itselleen yhteistyökumppaneita, jotka omaavat itseltä puuttuvia, mutta palvelussa olennaisessa osassa olevia taitoja. Palvelua voi myös suunnitteluvaiheessa vielä muokata sellaiseksi, että sen toteuttamisesta selviää omin avuin. (Viherkoski 1998, 15–16.)

Käytettävissä oleva aika luetaan myös resurssiksi. Aikaa voidaan tarkastella eri näkökulmista: vuodenaika, palvelun ajoitus ja sen kesto. Jo tuotteistamisprosessin aikana on hyvä miettiä valmiiksi milloin tuotetta käytetään. Tuleeko tuotteesta ympärivuotinen vai sijoittuuko se johonkin tiettyyn vuodenaikaan? Onko tuotteesta tarkoitus saada tuloja ympäri vuoden vai vain muutaman kuukauden ajalta? Palvelun kestoa tulee myös harkita tarkoin. Kestääkö se tunteja, päiviä vai viikkoja? (Viherkoski 1998, 16–17.)

Erilaiset luontomatkailutuotteiden ja muidenkin matkailupalveluiden toteuttamisessa tarvitaan usein erilaisia välineitä ja varusteita. Kannattaa siis miettiä jo suunnitteluvaiheessa, mitä välineitä ja varusteita itsellä on mahdollisuus tarjota ja mitä odottaa asiakkaalta itseltään löytyvän. (Viherkoski 1998, 17.) Valtavan ison väline- ja varustevaraston hankkiminen nielee myös paljon rahaa, eikä niiden huoltaminenkaan ole ilmaista. Varaston hoitaminen vie myös aikaa, sillä varastosta kannattaa pitää hyvää huolta. Kalliiden varusteiden käyttöikä saa varmasti pidennettyä säännöllisellä ja huolellisella huollolla ja ohjeiden mukaisella säilyttämisellä.

Hiking Travel Hit Ky on hyvin osannut hyödyntää ympäröiviä mahdollisuuksia ja resursseja. Pirkanmaalta löytyy mm. kaksi kansallispuistoa, virkistysalueita ja monia ulkoilualueita, joille Hit tarjoaa retkiä ja opastusta sekä vuokraa välineitä. Kansallispuistoista Seitsemäen on varsinkin Liisa Tyllilälle erittäin tuttu, sillä

hän on aikoinaan toiminut Seitsemisissä luonto-oppaana (Hiking Travel Hit Ky, g).

Tampereen kaupunkialueella sijaitsevilla puistoissa ja kulttuurimaisemissa voi myös seikkailla Hit:n opastamana. Aina ei siis tarvitse lähteä kauas päästäkseen luontoon. Tampereella esimerkiksi Kaupin puisto ja Pyynikin alue ovat suosittuja ulkoilijoiden keskuudessa.

Hit:llä onkin Kaupinjoella vuokrauspiste, mistä voi vuokrata kanootteja ja muitakin välineitä, kuten potkulautoja. Melomaan voi lähteä Näsijärvelle Kaupin rannasta, tai kanootin voi ottaa kärryssä mukaan, tai se toimitetaan asiakkaan haluamalle melontapaikalle. (Hiking Travel Hit Ky, h.)

Varusteiden ja välineiden vuokraamisessa Hit:llä on vankka tietämys ja kokemus, sillä Pekka ja Tapio Tyllilä ovat aktiivisia luontoliikuntavälineiden ja -varusteiden testaajia ja kehittäjiä. Hit valmistaakin itse esimerkiksi suurkanootteja ja ahkioita. Pekka ja Tapio ovat molemmat myös melontakouluttajia, mutta lisäksi Tapiolta löytyy myös köysitoiminnanohjaajan ja hiihdonohjaajan pätevyys. Lauri Mansikkamäki puolestaan täydentää edellä mainitun kaksikon asiantuntemusta insinöörinä, joka omaa myös pitkän ja perusteellisen kokemuksen luonnossa liikkumisesta. (Hiking Travel Hit Ky, i.)

Puuttuvia taitoja Hit paikkaa ammattitaitoisilla yhteistyökumppaneilla. Ruokailuissa niin maastossa kuin kaupunkialueellakin kumppanina toimivat Linkosuon juhlapalvelut ja maalla asiakkaiden kuljetuksesta vastaa tilausliikenne Atro Vuolle. Vesitse asiakkaiden matka tahtuu matkailupalvelu Kuuttaren tai Suomen Hopealinjan laivoilla. Tampereen Kylpylä on myös merkittävä yhteistyökumppani, joka tilaa Hit:ltä ohjelmaa omille asiakkailleen. (Hiking Travel Hit Ky, j.) Edellä mainitut yritykset ovat vain osa Hit:n yhteistyöverkkoa, mutta jo näistä huomaa, että Hit on varsin hyvin sisäistänyt sen, että kaikkea ei tarvitsekaan osata itse vaan toimivalla yhteistyöverkostolla voidaan asiakkaille koota monipuolisia tuotepaketteja, joista monet yrittäjät pääsevät osallisiksi.

Hit:n tuotteista löytyy kestoaltaan hyvin erilaisia tuotteita. Löytyy muutaman tunnin päiväretkiä, mutta myös pidempiä reissuja. Kaupunkialueella tyypillisimmäksi tuotteeksi voisi luonnehtia jonkin yrityksen virkistyspäivää tai

kokouksen iltaohjelmaa johon kuuluu muutaman tunnin opastettu toiminnallinen retki, joka päättyy ruokailuun ja saunaan. Hit toimii ympäri vuoden, joten tuotteista on tarkoitus saada tuloja sekä talvella että kesällä. Palveluja ja ohjelmia onkin selkeästi jaettu kesän ja talven välillä. Kesäisin mm. vuokrataan kanootteja ja järjestetään melontakoulutusta ja melontaretkiä, talvella tilalle tulevat mm. retkiluistinten vuokraus, lumikenkäily ja hiihto. Kansallispuistoissa voidaan vierailla mihin vuodenaikaan tahansa, samoin Tampereen kaduilla ja kujilla voidaan seikkailla myös talvella. Aktiviteetit ja varusteet vain hieman vaihtelevat ajankohdan mukaan.

Varusteissa ja välineissä Hit on pikkuhiljaa kasvattanut kattavan varustevaraston. Kaikkea ei kuitenkaan ole ostettu yhdellä kertaa ja yhtä aikaa, sillä Hit ei rahoita toimintaansa suurilla pankkilainoilla. Varastosta löytyy mm. lumikenkiä, makuupusseja, retkikeittimiä, potkulautoja, kävelysauvoja, kajakkeja, intiaanikanootteja ja suurkanootteja, melontaliivejä, melontakypäriä sekä paljon muita varusteita retkeilyyn ja ulkoiluun.

Tekeillä olevaan opastukseen liittyvät resurssit ovat mitä parhaimmat. Pyynikki on jo pelkästään maisemallisesti upea luonnon kohde, jolla on myös erittäin mielenkiintoinen historia kulttuurinkin puolella. Alueelta löytyy luonnon maisemia, rakennettuja kohteita ja valmiit polut ja reitit joita pitkin pääsee liikkumaan. Pyynikki on myös lähellä Tampereen messu-, kokous- ja kongressipalveluja ja majoitusmahdollisuuskin löytyy aivan vierestä, hotelli Rosendahlista.

Hit:n resurssit ovat hyvin opastukseen soveltuvat. Yhteistyökumppanina toimivien Hopealinjan laivoilla ja Vuolteen busseilla asiakkaiden siirtymiset sujuvat jouheasti. Hittiläiset ovat kokeneita ryhmien vetäjiä, jotka tuntevat hyvin sekä Tampereen että Pyynikin alueen ja niiden historiaa.

Myös erilaisia välineitä ja varusteita voidaan yhdistää opastuskierrokseen. Matkaa voidaan taittaa vaikka potkulaudoin tai ohjelmaan voidaan sisällyttää melonta Pyhäjärven rantamaisemissa.

Ajallisesti laadittava opastuskierros tulee olemaan kestoltaan joitakin tunteja riippuen siitä mitä kaikkea retken aikana aiotaan tehdä. Retken tarkempi sisältö räätälöidään aina asiakkaan ja ryhmän toiveiden ja suorituskyvyn mukaiseksi.

Jos retki on vain kävellen tehty kierros jolla tutustutaan Pyynikin alueeseen, kestää se ehkä maksimissaan kaksi tuntia. Jos mukaan taas otetaan melontaa ja potkulautailua opastuksen lisäksi, retken kesto tietenkin pitenee. Vuodenaikaan nähden retki sijoittuu kevääseen, kesään ja syksyyn. Laivatkin pääsevät yleensä aloittamaan liikenteen toukokuussa ja jatkamaan aina syyskuun loppuun asti, joten ohjelmatuotteen ajoittamisessa tulee huomioida myös laivaliikenteen rajoitukset.

Muita kuljetusvälineitä käyttäen opastuskierrosta voidaan toteuttaa muinakin vuoden aikoina, esim. lokakuussa on usein vielä hyviä ulkoiluilmoja, samoin huhtikuu saattaa jo olla varsin keväinen, lumeton ja lämmin kuukausi. Pyynikin alueella on lumettomaan aikaan miellyttävämpi liikkua ja vanhat paikat ovat selkeämmin tunnistettavissa ja nähtävissä kun ne eivät ole paksun lumikerroksen alla. Talven ajalle opastuksesta voitaisiin kenties kehitellä muunneltu versio, jolloin voitaisiin liikkua vaikkapa lumikengillä.

4.1.3. Asiakkaiden segmentointi

Suunnitteilla olevalle tuotteelle kannattaa määritellä kohderyhmä, koska kaikkia potentiaalisia asiakkaita on melko mahdotonta houkutella yhdellä ja samalla tuotteella. Jakamalla ja ryhmittelemällä asiakkaita voidaan tuottaa juuri sille tietylle asiakasryhmälle sopivia tuotteita ja saavuttaa juuri se tietty ryhmä kustannustehokkaasti. (Viherkoski 1998, 17–18.)

Hit:llä on jo melko vakiintunutta asiakaskuntaa, mm. Pirkanmaan alueella toimivista suuremmista yrityksistä ja järjestöistä monet tilaavat vuosi toisensa jälkeen yrityksensä juhliin ja tilaisuuksiin Hit:ltä ohjelmaa. Jo mainituilla Merirosvoristeilyillä asiakkaina ovat olleet myös ihan suoraan kadulta Hopealinjan lippuluukulle kävelleet yksittäiset asiakkaat, jotka ovat muodostaneet ryhmän. Nyt suunniteltavalle opastuskierrokselle kohderyhmäksi on segmentoitu aikuiset. Opastuskielistä kaikkein sujuvin vaihtoehto lienee suomi, sillä Finnen näytelmää ei ole tarkoituksenmukaista lähteä kääntämään muille kielille. Toki opastuksen muut osuudet ovat kerrottavissa muillakin kielillä, kuten englanniksi, saksaksi ja ruotsiksi. Tämän tarkempaa segmentointia ei

haluta, eikä kannatakaan tehdä, sillä ohjelman on tarkoitus olla ryhmän mukaan muunneltavissa eri osia vaihtamalla tai muuttamalla. Opastuksen on tarkoitus soveltua sekä yksittäisille ryhmille tarjottavaksi, että viikkotuotteeksi Hopealinjalle johon ns. walk-in-asiakkaatkin voivat osallistua tai Tampereen Kylpylälle viikko-osakkaiden viikko-ohjelmaan. (Liisa Tyllilä 2011a.)

4.1.4 Asiakkaiden asettamat reunaehdot

Asiakkailla on varsin usein ehtoja, jotka on huomioitava tuotteen suunnittelussa ja toteuttamisessa. Tärkeimpiä näistä ehdoista ovat hyvin usein käytettävissä oleva aika ja palvelun hinta. Myös ohjelman sisältö olisi pystyttävä kuvaamaan niin, että asiakas kykenisi etukäteen arvioimaan riittävätkö hänen rahkeensa ohjelmasta suoriutumiseen. (Viherkoski 1998, 21.)

Varsin usein asiakas on tutustunut esimerkiksi Hit:n kotisivujen kautta Hit:n ohjelmatuotteisiin ja on löytänyt sieltä jonkin itseään kiinnostavan. Voi kuitenkin olla, että asiakas esim. epäilee oman ryhmänsä liikunnallisuutta ja pyytää että retkeä räätälöitäisiin juuri heidän ryhmälleen sopivaksi. Näin ollen alkuperäisessä ohjelmassa esim. olleet kävely- ja melontarastit voidaan jättää väliin ja toteuttaa vain leppoisammat ohjelmanumerot. ”Malliretkeen” saattaa myös sisältyä vierailu johonkin museoon, mutta jos asiakas on jo käynyt kohteessa ja tuntee sen entuudestaan, voidaan asiakkaan toiveesta museokäynti vaihtaa johonkin toiseen museoon tai käyntikohteeseen.

Rahallisesti Hit:n tarjoaman ohjelman pitää sopia yrityksen esim. virkistyspäivän budjettiin. Tällöin voidaan jo ohjelmatarjouksen pyytämisen yhteydessä neuvotella, mihin kaikkeen rahat riittävät. Ajallisesti ohjelman on pysyttävä asiakkaan toivomassa aikaraamissa, sillä asiakkailla on varsin usein jo jotakin ohjelmaa sekä ennen että jälkeen Hit:n osuuden.

Mitä tulee hinnoitteluun, tämän tutkimuksen tarkoituksena ei ole hinnoitella palvelua, ainoastaan suunnitella sille sisältö.

4.1.5. Tuotteen kehittäminen eli opastuksen suunnitteleminen

Itse kehitysvaihe saattaa vaikuttaa hankalalta ja työläältä, sillä se vaatii asioiden yhdistelemistä, yksityiskohtien hiomista ja varasuunnitelmien laatimista. Tuotteen valmiutta voidaan arvioida sen kirjallisen kuvauksen avulla. Tuote on valmis, mikäli tuotetta tuntematon työkaverisi pystyisi vetämään ohjelmasi pelkän kuvauksen pohjalta. (Viherkoski 1998, 21–22.)

Opastuksen kehittämisessä on suureksi avuksi ollut Suomen Opasliitto ry:n Opin ja opastan teos. Kirjasta saa hyviä neuvoja siihen mitä tulee ottaa huomioon opastusta suunniteltaessa.

Opastuksen vaiheet ja erilaisia opastuksia käsiteltiin jo jonkin verran johdantoluvussa. Tässä opinnäytetyössä laaditaan opastus Pyynikille, joka kertoo Tampereella vaikuttaneen Sumeliuksen perheen tarinaa näyttämönään Pyynikin luonnonkaunis maisema. Opastus lienee lähimpänä draamaopastusta, sillä oppaan on tarkoitus pukeutua 1800-luvun lopun aikaisiin vaatteisiin ja asusteisiin ja esiintyä roolissa.

Opastuksessa tarvittavaa pohjatietoa on hankittu lukemalla aiheeseen liittyvää historiallista kirjallisuutta ja tekemällä kävelyretkiä Pyynikille. Näiden retkien aikana on etsitty ja mietitty sopivaa kävelyreittiä opastuskohteiden välillä ja kiinnitetty huomiota siihen miten paljon reitin kävelemiseen kuluu aikaa ja mitä kaikkea muuta matkan varrella näkyy, mistä voisi opastettavalle ryhmälle matkan varrella muutaman sanasen kertoa.

Opastuksen apuna käytettävän Finnen näytelmän osalta varsin valaiseva oli keskustelu näyttelijäystävä Juha Ruokolan kanssa. Keskustelimme hänen kanssaan erilaisista tavoista ja mahdollisuuksista käyttää näytelmää mukana opastuksessa. Vaihtoehtoja löytyikin varsin runsaasti. Yksinkertaisin versio lienee, että opas pukeutuu näytelmän ajan ja tyylin mukaisesti ja esittää jotakin näytelmän päähenkilöistä. Harkittiin myös harrastajanäyttelijäryhmän luomista, joka aina tarvittaessa keikkaluontoisesti esittäisi päähenkilöitä ja näytelmän parhaat palat. Asiakkaiden mukaan ottamista mietittiin myös, stand-up kun on kasvattanut suosiotaan viime vuosina. Aluksi päätettiin kuitenkin aloittaa yksinkertaisimmasta vaihtoehdosta, eli oppaan pukeutumisesta, asiakkaille tarjottavista asusteista ja näytelmän kohokohtien kertomisesta. Myöhemmin,

mikäli opastus ottaisi tuulta alleen, palaisimme pohtimaan erilaisia näytelmän käyttövaihtoehtoja ja mahdollisesti kokoamaan muutamia esiintyjä. Ruokola myös vinkkasi että kannattaa tarkistaa näytelmän käyttöoikeudet Näytelmäkulmasta. (Ruokola 2011.)

Näytelmäkulma on Suomessa toimiva ”näytelmien oikeudenhaltijoiden – näytelmäkirjailijoiden, suomentajien, sovittajien ja dramatisoijien sekä suurten oikeuksien osalta myös säveltäjien – edustaja” (Näytelmäkulma), joka myöntää oikeudet näytelmien julkiseen esittämiseen. Näytelmäkulman ohjeistuksessa sanotaan, että tekijänoikeudet ovat voimassa 70 vuotta kirjoittajan tai kirjoittajien kuolemasta. (Näytelmäkulma. Esitys- ja tekijänoikeudet.) Finne kuoli 1938, joten tekijänoikeuksien ei pitäisi olla ongelma. Asia varmistettiin vielä sähköpostitse ja saadun vastauksen mukaan estettä näytelmän käyttämiselle ei ole.

Mahdollisia laajempia esityksiä varten näytelmän käsikirjoitus on tietysti hankittava jostakin arkistojen kätköistä. Tampereen kirjaston Pirkanmaa-kokoelmasta löytyy yksi kappale, jossa ovat näytelmän aikoinaan ohjanneen Eino Salmelaisen merkinnätkin mukana, mutta mahdollisia tulevia esityksiä varten käsikirjoitus olisi tietenkin hankittava näytelmän esittäjille. Keväällä 2011 Sumeliusklubin harrastajateatteri esitti Maria Kristinaa ja heidän harjoituksiaan ja esityksiään varten käsikirjoitus piti hakea teatterimuseosta asti, sillä muualta sitä ei enää löytynyt (Aamulehti. Moro 27.4.2011).

Pyynikin kesäteatterin katsomon ”lainaamisesta” voitaisiin myös neuvotella Pyynikin Kesäteatterin matkailupalvelujen kanssa. Vaikka varsinaista näytelmää ei esitetäkään, olisi opastettavan ryhmän silti mukavampi istahtaa penkille kuuntelemaan kuvausta näytelmän herkullisimmista kohdista. Kesäaikaan teatterilla on paljon harjoituksia ja esityksiä, joten opastuskierrosten aikatauluttaminen teatterin aikatauluun sopivaksi on myös tärkeää. Kesäteatterin yhteydessä olevien vessojen käytöstä voisi myös neuvotella, samoin kahvittelumahdollisuudesta teatterin kahviossa.

4.1.6. Testaus ja korjaukset

Tuotetta on hyvä testata ennen ”oikeita asiakkaita”. Testauksen tulee kuitenkin olla luotettava ja asiallinen, eli tuote käydään testauksessakin läpi aivan kuin kyseessä olisi oikea asiakasryhmä. Testiryhmänä olisikin hyvä olla tuttuja ja asiantuntevia ihmisiä, jotka uskaltavat sanoa mitä mieltä tuotteesta ovat. Testauksessa tuotteesta todennäköisesti löytyy vielä korjattavia virheitä ja annetun palautteen avulla tuotetta on helpompi vielä viimeistellä lopulliseen muotoonsa. (Viherkoski 1998, 22.)

Tuotteen varsinaista testausta koeryhmällä ei aikataulullisista syistä voitu toteuttaa, mutta Liisa Tyllilän kanssa käytiin läpi Pyynikillä tapahtuva opastusosio testausmielessä. Liisa totesi tuotteen olevan varsin käyttökelpoinen ja monipuolinen. Se on helposti muunneltavissa käyttämällä eri reittivaihtoehtoja, vaihtamalla kohteiden järjestystä tai jättämällä jokin osan pois. Tuote soveltuu pääosin myös liikuntarajoitteisille, kunhan pysytään leveämmillä kävelyreiteillä eikä poiketa pienemmille poluille. Jääkauden muistomerkillä esim. pyörätuolilla liikkuvan on hankala päästä, sillä harjun puolivälissä ei kulje leveämpää kävelyreittiä. (Tyllilä 2011b.)

Opastuksen ajalliseksi kestoksi määriteltiin noin kolme tuntia, joka sisältää edestakaisen laivamatkan ja opastuskierroksen Pyynikillä. Pohdittiin myös millaisia muutoksia opastukseen voidaan tehdä, esim. paikalle voisi saapua Viikinsaareen suuntautuvalla reittiliikenteen laivallakin tai vaihtoehtoisesti bussillakin. Myös tuotteen mahdollista ympärivuotisuutta päätettiin selvittää ja kehittää. (Liisa Tyllilä 2011b.)

Varsinainen testaus tulee tapahtumaan keväällä 2012, jolloin laivaliikenne taas alkaa. Lisäksi kierrokseen liittyvät yhteistyökuviot Hopealinjan ja Pyynikin kesäteatterin matkailupalvelujen kanssa tulee neuvotella ja sopia talven aikana kuntoon, jotta keväällä päästään toteuttamaan opastuksia.

4.1.7. Valmis tuote

Testaamisen ja tarvittavien korjausten tai muutosten jälkeen tuote on valmis markkinoitavaksi ja myytäväksi asiakkaille. Tuotteesta kannattaa myös laatia lyhyempi tuoteseloste, josta käyvät ilmi palvelun perustiedot, esim. aika, paikka ja hinta sekä mahdollisesti tarvittavat varusteet ja välineet. (Viherkoski 1998, 22.)

Seuraavassa kuvaus tuotteistetusta tarinasta.

Kesäpäivä Pyynikillä – kauppias Sumeliuksen tarina

Opastus aloitetaan kokoontumalla Keskustorille, missä 1900-luvun alun kesämuodin mukaisesti pukeutunut opas vastaanottaa ryhmän ja toivottaa heidät tervetulleiksi. Opas esittelee aluksi itsensä ja kertoo lyhyesti opastuksen pääkohdat ja aikataulun. 'Lähtöselvityksen' jälkeen opas aloittaa Sumeliusten tarinan kertomalla Tampereen ja Keskustorin historiasta, Sumeliuksen talosta ja sen takana sijainneesta Sumeliuksen palatsista. Tarinan alussa kerrotaan miten Sumelius nuorena ja komeana miehenä aloitti kauppiasuransa Kauppakadulla. Kauppa oli erityisesti naisten suosiossa, olihan kauppiana komea ja naimaton nuorimies ja kaupasta sai sellaista eksoottisempaa tuontitavaraa mitä ei muualta vielä löytynyt. Kaupan menestyksen myötä Sumelius osti Keskustorin laidalta tontin ja rakennutti sille liiketiloja ja perheelleen asumukseksi hulppean palatsin aivan kosken rannalle.

Torilta matka jatkuu kohti Laukontoria, mistä astutaan laivaan ja matkustetaan Pyynikille. Vuosisata sitten herrasväki kulki laivalla, kävellen tai hevoskyydillä Pyynikille, sillä kelvollisia teitä ei vielä ollut. Laivalla herrasväelle jaetaan päivänvarjoja, viittoja ja hattuja, joiden avulla he myös pääsevät pukeutumaan 1900-luvun alun tunnelmaan. Samat leppeät kesätuulet leyhyttelivät aikoinaan myös Sumeliuksen perheen kutreja ja tempoivat naisten kesähattuja. Laivamatkan aikana opas jatkaa Sumeliusten tarinaa ja kertoo myös luonnonkauniista Pyynikin alueesta ja siitä miten se on aikoinaan saanut syntynsä jääkauden loppuvaiheissa. Laivasta rantaudutaan Pyynikille Hotelli Rosendahlin rantaan, mistä suunnataan Sumeliusten kesähuvilan paikalle Joselinin niemeen. Kävelymatkan aikana ihaillaan Pyhäjärvelle avautuvaa mahtavaa järvimaisemaa ja Pyynikin harjun luonnon muovaamia muotoja.

Kesän vehreys, ainutlaatuiset maisemat ja Maria-rouvan sireenien tuoksu tuovat tuulahduksen vuosien takaa.



KUVA 3 Sumeliusten huvilaniemi kesällä 2011 (Kuva: Jaana Lindblad 2011)

Huvilan paikalla opas kertoo Sumeliusten huvilasta, ihailaan maisemia ja kuvitellaan millaista huvilassa on vuosisata sitten mahtanut olla. Muistellaan tyylikkäitä kesäpukuja, naisten romanttisia päivänvarjoja ja 1900-luvun alun rantapukeutumista. Niemestä kävellään Kesäteatterille, missä kuullaan ja mahdollisesti nähdään pätkä Jalmari Finnen näytelmästä Maria Kristina. Ohjelmatuokion jälkeen nautitaan vuosisadan takaiseen tyyliin retkieväitä.

Teatterilta kävellään metsäpolkua pitkin seuraavalle kohteelle, läheiselle metsälammelle ihaillemaan Matti Hauptin veistämää, hiuksiaan kannattelevaa Kultakutria, joka katselee metsälammen pintaa. Veistos on sijoitettu Pyynikille Joselinin niemen lampeen vasta vuonna 1953, mutta kenties aikaisemminkin metsälammella tavattiin yhtä kainoja neitoja alasluotuine katseineen... Lammelta avautuu hieno puiden lehvien kehystämä maisema kaupungin suuntaan. Lammelta opastus jatkuu kävelyreittiä pitkin puoliväliin Pyynikin rinnettä, missä on Jääkauden muistomerkki. Kivi on Tampere-Seuran vuonna 1945 pystyttämä ja on rinteessä paikalla, joka on n. 6 800 eaa. ollut muinaisen

Itämeren korkeudella. Maan kohottua vuosien aikana muinaisranta on nyt n. 126 metrin korkeudella.



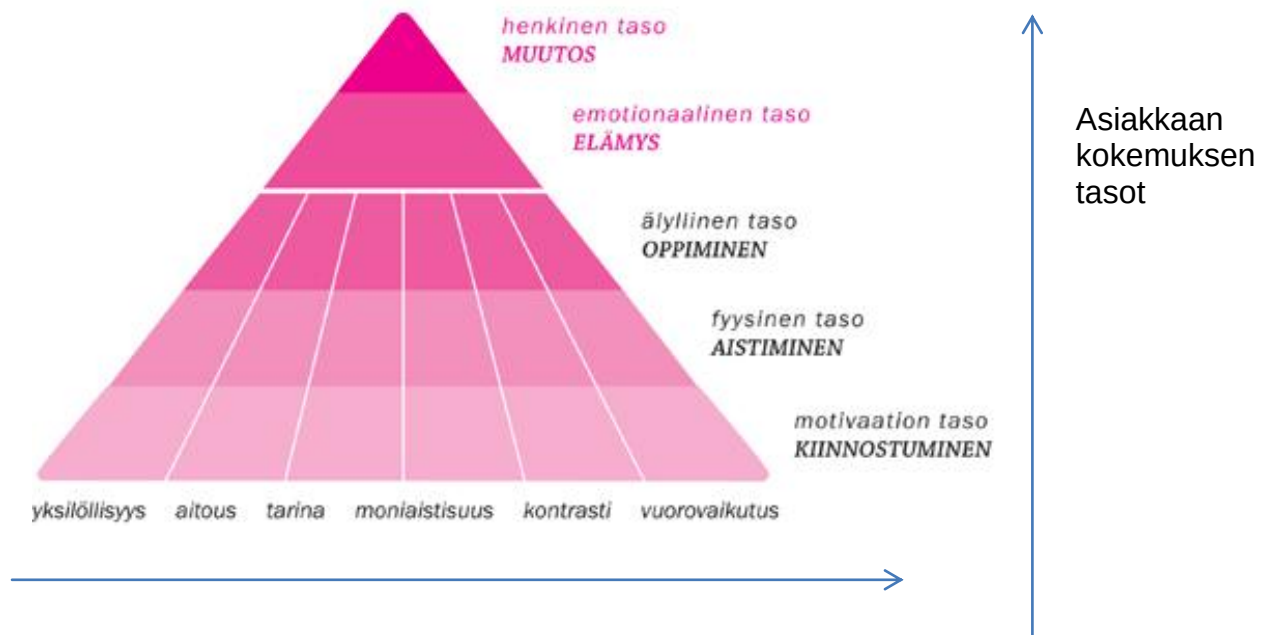
KUVA 4 Metsälampi ja Kultakutri kesällä 2011 (Kuva: Jaana Lindblad 2011)

Jääkauden muistomerkiltä laskeudutaan alas takaisin rantaan, missä laiva jo odottaa ryhmää. Pyynikin ja Pyhäjärven maisemia voidaan vielä ihailla laivamatkalla, samoin Joselinin niemeä, jossa Sumeliusten huvila sijaitsi. Aikamatka takaisin kaupunkiin ja 2000-luvulle alkaa ja laivamatkan aikana voidaan vielä yhdessä kerrata ja koota opastuksen pääkohdat. Laivan saapuessa Laukontorille asiakkailta kerätään rannalla viitat, hatut ja päivänvarjot ja heille annetaan jokin sopiva muistoesine tai diplomi muistoksi retkestä. Opas hyvästelee ryhmän ja rohkaisee kokeilemaan muitakin Hit:n ja yhteistyökumppaneiden tuotteita ja palveluja.

4.2 Elämyskolmio-malli

Tuotteeseen on pyritty lisäämään elämyksellisyyttä Lapin Elämysteollisuuden käyttämän elämyskolmio-mallin avulla. Opastuksen eri vaiheita on pohdittu kolmiomallin lähtökohdista ja mietitty mitä elämyksen elementeistä kuhunkin opastuksen palaseen voisi lisätä. Elämyskolmio-mallia esiteltiin jo johdannossa, mutta seuraavassa vielä lyhyt kertaus.

Elämyskolmiossa elämyksen syntyä ja sen lähtökohtia tarkastellaan sekä asiakkaan kokemuksen että elämyksen elementtien kautta. Tuotteen elementtejä ovat kolmion perustan muodostavat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. (Lapin Elämysteollisuuden Osaamiskeskus. 2009b. Elämyskolmio.)



Elämyksen elementit

KUVIO 2 Elämyskolmio-malli (Lapin Elämysteollisuuden Osaamiskeskus 2009b)

4.3 Elämyksen elementit

Yksilöllisyys tarkoittaa sitä, että tuote on uniikki, eikä toista täysin samanlaista tuotetta löydy. Yksilöllinen tuote saavutetaan räätälöimällä tuotetta kunkin asiakasryhmän erilaiset tarpeet huomioiden juuri heille sopivaksi. Asiakkaan kokemus puolestaan määrittelee tuotteen aitoutta. Vaikka kyseessä olisikin täysin kuvitteellinen tuote, mutta asiakas hyväksyy sen totena, on aitous saavutettu. Aidot tuotteet sisältävät usein alueen elämäntapaa ja kulttuuria kuvaavia osia. (Lapin Elämysteollisuuden Osaamiskeskus. 2009c.) Tarssasen mukaan ”osa tuotteen aitoutta on sen kulttuuris-eettinen kestävyys” (Tarssanen 2006, 10). Eettisellä tavalla kestävä tuote ei loukkaa ketään tai yritä saavuttaa taloudellista tai muunkaanlaista hyötyä toisten kustannuksella (Tarssanen 2006, 10).

Varsin usein tuote tai palvelu kertoo tai sisältää jonkin tarinan. Tuote voidaan myös paketoita jonkin hyvän tarinan ympärille niin, että tarinasta muodostuu tuotteen runko, jota muut osaset täydentävät. Hyvä tarina on sekoitus totta ja tarua. Pelkällä tarinalla ei kuitenkaan vielä tehdä hyvää tuotetta, vaan tarinaa on tuettava aistien avulla. Tuotteen elämyksellisyyttä voidaan lisätä eri aistiärsykkeillä. Moniaistinen tuote tarjoaa ärsykeitä useille aisteille, se on esim. nähtävissä, maistettavissa, sitä voi koskettaa ja sillä on oma äänensä ja hajunsa. Eri aistikokemusten tulisi kuitenkin olla sopusoinnussa keskenään niin että ne vahvistavat ja syventävät tuotteella tavoiteltua kokemusta. (Tarssanen 2006, 10–11.)

Tuotteen ja asiakkaan arjen välille on kyettävä luomaan selkeä kontrasti. Asiakkaalle pyritään tarjoamaan jotakin uutta ja eksoottista tämän omat lähtökohdat huomioon ottaen. Uudet ja erilaiset kokemukset avaavat uusia näkökulmia omaan itseen ja antavat mahdollisuuden kokea asioita uudella, omasta arjesta poikkeavalla tavalla. (Tarssanen 2006, 11.) Kontrastin luominen on kuitenkin haasteellista, sillä kuten jo edellä on jo todettu, elämys on henkilökohtainen kokemus ja ihmisten arjet voivat erota toisistaan hyvinkin merkittävästi saman ryhmän sisällä.

Onnistunut vuorovaikutus tuottajan, asiakkaan ja muiden kokijoiden välillä on tärkeä elementti. Hyvässä vuorovaikutuksessa toimiva ryhmä muodostaa

yhteisön joka kokee yhdessä jotakin uutta ja erilaista. Hyvinkin erilaiset ryhmän jäsenet voivat näin kokea olevansa osa jotakin suurempaa. (Tarssanen 2006, 11–12.)

Laadittava opastuskierros on siinä mielessä uniikki ja ainutlaatuinen, että Pyynikkiin ja samalla Sumeliuksiin liittyvää opastusta ei löydy toista, ainakaan samanlaista missä Finnen näytelmä olisi mukana. Opastusta voidaan räätälöidä eri ryhmille sopivaksi, joten asiakaslähtöisyys on otettu huomioon.

Opastuksella on kaikki mahdollisuudet tuottaa asiakkaalle aito ja autenttinen kokemus. Lähtökohdat ovat varsin aidot, sillä Sumeliukset ovat oikeita historian henkilöitä, samoin Keskustorilla ja Pyynikillä olleet ja olevat rakennukset ovat faktaa. Finnen näytelmä puolestaan tarjoaa tarinalle fiktiivisen ja samalla humoristisen puolen. Pyynikin luonto ja harjumaisemat sekä kesän vehreys tuoksuineen, rannoilla kasvavat sireenit, linnun laulu ja aaltojen loiske – Pyynikki tarjoaa kävijöilleen yhä edelleen sen saman ikiaikaisen tunteen, kuin jo yli sata vuotta sitten kesäkahviloiden ja huviloiden aikakaudella.

Näytelmän ja historiallisten lähteiden avulla tarinan autenttisuudesta voidaan pitää kiinni, eikä tulla levittäneeksi väärää tai epäaitoa kuvaa kohteesta. Tarkoituksena on pyrkiä mukavalla tavalla kertomaan opastettaville Sumeliuksista ja Pyynikistä, ilman että kenenkään identiteetillä rahastettaisiin tai ratsastettaisiin. Sumeliusten tarina antaa opastukselle myös tietyt raamit, eli opastuksen sisällön ja paikkojen tulee jollain tavoin liittyä Sumeliuksiin. Keskustorilta voi aloittaa tai päättää kierroksen, sillä siellä on Sumeliusten liiketalo edelleen nähtävissä. Pyynikillä voi vieraila katsomassa paikkaa, jossa Sumeliusten perheen kesähuvila sijaitsi ja sinne voi matkustaa laivalla, kuten Sumeliuksetkin aikoinaan tekivät. Finnen Sumeliuksesta kertova Maria Kristina-näytelmä puolestaan antaa syyn käydä katsomassa Pyynikin Kesäteatteria ja näytelmän avulla saadaan opastukseen kepeyttä ja huumoria. Aistiärsykeitä voidaan tietoisesti tarjolla enemmänkin. Helppo tapa on liittää opastukseen kahvihetki Pyynikin rannalla tai asiakkaille voidaan tarjolla muita teemaan sopivia virvokkeita. Lounas tai päivällinen Sumeliusten tapaan olisi myös järjestettävissä.

Kontrastin luominen on opastukselle selkeä haaste. Asiakkaista ei välttämättä tarkemmin tiedetä etukäteen mitään, paitsi mitä päällepäin näkyy sillä hetkellä

kun opas tapaa ryhmän. Ei voida tietää millaista kunkin osallistujan arki on ja mikä juuri hänelle olisi uutta ja erilaista. Asiakkaan kansallisuus ja kulttuuri voivat antaa osviittaa millä keinoin opastukseen saa erilaisuutta ja eksoottisuutta.

Jos opastus täyttää jo edellä mainitut elämyksen edellytykset, se todennäköisesti eroaa jokaisen asiakkaan arjesta ainakin jossakin kohtaa. Onnistuneella vuorovaikutuksella voidaan kuitenkin saada selville vielä opastuksen alkumetreillä jotakin tärkeää ja vielä hieman muuttaa tyyliä tarpeenmukaiseksi. Ryhmiltä jotka tilaavat opastuksen ennakoon voidaan tietenkin pyytää ennakotietoja ja heille voidaan antaa opastukseen liittyviä lisätietoja. Vuorovaikutus auttaa myös aitouden ja kontrastin luomisessa, jos opastuksen toteutustavalla saadaan asiakkaalle tunne, että juuri hän tai hänen ryhmänsä kokee jotain sellaista, mitä muut eivät välttämättä tule kokemaan.

4.4 Kokemuksen tasot

4.4.1 Motivaation taso

Motivaation tasolla herätetään asiakkaan kiinnostus tuotetta kohtaan. Motivaation taso on yhteydessä tuotteen markkinointikeinoihin, joiden avulla asiakas saadaan haluamaan ostaa tuote. Myös markkinointi voi olla elämyksellistä, jos siihenkin pystytään sisällyttämään joitakin elämyksen elementtejä. (Tarssanen 2006, 12.)

Yksilöllisyyttä tuotteessa voi korostaa sillä, että asiakkaalla on mahdollisuus ostaa palvelu, jota kukaan muu ei tarjoa (Tarssanen, 2006, 9). Opastuksen markkinoinnissa mainitaan Sumeliukset ja Jalmari Finne ja tämän näytelmä Maria Kristina, sillä ne ovat ns. harvinaista herkkua, johon kannattaa tarttua jos on kiinnostunut Tampereen historiallisista henkilöistä ja teatterista. Hit:llä on myös oma vakiintunut tapansa markkinoida ja myydä tuotteitaan persoonallisten tuotekuvausten avulla, joten kuvauksen tyylin avulla voidaan myös luoda kuva yksilöllisyydestä.

Aitouden tunteen asiakkaalle synnyttää se, että opastus pohjautuu todellisiin historiallisiin henkilöihin ja tapahtumiin. Markkinoinnissa ja tuotekuvauksessa voidaan aitoutta korostaa kertomalla että tuote perustuu Tampereen ja Pyynikin historiaan. Viittaukset Sumeliuksiin ja Jalmari Finneen ovat omiaan herättämään asiakkaassa tuttuuden tunnetta, asiakas saattaa jopa tunnistaa nimet. Entuudestaan jo hieman tutut asiat, jotka asiakas mahdollisesti tunnistaa, tekevät opastuksesta aidon jo markkinointivaiheessa

Opastuksen tarina perustuu suurilta osin täysin historiallisiin ja kirjallisiin lähteisiin ja faktoihin. Tarinan avulla voidaan myös lisätä tuotteen aitoutta. Opastuksen markkinoinnissa tarinasta kannattaa nostaa esille herkullisia yksityiskohtia, joiden avulla asiakas ikään kuin pääsee lähemmäksi tuotetta. Tarinan ja opastuksen kohokohtien kuvauksilla voidaan myös vahvistaa opastuksen yksilöllisyyttä.

Moniaistisuutta on vaikea markkinoida, mutta tuotetta voidaan kuvailla mahdollisimman monipuolisesti. Opastuksen osia kuvailtaessa käytetään adjektiiveja, esim. laivamatkalla tuuli lehyhtelee, Pyynikillä koetaan kesän tuoksut ja vehreys ja kesäteatterilla nautitaan huvinäytelmän kohokohdista ja maukkaista retkieväistä.

Markkinoinnissa ja asiakkaan kiinnostuksen herättämisessä tulisi jo jollain tavalla pyrkiä tuomaan esille se miten tuote poikkeaa asiakkaan arjesta (Tarssanen 2006, 11–12). Tuotekuvauksessa voidaan luoda kontrastia kuvaamalla miten huolet ja harmit jätetään rannalle ja lähdetään viettämään kesäpäivää Pyynikille Sumeliusten tapaan ja kokemaan opastuskierroksella menneen ajan glamouria kauniissa järvimaisemassa yhdessä ryhmän kanssa. Kuvauksella voi myös kertoa millaiselle kohderyhmälle opastus sopii, esim. historiasta kiinnostuneille ja luonnosta ja kauniista maisemista nauttiville.

Markkinoinnin keinoista tulisi valita sellaiset, joilla pääsee asiakkaan kanssa vuorovaikutukseen. Massamarkkinoinnin sijaan asiakkaalle voidaan lähettää esim. yksilöity kirje tai sähköposti, jotta asiakas tuntisi että se on juuri hänelle lähetetty ja tarkoitettu. (Tarssanen 2006, 12.)

4.4.2 Fyysinen taso

Fyysisellä tasolla asiakas kuluttaa tuotteen aistiensa välityksellä. Asiakkaan kokemien konkreettisten tuntemusten perusteella tämä määrittelee tuotteen laatua ja toimivuutta. Mikäli asiakas kokee olonsa epämukavaksi tai turvattomaksi, on tuotteessa kenties jotakin paranneltavaa, ellei sitten kyseessä ole jokin selviytymisseikkailu. (Tarssanen 2006, 12–13.)

Fyysisellä tasolla yksilöllisyys tuotteessa näkyy siten, että se voidaan tarpeen mukaan räätälöidä yksityiskohtaisesti kunkin ryhmän tarpeiden mukaiseksi. Opastuskierrosta voidaan esimerkiksi lyhentää tai pidentää asiakkaiden käytettävissä olevan ajan huomioon ottaen, kävelymatkaa voidaan muunnella asiakkaan kunnon mukaan ja jos ryhmässä on pyörätuolilla liikkuvia, voidaan käyttää leveämpiä kävelyreittejä niin että kelaajatkin pääsevät vaivatta mukaan opastukseen.

Aitoutta opastukseen saadaan kertomalla historiallisiin faktoihin pohjautuvaa tarinaa ja pukeutumalla aikakauden tyylin mukaisesti. Oppaalla on 1900-luvun alun kesämuotia jäljittelevä asu ja asiakkaillekin voidaan laivassa jakaa viittoja, hattuja ja päivänvarjoja, joiden avulla hekin pääsevät mukaan aikakauden tunnelmaan. Puvustuksen avulla myös asiakas pääsee lähemmäksi opastuksen teemaa ja tarinaa. Laivamatka on myös suora side menneeseen, jolloin myös matkustettiin laivalla Pyynikille kun kelvollisia teitä ei vielä ollut.

Opastus on moniaistinen, sillä asiakas voi käyttää eri aisteja tuotetta kokiessaan. Jo laivamatkalla opastus tarjoaa silmänruokaa kauniin järvimaiseman muodossa ja Pyynikillä odottavat harjumaisemat ja näkymät Pyhäjärvelle. Kuuloaistille opastus tarjoaa laineiden liplatusta, linnun laulua, oppaan tarinointia ja kesäteatterilla elävöitetyn kertomuksen Maria Kristina-näytelmästä. Pyynikillä voi tuntea nenässään kesän vehreyden tuoksun ja keskikesällä Maria-rouvan sireenienkin tuoksun. Makunystyröille nautintoja tarjoavat retkievää tai ruokailu. Tuntoaisti jää kyllä opastuksessa hieman vähemmälle, mutta asiakas voi Pyynikin poluilla kävellessään esim. koskea puita jotka ovat mahdollisesti olleet siellä jo Sumeliustenkin aikaan. Oikein kuumana kesäpäivänä voisi myös pulahtaa Pyhäjärven raikkaaseen veteen virkistäytymään.

Kontrastia luodaan tekemällä ero nykypäivän Pyynikin ja Sumeliusten ajan Pyynikin välille. Opas kuvailee millaiselta Pyynikki näytti Sumeliusten aikaan ja varsinkin Joselinin niemellä, missä Sumeliusten kesähuvila sijaitsi, opas pyrkii kuvailemaan huvilan tyyliä ja ajan henkeä.

Hyvä ja sujuva vuorovaikutus ryhmän ja oppaan välillä lisää elämyksen kokemisen mahdollisuutta. Yhteistyössä asiakkaan kanssa saadaan toteutettua molempia osapuolia tyydyttävämpiä ohjelmaratkaisuja, kuin vain ja ainoastaan oppaan mieltymyksiä noudattamalla. Tässäkin opastuksessa tyylinä voisi olla sellainen keskusteleva opastaminen, joka sallii kysymysten esittämisen ja niihin vastaamisen matkan varrella. Asiakkaatkin tuntevat paremmin kuuluvansa mukaan ryhmään kun hekin pääsevät osallistumaan muutoinkin kuin vain perässä kulkevana hiljaisena laumana.

4.4.3 Älyllinen taso

Älyllisellä tasolla asiakas päättää edeltävien tasojen tuntemustensa perusteella, pitääkö hän tuotteesta vai ei. Jos asiakas kokee palvelun olevan sellainen, ettei hän samanlaista olisi saanut muualta, tuotteen yksilöllinen toteutus on onnistunut. Sumeliusten tarinan hyväksyessään asiakas ottaa tuotteen osaksi omaa todellisuuskuvaansa (aitous). Opetuksellisen näkökulman tarjoaa mahdollisuus opastuksen tietosisällön kautta oppia jotakin uutta Sumeliuksista ja Pyynikin alueella aikoinaan sijainneista rakennuksista ja Pyynikin luonnonmuodoista. (Tarssanen 2006, 9–13.)

Opastukseen sisältyvä ruokailu jää usein hyvin asiakkaan mieleen, varsinkin jos ruoka on ollut huonoa tai erityisen hyvää. Opastukseen liittyvät ruokailut ja niiden onnistuminen ovat siis tärkeässä asemassa, kun asiakas muodostaa mielipidettään tuotteesta. Muidenkin aistien tuntemukset muistetaan hyvin, etenkin jos on ollut liian kylmä, kuuma tai aistimukset ovat muilla tavoin olleet epämiellyttäviä. Kontrasti menneen ajan ja nykypäivän sekä arjen ja opastuksen välillä saa asiakkaan toivottavasti hetkeksi unohtamaan omat murheensa ja nauttimaan vuorovaikutuksesta oppaan ja ryhmän sekä ryhmäläisten välillä. (Tarssanen 2006, 9–13.)

Edellä käsiteltyihin motivaation, fyysisen kokemuksen ja älyllisen kokemuksen tasoihin voidaan siis vaikuttaa sisällyttämällä opastukseen elämyksen syntyä edesauttavia elementtejä. Elementit muodostavat elämyskolmion pohjan, mutta kolmion huipulla oleviin emotionaaliseen tasoon ja henkiseen tasoon ei voida vaikuttaa. Asiakkaalle voidaan niin sanotusti antaa edellisillä tasoilla edellytykset huipulle pääsemiseen eli elämyksen tuntemiseen ja sitä seuraavaan mahdolliseen muutосkokemukseen. (Tarssanen 2006, 9–14.)

4.4.4 Emotionaalinen taso

Edellisten tasojen pohjustama elämys koetaan (jos koetaan) emotionaalisella tasolla. Ihmiset ovat erilaisia, niinpä he myös suhtautuvat erilailla eri asioihin. Ei siis voida etukäteen tietää millaisia tunteita Sumeliukseen liittyvä opastus heissä lopulta herättää, mutta tavoitteena on positiivisten tuntemusten aikaansaaminen. (Tarssanen 2006, 13–14.) Opastuskierroksen aikana asiakas voi ihastua kauniiseen maisemaan, vaikuttua historiallisista tapahtumista tai näytelmästä kerrotut kohokohdat saavat hänet hyvälle mielelle.

4.4.5 Henkinen taso

Elämyksen siivittämä mahdollinen muutосkokemus tapahtuu henkisellä tasolla. Positiiviset kokemukset ja tunteet saattavat yhdessä vaikuttaa henkilöön niin syvästi, että tämä kokee oppineensa jotakin omasta itsestäänkin ja on siten valmis muuttamaan toiminta- ja ajattelutapojaan. (Tarssanen 2006, 13–14.) Opastus voi herättää asiakkaassa kiinnostuksen historiaa kohtaan tai halun tulla omatoimisesti retkeilemään Pyynikin alueelle.

4.5 Opastuskierros tuotteena

Seuraavassa esittelen tuotteen Hit:n mallin mukaan, eli miten he lyhyesti kuvaavat tuotteitaan omilla kotisivuillaan.

Nimi: Kesäpäivä Pyynikillä – kauppias Sumeliuksen tarina

Kuvaus: Lähde mukaan viettämään elämyksellistä kesäpäivää Pyynikille 1800-luvun loppuvuosien tapaan. Oppaansa ryhmä tapaa Keskustorilla, missä 1800-luvun lopun kesämuotiin sonnustautunut herra tai rouva vastaanottaa ryhmän. Asiaankuuluvien tervehdysten ja toivotusten jälkeen ryhmä luo yleissilmäyksen Sumeliusten Keskustorin laidalla sijaitsevaan liiketaloon kävellessään kohti satamaa. Laivaan astuttaessa myös asiakkaila on mahdollisuus asustaa itseään ajan hengen mukaiseksi. Matka Pyynikille taitetaan herrasväen tapaan laivalla, joka lähtee Laukontorin satamasta. Perillä kierretään ihailemassa Pyynikin maisemia ja kuunnellaan oppaan tarinoita menneiltä vuosilta, kun kauppias Sumeliuksen ja monien muiden kesähuvilat vielä koristivat Pyhäjärven rantoja. Kesäteatterilla nautitaan Jalmari Finnen Maria Kristina-näytelmään perustuvasta ohjelmallisesta tuokiosta ja retkieväistä. Teatterilta matka jatkuu metsälammelle Kultakutria tapaamaan ja Pyynikin rinteelle muinaismeren rantaviivaa ihailemaan.

Paluumatka Laukontorin rantaan taitetaan samaan herraskaiseen tyyliin laivalla kuin tullessakin.

Ryhmä koko: Suositus 20 - 30, suuremmatkin ryhmät mahdollisia.

Kuljetus: Laukontorin satamasta laivalla: Laukontori – Pyynikki (Rosendahlin ranta) – Laukontori. Muu kuljetus tarvittaessa sopimuksen mukaan.

Tarjoilut/ruokailu: Sopimuksen mukaan. Vaihtoehtoina retkikahvit eväineen tai ruokailu laivalla.

Kesto: Noin 3 tuntia. Kesto vaihtelee ryhmäkoon ja valitun ruokailun mukaan.

Hinta: Yrittäjä itse yhteistyökumppaneineen paketoi kokonaisuudelle sopivan hinnan, tässä tutkimuksessa ei ole tarkoitus hinnoitella pakettia.

Ajankohta: toukokuu - syyskuu

Varusteet: Osallistujilta edellytetään säänmukaista pukeutumista ja mukavia kävelyjalkineita. Ei edellytä erikoisvarusteita.

Palvelukieli: suomi, englanti, saksa

Muuta: Soveltuu Tampereen ja Pyynikin historiasta kiinnostuneille kaikenkuntoisille osanottajille, myös liikuntarajoitteisille.

5 LOPPUTULOKSET

Tuotteistaminen on varsin haasteellista työtä ja tuotekehitysprosessin aikana huomattiin, että kehittelyä ja ideointia voisi jatkaa lähes loputtomiin. Joitakin asioita ei tultu edes ajatelleeksi, kunnes ne paperille laitettuina olivat ihan itsestään selviä kysymyksiä vailla vastauksia. Hyvänä esimerkkinä Finnen näytelmän tekijänoikeudet, joita en ollut ajatellutkaan ennen näyttelijäystäväni niitä koskevaa kommenttia.

Tuotteistamisprosessin avulla tarina ja sen toteuttaminen tulevat kirjatuiksi paperille niin, että muutkin kuin ohjelman suunnittelija voivat sen toteuttaa. Tämä lisää opastuksen käytettävyyttä yrittäjän näkökulmasta, opastus ei ole sidottu liian tiukasti yhteen henkilöön vaan muutkin työntekijät selviävät ohjelman vetämisestä pienen opiskelun avulla. Tuotekorttejen ja tuotteiden kirjallinen dokumentointi auttaa myös jatkotuotekehityksessä. Valmiin pohjan päälle on paljon helpompi rakentaa kuin joka kerta aloittaa koko prosessi alusta asti.

5.1 Tutkimuksen päätulokset ja johtopäätökset

Tutkimuksen avulla pyrittiin ratkaisemaan seuraavat tutkimusongelmat

1. Miten tarina tuotteistetaan ohjelmapalveluksi?
2. Miten opastuskierros suunnitellaan, mitä tulee huomioida?
3. Miten kehitettävästä ohjelmatuotteesta saadaan elämyksellinen?

Tutkimukseen valitusta Sumeliusten tarinasta ja heistä kertovasta näytelmästä tuotteistettiin opastus Viherkosken tuotteistamisprosessin ja LEO:n Elämyskolmio-mallin avulla.

Tarinaa tuotteistaessa on tärkeää valita hyvä tarina. Tässä tutkimuksessa tarinan valintaa rajasi vaatimus tarinan paikallisuudesta ja tapahtumapaikasta. Kauppias Sumelius täytti edellä mainitut kriteerit ja mm. Finnen näytelmän avulla historiallisiin faktoihin saatiin elämyksellisyyttä.

Hyvä tarina omaa todellisuuspohjan, jolloin tuotteestakin tulee uskottavampi. On tärkeää, että tarina on myös hyvänmielen tarina: se ei loukkaa tai syrji ketään. Tässä tuotteistusprosessissa Sumeliusten tarinaan sopiviin kohteisiin luotiin opastuskierros, jonka varrella asiakas voi tutustua tiettyyn palaseen Sumeliusten ja Tampereen menneisyyttä. Tuotteistamisprosessia helpotti kiinnekohtien etsiminen Pyynikiltä ja Keskustorilta. Opin ja Opastan teoksen esittelemien opastuksen vaiheiden avulla kierrokselle oli helppo määritellä alku-, kerronta ja loppuvaiheet. Myös talot, paikat ja yleensäkin kaikki konkreettinen ja silminnähtävä auttoivat suunnittelemaan opastuskierroksen sisältöä ja asioiden kerrontajärjestystä. Taustalla toimiva tarina toimi ikään kuin luurankona, jonka ympärille lihan muodostavat näytelmä, paikat ja historialliset faktat.

Toiseen tutkimusongelmaan vastaus saatiin tuotteistusprosessin avulla. Myös tilaajan antama palaute auttoi muokkaamaan tuotetta. Tuotetta suunniteltaessa on tärkeää ottaa huomioon tuotteen käytettävyys. Se että tuote on räätälöitävissä erilaisille asiakasryhmille lisää tuotteen käytettävyyttä. Helppo muunneltavuus ja osien vaihdettavuus nousivat selkeästi esiin testauksessa. Muunneltavuuden avulla saadaan tuotteesta asiakaslähtöinen, kun erilaiset asiakkaat pystytään huomioimaan.

Viherkosken tuotteistusprosessin puitteissa perehdyttiin Hit:n mahdollisuuksiin ja resursseihin opastuskierroksen toteuttamiseksi ja resurssit todettiin varsin sopiviksi. Hyvät yhteistyökumppanit ovat myös tärkeitä monipuolisia tuotteita kehitettäessä ja Hit:llä on varsin laaja verkosto käytettävissään.

Elämyskolmio-mallin avulla opastuksesta saatiin elämyksellinen. Elämyskolmio-mallin avulla ohjelmapalvelu on helppo purkaa palasiin, joita voi analysoida ja miettiä miten juuri siihen palaseen saisi elämyksellisyyttä. Tarkemmin analysoimalla ja kirjallisesti kuvaamalla opastusta esiin nousi selviä kohtia, joihin voi lisätä elämyksellisyyttä eri aisteille, kuten oppaan pukeutuminen ja esiintymistyyli ja Maria-rouvan kukat, joiden tuoksua voi vieläkin yrittää tavoittaa. Myös sopivilla retkieväillä voidaan vahvistaa retken aistimaailmaa. Sovittamalla palaset taas yhteen valitun teeman mukaiseksi eheäksi kokonaisuudeksi tuloksena on elämyksellinen ohjelmapalvelu.

Tutkimuksen avulla oli tarkoitus luoda opastus, joka samalla mukavalla tavalla esittelisi Tampereen historiaa. Tuotteesta muotoutui draamallinen opastus,

jossa yhdistyvät Tampereen historia, Pyyntikin upea luonto, Finnen näytelmä ja teatteri. Syntynyt matkailutuote on vetovoimainen sekä Pyyntikin luonnon, että Sumelius-aiheisen draamaopastuksen osalta.

5.2 Jatkotutkimukset

Mahdollisen jatkotutkimuksen tarve nousi esiin tuotteen testaamisvaiheessa, kun Liisa Tyllilän kanssa pohdimme voisiko opastusta käyttää myös talvella. Elämyksellisyys talvella löytyisi varmasti osittain toisenlaisista asioista kuin kesäkaudella. Opastuksen muokkaamiselle talvikauteen sopivaksi olisi siis kysyntää.

Kesäkaudella toteutettavan opastuksen eri vaihtoehtoja voisi myös suunnitella ja tutkia tarkemmin. Eri vaihtoehtoista olisi hyvä laatia myös pohjarunko, jonka avulla ohjelma olisi helpommin toteutettavissa, kun eri osaset olisivat jo mustana valkoisella.

6 LOPUKSI

Suomen historia on jo pitkään ollut kiinnostuksen kohteenani, samoin kotimaan matkailu. Molempia opiskelleena olen kiinnostunut erilaisista tavoista löytää yhtymäkohtia näiden kahden aihealueen välille. Historia voi olla syynä matkustamiselle, mutta matkustaminen ja matkailijat voivat myös olla syy erilaisille representaatioille historiasta. Mielestäni historialliset opastukset täyttävät varsin hyvin tällaisen sillan tehtävän.

Idea opastuksesta opinnäytetyön aiheena oli siis ollut jo melko pitkään mielessäni. Ideaa lähdettiin lopulta toteuttamaan keväällä 2011, kun työn toimeksiantajan, Hiking Travel Hit Ky:n Liisa Tyllilän kanssa keskustelimme siitä millaiselle opastustuotteelle olisi tilausta. Tampereen historia tulee jo monin eri tavoin esille Hit:n ohjelmissa, mutta Pyynikki yhdistettynä Sumeliuksiin olisi uusi juttu.

Opastus muutti suunnitteluvaiheessa ja sen jälkeenkin vielä moneen kertaan muotoaan, sillä aivan alkuperäinen idea näyttelijöineen päivineen osoittautui turhan laajaksi ja monisyiseksi aiheeksi. Lopulta päädyin laatimaan eräänlaisen perusversion opastuksesta, jota voidaan käyttää sellaisenaan, mutta jota voidaan edelleen jatkossa kehittää eteenpäin.

Käsitteet ja teoriat olivat hieman hakusessa, kunnes löysin Viherkosken kirjaseen Laatia luonto-opastukseen, jossa käsitellään luonto-opastuksen tuotekehitystä, mutta joka mielestäni päti monissa kohdin yksi yhteen myös muihinkin opastuksiin. Tutkimusseminaarissa sain vinkin elämyskolmion käyttämisestä ja siitä se työ sitten lähti muotoutumaan.

Ideaseminaarin olin pitänyt keväällä 2011 ennen koulun loppua ja syksyllä pidin tutkimusseminaarin. Siinä välillä lueskelin kirjoja ja retkeilin Pyynikillä, mutta kirjoitusprosessi ei vaan tahtonut lähteä käyntiin. Lopulta luin jopa metodioppaista kohtia mikä auttaisi ns. valkoisen paperin kammoon, yleensä niissä neuvottiin vain istumaan alas ja kirjoittamaan edes jotakin. Johdantoluvun puserrettuani prosessi kuitenkin nitkahti eteenpäin ja syksyn aikana sain pätkätöinä kirjoiteltua työtäni valmiiksi. Hankalinta onkin ollut löytää

työskentelyaikaa ja –rauhaa, sillä alle kouluikäiset lapset eivät aina ole parasta mahdollista seurata tutkimuksen tekemisessä.

Kokonaisuutena olen kuitenkin melko tyytyväinen työni lopputulokseen. Paljon jäi varmasti sanomatta, mitä ehdottomasti olisi kuulunut mainita ja siitä vähästäkin mikä lopulta päätyi paperille kirjoittaisin todennäköisesti melko toisella tavalla jos nyt yhtä kokemusta rikkaampana aloittaisin työn tekemisen uudelleen.

Opinnäytetyö on lopulta kuitenkin melko haasteellinen prosessi, jonka läpikäytään vasta oikeasti tietää miten olisi pitänyt tutkia ja kirjoittaa. Ehkäpä työn voisikin paremmin mieltää oppimisprosessiksi, jonka yrityksen ja erehdyksen kautta läpikäytään omaa jatkoa varten paremmat valmiudet tutkimusten tekemiseen ja kirjoittamiseen.

7 LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

Finne, Jalmari. Maria Kristina. 4-näytöksinen huvinäytelmä. Ensi-ilta Tampereen Teatteri 1932. Käsikirjoitus vuodelta 1958.

Helenius, Kyllikki. 1991. Tarinoita Tampereelta, Tampere-Seura ry. Tampere.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara Paula. 1998. Tutki ja Kirjoita, 3.- 4. painos, Tammer-Paino Oy, Tampere.

Holmala, Aulis. 2010. Keskustorin kiinteistöt – Vuosisata kaupunkikuvaa, Sumelius, Selin, Palander, Commerce, Sandberg. Tampereen Offsetpalvelu Oy.Tampere.

Hoppu, Tuomas. 2008. Tampere 1918. Tampereen Museoiden julkaisuja 100. Tampere.

Jutila, Tarja. 1998. Elämyksiä maaseutumatkailuun, kansanperinteestä ohjelmapalveluiksi, Maa- ja kotitalousnaisten keskuksen julkaisuja no 165, Satakunnan Painotuote Oy, Kokemäki.

Kanerva, Unto. 1974. Jalmari Finne: Työn ja mielikuvituksen mies, Hämeen heimoliiton julkaisuja 24, Arvi A. Kariston Osakeyhtiön kirjapaino, Hämeenlinna.

Komppula, Raija & Boxberg, Matti. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys, EditaPrima Oy, Helsinki.

Parantainen, Jari. 2007. Tuotteistaminen: Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä, Talentum Helsinki.

Sepponen, Jasmine. Maaseudun elämykselliset ja perinteikkäät vanhanajan hirvipeijaiset suunnittelukohteena Case: Kauppilan Matkailutila. Tampereen Ammattikorkea- koulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Suomen Opasliitto ry. 1998. Opin ja Opastan, Edita, Helsinki.

Verhelä, Pekka & Lackman, Matti. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut, Wsoy, Porvoo.

Viherkoski, Päivi. 1998. Laatu luonto-opastukseen, Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus, Vammalan Kirjapaino Oy.

Tarssanen, Sanna. 2006. Elämystuottajan käsikirja, 4. painos, Lapin yliopistopaino, Rovaniemi.

Sähköiset lähteet

Jalmari Finnen säätiö. Jalmari Finne. Luettu 23.8.2011
<http://www.protsv.fi/thfs/finne/jfinne.htm>

Kangasala. Kulttuurin moniottelija Jalmari Finne (1874–1938). Luettu 23.8.2011
http://www.kangasala.fi/matkailu/kiinnostavia_kohteita/nahtavyudet/kotiseutumuseo/jalmari_finne/

Näytelmäkulma. Esitys- ja tekijänoikeudet. Luettu 9.7.2011.
http://www.dramacorner.fi/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=19&Itemid=56

Näytelmät netissä: M. Vinberg-Mäkinen: Jalmari Finne. Julkaistu 1.4.2009.
Luettu 23.8.2011. <http://www.naytelmat.fi/index.php?view=writer&id=268>

Tampereen muistolaatat ja muut muistomerkit. 2006. Jääkauden muistomerkki.
Luettu 24.9.2011.
<http://www.tampere.fi/ekstrat/taidemuseo/muistomerkit/jaakausi.html>

Tampereen julkiset muistomerkit ja patsaat. 2006. Kultakutri. Luettu 24.9.2011.
<http://www.tampere.fi/ekstrat/taidemuseo/patsaat/>

Lapin Elämysteollisuuden Osaamiskeskus. 2009a. Elämys. Julkaistu 24.7.2009.
Luettu 5.8.2011.
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=166>

Lapin Elämysteollisuuden Osaamiskeskus. 2009b. Elämyskolmio. Julkaistu 9.12.2009. Luettu 5.8. 2011.
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>

Lapin Elämysteollisuuden Osaamiskeskus. 2009c. Elämyksen elementit.
Julkaistu 14.1.2010. Luettu 5.8.2011.
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=4321>

Hiking Travel Hit Ky, a. Yritysesittely: Toimintaideologia. Luettu 22.6.2011.
<http://www.hikingtravelhit.fi/yritysesittely.htm>

Hiking Travel Hit Ky, b. Yritysesittely. Luettu 22.6.2011.
<http://www.hikingtravelhit.fi/yritysesittely.htm>

Hiking Travel Hit Ky, c. Yritysesittely. Hitin arvot ja Hitin visio. Luettu 22.6.2011.
<http://www.hikingtravelhit.fi/yritysesittely.htm>

Hiking Travel Hit Ky, d. Retket ja ohjelmat. Luettu 22.6.2011.
<http://www.hikingtravelhit.fi/retketjaohjelmat.htm>

Hiking Travel Hit Ky, e. Yllätyksiä ympäri vuoden. Hirvenhiihtäjän maisemissa, sukellus Seitsemisen salometsän saloihin. Luettu 22.6.2011.
<http://www.hikingtravelhit.fi/retketjaohjelmat.htm>

Hiking Travel Hit Ky, f. Yllätyksiä ympäri vuoden. Patruunan jalanjäljissä - herrasmiesseikkailu Finlaysonilla. Luettu 22.6.2011.
<http://www.hikingtravelhit.fi/retketjaohjelmat.htm>

Hiking Travel Hit Ky, g. Yritysesittely. Työntekijät. Liisa Tyllilä. Luettu 22.6.2011.
<http://www.hikingtravelhit.fi/yritysesittely.htm>

Hiking Travel Hit Ky, h. Välinevuokraus. Kesälajit. Luettu 22.6.2011.
<http://www.hikingtravelhit.fi/valinevuokraus.htm>

Hiking Travel Hit Ky, i. Yritysesittely. Työntekijät. Luettu 22.6.2011.
<http://www.hikingtravelhit.fi/yritysesittely.htm>

Aamulehti. Moron artikkeli Sumeliusklubin näytelmästä. Julkaistu 27.4.2011. Luettu 3.10.2011 <http://www2.aamulehti.fi/moro/uutisellista/nayttelijan-suurin-pulma-kauhea-hoppu-riisuutua/212953>

Virtuaali Ammattikorkeakoulu. 2007. Ylemmän AMK-tutkinnon metodifoorumi. Toimintatutkimus. Julkaistu 6.11.2007. Luettu 25.9.2011.
<http://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464158778/1194360111832/1194360447229.html>

Kuvalähteet

- | | |
|--------|---|
| Kuva 1 | Richard Thulén 1900-luvun alussa ottama valokuva teoksessa Niemelä, Jari ja Nieminen, Kari: Tampereen kuvia ennen ja nyt, s. 64-65, Tampere-Seura ry 2007 |
| Kuva 2 | Eero Kivisen Kokoelmista peräisin oleva kuva teoksessa Helenius, Kyllikki: 1991. Tarinoita Tampereelta, s. 51. |
| Kuva 3 | Jaana Lindblad 2011 |
| Kuva 4 | Jaana Lindblad 2011 |

Muut lähteet

Harrastajanäyttelijä Juha Ruokolan kanssa käyty keskustelu opinnäytetyöhön ja Finnen näytelmään liittyen 8.7.2011.

Liisa Tyllilä 2011a. Hiking Travel Hit Ky:n Liisa Tyllilän kanssa pidetty opinnäytetyöpalaveri 22.6.2011.

Liisa Tyllilä 2011b. Hiking Travel Hit Ky:n Liisa Tyllilän kanssa käyty palautekeskustelu 23.10.2011.