Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy

Kansainvälisen luontoleirikouluformaatin kehittäminen palvelumuotoilun avulla.

Riku Välikangas

Opinnäytetyö
Liikunnan ja vapaa-ajan koulu-
tusohjelma
2022

Tiivistelmä

Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy

Tekijä(t)
Riku Välikangas

Koulutusohjelma Liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelma

Raportin/Opinnäytetyön nimi

Kansainvälisen luontoleirikoulu formaatin kehittäminen palvelumuotoilun keinoja käyttäen Suomen Urheiluopistolle.

Sivu- ja liitesivumäärä
35 + 4

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli luoda Suomen Urheiluopistolle luontoleirikoulu tuote, käyttämällä palvelumuotoilun keinoja asiakaslähtöisyyden varmistamiseksi. Tuotteen avulla haluttiin saada toimeksiantajan uuden strategian alle sisältöä, joka piti pohjata uusia arvoja, hymy, hiki, perinne ja luonto.

Palvelumuotoilun vaiheita löydä, määritä, kehitä ja tuota vaiheita mukailtiin työssä seuraavan laisesti. Löydä-vaiheessa etsittiin asiakasymmärrystä laajalla otannalla, koska myös kohderyhmä oli laaja. Lisäksi toimeksiantajan tavoitteita ja asettamia reunaehtoja määriteltiin ensimmäisessä vaiheessa. Löydetyt asiat määriteltiin ymmärrykseksi luomalla asiakasprofiilit neljästä suomalaisille potentiaalisimmasta asiakasmaasta, Kiina, Japani, Saksa ja Iso-Britannia. Määriteltyjen asioiden kautta pystyttiin tekemään johtopäätöksiä ja kehitettiin aktiviteetit ja aikatauluehdotelma. Tuota-vaiheessa työ esiteltiin toimeksiantajalle, jonka ehdotusten perusteella tuotetta vielä kehitettiin.

Palvelumuotoilulla havaittujen tulosten perusteella, aktiviteeteista luotiin yksinkertaiset ja ensikertalaiselle sopivat. Erilaisia lajikokeiluja, suomalaiseen luontoon ja eräilemiseen tutustumista, eläimien kanssa toimimiseen tutustumista ja suomalaisen koulutukseen tutustumista. Luonnon hyvinvointivaikutusten, sekä lasten ja nuorten luontosuhteen tehostaminen nähdään tässä vahvana vetovoimatekijänä ja tuotteen markkinoinnillisen etuna.

Kansainvälisyydellä ja leirikouluilla nähdään valtava potentiaali niin toimeksiantajan puolella, kuin muutenkin ulkomaalaisten Suomeen kohdistuvan matkailun kanssa. Tämän prosessin lopputulosten puitteissa tuotetta kehitetään vielä eteenpäin, koska tuotetta ei ole vielä käytännössä testailtu.

Asiasanat
Luontosuhde, leirikoulu, palvelumuotoilu, luontomatkailu.

Sisällys

1 Johdanto 1
2 Luontomatkailu 2
2.1 Luontomatkailu Suomessa 3
2.2 Suomen vetovoima luontomatkailussa 4
2.3 Kestävä kehitys luontomatkailussa ja sen suunnittelussa 4
2.4 Jokamiehenoikeudet 7
2.5 Lasten ja nuorten suhde luontoon 8
3 Palvelumuotoilu 10
3.1 Palvelumuotoilun määritelmä 10
3.2 Palvelumuotoiluprosessi 11
4 Suomen Urheiluopiston kannatusosakeyhtiö 15
4.1 Vierumäen suunta 15
4.2 Vierumäen yhteistyökumppanit ja sidosorganisaatiot 15
4.3 Vierumäen luonto 16
5 Työn tavoite ja toimeksianto 17
6 Työn vaiheet, menetelmät ja aikataulu 18
6.1 Tavoitteiden selkeyttäminen 19
6.2 Nykytilanteen kartoittaminen 20
6.3 Benchmarking 21
6.4 Haastattelu Vierumäellä leirikoulutoteutuksesta vastaavalle 23
6.5 Asiakasprofiili 24
6.6 Luontoleirikoulun aktiviteettien kehittäminen 27
6.7 Leirikoulutuotteen esittely toimeksiantajalle 29
7 Pohdinta 31
7.1 Palvelumuotoiluprosessi 31
7.2 Luontokokemusten vaikutus lapsiin ja nuoriin 34
7.3 Johtopäätökset ja tulevaisuus 35
Lähteet 36
Liitteet 40
Liite 1. Tuotekortti asiakkaalle 40
Liite 2. Englanninkielinen tuotekortti 41
Liite 3. Aikatauluehdotelma kolmen vuorokauden toteutukseen 42
Liite 4. Aktiviteetit ja niiden sisällöt 43

1 Johdanto

Luontomatkailu on joko omatoimisesti tai matkanjärjestäjän avulla luontoon matkustamista, kuitenkin niin että matkasta olennainen osa kuljetaan omin lihasvoimin tai luonnonvoimiin perustumalla liikkumistavalla luonnossa. (Verhelä & Lackman 2003, 98) Visit Finlandin teettämässä tutkimuksessa vuonna 2019 kysyttiin millaiset tunnusmerkit kuvaavat Suomea. Suosituimpia vastauksia olivat koskematon luonto, uskomattomat maisemat, luontoystävällinen kohde ja turvallisuus. (Hook & Aittokoski 2019, 9)

Lasten ja nuorten luontosuhteen jatkumo on ollut viimeisen vuosikymmenen ajan kysymysmerkkinä, tekniikan kehittyminen, puhelimet, tabletit ja pelikonsolit vievät lasten aikaa yhä enemmän ja enemmän. Sosiaalisen median luoma yhteys samalla avartaa maailmaa, mutta luo paineita tiettyyn muottiin sopimisesta. Samalla lasten ja nuorten suhteen luontoa kohtaan koetaan vähentyneen. (Metsähallitus 2019.)

Kansainvälisyys on asia, mihin toimeksiantaja on panostanut ja halutaa panostaa, mutta joka ei vielä näy kovin vahvasti katukuvassa. Nettisivut on tehty vain suomeksi. Aktiviteetit on suunniteltu vain suomalaisille, mutta räätälöidään aina tapauskohtaisesti, jos ulkomaisia kyselyjä osuu kohdalle. Tämä työn aihe luotiin vastaamaan kansainvälisyyden tuomaa tarvetta ja Vierumäen arvoja vahvasti mukaillen. Luonto yhtenä alueen arvona on todella vahvassa nosteessa, ja sitä pyritään kehittämään kaikin puolin päivittämällä niin olosuhteita kuin tarjontaakin.

Suomen Urheiluopistolla luonto-olosuhteiden konkreettisia kehityksiä viimeisen vuoden aikana ovat olleet muun muassa, alueen luontoliikunnan pääpisteen Luontoliikuntakeskuksen avaaminen, luontoliikunnan vuokravälineiden lisääminen ja niiden ylläpidon kehittäminen, sekä alueen reittien ja niiden viitoitusten uusiminen.

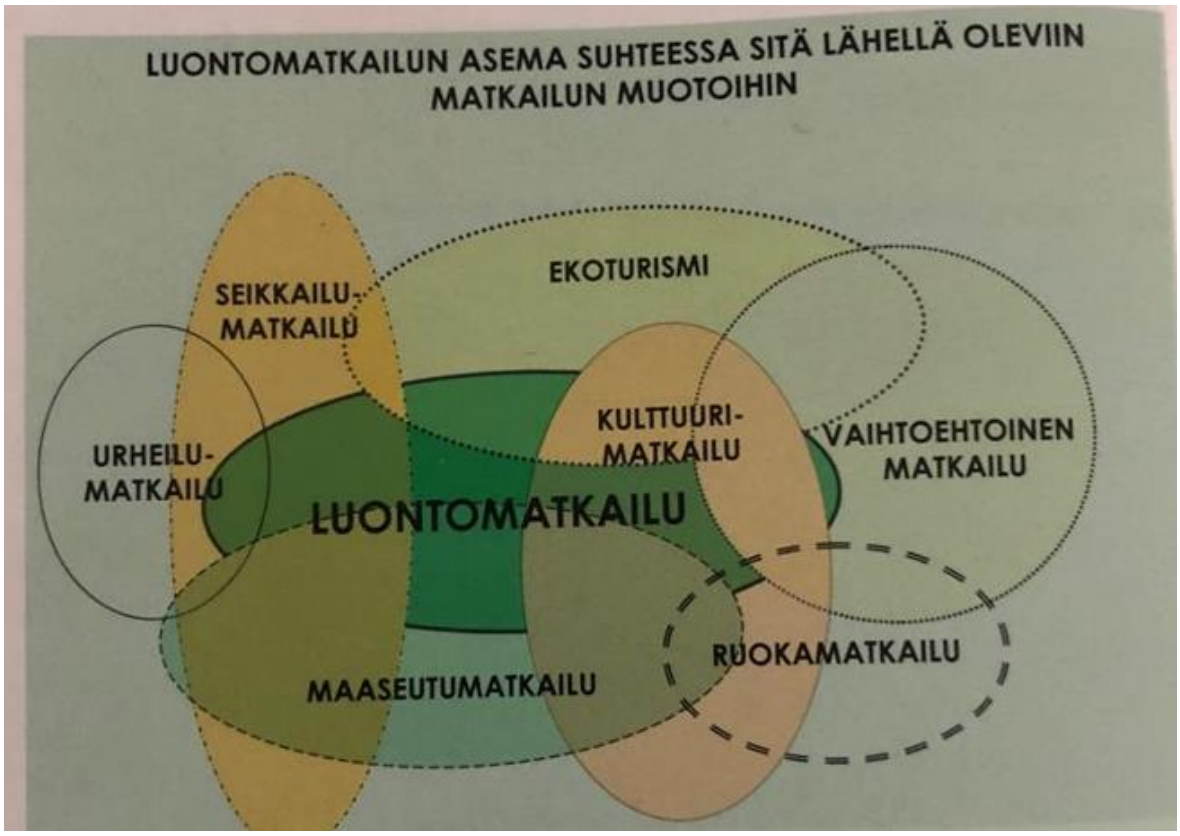
Tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda Suomen Urheiluopistolle luontoteeman alle leirikoulu tuote asiakaslähtöisesti. Asiakaslähtöisyyteen käytetään keinona palvelumuotoilun työkaluja.

2 Luontomatkailu

Luontomatkailu on joko omatoimisesti tai matkanjärjestäjän avulla luontoon matkustamista, kuitenkin niin että matkasta olennainen osa kuljetaan omin lihasvoimin tai luonnonvoimiin perustumalla liikkumistavalla luonnossa. Matkailijalle muodostuva elämys koostuu luonnossa liikkumisesta ja sen vaikutuksesta sekä kasvillisuuden, eläinten ja luonnon olojen tarkkailusta. Luontomatkailussa tuotteen toimintaympäristönä ovat luonto ja sen mahdollisuudet. Ainoana kriteerinä toimii luontoon suuntautuneisuus, eikä tällöin matkailua rajoita liikunnallisuus tai luonnon elämyksellisyys. Erilaisia matkailumuotoja ovat myös ekomatkailu, seikkailumatkailu sekä terveys ja hyvinvointimatkailu. (Verhelä & Lackman 2003, 98; Hemmi 2005a 352.)

Luonnonympäristössä tapahtuvaa matkailua kutsutaan luontomatkailuksi. Luontomatkailussa pyritään noudattamaan kestävän kehityksen periaatteita siten, ettei luonnon biodiversiteetti pääse taantumaan. Luontomatkailu käsitteenä tunnistaa luontomatkailijan (luonnosta kiinnostunut matkailija), luonnon (matkailukohde), sekä luontoa tuotantokohteena käyttävän tahon (matkailuyrittäjä, luontomatkailun julkiset toimijat). Luonto itsessään on luontomatkailulle kriittisen oleellinen raaka-aine ja resurssi. Silloin kun luonnon resurssit säilyvät ehtymättömänä, myös luontomatkailu on kestävää. Vielä parempi on, jos esimerkiksi luontomatkailua pystytään suunnittelemaan luonnonsuojelun avulla niin, että luonnon resursseja voidaan lisätä. Suosituimpia luontomatkailun aktiviteetteja on kävely ja pyöräily, lisäksi myös järvissä uiminen, marjastus ja luonnon katselu. (Hemmi 2005a, 333.)

Määriteltäessä luontomatkailua voidaan sitä miettiä useasta eri näkökulmasta. Esimerkkejä näistä näkökulmista ovat matkailijan luontosuhde, yhteiskunta ja sen normit ja arvot, ympäristöfilosofia ja elinkeino. Matkailijan luontosuhteeseen perustuvassa määrittelyssä ei huomioida matkailuelinkeinotoimintaa välttämättä ollenkaan. Jokaisella on mahdollisuus nauttia luonnosta ja sen antimista täysin omatoimisesti. Luonto ja matkailu ovat toisaalta myös kaksi erillistä käsitettä. Biologit määrittelevät luonnon kahteen osaan, elottomaan ja elolliseen luontoon, jälkimmäisenä mainittuun kuuluvat mm. eläimet, kasvit ja sienet. Ekologit puolestaan määrittelevät luonnon prosessien avulla. Matkailijat sitä vastoin määrittelevät luonnon kokemusympäristönä. Matkailu taas käsittää ihmisten toiminnan, jossa he matkaavat esimerkiksi kaupungista toiseen tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolelle. Kuvassa 1 on kuvattu luontomatkailun vaikutusta suhteessa muihin matkailun alalajeihin. (Hemmi 2005a, 334; Konu ym. 2017, 29.)



Kuva 1. Luontomatkailun asema suhteessa sitä lähellä oleviin matkailun muotoihin (Hemmi 2005a, 334)

2.1 Luontomatkailu Suomessa

Suomeen matkaamisen yksi tärkeimmistä vetovoimatekijöistä on Suomen luonto. Potentiaalisimmat teemat matkailuun kansainvälisillä markkinoilla ovat vaellus, pyöräily, maastopyöräily, melonta ja eläintenkatselu. Visit Finlandin teettämässä kohderyhmätutkimuksessa pystyttiin tunnistamaan kolme pääsegmenttiä, kenelle ensisijainen Suomeen matkustamisen motiivi oli luonto. Nämä kolme ovat aktiiviset seikkailijat, luonnon ihmeiden metsästäjät ja luontonautiskelijat. Vaikka tutkimuksesta pystyttiin toteamaan, että luonnon kokeminen oli näille kolmelle segmentille yhdistävä tekijä, nousi myös selkeästi esille näiden kolmen matkustusmotiivien erilaisuus. Luontomatkailussa vetävimpiä palveluita ovat omatoimiset ja helposti toteutettavat, kevyet luontoaktiviteetit ja aktiviteettituotteet, joihin on paketoitu paikallinen kulttuuri, sekä ruoka ja vastuullisuus. (Business Finland a.)

Vuonna 2019 Suomessa tilastoitiin yli 7 miljoonaa ulkomaisten yöpymistä. Edellisvuodesta nousua kirjattiin yli 201 000 yötä ja prosenteissa se tekee 3 %. Eniten matkailijoita saapui Venäjältä, Saksasta, Iso-Britanniasta, Ruotsista ja Kiinasta. Vuonna 2018 merkittävimmät kohdemaat olivat Japani, Venäjä, Iso-Britannia ja Saksa. Vastaava luku oli 6,8 miljoonaa ja tuolloin yli puolet (59 %) kertoi matkan tarkoitukseksi luonnon. (Hook & Aittokoski 2019, 6; Business Finland 2020b, 2–3.)

Suomalaisten keskuudessa suosituimpana luontomatkakohteena on Pohjois-Suomi ja Lappi, siellä luonnonvetovoima on suurin ja laajimmat luonnonsuojelukohteet sijaitsevat Lapissa. Toki väestöntiheyden ansiosta myös Etelä-Suomella on omat mahdollisuutensa luontomatkailukohteena. Kokemattomampien luontomatkailijoiden keskuudessa päivä retket ovat suosituin retkeilymuoto. Luonteeltaan päiväretket ovat kiireettömiä ja ne ovatkin varsin hyvä tapa tutustua esimerkiksi lähialueen maastoihin. Kokeneemman matkailijan mielessä taas siintää Lapin välimatkat ja pidemmät vaellukset. (Hemmi 2005b, 112–112; Metsähallitus 2021b.)

2.2 Suomen vetovoima luontomatkailussa

Luonto Suomessa ei ole tropiikin ja subtrooppisin alueisiin verrattuna yhtä monimuotoinen, mutta yksityiskohdissaan silti kiinnostava. Selkeä neljään vuoden aikaan jaettava kalenteri monipuolistaa luonnonpiirteitä, jokainen vuoden aika muokkaa luontoa erilaiseksi ja tuo erilaisuus mahdollistaa luontomatkailua kehitettäessä valttikortin. Eri vuodenaikojen vetovoimatekijöitä ovat esimerkiksi lämpenevät kesät, talven lumi, keväällä kasvien herääminen, sekä syksyn ruska. Suomi on harvaan asuttu maa, jossa yhdistyy luonto ja luonnonrauha. Väestöntiheys mitattiin Suomessa lukemiin 18,2 asukasta maaneliökilometriä kohden vuonna 2021, koko Euroopan keskimääräisen vastaavan lukeman ollessa 109 asukasta/km2. (Hemmi 2005b, 11–12; Kuntaliitto 2021.)

Visit Finlandin teettämässä tutkimuksessa vuonna 2019 kysyttiin millaiset tunnusmerkit kuvaavat Suomea. Suosituimpia vastauksia olivat koskematon luonto, uskomattomat maisemat, luontoystävällinen kohde ja turvallisuus. Vuonna 2020 tehdyssä tutkimuksessa selvitettiin luontomatkailun tulevia trendejä ja vetovoimatekijöitä, luontomatkailua tarjoavien yrittäjien näkökulmasta ja siitä mitkä olivat heidän mielestään vaikuttaneet yritysten toimintaan eniten. Suurimpina vetovoimatekijöinä vastausten perusteella olivat puhdas luonto ja hiljaisuus. Hyvinvointimatkailu on yksi luontomatkailuun yhdistettävistä trendeistä. Lomalta halutaan tiettyjä mukavuuksia, mutta mahdollisimman rauhallista ja mieltä sekä kehoa hellivien elämysten avulla. (Hook, Aittokoski 2019, 9; Mattila & Kallioniemi 2020.)

2.3 Kestävä kehitys luontomatkailussa ja sen suunnittelussa

Kestävä kehitys mainittiin ensimmäisen kerran kansainvälisesti vuonna 1987 julkaistussa ”Our Common Future” -raportissa YK:n perustaman Ympäristön ja kehityksen maailmankomission toimesta. Raportin liitteenä esiteltiin ympäristönsuojelun ja kestävän kehityksen oi-

keudelliseksi periaatteeksi 22 kohtaa sisältävä ehdotus. Sitä ennen asiasta käytettiin erilaisia termejä, kuten suomalaisen Pertti Seiskarin käyttämä ”Ekologisesti kestävä talousmuoto”. (Hemmi 2005a, 75.)

Tyrväisen ja Tuulentien (2007) mukaan ekologinen, taloudellinen, kulttuurinen ja sosiaalinen kestävyys ovat kestävän kehityksen neljä yleisintä ulottuvuutta, jotka itsessään sisältävät vielä useita tieteenaloja. Hemmin (2005a, 76–77) mukaan kestävän kehityksen määrittelyä mietitään usein liian monimutkaisesti, ja se voitaisiin yksinkertaisesti todeta: ”Kestävä järjestelmä on sellainen, joka säilyy eli pysyy elossa”.

Näistä neljästä ekologinen kestävyys on toiminta, jota luontomatkailua järjestävän ja kuluttavan tahon tulisi keskittää panoksia. Ekologisella kestävyydellä tarkoitetaan toimintaa, jossa ihmisen taloudellisen ja aineellisen elinkeinon kaikki toiminta sopeutetaan maapallolla olevien luonnonvarojen ja luonnon sietokyvyn kanssa, pyritään säilyttämään luonnon biodiversiteetti. Ekologisella kestävyydellä siis pyritään nostamaan uusiutuvien luonnonvarojen käyttöä. Siinä myös katsotaan, että luonnon laadulliseen kehittämiseen siirryttäisiin enemmissä määrin, ja vähennettäisiin määrällistä kehittämistä. Varovaisuusperiaatteen noudattaminen on ekologisen kestävyyden kannalta keskeistä. Arvioidaan riskit, haitat ja kustannukset sekä pyritään ennalta ehkäisemään ja torjumaan mahdollisesti syntyvät haitat. Varovaisuusperiaatteen mukaan tieteellisen näytön puutteella ei voida perustella kaikkea ympäristön tilan heikkenemistä ja sen estävien toimien puuttumista. Ekologinen kestävyys perustuu siis luontokeskeiseen tulokulmaan ja on näin keskeisessä roolissa luontomatkailussa. Kuvassa 2 on avattu kestävän matkailun tavoitteita sosiaalisten, taloudellisten ja ympäristöllisten tavoitteiden kautta. (Malaska, 1994, 3; Hemmi 2005a, 77-82; Valtioneuvoston kanslia s.a.)

Kuva 2. Kestävän matkailun arvot ja periaatteet (Hemmi 2005a, 82)

Biologisen elämän monimuotoisuutta kuvataan termillä biodiversiteetti. Yleisesti käytetyillä ilmaisuilla, biologinen monimuotoisuus ja luonnon monimuotoisuus, tarkoitetaan samaa asiaa. Geenit, lajit ja elinympäristö ovat kolme eri organisaatiotasoa, joissa biodiversiteettiä tunnetaan. Geneettinen monimuotoisuus tarkoittaa jonkin eliöiden muodostaman ryhmän keskuudessa tapahtuvaa perintöaineksen vaihtelua. Populaatioiden tai lajien geneettinen monimuotoisuus on yleinen kiinnostusta herättävä tapahtuma. Jonkin tietyn alueen tai jossakin ekosysteemissä esiintyvien lajien lukumäärää hyödyntämällä mitataan tavallisimmin lajien monimuotoisuutta. Biologisten systeemien tilan mittarina käytetään usein biodiversiteettiä. (Luonnontila 2014.)

Matkailun suunnittelussa ja kehittämistoiminnassa pitäisi pystyä ottamaan huomioon kestävän kehityksen periaatteet sen ollessa haastava ja pitkäjänteinen tavoite. Jatkuva matkailun kiihtyminen ja matkakohteiden käyttöasteen kasvaessa, kestävän kehityksen kehittämisen pitäisi kulkea vahvasti toiminnassa mukana. Kestävän matkailun perusperiaatteiden, ekologisten, taloudellisten ja sosio-kulttuuristen aspektien toteutumista matkailussa ja sen

suunnittelussa, on hankala seurata matkailuelinkeinon monisektorisen ja -ulotteisen luonteen takia. Tärkeimmät huomiotavat asiat kestävän kehityksen mukaisen matkailun suunnitteluun ovat miten ja millä tavalla sitä toteutetaan. Konkreettisia toimen piteitä alueellisesti voisi olla, kuinka paljon ja millä tavalla matkailua kehitetään, resurssien kontrollointi, pitkäjänteisyys työssä, ja kaikkien toimijoiden tasapuolinen sitoutuminen. Eri toimijoilla voidaan tarkoittaa yksityisen sektorin lisäksi myös julkista sektoria. (Saarinen & Järviluoma 2002, 144–145.)

2.4 Jokamiehenoikeudet

Suomessa jokamiehenoikeus mahdollistaa jokaiselle liikkumisen luonnossa vapaasti riippumatta siitä, kuka sen omistaa. Viranomaispäätöksellä kieltoon asetetut alueet, asumusten pihat ja viljelykset ovat sellaisia alueita, joissa liikkumista voidaan rajoittaa. Luonnossa liikkumisesta ei saa kuitenkaan aiheutua häiriötä tai haittaa luonnolle tai muille ihmisille. (Metsähallitus 2021a.)

Suomen kokonaispinta-alasta noin 75 prosenttia on metsää (Freudenschuss 2020, 31). Liikkuminen on sallittua käytännössä kaikin tavoin esimerkiksi jalan, veneellä, pyörällä, tai suksilla. Moottorisoiduilla ajoneuvoilla liikkuminen ei kuitenkaan ole sallittua. Yöpyminen on luonnossa sallittu vapaasti esimerkiksi teltoissa, joitain poikkeuksia kutenkin on kuten kansallispuistot, joissa yöpyminen on sallittu ainoastaan merkityillä paikoilla. Paikoissa, joissa liikkuminen on vapaata, saa myös kerätä marjoja, sieniä, käpyjä ja kasveja pois lukien rauhoitetut yksilöt. Virkistysalueilta löytyy yleensä myös tulentekopaikkoja, joita saa vapaasti käyttää sillä avotulenteko on sallittua ainoastaan maanomistajan luvalla. Roskaaminen ei ole sallittua yksityisillä tai valtion omistamilla mailla. (Metsähallitus 2021a.) Liikkumisen ollessa sallittua jokamiehenoikeuksilla, järjestettäessä yleisötilaisuutta on hankittava omistajan tai haltijan suostumus, sekä ilmoitettava poliisille. (Ympäristöministeriö 2016, 12).

Vesillä ja jäillä liikkuminen on myös vapaata lihasvoimalla kulkevilla välineillä. Pilkkiminen ja onkiminen on sallittua, muu kalastaminen kuten vetouistelu, ravustaminen ja verkolla kalastaminen vaatii kalastusoikeuden haltijan myöntämän luvan ja valtion kalastonhoitomaksun suorittamista. Metsästäminen vaatii myös riistanhoitomaksun suorittamista, metsästystutkinnon, metsästyskortin sekä tietyillä alueilla maanomistajan luvan. Metsästämiseen on myös eläimille omat ajankohtansa, jolloin se on sallittua. (Ympäristöministeriö 2016, 17–18.)

Jokamiehenoikeudet perustuvat useampaan eri lakiin suomen lainsäädännössä, perusteet tulevat perustuslaista ja sen liikkumisenvapauden yhdenvertaisuusperiaatteesta, oikeudesta ja laillisuusperiaatteesta. Jokamiehenoikeudet ovat nimensä mukaisesti jokaiselle, riippumatta iästä, sukupuolesta tai kansallisuudesta. Normaalista luonnon käytöstä, jokamiehenoikeuksien reunaehtojen sisällä ei voida vaatia lupaa. Rajatapauksista sopiminen maanomistajan kanssa on kuitenkin hyviä sosiaalisia tapoja. (Suomen Latu s.a.)

2.5 Lasten ja nuorten suhde luontoon

Z-sukupolvi, eli 2000-luvulla syntyneet ovat kasvaneet elämään teknologian keskellä. Lasten ja nuorten suhteen luontoa kohtaan on koettu vähentyneen radikaalisti, samalla kun digitaalisuus on elämässä lähes kaikki kaikessa. Lasten ja nuorten kasvun ja hyvinvoinnin tueksi luonnossa liikkuminen on tutkitusti avuksi. Positiiviset luontokokemukset, joita koetaan lapsuudessa, vahvistavat luontosuhdetta ja tukevat liikunnallisen elämäntavan jatkumista, kun kilpaurheiluharrastus on taakse jäänyttä aikaa. (Metsähallitus 2019.)

Ihmisten hyvinvointia ja suhdetta luontoon voidaan pitää vastavuoroisena. Kun luontoa hoivataan ja siitä pidetään huolta, ihminen voi hyvin ja samalla luontosuhde rakentuu vuosien saatossa. Lapsuudessa koettujen kokemusten ja elämysten myötä lasten luontosuhde kehittyy, ja tähän suurena vaikuttajana on aikuisten toiminta. Lasten kasvaessa arvostamaan luontoa, muokkautuu arvostus parhaimmillaan haluksi suojella sitä. Luontosuhteeseen vaikuttaa paljolti se kuinka paljon nuori tai lapsi viettää luonnossa aikaa. Ensisijaisen tärkeää olisi luoda lapsille ja sitä kautta tuleville aikuisille positiivinen luontosuhde. Yksi sukupolvi on jo käytännössä päässyt vieraantumaan luonnosta. (Paaskoski & Roiko-Jokela 2016, 6–7; Polvinen, Pihlajamaa ja Berg. 2012, 8–9.)

Polvinen ym. (2012) toteavat, että luontoliikunnalla olisi Suomessa mahdollisuus nousta kansalliseksi vahvuusalueeksi, koska Suomi on rikkaan luontonsa ja luonnonvaraisten metsiensä avulla erityisasemassa muihin maihin nähden. Suomen luonto tarjoaa todellisia liikuntaelämyksiä, ja kansallispuistot, sekä muu luonto ovat kansainvälisten matkailijoiden joukossa yhä suuremmassa suosiossa. Nämä luonto ja liikuntaelämykset voisivat olla vastaus lasten ja nuorten tarpeisiin hyvinvoinnin saralla, sekä kansainväliseen luontolähtöisten hyvinvointipalveluiden tarpeeseen. (Metsähallitus 2019.)

Luonnossa liikkuminen ja luonto ympäristönä tukevat monin tavoin lasten ja nuorten kehitystä. Se on tärkeää kaikille, niin aktiivisesti seuratoiminnassa, kuin myös sen ulkopuolella oleville. Moninaiset elementit ja pinnat mitä luonto tarjoaa ovat motorisesti kehittäviä, sekä sopivan haastavia niin rasitusvammojen ehkäisyyn kuin psyykkisen palautumisen kannalta.

Yhdysvalloissa tehdyn tutkimuksen mukaan 9–11-vuotiaille lapsille yhä enemmissä määrin kaupunkien viheralueet naapurustossa liittyivät positiivisesti heidän terveyteensä ja elämänlaatuun. (Vanaken & Danckaerts 2018)

3 Palvelumuotoilu

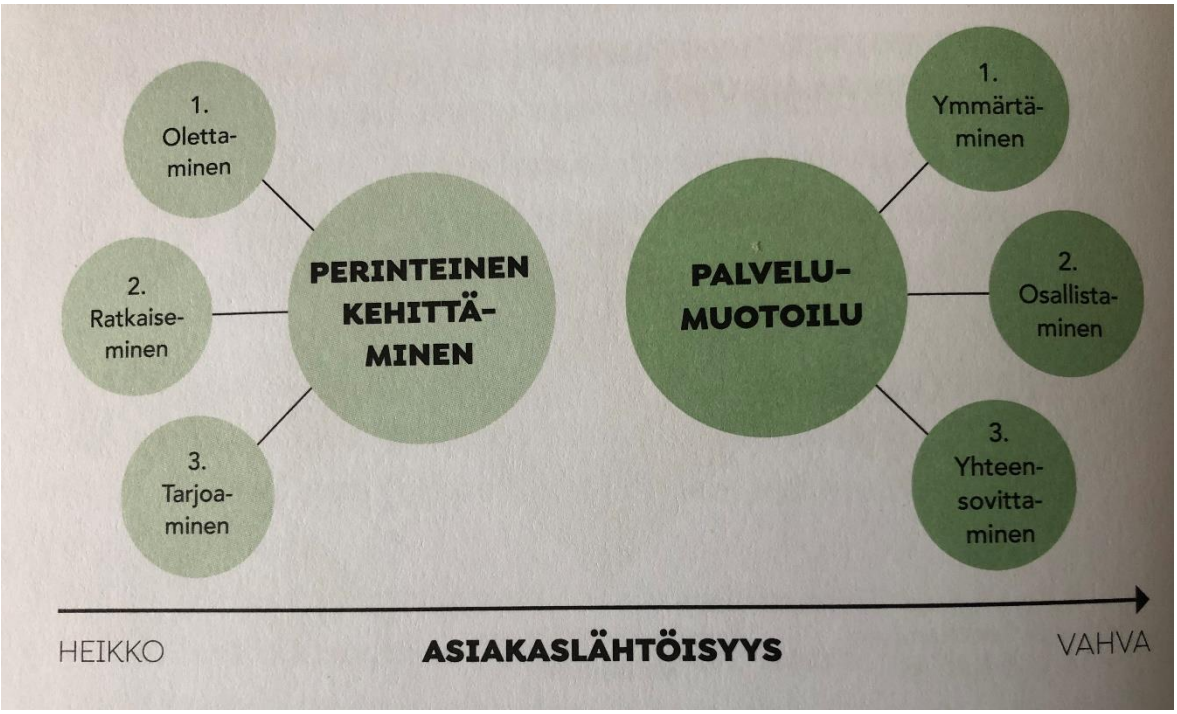
Jatkuvan kehittymisen ja uudistumisen painetta yrityksille luo teknologinen kehitys, globalisaatio sekä sääntelyn purkaminen. Näiden kaikkien yhteisvaikutuksen ansiosta asiakkailla on koko ajan enemmän vaihtoehtoja mistä valita, markkinoille on tullut perinteisten kilpailijoiden sijaan uusia haastajia sekä palveluntarjoajan vaihtaminen on entistä helpompaa sähköisten palvelualustojen ansiosta. Passiivinen kuluttaja on muuttunut lopputuloksena aktiiviseksi päätöksentekijäksi, jolla on markkinoilla entistä enemmän valtaa. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 20.)

3.1 Palvelumuotoilun määritelmä

Palvelumuotoilu (eng. Service design) esiintyi kirjallisuudessa ainakin jo 80-luvulla markkinoinnin ja johtamisen yhteydessä. Tuolloin käsitettä hyödynnettiin palvelun määrittelynä organisaatiovetoisesti, kun nykypäivänä se mielletään nimenomaan kuluttajalähtöisenä tuotekehittelynä. Nykypäivänä isossa huudossa olevan palvelumuotoilun kehittyminen alkoi 2000-luvun puolessa välissä. Tuolloin huomattiin, että taloutta dominoi palvelusektori, ja entistä enemmän asiakaslähtöisesti kehitettyihin palveluihin kohdistuva kysyntä lisääntyi. Pioneerit palvelumuotoilun parissa alkoivat laajentaa prosessin hyödyntämistä myös palveluun, eikä vain itse tavaroiden kehittelyyn. Tarkoituksena oli kehittää itsenäinen ja elävä muotoiluosaaminen palvelu kehityksen alueelle. (Koivisto ym. 2019, 32.)

Keskeisimpänä tavoitteena palvelumuotoiluprosessissa on Koiviston ym. (2019) mukaan palvelun käyttäjälähtöinen kehittäminen siten, että se vastaa sekä kuluttajan tarpeita, että palveluntarjoajan omia tavoitteita. Palvelumuotoilu auttaa ymmärtämään asiakasta, markkinaa ja käytössä olevia resursseja sekä antaa näkymän asiakkaiden odotuksiin, tarpeisiin ja kokemuksiin palvelupolulla. Palvelumuotoilun avulla voidaan luoda täysin uusi palvelu tai kehittää olemassa olevaa palvelua entistä paremmaksi ja varmistua siitä, että asiakkaalle jää positiivinen käyttökokemus palvelusta. (Moritz 2005, 40; Koivisto ym. 2019, 34.)

Palvelumuotoilu tarjoaa käyttäjälleen mahdollisuuden pysyä jatkuvasti kehittyvän palvelumarkkinan mukana. Asiakkaan nostaminen jalustalle kehitystyössä näin asiakkaan aikakaudella, on tapa, jonka avulla yrityksen on mahdollista menestyä. Vertailtaessa palvelumuotoilua ja niin kutsuttua perinteistä kehittämistapaa asiakaslähtöisyys on suurimpia eroja kuten kuvassa 3 havainnollistetaan. Perinteinen kehittämistapa perustuu vahvoihin olettamuksiin, joita yrityksellä asiakkaistaan on. Palvelumuotoilu on toimintaa konkretian keskellä, se yhdistää niin palvelun käyttäjän tarpeet ja odotukset, kuin liiketoiminnalliset tavoitteet palveluntuottajan puolella. (Moritz 2005, 40–44; Tuulaniemi 2011, luku 1.3)



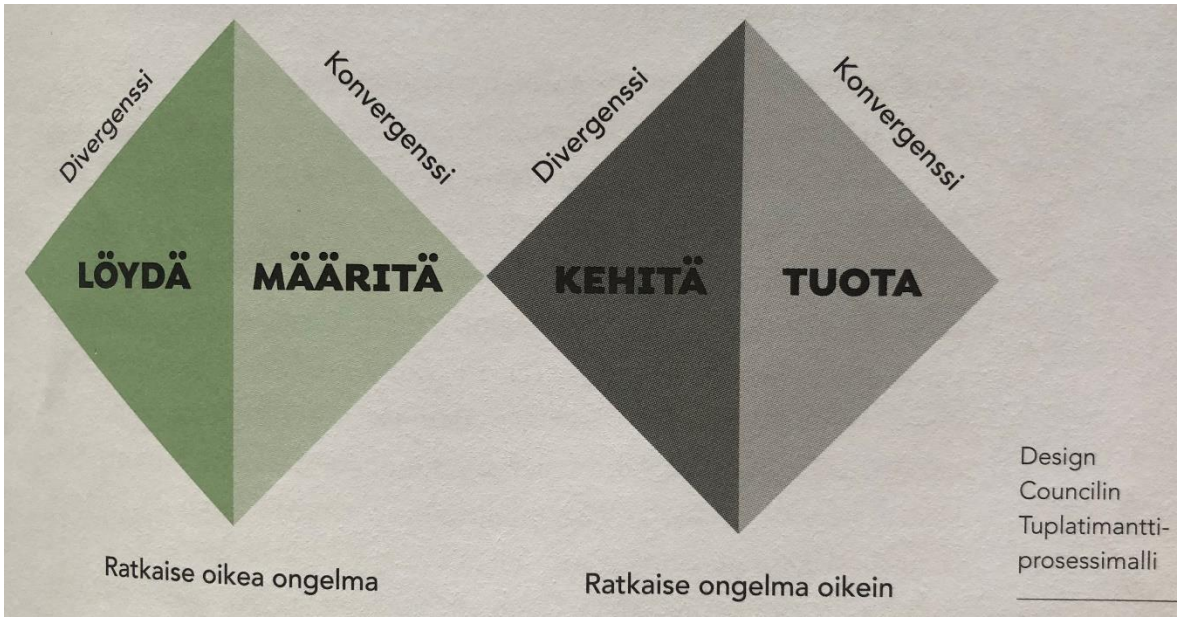
Kuva 3. Palvelumuotoilun bisneskirja (Koivisto ym. 2019, 48)

Palvelumuotoilun hyötyinä voidaan pitää muun muassa markkinatilanteen todellista ymmärtämistä, uusien näkökulmien löytämistä jatkoa varten, yrityksen ja asiakkaiden saattamista yhteen sekä yrityksen brändin vetovoimaa hyvän asiakaskokemuksen jälkeen. (Moritz 2005, 58–63.)

3.2 Palvelumuotoiluprosessi

Palvelumuotoilussa käytettävät menetelmät voivat hyvinkin olla tuttuja myös muilta aloilta kuten esimerkiksi kauppatieteistä. Vaihtoehtoisia menetelmiä on olemassa runsaasti ja ala työntää niitä lisää edelleen. Pääpiirteittäin prosessi mielletään kuitenkin samankaltaiseksi eri toimijoiden esittelemien mallien pohjalta, ja sieltä on tunnistettavissa samat vaiheet: tutkiminen, uuden kehittäminen ja toteuttaminen. Design Council esitteli vuonna 2005 *Tuplatimantti*-prosessimallin (kuva 4.) (the ”Double Diamond” Process). Ensimmäisessä vaiheessa pyritään tunnistamaan ongelma ja toisessa kehittämään ongelmaan ratkaisu. Ensimmäinen timantti on luonteeltaan enemmän tutkimuksellinen, kun taas jälkimmäinen timantti on enemmän luovuuteen perustuva prosessin vaihe. Tuplatimantti esittelee neljä päävaihetta, molemmissa timanteissa kaksi. Ongelman tunnistamisen vaiheet ovat, *löydä* ja *määritä* ja ratkaisun kehittämisen vaiheet *kehitä* ja *tuota*. Tuplatimantti tuo esiin myös divergentti- ja konvergentti- ajattelun käsitteet, jotka vuorottelevat tämän prosessin vaiheissa. Divergentti tarkoittaa vaihtoehtoja luovaa ajattelutapaa ja se pitää sisällään löydä ja

kehitä vaiheet. Konvergentti taas on vaihtoehtoja rajaavaa vaihe, joita ovat määritä ja tuota vaiheet. (Koivisto ym. 2005, 42–43; Tuulaniemi 2011, 126.)



Kuva 4. Palvelumuotoilun bisneskirja (Koivisto ym. 2019, 43)

Löydä-vaiheessa kerätään mahdollisimman paljon tietoa mikä liittyy prosessiin niin palveluntarjoajan kuin myös kuluttajan näkökulmasta. Ongelman ja asiakkaan ymmärtäminen on linkki prosessin ja sen realiteettien välillä. Ymmärrys luo oivalluksia, jotka identifioivat alueita ja suuntia, joita kohti yrityksen tulisi liikkua. Ymmärrystä haetaan pidemmältä kuin vain sieltä mitä ihmiset jo tiedostavat, esimerkiksi mistä ihmiset eivät pidä. Tutkitaan ihmisten haluja, tarpeita, motivaatioita sekä käyttäytymistä. Menetelmät, joilla näitä tietoja kerätään, voidaan jakaa perustutkimuksen, sekä kontekstuaalisen ja eksploratiivisen tutkimuksen menetelmiin. Perustutkimuksia ovat haastattelut ryhmäkeskustelut ja erilaiset kyselyt. Kontekstuaalisilla menetelmillä tarkoitetaan ihmisten käyttäytymisen sekä ympäristön vaikutuksen havainnointia. Eksploratiiviset menetelmät taas käsittävät ei sanoin ilmaistavia tunteita ja kokemuksia, kuten vaikka tulkitsemalla heidän luomuksiaan ja tuotoksiaan. (Koivisto ym. 2019, 44; Moritz 2005, 124.)

Määrittelyn vaiheessa pyritään tulkitsemaan ja analysoimaan edellisessä vaiheessa kerättyä tietoa. Kuinka kerättyä tietoa hyödynnetään ja jalostetaan luotaessa uutta, on keskeistä tässä vaiheessa. Kerätyn tiedon pohjalta pyritään löytämään prosessille ongelma, johon tulevissa vaiheissa kehitellään ratkaisua. Tämä vaihe luo siis palvelumuotoiluprosessille suuntaviivat, joiden mukaan edetä. Erilaisia työkaluja, joita aineiston analysoimisessa voidaan hyödyntää ovat esimerkiksi samankaltaisuuskaavio (affinity diagram) ja asiakasprofii-

lien luonti. Samankaltaisuuskaaviossa etsitään ja yhdistellään tuloksista samankaltaisuuksia, kuten teemoja ja aiheita. Tämä helpottaa tutkimustulosten koontia ja sitä kautta analysointia. Ryhmittely nostaa esille niitä asioita mitä kuluttajat pitävät suurimmassa arvossa ja tämä on palvelumuotoilulle arvokasta tietoa. Asiakasprofiilien luonti taas auttaa ymmärtämään kenelle esimerkiksi palvelua ollaan luomassa. Tiedon kiteyttämiseen ja esittämiseen profilointi on keskeinen keino. Se antaa kuvan siitä millainen potentiaalisen asiakkaan arvomaailma, toimintamalli ja sen motiivit ovat tietyn ryhmän ihmisillä. (Koivisto ym. 2019, 45–46; Moritz 2005, 128–131; Tuulaniemi 2011, luku 5.3)

Kehitä-vaiheessa lähdetään ideoimaan erilaisia ratkaisuja tai konsepteja, sen pohjalta millaiseen ongelmaan määrittelyn vaiheessa on päädytty. Stickdornin, Lawrencen, Hormessin ja Schneiderin (2018) mukaan palvelumuotoilun tarkoituksena ei ole kehitellä yhtä loisto ideaa vaan useita ideoita, joita tapahtuu prosessin edetessä, tämän ollessa vaihe, jonka voi toistaa niin monta kertaa kuin se koetaan tarpeelliseksi, ja tuota vaihetta kutsutaan ideoinniksi (Ideation). Aikaisemmin tutkittua asiakastarpeista syntynyttä ymmärrystä ja erilaisia ideoinnin keinoja hyväksikäyttäen luodaan esimerkiksi erilaisia prototyyppejä sekä visuaalisia ideoita. Vaihtoehtoja voidaan luoda työryhmän kesken tai vastaavasti erilaisissa työpajoissa asiakkaiden, henkilökunnan sekä muiden sidosryhmien kanssa. Syntyneitä ideoita voidaan viedä nopeisiin protoilu testeihin, joista saadaan oppia, onko ideoista mihinkään ja jonka avulla niitä voidaan myös kehitellä lisää. Ideointia on siis esimerkiksi kehitellä ideoita, ratkaisuja ja prosesseja, luoda konsepteja sekä skenaarioita, ja löytää inspiraatiota sekä mahdollisia tapahtuma ympäristöjä. (Moritz 2005, 132–135; Koivisto ym. 2019, 46.)

Ideoinnin tuotoksia lähdetään tuota-vaiheessa rajaamaan ja etsimään niistä sellaisia, jotka toimivat ja tarjoavat ratkaisun löydettyyn ongelmaan. Vaihtoehtoja viedään testiin mahdollisimman aitoon tilanteeseen esimerkiksi asiakkaille, jotta saadaan kuva siitä, miten esimerkiksi tuote tai palvelu toimii. Ratkaisuja arvioidaan luonnollisesti myös taloudellisesta näkökulmasta. Testien perusteella voidaan vielä jatkokehittää ideoita ja lopuksi näistä pitäisi pystyä päättämään viedäänkö tämä malli tai konsepti toteutukseen vai ei. (Koivisto ym 2019, 46; Moritz 2005, 136–140.)

Kun on löydetty se tai ne ideat, joita halutaan viedä kohti käytäntöä, kehitellään niitä vielä lopulliseen toteutusvaiheeseen. Esimerkiksi palvelu visualisoidaan siten että kaikki tulevaisuudessa sen kanssa toimivat henkilöt tietävät mitä ovat tai tulevat tekemään. Toteutusta varten laaditaan myös ohjeistuksia ja mahdollisia jatkosuunnitelmia, kuinka palvelun kanssa toimitaan. Ohjeistuksilla ja visualisoinneilla pyritään helpottamaan henkilökunnan tulevaa toimintaa palvelun parissa, sekä helpottamaan mahdollisten tulevaisuuden työntekijöiden perehdyttämistä aiheeseen. Näillä toimilla varmistetaan palvelun jatkuvuus sellaisena kuin

se on suunniteltu, mutta mahdollistetaan myös kehittyminen. (Moritz 2005, 140–148; Stickdorn, M. 2018, 40–50)

4 Suomen Urheiluopiston kannatusosakeyhtiö

Toimeksiantajana työllä toimii Suomen Urheiluopiston kannatusosakeyhtiö, joka on yksi Vierumäki-yhtiöistä ja se vastaa Suomen Urheiluopistolla koulutuksen urheilun ja liikunnan tarjoamisesta. Urheiluopisto sijaitsee Heinolaan kuuluvan Vierumäen kylän alueella, noin 25 kilometriä Lahdesta koilliseen. Suomen Urheiluopistosta 51.03 % omistaa Keele Oy, jonka toimitusjohtajana toimii Mika Anttonen. Toinen suuromistaja on Jääkiekkosäätiö, joka omistaa 41.44 % osakkeista. Suomen Urheiluopisto työllistää noin 90 henkilöä ja sen liikevaihto oli vuonna 2019 14.24 miljoonaa. (finder.fi) Vierumäki-yhtiöihin kuuluu lisäksi Vierumäki Sports Oy, sekä Vierumäen Infra Oy. Vierumäen toimintaa johtavat arvot ovat kesällä 2020 valmistuneen strategiatyön mukaan Perinne, Luonto, Hiki ja Hymy. (Vierumäki 2020a.)

4.1 Vierumäen suunta

Vuonna 2020 valmistuneessa ”Vierumäen strategia 2020–2025” -työssä luonto esiintyy yhtenä toimintaa johtavana arvona ja sitä kuvataan, ”Vierumäen ympäristö on ainutlaatuinen. Tarjoamme asiakkaillemme monimuotoisen elämyksen vastuullisesti.” (Vierumäki 2020b, 4) Strategiassa yhtenä Vierumäen toiminnan painopisteenä on koulutus, tavoitteena on palauttaa Vierumäki edelläkävijäksi niin oppimisen kuin kehittymisenkin saralla kansallisesti sekä kansainvälisesti. Myös kansainvälisyys ja sen kehittäminen Vierumäen alueella on yhtenä otteena strategiassa. (Vierumäki 2020b, 5) Uuden strategian myötä Vierumäki halutaan palauttaa sille alkuperäiseen tehtäväänsä, joka on tuottaa ja kehittää kansainvälisen tason palveluita niin koulutuksen, liikunnan kuin urheilunkin saralla. Strategia työ on tehty yhdessä alueen henkilökunnan kanssa ja sen tarkoituksena on johtaa Vierumäen paluuta huipulle. Toiminta perustuu uusiin arvoihin, joita tukevat painopistealueet. (Vierumäki 2020a; Vierumäki 2020b, 3–5.)

4.2 Vierumäen yhteistyökumppanit ja sidosorganisaatiot

Urheiluopistolla on useita yhteistyö organisaatioita, lisäksi opiston alueella toimii muutamia erillisiä organisaatioita. Korkeakouluopetuksesta alueella vastaa Haaga-Helian ammattikorkeakoulu, valikoimassa on sekä alemman, että ylemmän ammattikorkeakoulun opintoja. Muita alueen palveluita tarjoavat, urheiluväline- ja vaatekauppa Sportif Proshop, sekä luonto- ja elämysliikuntapalveluja tarjoava Nature Escape. Muita yhteistyökumppaneita ovat muun muassa kaikkien urheiluopiston painopistelajien lajiliitot. Painopistelajeina toimivat jääkiekko, taitoluistelu, cheerleading, voimistelu ja tennis. (Vierumäki 2020b, 5; Vierumäki 2020c.)

4.3 Vierumäen luonto

Vierumäki on perustettu Urheiluopistonkankaalle, joka on osa toista Salpausselkää. Tuo luonnon temppeli, joka muodostuu kummuista, supista, syvänteistä, lammista sekä järvistä pysäyttävät kulkijan ja tarjoavat parastaan. Kaikessa kauneudessaan Salpausselät ovat myös ihmisten asutuksen kannalta tärkeitä, niiden ollessa maamme tärkein pohjavesivaranto, sekä maa-aines, sora, joka on tärkeä rakentamisen raaka-aine. Mannerjään myllerrys viimeisen jääkauden sulamisvaiheessa ja silloin tapahtuneessa nopeassa ilmaston kylmenemisessä, sai alkunsa Salpausselät ja Urheiluopistonkangas ilmaston lämpenemisen keskeytyessä noin tuhanneksi vuodeksi. Syitä tähän luonnonilmiöön on tutkittu ja tutkitaan edelleen innokkaasti kansainvälisissä geologisissa tutkimuksissa. Toinen Salpausselkä muodostui vajaat 12 000 vuotta sitten ja tähän arvioidaan menneen noin 200 vuotta. Paikallaan pysytelleen jäätikön reunan sulamisvesien kuljettama hiekka, sora ja irtolohkareet ajansaatossa muodostivat tämän nähtävyyden. (Kaikkonen, 2007, 9–13.)

Luonto on yksi Vierumäen vuonna 2020 määritellyistä uusista toimintaa johtavista arvoista. Loppuvuodesta 2021 avattiin alueelle uusi luonnon kehto, Luontoliikuntakeskus. Keskuksen tehtävänä alueella on toimia kaiken luontoliikunnan keskiönä. Alueen luontoliikuntavälineiden, eli muun muassa sähköpyörien, maastopyörien, lumikenkien, liukulumikenkien ja sup-lautojen vuokraaminen tapahtuu Luontoliikuntakeskukselta. Sieltä asiakkaat saavat ajankohtaisimman tiedon siitä, millaisia ovat alueen maastoreitit ja missä kunnossa ne ovat. Ohjatut maastoretket ovat varattavissa myyntipalvelun kautta ja niiden lähtöpiste on Luontoliikuntakeskukselta, ja visiona on, että jatkossa sieltä olisi mahdollista ostaa luontoon liittyvää ohjauspalvelua suoraan paikan päältä.

Vierumäen luontoreitit on mielletty vuosien saatossa varsin epäselviksi opasteiden osalta, myös tämä on ollut ison kehitystyön alla syksystä 2021 asti. Keväällä 2022 valmistui iso selvitystyö luonto-opasteiden osalta. Noin 100 erilaista kylttiä ja viittaa, olisi tarkoitus saada kesän 2022 aikana paikoilleen helpottamaan ja selventämään Vierumäen luonnosta nauttivia.

5 Työn tavoite ja toimeksianto

Tämän työn tavoitteena on luoda Suomen Urheiluopistolle palvelumuotoilun vaiheita seuraten luontoleirikouluformaatti kansainvälisille asiakkaille. Työn lopputuloksena tehdään selkeät tuotekortit, joita on helppo tarjota suoraan asiakkaille. Tällä hetkellä yritykseltä puuttuu yhteen paketoitu selkeä ohjelmarunko, ja liikuntakoordinaattorin tai myyjän tehtävänä on rakentaa kaikista alueen palveluista, sekä asiakkaiden toiveiden pohjalta heille ohjelma. Työn lopputuloksena on tarkoitus helpottaa myyntiä, sekä markkinointia, kun aktiviteettejä on valmiiksi paketoitu teeman alle yhdeksi kokonaisuudeksi.

Lähtökodat työlle ovat tarpeelliset. Vierumäen strategian mukaiset kehitystarpeet ovat ajankohtaisia juuri tämän työn näkökulmasta. Kansainvälisyyden kehittäminen on myös omana osana Vierumäen uutta strategiaa. Vierumäen luonto ja toinen Salpausselkä alue, ovat kansainvälisen luontomatkailun ja koulutusmatkailun kannalta täydellisiä. Vierumäen luonnon historia on värikäs ja mielenkiintoinen, mikä antaa työn lopputuotokselle myös oivan tarinallistamisen mahdollisuuden.

6 Työn vaiheet, menetelmät ja aikataulu

Opinnäytetyön toteutuksessa hyödynnetään kohdassa 3 esiteltyä palvelumuotoiluprosessia ja sen vaiheita, taulukon 1 mukaisella tavalla. (Koivisto ym. 2019, 43). Prosessia on toteutettu vuosien 2021–22 aikana, yhteistyössä Vierumäen henkilöstön kanssa. Vierumäen ollessa työn toimeksiantaja ja työn tekijän kuuluessa myös Vierumäen henkilöstöön, työn teossa oli valmiit kanavat esimerkiksi kartoitettaessa nykytilannetta.

Taulukossa 1 on kuvattuna palvelumuotoiluprosessin aikana käytetyt menetelmät, aikataulu, sekä mihin sillä pyrittiin

Palvelumuotoilun vaihe	**Menetelmä**	**Tavoite**	**Ajankohta**
Löydä	Toimeksiantajan haastattelu	Selvittää työlle tavoite	Tammikuu 2021
	Nykytilanteen kartoittaminen	Selvittää miten yrityksessä toimitaan, mitä on tehty ja miten	Helmikuu 2021
	Benchmarking	Vertailla miten lähialueilla toimitaan	Maaliskuu 2021
	Haastattelu Vierumäen leirikouluista vastaaville henkilöille	Selvittää miten toimintaa tehdään ja miten se on sujunut	Maaliskuu 2021
Määritä	Asiakasprofiilien luominen	Määritellä löydetty tieto ymmärrykseksi, jonka pohjalta voidaan luoda ratkaisuja tavoitteita kohti	Huhtikuu 2021
Kehitä	Kerätyn tiedon pohjalta luodaan tuote	Luoda ehdotelma millainen lopputulos voisi olla	Toukokuu - elokuu 2021
Tuota	Toimeksiantajan haastattelu	Saada palautetta luoduista tuotteista	Huhtikuu 2022

	Tuotteen jatkokehittely	Kehittää saadun palautteen perusteella tuotetta halutuun suuntaan	Huhtikuu 2022

6.1 Tavoitteiden selkeyttäminen

Opinnäytetyön projekti aloitettiin palaverilla toimeksiantajan edustajan kanssa, jossa käytin läpi mikä heidän toiveensa työn kannalta on. Tavoitetta lähdettiin välittömästi miettimään luontoteeman kautta, koska teeman haluttiin olevan erilainen olemassa olevien tuotteiden kanssa ja koska työn tekijän intressit ja työnkuva on luonnon ja luontoliikunnan parissa. Lisäksi luonnon ollessa uusi koko alueen toimintaa johtava arvo, koettiin sen olevan tärkeä, että teeman alta löytyy myös myytävää tuotetta. Vetovoimatekijänä luonto tarjoaa myös kansainväliselle puolelle oivan vetonaulan, luonnon ollessa selkeästi yksi syistä, jonka takia kansainväliset ihmiset Suomeen löytävät. Kohderyhmäksi valikoitui leirikoululaiset toimeksiantajan toiveesta ja ikäryhmä rajattiin ala- ja yläkoululaisiin, jossa toiveena oli mahdollista ohjelmaa palvelemaan molempia ikäryhmiä.

Kansainvälisille asiakkaille ei varsinaisesti ole tämän työn tapaan suunniteltua leirikoulua, sen sijaan kaikki kootaan olemassa olevista aktiviteeteista aina erikseen. Viimeisen viiden vuoden aikana kyseisiä ryhmiä ei alueella ole käynyt kuin muutamia, vastaavasti suomalaisia leirikouluja käy vuosittain todella paljon. Yhtenä uutena Vierumäen toimintaa johtavana arvona esiintyy luonto, jonka pohjalta se valikoitui myös tämän työn teemaksi. Kuten kohdassa Vierumäen strategiassa (Vierumäki 2020b, 2) todetaan kaikki toiminta mitä alueella tehdään, pohjataan uusin arvoihin, joten myös tämän työn toimeksianto luotiin vahvasti strategiaa mukaillen. Palvelumuotoilu valikoitui työn suoritustavaksi tämän opinnäytetyön tekijän omien intressien pohjalta, sekä koska haluttiin luoda tuote vastaamaan asiakkaiden tarpeita.

Opinnäytetyötä suunniteltaessa todettiin, että jos uutta strategiaa halutaan pitää uskottavana pitää myös tarjottavan olla sen mukaista. Vaikka kansainvälisyys ei suoraan strategiassa lue, on se myös suunta mihin aluetta halutaan viedä arvojen ja painopisteiden avulla. Tällä hetkellä esimerkiksi ulkomaisille leirikouluasiakkaille ei löydy varsinaisesti mitään tarjottavaa, joten tämä työ koettiin tärkeäksi. Suomen ja tässä tapauksessa tärkeimpänä Vierumäen luonto koetaan myös ainutlaatuiseksi, jonka pohjalta luonto ja kansainvälisyys halutaan yhdistää toimivaksi kokonaisuudeksi.

6.2 Nykytilanteen kartoittaminen

Nykyistä leirikoulutilannetta lähdettiin kartoittamaan aluksi oman toiminnan tutkimisella niin leirikoulujen kuten myös luonto- ja elämysliikunnan osalta. Tämän lisäksi myös lähialueiden palveluntuottajia ja heidän tarjontaansa tutkittiin. Vierumäen leirikoulutoiminta on koostunut lähes täysin suomalaisista kouluista. Vuosina 2017–2021 alueella vieraili 165 ryhmää, joista 140 ennen maailmanlaajuisen koronapandemian alkamista. (Vierumäen VERP -varausjärjestelmä, 2022) Leirikoulutoiminnassa Vierumäellä on hyödynnetty niin kutsuttua pitsapohjamallia, jossa asiakas saa muodostaa haluamansa kaltaisen ohjelman valitsemalla tuotteet listasta hieman kuten pitsatäytteet. Tällä hetkellä listasta löytyy 41 eri lajia kaiken ikäisille, lisäksi yläasteikäisille on vielä 7 lisävaihtoehtoa. Näiden pohjalta myyntipalvelu ja liikuntakoordinaattori räätälöivät ohjelman, joka kestää yhdestä neljään vuorokautta.

Luontoliikunta Vierumäellä on vahvassa nosteessa. Luonto on ollut yksi toimintaa johtavista arvoista noin kaksi vuotta ja alueen luonto elementtinä kehittyy jatkuvasti. Alueen Luontoliikuntakeskus sai omat tilansa Kaskela -rakennuksen alakerrasta joulukuussa 2021. Sieltä käsin operoidaan lähes kaikki alueen luontoliikuntaan liittyvän välineistön vuokraaminen. Tarkoituksena on kehittää toimintaa siten, että kaikessa luontoon liittyvässä Luontoliikuntakeskus olisi paikka, josta tiedon löytäisi, sekä sieltä olisi mahdollista ostaa esimerkiksi opastettuja luontototeutuksia.

Kartoitusvaiheessa saimme yhteydenoton Visit Lahdelta. Heidän toiveenansa oli saada Vierumäestä yhteistyökumppani ja tuoda asiakkaitaan Vierumäelle. Heiltä löytyy laajat verkostot ympäri Eurooppaa ja maailmaa, sekä heiltä saatujen Business Finlandin teettämien tutkimusten pohjalta löydettiin ymmärrystä ulkomaisten asiakkaiden matkustus käyttäytymisestä. Lisäksi arvokasta tietoa saatiin siitä mitä he ajattelevat Suomesta, miten Suomea verrataan esimerkiksi muihin pohjoismaihin ja mitä kaikkea eri maista tulevat ihmiset etsivät lomiltaan. Nämä tutkimukset oli tehty laaja-alaisesti kaikista kohderyhmistä, eikä täysin spesifejä päätelmiä voida tehdä juuri tämän työn kohderyhmää ajatellen, mutta suuntaa antavasti kyllä.

Alkuvaiheessa lähdettiin kartoittamaan mitä ulkomaiset asiakkaat haluavat ja toivovat kohteistaan ja mitä pitäisi ottaa huomioon suunniteltaessa ohjelmapalvelua. Tässä vaiheessa Business Finlandin tutkimukset osoittautuivat todella toimiviksi. Heidän arkistoistaan löytyy kyselyitä ja tutkimuksia todella paljon, joita analysoimalla saatiin asiakasymmärryksestä todella hyvä kuva. (Business Finland 2020c) Tutkimuksia on tehty Euroopan maista Alankomaat, Belgia, Espanja, Iso-Britannia, Italia, Ranska ja Saksa sekä Aasian maat Japani,

Kiina sekä Yhdysvallat. Lisäksi tutkimuksia on jaoteltu teemoittain kuten tämän työn kannalta oleelliset luontomatkailun ja koulutusmatkailu. Erikseen oli kiteytetty vielä toimintaa markkinoilla lyhyesti, jossa oli nostettu suurimpia huomioita maailmalta. Näiden tutkimusten ansioista voitiin vetää yhteen johtopäätöksiä yleisellä tasolla, mitä ihmiset eri kulttuureista toivovat ja vaativat matkailulta.

6.3 Benchmarking

Benchamarkingin idea on tarkastella muita palveluntarjoajia, jotka tarjoavat samankaltaisia palveluja, jotta saadaan ymmärrys mitä on jo tehty ja mikä voisi toimia. Palvelumuotoilulla pyritään tunnistamaan jo käytössä olevat yleiset toimintaperiaatteet ja miten niitä käytetään. Muita toimijoita, jotka ovat tuottaneet samanlaisia palveluja, tutkimalla voi oppia heidän kokemuksistaan ja löytää asioita mikä toimii ja mikä mahdollisesti ei. (Moritz 2005, 186.) Benchmarkingissa keskitytään siis markkinan ja siellä toimivien hahmottamiseen. Alan toimijoiden eri strategiavalintoja, tuotteita, palveluja ja toimintatapoja vertaillaan ja pyritään löytämään parhaat käytännöt, jotka valjastetaan omaan toimintaan. Tavoitteena on oppia muilta ja kehittää niiden pohjalta omaa palvelua. (Tuulaniemi 2011, luku 5.2)

Suomen eteläisen puoliskon alueella liikunnallisia leirikouluja tarjotaan mahdollisuuksia useissa paikoissa. Pelkästään urheiluopistoja löytyy Vierumäen lisäksi 8 kappaletta: Kuortaneella, Savonlinnassa, Tampereella, Nastolassa, Eerikkilässä, Lohjalla, Espoossa ja Raaseporissa. Näistä sadan kilometrin säteellä sijaitsee vain Pajulahti Nastolassa, mutta 200 kilometrin sisällä jo useampi. (Urheiluopistot ry) 100 kilometrin säteellä muita vastaavia palveluja tarjoaa muun muassa, Nuorisokeskus Anjala, Hauholla Iloranta, ja Lasten kesä ry, Naumi-Isorannan leirikeskus Sysmässä, Lahden lähistöllä sijaitsevat Siikaniemen kurssikeskus, Upilan leirikeskus sekä Luomaniemen toimintakeskus. (Suomen Leirikouluyhdistys s.a.)

Taulukko 2. 100 kilometrin sisällä sijaitsevia leirikouluja järjestäviä keskuksia, jotka tarjoavat saman kaltaista toimintaa

Yritys	**Toimiala ja palvelut**	**Sijainti**	**Leirikoulun profiili**	**Leirikoulun hinta alkaen**
Suomen Urheiluopisto	Urheiluopisto	Heinola	Liikuntaleirikoulu	1 vrk: 72 € 2 vrk: 144 € 3 vrk: 216 € 4 vrk: 288 €

Pajulahti	Urheiluopisto	Nastola	Liikuntaleiri-koulu	2 yötä: 170 € 3 yötä: 240 € 4 yötä: 310 €
Nuorisokeskus Anjala	Nuorisokeskus	Kouvola	Luonto, histo-ria ja seikkailu	2pv: 53 € 3pv: 93 € 4pv: 132 € 5pv: 150 €
Iloranta	Leirikeskus	Hauho	”Maalle oppi-maan” -audi-toitu liikunta-leirikoulu	Ei tiedossa
Lasten kesä ry	Lomakeskus	Hauho	Luonto & lii-kunta	Ei tiedossa
Naumi-Isoran-nan leirikes-kus	Leirikeskus	Sysmä	Liikunta	Ei tiedossa
Siikaniemen kurssikeskus	Kurssikeskus	Lahti	Luonto & lii-kunta	27 / 37 € hlö
Upilan leirikes-kus	Leirikeskus	Lahti	Luonto & lii-kunta	27 / 37 € hlö
Luomaniemen toimintakes-kus	Toimintakes-kus	Lahti	Luonto & lii-kunta	27 / 37 € hlö
Paukkulan nuoriso-opisto	Nuoriso-opisto	Mikkeli	Luonto	2 yötä: 108 € 3 yötä: 156 € 4 yötä: 196 €

Taulukossa 2 on kuvattuna edellä mainittuja leirikouluja järjestäviä yrityksiä. Tiedot on kerätty kyseisten yritysten nettisivuilta julkisista tiedoista. Yritykset tarjoavat samankaltaisia leirikoulutuotteita kuin Suomen Urheiluopisto ja toimintaa on kaikissa ympäri vuoden. Taulukosta on havaittavissa hintojen suuri vaihtelu, toisaalta osa ei ilmoita hintoja suoraan vaan hinnat saatavilla vain tarjouspyynnöllä. Suomessa leirikoulujen välistä yhteistyötä ajaa Suomen leirikouluyhdistys, joka on toiminut vuodesta 1975. Taulukossa 2 olevat toimijat löytyivät kaikki leirikoululahettilas.fi sivustolta. Osa toimijoista on itsenäisiä yrityksiä ja osa kunnallisia toimijoita, liikevaihdolla mitatessa puhutaan sadoista tuhansista aina

miljooniin asti. Kaikki esitellyt toimijat tarjoavat leirikoulujen lisäksi myös muutakin toimintaa, isompien yritysten ollessa huomattavasti laajemmalla toiminnalla. Merkille pantavaa on se, että vaikka keskuksia on koottu 100 kilometrin säteellä vain Mikkelissä toimiva on Vierumäen pohjoispuolella. Kansainvälistä toimintaa näillä toimijoilla ei käytännössä ole kuin Pajulahdessa.

6.4 Haastattelu Vierumäellä leirikoulutoteutuksesta vastaavalle

Kuten nimi avoin haastattelu antaa ymmärtää, siinä pyritään pitämään mahdollisimman avoin ja luonteva keskustelu halutusta aiheesta ja antaa haastateltavan kokemusten mielipiteiden ja ajatusten tulla luonnollisesti esiin. Avoin haastattelu on monin tavoin kuin tavallinen keskustelu, jossa sen etenemistä ei lyödä lukkoon, vaan keskustelua edetään usein myös haastateltavan ehdoin. Haastattelija on toki valmistautunut kysymyksineen tilanteeseen, mutta sen ei ole pakko edetä vain niiden mukaan, vaan aiheellisia kysymyksiä nousee varmasti myös vastausten ja kysymysten sisältä. Haastattelu voi helposti lähteä sivuraiteille aiheen sisällä, mutta haastattelijalla on tehtävä ohjata keskustelua haluttuun suuntaan ja tarvittaessa takaisin aiheeseen kysymyksillään. Avoin haastattelu vaatii aikaa ja varsinkin mielenkiintoa aiheeseen, sillä haastattelijan persoonallisuus ja vuorovaikutustaidot korostuvat avoimessa haastattelussa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tämän opinnäytetyön yhdeksi tavoitteeksi asetettiin helpottaa leirikoulujen myymistä ja sitä kautta niiden toteuttamista. Kartoitusvaiheessa todettiin, että käytössä oleva tapa toimia on niin kutsuttu pitsapohjamalli ja tämän työn tarkoitus on paketoida yhden teeman alle valmis paketti, jota myydä. Osana kartoitusta toteutettiin avoin haastattelu Vierumäen liikuntakoordinaattorille, jonka vastuulla on leirikoulujen ohjelmien rakentaminen yhdessä myyntipalvelun kanssa. Haastattelun tavoitteena oli saada tietoa siitä, miten leirikoulujen rakentaminen käytännössä sujuu ja miten uusia tuotteita kannattaisi tuoda tarjontaan. Haastattelussa haluttiin selvittää, kuinka pitsapohjamalliin pohjautuva toiminta käytännössä toimii, kuinka yhteistyö liikuntapalveluiden ja myynnin välillä toimii, kuinka toimeksianto palvelisi käytännön toteutusta, kerätäänkö asiakkailta palautetta ja miten haastateltavan mielestä tätä prosessia voitaisiin parantaa.

Haastattelun tulokset:

Mikä on liikuntakoordinaattorin tehtävä prosessissa? Asiakkaiden täyttämien kyselyjen perusteella luoda aikataulu leirille heidän toivomillaan lajikokonaisuuksilla, viedä ohjelma sisäisiin kanaviin, josta myynti on yhteydessä asiakkaisiin. Lisäksi päivittää nettisivuilla olevaa materiaalia asiakkaita varten. Lopulta myynnin liiallisen kiireen takia, myös asiakkaisiin yhteydessä oleminen jäi koordinaattorin vastuulle.

Kuinka pitsapohjamalli toimii? Perusohjelman rakentaminen on helppoa ja selkeää, lajitoiveet tulevat suoraan asiakkaalta ja niiden pohjalta tehtävänä on vain aikatauluttaa lajit ohjelmaan. Peruslajien lisäksi asiakkaan on mahdollista valita lisämaksusta erikoislajeja, iltaohjelmaa kuten saunomista ja lettujenpaistoa, sekä iltapalaa. Erikoislajit tulevat täysin myyntipalvelun kautta, ja näistä ei koordinaattorilla ole tietoa. Asiakkaan ohjeistaminen on vaikeaa tämän takia, ja tästä syystä asiakkaan on myös vaikea hahmottaa kokonaisbudjettia.

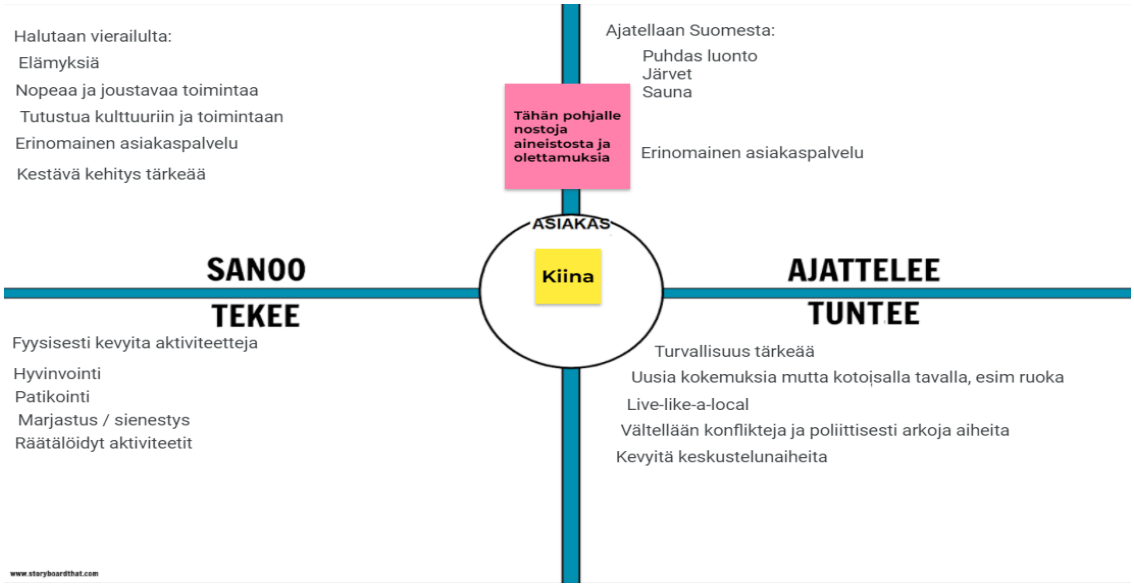
Toimeksiantona on luoda paketoitu leirikoulu, näetkö että tälle olisi kysyntää verrattuna nykyiseen toimintamalliin? Suomalaisten koulujen kanssa nykyinen pitsapohjamalli on sellainen mitä halutaan jalostaa, mutta kansainvälisille asiakkaille yhteen paketoitu voisi osittain helpottaa. Kerätäänkö asiakkailta palautetta? Ohjaaja saa välittömän palautteen todella hyvistä ja mahdollisista todella huonoista asioista. Muuten koordinaattorin tiedossa ei ole, että kerätäänkö palautetta tai kuka siitä vastaa.

Kuinka toimintaa voitaisiin kehittää? Asiakkaalla pitäisi olla kaikki info selkeästi saatavilla. Mitä kuuluu leirikoulun hintaan ja mikä on saatavilla lisämaksusta. Peruspakettiin kuuluu päiväohjelma, majoitus ja ruokailut pois lukien iltapala. Nämä ovat koordinaattorin vastuulla ja sen ulkopuolella olevat tulevat myynnistä, jonka takia esimerkiksi asiakkaalle lähetettävässä ohjelmassa ei lue iltaohjelmaa. Ohjaaja on mukana vain päiväohjelmassa, eikä hän tiedä mitä kouluille on varattu sen ulkopuolelle. Ohjaaja on tärkein lenkki asiakkaan ohjeistamisessa, eikä hän välttämättä tiedä minne ryhmää pitäisi ohjeistaa. Kokonaisuus on epäselvä, jota pitäisi kehittää. Lisäksi palautetta pitäisi kerätä organisoidummin.

6.5 Asiakasprofiili

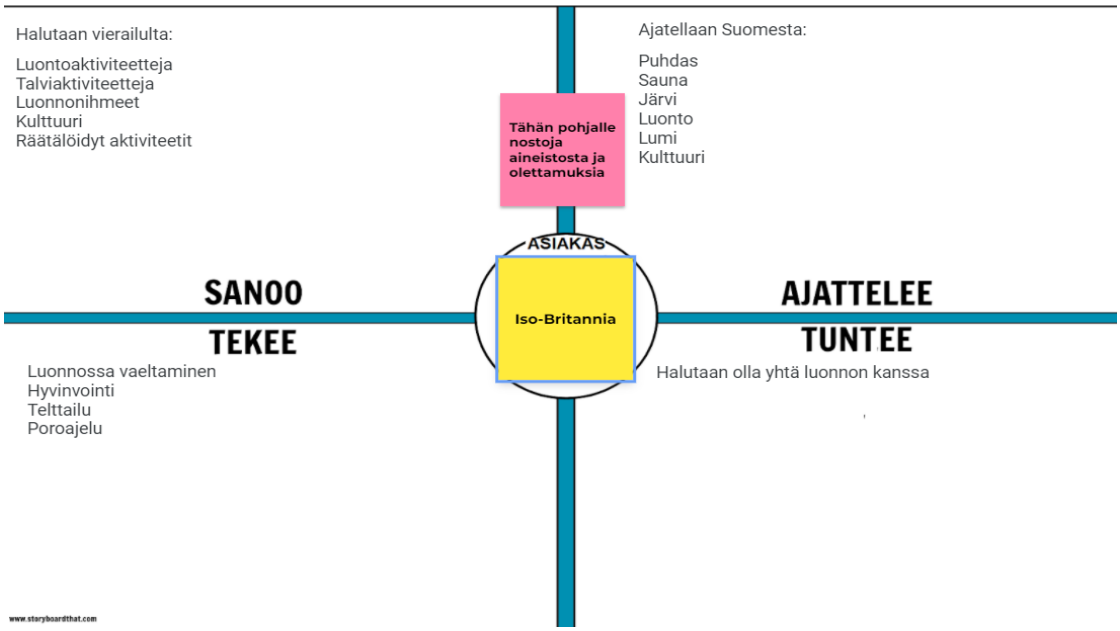
Asiakasprofiili auttaa kerätyn aineiston pohjalta saavuttamaan ymmärryksen, ketkä ovat potentiaalisia asiakkaita ja millaisia he ovat. Asiakasprofiili on yleensä lyhyt, relevantti kuvaus fiktionaalisesta ihmisestä. Sen tarkoitus on auttaa ymmärtämään ja kuvittelemaan asiakkaan ja hänen tarpeensa, sekä mitä oletuksia hänestä voidaan tehdä. Yhtä projektia varten muutama profiili voi auttaa. (Moritz 2005, 224.) Asiakasprofiilien muodostaminen pohjataan yleensä erilaisiin arvonrakentumismalleihin. Ennen palvellun viemistä markkinoille, tämän avulla voidaan luoda vaihtoehtoisia konsepteja ja mittauttaa niiden potentiaalinen arvo. Profiloinnin avulla on helpompi päättää mitkä ideat hylätään ja mitä kannattaa viedä eteenpäin. (Tuulaniemi 2011, luku 5.3.**)**

Opinnäytetyön ensimmäisissä vaiheissa kerättyä tietoa analysoitiin luomalla asiakasprofiileja. Profiili luotiin neljästä eri maasta, siitä millainen heidän näkemyksensä on Suomesta, Suomen luonnosta, sekä minkälaisia asioita he toivovat. Visit Finlandin (2020, 7) tutkimuksen mukaan, Aasian maat Kiina ja Japani, sekä Euroopan maat Iso-Britannia ja Saksa ovat Suomen kannalta kasvavia matkailumaita. Tästä syystä kyseiset maat valikoituivat myös tässä palvelumuotoiluprosessissa tarkemmin tarkasteltaviksi.



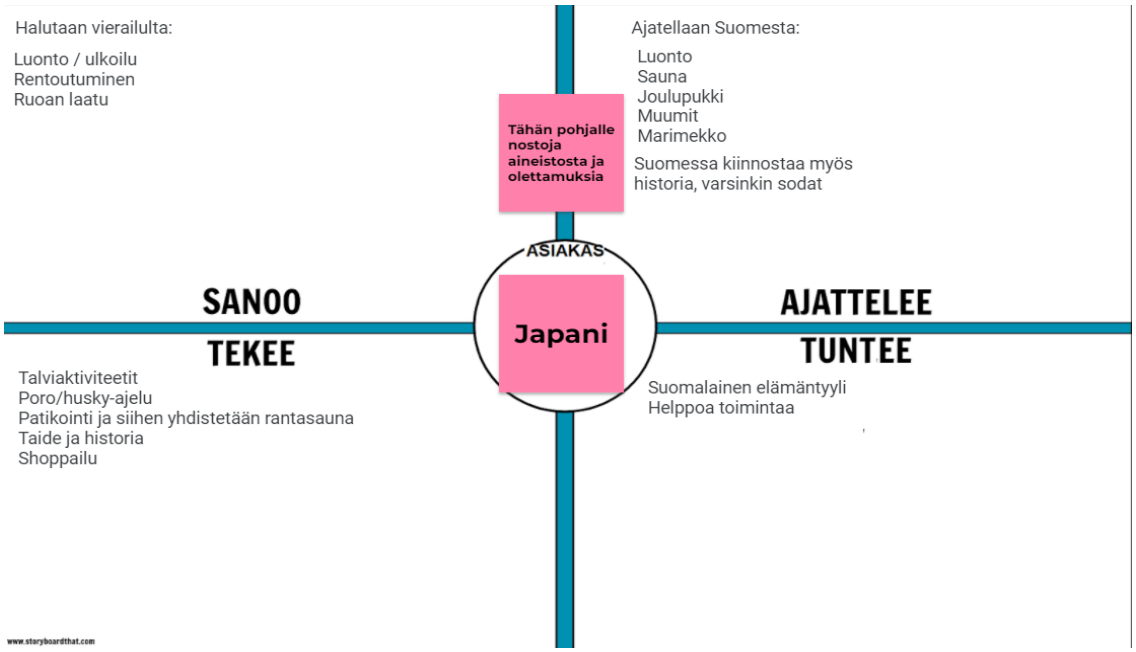
Kuva 6. Asiakasprofiili Kiina.

Kuvan 6 profiilissa on kuvattu kiinalaiset. He ovat erityisen kiinnostuneita uusista elämyksistä ja vieraasta kulttuurista, mutta kotoisalla tavalla. Esimerkiksi vierasta ruokaa he syövät mielellään, mutta toivovat saavansa myös kiinalaista ruokaa. Aktiviteetit olisivat pääsääntöisesti fyysisesti hieman kevyempiä kuten marjastusta tai sienestystä ja patikointia. Luonto järvineen ja saunominen muistetaan mainita, kun kerrotaan mitä Suomesta tiedetään.



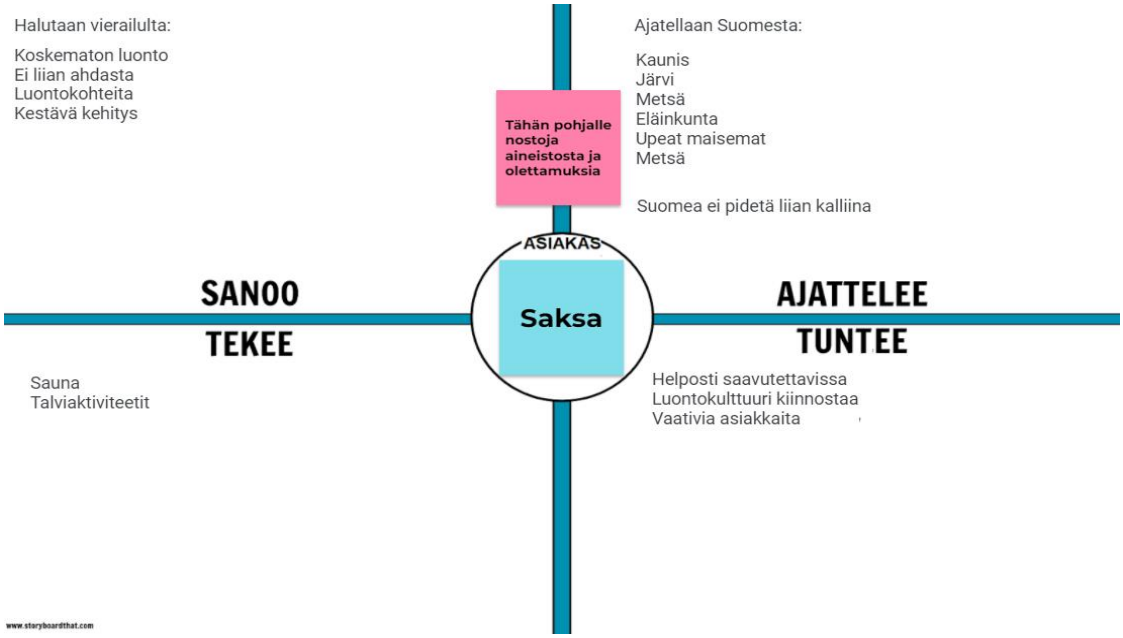
Kuva 7. Asiakasprofiili Iso-Britannia.

Iso-Britanniasta (Kuva 7) tulevat vieraat luonto ja varsinkin talviaktiviteetteja ja Suomessa tiedetään olevan puhdasta luontoa ja järviä, sekä lunta. He haluavat tuntea olevansa yhtä luonnon kanssa. Vaeltaminen ja retkeily ovat aktiviteetteja, joiden perässä Suomeen tullaan yhä enemmän ja enemmän, tähän yhdistetään myös kokonaisvaltainen hyvinvointi.



Kuva 8. Asiakasprofiili Japani.

Japanilaiset ovat selkeästi kansaa, jotka etsivät tunnettuja brändejä (Kuva 8), joista suomalaiset Marimekko, Muumit ja Joulupukki tunnetaan. Japanilaiset ovat myös varsin kiinnostuneita historiasta ja eritoten sodista. Aktiviteeteista eläimet ja patikointi, johon yhdistetään yleensä rantasauna vetoavat heihin.



Kuva 9. Asiakasprofiili Saksa.

Saksalainen (Kuva 9) toivoo vierailultaan koskematonta luontoa, sekä tarpeeksi väljässä ympäristössä olemista. Suomesta tiedetään kauniit maisemat, järvet, metsät ja eläinkunnan moninaisuus. Saksalainen on asiakkaana vaativa ja kiinnostunut kulttuurista. Mielekkäimmät aktiviteetit Suomessa ovat sauna ja talvella tapahtuvat.

6.6 Luontoleirikoulun aktiviteettien kehittäminen

Palvelumuotoiluprosessin kehitä-vaiheessa luotiin teeman alle aktiviteetteja, joiden todettiin asiakasymmärryksen pohjalta olevan sopivia tuotteeseen. Kehitä-vaiheen tavoitteena on löytää ratkaisumalleja ja konsepteja asiakasymmärryksen avulla tunnistettuun ongelmaan. Vaiheessa voidaan käyttää asiakkaita, henkilökuntaa tai sidosryhmien ihmisiä ja heidän näkemyksiään hyväksi. (Koivisto ym. 2019 42.)

Kevään 2021 aikana Visit Lahden kanssa käydyissä palavereissa käytiin läpi maailman markkinatilannetta, organisaatioiden ajatuksia yhteistyöstä ja siitä mitä toivoimme saavamme aikaiseksi. Loppukeväästä loimme myös Visit Lahden toiveesta muutaman erilaisen aktiviteettimoduulin, jotka meidän mielestämme voisivat olla soveltuvia kohderyh-

mälle. Moduulien lisäksi määriteltiin mahdollinen kolmen vuorokauden mittainen ohjelmarunko, sekä mitä tämä paketti kustantaisi. Moduuleissa lähdettiin miettimään, millaisia ulkoaktiviteetteja voitaisiin jo olemassa olevista tuoda tähän tarpeeseen ja mitä uutta voisi olla lisänä. Suomen luonto elämyksenä, suomalaisen luontokulttuurin, sekä luontoliikunta yhdistämällä luotiin seuraavan lainen pohja:

- **Suomalainen eräkulttuuri**, jossa esitellään Vierumäen luontoa ja kuinka suomalaiset ovat vuosien saatossa selvinneet luonnossa ja ennen kaikkea luonnon kanssa. Ympäri vuoden toteutettavana, kolmen tunnin mittainen.
- **Flowpark seikkailupuisto**, valmis elämyksellinen tuote, jossa yhdistyvät luonto, ekologisuus, elämyksellisyys ja itsensä ylittäminen. Keväällä, kesällä ja syksyllä toteutettavana, kahden – kolmen tunnin mittainen.
- **Talvilajikokeiluina hiihto ja luistelu,** tutustuminen suomalaisiin perinnelajeihin. Hiihto talvella ja luistelu ympäri vuoden toteutettavana, kahden tunnin mittainen.
- **Kesälajikokeiluna maastopyöräily ja sähkömaastopyöräily,** tutustuminen Vierumäen maastoihin isossa nosteessa olevan pyörämatkailun avulla, kahden tunnin mittainen.
- **Husky tarhaan tutustuminen**, yhteistyössä Koirakikka huskypuiston kanssa tutustuminen heidän tilaansa, joka sijaitsee aivan Suomen Urheiluopiston lähettyvillä. Ympäri vuoden toteutettavana, kahden – kolmen tunnin mittainen.
- **Rantasauna + makkaranpaisto,** iltaohjelmana saunominen ja uinti Valkjärven rantasaunoilla sekä makkaranpaistoa.
- **Koulutukseen tutustuminen,** yhteistyössä Suomen Urheiluopiston opiskelijoiden kanssa tutustuminen millaista koulutusta suomalainen Urheiluopisto järjestää.

Moduulien suunnittelu aloitettiin palaverissa toimeksiantajan edustajan kanssa. Kartoituksen pohjalta havaittiin tiettyjä asioita eri kulttuureista. Esimerkiksi kiinalaisia ihmisiä kiinnostaa eri maiden kulttuuri, sekä luonnossa retkeily ja kuinka esimerkiksi suomalaiset ovat selvinneet luonnon kanssa kylmässä pohjolassa. Japanilaiset taas ovat erityisen kiinnostuneita eläimistä, kuten poroista ja huskyista. Eurooppalaisilla ihmisillä on ehkä parempi käsitys Suomesta ja suomalaisista, mutta myös heitä kiinnostaa suomalainen luonto ja ennen kaikkea luontoaktiviteetit, joita Suomessa on tarjota.

Tässä vaiheessa haluttiin tuottaa ehdotelma, jossa olisi vaihtoehtoja näihin havaintoihin. Ehdotelmassa on selkeästi suomalaista luontoliikuntakulttuuria ilmentäviä lajeja, hiihto ja luistelu. Perinteiset lajit, joiden parissa jokainen suomalainen on elänyt lapsuudesta lähtien. Perinne on myös tärkeänä osana Vierumäen toimintaa johtavana arvona. Lumikauden ulkopuolella hiihtämiselle olisi maastopyöräily, sekä sähköavustuksella, että ilman. Luistelu on mahdollista ympäri vuoden, sekä sisällä hallissa, että talvella ulkojäällä. Kaikissa näissä vaihtoehdoissa esiteltäisiin liikkumistyylejä ja välineitä, ja jokainen pääsisi kokeilemaan niitä myös käytännössä.

Erilaisia luontoelämyksiä tuottava Flowpark -seikkailupuisto, jossa yhdistyvät ekologisuus ja itsensä ylittäminen korkeuksissa. Ulkopuolisena toimijana Urheiluopiston välittömässä

läheisyydessä toimiva Koirakikka kasvattaa esimerkiksi Husky -koiria ja heidän palvelutarjonnassansa on tutustuminen tarhaan ja sen toimintaan. Heidän kanssansa Vierumäki on tehnyt yhteistyötä muissakin yhteyksissä ja myös tämän kaltainen toiminta oli heistä kiinnostavaa. Suomalainen eräkulttuuri taas on esittely Vierumäen luontoon, ja siitä kuinka suomalaiset ovat selvinneet vuosien saatossa luonnon kanssa. Tässä toteutuksessa harjoitellaan retkeilytaitoja, tutkitaan luontoa sekä nautitaan lämmintä juotavaa ja pientä välipalaa nuotion äärellä.

Koulutukseen tutustuminen voisi olla toiveesta riippuen kestoltaan yhdestä tunnista kokonaisen päivän mittainen. Lyhyemmässä tutustumisessa vierasryhmä pääsisi seuraamaan oppituntia ja tekemistä. Koko päivän kestävä voisi olla opiskelijoiden järjestämää liikuntaa ulkona tai sisällä. Iltaohjelmana olisi Suomalainen perinne eli saunominen ja uiminen rantasaunoilla Valkjärven rannalla, jonne saa myös halutessaan päivällisen tai iltapalan nautittavaksi.

Aktiviteettiehdotelmien pohjalta luotiin aikatauluehdotelma (Liite 3.) kolmen vuorokauden leirikoulutoteutukselle. Kolme vuorokautta on optimaalisin pituus, joka näillä aktiviteeteilla järjestyy, mutta muokkaaminen lyhyemmäksi tai pidemmäksi on myös mahdollista. Vierumäki tarjoaa luontoliikuntaa valmiiksi jo monipuolisesti, joten jo olemassa olevista tuotteista on mahdollista lisätä aktiviteetteja. Vastaavasti mahdollisten asiakasryhmien toiveita mukaillen, aktiviteettien karsiminen on myös mahdollista.

6.7 Leirikoulutuotteen esittely toimeksiantajalle

Tämän palvelumuotoiluprosessin viimeisessä vaiheessa, koko prosessi esiteltiin palaverissa Vierumäen henkilöstön joukosta valitulle ryhmälle, joilla on merkittävä rooli tämän kaltaisen tuotteen käytäntöön viemisessä. Esittelyn jälkeen käytiin reflektiota itse tuotteesta, sekä siitä millaiset näkymät toimeksiantajalla on jatkosta. Tuotteelle ei saatu asiakasryhmää, joiden kanssa testata aktiviteetteja käytännössä, joten kehitysideoita pyydettiin tässä vaiheessa työn tilaajalta.

Toimeksiantajan ajatukset

Toimeksiantajan mielestä, hyvää tuotteessa on varsinkin sen tuovan yrityksen arvoja vahvasti esiin. Aktiviteeteista on löydettävissä kaikkien neljän arvon (luonto, hymy, hiki ja perinne) mukaista toimintaa. Markkinoinnillisessa mielessä yhtä pakettia olisi helpompi myydä asiakkaille, varsinkin kun kyseessä on kansainväliset kohderyhmät. Hyvänä asiana

nähtiin myös tuotteen yksinkertaisuus, aktiviteettien ei tarvitse olla spektaakkeleja, ulkomaisille ihmisille Suomen luonto on itsessään jo eksoottista ja sen esittely erilaisin välinein nähtiin varsin hyvänä tapana.

Potentiaalisena ongelmana valmiissa aikataulussa nousi esiin, että jos joku tuote onkin jo valmiiksi täyteen varattu, eikä sitä voisi sisällyttää ohjelmaan. Tälle mietittiin ratkaisua ja todettiin, sen olevan mahdollista, mutta epätodennäköistä. Ohjelmassa olevien aktiviteettien järjestystä voidaan muokata, ja päivissä on kuitenkin tilaa aikataulujen venytyksille ja supistuksille. Keväällä, kesällä ja syksyllä toimivalle Flowparkille haluttiin vielä talvella tehtävä vaihtoehto, johon valittiin lumikenkäily ja liukulumikenkäily.

7 Pohdinta

Tässä opinnäytetyössä tavoitteena oli luoda luontoteeman alle paketoitu leirikoulu kansainvälisille asiakkaille, hyödyntämällä palvelumuotoilua asiakasymmärryksen löytämiseksi. Sisältö pohjattiin mukailemaan Vierumäen arvoja, sekä strategiaa. Asiakasprofiilien avulla pystyttiin tekemään johtopäätöksiä siitä, millaisia aktiviteetteja voitaisiin tarjota potentiaalisille asiakkaille. Osa aktiviteeteista on osittain Vierumäellä jo olemassa olevia tuotteita, joita mukailtiin kohderyhmälle sopivaksi. Osa taas on täysin uusia aktiviteetteja, joiden on tarkoitus olla talon omien ohjaajien pitämiä tai ulkopuolisilta toimijoilta ostettuja palveluja.

Palvelumuotoiluprosessin avulla tuotettiin erilainen konsepti leirikoulujen tarjoamiseen, miten alueella on tähän asti toimittu. Koettiin, että kansainvälisille asiakkaille tuotetta olisi helpompi myydä valmiina pakettina, kuin että heiltä kyseltäisiin mitä he haluaisivat tehdä vajaan 50 aktiviteetin listasta. Tähän ajatukseen päädyttiin Visit Finlandin kanssa käydyn palaverin jälkeen, jossa heidän edustajansa puheesta kävi ilmi, että ulkomaalaiset ihmiset haluavat tulla valmiiseen pöytään tutustumaan uuteen paikkaan ja kulttuuriin.

Lopputuloksena luotiin aikatauluehdotelma kolmen vuorokauden leirikoululle, sekä tuotekortti Suomalainen eräkulttuurin -aktiviteetille. Alkuperäinen tavoite oli luoda kaikista aktiviteeteista tuotekortit, mutta loppuvaiheessa todettiin, ettei se ole tarpeen koska suurin osa aktiviteeteista on jo osaltaan olemassa olevia, eikä niitä koettu tarpeellisiksi. Opinnäytetyön kehitä-vaihe suoritettiin käymällä työtä läpi toimeksiantajan kanssa, ja kehitettiin sitä heidän palautteensa avulla. Tulevan kesän ja syksyn aikana tuotetta viedään käytäntöön ja pyritään löytämään ryhmiä, joiden kanssa tätä voitaisiin testata.

7.1 Palvelumuotoiluprosessi

Palvelumuotoiluprosessi aloitettiin keskustelemalla toimeksiannosta, sen tavoitteista ja reunaehdoista. Tämän pohjalta pystyttiin kartoittamaan, mitä aiheesta oli tehty siihen mennessä ja millainen lopputulos olisi haluttu. Kartoitusvaiheessa kerättiin tietoa leirikouluista, kuinka paljon niitä vuosittain käy, millaisia aktiviteetteja he käyttävät ja mikä toteutuksissa toimii. Kansainvälisistä asiakkaista näkemystä kartoitettiin Visit Finlandin tekemillä laajoilla tutkimuksilla. Vaikka opinnäytetyön kohderyhmä oli lapset, koettiin aikuisten vaikuttavan ostopäätöksen tekoon niin vahvasti, että tämän työn kannalta voitiin tehdä johtopäätöksiä pääosin aikuisilla teetettyjen tutkimusten perusteella.

Palvelumuotoilu auttaa ymmärtämään asiakasta, markkinaa ja käytössä olevia resursseja sekä antaa näkymän asiakkaiden odotuksiin, tarpeisiin ja kokemuksiin palvelupolulla. (Moritz 2005, 40; Koivisto ym. 2019, 34). Visit Finlandin teettämät tutkimukset on tehty matkailun näkökulmasta, ulkomaisten asiakkaiden mielikuvista Suomea kohtaa, siitä missä he ovat lomansa viettäneet ja millaisia aktiviteettejä he ovat kokeilleet sekä haluaisivat kokeilla. Tutkimuksia oli tehty matkailun lisäksi myös muun muassa koulutus, - ja luontomatkailun näkökulmasta, jotka olivat tämän työn kannalta oleellisia teemoja. Aineistoa oli todella paljon ja niiden pohjalta saatiin kattava käsitys ihmisten osto, - ja matkailukäyttäytymisestä. Tätä tietoa analysoitiin luomalla asiakasprofiilit neljästä eri maasta, joista aineistoa löytyi kattavimmin.

Toimeksiantajan henkilöstöä lähestyttiin myös toiveena saada haastateltua ihmisiä, jotka vastaavat leirikoulujen tuottamisesta ja myymisestä. Liikuntakoordinaattorin kanssa saatiin aikaiseksi avoin haastattelu, missä voitiin selvittää tätä prosessia ja kuinka se hänen näkökulmastaan toimi. Saaranen-Kauppinen & Puusniekka mukaan, avoin haastattelu on monin tavoin kuin tavallinen keskustelu, jossa sen etenemistä ei lyödä lukkoon, vaan keskustelua edetään usein myös haastateltavan ehdoin. Haastattelussa käytiin läpi, miten prosessin oli tarkoitus toimia yhteistyössä myyntipalvelun kanssa, ja sitä kuinka se käytännössä toimii. Normaalin toiminnan mukaan liikuntakoordinaattorin tehtävänä olisi asiakkaiden toiveesta luoda ja aikatauluttaa ohjelma ja myynnin olla yhteydessä asiakkaaseen. Myyntipalvelun kiireellisyyden takia käytännössä tämä ei ole toiminut vaan liikuntakoordinaattorin tehtäväksi on jäänyt myös asiakkaan kontaktoiminen. Erillisestä maksusta saatavilla olevat tuotteet ovat kuitenkin vain myyntipalvelun takana, ja tämä on näyttäytynyt asiakkaalle epäselvänä.

Haastattelussa käytiin myös läpi niitä aktiviteetteja mitkä olivat asiakkaille mieluisimpia, ja miten pitsapohjamalli on toiminut. Haastateltavan mielestä nykyinen toimintatapa on toimiva ainakin suomalaisten koulujen kanssa toimiessa, sekä sen olevan palautteen avulla jalostettavissa paremmin toimivaksi. Eikä näin koko toimintaa tarvitsisi kerralla uudistaa, vaan aloittaa pienemmällä ja kehittää palautteen avulla oikeaan suuntaan. Kansainvälisille asiakkaille hän näkisi yhden teeman alle rakennettavan toteutuksen olevan jopa parempi vaihtoehto, koska heille toiminnan paketoiminen nähdään vetovoimaisempana ja varsinkin Suomen luonnon nähdään olevan sen verran suuri vetovoimatekijä.

Benchmarkingin avulla selvitettiin, millaisia vastaavia toimintoja järjestetään lähialueella. Lähelläkään vastaavalla määrällä aktiviteetteja ei ole kuin Pajulahden urheiluopistolla, muiden ollessa huomattavasti pienempiä organisaatioita. Pienempien toimijoiden etuna on

voida keskittyä enemmän juuri tähän toimintaan, koska heillä ei ole niin paljoa muuta toimintaa. Isommilla taas on niin paljon muutakin toimintaa, että helposti joku muu menee juuri sillä hetkellä edelle tehtävälistalla esimerkiksi myyntipalvelussa. Aktiviteettitarjonta taas on niin paljon laajempi, että isommilla toimijoilla on iso vetovoima sen avulla. Aktiviteetteja on laidasta laitaan jokaiseen lähtöön niin sisällä kuin ulkotiloissa järjestettäväksi, sekä samaan aikaan voi olla huomattavasti isompi määrä leirikouluja sisällä.

Kerättyä dataa analysoitiin ja sitä tiivistettiin asiakasprofiileihin. Asiakasprofiilien avulla on mahdollista tarkistaa syntyneitä ideoita, konsepteja sekä kriteerejä kysymällä spesifejä kysymyksiä kuten vaikka ”Mitä henkilö A ajattelisi tästä” (Moritz 2005, 105). Työkaluna asiakasprofiilien luominen oli todella käytännöllinen, ja se antoi hyvät valmiudet kehitellä tuotetta niiden pohjalta. Profiileista on nähtävissä, että mitä millaiset aktiviteetit ovat mieluisimpia kyseisissä kulttuureissa ja millaisia asioita he toivovat esimerkiksi asiakaspalvelulta. Tiedostamattomien toiveiden löytäminen kyselytutkimusten avulla vaatii analysoijalta olettamuksia, joten on tärkeää, että näitä olettamuksia päästäisiin vielä prosessin jälkeen testaamaan käytännössä. Sitä kautta myös näkemään kuinka ihmiset reagoivat erilaisiin ratkaisuihin, joihin tässä prosessissa on päädytty.

Asiakasprofiilien perusteella tehtiin johtopäätöksiä ja kehitettiin runko ohjelmalle, sekä aktiviteetit. Aktiviteetit ovat yksinkertaisia ja lähtötasoltaan suunniteltu ensikertalaisille, mutta helposti myös mukautettavissa vähän kokeneemmillekin asiakkaille. Aktiviteeteista ei haluttu muodostaa liian haastavia, koska asiakkaiden todettiin olevan mitä todennäköisemmin ihmisiä, jotka eivät esimerkiksi ole maastossa pyöräilleet maastopyörällä. Olettaminen ei ole palvelumuotoilulle ominaista, koska tällöin aktiviteettia ei suunnitella asiakkaan tarpeelle vaan tarve oletetaan. Kun tuotetta testataan käytännössä, voidaan havainnoida mikä tarve todellisuudessa on ja kehittää tuotetta eteenpäin.

Toimeksiantajan kanssa käydyssä keskustelussa aktiviteeteissa todettiin, että suomalaisille kouluille tehdyissä aikatauluissa ja tällä prosessilla päädyttyyn aikataulusuunnitelmaan on sen tiiviys. Suomalaisten koulujen kanssa aktiviteetteja saattaa olla kolme erilaista siinä ajassa, kun ulkomaalaisille suunnitellaan yhtä. Toki aktiviteettien sisältö on erilaista, ja ne tapahtuvat eri ympäristöissä, luonnossa toteutuvat vaativat helposti enemmän aikaa. Rauhallisuus sopii luonnossa toimimiseen ja tällä tuotteella halutaan luoda tunnelma, ettei ole kiire minnekään, ja että miellä on aikaa tutustua heihin syvällisemmin.

7.2 Luontokokemusten vaikutus lapsiin ja nuoriin

Positiiviset luontokokemukset, joita koetaan lapsuudessa, vahvistavat luontosuhdetta ja tukevat liikunnallisen elämäntavan jatkumista, kun kilpaurheiluharrastus on taakse jäänyttä aikaa. (Metsähallitus 2019.) Motoristen perustaitojen kehittäminen, kehonhallinta ja fyysisen kunnon parantaminen, ovat kaikki ominaisuuksia, joiden kehittäminen lapsena on ensisijaisen tärkeää ja luonto tarjoaa tähän monipuolisen ympäristön. Lasten havaintoherkkyys ympäristön ilmiöiden ja tapahtumien huomioimiseen, sekä mielikuvitus ja vapaan leikin rikkaus kehittyy luonnossa tapahtuvan toiminnan seurauksena. Erilaisten elämysten ja kokemusten kautta syntyy vahva luontosuhde. Näiden lisäksi sosiaaliset taidot ja kyky yhteistyöhön kehittyvät ja samalla suhde luontoon kasvaa arvostukseksi luontoa itseään kohtaan ja haluksi suojella sitä. (Polvinen, ym. 2012, 59.)

Suomessa on luonto ja se on lähellä ihmistä. Tämä on jo itsessään eksoottista ihmisille, jotka tulevat kaukaa muista maista, keskeltä isoja kaupunkeja. Suomen luonto on jokaisena neljänä eri vuodenaikana erilainen, ja erilaisuutta voidaan käyttää vahvuutena luontomatkailua ja sen palvelujen kehittämiseen eri kulttuureja ajatellen (Hemmi 2005b, 11). Suomessa jokamiehenoikeus mahdollistaa jokaiselle liikkumisen luonnossa vapaasti riippumatta siitä, kuka sen omistaa (Metsähallitus 2021a). Suomalaiset ovat vuosien saatossa kasvaneet yhdessä luonnon kanssa, sisu ja periksiantamattomuus ovat yleisiä kuvauksia suomalaisista. Tämän mielikuvan käyttäminen suomalaisuuden ja suomen luonnon markkinoimisessa, on vahva vetovoimatekijä myös tällä palvelumuotoiluprosessilla luodun tuotteen myymisessä.

Saarinen & Järviluoma (2002) toteavat, että matkailun suunnittelussa ja kehittämistoiminnassa pitäisi pystyä ottamaan huomioon kestävän kehityksen periaatteet sen ollessa haastava ja pitkäjänteinen tavoite. Kestävä kehitys on varmasti myös asia minkä iskostaminen omaan toimintaan ja esimerkin kautta sen tuominen tämän tuotteen kohderyhmille on tapa, jolla voimme nostaa sen sanomaa muihin maihin ja kulttuureihin. Luonnon monimuotoisuus ja sen kestävyyden ylläpitäminen ympäri maapalloa on iso tavoite, joka lähtee pienistä teoista.

Tässä palvelumuotoiluprosessissa löydettiin vastauksia siihen mitä ulkomaiset ihmiset toivovat lomaltaan ja millaiset aktiviteetit voisivat menestyä. Koska mitään ei ole vielä testattu käytännössä, voidaan pohtia kuinka paikkaansa pitäviä olettamukset ovat. Tämä kuitenkin tiedetään ja voidaan sitä myöten ottaa huomioon, kun työtä jatkossa viedään eteenpäin. Asiakastutkimuksia oli runsaasti, ja niistä relevantin tiedon suodattaminen oli työlästä, mutta

asiakasprofiilien avulla kerätty tieto saatiin määriteltyä järkevästi. Tiedon paikkansa pitävyyttä täytyy vielä arvioida tuotteen testailun jälkeen, koska tutkimuksiin vastaukset oli kerätty aikuisilta. Aikuisten koettiin kuitenkin vaikuttavan lasten mieltymyksiin, joko suoraan tai epäsuorasti, joten toteamukset tehtiin näiden tutkimusten perusteella.

7.3 Johtopäätökset ja tulevaisuus

Tämän prosessin aihe nähdään edelleen potentiaaliseksi ja työtä tullaan jatkamaan tulevan kesän ja syksyn aikana. Toimeksiantaja on ollut tyytyväinen työn lopputulokseen ja löydettyyn asiakasymmärrykseen, mutta samalla molemmat osapuolet toteavat, että prosessi ei ole vielä valmis ja sitä jatketaan. Palvelumuotoiluprosessilla päästiin kuitenkin siihen pisteeseen, että on valmis pohja mitä lähteä jalkauttamaan käytännössä tuotteen testailuun. Lisäksi toimeksiantajalla on syksyllä alkamassa tutkinnonosa kansainvälisyyteen liittyen, jonka puitteissa testailua voidaan myös jatkaa.

Palvelumuotoilu on työkalu, jolla tätä prosessia voidaan jatkaa. Sen avulla voidaan luoda asiakaslähtöinen luontosuhdetta edistävä tuote, joka on lapsille ja nuorille suunnattu. Tällä tavoin voimme turvata luonnon ja parantaa lasten ja nuorten terveyttä. Lasten ja nuorten liikkuessa enemmän, vähennetään tuki ja liikuntaelinsairauksia vanhemmalla iällä. Luonnon hyvinvointivaikutusten avulla pelastetaan siis sekä ihmisiä, että luontoa. Maapallon ihmiset käyttävät noin seitsemässä kuukaudessa luonnonvarat, joiden pitäisi riittää koko vuodeksi.

Seuraavat askelmerkit tuotteen kehitykseen, on löytää kohderyhmiä kenen kanssa aktiviteetteja ja kokonaisuutta testailla. Prosessiin käytetyn ajan aikana olisi toki ehtinyt kokeilemaan aktiviteetteja käytännössä, mutta sopivaa asiakasryhmää ei saatu valjastettua käyttöön. Aktiviteeteille määriteltiin hinta ja sen kautta pystyttiin laskemaan leirikoulun vuorokausihinta. Palvelumuotoiluprosessin loppuvaiheessa hinnoittelu koko toimeksiantajan palvelukentällä meni kuitenkin uusiksi, josta syystä tähän työhön hinnoittelua ei ehditty päivittämään.

Lähteet

Aulio, O. 2006. Suuri retkeilykirja. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Business Finland a. Luontomatkailu. Luontoaktiviteetit osana luontomatkailua. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/luontomatkailu Luettu: 3.2.2021

Business Finland b. Foreign Overnights in Finland 2019. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/4958c7/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/2019-review---travel-in-finland.pdf Luettu: 12.2.2021.

Business Finland 2020c. Matkailun julkaisut. Oppaat, esitteet, tutkimukset, tilastot ja e-learningit. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/matkailun-julkaisut. Luettu: 2.4.2021

Finder. Suomen Urheiluopisto. Luettavissa: https://www.finder.fi/Urheiluopisto/Suomen+urheiluopisto/Vierum%C3%A4ki/yhteystiedot/122512. Luettu: 5.3.2020

Freudenschuss, A. 2020. Status and trends in European forests characterised by the updated pan-European indicators for sustainable forest management. Teoksessa Raši. R. (toim.) State of Europe's Forests 2020, 30–36. PDF-dokumentti. Luettavissa: https://foresteurope.org/wp-content/uploads/2016/08/SoEF_2020.pdf Luettu: 27.4.2022.

Hemmi, J. 2005a. Matkailu, ympäristö, luonto osa 1. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Hemmi, J. 2005b. Matkailu, ympäristö, luonto osa 2. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Hook, T., Aittokoski, V. 2019. Visit Finland – Vastuullisella matkailulla Suomi kohti kestävän matkailun kärkimaita. Luettavissa: https://www.hamk.fi/wp-content/uploads/2018/07/Aittokoski_Hook_Visit-Finland-Digitrail-H%C3%A4meenlinna-08052019-FINAL.pdf. Luettu 12.2.2021.

Malaska, P. 1996. Kestävä kehitys – raportti määritelmää pohtineen työryhmän keskusteluista. Luettavissa: https://kestavakehitys.fi/documents/2167391/2186383/Professori+Pentti+Malaskan+johtaman+ty%C3%B6ryhm%C3%A4n+laatima+muistio+kest%C3%A4v%C3%A4n+kehityksen+m%C3%A4%C3%A4ritelm%C3%A4st%C3%A4/28316bb9-f140-4560-bdf0-e6053e5bec16/Profes-

sori+Pentti+Malaskan+johtaman+ty%C3%B6ryhm%C3%A4n+laatima+muistio+kest%C3%A4v%C3%A4n+kehityksen+m%C3%A4%C3%A4ritelm%C3%A4st%C3%A4.pdf. Luettu: 13.2.2021.

Kaikkonen, K. 2007. Suomen Urheiluopisto 80 vuotta.

Konu, H. Tyrväinen, N. Pesonen, J. Tuulentie, S. Pasanen, K & Tuohino, A. 2017. Uutta liiketoimintaa kestävän luontomatkailun ja virkistyskäytön ympärille – Kirjallisuuskatsaus. Valtioneuvoston selvitys ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 45/2017. Valtioneuvoston kanslia.

Koivisto, M. Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Alma Talent. Helsinki.

Kuntaliitto 2021. Kuntien pinta-alat ja asukastiheydet. https://www.kuntaliitto.fi/tilastot-ja-julkaisut/kaupunkien-ja-kuntien-lukumaarat-ja-vaestotiedot/kuntien-pinta-alat-ja-asukastiheydet. Luettu 5.4.2022

Luonnontila 2014. Biodiversiteetti. Luettavissa: https://www.luonnontila.fi/fi/biodiversiteetti. Luettu: 4.2.2021.

Mattila, M. & Kallioniemi, K. 2020. Luontomatkailun vetovoima on puhtaassa luonnossa ja hiljaisuudessa. LAB Pro. Luettu: 19.2.2021. Luettavissa: https://www.labopen.fi/lab-pro/luontomatkailun-vetovoima-on-puhtaassa-luonnossa-ja-hiljaisuudessa/

Metsähallitus 2019. Z-sukupolvi ja luontoliikunta. Luettavissa: https://www.metsa.fi/z-sukupolvi-luontoliikunta. Luettu: 27.4.2022

Metsähallitus 2021a. Aloitteleva Retkeilijä. Luettavissa: https://www.luontoon.fi/retkeilynabc/aloittelevaretkeilija. Luettu: 21.2.2021

Metsähallitus 2021b. Jokamiehenoikeudet. Luettavissa: https://www.luontoon.fi/jokamiehenoikeudet. Luettu: 22.1.2021

Monsen, L. 2005. Eräretkeilijän kirja. Lars Monsen boksenteret Outdoors.

Moritz S. 2005. Service Design – Practical Access to Service Design. Köln International School of Design. Köln.

Paaskoski, L. & Roiko-Jokela, H. 2016. Monta hyvää metsästä. Teoksessa Kaljunen, A. (toim.) Vuosilusto 11. Metsä tekee hyvää. Tampere: Hermes, 5–9.

Polvinen, K., Pihlajamaa, J. ja Berg, P. 2012. Luonnosta hyvinvointia lapsille ja nuorille. Kuvauksia luonnon hyvinvointivaikutuksista, palveluista ja malleista 41 palveluiden kehittämiseen. Kansallinen hyvinvointiverkosto. PDF-dokumentti. Luettavissa: https://media.sitra.fi/2017/02/27174148/Luonnosta_hyvinvointia_lapsille_ja_nuorille2.pdf Luettu: 27.4.2022

Saaranen-Kauppinen, A & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Luettavissa: https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/. Luettu: 24.4.2022

Saarinen, J & Järviluoma J. 2002. Luonto matkailukohteena: virkistystä ja elämyksiä luonnosta. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 866.

Stickdorn, M., Lawrence, A., Hormess, M.E. & Schneider, J. 2018. This is service design doing: Applying service design thinking in the real world: a practitioners handbook. Sebastopool, CA: O´Reilly Media, inc.

Suomen Latu s.a. Jokamiehenoikeudet. Luettavissa: https://www.suomenlatu.fi/vaikuta/jokamiehenoikeudet-2.html. Luettu 6.4.2022

Suomen Leirikouluyhdistys s.a. Leirikoulukeskukset. Luettavissa: https://www.leirikoulula-hettilas.fi/fi/leirikoulukeskukset. Luettu 5.3.2020.

Tuulaniemi, J, 2011. Palvelumuotoilu. Talentum Media Oy. Hämeenlinna. E-kirja. Luettu 29.4.2022

Tyrväinen, L., Tuulentie, S. 2007. Luontomatkailun tutkimus laajenee, moninaisuus lisääntyy. http://www.metla.fi/julkaisut//workingpapers/2007/mwp052-02.pdf. Luettu: 13.2.2021

Urheiluopistot ry. Etusivu. Luettavissa: https://www.urheiluopistot.fi/etusivu. Luettu 5.3.2020.

Valtioneuvoston kanslia s.a. Mitä on kestävä kehitys? Luettavissa: https://kestavakehitys.fi/kestava-kehitys. Luettu: 13.2.2021.

Vanaken, G.J. & Danckaerts, M. 2018. Impact of green space exposure on children's and adolescents' mental health; a systematic review. – International Journal of Environmental Research and Public Health 15(12).

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. WSOY. Porvoo.

Vierumäki 2020a. Vierumäki-yhtiöt. Luettavissa: https://vierumaki.fi/vierumaki-yhtiot. Luettu: 5.3.2020.

Vierumäki 2020b. Vierumäki, strategia 2020–2025. Luettavissa: https://static3.vierumaki.fi/content/uploads/2020/06/VIERUM%C3%83%C2%84KI-STRATEGIA-2020-2025-23.6.2020.pdf. Luettu: 5.3.2020.

Vierumäki 2020c. Yhteystiedot. Luettavissa: https://vierumaki.fi/yhteystiedot. Luettu: 5.3.2020

Visit Finland 2020. Tunne asiakkaasi! Kohderyhmäopas matkailuyrityksille Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/4910e5/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/tunne_asiakkaasi_kohderyhmaopas-matkailuyrityksille_visit-finland.pdf. Luettu: 27.4.2022

Verp -varausjärjestelmä, Vierumäki. Luettu 25.2.2022

Ympäristöministeriö 2016. Jokamiehenoikeudet. Lainsäädäntöä ja käytäntöä. Luettavissa: https://www.ymparisto.fi/download/noname/%7B1A3F4736-3223-48E6-8FD0-A38CD8C8E544%7D/57648. Luettu: 6.4.2022

Liitteet

Liite 1. Tuotekortti asiakkaalle

Suomalainen eräkulttuuri

Suomen Urheiluopisto sijaitsee laajalla Vierumäenkankaan delta-alueella. Se on osa Toista Salpausselkää, joka kerrostui mannerjäätikön reunan eteen vajaa 12 000 vuotta sitten. Muun muassa Lemmenharjun luontopolku tarjoaa kulkijalleen yhden Salpausselkä Geoparkin viehättävimmistä kohteista. Reitti kulkee jyrkkärinteisten harjujen päällä ja ympäri kirkasvetisten pikkujärvien.

Tässä aktiviteetissa tutustutaan Vierumäen luontoon ja esitellään suomalaista eräilykulttuuria, sitä kuinka suomalaiset ovat selvinneet luonnossa vuosisatojen saatossa. Aktiviteetti alkaa Luontoliikuntakeskukselta, josta ryhmä ottaa mukaan tarvittavat välineet ja lähtevät suunnistamaan kohti Letturantaa. Tarvikkeet viedään paikoilleen, jonka jälkeen ryhmän kanssa lähdetään kiertämään Lemmenharjun luontopolkua. Matkalla esitellään luontoa, kerrotaan harjujen muodostumisista, millaisia järviä alueelta löytyy, ja jos vuodenaika on oikea, esitellään luonnosta löytyviä antimia. Kierros päättyy Letturantaan, jossa opetellaan retkeilyn kovia taitoja, kuten nuotion tekemistä ja siihen liittyviä asioita, sekä teltan pystytystä ja kuinka siellä yövytään. Lopuksi yhdessä pystytetyllä nuotiolla nautitaan lämmintä juotavaa ja mahdollisesti pientä välipalaa. Talvella liikkumisosuudet voidaan kiertää lumikengillä ja liukulumikengillä.

Suomalainen eräkulttuuri on matalan kynnyksen luontoliikuntaa, jossa käydään läpi perustaitoja ohjatusti. Mukaan tarvitaan kelin mukaista vaatetusta, sekä reipasta ulkoilumieltä.

Kesto	3 tuntia
Hinta	X
Ryhmän koko	10 + hlö
Hintaan sisältyy	Ohjaaja
	Lämmin juotava (mehu, kaakao tai kahvi)
	Välipala
	Välineet (retkeilytarvikkeet, lumikengät, liukulumikengät)
Lisäpalvelut	Päivällinen nuotiolla
Saatavilla	Ympäri vuoden
Palvelukielet	Suomi ja Englanti

Liite 2. Englanninkielinen tuotekortti

Finnish nature culture

The Sports institute of Finland is located in the large Vierumäki canvas delta area. It is a part of the second Salpausselkä, which has deposited in front of the edge of continental glacier nearly 12,000 years ago. For example Lemmenharju nature trail offers hikers one of the most attractive destinations of Salpausselkä Geopark. The route runs over steep ridges and around beautiful lakes with clear water.

In this activity we explore and get to know the nature in Vierumäki, and how Finnish people have survived in the nature during the centuries. The start of the activity is at the Outdoor Center of Vierumäki, where the group collects the essential equipment and heads out towards Letturanta. First the equipment is taken to Letturanta and from there the group starts the journey on the Lemmenharju nature trail. During the journey the guide shows the nature, tells how the ridges have formed and what kind of lakes there are. If the time of the year is right, the group also gets to know the food of nature. The tour end in Letturanta, where the group gets to learn essential camping skills such as, how to make a fire, how to build shelter and how to get nutrition vital to survive. Finally with the fire built together the group gets to enjoy warm drinks and some snacks. During winter time the journey can be done with snowshoes and backcountry skis.

The Finnish nature culture is a low threshold outdoor activity, where the basic skills are trained guidedly. You will need clothes according the weather and a brisk outdoor mind.

Duration	3 hours
Price	X
Group size	10 + persons
Including	Guide
	Warm drinks (juice, cocoa of coffee)
	Snacks
	Equipment (outdoor gear, snowshoes, backcountry skis)
Additional services	Dinner outside
Available	Year around
Service languages	Finnish & English

Liite 3. Aikatauluehdotelma kolmen vuorokauden toteutukseen

Päivä 1.

12.00 Saapuminen ja aloitus

13.00–14.00 Lounas

14.00–17.00 Flowpark

17.00–18.00 Päivällinen

Päivä 2.

8.00–9.00 Aamupala

9.00–12.00 Suomalainen eräkulttuuri

12.00–13.00 Lounas

13.00–17.00 Husky tarhaan tutustuminen

17.00- Päivällinen + Rantasauna

Päivä 3.

8.00–9.00 Aamupala

9.00–11.00 Hiihto

11.00–12.00 Lounas

12.00–16.00 Koulutukseen tutustuminen

17.00- Päivällinen + makkaranpaisto Letturannassa

Päivä 4.

8.00–9.00 Aamupala

9.00–11.00 Luistelu

11.00–12.00 Lounas ja lopetus

Liite 4. Aktiviteetit ja niiden sisällöt

- **Suomalainen eräkulttuuri**, jossa esitellään Vierumäen luontoa ja kuinka suomalaiset ovat vuosien saatossa selvinneet luonnossa ja ennen kaikkea luonnon kanssa. Ympäri vuoden toteutettavana, kolmen tunnin mittainen. Harjoitellaan retkeilyn perustaitoja, kuten puukon käyttöä, halon hakkuuta, nuotion sytyttämistä, teltan pystytystä ja kuinka teltassa yövytään. Salpausselkä geopark -retket, joita myös Vierumäellä toteutetaan tulevaisuudessa antavat tälle toteutukselle tarinallistamisen elementin. Geologisten maanmuodostuminen, ja Vierumäen historia on sekä opettavaista, että mielenkiintoista. Lasten kanssa toimiessa, pitää muistaa pitää sisältö sopivana, jotta mielekkyys säilyy.

- **Flowpark seikkailupuisto**, valmis elämyksellinen tuote, jossa yhdistyvät luonto, ekologisuus, elämyksellisyys ja itsensä ylittäminen. Keväällä, kesällä ja syksyllä toteutettavana, kahden – kolmen tunnin mittainen. Eläviin puihin rakennettuja seikkailuratoja, joissa asiakkaat pääsevät kiipeilemään turvallisesti aina 12 metrin korkeudessa.

- **Talvilajikokeiluina hiihto ja luistelu,** tutustuminen suomalaisiin perinnelajeihin. Hiihto talvella ja luistelu ympäri vuoden toteutettavana, kahden tunnin mittainen. Molemmissa aktiviteeteissa opetellaan perusteita ja pyritään tuottamaan onnistumisen kokemuksia, pystyssä pysymisen ja liikkumisen avulla.

- **Kesälajikokeiluna maastopyöräily ja sähkömaastopyöräily,** tutustuminen Vierumäen maastoihin isossa nosteessa olevan pyörämatkailun avulla, kahden tunnin mittainen. Aktiviteetissa esitellään käytettäviä pyöriä, kuinka ne toimivat ja miten niillä ajetaan. Lisäksi tehdään kevyt pyöräilylenkki sopivassa maastossa, jossa jokainen kykenee ajamaan.

- **Lumikenkäily ja liukulumikenkäily,** lumiseen vuodenaikaan tehtävä retki harjujen laella ja järven jäällä. Kuljetaan lumihangissa ja esitellään kuinka syvissäkin hangissa, voidaan liikkua kevyesti.

- **Husky tarhaan tutustuminen**, yhteistyössä Koirakikka huskypuiston kanssa tutustuminen heidän tilaansa, joka sijaitsee aivan Suomen Urheiluopiston lähettyvillä. Ympäri vuoden toteutettavana, kahden – kolmen tunnin mittainen. Aktiviteettiin kuuluu liikkumisen organisointi tarhalle ja takaisin, sekä paikan päällä mahdollisuus välipalaan.

- **Rantasauna + makkaranpaisto,** iltaohjelmana saunominen ja uinti Valkjärven rantasaunoilla sekä makkaranpaistoa.

- **Koulutukseen tutustuminen,** yhteistyössä Suomen Urheiluopiston opiskelijoiden kanssa tutustuminen millaista koulutusta suomalainen Urheiluopisto järjestää.