

TEEMAPOLKU SALPAUSSELÄN MAASTOON

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma
Elämymatkailu
Opinnäytetyö
Syksy 2008
Outi Karreinen
Virpi Räsänen

Lahden ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

KARREINEN, OUTI & RÄSÄNEN, VIRPI:

Teemapolku Salpausselän
maastoon

Luonto- ja elämysmatkailun opinnäytetyö, 35 sivua, 14 liitesivua

Syksy 2008

TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyö käsittelee toimeksiantoa, jonka tarkoituksena oli suunnitella uusi tuote T2 Elämyspalvelut yritykselle Lahden Suurmäen alueelle. Toimeksianto saatiin tammikuussa 2008 ja työn valmistumisajankohdaksi sovittiin syksy 2008. Kohderyhmäksi valittiin lahtelaiset lapsiperheet, joille suunniteltiin luontoon liittyvä teemapolku. Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä kaikkea tulee ottaa huomioon suunniteltaessa tuotetta lapsiperheille

Toiminnallinen opinnäytetyö koostuu kahdesta osasta. Työn teoriaosuudessa perehdyttiin luontomatkailuun, kohderyhmiin, tuotteistamiseen ja benchmarkingiin. Lisäksi teoriaosuudessa käytettiin aineistonkeruumenetelmänä puolistrukturoitua haastattelua, jotta tuotteelle saatiin asiakaslähtöisyyttä. Toiminnallisessa osuudessa suunniteltiin tuote. Tuotteistamisessa otettiin huomioon toimeksiantajan toiveet, jotta tuote palvelisi hänen tarpeitaan mahdollisimman hyvin.

Opinnäytetyön toiminnallinen osuus koostuu tuotekuvauksesta ja tuotteesta. Tuotekuvauksessa kerrotaan, kuinka tuote etenee ja millainen se on. Tuote toteutettiin vain suunnitteluun asti ja tästä on tuotoksena Hirkun luontopolku -tehtävävihko. Opinnäytetyön lopputulos on onnistunut, sillä tuotteesta tuli kohderyhmää palveleva, asiakaslähtöinen ja toimeksiantajan toiveiden mukainen.

Avainsanat: Tuotteistaminen, teemapolku, puolistrukturoitu haastattelu

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism and Hospitality

KARREINEN, OUTI & RÄSÄNEN, VIRPI:

Theme path in Salpausselkä
region

Thesis of Nature and Soft Adventure Tourism, 35 pages, 14 appendices

Autumn 2008

ABSTRACT

This thesis deals with an assignment that was to design a new product for a company called T2 Elämispalvelut in Lahti Suurmäki region. The commission was given in January 2008 and it was agreed to be completed in autumn 2008. Families with children living in Lahti city were chosen as a target group for the product, which was a nature theme path. The aim of this functional thesis was to find out what needs to be taken into consideration when planning a product for families with children.

This thesis consists of two parts. The theoretical part was familiarisation with nature tourism, target groups, product design and benchmarking. The theoretical part also included half structured interview, which gave customer-oriented aspect for the product. The functional part of the thesis was about the designing the product. The commissioners' wishes were taken into consideration so that the product would serve his needs.

The functional part consists of a description of the product and of the product itself. The description includes an explanation how the product goes on. The actual product was only carried out as a version of "Hirkun luontopolku" task booklet. In conclusion it can be said that the result of this thesis was successful in that the product turned out to be suitable for the target group, customer-oriented and serving commissioners' needs.

Key words: Product design, theme path, half structured interview

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet	2
1.2	Toimeksiantaja	4
1.3	Toimintaympäristö	4
2	LUONTO KUTSUU	5
2.1	Luontomatkailu	5
2.2	Ohjelmapalvelut	6
2.3	Ulkoilureitit	7
3	POLUNTALLAAJAT	8
3.1	Asiakaskohderyhmän valinta	8
3.2	Teemapolun asiakaskohderyhmä	8
3.3	Matkailijat Lahdessa ja Urheilukeskuksessa	9
4	POLUN VARRELLA	11
4.1	Tuotteistaminen ja tuotekehitys	11
4.2	Benchmarking	14
4.3	Benchmarking-kohteita	14
5	PUHETTA POLUSTA	17
5.1	Haastattelu aineistonkeruumenetelmänä	17
5.2	Haastattelun suunnittelu ja toteutus	18
5.3	Haastattelun tulokset	20
6	UUSI POLKU	23
6.1	Tuotteistamisen suunnittelu	23
6.2	Tuotteen toteutus	25

7	POLUN JÄLKEEN	26
7.1	Prosessin kuvaus ja tavoitteiden saavuttaminen	26
7.2	Jatkotoimenpiteitä	28
7.3	Arvioinnit	29
	LÄHTEET	31
	LIITTEET	36

Ulkona ja luonnossa tapahtuvat harrastukset ovat yleisiä suomalaisten keskuudessa. Tämä käy ilmi opetusministeriön vuonna 2006 teettämästä Kansallisesta liikuntatutkimuksesta. Tutkimuksesta selviää, että suomalaisten aikuisten (19 – 65-vuotiaiden) yleisin harrastus on kävelylenkkeily, jota harrastaa 1 840 000 henkilöä. Pyöräily on toisella sijalla 828 000 harrastajalla ja hiihto kolmantena noin 750 000 ihmisen liikuttajana. Juoksulenkkeily ja sauvakävely ovat sijoilla kuusi ja seitsemän. Saman tutkimuksen mukaan nuorten (3 – 18-vuotiaiden) yleisin harrastus on jalkapallo ja toisena on pyöräily. Nuorilla juoksulenkkeily on harrastuksena sijalla 5. ja kävelylenkkeily 8. (Kansallinen liikuntatutkimus 2006.)

Jopa 97 % suomalaisista sanoo harrastavansa ulkoilua viikoittain, suosituimpina lajeina kävely, uinti luonnon vesissä ja mökkeily. Suomalaiset ulkoilevat kotiensa lähiluonnossa. Yksi lähiulkoilukerta kestää 1,5 tuntia. Luontomatkoja tehdään kerran tai useammin vuodessa. Ne suuntautuvat pääasiassa mökeille ja valtion suojele-, monikäyttö- tai retkeilyalueille. Ulkoilu ja luontomatkailu koetaan virkistävänä ja hyvinvointia tuottavana. (Sievänen 2001, 1.)

Liikunta ja luonnossa liikkuminen kuuluvatkin suomalaisten elämäntapaan. Opinnäytetyön aihetta pohdittaessa tämä ajatus oli molemmilla tekijöillä mielessä. Toisena lähtökohtana opinnäytetyön tekemiselle on oma kiinnostuksemme luonto- ja elämysmatkailuun sekä ulkoilureitteihin. Syventävissä opinnoissa Luonto- ja elämysstuote -kurssilla toteutettiin reitti-inventointi, jossa tarkastelimme erilaisten maastojen käyttömahdollisuuksia ja opasteita sekä niiden toimivuutta. Kyseisen reitti-inventoinnin perusteella huomasimme, kuinka tärkeitä reitin käyttäjälle ovat selkeät viitoitukset ja karttamerkinnot. Konkreettinen eli toiminnallinen opinnäytetyö kiinnosti enemmän kuin tutkimuksellinen. Työn suunnittelun alkuvaiheessa saimme ehdotuksen toimeksiantajalta uuden tuotteen kehittämistä ja siihen tuiimme mielenkiinnolla.

Olemme tehneet tämän opinnäytetyön yhteistyössä toimeksiantajan kanssa. Toimeksiantaja on T2 Elämyspalvelut, joka järjestää ohjelmapalveluita yrityksille ja ryhmille. Yritys haluaa kehittää toimintaansa Lahden Suurmäen alueella. Yrittäjä kertoi haastattelussa haluavansa asiakkaikseen enemmän lapsiperheitä ja uusia tuotteita Lahden Suurmäen alueelle. Kumpikin meistä on ollut töissä ohjelmapalveluita tuottavassa yrityksessä, mutta itse tuotteen suunnittelusta kummallakaan ei aiempaa ole kokemusta. Olemme halunneet kehittää omaa osaamistamme suunnittelemalla tuotteen lapsiperheille Salpausselän maastoon Suurmäen alueen läheisyyteen. Opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa esitimme toimeksiantajalle ehdotuksen, jonka mukaan suunnittelisimme Suurmäen alueelle luontoaiheisen teemapolun.

Opinnäytetyön johdannossa esittelemme työn tavoitteet, toimeksiantajan ja toimintaympäristön. Tämän jälkeen kerromme viitekehyksessä luontomatkailusta, ulkoilureiteistä, ohjelmapalveluista, kohderyhmästä sekä tuotteistamisesta ja benchmarkingista. Teemapolun suunnittelua varten olemme keränneet lisää tietoa puolistrukturoidun haastattelun avulla, jonka tuloksista ja johtopäätöksistä kerromme luvussa viisi. Uuden teemapolun esittelemme viitekehyksen sekä haastattelujen antamien tietojen pohjalta luvussa kuusi. Johtopäätöksissä kerromme työn onnistumisesta ja mahdollisista jatkotoimenpiteistä.

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Tässä työssä Salpausselän alueella tarkoitetaan Salpausselän hiihto- ja lenkkipolkuja sekä metsäalueita. Urheilukeskus käsittää yleisurheilu- ja jalkapallostadionin, maauimalan, ravintola Voiton ja Hiihtomuseon edustan ja parkkipaikan, sekä lisäksi mäkimontun ja katsomoalueet. Suurmäen alue tarkoittaa aluetta hyppymäkien juurella. Karpalomäen alueella tarkoitetaan pienempiä hyppymäkiä ravintola Voiton pohjoispuolella.

Toimeksiantajan toiveiden mukaisesti suunnittelemme Suurmäen alueelle uuden tuotteen, joka ei vaadi suuria investointeja eikä henkilöresursseja. Toimeksiantaja ei halua rakentaa alueelle uusia kiinteitä rakennelmia, sillä hänen mielestään Lahden seudulla tehdään ilkeävaltaa valvomattomille kohteille. Toimeksiantajalla ei ole tuotetta lapsiperheille ja siksi hän haluaa meidän suunnittelevan uuden tuotteen tälle kohderyhmälle.

Alueen maasto on kohtalaisen vaativa, joten se ei sovi liikuntarajoitteisille. Teemapolku on suunniteltu kevät-, kesä- ja syyskuukausille. Talvella lumi tukkii polun ja polku kulkisi hiihtolatuksen yli. Tarkoituksena ei ole sitoa henkilöstöä polun huoltamiseen. Näiden rajausten ja toimeksiantajan toiveiden perusteella päätimme suunnitella alueelle teemapolun perheille, joissa on 5-8 -vuotiaita lapsia. Tämänikäisten lasten kiinnostukset ovat suhteellisen samanlaisia, ja he pystyvät kulkemaan teemapolun maastossa (Kuivalainen 2008).

Suurmäen läheisyydessä on paljon valmiita polkuja. Siellä on myös Teivaanmäen luontopolku. Alueella olevaan opastauluun on merkitty kyseinen luontopolku ja siihen kuuluvat rastipisteet, mutta rastipisteitä ei löydy maastosta. Suunnittelemasamme teemapolussa olemme käyttäneet osittain Teivaanmäen luontopolun reittiä ja lisäksi muita valmiita polkuja. Tämä on helpottanut tuotteen suunnittelua ja mahdollista toteutusta. Se myös säästää ympäristöä, koska uusia reittejä ei tarvitse tehdä.

Tuotteen käytännön toteutus ja testaus vaativat taloudellisia resursseja, joita emme saaneet. Niinpä tässä opinnäytetyössä toteutamme tuotteistamista vain suunniteluun asti. Tuotteen testaus, markkinointistrategia, liiketoiminta-analyysi sekä kaupallistaminen rajataan opinnäytetyön ulkopuolelle. Tässä opinnäytetyössä teemapolulle ei tehdä erikseen turvallisuussuunnitelmaa.

Opinnäytetyössämme pohdimme seuraavia asioita:

- tuotteistamisen vaiheet ja tuotekehityksen merkitys
- toimintaympäristön huomiointi tuotteen sisältöön ja rakenteeseen

1.2 Toimeksiantaja

T2 Elämyspalvelut on hollolalainen ohjelmapalveluyritys, joka on erikoistunut il-lanvietto- ja virkistyspalveluihin. T2 Elämyspalvelut -yrityksen omistaa Antti Inki-nen. Yritys työllistää ympärivuotisesti yhden henkilön, mutta palkkaa tarvittaessa lisätyövoimaa. Kesäisin matkailupalvelut Suurmäen alueella hoidetaan kuuden hen-kilön voimin. T2 Elämyspalvelulla on yleensä keväällä ja kesällä harjoittelijoita. Lisäksi yritykseen on aikaisemminkin tehty opinnäytetyö, jonka aihe on Lahden urheilukeskuksen kävijätutkimus. (Inkinen 2008.)

Yrittäjällä on liikunnanohjaajan koulutus ja hän on innostunut kiipeilyn harrastaja. Hänen kiinnostuksensa urheiluun, ihmisten hyvinvointiin ja kiipeilyyn näkyvät T2 Elämyspalvelujen tuotteissa. T2 Elämyspalvelut tarjoaa erilaisia valmiita tuotteita lähinnä virkistys- tai polttaripäiviksi. Myös tuotteiden räätälöinti asiakkaan toivei-den mukaiseksi onnistuu. Tuotteet liittyvät lähinnä kiipeilyyn ja itsensä voittami-seen. Itsensä voittaminen tuo useimmiten juuri sen elämyksen, mitä haetaan. (Inki-nen 2008.)

T2 Elämyspalveluiden pääasialliset toimintakohteet ovat Pajulahden Urheilukeskus Nastolassa sekä Suurmäen alue. Kesäisin T2 Elämyspalvelut hoitaa Lahden Suur-mäen matkailupalvelua. Tähän palveluun sisältyy kyyti tuolihissillä mäkimontusta Suurmäen juurelle ja sisäänpääsy näköalatorniin. Suurmäen alue on suosittu kohde keskieurooppalaisten matkailijoiden keskuudessa. (Inkinen 2008.)

1.3 Toimintaympäristö

Salpausselkä muodostui, kun noin 12 500 vuotta sitten mannerjäätikkö jäi 200 vuodeksi paikalleen ilmaston kylmenemisen takia, jolloin jään alle jäi moreenia ja sulamisvesi kuljetti harjuainesta moreenin päälle (Lahden seudun ympäristöpalvelut 2006). Salpausselkä on Lahden seudun tunnetuimpia maamerkkejä, ja urheilukes-kuksessa on paljon erilaisia liikuntamahdollisuuksia. Harjujen alueella on

myös kattava ulkoilu-, hiihto- ja maastopyöräilyreitistö. Urheilukeskuksen alueelta löytyy myös palveluja matkailijoille. Siellä toimivat ravintola Voitto, Hiihtomuseo ja matkamuiستomyymälä. (Lahti Travel 2008.)

Olemme suunnitelleet teemapolun Teivaanmäelle, Suurmäen alueen välittömään läheisyyteen. Teemapolun varrella on mm. Häränsilmä ja näköalapaikka, josta aukeaa näkymä Vesijärvelle. Häränsilmä on jääkauden aikainen suppalampi, joka syntyi, kun suuri jäälohkare hautautui maakerrosten sisään ja sulii ajan myötä. Lampi muodostui, kun pohjalle kertyi vettä läpäisemättömiä aineksia. Luonnollisen soistumisen ja umpeenkasvun seurauksena lammen pinta-ala on kutistunut hehtaarista 0,2 hehtaariin. Lampi on pyöreä ja kirkasvetinen. Sitä ympäröi tuuhea kuusimetsä ja monipuolinen kasvillisuus. Häränsilmän alue rauhoitettiin vuonna 1983 ja se on yksi Lahden seudun monista luonnonsuojelualueista. Luonnonsuojelualueiden tarkoituksena on säilyttää luonnon monimuotoisuutta ja erityispiirteitä. (Lahden seudun ympäristöpalvelut 2006; Hämeen ympäristökeskus 2005.)

2 LUONTO KUTSUU

2.1 Luontomatkailu

Luontomatkailun käsitettä määriteltäessä on pidettävä mielessä, että luonto muodostaa matkailun peruselementin, mutta luonnonsuojelu tai ekomatkailu ei ole yhtä kuin luontomatkailu. Luontomatkailu suuntautuu alueille, jonka luonnolla on jotain kiinnostavaa tarjottavaa. Mitä enemmän tällaista aluetta kaupallistetaan, sitä enemmän aluetta myös kuormitetaan. Erämatkailu on erämaihin kohdistuvaa luontomatkailua. Myös luontoliikunta, elämysmatkailu ja seikkailumatkailu voivat tapahtua luonnossa ja siten olla luontomatkailua. (Hemmi 1995, 19.)

Luontomatkailussa suositaan aktiviteetteja, jotka kuormittavat luontoa mahdollisimman vähän. Tarkoituksena on säilyttää ympäristö luonnontilaisena, vaikka siihen kohdistetaan matkailua. Vastuu jää myös aktiviteettien tarjoajille. Luontomatkailu

mielletään ympäristövastuulliseksi, kun matkailun kehittämistavoitteet ja ympäristönsuojeluperiaatteet toimivat yhdessä. (Hemmi 1995, 18–19.) Esimerkki luontomatkailuyrittäjien vaikuttamisesta ympäristöön löytyy Haapasaaren, Hyytisen ja Kuusinivan tutkimuksesta, joka tehtiin Pyhä-Luoston kansallispuiston alueelle 2006. Tutkimuksen johtopäätöksistä käy ilmi, että yrittäjät tiedostavat kestävä matkailun periaatteita. He ottavat toiminnassaan huomioon luonnon ja ympäristön, vaikka asiakkaat eivät sitä erityisesti vaadi. (Haapasaari, Hyytinen & Kuusiniva 2006, 25–26, 51–52.)

2.2 Ohjelmapalvelut

Ohjelmapalvelut ovat matkailijalle lisäarvoa tuovia palveluja. Pelkkä majoitus- tai ravintolapalvelu ei nykyään enää riitä asiakkaille, vaan he kaipaavat vierailulle jonkin tarkoituksen. Ohjelmapalvelu voi olla elämyskokonaisuuden rakentaminen tai vaikka yksinkertainen koiravaljakkoajo. Toteuttajina ovat kunnat, valtio tai yrittäjät. World Tourism Organization eli WTO luokittelee ohjelmapalveluja seuraavasti: vesi- ja ranta-aktiviteetit, talviaktiviteetit, luontomatkailu ja luonnon tarkkailu, sosiaalinen elämä ja kilpailut sekä kulttuuri, taiteet ja käsityöt. Ohjelmapalvelut kattavat siis monipuolisesti sekä passiivista että aktiivista toimintaa. (Brännare, Kairamo, Kulusjärvi & Matero 2005, 233.)

Suomen olosuhteissa ohjelmapalvelut rakentuvat usein luonnon ympärille. Perusolettamuksena on luonnon puhtaus ja hiljaisuus, jotka koetaan vetovoimatekijöinä. Suomessa on selkeästi toisistaan erottuvat vuodenaajat. Ohjelmapalvelut rakennetaan yleensä juuri vuodenaikoihin liittyviin sesonkeihin, ja ne vaihtelevat lumiaktiviteeteista muuttolintujen tarkkailuun. Tietyt ohjelmapalvelut toimivat vain tiettyinä aikoina, kuten esimerkiksi ruskaan liittyvät tuotteet. Lisäksi on olemassa erilaisia kiinnostuksen kohteita, joita voidaan käyttää ympäri vuoden. Tällainen on esimerkiksi kalastus. (Brännare ym. 2005, 233–235.)

2.3 Ulkoilureitit

Luonnossa tapahtuvaa liikkumista voidaan toteuttaa erilaisilla ulkoilureiteillä (Kopperoinen 2002, 150). Ulkoilureitti on ulkona tapahtuvaa liikkumista varten tehty väylä, joka on merkitty kartalle ja maastoon. Reitin pituus ja käyttötarkoitukset vaihtelevat paljon: niillä voidaan harrastaa mm. kävelyä, hiihtoa, pyöräilyä ja ratsastusta. Reittiä voidaan käyttää myös muuhun tarkoitukseen, kuten marjastukseen ja sienestykseen, luontovalokuvaukseen tai työmatkaliikenteeseen. (Karjalainen & Verhe 1995, 25.)

Reitin pituudesta riippuen sen yhteyteen voidaan liittää erilaisia palveluja. Ulkoilureitin liitännäisalueet tarjoavat levähdys-, tauko- ja yöpymispaikkoja. Lisäksi ulkoilureittiin voi liittyä tukipalveluja. Nämä tukipalvelut eivät kuulu reitin ylläpitäjälle, vaan esimerkiksi majoituspalvelut tai ulkoilukeskus ovat ulkopuolisten ylläpitämiä. (Karjalainen & Verhe 1995, 25.)

Ulkoilureittejä voidaan luokitella eri tavoin. Kulkutavan mukaan reitit voidaan jakaa esimerkiksi patikointi-, moottorikelkkailu-, juoksu-, hiihto-, pyöräily-, ratsastus- sekä vesiretkeilyreitteihin. Yhdellä reitillä voidaan käyttää useaa eri kulkutapaa. Toisaalta jotkut kulkutavat, kuten ratsastus ja vesiretkeily, vaativat omat erilliset reitit. (Karjalainen & Verhe 1995, 26.)

Reitin pituuden mukaan määritetään se, kuinka laajalla alueella ulkoilureitti kulkee. Paikalliset reitit kulkevat yhden tai kahden kunnan alueella ja seudulliset reitit taas laajemmalla. Kansainväliset ulkoilureitit kulkevat eri valtioiden alueilla. Vastaavanlaiseen jaotteluun voidaan päätyä myös käyttäjäpohjan perusteella. Tarkastelussa on tällöin sen alueen laajuus, josta ulkoilureitin käyttäjät tulevat. Edellä mainittujen seikkojen lisäksi ulkoilureittejä voidaan jaotella myös niiden teeman perusteella. Tästä ovat esimerkkinä luontopolut, joki- ja kulttuurireitit. (Karjalainen & Verhe 1995, 26.)

3 POLUNTALLAAJAT

3.1 Asiakaskohderyhmän valinta

Asiakaskohderyhmästä käytetään myös nimeä segmentti. Segmentillä tarkoitetaan sellaista asiakasryhmää, jolla on samankaltaisia tarpeita. Segmentointi on prosessi, jossa etsitään ja valitaan asiakasryhmiä. (Bergström & Leppänen 2001, 52.) Ropen mukaan asiakaskohderyhmän valinta on tärkeää tuotteen suunnittelussa sekä markkinoinnissa, jotta tuotteesta tulee asiakasryhmän toiveita vastaava (Rope 2005, 153–154).

Segmentoinnin lähtökohtana on määrittää asiakkaiden tarpeet ja ostokäyttäytymisen. Näiden tietojen perusteella yritys voi paremmin suunnitella kohderyhmälleen sopivia tuotteita sekä palveluja. (Albanese & Boedeker 2002, 134.) Segmentoinnin tarkoituksena on myös löytää yrityksen resursseihin ja osaamiseen liittyvät parhaimmat kohderyhmät, jotka tuottavat parhaimmat liiketaloudelliset tulokset. Kohdistettaessa tarjonta tietyille rajatulle kohderyhmälle on tulos yleensä parempi kuin kaikille mahdollisille asiakkaille suunnattu tuote. Hyvän segmentoinnin peruspiirteiksi on otettava asiakaskohderyhmän ominaispiirteet, sen odotukset ja toiveet. (Rope 2005, 153–154.)

Puustisen ja Rouhaisen (2007, 172) mielestä kohderyhmän tärkeimpiä valintaperusteita ovat sen koko ja houkuttelevuus. Myös tulevaisuuden näkymät, kilpailutilanteet markkinoilla sekä yrityksen tavoitteet tarkentavat kohderyhmää. Tärkein tekijä segmenttiä valittaessa on tietenkin kohderyhmän ostovoima.

3.2 Teemapolun asiakaskohderyhmä

Teemapolun asiakaskohderyhmäksi on valittu lahtelaiset 5–8-vuotiaat lapset ja heidän perheensä. Tämä oli toimeksiantajan toive. Tilastotietoihin perustuen tämä kohderyhmä kasvaa lähitulevaisuudessa, sillä Lahden kaupungin väkiluku on kasvanut 1990-luvun alusta ja kasvun arvioidaan jatkuvan positiivisena. Lahden

ikä rakenne-ennusteen mukaan 0–6-vuotiaiden lasten osuus kasvaa vuosina 2010–2040. Salpausselän tuntumassa asuu noin 40 000 henkeä, ja Lahden kaupungin alueista Ankkuri ja Kärpänen ovat syntyvyys- ja muuttovoittotilastoissa kärkisijoilla (Lahden väestömuutokset 2007, 2008, 3, 7, 13–14, 24.)

Kohderyhmän edustajat asuvat riittävän lähellä saavuttaakseen alueen sekä tuotteen helposti. Lahden kartasta nähdään, että Salpausselkä sijoittuu kaupungin asuinalueiden keskelle tuoden metsäluonnon ihmisten saataville (Lahden kaupunki 2008). Tiheään asutut kaupunginosat luovat hyvän perustan valitulle kohderyhmälle. Kaupungeissa ja lähiöissä asuvat ihmiset tekevät muutaman tunnin päiväretkiä alle 10 kilometrin päässä sijaitseviin kohteisiin. (Baud-Bowy & Lawson 2000, 2–3.)

Kohderymänä lapset asettavat vaatimuksia tuotteen suunnitteluun. Lapsille liikuminen ja leikki ovat tapoja kokea ja ilmaista itseään. Ne ovat myös keinoja oppia asioita omasta kehosta ja ympäröivästä maailmasta. (Zimmer 2002, 14–15.) Luontainen kiinnostus ympäristöön ja luontoon tulevat esille myös Joensuun seurakuntayhtymän lastenohjaajan haastattelussa (Kuivalainen 2008). Kuivalaisen mukaan jo viisivuotias lapsi jaksaa kulkea reilusti yli kilometrin mittaisen reitin. On kuitenkin varmistettava, että maasto on kulkukelpoinen ja että lapsen mielenkiintoa pidetään yllä koko matkan ajan. Erilaiset toiminnalliset rastit sekä asioiden ja ilmiöiden selittäminen, ovat keinoja mielenkiinnon säilymiseen.

3.3 Matkailijat Lahdessa ja Urheilukeskuksessa

Lahti Travel Oy:n mukaan Lahdessa rekisteröitiin vuonna 2007 eri majoitusliikkeissä yhteensä 222 900 yöpymistä, joista kotimaasta oli 156 700 ja ulkomailta 66 200 yöpymistä. Ulkomaalaisista matkailijoista venäläisiä yöpyi Lahdessa eniten (17 200) ja saksalaisia toiseksi eniten (10 400). (Lahti Travel Oy 2007.)

Lahdessa yöpyjät voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään: 52,6 % oli työmatkailijoita, 44,5 % oli vapaa-aikamatkailijoita ja loput kertoivat yöpymisen syyksi jonkin muun asian. Lahden majoitusliikkeissä kesäkuukaudet ovat vilkkainta aikaa. Silloin päästään lähelle 25 000 yöpymisen määrää. Myös maaliskuussa on joka vuosi paljon matkailijoiden yöpymisiä, johtuen suurelta osin Salpausselän kisoista. Joului-, tammi-, huhti- ja toukokuu ovat yöpymisten osalta hiljaisimmat kuukaudet. Lahti Travel Oy:n tiedotteen mukaan matkailu ja yöpymisten määrä Lahdessa ovat kasvussa. (Lahti Travel Oy 2007.)

Petri Moilasan (2007, 97) opinnäytetyönään tekemän Urheilukeskuksen kävijätutkimuksen mukaan alue on kesäisin perhelomakohde ja siellä suurin osa liikkuu perheen tai ystävien kanssa. Moilanen esittää tuloksissaan, että Urheilukeskuksen alueella suomalaisista seurueista 59 % oli liikkeellä oman perheen kanssa ja ulkomaalaisista 69 % (Moilanen 2007, 65).

Moilanen (2007, 67–72, 98) esittää tutkimustuloksissaan ulkomaalaisten Urheilukeskuksessa kävijöiden olevan halukkaampia tutustumaan alueen luontoon. Ulkomaalaisista 25 % aikoi vierailla alueen ulkoilureiteillä, kun vastaava luku suomalaisilla oli vain 11 %. Samoin Karpalonmäen alue kiinnosti 18:aa % ulkomaalaisista vastaajista ja suomalaisista vain kolmea prosenttia.

Nämä tiedot kertovat Lahden alueen nykyisestä matkailijatilanteesta. Vaikka ne eivät varsinaisesti tue valitsemaamme kohderyhmään, voidaan tiedoista hyötyä jatkossa. Näiden tietojen perusteella voidaan toiseksi kohderyhmäksi määritellä ulkomaalaiset lapsiperheet. Suurimpina kohderyhminä olivat selkeästi venäläiset ja saksalaiset, joten tuotteen ohjeistus ja materiaalit voitaisiin kääntää heidän kielilleen. On myös mahdollista, että tuotteesta muokattaisiin erilainen versio ulkomaalaisia kohderyhmiä varten.

4 POLUN VARRELLA

4.1 Tuotteistaminen ja tuotekehitys

Komppulan ja Boxbergin (2002, 93) mukaan tuotteistaminen perustuu siihen, että jossakin kohteessa on erilaisia vetovoimatekijöitä, joiden tarjoamat mahdollisuudet muokataan tuotteeksi. Kohde voi olla mikä tahansa paikka, johon voi liittää tarinan. Kohteella tulee kuitenkin olla historiallista tai jotakin muuta arvoa, joka luo perustaa uudelle matkailutuotteelle. Tällaisen tuotteen tulee luoda asiakkaille elämyksiä ja sillä pitää olla tuottava ydin sekä hinta.

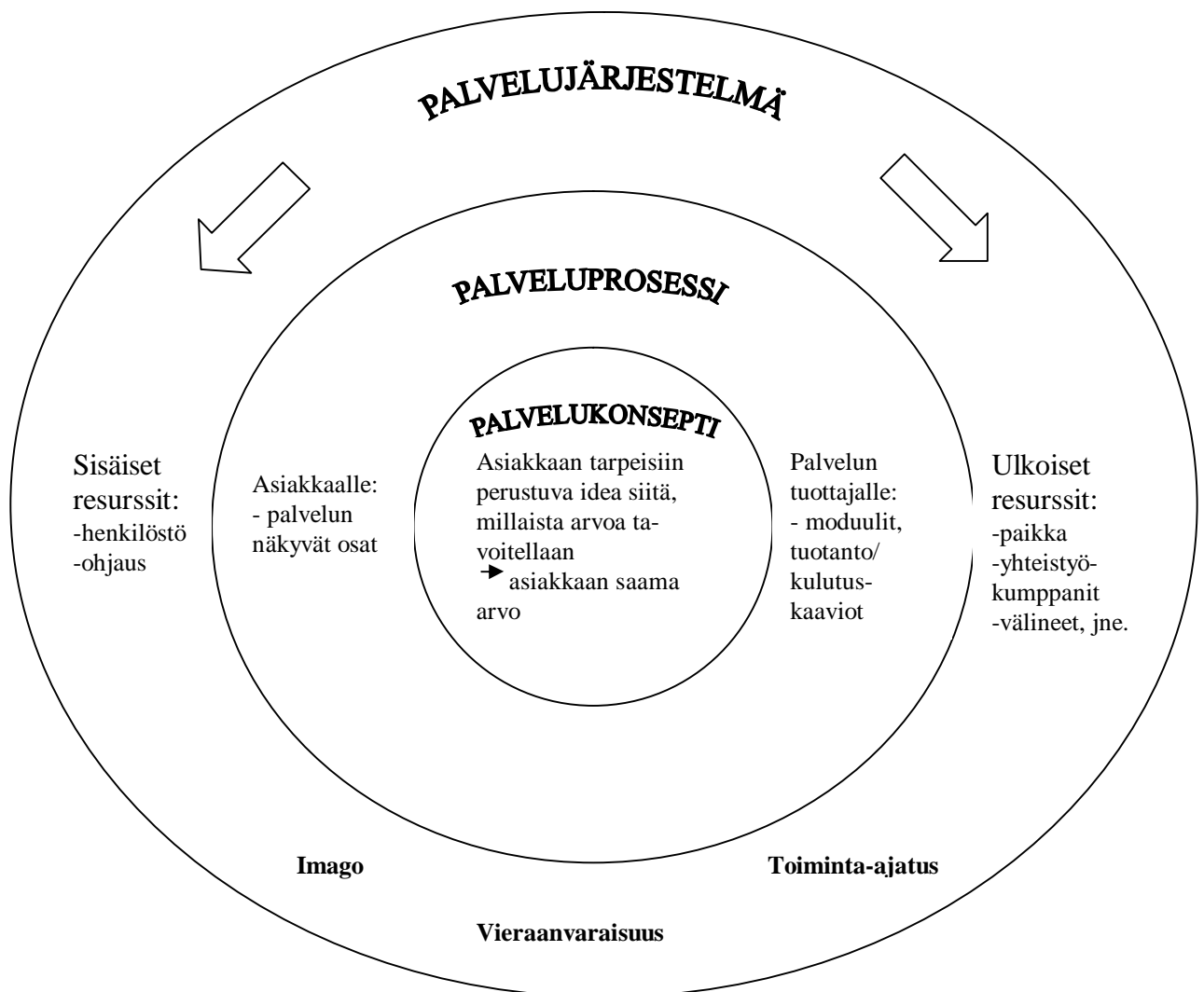
Lahden Suurmäen alue ja Salpausselän maastot ovat tunnettuja alueita historiallisesti ja urheilullisesti. Tällä alueella on useita vetovoimatekijöitä, kuten kansainvälisiä urheilutapahtumia, hyppyrimäet, stadion, hiihtomuseo ja ravintola. Näiden ympärille on rakennettu tuotteita ja tapahtumia. (Lahti Travel 2008.)

Kuluttajat odottavat nykyään uusia tuotteita markkinoille ja erilaisten luonto- ja teemapolkujen suosio on kasvamassa. Luonnontilaiset alueet ovat edelleen suosituimpia matkakohteita. Tuotetta suunniteltaessa on otettava huomioon alueen kantokyky. Sitä ei pidä ylittää; muuten alueen luonto ja kulttuuri kärsivät ja matkailijoiden kokemusten laatu huononee. (Borg, Kivi & Partti 2002, 73, 75.)

Borg ym. (2002, 123) esittävät teoksessaan Smithin matkailutuotteen teoreettisen mallin, jossa matkailukohteen sijainti muodostaa tuotteen ytimen. Muut tuotteen kerrokset lähenevät aina matkailijaa ulommalle kerrokselle mentäessä. Muita asioita mallissa ovat palvelu, valinnan mahdollisuus sekä asiakkaan oma sitoutuminen tuotteeseen. Tämä malli on tuottaja- ja resurssilähtöinen, joten lisäksi on huomioitava myös asiakkaan näkökulma, motivaatio sekä tarpeet tuotteeseen.

Komppula esittelee artikkelissaan Luontoelämys matkailutuotteeksi – markkinoinnin näkökulma tuotekehitykseen (2002) Wilhelmssonin ja Edwardsonin (1994) ja Wilhelmssonin ja Olssonin (1999) tuotteistamismallit. He määrittelevät

asiakslähtöistä matkailutuotetta jakamalla sen kolmeen osaan. Nämä osat ovat perusedellytyksiä, joita vaaditaan matkailutuotteen syntymiselle. Lähtökohtana ovat asiakkaan arvot, jotka määrittävät tuotteen ytimen. Ydin, eli palvelukonsepti, kertoo millaisia sisäisiä toimintoja yritykseltä vaaditaan asiakkaan arvojen saavuttamiseksi. Seuraava kehä on palveluprosessin kuvaus. Se kertoo yrityksen sisällä toiminnoista, jotka liittyvät tuotteen toteutumiseen. Nämä toiminnot eivät välttämättä näy asiakkaalle. Palveluprosessin kuvaus näkyy asiakkaalle matkailutuotteen kuvauksena esimerkiksi mainoksessa. Kolmannen kehän palvelujärjestelmä kuvaa itse toimintaympäristöä, jossa kaksi edellistä kehää toteutetaan käytännössä. Palvelujärjestelmässä vaikuttavat yrityksen sisäiset ja ulkoiset resurssit, imago, vieraanvaraisuus ja toiminta-ajatus. (Kuvio 1.) (Komppula 2002, 50–51.)



KUVIO 1. Asiakslähtöisen matkailutuotteen edellytykset (Komppula 2002, 51)

Suomen Ladun 2005 järjestämässä Hyvinvointia ulkoilusta Ulkoilukonferenssissa puhui kauppa- ja teollisuusministeriön kansliapäällikkö Erkki Virtanen. Hänen mielestään lähtökohtana uudelle tuotteelle on aina asiakas. Virtasen mielestä luonto tulee olemaan Suomen matkailun avain, koska se on meillä ainutlaatuinen. Virtanen uskoo luontomatkailun kasvavan voimakkaasti, kunhan tuote vain on kunnossa. (Collin 2005, 9.) Myös Borgin ym. (2002, 134) mukaan uuden tuotteen suunnittelu lähtee aina ideasta, jonka lähtökohtana ovat asiakkaiden toiveet sekä odotukset. Tämän jälkeen valitaan toteuttamiskelpoisimmat ideat ja muokataan ne tuotteeksi. Suunnitteluprosessin jälkeen tuote testataan ja sille mietitään markkinointistrategia sekä liiketoiminta-analyysi. Siinä arvioidaan tuotteen myynti, kulut ja tuotot. Näiden toimenpiteiden jälkeen tuotetta kehitetään kustannustehokkaammaksi, sen myyntimenestystä arvioidaan markkinointitestauksella ja lopuksi tuote kaupallistetaan.

Jokainen matkailuyritys tarvitsee tuotekehitystä. Syitä voivat olla myynnin kasvattaminen, markkinatilanteen muutos, asiakkaiden kulutustottumukset tai kilpailutilanne. (Komppula & Boxberg 2002, 94.) Komppulan ja Boxbergin (2002, 97) mielestä tuotekehityksen tulisi perustua tutkittuun tietoon ja olla siten asiakas- ja markkinalähtöistä. Myös Borg ym. (2002, 121) ovat samaa mieltä Komppulan ja Boxbergin kanssa. Pelkät yrityksen omat mieltymykset eivät välttämättä riitä tuotteen menestykseen ja kannattavuuteen. On kuunneltava asiakkaan toiveita ja pyrittävä toteuttamaan niitä.

Tässä työssä käytimme tuotteen suunnittelussa Komppulan ja Boxbergin tuotekehitysmallia sekä Smithin matkailutuotteen teoreettista mallia. Niissä on lähtökohtana tuotteen sijainti sekä tuottaja- ja resurssilähtöisyys. Mielestämme Salpausselällä luonnon vetovoimatekijöitä ovat Häränsilmän luonnonsuojelualue, jääkauteiset pinnanmuodot ja erilaiset ulkoilureitit.

4.2 Benchmarking

Benchmarkingin tarkoituksena on kehittää yrityksen tuottavuutta, toimintaa ja laatua vertaamalla sitä muihin yrityksiin. Sen avulla pyritään löytämään omalle yritykselle toimivimmat ja parhaimmat mahdolliset toimintatavat sekä menetelmät. (Neilimo & Uusi-Rauva 2001, 291; Laurent, 2006, 86–87.) Benchmarking on prosessi, johon kuuluu vertailtavien prosessien tunnistaminen, benchmarking-kumppaneiden etsintä ja valinta, tietojen kerääminen ja niiden analysointi sekä lopuksi tulosten analysointi. Benchmarkingia voidaan toteuttaa kolmesta eri näkökohdasta, jotka ovat toiminnallinen, ulkoinen ja sisäinen benchmarking. (Lecklin 2002, 182, 185.)

Toiminnallisessa benchmarkingissa parasta osaamista etsitään muilta toimialoilta. Ulkoisessa benchmarkingissa vertaillaan oman yrityksen toimintoja muihin alan yrityksiin ja kilpailijoihin. Perimmäisenä tarkoituksena on löytää ne kohdat, joissa yritys on kilpailijaansa heikompi. Tällöin saadaan arvokasta tietoa siitä, miten oman yrityksen toimintaa voidaan kehittää. (Lecklin 2002, 183–184.) Sisäisessä benchmarkingissa verrataan yrityksen sisällä eri yksiköiden välillä olevia eroja (Neilimo & Uusi-Rauva 2001, 291). Siinä tietojen keruu on helppoa ja se voi toimia toiminnan kehittämisen kiihdyttäjänä (Alhola & Lauslahti 2003, 341).

4.3 Benchmarking-kohteita

Tässä opinnäytetyössä käytimme ulkoista benchmarkingia. Haimme internetistä benchmarking-kohteita lapsille suunnatuista luonto- ja teemapoluista sekä tapahtumista. Lisäksi tutustuimme Helmipankin ja Päijät-Hämeen Liikunta ja Urheilu Ry:n järjestämään Helmipankin Peikkopäivään. Internetissä käytimme hakusanoina ”luontopolku” sekä ”luonto lapset”. Tutustuimme näistä saatuihin linkkeihin ja valitsimme niistä neljä tähän työhön parhaiten sopivaa. Tiesimme entuudestaan Suomen Ladun kehittämän Metsämörri-toiminnan ja Helsingin kaupungin Viikarien Viikin.

Luonto-Liiton Karpalo on monipuolinen opas aloittavalle luontoharrastajalle. Se sisältää erillisen ohjaajan oppaan, luontopolun sekä lapsille kunniakirjan ja karpalomerkin. Ohjaajan oppaassa on jaettu tehtäviä erilaisten teemojen alle, joihin liittyy tietoiskuja ja toimintavinkkejä. Teemoja ovat erilaiset eläinlajiryhmät ja eloton luonto. Viikon avulla on mahdollisuus suorittaa Karpalo-luonnonharrastusmerkki. Siinä tehdään luontopolku, jossa käsitellään opittuja asioita. Koimme erilaiset teemat polulla sekä karpalomerkin hyväksi ideoiksi. (Luonto-Liitto 2007.)

Ympäristökeskus Moreenian sivuilla on virtuaalinen luontopolku. Näillä sivuilla lapsi voi tutustua luontoon tietokoneen äärellä. Moreenian Joka Lapsen Luontopolulla on lähiluonto-opetuspaketti, joka on suunnattu 5–13-vuotiaille. Sivulla tutustutaan lähiluontoon, sen eläimiin ja kasveihin sekä vuodenaikoihin. Sivustolta löytyy myös kymmeniä erilaisia leikkejä, joita voi harrastaa luonnossa käyttäen apuna oksia, kiviä ja käpyjä. Sivuilta saa paljon ajatuksia erilaisiin leikkeihin, joita voi käyttää luontopolulla. (Menza & Kotimäki 2003.)

Suomen Ladun järjestämät Metsämörrikoulut eri puolilla Suomea on tarkoitettu 5–8-vuotiaille lapsille. Metsämörri on satuhahmo, joka opastaa lapsille luonnon kunnioittamista. Omien kokemustensa ja aistiensa kautta lapset kiintyvät luontoon ja vuodenaikojen mukaan Metsämörrikoulussa leikitään erilaisia leikkejä. Suomen Ladun mukaan Metsämörri opettaa lapsille yhteistyötaitoja, oman kehon hallintaa, luonnossa leikkimistä, oman repun pakkaamista ja tavaroista huolehtimista sekä turvallista seikkailua. Satuhahmo metsässä oppimisen tukena kuulostaa hauskalta ja lapsille mielenkiintoiselta asialta. Lapsi oppii hahmon avulla huomaamattaan uusia asioita. (Suomen Latu 2008.)

Viikarien Viikin ohjaajan oppaassa on paljon tietoa luonnosta, jota ohjaaja voi oman valinnan mukaan kertoa lapsille. Viikossa on myös merkitty asioita, joita voi suoraan kertoa lapsille ja monia tehtäviä, joista jotkin vaativat ennakkovalmisteluja. Bongarin Bingossa esimerkiksi tarvitaan kyniä ja jokaiselle osallistujalle oma bingokuponki. Monet tehtävät opettavat lapsia tunnistamaan luontoa, kasveja sekä eläimiä kuuntelemalla, katselemalla, haistelemalla ja koskettamalla. (Ojanen, Nummi & Ylikotila 2008.)

Tutustuimme paikan päällä Helmipankin sekä Päijät-Hämeen Liikunta ja Urheilu Ry:n järjestämään Peikkopäivään Messilässä. Suunnittelemamme teemapolun ja kyseisen tapahtuman asiakaskohderyhmä oli mielestämme sama. Vierailumme tarkoitus oli tehdä lisähaastatteluja sekä selvittää, minkälaisia tehtäviä lapsille oli suunniteltu.

Helmipankin Peikkopäivä oli lauantaina 6.9.2008 kello 11.00–13.00. Kaikki ohjaajat ja juontajat olivat pukeutuneet teeman mukaisesti peikkoasuihin. Erilaisia puuharasteja oli kaikkiaan seitsemän, ja niiden lisäksi tarjolla oli mehua ja pientä purtavaa. Jokaiselle Peikkopäivään osallistuneelle annettiin muistoksi diplomi.

Kysymysrastilla oli viisi kysymystä, joissa tiedusteltiin kuvien avulla mm. eläinlajien, kasvien ja kasvien tunnistamista ja jokaisessa kysymyksessä oli vastausvaihtoehdot a, b ja c. Vanhemmat avustivat aivan pienimpiä lapsia täyttämään vastauslomaketta. Kädentaitoja opeteltiin tekemällä helminauhoja, kuljettamalla kevyttä rantajalkapalloa kauhalla lyhyen reitin verran sekä heittämällä tarrapalloja tarratauluun.

Pientä jännitystä lapset saivat kokea kulkemalla noin kymmenen metrin matka sokkona narusta kiinni pitäen. Myös poni- ja hevosratsastukseen oli kaikilla lapsilla mahdollisuus. Rauhallisimmille lapsille oli levitetty maahan pressu, jonka päällä lapsi pystyi kuuntelemaan satuja cd-soittimesta. Koko ajan alueella soi lasten musiikki ja juontaja kertoi alueella olevista aktiviteeteista.

Kaikista näistä benchmarking-kohteista poimimme hyviä ja mielenkiintoisia asioita, joita käytimme teemapolun ideointivaiheessa. Internetissä olevissa benchmarking-kohteissa korostui luonnon merkitys ja sen käsittely teemoissa toistui lähes kaikissa. Lisäksi koimme tärkeäksi luonnon konkreettisen kokeminen ja luonnosta löytyvien elementtien käyttämisen. Myös leikit ja laulut kuuluivat osana useimpiin luontopolkuihin. Näihin asioihin halusimme tarkennusta ja asiakaslähtöisyyttä, joten laadimme niistä kysymyksiä haastattelulomakkeeseen.

Helmipankin Peikkopäivä tarkensi suunnitteluamme. Asiat, jotka tuntuvat aikuisesta yksinkertaisilta, voivat tuoda lapselle iloa ja jännitystä. Kysymysrastin kysymykset olivat myös hyvä esimerkki siitä, kuinka selkeästi ja yksinkertaisesti asioita tulee esittää. Lapsille on tärkeää tuottaa onnistumisen tunteita, jotta heidän mielenkiintonsa säilyy. Havaintojemme perusteella suurin osa perheistä vieraili tapahtumassa noin tunnin. Tästä päättelimme, että se on sopiva pituus myös teemapolullemme.

5 PUHETTA POLUSTA

5.1 Haastattelu aineistonkeruumenetelmänä

Borgin ym. (2002, 121) mukaan uuden tuotteen suunnittelu lähtee aina asiakkaiden toiveista ja odotuksista, joten haimme asiakaslähtöisyyttä tuotteelle kohderyhmän haastattelulla. Osana toiminnallista opinnäytetyötämme käytimme laadullista tutkimusta. Laadulliselle tutkimukselle on ominaista ihmisten suosiminen tiedon keruussa ja kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti. Lisäksi se on kokonaisvaltaista tiedonhankintaa, jossa halutaan selvittää tutkittavien näkökulmia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2001, 155.)

Eskola ja Suoranta (1999, 15) määrittelevät laadullisen tutkimuksen tunnusmerkeiksi mm. aineistonkeruumenetelmän, tutkittavien näkökulman, harkinnanvaraisen otannan sekä hypoteesittomuuden. Aineistonkeruumenetelmänä käytimme työssämme puolistrukturoitu haastattelua, josta saimme kohderyhmän näkökulmia teemahaastattelussa esitettyihin kysymyksiin. Meillä ei ollut etukäteen valmiita oletuksia haastattelun kulusta tai tuloksista.

Asiakkaiden toiveiden selvittäminen on tuotekehityksen perusta. Teimme haastattelun kohderyhmän edustajille. Siinä kysyimme heidän mielipiteitään ja ideoitaan Lahden Suurmäen alueesta, lasten kanssa retkeilystä sekä teemapolusta. Työssä päädyttiin puolistrukturoituun haastatteluun, jota Hirsjärvi ja Hurme (2001, 47–48) kutsuvat myös teemahaastatteluksi. Heidän mielestään teemahaastattelu on jousta-

va keskustelunomainen haastattelu, jossa kysymyksiä ei ole tarkasti muotoiltu. Kysymykset on kuitenkin etukäteen suunniteltu ja liitetty aihepiireihin, jotta haastattelu kohdistuu oikeisiin asioihin. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 102–103.)

Eskola ja Suoranta (1999, 87) esittävät erilaisen näkökannan teemahaastatteluun ja puolistrukturoituun haastatteluun. Heidän mielestään puolistrukturoidussa haastattelussa kaikilta haastateltavilta kysytään samat valmiit kysymykset eikä valmiita vastausvaihtoehtoja ole. Teemahaastattelussa Eskolan ja Suorannan mukaan on etukäteen päätetyt aihepiirit, muttei valmiita kysymyksiä eikä tarkkaa järjestystä.

Haastattelussamme yhdistimme ominaisuuksia sekä puolistrukturoidusta että teemahaastattelusta, mutta käytämme siitä nimeä puolistrukturoitu haastattelu, koska näitä tunnuspiirteitä löytyy eniten. Teimme haastattelulle rungon, jossa kysymykset oli järjestetty teemoittain. Kysymysten esittäminen oli vapaamuotoista: pystyimme tarvittaessa vaihtamaan niiden järjestystä ja tarkentamaan niitä, joten jo kysytyihin kysymyksiin oli helppo vielä palata. Tärkeää kuitenkin oli, että kysymysten oikea merkitys säilyi. Esitimme kysymykset suullisesti haastateltaville ja pyrimme esittämään ne aina samalla tavalla, jotta haastateltavia ei johdateltaisi. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 58, 102–103.)

5.2 Haastattelun suunnittelu ja toteutus

Kyselyn lähtökohtana oli saada lisätietoa siitä, minkälaista teemapolkua kannattaa suunnitella. Halusimme selvittää, käyvätkö lapsiperheet ylipäätään retkillä Lahden seudulla ja jos, niin missä he käyvät. Haastattelussa kysyimme myös, minkälaisia asioita he pitävät tärkeinä 5–8-vuotiaille suunnatulla teemapolulla ja ovatko he valmiit maksamaan siitä. Suunnittelimme kyselyn aikuisille, jotka liikkuvat lasten kanssa. Haastattelupaikoiksi valitsimme Marolan kotieläinpihan ja Launeen perhepuiston, koska näistä paikoista oletettavasti löytyisi asiakaskohderyhmämme edustajia.

Jaoimme haastattelun teemoihin. Kysymykset 1–3 selvittivät perustietoja, kuten ikää, sukupuolta ja kotipaikkaa. Ne toimivat samalla lämmittelykysymyksinä. Kysymyksissä 4 ja 5 tiedustelimme, olivatko vastaajat käyneet Lahden Suurmäen alueella ja mitä palveluita tai aktiviteetteja he haluaisivat sinne lisää. Kysymyksillä 6–11 halusimme saada tietoa lasten kanssa tapahtuvasta retkeilystä Lahden seudulla. Kysymykset 12–15 koskivat teemapolkua. (Liite 1.)

Ennen kuin lähdimme toteuttamaan kyselyä, testasimme sen kahdella henkilöllä. Heiltä saimme korjausehdotuksia, jotka koskivat joidenkin kysymysten ymmärrettävyyttä. Lisäksi vaihdoin kysymyksen 13 vastausvaihtoehdot sanallisista numeroiksi.

Haastattelujen ajankohdaksi suunnittelimme kesäkuukausia, jolloin lapsiperheet ovat enemmän liikkeellä. Toteutusajankohdat siirtyivät kuitenkin loppukesään ja syksyyn. Toteutimme haastattelut 23.8. Marolan kotieläinpihassa ja Launeen perhepuistossa sekä 6.9. Messilässä. Edellä mainittujen paikkojen lisäksi teimme kaksi haastattelua muualla: yhden Lahden ammattikorkeakoulun matkailun laitoksella ja toisen yksityishenkilön kotona Lahdessa.

Teimme haastattelut parityönä. Toinen kysyi ja toinen kirjasi vastaukset kyselylomakkeeseen. Toisin kuin Hirsjärvi & Hurme (2001, 85) kehottavat, epäröiviä haastateltavia emme pyrkineet suostuttelemaan. Vaikka näin päästäänkin varmasti tehokkaaseen lopputulokseen, koimme tilanteen ahdistavana, emmekä halunneet jättää ihmisille negatiivisia tuntemuksia.

Haastattelujen määräksi pyrimme saamaan 50 kappaletta, jotta tulokset olisivat luotettavia ja voisimme jakaa niitä pienempiin osaryhmiin (Lotti 1998, 117). Kun olimme saaneet haastatteluja 22 kappaletta, huomasimme vastausten olevan hyvin samanlaisia. Tästä syystä päätimme lopettaa haastattelujen tekemisen.

5.3 Haastattelun tulokset

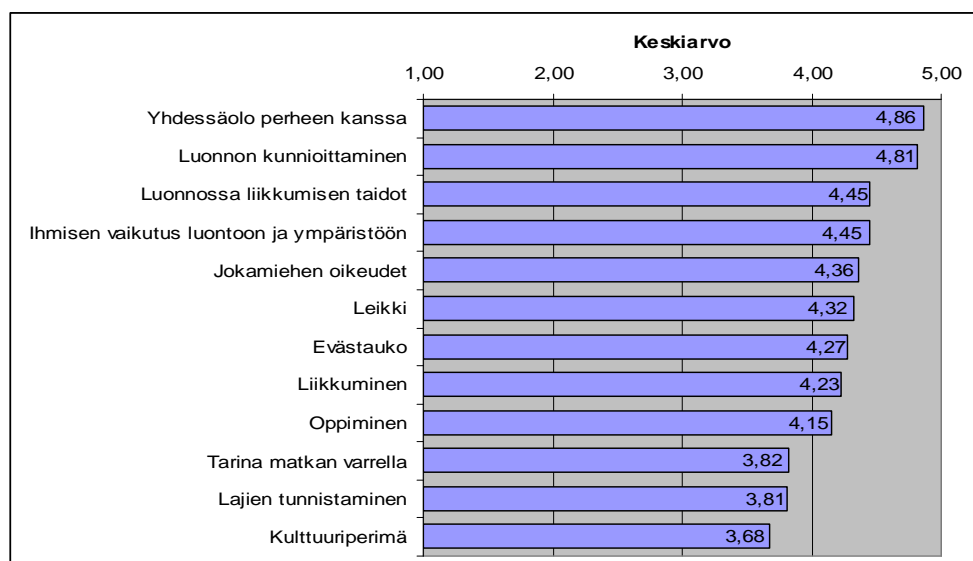
Tulosten analysoinnissa käytimme apuna tietokonetta. Koodasimme kysymykset ja saadut vastaukset, mikä helpotti aineiston tulkintaa. Emme jakaneet aineistoa pienempiin ryhmiin, koska se ei ollut tutkimuksen kannalta oleellista. Vastausten määrät vaihtelivat kysymyskohtaisesti, sillä osa haastateltavista ei vastannut jokaiseen kysymykseen ja joihinkin kysymyksiin pystyi antamaan useita vastauksia. Haastattelupaikka tai haastateltavan kotipaikka eivät vaikuttaneet vastauksiin.

Haastateltavista 77 % oli naisia ja he olivat pääasiassa lahtelaisia. Haastateltavien ikä vaihteli 26 vuodesta 69 vuoteen. Lisäksi vastaajia oli Hollolasta, Heinolasta, Mäntsälästä, Tampereelta ja Vahdosta (Turun läheltä). Haastateltavista 19 oli vierailut, ja vain 3 ei ollut vierailut Suurmäen alueella. Haastateltavat toivoivat alueelle seuraavia asioita: lapsille tekemistä, uintiin liittyviä asioita, parempia viitoituk-sia poluille, kahvilaa, tapahtumia sekä infopistettä ja oppaan palveluja tiettyinä aikoina. Talveksi toivottiin pulkkamäkeä ja tutustumista mäkihyppyyn. Jos alueella olisi näitä asioita, se voisi lisätä joidenkin haastateltavien käyntikertoja Suurmäen alueella. Ihmiset, jotka eivät olleet käyneet alueella, arvelivat, että mainonta saisi heidät käymään siellä.

Kysyttäessä tehtyjen retkien määrää vuodessa 68 % haastatelluista kertoi retkeileensä perheen kanssa kerran kuussa tai harvemmin ja loput 32 % noin kerran viikossa. Suosituin retkikohde oli Launeen perhepuisto ja seuraavana mainittiin Marrolan kotieläinpiha. Muita suosittuja kohteita olivat satama, puistot ja metsät. Tärkeimmät syyt retkien tekemiseen olivat aktiviteetit ja virikkeet lapsille (13 mainintaa), vaihtelu ja uuden näyttäminen lapsille (7), ulkoilu ja liikunta (6) ja perheen yhdessäolo (3). Eväät ja juomat olivat suosituimmat asiat, mitkä otettiin retkille mukaan. Muita mainittuja olivat kamera, vaipat ja hyvä mieli. Haastateltavat olivat saaneet tietoa käyntikohteista lehdistä, tuttavilta ja sukulaisilta, internetistä ja mainoksista. He etsivät viestimistä käyntikohteiden aukioloaikoja, tarjontaa, hintaa, palveluja ja tapahtumia. Näistä tiedoista on hyötyä markkinointia suunniteltaessa.

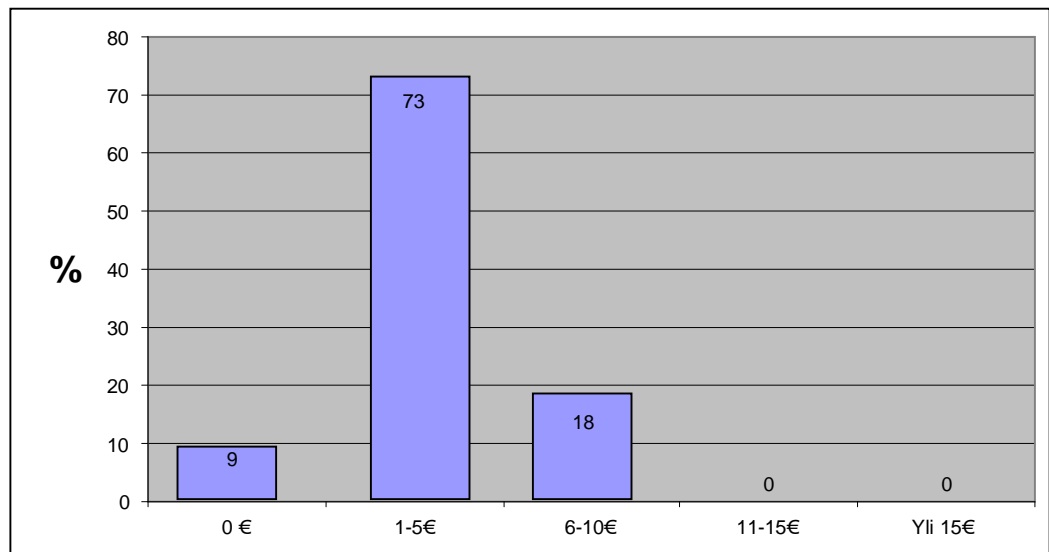
Haastatelluista 73 % oli vierailut teemapolulla tai vastaavalla. Vierailukohteita olivat monet kansallispuistot, Muumimaailma, Lasten satama (Lahdessa) ja Lanun Veistospuisto. Useiden vastaajien mielestä oli hyvä, että teemapoluilla oli ollut tietoa ja opetusta sekä konkreettista tekemistä lapsille. Myös lasten viihtyminen, liikunta ja luonnon läheisyys merkitsivät paljon. Muita mainittuja asioita olivat siisteys, hyvä palvelu, tarina ja erilaiset hahmot sekä opaspalvelut. Haastateltavat eivät pitäneet jonottamisesta, huonosta toteutuksesta, puutteellisesta viitoituksesta, säästä eivätkä liian korkeasta hinnasta. Huonolla toteutuksella tarkoitettiin suunnittelun puuttumista ja siitä johtuvia ongelmia toteutuksessa. Korkea hinta liitettiin Muumimaailmaan, johon sisäänpääsyranneke maksoi 19 € vuonna 2008.

Haastattelun avulla halusimme selvittää, mitä asioita vastaajat pitivät tärkeänä 5–8-vuotiaille lapsille suunnatulla teemapolulla. Vastausvaihtoehdot olivat yhdestä viiteen, jossa 1=ei yhtään tärkeä, 2=ei tärkeä, 3=neutraali, 4=tärkeä ja 5=hyvin tärkeä. Lopussa oli vielä avoin tila omille lisäyksille. Laskimme jokaiselle asialle keskiarvon ja esitämme ne kuviossa 2. Lähes kaikki kohdat koettiin tärkeiksi. Perheen kanssa yhdessäolo nousi tärkeimmäksi. Luonnon kunnioittaminen, luonnossa liikkuminen ja ihmisen vaikutus luontoon ja ympäristöön olivat seuraavina. Varsinaisesti merkityksettömiä asioita ei ollut, mutta satuhahmolla oli vähiten merkitystä vastaajien mielestä teemapolun kannalta.



KUVIO 2. Teemapolun tärkeimmät ominaisuudet (n=22)

Lähes kaikkien haastateltavien mielestä sopiva kesto teemapolulle oli noin yksi tunti. Jos teemapolkuun sisältyy evästauko tai se on todella mielenkiintoinen, se voi kestää puolitoista tuntia. Haastateltavilla ei ollut mahdollista arvioida valmiin tuotteen hinta-laatusuhdetta, joten seuraava kysymys antaa vain viitteellistä tietoa siitä, paljonko asiakkaat olisivat valmiita maksamaan teemapolusta. Suurin osa oli valmis maksamaan 1–5 € (73 %). Haastateltavista 18 % oli valmis maksamaan 6–10 € jos hintaan sisältyisi eväät ja 9 % ei ollut valmis maksamaan mitään teemapolusta. (Kuvio 3.)



KUVIO3. Maksuvalmius ohjatusta teemapolusta (n=22)

Haastattelun tuloksista käy ilmi, että Lahden seudun lapsiperheet retkeilevät lasten kanssa useimmiten alueilla, joissa on puistoja tai metsää, aktiviteetteja lapsille ja aikuisille. Lapsille uudet aktiviteetit sekä virikkeet tai uuden asian näyttäminen ovat perheiden tärkeimmät motivaatiot retkien tekemiseen. Haastateltavista noin 2/3 käy retkillä keskimäärin kerran kuussa ja noin 1/3 noin kerran viikossa. Retkillä käydään kohtalaisen usein, mutta pääasiassa ne suuntautuvat muualle kuin Suurmäen alueelle.

Haastatellut olivat suurimmaksi osin joskus käyneet vierailemassa Lahden Suurmäen alueella, mutta sitä ei koettu kovin houkuttelevaksi paikaksi. Vastausten perusteella lapsiperheet haluavat alueelle lisää aktiviteetteja lapsille ja palveluja koko perheelle sekä parempia viitoituksia ulkoilureiteille. Tämä tieto tukee teemapolun suunnittelua sekä sitä, että koko aluetta olisi hyvä kehittää.

Teemapolkua koskevien vastausten perusteella voidaan päätellä, että suurimmalle osalle vastaajista teemapolku on tuttu asia. Yli 70 % vastaajista oli vierailut joskus teemapolulla ja heiltä saadut positiiviset sekä negatiiviset kommentit ohjasivat meitä oman teemapolun suunnittelussa. Haastattelujen vastausten perusteella teemapolku saa kestää noin tunnin ja siihen liittyvät tehtävät suunnitellaan lapsille ja aikuisille yhdessä toteutettaviksi.

Otimme suunnittelussa huomioon lasten viihtymisen, liikunnan ja luonnon osana erilaisia opettavia tehtäviä. Tehtävät käsittelevät luonnossa liikkumista, jokamiehenoikeuksia sekä kasveja ja eläimiä. Jos tuote toteutetaan, tulee tekijöiden ottaa huomioon erityisesti viitoitukset ja opasteet, asiakaspalvelu ja hinta. Haastateltavat olivat valmiita maksamaan 1–5 € ja maksimissaan 10 € teemapolusta, vaikka heillä ei ollut konkreettista esimerkkiä tuotteesta. Tämä tarkoittaa sitä, että teemapolun tuotantokustannukset on pidettävä alhaisina.

6 UUSI POLKU

6.1 Tuotteistamisen suunnittelu

Suunnittelemamme teemapolku perustui toimeksiantoon, omiin ideoihimme sekä benchmarking-kohteista, haastatteluista ja kirjallisuudesta saatuihin tietoihin. Polun varrella olevia tehtäviä suunnitellessamme käytimme apuna seuraavia lapsille sekä opettajille tarkoitettuja luontopolkukirjoja sekä metsässä kulkijan oppaita: Karhiola, Paavilainen, Vilska & Väisänen 1998, Luontopolku. Opettajan opas.

Esiopetuksen luontokirja; Taskinen & Leinonen 2000, Villiä elämää; Bolle, Zetterqvist & Nordin 2003, Metsään metsään. Pieni Seikkailukirja.

Perehdyimme Teivaanmäen alueeseen ja sen luontopolkuun käymällä siellä kolme kertaa. Käyntikerrat ajoituivat kevääseen, kesään ja syksyyn. Näin näimme eri vuodenaikoina luonnossa esiintyviä kasveja ja eläimiä ja pystyimme hahmottamaan paremmin, mitä aktiviteetteja lapsille voi teemapolulle suunnitella. Omien havaintojemme perusteella suunnittelemamme teemapolun maasto vaihtelee tasaisesta loiviin nousuihin ja laskuihin. Polun varrella ja ympäristössä on sekä lehti- että havumetsää. Metsä on luonnonvaraista ja paikoitellen vanhaa. Käyntikerroilla metsässä näimme erilaisia eläimiä, kuten oravia, tikkoja, metsähiiriä sekä kuulin eri lintujen ääniä.

Borgin, ym. (2002, 77) mukaan luontopolun tulee olla helppokulkuinen, turvallinen, lyhyt, yksisuuntainen ja kiinnostava. Polulla pitää olla teema, selkeä alku ja loppu sekä hyvät opasteviitat. Reitti kulkee mielellään vanhoja polkuja pitkin, on loivakaarteinen ja välttää tienlyityksiä. Heidän mielestään lapsille suunnattu luontopolku on lyhyt ja havainnollinen. Polun varrella on hyvä olla erilaisia tehtäviä ja kilpailuja.

Tuotteen suunnittelussa käytimme soveltaen Komppulan ja Boxbergin ja Smithin tuotekehitysmalleja, joissa paikka on tuotteen ydin. Vetovoimatekijöitä tuotteellemme ovat Häränsilmän luonnonsuojelualue ja sen välittömässä yhteydessä oleva Teivaanmäki, josta löytyy jääkaudenaikaisia maamerkkejä ja pinnanmuotoja. Paikan etuna ovat valmiit polut ja ulkoilureitit, joita käytimme tuotteen suunnittelussa hyväksi. Lisäksi haimme asiakaslähtöisyyttä tekemällä haastattelukyselyn, jonka tulokset tukivat ideaamme. Tulosten perusteella oli järkevää suunnitella luontoaiheinen koko perheen teemapolku.

Tutustuessamme alueeseen ideoimme samalla tehtäviä lapsille. Saimme ajatuksia polkua ympäröivästä metsästä ja mietimme sovelluksia sekä benchmarking-kohteista saaduista havainnoista että luonto-oppaissa olevista tehtävistä. Teimme luonnoksia tehtävistä metsässä ja hioimme lopullisen tuotteen tietokoneen ääressä.

6.2 Tuotteen toteutus

Suunnittelun jälkeen siirryimme maastoon tutkimaan, mihin tehtävärastit voidaan sijoittaa. Kuljimme reittiä pitkin ja merkitsimme karttaan rastikohdat. Suunnitellun teemapolun reitti kulkee valmiita polkuja pitkin ja sen aloitus- sekä lopetuspaikka ovat samat. Polku sekä tehtävärastit tulee ennen toteutusta kuitenkin merkitä selkeästi sekä maastoon että opasvihkoon, koska polun varrella on muutamia risteäviä reittejä. (Liite 2.) Teemapolun pituus on noin yksi kilometri, jonka viisivuotiaatkin jaksavat kävellä. Olimme suunnitelleet tehtäviä joidenkin reitillä olevien maamerkkien mukaan. Viimeisellä syksyyn ajoittuneella vierailulla huomasimme, etteivät kaikki maamerkit ole pysyviä ja jouduimme muuttamaan joitakin tehtäviä tai jättämään niitä kokonaan pois.

Halusimme tehtävävihkon etenevän tarinana, jossa satuhahmo opettaa lapsia kunnioittamaan luontoa. Lisäksi lapset oppivat uusia asioita luonnosta yhdessä aikuisten kanssa. Mielestämme satuhahmon avulla lapset innostuvat enemmän erilaisista tehtävistä, kuin jos tehtävävihkossa olisi vain tiukkaa faktaa. Satuhahmo teemapolulle syntyi ideointimme tuloksena. Hirkku-Hirviö on kiltti olio, joka elää Häränsilmässä, ja kaikki luonnon eläimet ja kasvit ovat sen kavereita. Liitteessä 3 on kuvaus polun toteuttamisesta ja se on suunnattu toimeksiantajalle. (Liite 3.)

Suunnittelemamme teemapolku kestää noin tunnin. Teemapolulla olevat tehtävät ovat kirjattuina vihkoon, jonka avulla asiakkaat voivat liikkua teemapolulla omaan tahtiin ilman opasta. Hirkku-Hirviön luontopolku -vihkoja on tarkoitus myydä Suurmäen näkötornin lipunmyyntikojuissa ja ravintola Voitossa. Myyntipisteistä neuvotaan teemapolun aloituspaikalle.

Tehtävävihkon teimme Microsoft Office Word -ohjelmalla (liite 4). Tarkoituksenamme oli piirtää itse kuvia tehtävävihkoon, mutta ajanpuutteen vuoksi emme ehtineet tehdä niitä kaikkia. Tehtävävihkon suunnittelimme niin, että ensimmäisellä sivulla on kartta koko polusta ja jokaisella sivulla on yhden rastin tehtävä. Kartan sekä maastossa olevien opasteiden avulla teemapolulla kulkija tietää,

millä rastilla hän on ja mikä tehtävä on vuorossa. Teemapolun päätteeksi tehtävävihko palautetaan myyntipisteeseen, jossa vihkon viimeisellä sivulla oleva diplomi allekirjoitetaan, ja lapsi saa koko tehtävävihkon mukaansa.

7 POLUN JÄLKEEN

7.1 Prosessin kuvaus ja tavoitteiden saavuttaminen

Toimeksiantajamme halusi kehittää toimintaansa Lahden Suurmäellä. Opinnäytetyöprosessin alussa ajattelimme tehdä matkailun kehityssuunnitelman alueelle. Huomasimme pian, etteivät taitomme ja aikamme riittäisi sen tekemiseen. Niinpä rajasimme aihetta ja päädyimme uuden tuotteen suunnitteluun. Toimeksiantaja halusi tuotteen sopivan kaikille asiakaskohderyhmille. Oma tavoitteemme oli saada Salpausselän aluetta ja luontoa tutummaksi lahtelaisille ja varsinkin lapsille. Tätä lähdimme työstämään tammikuussa 2008.

Kevättalvella yritimme määrittää työn teoreettista viitekehystä ja kerätä lähdemateriaalia. Työn tarkan rajauksen puuttuessa se osoittautui haastavaksi. Ohjaajan avustuksella saimme työmme hiljalleen uomiinsa. Kävimme tutustumassa paremmin alueeseen, johon aioimme suunnitella tuotteen. Huomasimme siellä valmiin luontopolun, jota ei ollut hoidettu. Päätimme käyttää osittain samaa reittiä omassa tuotteessamme. Tutustuminen alueeseen antoi ideoita mahdollisista aktiviteeteista, joita voisi toteuttaa teemapolulla. Koimme myös luonnon monipuolisuuden sekä erikoiset pinnanmuodostumat mielenkiintoisina ja vetovoimaisina tekijöinä.

Kesäkuun ohjauksen jälkeen päätimme tehdä haastatteluja, jotta saimme tuotteeseemme asiakaslähtöisyyttä. Haastattelulomakkeen ja tuotteen suunnittelussa käytimme benchmarkingia. Näitä havaintoja teimme internetissä ja myöhemmin syyskuun lopulla lasten tapahtumassa Messilässä. Haastattelut toteutimme elokuun lopussa ja syyskuun alussa. Valitsimme haastattelupaikat niin, että sieltä löytyi

asiakaskohderyhmämme edustajia. Haastatteluista saimme tärkeää tietoa lapsiperheiden tarpeista, kiinnostuksista, retkillä käymisestä ja uuden tuotteen tarpeesta.

Syksyllä alkoi varsinainen opinnäytetyön tekeminen. Haastattelujen tulokset tarkensivat teoriapohjan rakennetta. Jouduimme tekemään haastattelujen läpikäynnin ja teorian kirjoittamisen lopulta kiireellä. Kaikesta huolimatta teoriaosuus valmistui. Ohjauksissa saimme vielä lisätarkennusohjeita.

Tuotteen suunnittelu oli mielenkiintoista. Meillä oli paljon omia ideoita, joita haastattelututkimus ja teoria tukivat. Teimme karkean suunnitelman valmiista tuotteesta ja kävimme testaamassa sen toimivuutta polulla. Jouduimme muuttamaan joitakin tehtäviä vastaamaan paremmin maaston vaatimuksia. Alkuperäinen suunnitelmamme osoittautui mielestämme suurelta osin hyväksi.

Tuotteen suunnitteluvaiheen toteutuksena tuotimme kuvauksen polusta ja tehtävävihkon paperiversiona. Vihko on tuotteen runko, jossa on teemapolun tehtävät ja informaatiota luonnosta. Tarkoituksena oli piirtää vihkoon kartta ja tehtävärastit. Samoin oli aikomuksena kuvittaa tehtäviin liittyvät eläimet ja kasvit. Ajanpuutteen vuoksi nämä jäivät osin tekemättä.

Toimeksiantajan toiveena oli, ettei tuote vaadi suuria investointeja eikä henkilöresursseja. Hän ei myöskään halunnut rakentaa alueelle uusia kiinteitä rakennelmia. Yhdistimme nämä toiveet teoriapohjaan sekä haastatteluista saatuihin tuloksiin. Toimeksiantajan ajatuksena oli saada asiakkaaksi enemmän lapsiperheitä, joten suunnittelimme tuotteen kyseiselle asiakaskohderyhmälle. Tällä hetkellä ei voi sanoa, lisääkö tuote lapsiperheiden vierailumääriä Suurmäen alueella, sillä tuotetta ei ole vielä toteutettu. Mielestämme tuotteesta tuli kohderyhmää palveleva, asiakaslähtöinen ja toimeksiantajan toiveiden mukainen.

Saavutimme työlle asetetut tavoitteet, jotka olivat tuotteistamisen vaiheet ja tuotekehityksen merkitys sekä toimintaympäristön huomiointi tuotteen sisällössä ja rakenteessa. Siirsimme teoriaosuudessa avatut tuotteistamisen ja tuotekehityksen käsitteet käytäntöön suunnitellessamme teemapolkua. Myös toimintaympäristön merkitys oli suunnittelumme perustana.

7.2 Jatkotoimenpiteitä

Opinnäytetyöprosessin aikana huomasimme kehityskohtia, joista voi tehdä projektiointoja. Ensimmäisenä on tuotteen toteuttaminen. Tähän sisältyy tehtävävihkon viimeistely, rastipaikkojen merkitseminen maastoon ja tuotetestaus. Myös alueen viitoituksia ja opasteita on tarkennettava. Muita jatkotoimenpiteitä ovat markkinoinnin suunnittelu ja tuotteen muokkaaminen toiselle asiakaskohderyhmälle.

Tuotteen testaus voi olla projekti, joka toteutetaan Matkailun laitoksen opiskelijoiden ja toimeksiantajan yhteistyönä. Siihen kuuluu rastipaikkojen merkitseminen teemapolulle. Sen jälkeen tuote testataan koehenkilöillä, joilta kerätään palautetta. Palautteen perusteella tuotetta korjataan ja kehitetään.

Tehtävävihkon ja koko tuotteen yhtenäisen ulkoasun suunnittelu voidaan mielestämme antaa Lahden ammattikorkeakoulun Muotoiluinstituutin opiskelijoille projektin aiheeksi. Näin tuotteesta tulisi selkeä ja sen tunnistaminen olisi helpompaa. Kun tuotteen kehitys on edennyt näin pitkälle, on sille mielestämme aika tehdä markkinointisuunnitelma. Tässä voidaan käyttää apuna Lahden ammattikorkeakoulun Liiketalouden laitoksen opiskelijoita. Tässä kohtaa on hyvä harkita tuotteen markkinointia myös muille asiakaskohderyhmille.

Kuten Lahti Travel Oy:n tiedotteesta Matkailun tunnuslukuja Lahdessa ja Moilasen (2007) kävijätutkimuksesta käy ilmi, Lahdessa ja Urheilukeskuksessa vierailee ulkomaalaisia matkailijoita. Moilasen tutkimuksesta (2007, 70–71) ilmenee, että ulkomaalaiset ovat suomalaisia halukkaampia tutustumaan Salpausselän luontoon. Lahti Travelin tiedotteesta selviää, että venäläisiä ja saksalaisia vierailee Lahdessa

eniten. Moilasen kävijätutkimuksen (2007, 64–65) mukaan urheilukeskuksessa ulkomaalaisista vierailee eniten saksalaisia. Näiden tietojen perusteella toiseksi kohderyhmäksi tuotteellemme voi harkita saksalaisia perheitä. Tavoiteltaessa kyseistä asiakaskohderyhmää on tuote ja markkinointi muokattava ja käännettävä saksalaisille.

7.3 Arvioinnit

Opinnäytetyömme oli toiminnallinen mutta sisälsi laadullisen tutkimuksen eli tässä tapauksessa puolistrukturoidun haastattelun. Kun tarkastelimme haastattelun validiutta eli pätevyyttä, pohdimme kysyimmekö haastatelluilta henkilöiltä juuri niitä kysymyksiä, joihin halusimme vastauksen (Hirsjärvi ym. 2001, 213).

Mielestämme teoriakokonaisuus tukee onnistuneesti haastattelulomaketta, joka oli pääosin toimiva. Haastattelu eteni loogisesti, pysyi aiheessa ja saimme vastauksia juuri niihin kysymyksiin, joita kysyimme. Haastattelumenetelmä antoi mahdollisuuden tarkentaa haastateltavalle epäselviä kohtia. Ainoastaan kysymyksessä 14 (liite 1) oli epäselvää, millä tarkkuudella haastateltavan tuli arvioida teemapolun kesto. Tästä johtuen näiden vastausten tulkinta osoittautui epämääräiseksi.

Olemme sitä mieltä, että jos tutkimus toistettaisiin samoilla henkilöillä, tulokset olisivat samanlaisia (Hirsjärvi ym. 2001, 213–215). Lomake laadittiin niin, että vastauksiin jäi mahdollisimman vähän tulkinnanvaraa. Haastattelun tulokset alkoivat toistaa itseään, joten saavutimme kylläntymispisteen (Vilka 2005, 180). Samanlaista tutkimusta samasta aiheesta ei ole tehty, siksi meillä ei ollut vertailupohjaa siitä, saimmeko normaalista poikkeavia tuloksia (Vilka 2005, 162).

Opinnäytetyöprosessia pitkitti selkeän rajauksen puute ja meidän molempien työkiireet. Koska työn rajaus ei ollut alusta asti tarkka, etenimme työssämme niin sanottu vääriin päin. Teimme haastattelut ennen teorian lopullista valmistumista. Näin oli osittain pakko myös tehdä, koska kesälomien aikana tavoitimme lapsiperheitä paremmin.

Koimme parityöskentelyn opinnäytetyöprosessissa hyvänä asiana. Meillä oli alusta alkaen samanlaiset ajatukset työn päämäärästä ja tavoitteista. Huolimatta siitä, että meillä oli erilaiset työ- ja opiskelutavat, onnistuimme sovittamaan ne yhteen. Toisella oli vahvuuksia tiedonhankinnassa, atk-taidoissa ja tekstinkäsittelyssä, toisella taas tekstin muokkaamisessa ja analysoinnissa. Yhteistyö oli koko prosessin ajan joustavaa.

Opimme opinnäytetyön tekemisen aikana monia asioita. Tärkein asia työssä molempien mielestä oli aiheen rajaus. Sen puuttuessa työtä oli vaikea hahmottaa ja eteneminen oli hidasta. Tähän olisimme tarvinneet selkeämpää ohjausta heti prosessin alussa. Huomasimme jälkeenpäin, että myös tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmään olisi ollut hyvä perehtyä huolellisemmin ennen tutkimuksen tekoa. Prosessin myötä opimme tuotteistamisen alkuvaiheet. Lisäksi perehdyimme luontoon perustuviin matkailupalveluihin ja haastattelulomakkeen laatimiseen. Systemaattinen työskentelyote parantui opinnäytetyön loppua kohti. Voimme siis todeta, että oppimista on tapahtunut.

LÄHTEET

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

Baud-Bowy, M. & Lawson, F. 2000. Tourism & Recreation. Handbook of Planning and Design. Second reprinted edition. Reed: Reed Educational and Professional Ltd.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2001. Markkinoinnin maailma. Helsinki: Edita.

Bolle, M., Zetterqvist, S. & Nordin, I. 2003. Metsään metsään. Pieni Seikkailukirja. Ruotsi: Fälth & Hässler.

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

Brännare, R., Kairamo, H., Kulusjärvi, T. & Matero, S. 2005. Majoitus- ja matkailupalvelu. 4. painos. Porvoo: WSOY.

Collin, H. 2005. Luontomatkailun tuotteistamisen haasteet. Latu ja polku 7, 9.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1999. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä: Gummerus.

Haapasaari, H., Hyytinen, S. & Kuusiniva, M. 2006. Pyhä-Luoston matkailualueen yrittäjien näkemyksiä kestävästä luontomatkailun periaatteista ja yhteistyöstä. Teoksessa Tyrväinen L. & Järviluoma, J. (toim.) 2006. Kohti kestävästä luontomatkailusta. Paikallisia tulkintoja matkailusta, luonnonsuojelusta ja metsätaloudesta Pyhä-Luoston alueella. Lapin yliopiston kauppätieteiden ja matkailun tiedekunnan julkaisuja B. Tutkimusraportteja ja selvityksiä 9. Rovaniemi: Lapin yliopisto, 25–58.

Hemmi, J. 1995. Ympäristö- ja luontomatkailu. Kokkola: Vapaa-Ajan Konsultit.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2001. Tutki ja kirjoita. 6.-7. painos. Vantaa: Tammi.

Karhiola, E., Paavilainen, J., Vilska, P. & Väisänen, M. 1998. Luontopolku. Opettajan opas. Esiopetuksen luontokirja. Keuruu: Otava.

Karjalainen, E. & Verhe, I. 1995. Ulkoilureitti. Helsinki: Rakennusalan Kustantajat RAK.

Kopperoinen, L. 2002. Luonnon tarjoamat virkistysmahdollisuudet ihmisen elinympäristön laadun kuvaajana. Teoksessa Saarinen, J & Järviluoma, J. (toim.) 2002. Luonto matkailukohteenä: virkistystä ja elämyksiä luonnosta, Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 866. Rovaniemi: Metsäntutkimuslaitos, Rovaniemen tutkimusasema. Rovaniemen Painatuskeskus, Rovaniemi. 149-161.

Komppula, R. 2002. Luontoelämys matkailutuotteeksi – markkinoinnin näkökulma tuotekehitykseen. Teoksessa Saarinen, J & Järviluoma, J. (toim.) 2002. Luonto matkailukohteenä: virkistystä ja elämyksiä luonnosta. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 866. Rovaniemi: Metsäntutkimuslaitos, Rovaniemen tutkimusasema, 45-65.

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

Lahti Travel Oy. 2007. Matkailun tunnuslukuja Lahdessa. Tiedote.

Laurent, B. 2006. Päivittäisjohtaminen matkailu- ja ravintola-alalla. Porvoo: WSOY.

Lecklin, O. 2002. Laatu yrityksen menestystekijänä. Helsinki: Kauppakaari.

Lotti, L. 1998. Markkinointitutkimuksen käsikirja. Porvoo: WSOY.

Moilanen, P. 2007. Lahden urheilukeskus kävijätutkimus 2006. Palvelujen tuottamisen ja johtamisen opinnäytetyö. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu, Matkailun laitos.

Neilimo, K. & Uusi-Rauva, E. 2001. Johdon laskentatoimi. Helsinki: Edita.

Rope, T. 2005. Suuri markkinointikirja. 2. painos. Helsinki: Talentum Media Oy.

Sievänen, T. (toim.) 2002. Luonnosta virkistystä ja hyvinvointia. Luonnon virkistyskäytön 2000 -loppuraportin tiivistelmä. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 834. 20 s. Metla/LVVI, Vammalan kirjapaino.

Taskinen, K. & Leinonen, S. 2000. Villiä elämää. Jyväskylä: Gummerus.

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi.

Zimmer, R. 2002. Liikuntakasvatuksen käsikirja. 2. painos. Helsinki: LK-KIRJAT

ELEKTRONISET LÄHTEET

Hämeen ympäristökeskus 2005. Häränsilmälampi [verkkojulkaisu]. [viitattu 28.3.2008]. Saatavilla:

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=17487&lan=fi>

Lahden kaupunki 2008. Lahden karttapalvelu [verkkojulkaisu]. 16.10.2008 Saatavilla: <http://www.map.lahti.fi/internetwebmap/opaskartta.htm>

Lahden seudun ympäristöpalvelut 2006. Salpausselkä [verkkojulkaisu]. [viitattu 28.3.2008]. Saatavilla:

<http://update.econnection.fi/VYK/nestori/index.php?lang=1&nav=52> ja Häränsilmä [verkkojulkaisu]. [viitattu 28.3.2008]. Saatavilla:

<http://update.econnection.fi/VYK/nestori/index.php?lang=1&nav=51>

Lahden väestömuutokset 2007, 2008. Tilastokatsaus 1/2008. Lahden kaupunki, tekninen ja ympäristötoimiala [verkkojulkaisu]. [viitattu 29.9.2008]. Saatavilla:

http://www.paijatpuntari.fi/Julkaisut/Vaestonmuutokset_2007.pdf

Lahti Travel 2008. Lahden urheilukeskus [verkkojulkaisu]. [viitattu 7.11.2008].

Saatavilla:

<http://www.lahtitravel.fi/modules/system/stdreq.aspx?P=523&VID=default&SID=615169911224300&S=0&C=21237> ja Huippupäivä Lahdessa [verkkojulkaisu].

[viitattu 7.11.2008]. Saatavilla:

<http://www.lahtitravel.fi/modules/system/stdreq.aspx?P=473&VID=default&SID=566908468651047&S=1&A=closeall&C=23802>

Luonto-Liitto 2007. Karpalo-merkki [verkkojulkaisu]. [viitattu 9.7.2008] Saatavilla: <http://luontoliitto.fi/lasten/karpalo.html>

Menza, K. & Kotimäki, M. 2003. Joka Lapsen Luontopolku [verkkojulkaisu].

Ympäristökeskus Moreenia. [viitattu 9.7.2008]. Saatavilla:

<http://www.tampere.fi/ytoteto/ymtikeskus/luontopolku/index.htm>

Ojanen, V., Nummi, E. & Ylikotila, M. 2008. Viikarien Viikki, Ohjaajan vihko

[verkkojulkaisu]. Helsingin kaupungin rakennusvirasto, Helsinki. [viitattu

9.7.2008]. Saatavilla: [http://www.gardenia-](http://www.gardenia-helsinki.fi/dokumentit/ViikareidenViikki_netiversio.pdf)

[helsinki.fi/dokumentit/ViikareidenViikki_netiversio.pdf](http://www.gardenia-helsinki.fi/dokumentit/ViikareidenViikki_netiversio.pdf)

Kansallinen liikuntatutkimus 2006. Kansallinen liikuntatutkimus 2005-2006 [verkkojulkaisu]. Suomen kuntoliikuntaliitto 2006. [viitattu 26.3.2008]. Saatavilla:

<http://www.slu.fi/@Bin/120061/Lajienharrastajamaarat19-65aikuiset.pdf> ja Kansal-

linen liikuntatutkimus 2005-2006 [verkkajulkaisu]. Suomen kuntoliikuntaliitto 2006. [viitattu 26.3.2008]. Saatavilla:
<http://www.slu.fi/@Bin/119951/Urheilulajien+harrastajamäärät+3-18+-vuotiaiden+keskuudessa.pdf>

Suomen Latu ry 2008. Metsämörri [verkkajulkaisu]. [viitattu 9.7.2008]. Saatavilla:
<http://suomenlatu.fi/?S0311>

MUUT LÄHTEET

Hannula, A-K. 2008. Markkinointi- ja kehityspäällikkö. Helmi Säästöpankki. Puhelinhaastattelu 9.10.2008.

Inkinen, A. 2008. Yrittäjä. T2 Elämyspalvelut. Haastattelu 29.1.2008.

Kuivalainen, K. 2008. Lastenohjaaja. Joensuun seurakunta. Puhelinhaastattelu 9.10.2008.

ASIAKASKYSELY 2008

Outi Karreinen ja Virpi Räsänen; Lahden ammattikorkeakoulu Matkailun laitos

Paikka: _____ Aika: _____

1. Sukupuoli: nainen
mies

2. Syntymävuosi _____

3. Kotikunta _____

4. Oletteko vierailut Lahden Suurmäen alueella?

kyllä . Minkälaisia palveluita, virikkeitä tai aktiviteettejä haluaisitte Lahden Suurmäen alueelle lisää?_____
_____.ei . Mikä saisi Teidät vierailemaan Lahden Suurmäen alueella?_____
_____.

5. Kuinka monta kertaa vuodessa arvioisitte käyvänne Lahden Suurmäen alueella, jos sieltä löytyisi mainitsemianne asioita?

ei yhtään 1-3 4-6 7 tai useammin

6. Kuinka monta kertaa vuodessa käytte lasten kanssa retkillä Lahden seudulla? _____

7. Missä yleensä käytte retkillä?

_____.

8. Mikä saa teidät lähtemään retkille?

_____.

9. Mitä otatte retkille mukaan?

_____.

10. Mistä saatte tietoa käyntikohteista?

_____.

11. Mitä tietoja etsitte kohteesta?

_____.

12. Oletteko käynyt teemapolulla (esim. luontopolku, jolla on jokin tarina tai opetusta)?

ei

kyllä . Missä kävitte? _____

Mistä asioista piditte? _____

Mistä ette pitäneet? _____

13. Asteikolla 1-5, kuinka tärkeänä pidätte seuraavia asioita teemapolulla, joka on suunnattu lapsiperheille, joissa on 5-8 -vuotiaita lapsia.

(1=ei yhtään tärkeä, 2= ei tärkeä, 3=neutraali, 4= tärkeä, 5= hyvin tärkeä.)

	1	2	3	4	5
Luonnossa liikkumisen taidot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lajien tunnistaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jokamiehen oikeudet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Luonnon kunnioittaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Liikkuminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leikki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oppiminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulttuuriperimä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tarina matkan varrella	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihmisen vaikutus luontoon ja ympäristöön	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yhdessäolo perheen kanssa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Evästauko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satuhahmo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Joku muu, mikä?					

14. Mikä olisi mielestänne sopiva kesto (tunteina) teemapolulle? _____

15. Kuinka Paljon olisitte valmis maksamaan ohjatusta (ohjatulla tarkoitetaan opasteita ja reitin karttaa, ei sisällä opaspalvelua) teemapolusta?

en ole valmis maksamaan mitään

1-5 euroa

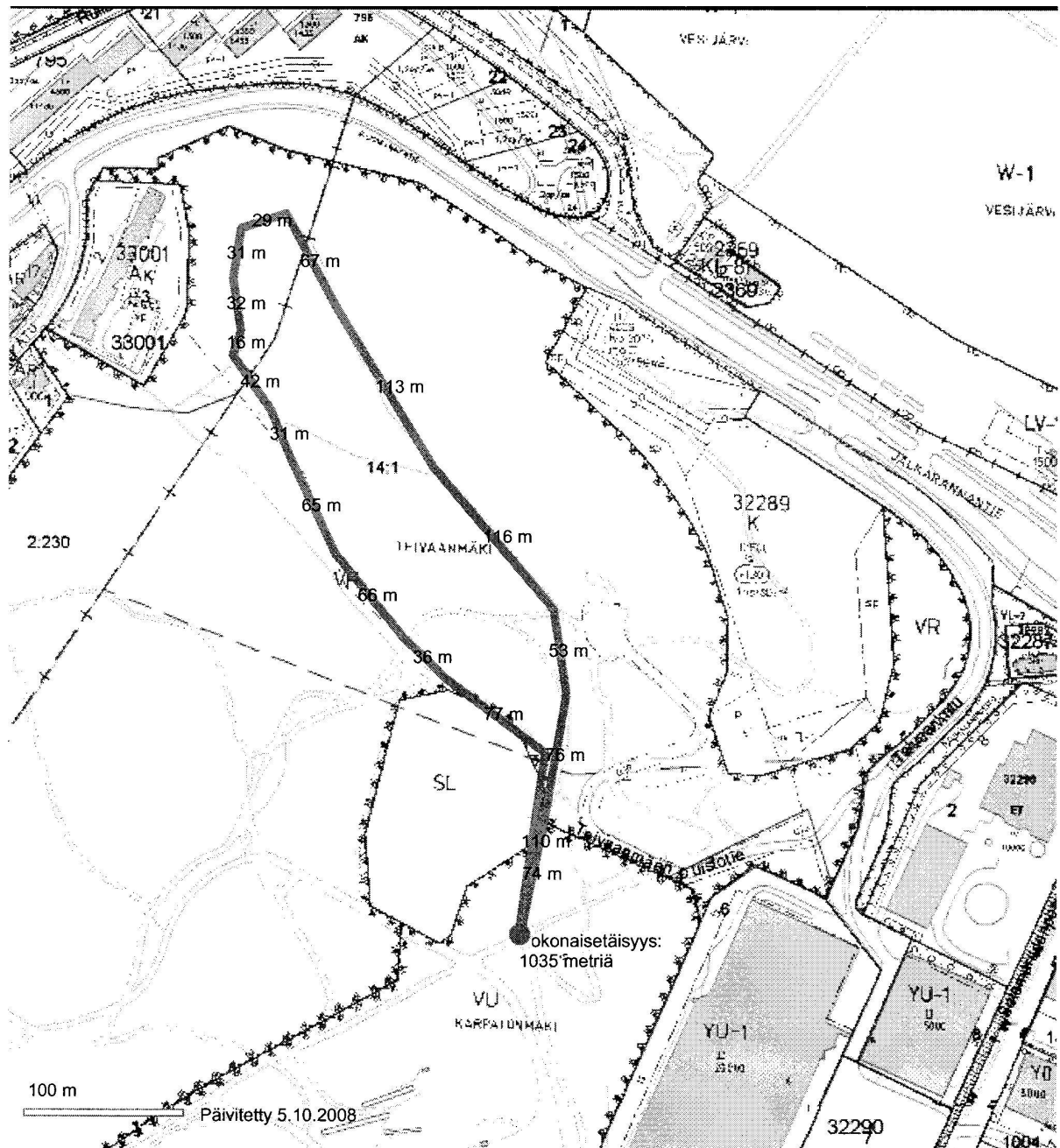
6-10 euroa

11-15 euroa

yli 15 euroa

Kiitos vastauksistanne! Toivotamme teille oikein hyvää loppukesää ja alkavaa syksyä.

TEEMAPOLUN KARTTA



SL= Suppalampi, Häränsilmä

Teemapolku kulkee osittain samoja reittejä kuin Teivaanmäen luontopolku.

Oikealla ylhäällä on Vesijärvi.

Keskellä alhaalla on Karpalonmäki.

TOIMEKSIANTAJALLE: POLUN SUUNNITTELU

Polun suunnittelussa otetaan huomioon luonnon monimuotoisuus sekä polun varrella olevia erikoisia puita ja käytetään niitä hyväksi rastitehtävissä. Polun teemana on luontoon tutustuminen Hirkku-Hirviön kanssa. Hirkku on Häränsilmän suppalammessa asuva olio, jonka ystäviä ovat metsän eläimet ja kasvit. Hirkku antaa vihkossa ohjeita luonnossa liikkumiseen, tietoa jokamiehen oikeuksista sekä on keksinyt lapsille tehtäviä lajien tunnistamisesta aarteen etsintään.

Ensimmäisellä rastilla esitellään Hirkku-Hirviö, jonka koti Häränsilmän suppalampi on. Hirkku kertoo teemapolulle tulijoille luonnossa olemisesta ja siellä käyttäytymisestä. Matkan varrelle Hirkku on tehnyt tehtäviä lapsille, jotta luonto tulisi heille tutuksi. Hän kiinnittää huomiota luonnon erilaisuuksiin ja opettaa lapsia tunnistamaan erilaisia eläimiä. Matkalla toiselle rastille Hirkku pyytää tervehtimään puuystävänsä Pahka-Paavo, joka on luonut itselleen mitä erikoisimman ulkoasun. Hirkku antaa vihjeen, että Pahka-Paavo vahtii heti ylämäessä Teemapolulle tulijoita.



Kuva 1. Pahka-Paavo.

Toisella rastilla Hirkku esittelee tehtävivihkossaan ystäviään ja pyytää lapsia tunnistamaan, mitä tuntomerkkejä hänen ystävistään löytyy. Tehtävässä on eri eläinten kuvia ja lapsen tulee merkitä, onko eläimellä karva- vai höyhenpeite, kuinka monta jalkaa sillä on, sekä onko eläimellä nokka vai ei.

Teemapolun kolmantena tehtävänä on löytää Hirkun harput. Harput ovat puita, joista lähtee kaksi runkoa. Hirkku kertoo, että toinen harppu on maan tasalla ja toinen korkeammalla. Joskus Hirkun tekee mieli mennä soittelemaan Harppua puuden oksille ja joskus taas istahtaa maan kamaralle. Niiden ympärille hän ja hänen kaverinsa kerääntyvät aina iltaisin laulemaan luonto- ja eläinaiheisia lauluja. Hirkku pyytääkin lapsia löytämään ainakin toisen harpun metsästä polun varrelta ja laulamaan hänelle jonkun heidän osaamansa laulun. Tehtävivihkoon laitetaan yksi esimerkki laulusta, jos lapselle ei tule mitään laulua mieleen.



Kuvat 2. ja 3. Hirkku-Hirviön harput.

Neljäs rastipaikka on polun varrella oleva näköalapaikka, josta on kauniit maisemat Vesijärvelle. Lasten ja aikuisten tehtävänä on arvioida, kuinka kaukana ovat Myllysaari sekä Korpikankareen niemi näköalapaikalta. Kohdat merkataan myös tehtävävihkoon ja vihkoon tulee myös vihjeitä etäisyyden arvioimiseen. Korpikankareen niemi on noin 3,7 kilometrin ja Myllysaari noin kilometrin päässä. (Lahden kartta-palvelu 2008.)

Rastilla viisi lapsiperheet aloittavat aarteen etsinnän. Heidän on löydettävä kaikkein suurin puu Peikkometsästä. Tehtävään tarvitaan kaikkien mukana olijoiden apua. Suurin puu löytyy puita halaamalla ja seuraamalla, kuinka monen kädet tarvitaan halaamaan puuta.

Kuudennella rastilla lasten tehtävänä on tunnistaa mikä kasvi-, puu- ja sienilajista ei kuulu joukkoon. Samalla rastilla opastetaan lapsia löytämään ilmansuunnat luonnon antamien vihjeiden perusteella. Apuna käytetään muurahaispesiä sekä puiden oksia.

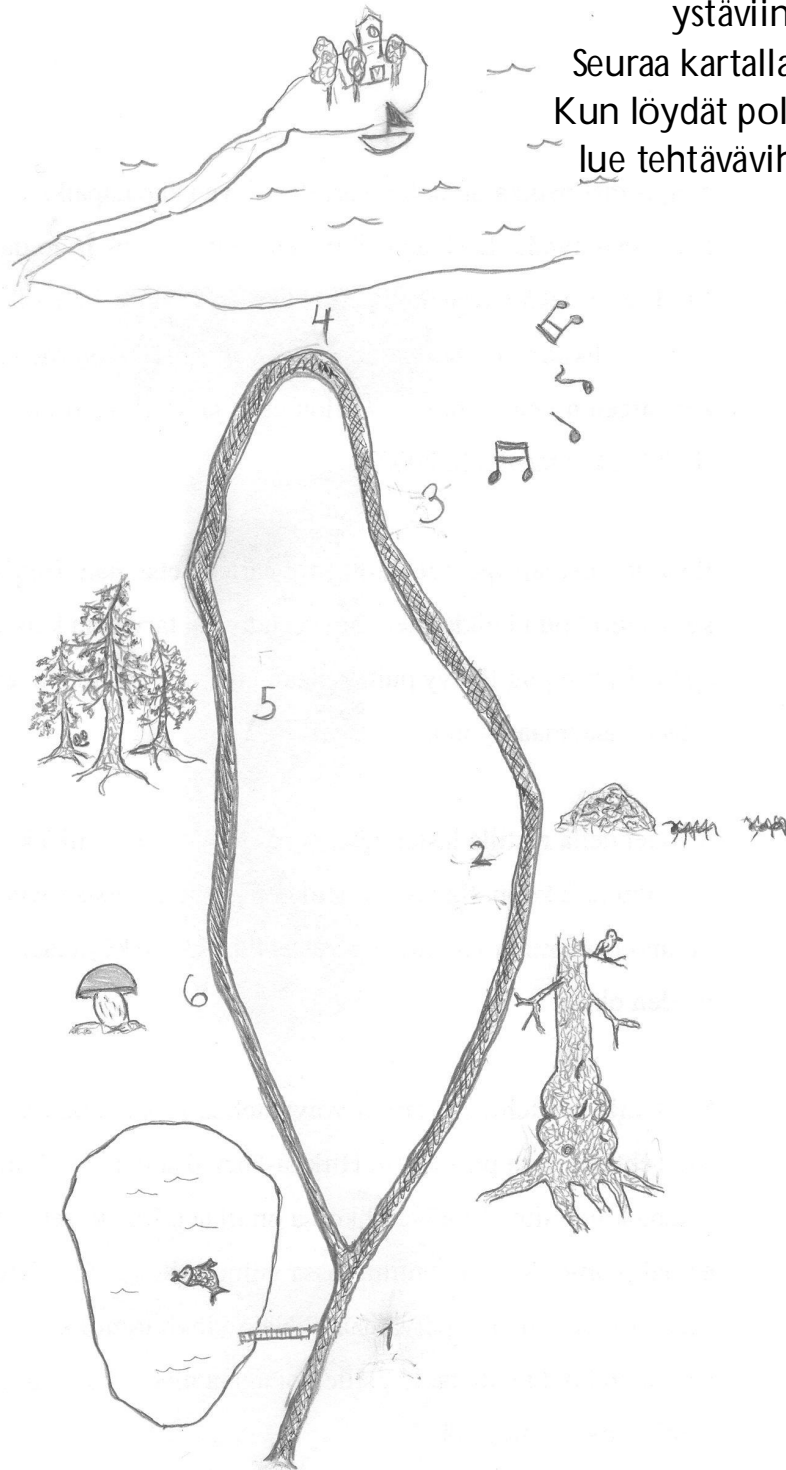
Seitsemännen tehtävän lapset voivat tehdä suppalammen laiturilla tai vaikka kotona. Tehtävänä on piirtää itse Hirrku-Hirviö sellaiseksi kuin lapsi on hänet matkan aikana kuvitellut. Tehtävävihkossa on tilaa piirustukselle. Vihko viedään Suurmäen näkötorin lipunmyyntiin, jossa viimeiselle sivulle täytetään osallistujan tai osallistujien nimet ja päivämäärä. Näin vihko toimii kuten diplomi ja muistoksi jää jotain konkreettista. Lapsille voi antaa myös luontoaiheisen tarran hyväksytysti suoritetuista tehtävistä.

HIRKUN LUONTOPOLKU

Tehtävävihko

Lähde mukaan tutustumaan Hirkkuun ja hänen ystäviinsä mukavien tehtävien parissa.

Seuraa kartalla ja luonnossa olevia opasteita. Kun löydät polun varrelta merkin "RASTI X", lue tehtävävihkosta rastille kuuluva tehtävä.



Häränsilmän suppalammessa asustaa mukava ja kiltti hirviö nimeltänsä Hirrku. Hirrku muutti lampeen heti jääkauden väistyttyä ja siitä onkin aikaa jo ihan kauhean kauan. Suppalampi syntyi, kun iso jäämöhkäle hautautui maakerrosten sisään. Sitten möhkäle suli ja jätti hirmuisen aukon maahan. Aukko täyttyi vedellä ja tältä näyttää Hirkun koti nyt.

KUVA, SUPPALAMPI

Hirrku toivottaa sinut tervetulleeksi kotiympäristöönsä ja haluaa tutustuttaa sinut luontoon ja ystäviinsä.

RASTI 1.

Jokaisella on säännöt omassa kodissaan, niin varmaan teilläkin.

Hirrku toivoo, ettei hänen kodissaan

- 🌿 roskata
- 🌿 meluta
- 🌿 vahingoiteta kasveja ja eläimiä

Älä jätä jälkiä
luontoon
vaikka luonto
jättää jälkiä
sinuun.

Miettikää yhdessä, mitä Hirkun kotimetsässä saa tehdä:

	JOO	EIKÄ
1. SYTYTTÄÄ NUOTION IHAN MIHIN VAAN		
2. POIMIA LUONNONMARJOJA JA SIENIÄ		
3. JÄTTÄÄ EVÄSPAPERIT RUOKAILUPAIKALLE		
4. SOHIA MUURAHAISPESEEÄ		
5. NUKKUA TELTASSA		

Matkalla toiselle rastille voit tervehtiä Hirkun kaveria Pahka-Paavo, joka vahtii metsän elämää mäen rinteessä.



Pahka-Paavo

RASTI 2.

Luonto on myös monien eläinten koti. Hirkulla on jos jonkinlaista eläinystävää. Vaikka kaikki eläimet asuvat samassa metsässä, ne eivät suinkaan ole samanlaisia. Katsotaan mitä eroja eläimiltä löytyy.

taulukko eläimistä ja niiden ominaisuuksista. Eläimet piirretään ja taulukko tehdään käsin.

ELÄINTEN TUNNISTUS Merkitse rasti eläimelle sopivaan tuntomerkkiin.

	Höyhenpeite	2 jalkaa	Nokka	4 jalkaa	Karvapeite	6 jalkaa
Orava						
Tikka						
Hiiri						
Muurahainen						
Jänis						
Hämähäkki						

Kuuntele ja tarkkaile näetkö merkkejä eläimistä.

RASTI 3.

Laa-Laa- laulattaa. Hirkku lauleskelee usein metsässä ystäviensä kanssa. Laulua säestetään harppujen soitolla. Hirkulla on metsässä kaksikin harppua, joista toinen on korkealla puussa ja toinen maan kamaralla. Löydätkö molemmat harput tai edes toisen?

Vihje:

Ihmisten harppu

Hirkun harput

Kuva oikeasta harpusta

Kuvat puista muodostuneista "harpuista".



Osaatko sinä yhtään eläinaiheista laulua? Voit laulaa sen Hirkulle, hän varmasti tykkää siitä.

Jos et keksi mitään, niin voit laulaa vaikka tämän:

Hämähämähäkki..

(Lasten laulukirjasta nuottien kanssa ensimmäinen säkeistö)

RASTI 4.

Piirros kuva näköalapaikalta ns. "kartta"

Eikö olekin upeat näkymät! Täällä Hirkku usein katselee auringon laskua ja rauhoittuu. Edessä avautuva järvi on nimeltään Vesijärvi. Vesijärvi oli huonossa kunnossa ja likainen vielä kymmenen vuotta sitten, mutta onneksi ihmiset ymmärsivät sen. Niinpä Vesijärvestä alettiin huolehtia ja se ei ole enää niin saastunut.

Hirkun kaverit Anja Ahven ja Kale Korppi esittävät sinulle seuraavan tehtävän. Anja asuu Myllysaaren rantavedessä ison kiven kupeessa ja Kale Korpikankareen niemen korkeimman puun latvassa. Näet heidän asuinpaikkansa myös yllä olevasta kartasta. Koeta arvioida, kuinka kaukana Anjan ja Kalen kodit ovat näköalapaikalta.

Vihjeitä:

5 kilometrin päässä horisontissa olevat viivat ovat epäselviä.

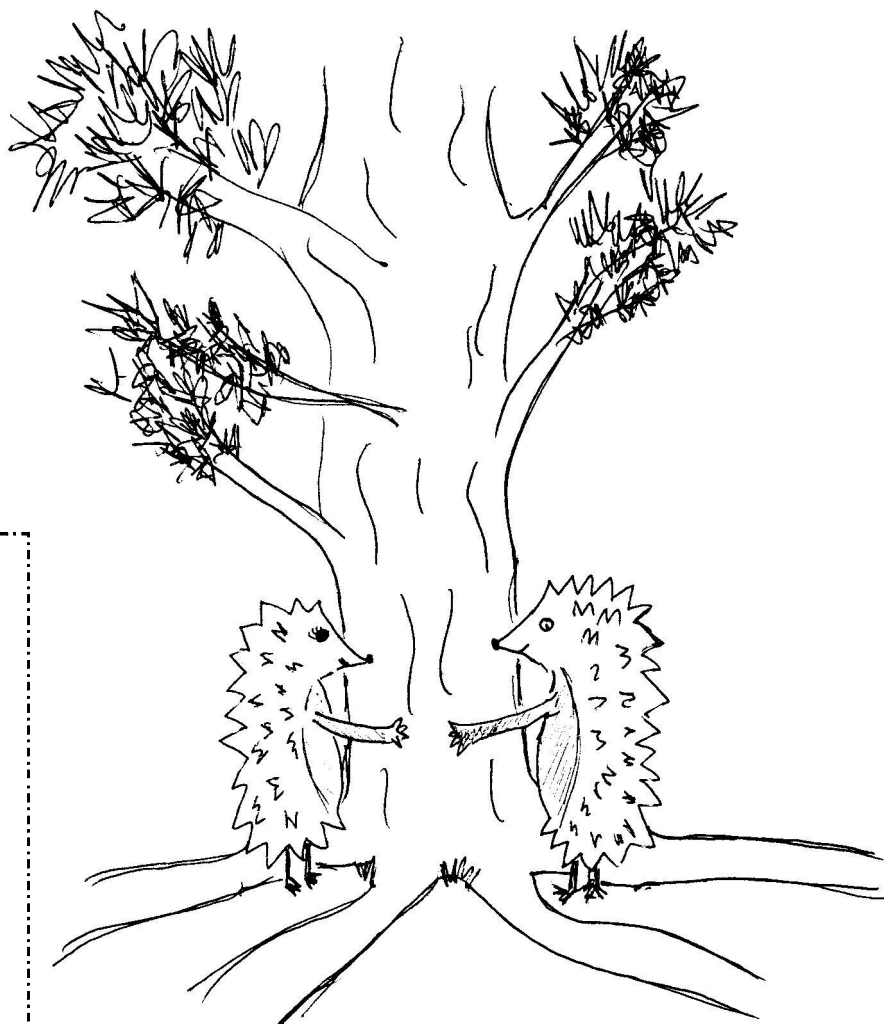
800 metrin päässä erotat autoja ja ihmisiä.

300 metrin päässä näet rakennusten yksityiskohtia.

RASTI 5.

Kohta saavutaan Peikkometsään, jossa asuu kilttejä peikkoja. Laita silmät kiinni, kuuletko peikkojen rapistelua ja naurua?

Peikot tykkävät aarteen etsinnästä. Auta heitä löytämään metsän paksuin puu. Voitte mitata puun ympäristä halaamalla puuta ja katsomalla, kuinka monta halaajaa tarvitaan.



Nyt ollaan vanhassa metsässä ja täällä on ihan oma tunnelmansa.

Puut ovat paksumpia ja maassa on paljon sammalta. Ihan kuin kaikki olisi pehmeämpää ja hiljaisempaa.

RASTI 6.

Peikot tekevät Hirkulle usein jänniä tehtäviä. Nyt Hirkku tarvitsee apuasi selvittämään, mikä seuraavista ei kuulu joukkoon.

Tämäkin piirretään käsin..

MIKÄ EI KUULU
JOUKKOON?

Kasvit	Puolukka	Mustikka	Leskenlehti	Vadelma
Puut	Koivu	Vaahtera	Pihlaja	Kuusi
Sienet	Kärpässieni	Kanttarelli	Tatti	Haaparousku

Ohhoh, Hirkulta meni ilmansuunnat sekaisin sillä aikaa kun tehtävää ratkottiin. Auta Hirkkua löytämään etelä.

Vihje:

Muurahaiset pitävät lämmöstä. Siksi ne rakentavat yleensä pesänsä puiden ja pensaiden eteläpuolelle.

Etelästä tulee enemmän valoa, joten puiden oksisto on yleensä tiheämpi puun eteläpuolelta.



Olet oppinut paljon luonnosta ja eläimistä. Hirkku pyytää sinua vielä piirtämään hänestä sellaisen kuvan, millaiseksi olet hänet matkanaikana kuvitellut. Vie sitten täytetty tehtävävihko Suurmäen näkötornin lipunmyyntiin, jossa vihko tarkastetaan ja saatat saada pienen palkinnon.

HIRKKU – HIRVIÖ

on suorittanut Hirkun luontopolun

pvm

tarkastajan allekirjoitus

Hirkku-Hirviö kiittää seurastasi.
TERVETULOA UUELLEEN!