

**Televisiosarjasta elämystuotteeksi –
Taivaan tulet- kiertoajelun asiakastyytyväisyystutkimus**

Petra Uusisalmi

Opinnäytetyö
Matkailun liikkeenjohdon koulutus-
ohjelma
31.10.2013



<p>Tekijä Petra Uusisalmi</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi RLM14</p>
<p>Raportin nimi Televisiosarjasta elämystuotteeksi – Taivaan tulet- kiertoajelun asiakastyytyväisyystutkimus</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 64+6</p>
<p>Ohjaaja Leena Grönroos</p>	
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena on Itä-Lapissa, Kemijärvellä kuvatun ohjelman, Taivaan Tulien, teeman mukaan tuotetut kiertoajelut kuvauspaikoilla ympäri kaupunkia. Tutkimus toteutetaan Kemijärven kaupungin matkailutoimen toimeksiantona. Tutkimuksen kohteena ovat kiertoajeluun osallistuneet matkailijat, joiden mielipiteitä kartoitetaan lomakekyselyn ja havainnoinnin avulla. Tutkimuksen päätavoitteena on tutkia kiertoajelun läpikäyneiden matkailijoiden tyytyväisyyttä itse tuotteeseen elämyksellisyyden ja tarinallisuuden elementtien kautta. Opinnäytetyön tekijä on kotoisin Kemijärvellä, mikä vaikutti aiheen valintaan. Tv- sarjan mukanaan tuoma suosio on tuottanut kaupunkiin useita Taivaan tulet- teemaa mukailevia matkailupalveluita. Kiertoajelu on kaupungin kesämatkailun päätuote.</p> <p>Kiertoajelua järjestettiin kesä-, heinä- ja elokuussa 2013. Samana ajankohtana toteutettiin myös kysely ja havainnointi. Kiertoajelun järjestettiin kerran päivässä 25.6.–9.8. Kiertoajeluun osallistui kaiken kaikkiaan 458 matkailijaa, joista kyselyyn vastanneita 82. Havainnointia toteutettiin kolmen kiertoajelun aikana ja havainnoinnin suoritti opinnäytetyön tekijä.</p> <p>Tutkimustulokset kertovat asiakkaiden tyytyväisyydestä kiertoajelua kohtaan. Erityistä kiitosta sai oppaan kerronta. Oppaan kerronta oli selkeää ja rauhallista. Matkailijat kokivat kiertoajelun kohteista merkittävimmiksi sarjan päähenkilön isän kodin sekä Neljän koplan ja tehtaanjohtajan talot. Myös Kemijärven maisemat saivat kiitosta. Elämyksen kokeminen kiertoajelulla on hyvin todennäköistä ja sen mahdollistaa teeman ainutlaatuisuus, tarinan aitous ja kontrastin luominen matkailijan arkeen. Tarinallisuuden elementtejä kiertoajelussa ovat lappilaisuus ja Kemijärven historia, jota tuodaan esille värikkäästi ennen kaikkea ihmisten ja tapahtumien kautta. Kuvauspaikat tuodaan esille luontevasti tv- sarjan vuorosanojen avulla. Tv- sarjan tapahtumat ja Kemijärven historiikki tuodaan kerronnassa vuorotellen esille, mikä on matkailijan mielenkiinnon ylläpitämisen kannalta hyvä asia.</p> <p>Kiertoajelun teemallisuutta tulisi syventää, esimerkiksi oppaan pukeutumisen ja sarjan tunnusmusiikin avulla. Osa käyntikohteista tulisi olla helpommin nähtävissä tai jättää kokonaan pois, esimerkiksi joulukuusikauppiaan koti. Vierailu kuvauspaikan, kuten neljän koplan kodin, sisällä voisi nostaa kiertoajelun suosiota.</p>	
<p>Asiasanat Kemijärvi, tv-sarja, kiertoajelu, elämys, tarinallisuus, asiakastyytyväisyys</p>	

Degree programme

<p>Authors Petra Uusisalmi</p>	<p>Group or year of entry RLM14</p>
<p>The title of thesis From television program to experience product – Taivaan tulet-sightseeing tour`s customer satisfaction survey</p>	<p>Number of pages and appendices 64+6</p>
<p>Supervisor(s) Leena Grönroos</p>	
<p>The purpose of this study is to examine the satisfaction of tourists participating in a theme based-sightseeing tour. The tour is based on the television series named Taivaan tulet, which is filmed in Kemijärvi in eastern Lapland. The tour program includes learning about the TV series and the places with a guide. The study focus is on experience and narrative and how they affect customer satisfaction. The third important term in this study is “heritage interpretation” which does not yet have a translation in Finnish.</p> <p>The theoretical framework of the thesis consists of not only defining terms experience, narrative and heritage interpretation but also discussing the technical quality which is an important aspect of the tour. The history of the television program, the tourist brand of Kemijärvi and tourism statistics from previous years are also discussed. Extensive source literature and studies together with the writer`s own experiences guide this exploration.</p> <p>The data for the research comes from a form survey to all participants on a sightseeing tour that was carried out in summer 2013. During the summer 458 guests attended the tour which was organized once a day between 25th of June – 9th of August. A total of 82 travelers responded to the survey. Observation was the other research method and it was carried out three times during the summer 2013. The aim of the survey is to draw a picture how tourists perceive a sightseeing tour experience, how the TV series theme comes up and whether they were satisfied with the tour.</p> <p>The study shows that customers were very satisfied or satisfied with the sightseeing tour. The guide was praised many times. The home of the main character Rauni`s father and the houses of the gang of four as well as the factory manager were chosen as the most important sites. Also the town landscapes were praised too. Feeling an experience during the sightseeing is possible because the theme is a unique, the story is authentic and it makes contrast of the travelers` daily life. According to the respondents, the story of the TV program came out very well. The Taivaan tulet- theme should be highlighted during the tour by e.g. themed clothing worn guide or playing theme music at the beginning of the tour. Some of the filming places were difficult to see. A visit to a scene within the tour could improve the popularity.</p>	
<p>Key words Kemijärvi, Taivaan tulet, experience, narrative, sightseeing tour, customer satisfaction</p>	

Sisällys

1 Johdanto	1
2 Ennakko odotuksista elämyksiin.....	5
2.1 Elämyksen kriteerit.....	5
2.2 Tarina osaksi matkailutuotetta.....	8
2.3 Laadukas kierto-ajelu	11
3 Itä – Lapista Yleisradioon – Taivaan Tulet Kemijärvellä	16
3.1 Kemijärven matkailullinen kuva.....	19
3.2 Ideasta televisiosarjaksi.....	22
3.3 Ideasta elämystuotteeksi – Taivaan Tulet- kiertoajelu.....	23
4 Tutkimusmenetelmät ja tutkimustulokset.....	27
4.1 Kysely.....	27
4.2 Havainnointi.....	29
4.3 Kyselyn tutkimustulokset: demograafiset tiedot	32
4.4 Kyselyn taustakysymykset	33
4.5 Elämyksen syntyyn vaikuttavat tekijät	35
4.6 Havainnoinnin tulokset	41
5 Johtopäätökset.....	43
5.1 Teeman ja tarinan vetovoima	44
5.2 Kiertoajelun saavutettavuus median kautta	45
5.3 Oppaan tärkeä rooli	47
5.4 Tekninen laatu elämyksen perustana	48
5.5 Havainnointi kertoo asiakkaiden tyytyväisyydestä	49
5.6 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys.....	52
5.7 Kehittämistoimenpiteet	56
Lähteet.....	60
Liitteet.....	65

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Kemijärven kaupunki ja kaupungin matkailun elinkeino-toimi. Työn tutkimuskohteena on kaupungin elinkeino-osaston ja matkailutoimen päämatkailutuote eli Taivaan tulet- tv- sarjan pohjalta rakennettu kiertoaajelu. Tämä kiertoaajelu kulkee ympäri kaupungin keskustaa ja kyliä, kiertäen tärkeimmillä kuvauspaikoilla. Opinnäytetyön rakentaminen lähti liikkeelle tunnistetusta käytännön ongelmasta eli kuinka saada lisää matkailijoita Kemijärvelle Taivaan Tulet- televisiosarjan tuoman suosion myötä. Käytännön ongelman tunnistamisen pohjalta huomattiin, että parhaiten kaupunkiin saapuvia matkailijoita tavoittaa televisiosarjasta tuotetun kiertoaajelun avulla. Tutkimuksen tietoperustan teemoiksi valittiin elämys ja tarinallistaminen. Elämyksen syntymisessä tärkeitä kriteereitä ovat muun muassa matkailijoiden positiivisten muistijälkien syntyminen ja kontrastin luominen matkailijan arkeen. Haetaan jotain arjesta ja rutiineista poikkeavaa. (Pine & Gilmore 1999, 8-15; Tarssanen 2009, 6-7.) Tarinallisuuden kriteereitä tutkitaan esimerkiksi tv-sarjan vahvan tarinan pohjalta, jonka avulla kiertoaajelu on tuotteistettu. Tarinallistaminen on uusi tekijä palveluiden kehittämisessä. Tarinallistamisen avulla kehitetään tarina tuotteen tueksi, joka voi olla tekijä jolla erotutaan kilpailijoista. Tarinallistamisen avulla luodaan selkeä käsikirjoitus tuotteen ympärille ja näin varmistetaan tuotteen laatutekijät kuntoon. (Tuulaniemi 2011, 45–46; Tarinakone 2011.)

Tämän pohdinnan avulla rakentui työn tavoite eli tutkia kiertoaajelun läpikäyneiden matkailijoiden tyytyväisyyttä itse tuotteeseen elämyksellisyyden ja tarinallisuuden elementtien kautta. Tutkimuskysymyksiä ovat: Kuinka elämyksellisinä kiertoaajelut koetaan? Miten tarinallistamista hyödynnetään kiertoaajelussa ja elämyksen tuottamisessa? Tutkimusperustassa käydään läpi myös hyvän kiertoaajelun teknisiä kriteereitä, kuten oppaan mikrofonin käyttöä, kiertoaajelun rakennetta, kiertoaajelun kestoa ja niin edelleen. Tutkimustyössä tulee huomioida myös nämä kriteerit, koska ne voivat parantaa tai heikentää elämyksen syntymistä.

Tutkimusmenetelmiksi valitsin kyselytutkimuksen ja havainnoinnin eli yhdistin kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimusotteen. Kvantitatiivisella tutkimuksella mitataan määrää ja se on numeerisesti suuri otos tutkivasta joukosta eli tässä tapauksessa kiertoa-

ajeluun osallistuneista matkailijoista. Kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä haetaan vastausta kysymyksiin Mikä? Missä? Paljonko? Kuinka usein? (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 137 - 138; Heikkilä 2004, 15 – 16.) Valitsin kyselyn yhdeksi tutkintamenetelmäksi, koska se on helposti toteutettavissa ja sen avulla on mahdollista saada kattava otos suuresta joukosta. Koska en työni takia pääse itse joka kerta paikan päälle, kun kiertoajelua toteutetaan, voivat matkailuneuvonnan työntekijät kerätä kyselyitä matkailijoilta.

Toiseksi tutkintamenetelmäksi valitsin havainnoinnin, joka on laadullinen eli kvalitatiivinen menetelmä. Tällä tutkintamenetelmällä on mahdollista ymmärtää tutkittavien tietynlaista toimintaa ja kuvata tiettyä ilmiötä tai tapahtumaa. Laadullinen tutkimusmenetelmä vastaa kysymyksiin Miksi? Miten? Millainen? Havainnoinnin avulla on mahdollista saada kattavampaa aineistoa tutkittavasta ilmiöstä kyselyn tulosten tueksi. Kysely voi tuottaa pinnallista materiaalia, joten havainnoinnin avulla haluan saada syvällisempää aineistoa, jota analysoida. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 137–138; Heikkilä 2004, 16- 17.) Havainnoinnin valitsin toiseksi tutkintamenetelmäksi, jotta saisin analysoitavaksi erityyppistä aineistoa kyselyn tueksi. Havainnoinnin avulla varmistan myös laajemman aineiston, mikäli kysely ei kerää riittävästi vastaajia.

Taivaan Tulet on Kemijärvelle sijoittuva tv-sarja, joka on Yleisradion TV2:n tuottamana ja rahoittamana nostanut kaupungin koko Suomen tietoisuuteen. Sarjan on käsikirjoittanut ja ohjannut Kari Väänänen. Tv-sarjan teko lähti ajatuksesta tehdä kovia kokeelle kaupungille jotain hyvää ja luoda positiivista kuvaa kaupungista sekä luoda positiivista henkeä kaupunkilaisille. Kaupunki oli mediassa esillä vuosien ajan negatiivisten uutisten kautta, kun Nokian tytäryhtiö, latureita valmistava Salcomp, siirsi tuotantonsa Kiinaan. Seuraavaksi VR päätti lopettaa kannattavan ja suoran yöjunayhteyden Kemijärvelle, mikä kaupungin onneksi myöhemmin pyörrettiin. Myös Stora Enso lopetti kannattavan Kemijärven sellutehtaansa. Näiden kaikkien uutisten jälkeen Kemijärvellä syntynyt ja nuoruutensa elänyt Kari Väänänen päätti tehdä oman osuutensa kaupungin maineen parantamiseksi. Ensimmäisen tuotantokauden kuvaukset alkoivat vuonna 2005 ja ensimmäisen kauden jaksot esitettiin Yle TV2: lla vuonna 2007. (Iltasanomat 2013, 7-10; Suomen Kuvalehti 2008.)

Taivaan Tulet – tv- sarja on kerännyt kahden esitetyn tuotantokauden aikana parhaimmillaan yli miljoonayleisön. Yle TV2:n päätöksellä sarjaa ei kuvata enää neljännen tuotantokauden jaksojen valmistuttua. Nämä viimeisen tuotantokauden jaksot kuvattiin syksyn 2013 aikana. Ensimmäisten kahden tuotantokauden uusinnat alkoivat vappuna 2013, jonka jatkoksi esitetään kahden viimeisen tuotantokauden jaksot. (Lapin Kansa 2012.) Kemijärvellä on nyt mahdollisuus vahvistaa imagoaan matkailukaupunkina, hyödyntää sarjan tuomaa julkisuutta ja kehittää matkailusta eräs kaupungin kärkitoimiala.

Opinnäytetyön aiheeksi valikoitui Kemijärvi ja Taivaan tulet- kiertoajelu, koska opinnäytetyön tekijä on kaupungista kotoisin ja aihepiiri oli tuttu entuudestaan. Taivaan tulet- kiertoajelu on kaupungin matkailun kärkituote. Halu tutkia Kemijärven matkailua ja sen kehittämismahdollisuuksia kiertoajelun kautta oli vahvin motiivi opinnäytetyön aiheen valintaan. Kaupunki on ollut viimeisen vuosikymmenen ajan rakennemuutoksen kourissa ja matkailun toivotaan lunastavan sille asetetut tavoitteet toisena kärkitoimialana puuteollisuuden rinnalla. Tilanne on kuitenkin haasteellinen, koska matkailu on tällä hetkellä hyvin kesäpainotteista. Tässäkin matkailusesongissa on vielä paljon kehittämistä. Ennen kuin voidaan puhua matkailun merkittävistä työllistämisaikutuksista Kemijärvellä, tulisi sen olla merkittävämpää myös muina vuoden aikoina.

Tietoperustassa käsitellään myös Kemijärven kaupungin matkailullista brändiä ja vetoimatekijöitä muun muassa Suomen Matkailun Edistämiskeskuksen, eli MEK:n, markkinointiteemojen avulla. Kemijärven matkailullisen brändin pohdinnan mukaan ottaminen tietoperustaan on opinnäytetyön tekijän mielestä perusteltua, koska mielikuvat eli brändit ovat pohja elämyksen syntymiselle. Ennakko- odotukset syntyvät mielikuvien eli toisin sanoen brändin pohjalta. Kun ennakko-odotukset ylittyvät, on elämyksen syntyminen varmempaa. (Komppula & Boxberg 2002, 154 – 162.) Kemijärven kaupungin päämatkailutuotetta, eli kiertoajelua, tutkittaessa ei voida ohittaa kaupungin matkailullista kuvaa, koska kaupungin brändi on ollut hyvin negatiivinen johtuen viimeisen vuosikymmenen tapahtumista eri teollisuuden aloilla.

Matkailun politikoituminen on hyvin yleistä ympäri Suomen, mutta erityisesti pienillä paikkakunnilla, kuten Kemijärvellä. Vuosittaista, tiukkaa talousbudjettia suunniteltaessa laitetaan usein vastakkain kasvavat sosiaali- ja terveystaloudet ja matkailu. Koska matkai-

lu ei kuulu kuntien lakisääteisiin palveluihin, usein sen osaksi jää mitättömän pieni siivu budjetista. Ilman kunnollisia investointeja ja määrärahoja, Kemijärven on haastavaa hyötyä Taivaan tulien tuomasta julkisuudesta tulevaisuudessa. Tuulaniemi kirjoittaa kuntien toimintaympäristön olevan haasteellisempi kuin yritys ympäristön, koska yritykset voivat itse määrittää liiketoiminta-alueensa toisin kuin kunnat. Poliittinen päätöksentekojärjestelmä tuo omat haasteensa matkailun kehittämiseen johtuen eri poliittisten ryhmien tavoitteista ja intresseistä. Kyseessä on demokratiaan kuuluva ilmiö, mutta niin kauan kuin osa päättäjistä yrittää pitää kiinni menneen ajan rakennelmista, joilla ei ole todellisuudessa enää painoarvoa, on matkailun kehittäminen haasteellista. (Tuulaniemi 2011, 280.)

2 Ennakko odotuksista elämyksiin

Nykyajan matkailijat etsivät elämyksiä. Elämyksiä, jotka yksilöivät kunkin matkan ja jäävät muistoihin. Elämykset eivät välttämättä tarkoita enää kulkemista ääripäästä toiseen tai matkustamista maapallon toiselle puolelle. Elämys voi rakentua pienistä asioista ja sijoittua lähelle paikkaa, jossa asumme. Tämän työn tutkimuksen kohteena oleva Taivaan tulet- kiertoajelu voi olla monelle matkailijalle elämys. Mutta millainen elämys ja miten se koetaan matkailijan mielissä, sitä tullaan tutkimaan. Erilaisissa palveluissa ja tuotteissa korostetaan nykypäivänä tuotteen yksilöintiä tarinallistamisen keinoin. Hyvä tarina on osa elämystä ja hyvin tarinallistettu tuote erottuu kilpailijoista. Katsottuaan Taivaan tulet- tv- sarjaa matkailija on kokenut jo yhden elämyksen, joka on synnyttänyt halun lähteä Kemijärvelle ja osallistua kiertoajelulle.

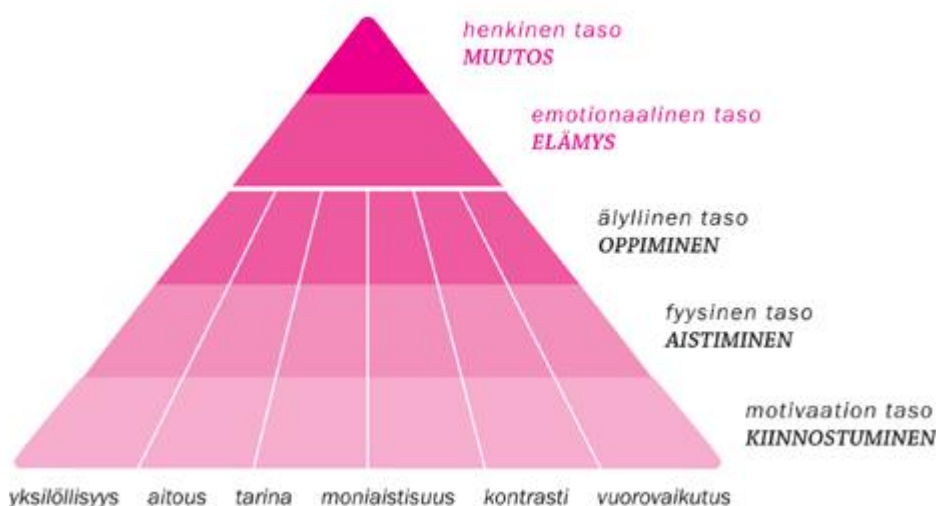
2.1 Elämyksen kriteerit

Elämys on ihmiselle ja matkailijalle hyvin henkilökohtainen kokemus. Se mikä on tuottanut toiselle todellisen vau reaktion, voi olla toiselle hyvin arkipäiväinen asia. Elämyksien synnyttäminen on matkailuyrittäjien jokapäiväinen tehtävä, mutta elämyksen määrittäminen ja tuotteistaminen on sitäkin haasteellisempaa. Matkailuelämyksen syntyminen koostuu monesta tekijästä. Elämykseen voi liittyä tunne itsensä ylittämisestä; matkailija tekee jotain arjesta poikkeavaa. Usein elämyksen syntyyn voi liittyä omien mukavuusrajojen ylittäminen; elämys on syntynyt, kun on toimittu normaalista poikkeavalla tavalla. Elämyksen rakentamiseen liittyy vahvasti tarinoiden kerronta ja elämystuotteen omaleimaisuus. Tuotteen yksilöimisellä pyritään erottumaan kilpailijoista ja tuottamaan jotain ainutlaatuista ja erilaista. (Pine & Gilmore 1999, 8-15; Tarssanen 2009, 6-7.)

Elämyksen synnyttäminen ei vaadi huikeita puitteita, vaan elämys voi syntyä hyvinkin vaatimattomissa olosuhteissa. Tällöin kyse on siitä, että ympäristö itsessään voi olla jo asiakkaalle elämys ja vastakohta omaan totuttuun arkiympäristöön. Lapin luonnon hyödyntäminen matkailussa perustuu juuri tähän vastakohtien korostamiseen. Pakkasilta nuotiolla revontulten loisteessa on monelle matkailijalle haaveiden täyttymys. Elämys voi olla myös jotain opettavaista ja polku itsensä löytämiseen. Elämyksen kautta ihmi-

nen oppii itsestään jotain uutta ja havainnoi ympäristöään eri näkökulmasta. (Pine & Gilmore 1999, 8-15; Tarssanen 2009, 6-7.)

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus LEO on tutkinut elämyksen syntyä ja kokemista ja rakentanut elämyskolmion (kuvio 1), jotka matkailualan yrittäjien olisi helpompia rakentaa elämyksen syntyä tukevia tuotepaketteja. LEO:n mukaan elämykseen vaaditaan kahden erilaisen näkökulman tarkastelua: tuotteen elementtien sekä asiakkaan kokemuksen. Myös The Experience Economy – kirjan kirjoittajat Pine ja Gilmore jaottelivat elämyksen syntymisen lähtökohdat neljään eri osa-alueeseen, joita ovat omaksuminen, uppoutuminen, aktiivinen osallistuminen ja passiivinen osallistuminen. Jaottele lähtee liikkeelle siitä, osallistuuko matkailija itse elämyksen tuottamiseen vai seuraako hän sitä, jolloin kyseessä on enemmän viihteellinen elämys. (Leo 2009; Pine & Gilmore 1999, 29 – 31.) Molemmat tulkinnat ovat erittäin hyödyllisiä elämyksen rakentamisessa, mutta perustavana lähtökohdana on oman markkina-alueen, liike-idean ja asiakaskunnan tunteminen. Elämyksen rakentaminen on helpompaa, kun tietää mitä asiakkaat todella hakevat. Elämyksen hinnoittelu on usein yrittäjälle haastava tehtävä, mutta asiakastutkimuksen avulla sitä voi huomattavasti helpottaa.



Kuvio 1. Elämyskolmio. (Leo 2009)

Elämyskolmiossa motivaation tasolla asiakkaan kiinnostus herää ja tällä tasolla tehdään myös ostopäätös. Yrittäjä voi vahvistaa motivaation heräämistä markkinoinnin keinoin. Tuotteen elämyksellisyyden tuntu tulisi olla jo tässä vaiheessa vahva ja tuotteen tulisi erottua kilpailijoista. Fyysisellä tasolla tuote koetaan ja otetaan omaksi. Taivaan Tulien

– kiertoajelun osalta tv- sarja on parasta mahdollista mainosta ja luo elämyksiä jo itsesään. Kiertoajelun toteuttajien haasteeksi nousevatkin saman hengen luominen itse tuotteen aikana ja sarjaa parhaiten kuvaavien kuvauspaikkojen esille tuominen sekä kauneimmat maisemat, kuten televisiosarjassa. Älyllisellä tasolla matkailija käy läpi prosessointia ja pohdintaa siitä, onko tuote hyvä vai huono. Emotionaalinen taso käsittää varsinaisen elämyksen tunteen kokemisen. Tunneskaala voi olla hyvin laaja, mutta kuitenkin jotain ainutlaatuista ja merkityksellistä. Kuten aiemmassa elämyksen määrittelyssä mainittiin, hyvään elämykseen kuuluu tietynlainen henkilökohtainen oppimiskokemus, joka tapahtuu henkisellä tasolla. Oppimistunne voi olla pieni oivallus tai koko elämän mullistava kokemus, mutta jättää kuitenkin vahvan tunnejäljen, jonka matkailija voi muistaa loppuelämänsä. (Leo 2010a.)

Usein matkailun elämyksen rakentumista määritellään myös Maslow`n tarvehierarkian kautta, jonka perusajatuksena on ihmisen pohjimmainen halu täyttää elämän tietyt perustarpeet yksi kerrallaan. Maslow esitti perustellusti jo vuonna 1954, että kun ihmisen tietyn tason tarpeet ovat täyttyneet, hän alkaa etsiä ”korkeampien” tarpeiden täyttymistä. Matkailuyrittäjien osalta tämä voi olla yksi työkalu muiden joukossa, kun pohditaan asiakkaiden motiiveja ja tarpeita matkalle lähtemiseen, matkailupalveluiden ostamiseen ja mitä palvelulta mahdollisesti halutaan. (Maslow 1954, teoksessa Veverka 2011, 26 – 31.)

Matkustuksen syitä ovat muun muassa työmatkustus, fyysiset ja fysiologiset syyt, itsensä kehittäminen, kulttuuri, psykologiset syyt, uskonto, sosiaaliset syyt, henkilöiden väliset suhteet, etniset syyt, viihde, huvittelu ja ajanviete. Osataksaan tarjota oikea-aikaisesti ja oikealle asiakasryhmälle juuri oikeita tuotteita, tulisi matkailun yrittäjien ymmärtää ja tiedostaa asiakkaiden matkustamisen tarpeita. Elämysten hinnoittelu voi olla haastavaa, mutta tiedostamalla asiakkaiden matkustuksen tarpeet ja motiivit, helpottaa se hinnoittelua huomattavasti. (Maslow 1954, teoksessa Veverka 2011, 26 - 31; Verhelä & Lackman 2003, 24 – 25.)

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus määrittelee hyvään elämystuotteeseen kuuluvaksi elämyksen kuusi elementtiä, jotka täydentävät yllä esiteltyä elämyskolmiota. Näitä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Tuotteen

tulisi olla ainutkertainen, uskottava. Tuotteessa tulisi olla tarina, jolla erotutaan kilpailijoista. Tuotteen tulisi olla mahdollisimman monin aistein koettavissa. Tuotteen tulisi oltava erilainen suhteutettuna asiakkaan arkeen. Matkailutuotteen tulisi olla vuorovaihteinen itse tuotteen sekä muiden kokijoiden kanssa. (Leo 2010b.) Elämyskolmio on usein käytetty työkalu määriteltäessä tuotteen elämyksellisyyttä. Jo vuonna 1957 tutkija Freeman Tilden luokitteli neljä sääntöä, joilla rakennetaan vahva muistijälki kuulijan mieleen. Näitä sääntöjä voidaan hyödyntää yhtä lailla myös matkailuelämyksen tuottamisessa. Tildenin mukaan esiintyjän tulisi käyttää provosointia kuulijan mielenkiinnon herättämiseen esityksen alussa, tällöin kuulijan mielenkiinto pysyy parhaiten yllä loppuun saakka. Esityksen tulisi myös liittyä jollain tavalla kuulijan jokapäiväiseen elämään, eli esimerkiksi kiertoajelulla oppaan tulisi luoda side itse tuotteen ja matkailijan välillä. Esityksen tai opastuksen aikana tulisi olla myös huippu eli kärkikohta, joka matkailijan tai kuulijan mielessä muodostuu niin sanotuksi huipennukseksi. Elämyksen syntymisessä huippukohdan kokeminen usein sinetöi koko elämyksen. Esityksessä tai tässä tapauksessa eli kiertoajelussa tulisi olla vahva teema tai tarina läpi koko esityksen. (Tilden 1957, teoksessa Veverka 2011, 31–35.)

Elämyksen tuottamisessa on myös omat riskinsä. Se, mikä toimii kilpailijalla tai viereisessä matkailukeskuksessa ei välttämättä toimi muilla. Niin sanotulla karaokematkailulla eli muita matkivalla matkailulla ei pitkälle pärjää. Hyvän elämystuotteen rakentamisessa tulisi ensin tehdä tarkka kilpailija-analyysi, jonka pohjalta voidaan rakentaa omintakeinen ja innovatiivinen tuote, linjaa European Cities Marketingin toimitusjohtaja, Garry White. (Leo 2012.) Menestyvän elämystuotteen rakentaminen vaatii myös sen, että yrityksen työntekijät ottavat tuotteen omakseen ja pystyvät seisomaan tuotteen takana eli käytännössä kerta toisensa jälkeen jaksavat innostaa asiakkaita ja tuottaa hyvää asiakaspalvelua. Yritykseen sitoutunut ja motivoitunut henkilökunta ovat asioita, joilla elämyksiä tarjoava yritys voi erottua kilpailijoista.

2.2 Tarina osaksi matkailutuotetta

Tarinat kuuluvat osaksi jokaista kulttuuria, joita maailmassa on. Tarinat voivat olla lähes mitä vain kerronnallista muotoa: suullista, äänitettyä, kuvattua, kirjoitettua muotoa. Tarinoiden alkua on vaikea hahmottaa tarkasti, mutta ne voivat olla faktaa tai fiktiota tai

niitä molempia yhtä aikaa. Jokaisella ihmisellä on oma elämäntarinansa, jonka hän kertoo tapaamilleen ihmisille. Yhtä lailla yrityksillä on oma tarinansa, jonka he kertovat asiakkailleen. Pelkät tuoteominaisuudet eivät kosketa tai innosta ihmisiä, joten yritysten on muokattava tuotteensa ja brändinsä kertomaan tarinaa. Tarinakerronta on osa elämystä ja se voi jättää voimakkaamman muistijäljen. Jotta tuotteen elämyksellinen tunne syntyisi, tulisi sen erottua kilpailijoista ja tarinan kerronnalla erottumista voidaan vahvistaa. Tarinankerronta muuttaa faktat tunteiksi, joiden avulla on helpompi koskettaa ihmisiä. Vahva tunnejalkei jää paremmin ihmisten mieliin. (Tuulaniemi 2011, 45–46.)

Kemijärven kaupungin tarina on osa Taivaan tulet-kiertoajelun vetovoimaa. Isojen yritysten kaltoin kohteleva kaupunki menettää satoja työpaikkoja, yöjunayhteyden melkein menetettyään päättävät kaupunkilaiset taistella yhdessä rintamassa sen takaisin saamiseksi. Syntyy junakapinaliike, jonka yhdeksi puolestapuhujaksi nousee myös Kari Väänänen. Kemijärvellä nuoruutensa ja lapsuutensa viettänyt, ikuista pohjoisen kaipuuta tunteva mies. Yöjunayhteys saadaan takaisin, mutta Kari Väänänen päättää olevansa kaupungille vielä enemmän velkaa. Syntyy ajatus kaukana Etelä-Suomen tv-studioista kuvattavasta tv-sarjasta. Taivaan tulien ensimmäiset kuvaukset käynnistyivät vuonna 2005. (Iltasanomat 2013, 7-10.)

Vahvoine maisemakuvauksineen tv-sarja on kaupungille parasta matkailumainosta, jota ei rahalla saa. Kiertoajelun taustalla on vahva tarina, joka on sekoitus fiktiota ja faktaa. Vaikka tv-sarjan viimeisten jaksoiden kuvaukset ovat ohi syksyllä 2013, on kaupungilla mahdollista hyötyä sarjan tuomasta julkisuudesta vielä pitkään. (Iltasanomat 2013, 7-10.) Kiertoajelu on tällä hetkellä yksi kaupungin tärkeimmistä matkailupalveluista. Sen oikeanlainen tuotekehitys, tarinallistaminen ja markkinointi on nyt tärkeämpää kuin koskaan.

Tarinallistaminen on uusi tekijä yritysten kilpailukyvyyn ja erottumisen sekä brändin vahvistamisessa. Kun tuote on rakennettu ja sille on kirjoitettu selkeä käsikirjoitus eli käytännössä se on tarinallistettu, tuote on helpompi myydä eteenpäin ja sitä on helpompi kaupallistaa. Tarinallistamisen avulla yritys voi vahvistaa asiakkaiden kokemia elämyksen tunteita. Eli käytännössä vahvistetaan tarinan merkitystä yrityksen liiketoiminnassa, tehdään siitä jotain konkreettisempaa ja luodaan tuotteelle selkeä juoni tari-

nan avulla. (Tarinakone 2011.) Selkeästi rakennetut, juonelliset tuotepaketit ovat myös helpompi havainnollista uusille työntekijöille ja sitä kautta saada heidät paremmin perehdytettyä matkailuyrityksen sisään. Elämyksen luomisessa työntekijät ovat ykkösasemassa, koska he ovat suorassa vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Vahvasti tarinallistettu ja brändätty matkailutuote helpottaa tuotteen omaksumista ja saman tunteen viemistä asiakkaille eteenpäin kerta toisensa jälkeen.

Elämyksellisen matkailutuotteen, tässä tapauksessa kiertoajelun, rakentaminen on laaja prosessi, jonka tulisi koskettaa kaikkia aisteja. Heritage Destination Consulting- on englantilainen yritys, joka kehittää erilaisten matkailutuotteiden opastusprosesseja. Heidän ydinajatuksensa on Heritage interpretation, mikä vapaasti suomennettuna tarkoittaa kulttuuriperinnön tulkintaa tai tulkitsemista. Termillä ei valitettavasti vielä ole suomenkielistä vastinetta. Kyseessä on hyvin samankaltainen prosessi kuin mitä edellä mainittu tarinallistaminen on. (Heritage Destination Consulting 2013.)

Heritage interpretation tarkoittaa käytännössä, että matkailutuotteella on selvä prosessi tai kaava, jonka sisällä on kolme elementtiä: oppiminen, tunteminen ja käsin kosketeltavuus. Kaikkien näiden kolmen tekijän ympärille rakentuu opastettu matkailutuote, joka etenee selkeän prosessin mukaisesti ja jättää asiakkaalle muistijäljen tai muun vahvan tuntemuksen. Hän on oppinut jotain uutta itsestään, hän on kokenut positiivisia tuntemuksia tai hän on kokenut elämyksen. Tällaisella matkailutuotteella on siis selkeä tavoite, joka rakentuu tietyistä elementeistä huomioiden kunkin matkailutuotteen luonteen. Prosessissa hyödynnetään tarinallisuutta ja elämyksellisyyttä eli kunkin matkailutuotteen omaa teemaa tai aihetta, mutta se tehdään vahvemmin oman paikkakunnan kulttuurihistorian kautta. Heritage interpretationin avulla voidaan koskettaa ja motivoida matkailijoita paljon syvällisemmin kuin pelkän opastamisen ja kerronnan avulla. (Heritage Destination Consulting 2013.)

Tarinoita ei rakenneta tiettyä palvelutapahtumaa varten, vaan tarinoiden kerronta ja sisältö riippuu täysin asiakaspalvelijan persoonasta, pohtii opinnäytetyössään tarinallistamista tutkinut Haaga- Helian opiskelija Johanna Myllyniemi. Opinnäytetyötutkimus toteutettiin Uudellamaalla vuonna 2012 ja siinä haluttiin selvittää lähiruokaan liittyvien tarinoiden merkitystä ja hyödyntämiskeinoja matkailu- ja ravintola-alalla. Vaikka aihe-

na oli lähiruoan tarinallistaminen yrityksissä, voi tutkimus mielestäni antaa jonkinlaisia viitteitä yleiseen tilanteeseen matkailupalveluyrityksissä. Kuten tutkimuksessa todettiin, yritykset mieltävät käyttävänsä tarinankerrontaa enemmän kuin sitä todellisuudessa tekevät. Yleensä yrityksen tarinallisuus liittyi vahvasti yrityksen perustamisen historiaan tai yrityksen toimintatiloihin kuin tuotteisiin sinänsä. (Myllyniemi 2012, 44 - 46.) Vaikka tutkimus oli toteutettu Uudellamaalla, voidaan siinä nähdä joitain yhtäläisyyksiä pohjoisen matkailuun liittyen, kuten tarinallisuuden hyödyntäminen asiakaspalvelijan persoonassa. Lappiin liittyvät vahvat mielikuvat ovat tuoneet monet matkailijat tarinoiden juurille etsimään sitä todellista pohjoista tunnelmaa. Tarinoiden mystistä Lappia voidaan hyödyntää hyvin ja on hyödynnettykin useassa elämyksiä tarjoavassa yrityksessä. Kuitenkin uskallan väittää, että useassa lappilaisessa yrityksessä tarinan tuominen elämykseen tyssää työntekijän sitoutumattomuuteen tai siihen, että kyseessä on joko muualta Suomesta tuleva sesonkityöntekijä tai yrityksessä satunnaisesti vieraileva vuokratyöntekijä. Tällöin työntekijällä ei millään voi olla todellista tarttumapintaa todelliseen Lapin tarinaan ja mahdollista tuottaa oikeanlaista elämystä.

2.3 Laadukas kierto-ajelu

Kemijärven kaupungin matkailutoimen tärkeimpänä matkailupalveluna on kiertoajelu Taivaan tulet- tv- sarjan kuvauspaikoille, jota tässä opinnäytetyössä tutkitaan. Matkailupalveluksi määritellään matkailualan yrityksen tuottama palvelu. Asiakkaan käyttämä tai kuluttama matkailutuote voidaan määritellä myös palveluksi, joka voi muodostua myös useammasta kokonaisuudesta ja joka voidaan rakentaa paketiksi. Tällaiseen matkailupalveluiden kokonaisuuteen liittyy lähes aina aineetonta palvelua ja tuotteen konkreettisia ominaisuuksia. (Verhelä & Lackman 2003, 15.) Kemijärven kaupunki ei ole varsinaisen matkailualan yritys, mutta toimii kuitenkin matkailutoimensa kautta palveluiden tuottajana ja rahoittajana. Kaupunki on palkannut vuonna 2011 matkailukoordinaattorin tuotteistamaan uusia matkailutuotteita ja kehittämään kaupungin matkailupalveluita yhdessä paikallisten yrittäjien kanssa. Varsinaisesta kiertoajelun käytännön työstä ovat vastanneet auktorisoidut oppaat sekä matkailuneuvonnassa työskentelevät työntekijät. Kemijärven kaupungin rooli matkailupalvelun kehittäjänä ei ole poikkeuksellinen, vaan tilanne on hyvin tavallinen monissa pienissä kaupungeissa ja kunnissa. Kaupungeissa, jotka ovat matkailun toimialaltaan suuria, on perustettu erillinen yhtiö tuottamaan mat-

kailun eri palveluita. Usein näissäkin yhtiöissä kaupunki tai kunta toimii pääomistajana tai -rahoittajana, koska matkailuelinkeino nähdään kasvavana ja parhaiten työpaikkoja synnyttävänä alana. Myös Kemijärven kaupungin yksi pääintresseistä on matkailun kehittäminen.

Laadukkaan ja ennakko-odotukset täyttävän matkailupalvelun rakentaminen on haastavaa. Asiakkailta voi olla vahvat ennakko-odotukset mitä tuleman pitää. Ääneen lausuttavien odotusten lisäksi asiakkaille voi olla myös tiedostamattomia odotuksia, joita on vaikea määritellä ennakkoon. Laatu määrittyy asiakkaan kokemuksen mukaan. Tässä tapauksessa voidaan myös puhua yritysten luomasta arvolupauksesta asiakkaalle. Arvolupaus on yrityksen lupaus asiakkaalle siitä, mitä tuote sisältää, mitä hänelle ollaan tarjoamassa ja miten tuote tai palvelu erottuu kilpailijoista. Mikäli ennakko-odotukset ylittyvät ja arvolupaus täyttyy, on kokemus usein positiivinen ja elämyksellinen. Toki ennakko-odotukset määrittelevät hyvin pitkälti koettua laatua; se mikä on toiselle positiivinen kokemus, voi olla toiselle asiakkaalle pettymys. Internet tarjoaa matkailijoille hyvin paljon tietoa ja muiden matkailijoiden kokemuksia tulevasta matkailupalvelusta ja hyvin usein asiakkailla on selkeät ennakko-odotukset, mitä tuleman pitää. Puhutaan niin sanotusta esipalvelusta, joka muodostuu muun muassa www-sivuista ja muiden käyttäjien kokemuksista. Esipalvelu voi nostaa tai laskea matkailupalvelun odotusarvoa. Elämyksiin perustuvat palvelut ovat kaikkein haastavimmat laadun määrittelemisen kannalta. (Verhelä & Lackman 2003, 40 -41; Tuulaniemi 2011, 33; 268 - 269.)

Laatu voidaan jakaa kolmeen ulottuvuuteen, joita ovat tekninen, toiminnallinen ja vuorovaikutuksellinen laatu. Tekniseen laatuun kuuluvat ohjelmapalveluissa tarvittavat koneet, laitteet ja välineet mutta myös toteutusympäristö, rakennukset ja rakennelmat. Toiminnallinen laatu käsittää asiakkaan kohtelun yrityksessä, mihin asioihin palvelutapahtumassa kiinnitetään huomiota ja miten asiakas pystyy toimimaan muiden asiakkaiden kanssa vuorovaikutuksessa. Toiminnallinen laatu on ennen kaikkea ryhmä tekijöitä, joita asiakas ei näe, mutta jotka tulevat esiin palvelutapahtuman aikana. Vuorovaikutuksellinen laatu on yleensä tärkein osa koettua laatua matkailupalvelussa ja se käsittää vuorovaikutuksen asiakkaan ja henkilöstön välillä. Tämän laadun asiakas näkee muun muassa henkilökunnan motivaatiossa, heidän käyttäytymisessä, kommunikoinnissa,

asiakaspalvelualltiudessa, pukeutumisessa ja ystävällisyydessä. (Verhelä & Lackman 2003, 40 - 43.)

Kaikkia näitä kolmea laadun osa-aluetta tulisi tarkastella keskeisten kontaktipisteiden kautta eli käytännössä määrittellä selkeät palveluprosessit, jotka jokainen työntekijä tuntee. Selkeiden palveluprosessien kautta on mahdollista tarkastella tuotteen kriittisiä pisteitä eli niitä osa-alueita, jotka ovat positiivisen laadun kokemisen kannalta kaikkein heikoimpia osa-alueita. Näitä palveluketjun puutteita pystytään näin tiedostamaan paremmin ja siten parantamaan palvelun laadun toteutumista (Tuulaniemi 2011, 269). Kiertoajelun laadun toteutumista voidaan tutkia muun muassa ulkopuolisten testi-asiakkaiden avulla ja laatimalla kokonaisuudesta Blueprint- kaavio, josta näkyvät kaikki kiertoajeluun vaikuttavat tekijät ajallisesti. Tuulaniemi puhuu palvelumuotoilusta, jossa pystytään samaistumaan asiakkaan rooliin ja siten tiedostamaan paremmin kriittiset kehittämispisteet, katkokset ja puutteet tuotteen osalta. Menestyvän kiertoajelun rakentamisen kannalta on myös tärkeää tehdä hyvä pohjatyö, jonka avulla voidaan selvittää asiakkaan tarpeet ja odotukset tuotteen osalta. (Tuulaniemi 2011, 269.) Tämän opinnäytetyön yhtenä tavoitteena on saada selville myös niin sanottuja hiljaisia signaaleja, jotka auttaisivat Taivaan tulet- kiertoajelun kehittämisessä tulevaisuudessa.

Laadukkaaseen kiertoajeluun kuuluvat tietyt peruseriaatteen, joiden avulla muodostuu positiivinen asiakaskokemus. Taivaan tulet- kiertoajelu kuuluu niin sanottuihin teemaopastuksiin, jolloin opastustehtävä kiteytyy tietyn teeman tai aihepiirin ympärille, jolloin pyritään saamaan opastettavat matkailijat aihepiirin sisälle paljon syvemmin kuin yleisopastuksessa. Tällaisen teeman ympärille rakennetun kiertoajelun tavoitteena on rakentaa käsiteltävästä asiasta perusteellinen kuva. (Verhelä & Lackman 2003, 207 - 209.)

Suomen opasliitto suosittaa opastusta jaoteltavan selkeisiin alueisiin, jolloin varmistetaan että matkailijat saavat tiedon siitä, mitä kiertoajelu sisältää ja että opastuksen sisältö olisi johdonmukainen ja selkeä. Hyvän opastuksen rakenteeseen kuuluvat opastuksen valmistelu, varsinaisen opastuksen aloitusvaihe, opastuksen kerrontavaihe ja opastuksen lopetus. Tärkeää on myös muistaa palautteen kerääminen ja käsittely, johon tähtää tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmät tulevana kesänä 2013. (Verhelä & Lackman 2003, 208–209.)

Opas suunnittelee annettuun teemaan johdonmukaisen, selkeän ja täysipainoisen opastuksen, jonka pohjalla on tutkitut asiakkaiden tarpeet ja odotukset. Taivaan tulentuotoajelun tavoitteena on tutustuttaa matkailijat tv-sarjan kuvauspaikkoihin sarjassa nähdyn dialogin ja kohtausten avulla. Oppaan tulee tuntea tv-sarjan tapahtumat ja juoni hyvin, jotta hän pystyy omaksumaan ne ja tarinan kerronnan avulla tutustuttaa matkailijat kiertoajelun eri kohteisiin. Hyvin suunniteltu kiertoajelu edellyttää toimivaa aikataulua, joka edellyttää muun muassa kaikkien teeman taustatietojen hallintaa, kohteen etäisyyksien tietämistä sekä aikatauluun vaikuttavien taukojen, kuten kuvaustaukojen tietämistä. Tutkimuskohteena olevan kiertoajelun kesto on noin 2 tuntia ja kiertoajeluun kuuluu kaksi viiden minuutin kuvaustaukoa. Ennen kiertoajelun toteuttamista on tiedettävä elementtien toimivuus, mutta tiedostettava kiertoajeluun kohdistuvat poikkeus-tilanteet. Eli mitä varasuunnitelmia on, mikäli kiertoajelua ei pystytä toteuttamaan tai tapahtuu esimerkiksi oppaan sairastuminen kohdalla. Hyvä kiertoajelu toimii joustavasti asiakkaiden ehdoilla. (Verhelä & Lackman 2003, 210 - 211.)

Heti kiertoajelun alussa opas luo hyvän ilmapiiriin toivottamalla asiakkaat vastaan ja avaamalla keskustelun heidän kanssaan. Ammattitaitoinen opas on aina paikalla ennen asiakkaita. Asiakkaiden tulee olla tervetulleita paikkakunnalle ja oppaan avulla kiertoajelulle saadaan positiivinen aloitus. Tärkeintä on oppaan persoonallinen ote, ennen kaikkea aitous ja luonnollisuus. Ennen varsinaista kiertoajelua on hyvä esitellä paikalla olevat eli opas itse, kuljettaja ja muut mahdolliset palvelun tuottamiseen osallistuvat henkilöt. Opas tarkastaa ryhmän jäsenten lukumäärän ja kertoo reitin kulun ja aikataulun. Teemallisissa kiertoajeluissa opas nostattaa kiertoajelun tunnelmaa heti alusta lähtien, esimerkiksi pukeutumalla teeman mukaisesta tai tuomalla teemallisuutta muulla tavoin esiintyessään. (Verhelä & Lackman 2003, 210 – 211.)

Varsinaisessa kerrontavaiheessa olennaisinta on oppaan käyttämä puhetapa ja kieli, jotka välittävät matkailijoille sisällön, asiatiedot, viihteellisyyden ja elämyksellisyyden. Opas ei aina pysty säilyttämään katsekontaktia kaikkiin asiakkaisiin kiertoajelun aikana, joten vuorovaikutuksellisen laadun varmistamisessa kielellinen rikkaus ja puheen selkeys ovat tärkeässä roolissa. Oppaan tulisi kuitenkin käyttää neutraaleja sanavalintoja, kuitenkin huomioiden teemallisuus. Kemijärven murretta voi käyttää opastuksen tietyissä vaiheis-

sa ja tv- sarjan repäisevillä dialogeilla voi hyvin kiinnittää kuulijoiden huomion. Muita huomion kiinnittämiseksi käytettäviä tehokeinoja ovat muun muassa kysymykset, vertaukset, esimerkit, huumori, yllätykset, bussissa jaettava materiaali. Oppaiden tulisi myös kiinnittää huomiota tiettyihin manereihin eli tapoihin. Ennen kaikkea ammattislangin ja vieraiden sanojen käyttöön, liialliseen murre sanojen käyttöön ja täytesanojen ja – äänien käyttöön kuten tuota, niinku, tota noin. Intonaation eli puheen nuottiin tulee myös kiinnittää huomiota. Liian vahvat maneerit voivat häiritä opastuksen kuunneltavuutta ja loppujen lopuksi matkailija kiinnittää huomiota vain niihin. (Verhelä & Lackman 2003, 212 - 214.)

Hyvä opastus ei ole paperista luettua vaan luontevaa ja hyvin omaksuttua kerrontaa. Laadukas kiertojelu ei ole tupaten täynnä vuosilukuja ja tiukkaa asiatietoa, mutta tarvittaessa opas tietää ne asiakkaan kysyessä. Muutamalla numerofakta-tiedolla opas voi myös osoittaa kuuntelijoille, että todella tietää mistä puhuu. Oikeajaksoinen tauotus on tärkeää kuuntelijoiden mielenkiinnon kannalta. Kiertojelun kestosta oikea määrä puhumiselle on noin 80–90 %:a. Mikäli opas on äänessä liikaa, kuuntelijat eivät ehdi sisäistää kuulemaansa ja mielenkiinto herpaantuu. Jos opastusta on vähemmän kuin 80 %, on silloinkin vaarana mielenkiinnon loppuminen. Oppaan ei siis tarvitse olla koko aikaa äänessä, vaan kuuntelijoille tulee antaa aikaa pureskella kuulemaansa ja jaksottaa tiedon jakaminen sopivasti jaoteltuihin paketteihin. (Verhelä & Lackman 2003, 212 – 214; Mancini 2001, 26 - 28.)

Äänentoistolaitteiden ja mikrofoniin hallinta on tärkeässä roolissa kiertojelun toiminnallisessa laadussa. Laitteen toiminnalliset tekijät tulee ottaa hyvin haltuun ennen kiertojelun aloittamista. Ajoneuvon liikkeet hankaloittavat oppaan puhumista, joten oikea puheasento on tärkeä. Asiakkailta kannattaa tiedustella kuuluuko ääni oikealla voimakkuudella, mutta mikin koputtelu ja numeroiden toistelu tulisi välttää äänen voimakkuuden testaamisessa kiusallisen tilanteen syntymiseksi. Liikkuvassa ajoneuvossa oppaan ja kuljettajan välinen yhteistyö on ensiarvoinen tärkeää hyvän opastuksen kannalta. Kuljettajan kanssa tulee käydä läpi ennen kiertojelun alkamista reitti, tauot ja opastuksen eteneminen, jotta opastus sujuisi mahdollisimman luontevasti. Taukopaikoilla pysähdyttäessä tulee oppaan edetä kohteen sääntöjen mukaan ja erilaisissa kohteissa, kuten kirkoissa ja teollisuuslaitoksissa, ovat erilaiset säännöt. Taukojen poikkeustilan-

teet tulee tiedostaa opastusta suunniteltaessa ja erilaisille matkamuistomyymälöille ja wc- käynneille tulee varata aikaa, mikäli taukopaikalla sellaisia on. Myös taukojen aikana oppaan tulee kuulua ja näkyä sekä olla tavoitettavissa, varsinkin jos pysähtymisen aikana tehdään varsinaista opastusta. Kun opastus tulee päätösvaiheeseen, opas kertoo olevansa valmiina lisäkysymyksiin, kiittää ja toivottaa ryhmän tervetulleeksi uudelleen. Läpi koko kiertoaajelun opas voi herättää matkailijoiden kiinnostuksen paikkakunnan mielenkiintoisiin käyntikohteisiin ja palveluihin, mutta kiertoaajelun lopussa voi opas antaa vielä varsinaisen info-paketin paikkakunnan palveluista. (Verhelä & Lackman 2003, 214-217.)

3 Itä – Lapista Yleisradioon – Taivaan Tulet Kemijärvellä

Tässä kappaleessa kerrotaan Kemijärven kaupungin perusfaktat: sijainti, saavutettavuus, ilmasto sekä kaupungin perustamisen historiaa. Näiden tietojen mukaan ottaminen tietoperustaan on olennaista, jotta lukija pystyisi hahmottamaan kaupungin maantieteellisen sijainnin mutta myös kaupungin yleisen tilanteen matkailun puolelta. Tässä luvussa käsitellään myös Taivaan tulet- televisiosarjan syntyä ja valotetaan sitä, miten Yleisradioon TV2:n suurtuotanto päättyi pieneen Itä – Lappilaiseen kaupunkiin.

Kemijärven kaupunki sijaitsee Itä-Lapissa, kuuden tunturin ympäröimänä. Kaupungin keskustaa ympäröivät vesistöt, joita ovat Kemijärvi, Pöyliöjärvi, Kuumalampi sekä Suomen suurin, 550 kilometrin pituinen, Kemijoki. Leimallista kaupunkikuvalle ovat myös vaaramaisemat, saaret sekä tunturit, jotka ympäröivät kaupunkia joka puolelta. Napapiiri halkoo Kemijärven kaupungin eteläpuolelta, kulkien keskeltä kaupungin laskettelukeskusta, Suomutunturia. (Kemijärvi 2012,a.) Alla olevassa karttakuvassa luetaan kaupungin naapurikunnat, joita ovat Salla, Rovaniemi, Posio sekä Pelkosenniemi. Kaupungin sijainti on ihanteellinen matkailun kehittämisen kannalta, koska noin tunnin ajomatkan sisällä on saavutettavissa kuusi matkailukeskusta. Rukan ja Sallatunturin matkailukeskukset sijaitsevat kaupungin itä-puolella, lähellä Venäjän rajaa. Muita tunturikeskuksia ovat Pyhä-Luosto kaupungin pohjoispuolella sekä Ounasvaara Rovaniemellä, kaupungin eteläpuolella.



Kartta 1. Lapin kartta. Kemijärven naapurikunnat ja Itä-Lappi. (Itä-Lapin kuntayhtymä 2012.)

Lappi on tunnettu selkeistä neljästä vuodenajastaan, jotka näkyvät myös Kemijärvellä. Kaupunki, kuten muukin Lappi, kuuluu mantereiseen ilmastovyöhykkeeseen, jonka ominaispiirteitä ovat lumiset talvet ja golf-virran vaikutuksesta syntyvät suhteellisen lämpimät kesät. (Lapland Finland 2012.) Ilmatieteenlaitoksen mukaan (2012) Kemijärvi kuuluu osaksi Lapin runsaslumisimpia alueita, jotka sijaitsevat Posion ja Sallan eteläpuolisilla alueilla. Kylmin kuukausi on tammikuu, kun taas heinäkuu on lämpimin kuukausi samalla ollen myös sateisin. Keskilämpötila tammikuussa on $-12 \dots -14$ celsiusastetta, kun taas alueen heinäkuun keskilämpötila on $14-15$ celsiusastetta. (Ilmatieteenlaitos 2012.)

Kemijärven kauppala ja maalaiskunta yhdistyivät vuonna 1972, jolloin kunnan väkiluku oli suurimmillaan, ollen 16 000. Kunnasta tuli Kemijärven kaupunki vuonna 1973. Kemijärvi on ollut historian saatossa suosittu kauppapaikka sen keskeisen sijainnin takia, Kemijoen vesireittien varrella. Keminsaamelaisten tiedetään asuttaneen Kemijärven seutuja, mutta kaupungin ensimmäinen vakituinen asukas oli Paavali Halonen vuonna 1590. (Kemijärvi 2012b; Niemi 2000, 36.) Kaupungin asutus on kolmasosaltaan kyläpainotteista, joista asutuimmat kylät Kemijoen itä- ja länsipuolin ovat muun muassa Soppela, Isokylä, Kostamo, Kallaanvaara ja Lehtola. (Kemijärvi 2012c.) Viime vuosien

kehitys on ollut kylien kannalta negatiivista, koska moni kyläkoulu on lakkautettu kaupungin säästötoimenpiteiden takia ja palvelut kylistä ovat vähitellen siirtyneet kaupungin keskusta. Muutoinkin Kemijärven kaupungin väestönlisäys on ollut negatiivista läpi koko kaksituhattaluvun alun johtuen isojen tehtaiden lakkauttamisista ja kokonaisen elinkeinoalan muuttumisesta. Kaupungin tämän hetkinen asukasluku on noin 8000 henkeä. Koko Itä-Lapin seutukunnalle, eli Kemijärvi, Salla, Savukoski ja Pelkosenniemi, on viimeiset vuosikymmenet olleet leimallista väestöpohjan pientyminen. (Lapin Liitto 2012.)

Kemijärven kaupunki toimii yhteistyössä Pelkosenniemen kunnan kanssa muodostaen yhteisen elinkeinotoimen, jonka toiminnasta vastaa vt. elinkeinojohtaja Markku Merenheimo. Kemijärvi ja Pelkosenniemi ovat laatineet yhteisen työllisyys- ja elinkeinostrategian vuosille 2010 - 2012, jonka kehittämisen kärjiksi nostettiin puuteollisuus ja matkailu. Matkailun osalta strategian tavoitteena on panostaa yhteistyöhön alan yrittäjien kanssa ja panostaa matkailun hankkeisiin. (Kemijärvi 2012d.) Kaupungilla on vuonna 2012 valmistunut matkailustrategia, jonka kehittämisen painopisteitä ovat muun muassa sähköisten markkinointikanavien ja sisäisen matkailusektorin kehittäminen sekä alueen matkailuelinkeinon kasvaminen ulkomaisten ja kotimaisten matkailijoiden määrillä mitattuna. (Pekkala, S. 1.11.2013b.)

Kaupungin omaa matkailukeskusta, Suomua, ollaan jälleen nostamassa Suomen johtavien matkailukeskusten rinnalle. Viimeisten viiden vuoden aikana Suomulla on tehty mittavat uudistusremontit vanhan hotellin osalta, joiden arvioidaan olevan 10 miljoonan euron luokkaa ja rakennettu uusi mökkikylä Itä-Suomun alueelle. Kemijärven kaupunki on ollut osaltaan tukemassa ja rahoittamassa Suomen kasvua, muun muassa kaavoittamalla uusia alueita, ostamalla maita sekä rakentamalla uuden kaukolämpökeskuksen. (Pääkkö 2010, 12.) Matkailusta on haettu uutta tekijää parantamaan alueen huonoja työllistymismahdollisuuksia ja kehittämään siitä vahvempaa elinkeino-alaa. Tällä hetkellä monet kaupungin matkailuyrityksistä ovat pieniä, yhden tai muutaman hengen yrityksiä.

3.1 Kemijärven matkailullinen kuva

Kemijärven matkailullista brändiä eli yleistä kuvaa on tunnusteltu ja haettu muutaman vuoden ajan. Toimijan eli kaupungin puolelta tuotiin esille parin vuoden ajan Lake Lapland- teemaa eli kaupungin sijaintia järvien keskellä tunturien ympäröimänä. Viimeisin brändin hiontaa koskeva uudistus on tuoda kaupunkia esille television sekä luonnon omien taivaan tulien kautta. Vahvasti korostetaan myös kaupungin luonnon hiljaisuutta ja neljän vuoden ajan karuutta, jotka tulevat esiin yhtä lailla myös tv-sarjassa. Kemijärven matkailun vetovoimatekijöitä ovat myös monet tapahtumat, joista uusin on Iskelmätulet - festivaalit. (Visit Kemijärvi 2012; Yle Lappi 2012.) Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia kiertoajelun läpikäyneiden matkailijoiden tyytyväisyyttä itse tuotteeseen elämyksellisyyden ja tarinallisuuden elementtien kautta. Osa elämyksen syntymistä on odotuksien ylittyminen. Ennakko- odotukset taasen syntyvät mielikuvien ja brändin pohjalta. (Komppula & Boxberg 2002, 154 – 162.) Tästä syystä onkin tarpeellista pohtia ja analysoida Kemijärven brändiä ja sen elementtejä osana kokonaisuutta.

Brändin muodostuminen matkailukohteiden kasvussa on tärkeä prosessi. Jo vuosia on todettu, että brändi on nimi, käsite, merkki, symboli tai muu piirre joka erottaa tuotteen tai palvelun muista vastaavanlaisista samoilla markkinoilla. Bränditutkija Kapferer on määritellyt, että brändi itsessään kuvaa tuotteen olemusta, tarkoitusta ja suuntaa. Brändi muodostuu myös asiakkaiden käyttökokemuksista, mielikuvista ja muilta kuluttajilta kuulluista käyttökokemuksista. Muiden käyttäjien arvostelut, kommentit ja kuvat sosiaalisessa mediassa vievät brändimielikuvaa entistä vahvemmin eteenpäin. Matkailullinen mielikuva eli brändi on olennainen tekijä elämyksen syntymisessä. Elämykseen vaikuttavat myös ennakko odotukset, jotka syntyvät matkailupalvelun tai matkailukohteen brändin pohjalta. (Komppula & Boxberg 2002, 154 – 162.)

Brändin muodostumista voidaan ohjata tiettyyn suuntaan, mutta täysin brändiä ei voi hallita, koska se syntyy kuluttajien mielissä. Itse brändi on mielikuva tuotteesta asiakkaiden mielissä, mikä vaikuttaa lopulliseen koettuun laatuun esimerkiksi matkailutuotteesta. Mikäli brändin mielikuva on laadukas ja odotukset korkealla, voi koettu laatu olla toisenlainen ja brändin mielikuva muuttua. Itse koettua laatua voidaan vahvistaa hyvällä asiakaspalvelulla. Jos taas tekniset puitteet ovat huippuluokkaa, mutta asiakas-

palvelu ei vastaa brändistä muodostunutta mielikuvaa, on kokemus negatiivinen. (Komppula & Boxberg 2002, 154 – 162.)

Kemijärven matkailubrändi on haastavassa tilanteessa. Kaupungin matkailijamääriä yritetään nostaa ja tehdä kaupungin matkailubrändiä tunnetuksi, samalla kun kaupungin talous on haastavassa tilanteessa. Toimiva yhteistyö kaikkien matkailuelinkeinon kanssa tekemisissä olevien kesken auttaisi suuresti kaupungin matkailun kehittämistä puhumattakaan muista kaupungin elinkeinotoimista. Positiivinen yhteishenki auttaa myös positiivisen matkailubrändin rakentamisessa.

Suomen Matkailunedistämiskeskus eli MEK on linjannut Suomen maakuvaa Visit Finland- markkinointiteeman kautta. Teemaan sisältyy kolme ydinarvoa, joihin Suomen matkailumaankuvan voi kiteyttää. Ensimmäinen on Silence, Please, jolla halutaan korostaa Suomea paikkana, jossa on tilaa elää ja hengittää vastakohtana koko ajan hektisemmälle elämänrytmille. Toinen on Wild & Free, millä halutaan tuoda esille Suomen tarjoamat mahdollisuudet mitä erilaisimpiin luontoaktiviteetteihin, kuten moottori- ja koirasafarit, vesillä liikkumisen mahdollisuudet tai vaikkapa lumisotakilpailu kaupungin keskustassa. MEKin sivuilla esille tuotu, edellä mainittu lumisotakilpailu on Kemijärvellä pelattava EM-tason Yukigassen- lumisotakilpailu. Laji on tuotu Suomeen Japanista ja Kemijärvellä kilpailuja on käyty jo kaksi vuosikymmentä. Kaupungista lajia on lähdetty viemään muualle Suomeen ja maailmalle, kuten Norjaan. Kolmantena Visit Finland- ydinarvona tuodaan esille Cultural Beat. Tämä tarkoittaa Suomen kulttuurin tunnetuimpia kansainvälisiä elementtejä, kuten joulupukki, metallimusiikki ja luonnon antiimet. Näitä ilmiöitä Suomen matkailumaankuvassa tulisi entisestään vahvistaa. (MEK 2012.)

Markkinointiteema tuo esille näitä kolmea edellä mainittua arvoa, mutta MEK on listannut myös Matkailu – Suomen perusidentiteetin, jonka katsotaan rakentuvan neljästä asiasta: Luotettava (credible), myönteisesti vastakohtainen (contrasting), luova (creative) ja rento tai viileä (cool). (MEK 2012.) Kun tarkastellaan Kemijärven kuvaa matkakohteena, voidaan todeta että kaikki edellä mainitut ydinarvot ja perusidentiteetin neljä palasta löytyvät kaupungista. Vaikka Visit Finland- markkinointiteema on suunnattu ennen kaikkea kansainvälisiä matkailijoita varten, voidaan edellä mainittuja asioita yleis-

tää koskemaan myös kotimaisia matkailijoita. Esimerkiksi hiljaisuus teemana on ollut kovassa nosteessa viime vuosien aikana. Kemijärvellä hiljaisuutta ja avaruutta löytyy, kunhan se osataan tuotteista oikealla tavalla. Luonnon puhtaus, kontrastit ja viiveys ovat myös asioita, joita Kemijärven matkailijakuvassa tulisi korostaa. Kaupunki sijaitsee järvien ympäröimänä ja kaupungin ydinkeskustasta on noin puolen kilometrin matka lähimmälle uimarannalle ja venesatamaan. Luonnon läheisyys kaupungin sykkeen vieressä on todellista kontrastia eli vastakohtaa monelle suomalaiselle mutta myös ulkomaiselle matkailijalle. Luonnon puhtautta korostaa erityisesti se seikka, että kaupunkia ympäröivien järvien ja Kemijoen vesi on sellaisenaan juomakelpoista. Asia, mikä on paikallisille ihmisille itsestäänselvyys, onkin äärimmäisen eksoottista monelle ulkomaiselle mutta myös Etelä-Suomesta tulevalle matkailijalle.

Lappi tunnetaan vahvasti joulupukista, revontulista, neljästä vuoden ajasta ja luonnosta ylipäätään. Lapin brändi on siis vahva ja maailmalla tunnettu. Matkailualueen brändi muodostuu matkailijan ja itse brändin kontakteista toteaa brändiasiantuntija Teemu Moilanen. Matkailualueen brändiin sisältyy suunniteltu viestintää, joka käsittää markkinointia, mainontaa, tiedotteita ja esitteitä. Olennaista on fyysinen ympäristö eli rakennukset ja tilat. Matkailualueen brändi kattaa myös palveluprosessit eli palvelutuotannon, vuorovaikutuksen sekä asiakaskontaktit. Entistä suurempaan rooliin viime vuosien aikana on noussut myös suunnittelematon viestintä eli uutiset, julkisuus ja sosiaalinen media. (Tuulaniemi 2011, 261.)

Kemijärven brändi on vahvassa kasvussa ja erottuminen alueen muista matkailukeskuksista positiivisella tavalla on tällä hetkellä haastavinta. Moilasan mainitsema suunnittelematon viestintä brändin muokkautumisessa on ollut kaupungin kohdalla kaikkein haastavinta. (Tuulaniemi 2011, 261.) Voidaankin sanoa, että Kemijärven kaupungin brändi on tällä hetkellä murrosvaiheessa, kun tarkastellaan sitä suunnittelemattoman viestinnän kautta. Vuosikausia kaupunki oli tunnettu negatiivisten uutisten kuten yöjunayhteyden ja isojen tehtaiden lopettamisien kautta. Taivaan Tulet – tv- sarjan kautta kaupunki on saanut kosolti positiivista mainosta ja sitä mukaa positiivisempaa julkisuutta suunnittelemattomassa viestinnässä. Viimeisimpien vuosien aikana on panostettu entisestään suunniteltuun viestintään eli esimerkiksi mainostettu aktiivisesti ja laadukkaasti Taivaan Tulet- kiertoajeluita, panostettu fyysiseen ympäristöön kuten perustettu

matkailuneuvonta sarjassakin kuvauspaikkana käytettyyn baariin sekä panostettu palveluprosesseihin esimerkiksi palkkaamalla matkailuneuvontaan asiansa osaavia ammattilaisia.

Tulevaisuuden kannalta haasteellisimmaksi tekijäksi nousevat mielestäni paikalliset asukkaat erilaisten palveluprosessien kautta. Vuorovaikutuksella paikallisten asukkaiden, jotka toimivat erilaisissa palveluammateissa, ja matkailijoiden välillä on suuri merkitys alueen brändin muodostumisen kannalta. Tuulaniemen mukaan matkailija kokee yksittäisen matkailupalvelun matkakohdekokonaisuuden kautta, joten siitä syystä on yksittäistä tuotetta tarkasteltava myös koko matkakohteen tasolla. Matkailijoina me emme välttämättä erota tai hahmota kaikkia palveluita yksitellen, vaan yhtenä laajana kokonaisuutena. (Tuulaniemi 2011, 260–261.) Osaavatko paikalliset olla tarpeeksi ylpeitä omasta kotikaupungistaan ja tuoda Kemijärveä esille matkailullisesti positiivisella tavalla. Onko palvelun laatu sellaisella tasolla, että matkailijat kokevat kaupungin viihtyisäksi ja vievät positiivista brändimielikuvaa eteenpäin omille tutuilleen. Kaikki vaikuttaa kaikkeen. Vaikka kaupungin matkailun elinkeinotoimi työskentelisi hartiavoimin positiivisen matkailubrändin rakentamisessa, mutta itse kaupunkilaiset eivät lähde siihen mukaan, voivat työn tulokset olla risti-riitaisia ja matkailija hämmentynyt.

3.2 Ideasta televisiosarjaksi

Taivaan Tulet – televisiosarja lähti liikkeelle Kemijärvellä syntyneen ja lapsuutensa eläneen ohjaaja, käsikirjoittaja ja näyttelijä Kari Väänänen ideasta. Kari Väänänen oli seurannut kaupungin ankeita aikoja tehtaiden lakkauttamisten ja yöjuna- kapinan aikana, josta syntyi idea, että kaupungin tulisi saada myös positiivista mainosta. Väänänen mukaan kaupungissa on todellista potentiaalia ja tärkeimpänä viestinä hän halusi tuoda esille, että myös pohjoisen pikku kaupungissa voi elää. Hän halusi saada kaupunkilaisiin taistelutahtoa oman paikkansa puolesta ja tuntemaan itsensä ylpeiksi kotiseudustaan. (Suomen Kuvalehti 2008.)

Mikä sitten on tuonut pienen Kemijärven kaupungin yli miljoonan katsojan tietoisuuteen? Kari Väänänen mukaan sarjan vetovoima voi perustua sen emotionaalisuuteen. Jaksoissa on ohjaajan ja käsikirjoittajan mukaan sopivasti iloa ja naurua, mutta myös

vähän jännitystä ja ripaus erotiikkaa. (Helsingin Uutiset 2012.) Sarja vetoaa myös monen katsojan maaseudun kaipuuseen ja antaa vastauksia kysymyksille, millaista olisi palata takaisin pohjoiseen, pois Etelä- Suomen kaupunkien hälinästä ja kiireestä. Sarjasta on tunnistettavissa vahva ajankuva hiljalleen hiipuvasta, työttömyyden vaivaamasta kaupungista syrjäseudulla.

Taivaan Tulet- sarjaa on kuvattu neljä tuotantokautta, joista viimeisimmät jaksot kuvattiin syksyllä 2013. Sarja lopetettiin Yleisradion päätöksellä, koska sen mukaan sarjan tarina on tullut tiensä päähän ja neljännen tuotantokauden tapahtumat antavat luontevan lopetuksen sarjalle. (Lapin Kansa 2012.) Kahden ensimmäisen tuotantokauden uusinnat aloitettiin vappuna 2013, joiden jatkoksi esitetään kahden viimeisen tuotantokauden jaksot ensimmäistä kertaa. (Iltasanomat 2013, 7 - 10.) Käytännössä Taivaan tulet- tv- sarja pyörii televisiossa vielä loppuvuoden 2013. Kantaako tv- sarjan kiinnostus vielä kesään 2014 asti, esimerkiksi kiertoajelujen osalta, jää nähtäväksi. Varmaa on kuitenkin se, että kaupungilla on nyt tuhannen taalan paikka vakuuttaa tv- sarjan suosion mukanaan tuomat matkailijat vierailemaan kaupungissa vielä toistekin.

3.3 Ideasta elämystuotteeksi – Taivaan Tulet- kiertoajelu

Taivaan tulet- teeman ympärille rakennetut päiväretkipaketit ovat syntyneet osaksi tv- katsojien kiinnostuksesta kaupunkia kohtaan, mutta myös Kemijärven kaupungin elinkeinotoimen vahvasta halusta tuotteistaa kaupungin tunnettavuutta ja hyödyntää kaupungin saamaa näkyvyyttä. On ymmärretty tv-sarjan suosion kaupungille luomat mahdollisuudet kehittää alueen matkailua ja tuottaa sitä mukaa uusia työpaikkoja. Tv- sarjan tuomaa näkyvyyttä ei olisi voinut kustantaa kaupungin matkailutoimen vuosibudjetista koskaan.

Koska kiinnostus kaupunkia kohtaan oli suurta, syntyi Helsingissä järjestetyillä Matkamessuilla vuonna 2010 ajatus Taivaan Tulet- tuotteesta, joka jalostui pari tuntia kestäväksi kiertoajeluksi. Tuotteistamista ja tuotteen lanseerausta hidasti YLE: ltä pyydettyvät luvat, joiden myöntäminen oli aikaa vievää. Kiertoajelun toteuttamisessa ovat mukana paikalliset yrittäjät yhteistyössä kaupungin kanssa. Kaupungin elinkeinotoimi vastaa ennen kaikkea kiertoajelun henkilöstökuluista ja markkinoinnista. Tv- sarjan ohjaa-

jan, Kari Väänäsen, tahtona oli tuoda esille kaupungin kauneutta ja sijaintia järvien ympäröimänä, jonka horisontissa siintävät tunturijonot. Tv-sarjassa tämä näkyikin parhaiten ilmasta käsin kuvattuina loppukohtauksina ja laaja-alaisesti valittuina luonnon läheisinä kuvauspaikkoina ympäri Itä-Lappia. (Lappilainen 2011.) Kun matkailija tulee näiden mielikuvien perässä kiertoajelulle, on kierto-ajeluun valittavien kuvauspaikkojen vastattava odotuksiin.

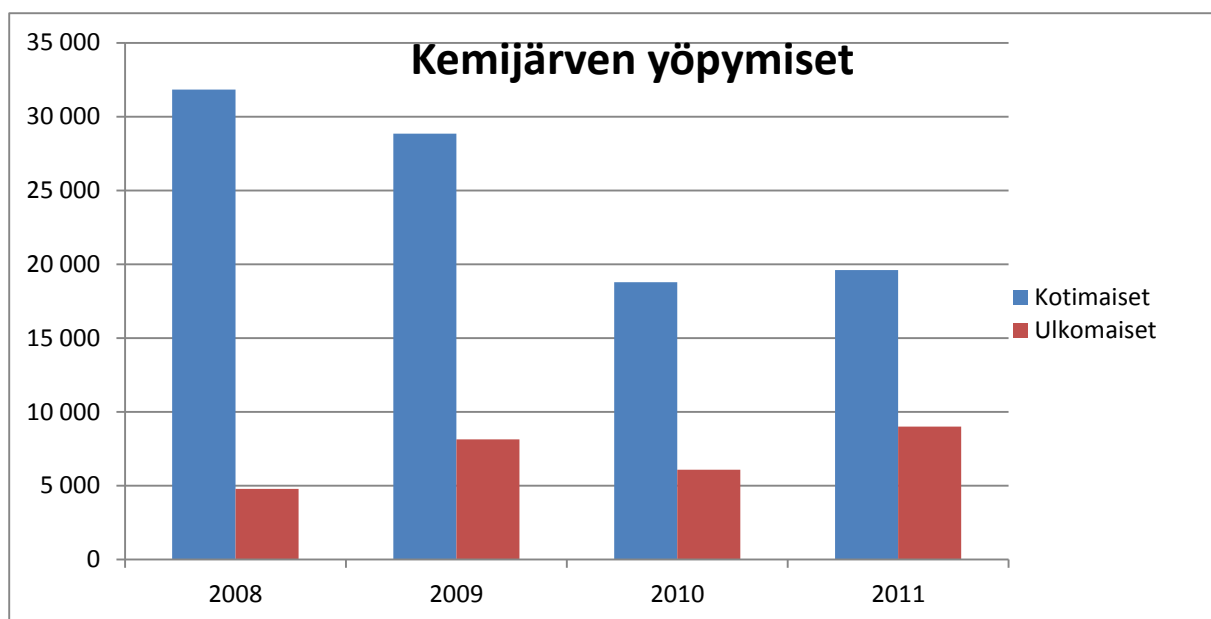
Ensimmäiset kiertoajelut pyörähtivät käyntiin kesällä 2011. Kun ensimmäiset tv-sarjan jaksot esitettiin TV2:lla kevättalvella 2007, oli kiinnostus suurta jo seuraavina vuosina. Kuitenkin varsinaiset kiertoajelut aloitettiin vuonna 2011 organisoidusti ja auktorisoitujen oppaiden vetämänä, jotka olivat ja ovat edelleen paikkakuntalaisia ihmisiä. Kiertoajelun aikana kierretään Kemijärven kaupunkia Kemijoen molemmin puolin reilun 60 kilometrin verran. Yhteensä kiertoajelun aikana käydään läpi yli neljäkymmentä kuvauspaikkaa. Kuvien ottamista varten kiertoajelun aikana on kolme taukoa. Kesällä 2013 kiertoajelu on tarjolla kerran päivässä, kun kahtena aikaisempana vuotena se on ollut tarjolla kahdesti päivässä. Kiertoajelua ajetaan tulevana kesänä kiivaimman kesäsesonin ajan eli 25.6.- 9.8.

Kiertoajelun aikana tutustutaan linja-autosta käsin yli neljään kymmeneen eri kuvauspaikkaan. Kiertoajelun kohteet ovat tuttuja erityisesti sarjaa seuranneelle matkailijalle, mutta niiden avulla saa kattavan kuvan kaupungin historiasta ja kulttuurista yleisesti. Linja-auto käy muun muassa Rauni Väänäsen isän, Pekka Väänäsen, kotitilalla Pöyliönperällä, Tohmossa Neljän koplan jengin eli Lötjösen, Jetsun, Nilkin ja Röhkön kotipihalla sekä Soppelan kylällä sijaitsevalla, tehtaan johtaja Aatos Launiksen, hulppealla talolla. Kiertoajelu pysähtyy myös Kemijärven tutuimmalla maamerkillä eli Pitkällä Silalla, jonka ympärillä aukeavat Kemijoen ja Kemijärven vesistöt. (Lappilainen 2011.)

Varsinaista asiakastyytyväisyystutkimusta ei kiertoajelun tai kaupungin muiden vastaavien matkailupalveluiden osalta ole aiemmin tehty, joten tarkkoja tietoja erilaisista matkailijaryhmistä (esimerkiksi ikä, sukupuoli) ei ole. Suuntaa antavaa tietoa voidaan hakea esimerkiksi Finnpanelin Tv- mittaritutkimuksen tuloksista, koska etukäteen voidaan olettaa että Taivaan tulet- kiertoajelulle osallistuu henkilö, joka on katsonut tv- sarjaa aiemmin. Televisiosarja on kerännyt suuria katsojalukuja kautta aikain. Kuten vuonna

2010, kun Yle TV2 aloitti toisen tuotantokauden esitykset, oli katsojia parhaimmillaan 962 000. (Finnpanel 2013 a.) Kun vertaillaan esimerkiksi eri ikäluokkien tv:n katseluai-koja per kanava, nähdään että 45- 64- vuotiaat suosivat television katselussa eniten Ylen kanavia. (Finnpanel 2013 b.) Kun taas nuorempi katsojaryhmä, 25- 44- vuotiaat, suosivat enemmän kaupallisia kanavia. (Finnpanel 2013 c.) Kiinnostus Ylen kanavia kohtaan ja sitä mukaa mahdollinen kiinnostus Taivaan tulet- tv- sarjaa kohtaan vanhemman katsojaryhmän osalta, voi mahdollisesti näkyä tämän saman ikäryhmän kiinnostuksena myös kiertoajelua kohtaan.

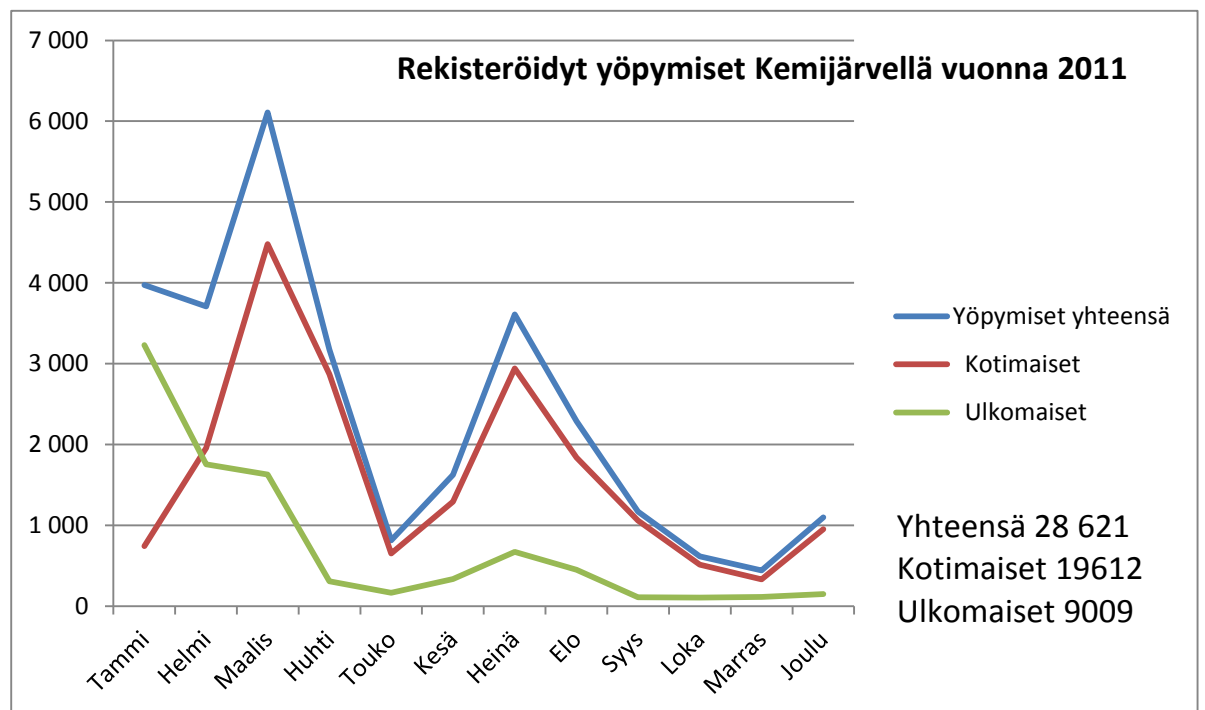
Tulevaisuuden tavoitteena on kasvattaa matkailijoiden majoitusvuorokausien määrää. Vuonna 2011 Kemijärvellä yöpyi 28 621 matkailijaa, joista ulkomaisten matkailijoiden osuus oli noin 9000 henkeä. Edellä luetellut luvut ovat siis rekisteröityjen yöpymisten lukumääriä. Yhdeksi tavoitteeksi on kirjattu kotimaisten matkailijoiden majoitusvuorokausien määrän kasvattaminen. Kun se vuonna 2011 oli noin 19 600, on vuoden 2015 tavoitteena 30 000 rekisteröityä yöpymistä. Kaupungissa tapahtuu paljon myös niin sanottua rekisteröimätöntä yöpymistä, jolloin matkailijat yöpyvät vuokramökeissä, sukulaisten ja tuttavien luona sekä esimerkiksi asuntovaunuissa tai matkailuautoissa leirintäalueen ulkopuolella. Tällaisten matkailijoiden yöpymisten mittaaminen on haastavaa, vaikka kasvua tapahtuisi samassa suhteessa. (Pekkala, S. 21.5.2013a.)



Kaavio 1. Kemijärven yöpymiset vuosina 2008–2011. (Pekkala, S. 21.5.2013a.)

Vuonna 2008 alkanut taantuma näkyi myös Kemijärven rekisteröidyissä yöpymistiloissa kotimaisten matkailijoiden osalta, kuten yllä olevasta kaaviosta selviää. Ulkomaisien matkailijoiden määrässä on näkynyt vuosittain selvää kasvua, mikä todennäköisesti selittyy osittain venäläisten matkailijoiden määrän kasvuna koko Lapin alueella. Lähin raja-asema sijaitsee 60 kilometrin päässä Sallan Kelloselässä. Kaupungin majoituskapasiteetin rajallisuus ja taso voivat tulevaisuudessa nousta haasteeksi matkailu elinkeinon kehittämisessä. Majoituskapasiteetin rajat tulevat vastaan jo venäläisten matkailijoiden joulusesongin sekä heinäkuussa järjestettävien Iskelmäfestivaalien aikana.

Alla oleva kaavio kertoo Kemijärven matkailun sesongeista, joka on nähtävissä matkailijoiden majoitusmäärien mukaan. Selkeät sesonkiäiköt ovat talvella ja kesällä. Talvella suurin yöpymisten määrä on ollut helmi- maaliskuussa, jolloin ovat muun muassa koulujen hiihtolomat Suomessa. Kemijärvellä hiihtolomalaisia houkuttelee muun muassa Suomen matkailukeskus laskettelurinteineen. Toinen selkeä sesonki on kesäkuukausina eli kesä-, heinä- ja elokuussa, jolloin muun muassa Taivaan tulet-kiertoajeluita järjestetään.



Kaavio 2. Rekisteröidyt yöpymiset Kemijärvellä vuonna 2011. (Pekkala, S. 21.5.2013a.)

4 Tutkimusmenetelmät ja tutkimustulokset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia kiertoajeluiden läpikäyneiden matkailijoiden tyytyväisyyttä kiertoajelun elämyksellisyyden ja tarinallisuuden elementtien kautta. Tutkimuksen perimmäisenä tarkoituksena on siis kartoittaa olemassa olevaa asiaa katsoamalla mitä tapahtuu ja etsiä uusia näkökulmia sekä mahdollisesti löytää uusia ilmiöitä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 137 - 138,2009.)

4.1 Kysely

Tässä tutkimuksessa olen päättänyt käyttää kvalitatiivisia että kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Kvantitatiivisiin tutkimusmenetelmiin luetaan kuuluvaksi valitsemani tutkimusmenetelmä eli kysely. Kyselyn valitsin sen takia, että sen avulla on mahdollista tutkia laajasta joukosta otettua tiettyä otosta, jolloin on mahdollista saada suuri määrä vastauksia juuri halutulta joukolta. Kyselyn avulla saadaan helpoiten kartoitettua olemassa oleva tilanne, mutta haasteeksi voi muodostua asioiden todellisten syiden selvittäminen. Kysely voidaan nähdä usein pinnallisena tutkintatapana, jonka avulla ei välttämättä saada riittävän syvällisiä vastauksia tutkimuskysymyksiin. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä vastaa kysymyksiin Mikä?, Missä?, Paljonko?, Kuinka usein? Kyseessä on numeerisesti suuri ja edustava otos tutkittavasta joukosta. Tutkittavaa ilmiötä kuvataan numeeriseen tiedon pohjalta erilaisin taulukoin ja kuvin. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 137 - 138,2009; Heikkilä 2004, 15 – 16.)

Kyselyssä käytän avoimia kysymyksiä sekä strukturoituja kysymyksiä eli vaihtoehtoilta varustettuja kysymyksiä. Mieliopidekysymyksissä käytän 5- portaista asteikkoa, jonka ääripäät rakentuvat mieliopidepohjalta ”täysin samaa mieltä” ja ”täysin eri mieltä”. Kyselyn alussa kysytään vastaajien taustamuuttujia eli demograafisia tietoja. Taustamuuttujia tässä kyselyssä ovat ikä, sukupuoli ja asuinpaikka. Näillä tiedoilla vastaajat voidaan ryhmitellä ja verrata onko ryhmien välillä eroja. (Kananen 2012, 121- 132.) Käytännön työn kannalta valitsin kyselyn myös siksi, että kyselyiden keruuta voi tehdä myös Kemijärven matkailuinfon henkilökunta silloin, kun itse en pääse paikan päälle. Ulkopuolisen henkilön avun pyytämisessä on myös omat haasteensa saada henkilö vakuutettua kyselyn tarpeellisuudesta ja hyödyllisyydestä sekä motivoida hänet kyselyn keräämiseen.

Tässä tutkintamenetelmässä ei ole varsinaista otantaa, vaan tutkintamenetelmän piiriin kuuluvat kaikki, jotka liittyvät tähän ilmiöön eli kiertoajeluun. Eli käytännössä piiriin kuuluvat kaikki kiertoajeluun osallistuvat ihmiset. Tutkimuksen lähtökohtana on, että kaikki tutkintamenetelmän piiriin kuuluvat yksiköt eli ihmiset saataisiin vastaamaan. Käytännössä tämä ei kuitenkaan ole mahdollista. Riittävä vastausmäärä riippuu tilanteesta. HAAGA-HELIAN opinnäytetyöohjeistuksessa määritellään riittäväksi vastausmääräksi 100 vastausta, joka on tämänkin tutkimustyön tavoitteena. (Kananen 2012, 121–132.)

Toimeksiantajani haluaa tukea kyselyiden keräämistä siten, että vastaajaa voi motivoida vastaamaan pienellä palkinnolla. Mikäli kyselyyn vastaa, vastaajalla on mahdollisuus osallistua arvontaan, jossa on päävoittona kahden hengen illallinen paikalliseen ravintolaan. Palkkion saamisessa on myös omat riskinsä. Vastaaja ei välttämättä pohdi sen kummemmin vastauksiaan, vaan haluaa täyttää kyselyn nopeasti ja saada palkkionsa. Positiivista mahdollisessa palkkiossa taas on se, että sillä tavoin voi herättää kiinnostusta ja huomiota suuressakin joukossa ihmisiä.

Taivaan tulet- kiertoajelut käynnistyivät 25.6., jolloin aloitettiin myös kyselyiden kerääminen ja havainnointien tekeminen. Kiertoajelut päättyivät 9.8., jolloin päättyi myös varsinainen kenttätyön tekeminen. Kiertoajeluun osallistui yhteensä 458 henkeä, joista kyselyyn vastanneita oli 82. Täten kyselyn vastausprosentiksi muodostuu 18 %. HAAGA-HELIAN tutkimusmenetelmien ohjeistuksen mukaan kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmään perustuvan kyselyn vastauksien kokonaismäärä tulisi olla 100 vastausta, jotta kyselyn otos olisi mahdollisimman kattava. 100 vastauksen vähimmäismäärä antaa myös mahdollisuuden kattavampaan aineiston analysointiin. Vaikka keräämäni vastauksen kokonaismäärä jäi vajaaksi näillä kriteereillä, olen kuitenkin tyytyväinen vastausten määrään suhteessa kiertoajelun kokonaiskävijämäärään nähden. Onko tutkimus tarpeeksi luotettava edellä mainituilla vastausprosentteilla, onkin sitten toinen asia. Tutkimuksen validiteettia eli luotettavuutta tutkitaan tarkemmin luvussa 6.1. Olen kuitenkin tyytyväinen aineiston laajuuteen ja monipuolisuuteen, koska esimerkiksi avoimia vastauksia kehitysehdotuksineen kertyi paljon. Kyselyä kerättiin opinnäytetyön tekijän mutta

myös matkailuneuvonnan työntekijöiden toimesta. Havainnointit suoritti vain opinnäytetyön tekijä ja havainnointi suoritettiin kolmen kiertojelun aikana.

Kysely käsitti kaiken kaikkiaan 15 kysymystä, joista 12 oli monivalintakysymyksiä. Kysymyksistä kaksi olivat avoimia kysymyksiä, joista toinen kartoitti vastaajien asuinpaikkakuntaa. Toinen avoin kysymys oli sijoitettu viimeiseksi. Tässä viimeisessä kysymyksessä toivottiin vastaajilta avoimia vastauksia eli kehitysehdotuksia ja kommentteja siitä miten kiertojelua voitaisiin parantaa tai mikä oli kiertojelussa kaikkein parasta kokemuksen kannalta. Monivalintakysymykset laadittiin siten, että niiden avulla pystyttäisiin parhaiten kartoittamaan kiertojelun elämyksellisyyttä ja tarinallisuutta kiertojelun läpikäyneiden matkailijoiden mielipiteen avulla. Kysely testautettiin ja lähetettiin kommentoitavaksi kiertojelun oppaille sekä toimeksiantajan edustajalle, Kemijärven markkinointi- ja matkailukoordinaattorille. Näiden palautteiden pohjalta muutamia kysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja muokattiin selkeämmiksi. Kyselylomake löytyy liitteenä 1.

Kysely laadittiin vihkomuotoon, jolloin sen koko oli yksi A4- paperi. Vihkomuotoon tulostettu kysely oli käytännön kannalta järkevin ratkaisu, koska se ei kokonsa puolesta ”pelota” vastaajia eikä sen täyttäminen ole hankalaa ilman vakaata alustaa. Tutkimusta syventäviä kysymyksiä olisi voinut laatia vielä lisää, mutta halusin pitää kyselyn ulkomuodon napakkana ja vastaajan kannalta miellyttävänä.

Käytännön työ kyselyiden keräämisessä toteutettiin siten, että pyysin kiertojelun opasta kertomaan asiakkaille asiakastyytyväisyyskyselystä linja-autossa, ennen kiertojelun päättymistä. Kun linja-auto saapui takaisin matkailuneuvonnan eteen, oli kyselyiden kerääjä odottamassa suoraan linja-auton edessä ja valmiina vastaanottamaan matkailijoita.

4.2 Havainnointi

Kvalitatiivinen tutkintamenetelmä on laadullista tutkimista, jolloin muun muassa kuvataan tiettyä ilmiötä tai tapahtumaa, kuten tässä tapauksessa kiertojelun elämyksellisyyttä. Kvalitatiivisen tutkintamenetelmän avulla voidaan ymmärtää tutkittavien tietynlaista toimintaa, kuten miten matkailijat tuovat esille elämyksellisyyden kokemisen kiertojel-

lun aikana. Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä vastaa kysymyksiin Miksi?, Miten? ja Millainen? Usein kyseessä on suppea ja harkinnanvarainen tutkimusryhmä eli koottu näyte. Ilmiötä ymmärretään ns. pehmeän tiedon pohjalta. (Heikkilä 2009, 16-17.)

Kvalitatiivisena tutkimusmenetelmänä aion käyttää havainnointia, joka on tässä tapauksessa tarkkailevaa ja suoraa havainnointia, jolloin tutkija seuraa tapahtumia niin että ilmiöön liittyvät tekijät eli tässä tapauksessa opas, kuljettaja ja asiakkaat voivat havaita havainnoinnin. Havainnointia voidaan pitää perusteltuna myös senkin takia, koska tästä ilmiöstä eli Taivaan tulet-kiertoajelusta ei ole paljoa tietoa ja koska sitä ei ole tutkittu lainkaan. Tässä tutkimuksessa tiedetään suurin piirtein mitä ollaan havainnoimassa, joten havainnoissa voidaan kiinnittää huomiota havainnoitavaan asiaan eli kiertoajelun asiakastyytyväisyyteen, elämyksellisyyteen ja tarinallisuuteen. (Kananen 2012, 94–98.) Tähän työhön valitsin havainnoinnin sen takia, että sitä kautta voisin saada lisää analysoitavaa materiaalia kyselyn tulosten tueksi. Havainnoinnin avulla voin saada lisää tietoa esimerkiksi siitä, miten matkailijat kokevat kiertoajelun etenemisen ja kohteet, joissa kiertoajelu kiertää ja siten saada lisää ideoita kehittämistoimenpiteisiin.

Havainnoinnin avulla halusin tutkia matkailijoiden reaktioita suhteessa kiertoajelun tapahtumiin ja kuinka ne voivat mahdollisesti ilmentää elämyksellisyyttä ja tarinallisuutta. Havainnoinnin avulla halusin myös tutkia kiertoajelun rakennetta, oppaan selostusta, teknistä laatua ja muita poikkeavia tapahtumia, jotka voivat vaikuttaa elämyksellisyyteen ja tarinallisuuteen. Havainnoinnin avulla halusin löytää selkeitä kehittämissuhteita kokonaisuuden parantamiseen. Tämän tutkimustavan valitsin myös siksi, että saisin lisää analysoitavaa aineistoa kyselyn tueksi. Koin havainnoinnin tutkimusmenetelmänä toteuttamiskelpoiseksi sen takia, että pystyin toteuttamaan sen käytännöllisesti itse.

Lähdin rakentamaan havainnoinnin työkaluja ja varsinaista lomaketta tietoperustan pohjalta (Havainnointilomake liite 2). Käytännössä tämä tarkoitti sitä, että valitsin tietoperustasta kolme asiaa joihin kiinnitin erityistä huomiota havainnoinnissa: tekninen laatu, teemallisuus ja tarinallisuus. Koska en pysty lukemaan ihmisten ajatuksia, en siis voi tietää, kuinka elämyksellisenä he kiertoajelun kokevat.. Tämän takia painotin havainnoinnissa teemallisuutta, koska Taivaan tulet-tema on tärkeä tekijä elämyksen

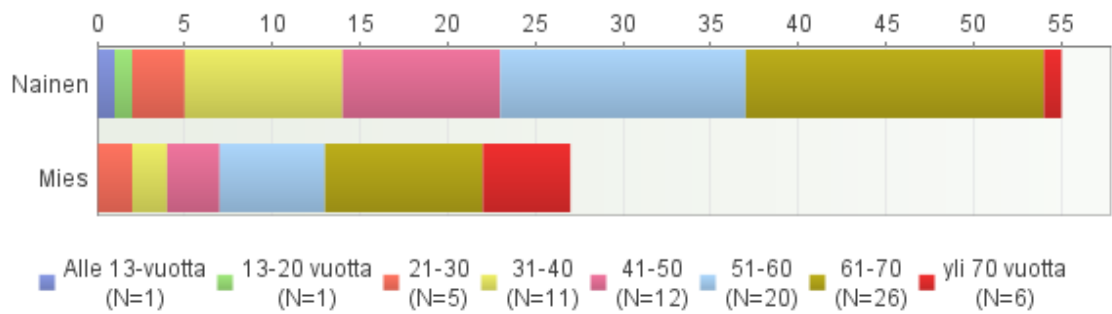
syntymisessä. Teema on todennäköisesti tärkein syy, miksi matkailijat tulevat kiertoajelulle. Laadin näiden kolmen tekijän pohjalta taulukon, johon kirjasin asiat, jotka mielestäni ovat tärkeimmät tekijät kyseistä asiaa havainnoitaessa. Teknisen laadun havainnointikriteereiksi kirjasin muun muassa mikrofonin käytön, äänen kuuluvuuden, oppaan kerronnan sujuvuuden ja ajon miellyttävyyden. En ole opaskoulua käynyt, joten havainnoin opastuksen laatua helposti havaittavissa olevien teknisten tekijöiden kautta ja asiakkaan näkökulmasta. Teemallisuuteen liitin tärkeimmiksi havainnointikriteereiksi teemallisuuden ilmenemisen eli kerronnan tv-sarjan tapahtumista, kiertoajelun kohokohdat ja miten asiakkaat reagoivat niihin. Teemallisuuteen liitin myös havainnoinnin asiakkaiden ilmeistä ja eleistä, mikä voi kertoa tyytyväisyydestä tai tyytymättömyydestä kiertoajeluun. Tarinallisuutta tutkin havainnoinnissa kerronnan värikkyytinä (adjektiivit, kuulijan huomion herättäminen), miten kiertoajelu osattiin kytkeä osaksi paikallisuutta ja aitoutta sekä oliko kiertoajelu selkeästi rakennettu ja tuotteistettu.

Edellä kerrottujen kärkikohtien avulla rakensin varsinaisen havainnointilomakkeen, johon kirjasin kunkin kiertoajelun jälkeen tehdyt havainnot. Havainnoinnista minulla on kokemusta yhdeltä aiemmalta kurssilta ammattikorkeakoulun opintojen aikana. Hyödynsin tältä kurssilta saatuja kokemuksia havainnointilomakkeen rakentamisessa ja varsinaisessa havainnoinnissa. Toteutin havainnoinnin kolmen kiertoajelun aikana, jolloin pidin mukana havainnointilomaketta. Havainnoinnin aikana käytin kynä ja paperitekniikkaa, eli tallensin tulokset vihkoon mukaillen havainnointilomaketta. Aiemman kurssin aikana opin, että tällä tavoin eli vapaasti ylöskirjattuna havainnoidut asiat tulevat paremmin kirjattua ylös kuin että täyttäisin lomaketta tarkassa järjestyksessä. Sain kirjattua vihkoon helpommin havainnoinnin aikana herääviä ajatuksia ja tilanteita, jotka sitten kirjasin myöhemmin kohta kohdalta lomakkeelle. Tällä tavoin pohdin asiaa tuoreeltaan toistamiseen, jolloin tein myös uusia havaintoja varsinaisen havainnointitilanteen jälkeen.

Havainnointilomake, joka on opinnäytetyön lopussa liitteenä kaksi (2), rakentui kaiken kaikkiaan 13 eri kysymyksestä, joiden pohjalta tein havainnot. Kirjasin lomakkeen alkuun myös päivämäärän, oppaan nimen, osallistujien lukumäärän, sään sekä kuljettajan nimen. Taustatiedot, mikäli niissä ilmenee ristiriitaisuuksia, voivat auttaa lopullisissa johtopäätöksissä.

4.3 Kyselyn tutkimustulokset: demograafiset tiedot

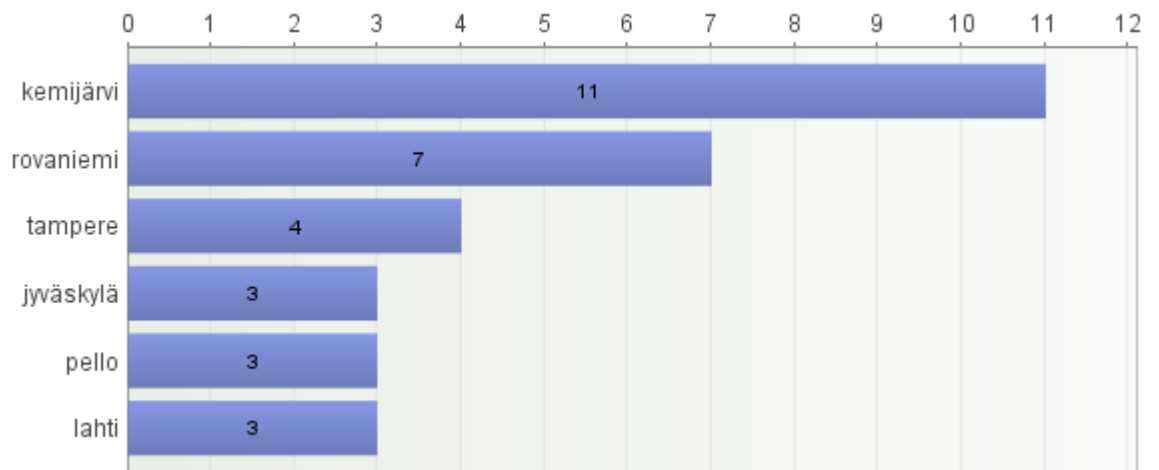
Kyselyssä oli kaiken kaikkiaan 15 kysymystä, joista kolme ensimmäistä käsittelivät varesinaisia vastaajien taustatietoja eli demograafisia tietoja. Nämä kolme kysymystä käsittelivät vastaajien sukupuolta, ikää ja asuinpaikkakuntaa. Taustatietojen avulla saatiin kar-toitettua, että vastaajista 27 oli miehiä ja 55 naisia (N=82).



Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma sukupuolen mukaan.

Yllä oleva kuvio kertoo ikäjakauman vastaajien kesken sukupuolen mukaan jaoteltuna. Kuvioista on havaittavissa, että suurin ikäryhmä vastaajien kesken, niin miesten kuin naisten osalta, on 61–70- vuotiaat. Seuraavaksi suurin ikäryhmä on 41–50- vuotiaat. Kuvioista 1 voidaan nähdä, että Taivaan tulet- kiertoaajelu kiinnostaa keski-ikäisiä ja vart-tuneempia matkailijoita. Mediaani vastaajien iän osalta painottuu ikäryhmään 51- 60- vuotiaat.

Kysymykseen *Valitse asuinpaikkasi (kunta tai kaupunki)* vastasi 80 henkilöä (N=80). Kiertoaajelulle osallistui matkailijoita ympäri Suomen, mutta alueittain vastaajien asuin-paikkakuntia tarkastellen nähdään, että suurimmat lähtöalueet ovat Etelä-Suomi, Itä-Suomi, Varsinais- Suomi ja Pohjois- Suomi mukaan lukien Oulun seutu. Kyselyyn vas-tanneista kaksi tai useampi ilmoitti asuinpaikkakseen Kemijärvi, Rovaniemi, Tampere, Oulu, Lahti, Pello, Jyväskylä, Hankasalmi, Helsinki, Hyvinkää, Sodankylä, Humppila, Sotkamo, Kontiolahti, Kokkola, Kouvola, Kaarina ja Varkaus. Kyselyyn vastanneista kolme kertoi asuvansa Ruotsissa. Näiden lisäksi oli myös muita yksittäisiä asuinpaikka-kuntia ympäri Suomen. Alla olevassa kuviossa esitetään vastaajien yleisimmät asuinpai-kat.

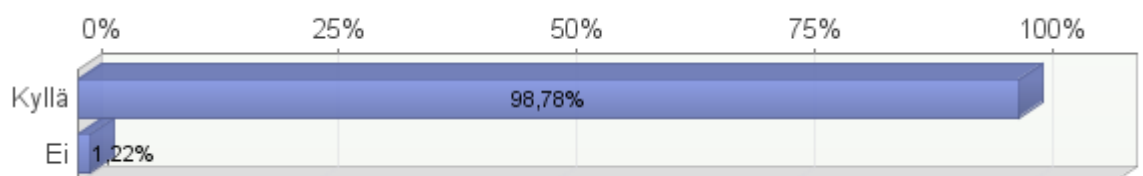


Kuvio 2. Vastaajien yleisimmät asuinpaikat.

4.4 Kyselyn taustakysymykset

Demograafisten kysymysten jälkeen siirryttiin vaiheittain varsinaisiin aihetta syventäviin kysymyksiin. Ennen syventäviä kysymyksiä vastaajilta kysyttiin niin sanottuja taustakysymyksiä, joiden avulla kartoitettiin miksi matkailijat olivat valinneet kiertoajelun sekä millä tavoin he olivat saaneet tietoa kiertoajelusta. Molemmat kysymykset olivat monivalintakysymyksiä. Taustakysymysten asettelu ennen varsinaisia syventäviä kysymyksiä tekee kyselystä paremmin jäsennellyn sekä johdattelee vastaajaa luontevammin itse aiheeseen.

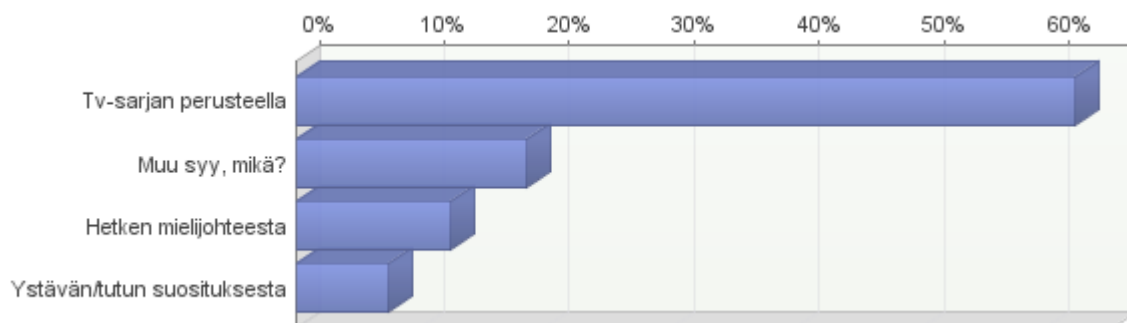
Tv- sarjaa oli vastaajista seurannut lähes kaikki kiertoajelulle osallistuneet. Tähän kysymykseen vastanneista (N=82) vain yksi ei ollut koskaan sarjaa katsonut.



Kuvio 3. Tv- sarjaa seuranneiden määrä vastaajien kesken.

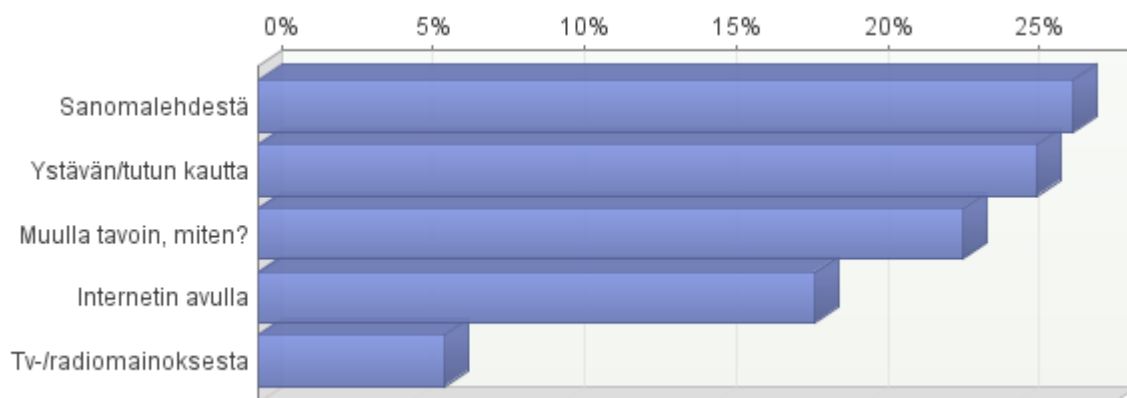
Seuraavalla kysymyksellä haettiin tärkeintä syytä ja motiivia, miksi matkailijat olivat valinneet kiertoajelun. Kuten alla olevasta kuviosta nähdään, niin neljästä vaihtoehdosta vahvimmin nousi esille *Tv- sarjan perusteella*, jonka valitsi vastaajista kaksi kolmasosaa eli

yli 60 % (N=82). *Hetken mielijohteesta* tai *Ystävän/tutun suosituksesta* kiertoajelulle oli lähentynyt yhteensä noin 20 % vastaajista. Toiseksi eniten vastauksia sai *Muu syy, mikä?*, johon sai kirjoittaa avoimen vastauksen. Vastaajat kirjoittivat näin: *Kyläily tuttavilla, sisältyi serkkutapaamisen ohjelmaan, lahja lapsilta 40v. häpäivälle, Kotiseuturetki, samalla kiertoajelun mahdollisuus, vieraiden viihdytys, halu nähdä uudelleen tuttuja paikkoja.*



Kuvio 4. Tv- sarjan katsominen oli ehdottomasti tärkein syy osallistua kiertoajelulle.

Seuraavan kysymyksen vastaukset jakoutuivat melko tasaväkisesti neljän vastausvaihtoehdon välille, joita olivat: *Sanomalehdestä, Ystävän/tutun kautta, Internetin avulla tai Muulla tavoin, miten?* (N=82). Näistä kukin vastausvaihtoehto sai vastauksia parinkymmenen prosentin molemmin puolin. Vähiten vastauksia sai vaihtoehto *Tv-/radiomainoksesta*, joka sai noin 6 % prosenttia vastauksista.



Kuvio 5. Tiedonhakukanavien jakautuminen kiertoajelun osalta.

Tämän kysymyksen vastausten analysoinnissa tulee kiinnittää huomiota eri tiedotusvälineiden eroihin. Kun tarkastellaan tuloksia sanomalehden, internetin ja television sekä radion välillä, huomionarvoista on että suurin osa vastaajista on saanut tiedon paremmin sanomalehden kuin internetin avulla. Nykypäivänä korostetaan koko ajan enemmän ja enemmän sähköisten tiedotusvälineiden tärkeyttä, mutta tämän kyselyn vastaus-

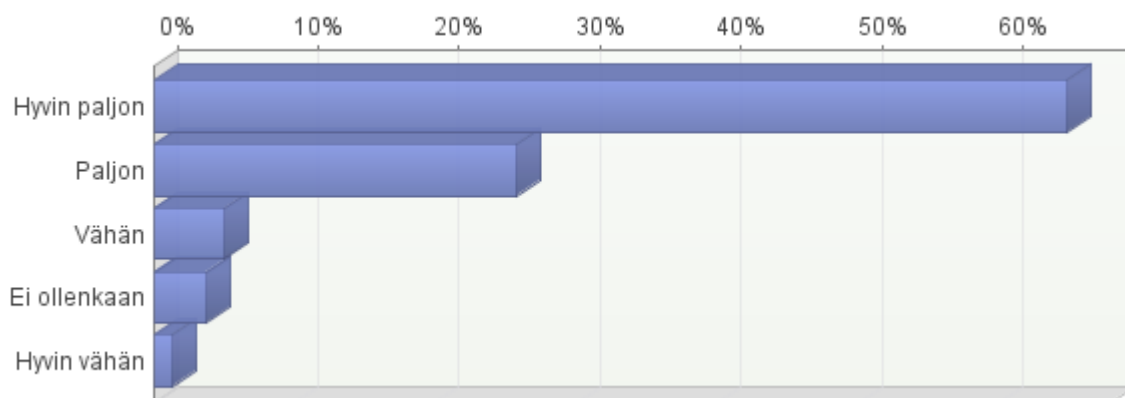
ten perusteella perinteistä painettua sanomalehteä seurataan tarkasti.

4.5 Elämyksen syntyyn vaikuttavat tekijät

Seuraavaksi käsitellään varsinaisia syventäviä kysymyksiä, joiden pohjalta lähdetään rakentamaan kokonaiskuvaa kiertoajelun elämyksellisyydestä ja tarinallisuudesta. Kysymykset 7- 15 käsittelevät opinnäytetyön aihetta syvällisemmin. Näiden kysymysten analysoinnin avulla lähdetään hakemaan vastauksia varsinaisiin tutkimuskysymyksiin.

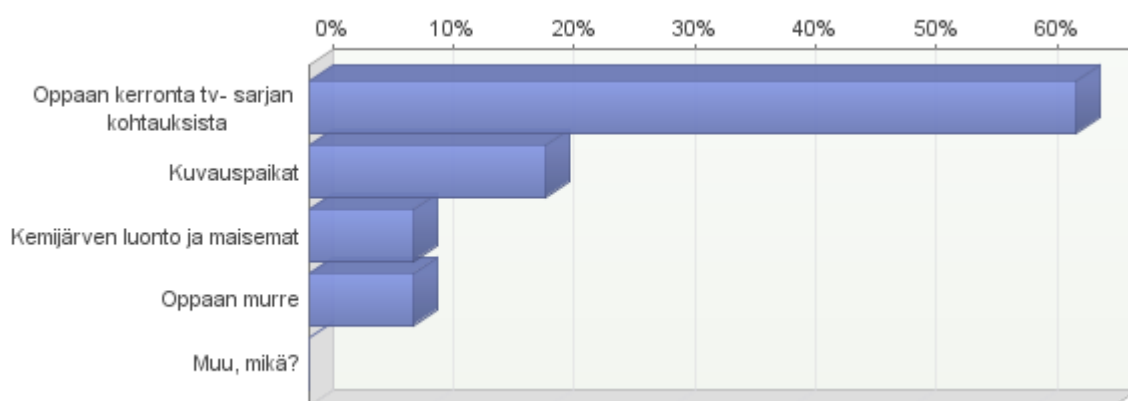
Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia kiertoajelun läpikäyneiden matkailijoiden tyytyväisyyttä itse tuotteeseen elämyksellisyyden ja tarinallisuuden elementtien kautta. Työn alkuvaiheessa tutkimuskysymyksiksi muotoutuivat seuraavat kysymykset: kuinka elämyksellisinä kiertoajelut koetaan? Miten tarinallistamista hyödynnetään kiertoajelussa ja elämyksen tuottamisessa?

Seuraava kysymys pohtii ennako-odotuksen roolia elämyksen muodostumisessa sekä teeman tärkeyttä. Vastausvaihtoehdot annettiin Likertin asteikolla *Hyvin paljon – Ei ollenkaan*, joista muodostui viisi eri vastausvaihtoehtoa sen mukaan kuinka tärkeäksi Taivaan tulet- teema kiertoajelulla koettiin. Vastausten perusteella voidaan todeta, että televisiosarjaa mukaileva teemapohjainen kiertoajelu koetaan houkuttelevaksi, koska vastaajista yli 64 % on todennut että Taivaan tulet- teema vaikutti *Hyvin paljon* heidän osallistumiseensa kiertoajeluun, kuten alla olevasta kuviosta voidaan nähdä (N=82). Vastauksia, joiden valintaan kiertoajelun teema vaikutti *Paljon*, oli lähes 26 % kaikista vastanneista. *Vähän*, *Hyvin vähän* tai *Ei ollenkaan* - vastausvaihtoehdot saivat kannatusta lähes kymmenen prosenttia yhteensä.



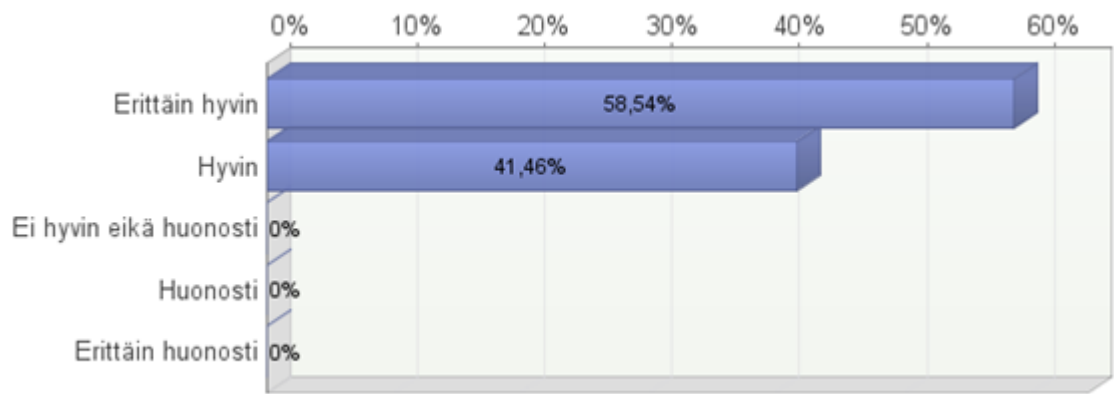
Kuvio 6. Taivaan tulet- teeman tärkeys kiertoajeluun osallistuneille.

Seuraavalla kysymyksellä mitataan kiertoajelun eri osa-alueiden tärkeyttä ja miten ne vaikuttavat elämyksen syntyyn. Matkailijoilta kysyttiin kiertoajelun eri osa-alueiden tärkeyttä, joita olivat *Oppaan murre*, *Oppaan kerronta tv- sarjan kohtauksista*, *Kuvauspaikat*, *Kemijärven luonto ja maisemat* sekä *Muu, mikä?* Nämä osa- alueet rakentuivat opinnäytetyön tekijän omien kokemusten pohjalta kiertoajelulla. Viimeksi mainittuun vastausvaihtoehtoon ei tullut yhtään vastausta. Tärkeimmäksi tekijäksi kiertoajelulla todettiin *Oppaan kerronta tv- sarjan kohtauksista*, joka sai lähes 64 % vastauksista (N=82). Seuraavaksi tärkein tekijä oli bussin ikkunasta nähdyt *Kuvauspaikat*, joka sai kannatusta 19,5 % vastauksista. *Oppaan murre* ja *Kemijärven luonto ja maisemat* saivat saman prosentuaalisen määrän eli 8,5 % vastauksista, kuten alla olevasta kuviosta nähdään.



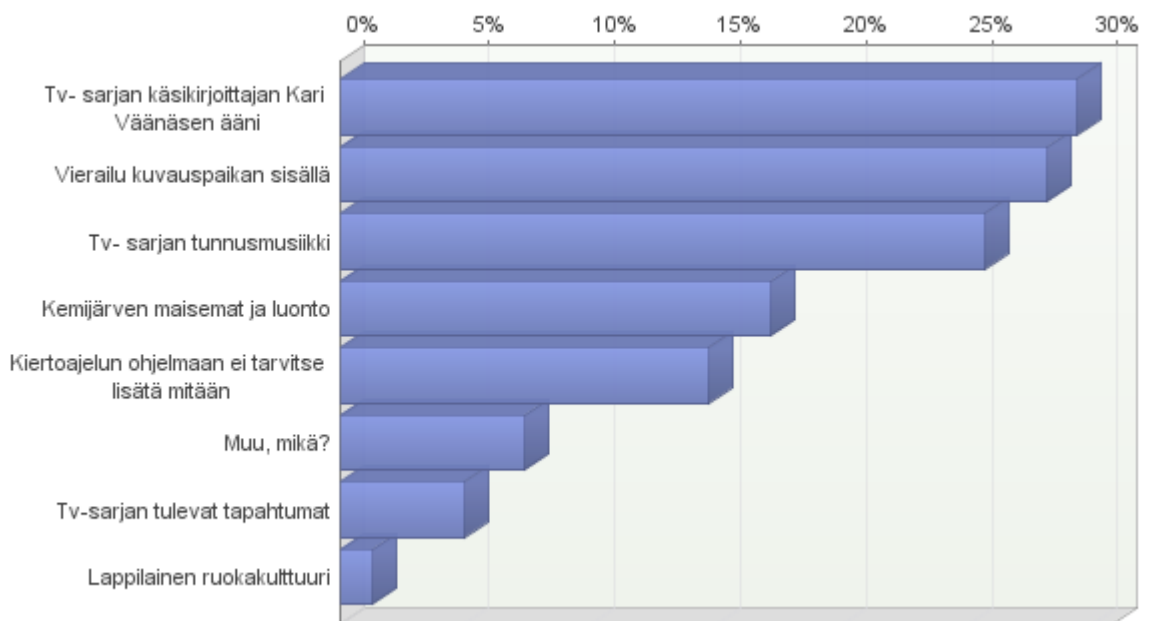
Kuvio 7. Eri osa-alueiden tärkeys Taivaan tulet- kiertoajelulla.

Seuraavalla kysymyksellä haluttiin tutkia kiertoajelun laadullisia tekijöitä mutta myös sitä, että saivatko asiakkaat sen mitä tulivat todennäköisesti hakemaan. Eli pääsivätkö he kokemaan uudelleen sarjan tapahtumat sen oikeilla kuvauspaikoilla. Kiertoajelun kulkuun oltiin erittäin tyytyväisiä tai hyvin tyytyväisiä (N=82). Alla oleva kuvio kertoo, että kiertoajelu kokonaisuudessaan oli sitä, mitä he tulivat hakemaan. Eli pääsivät kuulemaan ja näkemään sarjan tapahtumia Kemijärven ja Lapin maisemissa, joissa sarja on kuvattu.



Kuvio 8. Kuinka tv-sarjan tapahtumat tulivat esille kiertojelun aikana.

Seuraavalla kysymyksellä halusin tutkia, miten eri osa-alueita voisi kehittää kiertojelun osalta. Halusin tutkia myös miten kiertojelua voitaisiin kehittää tulevaisuudessa vai ovatko matkailijat tyytyväisiä siihen millainen kiertojelun on tällä hetkellä. Vastausvaihtoehdoiksi asetin tekijöitä, jotka omasta mielestäni voisivat kehittää tuotetta moniaistisemmaksi ja monipuolisemmaksi.



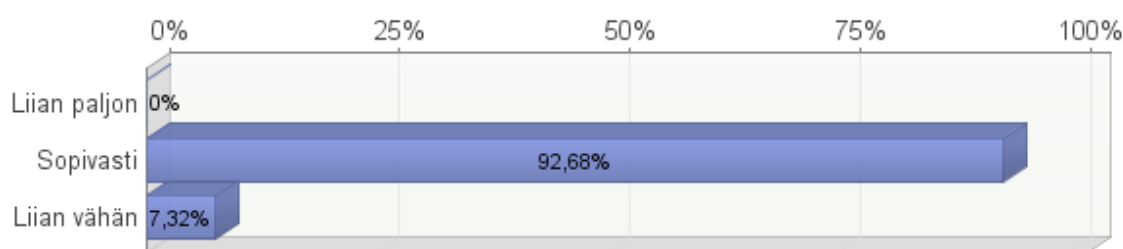
Kuvio 9. Kiertojelun teemaa vahvistavia tekijöitä vastaajien mielestä.

Edellä olevasta kuviosta nähdään, että vastaajat totesivat, että *Tv- sarjan tunnusmusiikki* (25,61 %), *Tv- sarjan käsikirjoittajan Kari Väänäsen ääni* (29,27 %) ja *Vierailu kuvauspaikan sisällä* (28,05 %) olisivat kiertojelun teemaa parhaiten vahvistavia asioita (N=105).

Kannatusta saivat myös *Kemijärven maisemat ja luonto* (17,07 %). Vähiten kannatusta saivat *Lappilainen ruokakulttuuri* (1,22 %) ja *Tv- sarjan tulevat tapahtumat* (4,88 %). Vastaus-

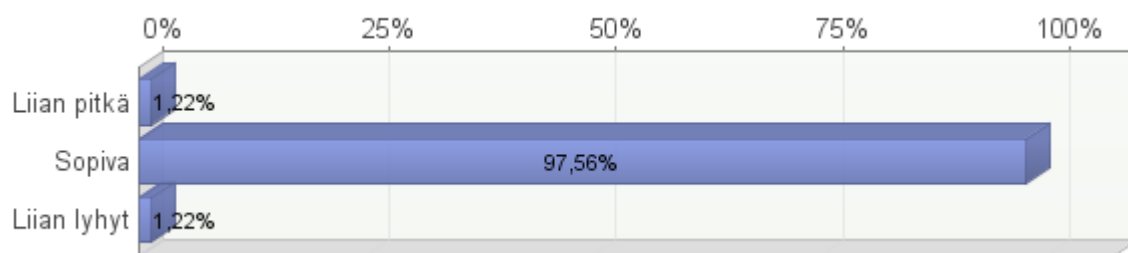
vaihtoehto *Muu, mikä?* keräsi vastauksista yli seitsemän prosenttia ja avoimen vastauksen kautta tulikin ilahduttavan paljon kehitysehdotuksia kiertoajelun kehittämiseksi. Vahvimmin nousi esille toive tv- sarjan näyttelijän tapaamisesta kiertoajelulla. Yksi vastaajista toivoi myös näyttelijöiden nimiä enemmän esille kiertoajelulla. Yksi vastausvaihtoehtoista antoi mahdollisuuden todeta, että kiertoajelu on hyvä sellaisenaan. *Kiertoajelun ohjelmaan ei tarvitse lisätä mitään* sai vastauksista lähes 15 prosenttia. Osa asiakkaista oli siis tyytyväisiä kiertoajeluun sellaisenaan.

Seuraavat kolme kysymystä käsittelevät kiertoajelun sisältöä ja kestoa. Näiden kysymysten avulla halusin mitata yleistä tyytyväisyyttä itse tuotteeseen mutta myös mahdollisia kehittämisideoita. Ensimmäisellä kolmesta kysymyksestä halusin mitata Taivaan tulet-kiertoajelun sisällön mielekkyyttä. Useat matkailijoista osallistuvat kiertoajelulle ennen kaikkea sen teeman takia, mutta koska kiertoajelu on Kemijärvellä, myös kaupungin historiasta ja yleistiedoista on syytä kertoa. Kysymyksellä halusin mitata häiritsikö kaupungin esittely itse teemallisuutta vai koettiin esittely ja yleistiedot liian vähäisiksi. Vastaajista lähes 93 % toteaa, että kiertoajelun aikana kaupunkia esiteltiin sopivasti (N=82). Vastaajista yli seitsemän prosenttia totesi, että he haluaisivat tietää vielä lisää Kemijärvestä.



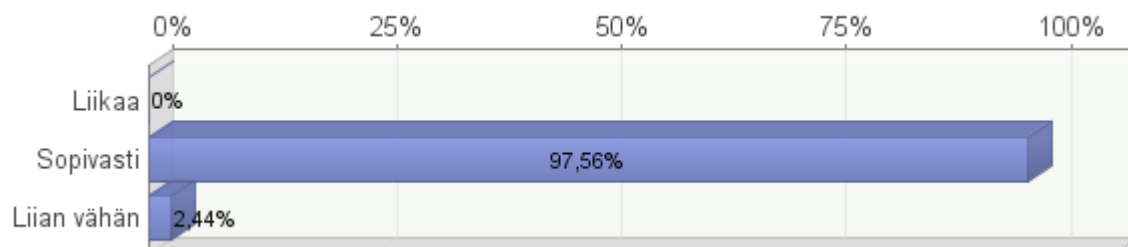
Kuvio 10. Kemijärven kaupungin historian ja yleistiedon määrän riittävyys kiertoajelun ohjelmassa.

Kiertoajelun koki sopivan mittaiseksi lähes 98 % vastaajista, joten kukaan ei varmasti päässyt pitkästymään tai tylsistymään kiertoajelun aikana (N=82). Päälle yksi prosentti vastaajista piti kiertoajelua liian pitkänä ja samoin päälle yksi prosentti koki sen liian lyhyeksi.



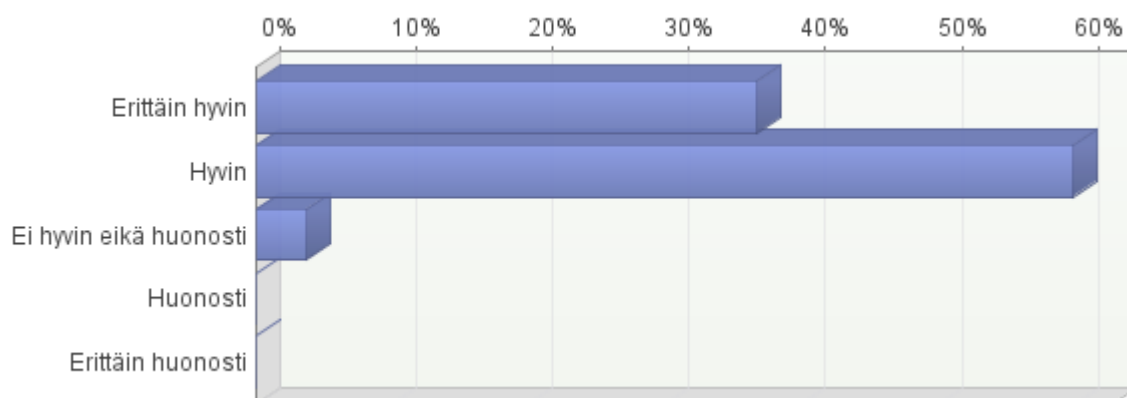
Kuvio 11. Kiertoaajelun kesto matkailijoiden mielestä.

Vastaajista lähes 98 % prosenttia totesi kuvauspaikkojen määrän olleen riittävä kiertoaajelulla (N=82). Loput vastaajista (2,44 %) totesivat että kuvauspaikkoja esiteltiin liian vähän. Kuten kuvioista nähdään, kukaan vastaajista ei kokenut kuvauspaikkojen esittelyjen määrää liialliseksi.



Kuvio 12. Vierailujen määrä kuvauspaikoilla kiertoaajelun aikana.

Vuimeisellä mielipidettä mittaavalla kysymyksellä halusin mitata yksiselitteisesti sitä, olivatko asiakkaat tyytyväisiä kiertoaajeluun. Laadin kysymyksen Likertin viisiportaisen asteikon mukaan asteikolla *Erittäin hyvin* – *Erittäin huonosti*. Yksikään vastaajista ei ollut päässyt huonosti tai erittäin huonosti mukaan Taivaan tulet- kiertoaajelun tunnelmaan (N=82). Kun taas *Erittäin hyvin* kiertoaajelusta oli nauttinut 36,59 % vastaajista. *Hyvin* tunnelmaan oli päässyt mukaan 59,76 % vastaajista. *Ei hyvin eikä huonosti* tunnelmasta oli nauttinut lähes neljä prosenttia kiertoaajelulla olleista.



Kuvio 13. Kuinka matkailijat pääsivät mukaan Taivaan tulet- tunnelmaan kiertoajelulla.

Viimeinen kysymys oli avoin kysymys, jonka avulla toivoin saavani kehitysehdotuksia ja kommentteja sekä asiakkaiden kokemuksia kiertoajelun kohokohdista. Tähän kysymykseen tuli peräti 32 vastausta (N=32), johon olen tyytyväinen. Ei ole päivän selvää, että vapaita kommentteja kyselyihin kirjoitetaan. Omasta kokemuksesta tiedän, että usein vastatessa haluaa vain nopeasti eroon kyselystä ja monesti jättää vastaamatta viimeisiin avoimiin kysymyksiin kiireeseen vedoten. Avointen vastausten avulla on mahdollisuus tuoda matkailijoiden ”ääni” vielä paremmin kuuluviin sekä saada arvokasta aineistoa analysoitavaksi.

Parhaiten kiertoajelusta matkailijoille jäi mieleen kuvauspaikat, oppaan kerronta ja Kemijärven maisemat. Matkailijat nostivat kuvauspaikoista erityisesti esille Neljän koplan talon, Raunin isän kotipaikan ja Launiksen talon. Näistä kuvauspaikoista kirjoitettiin muun muassa seuraavanlaisia kommentteja: *Pekan talon "sijaintipaikka*. Kuten yksi vastaaja toteaa *Pekan talon paikka asutuksen keskellä eikä korvessa ja koplan pihapiiri kokonaisuudessaan. Paljon tuli mieleen asioita oppaan kerronnan myötä!!* Kuvio 14 on sanapilvi, jossa esille nousevat suuremmalla fontilla eniten mainitut tekijät kiertoajelulla. Sanapilvestä on havaittavissa vahvennettuna muun muassa opas, kopla, kiitos, maisemat.

asunto autokouluun autosta elävöitti erinomainen **erittäin** hienoa **hienot** historiasta jatkakaa jollain jolloin jossain josta **juoppojen** kaiken kaikkiaan kaunis kaupunki kautta **Kemijärven** kerronnan kertomaan kiertoajeluja **kiitos** kohtaukset kokonaisuudessaan **kokonaisuus koplan** korvessa kotitalo kuski kuvauksista **kuvauspaikat** käväissyt liittyen lisäksi **lisää** loistava lähemmäs **maisemat** matkaa matkailijoille mieleen mielelläni missä **mukana** mukavasta myötä **neljän** näköalat näyttelijöitä olisin olivat **ollut oppaan** oppaista ostaa paikat

paikka paljon Pasanen **Pekan** perävaarassa pienen pihapiiri pillimehua pääsi sarjaan selostus
siellä suosiota **talon tv-sarjan** täyskaima vaiheessa vettä voisi **Väänäsen** Väänästä

Kuvio 14. Sanapilvi matkailijoille merkityksellisimmistä asioita kiertoajelulla.

Kiertoajelun kohokohdista mainitaan edelleen myös oppaan rooli, joka on jäänyt mieleen monelle kuulijalle. *Opas oli aivan loistava. Yksi parhaimmista oppaista missä koskaan olen ollut mukana. Erinomainen kertoja!* Opasta keuhuttiin avoimissa vastauksissa useaan kertaan ja edelle mainitut ovat muutamia esimerkkejä niistä. Kiitosta kiertoajelulla saivat myös Kemijärven maisemat ja lappilainen luonto. Vastauksista tuli esiin seuraavanlaista ympäristön ihailua: *Iso kaunis kaupunki! Upeat maisemat.* Eräs vastaaja näki kokonaisuuden positiiviset puolet Kemijärven kannalta: *Pienen kylän mahdollisuudet tv-sarjan kautta! Upea asia!*

Suoria kehitysehdotuksiakin vastaajat antoivat. Kiertoajeluja toivottiin jatkettavan seuraavanakin vuonna sekä muuta sarjaan liittyvää toimintaa. *Jatkakaa kiertoajeluja ensi kesänä. Tai lisää tapahtumia sarjaan liittyen.* Toivottiin myös lisää tietoa kaupungin historiasta. *Lisää Kemijärven paikallishistoriaa.* Uusiakin käyntikohteita ehdotettiin. Mainittu Perävaara on paikka, jossa Rauni ja Erkki Viherkoski viettivät häätjuhlaansa. *Olisin mielelläni käväissyt ylös Perävaarassa, josta hienot näköalat! Kiitos!* Kuten jo aiemmin tuli esille, vierailu kuvauspaikalla sekä näyttelijöiden tapaaminen olivat matkailijoiden toivelistalla kiertoajelun kehittämisenä. *Olisi ollut kiva tavata näyttelijöitä ja ohjaaja Väänästä. Vierailu jollain kuvauspaikalla lisäisi suosiota.* Kiertoajelun tekninen laatu sai myös parannusehdotuksen erään kiertoajelun jälkeen. Eräs vastaaja toivoi, että *Kuski autokouluun.* Kyseinen kuljettaja oli ensimmäistä päivää ajamassa kiertoajelua, jolloin epävarmuus saattoi näkyä asiakkaille.

4.6 Havainnoinnin tulokset

Havainnointia toteutettiin kolmen kiertoajelun aikana ja varsinainen havainnointityö tehtiin kynä ja paperi- tekniikalla, jonka jälkeen tulokset kirjattiin varsinaiseen havainnointilomakkeeseen. Kuten jo aiemmin kerrottiin, havainnoinnissa kiinnitettiin huomiota kolmeen eri osa-alueeseen: tekninen laatu, temmallisuus ja tarinallisuus.

Tärkeimmät tulokset havainnoinnin pohjalta olivat oppaan työskentelyn laatu sekä kerronnan värikkyys, sarjan vuorosanojen hyödyntäminen kiertoajelun kohteiden esille tuomisessa, teeman osittainen puuttuminen ja joidenkin kohteiden huono näkyvyys.

Oppaan kerronta oli selkeää ja rauhallista. Kerronnasta tuli esille laaja tietämys kaupungin historiasta ja tapahtumista. Kerronta ei ollut suoraan paperista luettua, vaan luontevan kuuloista. Kiertoajelulla havainnoitiin kahden eri oppaan työskentelyä. Kiertoajelun käsikirjoitus oli rakennettu siten, että tv- sarjan repliikkien avulla siirryttiin usein kohteesta toiseen. Esimerkiksi sarjassa päähenkilö Raunin tuleva kollega Aimo Peltoniemi esitteli itsensä Kemijärven rautatieasemalla sanoin *Tervetuloa Itä-Lapin kuohuvaan cityyn. Minä olen Skandinavian kommein miespoliisi.* Tämän vuorosanan jälkeen siirryttiin Kemijärven rautatieasemalle. Kemijärven kulttuuria eli paikallisuutta mutta samalla myös sarjan tapahtumia tuotiin esille muun muassa kaupunginjohtaja Sinikka Strömin sanoin, kun hän kertoi kaupunkiin juuri saapuneelle Raunille: *Kuule, ei täällä kannate pierastakaan, kun naapuri tietää sen heti.* Kiertoajelun kerronnassa hyödynnettiin sarjan rikasta kieltä, mutta myös oppaan oma murre tuli esille. Kerronta oli värikästä ja käsitteli laajasti tv- sarjan tapahtumia kahden tuotantokauden ajalta.

Kiertoajelun kerronnassa tuli esille paljon uutta tietoa myös paikallisille. Kemijärven kaupungin historiasta kerrottiin laajasti. Kaupungin menneisyys ja nykyisyys vuorotteli sarjan tapahtumien kanssa. Historiasta ei kerrottu vain vuosiluvuin, vaan kerrottiin myös miten kaupungissa on ennen eletty. Itse en tiennyt, että omaa kotikylääni kutsutaan Kemijärven Westendiksi hienojen talojen takia. Tuntematon paikka oli myös niin kutsuttu ”Viinämäki”, jossa romanityttäret myivät menneinä vuosina itse keitettyä viinaa hameenhelmojen alta. Matkailijoille kerrottiin muista paikallisista nähtävyyksistä jonkin verran, erikseen mainittiin kotiseutumuseo ja kulttuurikeskus Puustelli.

Teknisen laadun osalta havaitsin muutamia parannusehdotuksia. Mikin ajoittainen vinkuminen häytti hieman keskittymistä, vaikka ääni kuului muuten hyvin. Eräällä havainnointikerralla kuljettaja oli ajamassa reittiä ensimmäistä, minkä opas myös kertoi mukana olleille. Opas joutui neuvomaan kuljettajaa useamman kerran, jolloin hän joutui keskeyttämään kerronnan, mikä häiritsi keskittymistä. Muutamat kuvauspaikat olivat huonosti nähtävissä tai niiden kohdalla ei hidastettu tarpeeksi. Kiertoajelun reitille nä-

kyy köyhän kuusikauppiaan kodista parhaiten vain katto, joka sekin vilahtaa nopeasti ohi. Kohde, joka ei näy ollenkaan reitille, kuten Kallaanvaaran juna- asema, on myös melko tarpeeton maininta kerronnassa. Kuljettaja olisi voinut hidastaa enemmän tärkeimmillä kuvauspaikoilla, kuten Neljän koplan kodin kohdalla. Kohde ei ollut kaukaa havaittavissa, joten matkailijalla oli mahdollisuus nähdä se vain silloin kun oltiin juuri talon kohdalla. Tv-sarjan teema ei tullut oppaan kerronnan lisäksi muuten esille. Muutaman kerran oppaalla oli päällä Taivaan tulet- t-paita, mutta muulla tavoin teemaa ei tuotu syvemmin esille.

Kiertoajelun lopussa on pitkä ajomatka (14 km) Soppelan kylästä, jossa sijaitsee tehtaanjohtaja Launiksen talo, Kemijärven keskustaan. Matkalla ei ole enää esiteltävinä uusia kuvauskohteita. Ensimmäisellä havainnointikerralla havahduin matkan pituuteen, mutta oppaan kerronta piti mielenkiintoa yllä eikä kiertoajelu pääty niin sanotusti töksähtäen. Tämän viimeisen ajomatkan varrella ei ole varsinaisia kuvauskohteita, joten keskityin enemmän ympäröivän vesistön ja maisemien tarkkailuun. Kiertoajelun lopussa monet kiittivät opasta henkilökohtaisesti. Silmiinpistäviä reaktioita aiheutti myös Raunin isän talon sijaintipaikka, joka herätti matkailijoissa selkeästi havaittavaa hämmästyä ja ihmetystä. Aika ajoin oppaan kerronta herätti myös hilpeyttä ja ääneen nauramista. Negatiivisia kommentteja ei ollut havaittavissa, vaan enemmänkin neutraalia suhtautumista.

5 Johtopäätökset

Kyselyn vastausten analysoinnin pohjalta voidaan tehdä selkeä johtopäätös, että matkailijat ovat olleet tyytyväisiä Taivaan tulet- kiertoajeluun. Tälle johtopäätökselle löytyy perusteluita vastausten syvällisemmästä analysoinnista. Lähes jokaisella kiertoajeluun osallistuneella matkailijalla oli kokemusta sarjan katsomisesta, joten voidaan olettaa että kiinnostus Kemijärveä ja kiertoajelua kohtaan on herännyt sarjan pohjalta. Taivaan tulet- tv- sarja on siis parasta matkailumainosta kaupungille ja selkeä vetovoimatekijä. Analysoiduista vastauksista ei kuitenkaan näe tulivatko matkailijat Kemijärvelle pelkäänsään tv- sarjan takia ja sitä mukaa osallistuivat kiertoajelulle. Hyvin todennäköistä on, että matkailijoilla on tv- sarjan katsomisen pohjalta syntyneet odotukset ja toiveet, joihin haetaan vastauksia kiertoajelulta. Elämyksen syntymisen kannalta on olennaista, että

kiertoajelun kuvauspaikat tarjoavat sarjasta tuttuja maisemia mutta myös jotain uutta, pysäyttävää ja sykehdyttävää.

5.1 Teeman ja tarinan vetovoima

Yli puolet kiertoajeluun osallistuneista kertoivat teeman vaikuttaneen ostopäätökseen hyvin paljon tai paljon, joten voidaan todeta että elämyskolmion ensimmäinen taso on jo saavutettu ja vakaa pohja elämyksen syntymiselle on rakennettu. Tietoperustassa lähdettiin tutkimaan elämyksen syntyä elämyskolmion kautta, joka on Lapin Elämysteollisuuden osaamiskeskuksen eli LEO:n laatima. Elämyksen syntyminen rakentuu elämyskolmion viiden eri tason kautta, joita ovat: motivaation taso, fyysinen, älyllinen, emotionaalinen ja henkinen taso. Kiinnostus tuotetta tai palvelua kohtaan herää motivaation tasolla ja tällä tasolla tehdään myös ostopäätös. Tärkeää motivaation tasolla on myös erottautuminen kilpailijoista, mikä vaikuttaa myös ostopäätöksen syntymiseen. (Leo 2009.) Tuotteen erikoisuus ja ainutlaatuisuus on tärkeää ylipäättänsä, jotta vahvan tunnejäljen syntyminen olisi mahdollista. Elämys vaatii moniaistisuutta eli näkemistä, kuulemista, koskettamista. Jotta elämys syntyisi, tuotteessa täytyisi olla myös kontrastia verrattuna matkailijan omaan elämään. Elämyksen aikana tulisi syntyä myös vuorovaikutusta muiden asiakkaiden sekä palvelutuottajan kanssa. Elämyspalvelun tulisi olla myös aito ja tarinallinen. (Leo 2010a; Leo 2010b; Pine & Gilmore 1999, 8-15; Tarssanen 2009, 6-7.) Taivaan tulet-kiertoajelu totisesti eroaa kilpailijoista, koska vastaavaa tuotetta ei ole muualla Suomessa saatavilla tai toteutettavissa. Kuuleminen ja näkeminen tukivat kiertoajelulla elämyksen syntymistä, mutta koskettaminen ja vuorovaikutteisuus muiden matkailijoiden sekä palvelutuottajan kanssa puuttuivat tai oli hyvin vähäistä. Yhdeksi tärkeäksi osa-alueeksi oli valittu myös kuvauspaikat, joita ei ole nähtävillä muualla Suomessa. Tämä on tärkein tekijä kontrastin syntymisessä matkailijan omaan elämään, mutta tärkeää myös ostopäätöksen syntymisessä. Asiakas ei voi nähdä kuvauspaikkoja missään muualla kuin Kemijärvellä.

Kun tarkastellaan Taivaan tulet-kiertoajelua LEO:n elämyskolmion ja Tildenin sääntöjen näkökulmasta, voidaan nähdä tuotteessa olevan jokaisen kuuden elementin tai neljän säännön. Tuote on selvästi yksilöllinen: missään muussa Suomen kaupungissa ei ole kuvattu vastaavaa tv-sarjaa. Tuotteessa on vahva tarina eli taustalla on tv-sarjan kuva-

uspaikat, joilla kiertoaajelun aikana käydään. Kiertoaajelu on tuotteena aito eli uskottava. Kiertoaajelun aikana nähdään yhtä lailla paikallisia maisemia sekä kuullaan Kemijärven kaupungin tarinaa, joka tukee uskottavuuden elementtiä. Kiertoaajelu on elämystuotteena moniaistinen eli kokija voi nähdä maisemat ja kuulla samalla oppaan tarinointia matkan aikana. Kiertoaajelussa on myös vahva kontrasti. Asiakas pääsee itse kokemaan ja näkemään samat maisemat ja paikat, jotka hän on aiemmin nähnyt television välityksellä. Monelle kiertoaajelulle osallistuvalla Lapin luonto itsessään on vahvaa kontrastia omaan arkeen. Kiertoaajelu on elämystuotteena myös vuorovaikutteinen, matkailijalla on mahdollisuus kommunikointiin muiden osallistujien sekä tuotteen tuottajien kanssa jossakin määrin. (Tilden 1957, teoksessa Veverka 2011, 31–35; Leo 2009.)

Kiertoaajelun huippukohtia kysyttiin avoimen kysymyksen avulla kyselyn lopussa. Erityisesti Raunin isän talon kotipaikan näkeminen oli monelle katsojalle yllättävä hetki kiertoaajelulla, koska tv- sarja antaa kodista sellaisen kuvan että talo sijaitsee keskellä metsää. Kun kiertoaajelun bussi kaartaa Halosenrannalle, jossa talo sijaitsee, löytyy talon toisella puolella tonttinaapurit kymmenen metrin etäisyydellä. Tilden toteaa, että tällainen huippukohta tai huipentuma esityksessä tulee ollakin, jotta voisi syntyä vahva tunnejälki (Tilden 1957, teoksessa Veverka 2011, 31–35) Mainituiksi tulivat myös tehtaanojohtaja Launin talo sekä Neljän koplän tönö. Kiertoaajelulla nämä käyntikohteet ovat helposti nähtävissä ja siten vaikuttavan näköisiä, joten ne voivat olla myös huippukohtia monelle kuulijalle. Oppaan työskentely oli monelle kiertoaajelun huipputekijä. Kiitosta saivat myös Kemijärven maisemat ja luonto. Luonto on Lapin matkailun ykköstekijä, myös Kemijärvellä. Tv- sarjan kautta välittynyt kuva veden ympäröimästä kaupungista vaaroinen on saavutettavissa myös kiertoaajelulla, mikä on tärkeää kiertoaajelun onnistumisen kannalta. Maisema itsessään voi olla niin vahvasti sykehdyttävä, että elämys tai vahva tunnejälki syntyy jo sen avulla, mikä on varmasti tapahtunut monelle asiakkaalle.

5.2 Kiertoaajelun saavutettavuus median kautta

Kyselyn vastausten pohjalta saadaan tietoa kohderyhmän median käyttötavoista. Kiertoaajelulla käyneiden matkailijoiden ikäjakauma painottui 51- 70 vuotiaisiin. Tiedotusväline, jonka kautta he olivat saaneet tietoa kiertoaajelusta, oli ennen kaikkea sanomalehti. Tietoa oli saatu myös ystävän tai tutun kautta. Kiertoaajelusta kiinnostuneelle ikäryhmäl-

le internet voi olla hieman vieraampi tiedonhakukanava ja perinteinen sanomalehti tumpi ja luotettavampi. Perinteisten viestintäkanavien rooli korostui myös avoimissa vastauksissa. Useat vastaajista totesivat löytäneensä tietoa kiertoajelusta leirintäalueelta, Taivaan tulien aukiolta (paikallinen tori), tienvarsimainoksesta sekä mainoksesta ravintolan seinältä. Erityisesti leirintäalueen rooli tiedonvälittäjänä korostui, useissa vastauksissa mainittiin erikseen myös leirintäalueen pitäjä. Kiertoajelua mainostettiin kaupungin matkailupuolen internetsivujen avulla sekä sanomalehdissä, radiossa mutta myös paikallisissa palveluyrityksissä julistemainonnan keinoin.

Erityistä tämän kysymyksen vastauksissa on siis internetin suppeampi rooli viestintävälineenä. Mikäli kyselyn vastaajien keski-ikä olisi ollut matalampi, internetin rooli olisi todennäköisesti korostunut entisestään. Perinteisiä viestintäkanavia ei siis tule unohtaa eikä sitä, että matkailijat ammentavat tietoa matkakohteesta ja sen palveluista joka puolelta. Tärkeää on tietojen ajantasaisuus. Tietoperustassa korostettiin matkailukohteen brändin muodostumisessa paikallisten ihmisten palvelualltiutta ja kotiseutuylpeyden tärkeyttä. (Tuulaniemi 2011, 261.) Ylpeys omasta kotikaupungista on tärkeä tekijä positiivisen matkailubrändin syntyisessä. Hyvä esimerkki tästä on leirintäalueen pitäjän rooli tiedon jakamisessa Kemijärven palveluiden osalta. Paikalliset ovat monessa tilanteessa vuorovaikutuksessa matkailijoiden kanssa, niin työn kuin vapaa-ajan puolella. Leirintäalueen pitäjän aktiivinen rooli erilaisissa palveluprosesseissa tiedonvälittäjänä on hyvä esimerkki siitä miten jokainen kaupunkilainen voi omalla toiminnallaan vaikuttaa matkailun kehittymiseen Kemijärvellä.

Kuten edellä tarkasteltiin Taivaan tulet- tv- sarjan katsojatietoja ikäryhmittäin, nähtiin että Finnpanelin jaottelun mukainen ikäluokka 45- 64- vuotiaat käyttävät määrällisesti eniten aikaa Ylen kanavien katsomiseen verrattuna ikäluokkaan 25- 44- vuotiaat. (Finnpanel 2013 b; Finnpanel 2013 c.) Tämä voi osaltaan olla yksi selittävä tekijä sille, miksi kiertoajelu kiinnostaa enemmän ikäluokkia 41- 50 ja 61- 70. Lähes kaikki kyselyyn vastanneista olivat katsoneet sarjaa. 82 vastaajasta vain yksi ei ollut sitä katsonut. Hyvin todennäköistä siis on, että sarja kiinnostaa myös tulevaisuudessa saman ikäluokan katsojia.

5.3 Oppaan tärkeä rooli

Lähes kaksi kolmasosaa matkailijoista oli valinnut oppaan kerronnan kiertoajelun tärkeimmäksi osa-alueeksi, joten voidaan olettaa että hän on päässyt hyvin lähelle Kari Väänäsen luomaa Taivaan tulet- tarinaa ja sarjan henkeä. Opas on hyvin olennainen tekijä kiertoajelun onnistumisen kannalta. Tietoperustassa käytiin läpi laadukkaan kiertoajelun ominaisuuksia, joita olivat muun muassa selkeä artikulaatio, kerronnan sujuvuus, tietojen oikeellisuus, kerronnan oikea rytmitys taukoineen sekä myös oppaan persoonallisuus suhteessa kiertoajelun teemaan. Opas voi omalla persoonallaan, esimerkiksi murteella, syventää teemaa entisestään. (Verhelä & Lackman 2003, 208–211.) Opas on kiertoajelun sielu ja oppaan kerronta voi olla ratkaisevin tekijä elämyksen muodostumisessa. Asiakkailta on jo valmiiksi tietty kuva sarjan tapahtumista ja juonenkäänteistä. Mikäli opas ei olisi onnistunut tehtävässään ja osannut tuoda esille sarjan tapahtumia tarinan keinoin, olisi vastausten lopputulos hyvin todennäköisesti toisenlainen ja jokin toinen osa-alue olisi nostettu selkeämmin esille.

Oppaan kerronnan avulla asiakkaat saivat palata sarjan tunnelmiin, mutta myös samalla nähdä Raunin isän talon ja Neljän koplän tönön. Elämyksen syntymisen raamit ovat tukevasti paikoillaan, koska kiertoajelun aikana on käyty läpi sarjan tapahtumia todennukaisesti ja oikealla tavalla sekä näkemällä ja kuulemalla. Oppaan kerronta sarjan tapahtumista valittiin yhdeksi tärkeimmistä tekijöistä ja matkailijat totesivat myös että sarjan tapahtumat tulivat erittäin hyvin tai hyvin esille kiertoajelulla. Tämän perusteella voidaan todeta, että matkailijoilla on kaikki edellytykset kokea vahva tunnejälki ja jopa elämys kiertoajelun aikana. Kuten edellä todettiin, vain yksi 82 vastaajasta ei ollut katsonut televisiosarjaa ennen kiertoajelulle osallistumista. Vastaajilla on siis ollut jonkinlainen ennako-kuva siitä, mitä tuleman pitää ja millainen kaupunki Kemijärvi on.

Oppaan tulee tehdä perusteellinen taustaselvitys, jotta sarjan henki saadaan tuotua opastukseen mukaan. Tarinallistamisessa on kyse juuri siitä, että rakennetaan tuote, jolla vahva ja selkeä käsikirjoitus. Käsikirjoitus sisältää tarinan itse palvelusta tai tuotteesta, joka on helposti toteutettavissa uudelleen ja uudelleen. (Tarinakone 2011.) Joten voidaan perustellusti todeta, että kiertoajelun tarinallistaminen on onnistunut oppaan työn

osalta kerta toisensa jälkeen hyvin. Opas on osannut kertoa Taivaan tulien tarinan matkailijoille kiertojelu toisensa jälkeen yhtä vakuuttavasti ja ammattitaitoisesti.

5.4 Tekninen laatu elämyksen perustana

Kiertojelun laatutekijöiden voidaan olettaa olevan kunnossa, koska matkailijat olivat sitä mieltä että sarjan tapahtumat tulivat hyvin esille kiertojelun aikana ja oppaan kerrotaakin arvostettiin. Kuten aiemmissa vastauksissa tuli esille, oppaan rooli on ollut merkittävä kiertojelun elämyksellisyydessä. Opas tuo kiertojeluun tarinan ja hengen. Ilman teknisten osa-alueiden hallintaa ja laadullisia tekijöitä, kuten mikrofonin käyttö ja äänen selkeys, loistavastikaan rakennettu kiertojelu ei välttämättä toimi. (Verhelä & Lackman 2003, 40 – 43; 210–211.) Mikäli opas olisi esimerkiksi puhunut epäselvästi, unohdellut, pitänyt liian pitkiä taukoja tai jättänyt ne pitämättä, teknisten laitteiden käyttö olisi takkuillut tai kiertojelu olisi kulkenut aivan muita reittejä kuin mitä tv- sarjan tapahtumien perusteella olisi voinut olettaa, olisivat matkailijat varmasti kertoneet sen. Täten voidaan olettaa että laadulliset tekijät, joita tietoperustassa käytiin läpi, ovat kaiken kaikkiaan kunnossa. Kiertojelun molemmat oppaan omaavat vuosien kokemuksen sekä hyvin laajan historiatuntemuksen Kemijärven menneistä tapahtumista. Asiantuntemus ja vahva työkokemus luovat vahvan perustan laadukkaalle kiertojelulle.

Koska kiertojelu todettiin pääosin sopivan mittaiseksi, voidaan uskoa että matkailijat jaksoivat keskittyä oppaan kertomukseen ja kiertojelun käyntikohteisiin eivätkä tylsistyneet, jolloin kiertojelu olisi voinut tuntua liian pitkältä. Mielenkiinnon ylläpysyminen kahden tunnin kiertojelun aikana voi olla haasteellista. Hyvän opastyön ja mielenkiintoisten vierailukohteiden avulla se on mahdollista. Kiertojelun kehittämisen kannalta on hyvä tietää, että asiakkaat pitivät kiertojelun pituutta sopivana. Sarjan kolmannen ja neljännen tuotantokauden uudet jaksot alkavat pyöriä ruuduissa tulevan syksyn 2013 aikana. Tulevana kesänä 2014 kiertojelun toteuttajilla onkin haasteena rakentaa neljän tuotantokauden tapahtumat ja kuvauspaikat sisältävä kiertojelu, joka ei kuitenkaan ole kestoltaan liian pitkä tai pitkästyttävä.

Kyselyn vastausten pohjalta voidaan todeta, että vaikka kaupunkia esitellään kiertojelun aikana laajasti, se ei kuitenkaan häiritse kokonaisuutta ja teemallisuutta. Elämyksen

ja tarinallisuuden kannalta kaupungin esittelystä tuskin on haittaa. Kiertoaajelun voidaan olettaa olevan nyky muodossaan sellainen, että matkailija kokee sen mielenkiintoiseksi ja kestoltaan riittäväksi. Kiertoaajelun kuvauspaikkojen määrää pidettiin riittävänä, mikä on suoraan verrannollinen tulos vastaajien mielipiteeseen kiertoaajelun sopivasta kestosta.

Kaikki edellä käsitellyt vastausten tulokset antavat vahvistusta väittämälle, että asiakkaat ovat viihtyneet kiertoaajelulla ja ennakko-odotukset ovat ylittyneet. Verhelä & Lackman sekä Tuulaniemi toteavat, että tyytyväisyys tuotteeseen kertoo ennakko-odotusten ylitymisestä. Tietoperustassa käsiteltiin myös yrityksen antamaa arvolupausta tuotteelle. Arvolupauksen täyttyminen yhdistettynä ennakko-odotuksiin toettiin vahvaksi pohjaksi elämyksen muodostumiselle. (Verhelä & Lackman 2003, 40 -41; Tuulaniemi 2011, 33; 268 - 269.) Tämä taas tukee oletusta, että elämyksen syntyminen on täysin mahdollista. Elämyksen syntymisessä auttaa tyytyväisyys itse tuotteeseen eikä elämyksen muodostumisessa tarvita huikeita puitteita, vaan se voi syntyä myös kiertoaajelun bussissa kiertoaajelun aikana. Elämys voi olla elämää mullistava tekijä, joka vaikuttaa ihmisen arvo maailmaan ja käyttäytymiseen, mutta elämys voi olla myös pelkkä vahva tunnejälki ja kokemus, jonka muistaa selkeästi jälkeenpäin. (Pine & Gilmore 1999, 8-15; Tarssanen 2009, 6-7.)

Vastausten perusteella saa kuvan, että asiakkaat toivovat kiertoaajelun kehittämistä ja monipuolistamista, vaikka olivatkin siihen tyytyväisiä. Mikäli kiertoaajelun kehittämistä tutkivan kysymyksen vastausvaihtoehto *kiertoaajelun ohjelmaan ei tarvitse lisätä mitään*, olisi noussut selkeästi vahvimaksi, voitaisiin ajatella että kiertoaajelu on tarpeeksi monipuolinen ja moniaistinen. Mutta koska hyvin usea valmiiksi annettu kehitysvaihtoehto sai kannatusta ja lisäksi annettiin myös oma- aloitteisia kehitysideoita, voidaan todeta että kiertoaajelun ohjelmaa tulisi kehittää matkailijoiden mielestä. Tekninen laatu koettiin toimivaksi, mutta muutoin toivottiin monipuolisempaa sisältöä kuten kuvauspaikkavierailua, näyttelijöiden tapaamista sekä Kari Väänäsen tai näyttelijöiden äänen kuulemista.

5.5 Havainnointi kertoo asiakkaiden tyytyväisyydestä

Havainnointi antoi osittain samoja johtopäätöksiä kuin mitä kyselyn pohjalta syntyi. Tavoitteena oli havainnoida kiertoaajelua etukäteen laaditun kolmen asian kautta, joita

olivat tekninen laatu, teema ja tarinallisuus sekä näiden suhdetta opinnäytetyön tavoitteisiin. Havainnoinnin tulokset ja johtopäätökset ovat täysin opinnäytetyön kirjoittajan havaintoja, joiden pohjalta on syntyvät seuraavanlaisia johtopäätöksiä.

Teema näkyi kiertoajelulla melko heikosti, lukuun ottamatta varsinaista opastusta.

Teeman syventäminen voisi auttaa elämyksen syntymisessä ja tuotteen tarinallistamisessa. Teeman syventäminen ei välttämättä vaadi suuria taloudellisia panostuksia. Moniaistisuuden kehittämisen olisi kiertoajelun vetovoimaisuuden kannalta olennaista. Näkeminen, kuuleminen, koskettaminen ja vuorovaikutteisuus muiden osallistujien kanssa parantavat elämyksen muodostumista, kuten edellä on todettu. (Leo 2010b.) Teeman esilletuomista tulisi vahvistaa erityisesti alussa, koska silloin voidaan kaikkein varmimmin napata kuulijan huomio ja pitää se yllä loppuun asti. Tildenin mukaan esiintyjän tulisi provosoida kuulijaa, jolloin huomion saisi parhaiten pidettyä yllä loppuun asti. (Tilden 1957, teoksessa Veverka 2011, 31–35.) Huomiota herättävä aloitus, joka parantaisi kiertoajelun moniaistisuutta, syventäisi myös elämyksen syntymistä.

Kiertoajelun tarinallisuus on hyvin rakennettu käsikirjoituksen sisään. Itse käsikirjoitus on rakennettu mielestäni hyvin. Tarinankerronnalla voidaan vahvistaa tunnejäljen syntymistä ihmisten mielissä, mikä entisestään parantaa elämyksen syntyä. Tarinankerronta muuttaa faktat tunteiksi, mikä näkyi myös kiertoajelulla. (Tuulaniemi 2011, 45–46.) Tv-sarjan tapahtumat oli rakennettu taitavasti oppaan kerrontaan mukaan. Tv-sarjan tapahtumat ja kaupungin tiedot, eli toisin sanoen faktat, oli muutettu tarinan keinoin kiehtovaksi kokonaisuudeksi. Kerronnassa vältyttiin jäykältä luettelomaisuudelta ja se eteni vuorosanojen avulla luontevasti kuvauspaikalta toiselle. Kahden aiheen käsittely kerronnassa, tv-sarjan tapahtumien ja Kemijärven historiatietojen, oli sopivasti kerrostettu. Siirtyminen kahden aiheen välillä toimi hienosti ja antoi vaihtelua kuulijalle, jolloin mielenkiinto pysyi paremmin yllä. Oppaan kerronta oli taitavasti rakennettua tarinankerrontaa.

Taivaan tulien-kiertoajeluiden osalta tarinallisuutta on mielestäni osattu hyödyntää. Itse tv-sarjan pohjalla oleva, Kari Väänäsen luoma tarina on vahva; pohjoisesta kotoisin olevan poliisin, Rauni Väänäsen, paluu takaisin kotikaupunkiinsa Kemijärvelle ja siihen liittyvät draaman täytteiset kiemurat ja komedian täytteiset tilanteet. Aihe on monelle

Lapista pois muuttaneelle omakohtainen ja monelle myös ajankohtainen, mikä varmasti on ollut monelle syy lähteä mukaan kiertoajelulle. Tältä pohjalta rakennettu kiertoajelu, joka käy läpi tärkeimmät kuvauspaikat tarinan kerronnan voimin ja paikkakunnalta ko-
toisin olevien oppaiden kertomana, on mielestäni vahvalla pohjalla elämyksen synnyttämiseksi. Yksi kiertoajelua vetävistä oppaista on käynyt Lapin yliopiston järjestämän tarinamestarin koulutuksen, jonka tavoitteena on kouluttaa tarinan kerronnan ammattilaisia matkailun elinkeino-alalla. Tarinamestarit voivat viedä matkailijoille tarinaa menneistä ja nykyisistä Lapin tarinoista. (Lapin tarinamestarit 2012.) Tuotteen tarinallisuutta voidaan vahvistaa oppaan avulla, mutta aitouden tuntua vahvistaa se, että itse opas on paikallinen ja voi tällä tavoin tuoda työhönsä lisäarvon. Tämä lisäarvo oli havaittavissa useaan kertaan kiertoajelun aikana.

Tietoperustassa tuotiin esille uusi termi, *Heritage interpretation*. Vapaasti suomennettuna termi tarkoittaa kulttuuriperinnön tulkintaa. Tässä termissä on paljolti samoja tekijöitä kuin tarinallistamisessa. Tarkka käsikirjoitus ja prosessi, tuotteen yksilöiminen, palvelun selkeä tavoite (vahva tunnejälki, elämys) ja vahva kytkös paikallisuuteen ovat Heritage interpretationin osa-alueita. (Heritage Destination Consulting 2013.) Havainnoinnin tulosten pohjalta voidaan nähdä, että myös tämä tekijä on tuotteessa havaittavissa. Kytkös paikallisuuteen oli selvästi havaittavissa oppaan murteen ja Kemijärven historian tapahtumien pohjalta. Historiaa ei tuotu esille luettelomaisesti vuosilukujen pohjalta, vaan Kemijärven menneisyydestä kerrottiin värikkäästi tapahtumien ja henkilöiden kautta.

Tuotteen tarinallistamisen avulla voidaan luoda selkeää eroa kilpailijoihin ja vahvistaa yrityksen brändiä. (Tarinakone 2011.) Taivaan tulet on todennäköisesti jollain tavalla aina osa Kemijärven kaupungin brändiä. Kiertoajelu, millaisessa muodossa se tulevaisuudessa järjestetäänkään, voisi olla Taivaan tulet- teeman avulla vahva tekijä erottautumisessa kilpailijoihin nähden. Tietoperustassa pohdittiin Kemijärven matkailullista kuvaa suhteessa MEK:n luomiin arvoihin ja matkailu- Suomen perusidentiteettiin. Näitä tekijöitä olivat muun muassa hiljaisuus, vastakohtaisuus, puhtaus. (MEK 2012.) Tietoperustassa todettiin näiden matkailun vahvuustekijöiden Kemijärveltä jo löytyvän ja vetovoimatekijöinä niitä tulee entisestään vahvistaa. Ilman Taivaan tulet- teemaa erottuminen kilpailijoista tulee olemaan haastavampaa, koska samoja lappilaisia veto-

voimatekijöitä on muillakin alueen kunnilla ja matkailukeskuksilla. Taivaan tulet eivät pysy ihmisten mielissä ikuisesti, joten yhtä tärkeää on kehittää tuotteistamista ja sitä mukaa uusia matkailupalveluita kaupunkiin.

Teknisen laadun osalta kiertojelu toimi pääosin hyvin. Oppaan ääni kuului selkeästi ja puhe oli rauhallista. Kerronnassa pidettiin riittävästi myös taukoja. Kuten jo edellä mainittiin, luontevuus ja aiheen vahva omaksuminen olivat selkeitä vetovoimatekijöitä opastuksessa. Kuljettajan ja oppaan välinen työskentely toimi pääosin hyvin. Ajo oli tasaista ja rauhallista. Tekniseen laatuun vaikuttavia tekijöitä pohdittiin myös tietoperustassa ja edellä mainitut asiat ovat osa laadukasta kiertojelua. (Verhelä & Lackman 2003, 210 - 214.) Oppaan puheen kuuntelua häiritsi paikoin mikin vinkuminen. Joidenkin kuvauspaikkojen kohdalla olisi voinut hidastaa enemmän, kuten sillalla, tehtaanjohtajan Launiksen tai Neljän koplan talon kohdalla. Hyvä olisi pohtia sellaisten kuvauspaikkojen poisjättämistä, jotka eivät juuri näy kiertojelun aikana. Kuten jo havainnoinnin tuloksissa kerrottiin, köyhän joulukuusikauppiaan kodista ei näy kuin katto. Kallanvaaran juna-asema mainitaan, mutta se ei näy asiakkaille. Tällaisten kuvauspaikkojen merkitystä kiertojelulle olisi syytä pohtia.

Havainnoinnin lopputulos tukee kyselyn tuloksia asiakkaiden tyytyväisyydestä. Mitään negatiivisia kommentteja tai kielteisiä reaktioita kiertojelulla ei ollut nähtävissä. Monet asiakkaat kiittivät opasta ja kuljettajaa henkilökohtaisesti kiertojelun päätteeksi. Jokaisessa havainnoinnin kolmessa osa-alueessa löytyi parannettavaa, mutta pääosin löydökset tukevat sitä johtopäätöstä että vahvan tunnejäljen tai elämyksen syntyminen on mahdollista.

5.6 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys

Opinnäytetyön tutkimustuloksia on aina tarkasteltava työn luotettavuuden kautta. Luotettavuus kertoo myös työn laadusta. Tässä kappaleessa pohditaan opinnäytetyön reliabiliteettia eli tutkimustulosten pysyvyyttä. Pysyvyydellä tarkoitetaan sitä, että ovatko tutkimustulokset toistettavissa samoilla mittareilla. Seuraavaksi pohditaan myös työn validiteettia eli onko tutkittu oikeita asioita. Tämä tarkoittaa sitä, että ovatko mittarit ja

tutkintamenetelmät oikeita mittaamaan juuri sitä asiaa tai ongelmaa, mitä on haluttu alun perin tutkia. (Kananen 2012, 161–162.)

Tutkimustulokset ovat mielestäni osittain luotettavia, koska niistä on tehtävissä yleistäviä johtopäätöksiä koko tutkittavan kohteen käyttäytymisestä. Tätä väitettä tukee esimerkiksi vertailu Finnpanelin katsojatilastojen ikäjakaumasta suhteessa kiertoaajelun ikäjakaumaan, joka on hyvin samankaltainen. Koska vertailevia tutkimuksia ei ollut käytössä tutkittavasta ilmiöstä, pidän Finnpanelin katsojatilastojen ikäjakaumaa yhtenä hyvänä vertailumittarina. Tutkimustulokset antavat myös selkeitä parannusehdotuksia, joita voi tulevaisuudessa hyödyntää. Kananen toteaa, että kehittämistutkimuksessa tärkeintä on muutos, joka on yleensä parempaan suuntaan. Tästä syystä kehittämistutkimuksessa lopputulos on yhtä tärkeää kuin tieteellisyys (Kananen 2012, 162).

En laatinut tutkimuksesta varsinaista otosta, koska kaikki asianosaiset eli kiertoajelun osallistuvat oli helppo tavoittaa. Tiedonkeruukustannukset eivät myöskään tästä johtuen nousseet liian suuriksi (Kananen 2012, 168).

Tutkimuksen reliabiliteettia heikentää se, että mikäli toteuttaisin kyselyn uudelleen, muokkaisin kysymyksiä selkeämmiksi. Tällöin kysely mittaisi samoja asioita, eli validiteetti olisi sama, mutta kyselyn reliabiliteetti eli toistettavuus, muuttuisi. Kyselyn kirjallisen toteutuksen kannalta muuttaisin kysymyksiä siten, että lisäisin selventävän lauseen kunkin monivalintakysymyksen perään. Kuten esimerkiksi kysymyksessä numero kymmenen kysyttiin että Mikä alla olevista asioista olisi vahvistanut Taivaan tulet-temaa? Nyt kysymykseen tuli kaikkiaan 105 vastausta eli yhdeltä vastaajalta useampi valinta. Kysymykseen vastaamista olisi selkeyttänyt kysymykseen perään liitettävä Valitse yksi. Yksinkertainen lause olisi todennäköisesti selkeyttänyt ja helpottanut vastaamista. En kuitenkaan usko, että matkailijoiden tyytymättömyys olennaisesti kasvaisi kysymysten asettelun myötä. Erilaiset, kehittämistä vaativat, osa-alueet voisivat nousta selkeämmin esille.

Pääosin ihmisten suhtautuminen kyselyä kohtaan oli positiivista. Haasteellisemmaksi osoittautui ihmisten tavoittaminen ja huomion saaminen. Valitettavan usein kävi niin, että en ehtinyt saada kontaktia kaikkiin kiertoaajelun läpikäyneisiin matkailijoihin, koska

kyselyyn esittelyyn ja vastauspyyntöön meni oma aikansa ja sillä välin osa matkailijoista ehti jo lähteä pois paikalta. Jos nyt toteuttaisin kyselyn, tekisin niin että menisin itse kyytiin jokaiselle kiertoajelulle, esittelisin kyselyn linja-autossa ja jakaisin ne halukkaille vastaajille, kun he vielä istuvat paikoillaan. Toisena vaihtoehtona olisi se, että useampi henkilö keräisi kyselyitä, jolloin ihmisten tavoittaminen olisi helpompaa.

Kyselyn tutkimustuloksissa kuvatus taulukon 1 mukaan voitaisiin olettaa, että kiertoajelu on kiinnostanut enemmän naisia kuin miehiä, koska vastanneista 55 on naisia ja 27 miehiä. Tähän tutkimustulokseen on syytä suhtautua kriittisemmin, koska usein kävi niin että pariskunnittain osallistuneista matkailijoista kyselyyn päätyi vastaamaan nainen, miehen vetäytyessä taustalle. Mikäli toteuttaisin kyselyn uudelleen, painottaisin enemmän arvonnän voittomahdollisuuksia eli kahden hengen illallista. Ottaisin myös paremmin kontaktia ihmisiin, puhuisin vakuuttavammin ja ”myisin” kyselyni paremmin matkailijoille. Tarkoituksenomaista ei ole kuitenkaan pakottaa ketään vastaamaan. Tämä havainto sukupuolijakaumasta heikentää tutkimuksen reliabiliteettia. Mikäli toteuttaisin kyselyn uudelleen, voisi sukupuolijakauma olla erilainen ja siten myös kyselyn tulokset muuttua.

Kolmen viimeisen mielipidettä mittaavien kysymysten (kuvio 9,10,11) vastausvaihtoehtojen asetelussa tein virheen. Vastaukset eivät mielestäni anna tarpeeksi analysoinnin varaa ja siten aineisto näiden kolmen kysymyksen osalta on suppea. Mikäli olisin käyttänyt Likertin asteikkoa vastausvaihtoehdoissa, kuten muissakin mielipidettä mittaavissa kysymyksissä, olisin voinut saada enemmän analysoitavaa. Nyt asetin vastausvaihtoehdot kolmiportaiselle tyytyväisyystasolle. Kananen toteaa, että vastaamaan pakottaminen voi johtaa virheellisiin tutkimustuloksiin. Suppeampi vastausasteikko voi passivoida vastaajaa ajattelemasta kysymystä tarkemmin. Kuten tässä tapauksessa, vastaaja on voinut herkästi valita vaihtoehdon sopiva tai sopivasti. Liian suppea vastausasteikko ei anna vastaajalle myöskään tarpeeksi vaihtoehtoja, koska liian paljon tai liian vähän voivat tuntua turhan vahvoilta mielipiteiltä, jos vastaaja tuntee että jokin asia on ihan hyvä tai vaatisi hieman kehittämistä. (Kananen 2012, 125 – 127.)

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta on haastavampaa näyttää toteen, koska ihminen ei aina toimi rationaalisesti ja samalla tavalla joka kerta (Kananen 2012, 172). Havain-

nointia olisin voinut tehdä useammalla kiertoajelulla, jolloin olisin voinut saada kattavamman aineiston. Mikäli aineistossa ilmenee saturaatiota eli laadullisen tutkimuksen aineisto alkaa toistaa itseään, voidaan olettaa aineiston olevan riittävää tutkimuksen kannalta (Kananen 2012, 174). Tämä on havaittavissa havainnointiaineistossa, jossa on nähtävissä samankaltaisuuksia jo kolmen havainnointikerran jäljiltä. Jo kolmen havainnointikertaa antoi selkeitä parannusehdotuksia, joita työssä kaivattiinkin.

Kattava dokumentaatio on olennainen tekijä opinnäytetyön luotettavuuden tarkastelussa. Paras dokumentaation muoto on tutkimuspäiväkirjan kirjoittaminen. (Kananen 2012, 173). Oman tutkimustyöni luotettavuutta ja reliabiliteettia olisin voinut parantaa mainitulla tutkimuspäiväkirjan kirjoittamisella. Opinnäytetyöprojektini oli suhteellisen pitkä. Aloitin työn helmikuussa 2012 ja työ valmistui marraskuussa 2013. Projektin pitkä kesto antoi tilaa myös tarpeelliselle ajatustyölle ja pohdinnalle. Mikäli aloittaisin projektin uudelleen, aloittaisin samalla myös tutkimuspäiväkirjan kirjoittamisen. Hajanaisia muistiinpanoja löytyy sieltä sun täältä, mutta rationaalisesti kirjoitettu tutkimuspäiväkirja eri työvaiheiden etenemisestä olisi antanut tulosten analysointiin enemmän tukea. Esimerkiksi kyselylomakkeen tulosten analysointi oli osittain vaikeampaa kuin kuvitellin, koska en kirjoittanut tarkasti ylös mitä kullakin kysymyksellä tarkalleen halusin kysyä. Tämä huomio heikentää opinnäytetyön validiteettia, koska myöhemmin on haastavampaa todentaa olenko kysynyt juuri oikeita asioita. Toisaalta asiakkaat olivat tulosten mukaan tyytyväisiä eli vastauksista ilmeni juuri se, mitä haluttiin tietää.

Kananen kirjoittaa myös tulkinnan ristiriidattomuudesta, mikä on myös eräänlainen tutkinnan reliabiliteettitekijä. Tämä tarkoittaa sitä, että mikäli toinen tutkija olisi käynyt aineiston läpi, voidaanko olettaa että myös hän päätyisi samoihin tutkimustuloksiin (Kananen 2012, 174). Tältä osalta reliabiliteetti on vahva, koska uskon että myös toinen tutkija päätyisi samoihin tuloksiin asiakkaiden tyytyväisyydestä ja kehittämissuhteista.

Kyselyn ja havainnoinnin pohjalta olen saanut kattavat vastaukset työn alussa asetettuihin tutkimuskysymyksiin, mikä tukee tutkimuksen validiteettia ja reliabiliteettia. Sain selvitettyä miten elämyksellisinä asiakkaat kiertoajelun kokevat. Tutkimuksen avulla sain vastauksen myös miten tarinallisuutta hyödynnetään kiertoajelun ja elämyksen

tuottamisessa. Tavoitteen olen mielestäni saavuttanut hyvin. Tavoite oli tutkia kiertoajelun läpikäyneiden matkailijoiden tyytyväisyyttä ja tämä tavoite on saavutettu.

Opinnäytetyöprosessini oli suhteellisen pitkä, puolitoista vuotta. Alun perin ajatuksena oli tehdä tutkimustyö jo kesän 2012 aikana, mutta silloin aikataulut ja oma jaksaminen tulivat vastaan. Lisäaika oli lopulta hyvä asia, koska se selkeytti työn tavoitetta, antoi tilaa pohdinnalle ja mahdollisuuden pitää taukoa työn tekemisestä. Vuoden aikana myös kirjoittamisen taito kehittyi muun opiskelun avulla. Opinnäytetyön aihe oli minulle alusta asti selvä, mutta tavoitteen selkeyttäminen tuotti haasteita. Mikäli nyt aloittaisin samaa prosessia uudelleen, lähtisin liikkeelle paljon rauhallisemmin ja suunnittelisin työn etenemisen paremmin. Olen kuitenkin tyytyväinen työn lopputulokseen. Mielenkiinto työtä kohtaan pysyi yllä alusta loppuun saakka, koska aihe oli mieleinen ja tärkeä.

5.7 Kehittämistoimenpiteet

Kehittämistoimenpiteet on jaoteltu vaativimpiin ja enemmän aikaa vieviin toimenpiteisiin sekä konkreettisempiin ja helposti toteutettaviin toimenpiteisiin. Ensin käsitellään varsinaiseen opinnäytetyöhön liittyvät kehittämistoimenpiteet. Kehittämistoimenpiteisiin heijastuu opinnäytetyön tulokset, mutta myös omat ajatukseni Kemijärven kaupungin matkailun kehittämisestä. Kehittämistoimenpiteitä on pohdittu ennen kaikkea opinnäytetyön tekemisessä ilmenneiden asioiden kautta. Lopussa pohditaan myös opinnäytetyöprosessin kautta heränneitä yleisiä kehittämistoimenpiteitä koskien Kemijärven matkailua. Opinnäytetyön aihe oli alusta alkaen minulle tärkeä, joten prosessin aikana heräsi myös muita ajatuksia miten matkailua voisi kehittää vahvemmaksi elinkeinoksi Kemijärvellä.

Konkreettisia ja helposti toteuttavia kehittämistoimenpiteitä opinnäytetyöprosessin pohjalta syntyi useita. Kiertoajelun kehittämisen kannalta merkittävimpiä toimenpiteitä on teemallisuuden syventäminen. Kiertoajelun alussa voisi esimerkiksi soittaa tv- sarjan tunnusmusiikin, joka on Ismo Alangon säveltämä kappale, lappilaishenkisin rummuin ja jousisoittimin viritetty sävelmä. Tämän jälkeen sarjan luoja, Kari Väänänen tai joku näyttelijöistä toivottaisi matkailijat tervetulleeksi muutamalla sanalla. Tällainen ääninauha vangitsisi heti kuulijoiden huomion ja antaisi saman tunteen kuin mitä tv- sarjan

alkaessa televisiossa. Taivaan tulet- kiertoajelun opastuksen osalta teemallisuutta voisi syventää myös oppaan pukeutumisessa.

Lyhytkin vierailu jonkin kuvauspaikan sisällä voisi toimia kiertoajelun huippukohtana ja elämyksen huipentumana. Syntyisi selkeä kontrasti matkailijan omaan elämään eli nähdä livenä paikka, jonka on nähnyt televisiossa. Kuvauspaikkavierailu voisi syventää kokemusta entisestään. Yksi mielenkiintoisista vierailukohteista voisi olla neljän koplan talo. Kokonaisen kiertoajelun sijaan voisi tarjota myös pelkästään vierailua kuvauspaikalle. Vierailu voisi olla kestoaltaan tunnin tai pari ja vierailuun voisi yhdistää kerrontaa sarjasta ja muista kuvauspaikoista. Matkailijoiden toivoma näyttelijän tapaaminen voi olla vaikeampaa toteuttaa jokapäiväisen kiertoajelun yhteyteen. Tulevaisuudessa voisi pohtia esimerkiksi kesäisen fanitapaaminen järjestämistä näyttelijöiden ja katsojien kesken. Kehittäisin myös kiertoajelun informatiivista puolta kaupungin palveluista sekä ajan-kohtaisista tapahtumista. Kiertoajelu on loistava tilaisuus herättää matkailijoiden kiinnostus kaupungin muita palveluita kohtaan sekä tuoda entistä suunnitellummin esille tietoa Kemijärvestä. Tärkeää olisi painottaa tiedottamista siitä, mitä Kemijärvellä tapahtuu muina vuodenaikoina ja mitä palveluita silloin on saatavilla. Kun matkailija on kerran saapunut Kemijärvelle, on kiertoajelun kautta mahdollisuus vakuuttaa hänet tulemaan toistekin.

Taivaan tulet- kiertoajelusta voisi kehittää myös interaktiivisen version älypuhelimeen ladattavaksi. Turussa on kehitetty kuuden kaupungissa kuvattun Vares- elokuvan ja lukuisien Reijo Mäen kirjoittamien kirjojen pohjalta karttasovellus sekä kaupunkipeli. Mobiilisovelluksen avulla matkailija voi tutustua itsenäisesti kaupunkiin yksityisetsivä Vareksen jalanjäljissä. (Matkailun ja elämystuotannon klusteriohjelma 2013.) Taivaan tulien tv- sarjan pohjalta voisi selvittää olisiko tv- materiaalista potentiaalia vastaavanlaiseen sovellukseen. Kaupungin keskustassa on kuvattu monia kohtauksia, jotka ovat saavutettavissa kävellen. Interaktiivisen kiertoajelun avulla matkailijoiden on helppo tutustua kaupunkiin itsenäisesti ja sovelluksen avulla on mahdollisuus myös markkinointiin sekä tiedottamiseen ajankohtaisista tapahtumista ja palveluista. Potentiaalinen yhteistyökumppani mobiilisovelluksen kehittämiseen olisi esimerkiksi Rovaniemen yliopisto.

Oppaan työn tärkeys ja asiakkaiden arvostus opastusta kohtaan herätti kysymyksen kiertoajelun laadun varmistamisesta tulevaisuudessa. Mikäli kaupunki aikoo pitää kiertoajelun kesän kärkituotteena myös tulevaisuudessa, tulisi opastyön laadun jatkumo varmistaa esimerkiksi koulutuksen avulla. Mielestäni olennaista olisi rakentaa selkeä käsikirjoitus arkistoitavaksi kunkin kesän kiertoajelusta. Arkistoitavaan materiaaliin liitettäisiin tiedot mitä kaupungista on kerrottu, mitä tv- sarjasta on kerrottu, kuinka paljon on ollut kävijöitä ja miten kiertoajelua on markkinoitu kunakin vuonna. Materiaaliin voisi liittää myös oppaiden vinkkejä ja kokemuksia sekä neuvoja siitä, miten rakennetaan hyvä kiertoajelu ja mikä Taivaan tulien- kiertoajelulla on koettu toimivaksi. Tällaista käsikirjoitusta on helppo hyödyntää tulevaisuudessa, kun kiertoajelua kehitetään eteenpäin mahdollisten uusien oppaiden voimin.

Tietoperustassa pohdittiin myös kaupungin matkailubrändin nykytilaa ja brändin kehittämistä. Positiivisen brändin syntymistä voidaan edistää myös konkreettisin toimin, kuten palvelun laatua mittaavan kyselyn avulla, joka on suunnattu kaupungissa vieraileville matkailijoille. Kaupungin palvelukulttuurin kehittäminen matkailijaystävällisemmäksi vaatisi oman taustatutkimuksen eikä palvelukulttuurin kehittäminen ole yksin kaupungin ja sen matkailutoimen hallussa. Olen sitä mieltä, että pelkästään tieto matkailijoiden käyttäytymisestä ja motiiveista valintojen taustalla voi muuttaa palveluasennetta ja sitä mukaa luoda positiivisempaa ilmapiiriä. Kuten johtopäätöksissä todettiin, matkailijat saavat ja imevät tietoa matkakohteen palveluista joka puolelta, ei pelkästään matkailuneuvonnan ja median avulla. Jokaisen paikkakuntalaisen rooli on tärkeä. Pienessä kaupungissa ei voida rakentaa selviä raja-aitoja matkailun ja arkielämän välille, vaan jokainen kaupunkilainen voi omalla toiminnallaan niin arjessa kuin työssä vaikuttaa positiivisen matkailubrändin muodostumiseen. Aito auttamisen halu voi viedä korkeammankin kielimuurin yli.

Yksi jatkotoimenpiteistä voisi olla alle keski-ikäisiä ja lapsiperheitä koskevan kyselyn toteuttaminen, jonka avulla voitaisiin selvittää heidän kiinnostuksen kohteita, matkustusmotiiveja ja millainen mielikuva heillä on Kemijärvestä matkakohteena. Yksi kyselyn toteuttamisajankohta voisi olla Iskelmätulet - festivaali, joka houkuttelee perheellisiä ja alle keski-ikäisiä matkailijoita kaupunkiin. Kaupungin laajemman asiakasryhmän kehittämisen kannalta olisi hyvä pohtia, miten tavoittaa lapsiperheet ja alle keski-ikäiset mat-

kailijat, jotka ovat kiertoajelun kävijämäärissä vähemmistönä. Kiertoajelu ei välttämättä ole ainoa tuote, jota heille kannattaa markkinoida. Kaikki lapsiperheet ja alle keski-ikäiset eivät välttämättä hae hulinaa ja huvipuistoa, vaan myös luonnon rauhaa ja ruuhkattomuutta. Tuotteistamisen kannalta he ovat mielestäni kaksi tärkeintä asiakasryhmää, kun pohditaan matkailun kehittämistä Itä-Lapin pääkaupungissa.

Opinnäytetyön tulosten pohjalta nähdään, että Taivaan tulet-kiertoajelu on kiinnostanut ennen kaikkea vanhempaa ikäluokkaa ja niin sanottu iäkkäämpi matkailijaryhmä on todennäköisesti kiinnostunut kaupungista sarjan perusteella myös tulevaisuudessa. Tärkeintä olisi pohtia, miten heidät tavoitetaan markkinoinnin keinoin jatkossakin. Sarjan viimeiset jaksot esitetään syksyn 2013 aikana ja uusinnat mahdollisesti vuonna 2014. Tämän jälkeen loppuu Kemijärven näkyvyys tuossa mittakaavassa, mitä televisio on tarjonnut. Kyselyn tulosten perusteella asiakkaat olivat saaneet parhaiten tietoa sanomalehden avulla. Internetin rooli tärkeys markkinoinnissa vahvistuu tulevaisuudessa todennäköisesti myös heidän osaltaan. Segmentoinnin pohjalta rakennettu internetmarkkinointi on avainasemassa, kun mietitään miten eri ikä-ryhmät tavoitetaan. Sosiaalisen median kautta on helpoimmin saavutettavissa nuoremmat asiakasryhmät, mutta mitä kautta kaupunki tavoittaa iäkkäämmät internetin käyttäjät markkinoinnin osalta? Yleisestikin suositellaan tehtävän oma markkinointisuunnitelma sosiaalisen median osalta. Kemijärven matkailubudjetti ei ole järin suuri, joten esimerkiksi sosiaalisen median luomat mahdollisuudet matkailumarkkinoinnissa tulisikin olla yksi kehittämisen arvoisista toimenpiteistä. Nyt ei ole syytä hukata Taivaan tulien kautta saatua medianäkyvyyttä.

Työn tulokset ja kehittämistoimenpiteet on annettu tiedoksi työn toimeksiantajalle, Kemijärven kaupungin matkailutoimelle. Mikäli opinnäytetyön tuloksia hyödynnetään tulevaisuudessa, se nähdään tulevana kesänä 2014, kun kaupungissa järjestetään jälleen Taivaan tulet-kiertoajeluita.

Lähteet

Finnpanel 2013 a. Katsotuimmat ohjelmat kanavittain vuonna 2010. Luettavissa: <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/top/2010/>. Luettu 21.9.2013.

Finnpanel 2013 b. Katseluun käytetty aika kanavittain 45–64- vuotiaat. Luettavissa: <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/katsaikakan/2010/45-64.html>. Luettu 21.9.2013.

Finnpanel 2013 c. Katseluun käytetty aika kanavittain 25–44- vuotiaat. Luettavissa: <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/katsaikakan/2010/25-44.html>. Luettu 21.9. 2013.

Heikkilä, T. 2004. Tilastollinen tutkimus. Edita Prima Oy. Helsinki.

Helsingin Uutiset 2012. Martiala, K. Taivaan Tulet leimahtavat jälleen. Luettavissa: <http://www.helsinginuutiset.fi/artikkeli/119629-taivaan-tulet-leimahtavat-jalleen>. Luettu 6.5.2013.

Heritage Destination Consulting 2013. Heritage Interpretation. Luettavissa: <http://www.heritagedestination.com/heritage-interpretation.aspx>. Luettu 4.4.2013.

Ilmatieteenlaitos 2012. Luettavissa: <http://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/suomen-muuttuva-ilmasto/-/artikkeli/3ebe2ce8-f45c-4f29-9d25-9da35c0aed0f/lappi-meri-lapista-aapasoiden-ja-tuntureiden-kautta-inarin-laaksoon-ja-kasivarteen.html>. Luettu 24.4.2012.

Iltasanomat 2013. Palokangas, P. Lapin pelastaja. Viikkoliite Sunnuntai 13.–14.4.2013. Sanoma News. Helsinki.

Itä-Lapin Kuntayhtymä 2012. Kartta. Luettavissa: <http://italappi.lappi.fi/n5files/?getImageN5=true&folderId=21117&name=DLFE-1233.gif>. Luettu 9.4.2012.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 111. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Tampereen yliopistopaino Oy. Jyväskylä.

Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä. Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 134. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Tampereen yliopistopaino Oy. Jyväskylä.

Kemijärvi 2012 a. Kemijärvi-info. Luettavissa:

<http://www.kemijarvi.fi/asukkaalle/kemijarviinfo>. Luettu 9.4.2012.

Kemijärvi 2012 b. Aikajana. Luettavissa:

<http://www.kemijarvi.fi/download/aikajana.pdf>. Luettu 9.4.2012.

Kemijärvi 2012 c. Kemijärven kylät. Luettavissa:

<http://www.kemijarvi.fi/asukkaalle/kemijarvenkylat>. Luettu 9.4.2012.

Kemijärvi 2012 d. Työllisyys- ja elinkeinostrategia. Luettavissa:

http://www.kemijarvi.fi/download/tyollisyys_ja_elinkeinostrategia.pdf. Luettu 10.4.2012.

Komppula, R. Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Edita Prima Oy. Helsinki.

Lapin Kansa 2012. Juntti, P. Yle lopettaa huippusuositun Taivaan tulet. Luettavissa:

<http://www.lapinkansa.fi/Kulttuuri/1194784573739/artikkeli/yle+lopettaa+huippusuositun+taivaan+tulet.html>. Luettu 4.4.2013.

Lapin Liitto 2012. Ennakkoväkiluku Lapin kunnissa ja seutukunnissa kuukausittain vuonna 2012. Luettavissa:

http://www.lapinliitto.fi/c/document_library/get_file?folderId=52584&name=DLFE-12149.pdf. Luettu 9.4.2012.

Lapin tarinamestarit 2012. Luettavissa: <http://www.lapintarinamestarit.com/>. Luettu 4.2.2013.

Lapland Finland 2012. Luettavissa:

http://www.laplandfinland.com/Suomeksi/Tietoa_Lapista/Luonto/Ilmasto.iw3. Luettu 24.4.2012.

Lappilainen 2011. Alaluusua, H. Taivaan Tulet- ajelun reitiltä löytyy yli 40 kuvauspaikkaa. Luettavissa: <http://www.lappilainen.fi/uutiset/taivaan-tulet-ajelun-reitilta-loytyy-yli-40-kuvauspaikkaa.html>. Luettu: 6.5.2013.

Leo 2009. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Elämyskolmio. Luettavissa: <http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>. Luettu 11.1.2013.

Leo 2010a. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Kokemuksen tasot. Luettavissa: <http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=4320>. Luettu 11.1.2013.

Leo 2010b. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Elämyksen elementit. Luettavissa: <http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=4321>. Luettu 11.1.2013.

Leo 2012. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Menestyvä matkakohde ei matki. Luettavissa: <http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=19541>. Luettu 11.1.2013.

Mancini, M. 2001. *Conducting Tours*. Third Edition. Delmar. Thomson Learning. USA.

Matkailun ja elämystuotannon klusteriohjelma 2013. Vareksesta tekeillä kaupunkipeli matkailijoille. Luettavissa: <http://www.experiencebusiness.fi/uutiset-ja->

julkaisut/ajankohtaista/vareksesta-tekeilla-kaupunkipeli-matkailijoille.html. Luettu 16.10.2013.

MEK 2012. Visit Finland- markkinointi ja markkinointipalvelut. Luettavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/Markkinointi#03](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/Markkinointi#03). Luettu 15.4.2012.

Myllyniemi, J. 2012. Tarinoiden käyttö matkailu- ja ravintola- alalla. AMK - opinnäyte-työ. HAAGA- HELIA ammattikorkeakoulu. Helsinki. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2012092613909>. Luettu 14.1.2013.

Niemi, T. 2000. Kaihon Kotimaa. Lapin matkailun lappikuva. Lapin yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen julkaisu n:o 58. Lapin yliopistopaino. Rovaniemi.

Pekkala, S. 21.5.2013a. Matkailu- ja markkinointikoordinaattori. Kemijärven kaupunki. Sähköposti.

Pekkala, S. 1.11.2013b. Matkailu- ja markkinointikoordinaattori. Kemijärven kaupunki. Sähköposti.

Pine, J. Gilmore J. 1999. The Experience Economy. Harvard business school press. Boston, USA.

Pääkkö, P. 2010. Suomi on uusinut kasvonsa. Koillis-Lappi. 12. 25.10.2010.

Suomen Kuvalehti 2008. Kokko, K. Kari Väänäsen kotiinpaluu. Luettavissa: <http://suomenkuvalehti.fi/jutut/kulttuuri/kari-vaanasen-kotiinpaluu>. Luettu 15.4.2012

Tarinakone 2011. Tarinallistaminen. Luettavissa: <http://www.tarinakone.fi/tarinallistaminen>. Luettu 14.1.2013.

Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Sevenprint Ltd. Rovaniemi. Luettavissa:

<http://www.experiencebusiness.fi/media/materiaalit/julkaisut/elamystuottajan-kasikirja.pdf>. Luettu 11.1.2013.

Tuulaniemi, J. 2011. *Palvelumuotoilu*. Talentum. Helsinki.

Tyrväinen, L. Silvennoinen, H. Hasu, E. & Järviluoma, J. 2011. Kaupunkilomalla vai tunturiluonnossa. Kotimaisten matkailijoiden näkemyksiä ja toiveita lappilaisesta matkailukeskusympäristöstä. Metlan työraportteja 190. Luettavissa:

<http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2011/mwp190.pdf>. Luettu 15.4.2012.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2012. Elinkeinoministeri Häkämies: Kaivoksista Lapin toinen tukijalka. Tiedotteet. Luettavissa: http://www.tem.fi/?89522_m=105926&s=2472. Luettu 9.9.2012.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. *Matkailun ohjelmapalvelut*. WS Bookwell OY. Porvoo.

Veverka, J. A. 2011. *Interpretive Master Planning. Volume One: Strategies for the New Millennium*. MuseumsEtc Ltd. Edinburgh. United Kingdom.

Visit Kemijärvi. Kemijärven kaupungin matkailu. Luettavissa: <http://www.visitkemijarvi.fi/>. Luettu 9.9.2012.

Yle Lappi. 2012. Korhonen, J. Kemijärven matkailu nojaa jatkossakin Taivaan tulin.

Luettavissa:

http://yle.fi/uutiset/kemijarven_matkailu_nojaa_jatkossakin_taivaan_tuliin/6205041.

Luettu 5.6.2013.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Hyvä matkailija!

Kiitos osallistumisestasi kyselyyn, jonka vastauksia hyödynnetään Kemijärven matkailun kehittämisessä. Kysely toteutetaan kiertoajeluun osallistuneiden matkailijoiden kesken. Tavoitteena on tutkia Taivaan Tulet- kiertoajelun asiakastyytyväisyyttä. Kysely toteutetaan yhteistyössä toimeksiantona Kemijärven kaupungin matkailutoimen kanssa ja se on osa HAAGA- HELIA ammattikorkeakoulussa suoritettavaa opinnäytetyötä.

Kaikkien kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan kahden hengen illallinen pitkän kaavan mukaan ravintola Mestarin Kievarissa. Osallistuaksesi arvontaan täytä yhteystietosi, eli nimi, puhelinnumero ja sähköpostiosoite, kyselyn lopussa. Arvonta suoritetaan 18.8.2013 mennessä ja voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti. Riippumatta arvontaan osallistumisesta, kyselyn vastaukset käsitellään nimettömästi ja vastaajien tietoja ei voi yhdistää vastauksiin. Palkinto tulee lunastaa vuoden 2013 loppuun mennessä.

Aurinkoista kesän jatkoa!

Kiittäen,

Petra Uusisalmi (puh. 040 775 0595)

Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma

HAAGA- HELIA ammattikorkeakoulu

1. Valitse sukupuoli
 - Mies
 - Nainen

2. Ikä
 - Alle 13- vuotta
 - 13- 20 vuotta
 - 21- 30
 - 31- 40
 - 41- 50
 - 51- 60
 - 61 – 70

- yli 70 vuotta
3. Asuinpaikkasi _____ (Kunta tai kaupunki)
4. Oletko katsonut Taivaan tulet- tv- sarjaa?
- Kyllä
- Ei
5. Mikä oli tärkein syy tulla Taivaan Tulet- kiertoajelulle?
- Tv- sarjan perusteella
- Ystävän/ tutun suosituksesta
- Hetken mielijohteesta
- Muu syy, mikä?
-
6. Mitä kautta sait tietoa Taivaan Tulet- kiertoajelusta?
- Tv-/ radiomainoksesta
- Sanomalehdestä
- Ystävän /tutun kautta
- Internetin avulla
- Muulla tavoin, miten?
-

KIERTOAJELU

7. Kuinka paljon kiertoajeluun osallistumiseen vaikutti se, että kyseessä oli Taivaan Tulet- kiertoajelu?
- Hyvin paljon
- Paljon
- Vähän
- Hyvin vähän
- Ei ollenkaan

8. Mikä kiertoajelussa yhdisti sen parhaiten Taivaan Tulet- tv- sarjaan?
- Oppaan murre
 - Oppaan kerronta tv- sarjan kohtauksista
 - Kuvauspaikat
 - Kemijärven luonto ja maisemat
 - Muu, mikä?
-
9. Kuinka hyvin tv- sarjan tapahtumat tulivat esille kiertoajelulla?
- Erittäin hyvin
 - Hyvin
 - Ei hyvin eikä huonosti
 - Huonosti
 - Erittäin huonosti
10. Mikä alla olevista asioista olisi vahvistanut Taivaan Tulet- teemaa?
- Tv- sarjan tunnusmusiikki
 - Tv- sarjan käsikirjoittajan Kari Väänäsen ääni
 - Kemijärven maisemat ja luonto
 - Lappilainen ruokakulttuuri
 - Vierailu kuvauspaikan sisällä
 - Tv- sarjan tulevat tapahtumat
 - Muu, mikä?
-
- Kiertoajelun ohjelmaan ei tarvitse lisätä mitään
11. Kerrottiinko kiertoajelun aikana Kemijärven kaupungin historiasta ja yleistiedoista?
- Liian paljon
 - Sopivasti
 - Liian vähän

12. Oliko kiertoajelu kestoaltaan?
o Liian pitkä
o Sopiva
o Liian lyhyt
13. Esiteltiinkö kuvauspaikkoja?
o Liikaa
o Sopivasti
o Liian vähän
14. Pääsitkö mukaan Taivaan Tulet- tunnelmaan kiertoajelun aikana?
o Erittäin hyvin
o Hyvin
o Ei hyvin eikä huonosti
o Huonosti
o Erittäin huonosti
15. Mitä sinulle jäi parhaiten mieleen kiertoajelusta? Kehitysehdotuksia, kommentteja, sana on vapaa.

YHTEYSTIEDOT ARVONTAA VARTEN

Nimi:

Puhelinnumero:

Sähköpostiosoite:

Liite 2. Havainnointilomake

HAVAINNOINTILOMAKE: TAIVAAN TULET- KIERTOAJELU

HAVAINNOIJA:

PÄIVÄYS:

OPAS:

ASIAKASMÄÄRÄ:

SÄÄ:

KULJETTAJA:

1. Toivottiko opas tervetulleeksi? Missä tervetuloivotus tapahtui? (Linja-auton ulkopuolella, linja-autossa, missä muualla) Esittelikö opas itsensä ja kuljettajan?	
2. Oliko opas pukeutunut teeman mukaisesti? Miten Taivaan Tulet- teema tuli esille muuten? (esim. rekvisiitta, esitteet, musiikki)	
3. Kerrottiinko kiertoajelun aikataulu ja eteneminen? Taukopaikat, kuvausmahdollisuudet, vessassa käyntimahdollisuudet, yms.	
4. Puhuiko opas selkeästi?	
5. Millainen kiertoajelun tekninen laatu oli? Esim. oppaan mikrofonin käyttö, äänen voimakkuus, kuljettajan työskentely	
6. Käyttikö opas havainnollistavia adjektiiveja opastuksen aikana? Murteen käyttö, paikalliset sanonnat, sarjan vuorosanojen ilmeneminen.	
7. Oliko opastuksen aikana taukoja? (Oppaan kerronnan aikana/ kiertoajelun aikana)	
8. Olivatko kiertoajelun kohteet helposti havaittavissa? (etäisyys, näkyvyys suhteessa oppaan kerrontaan)	

<p>9. Millainen tunnelma kiertojelulla oli? Miten asiakkaiden tyytyväisyys/tyytymättömyys tuli esille kiertojelun aikana?</p>	
<p>10. Kuinka hyvin kiertojelu pysyi aikataulussa?</p>	
<p>11. Kiertojelun lopetus: Miten opas päätti kiertojelun? Kerrottiinko Kemijärven muista palveluista matkailijoille?</p>	
<p>12. Miten asiakkaat käyttäytyivät kiertojelun jälkeen? (Kiittivätkö, kysyivätkö kysymyksiä, mitä muuta?) Millainen tunnelma oli? (iloinen, positiivinen, tyytymätön, ei erityisiä reaktioita havaittavissa)</p>	
<p>13. Mitä muita ajatuksia heräsi kiertojelun aikana?</p>	