



SAVONIA

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

MATKAILIJAN KOKEMUKSEN LUOMINEN OPASTUKSILLA

Opasteksti Kuopion kartanoista

TEKIJÄ: Julia Kuivalainen

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala			
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja ravitsemisalalan tutkinto-ohjelma			
Työn tekijä Julia Kuivalainen			
Työn nimi Matkailijan kokemuksen luominen opastuksilla – opasteksti Kuopion kartanoista			
Päiväys	27.05.2020	Sivumäärä/Liitteet	47+22
Ohjaaja Pauli Verhelä			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani SH Traveledu Oy			
Tiivistelmä			
<p>Tämä opinnäytetyö on toteutettu SH Traveledu Oy:n toimeksiantona ja sen tarkoituksena oli luoda opasteksti Kuopion alueen viidestä kartanosta. Opasteksti on koottu erilaista kirjallisista ja sähköisistä lähteistä, ja se on suunnattu matkailijoille sekä aiheesta kiinnostuneille henkilöille. Opastekstin tarkoituksena on helpottaa tiedon saantia sekä antaa mahdollisuus tutustua kartanoihin tarkemmin.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuudessa syvennyttään asiakkaan kokemuksen luomiseen opastuksilla. Teoriaosuus käsittelee muun muassa matkaoppaan roolia ja opastuksen vaiheita. Lisäksi tutustutaan tarkemmin asiakaskokemukseen, matkailijatyyppeihin, matkailijan tarpeisiin sekä motiveihin ja matkailijaan kuluttajana. Työssä käydään läpi myös elämystä, erilaisia elämysteorioita sekä historiallisia kohteita matkailussa ja vetovoimatekijöitä. Opinnäytetyön viimeisessä osiossa tutustutaan opastekstin sisältöön sekä sen kirjoitusprosessiin.</p> <p>Työn toiminnallinen osuus eli opasteksti toteutettiin kirjoituspöytätyönä. Se koostuu viiden eri kartanon ja niiden alueiden historiasta sekä nykyajan tilan katsauksista. Opastekstissä käydään läpi myös kartanoita yleensä ja niiden kehityksestä nykytilaansa. Opastekstiä elävöittämään ja tunnelmaa luomaan on lisätty tarinoita ja kuvia. Opastekstin lopusta löytyy fact-sheet, jonka tarkoituksena on helpottaa matkaoppaan työtä hänen kertoessaan matkailijalle opastekstin sisällöstä.</p>			
Avainsanat Matkaoppaat, opastus, asiakaskokemus, elämys, kartanot			

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism and Hospitality Management			
Author Julia Kuivalainen			
Title of Thesis Creating the experience of the traveller on guided tours – Guide text about the manors of Kuopio			
Date	27.05.2020	Pages/Appendices	47+22
Supervisor Pauli Verhelä			
Client Organisation SH Traveledu Oy			
<p>Abstract</p> <p>This thesis has been executed as a commission for SH Traveledu Oy and its purpose was to create a guide text about five manors of Kuopio's area. The guide text consists of different kinds of written and electronic sources and it is meant for travellers and those who are interested in the subject. The purpose of the guide text is to ease the access of information and to give the opportunity to familiarise oneself with the manors more closely.</p> <p>In the theoretical part of the thesis we will immerse into the creation of customer experience on guided tours. Among other things, the theoretical part of this thesis deals with the role of the travel guide and the steps of guidance. In addition, customer experience and different types of traveller are analysed more closely as well as the needs and motives of the traveller, and traveller as a consumer. In this thesis we will also go through the meaningful experience, different kinds of theories about meaningful experience and historical attractions in tourism and pull factors. In the last part of this thesis, we will take a closer look at the contents of the guide text as well as its writing process.</p> <p>The functional part of this thesis, the guide text, was implemented as a desk research. It consists of the history and an overview of the current state of the five different manors and their area. In the guide text we will also go through information about manors in general and their evolution to modern times. Stories and photographs have been added to brighten the text and to create a nice atmosphere. In the end of the guide text, you can find a fact-sheet which purpose is to ease the work of the travel guide as they tell the traveller about the contents of the guide text.</p>			
<p>Keywords Travel guides, guiding, customer experience, experience, manors</p>			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	MATKAOPAS JA OPASTAMINEN	7
2.1	Matkaoppaan työnkuva ja rooli	7
2.2	Erilaiset matkaoppaat.....	8
2.2.1	Matkanjohtaja.....	9
2.2.2	Erikoisopas	9
2.2.3	Paikallis-, alue- ja kohdeopas	10
2.2.4	Ulkomaan kohdeopas	11
2.2.5	FAM-opas	11
2.3	Tuotetuntemus	12
2.4	Opastuksen vaiheet.....	13
2.4.1	Suunnittelu	13
2.4.2	Toteutus.....	14
2.4.3	Aloitus.....	14
2.4.4	Kerronta	15
2.4.5	Lopetus ja palaute.....	16
3	MATKAILIJA	18
3.1	Asiakaskokemus.....	18
3.2	Matkailijatyypit	20
3.3	Tarpeet ja motiivit.....	22
3.4	Matkailija kuluttajana ja ostoprosessi	24
4	ELÄMYS	26
4.1	Määritelmä	26
4.2	Elämyksen nelikenttä	27
4.3	Elämyskolmio.....	28
4.3.1	Elementit elämyksessä	29
4.3.2	Erilaiset kokemuksen tasot	30
4.4	Opastaminen ja opasteksti osana elämystä.....	31
5	MATKAILU JA HISTORIA	33
5.1	Vetovoimatekijät ja attraktiot.....	33
5.2	Historialliset kohteet matkailussa	36

5.3	Kartanot matkailussa.....	37
5.3.1	Kuopion kartanot	37
6	OPASTEKSTIN TOTEUTTAMINEN	40
6.1	Opastekstin sisältö	40
6.2	Työn vaiheet ja lopputulos.....	41
6.3	Menetelmäkuvaus	43
7	POHDINTA.....	44
	LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT	46
	LIITE 1: KUOPION KARTANOISTA - OPASTEKSTI.....	48

1 JOHDANTO

Kokemukset ovat yksilöllisiä. Matkaoppaat ja muut palveluntarjoajat pystyvät vaikuttamaan asiakkaansa kokemukseen, mutta vain tiettyyn pisteeseen saakka. Loppupelissä jokainen asiakas määrittää itse oman kokemuksensa. Tässä opinnäytetyössä perehdymme asiakkaan kokemusten sekä elämyksien luomiseen. Perehdymme matkaoppaan työhön ja rooliin ja käymme läpi matkailijan tarpeita, motivaatioita sekä ostoprosessia. Tutustumme myös historiallisiin kohteisiin matkailussa sekä vetovoimatekijöihin. Opinnäytetyön toiminnallinen osuus koostuu opastekstistä, jota käymme läpi työn loppuvaiheilla.

Opinnäytetyöhön tehdyn opastekstin tarkoituksena on tuoda tietoa Kuopion kartanoista matkailijoille sekä muille aiheesta kiinnostuneille. Aihe valikoitui omien kiinnostuksen kohteiden sekä keskusteluiden pohjalta. Opinnäytetyöni halusin tehdä opastyöhön ja opiskelukaupunkiini liittyen. Lisäksi halusin liittää työhöni jollakin tapaa historian. Tämä yhdistelmä toi idean opastekstistä. Toiminnallinen osuus suoritettiin kirjoituspöytätyönä ja sen materiaalina olen hyödyntänyt erilaisia kirjallisia sekä sähköisiä lähteitä.

Työni toimeksiantajana toimii SH Traveledu Oy, joka harjoittaa opastustoimintaa Kuopion alueella. Opasteksti on tarkoitettu yrityksen käyttöön opastetuille kierroksille ja oppaat voivat hyödyntää sitä kierroksiensa taustamateriaalina. Matkailijalle opasteksti tarjoaa yksinkertaisen tavan tutustua Kuopion alueen kartanoiden historiaan ja niiden elämään.

2 MATKAOPAS JA OPASTAMINEN

World Federation of Tourist Guide Associations (2003) määrittelee matkaoppaan (tourist guide) henkilöksi, joka opastaa matkailijoita heidän valitsemallaan kielellä ja antaa heille tietoa alueen kulttuurista sekä perinteistä. Matkaopas on määritelmän mukaan suorittanut asianomaiset alueella vaaditut pätevyudet, jonka asianmukainen viranomainen on hyväksynyt. (WFTGA 2003.)

2.1 Matkaoppaan työnkuva ja rooli

”Matkailuoppaan työ ja rooli koostuu monista rooleista yhdessä ja samassa persoonassa. Matkailuopas toimii tiedottajana, johtajana, neuvojana, välittäjänä, päätöksentekijänä, viihdyttäjänä ja esiintyvänä taiteilijana.” Näin matkailuoppaan roolia kuvaa Suomen opasliitto ry kirjassa *Opin ja opastan* (1998, 19). Matkaoppaan tehtävät ovat siis moninaisia ja ne vaativat erilaisia taitoja. Matkaoppaan on oltava ajan tasalla ja hänen tulee huolehtia, että hänen asiakkaansakin ovat. Oppaan on osattava johtaa ryhmäänsä ja myös pystyttävä tekemään päätöksiä asiakkaankin puolesta. Oppaan tulee pystyä antamaan neuvoja tarvittaessa asiakkaalleen ja hänen on oltava hyvä kommunikoija, jotta hän kykenee toimimaan välittäjänä eri osapuolten välillä. Matkaoppaan työ on viihdyttämistä ja esiintymistä, ja sekin on oma taiteenlajinsa. Oppaan tehtävänä on säilyttää asiakkaan mielenkiinto ja opas, joka ei omaa hyviä esiintymistaitoja, ei tätä pysty tekemään.

Opin ja opastan -kirjan (1998) mukaan matkaoppaan tehtävä on aina olla ryhmän tuki ja turva, jonka tulee varmistaa koko opastustehtävän ajan, että asiakkaan matkajärjestelyissä kaikki sujuu sovitusti. Matkaopas toimii asiakkaiden silmissä toimeksiantajansa tai työnantajansa edustajana ja hän on työnantajansa käyntikortti sekä usein ainoa linkki asiakkaan ja palveluja tarjoavan yrityksen välillä. Matkaopas on myös aina kotimaansa sekä alueensa edustaja ja hän antaa kuvan toiminnallaan laajemmasta osasta opastettavan alueen arkea, eikä pelkästään itsestään. (Verhelä & Lackman 2003, 208.) Matkaoppaan työ vaatii itsenäistä toimintaa ja vastuullista asennetta. Se on asiantuntijatyötä, jossa tarvitaan hyvä yleissivistys. Työssä on tunnettava hyvin erityisesti kohdealueen historia ja nykyisyys. Lisäksi on tunnettava ajantasaisesti ja ennakoivasti kulttuuri- ja muut tapahtumat. (Opetushallitus 2011, 33.)

Usein matkaoppaat toimivat freelance-pohjalta, ja tällöin he saattavat työskennellä päätoimisesti joko matkailualan muissa tehtävissä tai itsenäisinä yrittäjinä. Matkaoppaan työn edellytyksenä on tuntee matkailun merkitys ja matkailun elinkeinorakenne, matkustusmotiivit, matkailun toimiala, matkailuyritykset sekä -tuotteet. Lisäksi on tärkeää seurata kansainvälisiä trendejä ja osattava soveltaa niitä kansallisella tasolla. Toimiakseen matkailuelinkeinossa, matkaoppaan on hallittava myös myynti-, markkinointi- sekä asiakaspalveluosaaminen. (Opetushallitus 2011, 33–34.)

Matkaoppaalla on siis tärkeä rooli opastuksilla matkailijan positiivisen kokemuksen tai jopa elämyksen luoja. Monien muiden tehtäviensä lisäksi on tärkeää, että opas ajattelee aina asiakasta ja laittaa hänet etusijalle. Opastuksilla oppaan tulisi pohtia muun muassa sitä, mistä juuri tämä kyseinen asiakas on kiinnostunut ja mikä antaisi asiakkaalle parhaan kokemuksen. Oppaan tulisi tuntua turvalliselta ja

luotettavalta tiedonantajalta, joka käyttää erilaisia keinoja luodakseen asiakkaalleen parhaan mahdollisen kokemuksen.



Kuvio 1: Oppaan osaamisalueet. (Verhelä 2020, 29.)

2.2 Erilaiset matkaoppaat

Matkaopas on matkailualan ammattilainen. Hän voi toimia teeman tai harrastuksen mukaisena erikoisoppaana, kohdeoppaana ulkomailla ja matkanjohtajina usein ilman kiinteää toimipaikkaa. Työtehtävänsä matkaopas saa matkatoimistoilta, matkailutoimistoilta, matkanjärjestäjiltä, elinkeinoelämästä tai yksittäisiltä asiakkailta suoraan. Sekä liike- että lomamatkailijat ja ammattilaismatkailijat toimivat asiakkaina, ja he voivat muodostaa hyvinkin eri kokoisia matkailu- ja muita ryhmiä tai olla yksittäisinä asiakkaina. (Opetushallitus 2011, 33.) Alun alkaen matkaoppaan pääasiallinen tehtävä oli jakaa kohteesta tai alueesta asiatietoa. Oppaiden työnkuvat ja tehtävien sisällöt ovat kuitenkin vuosien varrella muuttuneet voimakkaasti ja samanlainen kehitys jatkuu vielä edelleen. (Verhelä & Lackman 2003, 207.)

Kotimaan opastuksista suurin osa on pysynyt paikallis- ja kohdeopastuksina ja näiden tarkoituksena on lähinnä antaa asiakkaille tietoa rajatusta, opastettavasta alueesta sekä kohteesta. Tehtävät voivat kuitenkin nykypäivänä olla monipuolisempiakin ja vaatia monenlaista osaamista. Esimerkkeinä uusimmista opastustyön ulottuvuuksista ja niissä tarvittavista erikoisopastuksista voidaan mainita muun muassa teemaopastukset, jotka vaativat tietyn teeman syvempää ymmärrystä, draamalliset opastukset, joissa oppaat eläytyvät tiettyyn rooliin ja ovat myös pukeutuneet kohteen tai aikakauden perusteella, sekä erilaisten harrastusten pohjalta pidettävät erikoisopastukset. (Verhelä & Lackman 2003, 207.)

Erilaiset rooliopastukset ovat hyviä keinoja luoda asiakkaalle hauskoja kokemuksia sekä elämyksiä. On paljon hauskeempaa seurata esimerkiksi museo-opasta, joka on pukeutunut tietyn aikakauden mukaisesti sekä puhuu ja käyttäytyy kuin olisi itse tuolta aikakaudelta, kuin opasta, joka ei eläydy opastukseen lainkaan toimintansa tai edes puheensa välityksellä.

Jokaisella oppaalla on oma vastuunsa asiakkaan kokemuksen ja elämyksen luomisessa ja jokaisen oppaan tulisi pyrkiä antamaan asiakkaalleen mahdollisimman hyvä kokemus omalla toiminnallaan ja osaamisellaan. Matkaoppaan tulisi myös hyödyntämään tarjolla olevia mahdollisuuksia kokemusten luomiseen muun muassa kohteen joustavuuden avulla. Esimerkiksi, jos opastettava ryhmä vierailisi paikallisella keramiikkakaupalla, jonka yhteydessä on myös keramiikkapaja, opas voisi suunnitella ja sopia vierailun niin, että asiakkailla olisi mahdollisuus päästä myös kulissien taakse tai jopa kokeilla itse keramiikka-astioiden tekoa.

2.2.1 Matkanjohtaja

Matkanjohtaja toimii kotimaassa ryhmien kanssa, jotka ovat joko tulossa Suomeen tai lähdössä ulkomaille. Matka saattaa olla laivaristeily, kotimaan kiertomatka tai ulkomaanmatka. (Opetushallitus 2011, 34.) Matkanjohtajan työnkuva vaihtelee muun muassa matkakohteen, matkan keston, teeman ja asiakkaiden määrän sekä iän mukaan. Matkanjohtaja toimii monipuolisessa työssä ja hän on toimeksiantajansa virallinen edustaja, jonka tehtävänä on huolehtia esimerkiksi aikataulusta, varauksista, palveluiden toimivuudesta sekä matkustajien hyvinvoinnista. (Verhelä & Lackman 2003, 222–223.)

Jotkin matkat suunnitellaan vain jollekin tietylle ryhmälle, mutta toiset myydään matkanjärjestäjän kautta, jolloin ne on suunnattu isommalle yleisölle. Usein matkat suuntautuvat eri maihin ja tällöin on tärkeää, että matkanjohtaja omaa laajan tuntemuksen maasta, sen kulttuurista sekä sen kohteista. (Opetushallitus 2011, 34.) Usein matkanjohtaja myös opastaa ryhmää, kun ryhmä siirtyy kohteesta toiseen, mutta toisinaan hän toimii vain teknisenä matkanjohtajana, jolloin hän huolehtii ainoastaan matkan teknisistä järjestelyistä sekä niiden sujuvuudesta, ja erillinen opas huolehtii itse opastuksesta. Yleensä matkanjohtajan työ on kuitenkin vaativampaa ja monipuolisempaa kuin pelkkä opastaminen, ja hän on työtehtävänsä aikana töissä ympärivuorokautisesti. Matkanjohtajan työnkuvaan kuuluu Suomen opasliiton palkkasuosituksien mukaan yöpyminen. (Verhelä & Lackman 2003, 222–224.)

Matkanjohtajan tulee myös reagoida nopeasti, jos muutoksia tapahtuu. Suuri osa matkanjohtajan työstä tapahtuu kulissien takana, jolloin asiakas ei näitä toimia näe. Tällaisiin työtehtäviin lukeutuu muun muassa matkanjärjestelyn hoito sekä toimiminen eri yhteistyökumppaneiden kanssa. (Opetushallitus 2011, 34.)

2.2.2 Erikoisopas

Oppaan perustaitojen lisäksi erikoisoppaan on hallittava jokin erikoisala (Verhelä & Lackman 2003, 235). Erikoisopas hyödyntää opaspalvelun tuotteistamisessa ja toteuttamisessa ammattinsa, harrastuksensa tai kiinnostuksensa avulla hankkimaansa erikoisosaamista (Opetushallitus 2011, 35). Yleensä

tarvitaan kyseisen erikoisalan erityiskoulutus, jotta voidaan hallita tietty erikoisala tarpeeksi kattavasti. Joistakin erikoisaloista on oppaille tarjolla oma ammatti- tai muu tutkinto, esimerkiksi eräopas, ratsastusopas sekä melontaopas. Lisäksi esimerkiksi terveystmatkojen matkanjohtajalta vaaditaan sairaanhoitajan koulutus ja usein tenavaoppaalta vaaditaan lastenhoitajan koulutus. (Verhelä & Lackman 2003, 235.)

Erikoisopas työskentelee erikoisosaamistaan vaativien kohderyhmien kanssa ammattimaisesti sekä aktiivisen vuorovaikutteisesti. Hän on opas, joka seuraa aikaansa ja ymmärtää asiakkaidensa toiveita sekä tarpeita. Hänen tulee hallita opastustilanteen aikana tarvittavien välineiden käyttö sekä pystyä ohjeistamaan asiakasta niiden käytössä. (Opetushallitus 2011, 35.) Erikoisoppaan on myös osattava käyttää, hallita ja huoltaa ammattimaisesti kaikkia tarvitsemiaan erikoisalan laitteitaan (Verhelä & Lackman 2003, 235).

Erikoisoppaan tehtäviin kuuluu tarvittavien lupien hankkiminen ja ilmoitusten tekeminen. Lisäksi hänen tulee tehdä opastuspalvelulle tarvittavat riskianalyysit, turvallisuussuunnitelmat ja varasuunnitelmat. Erikoisoppaan tulee kyetä opastamaan erityisosaamisensa avulla alaan erikoistuneita kansainvälisiä sekä kansallisia ryhmiä. Hänen on osattava käyttää teknisiä laitteita ja apuvälineitä, joita toimeksianto vaatii, jokaisena vuodenaikana maalla, merellä ja ilmassa. Erikoisopaspalvelu voi pohjautua tietoon tai tekemiseen perustuvaan osaamiseen. Tästä esimerkkeinä voisi antaa paikallisopastukset, arkkitehtuuriopastus tai liikuntaesteisten opastukset. (Opetushallitus 2011, 35.) Keskeisenä piirteenä erikoisoppaana toimimisessa on oman erikoisalan tunteminen läpikotaisin (Verhelä & Lackman 2003, 235).

2.2.3 Paikallis-, alue- ja kohdeopas

Paikallisopas keskittyy tietyn paikkakunnan alueen esittelyyn, ja hän on saanut koulutuksen tähän tiettyyn alueeseen liittyen (Verhelä & Lackman 2003, 221–222). Paikallisopas toimii usein liikkuvassa ajoneuvossa. Hän voi kuitenkin hoitaa opastuksensa teemakierroksilla tai paikkakunnan kohteissa kävellen. Paikallisopas tarvitsee työssään tietämystä niin maamme keskeisistä historiantapahtumista, että luontoon, sosiaali- ja elinkeinoelämään sekä kulttuuriin liittyvistä asioista. Erityisen hyvin hänen tulee kuitenkin tuntea ominaispiirteet, vetovoimatekijät ja liikenneyhteydet opastuspaikkakunnallaan ja -alueellaan, ja hänen tulee myös osata hyödyntää niitä. (Opetushallitus 2011, 35.)

Tietyllä matkailureitillä tai omaa paikkakuntaansa laajemmalla alueella opastavat alueoppaat. Alueopas toimii usein tietyllä maakunnalla tai talousalueella, ja hän on suorittanut asianomaisen koulutuksen. Tällaisiin koulutuksiin kuuluu muun muassa Suomen opasliiton järjestämät alueopaskurssit sekä koulutus tiettyyn matkailureittiin liittyen. (Verhelä & Lackman 2003, 222.)

Kohdeopas keskittyy työssään yhteen ainoaan kohteeseen, kuten esimerkiksi kirkkoon, museoon tai tehtaaseen. Tässä tehtävässä korostuu erikoisalan tekninen hallinta sekä tietämys. Yleensä hän myös saa jatkuvasti erikoiskoulutusta, joka liittyy kyseisen kohteen hallintaan. (Verhelä & Lackman 2003, 222.) Niin paikallis-, alue- että kohdeoppaatkin voivat antaa asiakkailleen unohtumattomia kokemuksia

monin keinoin. Pukeutumalla tiettyyn rooliin, puhumalla tietyllä murteella tai kertomalla omista kokemuksistaan opas voi tuoda tietynlaista särmää opastukseensa ja näin osaltaan luoda kokemusta. Toki kaikella on rajansa ja oppaan tulisi tietää missä nuo rajat kulkevat.

2.2.4 Ulkomaan kohdeopas

Ulkomaan kohdeopas toimii puolestaan matkanjärjestäjän edustajana ulkomaan matkakohteissa ja hänen työ kautensa pituus vaihtelee parista kuukaudesta useaan vuoteen. Ulkomaan kohdeopas työskentelee yksin tai kohdettiimin jäsenenä yleensä aika itsenäisesti kaukana itse kotiorganisaatiosta. (Opetushallitus 2011, 34.) Perinteisesti ulkomaan kohdeopas toimii ulkomailla seuramatkakohteissa. Usein tällaiset kohteet ovat paikkoja, joihin asiakkaat hakeutuvat rentoutumaan, lepäämään ja ruskettumaan ja yleensä seuramatkakohteet toimivat kausittain. (Verhelä & Lackman 2003, 226.)

Ulkomaan kohdeopas työskentelee oppaana yleensä ammatikseen joko suomalaisen tai paikallisen matkanjärjestäjän alaisena. He ovat tiettyssä kohteessa yleensä koko kauden ja vaihtavat sen jälkeen seuraavaan kohteeseen. (Verhelä & Lackman 2003, 226.) Ulkomaan kohdeoppaan tulee tuntea kohdealueen erityispiirteet, kulttuuri ja elämäntavat sekä lisäksi julkiset sekä kaupalliset palvelut (Opetushallitus 2011, 34). Ulkomaan kohdeopas voi olla merkittävässä roolissa matkailijan kokemusten ja elämysten luomisessa tai niiden välittäjänä. Kohdeopas voi esimerkiksi ohjata tai ehdottaa matkailijalle, jotakin aktiviteettia mitä matkailija itse ei ole huomannut ja näin matkailija voi saada unohtumattomia elämyksiä matkallaan.

Pääsääntöisesti ulkomaan kohdeoppaan asiakkaat ovat yhdessä tiettyssä kohteessa ja hän palvelee heitä siellä. Toisinaan työnkuvaan saattaa kuitenkin kuulua myös kiertomatkojen opastaminen. Yleisin asiakastyypin ulkomaan kohdeoppaalla on vapaa-ajan matkustaja, joka on ostanut valmismatkan. Matkanjärjestäjälle on määritelty yleinen asiakasta koskeva huolenpito- ja avustamisvelvollisuus valmismatkalaisissa ja tämän takia ulkomaan kohdeopas toimii paljon asiakkaidensa käytännön asioiden parissa. Myös neuvontaan kuuluu suurempi osa ulkomaan kohdeoppaan työajasta kuin muilla oppailla ja perinteinen opastus, esimerkiksi museossa tai ajoneuvossa, on vain osa toimenkuvaa. (Verhelä & Lackman 2003, 226.) Varsinkin erikois- ja poikkeustilanteissa, kuten esimerkiksi sairastumis- ja onnettomuustilanteissa, oppaan tai kohdeoppaan merkitys kasvaa (Opetushallitus 2011, 34).

2.2.5 FAM-opas

Sitten on vielä FAM-oppaat, jotka opastavat pääsääntöisesti kansainvälisiä matkailualan ammattilaisia. Näihin kuuluu kansainväliset matkanjärjestäjät, media- ja kuvausryhmät, liikenneyhtiöiden edustajat sekä special interest -asiakkaat. FAM-oppaalle matkailuorganisaatio tai matkailutoimija, ministeriö, kaupungin tai kunnan oppilaitos tai virasto voi toimia toimeksiantajana. FAM-opas voi työskennellä keskusteluoppaana matkanjärjestäjien ja toimijoiden kanssa, luento-oppaana special interest -asiakkaille, toimeksiantajansa edustajana erilaisissa tehtävissä sekä perinteisenä oppaana ohjelman mukaan. FAM-opas on siis eräänlainen monitoimiopas ja hän toimii itsenäisesti tietyillä resursseilla ja teemalla itse valitsemisissaan tai toimeksiantajan ilmoittamissa kohteissa. Tässä työssä kansallinen sekä

kohteen brändiosaaminen ja laaja tuntemus matkailutoimialoista korostuvat. FAM-oppaan ydinosaamiseen lukeutuu muun muassa mielikuvamarkkinoinnin taidot, tekninen osaaminen kuvausjärjestelyissä, vuorovaikutus- ja asiakaspalvelutaidot, sekä kulttuurisensitiivinen ote palveluketjussa. FAM-oppaan työn tulisi edistää kohteen markkinointia sekä kilpailukykyä, ja tämä työ onkin tavoitteellista toimeksiantajan sekä kohteen matkailumarkkinointia. (Opetushallitus 2011, 35–36.)

2.3 Tuotetuntemus

Tuotteet ovat tavaroita, palveluita tai oivalluksia, jotka kaikki sisältävät aineellisia ja aineettomia ominaisuuksia ja luovat näin arvoa ostajalleen tai käyttäjälleen (Keegan & Green 2017, 325). Jokaisen yrityksen, toimijan, asiakaspalvelijan ja muiden tuotteiden tarjoajien ja niiden parissa toimivien on tunnettava tuotteensa. Matkaoppaan on tiedettävä mistä hän puhuu ja hänen on myös tiedettävä, mitä hänen palveluihinsa kuuluu ja mitä ei. Hänen on myös esiteltävä tuotteensa niin, että asiakas tietää mistä tuotteessa on kyse ja ikäviltä yllätyksiltä välttyään.

Matkaoppaan työ ja työtehtävät muuttuvat jatkuvasti. Siksi onkin tärkeää, että matkaopas osaa työhön liittyvän tietomateriaalin ylläpitämiseksi hyödyntää alan tietolähteitä sekä hakemistoja. Työtehtävät voivat olla laaja-alaisia, mutta myös hyvinkin eriytyneitä. (Opetushallitus 2011, 33.) Matkaopas tarvitsee toimiakseen hyvän ja monipuolisen alue- ja tuotetuntemuksen. Tässä yhteydessä tämä tarkoittaa keskeisten matkailumuotojen sekä niiden palveluiden tuntemista. Esimerkiksi kuljetuspalveluista tulee tuntea keskeiset lento- ja laivaliikenteen sekä bussi- ja rautatieliikenteen reitit ja yhteydet toiminta-alueella, aikataulut toimintapaikkakunnalta ja -paikkakunnalle, keskeiset lippu- ja erikoislipputyypit sekä edellä mainittuja tuotteita tarjoavat tuottajat ja heidän tuotteensa. Matkaoppaan tulee siis pystyä neuvomaan asiakasta, kertomaan hänelle eri vaihtoehdoista sekä opastamaan asiakas oikeaan paikkaan lisätietoja varten. (Verhelä & Lackman 2003, 204.)

Matkaoppaan tulee tietää myös majoituspalveluista ja majoitusliikkeiden toiminnasta sen verran, että osaa toimia ryhmänsä edustajana sekä kykenee huolehtimaan ryhmän majoittumisesta ja lähtöselvityksistä, jos majoitus kuuluu sovittuun pakettiin. Matkaoppaan on osattava kertoa ravintoloiden tarjoamista palveluista, ravintoloiden vakioateriat sekä á la carte -toiminnasta. Hänen tulee myös hallita ryhmän kanssa toimiminen ravintolassa. (Verhelä & Lackman 2003, 204.)

Oheispalveluissa etenkin opastukseen kytköksissä olevat ohjelmalvelut sekä niiden sisältö ja mahdolliset ostospalvelut ja muut julkiset palvelut on tunnettava tarpeeksi hyvin, jotta kykenee antamaan asiakkaalle neuvoja ja ohjeita niiden hyödyntämisessä. Matkaoppaan on myös tärkeä hallita paikallisen terveydenhuollon ja sairaanhoidon yhteystiedot ja palvelut, jotta hän osaa tarvittaessa toimia tilanteessa, jossa asiakas tällaista apua kaipaa. Lisäksi matkavakuutusten ja kuluttajasuojaan liittyvät keskeiset asiat on hyvä olla matkaoppaan hallussa. (Verhelä & Lackman 2003, 204.)

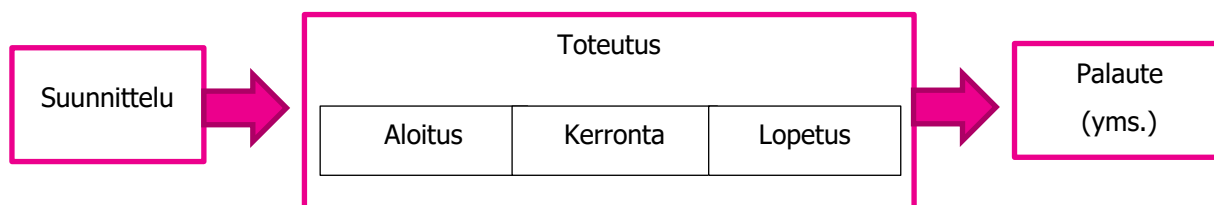
Myös työssä tarvittavien vieraiden kielten hallitseminen on tarpeen oppaana toimiakseen. Oppaan tulee tuntea riittävän hyvin asiakkaiden kulttuuritaustaa ja pystyttävä toimimaan kulttuurisensitiivisesti

soveltamalla tietojaan sekä taitojaan kulttuureista. Ammattietiikan ja ympäristö- sekä turvallisuuskyvykset matkaoppaan tulee huomioida kaikessa toiminnassaan. (Opetushallitus 2011, 33.)

Matkaoppaan on pysyttävä ajan tasalla ja hänen on päivitettävä tietojaan jatkuvasti aktiivisesti, sillä matkailuala uusiutuu nopeasti. Matkaoppaan tulee tuntea keskeiset säädökset ja sopimukset, jotka liittyvät kuluttajansuojaan sekä matkanjärjestämiseen. Lisäksi täytyy tuntea matkavakuutusten ehdot ja korvauskäytännöt. Häätötilanteissa matkaoppaan on tiedettävä miten toimia ja hänen on tarvittaessa kyettävä antamaan ensiapua. (Opetushallitus 2011, 33.) Matkaoppaankaan ei tarvitse tietää aivan kaikkea, mutta hänen tulee tuntea toimintaympäristönsä sen verran hyvin, että opastus sujuu uskottavasti. Tärkeintä on tietää mistä lisätietoa löytyy ja kyetä selvittämään asioita tarvittaessa nopeastikin eri tietolähteistä. (Verhelä & Lackman 2003, 205.)

2.4 Opastuksen vaiheet

Opastuksen vaiheet jaotellaan Suomen opasliiton ohjeistuksen mukaan ennen opastusta tapahtuvaan opastuksen valmisteluun, varsinaisen opastuksen aloitusvaiheeseen, opastuksessa tapahtuvaan kerrontavaiheeseen sekä lopetusvaiheeseen. Tämän jälkeen tapahtuu vielä palautteen käsittely, tilitykset ja selvitykset raha-asioihin liittyen sekä toimeksiantajalle raportointi. (Verhelä & Lackman 2003, 209.) Oppaan kannattaa käyttää opastustehtävää suunnitellessaan opastuksen eri vaiheiden jaottelussa johdonmukaisesti perinteistä kaavaa. Näin opas varmistaa, että asiakkaat saavat sen, mitä heille on luvattu ja kokonaisuudesta tulee selkeä ja johdonmukainen. (Verhelä 2020, 63.)



Kuvio 2: Opastuksen vaiheet.

Suomen opasliitto ry:n (1998, 28) mukaan hyvää opastusta voidaan verrata rakenteellisesti hyvään myyntikirjeeseen (AIDAS) seuraavasti:

A – attention	huomion herättäminen
I – interest	kiinnostuksen ylläpitäminen
D – desire	halu kuulla lisää
A – action	kyky saada matkailija toimimaan
S – satisfaction	matkailijoiden tyytyväisyys

2.4.1 Suunnittelu

Ennen opastusta tapahtuva valmistelu ja suunnittelu on aina tehtävä huolellisesti ja jokaisen elementin toimivuus on varmistettava. Palvelun tilaajan tulee selvittää mahdollisimman perusteellisesti toivomukset sekä vaatimukset ja tiedot asiakasryhmästä, yhteisistä nimittäjistä kuten työnantaja, ammatti

tai harrastus, ryhmän ikäjakauma ja ryhmän jäsenten kunto sekä mielenkiinnon kohteet. Matkaoppaalla on oltava tarvittaessa varasuunnitelma, jos jostain syystä suunniteltua opastustehtävää ei voidakaan toteuttaa tai sitä joudutaan muuttamaan esimerkiksi sään vuoksi. Oppaan tulee pystyä suunnittelemaan tietyn teeman pohjalta selkeä, johdonmukainen ja täysipainoinen opastus, joka sopii yksiin asiakkaiden tarpeiden ja odotusten kanssa. Olennaisina osina suunnitelmaa on toimivan aikataulun tekeminen, turvallisuus- ja ympäristönäkökohtien selvittäminen sekä tarvittavien lupien hankkiminen. Ennen opastuksen alkua matkaoppaan tulee tarkistaa suunnitelma ja opastukseen liittyvät tekijät kuten palvelut, säätilat sekä liikkumisrajoitteet. Tarvittaessa matkaoppaan tulee käynnistää varasuunnitelma ennen asiakkaiden saapumista. Myös tarvittavat varusteet on syytä tarkastaa ja käydä läpi ennen opastuksen aloitusta. (Verhelä & Lackman 2003, 209–210.)

Oppaan luomaan ensivaikutelmaan liittyy niin tunnelman luominen, siisteys, pukeutuminen että ulkonäkö. Oppaat käyttävät usein työasuja tai opaspukuja, joiden avulla asiakkaat tunnistavat heidät. Joskus pukeutumista voidaan hyödyntää myös paikkakunnan omaleimaisuuden korostamisessa. Pukeutumisessa on kuitenkin huomioitava työtehtävän laatu sekä ryhmän tausta ja koostumus. Oppaiden ja matkanjohtajien tulee pitää opasmerkki ja/tai nimikilpi näkyvässä opastustehtävän aikana, jotta opastettavan ryhmän jäsenet löytävät oppaansa ongelmitta. (Suomen opasliitto ry 1998, 29.)

2.4.2 Toteutus

Opastuksen tavoitteena on edetä opastussuunnitelman mukaisesti. Matkaoppaan tulee myös pystyä toimimaan erilaisissa ja uusissakin tilanteissa, vaikka niitä ei olisi suunnittelussa huomioitukaan. Suunnitelmasta kuitenkin poiketaan vain olosuhteiden pakosta ja ensisijaisen tärkeää on pysyä aikataulussa, jotta kokonaisuus pysyy kasassa. Ammattitaitoinen matkaopas osaa kuitenkin toimia joustavasti asiakkaiden ehdoilla kokonaisuutta silmällä pitäen. Matkaoppaalta vaaditaan myös kykyä johtajuuteen, jotta opastus sujuu suunnitellusti ja asiakasryhmä toimii sen mukaisesti. (Verhelä & Lackman 2003, 210–211.) Opastuksen toteuttamisvaiheessa matkailijalle luodaan kokemuksia ja elämyksiä. Oppaan on luotava mahdollisimman tasapainoinen opastuskokonaisuus, jotta kokemuksesta muodostuu kokonaisuutena positiivinen. Asiakkaasta ja hänen tarpeistaan tulee huolehtia opastuksen jokaisessa vaiheessa alusta loppuun.

2.4.3 Aloitus

Ensivaikutelma on opastustehtävän onnistumisen kannalta tärkeää. Matkaoppaan tulee olla tapaamispaikalla valmiina tehtäväänsä ennen asiakkaita. Jos opastuksessa tarvitaan kuljettajaa, reitti olisi hyvä olla kuljettajan tiedossa ennen itse opastuksen alkua. Matkaoppaan tulee aluksi tervehtiä asiakkaitaan, avata keskustelu hyvän ilmapiirin luomiseksi sekä selvittää mahdolliset muutokset, erikoistoiheet ja ryhmän jäsenten lukumäärä. Avaus tapahtuu joka ryhmälle sopivalla tavalla ja matkaoppaan tilanneherkkyys kehittyy kokemuksen karttuessa. Matkaoppaan tulee esitellä itsensä lisäksi myös kuljettaja sekä muut paikalla mahdollisesti olevat palvelua tuottavat henkilöt. On myös hyvä käydä läpi opastuksen kulku, sopia aikataulusta sekä kertoa mahdollisista määräyksistä kohteissa. (Verhelä & Lackman 2003, 211.)

Ryhmän luottamus oppaan on saavutettava heti opastuksen alkuvaiheessa. Matkailija arvostaa matkaoppaasta, jolla on tietämystä esimerkiksi matkailijan kotimaasta, paikkakunnasta tai vaikka ammattista. Oppaan on huomioitava opastuksessaan ryhmän luonne ja hänen on omalla olemuksellaan pyrittävä luomaan positiivista tunnelmaa. (Suomen opasliitto ry 1998, 29.) Tässä vaiheessa kokemusta on tärkeää, että opas saa asiakkaan puolelleen eli luo hyvän ensivaikutelman ja antaa kiinnostavan katsauksen tulevaan sisältöön.

2.4.4 Kerronta

Matkaoppaan tulee hallita opastustilanteet sekä -tekniikat. Hänen on pystyttävä neuvomaan asiakkaitaan asiakaslähtöisesti ja hänen tulee pyrkiä joustavaan toimintaan sekä nopeaan reagointiin asiakkaiden esittäessä toivomuksiaan. Työn vaatimuksiin lukeutuu vuorovaikutus- ja esiintymistaidot, omaaloitteisuus, täsmällisyys, ongelmanratkaisutaito sekä ryhmän ja yllättävien tilanteiden hallintakyky. Matkanjohtajan tai matkaoppaan tehtävänä on antaa asiakkailleen ajantasaista, asiantuntevaa tietoa ja hyödyntää tarinankerrontataitojaan auttaakseen asiakasta kokemaan elämyksiä. (Opetushallitus 2011, 34.)

Opastustehtävän kerrontavaiheessa asiakkaalle annetaan opastuksen varsinainen sisältö, viihteellisyys sekä elämyksellisyys. Matkaopas välittää viestiään puhutun kielen lisäksi ilmein, elein sekä kehon kielellä. Matkaoppaan käyttämä kieli ja puhetapa sekä asioiden esittämistapa ovat tärkeässä roolissa, ja ne myös korostuvat, jos asiakas ei näe matkaopasta. Tästä voidaan antaa esimerkkinä, vaikka linja-autot, jossa matkaopas istuu pääsääntöisesti edessä. Matkaoppaan tulee kiinnittää huomiota tervehdintis- ja puhetapaansa, ammattislangin ja vieraiden sanojen käyttämiseen, murteeseen sekä täytesanoihin ja -ääniin. Opastuskielen pitää olla johdonmukaista ja selkeää puhekieltä, jotta asiakas voi keskittyä puhuttuun sisältöön. Esimerkiksi murre voi kuitenkin tehdä opastuksesta persoonallisen. Eri-laisia tehokeinoja kuten kysymyksiä, vertauksia, esimerkkejä, huumoria ja asiakkaalle annettavaa materiaalia kannattaa käyttää harkiten. Vuosilukuja ja numeroita ei kannata käyttää opastaessa liikaa tai liian tarkasti. Matkaoppaalla tulisi kuitenkin olla tarkat luvut tiedossa, jotta hän voi tarvittaessa ne asiakkaalleenkin kertoa. (Verhelä & Lackman 2003, 212–214.)

Kerrontavaihe on hyvä jaksottaa, jotta asiakas saa sopivasti aikaa tiedon sulatteluun. Liikkuvassa ajoneuvossa kuten linja-autossa tai laivassa on aina noudatettava turvallisuusmääräyksiä kuten turvavyön käyttöä, niin matkaoppaan kuin asiakkaankin. Jos opastukseen kuuluu taukoja, näistä tulee kertoa asiakkaalle etukäteen ja ne tulisi huomioida myös aikataulua tehdessä. Asiakkaan tulee tietää tauon kesto sekä tarkka lähtöaika ja -paikka. Myös saatavilla olevat palvelut ja niiden sijoittuminen on hyvä käydä läpi. Ennen opastuksen jatkamista matkaoppaan tulee tarkastaa, että kaikki ryhmän jäsenet ovat mukana. Jokaisessa kohteessa opastetaan sekä toimitaan eri tavoin ja kohteiden sääntöjä tulee noudattaa. Nämä säännöt ja tavat toimia täytyy olla matkaoppaan tiedossa etukäteen. Kohteessa matkaoppaan tulee huolehtia pääsymaksujen hoidosta ja otettava huomioon muut mahdolliset asiakasryhmät. Kävellessä matkaoppaan on huomioitava asiakkaansa eli varmistaa, että kaikki pysyvät

mukana. Matkaopas toimii ryhmän edessä, jotta hän näkyy ja kuuluu sekä pystyy pitämään ryhmänsä koossa. Hän vastaa myös ryhmänsä turvallisuudesta. (Verhelä & Lackman 2003, 214–216.)

Oppaan esitellessä matkailijalle paikkakuntaa, hänen tulee kertoa sekä historiasta että nykyajasta. Matkaoppaan tulee opastaessaan tasapainottaa puhuttua sisältöä sopivasti sekä korostaa paikkakunnan omaleimaisuutta. Jokainen yksittäinen opastus on ainutlaatuinen ja se on aina suunniteltu kyseiseen tilanteeseen eli juuri sille matkailijalle tai matkailijaryhmälle. Oppaan tulee auttaa matkailijoita havaitsemaan kerronnan kohteet mahdollisimman nopeasti, mutta hänen tulee myös ajoittaa puheensa niin, että matkailijoilla on tarpeeksi aikaa havaita kohteet, kuunnella oppaan kertomat asiat kohteesta sekä muodostaa omat käsityksensä kohteesta. Esimerkiksi linja-autoilla tehdyillä kierroksilla, matkanteon vauhti on oltava sopivaa sisällön kannalta. Oppaan on tarvittaessa pyydettävä kuskia ajamaan nopeammin, hidastamaan tai pysähtymään sopivissa kohdissa. Matkaoppaan tulee myös osata ennakoida kerrontansa. (Suomen opasliitto ry 1998, 30–31.)

Kerrontavaiheessa asiakas saa itse kokemuksen tai elämyksensä. Nämä voivat muodostua monista eri tekijöistä kuten opastuksesta saadusta tiedosta tai opastuksen aikana nähdyistä tai koetuista asioista. Kokemus tai elämys voi myös koostua yksittäisestä asiasta tai opastuksen koko kokonaisuudesta tai kokonaisuuden tietyistä näkökohdista. Oppaan tehtävänä on tuoda asiakas kokemuksen tai elämyksen piiriin ja tehdä siitä hänelle paras mahdollinen.

2.4.5 Lopetus ja palaute

Tapa, jolla opastus lopetetaan, riippuu muun muassa siitä jatkaako ryhmä matkaansa heti vai jääkö se vielä kohteeseen ilman matkaopasta. Jos ryhmän jäsenet ovat jäämässä pitemmäksi aikaa, kannattaa matkaoppaan antaa heille tietopaketti alueesta ja palveluista. Lopuksi matkaopas vastaa mahdollisiin lisäkysymyksiin, kiittää ja toivottaa ryhmän tervetulleeksi uudestaan. (Verhelä & Lackman 2003, 217.) Tässä vaiheessa kokemus pitäisi olla jo niin sanotusti toimitettu ja oppaan tehtävänä on vain jättää positiivinen vaikutelma. Kuitenkin opas voi myös kehittää jollakinlaisen kokemusta luovan lopetuksen opastuksilleen, onko se sitten jokin hauska lopputervehdys tai vaikka jokin pieni koreografia.

Ammatillisen kehittymisen edellytyksenä on oman toiminnan arviointi sekä palautteen hyödyntäminen (Opetushallitus 2011, 33). Oman toiminnan arviointi eli itsereflektointi on tärkeää oman osaamisensa kehittämisessä. Jos toiminnassaan huomaa puutteita, täytyy kyetä muuttamaan toimintaansa osaamisensa säilyttämiseksi. Matkaopas voi saada palautetta asiakkailta, kollegoilta, esimieheltä tai yhteistyökumppaneilta, kuten bussin kuljettajalta. Täytyy osata ja uskaltaa ottaa palaute vastaan oikein eli rakentavana kritiikkinä, jonka avulla voi kehittää niin omaa, että yrityksenkin toimintaa. Palaute tulisi käydä läpi itsekseen sekä koko yrityksen kesken. On hyvä pohtia mistä palaute kumpuaa ja miettiä mikä meni hyvin, mikä huonosti ja miten kannattaisi tästä lähtien toimia. Myös positiivista palautetta tulisi tarkastella lähemmin. Matkaoppaan tulee pohtia kuinka saavutettu taso, jonka asiakas on hyväksynyt, voidaan säilyttää parhaiten. Asiakaspalaute on paras pyytää kirjallisesti ja nimettömänä, jolloin asiakkaan on helpompi kertoa mielipiteensä totuudenmukaisesti. On tärkeää kiittää asiakasta

saadusta palautteesta ja tarvittaessa kehittää toimintaansa palautteen perusteella paremmaksi. (Verhelä & Lackman 2003, 219–220.) Kokemusten ja elämysten luomisessa oppaan on tutustuttava saamaansa palautteeseen, jotta hän osaa kehittää toimintaansa oikeaan suuntaan. Jos jokin tekijä vaikuttaa olevan eduksi oppaan tulisi säilyttää se tai jopa korostaa sitä. Jos jokin toinen tekijä kuitenkin haittaa asiakkaiden positiivisen kokemuksen muodostumista, oppaan on pyrittävä pääsemään siitä eroon tai ainakin muokattava sitä niin, ettei positiivinen kokemus kärsi liikaa.

Lisäksi matkaoppaan tulee tutustua ammattimaiseen ja asiantuntevaan tapaan toimia oppaana. Kyky ja halu verrata omaa toimintaansa ammattilaisen toimintaan on avain itsensä kehittämiseen. Kollegoiden kanssa keskustelemalla ja heidän työtään seuraamalla sekä asiakaspalautetta hyödyntämällä, voi omaa osaamistaan arvioida. (Verhelä & Lackman 2003, 220.)

3 MATKAILIJA

Tilastokeskus on määritellyt matkailijan (tourist, overnight visitor) yöpyväksi matkailijaksi, joka viettää matkan kohteessa ainakin yhden yön. Majoitus voi olla joko maksullinen tai maksuton. Kansainvälisen matkailijan Tilastokeskus määrittelee matkailijaksi, joka viettää matkan kohteena olevassa maassa vähintään yhden yön. Kotimaan matkailijan puolestaan täytyy määritelmän mukaan viettää matkan kohteena olevassa paikassa ainakin yksi yö. Jos matkailija ei yövy ollenkaan matkansa aikana, hän on päivämatkailija (päiväkävijä).

3.1 Asiakaskokemus

”Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa.” Asiakaskokemus muodostuu siis yksilön tekemien yksittäisten tulkintojen summasta, eikä se ole rationaalinen päätös. Se on kokemus, johon vaikuttavat vahvasti niin tunteet, että alitajuisesti tehdyt tulkinnatkin. Tämä johtaa siihen, että asiakkaan muodostamaan asiakaskokemukseen ei voi täysin vaikuttaa, mutta yritys voi pyrkiä jonkin tietyn kokemuksen luomiseen. Asiakaskokemuksen johtamisen tarkoituksena on maksimoida yrityksen asiakkaalleen tuottama arvo luomalla merkityksellisiä kokemuksia. Tuotto on suoraan verrannollinen asiakkaalle tuotettuun arvoon nähden. Merkityksellisten kokemusten luominen asiakkaille ja näin asiakkaille tuotetun arvon sekä yrityksen tuottojen lisääminen onkin tavoitteena asiakaskokemuksen johtamisesta puhuttaessa. (Löytänä & Korteso 2011, 7.)

Asiakaskokemus muodostuu asiakkaan kaikista kohtaamisista yrityksessä niin yrityksen edustajien, kanavien että palveluidenkin kanssa. Yrityksen brändi sekä asiaan liittyvät tunnepohjaiset seikat vaikuttavat myös vahvasti asiakaskokemukseen. Vahva tunneside tiettyä brändiä kohtaan voi johtaa joustamiseen asiakaskokemuksen suhteen. Kokonaisvaltainen asiakaskokemus syntyy siitä, mitä asiakas ajattelee yrityksestä ja millaisia tunteita yritys asiakkaassa herättää. (Ahvenainen, Gylling & Leino 2017, 9–10.)

Positiivinen asiakaskokemus on tunne ja kokemus, jonka vuoksi asiakas palaa uudelleen ja josta hän kertoo muillekin. Asiakkaan subjektiivinen odotusarvo vaikuttaa asiakaskokemukseen eli palvelun tarjoaja ei voi tietää, mitkä asiat kulloiseenkin kokemukseen vaikuttavat eniten. Kun asiakas huomioidaan, häntä kuunnellaan sekä hänen tilannettaan pyritään ymmärtämään, häneen pidetään yhteyttä ja hänen kysymyksiinsä vastataan mahdollisimman pikaisesti, asiakkaalle muodostuu positiivinen asiakaskokemus. Positiivinen asiakaskokemus edellyttää myös lupauksen pitämistä sekä korkeaa palvelun laatua. (Fischer & Vainio 2014, Aluksi.)

Ennen kuin yritys voi luoda kokemuksen sen täytyy asettaa asiakas toimintansa keskiöön ja sen jälkeen alkaa järjestää omia toimintojaan asiakkaan ympärille muodostamaan arvoa sekä kokemuksia asiakkaalle. Yritykset voivat erilaistaa toimintansa jopa uniikkeille tasoille, kun ne luovat kokemuksia. Hintakilpailu ei uhkaa, jos toiminta on uniikkia, sillä kilpailijat eivät voi tarjota mitään vastaavaa tuo-

tetta, jolloin asiakas ei pysty tekemään hintavertailua. Palveluiden tuottamisesta kokemusten luominen eroaa monella tapaa. Näiden kahden suurin ero muodostuu siitä, että kokemus syntyy aina yksilön tulkintana. Yleensä asiakas on palveluissa vain passiivinen vastaanottaja ja hyödyntäjä. Yritys saa uusia mahdollisuuksia kehittää arvoa, jota se asiakkailleen luo, keskittymällä kokemuksen luomiseen palveluiden tuottamisen sijaan. Tällä tavoin yritys voi syventää asiakassuhteitaan sekä tehdä niistä arvokkaampia niin asiakkaalleen että itselleenkin. Asiakaskokemuksen tuottaminen voidaan perustaa myös siihen, että annetaan asiakkaalle mahdollisuus kokea ja tehdä asiat itse. (Löytänä & Korteso 2011, 10.)

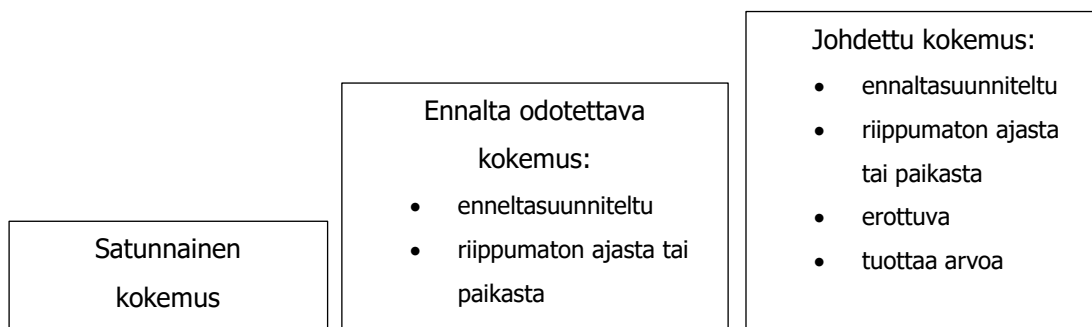
Asiakaskokemus muodostuu neljän eri näkökulman kautta:

- Asiakkaan minäkuvan tukemisesta
- Yllättävyydestä ja elämysten luomisesta
- Mieleen jäämisestä
- Asiakaan halusta saada lisää

Parasmahdollinen asiakaskokemus on luotu vahvistamaan asiakkaan minuutta, identiteettiä sekä oma-kuvaa. Esimerkiksi ympäristötietoinen henkilö saa nautintoa löytäessään luomuleivän, joka on kotimainen ja lähellä tuotettu. Tällöin ei puhuta enää vain leivän laadusta ja mausta, vaan myös identiteetin rakentamisesta. Elämyksiä tarvitaan vahvojen tunteiden, kohtaamisten sekä mielikuvien synty-miseen eli vahvempien asiakaskokemusten luomiseen. Elämys tarkoittaa vahvaan tunteeseen, kuten iloon, onneen tai oivallukseen, liittyvää voimakasta positiivista kokemusta. Myönteinen yllättyminen on osa elämystä ja mikään tavallinen ja arkinen ei voi muodostaa elämystä. Tämä johtaa siihen, että yllättymisen tunne on konteksti- ja kulttuurisidonnainen. Mahdollisuudet positiivisesti yllättäviin elämyksiin on jokaisen yrityksen analysoitava itse kohderyhmäänsä, parhaita asiakkaitaan sekä asiakas-kokemuksen kehittämistä silmällä pitäen. (Löytänä & Korteso 2011, 24–26.)

Mieleen jäämisessä keskeisenä asiana on positiivisen muistijäljen luominen. Positiivinen muistijälki tarkoittaa positiivista kokemusta. Asiakaskokemusta on johdettava ja kehitettävä tietoisesti, jos halutaan luoda positiivinen muistijälki. Yrityksen on analysoitava kosketuspisteitä, joissa asiat voidaan tehdä poikkeuksellisen hyvin. Ihminen hakeutuu helposti kohti asioita, jotka tuottavat mielihyvää. Asiakaskokemuksen luomisessa onkin keskityttävä tuottamaan mielihyvää asiakkaalle. Asiakkaan tulisi ilahtua saamastaan palvelusta niin, että hän palaa saman kokemuksen perässä uudelleenkin. Parhaassa tapauksessa yrityksen ei itse tarvitse etsiä potentiaalisia asiakkaita, vaan asiakaskokemus saa asiakkaat tulemaan yrityksen luokse. (Löytänä & Korteso 2011, 26–27.)

Perustuen siihen kuinka johdettuja asiakaskokemukset ovat, ne voidaan jakaa kolmeen eri tasoon (kuvio 3). Ensimmäinen taso on satunnainen kokemus, joka vaihtelee ajan, paikan sekä varsinkin henkilön mukaan. Se vaihtelee ääripäästä toiseen sekä siltä väliltä ja siihen vaikuttaa se, milloin ja missä kohtaaminen tapahtuu ja ketkä ovat siinä osallisia. Seuraava taso on odotettavissa oleva kokemus. Se on suunniteltu, se sisältää tietyt elementit aina ja se on riippumaton ajasta tai paikasta. Viimeinen eli johdetun kokemuksen taso on suunniteltu, riippumaton ajasta tai paikasta ja lisäksi erot-tuva sekä asiakkaalle arvoa tuottava kokemus. (Löytänä & Korteso 2011, 28–29.)



Kuvio 3: Asiakaskokemuksen tasot. (Mukailtu: Smith & Wheeler 2002, Löytänä & Korteso 2011, 28.)

3.2 Matkailijatyypit

YK:n toimesta (1979) kansainvälisen matkailijan käsite on määritelty matkan päätarkoituksen mukaan seuraavasti:

- loma- ja vapaa-ajan matkat
- työmatkat
- matkat muista syistä

Tässä luokituksessa motiiveja loma- ja vapaa-ajan matkoille ovat muun muassa kulttuuritapahtumat, urheilu ja virkistys. Loma- ja vapaa-ajan matkailussa myös esimerkiksi sukulaisten ja ystävien tapaaaminen on merkittävässä roolissa. Työmatkailu on puolestaan jaettu kokous- sekä kannustematkailuun, varsinaiseen työmatkailuun ja niin sanottuun muuhun työmatkailuun. Kolmanteen ryhmään eli matkoihin muista syistä sijoittuvat matkat, jotka liittyvät muun muassa opiskeluun, terveydenhoitoon, uskontoon sekä kauttakulkuun. YK on määritellyt varsinaisten matkailijoiden lisäksi päiväkävijät omaksi ryhmäkseen. Heillä on paikoin suuri merkitys ja heihin lukeutuvat risteilymatkustajat sekä varsinaiset päiväkävijät. Luokituksessa varsinaisia matkailijoita sekä päiväkävijöitä kutsutaan "vierailijoiksi" (visitors). Esimerkiksi pakolaisia, diplomaatteja tai rajatyöläisiä ei lasketa matkailijoiksi. (Vuoristo 2003, 16–17.)

Motivaatiotekijöiden perusteella kotimaiset ja kansainväliset matkailijat jakautuvat erilaisiin tyyppihin, ryhmiin tai segmentteihin. Koska matkailijoiden kohdevalinnat riippuvat niin matkailijan odotuksista, että motivaatioista sekä niihin liittyvien attraktioiden edellytyksistä vastata kyseisiin toiveisiin, tyypeillä, ryhmillä sekä segmenteillä on selvä maantieteellinen ulottuvuutensa. (Vuoristo 2003, 17.)

Työmatkailu on laaja käsite. Se kattaa niin työ-, liike- että kokousmatkailun lisäksi myös esimerkiksi opinto- ja urheilumatkailun. Työmatkailijoiksi ei kuitenkaan lasketa niitä, jotka työskentelevät kotimaansa ulkopuolella pysyvästi tai pitkiä ajanjaksoja. Jakauma työmatkailun kohteiden osalta kattaa koko maapallon. Vapaa-aika on varsinaisen matkailun eli turismin keskeinen voimavara. Se mahdollistaa ihmisille vakinaisten asuin- ja työpaikkojen ulkopuolella liikkumisen ja se jakautuu päivä-, viikonloppu-, loma- sekä eläkevapaaseen. (Vuoristo 2003, 26.)

Matkailijat voidaan jakaa erilaisiin toisistaan erottuviin tyyppeihin. Alue- ja kohdevalintoihin vaikuttavat ratkaisevasti eri tyyppien rakennepiirteet sekä motivaatiot. Itse asiassa kysymys on markkinasegmenteistä, jotka luovat massa- tai yksilöturismia matkailukysynnällä. Tämä voi puolestaan olla luonteeltaan joko aktiivista tai passiivista lomanviettoa. Erilaisten matkailijatyyppeiden jakautuminen erilaisille matkailualueille sekä erityyppisiin matkailukohteisiin riippuu kohdealueiden vastaanottovalmiudesta sekä vetovoimatekijöistä. On myös havaittu, että esimerkiksi perinteisessä aurinkomatkailussa matkailijatyyppeiden ja kohdetyyppien välillä on riippuvuutta, ja voidaankin sanoa, että jotkin kohteet ovat erikoistuneet tiettyihin matkailijatyyppeihin tai -segmentteihin. (Vuoristo 2003, 36.)

Keskeinen osa modernia myyntityötä on asiakkaiden ryhmittely eli segmentointi. Segmentoinnissa ryhmät muodostuvat keskenään samankaltaisista, mutta toisistaan selkeästi erottuvista ryhmistä. Sen tarkoituksena on löytää erilaisten asiakasryhmien kanssa hyödynnettäviä erilaisia toimintatapoja. Segmentointi on perinteisesti nähty keinona tehokkaampaan myyntiin erilaisille asiakasryhmille sekä resurssien suuntaamiselle. On olemassa erilaisia asiakkaita, elämäntilanteita, motiiveja sekä tarpeita erilaisille kokemuksille. Eräs keskeisimmistä kohteista asiakaskokemuksen johtamisessa ovat keinot, joiden avulla voidaan luoda erilaistettuja kokemuksia. Tässä avaimena toimii segmentointi. Suurimassa osassa yrityksiä käytetään jonkinlaista segmentointia, ja erilaisia segmentointiperusteita on lähes rajattomasti. (Löytänä & Korteso 2011, 44, 68–69.)

Yleistäen erilaiset matkailusegmentit luokitellaan helposti mitattavien ulkoisten ominaisuuksien avulla tai vaikeammin määriteltävien psykologispainotteisten niin sanottujen sisäisten ominaisuuksien avulla, jotka perustuvat tarpeisiin sekä motivaatioihin. Luokat tai segmentit, jotka näillä tavoilla on määritelty, ovat avuksi matkailijoiden alue- ja kohdevalintojen ymmärtämisessä. Ulkoisten "tuntomerkkien" mukaan tehty matkailijoiden luokitus pohjautuu maantieteellisiin, demografisiin ja sosioekonomisiin kriteereihin sekä harrasteisiin eli aktiviteetteihin. Indikaattorit, jotka ilmentävät maantieteellisiä kriteereitä, määrittelevät matkailijat kotimaan, asuinpaikan tai elinympäristön perusteella. Lisäksi mittarina voidaan käyttää maantieteellistä etäisyyttä potentiaalisesta kohdealueesta. Väestölliset eli demografiset indikaattorit käyttävät eri matkailijatyyppeiden jakamiseen muun muassa matkailijan ikää, sukupuolta, uskontoa sekä kieltä. Sosioekonomisissa luokituksissa keskitytään väestön taloudellisiin ominaisuuksiin, kuten koulutukseen, asemaan ammatissa sekä tuloihin. (Vuoristo 2003, 37.)

Kuitenkin ulkoiset indikaattorit eivät kerro tarpeeksi matkailijoiden motivaatioista, vaikka ne vaikuttavat usein kohde- ja harrastevalintojen taustalla. Ulkoiset luokitukset voivat johtaa jopa virheellisiin oletuksiin sekä yleistyksiin, jos niissä ei ole huomioitu psykologisten tai kulttuuriperäisten tekijöiden roolia. Matkailijat ryhmitellään erilaisiin luokkiin sisäisten ominaisuuksien analyseissä heidän tarpeidensa sekä motivaatioidensa mukaan. Tarpeella viitataan sisäiseen voimaan, jonka henkilö kokee haluna korjata epätydyttävä tilanne, elämyksellisesti jonkin puutteena tai tekijänä, joka ohjaa toimintaa. Motivaatiolla tarkoitetaan päämäärään suuntautuvien eli tavoitteellista käyttäytymistä ohjaavien vaikuttimien kokonaisuutta. Motivaatiotutkimuksilla voidaan selvittää, miksi ihminen toimii tietyllä tavalla sekä tarkastella tarpeita, jotka ohjaavat käyttäytymistä. (Vuoristo 2003, 38.)

3.3 Tarpeet ja motiivit

Tarpeet kuuluvat ihmisen perusedellytyksiin. Motivaatioprosessi käynnistyy, kun tarve, jonka yksilö haluaa tyydyttää, herää. Tarpeet voidaan jakaa synnynnäisiin ja opittuihin tarpeisiin. Synnynnäisiä tarpeita voidaan kutsua myös ensisijaisiksi tarpeiksi (primary needs) ja opittuja voidaan kutsua toissijaisiksi tarpeiksi (secondary needs). Ensisijaiset tarpeet ovat luonnollisia fysiologisia tarpeita, jotka jokainen omaa jo syntymässään ja niihin lukeutuu muun muassa ruoka, vesi ja happi. Toissijaiset tarpeet opitaan ympäristöstä ja ne saavutetaan ajan kuluessa. Tällaisia tarpeita ovat esimerkiksi itse-tunto, asema sekä kiintymys. (Kumra 2007, 50–51.)

Motivaatio on yksilöä liikuttava tekijä yksilössä itsessään ja se ohjaa tätä kohti toimintaa. Täyttämättömät tarpeet tekevät yksilön levottomaksi. Motivaatio on prosessi, joka saa alkunsa yksilön tyydyttämättömästä tarpeesta. Tämä luo yksilölle fysiologista ja psykologista jännitystä ja epämukavuutta. Ostamalla ja käyttämällä tuotetta tai palvelua yksilö saa täytettyä tarpeensa ja näin hän pääsee eroon epämukavuuden tunteestaan. Ihmisen jokaisen toiminnan takana on tarve tai motiivi. Yksilöä voidaan motivoida, kun hän on aktiivinen ja hänen toimintansa ohjataan tarvetta tyydyttävään toimintaan. Motivaatioon liittyy kiinteästi motiivi, pyrkimys (paine) sekä tavoite. (Kumra 2007, 55–56.)

Yksilön tarpeita ja motiiveja muovaavat yksilön erilaiset ominaisuudet, mutta myös yritysten toiminta. Markkinoiden tarpeisiin vastaaminen toimii edellytyksenä yrityksen olemassaololle sekä menestymiselle. Tarpeet voidaan määritellä poistettavissa olevaksi epätasapainoksi tai puutetilaksi. Perustarpeet ovat tarpeita, joiden tyydyttäminen on elämisen kannalta välttämätöntä (ruoka, vesi jne.). Elämän tekee mukavammaksi lisä- eli johdettujen tarpeiden tyydyttäminen. Tällöin puhutaan esimerkiksi virkistyksen, seikkailun tai onnistumisen hakuisuudesta. (Bergström & Leppänen 2018, 81–83.)

Vaikka tarpeet saavatkin ihmisen aktiiviseksi, vasta motiivit eli syyt saavat ihmisen liikkeelle ja pyrkimään käyttäytymisellään tiettyyn toimintaan. Ihminen ei pyri vain tyydyttämään tarpeitaan. Hän on myös päätöksentekijä, joka pyrkii tavoitteisiinsa. (Bergström & Leppänen 2018, 84–85.)

Bergström ja Leppänen (2018, 84) esittelevät professori Yrjö Engeströmin jaon kolmeen eri motivaatiotyyppiin:

- Tilannemotivaatioon
- Välineelliseen motivaatioon
- Sisällölliseen motivaatioon

Kun kuluttajaa kiehtovat ulkoiset tekijät, kuten tarjoukset ja uutuudet, herää tilannemotivaatio. Tähän voivat vaikuttaa myös muun muassa kokeilunhalu sekä ostoseura. Kun ostamista ohjaavat sosiaaliset palkkiot sekä rangaistukset muodostuu välineellinen motivaatio. Tämän syntymiseen voivat vaikuttaa esimerkiksi tuttavilta ja työkavereilta saadut kehu- ja kommentit, ja tässä tuotteen ominaisuuksilla ei ole merkitystä. Ostamisesta tulee väline, jolla saadaan varsinainen hyöty. Sisällöllisestä motivaatiosta on kyse silloin, kun ostaminen juontaa juurensa tuotteen käyttöarvoon sekä hyötyyn, jota se antaa.

Tällöin henkilö on sitoutunut kuluttamiseen, ja hän on valmis näkemään vaivaa saadakseen tuotteen. (Bergström & Leppänen 2018, 85–86.)

Kun ostaja huomaa tyydyttämättömän tarpeen tai ongelman, joka pitää ratkaista, käynnistyy ostoprosessi. Yksinkertaisimmillaan kuluttaja tulee tietoiseksi tarpeesta uusintaostoon tavarain loppuessa tai rikkoutuessa tai palvelun päättyessä. Kun kuluttaja tiedostaa jonkin seikan parantavan vaikutuksen suhteessa statukseen, imagoon, elintasoon, tietoon tai elinpiiriin, hänelle voi herätä uusi täyttämätön toive. Usein uusia toiveita tyydyttäessä epäröidään enemmän kuin uusintaostoa tehdessä. Tämä johtuu suuremmasta riskistä, joka uuteen ostoon sisältyy. (Bergström & Leppänen 2018, 105–106.)



Kuvio 4: Maslowin tarvehierarkia. (Hiltunen 2017, 21.)

Yhdysvaltalainen psykologi Abraham Maslow listasi tarvehierarkiapyramidiin ihmisen tarpeet sekä niiden prioriteetit. Hänen mukaansa nämä tarpeet ohjaavat ihmisen käyttäytymistä. Tärkeimmät tarpeet eli fysiologiset tarpeet ovat tarvehierarkian pohjana. Nämä ovat hengissä säilymisen edellytyksiä ja niihin lukeutuu muun muassa ruoka, juoma, happi sekä lämpö. Sen jälkeen tulevat turvallisuuteen liittyvät tarpeet, jotka liittyvät esimerkiksi erilaisilta vaaroilta suojautumiseen. Seuraavalla tasolla ovat yhteenkuuluvuuden ja rakkauden tarpeet. Näihin lukeutuu muun muassa perhe, ystävyys sekä puoliso. Sitten tulevat arvostuksen tarpeet ja näistä esimerkkeinä voisi mainita itsearvostuksen, kunnioituksen saamisen sekä muiden kunnioituksen. Ylimpänä tarvehierarkian pyramidissa ovat itsensä toteuttamisen tarpeet ja Maslowin mukaan niitä tavoitellaan sitten, kun muut niin sanotusti tärkeämmät tarpeet on tyydytetty. (Hiltunen 2017, 20.)

Maslowin teorian mukaan ihminen ei pyri täyttämään esimerkiksi turvallisuuteen liittyviä tarpeitaan ennen kuin hän on täyttänyt fysiologiset tarpeensa. Kolmea ensimmäistä tasoa tarvehierarkiassa pidetään puutteina, jotka on tyydytettävä, jotta yksilö ei kärsisi jostakin puutteesta. Kaksi viimeistä tasoa on puolestaan tarpeellisia tyydyttää yksilön emotionaalisen ja psykologisen kasvun vuoksi. (Bowdin, Allen, O'Toole, Harris & McDonnell 2012, 352.)

3.4 Matkailija kuluttajana ja ostoprosessi

Cooperin (2004, 52) mukaan matkailun kysyntään vaikuttavat tekijät liittyvät läheisesti kuluttajien käyttäytymismalleihin. Jokainen yksilö on erilainen ja matkavalintoihin vaikuttavat niin asenteiden, käsitysten, mielikuvien että motivaatioidenkin erot. Cooperin mukaan on tärkeää huomata, että:

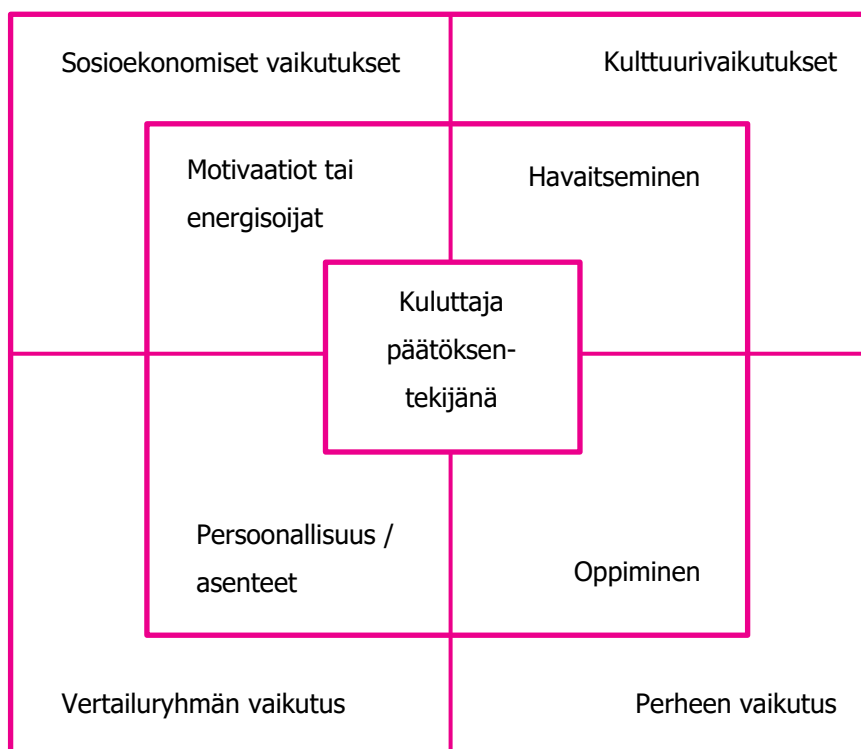
- Asenteet riippuvat yksilön käsityksistä.
- Käsitykset ovat yksilön sisäisiä vaikutelmia esimerkiksi kohteesta tai matkayhtiöstä, joihin vaikuttavat monet tekijät (lapsuus, perhe, työkokemukset, koulutus, kirjat, ja elokuvat jne.). Käsitykset liittyvät yksilön tiedon käsittelyyn ja ne vaikuttavat asenteisiin sekä käyttäytymiseen tuotetta kohtaan, mutta se ei kuitenkaan selitä yksinään tai asenteisiin yhdistettynä, miksi ihmiset haluavat matkustaa.
- Matkustusmotivaatiot ovat sisäisiä haluja, jotka käynnistävät tarpeen ja ne selittävät miksi ihmiset haluavat matkustaa.
- Mielikuvat ovat joukko uskomuksia, ideoita ja vaikutelmia, jotka liittyvät tuotteeseen tai kohteeseen.

Kuluttajakäyttäytymistä tutkitaan, jotta ymmärtäisimme paremmin ihmisten ja organisaatioiden käyttäytymistä, kun heillä on hallussaan, he hyödyntävät sekä hävittävät tuotteen tai palvelun. Erilaista käyttäytymistä esiintyy niin yksilöillä, ryhmissä (perheissä yms.) että organisaatioissakin. Tuotteen markkinoinnissa ensimmäiseksi on määriteltävä kuluttajien tarpeet. Vasta sen jälkeen voidaan siirtyä määriteltyjä tarpeita täyttävän tuotteen tai palvelun tuottamiseen. Yrityksen tulee aina pyrkiä vastaamaan kuluttajien tarpeisiin ja odotuksiin. (Kumra 2007, 2–3.)

Kuluttajakäyttäytyminen on yleisesti hyväksytyssä lähestymistavassa tarkoituksen mukaista sekä tavoitteellista. Tämä ajattelutapa asettaa yksilön valitsemaan kulutus päätöksensä vapaasti ja jopa korostaa tätä. Ajzen ja Fishbein (1975; 1980) mukaan ihmiset toimivat yleensä melko rationaalisesti ja he myös käyttävät saamaansa tietoa systemaattisesti. Voidaan ajatella, että ihmisen sosiaalista käyttäytymistä eivät hallitse tiedostamattomat motiivit tai ylivoimaiset mielihalut. Ihminen kykenee pikemminkin ajattelemaan toimintansa vaikutuksia ennen kuin päättää ryhtyä tai olla ryhtymättä tiettyyn toimeen. (Cooper 2004, 65.)

Cooperin (2004, 65–66) mukaan kuluttajakäyttäytyminen voidaan ajatella vaiheittaisena prosessina (kuviokuva 5). Tämän lähestymistavan mukaan matkapäätös sisältää joitakin tai kaikkia seuraavia vaiheita. Lähtöpiste on siellä missä tarve huomataan ja yksilöstä tulee potentiaalinen asiakas. Cooperin mukaan aiheet voidaan ajatella seuraavasti:

1. yksilölle herää tarve
2. yksilö tunnistaa tarpeen – tämä taso on oston edellytys
3. yksilön osallistumisen taso – päätösprosessiin panostettu aika ja vaiva, esimerkiksi tiedonhaku kuuluu tähän tasoon
4. yksilö tunnistaa vaihtoehtonsa – yksilölle tulee yleensä mieleen joukko tuotemerkkejä, joista hän valitsee. Esimerkiksi ystävät, myyjät, tavarat, esitteet sekä mainokset voivat kuitenkin johtaa harkintavaiheeseen.
5. yksilö arvioi vaihtoehtonsa – vertailua tehdään tärkeimmistä ominaisuuksista perustuen potentiaalisen ostajan kriteereihin.
6. yksilö tekee valintapäätöksensä
7. yksilö ryhtyy ostotoimintaan
8. yksilön oston jälkeinen käyttäytyminen – tunne, jonka yksilö kokee tuotteen oston jälkeen. Usein tärkeissä ostoksissa, kuten matkailussa, ostaja saattaa epäillä omaa ostopäätöstään. Tällöin hän saattaa kokea tarvetta vakuutteluun ostopäätöksen järkevyydestä ristiriitaisten tunteidensa vuoksi. Tätä psykologista tilaa pyritään lievittämään takuilla ja puhelinpalveluilla, joiden välityksellä yksilö voi tehdä erilaisia tiedusteluja.



Kuvio 5: Kuluttajakäyttäytymisen malli. (Mukailtu: Cooper 2004, 66.)

4 ELÄMYS

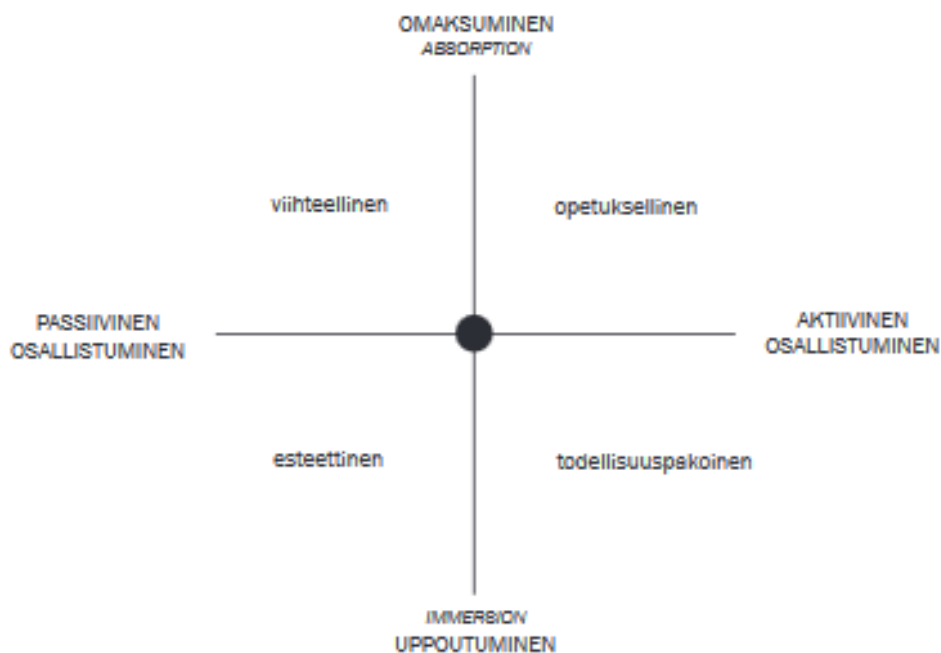
4.1 Määritelmä

Matkailussa on kyse jonkin erilaisen kohtaamisesta. Matkailija poistuu tutusta ja turvallisesta ympäristöstään uuteen ja erilaiseen ympäristöön, jossa hän on vähemmistönä niin kielen että kulttuurinkin kannalta. Paikalliset olosuhteet, tavat sekä käytännöt ovat vieraita ja erilaisia tässä uudessa ympäristössä, puhumattakaan kielestä. Uuden kulttuurin vaikutuspiiriin siirtyminen mahdollistaa matkailijalle oman persoonan sekä elämäntapojen tarkastelun uudesta näkökulmasta. (Tarssanen 2009, 6.) Jokaiselle matkailijalle elämys on henkilökohtainen ja se edellyttää asiakkaassa tapahtuvaa sielullista liikkamista eli tapahtuman mieleen jäämistä (Verhelä & Lackman 2003, 34–35). Usein oma kotimaa saa uutta arvoa matkalla ollessa. Kuitenkin onnistuneella matkalla matkailija löytää myös isäntämaasta sekä sen kulttuurista arvokkaita ja hienoja asioita, joita hänen omassa kotimaassaan ei ole. (Tarssanen 2009, 6.)

Matkailuelämykseen tulisi olla kokemuksena positiivinen, merkittävä sekä ikimuistoinen, ja usein siihen liittyy lisäksi tunne itsensä ylittämisestä. Siinä tehdään ja koetaan jotakin, mitä ei välttämättä uskaltaisi tehdä jokapäiväisessä elämässä. Matkailuelämys voi parhaimmillaan johtaa henkilökohtaiseen kehittymiseen ja muutokseen. Matkailijan palatessa takaisin kotiinsa, hän saattaa nähdä arkisen elämänsä aivan uudessa valossa ja hän saattaa omaksua matkalla koetut sekä opitut asiat osaksi omaa jokapäiväistä elämäänsä. (Tarssanen 2009, 6.)

Matkailuteollisuuden parissa työskentelevät henkilöt ovat keskeisessä roolissa elämysten ja kokemusten luomisessa. Autio ja luminen maisema tai nuotiolla nautittu ateria muodostuvat arvokkaaksi elämykseksi, kun makuihin, savun tuoksuun ja pakkasen pistelyyn poskilla yhdistetään merkityksiä. Tällaisia merkitystä tuovia asioita voivat olla esimerkiksi tarinat tai kertomukset vanhoista tavoista. (Tarssanen 2009, 6–7.) Elämys syntyy asiakkaan mielessä, joten matkailupalveluja tuottava yritys ei varsinaisesti pysty elämystä asiakkaalle tuottamaan. Kuitenkin yritys voi vaikuttaa tämän kokemuksen syntymiseen sekä sen laatuun luomalla puitteet ja välittömät tekniset edellytykset sekä kenties ohjaamalla asiakasta kokemuksen syntymiseen. Yrityksen kannattaakin keskittyä palvelun tekniseen laatuun sekä vuorovaikutukseen asiakkaan kanssa. Kokonaiskokemus, joka asiakkaalle syntyy, muodostuu monista eri tekijöistä. Nämä ovat palvelun tuottajan kannalta erillisiä tuotannollisia prosesseja. Esimerkkeinä voidaan antaa majoitus-, ravintola- sekä ohjelmalveluiden toteuttaminen. Periaatteessa elämyksen tuottava tapahtuma tai kokemus voi olla mitä tahansa, mutta asiakkaan omat lähtökohdat kuitenkin vaikuttavat siihen. Tietty ohjelmalvelu voi yhdelle asiakkaalle olla upea ja syvästi koskettava elämys, kun taas toiselle se saattaa olla tylsä ja merkityksetön tapahtuma. (Verhelä & Lackman 2003, 35–36.)

4.2 Elämyksen nelikenttä



Kuvio 6: Elämyksen neljä ulottuvuutta, The Sweet Spot. (Pine & Gilmore 1999, 30; Tarssanen 2009, 9.)

Kuvio 6 perustuu matkailututkijoiden Pinen & Gilmoren (1999) määrittelyyn elämyksen ulottuvuuksista. Tämän asetelman mukaan elämys voidaan jakaa neljään eri osa-alueeseen, ja palvelutapahtumaan osallistuvan matkailijan passiivisuus tai aktiivisuus toimii näiden osa-alueiden yhteisinä ulottuvuuksina. Passiivisuudella tarkoitetaan matkailijan olevan vain tapahtumien seuraajana ja aktiivisuudella viitataan siihen, että matkailija tekee itse jotain toimenpidettä. Toinen akseli kuvastaa matkailijan henkistä (omaksuminen) tai fyysistä (uppoutuminen) osallistumista. Henkinen osallistuminen eli omaksuminen tarkoittaa jonkin kiehtovan asian seuraamista ja fyysinen osallistuminen eli uppoutuminen viittaa matkailijan liittymistä itse osaksi tapahtumaa. Kokemuksen syvyys muodostuu matkailijalle näiden neljän elementin suhteesta. (Verhelä & Lackman 2003, 36.)

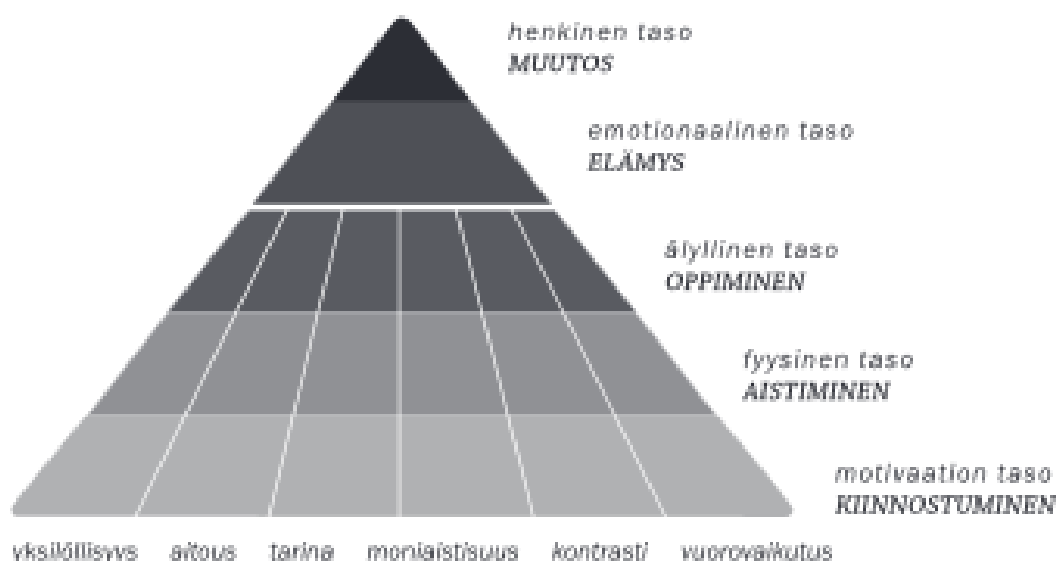
Elämyksessä korostuu viihteellisyys, jos henkilö katsoo televisiota ilman, että hän uppoutuu ohjelmaan. Koulutuksellisessa elämyksessä kokemus on aktiivisempi. Tästä voitaisiin antaa esimerkkinä melontakurssi tai hiihtoretki, jossa tilanne itsessään vetää henkilön mukaansa, mutta henkilöltä ei kuitenkaan vaadita uppoutumista. Esimerkiksi todellisuuspakoisista elämyksistä voidaan antaa monet ohjelmopalvelutuotteet, kuten seikkailut ja kiipeilytilanteet, jotka vaativat aktiivista osallistumista sekä uppoutumista. Esteettinen elämys on puolestaan enemmänkin passiivinen kokemus, kuten maiseman ihailu tai ympäristöön tutustuminen moniaistisesti. Kun jokainen edellä mainittu ulottuvuus huomioidaan, syntyy kokonaisvaltainen elämyskokemus. (Tarssanen 2009, 10.)

Koska elämys muodostuu vasta itse asiakaspalvelutilanteessa, oppaiden on tiedettävä ennakkoon, kuinka asiakkaan voi johdattaa elämyskokemukseen erilaisia keinoja käyttäen. Kuitenkin elämysten lavastaja tai palveluntarjoaja voi toimia vain tiettyyn pisteeseen saakka. Vain asiakas itse voi määrittellä

oliko kyseessä hänen tapauksessaan elämyskokemuksesta. Tähän vaikuttavat niin vuorovaikutustilanne palveluntarjoajan ja asiakkaan välillä sekä asiakkaan taustatekijät kuten esimerkiksi hänen kulttuurinsa ja jokapäiväinen arkielämänsä. (Tarssanen 2009, 10.)

Tuotteena opastus on tapahtuma, joka kestää määrätyn ajan ja sillä on palvelun tarjoajan näkökulmasta tavoitteet, sisältö, paikka, aika, osallistuja(t), toteuttaja sekä yleensä myös hinta. Asiakas on valinnut tämän tietyn palvelutapahtuman omien tarpeidensa ja tavoitteidensa pohjalta. Elämys tuotteessa käsitteet asiakas ja henkilökunta korvataan usein sanoilla vieras ja isäntä tai emäntä. Tämän ajatuksen pyrkimyksenä on kohdata asiakas vieraana ja auttamaan tätä tavoitteisiinsa pääsyyssä. Opas voi hyödyntää elämyksen nelikenttämallia opastuksensa suunnittelussa. Oppaan tulisi pohtia opastukseen osallistuvaa vierasta sekä tämän mahdollisia tavoitteita. Näin opas voi suunnitella opastuksen toteutuksen niin, että vieraalla on parhaat mahdolliset mahdollisuudet päästä tavoitteisiinsa. Jos ryhmän jäsenet ovat tulleet samankaltaisista taustoista, on elämyksellisyyden luominen helpompaa. Jotta opas voi hioa opastuksen kulkua sekä sisältöä palvelemaan asiakkaidensa kokemusta, on hänen selvitettävä tilaajalta osallistujien tarkkoja tietoja. (Verhelä 2020, 40–41.)

4.3 Elämyskolmio



Kuvio 7: Elämyskolmio. (Tarssanen 2009, 11.)

Elämyskolmio-malli on apuna tuotteen elämyksellisyyden ymmärtämisessä ja analysoimisessa matkailualalla sekä kulttuuri- ja viihdeteollisuudessa. Kolmio kuvastaa ihanteellista tuotetta, jonka jokaisella tasolla on edustettuna kaikki elämyksen elementit. Se toimii selkeänä työkaluna tuotteen kriittisten kohtien sekä puutteiden tunnistamisessa, ja näin se onkin hyödyllinen apuväline tuotteen kehittämisessä. Yritys saa kilpailuetua luomalla parempia tuotteita. (Tarssanen 2009, 11.)

Elämyskolmiossa on kaksi tarkastelutasoa:

1. Tuotteen elementit
2. Asiakkaan kokemus

Asiakkaan kokemukseen vaikuttavat tekijät on esitelty kuvion alareunassa. On mahdotonta varmistaa, että kaikki kokevat elämyksen, mutta hyödyntämällä eri elementtejä on mahdollista luoda tuote, jossa elämyksen kokeminen on todennäköistä. Kun palvelu suunnitellaan elämykseksi, elämyksen kriteerien tulisi täyttyä. (Tarssanen 2009, 12.)

4.3.1 Elementit elämyksessä

Yksilöllisyydellä tarkoitetaan ainutlaatuisuutta sekä ainutkertaisuutta, ja sillä viitataan tilanteeseen, jossa samaa tai samankaltaista tuotetta ei ole saatavilla muualla. Tuotteen yksilöllisyys näkyy asiakaslähtöisyytenä, joustavuutena sekä sen potentiaalina muuntautua jokaisen asiakkaan tarpeiden ja mieltymysten mukaan. Tämä tarkoittaa yksinkertaisimmillaan tuotetta, jonka ohjelmassa on varaa joustaa ja jossa jokainen yksilöllinen asiakas voi toteuttaa omia mieltymyksiään, esimerkiksi aktiviteetin vaikeustason tai tarjotun tiedon kautta. Tuotteiden yksilöllisyyttä sekä räätälöinnin astetta on mahdollista lisätä melkein loputtomasti. Kääntöpuolena yleensä kuitenkin on, että mitä yksilöllisemmästä tuotteesta on kyse, sitä korkeammat kustannukset sillä on. Haasteena on luoda tuote, joka on helposti personoitavissa ja jonka peruskonsepti on kopioitavissa. (Tarssanen 2009, 12.)

Aitoudella viitataan tuotteen uskottavuuteen ja se on yksinkertaisimmillaan jo olemassa olevaa, todellista elämäntapaa ja kulttuuria tietyllä alueella. Tuotteen aitouden eli autenttisuuden määrittää viimekädessä Edward Brunerin (1994) mukaan itse asiakas. Jos asiakas tuntee tuotteen olevan aito ja uskottava, se on aito. Ei ole olemassa sellaista kuin universaalialta aitoa ja oikeaa. On aina kyse määrittelystä näkökulmasta, kuten esimerkiksi paikallisuudesta. Jotta tuottajat tuntuivat tuotteen luontevaksi osaksi omaa, paikallista identiteettiään, on sen perustuttava tekijöidensä kulttuuriin. Kulttuuri-eettinen kestävyys on osa tuotteen aitoutta. Eettisen tuotteen edellytyksenä on, ettei se loukkaa mitään etnistä tai muuta kulttuuriyhteisöä, eikä se pyri saamaan hyötyä näiden kustannuksella. (Tarssanen 2009, 12–13.)

Tarina on kytköksissä tuotteen aitouteen. Kokonaisuuden eri elementtien yhteen sitominen tarinalla on tärkeää. Sen avulla kokemuksesta muodostuu tiivis ja vangitseva. Tarina, joka on uskottava sekä aito, tuo kokemukselle ja tuotteelle sosiaalisen merkityksen ja sisällön. Lisäksi se antaa asiakkaalle syyn kyseisen tuotteen kokemiseen. Se mitä tehdään ja missä järjestyksessä, voidaan perustella tarinan avulla. Esimerkiksi pilkkimään ei lähdetä vain sen opettelun ilosta, vaan asiakkaalle vakuutetaan, miksi juuri hänen on hyvä opetella pilkkimään. Saaliilla voi esimerkiksi olla erityistä arvoa tai läheinen lampi voi olla mystinen paikka. Hyvä tarina sisältää faktan ja fiktion elementtejä. Esimerkiksi paikallistietoutta voi maustaa vanhoilla uskomuksilla tai legendoilla. Tarinalla asiakasta houkutellessaan osaksi kokemuksesta myös tunnetasolla. Tämä saa asiakkaan kokemaan tuotteen älyllisellä ja emotionaalisella tasolla. Tarina tuotteelle tulisi käsikirjoittaa huolellisesti kohdeyleisön tarpeet huomioiden, eikä sitä saisi jättää sattumanvaraana. Juonenkäänteiden vaikuttavuus taataan tällä tavoin mahdollisimman tehokkaasti. Tarinan tulee olla uskottava ja niin hyvin suunniteltu ja toteutettu, että sen yksityiskohdat eivät ole ristiriidassa keskenään. Pinen ja Gilmoren (1999, 46–55) mukaan tämä on elämyksen har-

monisointia ja teemoittelua. Elämystuotteen olennainen osa on johdonmukainen teemoittelu. Tuotteen kaikissa kokemisen vaiheissa eli markkinoinnissa, kokemisessa sekä jälkimarkkinoinnissa, tarinan ja teemojen on oltava läsnä. (Tarssanen 2009, 13–14.)

Moniaistisuudella viitataan halutun teeman vahvistamiseen suunnittelemalla huolellisesti kaikkien aistiärsykkeiden hyödyntämisellä. Aistiärsykkeiden tarkoitus on tukea tuotteen mukaansa tempaavuutta. Kuitenkin kokonaisuus kärsii, jos aistiärsykeitä on liian paljon ja ne ovat häiritseviä. (Tarssanen 2009, 14.)

Kontrasti viittaa erilaisuuteen asiakkaan näkökulmasta. Ideana on luoda tuote, joka on jotakin erilaista suhteessa asiakkaan jokapäiväiseen elämään. Tuotteen avulla asiakkaan pitäisi saada kokea jotain uutta, eksoottista ja normaalista poikkeavaa. Asiakas voi nähdä itsensä toisesta näkökulmasta ja toisenlaisena vieraassa ympäristössä, kokemalla jotain uutta ja erilaista. Asiakas voi näin vapautua näkemään sekä kokemaan asioita eri tavalla, vapaana rajoituksista ja tottumuksista, joita hänellä arjessa on. (Turner & Turner 1978, 249–253; Jokinen 1991, 133–134; Sepänmaa 1998, 19.) Asiakkaan kulttuuri ja kansallisuus on huomioita kontrastin luomisessa. Toiselle eksoottinen kokemus, on toiselle täysin normaali tapahtuma. (Tarssanen 2009, 14.)

Vuorovaikutus puhuu onnistuneesta kommunikaatiosta muun muassa oppaan ja asiakkaan sekä tuotteen ja sen tuottajien välillä. Yhteisöllisyyden tunne liittyy merkittävänä osana vuorovaikutukseen ja sen ideana on kokea jotakin yhdessä, osana jotakin yhteisöä, porukkaa tai perhettä. Tämän vuoksi onkin tärkeää, että esimerkiksi asiakkaat, jotka osallistuvat samalle retkelle, esitellään toisilleen, jos he eivät tunne toisiaan entuudestaan. Vaikka elämyksen voi kokea yksinkin, yhteisöllisyyteen liittyy tietoisuus kokemuksen yleisestä hyväksynnästä ja arvostuksesta. Tällä tavoin kokemus voi nostaa kokijansa sosiaalista statusta tai sitoa häntä tiettyyn ryhmään tiiviimmin. Vuorovaikutuksen elementti on elämyksistä keskustellessa erityisen tärkeä yksilöllisyyden luomisessa. Jotta kokemus voitaisiin välittää asiakkaalle jossakin tietyssä fyysisessä ympäristössä mahdollisimman onnistuneesti, on palveluntarjoajalla ja matkailijalla oltava hyvä henkilökohtainen vuorovaikutus. (Tarssanen 2009, 14–15.)

4.3.2 Erilaiset kokemisen tasot

Elämyskolmion pystyakselille sijoittuvat asiakkaan kokemuksen rakentumisen tasot. Se alkaa kiinnostuksen herättämisestä, jatkuu kokemiseen, koetun tietoiseen prosessointiin, tunnepitoiseen elämykseen ja lopulta muutostuotteen kokemukseen. Hyvä ja toimiva elämystuote sisältää jokaisella kokemisen tasolla kaikki edellä esitellyt elämyksen elementit. (Tarssanen 2009, 15.)

Asiakkaan kiinnostus herätetään motivaation tasolla. Silloin myös hyödynnetään esimerkiksi markkinointia odotusten luomiseen tuotetta kohtaan. Mahdollisimman monen asiakkaan elämyskriteerin tulisi täytyä jo tässä kohdassa. Tuotteen markkinoinnin tulisi siis jo olla mahdollisimman yksilöllistä, moniaistista, aitoa sekä vuorovaikutuksellista, unohtamatta kontrastia sekä tarinaa. (Tarssanen 2009, 15.)

Asiakas kokee sekä tiedostaa tuotteen hyödyntämällä aistejaan fyysisellä tasolla. Me tiedostamme sen missä olemme, mitä tapahtuu ja mitä teemme fyysisten aistimustemme kautta. Tällä tasolla hyvän tuotteen tulisi taata miellyttävä sekä turvallinen kokemus. Asiakkaalla ei tulisi olla esimerkiksi liian kylmä tai kuuma, nälkä tai jano, vessahädästä puhumattakaan. Tosin niin sanotuissa extreme-elämyksissä kuoleman- tai loukkaantumisvaaran kokeminen, leikittely vaaran tunteella sekä siitä selviäminen ovat olennaisena osana näitä kokemuksia. Kuitenkin todellista vaaraa pyritään näissäkin välttämään. Tuotteen tekninen laatu punnitaan nimenomaan fyysisellä tasolla. (Tarssanen 2009, 15–16.)

Älyllisellä tasolla asiakas prosessoi ympäristönsä antamia aistiärsyksiä ja hän toimii niiden mukaan. Tällä tasolla asiakas oppii, ajattelee, soveltaa tietoa sekä muodostaa mielipiteitä. Älyllisellä tasolla asiakas päättää onko hän tyytyväinen kokemaansa vai ei. Hyvä tuote antaa tällä tasolla oppimis- tai harjaantumiskokemuksen sekä mahdollisuuden jonkin uuden oppimiselle, kehittymiselle ja uuden tiedon saamiselle joko tiedostamatta tai tiedostetusti. (Tarssanen 2009, 16.)

Emotionaalisella tasolla koetaan itse elämys. On vaikea ennustaa tai hallita yksilön tunnereaktioita. On erittäin todennäköistä, että asiakas kokee positiivisen tunnereaktion, mikäli tuotteessa on tähän saakka motivaation tasolla sekä fyysisellä ja älyllisellä tasolla huomioitu kattavasti jokainen elämyksen peruselementti. (Tarssanen 2009, 16.)

Elämyksen kaltainen voimakas ja positiivinen tunnereaktio voi johtaa henkilökohtaiseen muutokokemukseen elämyskolmion henkiselä tasolla. Tämä henkilökohtainen muutokokemus voi johtaa subjektihenkilön fyysisen olotilan, mielentilan tai elämäntavan pysyviin muutoksiin. Tämä tarkoittaa, että asiakas kokee muuttuneensa ja kehittyneensä ihmisenä tai omaksuneensa osaksi persoonaansa jotakin uutta. Elämyksen avulla voi löytää uuden harrastuksen, ajattelutavan tai uusia voimavaroja itseltään. Esimerkiksi tehtyään laskuvarjohypyn, entinen arkajalka saattaa pitää itseään rohkeana tai materialisti saattaa löytää erämaavaellukselta itselleen uusia arvoja. (Tarssanen 2009, 16.)

4.4 Opastaminen ja opasteksti osana elämystä

Elämyskolmion elementit voidaan liittää myös opastuskonseptiin. Esimerkiksi yksilöllisyyden osalta opaan on muistettava ryhmää opastaessaan, että jokaiselle ryhmän jäsenelle muodostuu oma kokemuksensa tuotteesta. Asiakkaalle tulisi syntyä kokemus siitä, että tuote on juuri häntä varten ja asiakkaan tarpeisiin reagoimalla saadaan luotua syvempi kokemus. Aitous pääsee toteutumaan opastustuotteessa, jos sen sisältö linkitetään alueen elämäntapaan sekä kulttuuriin. Tarina on yleisesti hyödynnetty väline opastuksissa. Sillä tuotteelle saadaan sisältö ja merkitys. Myös aistiärsykkeet ovat opastuksissa käytettyjä työkaluja elämyksien luomiseen. Kontrastin elementtiä opastuksissa voidaan luoda esimerkiksi tuotteen erilaisuudella. (Verhelä 2020, 42–43.)

Niin elämyksen nelikenttä -mallia että elämyskolmiota voidaan hyödyntää opastuotteen ennakosuunnittelussa sekä yksittäisen opastuksen suunnittelussa. Asiakkaan mahdollinen elämys syntyy vasta

varsinaisessa asiakaspalvelutilanteessa ja siksi oppaiden tulisikin tuntea sekä harjoitella erilaisia keinoja viedä asiakas kohti elämyksen kokemista. Kuitenkin on muistettava, että asiakkaan omat taustat vaikuttavat elämyksen syntyyn, joten opas ei voi koskaan taata elämystä. (Verhelä 2020, 44.)

Opinnäytetyöni toiminnallisena osuutena oli luoda asiakkaalle annettava opasteksti Kuopion alueen viidestä eri kartanosta. Vaikka opastekstistä ei todennäköisesti itsessään muodostu asiakkaalle elämyskokemusta, se voi olla osana luomassa sekä tukemassa elämyksen kokemista. Sen avulla asiakas pääsee tutustumaan kartanoiden historiaan ja niissä eläneisiin aitoihin henkilöihin. Tekstistä voi muodostua sisältönsä kautta asiakkaalle opettavainen ja yllättävä kokemus. Opastekstin tarkoituksena on antaa lukijalleen kuva siitä, millaista elämää kartanoissa on eletty ja minkälaisessa toiminnassa ne ovat olleet. Matkaopas voi hyödyntää tekstiä opastetun kierroksen materiaalina ja siitä voi muodostua muisto opastetusta kierroksesta tai ylipäänsä Kuopion alueesta. Opasteksti voi todellisten kertomustensa ja tapahtumiensa kautta tuoda lukijalleen lisäarvoa opastettavista kohteista, mutta myös esimerkiksi innostaa aiheen syvempään tutkailuun.

5 MATKAILU JA HISTORIA

5.1 Vetovoimatekijät ja attraktiot

Tässä yhteydessä push power eli työntövoima tarkoittaa voimaa, joka saa ihmisen tekemään kohdevalinnan sekä lähtemään matkalle. Työntövoimatekijäksi puolestaan voi muodostua esimerkiksi sateinen ilmasto, joka työntää ihmistä liikkeelle vaikkapa lomamatkalle lämpimämpään ja aurinkoisempaan ilmastoon. Pull power eli vetovoima koostuu puolestaan erilaisista vetovoimatekijöistä, joiden tarkoituksen on houkutella sekä vetää matkailijoita puoleensa. Nämä käsitteet ovat kuitenkin kuvainnollisia sekä hieman epämääräisiä, mikä on aiheuttanut kritiikkiä joiltakin tutkijoilta. (Vuoristo 2003, 21.)

Vetovoima muodostuu tekijöistä, jotka liittyvät fyysiseen ympäristöön sekä väestöön ja yhteiskuntaan. Alueen vetovoimaisuus, matkailutarjonnan muodot sekä viime kädessä vastaanottovalmius eli alueen kyky vastaanottaa matkailijoita ja huolehtia heidän tarpeistaan, määräytyvät näistä tekijöistä. Vetovoiman jakauma ei välttämättä vastaa tarjonnan jakaumaa. Tässä yhteydessä voidaan puhua tarjontapotentiaalista. Kaikki vetovoimaiset alueet eivät ole osa matkailua, joten niitä ei ole vielä otettu todellisen tarjonnan piiriin. (Vuoristo 2003, 54.)

Leiperin (1979) ja Saarisen (1997) mukaan attraktiot ovat tuotteistettuja vetovoimatekijöitä, jotka sitoutuvat johonkin paikkaan tai alueeseen. Yksittäiset nähtävyydet ja tapahtumat lukeutuvat attraktioihin. Lisäksi yleensä attraktioiksi kutsutaan alueiden sellaisia ominaisuuksia, jotka houkuttelevat matkailijoita ja joita hyödynnetään matkailutoiminnassa. Ne voivat olla joko aktiivisia tai passiivisia riippuen matkailijan osallistumisesta matkailuelämyksen saavuttamiseen. (Vuoristo 2003, 17.)

Usein attraktiot ovat aikasidonnaisia eli ne ovat niin sanotusti voimassa vain tietyn ajan ja tietyissä olosuhteissa. Uusien matkailijasukupolvien syntyessä esimerkiksi jotkin perinteiset, klassiset matkailukohteet menettävät markkina-arvonsa. Samanaikaisesti uudenlaisia attraktioita tuotteistetaan. Tämä tapahtuu joko vanhojen vetovoimatekijöiden pohjalta (kuten hiihtokeskus maisemakohteesta) tai luomalla uusia, niin sanotusti piileviä vetovoimatekijöitä (kuten kiipeilykeskuksia kallionjyrkänteistä tai urheilusukelluskohteita tropiikin vesialueista). (Vuoristo 2003, 18.) Toisin sanoen kohteista, jotka eivät vielä ole matkailutoiminnan käytössä voidaan luoda uusia matkailukohteita ja näin niistä voidaan luoda uusia vetovoimatekijöitä.

Kulttuuriattraktiot muodostavat kirjavan valikoiman erilaisia kohteita ja ne sisältävät aktiivisia sekä passiivisia kohteita, nähtävyyksiä ja elämyksiä. Nämä vaihtelevat maantieteellisten mittasuhteiden sekä sisällön laajuuden perusteella. Attraktioita voidaan ryhmitellä tyyppeihin, joiden avulla voimme ymmärtää lähemmin ja aluekohtaisesti kulttuuritarjonnan luonnetta sekä siihen pohjautuvan matkailun kehittämistä. (Vuoristo 2003, 95.)

Vuoristo (2003, 95–96) on ryhmitellyt kansainvälisen tarjontapotentialin attraktiotyypeittäin hyödyn-
tämällä Petersin (1969, 148), Vuoriston & Santasalón (1991, 19–33) sekä Vuoriston & Vesterisen
(2001, 51–59) luokituksia seuraavasti:

1) Paikalliset kulttuuriympäristöt:

- alkuperäisen luonteensa säilyttäneet kylä- ja maatalousmaisemat
- alkutuotantomiljööt (vanhat kaivos-, teollisuus- ja kalastajayhdyskunnat)
- vanhat kaupungit ja kaupunginosat
- vanhat linnat ja linnoitusalueet
- historialliset tiet ja sillat
- esihistorialliset nähtävyydet, asuinpaikat ja rakenteet
- huvi- ja teemapuistot

2) Yksittäiset vetovoimakohteet:

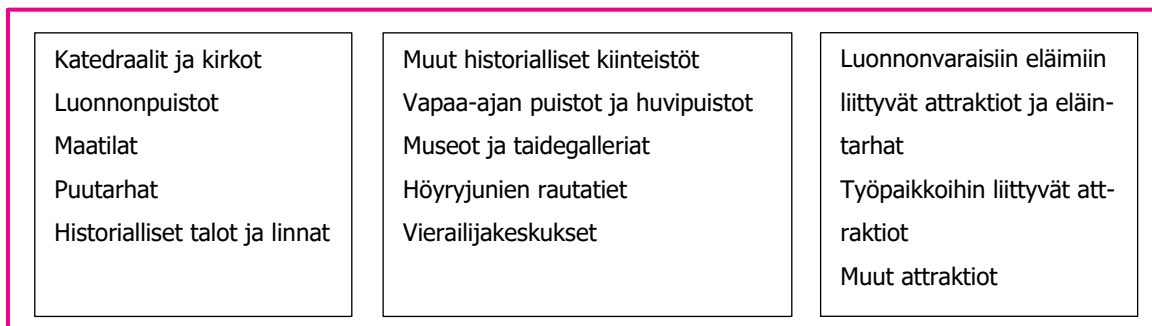
- museot
- kirkot ja luostarit
- palatsit ja kartanot
- taistelupaikat ja muut sotahistorialliset kohteet
- henkilöhistorialliset kohteet
- modernia arkkitehtuuria edustavat kohteet
- kylpylät eräänlaisena erikoistyyppinä

3) Tapahtumat:

- perinnetapahtumat
- urheilutapahtumat
- musiikitapahtumat
- uskonnolliset tapahtumat
- messut, näyttelyt
- kongressit
- muut kulttuuritapahtumat (esimerkiksi elokuvafestivaalit, teatteri, ooppera).

Toisinaan "attraktiosta" (tourist attraction) tulee synonyymi sanalle "matkakohde" (destination). Täl-
löin attraktiolla viitataan matkakohdeeseen luontaisiin etuihin, eikä niinkään matkailijoille tarkoituksen
mukaisesti rakennettuihin laitoksiin. Esimerkiksi keskiaikainen Dinantin kaupungin keskusta, Etelä-
Saksan Schwarzwald ja Luquillo Beach Puerto Ricossa ovat kaikki attraktioita, mutta ne eivät ole ole-
massa ensisijaisesti tai välttämättömästi matkailijoiden tarpeiden täyttämiseksi. Esimerkiksi meren-
rannalle saatetaan lähteä vain, jotta päästäisiin uimaan hyvälle rannalle, hyvällä säällä tai maaseudulle
saatetaan lähteä ajelemaan vain, jotta päästäisiin nauttimaan maisemista. Molemmissa tapauksissa
attraktio on matkakohde (epäsuorasti ensimmäisessä tapauksessa ja suorasti toisessa tapauksessa),
mutta kummassakaan tapauksessa kohdetta ei ole rakennettu matkailijoiden tarpeita varten, vaikka
niitä onkin voitu muokata matkailijoiden tarpeiden mukaisesti. Yhtä lailla esimerkiksi vanhoja raken-
nuksia kaupungeissa ei ole alun perin rakennettu matkailijoiden houkuttelemista varten. Ajan myötä
niistä on kuitenkin kehittynyt arkkitehtuurin tai historiallisuuden vuoksi matkailijoita houkuttelevia koh-
teita. (Holloway, Humphreys & Davidson 2009, 231.)

Attraktiot voidaan luokitella monilla erilaisilla tavoilla ja eri tahot tarjoavat erilaisia luokitteluja nähtävyyssyypeistä. Esimerkiksi Englannin valtakunnallinen matkailulautakunta (the English national tourist board) on luonut erään tunnetuimmista luokitteluista (kuvio 8) pohjaksi vierailukohteiden vuosittaisiin tutkimuksiin. Tätä luokittelutapaa on kuitenkin kritisoitu rajoittuneeksi ja vanhentuneeksi. (Beech & Chadwick 2005, 288.)



Kuvio 8: Yksinkertainen attraktioiden luokitusmalli. (Mukailtu: Beech & Chadwick 2005, 288.)

Dewhurst (1996) on suunnitellut kattavamman mallin luokitella attraktioita (kuvio 9). Luokitus syntyi Englannin suosituimpien attraktioiden tutkimuksessa. Tässä luokituksessa attraktiot jaetaan kolmeen erilliseen ryhmittymäänsä, joista jokainen sisältää omia alalajeja. (Beech & Chadwick 2005, 289.) Kuten alla olevasta kuvioista voimme huomata luokitus jakautuu historiaan ja kulttuuriin liittyvään ryhmään, ympäristöön liittyvään ryhmään sekä viihteeseen liittyvään ryhmään. Seuraava jako tehdään attraktioiden tyyppien perusteella ja luokituksen lopusta voimme löytää yksittäisiä attraktioita.

Attraction category	Attraction types	Constituent attractions
Historico-cultural	Religious sites	Abbeys, cathedrals, chapels, priories
	Museums and galleries	Art galleries, open air museums, traditional museums, science centres
	Historic sites	Castles, landmarks, monuments, palaces
	Interpretative heritage sites	Interpretative centres, heritage sites
	Multi-faceted historic sites	Castles, docklands, historic houses, palaces
Environmental	Animal attractions	Safari parks, wildlife parks, zoos, rare-breed farms, nature centres, aquaria
	Parks and gardens	Botanic gardens, outdoor activity parks, public parks
	Country parks	Country parks, reservoirs
Entertainment	Leisure and recreation complexes	Leisure centres, leisure pools, recreation centres, water parks
	Amusement parks	Pleasure beaches, pleasure parks
	Theme parks	Indoor parks, outdoor parks, beach resorts
	Themed retail outlets	Antique centres, garden centres, retail and leisure parks
	Workplace industrial visit centres	Craft workshops, factory shops
Miscellaneous other		Arboretums, piers, themed transport

Source: Adapted from Dewhurst (1996)

Kuvio 9: Kattava attraktioiden luokitus. (Beech & Chadwick 2005, 289.)

5.2 Historialliset kohteet matkailussa

Kun pohdimme mikä kaupunkikohteissa vetää matkailijoita puoleensa, useimmille tulee ensimmäisenä mieleen erilaiset historialliset tai arkkitehtuuriset tekijät. Usein ne liittyvät kohteen tunnelman luomiseen, eikä niitä yleensä arvosteta niinkään yksittäisinä kohteina. Ne luovat tunteen esimerkiksi siitä, että kaupunki on vanha ja kaunis, sen rakennukset ovat muuttuneet seesteisiksi ajan myötä ja kaupungin arkkitehtuuri edustaa aluetta tai kansakuntaa sekä sen ihmisiä ominaisella tavallaan. (Holloway, Humphreys & Davidson 2009, 237.)

Monista tietyille kulttuurille ominaisista seikoista muodostuu kulttuuriympäristö. Tällaisiin seikkoihin lukeutuvat rakenteet ja rakennukset, tyylisuunnat, maankäyttömuodot sekä kulttuurimiljööt, ja ne näyttäytyvät alueellisina sekä maisemallisina kokonaisuuksina. Väestö täydentää tätä kiinteää kulttuuriympäristöä erilaisine tapoineen ja toimintoineen. Tästä voitaisiin antaa esimerkkinä erilaiset pukukulttuurit, juhlat sekä perinteet. Sitten on myös historiallinen, museoitu kulttuuriympäristö, joka voidaan lukea omaksi tyyppikseen. Sekin voidaan herättää henkiin esimerkiksi tapahtumien, näyttöjen sekä näytelmien avustuksella. (Vuoristo 2003, 98.)

Usein kulttuurimiljöö on matkailua luova attraktio ja sen vuoksi sitä onkin suojeltava sekä mukautettava tilanteen mukaan matkailutoiminnan käyttöön. Matkailun ansiosta kulttuurin markkina-arvo on

kasvanut. Parhaissa tapauksissa tämä on johtanut kulttuuriympäristöjen aktiiviseen suojeluun sekä entisöimiseen. Käytännössä matkailu on pelastanut arvokkaita kohteita rapistumiselta. Lisäksi matkailun ansiosta jotkin vanhat tavat ja traditiot ovat elpyneet. Esimerkiksi perinteisten taidemuotojen, käsityön sekä kotiteollisuuden aloilla on onnistuttu herättämään matkailijoiden mielenkiinto ja näin herättämään näitä aloja takasin eloon. Kuitenkin hallitsematon matkailukehitys voi tuhota alkuperäisen kulttuuriympäristön. Matkailu voi myös aiheuttaa vääristymiä sekä ala-arvoista perinteiden jäljittelyä ja näin ollen epäonnistua aitojen traditioiden elvyttämisessä. (Vuoristo 2003, 98.)

5.3 Kartanot matkailussa

Kartano on yleisnimi, eikä sillä näin ollen ole yksiselitteistä merkitystä. Nykyään sillä voidaankin viitata rälssisäteriin, suurtilan sosiaaliseen ja taloudelliseen asemaan tai kartanotalouteen eli tilan omavaraiseen taloudenpitoon. Jotkin kartanot ovat muodostuneet keskiaikaisista suurmiestaloista, kun taas toiset ovat syntyneet, kun talonpoikaistaloja sekä kokonaisia kyliä ostettiin tai yhdistettiin sekä annettiin rälssimaaksi aatelistolle. Suomessa on ollut niin itsenäisiä kuin valtion omistamia kruunun kartanoitakin. Kruununkartanoihin kerättiin veroja ja ne toimivat hallinnon keskuspaikkoina. Kuningas vieraili kruununkartanoissa seurueineen ja näin he saattoivat kuluttaa veroiksi koottuja varastoja. Kartanoiksi lasketaan Suomessa niin rälssisäterit, kruununkartanot, ruukinkartanot että muut historiallisesti säätyläisten omistuksessa olleet herraskartanot. Yli puolet Suomen vanhoista keskiaikaisista kartanoista sijaitsevat Varsinais-Suomessa sekä Uudenkaupungin ja Loviisan välisellä kapealla rannikkovyöhykkeellä. Sisämaan rälssisäterit sijaitsivat usein hyvien kulkureittien läheisyydessä, vanhoilla asuinalueilla. (Tiirakari & Kärki 2013, 6.)

Nykyään kartanoita hyödynnetään monilla eri tavoilla. Ne voivat toimia esimerkiksi ihan tavallisina asuintaloina, museona, ravintolana tai muunlaisena tutustumiskohteena. Esimerkiksi Artemis Kelosaari (2017) on listannut Mondo -lehdessä erilaisia kartanoita joihin vierailijat pääsevät tutustumaan. Luettelosta löytyy muun muassa Vesilahdessa sijaitseva Laukon kartano, joka on 600 vuotta vanha kartanotila ja jossa pääsee tutustumaan sen antiikkikokoelmaan sekä osallistumaan puistokonsertteihin ja nauttimaan kesäravintolan ja -kinon tarjonnasta. Lisäksi Kelosaaren listasta löytyy Vanajanlinna, joka sijaitsee Hämeenlinnassa ja joka tarjoaa hotellimajoitusta. Siuntiossa puolestaan sijaitsee teemallisia kierroksia kesäisin vetävä Sjunbyn kartano. (Kelosaari 2017.) Historiallisina kohteina kartanoilla on paljon potentiaalia toimia erilaisina matkailukohteina ja niiden menneisyyttä sekä entistä asemaa pyritäänkin usein korostamaan.

5.3.1 Kuopion kartanot

Opastekstissä esittelemäni kartanot eivät painota toimintaansa paljontaan, jos ollenkaan, matkailutoimialaan. Monet kartanoista ovat yksityisessä omistuksessa ja niihin ei pääse tutustumaan ilman asianmukaista lupaa. Kuitenkin kartanot ovat yhteydessä Kuopion alueen monipuoliseen historiaan, ja niissä tai niiden alueella on edelleen erilaista toimintaa. Tässä kappaleessa esittelenkin jokaisen kartanon lyhyesti ja kerron niiden nykyisestä tehtävästä.

Haminalahden kartano sijaitsee Haminalahden pohjukassa Kallaveden rannalla. Haminalahden kartano muodostui, kun suomalais-ruotsalainen mahtisuku, Tawast osti kylän kaksi tilaa sekä Souvun talon Kaislasten kylästä 1700-luvulla. Von Wrightien suvulle Haminalahden kartano siirtyi avioliiton kautta ja heidän omistuksessaan se oli 1700-luvulta lähtien vuoteen 1910 saakka. Siellä syntyivät von Wrightien taiteilijaveljekset, Magnus, Wilhelm ja Ferdinand, ja Haminalahden maisemat vaikuttivat vahvasti veljeksien tuotantoon. (Museovirasto 2009.) Vuonna 2006 Haminalahdessa avattiin Magnus, Wilhelm ja Ferdinand von Wrightin taideteoksia sekä synnyinseutuja esittelevä kulttuuripolku. Osa teoksista esitellään samassa paikassa, jossa ne on maalattu. Tämä 4,3 kilometrin pituinen reitti kulkee polkuja ja kyläteitä pitkin, ja sen on suunnitelleet Haminalahden kyläläiset. (Kuopio.) Nykyään Haminalahden kartano on yksityisessä omistuksessa ja näin ollen sen alueella ei saa liikkua luvattomasti. Kulttuuripolulla liikkuja voi kuitenkin nähdä kartanon päärakennuksen reitiltä käsin ja reitillä olevien taulujen ansiosta kulkija pääsee myös tutustumaan taiteilijaveljeksien tuotantoon ja muuhun Haminalahden historiaan.

Koivumäen kartanon synty sijoittuu 1700-luvulle, jolloin Ruotsin kuningas katsoi Hiltulanlahden sotilasvirkataloilla olevan liikamaita. Näistä liikamaista muodostui Koivumäen tila ja sen silloiseksi isännäksi nousi asessori Salenius, joka toimi valtion virkamiehenä, mutta hänellä oli myös yksityistä majatalotoimintaa. Saloniuksen pojat perivät tilan, mutta vuonna 1869 se kuitenkin joutui pakkohuutokauppaan. Tilan huusi itselleen kauppaneuvos Gustaf Ranin, joka aikanaan kehitti Koivumäen tilaa ja sen toimintaa. Kartanolla on ollut Raninin jälkeen useampi asukas ja sen nykyisen päärakennuksen rakennuttivat Alma ja Ernest Biese vuonna 1907. Vuonna 1994 Kirsti Dunkel osti miehensä Harry Dunkelin sekä veljensä Timo Nylundin kanssa tilan itselleen, jolloin suunnitelmana oli tehdä kartanosta kahden perheen koti. Nylund kuitenkin luopui tästä ajatuksesta ja vuonna 1999 kartanon päärakennuksen alakertaan avattiin ravintola. Nykyään kartanolla on edelleen ravintola toimintaa, mutta tilalla toimii myös ratsastuskoulu. Päärakennuksen yläkerta toimii puolestaan asuinkerroksena. (Koivumäen Kartano.)

Harjulan kartano juontaa juurensa jo 1500-luvun Kuopiosta, jolloin sen varhaista edeltäjää isännöi Lauri Tikkanen. 1600-luvulla Elias Paldanius muodosti Savilahden tilan vaimonsa suvun alueista sekä kahdesta vanhasta Savilahden kylän autiotalosta. Tästä Savilahden talosta muodostui Harjulan kartano, ja sillä on ollut merkittävä asema Kuopion historiassa. Kartanon entisiin omistajiin lukeutuu muun muassa Vänrikki Stoolin tarinoista tuttu Carl Leonard Lode. Vuonna 1866 Harjula päätyi huutokaupattavaksi ja tällöin tilan osti Kuopion kaupunki. Harjulasta tehtiin köyhäintalo ja siihen liitettiin työlaitoksen ja vaivaistalon lisäksi sairaala sekä mielisairaala. (Niiranen 1990, 3–8.) Tämä kokonaisuus oli alkuaikoinaan oikea sekalaitos ja vuonna 1886 Minna Canth kirjoittikin Harjulan oloista sekä köyhien turvattomuudesta naturalistisen kurjuuden kuvauksessaan, tekstissään ”Köyhää kansaa”. Epäkohtiin alettiin kuitenkin kiinnittää huomiota, vaikka niiden korjaamiseen menikin oma aikansa. Vuonna 1959 Harjulan mielisairaala lakkautettiin. (Pirinen 1973, 2–4.) Nykyään Harjula on sairaala-alue aivan Kuopion yliopistollisen sairaalan vieressä. Vain kivikellari ja varastorakennus ovat jäljellä sen vanhimmasta rakennuskannasta. (Kuopion kaupunki.)

Fagernäsin tilan omisti 1500-luvun puolivälin veroasiakirjojen mukaan Suni Niutas. Tilalla oli useita merkittäviä omistajia, mutta 1800-luvun puolivälin jälkeen valtio pakkolunasti tilan muodostaakseen Niuvanniemen keskuslaitoksen. Niuvanniemi toimi mielisairaalana ja se sai ensimmäisen ylilääkärinsä vuonna 1884. Niuvanniemen keskuslaitos vaihtoi nimensä Niuvanniemen sairaalaksi vuonna 1932 ja siellä toimi talvisodan sekä jatkosodan aikana sotasairaala. Sodan päätyttyä Niuvanniemestä löydettiin kaksi asekatkää. (Vuorio 2010, 11–22, 145–147, 154–155.) Nykyään Niuvanniemen sairaala on Suomen toiseksi vanhin psykiatrisen sairaala ja se tarjoaa muun muassa oikeuspsykiatrasta erityistason hoitoa sekä mielentilantutkimuksia (Niuvanniemen sairaala).

Rauhalahden kartanon synty sijoittuu 1800-luvulle. Siihen aikaan kartano kuului Carl Leonard Loden hallitsemaan Harjulan tilaan. Kartanon maihin kuului alkujaan koko Rauhalahden vapaa-ajan alue sekä viereinen Jynkän kaupunginosa. Majuri Carl Johan Blom rakennutti vaimonsa Sofia Charlotten, Loden tyttären, kanssa Rauhalahden kartanon, jonka jälkeen sillä on ollut monia eri omistajia. (Kylpylähotelli Rauhalhti.) Nykyään kartano tarjoaa muun muassa ikääntyville ihmisille päivätoimintaa sekä kokouspalveluita ja tiloja päivätilaisuuksiin (Rauhalahden kartano).

6 OPASTEKSTIN TOTEUTTAMINEN

6.1 Opastekstin sisältö

Opinnäytetyöni toiminnallinen osuus muodostui hand-out opastekstin kirjoittamisesta SH Traveledu Oy:lle. Opastekstin toteutin kirjoituspöytätyöskentelyksi ja sen sisältämät tiedot keräsin erilaisia kirjallisia lähteitä sekä verkkosivuja ja muita sähköisiä lähteitä hyödyntäen. Opastekstin sisällön aiheeksi muodostui viisi Kuopion alueella sijaitsevaa tai sijainnutta kartanoa. Teksti koostuu kartanoiden sekä kartanolaitoksen historiasta yleensä sekä viiden Kuopion kartanon historiasta sekä nykypäivän tilanteesta. Opasteksti on suunnattu matkailijoille ja muille aiheesta kiinnostuneille ja SH Traveledu Oy voi hyödyntää sitä taustamateriaalina opastetuilla kierroksillaan.

Opasteksti alkaa alkusanoilla, jossa kerron lukijalle muun muassa työn taustoista, tarkoituksesta sekä sisällöstä. Teksti jatkuu kartanoiden historiaosiossa, jossa olen pyrkinyt avaamaan kartanokulttuurin kehitystä lukijalle. Tässä osiossa määrittelen kartano -käsitteen, valaisen kartanoiden ja kartanolaitoksen syntyminen syitä, avaan kartanoiden eroavaisuuksia sekä kerron kartanoiden kehityksestä yleensä. Lisäksi tekstissä sivutaan myös esimerkiksi aateliston kehitystä. Opastekstin seuraavaa osuus muodostuu viiden eri kartanon esittelystä. Kuopion kartanoiden esittelyyn valikoituivat Haminalahden, Koivumäen, Harjulan, Fagernäsin sekä Rauhalahden kartanot. Jokaisella kartanolla on oma osionsa ja jokainen kartano-osio muodostuu pienestä tarinasta, kartanon ja sen alueen historiasta sekä sen nykypäivän tilasta. Tarinat olen poiminut käyttämästäni materiaalista ja olen pyrkinyt valitsemaan ne muun muassa kiinnostavuuden sekä merkittävyyden perusteilla. Jokaisen tarinan ideana on luoda lukijalle kuvaa kartanon todellisesta elämästä historian saatossa. Ne toimivat myös tunnelman luojina ennen historia osuuteen syventymistä.

Teksti jatkuu historiaosuudella jokaisessa kartano-osiossa. Tässä kerron kartanon synnystä, sen asukkaista sekä kartanon merkittävimmistä tapahtumista. Historiaosuuksien sisältö on valittu samoin kuin tarinoidenkin, mielenkiinnon ja merkittävyyden perusteilla. Tämän osuuden haasteena kuitenkin huomasi tiedon saannin epätasapainaisuuden. Osasta kartanoista löytyi paljonkin tietoa monista eri lähteistä, mutta toisista kartanoista hyvien lähteiden löytäminen osoittautui haasteelliseksi.

Jokaisen kartano-osion loppuun olen kertonut kartanon ja sen alueen nykytilasta. Lukijan on esimerkiksi huomioitava, että osa kartanoista ovat yksityisomistuksessa, eikä niihin välttämättä pääse tutustumaan. Harjula ja Niuvanniemi (Fagernäs) ovat esimerkiksi nykyisin sairaala-alueita. Haminalahden kartano on puolestaan yksityisomistuksessa, mutta sen päärakennuksen matkailija tai muu kulkija pääsee näkemään Haminalahden kulttuuripolun varrelta. Rauhalahden kartanolla on puolestaan toimintaa ikääntyville ihmisille sekä mahdollisuus juhlatilojen käyttöön. Se kuitenkin sijaitsee yksityisalueella, joten sillekään ei pääse tutustumaan ilman asian mukaista lupaa. Koivumäen kartanolla on ravintola- ja ratsastuskoulutoimintaa, joten sinne pääsee tutustumaan hiukan helpommin. Sielläkin on kuitenkin huomioitava, että kartanon päärakennuksen yläkerta toimii asuinkerroksena.

Opastekstin lopusta lukija voi löytää fact-sheetin, jonka lähtökohtana on tiivistää asiat lyhyesti ja antaa matkaoppaalle helppo tapa kertoa opastekstin sisällöstä sekä kartanoista ilman, että hänen tarvitsee lähteä selaamaan koko tekstiä opastuksillaan. Opastekstistä löytyy myös lähdeluettelo, jossa olen käynyt läpi kaikki lähdemateriaalini, joista koko teksti on koottu.

6.2 Työn vaiheet ja lopputulos

Henkilö alkaa valmistautumaan kirjoitustehtävään siitä hetkestä lähtien, kun hän saa siitä tietää. Kirjoitustehtävään valmistaudutaan niin tiedostetusti, että tiedostamattakin. Etukäteen kannattaa tutustua esimerkiksi erilaisiin papereihin, joita kirjoitustyössään tarvitsee ja antaa asian jäädä sen jälkeen hautumaan. Monet ratkaisut kypsyvät alitajunnassa silloin, kun henkilö tekee aivan muita töitä, ja tekstiä koskevat ideat ja suunnitelmat tulevat mieleen usein tilanteissa, joissa ei voi kirjoittaa. Nämä ideat on kuitenkin hyvä kirjata ylös. Pikkuhiljaa tästä lähtee tekstin suunnittelu. Tekstin suunnittelu vaiheessa henkilön kannattaa pohtia muun muassa sitä mikä tekstin tavoite on, mikä on sen ydinsisältö, millainen sen sävy ja tyyli on, kenelle se on suunnattu, miten tavoite saavutetaan, kuinka pitkistä tekstistä on kyse ja mikä sen aikataulu on. Tietoisessa suunnittelussa yksi tärkeimmistä vaiheista on tehdä tavoitteet selväksi. Tekstin suunnitelmaakin tehdään niin tiedostetusti ja tiedostamatta, mutta suunnittelu on tutkijoiden mukaan tehokkainta, jos aiheet pystytään kuitenkin verbalisoimaan. Tavoitteet ja keskeinen sisältö on siis hyvä kirjoittaa ylös edes muutamalla lauseella. (Kankaanpää & Piehl 2011, 30–31.)

Opinnäytetyöni alkoi aiheen määrittelyllä. Olin kiinnostunut suuntaamaan työni opastointaan, mutta halusin myös tehdä jotain opiskelukaupunkiini, Kuopioon sekä historiaan liittyen. Aihe alkoi muotoutua minulle keskusteluiden kautta ja keväällä 2019 päädyin Kuopion kartanoista kertovan opastekstin kirjoitus -aiheeseen. Suunnitteluvaiheessa aloitin aiheeseen perehtymisen sekä tekstin sisällön ja rakenteen suunnittelun. Suunnitelman lopputuloksena oli luoda teksti, jossa kerron tarinoita kartanoista, historiallisia faktoja niistä sekä käyn läpi niiden nykypäivän tilanteen. Lisäksi päätin myös laittaa opastekstiin kuvia tekstin elävöittämiseksi. Tavoitteenani oli koota kartanoista olevia tietoja yksiin kansiin, jotta niihin olisi helpompi ja miellyttävämpi tutustua. Suunnitteluvaiheessa määrittelin myös tulevan opinnäytetyön raportin sisältöä.

Työni alussa pohdin haastattelun liittämisen mahdollisuutta työni lisäksi. Tästä ideasta kuitenkin luovuin työn edetessä, sillä mielestäni se tuntui tarpeettomalta sekä epäsoivalta työn muun sisällön kanssa. Aivan opinnäytetyön alkuvaiheissa ajattelin tekeväni työn kokonaisuudessaan vuoden 2019 keväänä tai ainakin vuoden 2019 aikana. Tämä aikataulutus ei kuitenkaan toteutunut erinäisten syiden vuoksi. Vuoden 2019 touko- ja kesäkuussa olin töissä, jolloin minulla ei ollut tarpeeksi aikaa aiheen syvälliseen tarkasteluun. Lisäksi olin aina heinäkuusta lokakuuhun saakka Uudessa-Seelannissa tekevässä syventävää harjoittelua, jolloin opinnäytetyöni ei myöskään edennyt toivomallani tavalla. Suoritin harjoitteluni kuitenkin yrityksessä, joka harjoittaa opastointia ja pääsin tutustumaan opastamiseen ja siihen liittyvään taustatyöhön käytännössä. Opinnäytetyöni kannalta tämä aika oli siis silti käytetty hyödyllisesti.

Tekstistä riippuen kirjoittajan täytyy joko koota tiedot systemaattisesti ja laajasti tai sitten hyödyntää omia, jo valmiiksi hankittuja tietojaan ja lisätä sekä tarkastaa enää muutamia yksityiskohtia. Tiedon keräämisen ja kirjoittamisen väliin on hyvä varata tarpeeksi aikaa silloin, kun suurin osa tulevasta tekstistä on koottava eri lähteistä. Tiedon keruu voi tapahtua muun muassa erilaisia kirjallisia lähteitä hyödyntäen tai/ja suullisin keinoin, kuten haastatteluin. Henkilön on hyvä tehdä muistiinpanoja samalla, kun hän kerää tietoja ja lähteet on hyvä merkata tarkasti. Muistiinpanot on myös hyvä tehdä mieluummin liian tarkasti kuin puolihuolimattomasti. Keruuvaiheessa ei välttämättä vielä tiedä, mitä asioita tietystä lähteestä lopullisessa tekstissään käyttää ja lähteen tärkeät asiat tulevan tekstin kannalta saattavat selkiintyä vasta itse kirjoitusvaiheessa. (Kankaanpää & Piehl 2011, 32.)

Kirjoittamisessaan alkuun monet pääsevät kirjaamalla asioita, joita tekstiin otetaan mukaan. Siihen hyödynnetään järjestelmällisiä tapoja kuten kysymyslistaa, miellekarttaa, asialistaa sekä merkityssuhdekaavio. Tekstiin mukaan otettaviin asioihin vaikuttavat niin tavoitteet, että kohderyhmäkin. Mukana on oltava olennaiset asiat tekstin kannalta ja sen on oltava tasapainoinen kokonaisuus. Asiat tulisi selittää selkeästi ja sopivan tarkasti, mutta kirjoittajan tulee varoa, ettei hän ala selittää liikaa. (Kankaanpää & Piehl 2011, 33–36.)

Suomeen palattuani lokakuun lopussa 2019 pohdin vielä ajatuksen kanssa opastekstin sisältöä ja lähetin toimeksiantajalle suunnitelman tulevasta tekstistä. Tästä hyväksynnän saatuani jatkoin työhöni syvällistä perehtymistä. Koska olin pitänyt niin pitkän tauon työn kirjoittamisesta sekä tiedon hausta, jouduin aloittamaan työhön tutustumisen melkein alusta. Pääasiat jo toki tiesin, mutta moni asia oli ehtinyt unohtumaan. Lähteitä etsiessäni pyrin kirjaamaan ylös mistä tiedot olivat sekä mitkä asiat kyseisestä lähteestä voisivat olla hyödyksi tulevaan työhöni.

Aloittaminen voi kirjoittamisessa tuntua vaikealta ja kirjoittamisen kynnyks kannattaakin pitää matalana. Jo sisällön kirjaaminen ylös ranskalaisilla viivoilla puolen tunnin ajan saa kirjoitustyötä eteenpäin. Tekstin kirjoittamisen voi aloittaa itselle helpoimmasta, kiinnostavimmasta tai jäsentyneimmstä aiheesta. Tekstin osien yhdistelyn aikana kirjoittaja joutuu pohtimaan asioiden yhteyksiä sekä tekstin rakennetta useampaan kertaan. Kirjoittamisen aikana kirjoittaja tekee tekstiin yleensä niin rakenteellisia, että myös sisällöllisiä muutoksia. Tekstin muokkaamiseen lukeutuu kaikki se, mitä kullekin tekstin osalle tapahtuu sen ensimmäisen version kirjoittamisen jälkeen. Kirjoittajasta sekä tekstistä riippuu, kuinka paljon tekstiä tarvitsee muokata. Tekstin viimeisissä versioissa kirjoittajan on tietoisesti pohdittava, miten hyvin suunnitelmaan kirjatut seikat, kuten tavoite ja ydinasiat ovat tekstissä toteutuneet. Myös palautetta on hyvä hakea kirjoittamisen eri vaiheissa. (Kankaanpää & Piehl 2011, 38–40.)

Opasteksti lähti muotoutumaan hitaasti. Vuoden 2019 marras- ja joulukuussa sekä vuoden 2020 tammi- ja helmikuussa keskityin etsimään opastekstini kannalta sopivia tietoja ja lähteitä. Samalla aloin myös tehdä tekstin alustavia luonnoksia ja muodostaa itselleni kuvaa tekstin lopullisesta muodosta. Maaliskuussa pääasiallisena tehtävänä oli sitoa asioita yhteen ja muodostaa tekstistä järkevä kokonaisuus. Maaliskuun loppupuolella sekä huhtikuun alussa muotoilin tekstin kerrontaa sekä karsin ja valitsin lopulliseen tekstiin sopivan sisällön. Koska kaikista kartanoista ei löytynyt yhtä runsaasti

tietoa kuin toisista, jouduin karsimaan joistakin kartano-osioista paljonkin tietoa, sillä muuten opasteksti olisi ollut epätasapainoinen sekä liian pitkä. COVID-19 taudin aiheuttamat toimenpiteet, eivät vaikuttaneet työhöni ratkaisevasti. Kirjastojen sulkeminen kuitenkin eväsi minulta mahdollisuuden hankkia lisätietoa sitä kautta. Kirjastojen sulkeutuessa olin kuitenkin jo hankkinut niin paljon tietoa, että pystyin luomaan hyvän ja tasapainoisen kokonaisuuden tekstistäni.

Tekstin viimeistelyvaiheessa kirjoittajan tulee kiinnittää huomiota eritoten tekstissä käytettyyn kieleen. Kirjoittajan on varmistettava, että teksti on ymmärrettävää ja virkerakenteet sekä sanavalinnat sopivat tekstin tyyliin sekä sen kohderyhmälle. Viimeistelyvaiheessa tehdään myös lopullinen otsikointi ja mahdolliset taulukot, kuvat ja kuvatekstit yhtenäistetään. Esimerkiksi tiivistelmä kuuluu usein viimeistelyyn ja tässä vaiheessa pitää myös varmistaa tekstin oikeakielisyys ja oikeinkirjoitus. (Kankaanpää & Piehl 2011, 42.)

Kun olin saanut hyväksynnän toimeksiantajalta lopullisen tekstin sisällöstä, minun täytyi tehdä vielä viimeiset toimenpiteet. Viimeistelin siis muun muassa tekstini kirjoitustyyliä ja oikeellisuutta. Lisäksi hankin vielä opastekstiini kuvat, jotka olin päättänyt ottaa itse. Lopuksi lisäsin tekstin loppuun fact-sheetin, alkusanat sekä sisällysluettelon. Muotoilin myös kansilehden sekä tarkastin otsikoinnin ja lähdeluettelon. Opasteksti valmistui lopulliseen muotoonsa toukokuun puolivälissä.

6.3 Menetelmäkuvaus

Opinnäytetyöni toiminnallisena osuutena toimi opasteksti ja sen tein kirjoituspöytätyöni tutkimuksena. Kirjoituspöytätyöni on valmiin tietomateriaalin hyödyntämistä ja siinä hankitaan tietoa, käsitellään tietoa sekä mahdollisesti taulukoidaan ja arvioidaan tietoa. Työhön tarvittavat tiedot löytyvät usein jo valmiiksi kerättyinä ja tällöin niitä tarvitsee vielä vain muotoilla kohteeseen sopivalla tavalla. On olemassa sekä sisäpuolisia että ulkopuolisia tietolähteitä. Esimerkiksi yrityksen sisäisiä tietolähteitä ovat kirjanpito sekä erilaiset raportit ja tilastot. Ulkoisina lähteinä toimivat muun muassa kirjastot, tietopankit, ammatilliset ja elinkeinoelämän järjestöt, valtion, kuntien ja pankkien laatimat julkiset tilastot sekä käsikirjat, hakemistot ja ammattilehdet. Jos tiedot joudutaan hankimaan monesta eri lähteestä, ongelmaksi voi muodostua materiaalin sisällön erilaisuus. Tällöin materiaalien yhdistäminen voi olla hankalaa ja myös lopputuloksen luotettavuus voi kärsiä. (Lahtinen & Isoviita 1998, 48.)

Lähdekriittisyys on olennainen osa tiedonhankintaa sekä tiedonmuodostusta. Lähdekritiikkiin liittyy tietolähteiden valintaperusteet sekä tietolähteistä poimittujen asioiden perusteet. Perusteet pitäisi kirjata ylös sekä säilyttää muistiinpanoissa viitteiden ja lähdetietojen kanssa. Lähdekritiikkiä tulee harjoittaa myös siinä vaiheessa, kun tekstiä siirretään muistiinpanoista varsinaiseen työhön. Sarkin ja Niemelän mukaan (2015, 251) uskottavuudella tarkoitetaan tässä yhteydessä tiedon laatua sekä sitä, kuinka uskottavaksi lukija mieltää kirjoitetun tekstin. Eskolan ja Suorannan (2000, 211) mukaan tiedon laatu puolestaan määräytyy sen mukaan, kuinka hyvin tiedon kerääjän käsitteellistäminen sekä tulkinta vastaavat tutkittavien kohteiden käsityksiä. Uskottavuus tuotetaan perustellusti tekstinä. (Vilkkä 2020, 47–48.)

7 POHDINTA

Opinnäytetyöprosessi oli mielenkiintoinen, mutta myös opettavainen ja haastava. Opastekstin puitteissa oli kiintoisaa päästä tutustumaan Kuopion kartanoiden historiaan sekä niissä asuneisiin henkilöihin. Oli myös hauskaa päästä kirjoittamaan opastekstiä. Haasteeksi työssäni koin niin aiemmin mainitsemani materiaalin epätasapainoisuuden, mutta myös aikataulutuksen. Koska opinnäytetyön tekoprosessi lähti hitaasti käyntiin keväällä 2019 ja kesä sekä syksy aika minulla meni muiden asioiden parissa, en päässyt tavoitteeseeni työn valmiiksi saamisessa sen vuoden aikana. Talven 2019–2020 sekä kevään 2020 aikana minulla oli edelleen vaikeaa pysyä aikataulussani, jonka vuoksi minulle tuli lopulta kiire. Lisäksi, koska keskityin niin tiiviisti opastekstiin, opinnäytetyön raportin puoli jäi aika viime tippaan. Omalla ajan käytöllä tämän olisi kuitenkin voinut ennakoita ja estää.

Opastekstin ja opinnäytetyön kirjoittaminen oli kaiken kaikkiaan mielekästä ja mielenkiintoista. Sain kartanoista paljon tietoa ja opin paljon uusia asioita Kuopion historiasta. Lisäksi pääsin tutustumaan useisiin Kuopion merkkihenkilöihin. Muutamasta kartanosta minulla oli kuitenkin vaikeuksia löytää sopivaa materiaalia työhöni, mutta mielestäni sain näistäkin osioista tarpeeksi hyvää tietoa tasapainoisen tekstin luomiseen. Opinnäytetyön teoriansikin kirjoittaminen oli itselleni mielekäs prosessi. Aihe oli itseäni kiinnostava, mutta haasteena oli aikataulun tiukkuuden lisäksi myös kirjastojen sulkeutuminen COVID-19-pandemian vuoksi. Uskon kuitenkin saaneeni opinnäytetyön raportista hyvän kokonaisuuden minulla jo valmiiksi olleista kirjoista ja tiedoista sekä e-kirjoista ja muista sähköisistä lähteistä.

Opinnäytetyön aloitusvaiheessa sopivan aiheen löytäminen oli minulle haastavaa. Olin siis helpottunut löydettyäni itseäni kiinnostavan aiheen. Kuitenkin myös työn eteneminen osoittautui hiukan haastavammaksi kuin olin ajatellut ja aikataulu joutui venymään useampaan otteeseen. Kirjoittamisessa haasteellisinta oli sopivien lähteiden löytäminen. Olisin myös toivonut voivani käydä kattavammin läpi erilaisia historiallisia kohteita opinnäytetyössäni. Kuitenkin aikataulu sekä muiden aiheiden laaja käsittely estivät tämän ajatuksen toteutumisen.

Kirjoittamastani opastekstistä tulee olemaan hyötyä SH Traveledu Oy:n opastetuilla kierroksella niin oppaille kuin opastettavillekin. Oppaat saavat käyttöönsä hyvän tietopaketin kartanoista ja opastettavat saavat tutustua Kuopion alueen mielenkiintoisiin kartanoihin ja niiden historiaan. Kartanot ovat matkailukohteina houkuttelevia ja niitä voidaan muovata monenlaiseen toimintaan. Matkailussa niistä hyödynnetäänkin esimerkiksi museoina tai muunlaisina tutustumiskohteina. Vaikka opastekstissä esitelmäni kartanot eivät oikeastaan ole matkailualan käytössä, ne ovat täynnä historiaa ja niissä on potentiaalia toimia esimerkiksi matkailun merkeissä tulevaisuudessa.

Opinnäytetyöni teoriassa pohtimani asiakkaan kokemus muodostuu monista erilaisista tekijöistä ja kokemusten ja elämysten luominen on tärkeä osa matkailu- sekä opastoimintaa. Jos tuote ei jää asiakkaan mieleen millään lailla, se kertoo paljon sen laadusta ja sisällöstä. Jokaisen opastuksen tulisi jäädä matkailijan tai muun asiakkaan mieleen ja sen tulisi jäädä mieleen nimenomaan positiivisena kokemuksen, johon matkailija haluaa hakeutua uudestaan.

Opinnäytetyöstäni löytyy monenlaisia jatkotutkimuskohteita. Olisi kiinnostavaa tutustua esimerkiksi erilaisten kvantitatiivisten sekä kvalitatiivisten tutkimusten kautta kartanoiden merkitykseen matkailussa sekä kartanoiden vetovoimatekijöihin. Myös erilaiset kartanoiden tulevaisuuteen liittyvät tutkimukset olisivat mielenkiintoisia jatkotutkimuskohteita. Toki olisi myös mahdollista tehdä uusia opas-tekstejä sekä kenties myös tutkia niiden käyttöä ja niiden hyödyllisyyttä. Oma opinnäytetyöprosessini oli kaiken kaikkiaan haasteistaan huolimatta onnistunut ja opettavainen. Uskon kehittyneeni niin kirjoittajana, että tiedon kerääjänä ja tiedon käyttäjänä.

LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

- AHVENAINEN, Perttu, GYLLING, Janne ja LEINO, Sani 2017. Viiden tähden asiakaskokemus – tee asiakkaistasi faneja. 1. painos. Helsinki: Kauppakamari.
- BEECH, John ja CHADWICK, Simon 2005. The business of tourism management. Pearson Education.
- BERGSTRÖM, Seija ja LEPPÄNEN, Arja 2018. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16.–18. painos. Helsinki: Edita.
- BOWDIN, Glenn, ALLEN, Johnny, O'TOOLE, William, HARRIS, Rob ja MCDONNELL, Ian 2012. Event Management. 3. painos. USA, New York: Routledge.
- COOPER, Chris 2004. Tourism – principles and practice. 3. painos. Harlow: Pearson Education.
- FISCHER, Merja ja VAINIO, Satu 2014. Potkua palvelubisnekseen – asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki: Talentum.
- HILTUNEN, Elina 2017. Mitä tulevaisuuden asiakas haluaa – trendit ja ilmiöt. Jyväskylä: Docendo.
- HOLLOWAY, J. Christopher, HUMPHREYS, Clare ja DAVIDSON, Rob 2009. The business of tourism. 8. painos. Englanti: Pearson Education Limited.
- KANKAANPÄÄ, Salli ja PIEHL, Aino 2011. Tekstintekijän käsikirja – opas työssä kirjoittaville. Helsinki: Suomen Yrityskirjat Oy.
- KEEGAN, Warren J. ja GREEN, Mark C. 2017. Global Marketing. 9. painos. Boston: Pearson.
- KELOSAARI, Artemis 2017-05-29. Suomen hienoimmat kartanot. Mondo. [Viitattu: 2020-05-13.] Saatavissa: <https://www.apu.fi/artikkelit/suomen-hienoimmat-kartanot>
- KOIVUMÄEN KARTANO. Koivumäen historia ja Gustav Ranin. [Viitattu: 2020-05-13.] Saatavissa: <https://www.koivumaenkartano.com/fi/yritys/historian-havinaa/>
- KUMRA, Dr. Rajeev 2007. Consumer Behaviour. 1. painos. Global Media.
- KUOPIO. Kuopio.fi. Von Wright kulttuuripolku. [Viitattu: 2020-05-14.] Saatavissa: <http://www.vwrightpolku.kuopio.fi/>
- KUOPION KAUPUNKI. Savilahden kaupunkisuunnitteluprojekti [verkkajulkaisu]. Sairaalat – Harjulan sairaala. [Viitattu: 2020-05-13.] Saatavissa: <http://www.savilahti.com/sairaalat>
- KYLPYLÄHOTELLI RAUHALAHTI. Rauhalahden tarina. [Viitattu: 2020-05-13.] Saatavissa: <https://www.rauhalahti.fi/info/info/rauhalahden-tarina>
- LAHTINEN, Jukka ja ISOVIITA, Antti 1998. Markkinointitutkimus. Tampere: Avaintulos Oy.
- LÖYTÄNÄ, Janne ja KORTESUO, Katleena 2011. Asiakaskokemus – palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.
- NIIRANEN, Timo 1990. Kuopion Savilahti – Kartanosta yliopistoksi. Snellman-instituutti B-sarja. Kuopio: Kuopion kaupunginhallitus.
- NIUVANNIEMEN SAIRAALA. [Viitattu: 2020-05-13.] Saatavissa: <http://www.niuva.fi/index.htm>

OPETUSHALLITUS 2011. Matkaoppaan ammattitutkinto 2011 [verkkajulkaisu]. Määräys 12/011/2011. [Viitattu: 2020-04-24.] Saatavissa: <https://eperusteet.opintopolku.fi/eperusteet-service/api/dokumentit/2411171>

PIRINEN, Aulis 1973. Kunnalliskoti Harjula 100 vuotias. Kuopio. Sijainti: Kuopion kaupunginkirjasto.

RAUHALAHDEN KARTANO. Tietoja [Facebook -sivut]. [Viitattu: 2020-05-13.] Saatavissa: https://www.facebook.com/pg/Rauhalahdenkartano/about/?ref=page_internal

RKY – MUSEOVIRASTO 2009. Haminalahden kulttuurimaisema. [Viitattu: 2020-05-13.] Saatavissa: http://www.rky.fi/read/asp/r_kohde_det.aspx?KOHDE_ID=179

SUOMEN OPASLIITTO RY 1998. Opin ja opastan. Helsinki: Oy Edita Ab.

TARSSANEN, Sanna 2009. Elämystuottajan käsikirja. 6. painos. Rovaniemi: Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.

TIIRIKARI, Leeni ja KÄRKI, Manu 2013. Kartanokierros. Somerniemi: Oy Amanita Ltd.

TILASTOKESKUS. Tietoa tilastoista. Käsitteet. Matkailija. [Viitattu: 2020-05-03.] Saatavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/matkailija.html>

VERHELÄ, Pauli 2020. Matkalla oppaaksi – opastuksen ja ohjaamisen perustietoa. Kuopio: SH Traveldu Oy.

VERHELÄ, Pauli ja LACKMAN, Pekka 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. 1. painos. Porvoo: WSOY.

VILKKA, Hanna 2020. Akateemisen lukemisen ja kirjoittamisen opas. Jyväskylä: PS-kustannus.

VUORIO, Kaija 2010. Niuva – Niuvanniemen sairaala 1885–1952. Tampere: Niuvanniemen sairaala.

VUORISTO, Kai-Veikko 2003. Matkailun maailma – kansainvälisen matkailun maantiede. 1. painos. Helsinki: WSOY.

WORLD FEDERATION OF TOURIST GUIDE ASSOCIATIONS 2003. Tourist Guiding. What is a Tourist Guide?. [Viitattu: 2020-05-04.] Saatavissa: <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide>

LIITE 1: KUOPION KARTANOISTA - OPASTEKSTI



KUOPION KARTANOISTA

Opasteksti

SISÄLLYS

ALKUSANAT	51
KARTANOIDEN HISTORIASTA	52
HAMINALAHDEN KARTANO	55
KOIVUMÄEN KARTANO	58
HARJULAN KARTANO	60
FAGERNÄSIN KARTANO	62
RAUHALAHDEN KARTANO	64
FACT-SHEET	66
LÄHTEET	68

ALKUSANAT

Tervetuloa tutustumaan Kuopion alueen kartanoiden historiaan. Tässä opastekstissä käymme läpi kartanoiden ja kartanokulttuurin kehitystä ja syvennymme viiteen Kuopiossa sijaitsevaan kartanoon tarkemmin. Tämä opasteksti on tehty osana Savonia-ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä ja työn toimeksiantajana toimii SH Traveledu Oy. Opasteksti on tarkoitettu matkailijoille ja muille aiheesta kiinnostuneille henkilöille, ja se on luotu antamaan tietoa sekä helpottamaan tiedonsaantia Kuopion alueen kartanoista ja kartanoalueiden historiasta.

Työ on toteutettu kirjoituspöytätyönä ja sen sisältö on koottu kirjojen ja muiden kirjallisten lähteiden sekä verkkosivujen ja internet lähteiden avulla. Opinnäytetyöprosessini alkoi aiheen valinnalla ja aiheeseen tutustumalla. Hyödynsin erilaisia lähteitä kokonaiskuvan saamiseksi, jonka jälkeen kokosin tämän opastekstin keräämilläni tiedoilla.

Tämä teksti koostuu tarinoista, historiallisista faktoista ja tapahtumista sekä nykypäivän katsauksista. Jokainen kartanoteksti alkaa lyhyellä tarinalla, joka pyrkii esittelemään kartanon elämää ennen vanhaa ja luomaan lukijalle kuvan kartanon toiminnasta. Historiaosioon olen valikoinut kartanoiden kannalta tärkeimpiä ja mielenkiintoisempia tapahtumia. Katsauksissa nykyisyyteen kerron, mitä toimintaa kartanoissa ja/tai niiden alueilla tänä päivänä on.

Huom! Suurin osa esiteltävistä kartanoista sijaitsevat joko yksityis- tai sairaala-alueilla. Alueilla on huomioitava erilaiset kieltomerkinnot ja alueilla ei tule liikkua asiattomasti tai ilman lupaa.

Teksti ja kuvat: Julia Kuivalainen

Toimeksiantaja: SH Traveledu Oy

Päiväys: 11.05.2020

KARTANOIDEN HISTORIASTA

Kun pohditaan, mikä kartano on, mieleen ilmestyy usein kuva komeasta päärakennuksesta puistojen ja puutarhojen keskellä. Asukkaiksi kuvitellaan yleensä aatelisia tai ainakin säätyläisiä, joiden alaisuudessa piiat, rengit ja torpparit työskentelevät. Lisäksi mielikuvissa usein näkyy laajat pelto- ja metsäalat sekä suuret karjasuojat eläimiseen. Kuitenkin kartano on vain yleisnimi, eikä sillä ole aivan yksiselitteistä merkitystä. Aikojen saatossa käsite ”kartano” on muuttunut ja nykyään sillä voidaan viitata joko rälssisäteriin, suurtilan sosiaaliseen tai taloudelliseen asemaan, tai sitten tilan omavaraiseen taloudenpitoon eli kartanotalouteen.

Kartanoiden ja koko kartanolaitoksen kehittyminen kytkeytyy kiinteästi aateliston sekä säätyjärjestelmän muodostumiseen. Sillä on vaikutteita keskiaikaiseen feodaalijärjestelmään, joka vaikutti merkittävästi yhteiskuntarakenteeseen Euroopassa. Kuninkaan ja kruununun tarve saada uskollisia ratsumiehiä palvelukseensa vaikutti merkittävästi kartanolaitoksen kehittymiseen. Ratsumiesten palvelus korvattiin rälssillä, maaveroon liittyneellä vapautuksella, ja lisäksi aikanaan aateliset saivat myös oikeuden kantaa lampuodeiltaan kruunulle kuuluneita veroja. Näin varallisuus kertyi aatelistolle ja omaluontoinen kartanolaitos kehittyi verovapaista rälssi- ja säterituloista.

Joidenkin kartanoiden juuret juontuvat keskiaikaisiin suurmiestaloihin, kun taas toisten synty selittyy talonpoikaistalojen tai kokonaisten kylien ostolla tai yhdistämisellä ja aatelistolle rälssimaaksi luovuttamisella. Suomessa on ollut sekä itsenäisiä, että valtion omistamia kruununkartanoita. Hallinnon keskuspaikkoina pidettyihin kruununkartanoihin kerättiin veroja sekä majoitettiin kuningasta seurueineen. Näin kuningas ja hänen seurueensa pystyivät kuluttamaan veroksi koottuja varastoja.

Kartanoihin luetaan Suomessa rälssisäterit, kruununkartanot, rukiinkartanot sekä muut herraskartanot, jotka ovat olleet historiallisesti säätyläisten omistuksessa. Itä-Suomessa aatelissukujen omistamia kartanota nimitettiin hoveiksi. Alun alkaen aateliskartanot eivät olleet tehokkaita maa- ja metsätaloustiloja. Niin kauan kuin veronkanto-oikeus rälssimaissa säilyi, ne toimivat pikemminkin säätyläisten seuraelämän keskuksina. Kun maanviljelys alkoi vahvistua kartanoissa autonomian ajalla, muuttuivat ne säteriratsutiloista herrastai ruukinkartanoiksi. Yli puolet Suomen keskiaikaisista kartanoista sijaitsee Varsinais-Suomessa sekä Uudenkaupungin ja Loviisan välisellä kapealla rannikkovyöhykkeellä. Sisämaan rälssisäterit sijaitsivat vanhoilla asuinalueilla, yleensä hyvien kulkureittien läheisyydessä.

Keskiajalla Ruotsissa alkoi kehittyä suurmaanomistajien talonpoikaisylimistö, joka säännöllisen veronmaksun alkaessa, vapautui maksuista. Heidän henkilökohtaiseksi velvollisuudekseen lankesi kruununun palvelu ja kotimaakuntiansa suojeleminen. Kuningas Maunu Ladonlukon antaessa niin sanotun Alsnön säännön vuoden 1279/1280 herraspäivillä, alkoi

tästä maallisesta vapaamiesjoukosta, rälssistä, muodostua laajempi aatelissäätö. Alsnön sääntö vapautti veroista kaikki ne henkilöt, jotka suorittivat ratsupalvelusta kuninkaalle, ylimystölle tai piispoille. Monet suvut suorittivat käytännössä ratsupalvelusta sukupolvesta toiseen. Näin syntyi rälssisukuja ja vanhimmista rälssisuvuista muodostui aatelin ylin kerros.

Kuningas Maunu Eerikinpoika julkaisi vuonna 1345 niin sanotun Täljen säännön, jonka mukaan rälssimieheksi korotettiin kuka vain varakas mies, joka pystyi kustantamaan ratsukon sekä ilmoittautui ratsupalvelukseen. Rälssimieheksi korotettu sai tilaansa verovapauden ja näitä tiloja alettiin myöhemmin kutsua sätereiksi. Suomalaisen rälssin muodostumisen voidaan katsoa alkaneen nimenomaan Täljen säännöstä.

Aateli irtautui 1500-luvulla keskiajalla muodostuneesta rälssistä ja siihen kuuluvat saivat verovapauden vuonna 1561 yhteen taloon. Vapaaherrat saivat verovapauden kahteen taloon ja kreivit puolestaan kolmeen. Verovapaus voitiin kuitenkin menettää, jos säteriä ei viljelty tai hoidettu tarpeeksi hyvin. Sätereistä syntyi rälssi- eli allodiaalisätereitä ja ne periytyivät suvussa vapautuksineen.

Kuningas saattoi lahjoittaa uskollisille avustajilleen läänityksiä 1500-luvun puolivälistä lähtien. Nämä kuninkaan antamat läänitykset olivat kylien tai kokonaisien pittäjien suuruisia alueita ja ne olivat usein entisiä kirkonmaita, jotka olivat uskonpuhdistuksessa siirtyneet kruunun haltuun. Vuosina 1656, 1682 sekä 1686 kruunun taloudelliset ongelmat johtivat reduktioihin, joiden nojalla kuningas sai valtuudet lahjoitusten peruuttamiseen. Sätereitä alennettiin säteriratsutiloiksi ja nämä tilat joutuivat ylläpitämään ratsumiestä, jotta he saivat säterivapautensa. Tavalliset ratsutilat olivat kuitenkin vielä huonommassa asemassa, sillä he joutuivat antamaan ratsumies kruunun palvelukseen ilman korvausta ja nämä tilat laskettiin talonpoikaistiloiksi.

Vasta 1700-luvulla kartanoiden omistajat alkoivat yleisesti asuttaa kartanoita. Kartanot alkoivat laajentaa maaomistustaan samoihin aikoihin ja myös torpparilaitos syntyi. Suurtilojen omistajat kehittivät tiloillaan maataloutta ja he perustivat teollisuusyrityksiä varsinkin 1800-luvun aikana. Myös Hämeessä, Savossa ja Karjalassa kartanokulttuuri kukoisti. Ruukinkartanoita oli perustettu lisäksi 1600-luvulta asti, ja ne omistivat suuria alueita metsiä rautaruukin tarpeisiin.

Sotilasvirkatalot, joiden haltijoiden tuli ylläpitää armeijan vakansseja sekä osallistua tarvittaessa sotaan, sijoittuivat kartanoiden ja talonpoikaistilojen välimaastoon. Ne oli perustettu kruunun omistamille maille ja ne oli asutettu armeijan sekä laivaston päällystöllä.

Kun Suomi vuonna 1808 siirtyi Venäjän alaisuuteen, ratsutilajärjestelmä purettiin. Ruotuväkiarmeija lakkautettiin ja ratsumiehen ylläpidon sijaan ratsutiloilta määrättiin veronomaisia maksuja. Yksinoikeus rälssimaan omistukseen pysyi kuitenkin aatellisilla, ja

aateliskartanot eivät vieläkään voineet siirtyä aatelittomien omistukseen. 1800-luvun loppupuolella kumottiin suurin osa aateliston erivapauksista ja vuonna 1864 rälssimaiden omistus vapautui lopullisesti. Hallitusmuoto kielsi aatelistarvojen myöntämisen vuonna 1919 ja 1920 kumottiin aatelienvapaudet. Vuonna 1924 lakkautettiin maavero ja rälssimaat joutuivat luopumaan maaveroista vapautetun erityisasemasta. Laista kumottiin viimeiset muodolliset säätyerioikeudet vuonna 1995.

Kun vuonna 1918 torpparilaitosjärjestelmä purettiin, torppien itsenäistyessä kartanoiden maanomistus alkoi huveta. 1940-luvulla kartanoiden maaomistukset vähenivät entisestään, kun Karjalan siirtolaisille lohkottiin tiloja. Suurten kaupunkien läheisyydessä sijaitsevat tilat päätyivät usein vuosisadan aikana maakeinotteluyhtiöille ja kaupungeille ja nämä palstoittivat tilat esikaupunkialueiksi.

HAMINALAHDEN KARTANO

”Tästä suuresta siskolaumasta nousi kolme taiteilijaa: Magnus, Wilhelm ja Ferdinand v. Wright. Isän taituruus ja hänen ajatus- ja huomiokykynsä terävyys oli yhtynyt äidin suovin taiteellisiin taipumuksiin, ja niin astui toinen veli toisensa jälkeen ilman taiteellista opastusta esiin etevinä piirustajina ja maalaajina. Heidän suuri opettajansa oli ollut luonto. Perheen nuoret miehet olivat kautta maan kuuluisia siitä, että kun teeri oli aiottu syötäväksi niin he ampuivat sen päähän vaikka lennosta, mutta toiseen siipeen, jos se oli täytettäväksi. He olivat pienestä asti tuntikausia väijyneet lintuja ja mitä muuta metsässä tai vedessä liikkui, ei saaliinhimosta, vaan aivan luontaisesta tiedonhalusta ja luonnon rakkaudesta. Sen takia heillä oli aivan ainutlaatuinen tuntemus kotiseutunsa luonnosta. Ja kun heistä sitten kehittyi taiteilijoita, tulivat he aivan kuin luonnostaan maisema- ja lintumaalareiksi.”

-Ståhlberg, Ester 1926, 52.

Haminalahden kartano eli Hovi sai alkunsa, kun suomalais-ruotsalainen mahtisuku Tawast osti 1700-luvulla Haminalahden kylän kaksi tilaa sekä Suovun talon Kaislastenlahden kylästä. Kartano sijoittui kapean lahden pohjukkaan, Kallavedelle. Tawastit lukeutuivat Suomen vanhimpaan aatelistoon ja etenkin keskiaikaisen piispa Maunu II Tawastin muisto antaa nimelle edelleen erityistä hohtoa. Kaarle XI:n 1600-luvun lopun ankarat reduktiot kuitenkin lamauttivat Tawastien sekä monien muiden mahtisukujen vallan ja vaurauden.

Kuopion pitäjältä Haminalahden kartanon osti itselleen Vänrikki Magnus Fredrik Tawast, mutta 1770-luvulla se siirtyi skotlantilaista alkuperää olevalle von Wrightien suvulle avioliiton kautta. Vänrikin 18-vuotias tytär, Anna Christina, meni naimisiin yli 20 vuotta vanhemman Jonas Mauritz von Wrightin kanssa. Anna Christina hoiti emännyytensä



Haminalahden kartanon

ponnella ja hänet tunnettiin seudulla ”Haminalahden suurena rouvana”. Jonas Mauritz palveli melkein 30 vuotta Savon rykmentissä, ja Savosta hän Anna Christina Tawastinkin löysi vaimokseen. Haminalahden isäntänä Jonas Mauritz tunnettiin kuitenkin tarmottomana, päättämättömänä sekä liiankin lempeäluontoisena.

Jonas Mauritz von Wrightin ja Anna Christinan liitosta syntyi vain yksi lapsi, Henrik Magnus. Hän aloitti vaiheikkaan sotilasuransa Haapanimen sotakoulussa jo 11-vuotiaana. Henrik Magnus kuitenkin haavoittui Alavuden taistelussa ja joutui siirtymään majurina eläkkeelle Haminalahden rauhaan. Merkkinä sotavuosiensa urhoollisuudesta hän sai kultamitalin sekä jatkuvasti kiusaavan haavan, joka pakotti hänet pysymään vuoteessa

suuren osan ajasta. Vuonna 1801 Henrik Magnus von Wright meni naimisiin 16-vuotiaan Maria Elisabethin, Leppävirran rovastin Gabriel Tuderuksen tyttären, kanssa. Tästä liitosta syntyi yhteensä viisitoista lasta, joista yhdeksän eli aikuiseksi saakka: Magnus, Wilhelm, Fredrik, Adolf, Wilhelmina (Mina), Fredrika (Fika), Rosalie (Rosa), Julius sekä Ferdinand.

Magnus, Wilhelm sekä Ferdinand von Wright tunnetaan osana 1800-luvun kulttuuri- ja tieteenhistoriaa Suomessa ja Ruotsissa. Parhaiten veljekset tunnetaan lintuaiheista maalauksistaan ja grafiikastaan. Magnuksen ja Ferdinandin tuotantoon kuuluu kuitenkin lintuaiheisten tieteellisten kuvien ja maalausten lisäksi monia maisema-aiheisia piirustuksia, maalauksia sekä asetelmia. Pitkäaikainen kokemus lintujen tarkkailusta sekä kuvittamisesta antoi veljeksille laaja-alaisen tieteellisen tuntemuksen ja heitä voidaankin pitää myös ornitologeina.

Kiinnostus luontoa kohtaan heräsi taiteilijaveljeksillä Haminalahden kartanossa jo varhain. Heidän isänsä kanssa tehdyt metsästys retket toimivat yhtenä innoituksen lähteenä ja heidän taiteelliset uransa lähtivät liikkeelle lähinnä piirustusharrastuksena. Ferdinand von Wrightin teos ”Taistelevat metsot” (1886) on mahdollisesti Suomen taiteen historian tunnetuin teos ja se on yksi Ateneumin taidemuseon rakastetuimpia maalauksia. Teos on maalattu nimenomaan Haminalahdessa Ferdinandin ollessa jo iäkkäämpi taiteilija.

Adolf von Wright siirtyi Haminalahden kartanon isännäksi vuonna 1842 Henrik Magnuksen luopuessa omasta isännyydestään. Adolf tunnetaan Haminalahden isännyyden lisäksi muun muassa poikansa Viktor Julius von Wrightin, työväenliikkeen uranuurtajan, kautta. Isännöys Haminalahden kartanossa päättyi Adolfilta 1860-luvun lopulla, kun hän joutui myymään kartanon naimattomille sisarilleen Minalle ja Rosalle, jotka etsivät viljelyksille vuokraajan. Vuonna 1881 Adolfin poika, Adolf (Atte) hänkin nimeltään, osti kartanon haltuunsa, mutta hän kuitenkin luopui siitä vuonna 1910 ja myi kartanon uudelle omistajalle.

Haminalahden kartanon nykyinen päärakennus on rakennettu entisen myllyn paikalle vuosina 1848–1850. Se on rakennettu todennäköisesti Magnus von Wrightin tekemien piirustusten mukaan. Entisen päärakennuksen paikalle rakennettiin vuonna 1863 Lugnet-niminen rakennus Ferdinand von Wrightille. Hän asui ja työskenteli siellä, kunnes vuonna 1883 hänen huono terveydentilansa pakotti hänet siirtymään päärakennukseen.

Haminalahden kulttuurimaisemaan kuuluu viljelysten, metsäisten mäkien ja jyrkänteiden sekä pienten saarten täplittämien vesistöjen lisäksi Salonsaari, Pirttisaari sekä lintumaalari Matti Karppasen mökki ja Karppasensaari, jonka taiteilija latoi itse kivistä. Salonsaarella sijaitsee arkkitehti Einar Sjöströmin suunnittelema jugendvaikutteinen asuinrakennus. Tämä asuinrakennus kuului alun perin Adolf (Atte) von Wrightille ja se rakentui vuosina 1911–1912. Pirttisaarella sijaitsee puolestaan Viktor Julius von Wrightin huvila.

27.10.2006 avattiin Haminalahdessa kulttuuripolku, joka esittelee Magnus, Wilhelm ja Ferdinand von Wrightin taideteoksi sekä heidän synnyinseutujensa maisemia. Nämä maisemat ovat vaikuttaneet vahvasti veljesten tuotantoon ja osa maalauksista esitelläänkin niissä kohdissa, joissa ne ovat maalattu. Lisäksi tällä 4,3 kilometrin pituisella polulla esitellään muuta Haminalahden kulttuurihistoriaa. Se kulkee metsäpolkuja sekä kyläteitä pitkin ja se on tarkoitettu kuljettavaksi sulanmaanaikoina. Paikoittaisista suuristakin korkeuseroista huolimatta polku on helpohko kulkea. Sen on suunnitelleet Haminalahden kyläläiset ja se on rakennettu EU-rahoituksen tukemana Kuopion kaupungin ja Haminalahden kyläläisten yhteistyöllä.



Von Wrightien taiteeseen pääsee tutustumaan Haminalahden kulttuuripolulla

KOIVUMÄEN KARTANO

”Lehdissä ilmoitettiin Koivumäen kananmunista, ruoka- ja siemenperunoista, maitotingeistä. Meneikki oli taattu. Kuluttajain määrä nimittäin jatkuvasti lisäänty, sillä juuri 1870-luvulla kuopiolaiset alkoivat luopua, perinnäisestä lehmänpidostaan ja siirtyä ostomaitoon. Perunapalstat rakennettiin puutarhoiksi. – Ranin osti jatkuvasti englantilaisia rotulehmiä. 60–70 päisen karjan ruokinta ei huonoinakaan rehuvuosina tuottanut hänelle vaikeuksia, sillä aina oli omasta takaa saatavana mäskiä ja rankkia korsirehun lisukkeeksi.

Aamuisin tuotiin myötävät kaupunkiin, illaksi vietiin syötävät karjalle Koivumäkeen. Ajoja riitti, niin maalla kuin kaupungissa. Eräällä torppareista oli yksinomaisena tehtävänä hevosten hankinta. Mutta vain parhaita oli Pekka Krögerillä lupa ostaa. Kopukoita ei Koivumäen tallissa kärsitty.”

-Hietakari, Eero 1952, 169.

Koivumäen kartano muodostui, kun pinta-alaltaan suurista Savon rykmentin virkataloista päätettiin karsia liikamaita 1700-luvun lopulla. Ruotsin kuningas itse vieraili Savon maalla ja yöpyi tuolloin Saloniuksen, silloisen Kuopion asessorin, residenssissä. Salonius toimi valtion virkamiehenä, mutta hänellä oli lisäksi yksityistä majatalotoimintaa. Koivumäen Salonius sai kuninkaalta lahjakirjalla ja hänen poikansa perivät tilan hänen jälkeensä. 17.9.1869 pidettiin pakkohuutokauppa Koivumäen rälssitilasta Hiltulanlahdessa ja tilan huusi itselleen Gustaf Ranin. Kartanon lisäksi kauppaan kuului sen kanssa yhdysviljelyssä olleet Alapihan sekä Lassilan tilat. Noin puoli vuotta myöhemmin Ranin osti vielä kartanon lähellä sijainneen Kauhasen tilan.



Koivumäen kartano

Gustaf Ranin (1825–1896) tuli Savonlinnasta Kuopioon vuonna 1840. Hän toimi aluksi liikemies G.W. Roeringin liikkeen palveluksessa ja siellä hän kohosi kirjanpitäjäksi. Gustaf Ranin työskenteli G.W. Roeringille 12 vuotta, jonka jälkeen hän siirtyi itsenäiseksi kauppaporvariksi. Ranin aloitti oman toimintansa vähittäis- ja osin tukkukauppiaana, ja vuosien mittaan hän laajensi toimintaansa niin Kuopion ulkopuolelle, että uusille aloillekin. Oy Gust. Raninin suosituimpiin tuotteisiin kuului olut, vilja ja jauhot. Ranin omistamat laitavat olivat hänen liiketoimintansa kannalta erittäin tärkeitä.

Kun Gustaf Ranin oli menettänyt vaimonsa lavantaudille, hän sai muun perheensä kanssa toisen kodin Koivumäen pitkästä, vanhasta, valkoiseksi rapatusta kartanosta säilyttäen edelleen kaupunkiasuntonsa. Kartanon päärakennuksen päätyikkunoista avautui

tylhän rauhallinen maisema ja se oli suojaisella paikalla suurten lehtipuiden katveessa. Koivumäen tilakompleksilla harjoitettiin Raninin aikaan voimaperäistä viljelyä ja uusimpia menetelmiä käytettiin alinomaa. Tilalla kokeiltiin, hylättiin sekä hyväksyttiin erilaisia tapoja toimia. Esimerkiksi kivenraivauksen tulokset voidaan nähdä vielä tänäkin päivänä pitkinä kiviaitoina sekä harjumaastoksi kivettöminä peltoina. Vanhat nurmet ja saloniityt hävitettiin kylvöheinän tieltä ja karjatalous päihitti viljan viljelyn.

Gustaf Ranin oli kuollessaan varakas ja kunnioitettu liikemies ja hänet muistettiin koko Savon liike-elämän kohottajana. Koivumäen seuraavaksi isännäksi asetui Gustaf Raninin poika, Peter Emmanuel, joka kuitenkin kuoli vuonna 1906. Hänen jälkeensä kartanoa isännöimään ja yritystoimintaa ylläpitämään tuli Raninin tytär, Alma, miehensä Ernest Biesen kanssa. Vuonna 1907 pariskunta rakennutti Koivumäkeen uuden päärakennuksen omaksi kodikseen. Tämä jugend-tyylinen hirsikartano on helsinkiläisen arkkitehdin, Walde-
mar Aspelinin, suunnittelema.

Ernest Biese kuoli vuonna 1926 ja Alma Biese hoiti miehensä kuoltua kartanoa. Kun hän 1940-luvulla kuoli, kartano siirtyi perikunnan sekä kauppahuoneen (Oy Gust. Ranin) omistukseen. Vuonna 1922 säädettiin torpparilaki, jonka vuoksi Koivumäen kartanon tilasta erotettiin 13 entistä torppaa ja näistä torpista muodostettiin itsenäisiä tiloja.

Tila pysyi jakamattomana vuosikymmeniä ja se toimi yhteistyössä Oy Gust. Raninin kanssa. Alma Biesen perikunta päätti kuitenkin myydä vuonna 1960 osakeyhtiö Gust. Raninille Koivumäen kartanosta 65 hehtaarin määrään, johon kuuluivat myös rakennukset.

Kartanon ja sitä ympäröivien peltojen tullessa Oy Gust. Ranisen haltuun aloitettiin voimakkaat parannustyöt. Vuonna 1966 laajennettiin kartanon sikalaa lähemmäs 600 yksilöön. Yhtiössä hyödynnettiin jo Gustaf Raninin aikana sen eri toimialoja. Esimerkiksi kartanon puutarhasta vietiin sen toimiaikana alkoholijuomatehtaalle marjoja ja myllyyn vietiin viljaa. Ruis- ja riisirehujauhot, jotka myllyn sivutuotteena syntyivät, sekä oluttehtaalta tullut mäski käytettiin sitten puolestaan Koivumäen sikojen ruoaksi. Sikalan toiminta lakkautettiin vuonna 1970-luvun alkupuolella.

Vuonna 1994 Oy Gust. Ranin myi kartanon Timo Nylundin sekä Kirsti Dunkel-
lin (o.s. Nylund) perheille. Alkuperäisenä ideana oli tehdä kartanosta kahden perheen koti. Nylund kuitenkin luopui ajatuksesta ja vuonna 1999 Kirsti Dunkel avasi miehensä Harry Dunkel-
lin kanssa kartanon päärakennuksen alakertaan ravintolan. Kirsti ja Harry itse muuttivat päärakennuksen yläkertaan. Nykyään tilalla toimii ravintola Koivumäen kartano Oy sekä Ratsastuskoulu Ratsunainen Oy Koivumäen Kartanon tallit. Ravintola Koivumäen kartano Oy tarjoaa ravintolapalvelujensa lisäksi kokous-, sauna- ja juhlapalveluita.

HARJULAN KARTANO

"Harjulan isännäksi tuli Tavastien ja Lodein jälkeen possessionaatti Johan Henriksson v:sta 1842 sekä puolisonsa Agatha Ahlbom.

Kuten säätyläisten aikana, pysyi Harjula uuden omistajankin aikana seurapiirielämän keskeisenä paikkana. Vieraita tuli läheltä ja kaukaa ja suuria, monipäiväisiä juhlia vietettiin. Aina niinkauan kuin olutta kellarissa riitti. Sellainen oli ajan tapa.

Mainittakoon, että tänä aikana vietettiin Harjulassa J.V. Snellmanin ja apteekkarintyttären Johanna Loviisa Wennbergin kihlajaiset erittäin riemullisissa merkeissä."

-Leimu, Jorma 1969, 2-3.

1540-luvulla Kuopionniemellä oli seitsemän taloa, joista kuusi on paikannettu: Olli Lappalaisen, Lauri Koljosen, Pekka Jalkasen ja Olli Hatsoisen talot sekä Tuppuralansaari eli Savisaari ja Suni Niutasen Niuvanniemi. Seitsemäs talo oli mahdollisesti ainakin osittain Harjulan eli Savilahden tilan varhainen edeltäjä, jota isännöi Lauri Tikkanen.



Harjulan maisemia

Elias Samuelinpoika Paldanius, joka vaikutti 1600-luvulla Kuopion ja Iisalmen voutikunnan henkikirjoittajana, meni naimisiin Maria Skopan kanssa. Maria Skopa kuului tunnettuun kuopiolaiseen pappis- ja virkamiessukuun. Elias Paldanius muodosti Savilahden tilan yhdistämällä vaimonsa suvun alueita sekä kaksi vanhaa Savilahden kylän autiotaloa, jotka olivat kuuluneen Taskisen suvulle. Savilahden ta-

lostasta muodostui Harjulan kartano, joka nousi merkittävään asemaan Kuopion historiassa.

1700-luvulla Hatsalan kapteenin virkataloa isännöi pitkään Torsten Tawast, joka osti Harjulan tilan vuonna 1776. Lisäksi Tawast osti liikamaat Harjulasta ja Hatsalasta. Torsten Tawastin kuollessa vuonna 1788 Harjula jäi hänen vaimolleen sekä lapsilleen. Tawastin tyttären, Eva Sofian, mentyä naimisiin, uudeksi isännäksi nousi hänen puolisonsa eversti Carl Leonard Lode, joka tunnetaan Vänrikki Stoolin tarinoiden Ukko Lodena. Kun vuonna 1816 Carl Leonard Lode kuoli, hänen vaimonsa jäi emännöimään tilaa aina siihen saakka, kunnes vuonna 1843 muutti Tukholmaan.

Tila siirtyi seuraavaksi Johan Henrikssonin omistukseen. Kun Johan Henriksson kuoli 11.7.1864, peri hänen poikansa Ferdinand sekä tyttärensä Olga Josefina Henriksson Harjulan tilan. Suuren tilan hoito alkoi kuitenkin rasittaa perikuntaa ja niinpä se päätyikin

huutokaupattavaksi vuonna 1866. Kuopion kaupunki päätyi ostamaan Harjulan tilan. Tilasta järjestettyyn huutokauppaan Kuopion kaupunki oli valtuuttanut Gustaf Raninin, V. Moldakoffin sekä C. G. Svahnin ostamaan tilan kaupungille. Vuonna 1873, parin vuoden pohtimisen jälkeen, syntyi päätös tehdä Harjulasta köyhäintalo. Tilaan liitettiin työlaitoksen ja vaivaistalon lisäksi sairaala sekä mielisairaala.

Harjulan holhous- ja työhuoneen avajaiset pidettiin 1.12.1873 ja sen toiminta alkoi 46 köyhän vastaanottamisella, joista suuri osa oli lapsia. Erään tiedon mukaan Harjulaan saapui joulukuun kuluessa jopa 69 uutta köyhää hoidettavaksi, mutta heillä oli käytössään vain kuusi huonetta.

Harjula oli toimintansa alkuaikoina oikea sekalaitos. Vanhukset, aikuiset, lapset, terveet, sairaat ja jopa mielisairaat oli laitettu majoittumaan yhdessä ilman suurempaa järjestystä. Harjulan laitos toimi hoito- ja työlaitoksena, mutta siellä saatu hoito oli kovin puutteellista sekä alkeellista. Minna Canth kirjoittikin vuonna 1886 Harjulan oloista ja köyhän väestön turvattomuudesta yleensä naturalistisen kurjuuden kuvauksessaan, ”Köyhää kansaa” -tekstissään. Epäkohtiin alettiin kiinnittää huomiota, vaikka parannuksien toteuttamisessa menikin aikaa.

Vuonna 1959 kaikki Harjulassa hoidossa olleet mielisairaat siirrettiin vastavalmistuneeseen Julkulan B-sairaalaan ja Harjulan mielisairaalaosasto lakkautettiin. Lisäksi vuonna 1961 työterapiana harjoitettu maataloustoiminta Harjulassa lakkautettiin.

Harjula on edelleen toiminnassa oleva sairaala ja Kuopion yliopistollinen sairaala sijaitsee aivan sen vieressä. Sen vanhimmasta rakennuskannasta on jäljellä vain kivikelari sekä varastorakennus. Lisäksi vuoden 1988 asemakaavassa sen kaksi vanhinta sairaalarakennusta laitettiin suojelun alaisiksi. Nämä rakennukset ovat vuonna 1904 valmistunut Syrjälä sekä vuonna 1915 valmistunut Kivelä.



Harjulan sairaala-alueita

FAGERNÄSIN KARTANO

” – kaupungista Julkulan pappilaan tehtiin uusi tie, joka meni Niuvanniemen maiden läpi nykyisen Puijonsarventien linjauksen mukaisesti. Tien valmistuttua maalaiskunta ei enää osallistunut vanhan rantatien ylläpitoon. Uudelta tieltä oli yhdystie, jonka komistukseksi istutettiin koivukuja. Yhdystien myötä tulosuunta sairaala-alueelle muuttui, joten uusi komea pääportti tuli Hallintolan ja osastorakennusten väliin. Myös kellotorni löysi uuden paikkansa Hallintolan alapuolelle rakennetun puutarhurin asuinrakennuksen päädystä.

Yhdystiestä tuli todellinen riesa, sillä kuopiolaiset ottivat tavakseen tehdä huviajeluita Niuvanniemeen töllistelläkseen kävelypihojen potilaita kuin eläintarhassa ikään. Meno oli villiä myös öisin, jolloin humalaiset seurueet saattoivat ajella kaupungista kiljuen häiritsevästi ja jopa hevoskilpajajat pitivät tietä harjoitusratanaan. Kun ylilääkäri Björkmanin suusanalliset ponnistelut sopimatoman ja potilaita loukkaavan menon estämiseksi olivat tehottomia, saatiin Kuopion läänin kuvernööri puuttumaan asiaan. Yhdystie suljettiin läpikulkuliikenteeltä, tosin vain kesälle, sillä talvisaikaan liikennettä ei ollut haitaksi asti. Kieltoaukko, jossa läpikulku ja asiaton liikkuminen sairaalan alueella kiellettiin 40 markan sakon uhalla, ilmestyi yhdystielle vuonna 1902.”

-Vuorio, Kaija 2010, 28.

Fagernäsän tilan historia juontaa juurensa jo 1500-luvun puolivälin tienoilta, jolloin tilan omistaja oli ensimmäisten veroasiakirjojen mukaan Suni Niutas. Tilan entisiin isäntiin lukeutuu muun muassa Kuopion ensimmäisen kirkkoherran Aeschilius Kauhasen perilliset. Näistä esimerkiksi Henrik Henrikinpoika Argillander oli teollisuusmies, joka tunnetaan muun muassa Juankosken ruukinpatruunan ja Souvun sahan perustajana sekä valtiopäivämiehenä.



Niuvanniemen sairaala-alue

Saariomistukset mukaan luettuina Fagernäs oli suuri tila. Valtio pakkolunasti tilan maanmittari Johan Melartinin perikunnalta muodostaakseen Niuvanniemen keskuslaitoksen. Pohjoisen Suomen mielisairaalan sijoituspaikaksi Kuopio valikoitui jo 1850-luvulla. Tähän vaikutti muun muassa hyvät liikenneyhteydet, jotka paranivat vielä entisestään Savon radan johdosta. Siirtolaisjärjestelmän mukainen mielisairaala edellytti myös huomattavan ison alan viljelyskelpoista maata, joka oli lunastettavissa ja soveltui lohkottavaksi

torpiksi. Lisäksi etäisyys kaupungista oli oltava sopiva. Niuvanniemen kylässä sijainnut Fagernäsin maatila täytti kaikki kriteerit.

Sairaalan historian ensimmäinen ylilääkäri nimitettiin virkaansa vuoden 1884 heinäkuussa. Tämä kunnia annettiin Axel Hårdhille ja vuoden 1885 tammikuussa hänen vastuulleen luovutettiin ensimmäisen rakennusvaiheen rakennukset. Aina vuoteen 1894 kestäneen rakennusurakan lopputuloksena rakennukset sisälsivät yhteensä 310 sairaansijaa, joista miehille oli 185 ja naisille 125. Vuonna 1909 valmistui Niuvanniemeen naisrakennus III, jolloin sairaalassa oli sairaansijoja yhteensä 330 kappaletta, 185 miehille ja 145 naisille. Tämän jälkeen ei rakennettu uusia tiloja yli 50-vuoteen, vaikka sairaansijoja lisättiinkin 400:aan 1930-luvun lopulla ja 430:een 1940-luvulla. Seuraava uudisrakennus valmistui vasta vuonna 1963. Vuonna 1932 Niuvanniemen keskuslaitos vaihtoi nimensä Niuvanniemen sairaalaksi.

Talvisodan puhjetessa tuli Niuvanniemeen käsky SotaS. 20:n ylilääkäri Martti Hämäläiseltä, että sairaalan on järjestettävä 100 potilaspaikkaa. SotaS. 20:n osasto 8, Niuvanniemen sairaala oli valmiina joulukuun puolivälissä. Naisosasto I oli tyhjennetty potilaspaikkoja varten ja osasto 8 toimi kirurgisena yksikkönä. 15.12. sotasairaalaan alkoi virrata potilaita. Vuoden 1940 maaliskuun alussa tyhjennettiin miesosasto I sotasairaalan jatkoksi ja siinä toimessa se pysyi huhtikuun loppuun saakka. Talvisodan aikana Niuvanniemessä hoidettiin 460 potilasta. Kun jatkosota sitten syttyi, luovutettiin Niuvanniemen sotasairaalan eli SotaS. 20:n Jaostosairaala II:n käyttöön samaiset mies- ja naisosastorakennukset kuin talvisodankin aikaan. Sodan päätyttyä lokakuun puolivälissä 1945 löytyi Niuvanniemestä varsin suuri asekatko, joka sisälsi 10 ratsuväenkivääriä, 303 jalkaväenkivääriä, 16 konepistoolia sekä tarvikkeita ja varaosia näihin. Niuvanniemeltä löydettiin toinenkin katko, joka sisälsi noin 72000 9 mm:n pistoolipanosta, 415 munakäsikranaattia sekä 10 varsikäsikranaattia.

Niuvanniemen sairaala on tänä päivänä toiseksi vanhin Suomessa toimivista psykiatrisista sairaaloista, heti Helsingin yliopiston keskussairaalaan liitetyn Lapinlahden sairaalan jälkeen. Saneerauksista huolimatta sairaalan rakennuksissa voi nähdä sen pitkän historian ja ne ovatkin museoviraston suojeluksessa. Sairaala tarjoaa korkealaatuista oikeuspsykiatrista erityistason hoitoa sekä mielentilatutkimuksia. Lisäksi se vastaa osaltaan henkilöstön työpaikkakoulutuksesta ja kehittämistoiminnasta oikeuspsykiatrian alalla.

Kallaveden rannalla sijaitsee myös vanhasta navetasta kunnostettu Fagernäsin kartanon juhlatila. Tila on tarkoitettu erilaisten tapahtumien ja tilaisuuksien pitopaikaksi ja se sijaitsee noin neljän kilometrin päässä Kuopion keskustasta kulttuurihistoriallisessa ympäristössään.

RAUHALAHDEN KARTANO

”Lode hallitsi Kuopion komppanian päällikkönä Hatsalan sotilasvirkatuloa v:sta 1789 lähtien aina eroonsa eli vuoteen 1810 saakka. Kun hänen appensa Torsten Tawast, jonka seuraajaksi hän muuten Hatsalaan tuli, oli ostanut Harjulan tilan sekä Hatsalan liikamaat (Jynkän kylän uudistalo n:o 1) nämä tilat joutuivat Loden isännyyteen. Hän valvoi näin ollen sekä Hatsalan että Jynkän uudistilan etuja samalla itsensä, vaimonsa että kälynsä Maria Kristina Blomin puolesta. Hän asettuikin asumaan Harjulaan, missä hän myös 1816 kuoli. Ehkäpä kuuluisin Hatsalan isännistä ja kuopiolaisista upseereista – Carl Leonhard Lode – on haudattu Kuopion sankaripuistoon.”

-Lappalainen, Pekka 1982, 332.

Rauhalahden kartano syntyi 1800-luvun alussa. Siihen aikaan se kuului vielä uudisviljelyksenä Harjulan tilaan, jota hallitsi kapteeni Carl Leonard Lode. Alun perin Hatsalan liikamaihin kuulunutta Jynkän uudistaloa alettiin kutsua Rauhalahdeksi 1820-luvulla.

Alkujaan Rauhalahden kartanon maihin kuului koko Rauhalahden vapaa-ajan alue sekä vie-



Rauhalahden maisemia

reinen Jynkän kaupunginosa. Jynkkä liittyi myös Suomen sodan historiaan, sillä maaliskuussa 1808 kapteeni J. Z. Duncker viivytti Jynkänlahdella 320 miehen voimin venäläisten etenemistä. Tämän viivytyksen ansiosta Savon prikaatin pääjoukko pääsi vetäytymään salmen taakse Toivalaan Kuopion pohjoispuolelle hyviin puolustusasemiin.

Loden tytär, Sofie Charlotte, ra-

kensi yhdessä miehensä, majuri Carl Johan Blomin, kanssa Rauhalahden kartanon, ja tämän jälkeen kartanolla on ollut useita omistajia. Pekka Juho Jalkanen omisti kartanon vuosina 1891–1911, jonka jälkeen hänen poikansa, Matti Jalkanen, omisti tilan vuosina 1911–1920. Kartano oli sukulaistalo myös von Wrightin taiteilijaveljeksille. Heidän tuotannossaan on teoksia, joiden aiheena on ollut Rauhalahden. Kartano oli kauppiassuku Hallmanin omistuksessa vuodesta 1927 aina vuoteen 1972 saakka, kunnes Kuopion kaupunki osti maat sekä rakennukset.

Nykyinen Rauhalahden kartano sijaitsee Kallaveden rannan läheisyydessä Kuopion eteläpuolella ja se on osa Rauhalahden vapaa-ajanalueita. Kuopion keskustasta kartanolle on matkaa vain muutamia kilometrejä. Kartanolle pääsee kesäisin myös M/S Salmetar -laivalla, joka pysähtyy Rauhalahden satamassa. Rauhalahden kartano tarjoaa

muun muassa ikääntyville ihmisille päivätoimintaa, joka pyrkii tukemaan iäkkäiden ihmisten hyvinvointia, omatoimisuutta sekä sosialisoitumista. Kartanolla on myös alpakoita, jotka voivat tulla vierailemaan tilauksesta esimerkiksi tapahtumissa. Lisäksi kartano tarjoaa muun muassa kokouspalveluita sekä tiloja päivätilaisuuksiin.

Hotelli Rauhalahden rakentaminen käynnistyi vuonna 1979 ja lomahotelli Rauhalampi avattiin vuonna 1981. Katiskanimen tontista Rauhalampi teki vuokrasopimuksen kaupungin kanssa vuonna 1987. Sinne siirrettiin vanhan tukkilaiskämpän hirret Nurmekselta ja näin sai alkunsa tilausravintola Jätkäkämpä sekä ”mualiman suurimpana” markkinoitu savusauna. Vuonna 1991 rakennettiin hotellin yhteyteen kylpylä ja vuonna 2001 se laajennettiin nykyiseen kokoluokkaansa. Vuonna 2004 valmistui huoneistohotelli ja marraskuussa 2008 avattiin uusi ravintolamaailma.

Rauhalahden alueella sijaitsee nykyään myös Matkailukeskus Rauhalampi, Rauhalampi Teatteri (kesäteatteri), Rauhalampi Bowling, tennis- ja squashhal- leja sekä ratsastustalli. Lisäksi Rauhalahden alueella voi vierailla muun muassa eläinpuistossa tai Katiskaniemen luontopululla.



FACT-SHEET

Kartanoiden historiasta:

- Kartanoihin luetaan Suomessa rälssisäterit, kruununkartanot, rukiinkartanot sekä muut herraskartanot, jotka ovat olleet historiallisesti säätyläisten omistuksessa.
- Itä-Suomessa aatelissukujen omistamia kartanoita nimitettiin hoveiksi.
- Aatelissäädyn katsotaan alkaneen muodostua, kun Ruotsin kuningas Maunu Ladonlukko antoi Alsnön säännön vuoden 1279/1280 herraspäivillä.
- Suomalaisen rälssin muodostumisen voidaan katsoa alkaneen Täljen säännöstä, jonka kuningas Maunu Eerikinpoika julkaisi vuonna 1345.
- Kuningas saattoi lahjoittaa uskollisille avustajilleen läänityksiä 1500-luvun puolivälistä lähtien.
- Vuosina 1656, 1682 ja 1686 kruunun taloudelliset ongelmat johtivat reduktioihin.
- Kun Suomi vuonna 1808 siirtyi Venäjän alaisuuteen, ratsutilajärjestelmä purettiin.
- 1800-luvun loppupuolella kumottiin suurin osa aateliston erivapauksista.
- Hallitusmuoto kielsi aatelistarvojen myöntämisen vuonna 1919 ja 1920 kumottiin aatelin verovapaudet.
- Laista kumottiin viimeiset muodolliset säätyerioikeudet vuonna 1995.

Haminalahden kartano:

- Haminalahden kartano eli Hovi sai alkunsa, kun suomalais-ruotsalainen mahtisuku Tawast osti 1700-luvulla Haminalahden kylän kaksi tilaa sekä Souvun talon Kaislastenlahden kylästä.
- 1770-luvulla se siirtyi skotlantilaista alkuperää olevalle von Wrightin suvulle avioliiton kautta.
- Anna Christina Tawast ("Haminalahden suuri rouva") meni naimisiin Jonas Mauritz von Wrightin kanssa => liitosta syntyi Henrik Magnus, joka meni vuonna 1801 naimisiin Maria Elisabeth Tuderuksen kanssa => heidän liitostaan syntyi yhdeksän aikuiseksi saakka kasvanutta lasta.
- Magnus, Wilhelm ja Ferdinand von Wright tunnetaan osana 1800-luvun kulttuuri- ja tieteenhistoriaa Suomessa ja Ruotsissa.
- Parhaiten veljekset tunnetaan lintuaiheisista maalauksistaan ja grafiikastaan.
- Vuonna 1910 Adolf (Atte) von Wright myi kartanon uusille omistajille.
- Nykyinen päärakennus on rakennettu vuosina 1848–1850 Magnus von Wrightin piirustusten mukaan.
- 27.10.2006 avattiin Haminalahdessa kulttuuripolku, joka esittelee Magnus, Wilhelm ja Ferdinand von Wrightin taideteoksia sekä heidän synnyinseutujensa maisemia.

Koivumäen kartano:

- Koivumäen kartano muodostui, kun pinta-alaltaan suurista Savon rykmentin virkataloista karsittiin liikamaita 1700-luvun lopulla.
- 17.9.1869 pidettiin pakkohuutokauppa Koivumäen rälssitilasta Hiltulanlahdessa ja tilan huusi itselleen Gustaf Ranin (1825–1896).
- Ranin aloitti oman toimintansa vähittäis- ja osin tukkukauppiaana, ja vuosien mittaan hän laajensi toimintaansa niin Kuopion ulkopuolelle, että uusille aloillekin.
- Koivumäen tilakompleksilla harjoitettiin Raninin aikaan voimaperäistä viljelyä ja uusimpia menetelmiä käytettiin alinomaa.
- Raninin jälkeen isännäksi tuli Peter Emmanuel Ranin, jonka kuoltua 1906 kartanoa tuli isännöimään Alma ja Ernest Biese.
- Vuonna 1907 pariskunta rakennutti Koivumäen uuden päärakennuksen.
- 1940-luvulla kartano siirtyi Alma Biesen perikunnan sekä kauppahuoneen (Oy Gust. Raninin) omistukseen.
- Nykyään tilalla toimii ravintola Koivumäen kartano Oy sekä Ratsastuskoulu Ratsunainen Oy Koivumäen Kartanon tallit.

Harjulan kartano:

- Elias Paldanius muodosti Savilahden tilan yhdistämällä vaimonsa, Maria Skopan, suvun alueita sekä kaksi vanhaa Savilahden kylän autiotaloa.
 - Savilahden talosta muodostui Harjulan kartano, joka nousi merkittävään asemaan Kuopion historiassa.
 - Torsten Tawast osti Harjulan tilan vuonna 1776 ja hän osti myös Harjulan ja Hatsalan liikamaat.
 - Tawastin tyttären, Eva Sofian, mentyä naimisiin, uudeksi isännäksi nousi hänen puolisonsa eversti Carl Leonard Lode, joka tunnetaan Vänrikki Stoolin tarinoiden Ukko Lodena.
 - Tila siirtyi 1800-luvun puolivälin tienoilla Johan Henrikssonin omistukseen.
 - Tila päättyi huutokaupattavaksi vuonna 1866 ja Kuopion kaupunki osti sen => Harjulasta tehtiin köyhäintalo ja tilaan liitettiin työlaitoksen ja vaivaistalon lisäksi sairaala ja mielisairaala.
 - Harjula oli toimintansa alkuaikoina oikea sekalaitos ja sen tarjoama hoito oli puutteellista ja alkeellista.
 - Minna Canth kirjoitti vuonna 1886 Harjulan oloista ja köyhän väestön turvattomuudesta yleensä => epäkohdettiin alettiin kiinnittää huomiota.
 - Vuonna 1959 Harjulan mielisairaalaosasto lakkautettiin ja vuonna 1961 työterapiana harjoitettu maatalous-toiminta Harjulassa lakkautettiin.
 - Harjula on edelleen toiminnassa oleva sairaala.
-

Fagernäsin kartano:

- Fagernäsin tilan historia juontaa juurensa jo 1500-luvun puolivälin tienoille, jolloin tilan omisti ensimmäisen veroasiakirjojen mukaan Suni Niutas.
 - Valtio pakkolunasti tilan maanmittari Johan Melartinin perikunnalta muodostaakseen Niuvanniemen keskuslaitoksen.
 - Sairaalan historian ensimmäinen ylilääkäri nimitettiin virkaansa vuoden 1884 heinäkuussa.
 - Vuonna 1932 Niuvanniemen keskuslaitos vaihtoi nimensä Niuvanniemen sairaalaksi.
 - Talvisodan ja jatkosodan aikana Niuvanniemen sairaalassa toimi sotasairaala, SotaS. 20:n osasto 8.
 - Sodan päätyttyä Niuvannimestä löytyi kaksi asekatkkoa.
 - Niuvanniemen sairaala on tänä päivänä toiseksi vanhin Suomen toimivista psykiatrisista sairaaloista.
 - Kallaveden rannalla sijaitsee myös vanhasta navetasta kunnostettu Fagernäsin kartanon juhlatila.
-

Rauhalahden kartano:

- Rauhalahden kartano syntyi 1800-luvun alussa, jolloin se kuului uudisviljelyksenä Harjulan tilaan, jota hallitsi Carl Leonard Lode.
 - Alun perin Hatsalan liikamaihinkin kuulunutta Jynkän uudistaloa alettiin kutsua Rauhalahdeksi 1820-luvulla.
 - Alkujaan Rauhalahden kartanon maihin kuului koko Rauhalahden vapaa-ajan alue sekä viereinen Jynkän kaupunginosa.
 - Loden tytär, Sofie Charlotte, rakensi yhdessä miehensä, majuri Carl Johan Blomin, kanssa Rauhalahden kartanon.
 - Kartanolla on ollut useita eri omistajia.
 - Nykyään Rauhalahden kartano tarjoaa muun muassa ikääntyville ihmisille päivätoimintaa sekä kokouspalveluita ja tiloja päivätilaisuuksiin.
 - Rauhalahden alueella sijaitsee myös muun muassa Kylpylähotelli Rauhalhti, Matkailukeskus Rauhalhti, Rauhalhti teatteri, Rauhalhti Bowling, tennis- ja squashhalleja sekä ratsastustalli.
-

LÄHTEET

- ANTTONEN, Erkki ja PENNONEN, Anne-Maria 2017. Veljekset von Wright – Taide, tiede ja elämä. Helsinki: Ateneumin taidemuseo.
- HAIKONEN, Iris, TERÄVÄINEN, Erkki 2006. Kartanon mailla – sätereitä ja rälssimiehiä. Helsinki: Genimap Oy.
- HIETAKARI, Eero 1952. Osakeyhtiö Gust. Ranin : Savon vanhin kauppahuone 1852-1952. Kuopio: Oy Gust. Ranin.
- ILTANEN, Jussi 2008. Suomen 100 – Kartanot. Helsinki: Karttakeskus.
- KAURANEN, Jouko 2002. Oy Gust. Ranin 150 vuotta. Kuopio: Oy Gust. Ranin.
- KOIVUMÄEN KARTANO. Koivumäen historiaa ja Gustav Ranin. [Viitattu: 2020-07-04.] Saatavissa: <https://www.koivumaenkartano.com/fi/yleista-ravintolasta/yritys/historian-havinaa/>
- KUOPIO. Kuopio.fi. Von Wright kulttuuripolku. [Viitattu: 2020-03-16.] Saatavissa: <http://www.vwright-polku.kuopio.fi/>
- KUOPION KAUPUNKI 2016. Kuopio Tapahtumakaupunki – Kuopion kaupungin tapahtuma-alan palveluopas [verkkojulkaisu]. Fagernäsin kartanon juhlatila. [Viitattu: 2020-04-15.] Saatavissa: https://www.kuopio.fi/documents/7369547/7545335/Palveluopas_tapahtumajarjestajalle.pdf/
- KUOPION KAUPUNKI. Savilahden kaupunkisuunnitteluprojekti [verkkojulkaisu]. Sairaalat – Harjulan sairaala. [Viitattu: 2020-04-07.] Saatavissa: <http://www.savilahti.com/sairaalat>
- KYLPYLÄ-HOTELLI RAUHALAHTI. [Viitattu: 2020-03-24.] Saatavissa: <https://www.rauhalahti.fi/>
- LAPPALAINEN, Pekka 1982. Kuopion Historia I – Kuopion kaupungin esivaiheet ja perustamistoimet. Kuopio: Kustannuskiila OY.
- LEIKOLA, Anto, LOKKI, Juhani ja STJERNBERG, Torsten 2003. Von Wright -veljesten linnut. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- LEIMU, Jorma 1969. Harjulan perintötalo vv. 1561-1969 : Historiallinen katsaus tilan vaiheisiin [moniste]. Sijainti: Kuopion kaupunginkirjasto.
- NIIRANEN, Timo 1990. Kuopion Savilahti – Kartanosta yliopistoksi. Snellman-instituutti B-sarja. Kuopio: Kuopion kaupunginhallitus.
- NIUVANNIEMEN SAIRAALA. [Viitattu: 2020-04-02.] Saatavissa: <http://www.niuva.fi/index.htm>
- PELLI, Nina. Pulkka – Pohjois-Savon muisti. Pohjoissavolaiset vaikuttajat. Gustaf Ranin. [Viitattu: 2020-04-07.] Saatavissa: <https://pohjois-savonmuisti.fi/historia/pohjoissavolaiset-vaikuttajat/gustaf-ranin/>
- PIRINEN, Aulis 1973. Kunnalliskoti Harjula 100 vuotias. Kuopio. Sijainti: Kuopion kaupunginkirjasto.
- RAUHALAHDEN KARTANO. Tietoja [Facebook -sivut]. [Viitattu: 2020-03-25.] Saatavissa: https://www.facebook.com/pg/Rauhalahdenkartano/about/?ref=page_internal
- RAUHALAHDEN KARTANO. [Viitattu: 2020-03-25.] Saatavissa: <https://www.rauhalahdenkartano.fi/>

RKY - Museovirasto 2009. Haminalahden kulttuurimaisema. [Viitattu: 2020-03-20.] Saatavissa: http://www.rky.fi/read/asp/r_kohde_det.aspx?KOHDE_ID=179

STÅHLBERG, Ester 1926. Haminalahden kartano 1-2. Helsinki: Aamu-lehti 1926-1927. Sijainti: Kuopion kaupunginkirjasto.

TIIRAKARI, Leeni, KÄRKI, Manu 2013. Kartanokierros. Somerniemi: Oy Amanita Ltd.

VUORIO, Kaija 2010. Niuva - Niuvanniemen sairaala 1885-1952. Tampere: Niuvanniemen sairaala.