



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Aistikokemusten kartoitus ja tarinallistamisen vaikutus luontoretkellä

-Case Nuuksion Taika Oy

Palo, Heidi

2011 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Aistikokemusten kartoitus ja tarinallistamisen vaikutus luontoretellä

-Case Nuuksion Taika Oy

Palo, Heidi
Palvelujen tuottaminen ja
johtaminen
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2011

Palo, Heidi

Aistikokemusten kartoitus ja tarinallistamisen vaikutus luontoretkellä -Case Nuuksion Taika Oy

Vuosi 2011 Sivumäärä 78

Tällä opinnäytetyöllä oli kaksi tavoitetta. Ensimmäinen tavoite oli kartoittaa aistikokemuksia luontoretken yhteydessä ja toinen tavoite oli selvittää tarinallistamisen vaikutukset aistikokemuksiin luontoretkellä. Opinnäytetyö on osa Matkailijan moniaistinen palvelukokemus – hanketta, jonka tarkoituksena on palvelumuotoilun menetelmiä soveltamalla selvittää asiakkaan kokemuksia siitä, miten moniaistinen palvelutarjonta vaikuttaa palvelun kokemiseen, kohtaamiseen sekä kysyntään. Opinnäytetyön toimeksiantaja on Nuuksion Taika Oy, joka toimii Nuuksion kansallispuiston puitteissa ja tarjoaa luontoon soveltuvaa ohjelmaa.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys muodostaa yhdessä teorian moniaistiselle luontoretkelle. Teoreettinen viitekehys koostuu neljän eri aihealueen tarkastelusta. Nämä aihealueet ovat moniaistisuus, luontomatkailu, palvelu- ja elämysuote sekä tarinallistaminen.

Matkailijan moniaistinen palvelukokemus –hankkeen tarkoituksena oli soveltaa palvelumuotoilun menetelmiä tutkimuksessa, joten opinnäytetyön tutkimuksen toteutuksessa on käytetty palvelumuotoilun luotainmenetelmää soveltaen. Luotainmenetelmillä pyritään ymmärtämään käyttäjäkeskeisesti inhimillisiä ilmiöitä selvittämään suunnittelumahdollisuuksia ja ne ovat luonteeltaan tutkimuksellisia. Luotainmenetelmät perustuvat käyttäjän itsedokumentointiin. Tutkimus toteutettiin kolmen luontoretken yhteydessä ja kullekin retkelle osallistui kaksi ihmistä kolmesta ikäryhmästä. Ikäryhmät olivat 18–30-vuotiaat, 31–45-vuotiaat ja yli 46-vuotiaat.

Tutkimustulosten perusteella selvisi, että tarinallistaminen vaikuttaa heikentävästi yksittäisten aistikokemusten voimakkuuteen ja määrään. 31–45-vuotiaiden aistihavainnot ovat voimakkaampia kuin muiden ikäryhmien, yli 46-vuotiaiden taas heikoimpia. Näköhavaintojen määrät ja voimakkuudet olivat suurimpia kun taas makuhavaintojen määrät ja voimakkuudet vähäisimpiä.

Tutkimuksen otanta oli suppea ja tästä syystä yksilön vaikutus tuloksiin oli merkittävä. Luotettavampia tuloksia saadaan, jos tutkimus toistetaan muunneltuna suuremmalla määrällä tutkimushenkilöitä. Palvelumuotoilun keinojen käyttäminen kartoituksessa on haasteellista, mutta mahdollista. Tutkimustulosten perusteella voidaan lähteä palvelutuotetta kehittämään moniaistisempaan suuntaan tuoden mukaan myös tarinallistaminen. Vaikka tarinallistaminen tulosten perusteella heikentää aistikokemusten havainnointia, tuo se lisäarvoa palvelutuotteelle. Tarina tempaa kuulijan mukaansa, jolloin aistien havainnointi ja dokumentointi jää vähäisemmäksi.

Asiasanat luontoretki, moniaistisuus, tarinallistaminen

Palo, Heidi

Mapping Sensory Perceptions and the Effects of Storytelling during a Nature Tour -Case Magic of Nuuksio Ltd

Year	2011	Pages	78
------	------	-------	----

There were two objectives to this thesis. The first objective was to survey the experienced sensory perceptions on a nature tour. The second objective was to discover how storytelling affects sensory perceptions on a nature tour. This thesis is part of a bigger project: Multisensory service experience and service design in tourism companies (Mmp). The Mmp Project's objective was to discover consumers' experiences of how multisensory perceptions affect service experiences and how it affects the demand by using service design methods. The thesis was commissioned by Magic of Nuuksio Ltd. The company provides services in the Nuuksio National Park.

The theoretical section of this thesis bases on the theory of multisensory nature tours. It includes theory about four topics. These topics are multisensory perceptions, nature tours, service and experience products and storytelling.

In the Mmp Project the objective was to discover ways to use service design methods in a research. In this thesis probes was used as the service design research method. As a method, the purpose of probes is to produce understanding of humane phenomena and discover design opportunities. The probes method is considered to be a user-centred research method and it bases on self documentation. The research was executed on three nature tours. Two persons participated on each tour from three different age-groups. The age groups were 18-30, 31-45 and over 46 year olds.

Based on the research results, storytelling reduces the amount and strength of sensory perceptions. Persons between 31 and 45 had stronger sensory perceptions than others and over 46 year olds had the weakest sensory perceptions. The amount and strength of visual perceptions were greatest, whereas taste perceptions were mildest.

The sample of the research was narrow and due to that, individual effects on the results were significant. More reliable results could be discovered, if the research were repeated with some modifications. Using service design methods in a sensory perception study is challenging but plausible. Based on the results of this research, services can be designed to be more multisensory including storytelling. Even though storytelling seems to reduce sensory perception, it creates added value to the services. The story sweeps listener along and because of that sensory perception and self-documentation gain less attention.

Key words multisensory perception, nature tour, storytelling

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Nuuksion Taika Oy	7
3	Moniaistinen luontoretki	10
3.1	Moniaistisuus	10
3.2	Luontomatkailu	15
3.3	Palvelu- ja elämystuote.....	18
3.4	Tarinallistaminen.....	20
4	Tutkimuksen toteutus	23
4.1	Service design eli Palvelumuotoilu.....	26
4.2	Palvelun kulku	29
4.3	Asiakasymmärrys ja käyttäjätieto.....	30
5	Tutkimustulokset	32
6	Johtopäätökset	46
	Lähteet.....	50
	Kuvat ja kuviot	52
	Taulukot	52
	Liite 1: Tutkimuslomake	53
	Liite 2: Anne Kalliomäen haastattelu.....	60
	Liite 3: Taulukko kommenteista luontoretkellä	62
	Liite 4: Kuvat luontoretkeltä.....	63

1 Johdanto

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa Nuuksion Taika Oy:lle tietoa, jonka avulla yritys voi kehittää palveluitaan sekä tuotteitaan yksilöllisempään, moniaistiseen ja tarinallistettuun suuntaan. Opinnäytetyön tavoitteina on kartoittaa aistikokemuksia luontoretken yhteydessä sekä selvittää tarinallistamisen vaikutuksia aistikokemuksiin luontoretkellä.

Tutkimusongelmiksi on luettu palvelumuotoilun soveltuminen aistikokemusten kartoittamiseen, itse aistikokemusten tutkiminen ja tulosten luotettavuus sekä se, kuinka tarinallistamisen vaikutuksia aistikokemuksiin voidaan tutkia ja ovatko tulokset merkityksellisiä. Opinnäytetyö on osa Matkailijan moniaistinen palvelukokemus -hanketta, ja työn toimeksiantajana on Nuuksion Taika Oy. Kyseessä on kvalitatiivinen, eli laadullinen tutkimus.

Matkailijan moniaistinen palvelukokemus -hankkeessa tutkitaan moniaistisuutta palvelukokemuksessa. Tavoitteena on selvittää asiakkaan näkemyksiä moniaistisessa palvelutarjonnassa, kuinka moniaistisuus vaikuttaa palvelun kokemiseen ja mahdollisia vaikutuksia palvelun kysyntään. Nuuksion Taika Oy on Nuuksion kansallispuiston puitteissa toimiva yritys, joka tarjoaa erinäisiä ohjelmalveluita tiloissaan ja ympäröivässä luonnossa.

Opinnäytetyön teoreettinen pohja perustuu moniaistisuuteen ja tarinallistamiseen. Moniaistisuudella tarkoitetaan samaan aikaan useamman eri aistin kautta kokemista. Moniaistisella prosessilla voidaan kartoittaa ympäristöä kokonaisvaltaisesti. Tarinallistamisen avulla elämyksellisiä palveluita voidaan tarjota helpommin ja vahvistaa asiakkaan kokemaa tunnetasoa.

Opinnäytetyön tutkimusosuus tehtiin kolmen luontoretken yhteydessä. Tutkimusmenetelmänä käytettiin palvelumuotoilua ja tarkemmin palvelumuotoilun keinoista tutkimuksessa käytettiin luotaimia. Luotainmenetelmät ovat menetelmiä, joissa tutkimushenkilöt havainnoivat ympäristöä ja kirjaavat havaintonsa ylös itsedokumentoinnin avulla. Tässä tutkimuksessa käytettiin avoimia lomakkeita sekä valokuvausta. Tarinallistamista pyrittiin tutkimaan Nuuksion Taika Oy:lle tehdyn markkinointivideon sekä opastetun, tarinallistetun luontoretken avulla.

Aluksi opinnäytetyössä esitellään toimeksiantajana toimivaa Nuuksion Taika Oy:tä, Matkailijan moniaistinen palvelukokemus -hanketta, sekä Nuuksion kansallispuistoa. Tämän jälkeen siirrytään käsittelemään tutkimuksen teoreettista osuutta, joka pitää sisällään teoriaa moniaistisuudesta, luontomatkailusta, palvelu- ja elämystuotteesta sekä tarinallistamisesta. Teoriaosuuden jälkeen kuvataan tutkimuksen toteuttamista, jota seuraavat tutkimustulokset ja lopuksi vielä johtopäätökset.

2 Nuuksion Taika Oy

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Nuuksion Taika Oy, joka järjestää luontoon soveltuvaa ohjelmaa Nuuksion kansallispuiston puitteissa. Yrittäjänä toimii Satu Selvinen, joka on erä- ja luonto-opas sekä fysio- ja ratsastusterapeutti. Yritys toimii kestävän matkailun periaatteiden mukaisesti. (Nuuksion Taika Oy.) Nuuksion Taika Oy on perustettu vuonna 2008.

Toimitusjohtajana ja hallituksen varsinaisena jäsenenä toimii Satu Selvinen ja hallituksen varajäsenenä toimii Paula Annikki Jääskeläinen. (Fonecta.)

Ryhmille Nuuksion Taika Oy tarjoaa monipuolista ohjelmaa, joita ovat muun muassa virkistyskoulutus-, kokous- tai juhlapäivät. Yrityksen käytössä on huvila, joka sijaitsee noin 30 minuutin ajomatkan päässä Helsingin keskustasta sekä Helsinki-Vantaan lentokentältä. Huvilassa on tilaa noin kahdellekymmenelle hengelle tilaisuuden järjestämiseen. Huvilassa on langaton Internet-yhteys sekä sauna ja sähkölämmitys. Huvilan lisäksi yrityksen käytössä ovat nuotiopaikka sekä kota. Nuuksion Taika Oy korostaa ohjelmissaan suomalaista kulttuuria sekä perinteitä. Järjestetyt ohjelmat soveltuvat kaiken ikäisille, myös erityisryhmille ja ohjelmaa voidaan toteuttaa suomenkielen lisäksi englanniksi, ruotsiksi, saksaksi, ranskaksi ja hollanniksi. (Nuuksion Taika Oy.)

Kesäaikaan järjestettäviä ohjelmavaihtoehtoja ovat muun muassa uinti viereisessä järvessä, kalastus, soutu ja melonta. Lähistöllä sijaitsee reittejä, joilla voi harrastaa maastopyöräilyä ja sauvakävelyä sekä metsää, jossa voi marjastaa ja sienestää. Talvisin ohjelmaan voi sisältyä avantouintia, pilkkimistä, luistelua, laduille maastohiihtoa sekä luonnossa kävelyä lumikengillä. Nuuksion Taika Oy:n järjestämään ohjelmaan sisältyy myös metsäretkiä Nuuksion kansallispuistossa. Kodassa ja nuotiolla voidaan Suomalaiseen kansanperinteeseen tutustua shamaanirummun, myyttien ja tarinoiden muodossa, järjestää ratsastusta, kärry- ja rekiretkiä, hierontaa, luontaishoitoja, Pilatesta sekä Tai-chitä, musiikkia ja tanssia. (Nuuksion Taika Oy.)

Nuuksion Taika tarjoaa moninaisia ohjelmalveluita eri vuodenaikoina. Talvella järjestetään muun muassa ”Metsän Taikaa -retki”, joka alkaa potkukelkoilla. Retkeen sisältyy kävely nuotiopaikalle lumikengillä, jossa eväitä ja nokipannukahvia nautittaessa voidaan menneeseen palata tarinoiden ja shamaanirummun kera. Sama ohjelma voidaan tehdä myös kesällä sauvakävellen ja kickbike-lautaa käyttämällä. ”Lintujen ääniä” retkellä voi tutustua Nuuksion 120 eri lintulajin ääniin ammattilaisen opastuksella. Yritys tarjoaa myös vaellusmahdollisuuden eräoppaan johdolla ja yöpymisen laavussa tai teltassa. Kansanperinteistä pääsee nauttimaan metsän siimeksessä esimerkiksi nuotiolla tai kodassa ja valinnanvaraa on useiden eri ammattilaisten väliltä musiikista tarinoihin. Yhteystyökumppanin kanssa toteutettuna onnistuu myös esimerkiksi tulisilla hiilillä kävely. (Nuuksion Taika Oy.)

Kansallispuistot ovat suuria luonnonsuojelualueita, yli 1000 hehtaaria pinta-alaltaan. Ne ovat myös kaikille avoinna olevia nähtävyyksiä. Pää tarkoitus kansallispuistoilla on turvata luonnon monimuotoisuus. Kansallispuistot perustetaan valtion maalle lailla ja niitä hoitaa Metsähallitus. Sen lisäksi, että kansallispuistot ovat tyypillistä Suomalaista luontoa, ovat ne myös kansallisesti ja kansainvälisesti arvokkainta osaa Suomen luonnosta. Alueisiin kuuluu kansallismaisemia ja luonnon nähtävyyksiä. Kansallispuistoissa voi myös harjoittaa virkistystoimintaa luonnonsuojelun ehdoilla. (Metsähallitus.)

Nuksion kansallispuisto on perustettu vuonna 1994. Sen pinta-ala on 45 neliökilometriä ja kansallispuiston hoito on Metsähallituksen vastuulla. Nuksion kansallispuisto sijaitsee Vihdin, Espoon ja Kirkkonummen alueella. Nuksiosta löytyy merkittäviä reittejä, keittokatoksia ja telttailualueita. Suurin osa Nuksiosta muodostuu Nuksion järviylängöstä. Nuksion kansallispuisto on Uudellamaalla luonnonarvoiltaan tärkein ja laajin yhtenäinen saloalue. Nuksion luonto on hyvin monimuotoinen ja siitä saa kiittää eteläistä sijaintia ja rikkonaista kallioperää, joka luo elinympäristön vaihtelevuutta ja pienipiirteisyyttä. Kansallispuiston alueelta on löydetty useita kymmeniä uhanalaisia ja silmälläpidettäviä eläin-, kasvi- ja sienilajeja, kuten esimerkiksi liito-orava. (Metsähallitus.)

Yli 9000 vuotta sitten Nuksion ensimmäiset saaret nousivat jääkauden jäljiltä painuneesta maasta. Aluetta ei kuitenkaan asutettu vielä silloin, vaikka Nuksiossa onkin kivikautisten esinelöytöjen perusteella liikuttu heti jääkauden jälkeen. Kuusela, joka sijaitsee Pitkäjärven pohjoispäässä, on pitkään pidetty kampa- tai nuorakeraamisena asuinpaikkana, mutta nyttemmin on tultu siihen tulokseen, että esineitä on paikalle tipahdellut liikkujien rantautuessa. Löytöjen perusteella alueella on kuitenkin liikuttu jo neoliittisellä kivikaudella 5000-2000 eaa. Rautakauden aikana Nuksion hedelmälliseen ympäristöön nousi varhaisasutusta, mutta itse kansallispuiston alue säilyi eränkävynnin alueena. (Metsähallitus.)

Opinnäytetyö on osa Mmp -hanketta, joka on lyhenne matkailijan moniaistinen palvelukokemus-hankkeesta. ”Moniaistisuus matkailun markkinointiviestinnässä” (myöhemmin työssä mainittu nimellä Mmm -hanke) on helmikuussa 2010 päättynyt hanke, joka toteutettiin Laurean ja VTT:n kanssa. Hanke on edeltänyt nyt meneillään olevaan projektia ”Matkailijan moniaistinen palvelukokemus” joka myöhemmin lyhennetään Mmp. Mmm - hankkeessa tutkittiin moniaistisuuden mahdollisuuksia matkailun markkinointiviestinnässä ja tutkiminen toteutettiin kirjallisuuden sekä käytännön pilottien avulla. Lisäksi tutkittiin sosiaalisen median käyttöä ja sen virtuaalimarkkinointia. Mmm - hankkeessa tutkittiin eri aistiärsykkeiden yhdistämistä samaan viestiin, lisäksi yhteisöllinen kokemuksen yhdistäminen ja millä tavalla nämä vaikuttavat. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää miten eri aistiyhdistelmät vaikuttavat kuluttajan ostokäyttäytymiseen elämyksellisyyden, autenttisuuden ja luovuuden kannalta. Mmm - hankkeen tuloksissa tuli esille, että tuoksut saavat aikaiseksi paremman tuloksen kuin vain pelkkien kuvien ja äänen käyttö. (Alakoski, Isacsson & Bäck 2010, 3.)

Mmp -hankkeessa jatketaan moniaistisuuden tutkimista palvelukokemuksen kannalta. Palvelumuotoilu otetaan uudeksi tutkimusmenetelmäksi mukaan hankkeeseen jotta voidaan suunnitella ja toteuttaa palvelutapahtuma vastaamaan asiakkaan odotuksia ja tarpeita hyvin. ”Projektin tavoitteena on selvittää asiakkaan kokemuksia siitä, miten moniaistinen palvelutarjonta ja multimodaalisuus vaikuttavat palvelujen kokemiseen, kohtaamiseen ja sitä kautta kysyntään.” Asiakkaat ovat palvelujen aktiivisia osallistujia, moniaistisuutta ja palvelumuotoilua apuna käyttäen voidaan asiakkaan kokemusta rikastaa. Tämä ajatus toimii tutkimuksen lähtökohtana. Projektin tuotoksena syntyy monipuolinen menetelmäpaketti, jota voidaan soveltaa suoraan vapaa-ajan palveluiden suunnittelussa ja rikastamisessa sekä suunnitteilla oleville, että jo olemassa oleville matkailuun ja vapaa-ajan viettoon keskittyneille palveluille. (Alakoski ym. 2010, 3, 6.)

Keskeisiä teemoja projektissa on moniaistisuuden näkökulmasta asiakkaan palvelukokemuksen mittaaminen ja analysointi, palvelumuotoilun menetelmien soveltaminen moniaistisen palvelukokemuksen suunnittelussa, moniaistisen palvelukokemuksen mittaamista varten palvelumuotoilun mittauskeinot ja menetelmäpaketti sekä moniaistisuuden, multimodaalisuuden ja digitaalisen median avulla palvelukokemuksen rikastaminen. Projektin tutkimuskysymyksiä ovat muun muassa eri aistien vaikuttavuus palvelukokemuksen syntymisessä, minkälaiset elementit moniaistisuudessa luovat lisäarvoa, minkälaisiin tilanteisiin tietynlaiset moniaistiset palvelukokemukset soveltuvat, millä tavalla monikulttuurisuus näihin vaikuttaa ja miten palvelumuotoilua käyttämällä voidaan hyödyntää moniaistisuuden tarjoamia mahdollisuuksia. (Alakoski ym. 2010, 6.)

Matkailu- ja vapaa-ajan palveluita tuottavien yritysten lisäksi hankkeen tulokset hyödyttävät niitä yrityksiä, jotka tarjoavat palveluita ja tuotteita tälle toimialalle. Koska hankkeessa tehdään käytännön kokeita oikeissa tilanteissa, saavat mukana olevat yritykset mitattua sitä, kuinka asiakkaat kokevat moniaistisuuden yrityksen palveluissa. Menetelmissä ja analysoinnissa kiinnitetään huomiota tulosten merkityksestä liiketoimintaan. Tavoitteena on kehittää palveluita laadullisempaan suuntaan niin, että myös kysyntä kasvaa. Hankkeen myötä tieto ja taito palvelumuotoilun menetelmien käytöstä ja hyödyntämisestä moniaistisuuden kannalta lisääntyy ja se mahdollistaa vapaa-ajan palveluiden tutkimuksellisen kehittämisen. (Alakoski ym. 2010, 6 - 7.)

3 Moniaistinen luontoretki

Tässä osiossa tarkastellaan tutkimuksen teoreettista sisältöä, joka kokonaisuutena muodostaa moniaistisen luontoretken. Moniaistisuus osassa käsitellään aluksi yleisellä tasolla moniaistisuutta ja mitä sillä tarkoitetaan. Tämän jälkeen siirrytään tarkastelemaan lähemmin sitä, miten ihminen aistii ja lopuksi keskitytään yksittäisiin aisteihin. Moniaistisuuden jälkeen keskitytään luontomatkailuun, joka pitää sisällään ihmisen suhteen luontoon, luontomatkailun ja siellä elämysten kokemisen. Palvelu- ja elämystuote osassa tarkastellaan innovatiivisuuden merkitystä tuotekehittelyssä, mistä palvelutuote muodostuu ja mikä on elämys. Viimeinen tärkeä osa-alue tutkimuksen teoreettisessa viitekehyksessä on tarinallistaminen, jota käsitellään vielä lopuksi.

3.1 Moniaistisuus

Moniaistisuus ja toiselta nimeltään multisensorisuus tarkoittaa sitä, että saadaan samanaikaisesti aistikokemuksia useita, vähintään kolmea, eri aisteja käyttämällä. Moniaistisuus tukee muistelutyötä ja sitä voidaan käyttää rentoutuksen ja hyvinvoinnin tuottamiseen. (Laurea Ammattikorkeakoulu.) Luonnossa liikkumiseen tarvitaan moniaistista havainnoimista ja luonto itsessään onkin puhtaimmillaan moniaistinen ympäristö. Moniaistisuuden tärkeys tulee esille myös ihmisten välisessä kanssakäymisessä. Moniaistinen prosessi mahdollistaa jokapäiväisen elämän ja ympäristön kokonaisvaltaisen havainnoinnin. (Jokiniemi 2007, 12, 24.) Luonto on ihanteellinen ympäristö tutkia moniaistisuutta, koska siellä on jo valmiina kaikki tarvittava näön, kuulon, hajun, tunnon sekä maun kokemiseen. Tästä syystä myös moniaististen palvelujen tuottaminen luonnossa on helpompaa ja yksinkertaisempaa, kuin esimerkiksi rakennetussa ympäristössä. Toisaalta palvelukokemuksen kannalta moniaistinen kokeminen tilanteessa, jossa sitä ei ole odottanut, saattaa luoda voimakkaampia tuntemuksia käyttäjälle.

Ihminen saa tietoa ympäristöstään ja elimistöstään aistien avulla. Reseptorit, eli vastaanottimet, ovat aistielinten soluja tai solunosia ja ne ovat aistien kannalta ratkaisevassa osassa. Ulkomaailmasta tietoa välittävät eksteroseptorit, interoseptorit taas välittävät tietoa elimistöstä itsestään. Elimistön tai sen osan asennosta tai liikkeestä tietoa välittävät proprioseptorit. (Hiltunen, Holmberg, Kaikkonen, Lindblom-Ylänne, Nienstedt, & Wähälä 2005, 284.)

Ärsykkeet, joita ympäristö ihmiskehoon kohdistaa, ovat eri energiamuodoissa. Kosketus, paine ja ääni ovat mekaanista energiaa, hajut ja maut ovat kemiallista energiaa, valo on sähkömagneettista energiaa ja lämpötilan muutokset taas lämpöenergiaa. Vain yhdelle energiamuodolle herkäät aistinreseptorit toimivat eri energiamuotojen vastaanottajina ja ovat näin adekvaatteja, eli soveltuvia, reagoimaan juuri tiettyyn energiamuotoon. (Hiltunen ym. 2005, 284.)

Hiltunen ym. ryhmittelevät aistit niiden adekvaatin energiamuodon mukaan. Mekaanisiksi aisteiksi luetaan kosketus-, paine- ja kuuloaisti, sillä mekaaninen energia aiheuttaa niiden reseptorien ärtymisen. Kemiallisia aisteja ovat haju- ja makuu- aisti, sillä kemialliset aineet aiheuttavat niiden reseptorien ärtymisen. Termisiä aisteja ovat kylmän- ja lämpimänäisti. Näköaisti on elektromagneettinen aisti, sillä se syntyy silmänpohjan reseptoreihin vaikuttavasta säteilystä. Kipuaisti on nosiseptinen aisti, eli se varoittaa kudostuhosta. On olemassa myös ärsykeitä, kuten ionisoiva säteily ja magneettikenttä, joita ihminen ei voi adekvaattien aistinreseptorien puutteen takia aistia. (2005, 285.)

Vastaanottamansa energian aistinreseptorit muuntavat sähköisiksi pulsseiksi, eli hermoimpulsseiksi. Hermoimpulssien mukana siirtyy informaatio reseptoreihin vaikuttaneesta energiasta aistirataa pitkin keskushermostoon. Aistinreseptoreiden solukalvossa on lepopotentiaalia. Aistinreseptoreihin vaikuttava energia vaikuttaa tähän lepopotentiaaliin niin, että mitä voimakkaampi energia ärsykkeellä on, sitä pienemmäksi lepopotentiaali käy ja sitä voimakkaampi myös aistimus on. (Hiltunen ym. 2005, 285.)

Hiltunen ym. mukaan ihmisellä on kyky keskittyä ainoastaan muutamaan asiaan kerrallaan ja vain noin yksi kymmenesmiljoonasosa kaikkien eri aistinreseptorien hankkimasta informaatiosta tiedostetaan. Esimerkiksi verenpainereseptorien ja useimpien suolen reseptoreiden toiminta jää kokonaan tiedostamatta. Nopeasti tietoisuutta rasittamasta poistuvat myös monet aluksi tiedostetut, mutta yhdentekeväksi mielletyt asiat. Tästä ilmiöstä johtuu esimerkiksi se, että yhtäjaksoista liikenteen ääntä ei enää hetken päästä huomaa laisinkaan, mutta jos se yllättäen loppuu, hiljaisuuden kuitenkin huomaa. Tämä taas todistaa sen, että ääni on jatkuvasti vaikuttanut kuuloreseptoreihin. (2005, 285 - 286.) Toinen esimerkki aluksi tiedostetusta, mutta tämän jälkeen yhdentekeväksi mielletystä asiasta on hajuainin kohdalla. Vieraalle paikkakunnalla saavuttaessa saatat haistaa esimerkiksi paperitehtaan hajun, joka on ominaista paikkakunnalle. Jonkin aikaa paikassa oleskeltua ei paperitehtaan hajua enää huomaa, koska se on yhdentekevää tai siihen on sopeutunut.

Reseptorit itsessään toimivat myös toisarvoista painolastia vapauttaen. Ärsykkeen pysyessä tasaisesti samanlaisena, reseptoreista tulevat hermoimpulssit vähenevät. Tätä kutsutaan reseptorien adaptaatioksi, eli sopeutumiseksi. Adaptaatiota tapahtuu jossain määrin miltei kaikissa reseptoreissa, mutta etenkin faasisissa reseptoreissa, jotka pitkälti rekisteröivät ärsytystilan muutoksia. Lihas-, jänne- ja nivelreseptorien toiminta perustuu asennon säilyttämiseen sekä kipureseptorit ovat toonisia reseptoreja, joille on ominaista vähäinen adaptaatio. (Hiltunen ym. 2005, 286.)

Ayres taholtaan kuvaa aivojen suorittamaa impulssien integrointia seuraavasti. Ihmisen aistimukset muodostuvat impulssien virtauksista, joiden muodostumisessa osallisena ovat myös hermoston kemialliset reaktiot. Jotta impulssi saisi merkityksen, pitää aivojen integroida impulssit. Integraatio on siis se, joka muuntaa impulssit havainnoiksi. Aivot integroivat aisti-impulssit tarkoituksenmukaiseen muotoon ja suhteeseen ja tämän seurauksena hahmotetaan oma keho sekä muut ihmiset ja esineet. (2008, 31.)

Hermoston osia ovat kaksi suurta aivopuoliskoa, pikkuaivot, aivorunko, selkäydin sekä joka puolelle kehoa kulkevat hermot. Jokainen osa koostuu hermosoluista, neuroneista. Sensoriset neuronit kuljettavat impulsseja kehosta aivoihin tai aivojen sisällä kun taas motoriset neuronit kuljettavat impulsseja aivoista lihaksiin ja sisäelimiin. Aistitiedon reseptoreilta ottavat vastaan selkäydin, aivorunko, pikkuaivot ja aivopuoliskot ja tuottavat sen pohjalta tietoisuutta, hahmottamista, tietoa sekä tarkoituksenmukaisia kehon asentoja ja liikkeitä, suunnittelevat sekä koordinoivat liikkeitä ja tuottavat tilanteenmukaisia tunteita, ajatuksia, muistoja ja oppimista. Hermostosta yli 80 prosenttia osallistuu aistitiedon käsittelyyn ja jäsentämiseen. Näkö, kuulo, haju, maku ja tunto ovat ekstoreseptiivisiä, eli kehon ulkopuolelta tulevia aistimuksia. (Ayres 2008, 60 - 61, 74.) Tutkimuksessa keskitytään juuri näihin aistikokemuksiin.

Ayres kuvaa näköä visuaalisena aistina. Silmän verkkokalvon reseptorit reagoivat ympäristön valoaltoihin. Valon ärsyttäessä verkkokalvoa, lähtee siitä näköaistiärsyksiä aivorungon keskuksiin, jotka käsittelevät näköaistimuksia. Impulssit käsitellään ja yhdistetään muihin aistitietoihin, erityisesti lihaksista, nivelistä ja vestibulaarisesta aistijärjestelmästä tulevaan tietoon. Näin muodostuu perustietoisuus ympäristöstä ja esineiden sijainnista siinä. (2008, 75.)

Viestit aivorungon muihin osiin ja pikkuaiivoihin lähtevät aivorungon tumakkeista, jossa ne integroituvat motorisiin viesteihin ja menevät silmiä ja niskaa liikuttaviin lihaksiin. Tämän toiminnan ansiosta on mahdollista seurata liikkuvaa kohdetta kääntämättä päätään. Osa impulsseista jatkaa matkaa isojenaivojen aivopuoliskojen eri osiin, jossa aistitieto tarkentuu muunlaiseen aistitietoon. Osa tästä aistitiedosta tulee aivokuoren näköalueille, jossa muiden aistien lähettämän tiedon avulla erotellaan tarkasti visuaalinen aistitieto. Jotta ihminen voi nähdä ja ymmärtää ympäristönsä merkityksen, on aivojen toimittava kaikilla tasoilla hyvin. (Ayres 2008, 75.)

Kuulon Ayres taas esittää auditiivisena aisti. Sisäkorvan kuuloreseptorit lähettävät impulsseja aivorungon kuulokeskuksiin ilmassa kulkevien ääniaaltojen ärsyttäessä niitä. Yhdessä vestibulaarisen aistijärjestelmän ja lihasten ja ihon lähettämän aistitiedon kanssa kuulokeskukset käsittelevät kuuloärsyksiä. Kuuloärsyksiä ja visuaalisia aistiärsyksiä käsittelevät keskukset sijaitsevat aivorungossa hyvin lähellä toisiaan ja vaihtavat tietoa keskenään. Näköaistin lisäksi myös kuuloaistitiedosta osa jatkaa matkaa aivorungon muihin osiin ja pikkuaiivoihin ja integroituu muunlaiseen aistitietoon ja motorisiin viesteihin. Kuuloaistitieto jatkaa matkaa isojenaivojen aivopuoliskojen eriosiin, mukaan on sekoittunut myös muista järjestelmistä. (2008, 76.)

Olisi vaikea ymmärtää kuulemaansa, jos kuuloaistitietoon ei olisi sekoittunut aivojen eri tasoilla muunlaista aistitietoa. Äänet saavat merkityksen kun kuuloaisti integroituu varsinkin vestibulaarisen, mutta myös muun aistitiedon kanssa. Jokaisella aivojen tasolla viestistä tulee selkeämpi. (Ayres 2008, 76.)

Maku on gustatorinen aisti (Ayres 2008, 76). Tuorila, Parkkinen ja Tolonen jaottelevat maut viiteen eri makuun. Näitä ovat makea, suolainen, hapan, karvas ja umamin maku. Hyvin tyypillisiä maun aiheuttajia ovat makea sokeri, suolainen ruokasuola, hapan sitruunahappo, karvas kofeiini ja natriumglutanaatti, joka maistuu umamilta. Neljä ensimmäistä on aina tunnustettu mauiksi, mutta umami on liitetty mukaan vastan 1990-luvulla. (2008, 39 - 40.)

Aistimukset mausta välittyvät kielen makunystyröiden kautta. Makusilmujen huokosiin kulkeutuu sylkeen liuenneita makua aiheuttavia yhdisteitä. Makusilmut sijaitsevat makunystyröiden ulkoreunoissa. Makusilmujen soluissa on herkkiä vastaanottokohtia, joissa tapahtuu makuyhdisteiden aiheuttama reaktiosarja. Kun hermo aktivoituu, kulkee tieto hermoimpulsseina aivoihin. Pitkään on vallassa ollut käsite siitä, että kielen eri osat aistivat eri makuja. Tutkimustulokset ovat kuitenkin osoittaneet, että tämä ei pidä paikkaansa vaan makureseptorit altistuvat ärsytykselle samanaikaisesti. Kielen eriosilla saattaa olla maistamisherkkyden eroja, mutta ne ovat käytännössä merkityksettömiä. (Tuorila ym. 2008, 40 - 41.)

Ilmassa leijuu hajua tuottavia hiukkasia, joiden kemiallisesta koostumuksesta nenä lähettää tietoa. Haju ei muista aistimuksista poiketen kulje aivorungon reittien kautta, vaan välittyy suoraan aivojen limbiseen järjestelmään. Tämä on syynä siihen, että hajut voivat herättää tunteita. Asioista voidaan pitää, tai niitä voidaan inhota pelkän hajun perusteella. Muistot ja miellelyhtymät heräävät myös hajujen perusteella. Hajun perusteella saamme tiedon siitä, onko ruoka syömäkelpoista ja se vaikuttaa ruokavalintoihimme. (Ayres 2008, 77.)

Tuntoaistin toimintaa Ayres selittää seuraavasti. Ihon monet reseptorit vastaanottavat aistiärsyksiä kosketuksen, paineen, materiaalien koostumuksen, lämmön tai kylmän, kivun ja ihokarvojen liikkeiden perusteella. Voimakkaasti fyysiseen sekä psyykkiseen toimintaan vaikuttava tuntoaisti on ihmisen aistijärjestelmistä laajin. (2008, 77 - 78.)

Aistiärsyksiä selkäytimestä aivorunkoon välittävät tuntoreseptorit sijaitsevat niskan alapuolella. Aivohermoja pitkin aivorunkoon kulkevia impulsseja lähettävät pään iholla sijaitsevat tuntoreseptorit. Taktiilinen aistitieto leviää kaikkialle aivoihin aivorungosta. Monet näistä impulsseista eivät päädy aivoissa niihin osiin, joissa aistimukset tiedostetaan, vaan sen sijaan nämä impulssit vaikuttava aivojen alemmilla tasoilla auttaen liikkumaan tehokkaasti, säätelemään vireystilaa, vaikuttamaan tuntemuksiin ja antamaan muunlaiselle aistitiedolle merkitystä. Aivorungon tehtävä on kertoa, onko aistimus vaarallinen. (Ayres 2008, 77 - 78.)

Tuntoaisti kehittyy aisteista ensimmäisenä jo kohdussa ja toimii tehokkaasti jo siinä vaiheessa kun näkö- ja kuuloaistit alkavat vasta kehittyä. Kosketus vaikuttaa koko hermoston toiminnan jäsentymiseen. Jos taktiilisia aistiärsyksiä ei ole tarpeeksi, saattaa hermoston toiminta joutua helposti epätasapainoon. (Ayres 2008, 77 - 78.)

3.2 Luontomatkailu

Hemmi pohjustaa luontosuhteen käsitettä kertomalla, että monet eri alat ovat tutkineet ihmisen suhdetta ympäristöön ja luontoon. Erialoilla on erilaiset painotukset ihmisen luontosuhteesta. Tästä syystä yksiselitteistä tulkintaa ei helposti hahmota. Ihmisen suhde luontoon on dynaamista ja se vaihtelee sukupolvien sekä ihmisen oman iän mukana. Luontosuhde on myös osittain kulttuurillista. (1995, 55.)

Kasvillisuudesta, eläimistöä, kallioperästä, maaperästä, vesistöistä, ilmastosta, päivän ja yön vuorottelusta sekä vuodenaikojen vaihtelusta koostuu luontoympäristö. Ihminen vaikuttaa luontoon ja luonto vaikuttaa ihmiseen. Tämä on ihmisen ja luonnon välinen vuorovaikutussuhde, joka voi olla joko tilapäistä tai jatkuvaa. Muun muassa matkailijoiden, marjastajien ja sienestäjien luontosuhde on tilapäistä. (Hemmi 1995, 56.)

Erään käsityksen mukaan ihmisen havainto- ja ajatteluprosessit luontoon liittyen ovat määräytyneet sisäisesti ihmisen evoluution aikana. Toisaalta taas luontoelämykset, arvot ja asenteet määräytyvät ennemmin kulttuurin ja yksilön kehityksen ja kokemusten pohjalta. Luontokäsityksessä on siis vastakkaisuutta esimerkiksi kulttuurien yksilöiden välillä. Luonto voidaan kokea alempiarvoisena kuin esimerkiksi urbaanisuus ja luonnon ajatellaan olevan ihmistä rajoittava mahti. Toinen näkökanta on taas se, että luonto on tavoiteltava asia jota pidetään rauhan, levon ja pyhyiden paikkana. (Hemmi 1995, 57.)

Matkailijoiden luontosuhde määräytyy yleensä kaupunkikulttuurin kautta sen takia, että suurin osa matkailijoista asuu kaupungeissa. Uutuusarvoa luonnolla on kaupungistuneelle ihmiselle lähinnä siksi, että luonto nähdään positiivisessa valossa vastakohtana kaupunkielämälle ja sieltä saadaan uusia kokemuksia ja elämyksiä. Luonnossa matkaileva kokee luonnon yleensä olevan liittolainen, jota voidaan sopivasti hyödyntää, kunnioittaa ja pitää elinvoiman lähteenä. Matkailijan suhde luontoon on lähinnä tunnesuhde. Luonnosta haetaan helpotusta psyykkiseen väsymykseen ja kerätään uusia voimavaroja. (Hemmi 1995, 57, 59.) Luonto voidaan myös kokea pelottavana ja ahdistavana paikkana. Kaupunkeihin tottuneet, ja harvoin luonnossa käyneet voivat kokea itsensä epävarmoiksi jouduttuaan luontoon yksin. Kulttuuri vaikuttaa myös siinä mielessä, että esimerkiksi suomalaiset ovat tottuneet metsään, mutta esimerkiksi espanjalainen matkailija voi kokea Suomen luonnon ahdistavana, koska on tottunut avarampaan maisemaan.

Luontoelämysten kokemiseen löytyy lukuisia vaihtoehtoja ja kokemus tapahtuu Hemmin mielestä aina poikkeuksetta luonnossa. Luonto matkailijalle pitää sisällään elottoman ja elollisen luonnon, erilaisia värejä, hajuja, ääniä ja vuodenaikojen vaihteluja. Luonnossa matkailija voi muun muassa tarkkailla, valokuvata, tehdä eräretkiä ja virkistäytyä vesistöissä. (1995, 160.) Nykyään on toki mahdollista myös osittain kokea luontoa erinäisissä keinotekoisissa rakennetuissa ympäristöissä sisätiloissa.

Luontomatkailla voidaan tarkoittaa kaikkea matkailua, joka tapahtuu luonnossa, ainakin yleistetyti. Tässä tapauksessa hyvin oleellisia osia luontoympäristöön ja siellä tapahtuvaan toimintaan vaikuttavina asioina ovat matkailun vetovoimaisuus sekä aktiviteetit. Luonnonympäristön lisäksi turismi, ihmisen kokemus luonnosta ja eettiset kysymykset korostuvat luontomatkailla. (MEK 2010, 6.)

Elämyksellisyys, ympäristöarvot ja paikallisuus ovat oleellisia osia tuottaessa luontomatkailupalveluita. Suomalaiselta luontomatkailla odotetaan turvallisuutta, puhdasta luontoa, rauhaa ja hiljaisuutta erityisesti ulkomaalaisten taholta. Myös liikunta- ja toimintamahdollisuudet ovat tärkeitä. Haasteena keskeisillä matkailualueilla ovat luontomatkailla, luonnonsuojelun ja metsätalouden yhteensovittaminen. (MEK 2010, 6.)

Luontomatkailla on tullut yhä selkeämpi aluekehityksen väline, ja siinä onkin nähtävillä muuta matkailua vahvempi vaikutus ja yhteys paikalliseen talouteen ja kulttuuriin. Myös syrjäisten alueiden elinvoimaisuutta voidaan säilyttää edistämällä ja kehittämällä luontomatkailla. Matkailumarkkinoilla tärkeimpiä kehittämiskohteita ovat Suomen tunnettavuus ulkomailla, yhteistyö kotimaisten matkailuyritysten välillä ja ulkomaisten yhteistyökumppaneiden löytäminen. (MEK 2010, 6.)

Borg, Kivi ja Partti kertovat matkailun olevan jatkuvasti ja nopeasti muuttuva elinkeino, jossa asiakkaat ovat pääroolissa kuluttamassa matkailutuotteita. Kysyntä matkailun saralla laajenee nopeasti ja siksi palveluvalikoimaa kehitetään jatkuvasti. Jotta matkailuelinkeino voisi pitkällä aikavälillä menestyä, pitää huolehtia luonnon resurssien ja rakennetun ympäristön sekä paikallisyhteisöjen ja niiden kulttuurin hyvinvoinnista, kestävästä käytöstä ja hoidosta. Jotta voidaan saavuttaa kestävä kehitys, pitää näiden välillä olla rakentavaa yhteistyötä. Kohteen kantokyky on hyvin keskeinen asia puhuttaessa kestävästä matkailusta. Matkailua ei saa olla niin paljoa, että kohteelle koituisi pysyvää vauriota. Ympäristön laatu on tärkeä osa matkailutuotteen laatua. (2002, 11.) Varsinkin kansallispuiston, kuten Nuuksion alueella pitää tämä ottaa huolellisesti huomioon ja noudattaa luonnonsuojelun sääntöjä matkailua harjoittaessa.

Yksi luonnossa tapahtuvan matkailun muoto on seikkailumatkailu, josta Swarbrooke, Beard, Leckie ja Pomfret kertovat seuraavaa. Seikkailumatkailu on yleisesti hyväksytty termi matkailun saralla, mutta sen sisältöä ei ole tarkalleen määritelty. Sanaa seikkailuturismi tai seikkailumatkailu voidaan käyttää niin kävelystä maaseudulla kuin myös avaruuslennosta. Termi seikkailumatkailu on monimutkainen ja tulkinnanvarainen. (2003, 4.)

Matkailun sanotaan olevan yksi maailman suurimmista talouden toimialoista. On kuitenkin vaikeaa määritellä, mikä lasketaan matkailuksi ja mikä ei. Monet määrittelevät matkailun olevan vapaa-ajan toimintaa, ilmiö, jossa ihmiset matkustavat ja viiptyvät hetkellisesti jossain viettäen aikaa virkistyäkseen. (Swarbrooke ym. 2003, 5.)

Kokemuksellisessa seikkailumatkailussa osanottajat laittavat itsensä vapaaehtoisesti tilanteeseen, jossa he uskovat ottavansa askeleen tuntemattomaan kokemukseen. Seikkailun aikana vastaan tulee haasteita, joista saadaan tai kohdataan jotain uutta ja arvokasta. Seikkailu on aina yksilöllinen ja jokaiselle erilainen kokemus, koska se perustuu yksilön havaintoihin ja aistimuksiin. Seikkailu ei ole sama asia kaikille, joku voi kokea esimerkiksi purjehdusretken seikkailuksi kun joku toinen taas ei. Seikkailun kokeminen perustuu yksilön henkisiin havaintoihin ja tunne-havaintoihin. Seikkailu ei siis perustu johonkin tiettyyn aktiviteettiin. Fyysisen haasteen lisäksi seikkailu voi olla myös hengellinen kokemus, kuten esimerkiksi vieraan kulttuurin piirissä oleminen. (Swarbrooke ym. 2003, 14 - 15.)

Vaikka mikään tietty aktiviteetti ei määrittelekään seikkailua, sisältää seikkailu kuitenkin aina jotain toimintaa. Se ei ole passiivinen kokemus. Seikkailumatkailu sisältää matkan ja vapaa-ajan aktiviteetit niin, että asiakas olettaa saavansa palkitsevan seikkailukokemuksen. Keskeisesti seikkailumatkailukokemus pitää sisällään nostattavan kokemuksen, joka poikkeaa jokapäiväisestä elämästä, tuo älyllisen, fyysisen tai hengellisen riskin tai haasteen tai on itsessään palkitseva ja nautintoa, oppimista ja itsensä kehittämistä tuottava. (Swarbrooke ym. 2003, 16.)

Luonto on tärkeä ainesosa monissa seikkailuissa. Luonnonvaraisessa ympäristössä on omat vaaransa. Vaaran lisäksi luonnossa on kuitenkin myös ärsykyttä, jännitystä ja itsensä ylittämisen tunnetta, kun voidaan olla yhteydessä luontoon. Itsensä luontoa vastaan laittaminen on yksi lähestymistapa seikkailulle, mutta myös luonnon kanssa yhteyden tavoittelu on aivan yhtä haastava päämäärä. Kontakti luonnon kanssa tarjoaa mahdollisuuden paolle jokapäiväisestä elämästä. (Swarbrooke ym. 2003, 20.)

3.3 Palvelu- ja elämystuote

Markkinoille saadaan uusia tuotteita ja palveluja innovaatioiden avulla. Näin uudistetaan liiketoimintaa. Innovaatioiden syntyminen voidaan vaikuttaa muun muassa sekä yksilö- että organisaatiotasolla kehittämällä luovuutta ja näin myös innovointikykyä. Yritysjohdon harteilla on päävastuu innovaatiotoiminnan kehittämisestä. Tulevaisuudessa Suomessa syntyy yhä enemmän yrityksiä, joiden toiminta perustuu asiantuntemuksen kautta luovuuteen ja näissä yrityksissä tuotetaan enenemässä määrin aineettomia innovaatioita ja elämyksiä. (Raatikainen 2008, 46.) Luontoretken yhteydessä elämysten tuottaminen on suotavaa ja varsinkin tarinallistamisen sekä moniaistisuuden kautta päästään erottumaan kilpailijoista ja tuottamaan uusia, innovatiivisia tapoja luontoretken järjestämiseen.

Raatikaisen mukaan hyvin suuri osa nykyisistä innovaatioista on palvelutuotteita. Markkinoilla pysytään vain tuotekehityksen avulla ja se onkin yksi yrityksen tärkeimmistä toiminnoista. Tavoitteena tuotekehityksessä on markkinatilannetta huomioiden kehittää asiakkaiden tarpeita vastaavia ja kilpailukykyisiä tuotteita. (2008, 59.)

Tuotekehittelyn yksi osa-alue on tuotteistaminen, jossa on tarkoitus kehittää jollekin tietylle asiakasryhmälle sopiva palvelu, tuote tai ohjelma. Tässä tapauksessa voidaan puhua myös tuotepaketista. Tuotteistamisessa on kyse selkeiden palvelukokonaisuuksien tai -prosessien kehittämisestä. (Raatikainen 2008, 64.) Palvelumuotoilu on oivallinen tapa kehittää ja tuotteistaa varsinkin palvelutuotteita vastaamaan asiakkaan tarpeita.

Palvelutuote muodostuu seuraavista asioista: aineeton ja aineellinen osa palvelua, työsuoritukset, tiedot, taidot, tunteet, tunnelma ja maine. Yrityksen imagoon vaikuttavat tekijät luovat lisäarvoa palvelutuotteelle, joka voi myös olla merkkituote tai brändi. Kilpailijoista voidaan erottua lisäpalveluiden avulla, jotka luovat lisäarvoa asiakkaille. (Raatikainen 2008, 71 - 72.)

Luontomatkailussa ja ohjelmapalvelualalla on alettu käyttää markkinoinnissa hyväksi elämyksiä ja elämyksellisyyttä. Matkailusta puhuttaessa elämys voidaan jakaa osa-alueisiin, jotka kaikki liittyvät matkailijan osallistumiseen, siihen, onko hän aktiivinen vai passiivinen osallistuessaan palvelutapahtumaan. Osa-alueet käsittelevät sitä, osallistuuko matkailija itse tuotteen kokemiseen jotain tekemällä, vai seuraako vain vierestä. Osa-alueet pitävät sisällään myös matkailijan fyysisen osallistumisen, eli tapahtumaan osaksi liittyminen, tai henkisen osallistumisen, eli tapahtuman seuraaminen sivusta. Elämyskokemuksesta tulee kokonaisvaltainen, kun matkailija on aktiivisena osana toteuttamassa elämyskokemusta ja antautuu kokemusvirran vietäväksi. Esimerkkejä tällaisesta ovat muun muassa erilaiset seikkailutilanteet. Passiivisemmän elämyskokemuksen matkailija saa muun muassa ihailemalla ja tutkimalla maisemaa moniaistisesti ja saa itselleen näin tilanteesta esteettisiä elämyksiä. (Tarssanen & Kylänen 2005, 6 - 7.) Tarinallistamisen kautta voidaan myös luoda voimakkaita ja pitkään muistissa säilyviä elämyksiä.

Tarssanen ja Kylänen määrittelevät elämykselle kuusi pääelementtiä. Ensimmäinen on yksilöllisyys, jolla tarkoitetaan sitä, että palvelutuote on ainutkertainen ja ainutlaatuinen. Asiakaslähtöisyys, joustavuus ja tuotteen mukauttaminen jokaisen asiakkaan tarpeiden mukaiseksi tekevät siitä yksilöllisen. Toinen elementti on aitous joka tarkoittaa palvelutuotteen uskottavuutta. Tuote on autenttinen, jos asiakas sen kokee uskottavaksi ja aidoksi. Aito tuote on osa tuottajan kulttuuria, niin että hän voi kokea sen myös itse osaksi paikallista identiteettiä. Tarina, joka liittyy läheisesti aitouteen, on kolmas elementti. Kokemuksesta saadaan tiivis ja mukaansatempaava sitomalla eri osa-alueet yhtenäiseksi palvelutapahtumaksi tarinan avulla. Tarinalla perustellaan asiakkaalle, miksi ja missä järjestyksessä jotain tehdään ja sillä saadaan asiakas osaksi kokemusta myös tunnetasolla. Hyvän tarinan ominaisuuksia ovat faktan ja fiktion sekoittaminen käyttämällä esimerkiksi vanhoja uskomuksia ja legendoja sekä paikallistuntemusta hyväksi. Neljäs elementti on moniaistisuus, joka tarkoittaa kokemista mahdollisimman monin aistein. Kokonaisvaikutelma saattaa kuitenkin kärsiä, mikäli aistien stimulointi ei ole tarkoituksenmukaista tai aistiärsykeitä on liikaa. Viides elementti on kontrasti, jolla tarkoitetaan sitä, että kokemus poikkeaa asiakkaan arjesta riittävästi ja tuo asiakkaalle jotain uutta, eksoottista ja tavallisuudesta poikkeavaa. Viimeinen elementti on vuorovaikutus oppaan ja asiakkaiden välillä ja vaatii onnistuneen kommunikaation tuotteen ja tuottajan välillä. Tärkeää vuorovaikutuksessa on myös yhteisöllisyyden kokeminen esimerkiksi luontoretelle osallistujien kesken. (2005, 9 - 11.)

Nykyään muun muassa ohjelmopalvelutuottajien ja eräoppaiden on osattava mielenkiintoisten tarinoiden ja paikallistietouden lisäksi hyödyntää nykyaikaista teknologiaa. Asiakkaaseen pitää voida vedota monella eri tasolla. Yhä monimutkaisempia taitokokonaisuuksia vaaditaan pyrittäessä laatuun ja laadukkaaseen asiakaspalveluun. Asiakkaiden tarpeet ovat muuttuneet, tästä johtuen elämystuottajan pitää sopeutua rakennemuutoksiin ja elämysyhteiskuntaan sekä kilpailun kovenemiseen. Matkailutuotteelta vaaditaan nykyään pidemmälle jalostusta ja enemmän monipuolisuutta ja se on näiden syiden takia myös vaikeampi toteuttaa. Laadua arvioidaan enenemässä määrin palvelun tuottamalla elämyksellä ostajalle, kuluttajalle ja kokijalle. (Tarssanen & Kylänen 2005, 14.)

Ihminen luo suhdettaan ja antaa merkitystä omaan maailmaansa elämysten, merkitysten ja kokemusten kautta, jotka ovat osa mentaalista mielen sisäistä toimintaa. Tämän toiminnan kautta elämykset ja merkitykset rakentuvat kokemuksiksi ja toiminnan mielekkyydeksi. (Latomaa 2007, 21.) Periaatteessa mikä tahansa voi olla ihmiselle elämys ja tämän takia loistavia esimerkkejä elämysten kannalta ovat matkailuelämykset jo itse matkailutapahtuman ansiosta. Matkailuelämysten kautta nähdään helposti, kuinka toiset ihmiset, vuorovaikutus, kulttuuri ja yhteiskunta sisältyvät elämykseen. Elämys on kuitenkin yksilön kokemus, joka pitää sisällään jonkin omaan elämään kuuluvan tilanteen ja sen koetun merkityksen. (Perttula 2007, 62, 64.)

3.4 Tarinallistaminen

Miettinen, Kalliomäki ja Ruuska kertovat tarinan olevan yhtenäinen juonellinen tapahtumien sarja, jolla on selkeä loppu ja alku. Varsinkin elämyksellisten palveluiden tuottamisessa voidaan soveltaa elokuvakerronnan ja elokuvatuotannon käytäntöjä. Erikoistuneita ja elämyksellisiä palveluita voidaan tarjota helpommin, mikäli tarina käsikirjoitetaan osaksi palvelua. Asiakkaan palvelusta kokemaa tunnetasoa voidaan vahvistaa palveluun käsikirjoitetulla tarinalla, joka toimii myös palvelukokemuksen punaisena lankana. (2011, 110.)

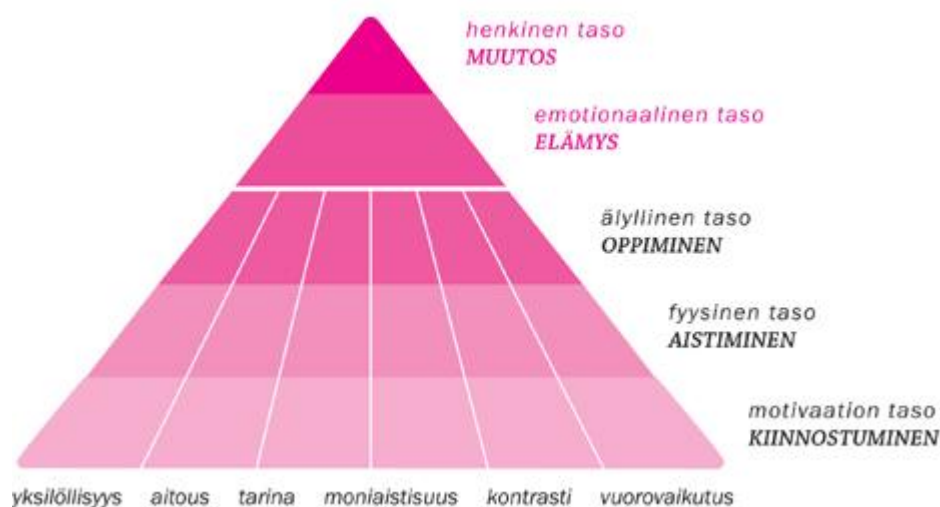
Matkailuteollisuudessa hyödynnetään ja työstetään kulttuuria, jonka pohjalta tarinat kumpuavat. Tarinan pohjana voivat olla korkeakulttuurit ja kansankulttuurit taikka ainoastaan ihmisryhmien elämäntavat. Näiden tulisi antaa kehittyä matkailuteollisuuden tulkinnoissa ja tuotteissa. Tarinan avulla selitetään maailmaa ja pyritään ymmärtämään erilaisuutta. Tämän takia tarinat usein kertovat vieraista maista ja kulttuureista. (Lavia 2005, 38 - 39.)

On olemassa uskomustarinoita ja historiallisia tarinoita. Ensimmäiset pitävät sisällään ihmisen ja supranormaalien olentojen välistä vuorovaikutusta kun taas jälkimmäiset ovat kertomuksia historiallisista, huomattavista henkilöistä, tapahtumista ja aikakausista. Selittämättömiä asioita on usein pyritty ymmärtämään tarinan avulla ja useissa tarinoissa onkin jokin looginen tausta. (Lavia 2005, 40.)

Olennaista tarinallistamisessa Miettisen ym. mukaan on varsinkin tarinan teeman kannalta tutustua yritykseen ja sen arvoihin. Tarinan tulisi myös pohjautua yrityksen brändiin. "Palvelun tarinallistaminen on palvelun osien yhteen sitomista tarinan avulla. Tarinalla tehdään palveluun juoni, luodaan syy-seuraussuhteita. Kun palveluun käsikirjoitetaan tarina, saadaan erilaistuneita ja elämyksellisiä palveluita, joissa on juonellinen rakenne." Käsikirjoittamisen prosessi etenee seuraavasti: Ensin selvitetään se, mitä palvelussa tapahtuu. Tämän jälkeen määritellään teema ja idea, jonka jälkeen kirjoitetaan palvelusta lyhyt tiivistelmä, eli synopsis, jossa palvelun elementit nivotaan yhteen tarinan avulla ja josta edetään sitten yksityiskohtiin. Palvelua voidaan kehittää ideointivaiheessa luonnosmaisilla kuvakäsikirjoituksilla. Työntekijöiden perehdyttämisessä, palvelun tuotannossa ja myynnin tukemiseksi voidaan käyttää hyväksi valmiin käsikirjoituksen pohjalta tehtyä tarkkaa kuvakäsikirjoitusta. (2011, 111 - 112.)

Tarinaa tukeakseen kannattaa tila, jossa palvelu tuotetaan lavastaa vastaamaan tarinaa. Pienet elementit riittävät luomaan asiakkaalle oikean tunnelman ja kokemaan palvelun autenttisuuden. Työntekijöiden on tärkeä omaksua oma roolinsa, ilman sitä tarina ei toteudu. Jos tarina kerrotaan hyvin ja asiakas kokee sen autenttisuuden, saadaan myös asiakas osallistumaan ja heittäytymään tarinaan, jolloin kokemuksesta tulee elämyksellistä. (Miettinen ym. 2011, 112.) Tärkeää on muistaa, että tarinan mukaisessa roolissa pysytään koko tilanteen ajan, jotta asiakkaan kokemus voi olla positiivinen ja eläytyminen onnistuu. Jos roolista poiketaan kesken kaiken, rikkoo se koetun tunnelman.

Seuraavassa kuvassa on kuvattuna Elämyskolmio, jolla pyritään selvittämään elämyksen syntymistä ja kehittymistä palvelussa.



Taulukko 1: Elämyskolmio (leofinland.)

Elämyskolmion vertikaalisella akselilla kuvataan asiakkaan kokemuksen rakentuminen. Alin taso on motivaatio, jossa asiakkaan kiinnostus herää. Tällä tasolla luodaan odotukset, halu ja valmius osallistua ja kokea tuote esimerkiksi markkinoinnilla. Mahdollisimman monen elämuskriteerin pitäisi täytyä jo motivaation tasolla, eli jo markkinoinnin tulisi olla yksilöllistä, moniaistista, aitoa, vuorovaikutteista ja luoda kontrasti todelliseen elämään. Fyysinen taso tulee seuraavana ja siinä koetaan ympäristöä aistien avulla. Tällä tasolla tuote otetaan vastaan, koetaan, tunnetaan, havaitaan ja tiedostetaan sekä mitataan tuotteen tekninen laatu. Älyllisellä tasolla prosessoidaan ympäristöstä saatuja aistiärsyksiä, toimitaan niiden mukaan, opitaan, ajatellaan ja sovelletaan tietoa. Näiden pohjalta muodostetaan mielipide tuotteesta, ollaanko siihen tyytyväisiä vai ei. Emotionaalisella tasolla koetaan varsinainen elämys. Vaikka tunnereaktioita on vaikea hallita ja ennustaa, on todennäköistä, että tunnereaktio on positiivinen, jos tähän mennessä on otettu kattavasti huomioon kaikki peruselementit ja fyysinen ja älyllinen taso ovat toimivia. Ylin taso on henkinen taso. Jos elämys on aiheuttanut positiivisen ja voimakkaan tunnereaktion, voi siitä seurata henkilökohtainen muutuskokemus. Muutuskokemus johtaa suhteellisen pysyviin muutoksiin muun muassa fyysisessä olotilassa, mielentilassa tai elämäntavoissa ja ihminen kokee kehittyneensä. (Tarssanen & Kylänen 2005, 12 - 13.)

Tarinallistaja Anne Kalliomäki kertoo haastattelussaan että *”tarinallistaminen tarkoittaa jonkin olemassa olevan asian tai palvelun tekemistä tarinaksi. Palveluun syntyy tarinallinen muoto, joka tulee asiakkaan koettavaksi palvelukokemuksessa. Tarinaa kerrotaan kaikilla käytettävissä olevilla keinoilla.”* Kalliomäen mielestä tarinallistaminen on yritykselle keino erottautua ja tuoda esille omaa persoonallisuuttaan, tarinan tulee kuitenkin pohjautua yrityksen jo olemassa olevaan liiketoimintasuunnitelmaan. Kalliomäki kokee, että jokainen yritys voi hyötyä tarinallistamisesta, mutta erityisesti yritykselle, joka tuottaa elämyksellisiä palveluita, tarinallistamisesta on hyötyä. (2011.)

4 Tutkimuksen toteutus

Pyrkimys virheiden välttämiseen on tutkimuksessa tärkeää, mutta silti tutkimusten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat. Tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä tulisi voida arvioida ja tärkeää tämän on varsinkin kvalitatiivisessa, eli laadullisessa tutkimuksessa. Tutkijan tarkka selostus tutkimuksen toteuttamisesta lisää kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 226 - 227.) Tutkija on luotettavuuden ja pätevyyden arviointia varten pyrkinyt mahdollisimman tarkasti ja kattavasti kuvaamaan tämän tutkimuksen toteutuksen vaiheet.

Tutkimuksen toteuttaminen aloitettiin yhteisellä kokouksella hankkeen edustajan, opinnäytetyön toimeksiantajan sekä toteuttajan kanssa. Kokouksessa toimeksiantaja rajasi tutkimuksen kohderyhmän täysikäisiin ja hankkeen puolesta erottelu haluttiin kolmeen ikäryhmään. Lisäksi päätettiin, mitä tarinallistamisen keinoja tutkimuksessa käytetään. Tarinallistamisen osalta päädyttiin markkinointivideoon, joka oli suunnitelmassa, sekä tarinallistettuun luontoretkeen.

Seuraavassa vaiheessa päätettiin, millä palvelumuotoilun menetelmillä tutkimus toteutetaan. Tutkimuksessa päädyttiin käyttämään luotainmenetelmiä, sillä ne pitävät sisällään käyttäjän mahdollisuuden kuvata omia kokemuksia, ne perustuvat käyttäjän itsedokumentointiin ja ovat luonteeltaan tutkimuksellisia. Luotaimilla pyritään ymmärtämään ilmiöitä ja tutkimaan muotoilumahdollisuuksia. Tyypillisiä itsedokumentoinnin menetelmiä luotaimissa ovat päiväkirjat ja valokuvaus. Luotainmenetelmään palataan tarkemmin myöhemmässä vaiheessa tutkimusta kappaleessa ”Asiakasymmärrys ja käyttäjätieto”. Tutkimukseen päätettiin ottaa mukaan lomake, johon osallistujat täyttävät aistikokemuksiaan tutkimuksen aikana, sekä valokuvaus, jossa osallistujat ottavat kuvia tutkimuksen aikana ja jälkikäteen kommentoivat kuviaan. Tutkimukseen sisältyi tarinallistamisen vaikutusten tutkiminen aistikokemuksiin. Tätä varten tutkimuksessa käytettiin Nuksion Taika Oy:lle tehtyä markkinointivideota, jonka kuvaukseen myös tutkija osallistui.

Videon käsikirjoitti Anne Kalliomäki sisällönsuunnittelun asiantuntijatoimistosta Tarinakoneesta. Hän on tarinankerronnan ja viestinnän ammattilainen. Kalliomäki on medianomi sekä tuottaja ja hän on opiskellut Salfordin yliopistossa Manchesterissa käsikirjoittamista. Tarinakoneen hän on perustanut vuonna 2008 ja yritys toimii yhden hengen voimin sisällönsuunnittelun asiantuntijatoimistona. Aikaisemmin Kalliomäki on toiminut erilaisissa tehtävissä televisio- ja elokuvatuotannoissa ja nyt hän toimii kokemuksensa pohjalta yrittäjänä, tarinallistajana ja elämyspalveluiden käsikirjoittajana. (Miettinen, Kalliomäki & Ruuska 2011, 106.)

Kalliomäki kertoo 6.10.2011 tehdyssä sähköpostihaastattelussa käsikirjoituksen tekemisestä. *”Tein Nuuksion Taika Oy:lle Tarinaidentiteetin käsikirjan keväällä 2011. Tämän projektin aikana syntyi myös ajatus lyhyiden markkinointivideoiden toteuttamisesta... Tein videota varten käsikirjoituksen. Ajatuksena oli, että tarina luetaan ääniraidalle ja sitä tukemaan tuotettaisiin kuvamaailma jossa pääroolissa olisivat Nuuksion mahtava luonto ja Katajanhaltijan hahmo. Kuvamaailma suunniteltiin tukemaan tarinaa niin, että se ei ole kuitenkaan liian osoitteleva. Tarinan juoni syntyi jo kirjoitetun syntytarinan pohjalta. Videossa halusimme kuvata Katajanhaltijan elämää Nuuksion metsän suojelijana. Tietynlainen taianomaisuus oli myös tavoitteena. Yhteistyössä yrittäjä Satu Selvisen kanssa mietimme, mitä ovat ne alueet, jotka haluamme erityisesti tuoda esiin.”* Kalliomäki kertoo kiinnittäneensä erityisesti huomiota ympäristön esiintuomiseen, Katajanhaltijan rooliin sekä sadunomaiseen tunnelmaan. *”Tietynlainen pohjolaan ja sen luontoon liittyvä mystiikka oli ajatuksissa sekä Tarinaidentiteettiä että videota tehtäessä.”*

Tutkimus toteutettiin kolmen luontoretken yhteydessä saman viikonlopun aikana. Tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa aistikokemuksia luontoretkellä sekä tutkia tarinallistamisen vaikutuksia aistikokemuksiin. Tutkimuksen tulosten pohjalta voidaan tuotteita jatkossa kehittää niin, että niistä saadaan asiakkaalle mahdollisimman moniaistisia ja voidaan myös pohtia tarinallistamisen hyötyjä. Tarinallistaminen tuli tutkimukseen mukaan Nuuksion Taika Oy:lle tehdyn videon sekä oppaan tarinoiden pohjalta.

Jotta olosuhteet saatiin vakioitua, järjestettiin luotoretket lyhyen ajan sisällä toisistaan ja ilman puolesta onnistuttiin saamaan kutakuinkin samanlaiset olosuhteet. Jokaisella retkelle osallistui yhteensä kuusi henkilöä kolmesta ikäryhmästä. Ikäryhmät olivat 20-30, 31-45 ja 46 + ikäiset. Jokaisesta ikäryhmästä retkelle osallistui kaksi henkeä per retki. Jokainen luontoretki tehtiin samaa reittiä pitkin.

Luontoretkillä käytettävällä reitillä oli seitsemän pysähdyspaikkaa, jotka olivat jokaiselle ryhmälle samoja. Ensimmäisellä pysähdyspaikalla oli sekametsää. Toinen pysähdyspaikka oli pitkälti ensimmäisen kaltainen, lisäksi paikasta löytyy esimerkiksi suuri muurahaiskeko. Kolmas pysähdyspaikka oli luonnoltaan samankaltainen, mutta järvenrannalla. Neljättä pysähdyspaikkaa edelsi jyrkkä nousu ja tämä pysähdyspaikka oli muita paikkoja korkeammalla. Kun laskeuduttiin viidenteen pysähdyspaikkaan, saavuttiin kostealle, hieman edellisiä synkemmälle, suota muistuttavalle alueelle. Kuudennelle pysähdyspaikalle jouduttiin kävelemään hieman pidempi matka loivaa nousua ja laskua ja pysähdys tapahtui kallioiden luona, jossa oli hyvin nähtävillä jääkauden vaikutukset. Seitsemäs ja viimeinen pysähdys tehtiin metsäpolulla, jossa oli keskelle polkua osittain kaatunut puu. Viimeistä pistettä lukuun ottamatta maastossa kuljettiin helppokulkuista rakennettua polkua pitkin.

Jokaiselle osallistujalle jaettiin lomakkeet, joihin kirjattiin pysähdyspaikoilla aistihavaintoja niistä aistimuksista, joita kukakin havaitsi. Kuvailun lisäksi tarkoituksena oli arvioida numeraalisesti 1-5 asteikolla aistikokemuksen voimakkuus analysoinnin helpottamiseksi. Osallistujat dokumentoivat retkellä vahvasti kokemiaan aistimuksia valokuvilla. Retken jälkeen jokainen osallistuja kirjoitti kuviensa liitteeksi sen, mitä aistimusta kuva esittää ja mitä tuntemuksia se herätti.

Ensimmäinen retki toteutettiin ilman opasta ja ilman tarinallistamisen mukana oloa niin, että tutkimushenkilöt saivat vapaasti kulkea reitin ja ainoastaan pysähdyspaikat oli ennalta määrätty. Tutkija toimi itse ryhmän vetäjänä. Luontoretki päätettiin nuotiolle kahvin ja eväiden merkeissä. Ensimmäisen retken osanottajat osallistuvat vain yhdelle retkelle.

Toisella retkellä mukaan otettiin tarinallistaminen. Ennen retkeä osallistujille näytettiin Nuuksion Taika Oy:lle tehty markkinointivideo. Muuten retki toteutettiin samoin kuin ensimmäinenkin. Tulosten pohjalta oli tarkoitus voida päätellä, vaikuttiko Nuuksion Taika Oy:lle tehty video aistihavaintoihin ja millä tavalla. Tämän retken osanottajat osallistuivat myös heti perään järjestetylle kolmannelle retkelle.

Kolmas retki oli opastettu luontoretki, eli mukaan otettiin myös palvelukokemus. Retki toteutettiin muuten samoin kuin toinenkin retki, mutta retken veti asiantunteva opas pukeutuneena aiheeseen ja tarinaan sopivaan asuun. Enne retkelle lähtöä luotiin jo mystistä tunnelmaa oppaan kertoessa metsään liittyvistä uskomuksista. Pysähdyspaikoissa kerrottiin ympäröivästä luonnosta tarinoiden ja uskomusten kautta. Kolmannen retken tuloksien pohjalta oli tarkoitus voida verrata niitä toisen retken tuloksiin ja saada selville, kuinka paljon palvelun ja tarinoiden lisääminen retkeen vaikuttaa aistimukseen. Tuloksien tarkoituksena oli myös voida verrata niitä ensimmäisen ryhmän tuloksiin, jolloin saadaan selville se, voimistuivatko aistikokemukset luonnossa silloin, kun kyseessä oli palvelullistettu retki.

4.1 Service design eli Palvelumuotoilu

Palvelut ovat saaneet nykyään paljon merkitystä, mutta kärsivät silti muodon puutteesta. Tällä on suuri vaikutus yrityksen kilpailukykyyn ja menestykseen. Yleensä muotoilua pidetään jonkin fyysisen tuotteen muotoiluna, ei keinona ratkaista palveluiden ongelmia. Tämä johtuu muotoilu sanan alkuperäisestä, rajallisesta määrittelystä. Muotoilu tarkoittaa muodon antamista jollekin. Arkikielessä sanan käyttö kuvastaa enemmän kuin pelkän esineen muotoilua, kuten illan suunnittelua, juhlien suunnittelua, konseptin muotoilua ja niin edelleen. (Mager 2004, 27.)

Palveluiden merkitys tuotteessa on saanut paljon arvoa ja sen takia palvelu onkin yrityksen liiketoiminnalle välttämätöntä. Palvelutuotteella on kuitenkin ongelmana muodon puute, kuten aiemmin jo on mainittu. Tämän takia asiakastyytyväisyys kärsii ja sitä kautta vaikuttaa palvelun tuottajien kilpailukykyyn. Palvelumuotoilun tarve on tästä syystä selvä. Sitä tarvitaan sekä olemassa olevien palveluiden laadun parantamiseen, että uusien ja innovatiivisten palveluiden kehittämiseen. (Mager 2004, 31.)

Miettinen, Raulo ja Ruuska kertovat, että palvelumuotoilussa kerätään ja hyödynnetään käyttäjätietoja käyttämällä muotoilun menetelmiä. Perinteisesti palveluita on kehitetty markkinatutkimuksen ja asiakaspalautteen avulla. Näiden perusteella ei kuitenkaan voida usein kattavasti arvioida käyttäjäkokemusta. Palvelumuotoiluun sisältyy voimakkaasti asiakas, asiakasymmärrys, käyttäjä ja käyttäjätieto. Nykyään asiakas en enemmin palvelun aktiivinen käyttäjä, eikä ainoastaan palvelun vastaanottaja. Palvelumuotoilussa pyritään ymmärtämään kattavasti inhimillistä toimintaa, tarpeita, tunteita ja motiiveja. Käyttäjätieto on enemmän kuin asiakastieto, sillä se sisältää syvempää ja tarkempaa tietoa käyttäjistä. Koska käyttäjätieto perustuu tosiasiallisen käyttäjän toiveisiin, kokemuksiin ja käyttäytymiseen, voidaan sitä hyödyntämällä luoda todellisille käyttäjille hyödyllinen ja miellyttävä tuote. (2011, 13 - 14.)

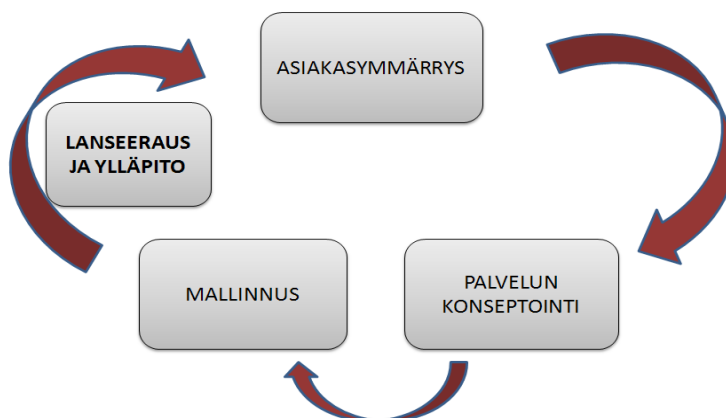
Käyttäjät osallistuvat palvelumuotoilussa kehittämistyöhön toisin kuin perinteisessä palvelujen kehittämisessä. Käyttäjät keräävät itse tietoa ja kertovat palvelukokemuksistaan. Tutkijat taas seuraavat ja havainnoivat palvelujen käyttäjiä ja tarjoajia huomaamattomasti. Tuotekehitysprosessi on siirtynyt uusien ideoiden muokkaamiseen asiakkaiden kanssa luovan työn pohjalta, jossa havainnollistamisessa käytetään apuna visuaalisuutta ja näin palvelun kehittäjät helposti ymmärtävät, mistä palvelussa on kyse. Palvelun testaaminen onnistuu palvelutilannetta näyttelemälle tai käyttäjien testatessa tehtyä prototyyppiä. Tulosten pohjalta ja testaamalla voidaan palveluideaa parannella ja koko prosessi voidaan toistaa niin monta kertaa, kun on tarve. Palvelujen kehittäminen on tärkeää, sillä tilastokeskuksen mukaan Suomen palvelujen osuus bruttokansantuotteesta on yli 60 prosenttia. Eri palveluilla saadaan tehtyä tuotteista haluttavampia ja niihin saadaan lisää ominaisuuksia. Yhä useammin yrityksillä on tuote, jolle tarjotaan lisäksi eri palveluja. Tällä tavoin tuotteesta saadaan yksilöllisempi ja kuluttajalle monipuolisempi. (Miettinen 2011, 21 - 22.)

Miettisen mukaan keskeistä palvelumuotoilussa on arvon luominen palveluliiketoiminnalle sekä vuorovaikutusprosessi. Palvelumuotoilijalle hyvin tärkeä ominaisuus on nauttia palveluiden yhteissuunnittelusta käyttäjien kanssa. Silloin kun palvelua ei voida tuottaa tai monistaa muualla, luo se suuren kilpailuedun yritykselle. Koska palvelumuotoilija työskentelee yhdessä ihmisten kanssa, tarvitaan prosessiin uusia menetelmiä. Palvelumuotoilulle luonteenomaisia prosesseja ovat iteraatio, eli toistuva suunnittelu, ja yhteissuunnittelu. Iteraatio on toistuva prosessi, joka perustuu suunnitelmaratkaisujen kehittämiseen, kokeilemiseen ja tulosten arviointiin. Näin idea jalostuu jatkuvasti ja nähdään helposti, onko palvelu toimiva ja mahdollinen. Palvelumuotoilussa luodaan yhdessä asiakkaan kanssa arvoa palvelulle. (2011, 22 - 23.) Koska yhteisarvoa luodaan asiakkaan kanssa, palvelusta myös saadaan asiakkaan tarpeita vastaava.

Kokemuksen tuotteistamiselle ja palveluympäristön kehittämiseksi on saatu uusi lähestymistapa palvelumuotoilusta. Sen avulla palveluorganisaatio muotoillaan käyttäjäkokemuksien ja palvelujen käyttäjien vuorovaikutuksen ympärille. Morelli on vuonna 2002 määritellyt palvelun olevan eri toimijoiden ja teknologisten aineksien välinen vuorovaikutus palvelun käyttämisen aikana. Muotoilulla pyritään lähentämään sosiaalisia elementtejä ja teknologisia tekijöitä. Vuonna 2008 Evanson on määritellyt palvelun toimintana tai tapahtumana, "joka muodostaa tuotteen palveluorganisaation osien, asiakkaan ja niiden vuorovaikutuksen avulla soveltaen mitä tahansa teknologiaa. Toiminnot toteutetaan koneiden välisen, henkilön ja koneen välisen sekä henkilöiden välisen vuorovaikutuksen avulla". Palvelumuotoilua käyttämällä luodaan asiakkaalle tämän tarpeiden ja toiveiden mukainen palvelukokemus ja otetaan myös huomioon palvelun tuottajan näkökulmat. (Miettinen 2011, 29 - 31.)

Palvelumuotoilun prosessin vaiheita on esitetty useita. Yksi esimerkki on Engine-palvelumuotoilutoimiston esittämä kolmivaiheinen prosessi. Ensin pyritään ymmärtämään palvelun toimintaympäristö, asiakkaan liiketoiminta ja asiakkaat. Tätä vaihetta kutsutaan asiakastarpeen ja suunnitteluratkaisun tunnistamiseksi. Toinen vaihe on suunnitteluvaihtoehtojen toteutus, jossa tunnistetaan suunnitteluratkaisu ja toteutetaan luomisvaihe, johon sisältyy yhteissuunnittelu sekä prototypointi. Kolmantena tulee arviointivaihe, jossa palveluratkaisuja arvioidaan ja pyritään saamaan selville mahdollisen palvelun kannattavuus ja suunniteltujen palvelujen arvo asiakkaalle. (Miettinen 2011, 32 - 33, 35.)

Toinen esimerkki palvelumuotoilun prosessin vaiheista on Magerin nelivaiheinen malli. Ensimmäinen vaihe on Palveluratkaisujen tutkiminen, jossa pyritään tunnistamaan palvelujärjestelmään vaikuttavia tekijöitä, käyttäjien tarpeet ja kokemukset palvelusta. Seuraavassa vaiheessa luodaan uusia ratkaisuja, tuotetaan ideoita ja tehdään käyttäjien kanssa yhteissuunnittelua. Kolmannessa, arviointivaiheessa, käytetään palvelusta tehtyjä prototyyppejä ja niiden pohjalta arvioidaan palvelun käyttämistä. Neljäs vaihe on toteutusvaihe, jossa testattu palvelu viedään käytäntöön. Jokainen palvelumuotoilun prosessi on omanlaisensa ja tämän takia myös prosessissa seurattavat vaiheet ja menetelmät vaihtelevat tarpeen mukaan. Menetelmät valitaan ja niitä sovelletaan projektista riippuen. (Miettinen 2011, 32 - 33, 35.)



Taulukko 2: Palvelumuotoiluprosessi

Palvelumuotoiluprosessia voidaan kuvata syklisenä prosessina, kuten edellä olevassa kuvassa on esitetty. Kun ensimmäinen kierros on saatu päätökseen, alkaa prosessi jälleen uudelleen. Ensin pyritään ymmärtämään asiakasta, tämän jälkeen suunnitellaan palvelulle konsepti, joka mallinnetaan, eli tehdään siitä prototyyppi. Viimeinen vaihe on lanseerata palvelu taikka tuote ja ylläpitää sitä.

Palvelumuotoilussa voidaan käyttää hyvin monia erilaisia menetelmiä, joista esimerkkeinä: "bodystorming", jossa kuvitellaan että palvelu todella on olemassa ja käyttäytyään sen mukaisesti, "context mapping" joka toteutetaan usein workshop muotoisesti ohjaajan valvonnan alaisena, "experience prototyping", jotka tehdään ja ne edustavat tuotosta ennen lopullista versiota. Metodeina on myös kenttätyönä suoritettavaa tarkkailua ja dokumentointia, "5-whys" menetelmällä analysoidaan ja löydetään syvempiä syitä ongelmille. "Personas" menetelmällä luodaan fiktiiviset käyttäjäprofiilit, jotka pohjautuvat kerättyyn tietoon asiakaskunnasta. "Scenario -based design" tarkoittaa sitä, että luodaan käsikirjoitus, jossa on käyttäjä, näyttämö ja tarina. Tavoitteena on visualisoida palvelu asiakkaalle. Muita menetelmiä ovat "Storyboarding", joka auttaa palvelumuotoilijaa asettumaan loppukäyttäjän kenkiin, "Storytelling", jossa tarinan avulla pyritään esimerkiksi selvittämään paremmin palvelun sisältöä ja "Vox Pops", jossa haastatellaan satunnaisia henkilöitä ja kysytään kaikilta samat kysymykset. Tavoitteena on saada variaatio erilaisia vastauksia ja mielipiteitä. (Miettinen, 2009, 18 - 24.)

4.2 Palvelun kulku

Palvelut ovat aineettomia ja ne tapahtuvat ajassa. Tämän takia niiden suunnittelu on haasteellista. Koska palvelumuotoilu perustuu käyttäjälähtöiseen suunnitteluun, tulee ymmärtää, miten asiakkaat kokevat ja käyttävät palvelua. Useimmiten palvelumuotoilussa keskitytään asiakkaalle näkyvään osaan palvelua. (Koivisto 2001, 43, 49.)

Koiviston (2011, 49) mukaan palvelu koostuu keskeisistä päävaiheista, joita kutsutaan palvelutuokioiksi. Näissä tuokioissa tapahtuu palvelun tuotanto ja vuorovaikutus asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä. Palvelu on prosessi, joka etenee ajassa ja palvelutuokio on vain yksittäinen vaihe. Palvelupolku muodostuu useasta toisiaan seuraavasta palvelutuokiosta, jotka luovat kokonaisuuden palvelulla ja tuottavat asiakkaalle arvoa sekä asiakaskokemuksen. Jokaisen asiakkaan kulkema palvelupolku on erilainen, sillä asiat voi tehdä ja kokea monella eri tavalla.

Palvelumuotoilussa on tarkoitus tunnistaa palvelun kuluttamisen kannalta tärkeimmät käyttäytymismallit ja tarpeet, ja niiden pohjalta suunnitella palvelusta eri asiakkaiden tarpeita vastaava asiakaskokemus. Olemassa olevasta palvelusta voidaan kartoittaa palvelupolku ja palvelutuokiot, jotta palvelun rakenne saadaan ymmärrettäväksi ja sitä voidaan analysoida. Palvelupolun pituutta voidaan pidentää tai lyhentää ja siihen voidaan lisätä tai siitä poistaa palvelutuokioita riippuen siitä, pitävätkö asiakkaat niistä ja tuottavatko ne arvoa palveluntarjoajalle. (Koivisto 2011, 50.)

Asiakas kokee, aistii ja näkee palvelun ja sen brändin palvelutuokioissa, jotka koostuvat kontaktipisteistä. Kontaktipisteitä havainnoidaan kaikilla aisteilla ja ne ovat jaoteltavissa neljään ryhmään: kanavat, esineet, toimintamallit ja ihmiset. Kanavilla tarkoitetaan paikkoja, joissa palvelu tuotanto tapahtuu asiakkaalle. Ne voivat olla ympäristöjä, paikkoja tai tiloja ja useat palvelut ovat monikanavaisia. Esineet ovat jotain, mitä asiakas käyttää, tarvitsee tai saa palvelua käyttäessään. Ne voivat myös olla henkilökunnan käyttämiä ja asiakkaalle näkyviä esineitä, jotka vaikuttavat palvelukokemukseen. Toimintamallilla tarkoitetaan yksittäisessä palvelutuokiossa käytettyä palvelun tuotantotapaa. Toimintamalliin sisältyvät pienet palvelueleet, joita voidaan suunnitella etukäteen hyvin tarkasti. Näillä palvelueleillä voi olla lopulliseen asiakaskokemukseen erittäin suuri merkitys. Useiden palveluiden tuotannossa ihmisillä on merkittävä rooli. Palvelumuotoilun avulla voidaan tarkasti suunnitella sekä palvelun käyttäjän, että palvelun tuottajan roolit palvelun tuotannossa. "Kontaktipisteiden avulla pystytään muotoilemaan jokainen palvelutuokio strategian ja tavoitteiden mukaiseksi sekä asiakkaan tarpeita ja odotuksia vastaavaksi." Palvelutuokioita suunniteltaessa on tärkeää pohtia kunkin palvelupisteen tärkeyttä ja oleellisuutta asiakkaalle sekä niiden tuomien arvojen ja kustannusten erotusta. (Koivisto 2011, 51 - 53.)

4.3 Asiakasymmärrys ja käyttäjätieto

Asiakkaan tarpeiden, unelmien ja toiveiden ymmärtämisestä aloitetaan palvelumuotoilun prosessi. Kun asiakasta ymmärretään ja hankitaan käyttäjätietoa, löydetään uusia tapoja kaupallistamiselle. Asiakasymmärrys on Moritzin (2005) mukaan palvelumuotoilun prosessissa ensimmäinen vaihe. Asiakasymmärtämisessä pyritään selvittämään asiakkaan tietoiset ja tiedostamattomat tarpeet ja oppimaan niistä ja tässä muotoilun menetelmät ovat osoittautuneet hyödyllisiksi. Ihmisten käyttäytymismalleja ja kokemuksia voidaan paljastaa muotoilun tutkimusmenetelmillä. Muotoilun tutkimus selvittää ihmisten reaktioita luotaimiin, jotka ovat itsedokumentoinnin välineitä, ja prototyypppeihin sekä jatkuvan tuotekehitysprosessin avulla antaa tietoa. Muotoilun tutkimuksen avulla voidaan mielikuvitusta innostaa sekä auttaa intuitiota. (Hämäläinen, Vilka & Miettinen 2011, 61.)

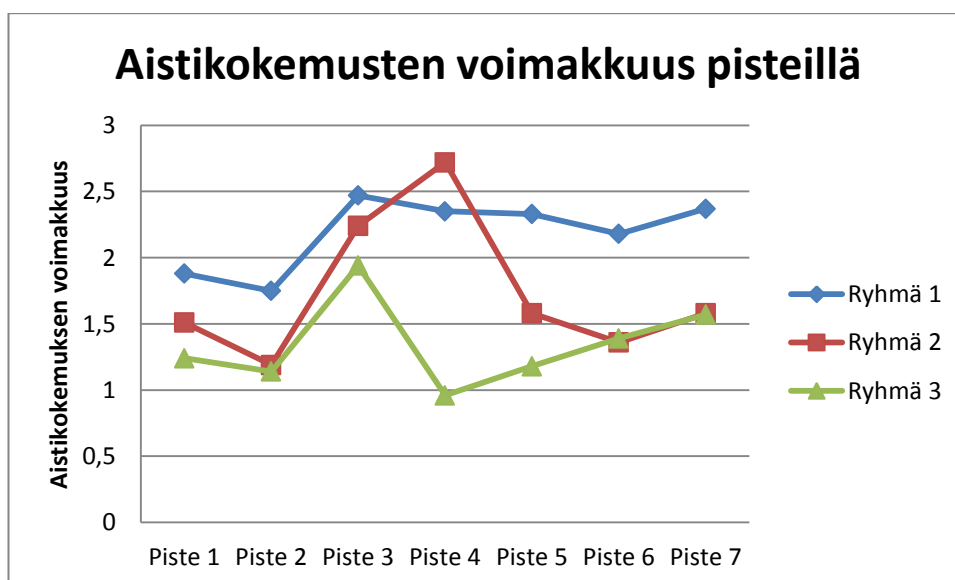
Käyttäjätiedon hankkimiseen ihmiskeskeisessä suunnittelussa voidaan käyttää eri tutkimusmenetelmiä, jotka voidaan jakaa kolmeen ryhmään. Perinteisillä menetelmillä aineistoa kerätään, analysoidaan ja visualisoidaan helposti. Perinteisiä menetelmiä ovat markkinatutkimus, kohderyhmätutkimukset ja kyselyt ja ne tuottavat yleensä määrällistä ja mitattavaa aineistoa. Mukailut menetelmät taas tulevat humanistisesta tutkimuksesta ja niitä voidaan soveltaa suunnittelijan tarpeiden mukaisesti kuten videodokumentointi, videoetnografia ja havainnointi. Etnografialla voidaan tutkia jo olemassa olevaa palvelua käyttäjän näkökulmasta ja sillä saadaan syvä ja yksityiskohtainen tarkka ymmärrys pienestä ihmisjoukosta, sen elämästä ja olosuhteista, joissa esine, tuote tai palvelu on merkityksellinen käyttäjälle. Kolmantena tulevat innovatiiviset menetelmät, jotka ovat perusteltuja tapoja käyttäjätiedon keräämiseen luovien menetelmien avulla. Luonteeltaan innovatiiviset menetelmät ovat visuaalisia sekä osallistuvia, kuten suunnittelutyöpajat, käyttäjien prototypointimenetelmät, visuaaliset päiväkirjat ja muotoiluluotaimet. (Hämäläinen ym. 2011, 63 - 64.)

Muotoiluluotain on käyttäjäkeskeinen lähestymistapa inhimillisten ilmiöiden ymmärtämiseen ja suunnittelumahdollisuuksien selvittämiseen. Käyttäjät osallistuvat itsedokumentoinnin välineiden avulla. Luotaimilla tutkitaan käyttäjän henkilökohtaista kontekstia ja kokemusta. Tyypillisiä ovat esimerkiksi itsedokumentoinnin päiväkirjat, joissa käyttäjät kirjaavat kehityksen kohteesta kokemuksiaan kuvan ja tekstin avulla päiväkirjaan. Luotaimia käyttämällä muotoilijan työvälineenä toimii käyttäjän, eikä muotoilijan käsitys esineestä tai palvelusta. (Hämäläinen ym. 2011, 64 - 65.)

Yhteissuunnittelu toteutetaan yleensä erilaisten luovien tekniikoiden avulla. Tavoitteena on tuottaa yhdessä tietoja ja ratkaisuja sekä inspiroida suunnittelua. Muotoilun menetelmiä käytetään hyödyksi monimutkaisten ja -kanavaisten palveluprosessien ja verkostojen suunnittelulla. Tärkeää on yhteistyö loppukäyttäjien ja eri alojen asiantuntijoiden kesken. Yleisten käytäntöjen löytäminen on mahdotonta, sillä niihin vaikuttavat suuresti suunnittelukohteen erityispiirteet. Myös se, kehitetäänkö olemassa olevaa vai uutta palvelua, vaikuttaa siihen, mihin suunnittelussa keskitytään ja mitä menetelmiä tarvitaan. (Mattelmäki & Vaajakallio 2011, 77 - 78.)

5 Tutkimustulokset

Alla olevassa taulukossa (Taulukko 1) kuvataan sitä, kuinka voimakkaita aistikokemukset olivat kullakin pisteellä eri luontoretkillä.



Taulukko 3: Aistikokemusten voimakkuus pisteillä

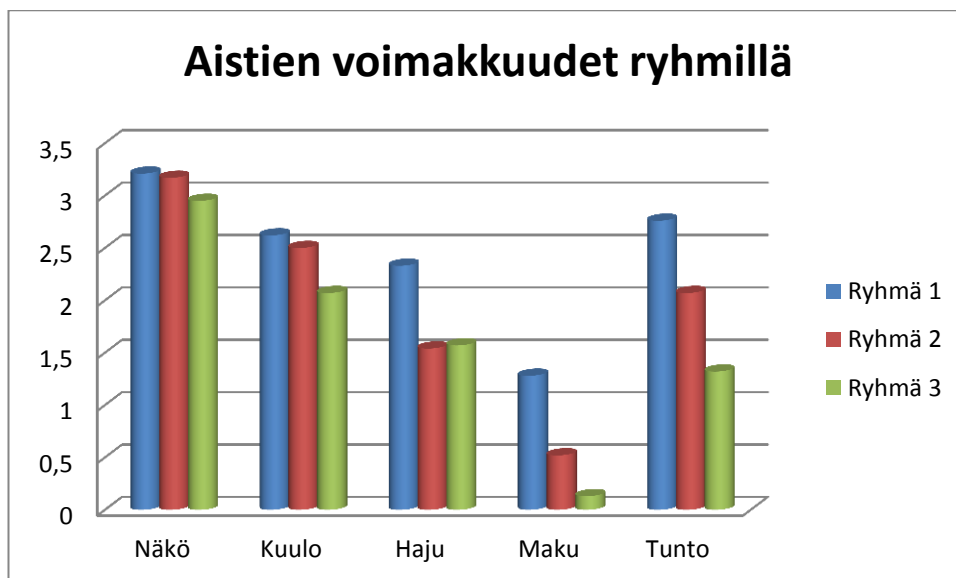
Tulokset perustuvat osallistujien numeraalisiin arvioihin aistimusten voimakkuuksista.

Tulokset ovat kaikkien kolmen ikäryhmän keskiarvoja. Tulosten perusteella ryhmä 1 koki aistimukset kaikkein voimakkaimmin lähes kaikilla pisteillä, poikkeuksena piste neljä, jossa ryhmä 2 aistimukset olivat voimakkaimmat. Ryhmä 1 oli ryhmä, jolla ei ollut mukana tarinallistamista eikä opastusta ja ryhmä kulki omaa tahtia tehden itsenäisiä havaintoja.

Ryhmä 2 aistimukset ovat toiseksi voimakkaimpia kautta luontoretken. Ryhmä 2 näki markkinointivideon ennen retkelle lähtöä, mutta kulki muuten itsenäisesti ryhmä 1 tapaan.

Ryhmä 3 aistihavainnot ovat heikoimpia vaikka ovatkin peräti kolmella pisteellä pitkälti samoissa keskiarvoissa ryhmä 2 kanssa. Ryhmä 3 oli mukana opastetulla luontoretkellä jolloin kulkeminen tapahtui oppaan tahdissa. Ryhmä 2 ja ryhmä 3 koostuivat samoista henkilöistä kun taas ryhmän 1 jäsenet olivat erihenkilöitä.

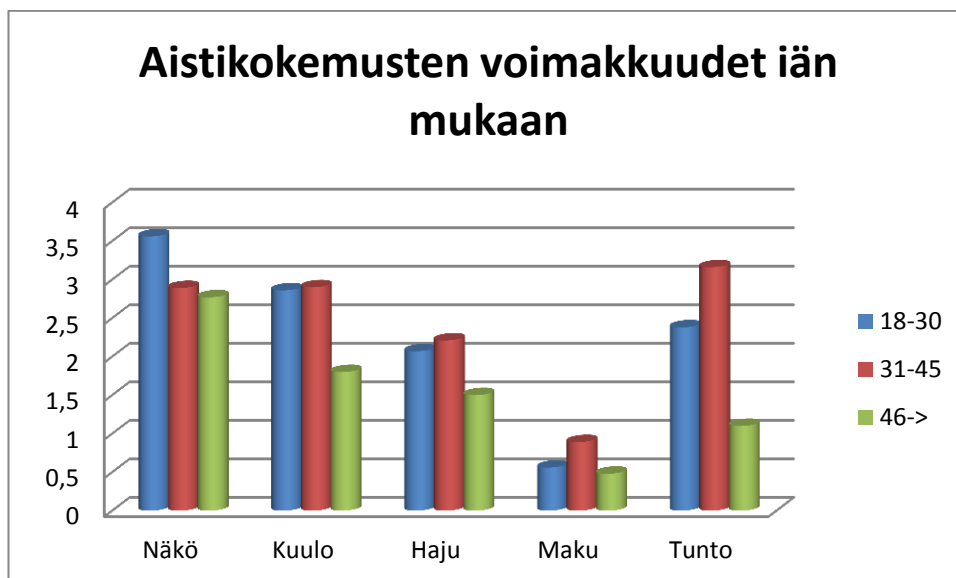
”Aistien voimakkuudet ryhmillä” taulukossa kuvataan kunkin aistin voimakkuutta eri ryhmien välillä.



Taulukko 4: Aistien voimakkuudet ryhmillä

Ryhmä 1 kohdalla jokainen aisti koetaan voimakkaampana kuin kahden muun ryhmän kohdalla. Suuria eroja on varsinkin haju-, maku- ja tuntoaistien kohdalla, jossa ryhmä 1 aistimukset ovat selkeästi voimakkaimpia. Näkö- ja kuuloaistien kohdalla tulokset lähentelevät toisiaan. Ryhmä 2 koki aistit voimakkaammin kuin ryhmä 3, paitsi hajuaistin kohdalla, jossa ryhmä 3 aistimukset ovat aavistuksen voimakkaita. Ryhmä 3 kohdalla maku- ja tuntoaistimukset ovat huomattavasti muita ryhmiä heikommat.

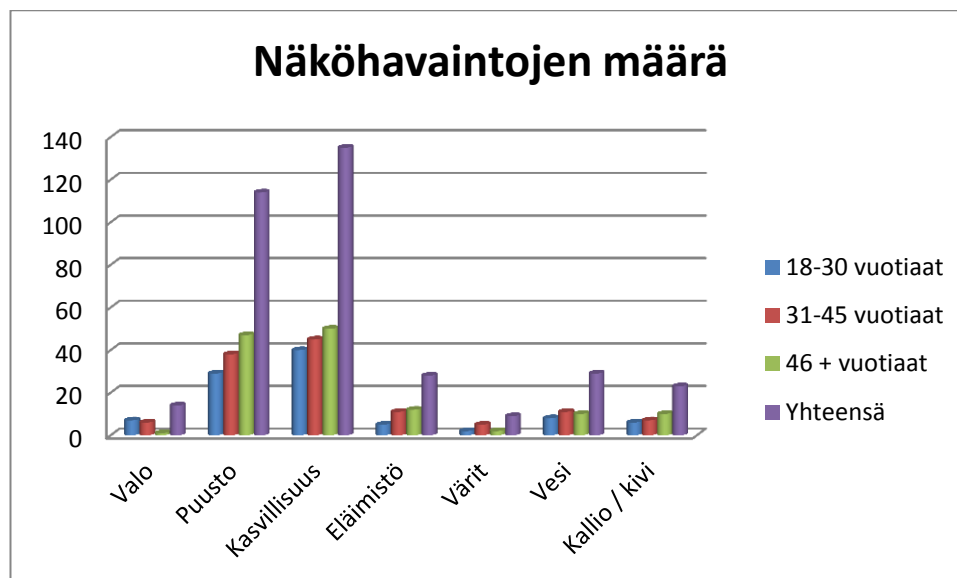
Taulukossa 3 kuvataan kunkin aistin voimakkuutta eri ikäryhmillä.



Taulukko 5: Aistikokemusten voimakkuudet iän mukaan

Tulokset ovat jokaisen kolmen luontoretken keskiarvoja. Näköaistin kohdalla ikäryhmän 18-30 havainnot ovat muita selkeästi voimakkaampia, kun taas ikäryhmän 31-45 ja 46 ja yli vuotiaiden ovat lähes yhtä voimakkaita. 31-45-vuotiaiden näköaistimukset ovat tutkimuksen tulosten perusteella hieman voimakkaampia kuin 46 ja yli -vuotiaiden. Kuuloaistin kohdalla ikäryhmä 31-45 aistimukset ovat hieman ikäryhmä 18-30-vuotiaiden aistimuksia voimakkaampia, kun taas 46 ja yli -vuotiaiden aistimukset jäävät selkeästi muita heikommiksi kuuloaistin kohdalla. Hajuaistin kohdalla tulokset ikäryhmien välillä ovat samat kuin kuuloaistin kohdalla. Maku aistimukset ovat tuloksien pohjalta voimakkaimpia 31-45-vuotiailla kun taas kahdella muulla ikäryhmällä ne ovat lähes samoja, 18-30-vuotiailla kuitenkin hieman voimakkaampia. Voimakkaimmat tuntoaistimukset olivat 31-45-vuotiailla. Aistimusten voimakkuudet tällä ikäryhmällä ylittävät taulukossa 2 kuvatun tuntoaistin keskiarvon. Selkeä ero tulee 18-30-vuotiaisiin, joiden aistimukset ovat seuraavaksi voimakkaimpia ja vielä selkeämpi ero on 46 ja yli -vuotiaisiin, joiden tuntemukset ovat heikoimpia. 31-45-vuotiaat aistivat tulosten perusteella kaikki aistit voimakkaammin ja 46 ja yli -vuotiaat taas heikoimmin.

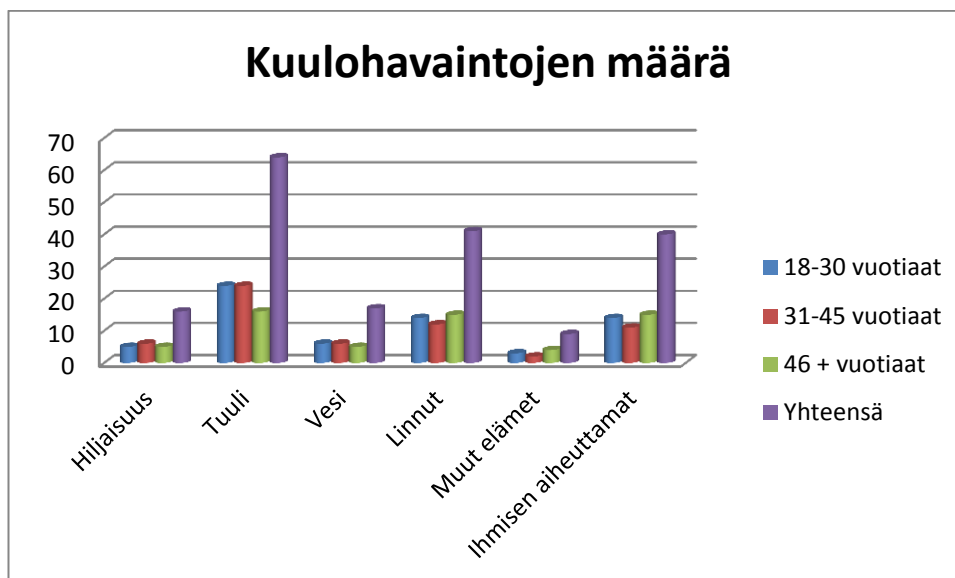
Taulukossa 4 on eritelty näköhavaintojen määrät yleisimpien luokkien mukaan ikäryhmien perusteella sekä kaikkien ikäryhmien yhteistulos.



Taulukko 6: Näköhavaintojen määrä

Tulokset perustuvat ylös kirjattujen näköhavaintojen määrään. Yhteensä sekä puustoon, että muuhun kasvillisuuteen on kiinnitetty eniten huomiota. Seuraavina tulevat eläimistöön ja veteen liittyvät havainnot. Valoon ja väreihin on kiinnitetty kaikkein vähiten huomiota, valoon jonkin verran enemmän kuin väreihin. Yhteensä näköhavaintoja eniten ovat kirjanneet 46 + -vuotiaat ja varsinkin puustoon ja muuhun kasvillisuuteen liittyviä havaintoja tämä ikäryhmä on kirjannut eniten. 31-46 -vuotiaiden näköhavaintojen määrä tulee seuraavana ja vähiten ylös näköhavaintojaan kirjasivat 18-30 -vuotiaat.

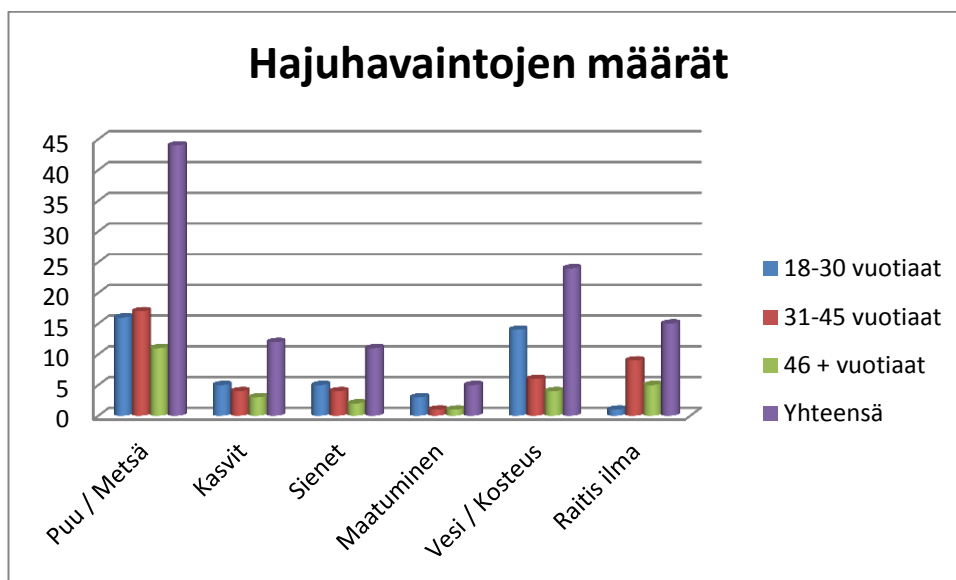
Taulukko 5 kuvaa merkittyjen kuulohavaintojen määrää luontoretellä.



Taulukko 7: Kuulohavaintojen määrä

Kaikkien ikäryhmien yhteisten tulosten perusteella tuulen aiheuttamat havainnot ovat yleisimpiä. Seuraavana tulevat lintujen aiheuttamat äänet. Ihmisistä johtuvat kuulohavainnot (kuten puhe, lentokoneet, autot) ovat seuraavana ja vielä aika yleisenä havaintona. Vesi, hiljaisuus ja muiden eläinten (lähinnä hyönteisten) aiheuttamat äänet jäävät muita yleisiä huomioita vähäisemmiksi. Iän perusteella ei tuloksissa ole vaihtelevuutta kovinkaan merkittävästi. Jonkinlaista eroa on havaittavissa ainoastaan tuulen aiheuttamissa kuulohavainnoissa, joiden kohdalla 46 + -vuotiaiden havainnot jäävät muita selvästi vähäisemmiksi.

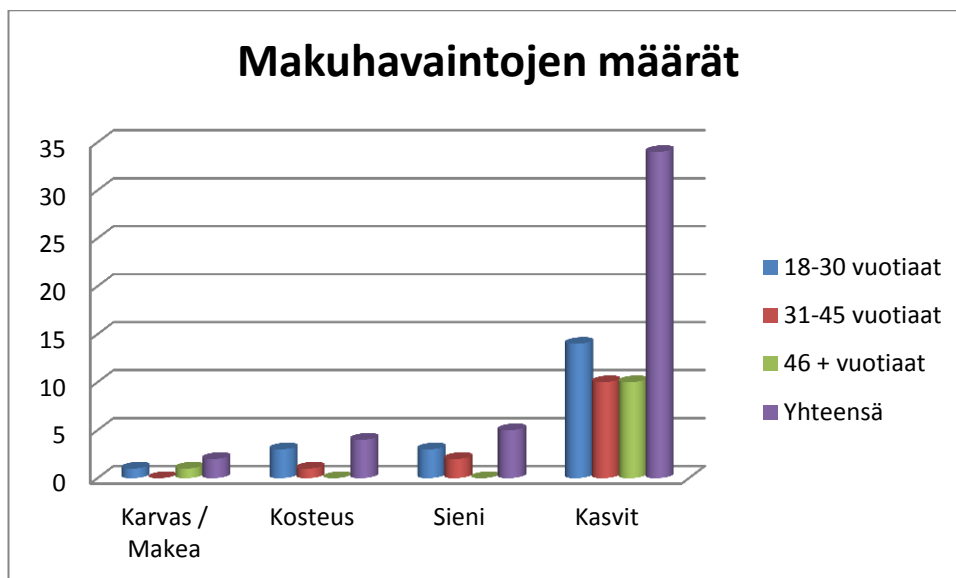
Taulukossa 6 on esitetty hajuhavaintojen yhteismäärä tutkimuksen ajalta eroteltuna yleisimpien hajuaistimusten perusteella. Taulukossa on myös eritelty aistimusten jakauma iän perusteella.



Taulukko 8: Hajuhavaintojen määrät

Eniten hajuhavaintoja kirjattiin puun ja metsän hajuun. Seuraavaksi eniten haistettiin vesi tai kosteus. Raitis ilma tulee kolmanneksi yleisempänä hajuhavaintona. Kasvien, sienien ja maatumisen hajut ovat kolme vähiten ylös kirjattua hajuun perustuvaa havaintoa. Tulosten perusteella 18-30-vuotiaat kirjasi neljässä eri ryhmässä eniten havaintoja kun taas 31-45-vuotiaat kahdessa. Yli 46-vuotiaiden ylös kirjaamat havainnot jäävät vähäisimmiksi kaikissa ryhmissä.

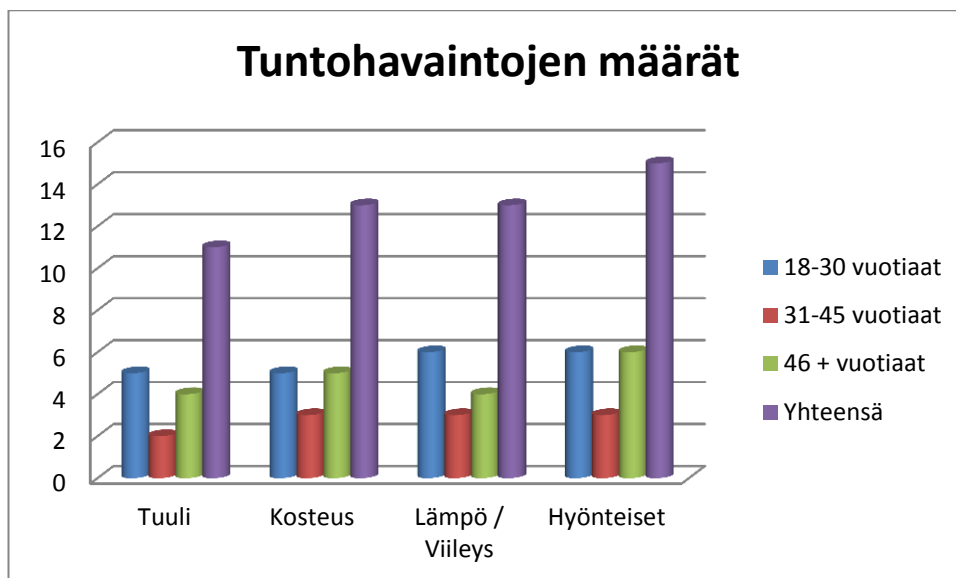
Taulukossa 7 on eritelty makuhavaintojen määrät yleisimpien luokkien mukaan ikäryhmien perusteella sekä kaikkien ikäryhmien yhteistulos.



Taulukko 9: Makuhavaintojen määrät

Makuhavainnot ovat jääneet kaiken kaikkiaan vähäisiksi tutkimushenkilöillä. Kasvit aiheuttivat selkeästi eniten makuhavaintoja, muita, vähän havaintoja aiheuttaneita aistimuksia olivat karvas tai makea maku, kosteuden maistaminen ja sienen maku. Suurimman osuuden makuhavainnoista ovat ylös kirjanneet 18-30-vuotiaat.

Taulukossa 8 on eritelty tuntohavaintojen määrät yleisimpien luokkien mukaan ikäryhmien perusteella sekä kaikkien ikäryhmien yhteistulos.



Taulukko 10: Tuntohavaintojen määrät

Suurimman osan tuntohavainnoista aiheuttivat hyönteiset. Kosteus- sekä lämpötilaerot tulevat seuraavina ja tuuli viimeisenä. Erot eri tuntohavaintojen määrien välillä ovat kuitenkin pienet. Myös tuntohavaintoja eniten ovat kirjanneet ylös 18-30-vuotiaat, vaikka tässä aistimuksessa seuraavana tulevat 46 ja yli -vuotiaat. Keskimääräinen ikäryhmän tuntoaistimusten kirjaaminen on jäänyt muita vähäisimmäksi.

Tuntemuksia ja mielitekoja

- Valo joka tulee puiden välistä metsään kiinnitti huomion. Näytti rauhalliselta.
- Teki mieli mennä loikoilemaan ton puun alle kun näin tämän.
- NAM! Halusin lisää ja lisää ja lisää mustikoita! Harmi että niitä oli jo syöty niin paljon.
- Tuntui siltä että ollaan jossain kuoleman jälkeisessä metsässä kun oli sammaleinen suo ja valo vähän pilkkotti jostain puiden takaa.
- Otin kuvan, koska järvimaisema oli kaunis ja järveltä kävi leuto tuulenvire.
- Otin kuvan, koska ilta-aurinko paistoi mielestäni kauniisti puiden välistä.
- Tässä kuvassa näkyy, kuinka lahopuu on kaatuessaan jäänyt konkeloon. Tunsin hieman jännitystä, koska konkelon laukeaminen voi aiheuttaa vaaratilanteen. Samalla tunsin kunnioitusta metsää kohtaan.
- Näkymästä tulee mieleen jättiläisen raapimisjäljet. Lisäksi kalliot houkuttelevat kiipeilemään.
- Pehmeä metsätie, jolla voisi kävellä paljain jaloin. Tien päästä kajastava valo houkuttelee kohti.
- Kanto. Modernia taidetta metsän keskellä. Näyttää patsaalta, joten silmä jää kiinni siihen.
Nuotio ja taljoja. Luo mystistä tunnelmaa. Retken loppuhuipennus.

Havaintoja ympäristöstä

- Palveluvarustus hyvässä kunnossa
- Linnunpönttö ekalla rastilla. Kukakohan huoltaa?
- Murkkupesä ekalla rastilla
- Aiheellinen taulu
- Sienessä hienot värit
- Opasteviitat erinomaiset
- Kallio jyrkänne
- Päästäinen tms pikkuolio piiloutui kiven alle
- En ole ikinä nähnyt ruskeaa kärpässientä!

Taulukko 11: Kommentit valokuvista

Edellä olevassa taulukossa 9 on esitetty kommentit, joilla tutkimushenkilöt kommentoivat ottamiaan valokuvia luontoretkillä. Kommentit on jaoteltu kahteen eri ryhmään. Ensimmäisessä ryhmässä ovat kommentit, jotka kuvaavat syntyneitä tuntemuksia ja kuvan kohteen aiheuttamia mielitekoja kun taas toisessa ryhmässä ovat kommentit, jotka ovat ympäristöön liittyviä havaintoja. Kuvia otettiin enemmän aiheista ja kohteista, jotka herättivät tuntemuksia ja mielitekoja, kuten kunnioitus metsää kohtaan tai kallio, joka houkuttelee kiipeämään. Ympäristöön liittyviä kuvia ja kommentteja oli selvästi vähemmän ja ne pitävät sisällään muun muassa opasteviittoja ja luonnon väristystä.

Seuraava kuva 3 on otettu mustikoista ja tutkimushenkilö kommentoi jälkikäteen kuvaansa seuraavasti ” NAM! Halusin lisää ja lisää ja lisää mustikoita! Harmi että niitä oli jo syöty niin paljon.” Makuaistimuksia saatiin tutkimuksen aikana enemmän, koska tutkimushenkilöt maistelivat luonnosta löytyviä kasveja ja varsinkin marjoja.



Kuva 1: Mustikoita

Kuvassa 4 tutkimushenkilö on ottanut valokuvan sellaisesta kohdasta metsää, joka on aiheuttanut hänelle voimakkaan henkisen tuntemuksen. Henkilö kommentoi kuvaa ja sen aiheuttamaa tunnetilaa seuraavilla sanoilla: ”Tuntui siltä että ollaan jossain kuoleman jälkeisessä metsässä kun oli sammaleinen suo ja valo vähän pilkotti jostain puiden takaa.”



Kuva 2: Valo pilkottaa metsässä

”Tässä kuvassa näkyy, kuinka lahopuu on kaatuessaan jäänyt konkeloon. Tunsin hieman jännitystä, koska konkelon laukeaminen voi aiheuttaa vaaratilanteen. Samalla tunsin kunnioitusta metsää kohtaan.” Näin kuvan 5 ottaja kuvaa kohdettaan. Kuvauskohde on hänelle aiheuttanut selkeän tunnetilan.



Kuva 3: Kunnioitus luontoa kohtaan

Kuva 6 on otettu kolmannen ja viimeisen luontoretken yhteydessä. Tällä retkellä mukana oli tarinallistettu opastus. Tutkimushenkilö kertoo kuvastaan ja tilanteen aiheuttamista tuntemuksistaan seuraavaa: ”Nuotio ja taljoja. Luo mystistä tunnelmaa. Retken loppuhuipennus.”



Kuva 4: Kolmannen luontoretken loppuhuipennus

Kuvassa 7 tutkimushenkilön näköhavainto on kiinnittynyt ympäristöön liittyvään asiaan ja kuvansa aihetta hän kuvaa aiheelliseksi tauluksi.



Kuva 5: Kyltti

Noin kolme kuukautta luontoretken jälkeen kysyttiin kolmannelle, tarinallistetulle retkelle osallistujilta, mitä he muistavat jälkimmäiseltä retkeltä, sekä mitkä asiat ovat jääneet siitä päällimmäisenä mieleen. Viisi kuudesta osallistujasta vastasi. Ensimmäinen henkilö muisti shamaanin, eli oppaan puheet peikoista, vaikka metsä hänen mielestään pysyi samanlaisena. Ilmassa hän koki olevan maagista tunnelmaa. Päällimmäisenä mieleen oli jäänyt sienien etsintä, hetket rannalla, yhteiset hetket ja kaunis ilta. Toinen tutkimushenkilö kertoo muistavansa luontoretken alussa tarinan haltijapolun ylittäneistä ihmisistä, jotka lumoukseen jouduttuaan muuttuivat kannoiksi ja kiviksi. Päällimmäisenä mieleen jäi retken lopussa pahojen asioiden hautaaminen sekä koivunmahlan maistelu. Henkilö mainitsee oppaan sopineen tarinaan ja ympäristöön hyvin erityisesti vaatetuksen perusteella ja korosti sitä, että mieli piti pitää ”lapsenmielisenä” koska tarinasta oli kyse. Kolmas henkilö mainitsee muistavansa tarinat muurahaispesästä sekä katajasta. Päällimmäisenä hänelle mieleen jäi nuotio ja makkaranpaisto sekä tunnelma. Neljännelle henkilölle päällimmäisenä mieleen jäi koivun mahlajuoma, josta hänelle tulivat lapsuuden kesät mieleen. Viidennelle henkilölle jäi päällimmäisenä mieleen murheiden hautaaminen puun juureen ja myös koivun mahlan maku, jota henkilö ei aikaisemmin ollut maistanut. Kokonaisuudessaan hänelle mieleen jäi alkuun katsottu markkinointivideo, joka herätti kiinnostuksen ja mietteet siitä, mitä retkellä tulisi vastaan. Henkilö kokee, että tarinat metsien peikoista olisivat olleet helpommin lähestyttävissä, jos reitti olisi kulkenut enemmän polkuja, kuin hiekkatietä pitkin. Kokonaisuutena henkilölle jäi retkestä hyvä mieli ja hän mainitsi olevansa valmis lähtemään samalle retkelle uudestaan.

6 Johtopäätökset

Tämän tutkimuksen tulokset olivat suuntaa-antavia ja tulosten pohjalta voidaan tutkimus toistaa paranneltuna. Tutkimuksessa tutkimushenkilöt jaoteltiin ikäryhmiin. Jokaisessa ikäryhmässä oli siis yhteensä neljä henkeä. Tutkimustulokset ikäryhmien perusteella olivat viitteellisiä, sillä neljän henkilön perusteella ei vielä voida vetää absoluuttisia johtopäätöksiä koko ikäryhmän aistikokemuksista tai siitä, kuinka tarinallistaminen vaikuttaa niihin.

Tutkimuksessa otanta oli suppea. Tutkimukseen osallistui 12 henkilöä. Näistä kuusi henkilöä osallistui kahdelle jälkimmäiselle retkelle, jossa tutkittiin myös tarinallistamista. Toisen ja kolmannen ryhmän tuloksiin on saattanut vaikuttaa se, että kolmannelle retkelle osallistujat olivat jo kertaalleen käyneet yhden luontoretken läpi, jossa olivat kartoittaneet aistimuksiaan ja eivät toisella kerralla enää jaksaneet olla yhtä läpikotaisia. Lisäksi yksilöt vaikuttivat tutkimustuloksiin suuresti. Jotta saataisiin konkreettisempia tuloksia aikaiseksi, pitäisi tutkimus toistaa suuremmalla määrällä henkilöitä ja toisen ja kolmannen luontoretken henkilöiden tulisi ole eri henkilöitä. Mikäli tutkimus toistetaan, suositeltavaa olisi toisen ryhmän poistamista kokonaan, jolloin jäljelle jää luontoretki ilman tarinallistamista, sekä luontoretki tarinallistamisen kanssa.

Palvelumuotoilun keinojen käyttäminen tämän tyypisessä tutkimuksessa voi olla haasteellista. Palvelumuotoilu mielletään ennemminkin keinona tuottaa jotain uutta palvelua asiakkaiden kanssa yhdessä, tai kehittää jo olemassa olevaa palvelua. Tutkimuksen tavoitteena oli kuitenkin kartoittaa, millaisia aistikokemuksia ja minkä verran luontoretkellä koetaan, sekä onko luontoretkelle tarinallistamisen mukaan tuomisella vaikutusta näihin aistikokemuksiin. Tutkimustulosten perusteella voidaan lähteä palvelumuotoilun keinoin kehittämään palvelutuotetta ja luontoretkeä moniaistisemmaksi.

Tutkimustulosten perusteella ensimmäisen ryhmän aistikokemuksen olivat voimakkaimpia, toisen ryhmän aistikokemukset olivat toiseksi voimakkaimpia ja kolmannen ryhmän aistikokemukset olivat heikoimpia. Tulosten perusteella ryhmä, jolla oli tarinallistaminen mukana sekä videon, että oppaan muodossa, kokivat aistimukset heikoiten. Tuloksiin vaikuttaa kuitenkin se, minkälaisia henkilöitä tutkimukseen osallistui. Ensimmäisen ryhmän jäsenet saivat kulkea vapaasti reitin läpi ilman häiriötekijöitä omaan tahtiin kartoittaen aistimuksiaan. Ensimmäisen ryhmän jäsenet poikkesivat reitiltä metsän puolelle tutkimaan ympäristöään. He maistelivat lehtiä, marjoja ja sieniä ja käyttivät aikaa havainnoiden omia aistimuksiaan. Toiselle ja kolmannelle retkelle osallistuvat eivät tällaiseen ryhtyneet. Lisäksi kolmannen retken osanottajilla ei tähän mahdollisuutta ollut, sillä retki tehtiin oppaan tahtiin. Kolmannen retken osanottajien huomio keskittyi oppaaseen ja tarinoihin. Tämä todennäköisesti vei huomion pois aistimuksista. Kolmannen retken osanottajat kommentoivat kuunnelleensa kiinnostuneena opasta. Voidaan siis päätellä, että vaikka aistikokemukset ehkä ovat tarinallistetulla luontoretkellä heikompia, on se palvelukokemuksena positiivisempi ja tuo lisäarvoa tuotteelle.

Eri aistien voimakkuuksissa ei tullut yllätyksiä tutkimustuloksissa. Kuten voisi olettaa, näköaistimukset ovat olleet voimakkaimpia. Ihminen poikkeaa suurimmasta osasta muista nisäkkäistä siinä, että luottaa hajuaistin sijaan näköaistiinsa eniten. Makuaistimukset jäivät heikoimmiksi, niin kuin oli odotettavissakin. Yllättävää oli se, että niitä kuitenkin tuli. Poikkeuksen tuloksiin luo ensimmäinen ryhmä, joka todella maisteli luonnon antimia retkensä yhteydessä runsaasti. Moniaistisuutta luontoretkellä voisi tuoda enemmänkin esille makujen kautta. Suomen luonnosta löytyy paljon syötäväksi kelpaavaa ja koska makuaistimuksia ei luontoretken yhteydessä yleensä koe, voisivat ne tuoda lisäarvoa palvelutuotteelle.

Näköhavaintoja tehtiin tutkimustulosten perusteella eniten kasvillisuuteen ja puustoon liittyen, mikä ei sinällään ole ollenkaan yllättävää metsässä. Eläimistöön perustuvat havainnot olivat joko hyönteisistä taikka eläinten jättämistä jäljistä. Yllättävää oli, että muita eläimiä ei luontoretken yhteydessä näkynyt. Koska tutkimus tehtiin loppukesästä jolloin lehtien värit olivat jo jonkin verran alkaneet muuttua, oli myös yllättävää, että havaintoja väreistä ei ole enempää. Huomiota kiinnitettiin lähinnä luonnon vihreyteen. Kuulohavainnoissa ei tuloksissa ollut paljoa yllätyksiä. Se, että tuulen aiheuttamat äänet olivat yleisimpiä ja lintujen äänet tulivat seuraavana, oli odotettavissa. Kuitenkin yllättävää oli se, kuinka paljon ihmisten aiheuttamia ääniä retkillä havaittiin. Näihin kuuluivat muut luonnossa liikkujat, mutta myös harmillisen paljon ylitse lentävien lentokoneiden äänet. Yksi tutkimushenkilöistä häiriintyi lentokoneen äänestä niin paljon, että mainitsee sen rikkoneen oppaan luoman tunnelman.

Tutkimushenkilöiden ottamien kuvien perusteella voitiin päätellä, että suurin osa kuvista otettiin kohteista, jotka herättivät jotain tuntemuksia kuvaajassa. Kuvista oli nähtävissä se, että metsä voidaan kokea pelottavana, kiehtovana ja satumaisena paikkana. Tarinallistamisen kautta myös yhteys menneeseen voimistuu. Tarinallistamisella voidaan luoda luontoretkelle erilainen tunnelma, jossa ihminen kokee olevansa osa ympäristöä ja kokee ympäristön aivan uudella tavalla ja näin saadaan asiakkaan tunnetasoa nostettua ja luotua unohtumaton kokemus. Kuvat löytyvät kokonaisuudessaan liitteestä 4.

Liitteessä 3 on taulukkoon listattu tutkimushenkilöiden kommentit luontoretkeltä lomakkeen kohdasta muita huomioita, sekä tuntoaistimuksen kohdasta ne kommentit, jotka viittaavat muihin tuntemuksiin, jotka eivät ole aistivaraista havainnointia. Kolmannella luontoretkellä, jossa tarinallistaminen oli kokonaisuudessaan mukana, on kommentteja muita retkiä enemmän. Kommentit ovat myös luonteeltaan enemmän tunnelmaan ja omiin tunteisiin viittaavia. Tutkimushenkilöt ovat kommentoineet olevansa kiinnostuneita ja kokeneet rauhan sekä oman pienuutensa luonnon keskellä. Eräs tutkimushenkilö on myös maininnut saaneensa kosketuksen menneisyyteen eritavalla. Vaikuttaisi siis siltä, että vaikka aistikokemuksiin tarinallistamisen vaikutus on pieni ainakin tämältyyppisellä luontoretkellä, itse luontoretkeen kokemuksena vaikutus on positiivinen.

Tarinallistetulle luontoretkelle osallistuneilta tutkimushenkilöiltä kysyttiin, mitä he retkestä muistavat ja mikä heille jäi päällimmäisenä mieleen. Mieleen jääneitä asioita olivat erinäiset tarinat, joita retkellä kerrottiin. Lisäksi luontoretken lopussa ollutta pahojen asioiden ja murheiden kätkemistä sekä koivun mahlan juomista pidettiin arvossa. Jatkossa näitä osia kannattaa tarinallistetulla retkellä korostaa. Kritiikkiä annettiin siitä, että tarinallistetun retken ympäristö ei sopinut tarinaan, koska retki tehtiin hiekkatietä pitkin. Jatkossa voisi harkita, josko tämän tyyppiset retket tehtäisiin tunnelman ja autenttisuuden kannalta syvemmällä metsässä luonnonpolkuja pitkin. Markkinointivideo herätti kiinnostusta ja voidaan siis päätellä, että video on toteutettu onnistuneesti, koska sillä oli toivottu vaikutus. Retkellä onnistuttiin luomaan sopiva tunnelma. Tunnelman luomiseen kannattaa tarinallistettua luontoretkeä tehtäessä kiinnittää paljon huomiota. Tutkimustuloksia apuna käyttäen voidaan lähteä palvelumuotoilun keinoin luomaan moniaistista, tarinallistettua luontoretkeä.

Tutkimuksessa onnistuttiin kartoittamaan luontoretkellä saatuja aistihavaintoja kattavasti ja saatiin käsitys siitä, mihin retkellä ihmisen huomio kiinnittyy. Tulosten perusteella voidaan lähteä kehittämään palvelutuotetta kohti moniaistisempaa kokemusta. Vaikka tulosten perusteella tarinallistaminen vie huomiota pois aistimuksilta, on siitä enemmän hyötyä kuin haittaa. Tarinallistaminen luo tunnelman ja kokemuksen, jota asiakas luultavasti arvostaa enemmän kuin sitä, että näkee taikka kuulee jokaisen ympäröivän asian. Tämä tietysti vaihtelee hieman kohderyhmien ja luontoretken tarkoituksen mukaan. Tarinallistetun luontoretken avulla voi erottautua kilpailijoista ja saada näin kilpailuetua.

Opinnäytetyön toimeksiantaja pitää työtä monipuolisena ja kattavana työnä moniaistisuudesta ja tarinallistamisesta. Toimeksiantaja on tutkijan kanssa samaa mieltä siitä, että tutkimusasetelmaa olisi pitänyt alussa pohtia hieman tarkemmin ja on jo hankeen puolelta keskustellut tutkimuksen toistamisesta uudella asetelmalla. Toimeksiantaja toimi itse oppaana kolmannella luontoretkellä ja myöntää, että retkellä olisi pitänyt panostaa enemmän aistikokemuksiin, sillä nyt retkellä opastuksessa korostui tarinallistaminen. Toimeksiantaja pitää opinnäytetyötä kaiken kaikkiaan erinomaisena työnä, joka on myös hänelle opettanut paljon.

Lähteet

- Ayres, A.J. 2008. Aistimusten aallokossa. Sensorisen integraation häiriö ja terapia. Suomentaja Tapola, L. Juva: WS Bookwell.
- Borg, P. Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Helsinki: WSOY.
- Hemmi, J. 1995. Ympäristö- ja luontomatkailu. Kokkola: KP paino.
- Hiltunen, E. Holmberg, P. Kaikkonen, M. Lindblom-Ylänne, S. Nienstedt, W. & Wähälä, K. (toim.) 2005. Galenos ihmiselämästä kohtaa ympäristön. 6.-7. painos. Porvoo: WSOY.
- Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. 13-14. painos. Helsinki: Tammi.
- Hämäläinen, K. Vilkka, H. Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu -uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Helsinki: Teknologiainfo Teknova.
- Koivisto, M. 2011. Palvelumuotoilu -uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Helsinki: Teknologiainfo Teknova.
- Latomaa, T. 2007. Seikkaillen elämyksiä. Seikkailukasvatuksen teoriaa ja sovelluksia. Teoksessa Karppinen, S. & Latomaa, T. (Toim.) Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Lavia, A-R. 2005. Elämystuottajan käsikirja. Teoksessa Tarssanen, S. (Toim.) 2. painos. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.
- Mager, B. 2004. Service Design a Review. Köln: Köln international school of design.
- Mattelmäki, T. Vaajakallio, K. 2011. Palvelumuotoilu -uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Helsinki: Teknologiainfo Teknova.
- MEK. 2010. Kansainvälinen luontomatkailututkimus 2010. Helsinki: Matkailun edistämiskeskus.
- Miettinen, S. 2009. Designing Services with Innovative Methods. Teoksessa Miettinen, S. & Koivisto, M. (Toim.) Keuruu: Otava
- Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu -uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Helsinki: Teknologiainfo Teknova.
- Miettinen, S. Kalliomäki, A. Ruuska, J. 2011. Palvelumuotoilu -uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Helsinki: Teknologiainfo Teknova.
- Miettinen, S. Raulo, M. Ruuska, J. 2011. Palvelumuotoilu -uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Helsinki: Teknologiainfo Teknova.
- Perttula, J. 2007. Seikkaillen elämyksiä. Seikkailukasvatuksen teoriaa ja sovelluksia. Teoksessa Karppinen, S. & Latomaa, T. (Toim.) Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita.
- Swarbrooke, J. Beard, C. Leckie, S. & Pomfret, G. 2003. Adventure Tourism, The new frontier. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2005. Elämystuottajan käsikirja. Teoksessa Tarssanen, S. (Toim.) 2. painos. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.

Tuorila, H. Parkkinen, K. & Tolonen, K. 2008. Aistit ammattikäyttöön. Helsinki: WSOY.

Sähköiset lähteet

Fonecta. Viitattu 2.2.2011

<http://www.finder.fi/tuntematon/Nuuksion%20Taika%20Oy/OTALAMPI/toiminta/2092991>
<http://www.finder.fi/tuntematon/Nuuksion%20Taika%20Oy/OTALAMPI/paattajat/2092991/>

Laurea Ammattikorkeakoulu. Viitattu 10.2.2011

<http://moniaistinentila.laurea.fi/taustatjakasitteet.html#moniaistisuus>

Leofinland. Viitattu 22.11.2011

<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>

Metsähallitus. Viitattu 15.2.2011

<http://www.metsa.fi/sivustot/metsa/fi/Luonnonsuojelu/Suojelualueet/Kansallispuistot/Sivut/Kansallispuistotovatluontoaarteitamme.aspx>
<http://www.luontoon.fi/page.asp?Section=246>

Metsähallitus. Viitattu 19.10.2011

www.luontoon.fi/nuuksio

Nuuksion Taika Oy. Viitattu 2.2.2011

<http://nuuksiontaika.fi/myynti.html>
<http://nuuksiontaika.fi/ryhmat.html>
<http://nuuksiontaika.fi/ohjelmat.html>

Nuuksion Taika Oy. Viitattu 19.10.2011

<http://nuuksiontaika.fi/#/ohjelmat/metsan-taikka>
<http://nuuksiontaika.fi/#/ohjelmat/kansanperinteen-voimaa>
<http://nuuksiontaika.fi/#/ohjelmat/muuta-mukavaa>

Julkaisemattomat lähteet

Alakoski, L. Isacsson, A. & Bäck, A. 2010. Projektisuunnitelma: Matkailijan moniaistinen palvelukokemus - Mmp. Tekesin Vapaa-ajan palvelut -ohjelmaan.

Jokiniemi, J. 2007. Kaupunki kaikille aisteille: Moniaistisuus ja saavutettavuus rakennetussa ympäristössä. Espoo: Teknillinen korkeakoulu.

Kalliomäki, A. 2011. Tarinallistajan haastattelu. Tarinakone. Jyväskylä.

Kuvat ja kuvat

Kuva 1: Mustikoita	41
Kuva 2: Valo pilkottaa metsässä.....	42
Kuva 3: Kunnioitus luontoa kohtaan	43
Kuva 4: Kolmannen luontoretken loppuhuipennus	44
Kuva 5: Kyltti	45

Taulukot

Taulukko 1: Elämyskolmio (leofinland.).....	22
Taulukko 2: Palvelumuotoiluprosessi	28
Taulukko 3: Aistikokemusten voimakkuus pisteillä	32
Taulukko 4: Aistien voimakkuudet ryhmillä	33
Taulukko 5: Aistikokemusten voimakkuudet iän mukaan	34
Taulukko 6: Näköhavaintojen määrä	35
Taulukko 7: Kuulohavaintojen määrä	36
Taulukko 8: Hajuhavaintojen määrät.....	37
Taulukko 9: Makuhavaintojen määrät	38
Taulukko 10: Tuntohavaintojen määrät.....	39
Taulukko 11: Kommentit valokuvista	40

Liite 1: Tutkimuslomake

Kuvaile aistimuksiasi vapaasti jokaisen pysähdyspisteen yhteydessä. Pisteytä aistimuksen voimakkuus kouluarvosanalla 1-5, 1 heikko ja 5 voimakas.

Piste 1

Mitä näet?

Mitä kuule?

Mitä haistat?



Maistatko jotain?

Kuvalle tuntoaistimuksiasi?

Muita huomioita (tuntemuksia ym.):



Piste 2

Mitä näet?

Mitä kuule?



Mitä haistat?



Maistatko jotain?

Kuvalle tuntoaistimuksiasi?



Muita huomioita (tuntemuksia ym.):



Piste 3

Mitä näet?

Mitä kuule?



Mitä haistat?



Maistatko jotain?

Kuvalle tuntoaistimuksiasi?



Muita huomioita (tuntemuksia ym.):



Piste 4

Mitä näet?

Mitä kuule?



Mitä haistat?



Maistatko jotain?

Kuvalle tuntoaistimuksiasi?



Muita huomioita (tuntemuksia ym.):



Piste 5

Mitä näet?

Mitä kuule?



Mitä haistat?



Maistatko jotain?

Kuvalle tuntoaistimuksiasi?



Muita huomioita (tuntemuksia ym.):



Piste 6

Mitä näet?

Mitä kuule?



Mitä haistat?



Maistatko jotain?

Kuvaile tuntoaistimuksiasi?



Muita huomioita (tuntemuksia ym.):



Piste 7

Mitä näet?

Mitä kuule?



Mitä haistat?



Maistatko jotain?

Kuvalle tuntoaistimuksiasi?



Muita huomioita (tuntemuksia ym.):

Liite 2: Anne Kalliomäen haastattelu

1. Mitä mielestäsi tarinallistamisella tarkoitetaan?

Tarinallistaminen on termi, jonka otin käyttöön aloittaessani yritystoimintani (Tarinakone) 2008. Tuntui loogiselta kutsua tarinalähtöistä palveluiden suunnittelua tarinallistamiseksi (engl. story design) ja itseäni tarinallistajaksi (engl. story designer). Tarinallistaminen tarkoittaa jonkin olemassa olevan asian tai palvelun tekemistä tarinaksi. Palveluun syntyy tarinallinen muoto, joka tulee asiakkaan koettavaksi palvelukokemuksessa. Tarinaa kerrotaan kaikilla käytettävissä olevilla keinoilla.

2. Entä kuinka yritys hyötyy tarinallistamisesta?

Tarinallistamisen avulla yrityksen tarina tulee osaksi asiakkaan palvelukokemusta. Tarinallistaminen on keino erottautua ja tuoda esiin yrityksen persoonallisuus. Yksittäisessä palvelussa tarinallistaminen on palvelun vaiheiden yhteen sitomista tarinan avulla.

3. Kuvailisitko, kuinka tarinallistamisen prosessi etenee? Kuinka aloitat tarinan työstämisen ja mitä sen jälkeen?

Tarinallistaminen alkaa matkailuyrityksen tarinidentiteetin tunnistamisesta ja määrittelystä. Tämän jälkeen voidaan rakentaa matkailuyritykselle palveluita, joissa tämä tarinidentiteetti tulee näkyväksi.

4. Mihin asioihin tulee kiinnittää erityisesti huomiota, jotta tarina tukee yrityksen brändiä?

Tarinan tulee pohjautua yrityksen olemassa olevaan liiketoimintasuunnitelmaan. Tarinan tulee tukea jo olemassa olevia lähtökohtia ja vahvistaa niitä. Tarinallistaminen eli tarinalähtöinen palveluiden suunnittelu voidaan nähdä myös yhtenä brändäämisen keinona.

5. Onko olemassa tietynä alalla toimivia yrityksiä, joille mielestäsi tarinallistaminen ei sovellu?

Tarinallistaminen kuten tarinankerrontakin kaikissa eri ilmaisumuodoissaan voi saada hyvin erilaisia muotoja. Uskon, että jokainen yritys voisi hyötyä tarinallistamisesta. Mutta erityisesti siitä on hyötyä yrityksille, jotka tuottavat asiakkailleen elämyksellisiä palveluita.

6. Huomioitko asiakkaiden jo olemassa olevan mielikuvan yrityksestä tarinaa luotaessa, vai onko sillä merkitystä?

Pyrin löytämään sen, mikä on sitä parhainta ja aidointa juuri tämän kyseisen yrityksen toiminnassa. Keskiössä jokaisella yrittäjällä on luonnollisesti asiakas ja hänen kokemuksensa. Tähän liittyen ovat tärkeitä ne asiakaskokemukset ja asiakastutkimusten tulokset, joita yrittäjällä on. Näiden avulla voidaan tarinallistamalla vahvistaa sitä positiivista mielikuvaa, joka asiakkailla jo nyt yrityksestä on.

7. Teit käsikirjoituksen Nuuksion Taika Oy:n markkinointivideota varten:

- 7.1. Kuinka etenit käsikirjoitusta tehtäessä ja mistä aineksista juoni syntyi?

Tein Nuuksion Taika Oy:lle Tarinaidentiteetin käsikirjan keväällä 2011. Tämän projektin aikana syntyi myös ajatus lyhyiden markkinointivideoiden toteuttamisesta. Satu Selvinen Nuuksion Taika Oy:sta teki yhteistyötä Laurean ammattikorkeakoulun mediapajan kanssa ja tekijät videolle löytyivät sieltä. Tein videota varten käsikirjoituksen. Ajatuksena oli, että tarina luetaan ääniraidalle ja sitä tukemaan tuotettaisiin kuvamaailma jossa pääroolissa olisivat Nuuksion mahtava luonto ja Katajanhaltijan hahmo. Kuvamaailma suunniteltiin tukemaan tarinaa niin, että se ei ole kuitenkaan liian osoitteleva. Tarinan juoni syntyi jo kirjoitetun syntytarinan pohjalta. Videossa halusimme kuvata Katajanhaltijan elämää Nuuksion metsän suojelijana. Tietynlainen taianomaisuus oli myös tavoitteena. Yhteistyössä yrittäjä Satu Selvisen kanssa mietimme, mitä ovat ne alueet, jotka haluamme erityisesti tuoda esiin. Videon toteutuksessa huomioitiin luonnollisesti myös käytännön reaaliiteetit.

- 7.2. Mihin asioihin erityisesti tämän yrityksen kohdalla kiinnitit huomiota?

Nuuksion Taika Oy:n kohdalla huomioi kiinnittyi erityisesti ympäristöön ja sen esiin tuomiseen. Katajanhaltijan hahmon rooli ja sadunomainen tunnelma olivat asioita joihin videon toteutuksessa kiinnitettiin erityistä huomiota. Tietynlainen pohjolaan liittyvä mystiikka oli ajatuksissa sekä Tarinaidentiteettiä että videota tehtäessä.

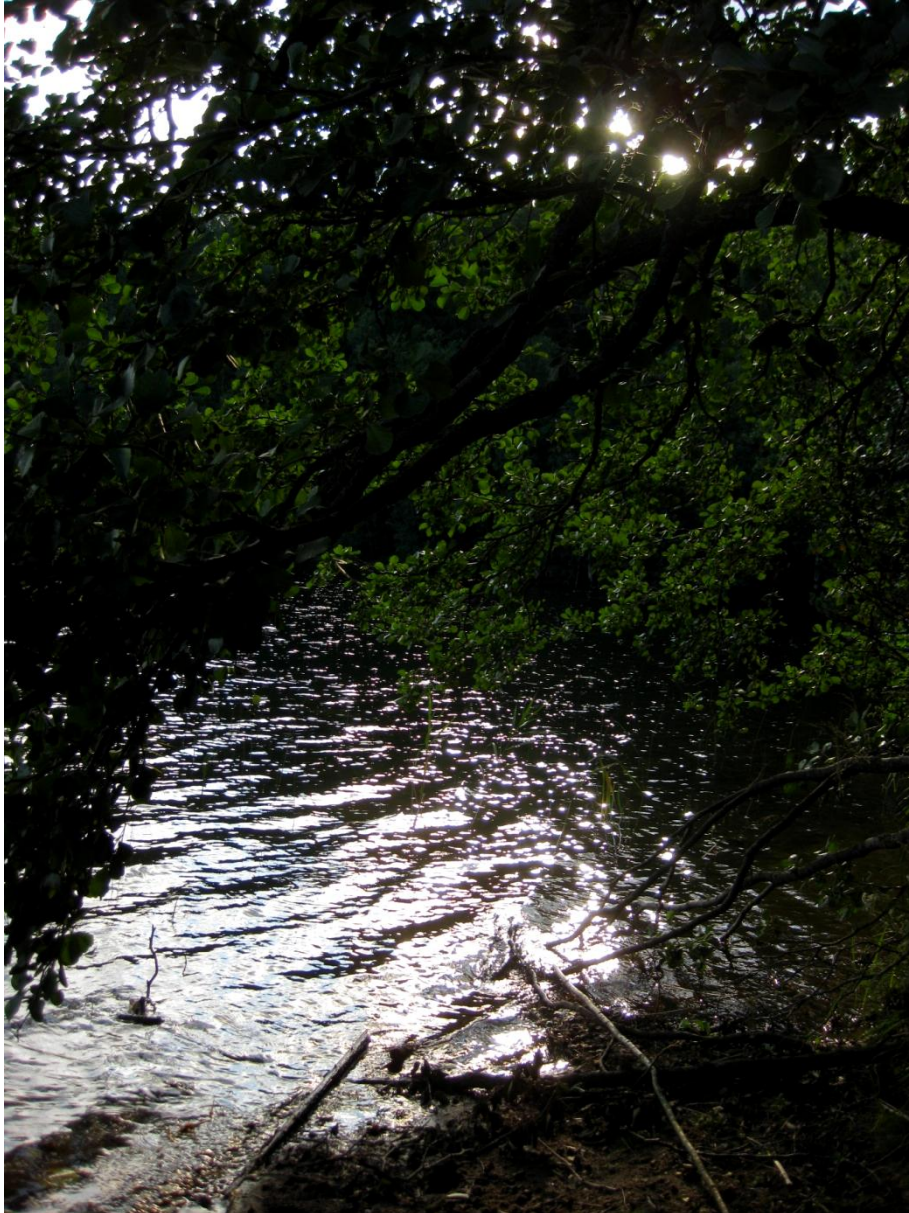
Liite 3: Taulukko kommenteista luontoretellä

Ryhmä 1	Ryhmä 2	Ryhmä 3
<ul style="list-style-type: none"> • Yllättävän keskellä metsää ollaan jo • Kaunista • Tekisi mieli hypätä mustikkamättääseen • Valoisa paikka • Avartavaa, kyltti: ”päin mäntyä käy ihmisen tie, ken roskat ja jätteet metsään vie” • Järveltä tuulee ihanasti • Kaunis paikka, tekisi mieli uimaan • Tunnen olevani keskellä ei mitään, metsä on kuivan näköistä • Melkein ahdistavan synkkää, samalla seesteistä • Salaperäinen paikka • En haluaisi eksyä tänne • Satumaista, lapsuus mieleen • Puu hienosti taipunut kaatuneen puun alle • Auto kulki ohi 	<ul style="list-style-type: none"> • Hyttysiä edelleen • Rauhallista, hiljaista • Hirvikärpäset • Ei erota tavallisesta Suomalaisesta metsästä, tylsä paikka • Rentoutumista häiritsee muiden kävijöiden äänet ja lentokoneet • Vesi on kokoajan liikkeessä, mutta ei mihinkään suuntaan • Rannalla on pelastusrengas, piknik paikka ja grillikatos • Täältä löytyy kantarelleja • Hikinen jyrkän nousun jälkeen • Hyvät opasteet, täällä ei eksy • Valo vähentyy kun metsä tiivistyy • Tie muuttuu poluksi, mikä tuntuu että pääsee enemmän kosketuksiin metsän kanssa 	<ul style="list-style-type: none"> • Komeita puita • Lentokone rikkoo oppaan tuoman tunnelman • Tekisi mieli tulla ravustamaan tänne • Aika karun aukeaa, ilma seisoo • Tekisi mieli poiketa metsään tieltä • Eritavalla kosketus menneisyyteen • Mystikko oppaana oli yllättävää • Luonnon rauhassa hermo lepää • Rauhallinen ja kiinnostunut • Väsynyt ja kiinnostunut • Ihanan avaraa ja valoisa, taivas aukeaa isona • Rauhallinen, mieli makaamaan • Rauhallinen ja huvittunut olo • Hieman synkeä tunnelma • ZEN • Tekisi mieli takaisin metsän suojiin • Oman pienuuden tunne • Rauha • Tuli tosi raikas ja kevyt olo, surut on kuopassa ja terveysjuoma nautittu • Luonnossa on hyvä olla, yksin en välttämättä olisi niin rauhallisin mielin

Liite 4: Kuvat luontoretkestä



”Valo joka tulee puiden välistä metsään kiinnitti huomion. Näytti rauhalliselta.”



”Teki mieli mennä loikoilemaan ton puun alle kun näin tämän.”



"NAM! Halusin lisää ja lisää ja lisää mustikoita! ☺ Harmi että niitä oli jo syöty niin paljon."



”Tuntui siltä että ollaan jossain kuoleman jälkeisessä metsässä kun oli sammaleinen suo ja valo vähän pilkotti jostain puiden takaa.”



”Palveluvarustus hyvässä kunnossa”



”Linnunpönttö ekalla rastilla. Kukakohan huoltaa?”



”Murkkupesä ekalla rastilla”



”Aiheellinen taulu”



”Sienessä hienot värit”



”Opasteviitat erinomaiset”



”Kallio jyrkäne”



”Päästäinen tms pikkuolio piiloutui kiven alle”



”Otin kuvan, koska järvimaisema oli kaunis ja järveltä kävi leuto tuulenvire.”



”Otin kuvan, koska ilta-aurinko paistoi mielestäni kauniisti puiden välistä.”



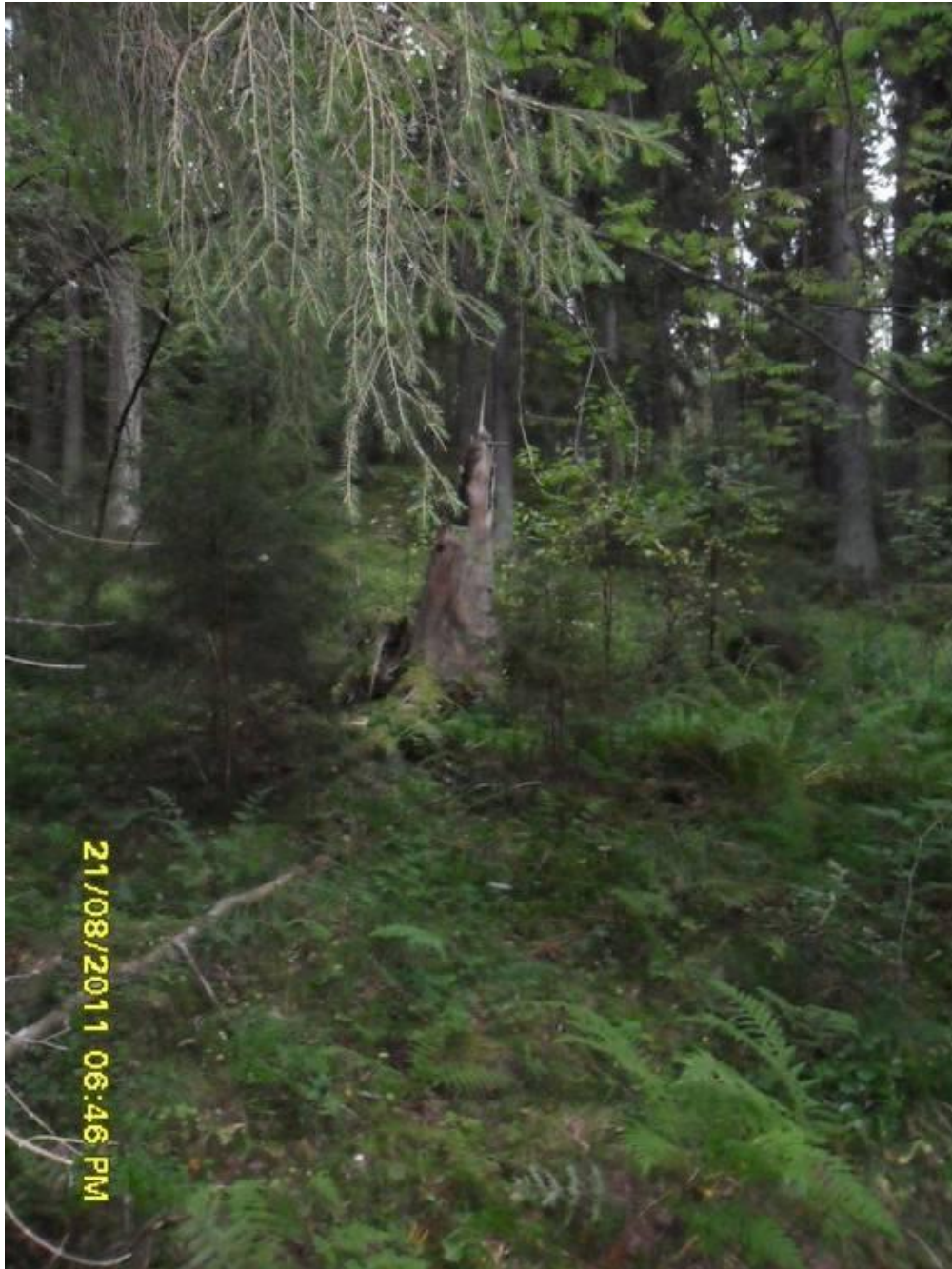
”Tässä kuvassa näkyy, kuinka lahopuu on kaatuessaan jäänyt konkeloon. Tunsin hieman jännitystä, koska konkelon laukeaminen voi aiheuttaa vaaratilanteen. Samalla tunsin kunnioitusta metsää kohtaan.”



"Näkymästä tulee mieleen jättiläisen raapimisjäljet. Lisäksi kallioid houkuttelevat kiipeilemään."



”Pehmeä metsätie, jolla voisi kävellä paljain jaloin. Tien päästä kajastava valo houkuttelee kohti.”



”Kanto. Modernia taidetta metsän keskellä. Näyttää patsaalta, joten silmä jää kiinni siihen.”



”Nuotio ja taljoja. Luo mystistä tunnelmaa. Retken loppuhiipennus.”



”En ole ikinä nähnyt ruskeaa kärpässiäntä!