

Maaseutumatkailuyrityksen luontoaktiviteettitarjonnan kehittäminen

Teemu Saarinen



Tekijä(t) Teemu Saarinen	
Koulutusohjelma Liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelma (LOT), päivätoteutus	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Maaseutumatkailuyrityksen luontoaktiiviteettitarjonnan kehittäminen	Sivu- ja liitesivumäärä 36 + 12
<p>Covid-19 kansainvälinen koronaviruspandemia on haastanut matkailualaa sulkemalla hotelleita ja ravintoloita, mutta samalla antanut yrityksille ainutlaatuisen mahdollisuuden suunnitella rauhassa tulevaisuutta ja kehittää oma toimintaa.</p> <p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää Hämeenlinnan Hauholla sijaitsevan täysihoitola Ilorannan luontoaktiiviteettitarjontaa ajankohtaiseksi ja trendikkääksi.</p> <p>Työn teoriaosuudessa perehdytään matkailuun, erityisesti maaseutumatkailuun ja luontomatkailuun sekä aktiiviteettien hyödyntämiseen matkailutoiminnassa. Teoriaosuudessa keskitytään aktiiviteettien kehittämiseen Visit Finlandin ja Business Finlandin matkailututkimusten avulla, sekä hyödyntäen erinäisiä kyselytutkimuksia luontoliikunnasta.</p> <p>Kehittämistyön tuloksena saatiin tietoa asiakkaiden toiveista ja luotiin yhteistyö, jonka seurauksena Ilorannan asiakkaille on tulevaisuudessa tarjolla kaksi elämyksellistä luontoaktiiviteettiä.</p>	
Asiasanat Luontomatkailu, maaseutumatkailu, luontoaktiiviteetit, tuotekehitys, ohjelmopalvelut	

Sisällys

1	Johdanto	3
2	Matkailualan yritystoiminta ja ohjelmapalvelut	5
2.1	Matkailu	5
2.2	Matkailu tuotteena.....	5
2.3	Luontomatkailu.....	6
2.4	Maaseutumatkailu	8
2.5	Ohjelmapalvelut matkailussa.....	10
2.6	Elämyksen merkitys ohjelmapalvelussa	10
2.7	Luonto- ja maaseutumatkailun luonto-ohjelmapalvelut.....	11
3	Tuotteen tai palvelun kehittäminen palvelumuotoilun keinoin	13
3.1	Palvelumuotoilu palveluiden kehittämisessä	13
3.2	Palvelumuotoilun periaatteet.....	13
3.2.1	Ihmislähtöisyys ja oikean ongelman ratkaisu.....	13
3.2.2	Eksploraatiivisuus ja iteratiivisuus	14
3.2.3	Divergentin ja konvergentin ajattelun vuoropuhelu	14
3.2.4	Protoilu ja testaus.....	15
3.3	Palvelumuotoiluprosessin vaiheet ja menetelmät	15
3.3.1	Ymmärrys ja kiteytys/määrittely.....	16
3.3.2	Ideointi & prototypointi.....	17
3.3.3	Testaus	18
4	Iloranta Oy	19
4.1	Toiminta.....	19
4.2	Asiakkaat	22
4.3	Yrityksen imago	23
4.4	Benchmarkkaus – kilpailijat ja markkinatilanne.....	23
5	Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus.....	25
6	Opinnäytetyö projektin vaiheet	26
6.1	Työn aloittaminen, työnaihe ja kohderyhmä	26
6.2	Kirjallisuuskatsaus ja aineistonkeruu.....	27
6.3	Aktiveettien kehittäminen	30
6.4	Pilotointi Nature Escapen elämyksistä	36
7	Kehittämisehdotukset yritykselle	39
8	Pohdinta.....	41

Kuvaluettelo.....	43
Lähteet	44
Liitteet.....	48
Liite 1 malliesite Ilorannan omasta retkestä.....	48
Liite 2. Leijonankita kyselyn kysymykset.....	49
Liite 3. Kysely Ilorannan asiakkaille	52

1 Johdanto

Matkailu oli ennen koronaviruspandemiaa maailmanlaajuisesti eksponentiaalisessa kasvussa, mutta pandemian aiheuttamien rajoitusten takia matkustusmäärät laskivat tammi-kuu-huhtikuu 2020 välillä 4,9 miljoonalla matkalla. Tämä on heijastunut myös kotimaan matkailuun, jossa yöpymisiä tapahtui 40 % edellisvuotta vähemmän. (Tilastokeskus, 2020.) Yli vuoden kestäneen pandemian aikana monet yritykset ovat kamppailleet selviytyäkseen, mutta samaan aikaan katseet on käännetty jo kohti tulevaa, kun rajoituksia päästään purkamaan.

Ihmisten muuttoliike suuntautuu kaupunkeihin ja urbanisoituvassa maailmassa ihmiset ovat aiempaa kiinnostuneempia luonnosta ja luontopalveluista. Myönteinen luontosuhteen kehittyminen tarjoaa ja ihmisten kokemukset luonnon terveyttä ja hyvinvointia edistävästä vaikutuksista, tarjoavat matkailuyrityksille mahdollisuuden hyödyntää kasvavaa mielenkiintoa. (Ympäristöhallinto, 2020.) Suomen kaunis ja puhdas luonto kirkkaine vesineen tarjoaa lukuisia mahdollisuuksia niin henkisen kuin fyysisen hyvinvoinnin parantamiselle ja virkistäytymiselle. Suomen luonto toimii myös oivallisena matkailuympäristönä, joka tarjoaa monenlaisia ulottuvuuksia.

Luonnon merkitystä kehon ja mielen hyvinvointiin on tutkittu ja on havaittu sen positiiviset vaikutukset hyvinvointiin. Luonnossa liikkuen ja oleillen ihminen voi kokonaisvaltaisesti hyvin ja luonnon vaikutus terveyteen on todella suurta. Meille suomalaisille luontoa on kutsuttu meidän sielunmaisemaksemme ja se on meille luonnollinen ympäristö, joka ylläpitää luontosuhdetta. (Luonnonvarakeskus)

Luontomatkailla tarkoitetaan kaikkea luonnossa tapahtuvaa matkailua ja luonnossa suoritettavia aktiviteettejä. Pelkkä luonnossa oleminen ja sen aistiminen auttavat rentoutumaan ja irtautumaan arjesta. Luontomatkailuun liitetään matkailussa usein puhtaus, luontokeskeisyys, lähiruoka, kotimaisuus sekä yksilöllisyys. Yritykset voivat toiminnassaan luontokeskeisyyttä korostamalla ja lisäämällä luoda kestävämmän vaihtoehdon pakettimatkojen kaltaiselle massaturismille (Saarinen 2002, 13.)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on toteuttaa Hauholla sijaitsevalle Ilorannan täysihoitolalle luontoliikunta-aktiviteettejä ja palveluita, joilla nuoret aikuiset saataisiin yrityksen tarjoamien palveluiden pariin. Työn teoriaosuudessa käsitellään elämyksellisyyttä, elämysten syntyä, matkailupalveluiden toimintaympäristöjä, matkailupalveluiden asiakasrakenteita ja luontomatkailua.

Opinnäytetyö on tutkimus, jonka tarkoituksena on selvittää asiakaskunnan toiveita aktiviteettitarjonnasta, kehittää toimintaa asiakastyytyvyyden perusteella ja kartoittaa matkailijoiden toiveita ja odotuksia. Työelämän kehittämisen kannalta tarkoituksena on kartoittaa asiakkaiden toiveita ja odotuksia aktiviteettien osalta ja verrata näitä yrityksen mahdollisuuksiin ja resursseihin vastata kysyntään. Tulosten perusteella tehdään kehittämissuositus aktiviteettitarjonnan osalta, mitä pyritään pilotoimaan kesän ja syksyn 2021 aikana. Työn tuloksena myös yrityksen aktiviteettien markkinointi helpottuu, kun yrityksellä on selkeä kuva heidän omista mahdollisuuksistaan vastata asiakkaiden kysyntään sekä tietoa asiakaskunnan toiveista.

2 Matkailualan yritystoiminta ja ohjelmapalvelut

Tässä luvussa käydään läpi matkailuun liittyviä peruskäsitteitä, joita matkailussa kohdataan. Lisäksi perehdytään myös luonto- ja maaseutumatkailuun sekä niiden ominaispiirteisiin ja ohjelmapalveluihin. Toimeksiantoon perustuen on tärkeä ymmärtää matkailijoiden valintoja ja kulutustottumuksia sekä luonto- ja maaseutumatkailun perusteet.

2.1 Matkailu

Matkailu määritellään maailman matkailujärjestön, World Tourism Organizationin (UN-WTO) mukaan yli vuorokauden, mutta alle vuoden mittaiseksi matkustamiseksi tai oleskeluksi oman tavanomaisen asuin- tai elinympäristön ulkopuolelle. Päivämatkailuksi kutsutaan matkailua, joka suuntautuu oman asuinalueen ulkopuolelle, mutta ei sisällä yöpymistä. Syitä matkailuun voivat olla työt, koulutus, vapaa-aika tai muut tarkoitukset. (Jänkälä 2016, 8.)

Matkailu termi voidaan jakaa tarkoituksen perusteella kahteen alatermiin, liikematkailuun ja vapaa-ajan matkailuun. Liikematkailulla tarkoitetaan työn tai koulutuksen takia oman asuinalueen ulkopuolelle tehtäviä matkoja kokouksen tai työtehtävien suorittamisen takia. Vapaa-ajan matkailulla puolestaan tarkoitetaan matkustamista loma- ja vapaa-aikana. Vapaa-ajan matkailulle tyypillisiä syitä ovat virkistäytyminen, harrastukset, henkilösuhteet tai monet muut syyt. Suomen kieleen ulkomailta tullut käsite turisti liittyy yksiselitteisesti vapaa-ajan matkailuun. Yllä mainittujen termien perusteella matkailua ja matkailijaa voidaan määritellä tarkemmin matkan tarkoituserän avulla. Liikematkailijan syyt liittyvät työelämään, vapaa-ajanmatkailijan tai turistin matkan tarkoituserät ovat usein monimuotoisempia. (Komppula & Boxberg 2002, 8-10.)

2.2 Matkailu tuotteena

Matkailua ja matkailu käsitettä tutkittaessa huomataan matkailun koostuvan useista pienistä osista ja palveluista. Matkailuyrittäjän näkökulmasta matkailutuotteen kehitys lähtee liikkeelle toiminta-ajatuksesta ja liikeideasta. Toiminta-ajatuksen tarkoitus on kertoa syy yrityksen olemassaoloon markkinoilla ja millaisia tarpeita se haluaa palveluillaan tyydyttää. Liikeidean tarkoitus on määritellä yrityksen ydintuotteet, joiden avulla on tarkoitus

tuottaa hyötyä asiakkaalle. Matkailuyrityksellä ydintuotteena on usein majoituspalveluiden tuottaminen. (Komppula & Boxberg 2002, 13.)

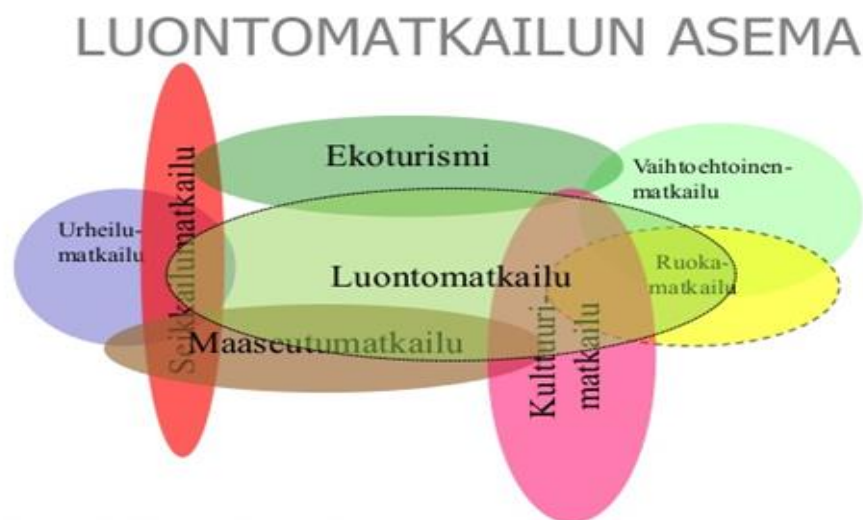
Matkailuyrityksen markkinoinnissa erittäin oleellinen kilpailukeino on yrityksen tarjonta ja mitä yritys tarjoaa asiakkailleen. Markkinoinnin kannalta on olennaista, että matkailuyrittäjä itse osaa kertoa mitä hän myy. On vaikea tarjota palveluitaan asiakkaille, ellei osaa kertoa itsekkään mitä on tarjolla. (Pesonen, Siltala & Hokkanen 2006, 35)

2.3 Luontomatkailu

Luontomatkailulla tarkoitetaan luonnossa tapahtuvaa matkailua ja olemista, joka pyrkii toiminnassaan noudattamaan kestävän kehityksen periaatteita. Näin toiminnalla ei kuormiteta luonnon kantokykyä ja mahdollistetaan luonnon monimuotoisuus eli biodiversiteetti eikä se kärsi. Luontomatkailu pitää sisällään kaksi määriteltävää termiä, luonnon ja matkailun. Luonto määritellään biologien toimesta elottomaan ja elolliseen luontoon. Elotonta luontoa ovat kivet, kalliot, maanmuodot ja vesi, kun elollisen luonnon muodostavat kasvit, eläimet ja sienet. Matkailu -termi määriteltiin jo aiemmissa kappaleissa matkustamiseksi oman luonnollisen elinympäristön ulkopuolelle. Luonto on myös luontomatkailun ”raaka-aine” ja resurssi, jota luontomatkailuyrittäjät käyttävät luontomatkailijan tarpeiden tyydyttämiseen (Hemmi 2005, 333-334).

Luontomatkailu on osa luonnon virkistyskäyttöä, mutta kaikkea virkistyskäyttöä ei voida luokitella luontomatkailuksi. Luonnon virkistäytymiskäyttö voi tapahtua myös kotoa käsin, mutta luontomatkailun kriteerinä on matkustaminen kodin ulkopuolelle. Parhaimmillaan luontomatkailu on silloin kun luontokohteen itseisarvo tekee kohteesta vierailun arvoisen ja puoleensa vetävän. Luontoa elinkeinona käyttävän luontomatkailuyrittäjän onkin mietittävä tarkasti missä määrin hän haluaa luontoa hyödyntää ja milloin kuormittavuus ei vielä ylitä luonnon kantokykyä. Jotta toiminta vahingoittaisi luontoa mahdollisimman vähän tai ei ollenkaan, on yritystoiminnan oltava pienimuotoista. Luonto määrääkin toiminnan laadun ja laajuuden, ei yrittäjä tai asiakas. Hollolassa sijaitseva Kiikunlähde on hyvä esimerkki vetovoimaisesta kohteesta, jonka puoleensavetävyys ylitti luonnon kantokyvyn rajat. 2018 Kiikunlähdettä ryhdyttiin suojelemaan rakentamalla järven reunalle aidattu näköalatasanne ja portaat, jotta turmeltunut pintakasvillisuus saataisiin kasvamaan ja järven rehevöityminen voitaisiin estää. (Hemmi 2005, 325-336; Yle.fi.)

Luontomatkailu koskee periaatteessa kaikenlaista matkailua, jossa luonnonelementit ja niiden aikaansaamat elämykset toimivat kipinäinä matkakohteen valinnassa. Luontomatkailun määritelmien perusteella ei ole olennaista onko ympäristö rakennettua vai luonnonympäristöä. Luontomatkailuun on mahdollista yhdistää muita matkailun aloja ja monet luontomatkailutuotteet yhdistävätkin osia eri matkailumuodoista (Hemmi 2005, 337.)



Kuva 1 Luontomatkailun asema suhteessa sitä lähellä oleviin matkailun muotoihin.

Lähde: mukailtu Hall 2004

Luontomatkailun todellista merkitystä selvitetessä on kiinnitettävä huomio siihen, kuinka kauan luontomatkailija matkakohteessa viihtyy. Matkakohteessa vietetyn ajan perusteella matkailijat jaetaan primaarisiin ja sekundaarisiin luontomatkailijoihin. Primaarinen luontomatkailija viettää suurimman osan matkansa valvellaoloajasta luonnossa ja sekundaarinen henkilö vain pienen osan. Luontomatkailua jaetaan myös ympäristövaikutusten perusteella matkaksi kohteeseen ja toiminnaksi kohteessa. On todettu, että ympäristövastuullista luontomatkailua ei olisi olemassakaan, sillä matkakohteeseen saavutaan usein omalla autolla tai jollain muulla luonnonvarojen kuluttavalla ajoneuvolla. Ympäristövaikutuksen perusteella luontomatkailu määritellään palvelualaksi, jossa elämys ja virkistys ovat asiakkaalle välittyvä varsinainen palvelu. Luontomatkailija valitsee kohteen luonnon veto-voiman takia, mikä muodostuu luontomaisemista, luonnon omasta monimuotoisuudesta ja

lajidiversiteetistä. Matkakohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa kohteen imago, saavutettavuus sekä palveluiden laatu. (Hemmi 2005, 338-340).

2.4 Maaseutumatkailu

Maaseutu matkailun suppea määritelmä Hemmin (2005) mukaan on maaseudun luontaisien edellytysten ja voimavarojen, kuten luontoon, maisemaan, kulttuuriin ja pienyrittäjyyteen perustuvaa maaseudulla tapahtuvaa matkailun elinkeino ja yritystoimintaa. Maaseutumatkailua voi harjoittaa päätoimisena yritystoimintana tai esimerkiksi maatilan sivutoimisena tai kausiluontoisena yritystoimintana. Maaseutumatkailun määrittelemisen vaatii maaseutu käsitteen määrittelemisen. Maaseudun yleisenä määritelmänä on ollut taajamien ulkopuolinen alue. Suomen maaseutupolitiikassa maaseudun määrittelyssä on avara ja suppea määritelmä. Avarassa määritelmässä kaikki alle 30 000 asukkaan kunnat ja kaupungit kuuluvat maaseutuun. Kyseinen määritelmä pohjautuu EU:n käytäntöihin, joita Suomen oloihin sovelletaan. Suppean määritelmän mukaan maaseuduksi luetaan haja-asutusalueet ja pienet alle 500 asukkaan taajamat (Hemmi 2005, 185-186; Tilastokeskus 2003).

Maaseutuun liittyvä matkailu liitetään usein mielikuvissa maatilamatkailuun, mutta käsite kattaa myös maaseudulla sijaitsevat leirintäalueet, täysihoitolat, pienet hotellit, lomakylät ja ravintolapalvelut jne. Maaseutumatkailu kaikissa muodoissaan ottaa huomioon vastuullisen matkailun periaatteet, tällöin kulttuuriympäristön ja luonnon kantokykyä ei kuormiteta. Tällöin asiakkaalle pystytään aina tarjoamaan laadukasta palvelua ja pitkäjänteisen yritystoiminnan edellytykset säilytetään. Parhaimmillaan maaseutumatkailu tapahtuu yhteistyössä paikallisen elämäntavan kanssa, hyödyntäen rauhallista maaseutua, puhdasta luontoa, metsiä ja vesistöjä sekä maaseudun asukkaiden monipuolista osaamista. Yhteistyöllä toteutettu matkailu hyödyttää koko maaseutuyhteisöä parantamalla palvelurakennetta, kun palvelut saavat kuluttajia ja tuotteille löytyy ostajia. (Hemmi 2005, 185-186.)

Muuttoliike on pitkään ollut maaseudulta suuriin kasvukeskuksiin ja maaseudun palvelut heikkenevät ja kouluja on lakkautettu. Yhä pienempi joukko saa toimeentulonsa alkutuotannosta. Pienet tilat eivät enää pärjää alkutuotannolla ja myyvät maansa naapurin isomman tilan isännälle. Vaihtoehtoinen ratkaisu on etsiä uusia toimeentulotapoja maanviljelyn rinnalle aloittamalla sivutoimisenä yrittäjänä tarjoten erilaisia vuokrauspalveluita, majoituspalveluita tai toteuttamalla maatilan alueella erilaisia aktiviteettejä. Vaikka muuttoliike pääsääntöisesti onkin maaseudulta pois päin saa maaseudun positiiviset vaikutukset elämänlaatuun ihmiset muuttamaan myös vastavirtaan. Vastavirtaan muuttaminen ilmenee talviasuttavien mökkien määrän kasvuna ja mökillä vietetyn ajan pidentymisellä, mitkä vaikuttavat positiivisesti maaseudun elinvoimaan. Maaseudulle muuton syitä ovat myös tilavan ja maanläheisen asumisen mahdollistaminen, sekä taloudelliset tekijät. Myös matkailu ja muuttokohteen imagolla ja markkinoinnilla on merkittävä vaikutus matkakohteen tai uuden asuinpaikan valinnassa. Maaseutumatkailun ja siihen liittyvien mahdollisuuksien on todettu hidastavan maaseutujen autoitumista, sillä sen rooli työpaikkojen luojana on merkittävä. (Hemmi 2005, 191-193.)

Kuluttajien kiinnostus ruoan turvallisuutta, laatua ja ympäristövaikutuksia kohtaan on kasvanut. Ruoan raaka-aineita saatetaan kuljettaa pitkiäkin matkoja, jotta tuotteet saadaan asiakkaalle. Maaseutumatkailu yrityksillä on hyvät mahdollisuudet tarjota asiakkailleen lähiruokaa, joko oman tilan antimista tai hyödyntämällä lähiseudun tuottajia. Lähiruokatuotanto ja lähiruuan tarjoaminen on yksi tapa vastata matkailijoiden muuttuneisiin kulutustarpeisiin ja hankkia yritykselle lisäansioita tai jopa päätoiminen elanto. Myös tiloilta tapahtuva suoramyynti, jonka tarkoituksena on vastata asiakkaiden kulutustottumuksiin ja kiinnostukseen lähiruokaa kohtaan, on kasvanut. Suoramyynti tarkoittaa suoraan tilalta tapahtuvaa myyntiä, joko itsepoimintana tai valmiina tuotteena tilamyymälästä. Suoramyyntiä toteutetaan myös maaseudun matkailuyrityksissä, jonne tilat toimittavat tuotteitaan tavoitukseen asiakkaat paremmin. (Hemmi 2005, 196.)

2.5 Ohjelmapalvelut matkailussa

Turvallisuus- ja kemikaalivirasto määrittelee ohjelmapalveluiden pääasialliseksi tarkoitukseksi elämysten ja kokemusten tuottamisen (Turvallisuus- ja kemikaalivirasto).

Verhelä ja Lackman määrittelevät ohjelmapalvelun matkailijan osallistumisena johonkin aktiiviseen tapahtumaan tai toimintaan tavalla tai toisella. Ohjelmapalvelu voi olla omatoimista tai ohjattua toimintaa. (Verhelä & Lackman 2003, 17.)

Matkailualan perustutkinnon perusteiden mukaan työ- ja vapaa-ajan matkailun aikana asiakas käyttää usein erilaisia ohjelmapalveluita ja aktiviteetteja. Tällaiset matkailupalvelut pohjautuvat usein luontoon, kulttuuriin, elämyksiin, liikuntaan tai terveyteen. (Opetushallitus 2014, 135.)

Heinäluodon (2002) ohjelmapalveluiden määrittelyn mukaan palvelut perustuvat aina jonkin teeman ympärille. Teemat ovat yhteneväiset Verhelän ja Lackmanin määritelmän kanssa. Ohjelmapalvelut voidaan Heinäluodon mukaan jakaa kolmeen eri asteeseen toiminnallisuuden perusteella, joita ovat passiivinen, puoli-aktiivinen ja aktiivinen. Passiivisen ohjelmapalvelun tunnuspiirteitä on tarkkaluontoisuus ja maksuttomuus, esimerkiksi vierailu Kolin kansallispuistossa. Aktiivinen ohjelmapalvelu on ohjattua ja maksullista toimintaa. Opastettu nähtävyy skierros tai sauvakävelytunti ovat esimerkkejä aktiivisista ohjelmapalveluista. Puoli-aktiivinen ohjelmapalvelu on usein pääsymaksullinen ja tapahtumaluonteinen, esimerkiksi jääkiekko-ottelun seuraaminen. (Boxberg & Komppula 2002, 133,134.)

Business-virkistys on yksi matkailuyrittäjien merkittävä tulonlähde. Business-virkistys tarkoittaa ainakin osittain samojen ohjelmapalveluiden ja aktiviteettien myymistä, lähialueen yritysten tai yhteisöjen henkilökunnalle, ilman majoittumista. Tarjottavan palvelun idea ja sisältö saattaa tällöin olla sama kuin vapaa-ajanmatkailijalle laaditun, mutta tuotteen tarkoitus on vain muuttunut. (Komppula & Boxberg 2002, 10.)

2.6 Elämyksen merkitys ohjelmapalvelussa

Elämys mielletään usein voimakkaan vaikutuksen jättäväksi kokemukseksi tai tapahtumaksi. Elämys sanaa käytetään usein silloin, kun viitataan positiivisiin kokemuksiin. Elämys on vaikea määrittellä, sillä elämys on aina yksilöllinen tunne ja eri ihmiset voivat kokea

saman asian hyvin eri tavoin. Elämyksen syntymiseen vaikuttavat henkilön omat mielenkiinnonkohteet, aiemmat kokemukset sekä henkilön kulttuurinen ja sosiaalinen tausta. Eskelisen (2011) mukaan toisen ihmisen arkiset askareet saattavat toiselle olla suuriakin elämyksiä. Elämys termi liitetään yleensä tekemiseen ja kokemuksiin, mitä jokapäiväisessä elämässä ei koeta. (Komppula & Boxberg 2002, 25-30; Eskelinen 2011, 8.)

2.7 Luonto- ja maaseutumatkailun luonto-ohjelmapalvelut

Luontomatkailuaktiviteeteillä tarkoitetaan oman luonnollisen asuin ympäristön ulkopuolella, aidossa tai muokatussa luonnon ympäristössä toteutettavia toimintoja, joiden toteutuksessa ei käytetä merkittäviä teknisiä apuvälineitä. Rakennetussa ympäristössä toteutettavia aktiviteettejä, kuten golfia ei Hemmin (2005) määritelmän mukaan luokitella luontomatkailutuotteeksi. (Hemmi 2005, 285-286.)

Luontosuhteen yhteydet liikuntaympäristöön ja harrastusmuotoon		
Luonnonympäristö		
Aito luonnonympäristö	Muokattu luonnonympäristö	Rakennettu luonnonympäristö
<ul style="list-style-type: none"> - Maastohiihto - Retkeily, vaellus - Suunnistus - Uinti luonnonolosuhteissa - Soutu, melonta luonnonolosuhteissa - Purjehdus - Luistelu luonnonolosuhteissa - Hyötyliikunta: kalastus, metsästys, marjastus, sienestys 	<ul style="list-style-type: none"> - Kävely, lenkkeily, hölkkä rakennetuilla reiteillä - Hiihto rakennetuilla reiteillä - Pyöräily - Pujottelu - Luistelu ulkokentällä - Yleisurheilu ulkokentällä - Joukkue-/yksilöurhelumuodot ulkokentillä - Uinti maauimalassa 	<ul style="list-style-type: none"> - Uinti uimahallissa - Kaikki sisäliikuntamuodot saleissa ja halleissa (yksilö/joukkuelajit) - Kuntosaliharjoittelu - Tanssi, aerobic jne.
Avoin luontosuhde	Rajattu luontosuhde	Suljettu luontosuhde

Kuva 2 Luontosuhteen yhteydet liikuntaympäristöön ja harrastusmuotoon Lähde: Vuolle 1987

Rentouttavan ja vapauttavan kokemuksen hankkiminen, luonnon raitis ilma, terveyden ja oman fyysisen kuunun parantaminen ovat yleisimpiä syitä matkailijan luontoliikuntamotiviksi. Maaseutu ja luontomatkaileija yrittäjän onkin ymmärrettävä onnistuneen luontomatkaileijan tuotekehityksen kannalta, millaisia syitä matkustajilla on luontoaktiviteettien ja luontoliikunnan käyttämiseen. Luonnon vaihteleva maasto tarjoaa ulkoilijalle eri tavalla kuormittavaa maastoa tasaiseen kaupunkiympäristöön verrattuna. Luontoympäristö myös vie liikkujan ajatukset pois itse liikuntasuorituksesta, mikä saa suorituksen tuntumaan monesti luonnossa tehtynä kevyemmältä. Luontoympäristön on myös havaittu vaikuttavan positiivisesti lasten mielikuvitukseen ja näin innostavan liikkumaan, kiipeilemään ja hyppimään. Kyseisillä motorisilla taidoilla on iso merkitys lapsen oppimisessa ja kehityksessä. (Hemmi 2005, 291-292; Luontoon.fi.)

3 Tuotteen tai palvelun kehittäminen palvelumuotoilun keinoin

Tässä luvussa käsitellään palvelumuotoilua tuotteen tai palvelun kehittämisen välineenä. Palvelumuotoilu on muotoiluajatteluun perustuva muotoilun osaamisala, joka on erikoistunut palvelujen, asiakas- ja työntekijä-kokemusten sekä palveluliiketoiminnan ihmislähtöiseen kehittämiseen. Palvelumuotoilussa kaiken kehittämisen keskipisteenä on palvelun käyttäjä. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 34.)

3.1 Palvelumuotoilu palveluiden kehittämisessä

Palvelut tarjoavat yrityksille mahdollisuuden hankkia kilpailuetua muihin toimijoihin ja palveluiden on myös havaittu sitouttavan asiakasta paremmin yrityksen palveluihin (Tuulaniemi 2011, 18). Palveluiden kehittämisen perustana tulisi aina käyttää asiakkaiden palvelutarpeen tutkimista (Rissanen 2006, 27). Tällöin luodut tuotteet ja palvelut vastaavat parhaiten ihmisten todellisia tarpeita. Asiakkaiden tarpeiden mukaan toteutettujen tuotteiden toteuttaminen on yrityksen kannalta kustannustehokasta, koska palvelutoiminta on tällöin tarkoituksenmukaista. Palveluilla on siis mahdollista vaikuttaa asiakastyytyväisyyden ohella positiivisesti yrityksen tekemään tulokseen. Kustannustehokas palvelu tuottaa hyvän katteen yrityksen liiketoiminnalle. (Tuulaniemi 2011, 19-20.)

3.2 Palvelumuotoilun periaatteet

Palvelumuotoilu pohjautuu muotoiluajattelun periaatteisiin, joita ovat ihmislähtöisyys, oikean ongelman ratkaisu, exploratiivisuus, iteratiivisuus, divergentin ja konvergentin ajattelun vuoropuhelu, protoilu ja testaus, yhteiskehittäminen ja monialaisuus. Muotoiluajattelulla haetaan ratkaisuja ongelmiin ja muotoiluajattelua on mahdollista hyödyntää, on sitten kyse esineestä, palvelusta tai laajemmin liiketoiminnan kehittämisestä. (Koivisto 2019, 35-36.)

3.2.1 Ihmislähtöisyys ja oikean ongelman ratkaisu

Muotoiluajatuksen peruseriaatteena on asettaa ihminen asiakkaana, palvelun käyttäjänä tai muussa roolissa kehittämisen lähtökohdaksi. Suunnittelijan tai yrityksen mielipiteet jätetään sivuun muotoiluajattelussa. Pitkään monella alalla palveluiden kehittäminen on lähtenyt yrityksen johtajan tai koko organisaation kehitysmielityksistä liikkeelle, jonka

vuoksi markkinoille luodut tuotteet eivät ole vastanneet asiakkaiden tarpeita. Muotoiluajattelussa pyritään syvälliseen ja empaattiseen ymmärrykseen asiakkaasta ja ymmärtämään monipuolisesti asiakkaan tarpeita, kokemuksia, päämääriä ja tunteita. Asiakasymmärryksen keräämisessä hyödynnetään kenttätutkimusta, haastatteluja ja kohderyhmän havainnointia. (Koivisto 2019, 37.)

3.2.2 Eksploratiivisuus ja iteratiivisuus

Muotoiluajattelussa pyritään kehittämään innovatiivisia toimintatapoja ja ratkaisumalleja. Toiminta perustuu vahvasti luovuuteen, omaperäisyyteen, innovointiin ja kekseliäisyyteen ja vaatii eksploratiivista eli tutkivaa ja kokeilevaa kehittämisotetta. (Koivisto 2019, 38.)

Iteratiivisuus tarkoittaa, että tiettyä työvaihetta tai vaiheita voidaan toistaa aina uudelleen ja uudelleen, kunnes toimiva ratkaisu saavutetaan. Työvaiheet etenevät ideoinnista prototyyppien rakenteluun, jonka jälkeen prototyyppijä testataan käytännössä. Testauksesta saadun arvioinnin ja palautteen avulla ideoidaan ja kehitetään aiemmin keskittyjä ratkaisuja, joita prototypoidaan ja testataan lisää. Iteratiivinen kehittäminen on vastakohta vesiputousmallille, jossa kehittäminen etenee vaihe vaiheelta kohti lopputulosta palaamatta missään vaiheessa aiempiin vaiheisiin. Vesiputousmallin lopputulokset ovat harvoin yhtä innovatiivisia ja kokonaisuudelta toimivia kuin muotoiluajattelun tuotoksena syntyneet lopputulokset. (Koivisto 2019, 38-39.)

3.2.3 Divergentin ja konvergentin ajattelun vuoropuhelu

Divergent tarkoittaa suoralta suomennokselta laajenevaa ja convergent tarkoittaa supenevaa. Divergenttiajattelun tarkoituksena onkin ideoida ja luoda laajasti erilaisia vaihtoehtoja ja ratkaisuja, kun taas konvergenttiajattelu rajaa ja karsii vaihtoehtoja. Divergenttiajattelussa annetaan tilaa mielikuvitukselle ja vapaalle ajattelulle, joka synnyttää aivan uudenlaisia ideoita ja ratkaisuja. Konvergentti-ajattelun analyyttinen ja arvioitiin perustuva toiminta pyrkii kaikista ideoista karsimaan ja rajaamaan jäljelle ”oikean vastauksen” tai parhaimman vaihtoehdon. (Koivisto 2019, 39-40.)



Kuva 3 Divergentti- ja konvergenttiaiattelu
2019

Lähde: Palvelumuotoilun bisneskirja

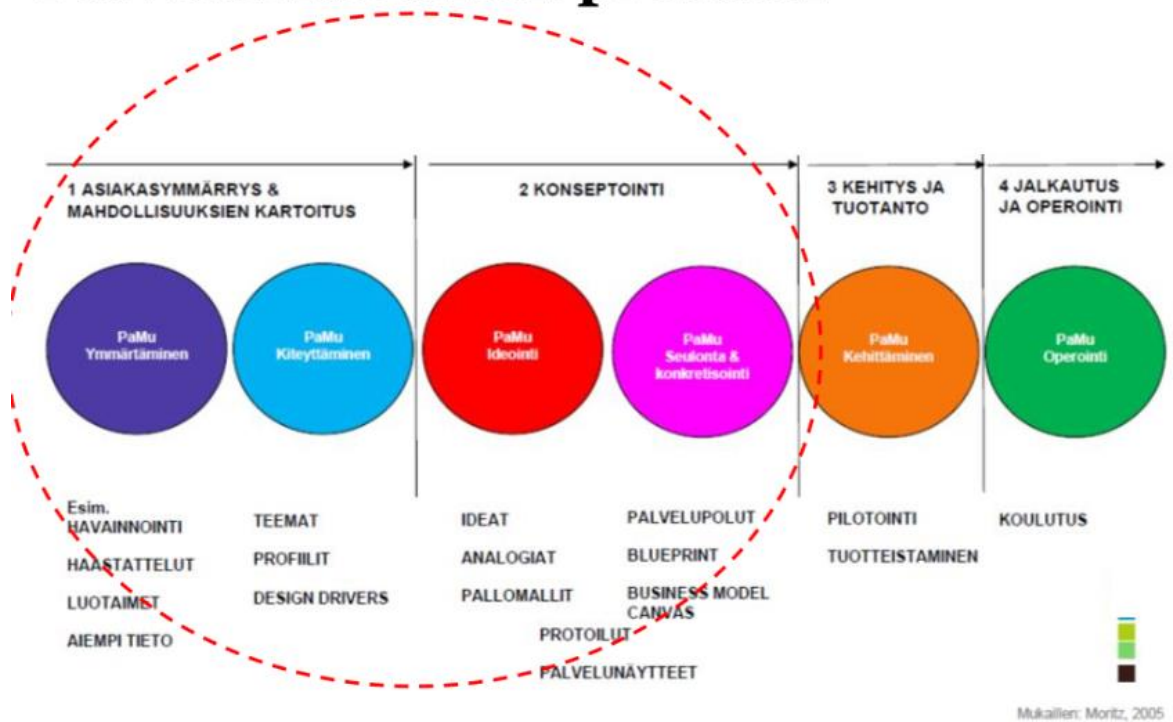
3.2.4 Protoilu ja testaus

Prototyypit ovat mahdollisimman yksinkertaisesti ja kustannustehokkaasti luotuja raakaversioita ideoista ja suunnitelmista. Protoilun tarkoituksena on vähentää epäonnistumisen riskiä ja saada tietoa suunnitelman toimivuudesta, haluttavuudesta ja kehityskohteista. Protoilu saattaa myös tuoda suunnittelijalle uusia luovia ideoita, mitä aiemmin suunnittelu- vaiheessa ei ole keksinyt. Iteraatioiden edetessä prototyyppien yksityiskohtaisuus alkaa kasvaa ja laatutaso vastata valmiin tuotteen laatua. Protoilu ja testaus saattaa kuulostaa työläältä vaiheelta, mutta lopulta ne nopeuttavat ideointiprosessia. Kuten IDEO-muotoilu- toimisto on hienosti sanonut ”Epäonnistu aikaisin onnistuaksesi aiemmin”. (Koivisto 2019, 40.)

3.3 Palvelumuotoiluprosessin vaiheet ja menetelmät

Palvelumuotoilun avulla toteutettava kehitystyö jaetaan Moritzin (2005) mukaan 6 eri vaiheeseen, jotka ovat ymmärtäminen, kiteyttäminen, ideointi, seulonta & konkretisointi, kehittäminen ja operointi. Palvelumuotoilu prosessista on useita erilaisia sovelluksia, joissa vaiheista saatetaan käyttää eri nimityksiä (Tuulaniemi 2011, 126.)

Palvelumuotoilun prosessi



Kuva 4 Palvelumuotoilun vaiheet

Mukailien: Moritz, 2005

3.3.1 Ymmärrys ja kiteytys/määrittely

Ymmärrys- ja kiteytysvaiheessa tutkitaan ja kerätään tietoa toimintaympäristöstä, ilmiöstä, alalla vaikuttavista trendeistä sekä toimialasta. Ymmärrysvaihe voidaan jakaa vielä kahteen osaan: ongelman ymmärrykseen ja asiakkaan ymmärrykseen. Toimintaympäristön tuntemiseen vaaditaan myös kilpailijoiden tuntemista ja tutustumista heidän palvelutarjontaansa. Ymmärrysvaihe toimii pohjana koko kehitysprosessille ja siinä pyritään muodostamaan ymmärrys kehitettävästä kokonaisuudesta. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 74.) Kehittämisen lähtökohtana palvelumuotoilussa on asiakas ja ilman asiakaskunnan syvälistä ymmärtämistä on mahdotonta parantaa heidän palveluista saamiaan kokemuksia. Asiakkaiden sitouttaminen ja hyödyntäminen koko projektin ajan on tärkeää, sillä asiakkaan tarpeet eivät ole pysyviä, vaan muovautuvat koko ajan. (Mäkinen 2018, 39.) Kiteyttämis -vaiheesta käytetään myös nimitystä määrittely. Vaiheen tavoitteena on ymmärtää paremmin yksilön tarpeita, tavoitteita, arvoja ja motiiveja toiminnan taustalla sekä tiivistää ongelma ”a point of view” ajatukseen, jolloin toimivan ratkaisun kriteerien ja tavoitteiden

määrittely helpottuu (Tuulaniemi 2011, 130). Kiteyttämistä voidaan pitää eräänlaisena siirtymisvaiheena kohti ratkaisujen ideointia, joka määrittelee kehitystyölle suunnan ja suuntaviivat (Moritz 2005, 128).

3.3.2 Ideointi & prototypointi

Palvelumuotoilun kolmas vaihe on ideointi, jossa tarkoituksena on muodostaa innovatiivisia ideoita ja ratkaisuja (Moritz 2015). Ideointivaiheessa luodaan ratkaisuja ja ideoita aiemmissa vaiheissa kerätyn ymmärryksen perusteella. Ideoinnin suorittaminen yhdessä kohderyhmän kanssa on tärkeässä osassa, jotta lopullinen tuote tai palvelu vastaisi asiakkaiden tarpeita. (Tuulaniemi 2011, 24-131.) Ideointi vaiheessa hyödynnetään useita erilaisia ideointitekniikoita. Aivoriihi -menetelmät ovat hyviä työkaluja, kun halutaan tuottaa mahdollisimman paljon ideoita lyhyessä ajassa. Aivoriihi menetelmästä voidaan käyttää myös muunnelmia, kuten brainwrigting ja ideakävely, joissa pyritään irrottautumaan kriittisestä ajattelusta ja ideoimaan mahdollisimman innovatiivisia ratkaisuja. Molemmissa tavoissa ideana on luoda ideoita, josta seuraavat sitten jatkavat ideointia aikaisempien ideoiden pohjalta. Syntyneistä ideoista valitaan potentiaalisimmat ja sellaiset, joiden toteuttaminen on myös mahdollista resurssien puitteissa. (Kinnunen 2004, 41; Ojasalo ym. 2014, 160-161.)

Ennen lopullisen tuotteen tai palvelun toteuttamista on hyvä arvioida palvelun toimivuutta muodostamalla siitä jonkinlainen prototyyppi. Prototyyppiä kannattaa parhaan mahdollisen palautteen saamiseksi testata todellisessa ympäristössä ja tilanteissa, jotka ovat mahdollisimman lähellä valmiin tuotteen palvelutilannetta. Kokeilusta saadaan tällöin tietoa vuorovaikutustilanteesta ns. asiakkaan kanssa, minkä perusteella palvelua on mahdollista jatkokehittää ilman turhaa ajan ja resurssien käyttöä. (Hassi, Paju & Maila 2015, 101; Ojasalo ym. 2014, 76-78.) Idean konkretisointi prototyyppiksi selvittää, miten palvelu karkeasti tuotetaan ja miten palvelu toimii, mitä toteuttaminen vaatii ja mikä on palvelun aikaansaama lopputulos asiakkaalle. Prototypoinnissa kokeilijoina kannattaa hyödyntää yrityksen henkilökuntaa ja ulkopuolisia asiakkaita, koska henkilökunta on asiantuntijoita yrityksen toiminnasta ja asiakkailta saadaan ulkopuolinen näkökulma palvelun toimivuudesta. Yksityiskohtaisempi arviointi palvelusta kannattaa tehdä, kun palvelusta on laadittu yksityiskohtaisempi palvelumalli. (Kinnunen 2004, 65; Ojasalo ym. 2014, 76, 78.)

3.3.3 Testaus

Palvelumuotoiluprosessi päättyy palvelun lopulliseen konseptointiin ja sen saattamiseen markkinoille. Vaikka prototyyppi vaiheessa tuotetta on kokeiltu ja kehitetty, on markkinoille tuleva tuote usein vielä keskeneräinen. Testausvaiheessa tuote esitellään asiakkaalle aidossa tilanteessa tarkoituksena kerätä asiakkaan kokemuksia palvelusta ja kehittää toimintaa niiden avulla. Menetelmiä kerätä informaatiota palvelusta ovat haastattelut, asiakkaiden havainnointi ja yrityksen sisäinen arviointi. Palvelua toteuttavan henkilökunnan kouluttaminen on yksi mahdollinen ratkaisu palvelun laadun ja asiakkaan kokemuksen parantamiseksi. (Tuulaniemi 2011, 232-233.) Testaus vaiheesta Moritz (2005) käyttää termiä operointi, joka käytännössä voi olla esimerkiksi paranneltu versio palvelun prototyyppistä. Operoinnissa palvelusta on laadittu selkeä konsepti ja mietitty palvelun liiketoiminta- ja ansaintamallit, jotta palvelu kannattaa tuoda käytäntöön. Palvelumuotoiluprosessi ei kuitenkaan pääty valmiin palvelun tuomiseen markkinoille, vaan valmiin palvelun kehittäminen jatkuu edelleen. (Moritz 2005, 144-146.)

4 Iloranta Oy

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Iloranta Oy, joka on Suomen vanhin maaseudulla toimiva täysihoitoa tarjoava matkailuyritys. Tässä luvussa perehdytään yrityksen toimintaan, asiakaskuntaan, imagoon ja kilpailijatilanteeseen.

4.1 Toiminta

Iloranta Oy on Hämeenlinnan Hauholla sijaitseva täysihoitola. Yritys on perustettu 1973, mutta majoituspalveluita se on tarjonnut kesästä 1937. Hauholla Rukkoilan kylässä kuvattiin vuonna 1937 Suomen ensimmäistä Niskavuori elokuvaa ”Niskavuoren naisia”. Elin Iloranta majoitti filmiväkeä maatilallaan, jonka rakennuksia on edelleen nähtävissä yrityksen alueella. Yrityksen toimenkuva on hyvin kattava, sillä kesän sesongin ja joulunajan täyttää perheiden vapaa-ajanmatkailu. Iloranta on myös ”Maalle oppimaan” -auditoitu leirikoulu kohde ja leirikouluja toteutetaankin ympärivuotisesti. Vapaa-ajan majoituksen ja leirikoulu toiminnan ohella yritys tarjoaa senioreille omia tapahtumia ja hyvää oloa maaseudun rauhassa sekä yrityksille kokouspalveluita. (Iloranta.fi)

Myös erilaiset hyvinvointi- ja liikuntaviikonloput kuuluvat osana yrityksen tarjontaan. Palveluiden listalta löytyy myös erilaisia koulutustapahtumia, kuten johtajaretriitit missä paneudutaan omaan jaksamiseen ja hyvinvointiin työelämässä ja oman jaksamisen heijastumisesta yrityksen toimintaan. Myös erilaiset juhlapyhät on Ilorannassa pyritty mahdollisuuksien mukaan hyödyntämään, esimerkiksi isänpäivä ja äitienpäivä lounaiden järjestämällä. Ilorannan tiloja on myös mahdollista myös vuokrata omiin tapahtumiin, oli kyseessä sitten häät, syntymäpäivät tai sukukokous. Pihapiiristä löytyvä parvi ja omenatarhan sekä pääatalon ruokasalit soveltuvat erilaisten juhlien järjestämiseen ympärivuotisesti ja pihapiiristä löytyvässä riihessä järjestät tunnelmallisen ja juhlavan illallisen aikaisesta keväästä aina pitkälle syksyyn asti. (Iloranta.fi)



Kuva 5 Hämmäläinen lähiruoka

Lähde: Yle.fi



Kuva 6 Riihi illallinen 2

Lähde: Iloranta.fi



Kuva 7 Omenatarhan ruokasali

Lähde: Iloranta.fi

4.2 Asiakkaat

Yrityksen asiakaskunta on laaja ja majoituspalveluita käyttää henkilöitä useista eri segmenteistä. Tärkein asiakaskunta Ilorannassa on vapaa-ajan matkailua harjoittavat lapsiperheet. Useat perheet ovat käyttäneet yrityksen palveluita jo useamman sukupolven ajan, ja lomasta Ilorannassa on tullut heille jokavuotinen perinne. Asiakkaat tulevat usein pääkaupunkiseudulta maaseudun rauhaan rentoutumaan ja tekemään asioita, joita kaupungissa harvemmin pystyy kokemaan ja tekemään esim. lehmien ja lampaiden rapsuttaminen ja puutöiden tekeminen. Iloranta sijaitsee puolentoista tunnin ajomatkan päässä Helsingistä, vilkas liikenteisen valtatie 12 varressa. Hauholla sijaitsee myös Suomen väestöllinen keskipiste ”Weberin piste”, mikä kertoo myös yrityksen hyvästä sijainnista. Perheiden lisäksi pariskunnat, seniorit ja naisille tai miehille suunnatut omat liikunta- ja hyvinvointitapahtumat tuovat yritykselle asiakkaita. (Iloranta.fi)

4.3 Yrityksen imago

Yrityksen pitkät perinteet majoitustoiminnassa näkyvät edelleen ja Elin isomummon reseptit ovat säilyttäneet paikkansa Ilorannan herkkupöydässä. Yritys haluaa välittää hyvää oloa ja hyvinvointia, joissa liikunta ja ravinto ovat tärkeitä rakennuspalikoita. Ilorannan herkkupöydän antimet ovat reilua lähiruokaa suoraan Hauholaisilta tuottajilta ja näin työntekijät voivat ylpeydellä kertoa tarkasti ruoan alkuperän asiakkaille.

Yrityksen järjestämät tapahtumat, kuten Uusi alku terveelliseen elämään -hyvinvointi viikonloppu ja johtajaretriitti 2021 – Sinun kestävä kehittyminen, kertovat yrityksen halusta vaikuttaa positiivisella tavalla ihmisten hyvinvointiin ja terveyteen. (Iloranta.fi)

4.4 Benchmarkkaus – kilpailijat ja markkinatilanne

Kanta-Hämeestä löytyy useita maaseudulla sijaitsevia matkailuyrityksiä, joiden tarjoamat palvelut ovat samankaltaisia Iloranta Oy:n palvelutarjonnan kanssa. Hauholla 10 km etäisyydellä Ilorannasta sijaitsee Leppäniemen hirsihuvilat. Iloranta erottuu tästä yrityksestä monipuolisen täysihoito palvelunsa avulla, koska kilpailijayritys keskittyy vain majoitustointaan mökkejä vuokraamalla. Yleensä vuokramökeissä majoitutaan viikko tai kaksi, Suomen suurimmasta vuokramökin välittäjästä Lomarenkaasta arvioidaan (Yle 2016.) Täysihoidon ja majoitusajan takia Iloranta ei välttämättä kilpaile samoista asiakkaista Leppäniemen hirsihuviloiden ja Kokkalan Lomamökkien kanssa. Kauempana Kanta-Hämeessä löytyy muutamia palveluiltaan enemmän Ilorannan kaltaisia palveluntarjoajia, joilla majoituksen lisäksi on aktiviteettejä tai ns. isäntäperhe asuu myös tilalla. Hauholla sijaitseva Lautsian kartano Oy tarjoaa majoitusta ja paljon erilaisia aktiviteettejä asiakkaidensa iloksi. Aktiviteeteistä löytyy esim. 6 väyläinen frisbeegolf rata, kuntosali, rantalentopalloa ja kalastusta/pilkkimistä. Tammelassa ja Forssan alueella sijaitsevat Coynt-ryhmes Silmälän lomamökit, Museotila Hevossilta ja Hykkilän huvilat. Kyseiset yritykset tarjoavat asiakkailleen huvi ja mökkimajoitusta asiakkailleen luonnon välittömässä läheisyydessä. Kyseisten yritysten palvelutarjontaan kuuluu majoituksen lisäksi eritasoisia ”aktiviteettejä”, joita on soutuveneeseen, potkukelkan ja polkupyörän käyttömahdollisuus sekä saunassa rentoutuminen. Hevossillan sivuilla löytyy maininta erikseen järjestettävistä aktiviteeteistä, kuten ratsastuksesta, melonta retkistä ja ohjatuista luontoretkistä. Museotila Hevossillan toiminta ja palvelutarjonta on kilpailijayrityksistä lähimpänä Ilorannan tarjontaa. Hevossillan etäisyys Turusta on vain tunti ja pääkaupunkiseudulta puolitoista tuntia, mikä on myös Ilorannan etäisyys pääkaupunkiseudusta. (Visit Häme)

Ilorannan valttikortteina kilpailijoista erottumiseen ovat omistajien asuminen yrityksen vieressä, mikä lisää kontakteja asiakkaiden ja omistajien välillä. Ilorannassa on hyvin vakioitunut asiakasryhmä, jossa asiakkaita löytyy neljännestäkin sukupolvesta. Kun samat ihmiset tulevat vuodesta toiseen uudestaan ja tuntevat toisensa, syntyy helposti tietynlainen yhteisöllinen ja lämmin tunnelma. Vakioituneeseen asiakaskuntaan liittyy myös haasteita, sillä uusien asiakkaiden ei välttämättä ole niin helppoa liittyä tiiviiseen ryhmään. Toinen keino erottua kilpailijoista on aktiviteetteihin ja ohjelmalveluihin panostaminen. Ilorannassa on tällä hetkellä kattavat aktiviteettimahdollisuudet, jollaisia harvalta kilpailijalta löytyy, mutta aktiviteettien linkittyminen yrityksen muuhun toimintaan toisi palveluille lisäarvoa. Aktiviteetteja voisi myös tarjota tarjontaa, jolloin niistä syntyvät kokemukset välittyvät asiakkaalle usein syvällisemmin.

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none"> - Pitkät perinteet majoitustoiminnasta - Monipuolinen toiminta - Vakituinen käyttäjäkunta - Aktiviteetit ja ohjelmat - Yhteistyö alueen yritysten kesken - Tila, rauha ja vapaus - Ympäri vuotista toimintaa ja ohjelmaa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Rajalliset resurssit - Saavutettavuus ja etäisyydet - Asiakkaiden tavoittaminen
Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none"> - Halu kehittyä, seurata trendejä. - Luonnon ja maaseudun vetovoima - Sijainti - Luomu, puhtaus ja lähiruoka - Ulkomaan markkinat 	<ul style="list-style-type: none"> - Vakioitunut käyttäjäkunta - Pieni paikka, palvelut alueella heikkenee. - Perinteiden unohtaminen - Laaja-alainen toiminta

SWOT-analyysi Ilorannasta

5 Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus

Työn tarkoituksena on kehittää Iloranta Oy:n luontoliikunta tarjontaa ja mahdollisuuksia hyödyntää yritystä ympäröivää luontoa. Yrityksen tavoitteena on tavoittaa uutta asiakasryhmää, joka on nuoret aikuiset. Työn tavoitteena on kehittää yritykselle luontoaktiviteettejä, joilla nuoria aikuisia innostettaisiin yrityksen palveluiden pariin. Työn onnistumisen kannalta on tärkeä ymmärtää maaseutu- ja luontomatkailun periaatteet sekä tiedostaa mitkä syyt innostavat matkailijan luontoliikunnan pariin.

Uusien luontoaktiviteettien tavoitteena on tukea yrityksen muuta toimintaa ja olla yrityksen arvojen mukaisia. Iloranta haluaa näkyä asiakkailleen aitona ja kokonaisvaltaista hyvinvointia edistävänä yrityksenä ja arvoja pyritään välittämään asiakkaille myös uusien aktiviteettien avulla. Kokonaisvaltainen hyvinvointi koostuu kolmesta peruspilarista, jotka ovat lepo, ravinto ja liikunta. Ilorannassa matkailija pääsee lepäämään valintansa mukaan mökeissä, aitoissa tai hotellihuoneihin verrattavissa olevissa Omenatarhassa. Yrityksen tarjoama ruoka on tuotettu lähiseudun metsien, järvien ja maatalojen antimista ja asiakkaalle voidaan aina ilolla kertoa ruoan alkuperä. Opinnäytetyöllä ja sen tuotoksilla pyritään kehittämään hyvinvoinnin kolmatta peruspilaria liikuntaa, johon yrityksen tilat ja ympäröivä luonto tarjoaa erinomaiset mahdollisuudet.

Työn tavoitteena on selvittää mikä ihmisiä luonnossa vetää puoleensa, ja mitä he luonnossa mieluiten tekevät. Lisäksi verrata kyselyn vastauksia opinnäytetyön toimeksiantaja yrityksen arvoihin ja tavoitteisiin, joiden avulla kehitetään ja ideoidaan ratkaisuja vastaamaan asiakkaiden tarpeita. Tärkeää on myös ottaa huomioon Business Finlandin sivuilta löytyviin Visit Finlandin julkaisuihin matkailun kehittämisestä. Business Finland on vuonna 2018 perustettu liike-elämän toimija, jonka tehtävänä on tarjota yhtenäinen palvelupolku innovaatiotoimintaan, kansainvälistymiseen, investointeihin ja matkailun edistämiseen (Businessfinland.fi). Visit Finland tekee julkaisuja matkailuista teemoittain ja julkaisut sisältävät tuotesuosituksia, suunnitteluoppaita ja tutkimusraporteja.

6 Opinnäytetyö projektin vaiheet

Luvussa käydään läpi opinnäytetyön vaiheita sekä eri vaiheissa käytettyjä menetelmiä. Tarkoituksena on kartoittaa ja luoda konkreettinen kehittämissuunnitelma luontoliikunnan ja aktiviteettien kehittämisestä täysihoitoja tarjoavalle Iloranta Oy:lle

6.1 Työn aloittaminen, työnaihe ja kohderyhmä

Työ alkoi lokakuun lopussa, kun kysyin työnantajaltani, olisiko heillä tarvetta opinnäytetyölle. Toimitin työnantajalle opinnäytetyön tavoitteet ja muutaman oman idean, mitä opinnäytetyöni voisi sisältää. Marraskuun alussa työnantajallani oli opinnäytetyön aihe-ehdotus valmiina, joka oli muotoa ”Aktiviteettien hyödyntäminen liiketoiminnassa”. Aihe käsitti alussa yrityksen kaikkien aktiviteettien läpikäymisen ja päivittämisen nykypäivän trendien perusteella vastaamaan kysyntää. Ensimmäisenä työnä oli tutustua yrityksen tähänhetkeen aktiviteetti palveluntarjontaan ja asiakaskuntaan. Heti havaittiin, että laaja asiakaskunta aina leirikouluista, senioreihin asetti suuret haasteet työn toteuttamiselle. Seurauksena aihetta päätettiin toimeksiantajan puolelta rajata käsittämään yrityksen tarjoamien luontoaktiviteettien kehittämisen.

Yrityksen palveluntarjonnassa luontoaktiviteetit ovat jääneet hieman taka-alalle, joten niiden valinta opinnäytetyön kohteeksi oli luonteva valinta. Kohderyhmä valittiin Ilorannan asiakaskunnan perusteella sellaiseksi, joka toisi yritykseen lisää uusia asiakkaita. Kohderyhmäksi valittiin ensisijaisesti nuoret aikuiset vapaa-ajan matkustajat (n. 18-35v). Tilastokeskuksen mukaan nuorten (15-24v) ja työikäisten (25-64v) kotimaan vapaa-ajanmatkojen yöpymiset kasvoivat eniten vuoden 2020 aikana (Tilastokeskus 2021). Tilastojen mukaan nuoret ovat kiinnostuneimpia kotimaan matkailusta ja suosivat vuosi vuodelta enemmän maksullista majoitusta. Kiinnostuksen lisääntymiseen on myös vaikuttanut Covid-19/koronapandemia ja onkin vaikea ennustaa miten matkailutottumukset muuttuvat, kun palataan ns. normaalioloihin. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisussa kotimaanmatkailun nykytilasta ja potentiaalista ennakoidaan ulkomaanmatkojen määrän lisääntyvän ja palaavan ennalleen koronatilanteen helpottaessa. Kotimaan matkailukohteet ovat kuitenkin saaneet paljon julkisuutta koronan aikana ja tulleet paremmin ihmisten tietoisuuteen, mikä mahdollistaa kotimaanmatkailun kasvun ulkomaanmatkailun rinnalla. (TEM 2021, 94.)

Apu lehdessä oli haastateltu kahta matkailun tutkijaa sekä analysoitu matkantarjoajien teettämien kyselyiden vastauksi ja tutkimuksia esiin nousi esiin 7 kiinnostavaa kehityssuuntaa. Ensimmäisenä kehityssuuntana mainittiin matkailijoiden toive luontoelämysten lisäämisestä. Elämysten korostaminen matkailussa kuuluu trendeihin, joiden kasvua koronapandemia on kiihdyttänyt. Korona on myös aiheuttanut maailmalla solidaarisuuden aallon, missä ihmiset ovat halunneet auttaa lähimmäistään ja tukea paikallisia yrityksiä. Matkoilta halutaan tulevaisuudessa enemmän vastuullisuutta ja kestävyyttä. Matkailijat pyrkivät pienentämään omaa hiilijalanjälkeään ja yritykset tavoittelevat erilaisia kestävän matkailun sertifikaatteja, joiden avulla vastuullisuudesta viestitään. (Pöysä 2021.)

Vaikka luontoaktiiviteetin tai -palvelun kehittämisen kohderyhmäksi valikoitui nuoret aikuiset, on muillakin ryhmillä mahdollisuus halutessaan hyödyntää kyseisiä palveluita. Iän mukaan määritetyt eri segmentit ja kohderyhmät, saattavat hyvinkin sisältää samoja kiinnostuksen kohteita. Yritykselle kannattavinta onkin toteuttaa sellaisia palveluita, mitkä kiinnostavat suunniteltua kohderyhmää, mutta ovat myös muiden kohderyhmien hyödynnettävissä.

6.2 Kirjallisuuskatsaus ja aineistonkeruu

Opinnäytetyön ensimmäisenä vaiheena oli työstää kirjallisuuskatsaus. Kirjallisuuskatsaus on tutkimusmenetelmä, jonka tarkoituksena on auttaa opiskelijaa käsittämään kokonaisuutta. Kirjallisuuskatsauksessa käydään analyttisesti läpi mitä aiheesta tiedetään ennestään, mitä on tutkittu ja millä keinoin. Opinnäytetyössä kirjallisuuskatsauksesta, käytetään myös nimitystä teoreettinen viitekehys, jossa määritellään opinnäytetyön keskeiset käsitteet. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 121). Kirjallisuuskatsauksen kokoaminen alkoi tammikuussa tutustumalla aiheesta löytyvään kirjallisuuteen ja valmiisiin tutkimuksiin. Opinnäytetyön kirjallisuuskatsauksessa käsitellään maaseutu- ja luontomatkailun ominaispiirteitä, palveluiden ja aktiviteettien merkitystä matkailussa ja luonnon vetovoimatekijöitä. Lisäksi käsitellään työmenetelmänä käytettyä palvelumuotoiluprosessia, palvelumuotoiluprosessin vaiheita sekä elämyksen ja ohjelmalveluiden merkitystä matkailulle.

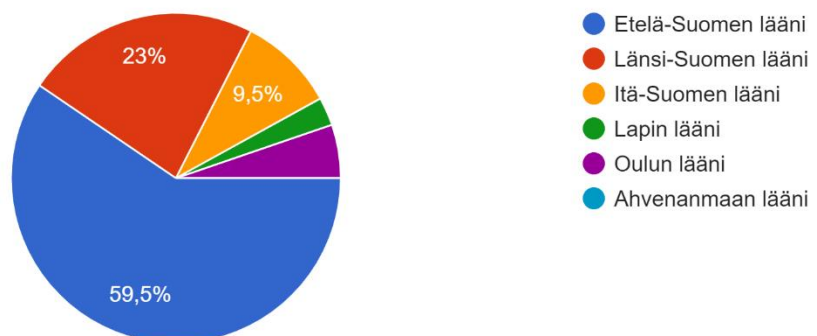
Opinnäytetyön kehittämisvaiheessa tutustuttiin matkailupalveluiden aktiviteeteistä ja luontomatkailusta tehtyihin tutkimuksiin. Tutkimuksen tärkeimpänä tutkimustavoitteena oli selvittää, luontoaktiiviteettien kysyntää ja luontoliikunnan motiiveja. Palveluiden kehittämisessä hyödynnettiin observointi menetelmää, johon olen hankkinut aineistoa kesätöiden ja

satunnaisten ympärivuotisten osa-aikatöiden ohessa heinäkuusta 2016 lähtien. Observointia menetelmää käytettiin myös Vierumäen asiakkaille kysellen heidän luontoliikunta tottumuksistaan. Kehittämistyössä hyödynnettiin myös kyselytutkimuksia, kuten syksyllä 2019 Vierumäen ensimmäisen vuosikurssin liikunnanohjaajien leijonankitaprojektia varten tehtyä tutkimusta luontoliikunnasta, luonnon herättämistä tuntemuksista ja mieluisimmista aktiviteeteistä luonnossa. Opinnäytetyön toimeksiantaja yrityksen asiakkaille toteutettiin myös oma kohdennettu kysely, jossa esiteltiin kahta valmista luontoaktiviteettia ja kartoitettiin asiakkaiden mielipiteitä yrityksen palveluiden kehittämisestä.

Leijonankita projektia varten toteutetulla kyselyllä kerättiin tietoa ihmisten syistä lähteä luontoon, mitä ajatuksia ja tunteita luonnossa liikkuminen heissä herättää ja heidän luonnossa suorittamistaan aktiviteeteistä. Kyselyä jaettiin sosiaalisessa mediassa ja erilaisissa retkeilyyn ja luontoon liittyvissä ryhmissä. Kyselyyn saatiin 612 vastausta ja vastaajista 59,5 % ilmoitti asuinpaikakseen Etelä-Suomen Läänin alueen, (läänit poistuivat käytöstä vuonna 2009) mistä myös suurin osa Ilorannan vieraista on kotoisin. Kyselyä hyödynnettiin opinnäytetyön kehittämisvaiheessa suuren vastaaja määrän takia, jolloin saatiin tarkempia vastauksia ja yksittäisten vastausten merkitys ei noussut niin suureksi. Kyselyssä suurin mielenkiinto kohdistui vastaajien syihin lähteä luontoon ja luonnon herättämiin tuntemuksiin.

2. Asuinpaikka?

612 vastausta

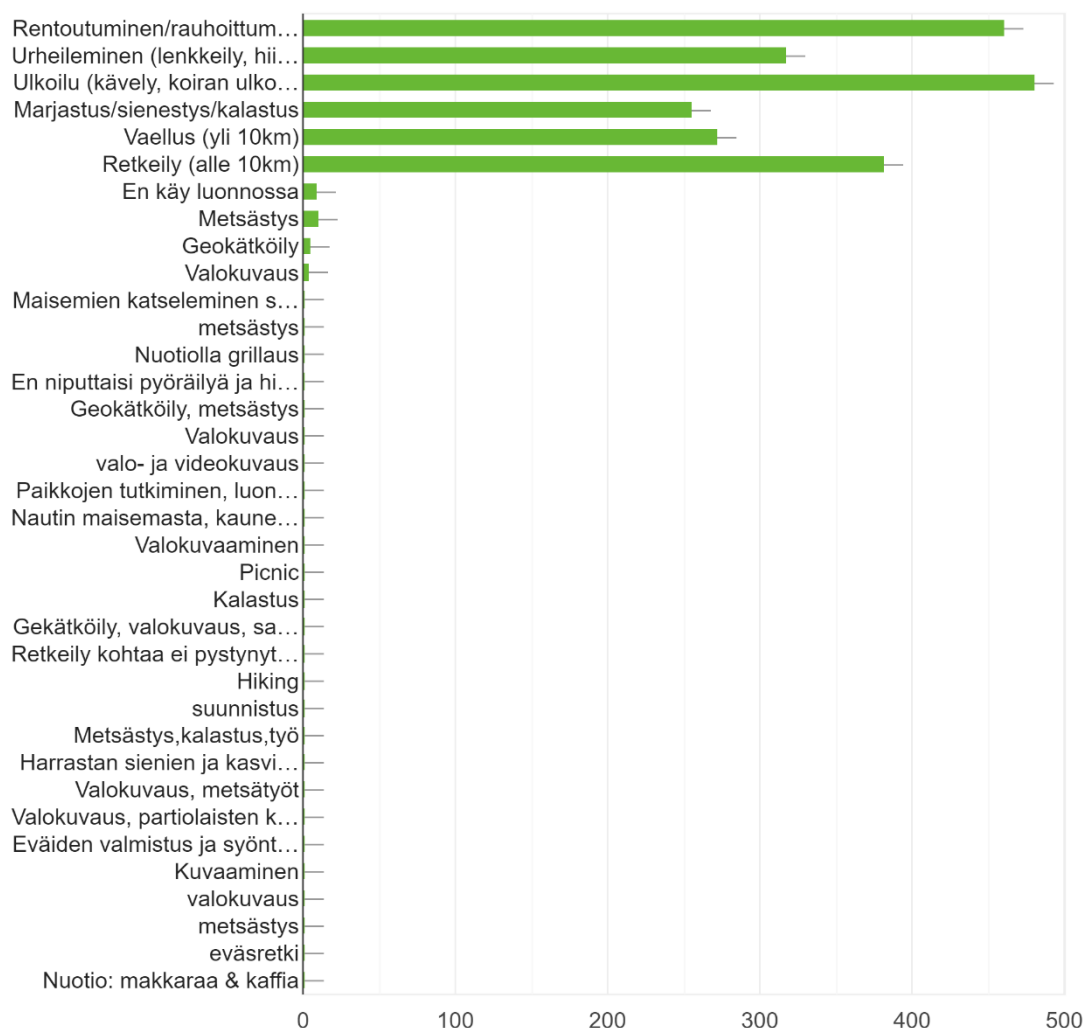


Kuva 8 Asuinpaikka kysymys Leijonankita projektin kyselystä

Kyselyyn vastanneista 43,6% oli 18-30 vuotiaita ja 45,4% 31-60 vuotiaita, joten suuren osan vastaajista voidaan iällisesti olettaa edustavan opinnäytetyöllä tavoiteltua kohderyhmää. Kyselystä selvisi, että suurin osa vastaajista menee ulkoilemaan (481 vastausta) ja rentoutumaan/rauhottumaan (461 vastausta). Myös retkeily (382 vastausta) ja marjastus/sienestys/kalastus (256 vastausta) vaihtoehdot keräsivät kannatusta.

4. Mitä teet, kun menet luontoon?

612 vastausta



Kuva 9 Leijonankita kysely luontoaktiviteeteistä

6.3 Aktiviteettien kehittäminen

Aktiviteettien kehittämisessä lähdin liikkeelle tutkimalla olemassa olevaa aktiviteettitarjontaa, joita olisi mahdollista hyödyntää Ilorannassa. Aktiviteettien tulisi vastata myös Ilorannan arvoja, joita ovat kokonaisvaltainen hyvinvointi, välittäminen, palvelu, kestävä kehitys, perinteet ja yhteisöllisyys. Hyvinvointi Ilorannassa koostuu hyvistä unista, puhtaasta luonnosta, maaseudun rauhasta, puhtaasta lähiruoasta ja monipuolisista ulkoilu- ja liikuntamahdollisuuksista. Myös kyselytutkimuksista esiin nousseet rentoutuminen/rauhottuminen tulee välittyä aktiviteeteistä. Aktiviteettien ideointi aloitettiin tutustumalla luontoaktiviteettien tarjoajiin, joiden jo olemassa olevia palveluita olisi mahdollista hyödyntää Ilorannassa. Valmiiden palveluiden tulisi myös tukea hyvinvointia, rentoutumista ja rauhoittumista.

Luontomatkailussa Visit Finlandin julkaisujen mukaan yksittäiset matkailijat ovat matkailun kasvava trendi. Yksittäisten matkailijoiden määrän kasvua on edistänyt matkailupalveluiden siirtyminen erilaisiin digitaalisiin jakelukanaviin, kuten booking.com, TripAdvisor ja trivago. Digitaaliset palvelut helpottavat matkan suunnittelua, mutta myös vertailua ja ostamista. Luontomatkailussa Visit Finland korostaa luontoaktiviteettien kehittämisessä hyödyntämään Suomen luonnon vetovoimatekijöitä ja alueellisia eroja. Esimerkkejä luontomatkailun tuotteista ovat Visit Finlandin tutkimusten perusteella väline ja varustevuokraus, tekniikka- ja taitokurssit sekä aktiviteettilomat yhdessä paikassa. Myös reittien huolellinen ja selkeä merkitseminen on luontomatkailussa erityisen tärkeää. Matkailijan on mahdollisuus siirtyä flow-tilaan/irtautua arjesta, mikäli reitit ovat selkeästi merkittyjä ja niillä pystyy kulkemaan murehtimatta eksymistä tai tuntematta turvattomuutta. (Visit Finland 2020, 3–7.)

Vierumäellä toimintansa aloittanut yritys Nature Escape:n palvelutarjontaan kuuluu luontopakopeli, elämuskellunta ja ihmispöytäfutis eli human foosball. Yritys toteuttaa elämuskelluntaan myös Varalan urheiluopistolla Tampereella, Vaihmalan Hovissa Lempäälässä ja Pajulahden Urheiluopistolla Nastolassa. Tutkin Nature Escapen sosiaaliseen mediaan lisättyjä kuvia, joissa useassa esiintyi opinnäytetyön tavoitteen mukaista kohderyhmää. Haastattelin Nature Escapen toiminnasta vastaavaa tiimiä, saadakseni lisää tietoa yrityksen aktiiviteeteista ja palveluiden käyttäjäryhmästä. Haastattelu vahvisti ajatusta siitä, että heidän palveluitaan hyödyntävä kohderyhmä on hyvin laaja. Luontopakopelissä ei selkeää kohderyhmää voitu nostaa ylitse muiden, mutta perheet ja noin 20–40-vuotiaiden muodostamat ystäväporukat ja eri-ikäiset yritysryhmät nousivat esille. Elämuskellunnasta suurimmaksi käyttäjäryhmäksi yritys nosti keski-ikäiset ja etenkin naiset. Haastattelussa esittelin myös Ilorannan toimintaa ja halusin selvittää yhteistyö mahdollisuutta Nature Escapen ja Ilorannan välillä. Lopputuloksena päädyttiin toteuttamaan toukokuun aikana kokeilukerta elämuskellunnasta ja luontopakopelistä Ilorannan työntekijöille pilotointina mahdollista tulevaa yhteistyötä varten. Nature Escapen elämukset hyödyntävät toiminnassaan Suomen luonnon vetovoimatekijöitä, kuten puhtaita vesiä ja puhdasta luontoa. Nature Escapen elämukset saivat myös kannatusta ja kiinnostusta Ilorannan asiakkaille toteutetussa kohdenetussa kyselyssä.

Oletko kuullut tai kokeillut luontopakopeliä?

64 vastausta



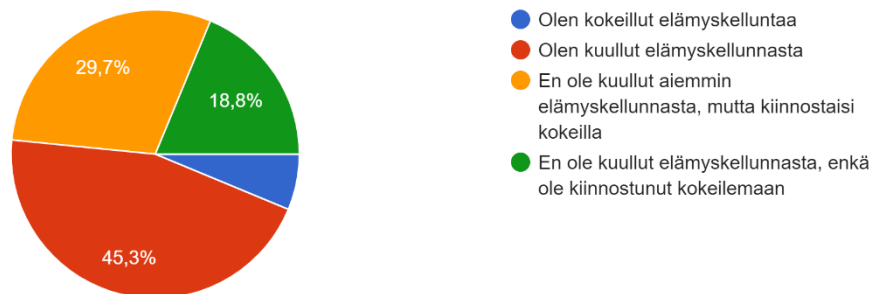
Kuva 10 Ilorannan asiakkaiden kiinnostus luontopakopelistä

Elämuskelluntaa kuvataan Nature Escapen sivuilla ikimuistoiseksi luontoelämukseksi, jossa päästään hetkeksi osaksi luontoa. Kellunnassa rentoudutaan ja nautitaan luonnon energiasta ja rauhasta veden ympäröimänä. Kelluntaa on mahdollista toteuttaa ympäri-

vuotisesti, mutta talvella puvun alle suositellaan lämpimämpää vaatetusta. Aktiviteetin sanotaan sopivan niin yksittäisen henkilön rentoutushetkeksi, kuin yhteisölliseksi aktiviteetiksi yhdessä ystävien, työkavereiden tai perheen kesken. Luontopakopeli on nimensä mukaisesti luontoon siirretty pakopeli, joka sisältää kevyitä fyysisiä aktiviteetteja ja lyhyitä siirtymiä tehtävien välillä. Kuten muissakin pakopeleissä, luontopakopelissä eteneminen vaatii nokkeluutta, loogista päättelykykyä ja etenkin yhteistyötä. (Nature Escape)

Oletko kuullut tai kokeillut elämyskellunnasta?

64 vastausta



Kuva 11 Ilorannan asiakkaiden kiinnostus elämyskellunnasta

Kyselystä Ilorannan asiakkaille nousi esille kiinnostus ohjattuja aktiviteetteja kohtaan (84,1 % vastaajista oli kiinnostunut ohjatusta toiminnasta), sekä erilaiset ohjatut luontoretket ja fatbike/E-fatbike pyörät. Visit Finlandin luontoaktiviteettien tuotesuosituksissa pyöräily nostetaankin yhdeksi suosituimmista luontoaktiviteeteistä (Visit Finland 2020, 3). Sosiaalinen media on täyttynyt ympäri Suomea otetuista pyöräilykuvista ja eri yritysten pyöränvuokraus mainoksista. Sähköpyörä markkinoiden kasvu ja koronan aiheuttamat sulkutilat ovat tehneet maastopyöräilystä eräänlaisen hittituotteen. Ilorannassa käy useita maastopyöräileviä asiakkaita ja lähistön metsistä metsäautoteitä ja vaativuudeltaan eritasoisia polkuja, mutta mitään varsinaisia merkittäviä pyöräilyreittejä ei alueelta vielä löydy. Monet matkailualan yritykset ovat aloittaneet polkupyörien vuokrauksen, mutta tämä vaatii yritykseltä pyörien ostamisen omaksi ja saattaa pienillä yrityksillä olla haasteellista rajallisten resurssien takia. Hauholta löytyy toimija, joka toteuttaa sähköavusteisten maastopyörien vuokrausta ja pyörät toimitetaan tilaajalle Hämeenlinnan alueella. Yhteistyöllä tämänkaltaisen yrittäjän kanssa olisi mahdollista kokeilla pyörävuokrauksen menekkiä, ilman suuria sijoituksia tai alkupääomaa.

Kyselyssä Ilorannan asiakkaille toivottiin aikuisille luontoretkeä, joissa tutustuttaisiin kasveihin, sieniin, lintuihin sekä alueen muinaishistoriaan. Retkiin toivottiin liitettäväksi myös erilaisia retkeilytaitoja, kuten opastusta tulenteossa tai yöpymistä metsälaavussa ja riippumatossa. Muutama kyselyyn vastannut toivoi myös mahdollisuutta omatoimiseen retkeilyyn, johon olisi mahdollisuus saada mukaan eväät Ilorannasta. Ilorannassa on hyvät mahdollisuudet harjoitella retkeilytaitoja ja ulkona yöpymistä, pysyen kuitenkin lähellä Ilorannan majoitustiloja. Ilorannan metsälaavu ja rantamäellä sijaitseva toinen laavu tarjoavat hyvät puitteet majoitukselle tähtitaivaan alla. Ilorannassa järjestetään ennestään asiakkaille ohjattua retkeä hämäläiseen pimeyteen ja hiljaisuuteen, mutta kyselyn vastausten perusteella tieto tällaisesta retkestä ei ole tavoittanut asiakkaita halutulla tavalla. Ohjattu luontoretki on Ilorannan resurssien puolesta helpompi toteuttaa, kuin polkupyörienvuokraus, mutta alkava yhteistyö vaatii resursseja ja ohjatun luontoretken toteuttaminen jää myöhempään ajankohtaan.

Kyselytutkimus Ilorannan asiakkaille käynnisti yrityksessä kehitystyön, jonka seurauksena aloitettiin selvitystyö luontoretkien toteuttamiseksi vaadittavista toimista. Kyselyissä nousi esiin alueen muinaishistorian esiin nostaminen ohjatuissa luontoretkissä. Selvitystyö aloitettiin Vähäniemen virkistysalueelta, minne on 10 kilometrin matka Ilorannasta. Vähäniemen virkistysalue on useamman kunnan omistuksessa oleva 20 hehtaarin kokoinen niemenkärki. Vähäniemen virkistys alue sijaitsee Iso-Roineen Painonselän etelä rannalla. Painonselän pohjoispuolelta löytyy 4 hehtaarin suuruinen Tohkoonniemen virkistysalue. Tohkoonniemessä ei ole toistaiseksi palveluvarustusta, mutta aluetta voi käyttää perustuen jokamiehen oikeuteen. Vähäniemen kallioilta ja siellä olevasta näkötorjasta avautuu kaunis järvimaisema Iso-Roineelle. Vähäniemessä on luonnonsatama veneilijöille ja niemen kärjessä on kaksi poijupaikkaa sekä koukkupaikkoja. Virkistysalueelta löytyy myös nuotiokehä ja kuivakäymälä ja niemen tyvestä löytyy uimaranta. Alueella on niemen kärjen paikoitusalueeseen yhdistävä ulkoilureitti. Paikoitusalueella on infotaulu, jossa on myös tarkempi kartta alueesta ja sen palveluista. (Hämeenvirkistysalueyhdistys)



Kuva 12 Vähäniemen virkistysalueen näkötorni

lähde: Retkipaikka



Kuva 13 Näkymä Vähäniemen näkötorjasta

Lähde: Retkipaikka

Ilorannasta katsottuna Iso-Roineen toisella puolella sijaitsevassa Leppäniemessä ja sen kärjessä kohoava Utterinvuori on myös määritetty luonnonperintösäätiön luonnossuojelukohde. Utterinvuori on 54 hehtaarin kokoinen vuorenlaille ja sen lähimaastoihin levittäytyvä metsäalue. Utterinvuori kohoaa Iso-Roinetta viisikymmentä metriä korkeammalle ja hakkaamattoman metsän monisatavuotiaat puut näkyvät kauas järvelle. Vuoren laella tiedetään olleen paikkakunnalla tunnettu uhripuu, jonka tyvi on todennäköisesti vielä nähtävissä. (Luonnonperintösäätiö.) Uhripuulla tai pitämyspuulla tarkoitetaan uhripaikkaa, jossa syksyllä kekrin aikaan annettiin puulle säännöllinen uhrilahja. Uhrilahjana oli yleensä lammas, jonka lihat syötiin itse, mutta luut vietiin puun alle. (Wikipedia.)

6.4 Pilotointi Nature Escapen elämyksistä

Nature Escapen elämyksistä toteutettiin pilotointi Ilorannassa 11.5, jossa Ilorannan työntekijät pääsivät kokeilemaan elämuskelluntaa ja luontopakopeliä. Ilorannan työntekijöistä vain kolmella oli aikaisempaa kokemusta pakopeleistä ja elämuskellunnasta kahdella henkilöllä. Pilotointi toteutettiin osana Ilorannan työntekijöiden TYHY-päivää. Nature Escape on toteuttanut luontopakopeliä erilaisissa paikoissa ja Vierumäellä toteutus tapahtuu metsälaavun ympäröimässä hieman mäkisessä maastossa. Ilorannasta löytyy myös metsälaavu, mutta tällä kertaa päätimme kokeilla, miten pakopelin toteutus onnistuu ns. Rantamäellä. Rantamäki on rautakaudelta peräisin oleva vanha kalmisto alue, jonne on rakennettu erilaisia rautakaudelle tyypillisiä rakennuksia ja viikinkilaivaksi tehty terassi. Kyseistä aluetta haluttiin kokeilla luontopakopelin pelialueena, koska alue on hieman suojassa ja mahdollistaa pelin toteuttamisen paljastamatta pelistä liikaa muille Ilorannan asiakkaille. Pilotointi toteutettiin poikkeuksellisesti 10 henkilöllä, joka on hieman suurempi, kuin pakopelin ihanteellinen ryhmäkoko. Pilotoinnin jälkeen pidimme pienen palautekeskustelun peliin osallistuneen ryhmän ja Nature Escapen toiminnasta vastaavan tiimin kanssa. Pilotoinnista tuli Ilorannan työntekijöiltä hyvää ja positiivista palautetta, vaikka ryhmä ei peliä läpäissytäkään määräajassa. Palautteesta kävi ilmi, että alue toimii hyvin ja on ehdottomasti potentiaalinen paikka toteuttaa peliä jatkossa asiakkaille. Rantamäen rakennukset ja ym-

päristö tukevat ja vahvistavat hyvin luontopakopelin tarinaa, jossa ollaan etsimässä maailman kahdeksatta ihmettä shamaanin avustuksella.



Kuva 14 Nature Escapen luontopakopeli

Elämuskellunta oli toinen pilotoinnin kohteena olleista Nature Escapen elämyksistä. Pilotoinnin aikana järvellä tuuli oli melko voimakas ja aallot toivat oman haasteensa kellunnan toteuttamiseen. Ilorannassa on hitaasti syvenevä luonnonhiekkaranta, joten rannasta lähdettäessä kelluntapukujen kanssa saa kävellä melko pitkän matkan ennen kuin pääsee nauttimaan kellunnasta. Ilorannasta löytyy 15 hengelle valmistettu moottoroitu lautta, jolla kellujat kuljetettiin pilotoinnissa kauemmas rannasta ja annettiin heidän kellua aaltojen mukana kohti rantaa. Aallokon takia pukujen sisään pääsi hieman vettä, mikä kahden henkilön kohdalla vaikutti hieman negatiivisesti heidän kokemukseensa elämuskellunnasta. Kellunnan jälkeen keskustelimme taas kokemuksista ja miltä kellunta aktiiviteettinä

vaikutti. Palaute oli jälleen positiivista ja negatiiviseksi rentoutumisen kannalta koettiin valinnut aallokko. Pilotoinnissa kellunta oli tällä kertaa enemmän elämys, kuin rentouttava ja rauhoittava hetki. Keskustelimme myös lautan mahdollisuuksista kellunnassa, sillä ryhmä olisi mahdollista kuljettaa tuulisella säällä pois rannasta lähistöltä löytyviin poukamiin, jossa aallot olisivat tuulisella säällä maltillisempia. Ryhmän kuljettamisen lautalla hieman kauemmas koettiin tuovan lisäarvoa aktiviteetille, muiden asiakkaiden olisi mahdollista käyttää uimarantaa kellunnan aikana ja rannalta kantautuvat äänet eivät haittaisi kellujien rentoutumista. Pilotoinnista kävi ilmi, että molemmat elämykset toimivat Ilorannassa ja elämyksille nähtiin kysyntää yrityksen puolelta.



Kuva 15 Elämyskellunta

7 Kehittämisehdotukset yritykselle

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli löytää keinoja täysihoitola palveluita tarjoavan Iloranta Oy:n luontoaktiiviteettitarjonnan parantamiseksi. Projektissa hyödynnetyt tutkimukset antoivat tietoa palveluiden käyttäjistä ja syistä heidän toimintansa taustalla. Yrityksellä on entuudestaan paljon toimintaa ja tekemistä vapaa-ajan matkustajille, mutta hyvinvointimatkailun kasvava trendi ohjaa yrityksen aktiiviteettien kehittämistä. Ihmisten kasvava kiinnostus luonnosta, luonnon hyvinvointivaikutusten tutkinta ja niiden vaikutukset kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin ovat nostaneet luonnon matkailun ohjelmalveluiden merkittävimmäksi kehittämisen kohteeksi.

Tarjontaa enemmän palveluiden kehittämisessä tulisi kiinnittää tarjottavien palveluiden laatuun. Monelle matkailijalle Hauho ja Iloranta ovat varmasti entuudestaan vieraita kohteita. Aktiiviteettien laatuun, elämyksellisyyteen ja ainutlaatuisuuteen panostaminen saattaisi houkutella uusia asiakkaita, joille kyseinen alue matkailun näkökulmasta on jäänyt vielä pimentoon. Nuoret matkailijat hakevat usein vauhdikkaita ja trendikkäitä ohjelmalveluita matkaltaan, mutta kyselyistä selvisi myös kiinnostus rauhallisuudesta ja rentoutumisesta. Huonolaatuinen tai liian nopealla aikataululla toteutettu aktiiviteetti kuluttaa yrityksen resursseja, mutta toteutetulla tuotteella ei ole pitkällä tähtäimellä yrityksen haluamaa vaikutusta.

Tässä opinnäytetyössä kehittämisen kohteena ollut Iloranta Oy tarvitsee tulevaisuudessa keinon kerätä tietoa asiakkaidensa kokemuksista vierailunsa aikana. Yritys tarvitsee tietoa myös matkailun markkinoista, toimialalla tapahtuvista muutoksista ja matkailijoiden muuttuvista tarpeista. Opinnäytetyön kehittämisvaiheessa toteutettuun kyselyyn Ilorannan asiakkaille saatiin hyvin vastauksia ja suuri osa asiakkaiden toiveista oli yritykselle aivan uusia. Kaiken kaikkiaan voidaan ajatella, että yrityksen toimintaa on kehitettävä opinnäytetyöprosessin jälkeenkin ja sen on oltava ajan tasalla matkailijoiden toiveista ja matkailualalla tapahtuvista muutoksista pärjätäkseen muuttuvilla markkinoilla. Yritystoimintaa voidaankin pitää jatkuvana kehittämistyönä.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi Ilorannan ja Nature Escapen yhteistyö. Nature Escapen elämykselliset tuotteet sopivat hyvin Ilorantaan, tuovat nykyaikaisina ja trendikkäinä ohjelmapalveluinapalveluina lisäarvoa yrityksen asiakkaille. Nature Escape yhteistyön lisäksi toteutettavat kehitystoimenpiteet alkavat yrityksessä vasta opinnäytetyöprosessin jälkeen. Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää matkailuyrityksen luontoaktiviteettitarjontaa ja tavoitteen voidaan sanoa toteutuneen yhden yritys yhteistyön ja ohjattujen luontoretkien toteuttamiseksi vaadittavien toimien selvitystyön aloittamisen perusteella.

Kohdealueena Hauho ja Iloranta tarjoavat hyvät mahdollisuudet yrityksen omien ohjelmapalveluiden toteuttamiseen. Erityisesti kyselytutkimuksesta Ilorannan asiakkaille nousi esiin ohjatut luontoretket. Retkiin toivottiin liitettäväksi retkeilytaitoja ja alueen historiasta oltiin myös kiinnostuneita, minkä huomioiminen sopisi yhteen myös Ilorannan perinne arvon kanssa.

Kehittämisehdotuksena Ilorannalle opinnäytetyöhön perustuen, olisi omien aktiviteettien ja retkien kehittäminen ja paketointi matkailijoille tarjottaviksi kokonaisuuksiksi. Opastettu luontoretki olisi mahdollisuus toteuttaa lyhyenä opastettuna ohjelmapalveluna Ilorannan omassa metsässä ja sen 3,5 km mittaisen luontopolun varrella. Toinen vaihtoehto olisi toteuttaa esimerkiksi polkupyörä retki Vähäniemen virkistysalueelle, jonne matkaa Ilorannasta hämäläistä hiekkatietä pitkin 10 km. Vähäniemessä olisi mahdollisuus laittaa evästä nuotilla ja ihailla hämäläistä maalais- ja järvimaisemaa opetellen samalla retkeilytaitoja. Retkien toteuttamisessa pitää panostaa ohjaajan kouluttamiseen ja perehdyttämiseen, jotta taataan laadukkaan palvelun toteuttaminen. Osaava ja ammattitaitoinen ohjaaja on onnistuneen retkielämyksen edellytys.

Mikäli yrityksen tulevaisuudessa suunnittelee historiaan pohjautuvia retkiä kannattaa hyödyntää Hauhon historiaan perehtyneen kotiseutuyhdistys Hauho-Seuran tietämystä. Hauho-Seuralla on Hauhon 1918 kulttuuripolku niminen retki, mitä Iloranta voisi hyödyntää asiakkaille, jotka ovat kiinnostuneita alueen historiasta. Retki on mahdollista toteuttaa linja-autolla, mutta myös Ilorannan lautalla on mahdollisuus kiertää tutustumassa kulttuuripolun kohteisiin. Historia retki olisi hyvällä säällä mahdollisuus päättää esim. rautakauden kalmistoalueella rosvopaisti-illalliseen puulautasilta ja savikupeista.

8 Pohdinta

Opinnäytetyön tarkoitus oli kehittää Suomen vanhimman maaseudulla sijaitsevan täysihoidon luontoaktiviteettien tarjontaa, jotta nuoria aikuisia houkuteltaisiin yrityksen palveluiden pariin. Työssä keskityttiin luonnon herättämiin tuntemuksiin ja niiden pohjalta pyrittiin löytämään tai kehittämään yritykselle toteuttamiskelpoisia luontoaktiviteettejä. Tässä opinnäytetyössä rakennettiin teoriapohja matkailun ja erityisesti luontomatkailun ja maaseutumatkailun käsitteiden ympärille.

Työssä on hyvin kuvattu luonto- ja maaseutumatkailulle tyypillisiä ominaispiirteitä ja teoriapohja kattaa työn toteuttamisen kannalta olennaisimmat osa-alueet. Kuitenkin teorian osa-alueita olisi vielä mahdollisuus syventää. Aktiviteettien ja ohjelmapalveluiden osalta olisi voinut syventyä elämykseen ja sen merkitykseen asiakkaalle. Lisäksi kilpailija-analyysejä olisi voinut syventää ja laajentaa kattavamman kuvan luomiseksi.

Työn tuloksena löydettiin yhteistyökumppani Nature Escape toteuttamaan elämyksellisiä luontoaktiviteettejä Ilorannassa. Luontoelämyksiä testattiin yrityksen työntekijöille, joilta saadun palautteen perusteella todettiin elämysten sopivan osaksi Ilorannan palvelun tarjontaa. Rentoutumisen ja rauhoittumisen todettiin olevan ihmisten suurin syy hakeutua luontoon ja tätä myös Nature Escapen elämyskellunnalla pyritään saavuttamaan. Elämykset ovat samalla ajankohtaisia ja trendikkäitä. Ilorannan resurssien kannalta valmiiden ja testattujen luontoelämysten hyödyntäminen on perusteltua.

Itse opinnäytetyöprosessi eteni lähes suunnitelmien mukaan, vaikka aihe hieman muuttui ja tarkentuikin matkan varrella. Asiat tapahtuivat oikeassa järjestyksessä, mutta varsinkin prosessin loppua kohti aikataulu alkoi mennä tiukalle. Aiheesta on tehty aiemmin useampia tutkimuksia ja opinnäytetöitä, joten ongelmana ei ollut aineiston ja kirjallisuuden puute. Vaikeuksia tuotti ennemminkin aiheen rajaaminen sopivissa määrin, jotta työ ei lähtisi sivuraiteille. Teoriapohjan valmistuttua ja aktiviteettien suunnittelun alettua työhön tuli suvantovaihe, joka hieman hidasti prosessin etenemistä ja toi pieniä haasteita. Kehittämistyö ja opinnäytetyö saatiin kuitenkin ajoissa päätökseen ja elämyksiä ehdittiin testata prosessin aikana.

Toimeksiantaja oli tyytyväinen lopputuloksena toteutettaviin aktiviteetteihin ja opinnäytetyön aikana syntyneitä muita kehitysehdotuksia tullaan varmasti hyödyntämään yrityksen toiminnan kehittämisessä tulevaisuudessa. Työ täytti toimeksiantajan odotukset ja tuo yritykselle aktiviteetit, jollaisia monella muulla ei ole tarjota. Oikeanlaisella markkinoinnilla aktiviteeteillä on mahdollisuus saada lisää näkyvyyttä, uusia asiakasryhmiä ja toimia kilpailuetuna.

Työn suurin haaste oli aikataulutusta ja ns. kultaisen keskitien löytäminen. Opinnäytetyön aloittaminen aikaisemmin olisi antanut mahdollisuuden toteuttaa kehitystyö syvällisemmin ja perusteellisemmin, palvelumuotoiluprosessin vaiheiden mukaan.

Kuvaluettelo

Kuva 1 Luontomatkailun asema suhteessa sitä lähellä oleviin matkailun muotoihin.....	7
Kuva 2 Luontosuhteen yhteydet liikuntaympäristöön ja harrastusmuotoon Lähde: Vuolle 1987.....	11
Kuva 3 Divergentti- ja konvergenttiajattelu Lähde: Palvelumuotoilun bisneskirja 2019 .	15
Kuva 4 Palvelumuotoilun vaiheet Mukailten: Moritz, 2005	16
Kuva 5 Hämäläinen lähiruoka Lähde: Yle.fi	20
Kuva 6 Riihi illallinen 2 Lähde: Iloranta.fi	21
Kuva 7 Omenatarhan ruokasali Lähde: Iloranta.fi.....	22
Kuva 8 Asuinpaikka kysymys Leijonankita projektin kyselystä	28
Kuva 9 Leijonankita kysely luontoaktiviteeteistä.....	29
Kuva 10 Ilorannan asiakkaiden kiinnostus luontopakopelistä.....	31
Kuva 11 Ilorannan asiakkaiden kiinnostus elämiskellunnasta	32
Kuva 12 Vähäniemen virkistysalueen näkötorni lähde: Retkipaikka.....	34
Kuva 13 Näkymä Vähäniemen näkötorresta Lähde: Retkipaikka	35
Kuva 14 Nature Escapen luontopakopeli	37
Kuva 15 Elämiskellunta.....	38

Lähteet

Business Finland 2021. Tietoa Business Finlandista. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/tietoa-meista/lyhyesti>. Luettu: 12.4.2021

Eskelinen, M-L 2011. Elämysteemaisen liiketoiminnan luominen. Elämyksestä lisäarvoa ja tuloa yritykselle. Mikkeli: Mikkelin Ammattikorkeakoulu

Hassi, L. Paju, S. & Maila. R. 2015. Kehitä kokeillen. Organisaation käsikirja. Talentum Pro. Helsinki.

Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto: Osa 1. [Sotkamo]: [Suomen pienkustanjat].

Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto: Osa 2. [Sotkamo]: [Suomen pienkustanjat].

Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. & Sinivuori, E. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. p. Helsinki: Tammi.

Hämeenvirkistysalueyhdistys. Vähäniemen ja Tohkoon virkistysalue. Luettavissa: <https://www.hameenvirkistysalueyhdistys.fi/listing/vahaniemen-ja-tohkoon-virkistysalue/>. Luettu 25.5.2021

Jänkälä 2016. Työ ja elinkeinoministeriö. Matkailun ohjelmapalvelut. Toimialaraportti. Työ ja elinkeinoministeriö. Helsinki. Luettavissa: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79842/Matkailun_ohjelmapalvelut_2016.pdf. Luettu: 18.2.2021.

Kinnunen, R. 2004. Palvelujen suunnittelu. WSOY. Helsinki.

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

Luonnonperintösäätiö. Utterinvuori, Hämeenlinnan Hauho. Luettavissa: <https://www.luonnonperintosaatio.fi/fi/suojelualueet/hame/utterinvuori>. Luettu: 25.5.2021

Luonnonvarakeskus. Luonnon hyvinvointivaikutukset. Luettavissa: <https://www.luke.fi/tieto/luonnonvaroista/virkistyskaytto/luonnon-hyvinvointivaikutukset/>. Luettu: 14.5.2021

Luontoon.fi. Luontoliikunta - Luonto houkuttelee liikkumaan. Luettavissa: <https://www.luontoon.fi/terveyttajahyvinvointialuonnosta/luontoliikunta>. Luettu: 8.3.2021

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

Meeri Niinistö, Turkoosinsininen luontokohde Kiikunlähde on niin suosittu, että maaston ympäriltä on tuhoutunut ja lähde kärsii – uudet aidatkaan eivät pidättelee ahneimpia vierailijoita Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10343707> Luettu: 5.3.2021

Moritz, S. 2005. Service design – A practical access to an evolving field. International School of Design. Köln. Luettavissa: https://issuu.com/st_moritz/docs/pa2servicedesign. Luettu: 15.3.2021.

Mäkinen, M. 2018. Palvelumuotoiluajattelemalla paremmaksi? Opas järjestö- ja yhdistystoimijoille. Changeagentia. Helsinki.

Nature Escape. Elämykset. Luettavissa: <https://www.naturescape.fi/elaemykset>. Luettu: 25.4.2021

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uud. p. [Helsinki]: Sanoma Pro.

Opetushallitus Oph 2014, Ammatillisen perustutkinnon perusteet, matkailualan perustutkinto. Helsinki. Luettavissa: https://finlex.fi/data/normit/42282/Oph_650112014_su.pdf. Luettu: 6.5.2021

Pasanen, K & Pesonen, J. 2016. Japanilaiset matkailijat Suomessa. Itä-Suomen yliopisto, Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos. Luettavissa: https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/17457/urn_nbn_fi_uef-20161181.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Luettu: 27.4.2021

Pesonen, I., Siltanen, T., Hokkanen, T. 2006. Menestyvä matkailuyritys. Edita Prima Oy. Helsinki.

Pöysä, A 2021. Miten matkailemme koronan jälkeen? Apu-lehti. Luettavissa: <https://www.apu.fi/artikkelit/miten-matkailemme-koronan-jalkeen>. Luettu: 10.5.2021

Tilastokeskus 2003. Mikä on maaseutua? Luettavissa: https://www.stat.fi/tup/tietoaika/ti-laajat/ta_03_03_tyovoima_laatikko.html. Luettu: 6.3.2021

Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi: matkailupalvelujen tuotteistaminen. Helsinki: Restamark Oy.

Turvallisuus- ja kemikaalivirasto (Tukes). Ohjelma- ja elämyspalvelut. <https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/kuluttajille-tarjottavat-palvelut/ohjelma-ja-elamyspalvelut>. Luettu 2.3.2021

Tuulaniemi, J. 2016. Palvelumuotoilu. Talentum Pro. Helsinki.

Tilastokeskus 2020. Kotimaanmatkailu. Luettavissa: https://www.stat.fi/til/smat/2020/smat_2020_2021-03-30_kat_002_fi.html. Luettu: 23.3.2021

Tilastokeskus 2020. Suomalaisten matkailu pysähtyi keväällä 2020. Luettavissa: https://www.stat.fi/til/smat/2020/13/smat_2020_13_2020-09-03_tie_001_fi.html. Luettu: 21.1.2021.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun Ohjelmapalvelut: matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. Porvoo: WSOY

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun Ohjelmapalvelut: matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. Porvoo: WSOY

Visit Finland 2020. Luontomatkaailun tuotesuosituksset. Luettavissa: https://www.business-finland.fi/4a834b/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/visitfinland_luontoaktiviteettien-tuotesuosituksset_2020.pdf. Luettu: 12.5.2021

Visit Häme. Uniikkia mökki- ja hotellimajoitusta Hämeessä. Luettavissa: <https://vithame.fi/majoittuminen/>. Luettu: 20.3.2021

Yle 2016. Mökkien vuokraus on vilkkaimmillaan – Katso suosituimmat kohteet. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-8882967>. Luettu: 22.2.2021.

Yle 2014. Hämmäläinen ruokapöytä teki platinaisen vaikutuksen Houstonissa. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-7195906>. Luettu: 23.3.2021

Ympäristöhallinto 2020. Koronakevät vaikuttanut suomalaisten luontosuhteeseen myönteisesti – tietoisuus luontomme suurimmasta uhasta edelleen hataraa. Luettavissa: [https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Luonto/Koronakevat_vaikuttanut_suomalaisten_luo\(57849\)](https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Luonto/Koronakevat_vaikuttanut_suomalaisten_luo(57849)). Luettu: 12.2.2021

Liitteet

Liite 1 malliesite Ilorannan omasta retkestä



ILORANTA
- 1937 -



Retkeilyn alkeita hämäläisessä luonnossa

Oletko koskaan miettinyt retkeilyn aloittamista, mutta et tiedä miten lähteä liikkeelle? Houkuttelisiko nukkua yötä ulkona tähtitaivas kattona? Retkellä opas kertoo sinulle vinkkejä retkeilyn aloittamiseen ja tutustutaan yhdessä retkeilyssä tarvittaviin varusteisiin. Iloranta kutsuu sinut mukaan retkelle hämäläiseen metsään!



Retki alkaa Ilorannasta, kun elämysohjaajamme perehdyttää ryhmän retkeilyssä tarvittaviin välineisiin, erilaisiin majoitteisiin ja varusteiden pakkaamiseen.

Ryhmä siirtyy varusteiden pakkauksen jälkeen polkupyörillä 10 km oppaan johdolla kohti Vähäniemen virkistysaluetta, jossa opetellaan erilaisten majoitusten pystyttäminen ja hyvän majoituspaikan valinta. Elämysoppaan johdolla opetellaan ruuan valmistamista retkikeittimellä. Ruokailu päätetään nuotiolla nokipannukahvien keittämiseen ja jaetaan kokemuksia päivän opeista.

Liite 2. Leijonankita kyselyn kysymykset



LUONTORETKEILY

Vierumäen liikunnanohjaajaopiskelijoiden kysely, jonka avulla kerätään tietoa kouluprojektia varten.

*Pakollinen

1. Ikä? *

- Alle 18v
- 18-30v
- 31-60v
- Yli 60v

2. Asuinpaikka? *

- Etelä-Suomen lääni
- Länsi-Suomen lääni
- Itä-Suomen lääni
- Lapin lääni
- Oulun lääni
- Ahvenanmaan lääni

3. Kuinka paljon aikaa olet valmis käyttämään edestakaiseen matkustamiseen päiväretkikohteeseen? *

- Alle 1 tunti
- Alle 3 tuntia
- Alle 6 tuntia
- Alle 10 tuntia

4. Mitä teet, kun menet luontoon? *

- Rentoutuminen/rauhottuminen
- Urheileminen (lenkkeily, hiihto, pyöräily yms.)
- Ulkoilu (kävely, koiran ulkoilutus yms.)
- Marjastus/sienestys/kalastus
- Vaellus (yli 10km)
- Retkeily (alle 10km)
- En käy luonnossa
- Muu: _____

5. Mitä tunteita luonnossa liikkuminen herättää sinussa?

Oma vastauksesi _____

6. Mitkä asiat vaikuttavat päätökseesi lähteä luontoon? *

- Sää
- Vuodenaika
- Ajankäyttö
- Sijainti
- Seura/muut henkilöt
- Muu: _____

7. Millä perusteella valitset luontoretkikohteen? *

- Sijainti (helposti saavutettavissa)
- Tietoisuus ja tunnettavuus kohteesta (esim. sosiaalinen media)
- Kohteessa olisi jotain erilaista nähtävää
- Muu: _____

8. Mitä palveluita toivot luontoretkikohteelta? *

- Laavu/nuotiopaikka
- Huussi
- Opasteet/infopiste
- Pyöräilymahdollisuus
- Uintimahdollisuus
- Muu: _____

Liite 3. Kysely Ilorannan asiakkaille



Iloranta - parhaan levon paikka!

Kyselyn tarkoituksena on kerätä tietoa Haaga-Helian ammattikorkeakoulun liikunnan- ja vapaa-ajan koulutusohjelman opiskelijan opinnäytetyötä varten. Työn avulla pyritään kehittämään Ilorannan luontoliikuntaan liittyviä palveluita. Opinnäytetyön tarkoituksena on kerätä tietoa luontoliikunta aktiviteeteistä ja niiden valintaan vaikuttavista tekijöistä.

Ikä?

- alle 18v
- 18-25v
- 26-35v
- 36-45v
- 45-60
- yli 60v

Oletko joskus vieraillut Ilorannassa?

- Kyllä
- En ole

Mitä teet mieluiten kun lähdet luontoon liikkumaan?

- Rentoutuminen ja rauhoittuminen
- Retkeily
- Vaellus
- Marjastus ja sienestys
- Maastopyöräily
- Lumikenkäily
- Frisbeegolf
- Ystävien/perheen kanssa ajan viettäminen
- Muu: _____

Osallistuisitko ohjattuun luontoliikuntaan?

- Kyllä, ohjattu toiminta kiinnostaa
 - En koe ohjausta tarpeelliseksi
-

Oletko kuullut tai kokeillut luontopakopeliä?



- Olen kokeillut luontopakopeliä
 - Olen kuullut luontopakopelistä
 - En ole kuullut aiemmin luontopakopelistä, mutta kiinnostaisi kokeilla
 - En ole kuullut luontopakopelistä, enkä ole kiinnostunut kokeilemaan
-

Oletko kuullut tai kokeillut elämyskellunnasta?



- Olen kokeillut elämyskelluntaa
- Olen kuullut elämyskellunnasta
- En ole kuullut aiemmin elämyskellunnasta, mutta kiinnostaisi kokeilla
- En ole kuullut elämyskellunnasta, enkä ole kiinnostunut kokeilemaan

Muuta mieleen tulevaa luonnosta ja vapaa-ajan palveluista? (toiveita, omia kokemuksia jne.)

Oma vastauksesi
