



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU

*Uuden edellä*

# Luontomatkailupalvelun moniaistinen asiakaskokemus

---

Alhonen, Jenna

2013 Leppävaara

**Laurea-ammattikorkeakoulu**  
Laurea Leppävaara

**Luontomatkailupalvelun  
moniaistinen asiakaskokemus**

Alhonen Jenna  
Hotelli- ja ravintola-alan  
liikkeenjohdon koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Tammikuu 2013

Alhonen, Jenna

### Luontomatkailupalvelun moniaistinen asiakaskokemus

Vuosi

2013

Sivumäärä

56

---

Opinnäytetyö oli osa Matkailijan moniaistinen palvelukokemus-hanketta. Hankkeen tavoitteena oli selvittää, kuinka asiakas kokee moniaistisen palvelutarjonnan ja multimodaalisuuden sekä näiden vaikutuksen palvelujen kokemiseen, kohtaamiseen ja kysyntään. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää Nuuksion Taika Oy:n järjestämien luontoretkien vaikutusta asiakkaiden odotuksiin ja näiden pohjalta tarinallistamisen ja moniaistisuuden merkitystä retkikokemukseen heti retken jälkeen ja viikon kuluttua retken toteutuksesta.

Opinnäytetyössä esitellään ensin opinnäytetyön taustalla ollut hanke ja toimeksiantaja Nuuksion Taika Oy. Teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään keskeisimmät käsitteet eli asiakaskokemus, tarinallistaminen, luontomatkailu, palvelukokemus, elämyksellisyys, moniaistisuus ja muisti. Opinnäytetyössä käytettiin tutkimusmenetelminä laadullista tutkimusta, palvelumuotoilua ja expectation mapsia. Tutkimusmenetelmien jälkeen kerrotaan tutkimuksen toteutus, tulokset ja johtopäätökset opinnäytetyöstä.

Tutkimukseen sisältyneet retket toteutettiin kesän 2012 aikana ja retkille osallistui yhteensä 14 kansainvälistä osallistujaa. Retkiä järjestettiin yhteensä viisi, mutta tuloksissa otettiin huomioon vain kolme jälkimmäistä retkeä. Osallistujille lähetettiin ennen ja jälkeen retkien Internetissä täytettävät kyselylomakkeet, joissa selvitettiin heidän odotuksiaan ja kokemuksiaan retkestä. Varsinaiset retket järjestettiin Nuuksion kansallispuistossa ja ne sisälsivät oppaan kertoman Katajanhaltijan jalanjäljillä -tarinan, jota pohjusti ennen retkeä katsottu Katajanhaltijan tarina -video.

Kyselylomakkeista kootut tulokset olivat monipuolisia, koska vastaajilta löytyi erilaisia mielipiteitä kysytyihin asioihin. Osallistujat olivat tyytyväisiä retkeen kokonaisuudessaan ja he kokivat odotustensa täyttyneen kiitettävästi. Retkellä kerrottu tarina oli osallistujien mielestä hyvä johdanto retkeen, mutta se ei vaikuttanut kokemuksiin liikaa. Vastaajien aistikokemuksissa tuli myös ilmi moniaistisuutta eli vähintään kolmen aistin samanaikaista käyttämistä.

Asiasanat: moniaistisuus, tarinallistaminen, asiakaskokemus, luontomatkailu

Alhonen, Jenna

### Multisensory Customer Experience of Eco-Tourism

Year	2013	Number of pages	56
------	------	-----------------	----

---

This thesis was a part of the Traveler's Multisensory Service Experience project. The objective of the project was to determine how the client experiences multisensory service and multi-modality as well as how these affect the experience, encountering and demand of the service. The purpose of the study was to determine how the nature tours organized by Magic of Nuuksio Ltd impact the customers' expectations, and based on the expectations, how the story design and multisensory aspects affect the trip experience immediately after the trip and one week later.

The thesis presents the project's background and the commissioner of the project, Magic of Nuuksio Ltd. The theoretical framework deals with the most important concepts of customer experience, story design, eco-tourism, service experience, multisensory experience and memory. Qualitative research, service design and expectation maps were used as the research methods in this thesis. The research implementation, the results and the conclusions of the thesis are depicted too.

The trips included in the study took place in summer 2012 and they were participated by a total of 14 international participants. Five trips were organized in total, but in the results, only the three last were taken into account. Questionnaires were sent to the participants to fill in on the Internet before and after the trips to identify customer expectations and experiences of a given trip. The actual trips were organized in the National Park of Nuuksio and they included a story told by the guide and were paved by a video watched before the trip.

The results summarized in the questionnaires were diverse, because the respondents had various opinions on the issues asked. The participants welcomed the trip as a whole, and they felt their expectations had been met very well. The participants also felt that the story told during the trip was a good introduction to the trip, but it did not affect the experience too much. The respondents' sensory experience also revealed multisensory aspects, which means using at least three senses at the same time.

Key words: multisensory, story design, customer experience, ecotourism

## Sisällys

1	Johdanto .....	6
2	Mmp-hanke opinnäytetyön taustalla .....	8
3	Asiakaskokemus palveluliiketoiminnassa .....	9
3.1	Tarinallistaminen osana luontokokemusta .....	11
3.2	Luontomatkailu .....	11
3.3	Palvelukokemus .....	13
3.4	Elämyksellisyys .....	14
3.4.1	Moniaistinen luontoretki .....	17
3.4.2	Muistin vaikutus luontokokemukseen .....	18
4	Opinnäytetyön tutkimuksessa käytetyt menetelmät .....	19
4.1	Laadullinen tutkimus .....	19
4.2	Palvelumuotoilu .....	20
4.3	Expectation maps .....	21
5	Kyselyiden toteutus .....	22
5.1	Ensimmäinen retki .....	23
5.2	Toinen ja kolmas retki .....	25
6	Kyselyiden tulokset .....	25
6.1	Ennen retkeä toteutettu kysely .....	26
6.2	Retken jälkeen toteutettu kysely .....	28
7	Johtopäätökset .....	31
	Lähteet .....	33
	Kuvaluettelo .....	35
	Liitteet .....	36

## 1 Johdanto

Matkailijan moniaistinen palvelukokemus-hankkeen tavoitteena oli selvittää, kuinka asiakas kokee moniaistisen palvelutarjonnan ja multimodaalisuuden sekä näiden vaikutuksen palvelujen kokemiseen, kohtaamiseen ja kysyntään. Tämän opinnäytetyön aiheena on luontomatkailupalvelun moniaistinen asiakaskokemus. Opinnäytetyössä selvitettiin Nuuksion Taika Oy:lle asiakkaiden odotuksia luontoretkestä ja odotusten pohjalta tarinallistamisen ja moniaistisuuden merkitystä retkikokemukseen. Tavoitteena oli myös selvittää muistin vaikutusta palvelun kokemiseen eli mitä asiakkaat muistivat retkestä viikon jälkeen retken toteutuksesta.

Opinnäytetyön tutkimus toteutettiin kesän aikana ja luontoretkille osallistui yhteensä 14 asiakasta. Osallistujien joukossa oli eri kansallisuuksia eli vain kolme osallistujista oli suomalaisia. Tutkimus toteutettiin kaksi kertaa, koska ensimmäistä kesän alussa järjestettyä retkeä koettelivat sääolosuhteet. Tutkimus uusittiin elokuussa, jolloin järjestettiin yhteensä kolme retkeä peräkkäisinä viikonloppuina. Tutkimusmenetelmänä käytettiin Internetissä täytettäviä kyselylomakkeita, joista ensimmäisen osallistujat täyttivät ennen retkelle osallistumista ja jälkimmäisen noin viikko retken toteutuksen jälkeen. Kyselylomakkeiden avulla selvitettiin osallistujien odotuksia retkeltä, odotusten täyttymistä retken jälkeen sekä retken tuottamia kokemuksia ja moniaistisuutta.

Opinnäytetyössä esitellään ensin työn taustalla oleva Matkailijan moniaistinen palvelukokemus-hanke ja toimeksiantajana toimiva Nuuksion Taika Oy. Seuraavaksi teoreettisessa viitekehyksessä, jonka pohjalta tutkimus on toteutettu, esitellään keskeisimmät käsitteet. Asiakaskokemus on kaikista tärkeimmässä osassa tutkimuksessa, koska ilman asiakkaita ei voi luoda palvelua ja ilman asiakaskokemusta palvelua ei pysty kehittämään. Tarinallistaminen on myös merkittävässä osassa tutkimusta, koska juuri tarinallistamisen odotettiin luovan luontoretkille ainutlaatuisen ja muista poikkeavan kokemuksen. Keskeisiä käsitteitä ovat myös luontomatkailu ja palvelukokemus, koska tutkimuksessa toteutetut luontoretket Nuuksion kansallispuistossa ovat luontomatkailua ja osallistujien palvelukokemuksilla on suuri osuus tutkimuksen onnistumisessa ja palveluiden kehittämisessä. Elämyksellisyys on se, johon jokaisessa palvelukokemuksessa pyritään ja tässä tutkimuksessa siihen pyrittiin tarinallistamisen lisäksi moniaistisuuden avulla. Moniaistisuus on myös yksi tärkeimmistä käsitteistä, koska luontoretkien tavoitteena oli moniaististen kokemusten syntyminen. Muisti on myös keskeinen käsite, koska muistin avulla selvitetään, mitkä kokemukset ovat jääneet parhaiten osallistujien mieliin retkiltä.

Keskeisten käsitteiden jälkeen opinnäytetyössä esitellään tutkimuksessa käytetyt menetelmät, joita ovat hankkeen ja tutkimuksen pohjana olevat palvelumuotoilu, laadullinen

tutkimus ja expectation maps, jossa osallistujilta selvitetty odotukset palvelusta koottiin yhteen niin sanotuksi kartaksi. Seuraavaksi työssä kerrotaan kyselyiden ja jokaisen kolmen retken toteutuksesta. Ensimmäisellä retkellä otetut valokuvat liitteessä 6 elävöittävät kuvausta retkistä. Toteutuksen jälkeen esitellään kaikkien kolmen retken kyselylomakkeiden vastaukset. Lopuksi johtopäätöksissä kerrotaan vielä yhteenvetona tavoitteiden ja tutkimuksen onnistuminen sekä tutkimuksen aikana syntyneet ongelmat ja kehitysehdotukset.

## 2 Mmp-hanke opinnäytetyön taustalla

Opinnäytetyö on osa Matkailijan moniaistinen palvelukokemus eli Mmp-hanketta, joka on Laurean ja VTT:n rinnakkaishanke. Hanke toteutettiin aikavälillä 9/2011 - 9/2012. Hankkeen tavoitteena oli selvittää, kuinka asiakas kokee moniaistisen palvelutarjonnan ja multimodaalisuuden sekä näiden vaikutuksen palvelujen kokemiseen, kohtaamiseen ja kysyntään. Ajatus asiakkaiden osasta palvelujen aktiivisena käyttäjänä ja moniaistisuuden sekä kokemusten rikastaminen palvelumuotoilun avulla olivat lähtökohtana tutkimukselle. Hankkeen ajatuksena oli tuottaa menetelmäpaketti eli käytäntöön soveltuvia menetelmiä, jotka mittaavat moniaistista kokemusta ja pohjautuvat palvelumuotoilun keinoihin moniaistisuuden ja multimodaalisuuden näkökulmasta. Hankkeen tuloksista oli tarkoitus olla hyötyä matkailu- ja vapaa-ajanpalveluita tarjoaville yrityksille. Mmp-hanketta edelsi hanke nimeltään Moniaistisuus matkailun markkinointiviestinnässä eli Mmm. Mmm-hankkeessa tutkittiin kirjallisuuden ja käytännön pilottien avulla, millaisia mahdollisuuksia moniaistisuudella on matkailun markkinointiviestinnässä. (Alakoski, Isacson & Bäck 2010, 3 - 6.)

Mmp-hankkeen tutkimuskysymyksiä olivat: Millä tavalla eri aisteihin vetoaminen vaikuttaa siihen, miten palvelukokemus syntyy? Mitkä moniaistisuuden elementit tuottavat lisäarvoa? Mikä moniaistinen palvelukokemus sopii mihinkin tilanteeseen? Millä tavalla kulttuurinen erilaisuus vaikuttaa moniaistisuuden ja multimodaalisuuden hyödyntämiseen asiakaskokemuksessa? Miten moniaistisuuden tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntämistä voidaan suunnitella ja ottaa huomioon? Miten multimodaalisuutta, digitaalista ja sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää palvelukokemuksien rikastamisessa? (Alakoski ym. 2010, 6.)

Opinnäytetyö toteutettiin Nuuksion Taika Oy:lle, joka tarjoaa luonto-ohjelmapalveluja Nuuksiossa. Yrityksen toimitusjohtaja on erä- ja luonto-opas sekä fysio- ja ratsastusterapeutti. Yritys tuottaa ohjelmia, jotka sisältävät liikkumisen iloa, metsän taikaa ja luonnon lumoa, kuten retkiä kanootilla, maastopyörällä, lumikengillä, potkukelkalla tai ratsain hevosella. Lisäelämystä voidaan tuottaa muun muassa retkeä elävöittävällä tarinalla. Ulkona liikkumisen lisäksi asiakkailta on mahdollisuus vuokrata järven rannalla sijaitseva Villa Paratiisi. Viila Paratiisissa on tilaa 15 hengelle ja kesällä 30 hengelle terassin ollessa käytössä. (Nuuksion Taika 2012.)

Nuuksion järviylänkö on noin 200 neliökilometrin suuruinen alue, johon kuuluvat Nuuksion kansallispuiston lisäksi Helsingin ja Espoon kaupunkien ulkoilualueet, Vantaan kaupungin virkistysalue ja yksityisten omistamia alueita. Alueelta löytyy melkein 150 järveä ja lampea. Alueella asuu myös vakituksia asukkaita ja kesämökkiläisiä, joten alueelle on hyvät



kulkuyhteydet. Nuuksion kansallispuisto on perustettu vuonna 1994, jotta alue säilyisi luonnontilaisena elinympäristönä kasveille ja eläimille. Kansallispuistoa ylläpitää Metsähallitus ja alue on suuruudeltaan 45 neliökilometriä. Se on lain mukaan perustettu retkeilyyn, opetukseen ja tutkimukseen sekä suojelemaan uusmaalaista saloluontoa ja siihen kuuluvia järviä, kalliometsiä, lehtoja, soita, puroja ja jyrkänteitä. (Nuuksion Taika 2012.)

Nuuksion voi kokea kävellen, pyöräillen, ratsain ja telttailen. Nuuksiossa on runsaasti merkittyjä kävelyreittejä, keittokatoksia ja telttailuun sopivia alueita. Alueella voi laskeutua rotkoihin, kiipeillä kallioilla, patikoida lehdoissa ja korvessa sekä tutustua harvinaisiin lajeihin. Näiden harrastusmahdollisuuksien lisäksi kansallispuistossa voi hiihtää, kalastaa, uida, harrastaa geokätköilyä sekä marjastaa ja sienestää. Nuuksion laajojen harrastusmahdollisuuksien ja sijainnin vuoksi kansallispuistossa käy vuosittain yli 100 000 kävijää. (Metsähallitus 2012.)

### 3 Asiakaskokemus palveluliiketoiminnassa

Palvelumuotoilu antaa yhdenmukaisen toimintamallin ja yhdistää toimivasti liiketoiminnan tavoitteet asiakkaan näkökulmaan. Asiakaskeskeinen ajattelu, joka huomioi asiakkaan kasvaneet tarpeet ja vaatimukset, on noussut yhä tärkeämmäksi liiketoiminnassa. Palvelumuotoilun avulla havaitaan uusia mahdollisuuksia liiketoimintaan ja se auttaa luomaan palveluita, jotka ovat sekä järkeviä että luovat asiakkaille arvoa. Prosessi auttaa havaitsemaan missä, milloin ja kuinka palvelu tehdään arvokkaammaksi asiakkaille ja yritykselle itselleenkin. Asiakasymmärrys on tärkeä ja keskeinen osa liiketoimintaa ja sen menestystä. Kun asiakkaan tarpeet ja odotukset ymmärretään, voidaan olemassa olevaa palvelua kehittää täyttämään asiakkaan tarpeet entistä paremmin. (Tuulaniemi 2011, 95 - 99.)

Palvelu on menestyvä, kun palvelu ilahduttaa asiakasta, täyttää hänen tarpeensa ja palveluntarjoajan liiketoiminnalliset tavoitteet. Kolmivaiheinen palvelumuotoilun lähestymistapa täyttää sekä asiakkaan että liiketoiminnan tavoitteet. Ensin asiakkaiden tarpeet ja liiketoiminnan tavoitteet tulee tunnistaa ja erottaa mitattaviksi. Toiseksi palvelun toimittamisen tulee saavuttaa määritetyt tavoitteet ja mittareiden yhdistää liiketoiminnan ja asiakaskokemuksen tavoitteet. Kolmanneksi palvelun seurannan toteutuksen tulee antaa tilaa kriittisten vaiheiden arviointiin palvelun tuottamisessa. Tästä asiakaskokemuksen ja liiketoiminnan tarpeiden kokonaisuudesta muodostuu asiakasarvo, joka pitää sisällään määritelmät siitä, kuinka paljon ja kuinka usein asiakas on valmis maksamaan sekä suositteleeko hän palvelua siitä kysyttäessä. (Tuulaniemi 2011, 103 - 105.)

Yrityksen tulisi aina kohdella asiakasta asiakkaana eli asiakkaan pitäisi aina kokea olevansa tärkeä myös silloin, kun hän ei osta tai kuluta yrityksen palveluita. Asiakkaan kokiessa itsensä tärkeäksi hän sitoutuu paremmin käyttämään vain kyseisen yrityksen palveluita, eikä koe enää houkutuksia kilpailevien yritysten tarjontaa kohtaan. Sitoutuneet asiakkaat pystyvät myös aiempaa paremmin toteuttamaan asettamansa tavoitteet, joita ovat esimerkiksi kannattavuus, kustannusten karsiminen tai asioinnin mukavuus. Hyvässä asiakassuhteessa asiakkaan tulisi myös hyötyä taloudellisesti eli tutussa ja toimivassa suhteessa asiakkaan ei tarvitse huolehtia tarpeettomista kuluista, kuten laatuongelmista tai reklamaatioista. Taloudellisia hyötyjä tärkeämpää on kuitenkin asiakkaan tunne palvelun mukavuudesta, viihtyisyydestä ja erityiskohteluiden saamisesta. (Grönroos 2010, 65 - 67.)

Asiakaskokemuksella tarkoitetaan asiakkaan muodostamien kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden kokonaisuutta yrityksen toiminnasta. Asiakaskokemus ei ole järkeen perustuva päätös vaan kokemus, johon vaikuttavat tunteet ja tulkinnat, joten asiakkaan muodostamaan asiakaskokemukseen ei voida täysin vaikuttaa. Yritys voi vain valita, minkälaisia kokemuksia he haluavat luoda. (Löytänä & Korteso 2011, 11.) Asiakaskokemus muodostuu neljästä eri näkökulmasta. Asiakaskokemuksen on ensinnäkin tuettava asiakkaan minäkuvaa eli asiakkaan itsetuntoa ei saa kolhia vähättelevällä tai huonolla palvelulla. Asiakaskokemuksen on toiseksi yllätettävä ja luotava elämyksiä eli mitä vahvempia tunteita, kohtaamisia ja mielikuvia asiakas kokee, sen vahvemmaksi asiakaskokemus koetaan. Asiakaskokemuksen on myös jättävä mieleen eli positiivinen kokemus jää asiakkaan mieleen positiivisena asiana, jolloin myös yritys jää paremmin mieleen. Asiakaskokemuksen on myös saatava asiakas haluamaan lisää eli positiiviset ja mielihyvää tuottaneet kokemukset saavat asiakkaan mahdollisesti käyttämään palvelua uudestaan. (Löytänä & Korteso 2011, 43 - 49.)

Yrityksen kannattaa panostaa asiakassuhteiden räätälöintiin, koska se luo yksilöllistä arvoa jokaiselle asiakkaalle ja tätä kautta tuottaa positiivisia asiakaskokemuksia. Jokaisen asiakkaan yksilöllinen arvo syntyy kun se on erityinen kullekin asiakkaalle, se on suunniteltu täyttämään yksilölliset tarpeet ja sen tarkoituksena on ainutlaatuisesti hyödyttää asiakasta. Tarjotessaan yksilöllistä arvoa asiakkaalle, yritys menee askeleen eteenpäin kohti muistettavan ja muista erottuvan kokemuksen luomista. (Pine & Gilmore 2011, 107 - 108.)

Opinnäytetyön tutkimuksessa selvitettiin luontoretkeille osallistuvien asiakkaiden kokemuksia. Osallistujille haluttiin luoda retken myötä positiivinen kokemus, jonka he muistaisivat vielä pitkään retken jälkeen. Positiivisen kokemuksen myötä osallistujien toivottiin suosittelavan yritystä ja sen tarjoamaa palvelukokemusta eteenpäin muille ihmisille.

### 3.1 Tarinallistaminen osana luontokokemusta

Tarinallistamisella tarkoitetaan palvelun eri vaiheiden sitomista yhteen tarinan avulla. Tarinan avulla palvelu luo itselleen juonen ja syy-seuraussuhteet. Tarinallistaminen helpottaa palvelun tuotteistamista, kaupallistamista ja myyntiä. Tarinallistaminen tekee yrityksestä erilaisen muihin palveluntarjoajiin verrattuna, jolloin se on muun muassa helpompi tunnistaa. (Tarinakone 2011.) Tarina jättää vahvemman muistijäljen, jolloin palvelu jää paremmin mieleen ja kokemus muistetaan vielä pitkään. Tarinat myös muuttavat kerrotun informaation tunteeksi, joka koskettaa jokaista ihmistä henkilökohtaisesti. (Tuulaniemi 2011, 45.) Tarinaa kerrotaan monilla eri tavoilla, kuten visuaalisesti, suullisesti, äänien, valojen ja hajujen avulla. Näiden elementtien on tuettava kyseistä teemaa ja tarinaa. Tarinallistaminen ei onnistu ilman tarinallistajaa eli tarinankerronnan ammattilaista, joka suunnittelee ja käsikirjoittaa tarinat. Hän voi hyödyntää tarinankerronnassaan erilaisia dramaattisen tarinankerronnan välineitä, kuten elokuvia, televisiota tai teatteria. (Tarinakone 2011.)

Tarina on läheisesti yhteydessä tuotteen tai palvelun aitouteen. Kokemuksesta tulee yhtenäinen ja mukaansatempaava, kun kokonaisuuden eri elementit yhdistetään tarinan avulla toisiinsa. Tarinaa käytetään, kun halutaan perustella asiakkaalle, mitä tehdään ja missä järjestyksessä. Mitään ei siis tehdä vain tekemisen ilosta, vaan asiakas vakuutetaan siitä, miksi juuri hänen pitäisi kokea se. Hyvä tarina sisältää elementtejä sekä faktasta että fiktiosta, kuten vanhoja uskomuksia ja legendoja. Asiakas kokee tuotteen älyllisellä ja tunnetasolla, kun hän on tarinan houkuttelevana osana kokemusta. Tarinan on oltava uskottava, huolellisesti suunniteltu, käsikirjoitettu ja toteutettu sekä kohdeyleisön tarpeet huomioiva. (Tarssanen & Kylänen 2005, 10 - 11.)

Opinnäytetyön tutkimukseen liittyviä luontoretkeä elävöitettiin tarinalla, jonka tarkoituksena oli luoda retkestä muistettavampi ja entistä mukaansatempaavampi. Osallistujat saivat itse osallistua retken toteutukseen sen sijaan, että he olisivat vain kuunnelleet oppaan kertomaa tarinaa. Tarinassa käytettiin apuna erilaista rekvisiittaa, jotta osallistujien olisi helpompi päästä tarinan sisälle mukaan ja tuntea olevansa osana kokemusta. Tarinan tavoitteena oli tuoda esille sellaisia asioita ja kokemuksia, joita osallistujat eivät välttämättä olisi muuten huomanneet ja kokeneet.

### 3.2 Luontomatkailu

Luontomatkailulla tarkoitetaan matkailua, joka tapahtuu luontoympäristössä ja samalla pyritään noudattamaan kestävän kehityksen mukaisen matkailun periaatteita. Näillä periaatteilla tarkoitetaan esimerkiksi sitä, että luonnon kantokyky ei saa matkailukohteessa ylittyä, eikä luonnon monimuotoisuus saa taantua. (Hemmi 1995, 158.) Luontomatkailussa jonkin kohdealueen luonnonelementit ovat tärkeimpiä matkailun vetovoimatekijöitä.

Luontomatkailukohteilla tarkoitetaan kohteita, jotka valtaosa kävijöistä on valinnut alueen tarjoamien luontokokemusten vuoksi. (Järviluoma 2006, 58.) Luontokokemukset syntyvät epäinhimillisistä luonnonelementeistä ja sen voi kokea niin luonnontilaisessa ympäristössä kuin kotipihallakin. Luontokokemukset voivat olla matkailun ja paikallisen virkistytymisen keskeisiä toimintoja ohjaavia perusteita tai ne voivat olla hetkellisiä elämyksiä. (Järviluoma 2006, 51 - 52.)

Luontomatkailuun sisältyy luontomatkailija, luontomatkailuyrittäjä, luontomatkailutuotteet ja matkakohde eli luonto. Luontomatkailu antaa ihmisille erilaisia tekemisen mahdollisuuksia luonnonominaisuuksiltaan ja itseisarvonsa takia puoleensa vetävissä paikoissa.

Luontomatkailun onnistumisen kannalta matkailijan on tärkeää muistaa kohdata ja kokea luonto sen omilla ehdoilla ilman muita tarkoituksia, kunnioittaa kohdealuetta ja luontomatkailuyrittäjiä ilman alueen toimivuuden vahingoittamista sekä kunnioittaa luontoa ja olla aiheuttamatta tilannetta, joka muuttaisi luonnon erilaiseksi kuin mitä se oli ennen vierailua. (Hemmi 1995, 158 - 159.)

Myös luontomatkailuyrittäjän on kunnioitettava luontoa samalla tavalla kuin luontomatkailijankin. Yrittäjä ja matkailija toimivat ikään kuin yhteistyökumppaneina, joiden tarkoituksena on saada luonto avautumaan molemmille. Luonto tarjoaa matkailijalle lukuisia luontoelämyksiä, jotka sisältävät sekä elollisen että elottoman luonnon väreineen, tuoksuineen, äänineen ja eri vuodenaikojen vaihteluillaan. Jotta luontoa pystyy aistimaan ja ymmärtämään, on jokaisen koettava elämys itse luonnossa. (Hemmi 1995, 159 - 160.)

Suomi on luontoelämysten kannalta suosittu matkakohde, jossa matkailija haluaa irtioton arjesta, normaaleista rutiineista ja kokea jotain uutta ja erilaista. Suomen vetovoima matkailumaana perustuu ainakin suurilta osin sen erämaisyyteen, johon kuuluu yhdistelmä luonnonrauhaa, metsiä, soita ja vesistöjä. Osa ruuhkaksiin kaupunkeihin ja kiireiseen arkeen tottuneista ihmisistä haluavat suosittujen turistikohteiden sijaan rentoutua ja nauttia luonnosta. Luonto tarjoaa rentoutumisen lisäksi myös aktiviteetteja sitä haluaville, kuten koskenlaskua, erävaelluksia ja kiipeilyä. Suomen maa-alasta yli puolet on metsää ja se tarjoaakin monipuolisesti aktiviteetteja matkailijoille, kuten retkeilyä, sienestystä ja marjastusta. Vesistöillä on metsien ohella tärkeä rooli Suomen luontomatkailussa eli se tarjoaa myös runsaasti virkistys- ja harrastusmahdollisuuksia, kuten kalastusta, uintia ja veneilyä sekä talvella muun muassa luistelua, hiihtoa ja pilkkimistä. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 33 - 38.)

### 3.3 Palvelukokemus

Palvelua ei ole olemassa ilman palvelun käyttäjää eli asiakasta. Toinen tärkeä tekijä palvelussa on asiakaspalvelijat, jotka yhdessä asiakkaiden kanssa luovat palvelukokemuksen. Asiakaspalvelijan ja asiakkaan välinen vuorovaikutus on tärkeää palvelukokemuksen muodostamisessa eli molempien tarpeet, odotukset, motivaatiotekijät ja arvot on otettava huomioon. (Tuulaniemi 2011, 71.) Ennen asiakkaat käyttivät rahaa laadukkaisiin tuotteisiin, mutta nykyään tuotteiden lisäksi aikaa ja rahaa käytetään myös unohtumattomiin palvelukokemuksiin. Yritykset haluavat myydä tuotteen tai palvelun ohella kokemuksia, jotka herättävät tunteita ja on räätälöity jokaiselle asiakkaalle erikseen. Kokemukset saavat asiakkaat iloisemmiksi ja ne jäävät heidän mieliinsä pitkiksi ajoiksi. Tämä tarkoittaa tyytyväisiä ja ehkä jopa uskollisia asiakkaita, jotka lisäävät yrityksen kannattavuutta. (Pine & Gilmore 2011, 17 - 19.)

Kokemuksia täytyy välillä myös uudistaa eli muuttaa tai lisätä keinoja, jotka pitävät tarjonnan uutena, kiinnostavana ja säilyttävät halun maksaa kokemuksesta yhä uudestaan. Jotta asiakkaiden uhrautumista massaräätelöintiin voitaisiin vähentää, se vaatii tietoisuutta asiakkaiden tarpeista ja käyttäytymisestä. Tietoisuuden jälkeen yritykset voivat ottaa seuraavan askeleen kohti kokemuksellisempaa tarjontaa yllättämällä asiakkaan. Asiakkaan yllättäminen on yksi tärkeimmistä keinoista luoda unohtumaton kokemus. Yritys pyrkii ylittämään odotukset yllätysten avulla mieluummin kuin vain kohtaisi odotuksia tarjoamalla tyytyväisyyttä tai asettaisi uusia odotuksia estääkseen uhrauksia. Näistä kolmesta keinosta vaikuttaa asiakkaan kokemukseen on luotu 3:n 5:n malli. Nämä kolme keinoja muodostavat yhtenäisen kokonaisuuden eli ilman tyytyväisyyden luomista tai uhrauksia ei voida yllättää asiakasta. (Pine & Gilmore 2011, 145 - 147.) Alla olevassa kuviossa on kuvattu 3:n 5:n malli pyramidin muodossa.



Kuvio 1: 3-S Model (Pine & Gilmore 2011, 147)

On myös olemassa neljäskin S 3-S mallissa eli suspense (jännitys). Kun asiakas on kerran yllätetty, hän odottaa tulevana yllätetyksi uudestaan. Yrityksen on osattava yllättää asiakas joka kerta uudestaan eri tavalla, jotta asiakkaan jännitys ennen kokemusta pystytään ylläpitämään. Yhdessä nämä neljä S:ää kehystävät asiakassuhteiden parantamista, jolloin asiakkaat ostavat tuotteita ja palveluita aivan uusista ja erilaisista syistä. Ne vahvistavat asiakkaiden halua kokea ainutlaatuisia kokemuksia tavaroiden ja palveluiden lisäksi. (Pine & Gilmore 2011, 150 - 152.)

Opinnäytetyön tutkimuksessa järjestetyillä luontoretkillä osallistujille haluttiin tarjota sellainen kokemus, jota he eivät olleet koskaan ennen kokeneet missään muualla. Nuuksion Taika Oy tarjoaa asiakkailleen tyypillisen luontoretken sijasta jotain erityistä, joka tekee juuri tästä yrityksestä ainutlaatuisen. Mikään retkikokemus ei ole täysin samanlainen, koska kokemukseen vaikuttavat muun muassa sääolosuhteiden lisäksi ennen kaikkea itse retkelle osallistuvat asiakkaat, jotka ovat mukana luomassa kokemusta eli retket toteutetaan heidän toiveidensa ja tarpeidensa mukaan.

### 3.4 Elämyksellisyys

Elämyksellä tarkoitetaan emotionaalista kokemusta, joka vaikuttaa ihmisiin positiivisesti ja kohottavasti. Elämys on jokaisen ihmisen henkilökohtainen kokemus ja jokainen kokee sen eri tavalla, koska ihmisillä on erilainen tietämys, muistot aiemmista kokemuksista, nykyiset tarpeet, arvot, uskomukset ja tulevaisuuden tavoitteet. Elämys jaetaan ulottuvuuksiin, jotka rinnastetaan tietoisuuden tasoihin. Ensimmäinen taso sisältää havainnot, havaitsemisen,

fyysisen ympäristön ja aistit. Aistihavainnot ovat elämyksen prosessissa peruslähtökohta ja matkailullisessa kontekstissa aistien on huomattu muuttuneen terävimmiksi.

Luontoelämyksissä korostuu hiljaisuus, joka on osaltaan osa elämystä ja koetaan merkityksellisenä, koska tavanomaisia aistihavaintoja ei synny. (Borg, Kivi & Partti 2002, 25 - 27.)

Elämyskolmion avulla voidaan edistää tuotteen elämyksellisyyttä. Elämyskolmio koostuu tuotteen elementeistä ja asiakkaan kokemuksista, jotka yhdessä luovat olosuhteet elämyksen syntyyn. Tuotteen elementtejä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Yksilöllisyys tarkoittaa tuotteen ainutlaatuisuutta eli täysin samanlaista tuotetta ei löydy mistään muualta. Yksilöllisyydessä otetaan huomioon asiakkaan tarpeet eli mitä hän haluaa ja odottaa tuotteelta. Aitoudella tarkoitetaan tuotteen uskottavuutta. Tuotteen aitouden voi vain asiakas itse määrittää eli kun hän itse luottaa sen aitouteen ja uskottavuuteen riippumatta siitä, onko tuote todellisuudessa olemassa vai ei. Tarina on läheisesti kytköksissä aitouteen, koska kokemuksen tiivistäminen ja mukaansatempaavuus vaatii kokonaisuuden elementtien yhdistämistä yhtenäisellä tarinalla. Tarina on tuotteen juoni eli sen avulla kerrotaan asiakkaalle, mitä tehdään ja missä järjestyksessä.

Moniaistisuuden avulla tuote voidaan kokea samanaikaisesti mahdollisimman monen aistin kautta. Tuotteen avulla voidaan kokea visuaalisuutta, tuoksua, ääniä, makuja ja tuntoaistimuksia. Jotta aistit auttaisivat vahvistamaan haluttua teemaa ja tukisivat tuotteen mukaansatempaavuutta, niiden tulisi olla harmoniassa keskenään. Kontrastilla tarkoitetaan asiakkaan kokemaa erilaisuutta eli sen on oltava arjesta poikkeava. Asiakkaan on siis saatava kokea jotain uutta ja täysin erilaista, jolloin hän näkee itsensä uudesta näkökulmasta.

Vuorovaikutus on kanssakäymistä tuotteen ja muiden kokijoiden välillä sekä onnistunutta vuorovaikutusta tuotteen ja sen tuottajien kanssa. Vuorovaikutukseen kuuluu läheisesti yhteisöllisyys eli elämyksen kokeminen yhdessä muiden kanssa. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010.)

Kokemuksen tasot jaetaan motivaation, fyysiseen, älylliseen, emotionaaliseen ja henkiseen tasoon. Motivaation tasolla herätetään asiakkaan mielenkiinto eli luodaan odotuksia tuotetta kohtaan sekä halu ja valmius osallistumiseen ja kokemiseen. Tuote tuodaan asiakkaan tietoisuuteen muun muassa markkinoinnin keinoin ja jo tässä vaiheessa mahdollisimman monen elämystuotteen elementin tulisi täytyä. Fyysisellä tasolla asiakas ottaa tuotteen vastaan ja kokee, tuntee, havaitsee ja tiedostaa sen eli ympäristö koetaan aistien kautta. Fyysisellä tasolla testataan tuotteen laatu, käytettävyys ja toimivuus. Älyllisellä tasolla asiakas prosessoi ja käsittelee saamansa aistiärsykkeet, toimii niiden mukaisesti sekä oppii, ajattelee ja soveltaa tietoa ja muodostaa niiden pohjalta mielipiteitä. Älyllisellä tasolla asiakas päättää onko hän tyytyväinen tuotteeseen vai ei. Tähän vaikuttaa esimerkiksi se, onko hän oppinut jotain uutta. Varsinainen elämys koetaan emotionaalisella tasolla eli jos edelliset

tasot toimivat, asiakas kokee positiivisia tunnereaktioita eli jotain hänelle merkityksellistä. Henkisellä tasolla elämyksen tuottama positiivinen tunnereaktio voi saada asiakkaan kokemaan henkilökohtaisen muutoksen fyysisessä olotilassaan, mielentilassaan tai elämäntavassaan. Elämyksen kautta asiakas voi oppia jotain uutta tai kehittää osaamistaan. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010.) Kuvio 2 havainnollistaa elämyskolmion rakennetta.



Kuvio 2: Elämyskolmio (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010)

Elämyksen kokemisen kannalta asiakas voi palvelutapahtumassa olla joko aktiivinen tai passiivinen riippuen siitä, osallistuuko hän itse konkreettisesti palvelun kokemiseen vai seuraako hän palvelua sivusta. Elämys koetaan kokonaisvaltaisimmaksi silloin, kun asiakas on itse aktiivisesti toteuttamassa elämyskokemusta ja uppoutuu siihen täysin. Passiivisempi elämyskokemus tapahtuu silloin, kun asiakas vain ihailee maisemia ja havainnoi ympäristöään moniaistisesti, jolloin tilanteesta syntyy esteettinen elämys. (Tarssanen & Kylänen 2005, 6 - 7.) Matkailu on elämys tai ainakin sen kokemiseen pyritään. Matkaa suunniteltaessa asiakkaat luovat mielikuvia, toiveita ja unelmia matkan toteuttamasta olotilasta. Jotta asiakas kokisi matkallaan elämyksen, on palvelun tarjoajan luotava olosuhteet, joissa elämys voi syntyä. On kuitenkin tärkeää muistaa, että elämykselle voidaan parhaimmassa mahdollisessa tilanteessa luoda edellytykset syntyä, mutta itse elämyksen toteutumista ei voida taata, koska se on jokaisen yksilöllinen kokemus. (Borg ym. 2002, 27 - 28.)

Elämystä on kahdenlaista: hetkellistä ja pidempikestoista. Tilannekohtaiset elämykset ovat lyhyempikestoisia ja ne jättävät vaihtelevan pituisia muistijälkiä. Matkailun kannalta elämyksiä olisi tärkeää tarkastella pitkällä aikavälillä, johon sisältyy matkan suunnittelu, siihen liittyvät odotukset ja vielä matkan jälkeen syntyvät mielikuvatkin. Tätä pidemmän



aikavälin tarkastelua kutsutaan elämysprosessiksi. Tämä elämysprosessi jaotellaan karkeasti kolmeen eri vaiheeseen: matkaan valmistautuminen ja odotusten luominen ennen matkaa, matkalla olo sekä matkan vaikutusten käsittely matkan jälkeen. Tarkemmin kuvailtuna elämysprosessi sisältää seitsemän eri vaihetta. Neljä ensimmäistä vaihetta ovat orientaatio eli kiinnostuksen herääminen, kiinnittyminen eli matkaan liittyvän kiinnostuksen vahveneminen, vierailu eli varsinainen matka ja arviointi eli sekä omien aiempien kokemusten että muiden kertomien kokemusten vertailu ja johtopäätösten teko matkasta. Kolme viimeistä vaihetta ovat varastointi eli mieleen jääneet kokemukset matkasta, johon sisältyvät niin fyysiset, sosiaaliset kuin mentaalisetkin asiat, elämysten muistelu eli mitä useammin kokemuksia muistellaan sitä kauemmin ne pysyvät muistissa sekä seitsemäntenä matkaelämyksen rikastuminen eli koetun elämyksen merkittävyttä vahvistetaan jälkikäteen, jolloin siitä halutaan tietää lisää tai siitä halutaan kertoa eteenpäin muille. (Aho 2001, 42 - 47.)

#### 3.4.1 Moniaistinen luontoretki

Moniaistisuus on useamman kuin yhden aistin käyttämistä samanaikaisesti. Kuulo-, näkö-, haju-, tunto- ja makuaistit ovat markkinointiviestinnässä käytetyt aistit. (Alakoski ym. 2010, 36.) Kaikkien näiden aistiärsykkeiden tulisi olla tasapainossa keskenään, jotta ne vahvistaisivat haluttua teemaa ja tukevat tuotteen mukaansatempaavuutta. Kokonaisvaikutelma saattaa kärsiä, jos aistiärsykeitä on liikaa tai ne häiritsevät. Moniaistisuus on tärkeä tekijä elämyksen tuottamisessa. (Tarssanen & Kylänen 2005, 11.)

Erilaisten tutkimusten mukaan ihmisten on sitä vaikeampi olla kiinnittämättä huomiotaan asioihin, mitä useammalle ärsykkeelle he altistuvat. Näköaisti ei luuloista huolimatta ole aisteista ratkaisevin ostopäätöstä tehtäessä, koska esimerkiksi mainokset jäävät paljon paremmin asiakkaille mieleen, kun ne sisältävät ärsykeitä myös esimerkiksi kuulo- tai hajuaistille. Aistit auttavat ihmisiä tulkitsemaan ympäristöä ja vaikuttavat samalla myös käyttäytymiseen. Esimerkiksi suklaan tuoksu synnyttää ihmisen aivoissa mielikuvan suklaasta ja ehkä jopa jostakin tietystä lempisuklaasta. Tuoksut ja äänet saattavat myös joillain ihmisillä tuottaa mielikuvia jostain tietystä kokemuksesta tai tapahtumasta. Myös tuntoaistilla on usein tärkeä rooli ostopäätöksessä, koska tuotteen, kuten esimerkiksi vaatteen, tuntu kädessä voi vaikuttaa merkittävästikin ostopäätökseen. (Lindstrom 2009, 152 - 161.)

Opinnäytetyön tutkimukseen liittyvillä luontoretkillä oli tarkoitus selvittää osallistujien kokonaisvaltaista palvelukokemusta moniaistisesta näkökulmasta. Osallistujilta ei tiedusteltu retken aikana eri aistien vaikutuksia, vaan heidän haluttiin kokevan moniaistisuus myös tiedostamattaan. Luonto itsessään tarjoaa moniaistisen ympäristön, mutta osittain aistikokemuksiin vaikutettiin opastetun retken ja siihen kuuluvan tarinan avulla. Osallistujilta

kyseltiin vasta retken jälkeen kokonaisvaltaisen kokemuksen lisäksi parhaiten mieleen jääneitä aistikokemuksia.

### 3.4.2 Muistin vaikutus luontokokemukseen

Muistilla tarkoitetaan prosessia, jota jokainen kokemus muuttaa erilaiseksi. Muistot ovat osa jokaisen persoonaa ja ne tekevät kaiken muun, kuten uskomusten ja luonteen, ohella jokaisesta ihmisestä yksilöllisen. (MacDonald 2009, 96.) Tarkkaavaisuus ja muisti ovat tärkeässä osassa jokapäiväistä elämää, koska niiden avulla ihmiset kykenevät selviytymään arjesta, sopeutumaan uusiin tilanteisiin ja oppimaan uusia tietoja ja taitoja. Tarkkaavaisuus vaikuttaa eri muistijärjestelmiin eri tavalla. Tarkkaavaisuuden avulla ihminen pystyy valikoimaan, mitkä tiedot tallennetaan pitkäkestoiseen muistiin. Arkikielellä muisti on kokemusten ja opittujen asioiden mieleen palauttamista, joka tapahtuu tarkkaavaisuuden avulla tapahtumamuistista. Muisti voidaan jakaa eri järjestelmiin tiedon säilymisen mukaisesti eli sensoriseen muistiin, työmuistiin ja säilö- eli pitkäkestoiseen muistiin. (Sandström 2010, 73 - 75.)

Sensoriseen muistiin tallentuvat kaikki havainnot hetkellisesti. On esimerkiksi olemassa erikseen eri aisteille omat sensoriset puskurimuistit. Kuulojärjestelmän yhteydessä toimiva kaikumuisti syntyy automaattisesti ja tiedostamattomasti. Kaikumuisti tallentaa kuuloärsykkeet hetkellisesti, jotta aivot ehtivät havaita, onko ääni uusi vai jo ennestään tuttu, jonka jälkeen ärsyke siirretään tarvittaessa työmuistiin. Näköjärjestelmän yhteydessä toimiva ikonimuisti toimii samalla tavoin, mutta havaitut ärsykkeet säilyvät muistissa hieman pidempään kuin kaikumuistissa. Samalla tavalla toimii myös ihon kosketus- ja painereseptoreista syntyvät ärsykkeet. Muiden aistien sensorisia muisteja ei ole valitettavasti vielä tutkittu. Työmuistissa hetkittäinen tietoisuus ja nopeasti säilötty muisti palautetaan mieleen, mikä edistää uusien asioiden oppimista, järkeilyä, ongelmanratkaisua ja puheenymmärrystä. Tieto säilyy työmuistissa vain noin 20 sekuntia, mutta jos tietoa kerrataan, se siirtyy säilö- eli pitkäkestoiseen muistiin. Työmuistissa on varasto näkö tiedon tallentamiseen, joka ylläpitää ja käsittelee mielikuvia sekä havainnoi ympäristöä. (Sandström 2010, 81 - 85.)

Suurin osa päivittäin saadusta informaatiosta on emotionaalisesti tärkeää, koska tunteita sisältävät asiat, tilanteet ja tapahtumat muistetaan helpommin. Tarkemmin sanottuna erityisesti miellyttävät kokemukset muistetaan helpommin kuin epämiellyttävät. Myös mieliala vaikuttaa kokemuksen miellyttävyyteen tai epämiellyttävyyteen eli positiivisella mielellä oleva muistaa kokemuksestaan helpommin miellyttävät asiat kun taas negatiivisella mielellä oleva muistaa asiat epämiellyttävänä. (Sandström 2010, 165 - 169.)

Opinnäytetyön tutkimukseen liittyvillä luontoretkillä osallistujilta selvitettiin retken jälkeen mieleen jääneimmät kokemukset niin retkestä kokonaisuudessaan kuin aistikokemuksistakin. Tarkoituksena oli lähettää kysely odotusten täyttymisestä ja kokemuksista viikko retkien toteutusten jälkeen. Tällä tavoin haluttiin selvittää, mitä osallistujat vielä muistavat retkestä eli mitkä kokemukset jäivät pysyvimmin mieleen.

#### 4 Opinnäytetyön tutkimuksessa käytetyt menetelmät

Opinnäytetyön tutkimuksessa käytettiin laadullisen tutkimuksen menetelmiä, koska tutkimukseen osallistuivat tietyt ennalta valitut ihmiset. Jokaiselta osallistujalta kyseltiin heidän henkilökohtaisia mielipiteitään ja jokaisen yksilöllinen vastaus vaikutti tutkimuksen analysointiin ja tuloksiin. Tutkimuksen toteutustapana käytettiin Internetissä täytettyä kyselyä, joka sisälsi avoimia kysymyksiä ja lauseentäydennyksiä eli jokainen vastaaja sai tuoda vapaasti omat mielipiteensä julki, joten ennalta määrättyjä vastausvaihtoehtoja ei ollut. Tutkimuksen toteutustavassa päädyttiin kyselyyn, koska esimerkiksi haastattelu olisi vienyt liikaa aikaa sekä ennen että jälkeen luontoretken ja olisi saattanut haitata retkikokemusta. Retken jälkeen syntyneitä kokemuksia haluttiin myös tarkoituksella kysellä vasta viikon päästä retkipäivästä, jotta kokemusten muistamista pystyttiin testaamaan, joten osallistujien tavoittaminen haastatteluun olisi saattanut olla hankalaa. Internetissä täytettävän kyselyn pystyi jokainen osallistuja täyttämään rauhassa vaikka kotonaan.

Mmp-hankkeessa oli tavoitteena käyttää opinnäytetöiden tutkimuksissa jotain palvelumuotoilun menetelmää, koska tutkimukseen osallistuvien asiakkaiden haluttiin olevan mukana toteuttamassa ja kehittämässä palvelua. Tämän opinnäytetyön tutkimuksen menetelmäksi valikoitui expectation maps, jossa osallistujilta selvitettiin heidän odotuksiaan palvelusta ja nämä odotukset koottiin yhteen niin sanotuksi kartaksi.

##### 4.1 Laadullinen tutkimus

Laadullisella eli kvalitatiivisella tutkimuksella kuvataan todellista elämää ja tutkimuskohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti sekä todellisissa tilanteissa. Myös arvot ovat tärkeä lähtökohta, koska ne auttavat ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä.

Laadullisessa tutkimuksessa pyritään löytämään ja paljastamaan tosiasioita, eikä niinkään todentamaan jo olemassa olevia väittämiä. Tiedonkeruukohteena käytetään mieluiten ihmistä. Aineistosta pyritään paljastamaan odottamattomia seikkoja ja sitä tarkastellaan sekä tutkitaan yksityiskohtaisesti ja monelta eri taholta. Laadullisen tutkimuksen aineistonhankintamenetelmiä ovat muun muassa teema- ja ryhmähaastattelu, havainnointi ja kysely. Tutkimuskohteet valitaan tarkoituksen mukaisesti eli satunnaisotoksia ei käytetä.

Jokainen tapaus on ainutlaatuinen, joten myös aineistoa on käsiteltävä sen mukaisesti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 160 - 164.)

Laadullisessa tutkimuksessa tutkimuksen kohde on ennalta tuntematon eli asetelma tutkimuksessa on joustava ja ennalta asetettuja hypoteeseja eli oletuksia ei lähdetä testaamaan. Laadullisessa tutkimuksessa tehdään kuitenkin niin sanottuja työhypoteeseja eli esimerkiksi oletuksia kohderyhmän luonteesta. Tutkimusprosessin alkuvaiheessa tutkijalla on jonkinlainen ymmärrys aiheesta, joka saattaa pohjautua esimerkiksi henkilökohtaiseen kokemukseen tai muualta saatuun tietoon, joka auttaa suuntaamaan ajatukset oikein. Näin ollen tutkija tekee päätöksen tutkimusasetelmasta henkilökohtaisen ymmärryksensä varassa. Laadullisessa tutkimuksessa hypoteesit syntyvät aineiston pohjalta toisin kuin määrällisessä tutkimuksessa, jossa hypoteesit syntyvät aiemman kirjallisuuden tai yksittäisen teorian kautta. Määrällisessä tutkimuksessa hypoteesit luodaan ennakkoon, kun taas laadullisessa tutkimuksessa hypoteesit syntyvät tutkimuksen aikana sekä aineiston keruu- ja analysointivaiheessa. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään aiempien tutkimusten sijaan ymmärtämään ilmiötä kokonaisvaltaisesti eli kohteen uudelleentarkastelun ja ymmärryksen syvenemisen kautta kohde pystytään tulkitsemaan uudella tavalla. (Puusa & Juuti 2011, 48 - 51.)

Laadullista aineistoa tarkastellaan kokonaisuutena, koska luotettavina pidetyt yksittäisetkin aineistot tulee pystyä selvittämään ilman ristiriitaa esitetyn tulkinnan kanssa. Määrällisessä analyysissä käytetään apuna tilastollisia todennäköisyyksiä, mutta laadullisessa analyysissä tämä ei ole mahdollista jo tutkittavien määrän takia. Esimerkiksi laadullisesta tutkimuksesta saatujen haastatteluaineistojen perusteella ei voida todentaa yksilöiden välisiä eroja tilastollisesti merkityksellisiksi. Laadullisen aineiston analyysi jaetaan kahteen vaiheeseen eli havaintojen pelkistämiseen ja arvoituksen ratkaisemiseen. Havaintojen pelkistämisessä aineistoa tutkitaan aina vain yhdestä ja tietystä teoreettisesta näkökulmasta. Seuraavaksi havaintojen määrää karsitaan yhdistämällä havaintoja etsimällä niille yhteinen piirre, nimittäjä tai luomalla sääntö, joka koskee poikkeuksetta koko aineistoa. Arvoituksen ratkaisemisvaiheessa eli toisin sanoen tulosten tulkinnassa tuotettujen johtolankojen ja käytettävissä olevien vihjeiden pohjalta luodaan tulkinta tutkittavasta ilmiöstä. (Alasuutari 2011, 38 - 45.)

#### 4.2 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu on menetelmä, jossa käyttäjät osallistuvat itse palvelun kehittämiseen. He muun muassa keräävät tietoa ja kertovat palvelukokemuksistaan. Tutkijan tehtävänä on puolestaan olla huomaamaton sivusta seuraaja ja tilanteen havainnoija. Palvelumuotoilu on osa laajempaa ilmiötä eli tuotekehitysprosessissa on siirrytty uusien ideoiden muokkaamiseen

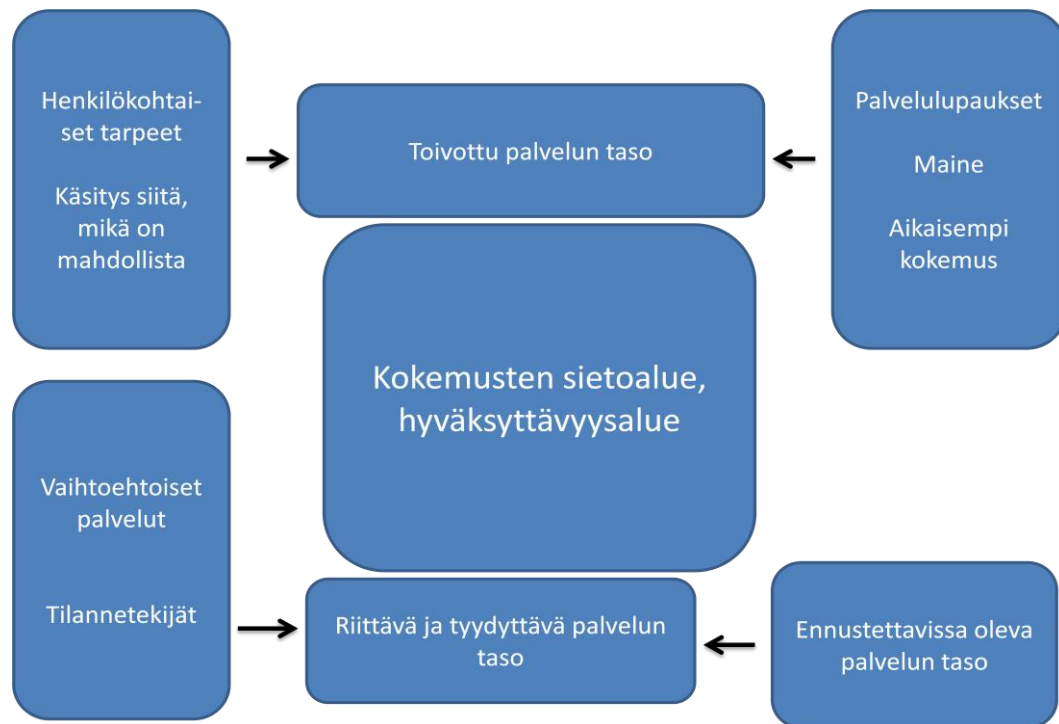
luovasti asiakkaiden kanssa. Ideat kuvataan visuaalisesti esimerkiksi kuvakertomusten, videoiden tai piirrosten avulla, jolloin palvelun kehittäjien on helpompi ymmärtää palvelun idea. Tarkoituksena on testata palveluideaa joko näyttelemällä palvelutilanne tai digitaalisten prototyyppien avulla. Tällä tavoin palveluideaa pyritään parantamaan ja tarvittaessa koko prosessi voidaan toteuttaa uudestaan niin monta kertaa kuin tarve vaatii. (Miettinen 2011, 21.)

Asiakkaiden ymmärtäminen ja heidän kanssaan palveluiden yhteinen suunnittelu on palvelumuotoilijan tärkein tavoite. Palvelumuotoilu haastaa työskentelemään ihmisten kanssa, joten tämä vaatii käyttäjälähtöisyyttä ja tiiviimpää yhteistyötä asiakkaan ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Palvelumuotoilun prosessissa asiakas saa yhdessä yrityksen kanssa rakentaa palvelukokemuksen, joka sopii juuri hänen tarpeisiinsa. Asiakkaan lisäksi prosessissa on otettava myös huomioon palvelun tuottaja ja hänen näkökulmansa asioista. Tavoitteena on tehokas palvelukokonaisuus, jonka asiakas kokee haluttavana ja käytettävänä sekä tuottaja tehokkaana ja tunnistettavana. Palvelumuotoilu on joko uusien palveluiden suunnittelua tai jo olemassa olevien palveluiden kehittämistä. (Miettinen 2011, 22 - 31.)

#### 4.3 Expectation maps

Expectation maps on tutkimusmenetelmä, joka selvittää asiakkaan odotuksia palvelukokemuksesta. Niin sanottu kartta voi keskittyä yhteen tiettyyn palveluun tai analysoida tiettyä palveluryhmää. Karttaan kerätty materiaali voi tulla monesta eri lähteestä, mutta esimerkiksi asiakkaita haastatteleamalla saadaan paljon tarkempaa ja kohdennetumpaa tietoa heidän odotuksistaan. (Stickdorn & Schneider 2010, 176 - 177.)

Tuotteita ja palveluita ostetaan, koska asiakkaat haluavat niiden avulla tyydyttää tarpeensa. Kun asiakas on ostanut tai kokenut palvelun, hän arvioi täyttikö se hänen odotuksensa. Koska palvelu voidaan harvoin toteuttaa samalla tavalla uudestaan, palvelun tulisi alusta asti täyttää asiakkaan tarpeet eli mitä hän haluaa ja odottaa sekä mistä hän maksaa. Tämän takia on tärkeää tunnistaa asiakkaan tarpeet ja odotukset. Palvelu jaetaan eri tasoihin eli toivotun palvelun tasoon ja riittävän palvelun tasoon. Toivotun palvelun tasolla tarkoitetaan asiakkaan toivomaa palvelun tasoa, johon vaikuttavat yrityksen antamat palvelulupaukset, maine ja asiakkaan aikaisemmat kokemukset. Riittävän palvelun tasolla tarkoitetaan palvelua, johon asiakas tyytyy. Asiakas voi tyytyä tietynlaiseen, jopa vaatimattomaankin palvelun tasoon, jos markkinoilla ei ole vaihtoehtoja, muut vaihtoehdot ovat huonompia tai ei ole saatavilla parempaa. Jos palvelu alittaa asiakkaan hyväksymän palvelun tason, hän on tyytymätön ja pettynyt, mutta jos palvelu ylittää odotukset, asiakas yllättyy positiivisesti. Tästä kuviosta on luotu muun muassa palvelujen johtamisessa ja laadun mittaamisessa käytetty kuiluanalyysimalli, joka on kuvattu kuviossa 3. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 157 - 159.)



Kuvio 3: Kuiluanalyysimalli (Puustinen & Rouhiainen 2007, 158)

## 5 Kyselyiden toteutus

Tutkimus toteutettiin kaksiosaisella Internetissä täytetyillä, liitteistä 1-4 löytyvillä kyselyillä, joiden kohderyhmänä olivat retkelle osallistuneet asiakkaat. Kyselylomakkeiden sisältämät kysymykset luotiin yhdessä Nuuksion Taian yhteyshenkilön kanssa, jotta kysymyksiin saataisiin mahdollisimman hyvin yritystä ja tutkimusta hyödyttäviä vastauksia. Kyselylomakkeet luotiin niin suomen kuin englannin kielelle, koska suurin osa vastaajista oli kansainvälisiä asiakkaita. Jotta kyselylomake toimisi mahdollisimman hyvin, sen toimivuutta testattiin ensin testiryhmän avulla. Tällä tavoin voitiin parhaiten huomata mahdolliset puutteet kysymyksissä ja tarpeen mukaan muokata lomaketta uudelleen.

Ensimmäiselle retkelle osallistuneille ja samalla kyselylomakkeiden testiryhmälle oli järjestetty Nuuksion kansallispuistossa ohjattu luontoretki. Retki järjestettiin 8.5.2012. Toinen ja varsinainen retki järjestettiin reilu kaksi viikkoa myöhemmin 25.5.2012. Tälle retkiryhmälle järjestettiin opastettu retki, johon sisältyi elävöittävä tarina. Varsinainen retki ei kuitenkaan onnistunut odotusten mukaisesti. Retkellä osallistujia kiusasivat suuret hyttysmäärät, joten tarinallistaminen ei onnistunut, koska osallistujat eivät pystyneet pysähtymään pitkiksi ajoiksi kuuntelemaan tarinaa. Suurin osa vastaajista myös jätti joko

kokonaan tai osittain vastaamatta kyselyihin, mutta koska kyseessä oli yrityksen retki, retken järjestäjä ei voinut velvoittaa osallistujia vastaamaan kyselyihin.

Toukokuun retkeä kohdanneen vastoinkäymisen vuoksi päätettiin järjestää kolme uutta retkeä elokuussa. Nämä kolme retkeä olivat kansainvälisiä. Ensimmäinen retki järjestettiin 12.8.2012 ja sille osallistui neljä sveitsiläistä. Toinen retki järjestettiin 19.8.2012, sille osallistui neljä japanilaista, yksi hollantilainen ja kolme suomalaista. Kolmas retki järjestettiin 26.8.2012, sille osallistui kaksi kiinalaista ja yksi hollantilainen, joka oli myös mukana edellisellä retkellä. Kaikki kolme retkeä järjestettiin suunnilleen samalla tavalla eli vaikka retken reitti vaihteli, jokaisella retkellä kerrottiin suunnilleen sama tarina ja jokainen retki päättyi nuotiolle.

Kyselyn ensimmäinen lomake liitteissä 1 ja 3 lähetettiin luontoretkelle osallistuville asiakkaille neljä päivää ennen retkipäivää, jotta jokaisella olisi tarpeeksi aikaa vastata kyselyyn. Kyselyn tavoitteena oli selvittää retkelle osallistuvien asiakkaiden odotuksia retkestä, aiempia kokemuksia vastaavanlaisesta retkestä sekä osallistujien henkilökohtaista suhdettaan luontoon ja siellä liikkumiseen. Ensimmäisen kyselyn ohella osallistujille lähetettiin linkki videoon Katajanhaltijan tarinasta, jonka tarkoituksena oli herättää odotuksia retkestä. Katajanhaltijan tarina-video on Nuuksion Taika Oy:n tekemä video, joka löytyy yrityksen kotisivuilta. Videolla kerrotaan tarina Katajanhaltijan saapumisesta Nuuksioon, hänen teoistaan metsässä ja lopulta Nuuksion kansallispuiston syntymisestä.

Kyselyn toinen lomake liitteessä 2 ja 4 lähetettiin asiakkaille viikko retkikokemuksen jälkeen, koska tavoitteena oli selvittää, mitä asiakas muistaa retkestä vielä viikon jälkeen ja mitkä kokemukset retkeltä ovat jääneet hänen mieleensä. Kyselyn avulla oli tarkoitus selvittää asiakkaiden mielipiteitä retken onnistumisesta, kuinka luontokokemus täytti heidän henkilökohtaiset odotuksensa sekä arviota retkestä kokonaisuutena. Kyselyssä selvitettiin myös tarkemmin asiakkaiden kokemia aistikokemuksia, mahdollisia Katajanhaltijan tarina - videon luomia odotuksia sekä tarinan vaikutusta retkikokemukseen. Asiakkailta tiedusteltiin lisäksi mieleenpainuvinta kokemusta retkestä ja mahdollisia puutteita, joita he jäivät retkeltä kaipaamaan.

## 5.1 Ensimmäinen retki

Ensimmäinen retki järjestettiin aurinkoisena elokuun sunnuntaina 12.8.2012. Retkelle osallistui neljä sveitsiläistä. Opinnäytetyön tekijä osallistui myös retkelle, jotta hän osaisi kuvailla retken toteutuksen ja ymmärtäisi osallistujien vastauksia paremmin, kun hän olisi itse kokenut retken aistikokemuksineen ja kerrotun tarinan. Hän otti myös kuvia retken aikana elävöittääkseen työtä. Retkellä otetut kuvat löytyvät liitteestä 6. Retken toteutus on kuvattu

opinnäytetyön tekijän näkökulmasta. Ennen retkeä osallistujat saivat katsoa videon Katajanhaltijan tarinasta, jonka tarkoituksena oli virittää retken tunnelmaan ja luoda odotuksia tulevaa retkeä kohtaan. Retki oli nimeltään Katajanhaltijan jalanjäljillä ja retken oli tarkoitus viedä osallistujat matkalle menneisyyteen ja kuulla tarinoita Suomen kansan vanhoista uskomuksista. Tarina oli Katajanhaltijan tarina-videon tavoin Nuuksion Taika Oy:n käsikirjoittama tarina, joka oli jatkoa videolle.

Retki aloitettiin nuotiopaikalta, jossa osallistujille jaettiin ruskeat hupulliset viitat, jotka auttaisivat eläytymään tarinaan ja maastoutumaan luontoon. Retken reitti kulki metsän halki ja maasto oli vaihteleva: jyrkkiä mäkiä, mustikoiden, puolukoiden ja jäkälän peittämää maata, kivikkoista maastoa, kaunista järvimaisemaa ja leveitä hiekkateitä. Metsään päästyä opas pysähtyi suuren kiven kohdalle, jota hän kutsui karhun kodiksi (liite 6, kuva 1). Opas kertoi tarinaa metsästä, sen peikoista, jättiläisistä, haltijoista ja tontuista. Jokaisella puulla, kasvilla ja eläimellä on oma haltija, joiden välityksellä ollaan yhteydessä luontoon ja jotka tulee pitää tyytyväisinä.

Opas kertoi myös mustikoista ja sienistä ja niiden merkityksestä luonnon ravintona (liite 6, kuva 2). Esimerkiksi karhu syö sieniä ja jopa 20 kg mustikoita päivässä, jotta se saa kerättyä energiaa talviunia varten. Osallistujat poimivat ja maistelivat mustikoita pitkin matkaa. Jonkin matkaa metsässä kuljettua opas pysähtyi katajien kohdalle kertomaan niiden tarinaa. Kataja on todella monipuolinen kasvi, koska siitä voi valmistaa teetä, viiniä ja astioita sekä oksia voi käyttää pesuun ja puhdistukseen, raikastamaan ja tuoksumaan.

Aukeammalla metsäalueella oli paljon jäkälää ja kanervia (Liite 6, kuvat 4 ja 6). Opas kertoi kanervien monipuolisuudesta ja useasta käyttötarkoituksesta. Kanervat rauhoittavat ja niitä voidaan käyttää teehe, puhdistamiseen ja jopa luutien tekemiseen. Matkalla opas pysähtyi vilkkaan muurahaispesän kohdalle, jolla on myös oma tarinansa (liite 6, kuva 3). Muurahaispesä on maahisten juhlapaikka, muurahaiset ovat metsänhaltijan kotieläimiä ja keko koko metsän väen palvontapaikka. Metsäpolun varrella oli paljon ketunleipiä, joiden opas kertoi sisältävän paljon C-vitamiinia. Varsinkin lapsuudessa lähes jokainen on varmasti maistanut tätä kasvia. Ketunleipiä voi käyttää mausteena sitruunan sijasta ja niiden lehdillä voi kiillottaa metallia. Kuusien ja mäntyjen lisäksi metsästä löytyi paljon koivuja. Koivulla on monta käyttötarkoitusta: pahkasta voidaan valmistaa kauhoja ja rumpuja, tuohesta koriste- ja käyttöesineitä sekä puusta tarve-esineitä, kuten lapioita ja suksia (liite 6, kuva 5).

Keskellä metsää sijaitsi isojen kivien muodostama rykelmä, jota kutsutaan pirunpelloksi. Se on alue, jonne itse piru on heitellyt kivet. Opas ja osallistujat suojautuivat ruskeisiin kaapuihin ja laittoivat huput päähän maastoutuakseen luontoon kulkiessaan pirunpellon läpi



(liite 6, kuva 7). Lopuksi opas johdatti osallistujat järven rannalle, joka oli tyyni ja hiljainen. Järven rannalla osallistujat saivat maistaa koivunmahlajuomaa (liite 6, kuva 8).

Retken loppumatka kulki leveää hiekkatietä pitkin, jonka varrella opas kertoi kuusista ja antoi maistaa kuusenkerkkäsiirappia puulusikoista. Oppaan ja osallistujien lähestyttyä lähtöpaikkaa eli nuotiota, kuului jo kaukaa rummutuksen ääniä. Nuotion vierellä rumpua rummutti shamaani eli noita ja tietäjä, joka hoiti papin, lääkärin ja ennustajan tehtäviä yhteisössä (Liite 6, kuva 9). Transsitilan saamiseksi shamaanit käyttivät apuna noitarumpuja, karhun hampaita ja -kämpäliä sekä tanssivat. Shamaanin rummutus, loitsut ja kalevalainen runo nuotion loimussa lohen kypsyessä ja kahvin sekä teen lämmitessä huipensi retken Katajanhaltijan jalanjäljille.

## 5.2 Toinen ja kolmas retki

Toisella ja kolmannella retkellä kerrottiin samat tarinat, vaikkakin vähän eri järjestyksessä ja tarinoita oli vähemmän kuin ensimmäisellä retkellä. Osallistujat eivät esimerkiksi käyneet ollenkaan pirunpellolla. Toinen ja kolmas retki kestivät puoli tuntia vähemmän kuin ensimmäinen retki, joka kesti kaksi tuntia. Toisella retkellä 19.8.2012 sää oli sateinen, joten osallistujat saivat pukea ruskeiden viittojen sijaan sadeviitat ylleen. Metsään lähdetessä osallistujat kohtasivat Katajattaren keräämässä sieniä, mitä ei tapahtunut ensimmäisellä retkellä. Toinen retki päättyi myös nuotiolle, mutta tällä kertaa kotaan, jossa shamaani rummutti sekä lausui loitsuja ja runoja. Osallistujat saivat nauttia loimulohesta, sienimuhennoksesta, ruisleivästä, kerätyistä paistetuista sienistä, nokipannukahvista ja -teestä sekä pullasta, jonka päällä oli kuusenkerkkäsiirappia.

26.8.2012 järjestetty kolmas retki toteutui samalla tavalla kuin toinen retki eli opas kertoi suunnilleen samat tarinat, mutta hieman eri järjestyksessä ja retki päättyi kodan nuotiolle, jossa osallistujat saivat nauttia rummutuksesta, rituaaleista ja yhteislauluista. Kodasta he siirtyivät rantanuotiolle nauttimaan loimulohesta, sienimuhennoksesta, ruisleivästä, yrttiteestä ja punaviinistä.

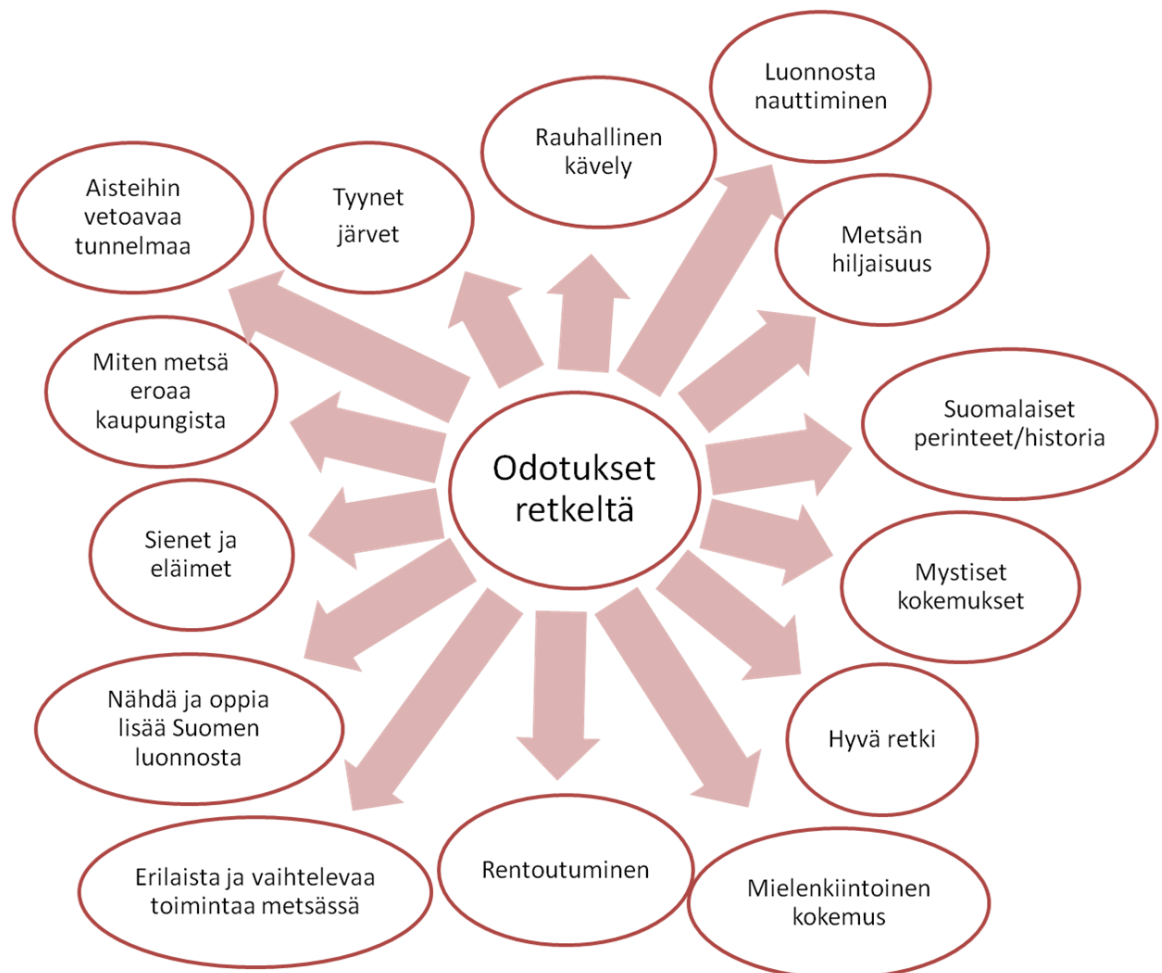
## 6 Kyselyiden tulokset

Retkille osallistui yhteensä 14 ihmistä, joista yksi osallistui sekä toiselle että kolmannelle retkelle. Jokainen osallistuja vastasi ennen retkeä täytettyyn kyselyyn, mutta retken jälkeen täytettyyn kyselyyn vastasi vain yhdeksän osallistujaa. Nämä viisi jälkimmäiseen kyselyyn vastaamatta jättänyttä olivat toiselta retkeltä. Vastausten odotettua vähäisemmästä

määrästä huolimatta vastaukset olivat monipuolisia ja kattavia. Vastajaat toivat laajasti mielipiteensä julki ja suurin osa vastauksista liittyi kysyttyyn asiaan.

Osallistujien vastaukset käännettiin suomen kielelle, jotta analysointi olisi helpompaa, koska suurin osa vastauksista oli englanniksi. Vastaukset lajiteltiin kysymysten alle ja samanlaiset vastaukset yhdistettiin ja laskettiin yhteen. Eniten vastauksia saanut näkemys tai näkemykset arvioitiin tärkeimmiksi, vaikka sinällään jokainen vastaus oli yhtä merkittävä lopullisten johtopäätösten kannalta. Osallistujien odotukset koottiin yhteen ja yhteenvedosta luotiin kuvio selventämään tuloksia (kuvio 4). Samasta syystä koottiin yhteen myös osallistujien parhaiten mieleen jääneet aistikokemukset. Alkuperäiset vastaukset löytyvät liitteestä 5.

### 6.1 Ennen retkeä toteutettu kysely



Kuvio 4: Expectation map, osallistujien odotukset retkeltä

Retkelle osallistuneiden odotukset olivat lähes kaikki erilaisia ja positiivista oli, että jokainen osallistuja odotti jotain retkeltä (Liite 5). Eniten odotettiin tietoa Suomen historiasta ja suomalaisista perinteistä, kokonaisuudessaan mielenkiintoista kokemusta sekä tietoa, miten metsä eroaa kaupungista eli näitä vastauksia oli mainittu eniten vastaajien keskuudessa. Yleisesti osallistujat odottivat rauhallista retkeilyä, rentoutumista, hiljaisuutta, luonnosta nauttimista ja kauniita maisemia eli irtiottoa arjen kiireistä. Osallistujat odottivat retkeltä myös hieman mystisyyttä, vaihtelevaa ja erilaista toimintaa metsässä sekä aisteihin vetoavaa tunnelmaa. Luonnosta haluttiin myös nähdä ja oppia lisää, löytää sieniä sekä nähdä ja kuulla lintuja. Osallistujat mainitsivat myös kokemuksia, joita he haluaisivat erityisesti kokea. Vastaukset olivat taas erilaisia, mutta eniten samanlaisten vastausten perusteella haluttiin kokea marjojen poimimista, tietää enemmän luonnon mystisyydestä sekä haistaa, kuulla ja tunkea luonto. Erityisesti haluttiin kokea samoja asioita, kuin mitä tuli ilmi odotuksissa eli luonnon ja sen hiljaisuuden sekä kauniiden maisemien kokeminen. Osa osallistujista halusi kokea retkellä erityisesti joitakin aktiviteetteja, kuten vaeltamista, uimista ja kalastusta. Moni halusi myös erityisesti kokea jotain uusia elämyksiä sekä löytää jälkiä ja merkkejä isoista eläimistä ja kuulla myös näiden vain pohjoismaissa elävien eläinten historiasta.

Asioita, joita osallistujat halusivat erityisesti nähdä, olivat järvet, uudet kasvit, eläimet, metsä, kauniit maisemat, linnut, sienet, vanhat puut, historian ja luonnon välisen yhteyden, luonnon erilaisuuden kotimaahansa sekä ylipäättään uusia asioita uudesta näkökulmasta. Puolet osallistujista odotti retkeltä ilmapiiriä, joka olisi mystinen tai hiljainen, elinvoimainen ja virkistävä. Muuten ilmapiiriltä odotettiin taianomaisuutta, ystävällisyyttä, vieraanvaraisuutta, hauskuutta, mukaansatempaavuutta, rentouttavuutta ja rauhallisuutta. Ilmapiirin haluttiin myös olevan sekoitus kulttuuria, lumoa, henkisyyttä ja puhdasta luontoa sekä sen haluttiin välittävän suomalaisten rakkautta luontoa kohtaan.

Lähes puolella vastaajista ei ollut aiempia kokemuksia vastaavanlaiselta retkeltä, joten monelle tämä oli täysin uudenlainen kokemus. Osallistujien vastaavanlaiset aiemmat kokemukset olivat melko erilaisia, kuten luonnossa kävelyä, perinteistä syömistä, läheisten ystävien kanssa ajanviettoa ja rentoutumista, sienien ja marjojen poimimista, mökkeilyä, ilman kännykkää elämistä, rannalla ja puistoissa oleskelua sekä luontoretkien itse ohjaamista. Lopuksi osallistujilta kysyttiin vielä heidän suhdettaan luontoon. Suurimmalle osalle luonto merkitsi rentoutumista, vapautta ja helppoutta. Luonto merkitsi myös rauhaa ja aikaa löytää itsensä sekä tunkea olevansa elossa ja onnellinen. Osalle luonto oli elämäntapa ja paikka, joka antoi tilaa hengittää, kokea puhtaan luonnon, nauttia elämästä ja kokea vahvan henkisen yhteyden. Yhdelle osallistujalle luonto merkitsi myös elantoa.

## 6.2 Retken jälkeen toteutettu kysely

Retken jälkeen lähetettyyn kyselyyn (liitteet 2 ja 4) vastanneista yhdeksästä osallistujasta seitsemän antoi asteikolla 1 - 5 (1 = huonosti, 5 = hyvin) retken onnistumiselle arvosanan 5 ja loput kaksi antoivat arvosanan 4. Osallistujista viiden mielestä retki täytti odotukset asteikolla 1 - 5 (1 = huonosti, 5 = täysin) arvosanan 5 arvoisesti ja neljän osallistujan mielestä arvosanan 4 arvoisesti. Osallistujia pyydettiin myös antamaan retkestä kokonaisarvosana asteikolla 1 - 5 (1 = huono, 5 = kiitettävä) ja osallistujista viisi antoi retkelle arvosanan 5 ja loput neljä arvosanan 4. Tulosten perusteella osallistujat olivat täysin tai melkein tyytyväisiä retken onnistumiseen, odotusten täyttymiseen ja retkeen kokonaisuudessaan.

Osallistujilta tiedusteltiin parhaiten mieleen jäänyttä kokemusta. Eniten mieleen olivat jääneet tarinat luonnosta, sienien löytäminen ja retken jälkeinen ruokailu. Muita mieleen jääneitä kokemuksia olivat pirunpelto, metsän tuoksu ja näkymät, puun mahlan juominen, metsän läpi käveleminen, järven näkymä ja kalastus. Parin osallistujan mieleen oli myös jäänyt kertomukset suomalaisen kulttuurin historiasta ja siitä, kuinka ihminen voi selvitä luonnossa useita päiviä ilman muiden apua, sekä millainen suomalaisen ja luonnon välinen yhteys voi olla.

Jokainen jälkimmäiseen kyselyyn vastannut oli ennen retkeä katsonut videon Katajanhaltijan tarinasta. Video herätti erilaisia odotuksia, eniten retken odotettiin videon perusteella olevan todella mystinen ja sisältävän salaperäisyyttä sekä elämyksiä. Videon katselun perusteella metsän oletettiin olevan kaunis ja hiljainen paikka, josta voitiin kertoa paljon erilaisia tarinoita sekä koettaisiin mukava kävely puiden lomitse. Osallistujilla oli joko realistiset odotukset retkestä videon katselun perusteella tai se ei herättänyt ollenkaan odotuksia sen epärealistisuuden vuoksi. Osallistujilta kysyttiin myös retken aikana kerrotun tarinan vaikutusta heidän kokemuksiinsa. Vastaajien mielestä tarina teki retkestä persoonallisemman ja merkityksellisen, se selitti myytit todella hyvin ja oli hyvä johdanto retkeen eli tarina ei vaikuttanut kokemuksiin liikaa. Tarinan myös kerrottiin kasvattaneen odotuksia, ohjanneen etsimään salaperäisyyttä ja käyttämään mielikuvitusta sekä olleen todella mielenkiintoinen, mutta ei niin mystinen, kuin Katajanhaltijan tarina-video antoi odottaa.

Tuoksu	Ääni	Näky
<ul style="list-style-type: none"> <li>• metsä</li> <li>• maaperä</li> <li>• sienet</li> <li>• erämaa</li> <li>• raikas ilma</li> <li>• mustikoiden maku</li> <li>• kostea kesä</li> <li>• nokipannukahvi ja yrttitee</li> <li>• savu</li> <li>• mahlajuoma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• linnut</li> <li>• hiljaisuus</li> <li>• askellus</li> <li>• tuuli</li> <li>• hyönteiset</li> <li>• oksien halkeaminen</li> <li>• sade</li> <li>• shamaanirumpu</li> <li>• kohon putoaminen veteen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rauhallinen metsä</li> <li>• tyyni järvi</li> <li>• kaunis auringonlasku</li> <li>• luola (karhun koti)</li> <li>• pirunpelto</li> <li>• kasvit</li> <li>• paikka, jossa kerrottiin taskurotista</li> <li>• salaman iskemä puunrunko</li> <li>• kuikat</li> </ul>

Kuvio 5: Osallistujien erityisesti mieleen jääneet aistikokemukset

Osallistujilta tuli monipuolisesti vastauksia heille erityisesti mieleen jääneistä aistikokemuksista, jotka on kuvattu yllä olevassa kuviossa. Metsän tuoksu oli ehdottomasti mieleen jäänein ja samoin raikas ilma. Muut tuoksukokemukset liittyivät joko metsään, kuten maaperän, sienien, erämaan, kosteuden ja mustikoiden maun tuoksu tai retkeen ja sen tarinaan, kuten savun, mahlajuoman ja nokipannukahvin sekä yrttiteen tuoksu. Lähes jokaisen vastaajan mieleen jäänein ääni oli lintujen laulu ja muut niiden tuottamat äänet. Muita mieleen jääneitä ääniä olivat hiljaisuus, askellus, tuuli, hyönteiset, oksien halkeaminen, sade, shamaanirumpu ja kohon putoaminen veteen. Mieleen jäänein näky jakoi enemmän mielipiteitä vastaajien kesken kuin tuoksu- ja äänikokemuksissa. Mieleen jääneimmät näyt olivat rauhallinen metsä, tyyni järvi, karhun kotina ollut luola ja pirunpelto. Muita muistettavia näkyjä olivat kaunis auringonlasku, kasvit, paikka, jossa kerrottiin taskurotista, salaman iskemä puunrunko ja kuikat.

Kolmasosa vastanneista ei jäänyt kaipaamaan retkeltä mitään. Loput osallistujat jäivät kaipaamaan mystiikkaa, yllätyksiä, sienien löytämistä, eläinten näkemistä ja syvemmälle metsään pääsyä. Osallistujat vaikuttivat siis melko tyytyväisiltä retkeen kokonaisuudessaan, koska suurin osa retkeltä kaivatuista asioista olivat retkestä ja sen järjestäjästä riippumattomia. Retkestä ja sen järjestäjästä riippumaton syy oli esimerkiksi osan retkelle

osallistuneen osallistujan pukeutuminen retkelle, joka esti syvemmälle metsään menemisen ja vaikeakulkuisimmilla poluilla kävelemisen.

## 7 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tutkimuksessa toteutetut luontoretket onnistuivat tavoitteiden mukaisesti eli vastauksia tuli kiitettävä määrä, suurin osa osallistujista vastasi molempiin kyselyihin ja vastaukset olivat monipuolisia eli kysyttyihin asioihin löytyi erilaisia mielipiteitä.

Vastoinkäymisiltä ei kuitenkaan välttytty, koska toukokuussa järjestetty luontoretki epäonnistui osittain sääolosuhteiden vuoksi ja moni vastaaja jätti vastaamatta useaan kysymykseen. Retki oli yritykselle järjestetty, joten retken järjestäjä ei voinut velvoittaa osallistujia vastaamaan kyselyihin. Elokuussa järjestetyt kolme retkeä onnistuivat paremmin eli jokainen osallistuja vastasi ennen retkeä toteutettuun kyselyyn ja suurin osa myös jälkimmäiseen kyselyyn. Viisi vastaajaa 15:stä jätti kokonaan vastaamatta jälkimmäiseen kyselyyn, mutta tämä ei tuntunut vaikuttaneen vastausten laatuun. Suurin osa vastaajista ymmärsi kysymykset ja osasi vastata kysyttyyn asiaan. Muutama vastaaja ei luultavasti ymmärtänyt kysyttyä asiaa eikä vastannut kysymykseen. Osasyynä saattoi olla se, että kysymykset olivat englanniksi vastaajien kansainvälisyyden takia, jolloin kysymys saatettiin ymmärtää toisin kuin oli tarkoitettu.

Osallistujat olivat kokonaisuudessaan tyytyväisiä retkikokemukseen ja mielenkiintoista oli, kuinka moniin erilaisiin asioihin he olivat kiinnittäneet huomiota sekä miten erilaisia kokemuksia he muistivat vielä viikon kuluttua retken toteutuksesta. Retki oli myös jäänyt hyvin osallistujien mieliin, koska jokaiselta tuli erilaisia vastauksia mieleenpainuvimmasta kokemuksesta vielä viikon jälkeen retkien toteutuksesta. Ennen retkeä osallistujien katseltavaksi lähetetty video Katajanhaltijan tarinasta loi odotuksia tulevaa retkeä kohtaan, mutta tarinaa ei pidetty totuudenmukaisena, eli omille mielikuville ja kokemuksille jäi tilaa. Retkellä kerrottu tarina koettiin myös positiiviseksi lisäksi retkeen ja sitä pidettiin johdantona ja runkona retken kokonaisuuteen. Tarina tuntui vaikuttaneen myös osallistujien moniaistisiin kokemuksiin eli luultavasti ilman retkeä elävöittävää tarinaa moniaistisuus ei olisi tullut niin selkeästi esille tai ainakin moni asia olisi voinut jäädä huomaamatta.

Aistimuksista kysyttäessä vastaajat toivat esille monia yksittäisiä aistikokemuksia, mutta eri aistimuksilla oli kokonaisvaltainen vaikutus moniaistiseen tapaan. Vastaajien mielestä metsä samanaikaisesti näkyi, tuoksui ja kuului. Yhden retken aikana osui sateinen päivä, jolloin osallistujat näkivät sateen, haistoivat sateisen ja kostean metsän sekä myös kuulivat sateen ropinan. Osallistujat myös näkivät jonkin verran eri lintulajeja, kuulivat niiden laulua ja esimerkiksi tikan nokkivan puunrunkoa. Metsän hiljaisuuden koettiin tuntuvan, näkyvän ja kuuluvan.

Ensimmäinen luontoretki eli kyselylomakkeen testiretki toteutettiin ilman tarinaa ja vastauksissa tuli ilmi erilaisia aistikokemuksia luonnosta, kuten puron solina, metsän tuoksu ja

lintujen laulu. Nämä aistikokemukset olivat lähes samoja kuin varsinaisilla retkillä koetut aistikokemukset, joilla kokemusta elävöitettiin tarinalla. Testiretkellä tuli kuitenkin ilmi myös niin sanottuja osallistujien itsensä luomia aistikokemuksia, kuten kahvin ja nuotion tuoksu eli tarinan puuttumisesta huolimatta parhaiten mieleen jääneet aistikokemukset eivät liittyneet suoranaisesti itse luontoon. Moni aistikokemus olisi varmasti tullut esille vastauksissa ilman tarinaakin, mutta ilman oppaan tarinan sisälle rakentamia havaintoja, muun muassa mustikoista, metsässä nähdystä ja kuulluista lintulajeista sekä pienistä luonnon antimien maistiaisista, osallistujat eivät olisi välttämättä kiinnittäneet niihin huomiota yhtä hyvin.

Tapa, jolla asiakkaat voisi sitouttaa vastaamaan kyselyyn, on luvata heille jotain vastineeksi tutkimukseen osallistumisesta. Osallistujille voisi esimerkiksi luontoretken tapauksessa tarjota järjestettävän luontoretken veloituksetta tai alennuksia. Osallistujille voisi myös luvata lähettää tutkimuksen tuloksia, jos he ovat kiinnostuneita tutkimuksesta. Osallistumiseen sitoutumisesta voisi myös kirjoittaa molempia osapuolia koskevan kirjallisen sopimuksen, joka velvoittaisi osallistujat vastaamaan kyselyihin. Valitettavasti jokaista osallistujaa ei tästä huolimatta saataisi vastaamaan kyselyihin, varsinkaan jonkin ajan kuluttua retken toteutuksesta. Jos osallistujat olisivat vastanneet molempiin kyselyihin saman päivän aikana eli ensimmäiseen kyselyyn retkipaikalla ennen retkeä ja toiseen kyselyyn heti retken jälkeen, heiltä jokaiselta olisi todennäköisesti saatu jonkinlainen vastaus. Tässä tapauksessa myös osallistujien haastattelu olisi ollut mahdollista.

Olisi ollut mielenkiintoista järjestää kaksi peräkkäistä retkeä, joista toinen olisi sisältänyt tarinan ja toinen ei, jolloin tarinan vaikutusta kokemuksiin ja erityisesti moniaistisiin kokemuksiin olisi voinut verrata paremmin. Kyselyä voisi olla vaikea parantaa muulla tavoin kuin kysymyksiä muuttamalla, koska kun halutaan tiedustella osallistujien kokemuksia viikko toteutuksen jälkeen, on Internetissä täytettävä kyselylomake helpoin keino tavoittaa kaikki osallistujat. Jokin toinen tutkimusmenetelmä kuin kysely olisi saattanut tuoda erilaisia vastauksia ja mahdollisesti myös moniaistisia näkökulmia paremmin esille. Yksi mahdollinen tutkimusmenetelmä olisi voinut olla osallistujien itse kirjoittamat tarinat kokemuksistaan luontoretkillä, jossa he olisivat kertoneet odotuksistaan retkeä kohtaan, retken toteutuksesta omasta näkökulmastaan ja jälkeensä syntyneistä kokemuksista. Tarinat olisi kirjoitettu noin viikko retken toteutuksen jälkeen. Tämä tutkimusmenetelmä olisi kuitenkin vaatinut sitoutuneet osallistujat. Moniaistisuutta on kuitenkin tutkittu vielä varsin vähän, joten tehokkainta menetelmää sen tutkimiseen ei vielä tiedetä.



## Lähteet

### Kirjalliset lähteet

- Aho, S. 2001. Matkailuelämykset tutkimuskohteina. Teoksessa Aho, S., Honkanen, A. & Saarinen, J. (Toim.). Rovaniemi: Lapin Yliopisto.
- Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. 4. uudistettu painos. Tampere: Vastapaino.
- Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi: Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. 1. painos. Juva: WSOY.
- Grönroos, C. 2010. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 4. painos. Juva: WSOY.
- Hemmi, J. 1995. Ympäristö- ja luontomatkailu. Virolahti: Vapaa-ajan konsultit.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Järviluoma, J. 2006. Turistin luonto: tutkimus luonnon merkityksestä matkailun vetovoimatekijänä neljässä Lapin matkailukeskuksessa. Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Lindstrom, M. 2009. Buyology: ostamisen anatomia. Helsinki: Talentum
- Löytänä, J. & Kortesoja, K. 2011. Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.
- MacDonald, M. 2009. Aivot: käyttäjän käsikirja. 2. painos. Jyväskylä: WSOYpro.
- Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu: uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Teoksessa Miettinen, S. (Toim.). 2. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova.
- Pine, B. & Gilmore, J. 2011. The experience economy. Boston: Harvard business review press.
- Puusa, A. & Juuti, P. 2011. Menetelmäviidakon raivaajat: perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. Teoksessa Puusa, A. & Juuti, P. (Toim.). Helsinki: Johtamistaidon opisto.
- Puustinen, A. & Rouhiainen, U-M. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Helsinki: Edita.
- Sandström, M. 2010. Psyke ja aivotoiminta: neurofysiologinen näkökulma. Helsinki: WSOYpro.
- Stickdorn, M. & Schneider, J. 2010. This is service design thinking. Amsterdam: BIS Publishers
- Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2005. Elämystuottajan käsikirja. Teoksessa Tarssanen, S. (Toim.). 2. painos. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.
- Vuoristo, K-V. & Vesterinen, N. 2009. Lumen ja suven maa: Suomen matkailumaantiede. 3. painos. Helsinki: WSOYpro.

## Sähköiset lähteet

Alakoski, L., Isacsson, A. & Bäck, A. 2010. Mmm... Moniaistisuus matkailun markkinointiviestinnässä. Tulostettu 20.2.2012.  
<http://www.multisensorisuus.fi/sites/all/files/mmm-tutkimusraportti.pdf>

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. 2010. Elämyskolmio. Tulostettu 16.7.2012.  
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. 2010. Elämyksen elementit. Tulostettu 16.7.2012.  
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=4321>

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. 2010. Kokemuksen tasot. Tulostettu 16.7.2012.  
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=4320>

Metsähallitus. 2012. Nuuksion kansallispuisto. Tulostettu 2.10.2012.  
<http://www.luontoon.fi/Retkikohteet/kansallispuistot/nuuksio/Sivut/Default.aspx>

Nuuksion Taika. 2012. Nuuksion taika. Tulostettu 13.2.2012. <http://www.nuuksiontaika.fi/>

Nuuksion Taika. 2012. Nuuksio. Tulostettu 12.4.2012.  
<http://www.nuuksiontaika.fi/sites/nuuksiontaika/www/files/Nuuksion%20j%C3%A4rviyl%C3%A4nk%C3%B6.pdf>

Tarinakone. 2011. Tarinallistaminen. Tulostettu 11.4.2012.  
<http://www.tarinakone.fi/tarinallistaminen>

## Kuvaluettelo

Kuvio 1: 3-S Model (Pine & Gilmore 2011, 147).....	14
Kuvio 2: Elämyskolmio (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010).....	16
Kuvio 3: Kuiluanalyysimalli (Puustinen & Rouhiainen 2007, 158).....	22
Kuvio 4: Expectation map, osallistujien odotukset retkeltä .....	26
Kuvio 5: Osallistujien erityisesti mieleen jääneet aistikokemukset.....	29

## Liitteet

Liite 1: Kysely odotuksista ennen retkeä .....	37
Liite 2: Kysely retken tuottamasta kokemuksesta .....	39
Liite 3: A survey of expectations before the trip .....	41
Liite 4: A survey of the experience from the trip .....	43
Liite 5: Kyselyiden vastaukset .....	45
Liite 6: Kuvia retkeltä .....	51

### Liite 1: Kysely odotuksista ennen retkeä

Olen kolmannen vuoden restonomi-opiskelija Laurea-ammattikorkeakoulusta ja opinnäytetyössäni selvitetään luontomatkailupalvelun asiakaskokemuksia moniaistisuuden näkökulmasta. Kysely on kaksiosainen eli ensimmäinen kysely toteutetaan ennen retkeä ja jälkimmäinen kysely toteutetaan retken jälkeen.

Tässä kyselyssä selvitetään, millaisia odotuksia teillä luontoretelle osallistuvilla asiakkailla on tulevasta retkestä. Kiitos osallistumisestanne tutkimukseen.

#### Taustatiedot:

Sukupuoli: mies ( ) nainen ( )

Ikä: 18-25 ( ) 26-35 ( ) 36-50 ( ) 50+ ( )

Retken tarkoitus: virkistys-/TYHY-päivä ( ) kokouspäivä ( ) retkipäivä ( ) juhlapäivä ( )  
muu, mikä? \_\_\_\_\_

Asuinpaikka: kaupunki ( ) lähiö ( ) maaseutu ( )

#### Jatkakaa lauseita haluamallanne tavalla:

Odotan retkeltä..

Haluaisin erityisesti kokea..

Odotan näkeväni luonnossa..

Odotan tunnelmaa, joka..

#### Luonnon merkitys:

Minkälaisia aiempia kokemuksia teillä on vastaavanlaisesta retkestä?

Kerro, mitä luonto merkitsee teille?

Miten yleensä liikutte luonnossa?

Kiitos vastauksistanne!

## Liite 2: Kysely retken tuottamasta kokemuksesta

Tässä kyselyssä selvitetään teidän retkelle osallistuneiden asiakkaiden kokemuksia retkestä ja aiemmassa kyselyssä selvitettyjen odotusten täyttymistä. Kiitos osallistumisestanne tutkimukseen.

### Taustatiedot:

Sukupuoli: mies ( ) nainen ( )

Ikä: 18-25 ( ) 26-35 ( ) 36-50 ( ) 50+ ( )

Retken tarkoitus: virkistys-/TYHY-päivä ( ) kokouspäivä ( ) retkipäivä ( ) juhlapäivä ( )  
muu, mikä? \_\_\_\_\_

Asuinpaikka: kaupunki ( ) lähiö ( ) maaseutu ( )

### Valitkaa kokemustanne vastaava vaihtoehto:

Asteikolla 1-5 (1=huonosti, 5=hyvin) retki onnistui mielestäni:

Asteikolla 1-5 (1=huonosti, 5=täysin) retki täytti odotukseni:

Minkä arvosanan asteikolla 1-5 (1=huono, 5=kiitettävä) antaisitte retkelle kokonaisuudessaan?

### Vastatkaa kysymyksiin kokemuksenne mukaisesti:

Mikä kokemus jäi parhaiten mieleenne retkestä?

Katsoitteko ennen retkeä videon Katajanhaltijan tarinasta? kyllä ( ) ei ( )

Jos katsoitte videon, millaisia ennakko-odotuksia se herätti?

Miten retkellä kerrottu tarina vaikutti kokemukseenne retkestä?

Minkä erityisen tuoksen/tuoksua muistatte kokeneenne retkellä?

Minkä äänen/ääniä muistatte retken aikana kuulleenne?

Mikä näky jäi erityisesti mieleenne?

Mitä jäitte kaipaamaan retkeltä?

Kiitos vastauksistanne!



### Liite 3: A survey of expectations before the trip

I am a third year student of hospitality management in Laurea University of Applied Sciences. In my thesis I research Nature tourism service's customer experience from the perspective of multiple senses. This research has two parts meaning that the first survey will implement before the trip and the second survey will implement after the tour.

In this first part of survey I would like to know what kind of expectations do you have about the coming trip. Thank you for participating the survey.

#### Backgrounds:

Gender: male ( ) female ( )

Age: 18-25 ( ) 26-35 ( ) 36-50 ( ) 50+ ( )

The purpose of the trip: recreational-/work-wellness day ( ) conference day ( ) trip day ( ) holiday ( ) other, what? \_\_\_\_\_

Residence: city ( ) suburb ( ) countryside ( )

#### Continue these sentences in your way:

I expect from the trip..

I would especially like to experience..

In the nature I expect to see...

I expect from the atmosphere that..

#### The role of the nature:

What kind of previous experience do you have from a similar trip?

Please tell, what the nature means to you?

How do you usually move in the nature?

Thank you for your answers!

#### Liite 4: A survey of the experience from the trip

In this second survey I ask about your experiences and how your expectations have been met.  
Thank you for participating the survey.

##### Backgrounds:

Gender: male ( ) female ( )

Age: 18-25 ( ) 26-35 ( ) 36-50 ( ) 50+ ( )

The purpose of the trip: recreational-/work-wellness day ( ) conference day ( ) trip day ( )  
holiday ( ) other, what? \_\_\_\_\_

Residence: city ( ) suburb ( ) countryside ( )

##### Please, select the option similar to your experience:

On a scale of 1-5 (1=poorly, 5=well) the trip succeed:

On a scale of 1-5 (1=poorly, 5=totally) the trip met my expectations:

What grade on a scale of 1-5 (1=bad, 5=excellent) would you give for the whole trip?

##### Please answer the questions according to your experience:

What was the most memorable experience on the trip?

Did you watch the video about the story of the Juniper Spirit before the trip? yes ( ) no ( )

If you watched the video, what kind of expectations it raised?

How the story told during the trip affected your experiences about the trip?

Which special smell/smells do you remember you experienced on the trip?

Which sound/sounds do you remember you heard on the trip?

What sight especially stayed in your mind?

What was missing from the trip?

Thank you for your answers!

## Liite 5: Kyselyiden vastaukset

### Ennen retkeä:

#### 1. Odotan retkeltä

- paljon tietoa suomen historiasta ja mystisiä kokemuksia (n 26-35, loma, maaseutu)
- hyvää retkeä (m 50+, loma, maaseutu)
- mielenkiintoista kokemusta (n 50+, loma, maaseutu)
- saada tietoa suomen historiasta (m 26-35, loma, maaseutu)
- rentoutumista ja mukavaa kokemusta luonnossa (n 18-25, työhyvinvointipäivä, lähiö)
- erilaista/vaihtelevaa toimintaa, josta voi nauttia metsässä (n 26-35, työhyvinvointipäivä, kaupunki)
- nähdä ja oppia lisää Suomen luonnosta (m 50+, loma, maaseutu)
- luontoa, sieniä, eläimiä (m 26-35, retkipäivä, kaupunki)
- millaista maaseutu on, mikä on erilaista kuin kaupungissa (n 18-25, opiskelu, kaupunki)
- haluan tietää minkälaista maaseutu on (n 18-25, opiskelu, kaupunki)
- haluan nähdä minkälainen metsä on (n 18-25 retkipäivä, kaupunki)
- aisteihin vetoavaa tunnelmaa sekä mukaansatempaavan retken kokemista (n 36-50, tutustumisretki, maaseutu)
- tyyniä järviä ja rauhallista kävelyä (n 36-50, loma, kaupunki)
- luonnosta nauttimista ja metsän hiljaisuutta, kokea suomalaisia perinteitä (n 50+, loma, kaupunki)

#### 2. Haluaisin erityisesti kokea:

- haistaa ja tuntea luonnon
- tietää enemmän mystisistä asioista
- tietää enemmän Suomen mystisistä puista
- kuulla vain pohjoismaissa asuvien eläinten historiasta, esimerkiksi poroista
- metsän äänet ja tuoksut
- marjojen poimimisen
- jälkiä ja merkkejä isoista eläimistä, kuten hirvi, peura, karhu
- tyhjä
- haluaisin kokea asioita, joita en voi tehdä Japanissa
- kalastusta
- haluan poimia marjoja
- uusia elämyksiä luonnon käyttämisestä matkailuun
- luonnon ja sen hiljaisuuden
- kauniita näkymiä, vaeltamista ja uimista

#### 3. Luonnossa haluaisin erityisesti nähdä:

- historian ja luonnon välisen yhteyden
- eläimiä, kasveja
- eläimiä
- kasveja, joita en tiedä ja miten niitä käytetään
- metsien vihreyden ja järvien sinisyyden
- kauniita maisemia

- vanhoja puita, sieniä, kukkia, marjoja ja lintuja
- ujoja eläimiä
- kuinka erilaista on Japaniin verrattuna
- eläimiä
- eläimiä
- uusia pieniä asioita uudesta näkökulmasta
- järviä, kasvistoa ja eläimiä
- kauniita järviä ja metsiä

4. Odotan ilmapiiriä, joka:

- on mystinen
- on hauska ja mystinen
- on mystinen
- on sekoitus kulttuuria, lumoa, henkisyttä ja puhdasta luontoa
- rentouttava ja rauhoittava
- välittää sitä rakkautta, jota suomalaiset tuntevat metsää kohtaan
- on hiljainen, elinvoimainen ja virkistävä
- puhdasta hiljaisuutta
- tyhjä
- tyhjä
- tyyni/rauhallinen
- tempaa mukaansa ja saa minut hyvälle tuulelle ja ihastumaan siihen miten ihminen pystyy ohjaamaan toisia ihmisiä
- on taianomainen paikka
- ystävällinen ja vieraanvarainen

5. Minkälaisia aiempia kokemuksia vastaavanlaisilta retkiltä:

- en ole tehnyt vastaavanlaista retkeä ennen
- en ole tehnyt tällaista retkeä ennen
- en ole tehnyt tällaista retkeä ennen
- tyhjä
- en ole ennen ollut tällaisella järjestetyllä retkellä, mutta olen tutkinut suomen luontoa aika paljon
- en usko kokeneeni vastaavanlaista retkeä ennen
- olemme nähneet paljon marjoja ja sieniä, joita olemme poimineet
- elämä ilman kännykkää
- kävin isäntäperheeni äidin kesämökillä eilen
- kävin rannalla ja puistossa
- tyhjä
- haltija-aiheisissa en ole koskaan käynyt, muuten käyn paljon luontoretkillä ja ohjaan niitä itse
- päästä pois työn kiireestä ja vilinästä, viettää aikaa läheisten ystävien kanssa ja aikaa rentoutua
- luonnossa kävelyä ja perinteistä syömistä

6. Kerro, mitä luonto merkitsee sinulle:

- se on elämä ja vähän kuin vapaus
- elämä, rentoutuminen

- rentoutuminen, vapaus
- meidän lumoava ympäristö on jotain, josta en tiedä enkä ymmärrä riittävästi
- se on rauhoittava ja rentouttava paikka minulle, se vie kaikki murheeti mennessään ja antaa minun hengittää
- vahva henkinen yhteys
- paikka, jossa voi rentoutua ja kokea villin luonnon
- luo happea
- luonto tarkoittaa maata
- luonto tarkoittaa vapautta
- rentouttava paikka
- elantoa (erä- ja luonto-opas) sekä paikkaa missä nautin eniten elämästä. Luonto on ollut minulle erittäin tärkeä pienestä pitäen ja olen harrastanut sitä aina eri tavoin
- lähde rauhalle ja ajalle löytää itsensä ja tuntee olevansa elossa ja tunne onnellisuudesta
- vapautta ja helppoutta luonnon ympäristössä

7. Kuinka yleensä liikut luonnossa:

- kävelen
- kävellen
- kävellen, patikoiden
- jalkaisin, mieluisin tapa kävellen metsässä ja keräillen sieniä
- kävelen metsissä tai uin järvissä
- kävellen yksin tai ystävien kanssa
- kävellen, mieluiten olemassa olevilla reiteillä
- kävellen
- kävelemme yleensä luonnossa
- hyvin
- en yleensä käy luonnossa
- kävellen enimmäkseen. mökillä soudan
- kävellen
- kävellen

Retken jälkeen

1. Asteikolla 1-5 retki onnistui:

- 5 (n 26-35, loma, maaseutu)
- 4 (m 50+, loma, maaseutu)
- 5 (n 50+, loma, maaseutu)
- 5 (m 26-35, loma, maaseutu)
- 4 (m 50+, loma, lähiö)
- 5 (n 18-25, retkipäivä, kaupunki)
- 5 (n 36-50, tutustumisretki, maaseutu)
- 5 (n 36-50, loma, kaupunki)
- 5 (n 50+, loma, kaupunki)

2. Asteikolla 1-5 retki täytti odotukseni:

- 4

- 5
- 5
- 4
- 4
- 5
- 4
- 5
- 5

3. Minkä arvosanan asteikolla 1-5 antaisit retkelle kokonaisuudessaan:

- 4
- 4
- 5
- 4
- 5
- 5
- 4
- 5
- 5

4. Mikä kokemus jäi parhaiten mieleen retkestä:

- tarinat luonnosta
- se, että ihminen voi selvitä useita päiviä metsässä ilman muiden apua. Pirunpelto.
- koko retken tuottama kokemus ja tarinat
- suomalaisen kulttuurin historian esittely sekä suomalaisen ja luonnon välinen yhteys
- sienien runsas saatavuus ja erinomainen ruoka metsässä retken jälkeen
- taustat ja tarinat, joista oppaamme kertoi eri kohdissa reittiä olivat mielenkiintoisia
- nuotioruokailu, kalastus
- metsän tuoksu ja näkymät, sienien löytäminen ja puun mahlan juominen
- metsän läpi kävely, järven näkymästä nauttiminen

5. Katsoitteko videon Katajanhaltijan tarinasta?

- kyllä
- kyllä
- kyllä
- kyllä
- kyllä
- kyllä
- kyllä
- kyllä
- kyllä

6. Jos katsoit videon, minkälaisia odotuksia se herätti:

- retki on todella mystinen
- video ei herättänyt odotuksia, koska se ei näyttänyt liian realistiselta.



- ei mitään suuria odotuksia, näkisin itse retkellä mitä on tulossa
- odotin retken olevan mystisempi
- se herätti odotuksia metsän hiljaisuudesta ja tunteen, että metsistä voidaan kertoa paljon tarinoita
- ihan realistisia, suomalaisena olen liikkunut metsässä ennenkin ja mielikuvat ovat totuudenmukaisia jo
- odotin salaperäisyyttä, elämyksiä
- metsä on kaunis paikka täynnä mystiikkaa
- kauniin metsän, mukavan kävelyn puiden lomitse

7. Miten retkellä kerrottu tarina vaikutti retkikokemukseenne:

- se oli todella mielenkiintoinen, mutta mystinen kokemus ei ollut niin suurta kuin video antoi odottaa
- positiivisesti, tarina selitti myytit todella hyvin
- todella hyvin
- tarina oli melko hyvä johdanto retkeen. Se ei vaikuttanut kokemuksiin liikaa
- moni tarina on kertonut kaikenlaisia eri asioita metsästä
- se toi ehdottomasti hyvän rungon retkelle
- ohjasi salaperäisyyttä etsimään ja käyttämään mielikuvitusta
- kasvatti odotuksiani, olin innokas kokemaan metsän. teki paikasta persoonallisemman ja merkityksellisen
- teki metsästä persoonallisemman

8. Minkä erityisen tuoksun/tuoksuja muistat kokeneesi retkellä:

- metsän, sienet ja erämaan
- en oikeastaan
- metsän, luonnon
- raikkaan ilman, mustikoiden hyvän maun
- vihreä ja raikas tuoksu
- kostean kesän ja nokipannukahvin sekä yrttiteen tuoksu tulevat edelleen mieleen
- savu, mahlajuoma
- metsän ja maaperän tuoksu
- metsän tuoksu

9. Minkä erityisen äänen/ääniä muistat kuullessi retkellä:

- joitakin lintuja, askelluksemme äänet
- aika-ajoin kuulimme lintujen ääniä
- tuulen ja ötököiden pörinää
- jossakin kuulimme tikan melko äänekkäästi ja lähellä meitä
- oksien halkeamisen ääniä ja lintujen laulua
- sateen ja shamaanirummun
- kohon putoamisen veteen
- linnut
- hiljaisuuden ja muutaman laulavan linnun

10. Mikä näky jäi erityisesti mieleesi:

- luola (karhun koti), pirunpelto ja kasvit, joista Satu kertoi

- alussa karhunluola, toinen asia oli pirunpelto
- luonto, metsä
- pirunpelto ja paikka, jossa Satu kertoi meille taskurotista
- näkymä Iso Parikka -järven yli
- salaman iskemä puunrunko
- järvi ja siinä kaukana uivat kuikat
- rauhallinen metsä ja tyyni järvi
- kaunis auringonlasku järven yllä

11. Mitä jäit kaipaamaan retkeltä:

- vähän mystiikkaa
- oli hieman liian vähän yllätyksiä, kuten joku piilossa luolassa tai joku menossa pois pirunpellostä
- en mitään
- toivoin löytäväni sieniä, mutta tänä vuonna ei ollut niin hyvä löytää niitä ylipäättäen. valitettavasti emme nähneet eläimiä
- emme nähneet yhtään villieläintä tai lintua
- itse olisin mielelläni liikkunut syvemmälläkin metsässä, mutta muun seurueemme varustus esti sen
- syvempää ja aidompaa metsää, hakkuualue ja liian suuret polut, pääväylät, muut ihmiset häiritsivät. Pitäisi kulkea syvällä metsässä missä ei muihin törmää eikä ihmisestä näy jälkiä, rakennuksia yms.
- en mitään
- en mitään

Liite 6: Kuvia retkeltä



Kuva 1: Karhun koti





Kuva 2: Mustikoita



Kuva 3: Muurahaispesä





Kuva 4: Jäkälä ja puolukat



Kuva 5: Ketunleivät ja koivu





Kuva 6: Ilta-aurinko ja kanervaa



Kuva 7: Kävely pirunpellon läpi hiljaa ja huomaamatta





Kuva 8: Järvimaisemaa





Kuva 9: Shamaanin rummutusta ja loitsuja nuotion loimussa ja lohen kypsyessä