

OPINNÄYTETYÖ
JENNI KONTIO 2013

**LUONTO-OPPAAN ROOLI
ASIAKASKOKEMUKSESSA
WILDLIFE KAINUU**



**Rovaniemen
ammattikorkeakoulu**
University of Applied Sciences
LUC

MATKAILUN KOULUTUSOHJELMA

ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

Matkailun koulutusohjelma
Ammattikorkeakoulututkinto

Opinnäytetyö

LUONTO-OPPAAN ROOLI ASIAKASKOKEMUKSESSA WILDLIFE KAINUU

Jenni Kontio

2013

Toimeksiantaja Kajaanin ammattikorkeakoulu
Turvallisuus eläinten katselu- ja kuvausmatkailussa -hanke

Ohjaaja Marja Tolonen-Martikainen ja Ari Kurtti

Hyväksytty Keväällä 2013 Rovaniemellä

Tekijä	Jenni Kontio	Vuosi	2013
Toimeksiantaja	Kajaanin ammattikorkeakoulu, Turvallisuus eläinten katselu- ja kuvausmatkailussa -hanke		
Työn nimi	Luonto-oppaan rooli asiakaskokemuksessa Wildlife Kainuu		
Sivu- ja liitemäärä	72 + 5		

Työn tavoitteena oli kartoittaa kokemalla, havainnoimalla sekä kysely- ja haastattelumenetelmiä apuna käyttäen, millainen luonto-oppaan rooli on asiakaskokemuksessa ja sen muodostumisessa. Millainen vaikutus luonto-oppaan läsnäololla on kokonaisuuden onnistumisen ja elämyksen syntymisen kannalta sekä miten tämä heijastuu asiakkaista.

Aihe pohjautuu laajemmalta kokonaisuudeltaan luontomatkailuun ja tarkemmin sen osa-alueeseen wildlife-matkailuun ja sen toimialaan Suomessa ja ulkomailla. Erä- ja luonto-opastuksen ominaisuudet ja matkailun toimintaympäristön tarkastelu luonnon näkökulmasta ovat myös aiheen kannalta tärkeitä asiakokonaisuuksia. Elämyksien tuottaminen ja palveluiden elämyksellisyys liittyvät olennaisesti matkailuun ja ovat erittäin tärkeitä osa-alueita tarkasteltaessa luonto-opastusta ja sen vaikutuksia asiakkaaseen.

Tutkimusmenetelmäksi valikoitui kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä ja pääaineiston kerääminen tapahtui osallistuvan havainnoinnin kautta. Havainnointireissuja tein kaksi, joista ensimmäisessä havainnoin itseäni ja tarkkailin asiakkaita sekä tein muistiinpanoja. Tästä saadun aineiston avulla kehitin toisella havainnointireissulla asiakkaiden havainnointiin käytettävän lomakepohjan. Aineistoa monipuolistamaan ja tuloksia varmentamaan selvityksessä käytettiin kyselyä ja haastattelua.

Tuloksista ilmeni, että oppaan läsnäololla oli positiivinen vaikutus. Jos opas puuttui, se vaikutti elämyksen muodostumiseen. Tuloksissa tärkeimmäksi aiheeksi nousivat oppaan toiminnan vaikutukset kokemuksiin tunteiden johdattelemisen kautta. Toiminnallisista asioista kaikki tiedonsaannin vaiheet ovat oleellisia kokemuksen onnistumisen kannalta. Oppaiden ammattitaitoisuus heijastui vastauksista ja wildlife-matkailun keskeisimmäksi kehitysnäkymäksi nousikin sen merkityksen kasvattaminen oppaiden koulutuksessa.

Avainsanat) luonto, luontomatkailu, opas, opastus, kokemus, vaikutukset, elämys

Author	Jenni Kontio	Year	2013
Commissioned by	University of Applied Sciences Kajaani Wild-life –project		
Subject of thesis	The role of nature guide on customer experience		
Number of pages	72 + 5		

The purpose of thesis was to identify, through experience and observation, the role the nature guide has in customer experience and its formation. A questionnaire survey and interview methods were also used. The effect of the nature guide's presence on the success of creating the whole experience and how it is reflected in the customers were studied.

The subject is based on a broader context of nature based tourism and more precisely wildlife tourism and the industry around it in Finland and abroad. The characteristics of wilderness and nature guiding and observing the operating environment of tourism from the nature perspective are also important subjects. Experience production and experiences offered through activities and services are intrinsically related to tourism. That is why they are very important aspects of examining nature guidance and its impact on the client.

The research method was qualitative and the main data collection occurred by participant observation. Two observation trips were made. In the first observation trip the author observed herself and watched customers and made notes. Using the material obtained an observation form was made and it was used in the second observation trip for the observation of customers. To diversify the material and to confirm the results, a questionnaire survey and an interview were carried out.

The results showed that the presence of the guide had a positive impact. If the guide was missing, it affected the formation of the experience. The most important topic that emerged from the results was the impacts of the guide's actions on the experiences through leading emotions. Of operational issues, the different stages of obtaining information are the most essential to the success of the experience. The guides' professionalism was reflected in the responses and its importance in the education and training of guides rose as the main development trend of wildlife-tourism.

Key words nature, eco-tourism, guide, guidance, experience, effects

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	2
2 LUONTOMATKAILUN MONINAISUUS	4
2.1 LUONTOMATKAILU	4
2.2 LUONTOMATKAILUN MÄÄRITTELY	5
2.3 WILDLIFE-MATKAILU	7
2.3.1 Wildlife-matkailu yleisesti	7
2.3.2 Wildlife-matkailun nykytila Suomessa.....	9
2.3.3 Wildlife-matkailun toimintaympäristö ja päämarkkina-alueet Suomessa ..	11
2.3.4 Wildlife-matkailun toimintaympäristö Kainuussa.....	13
2.3.5 Suomen wildlife-matkailun keskeisimmät kehittämiskohteet ja toimenpiteet 2009-2013.....	15
2.4 METSÄ TOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ.....	16
3 ELÄMYKSIÄ TUOTTAVA ASIAKASPALVELIJA.....	18
3.1 ERÄ- JA LUONTO-OPAS TOIMENKUVINEEN	18
3.2 ELÄMYSKOKEMUS JA ASIAKASPALVELIJAN ROOLI SEN TUOTTAMISESSA	20
3.2.1 Elämyksellisyys ja sen tuottaminen	20
3.2.2 Asiakaspalvelijan rooli kokemuksellisuudessa.....	25
4 MENETELMÄ	27
4.1 OPINNÄYTETYÖN KÄYTÄNNÖN OSION TOTEUTUS.....	27
4.2 LAADULLINEN TUTKIMUS	27
4.3 HAVAINNOT TUTKIMUSKOhteena	29
4.3.1 Havainnointi ilmiönä	29
4.3.2 Havainnointi	29
4.3.3 Havainto.....	31
4.3.4 Havainnollistaminen	34
4.4 SELVITYKSEN LUOTETTAVUUDEN ARVIOINTI	35
5 KOHTAAMISIA KONTIOIDEN KANSSA	37
5.1 TOIMINNAN KUVAUS.....	37
5.2 HAASTATTELUIJEN SATOA – NÄKÖKULMIA KAMERAN TAKAA	38
5.3 HAVAINTOJEN KIRJO	39
5.3.1 Havaintoja ja eläintenkatse- ja valokuvausretki kokemuksena.....	39
5.3.2 Havainnointien tuloksia	45
5.4 ”AINAHAN KONTION NÄKEMINEN SÄVÄYTTÄÄ”	48
5.5 YHTEENVETOJA TULOksista.....	55
5.5.1 Reliabiliteetin ja validiteetin arviointi	55
5.5.2 Yhteenveto haastattelun tuloksista.....	56
5.5.3 Yhteenveto omista kokemuksista	58
5.5.4 Yhteenveto havainnoista yleensä.....	60
5.5.5 Yhteenveto kyselyn tuloksista	61
5.5.6 Tulosten yhteneväisyydet.....	63
6 JOHTOPÄÄTÖKSIÄ TULOksista	66
LÄHTEET	69
LIITTEET	72

KUVIOLUETTELO

KUVIO 1. WILDLIFE-MATKAILUN ASIAKASMÄÄRIEN SUHDE (HOOK 2012)	8
KUVIO 2. WILDLIFE-MATKAILUN MÄÄRITELMÄ (HOOK 2012)	8
KUVIO 3. ELÄMYSKOLMIO (TARSSANEN 2007).....	22
KUVIO 4. SUKUPUOLIJAKAUMA	49
KUVIO 5. IKÄJAKAUMA	50
KUVIO 6. OPPAIDEN KÄYTTÄMÄT KEINOT POSITIIVISTEN VAIKUTUSTEN SAAVUTTAMISEKSI	54
KUVIO 7. OPPAAN LÄSNÄOLON TÄRKEYDEN ARVIOINTI	55

KUVALUETTELO

KUVA 1. KARHU LÖYSI KÄTKÖN.	40
KUVA 2. PIILOKOJUSSA ON TUNNELMAA!	43
KUVA 3. ILTAPALALLA SUON LAIDALLA.....	44

TAULUKKOLUETTELO

TAULUKKO 1. OPPAAN LÄSNÄOLON VAIKUTUKSET	52
TAULUKKO 2. ASIAKASKOKEMUS OPPAAN NÄKÖKULMASTA.....	57
TAULUKKO 3. OPPAAN TOIMINTA ELÄMYSKOKEMUKSEN RAKENTUMISESSA	59
TAULUKKO 4. OPPAAN TOIMINTA EFEKTIEN AIKANA.....	60
TAULUKKO 5. OPPAAN TOIMINNAN MERKITYS	61
TAULUKKO 6. OPPAAN LÄSNÄOLON MERKITYS.....	63

1 JOHDANTO

Suomessa on vahva perusta wildlife-matkailulle ja potentiaalia sen kehittämiseen löytyy. Siksi tämä Turvallisuus eläinten katselu- ja kuvausmatkailussa -hanke, jonka osa opinnäytetyöni on, on tärkeä, koska sen puitteissa tehtävien tutkimuksien avulla voidaan kartoittaa toiminnan nykytilaa ja kehittää sitä yhä parempaan suuntaan. Wildlife-hankkeen taustalla vaikuttaa Matkailun edistämiskeskuksen tekemä Wildlife-matkailutuotteiden kehittämisstrategia 2009–2013, joka valmistui tammikuussa 2009 sekä Wildlife-matkailutuotteiden toimenpidesuunnitelma 2009–2013. Wildlife-matkailutuotteiden kehittämisstrategian keskeisimmät kehittämiskohteet ovat saavutettavuuden parantaminen, tuotekehitys, osaamisen kehittäminen, Wildlife-toiminnan vahvempi tukeminen ja markkinointiyhteistyön kehittäminen. (MEK 2009b.)

Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 sisältää valtakunnallisia teemoitaisia tuotekehitysohjelmia, johon wildlife-matkailu, eläinten katselu ja valokuvaaminen, on valittu yhdeksi kehitettäväksi teemaksi valtakunnalliseen OutdoorsFinland -aktiviteettien kehittämisohjelmaan. Suhteellisen uuteen teemaan pohjautuvaa kehitysyhteistyötä ei ole aiemmin tehty laajamittaisesti. Kehittämisen arvoina ovat strategian mukainen kannattava ja tuottava ympärivuotinen elinkeinotoiminta, kestävä matkailu, turvallisuus sekä asiakaslupausten lunastaminen ja suomalaisuus. (MEK 2009a, 3.)

Ulkomailla, kuten esimerkiksi Afrikassa ja Australiassa, wildlife-matkailua on osattu hyödyntää jo pitkään, mutta Suomessa tähän on aktiivisesti herätty viime vuosien aikana. Suomen ainutlaatuinen luonto ja eläimistö voivat olla tulevaisuudessa merkittävä vientituote ulkomaille wildlife-matkailun saralla. Kun matkailun näkökulmasta katsoen ”puhki kulutetut” tuotteet ja palvelut, kuten poro- ja moottorikelkka-aktiviteetit, eivät enää riitä vastaamaan asiakkaiden haluun nähdä ja kokea jotain alkuperäistä, paikallisuuteen pohjautuvaa ja autenttisuutta tavoittelevaa, wildlife-matkailun mahdollisuudet nousevat esiin.

Mitä itse aiheestani jo tiedetään? Luonto-oppaan tehtävät ovat useimmille tuttuja tai ainakin niistä on vahvoja mielikuvia. Heidän toimenkuvansa tunnistetaan, mutta nyt tarvitaan lisää ja ennen kaikkea tarkempaa tietoa siitä, millaisia vaikutuksia oppaalla on palveluprosessissa sekä miten nämä vaikutukset näkyvät asiakkaassa? Mitkä nousevat luonto-oppaan tärkeimmiksi ominaisuuksiksi asiakaskokemuksen kannalta? Turvallisuuden tunteen luominen, viihdyttäminen, opettavat vaikutukset, aistien herättely toiminnallisilla keinoin ja niin edelleen? Kuinka suuri rooli luonto-oppaalla on positiivisen ja myönteisen kokemuksen syntymisessä tai voiko hän vaikuttaa kokemukseen negatiivisesti? Selvityksessäni etsitään vastauksia näihin kysymyksiin.

Tiivistäen selvityksen tavoitteena oli kartoittaa kokemalla ja havainnoinnin kautta, kysely- ja haastattelumenetelmiä apuna käyttäen, millainen luonto-oppaan rooli on asiakaskokemuksessa ja sen muodostumisessa. Millainen vaikutus luonto-oppaan läsnäololla on kokonaisuuden onnistumisen ja elämyksen syntymisen kannalta. Tarkoitus oli saada tietoon, kuinka luonto-oppaan vaikutus heijastuu asiakkaista ja millaisia keinoja opas käyttää saavuttaakseen positiivisen lopputuloksen. Työn pohjalla käytetään henkilökohtaisia kokemuksia, joihin asiakkaiden kokemuksia peilataan.

2 LUONTOMATKAILUN MONINAISUUS

2.1 Luontomatkailu

Yksinkertaistettuna luontomatkailu on luonnonympäristössä tapahtuvaa matkailua ja luontomatkailun tuotekehityksen raaka-aine eli resurssi. Pyritään noudattamaan kestävän kehityksen mukaisia matkailun periaatteita, luonto ei kuormitu liikaa ja sen eliöstö sekä kasvillisuus eivät kärsi matkailun aiheuttamista vaikutuksista. Näin ollen kestäväksi luontomatkailu mielletään silloin, kun resurssit säilyvät uusiutuvina ja muuntumattomina sekä ennen kaikkea silloin, kun resursseja voidaan lisätä tai tilannetta voidaan vaalia, esimerkiksi luonnonsuojelun ja huolellisen suunnittelun avulla. Käsite voidaan avata eri osien kautta. Se sisältää luonnosta kiinnostuneen matkailijan eli luontomatkailijan, luontoa tuotteistavan matkailuyrittäjän, luontomatkailutuotteet ja -palvelut, luontomatkailun julkiset toimijat, esimerkiksi Metsähallituksen, sekä itse kohteen eli luonnon. (Hemmi 2005a, 333.)

Jo ennen massaturismin kehittymistä luonnon kokeminen on ollut matkailun tarkoituksiperistä tärkeimpiä sekä itse luonto matkakohteista merkittävämpiä. Luonto on ennen nykymuotoisen, laajamittaisen matkailun, kehittymistä mielletty eettisesti arvokkaaksi ja merkittäväksi ihmisen henkiselälle hyvinvoinnille sekä tunne-elämälle. (Hemmi 2005a, 333.) Luonnolla uskotaan olevan parantava vaikutus.

Suomessa luonnon merkityksen ymmärtämisen juuret ovat kaukana historiassamme. Luonnon arvostus huipentui kansallisromantiikan aikana. Maassamme ollaan nykypäivänä palaamassa samankaltaiseen ajatusmalliin. On huomattu, että massaturismi on monilla alueilla ekologisesti kestämatöntä, taloudellisesti epävarmaa ja henkisesti köyhdyttävää. Olemme nyt kehittämässä matkailuamme luontomatkailun kautta siihen suuntaan, mihin sitä olisi pitänyt kehittää jo alusta asti. (Hemmi 2005a, 333.) Onneksi olemme oivaltaneet luonnon merkityksen uudelleen, koska maassamme puhdas ja vihreä luonto on äärettömän suuri rikkaus tilanteessa, jossa koko maapallomme kärsii vakavista ympäristöongelmista ja ilmaston

lämpenemisestä. Luontomatkailu onkin yksi merkittävimmistä matkailullisista vetovoimatekijöistä Suomessa. Tämä tulisi muistaa kaikessa matkailullisessa suunnittelussa, jotta emme huomaamattamme aiheuta matkailua kehittäessämme vahinkoa tälle arvokkaalle voimavaralle.

Toki massamatkailukin on lähiaikoina löytänyt etunsa uudelleen kehityttyään kestävämmäksi. Massamatkailua ei voida unohtaa, koska se on ongelmistaan ja uhkatekijöistään huolimatta säilyttänyt suosionsa ja asemansa jo 1960-luvusta alkaen ja edelleen kasvaen. (Hemmi 2005a, 334.) Alueelliset jättiongelmat, kuten esimerkiksi Kanariansaarien muuttuminen matkailullisten lavasteiden pyhätöksi, paljastaa sen, kuinka suunniteltua matkailutoiminnan tulee olla, jottei jouduta tämänkaltaiseen tilanteeseen. Tämä on ehdottoman tärkeää muistaa suunniteltaessa, kehittäessä ja ennen kaikkea laajentaessa luontomatkailutoimintaa.

2.2 Luontomatkailun määrittely

Määrittelyä voidaan tehdä useasta eri näkökulmasta kuten matkailijan eli kokijan luontosuhteen perusteella. Toisaalta sitä voidaan jakaa yhteiskunnasta ja sen normeista sekä arvoista lähtevällä ympäristöfilosofisella näkökulmalla perusteltujen määritelmien kautta. Lisäksi määrittelyä voidaan tehdä elinkeinon näkökulmasta. Matkailijan luontosuhteeseen perustuva määrittely ei välttämättä sisällä matkailuelinkeinotoimintaa lainkaan (Hemmi 2005a, 334). Luonnosta voi nauttia itsessään, käyttämättä mitään kaupallisia matkailutuotteita tai -palveluita. Luontomatkailu ei siis ole käsitteenä yksiselitteinen, vaan sen sisällöstä on olemassa useita eri näkemyksiä.

Stephen Condit on luonnehtinut luontomatkailun käsitettä ja ihmisen ja luonnon välistä suhdetta 90-luvulla seuraavasti: luontomatkailu on toimintaa, joka järjestää ihmisille mahdollisuuksia vieraila paikoissa, joiden luonnonpiirteet ja -ominaisuudet vetävät ihmisiä puoleensa niiden itseisarvonsa takia. (Malinen 2000, 5; ks. Condit 1995). Hänen mukaansa luontomatkailun tarkoitus on, että ihminen pääsee kohtaamaan ja kokemaan luonnon intensiivisesti luonnon ehdoilla. Tämä tarkoittaa sitä, että luontokohteen riippumattomuutta ja koskemattomuutta on kunnioitettava,

etteivät ympäristön ominaisuudet pääse muuttumaan. Tämän käsityksen mukaan luontomatkailu sallii ainoastaan sellaista toimintaa, jossa noudatetaan matkailukohteena olevan luonnon sisäisiä tapahtumia, prosesseja ja rakenteita. Toiminta ei siis saa tehdä luontoa riippuvaiseksi siitä tai viedä luonnolta sen koskemattomuutta. Tällöin ihmisen läsnäolo luonnossa on luonteeltaan lähinnä vastaanottavaa. (Malinen 2000, 5; ks. Condit 1995, 29–32.)

Luontomatkailu sanana sisältää kaksi määriteltävää käsitettä, luonto ja matkailu. Luontoa määrittää muun muassa biologit, joiden mukaan luonto koostuu elollisesta ja elottomasta luonnosta. Elollisen luonnon muodostavat eläimet, kasvit ja sienet. Ekologit puolestaan määrittelevät luonnon sen prosessien kautta. Itse matkailijat määrittävät luonnon kokemusympäristönä. (Hemmi 2005a, 334.)

Matkailu sanana tarkoittaa toimintaa, jossa ihmiset liikkuvat tavanomaisen elinympäristönsä ulkopuoliselle paikkakunnalle. Jos nämä kaksi yrittää yhdistää kirjaimelliseksi määrittelyksi, on vastaus seuraava: luontomatkailu on toimintaa, missä ihmiset matkustavat tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolelle, matkailun määritelmän mukaan, tutustuakseen elolliseen ja elottomaan luontoon, biologisen luontonäkemyksen mukaisesti ja voidakseen ymmärtää sen prosesseja ekologisen luontonäkemyksen kannalta. Luontomatkailu toimintana kehittää eettisesti kestävämpää ekologishumanistista luontosuhdetta ympäristöfilosofian mukaisesti ja antaa kokijalleen mahdollisuuden nauttia luontoelämyksestä nähdessä luonnon kokemusympäristönä sekä se on toimintaa mistä luontomatkailuyrittäjät saavat toimeentulonsa eli luontomatkailuun pohjautuvan elinkeinonsa (Hemmi 2005a, 334).

Luontomatkailututkimuksille Suomessa vaikuttaa olevan ominaista ymmärtää luonto ja ennen kaikkea metsä, matkailutoiminnan resurssina, jota muovataan matkailuteollisuuden ja muiden luonnonkäyttäjryhmien toiveiden sekä matkailutoimintaan sisältyvien ja sen mukanaan tuomien muutosten mukaiseksi. Tämä johtaa siihen, että metsää ei nähdä itseisarvoisena vaan

sen katsotaan olevan ympäristö, joka tarjoaa aineellisia ja aineettomia hyödykkeitä, joita matkailussa jalostetaan. (Rantala 2011, 40.)

Wildlife-matkailussa pyritään taistelemaan juuri tällaista käsitystä ja toimintatapaa vastaan. Wildlife-matkailussa itse luonto nähdään arvona, jota halutaan kokea, tutkia ja tarkastella. Halutaan oppia, ymmärtää ja nähdä mitä luonto itsessään tarjoaa. Pyrkimyksenä on kokea autenttista luontoa. Kun luonto koetaan yhtenä aktiivisena osallisena matkailutapahtuman kokonaisuudessa, saavutetaan Wildlife-matkailulle ominaista ajattelutapaa.

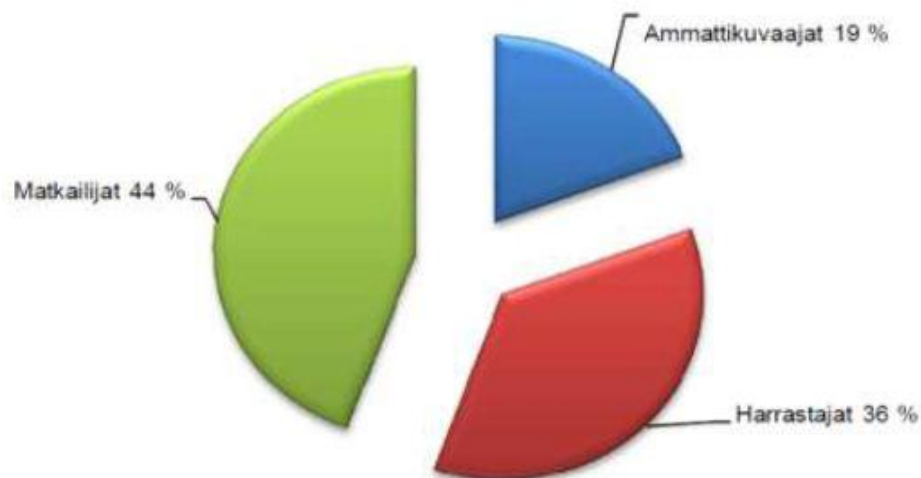
2.3 Wildlife-matkailu

2.3.1 Wildlife-matkailu yleisesti

Wildlife-matkailu on hyvin merkittävä luontomatkailun osa-alue ja vuosittain tehdään maailmanlaajuisesti noin 12 miljoonaa wildlife-matkailuksi luokiteltavaa matkaa. Pääasiallisesti luonnon tarkkailun eli wildlife-matkailun vuoksi matkustavia on arviolta noin kolme miljoonaa henkilöä. Wildlife-matkailu on myös hyvin nopeasti kasvava matkailuala, sillä sen kasvuvauhdin arvioidaan olevan noin kymmenen prosenttia vuodessa. Alan arvioitu arvo kokonaisuudessaan on 37 miljardia euroa. (Mintel 2008; Newsome 2012.)

Wildlife-matkailu on hyvin moniulotteinen matkailumuoto. Se sisältää useita tarkkailun kohteena olevia kasvi- ja eläinlajeja, erilaisia matkakohteita ja ennen kaikkea monenlaisia matkailijoita erilaisine toiveineen, odotuksineen ja tarpeineen. (Newsome ym. 2005, 12–20.) Moniulotteisuutensa vuoksi wildlife-matkailu voidaan nähdä alati uusiutuva alana. Aina on mahdollista löytää uusia kohteita uusine vetovoimaisuuksineen. Tämä johtuu siitä, että wildlife-matkailu on sisällöltään erilaista riippuen toteutusympäristönsä ominaisuuksista. Lisäksi wildlife-matkailua voidaan luokitella monella tapaa. Se voidaan jakaa muun muassa matkailutyyppin mukaan perinteiseen luontomatkailuun, ekomatkailuun, wildlife-kohteisiin keskittyneeseen matkailuun tai erityisten kohderyhmien mukaisesti, esimerkiksi lintuharrastajille suunnattuun matkailuun. (Newsome 2012.) Wildlife-

matkailijoita voidaan myös jakaa, muun muassa heidän kiinnostuksen kohteena olevan lajin tai heidän matkustusmotiivinsa mukaan (kuvio 1).



Kuvio 1. Wildlife-matkailun asiakasmäärien suhde (Hook 2012)

Matkustusmotiivina voi olla luonnon katselu, kuvaus tai pyrkimys luonnonläheiseen kontaktiin sekä kiinnostus eläinten syöttämisestä ja koskettamisesta kohtaan. (Newsome ym. 2005, 12–20.)

Wildlife-matkailu on lintujen, suurpetojen, sekä muiden nisäkkäiden, kasvien ja luonnonnähtävyyksien tarkkailua, katselua, kuuntelua ja kuvaamista luontaisessa ympäristössä. Tarkennettuna eläinten katselu ja kuvaaminen ovat siis osa laajempaa wildlife-aktiviteetit ja wildlife-matkailu termiä (kuvio 2).



Kuvio 2. Wildlife-matkailun määritelmä (Hook 2012)

Yhä keskeisemmäksi wildlife-elämykseksi mielletään etenkin harvinaisten eläinten katselu ja käyttäytymisen havainnointi niiden luonnollisessa ympäristössä. (Moscardo–Salzter 2005). Aktiviteettina se käsittää eläinten tarkkailun, katselemisen, kuuntelun ja kuvaamisen eläimen luontaisessa elinympäristössä kestävän matkailun periaatteita noudattaen. Wildlife-matkailuun liitetään osaltaan myös luonnonsuojelu ja tiedon välittäminen eläimistä, kasveista ja luonnon ympäristöstä. (MEK 2009a, 3.)

Yksittäinen wildlife-matkailutuote sisältää kohderyhmälle lajisidonnaisesti sopivan kohteen, katselu- ja kuvaamispaikan sekä opastuksen pienryhmissä. Tuotteisiin voidaan liittää muita palvelun osia, kuten kojujen ja katselutornien käyttö, ruokailut, majoitukset, kuljetukset ja vakuutukset. Tuotteeseen liittyy olennaisesti myös paikallinen kulttuuri, nähtävyydet, äänet, maisemat, eläimistö ja kasvillisuus. Siirtyminen katselupaikalle muovaa kokonaisuuden, koska se voidaan toteuttaa muun muassa kävellen, meloen tai vaikka ratsastaen. Matkailullisesti ajatellen, kestäväällä tavalla, luonnon ehdoilla, turvallisesti ja ammattimaisesti toteutettu tuote täyttää wildlife-tuotteelle asetetut kriteerit. (MEK 2009a, 3.)

2.3.2 Wildlife-matkailun nykytila Suomessa

Suomessa wildlife-toiminnan matkailullinen hyödyntäminen on alkanut jo 90-luvulla, jolloin lintumatkailun ammattimainen kehittäminen alkoi. Matkailupalveluiden tarjontaa on noin 50 yrityksellä, joista alle 20 keskittyy päätoimisesti wildlife-matkailuun. (Hook 2012.)

Lintumatkailu on kasvava ala maailmalla ja lintuharrastajia on arviolta 70 miljoonaa. Suomessa käy yli 1000 ulkomaalaista lintumatkailijaa vuosittain ja heidän mukanaan tuomansa matkailutulot ylittävät miljoonan euron rajan. Lintumatkailijat viiptyvät Suomessa keskimäärin viikon tehden kiertomatkoja. Päivittäin he käyttävät rahaa noin 175–250 euroa. Toiminnan kehittäminen on tarpeen, koska Suomessa on vain noin viisi yritystä, joiden toiminta keskittyy opastettujen lintumatkojen järjestämiseen. Tällaisen matkailun investointitarpeet ovat myös suhteellisen pienet, joten potentiaalia kasvulle

löytyy. (MEK 2009a, 4.) Tärkeimpiä tarkkailtavia lintuja ovat pöllöt, kotkat ja muut petolinnut sekä tikat ja metsäkanalinnut (Hook 2012).

Suurpetoihin keskittyvä luontomatkailu on kehittynyt Suomessa viime vuosien aikana. Tämän elinkeinon kehittymiseen liittyviä kasvavia odotuksia esiintyy ympäri Suomea, erityisesti itäisissä kunnissa, joissa harjoitetaan luontokuvausta sekä eläinten ja lintujen katselutoimintaa. Suurpedoista vetovoimaisimmat eläimet Suomessa ovat karhu, ahma ja susi. Muita vetovoimaisia nisäkkäitä ovat hirvi, majava, liito-orava ja lepakko. (MEK 2009a, 4.)

Markkinoinnin näkökulmasta katsoen Suomen vahvuudet wildlife-matkailussa ovat harva asutus, kauniit luontonäkymät ja laajat erämaa-alueet, toimiva infrastruktuuri ja turvallisuus, ympäristön puhtaus sekä erikoisuuksina monipuolinen ja osaltaan ainutlaatuinen havumetsäalueen eläimistö, piilokojut ja yötön yö. Venäjän rajan läheisyys on myös merkittävä suurpetokannan takaaja. Suomessa on myös wildlife-matkailua tukevat jokamiehenoikeudet. Suomen luonto antaa monipuoliset mahdollisuudet kuvaamiseen ja maasta löytyy vahvaa luontokuvaamisen osaamista, joka myös varmistaa sen, että oppaat ovat ammattitaitoisia. (MEK 2009a, 12; Hook 2012.)

Wildlife-matkailulla on myös monia haasteita. Riippumatta siitä, että wildlife-matkailu muodostuu lukuisista erilaisista matkailumuodoista ja lajeja on paljon, eivät monet maat tai matkakohteet hyödynnä wildlife-matkailullista potentiaaliaan. Tämä johtuu osaltaan siitä, ettei tuotteistamisen lähtökohtia tunnisteta ja toisaalta siitä, ettei kunnollista luonto-opastuksen osaamista löydy. Ongelman taustalla voi olla myös alueella toimivien muiden matkailumuotojen valta-asema, kilpailevat toimet kuten kaupalliset aktiviteetit tai alueella vallitsevat maankäyttöön liittyvät erimielisyydet sekä suojelualueiden puute. David Newsome tuo luennollaan esiin ratkaisuja muun muassa näihin ongelmiin. Hän toteaa, että wildlife-matkailun kehittämisessä ja alan kasvattamisessa entisestään mahdollisuutena on vaikeasti havaittavien tai jopa ”näkymättömien” lajien, kasvien ja hyönteisten

tuominen esiin ja hyväksikäyttäminen wildlife-matkailun vetonauloina. Tarvitaan oikein rakennettuja ja kiinnostavia tuotteita. Oppimisen merkitys kasvaa tuotteistamisessa ja oppaiden tarve on välttämätön. (Newsome 2012.)

Opastuksen merkitystä wildlife-matkailussa avaamaan Newsome käyttää eteläafrikkalaista Addonin kansallispuistoon pohjautuvaa elefantti esimerkkiä. Kansallispuisto on esimerkillinen kohde, koska se tuo esiin laadukkaan opastuksen merkityksen. Alueella järjestettävillä retkillä tärkeässä roolissa on opas ja ennen kaikkea hänen ammattitaitonsa, koska elefantit viihtyvät enimmäkseen vaikeasti saavutettavilla alueilla ja niiden havainnointi on erityisen vaikeaa. Tästä syystä tilanteen taitava opas keskittää asiakkaiden huomion tarkemmin muun muassa eläinten jättämiin jälkiin, kuten ulosteeseen sekä ulostetta hyödyntäviin kovakuoriaisiin. Näin hän tuo esille elefanttien merkityksen alueen ekosysteemille. Tällöin matkailijat pääsevät osallistumaan elefanttien elämään alueella, tavalla tai toisella, ja saavat mielenkiintoista tietoa liittyen eläimiin. Tästä syystä he ovat lähes poikkeuksetta retkeen tyytyväisiä, vaikeivät todellisuudessa ole nähneet itse elefantteja lainkaan. (Newsome 2012.)

Suomen kohdalla merkittävämpiä haasteita on talvituotteiden luominen, omatoimimatkojen lisääntyminen eli tuotekehityksen tarve, jolla myös yhdessä alueellisen yhteistyön ja yhdistämällä eri aktiviteetteja voitaisiin pidentää viipymää. Tarvitaan siis tehokkaampaa luonnonhyödyntämistä ja multiaktiiviteettimahdollisuuksia. Asiakkaiden laatutason vaatimukset eli mukavuudenhaluisuus lisää myös osaltaan haasteita tuotekehitykseen, esimerkiksi piilokojujen osalta. (Hook 2012.)

2.3.3 Wildlife-matkailun toimintaympäristö ja päämarkkina-alueet Suomessa

Wildlife-matkailun näkökulmasta tärkeitä kohteita Suomessa on useampia. Suomesta on löydetty 96 suojelullisesti tärkeäksi luokiteltavaa lintualuetta eli IBA:ta, jonka lyhenne tarkoittaa important bird areas. Oulu-Kuusamon lintumatkailureitti on suosituin. Liminganlahti on tärkeä lintujen pesimä- ja levähdyspaikka, Kuusamo itäisten ja pohjoisten lajien kohtauspaikka.

Parikkalan Siikalahti ja Patvinsuo sekä merialueiden saaristot ovat myös merkittäviä. Kuusamosta matka yleensä jatkuu Lappiin ja Norjaan Jäämerta kohti. Lintutapahtuma Kuusamon Bird Race on Suomen suurin ja myös kansainvälisten asiakkaiden suosima. (MEK 2009a, 5.)

Nisäkkäiden tärkeimpiä katselualueita ovat Pohjois-Karjala ja ennen kaikkea Lieksan ja Nurmeksen alueet, Kainuussa Kuhmo ja Suomussalmi sekä niiden väliset alueet, Lappi, Pohjois-Pohjanmaa, Varsinais-Suomi sekä Saimaan alue. Suurpetoja tavataan itärajalla Pohjois-Karjalan ja Kuusamon välisillä alueilla. Etelä- ja Itä-Suomi on majavien aluetta. Hyljealueina länsirannikko (Varsinais-Suomi ja Pohjois-Pohjanmaa) ovat tärkeitä ja Saimaa norppien alueena. Luontokeskus Petola Kuhmossa on monipuolista tietoa Suomen suurpedoista tarjoava keskus. (MEK 2009a, 5.)

Suomelle tärkeimmät lähtöalueet nisäkkäiden katselun osalta ovat Iso-Britannia, Alankomaat ja saksankielinen Eurooppa. Potentiaalisia maita ovat myös muun muassa Espanja, Italia, Japani, Ranska sekä Pohjoismaista Norja ja Ruotsi. Lintumatkailua ajatellen tärkeimmät maat ovat Iso-Britannia, Saksa, Hollanti ja Belgia. (MEK 2009a, 8.) Suomen pahimmat kilpailijamaat suurpetojen katselun osalta ovat Viro, Ruotsi, Romania ja Bulgaria. Lintujen kuvaamisen ja katselun puolesta näitä taas ovat Unkari, Viro, Puola ja Ruotsi. (MEK 2009a, 9.)

Suomea ajatellen potentiaalinen asiakkaiden lähtöalue on siis Eurooppa, koska siellä on paljon luontoharrastajia ja mahdollisia luontomatkatilapalveluiden käyttäjiä, esimerkiksi Isossa-Britanniassa on yli miljoona yhdistykseen kuuluvaa lintuharrastajaa. Wildlife-matkailu, erilaisissa muodoissaan, laajenee nopeasti maantieteellisesti uusille alueille ja uusiin kohdelajeihin. (MEK 2009a, 6.)

Wildlife-matkailu ja -tuote muualla maailmalla eroaa suomalaisesta monella tapaa ja perustuu alueellisiin ominaisuuksiin. Suomen ainutlaatuisuus wildlife-tuotteissa näkyy esimerkiksi juuri piilokojutoiminnassa. Luonnontarkkailu ja -kuvaus ovat itsessään merkittäviä matkustusmotiiveja ja

siksi wildlife-matkailulle on vahva perusta. Maailman wildlife-matkailun arvioitu koko on 12 miljoonaa matkaa vuosittain ja puolet niistä suuntautuu Afrikkaan, joka on wildlife-matkailun markkinajohtaja, pääalue ja pioneirimaa yhdessä Australian kanssa. Osa maista on jopa riippuvaisia wildlife-matkailusta, esimerkiksi Kenia ja Galapagos-saaret. Tuotteiden kirjo on suuri, koska jokaisella kohdemaalla on omat ainutlaatuisuutensa. (MEK 2009a, 5.)

2.3.4 Wildlife-matkailun toimintaympäristö Kainuussa

Suomen wildlife-matkailun pääalueet ja kärkituotteet sijoittuvat Kainuuseen, Pohjois-Karjalaan, Pohjois-Pohjanmaalle ja Lappiin. Näistä eritoten Kainuun alue on ollut edelläkävijä wildlife-tuotteiden kehittämisessä. (Hook 2012.) Luonnon läheisyys ja alueiden runsaus on varmasti vaikuttanut niin sanottuun kainuulaiseen luonnonmukaiseen ajattelutapaan, joka on varmasti edesauttanut luontomatkailun syntyä ja kehittymistä nykyiseen mittakaavaansa ja laadukkuuteensa. Luontoa vähiten rasittavat toiminnot nähtiin potentiaalisimpina (Malinen 2000). Matkailun vaikutukset ovat alueelle hyvin tärkeitä niin taloudellisesti kuin sosiaalisestikin ja tältä osin Kainuu on verrattavissa matkailullisten hyötyjen suhteen Lappiin.

Luontomatkailututkimuksia on tehty vähän, varsinkin alueellisesti. Kainuulaisten luontoon liittyvien arvojen ja asenteiden kartoittaminen aloitettiin kuitenkin vuonna 1998 kun wildlife-matkailu oli Suomessa vasta alkumetreillään. Tutkimus (Malinen 2000) vahvisti jo olemassa olevaa käsitystä siitä, että Kainuu on korpimetsien maa. Luonto nähtiin Kainuun matkailullisena valttina historian ja kulttuurin edellä. Tuolloin saatujen tulosten mukaan tärkeimmät metsiin liittyvät arvot ovat niiden elinvoimaisuus ja terveys, maiseman kauneus sekä metsään kohdistuvien harrastusten kuten marjastuksen ja sienestyksen mahdollisuudet. Vastaajista jopa yli 40 prosenttia ilmoitti ammattinsa tai sivuelinkeinonsa pohjautuvan metsään tai luontoon yleensä. Jo tuolloin luonnonsuojelun ajateltiin lisäävän eliöstön monimuotoisuutta, maiseman kauneutta ja viihtyvyyttä. Vallitsevan käsityksen mukaan luonnonsuojelun nähtiin edistävän matkailua ja Kainuun arvostusta niin koti- kuin ulkomaillakin. 80- ja 90-luvun taitteessa tehtyjen

matkailusuunnitelmien pohjalta voidaan katsoa alkaneen myös alueen luontomatkailun kehittäminen.

Toiminta tehostui 90-luvun puolivälissä kun Kainuun matkailun kehittämiskeskuksessa tehtiin Kainuuta koskevaa, matkailun taloudellisia vaikutuksia käsittelevä tutkimus. Luontomatkailun potentiaali huomattiin ja Kuhmossa 90-luvun loppupuolella tehdyn Kuhmon luontomatkailun nykytilaa ja sen mahdollisia kehittämistarpeita käsittelevän tutkimuksen tuloksia voidaan peilata nykypäivään. Luontomatkailun vahvuuksiksi haastatellut mainitsevat luonnon puhtauden, koskemattomuuden ja kulkijaa ympäröivän rauhan. Vetovoimatekijänä pidettiin vesiluontoa ja muina vahvuuksina erämaa- ja luonnonsuojelualueita sekä retkeilyreitistöjä. (Malinen 2000.) Nämä ovat edelleen alueen vahvuuksia ja nähtävissä matkailun markkinoinnissa kilpailukeinoina. Heikkoudeksi nähtiin luontomatkailun osalta taitamattomuuden olemassa olevien mahdollisuuksien hyödyntämisessä (Malinen 2000).

Tämän heikkouden oivaltaminen ja siihen puuttuminen yhdistettynä silloisten tulevaisuuden näkymien tavoitteluun on ajanut Kainuun luontomatkailun ja eritoten wildlife-matkailun saralla Suomen kärkialueeksi. Tuolloin todettiin, että esimerkiksi Kuhmolla on erämaakaupunkina paljon mahdollisuuksia uuden, luontoa arvostavan matkailutrendin lisääntyessä. Nykypäivänä tämä matkailutrendi on Kainuun valtti matkailumarkkinoilla. Kehitys on jatkunut ja luontomatkailu on jalostunut paljon vuosikymmenien kuluessa. Kehityksestä kertoo muun muassa luontomatkailupalveluita tarjoavien yritysten määrä alueella sekä alueen valtakunnallisesti saadut tunnustukset toiminnan laadukkuudesta sekä erilaiset palkinnot. Uusimpana näistä oli 28.12.2012 Ylä-Kainuussa julkaistu juttu Suomussalmella ja Kuhmossa toimivasta Wild Taiga -yrityksestä, joka oli päässyt uuden matkailuaiheisen kilpailun, Finnish Travel Awardin, finaaliin. Jutussa kerrottiin kainuulaisen matkailun saaneen hyvää arvostusta ja raati painotti valinnoissaan kohteiden laatua, saavutettavuutta, kasvavaa suosiota, kiinnostavuutta ja ajankohtaisuutta. Kyseinen yritys on aiemminkin saanut useita merkittäviä palkintoja ja tunnustuksia. (Ylä-Kainuu 2012.) Toinen mainittava tunnustus alueelle oli

Suomussalmella sijaitsevan Hossan retkeilyalueen nimeäminen Vuoden retkikohteeksi vuonna 2011 (Metsähallitus 2011).

Kainuun vetovoimaisuutta luontomatkailun kohdealueena puolustaa sen sijainti maantieteellisesti keskellä Suomea ja maakunnan suhteellisen suuri koko asukaslukuun nähden kertoo suoraan siitä, että alueen luonto-osuus pinta-alasta on mittava ja näin ollen alueella on laajat luontomatkailun mahdollisuudet. Kainuun suurimmat kunnat ovat Suomussalmi ja Kuhmo, jotka ovatkin Kainuun rajakuntia. Suomussalmi on pinta-alaltaan alueen suurin ja se kattaa 23,9 prosenttia maakunnan pinta-alasta. Toiseksi suurin on Kuhmo, joka on 22,3 prosenttia Kainuun kokonaispinta-alasta. (Malinen 2000.) Tärkeimpiä alueen matkailullisia valtteja ja Kainuun rikkauksia on koon lisäksi sen maaston monimuotoisuus ja vesistöjen määrä, eläimistön harvinaisuus sekä itärajan läheisyys. Eläimistön osalta ja wildlife-matkailun näkökulmasta tärkein seikka on alueelta löytyvät, Suomessa harvinaisiksi käyneet eläinlajit, kuten suurpedot karhu, susi, ahma ja ilves ja linnuista laulujoutsen, maakotka, kalasääksi ja muuttohaukka. Itärajan tuntumassa tavataan myös muuten Suomessa harvinaista metsäpeuraa.

2.3.5 Suomen wildlife-matkailun keskeisimmät kehittämiskohteet ja toimenpiteet 2009–2013

Matkailun edistämiskeskuksen toimenpidesuunnitelman mukaan saavutettavuutta parannetaan helpottamalla itse kohdealueelle ja eläinten katselupaikoille pääsemistä. Tuotekehityksen saralla luodaan wildlife-tuotteille oma tuotekriteeristö, jonka avulla muun muassa tuotteiden laatua pystytään tarkkailemaan ja varmistamaan niiden turvallisuus. Tuotekehityksellä edistetään uusien tuotekokonaisuuksien syntymistä, jolla voidaan pidentää sesonkia ja asiakkaiden viipymistä. Tuotekehityksen taustalla on muun muassa asiakasryhmiin kohdennettujen tuotteiden suunnittelua ja pohditaan muun luonnon hyödyntämiseen ja kestäväan kehitykseen liittyviä asioita. Wildlife-matkailukeskittymien luominen luonnon ja infrastruktuurin puolesta suotuisimmille alueille ja olemassa olevien kehittämistyökalujen hyödyntäminen sekä aiemmin saavutetun tiedon levittäminen kuuluivat myös tuotekehityksen alaisuuteen. (MEK 2009b.)

Osaamisen kehittämistä tavoitellaan parantamalla yrittäjien tietotaitoa muun muassa hinnoittelun ja kustannuslaskelmoinnin, sähköisen ja kansainvälisen liiketoiminnan, tuotteistuksen ja opaskoulutukseen liittyvien kieli- ja ammattitaidon kehittämisen kautta. Tutustumalla ja testaamalla ulkomaalaisia tuotteita ja toimintamalleja, pyritään kokemuksi hyödyntämällä kehittämään myös Suomen tarjontaa. Osaamisen kehittämisen kannalta on myös tärkeää lisätä yhteistyötä ja verkostoitumista yrittäjien, maanomistajien ja muiden sidosryhmien välillä. Wildlife-toimintaa pyritään tukemaan vahvemmin edistämällä lainsäädäntöä ja toimintaympäristöä siten, että yrityksillä olisi mahdollisuus toimia kannattavasti ympäri vuoden. Lisäksi maakuntakaavoihin varataan tietyt alueet luontomatkailun käyttöön. Markkinointia ja näkyvyyttä pyritään lisäämään markkinointiyhteistyön kautta. Kansainvälisille messuille yhdessä osallistuminen ja internet-myyntin tehostaminen ovat keinoja, joilla tätä pyritään saavuttamaan. (MEK 2009b.)

2.4 Metsä toimintaympäristönä

Metsä toimii ainutlaatuisten luontokokemusten lähteenä. Se minkälaisia luontokokemuksia metsässä tuotetaan, on suurelta osin matkailun globaaleista toimintatavoista ja oppaiden kohteissa tekemästä työstä kiinni. Luonnossa toimivien oppaiden käytännöt, eli se millaisia metsään liittyviä toimintatapoja oppaat käyttävät ovat perustana sille, miten metsästä tuotetaan matkailukäyttöön sopiva ympäristö yhteisen toiminnan kautta. (Rantala 2011, 6.)

Metsä ja sen ominaisuuksien hyödyntäminen ja ”tuottaminen kaupalliseen luontomatkailutoimintaan soveltuvaksi perustuu oppaan toiminnan, matkailijoiden motiivien ja metsän tarjoamien rajoitusten ja mahdollisuuksien väliseen dynamiikkaan”. Toiminta metsässä vaatii toiminta-alueen, eli luonnon ja sen olosuhteiden tuntemista. Myös teknisten apuvälineiden käyttöön liittyvien taitojen hallinta on tärkeää alati muuttuvien olosuhteiden vuoksi. Nämä olosuhteiden muutokset, kuten sään vaihtelut, tulee osata hyödyntää. (Rantala 2011, 6–7.) Herääkin kysymys miten voi saada asiakkaat pysymään tyytyväisinä, esimerkiksi sateella ja voiko tilanteen

kääntää positiiviseksi tunteeksi ja kokonaisuuden voimavaraksi, jolloin kokemus saa lisäarvoa erikoisten olosuhteiden kautta.

Säätilan vaikutusten tutkimuskin osoittaa, kuinka metsä ei ole vain hyödyke vaan se antaa raamit luonnossa tapahtuville matkailutilanteille ja niiden onnistumisille (Rantala 2011, 42). Tämä pohjautuu siihen, että luontomatkailussa pyritään luomaan ”tunteisiin perustuvaa intensiivisyyttä metsässä tapahtuvaan toimintaan” (Rantala 2011, 7). Hyvä matkailuammattilainen osaakin ennakoida tyytymättömyyttä aiheuttavat tilanteen, sopeutua muutoksiin ja luoda niistä ennalta odottamattomia elämyksiä asiakkaalle. Voidaan sanoa, että ”hyvä asiakaspalvelija pystyy tekemään huonostakin tuotteesta elämyksen, mutta elämys ilman hyvää asiakaspalvelijaa on vaikea saavuttaa” (Tarssanen 2007, 27–28.) Tässä kohtaa oppaan kokemuseräinen tietotaito nousee merkittävään rooliin.

3 ELÄMYKSIÄ TUOTTAVA ASIAKASPALVELIJA

3.1 Erä- ja luonto-opas toimenkuvineen

Maassamme järjestetään niin toisen- kuin korkeanasteen koulutusta matkailuun ja maaseutu- sekä luontomatkailuun liittyen. Lisäksi on erillisiä ammattitutkintoja erä- ja luonto-oppaaksi. ”Erä- ja luonto-oppaan on tärkeä tuntea miten luonto toimii, mitä siellä voi nähdä ja havainnoida sekä kuinka sen monimuotoisuus toimii.” Oppaana voi toimia joko ammatinharjoittajana tai yleisesti ottaen jonkin yrityksen palveluksessa. (Hemmi 2005b, 572.) Suurin osa oppaista toimii safariyrityksissä, joko työntekijöinä tai alihankkijoina.

Oppaan tulee toimia luontoa kunnioittavasti, kestävän kehityksen periaatteen mukaisesti ja ympäristövastuullisesti. Erä- ja luonto-opas suunnittelee ja toteuttaa erilaisia ja erimittaisia luonnossa tapahtuvia retkiä ja aktiviteetteja. Asiakasryhmät vaihtelet paljon ja vuodenaika luonnollisesti vaikuttaa toimintaan. Oppaan toiminnalle ominaista on maastotuntemus ja vakuuttava työskentely, mikä tietenkin herättää luottamusta ja antaa uskottavuutta sekä luo turvallisuuden tunteen. Asiakkaiden arvostaminen on tärkeää, heille kokemus voi olla ainutlaatuinen ja pienikin asia voi vaikuttaa siihen. Oppaan tehtävänä on kertoa asiakkaille toimialueensa luonnosta, väestöstä, elinkeinoista ja tietenkin historiasta. Opas antaa omalla persoonallisuudellaan ja olemuksellaan asiakkaille myönteisen käsityksen Suomesta ja suomalaisuudesta ja erityisesti omasta elinympäristöstään ja sen luonnosta. (Hemmi 2005b, 572.)

Hyvän luonto-oppaan ominaisuuksia on listattu seuraavasti: palveluhalukkuus, herkkyyys, joustavuus, optimismi, innostuneisuus, itseluottamus, uskottavuus, kiinnostus ihmisiin, huumorintaju, kertomiskyky, paikallistuntemus, luonnontuntemus, kielitaito ja organisaatiotaito. Yleisellä tasolla puhuttaessa oppaan velvollisuuksiin kuuluvat muun muassa seuraavanlaisia tehtäviä:

- Asiakkaiden turvallisuuden, terveyden ja mukavuuden turvaaminen ja varmistaminen.
- Kohteliaan ja laadukkaan asiakaspalvelun hallinta.
- Vastata siitä, että toisista kulttuureista johtuvat eriävät odotukset toimintaa ja mielenkiinnon pääpainoa kohden tulee otettua huomioon ja näin ollen jokainen saa tarpeittensa mukaista palvelua ja informaatiota.
- Opastettavien ryhmien ja niiden jäsenten vuorovaikutussuhteiden hallinta.
- Matkan kustannustehokas toteutus.
- Kouluttaa itseään laadukkaaksi oppaaksi, joka osaa informoida ja viihdyttää asiakkaitaan asianmukaisesti tilanteen vaatimalla tarkkuudella (tilannetajuisuus).
- Tehtävät tulee suorittaa lakeja ja moraalisia velvotteita, jotka koskevat suojelualueiden hoitoa, paikallisyhteisöä ja asiakkaita, noudattaen.

(Hemmi 2005b, 573–574).

Opastyöstä tehtyjen luonnehdintojen mukaan oppaantyössä yhdistyy luontevasti erätaitojen harjoittaminen ja liikkuminen luonnonympäristöissä. Oppaan ja asiakkaan välistä suhdetta voisi luonnehtia vastavuoroiseksi sosiaalis-taloudelliseksi vaihdoksi sekä sen keskeisin elementti on molemminpuolinen luottamus ja kunnioitus (Valkonen 2011, 34–35).

Kaupallisen luontomatkailun palvelutoiminnassa oppaan ja asiakkaan suhdetta määrittää taloudellisuus. Opas voidaan nähdä maksullisena ja tavallaan pakollisena hyödykkeenä, jota tarvitaan johdattamaan asiakkaita paikallisen luonnonympäristön saloihin. Oletetaan, että kaupallisuus tuo oman erikoispiirteensä asiakassuhteeseen ja voi muuttaa sen perimmäistä olemusta. (Valkonen 2011, 35.)

Miten tämä vaikuttaa itse oppaaseen? Näkyykö tämä jotenkin hänen toiminnassaan? Puolustukseksi tätä olettamusta vastaan voidaan todeta, että monien luonto-oppaiden taustalla on harrastus ja ollaan ikään kuin ajauduttu harrastuksesta ammattiin. Tämä varmentaa oppaiden mielenkiintoa työtänsä

kohtaan ja rahallinen ansio ei tällöin ohjaa toimintaa tai toimi pääasiallisena motivaation lähteenä. Työssään opas niin sanotusti toteuttaa itseään ja asiakkaat ovat vain ”välttämätön pakko”. Opastuksen ja luontoharrastuksen välillä on olemassa positiivinen suhde, koska harrastuneisuuden myötä oppaalta löytyy luonnonoloissa työskentelyyn tarvittavaa tietotaitoa ja kokeneisuutta. Tämä helpottaa työssä vaadittavien asioiden omaksumista sekä monimuotoisten ja kokonaisvaltaisten kokemusten aikaansaaminen on luontevaa, esimerkiksi vahvan luonto- tai eläintuntemuksen kautta. Opas osaa tällöin myös suhtautua asianmukaisesti muuttuviin olosuhteisiin ja osaa toimia vallitsevan tilanteen mukaisesti. (Valkonen 2011, 38–40.)

Luonto-oppaan työ voidaan kiteyttää näin: opastus suuntautuu luontoon, sitä toteutetaan luonnossa ja itse luonto on toiminnan pääasiallinen syy. Tästä juontuu myös wildlife-matkailun periaate. Eric Cohenin luonnehdintaa, vuodelta 1985, on paljon käytetty kuvaamaan luontomatkailua harjoittavien oppaiden työtä. Hänen luonnehdinnan mukaan oppaan tehtävänä on johdattaa matkailijat paikkoihin, joihin heillä ei muuten välttämättä olisi pääsyä tai mahdollisuutta mennä. Opastuksen, sen kertomusten ja käytäntöjen kautta, opas välittää asiakkaille tietoa paikallisuudesta, yhteisöstä ja kulttuurista. (Valkonen 2011, 36; ks. Cohen 1985.) Näin asiakas saa lisäarvoa, jolloin kokemus rikastuu ja luonnonympäristö muuttuu ymmärrettäväksi ja merkitykselliseksi matkailijalle. Opastaminen ymmärretäänkin neljällä eri tavalla: luonto-työnä, asiakaspalveluna, huoltajuutena ja tiimityönä (Valkonen 2011, 57).

3.2 Elämyskokemus ja asiakaspalvelijan rooli sen tuottamisessa

3.2.1 Elämyksellisyys ja sen tuottaminen

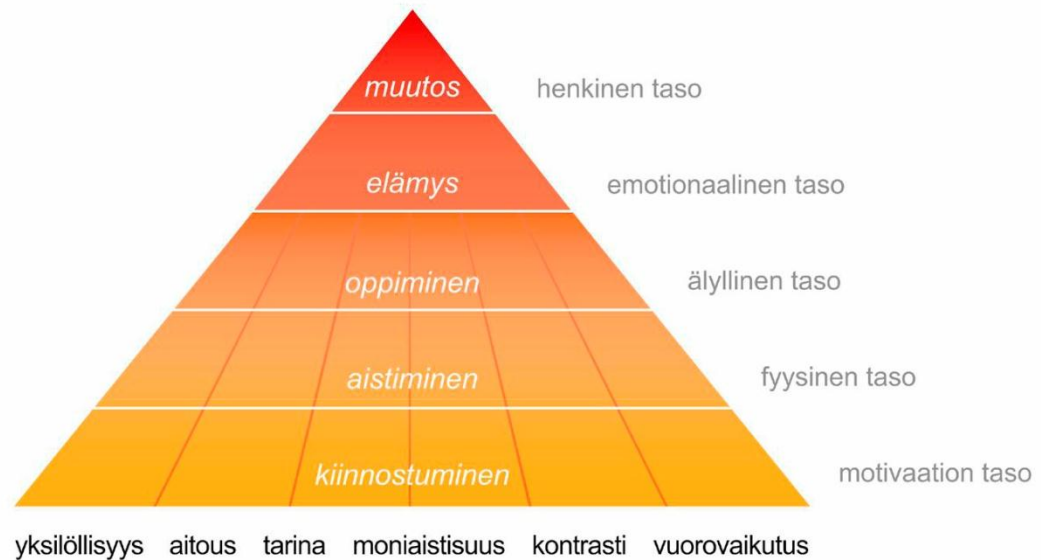
Puhuttaessa moniaistillisesta, myönteisestä, kokonaisvaltaisesta, yksilöllisestä ja muistijäljen jättävästä kokemuksesta, on kyseessä matkailuelämys. Elämyksen kokemiseen liitetään usein myös itsensä ylittämisen tunne. Ollaan tilanteessa, jossa tehdään ja koetaan jotain sellaista mikä ei kuulu normaaliin arkeen. Elämystä tuottaessa paras tilanne saavutetaan, kun matkailuelämys johtaa kokijaansa henkilökohtaiseen kehittymiseen. Tällöin matkalla koettu ja opittu voi vaikuttaa persoonaan ja

asioita on mahdollista nähdä uudella tavalla. Tällaisessa tilanteessa puhutaan tunnekokemuksesta, joka voi tuottaa kokijalleen henkilökohtaisen muutokokemuksen. (Tarssanen 2007, 4, 8.)

Elämystä ja elämyksellisyyttä on opittu hyödyntämään matkailun markkinoinnissa, erityisesti näin on tapahtunut luontomatkailu- ja ohjelmapalvelualalla. Elämysmatkailu voidaan nähdä matkustusmuotona, jossa matkan päämäärä, tilanteet ja toiminta nojautuvat elämyksen kokemiseen. Tämä voidaan nähdä myös luontomatkailun taustalla, koska luontomatkailussa tekeminen ja moniaistillisuus pohjautuvat luontoympäristöön. (Tarssanen 2007, 6–7.)

Elämysten tuottaminen toteutuu asiakaspalvelutilanteissa, joten oppailla on näin ollen suuri vastuu. Heidän on tunnettava erilaisia keinoja, joilla asiakas voidaan johdattaa kohti elämyskokemusta. Täytyy kuitenkin muistaa, että elämyskokemus on aina yksilöllinen ja asiakas määrittää sen. Tämän vuoksi yksin opas tai palveluntarjoaja ei pysty takaamaan elämyskokemuksen syntyä, vaikka vuorovaikutustilanne asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä onkin merkittävässä roolissa kokonaisuutta ajatellen. (Tarssanen 2007, 7.) Näin toteaa myös Raija Komppula ja Matti Boxberg teoksessaan Matkailuyrityksen tuotekehitys (2002). He luonnehtivat elämystä henkilökohtaiseksi ja subjektiiviseksi kokemukseksi ja matkailuelämystä ei näin ollen voi varmuudella tuottaa vaan niiden syntymiselle voidaan luoda edellytykset palvelukonseptin, -prosessin ja -järjestelmän kautta. (Komppula–Boxberg 2002.)

Elämyskolmio on malli (kuvio 3), joka kuvastaa tuotteen elämyksellisyyttä ja jossa tuote täyttää kaikki elämyksen elementit (Tarssanen 2007, 8).



Kuvio 3. Elämyskolmio (Tarssanen 2007)

Malli jakaa elämyksen tarkastelun kahteen osaan, tuotteen elementteihin ja asiakkaan kokemukseen. Vaaka-akselilla esitetään asiakkaan kokemukseen vaikuttavat tekijät. Elämyksen syntymiselle suotuisat puitteet saavutetaan kun tuotteeseen sisällytetään elementtejä, jotka täyttävät elämyksen kriteerit. Elämyksen elementtejä ovat yksilöllisyys eli tuotteen ainutkertaisuus ja -laatuus, aitous eli tuotteen uskottavuus, tarina, joka antaa syyn kokea tuote ja antaa sille sosiaalisen merkityksen sekä sisällön, moniaistillisuus eli tuote aktivoi kaikkia aisteja tasapainoisesti sekä tukee tuotteen mukaansatempaavuutta, kontrasti, joka luo erilaisuuden asiakkaan näkökulmasta sekä vuorovaikutus, esimerkiksi oppaan ja asiakkaan välinen suhde. (Tarssanen 2007, 8–12.)

Asiakaslähtöisyys, joustavuus ja mahdollisuus räätälöidä tuote asiakkaiden mieltymysten ja tarpeiden mukaiseksi tekee siitä yksilöllisen. Haaste yksilöllisyyden saavuttamisessa on helposti personoitavien tuotteiden tuottaminen niin, että niiden peruskonsepti on monistettavissa. Kun puhutaan elämyksistä, vuorovaikutuksen elementti on erityisen tärkeää yksilöllisyyden luomisessa. Tämä siksi, että henkilökohtaisella vuorovaikutuksella oppaan ja asiakkaan välillä on ratkaiseva rooli kokemuksen ja matkailutuotteen toimintaympäristön ja puitteiden sekä niiden tarjoamien haasteiden välittämisessä asiakkaalle mahdollisimman onnistuneesti. Yksinkertaisuudessaan aitous on olemassa olevaa ja todellista alueellista

elämäntapaa ja kulttuuria. Autenttisuuden määrittää lopulta asiakas itse, eli tuote on aito, mikäli asiakas kokee sen uskottavana ja aitona. Aitous saavutetaan silloin, kun tuote perustuu tekijöidensä kulttuuriin. Tällöin sen tuottajat tuntevat sen luontevaksi osaksi omaa, paikallista identiteettiään. Tarina ja tuotteen aitous liittyvät läheisesti toisiinsa. On erittäin tärkeää sitoa kokonaisuuden eri osat toisiinsa yhtenäisellä tarinalla. Tällöin kokemuksesta muotoutuu tiivis ja mukaansatempaava. Yksinkertaistaen tarinan käyttö tarkoittaa sitä, että sen avulla perustellaan asiakkaalle se, mitä tehdään, milloin ja missä järjestyksessä. Hyvä tarina sisältää niin faktaa kuin fiktiota, esimerkiksi vanhojen myyttien, uskomusten tai legendojen höystäminen paikallistietoudella. Asiakasta houkutellaan tarinan avulla osalliseksi kokemuksesta myös tunnetasolla. Tällä tavoin asiakas saadaan kokemaan tuote myös älyllisellä ja emotionaalisella tasolla. (Tarssanen 2007, 10–11.)

Moniaistillisuudella tarkoitetaan sitä, että tuote on koettavissa monin eri aistein. Aistiärsykkeiden tulisi olla harmoniassa keskenään luonnollisesti. Näin ne vahvistavat osaltaan haluttua teemaa ja samalla tukevat tuotteen mukaansatempaavuutta. Mikäli aistiärsykeitä on liikaa tai ne ovat häiritseviä, kokonaisvaikutelma saattaa kärsiä. Kontrastilla tarkoitetaan erilaisuutta asiakkaan näkökulmasta. Asiakkaalla on oltava mahdollisuus kokea jotakin uutta, eksoottista ja tavallisesta poikkeavaa. Jonkun erilaisen ja uuden kokeminen vapauttaa asiakkaan näkemään ja kokemaan erilaisella tavalla, kun hän on vapaa arjen rajoituksista ja tottumuksista. Asiakkaan kansallisuus ja kulttuuri, josta hän tulee, pitää huomioida kontrastin tuottamisessa. Toiselle täysin eksoottinen kokemus on toiselle tavallista. Vuorovaikutus on vuorovaikutusta niin oppaan ja asiakkaiden välillä kuin myös asiakkaiden välillä keskenään. Vuorovaikutus on onnistunutta kommunikaatiota tuotteen ja sen tuottajien kanssa. Yhteisöllisyyden tunne liittyy olennaisena osana vuorovaikutukseen, eli koetaan jotakin yhdessä, osana jotakin yhteisöä, perhettä tai ryhmää. Toimivassa ja hyvässä elämystuotteessa kaikki sen peruselementit ovat mukana jokaisella kokemisen tasolla. (Tarssanen 2007, 12–13.)

Vertikaalisella akselilla malli kuvaa asiakkaan kokemuksen rakentumista, eli kokemuksen tasoja. Kokemuksen rakentuminen alkaa alhaalta käsin

seuraavasti: motivaation taso eli asiakkaan kiinnostuksen herääminen, fyysinen taso, jolloin asiakas kokee ympäristöä aistiensa kautta, älyllinen taso eli ympäristön antamien aistiärsykkeiden prosessointi, emotionaalinen taso eli itse elämyksen kokeminen sekä henkinen taso, jolloin on mahdollista saavuttaa henkilökohtainen muutосkokemus. (Tarssanen 2007, 12–13.)

Motivaation tasolla asiakkaalle luodaan odotukset tuotetta kohtaan sekä halu ja valmius osallistua ja kokea juuri se tuote. Tuote tuodaan asiakkaiden tietoisuuteen muun muassa markkinoinnin keinoin. Mahdollisimman monen elämyskriteerin tulisi täyttyä jo tässä vaiheessa. Eli jo tuotteen markkinoinnin tulisi olla mahdollisimman yksilöllistä, moniaistista, aitoa ja vuorovaikutuksellista, kontrastia unohtamatta. Fyysisellä tasolla tuote ensisijaisesti otetaan vastaan, koetaan, tunnetaan, havaitaan sekä tiedostetaan. Fyysisten aistimusten avulla me tiedostamme sen, missä olemme, mitä tapahtuu ja mitä teemme. Tällä tasolla hyvä tuote takaa miellyttävän ja turvallisen kokemuksen. Tuotteen tekninen laatu mitataan myös fyysisellä tasolla. Älyllisellä tasolla prosessoidaan ympäristön antamia aistiärsykeitä ja toimimme niiden mukaisesti, opimme, ajattelemme, sovellamme tietoa sekä muodostamme mielipiteitä. Tällä tasolla päätetään myös, ollaanko tuotteeseen tyytyväisiä. Hyvä tuote tarjoaa älyllisellä tasolla asiakkaalle oppimis- tai harjaantumiskokemuksen ja mahdollistaa uuden oppimisen, kehittymisen ja uuden tiedon saamisen joko tiedostetusti tai tiedostamatta. (Tarssanen 2007, 14.)

Varsinainen elämysten kokeminen tapahtuu emotionaalisella tasolla. Jos tässä vaiheessa tuotteessa on otettu hyvin huomioon kaikki peruselementit sekä fyysinen ja älyllinen taso toimivat, on todennäköistä, että asiakas kokee positiivisen tunnereaktion. Tällöin asiakas kokee iloa, riemua, onnellisuutta, onnistumisen ja oppimisen iloa, voitonriemua, liikutusta tai jotakin muuta sellaista, minkä hän kokee merkitykselliseksi. Henkisellä tasolla elämyksen tuottama positiivinen ja voimakas tunnereaktio saattaa johtaa asiakkaan henkilökohtaiseen muutосkokemukseen. Tämä johtaa usein melko pysyviin muutoksiin asiakkaan fyysisessä olotilassa, mielentilassa tai elämäntavassa. Tällöin asiakas kokee muuttuneensa ihmisenä sekä omaksuneensa jotakin

uutta osaksi persoonaansa tai maailmakuvaansa ja kehittyneensä. Elämyksen kokeminen voi siis muuttaa ihmistä. (Tarssanen 2007, 14.)

3.2.2 Asiakaspalvelijan rooli kokemuksellisuudessa

Luotaessa matkakokemusta ja siihen liitettäviä elämyksiä on asiakaspalvelijat, esimerkiksi matkailualan työntekijät ja ennen kaikkea oppaat avainasemassa. Tämä ammattiryhmä on matkailuelämysten takana. Kokemus kohdemaasta välittyy pääosin heidän kauttaan. He ovat vastuussa siitä, että kokemus, eli matkailutuotteen ja -palvelun fyysisen ympäristön ja puitteiden sekä niiden tarjoamien haasteiden välittäminen kokijalle, onnistuu mahdollisimman hyvin. Oppaiden tehtävänä on elämyksen osa-alueiden sopeuttaminen asiakkaiden erilaisiin tarpeisiin. Tämä vaatii psykologista silmää, ihmistuntemusta, kommunikointikykyä ja vieraiden kulttuurien tulkintaa, kärsivällisyyttä ja aitoa halua tuottaa ja välittää kokemuksia sekä valmiutta kohdata erilaisia ihmisiä vaativissa ja vaihtelevissa työolosuhteissa. (Tarssanen 2007, 22–23.)

Kohtaamisen taustalla on kokemuksen välittäminen ja moitteeton asiakaspalvelu. Ne vaativat onnistuakseen oppaan ammattitaitoa, kykyä ja aitoa halua kohdata erilaisuutta ja ihmisiä. Viimekädessä on asiakaspalvelijoiden vastuulla miten asiakkaiden odotukset täyttyvät. Hyvä matkailuammattilainen osaakin ennakoida tyytymättömyyttä aiheuttavat tilanteet, sopeutua muutoksiin ja luoda niistä ennalta odottamattomia elämyksiä asiakkaalle. (Tarssanen 2007, 26, 28.)

Riippumatta matkan kestosta, eli siitä onko kyseessä yhden päivän tai monen kuukauden matka asiakkaan odotukset ovat aina korkealla ja sidoksissa henkilökohtaisiin odotuksiin ja arvoihin. Tällöin pettymyksen kokemuksen muodostuminen on mahdollinen, mikäli odotus ja kokemus eivät kohtaa. Näissä tilanteissa kokonaisuuden hallinta on tärkeässä roolissa. (Schacley 1996, 53–54.) Esimerkiksi eläinten katselu- ja valokuvausretki on enemmän kuin eläinten katselua. Se on kokonaisvaltainen luontokokemus, missä kokijalle muodostuu luontosuhde, johon vaikuttavat niin hänen henkilökohtaiset ominaisuudet kuin olosuhteetkin. Tässä vaiheessa oppailla on suuri vastuu. (Newsome ym. 2005, 21–23.) Matkan onnistuminen ja

luontosuhteen muodostuminen perustuukin oppaan tai matkanjärjestäjän luomiin mahdollisuuksiin ja puitteisiin. (Schacley 1996, 56; ks. Almagor 1990).

Odotusten ja todellisuuden kohtaaminen on usein ristiriidassa keskenään. Tällöin asiakaspalvelijan rooli nousee merkittävään asemaan. Hänen vastuullaan on saada odotukset täyttymään ja elämysten kautta jopa ylittymään niin, että tämä ristiriita saadaan kumotuksi. (Tarssanen 2007, 26–27.) Mielikuvat vaikuttavat asiakkaisiin ja heidän odotuksiinsa. Asiakas on ikään kuin elämysten ostaja, jolle on tarjottava ennakkotiedoissa luvattua palvelua. Heille kohteella on merkitystä, koska se valitaan siihen liittyvien odotusten, imagon ja tarjonnan perusteella. Kohteesta tulee asiakkaalle paikka, kun se saadaan elää ja kokea sekä siihen voidaan liittää henkilökohtaisia merkityksiä. Jotta tämä mahdollistuisi, oppaalla on oltava vankka aluetuntemus ja side kohteeseen. (Tarssanen 2007, 23–25.)

”Hyvä asiakaspalvelija pystyy tekemään huonostakin tuotteesta elämyksen, mutta elämys ilman hyvää asiakaspalvelijaa on vaikea saavuttaa.” Tämän lisäksi he ovat myös matkailuyrityksen tärkein kontakti asiakkaisiin nähden. (Tarssanen 2007, 27.) Asiakkaiden kohtaaminen ja elämysten välittäminen vaatii kulttuurisen osaamisen, eli kielitaidon ja kyvyn nähdä asiat asiakkaan näkökulmasta, lisäksi kykyä hallita omia tunteita. Omia tunteita joudutaan käsittelemään ja muokkaamaan niin, että ne vastaavat työn vaatimaa roolia. Kun yritetään tuottaa asiakkaalle jotain tiettyä mielentilaa, työntekijä muokkaa aktiivisesti omia tunteitaan. Asiakasta on vaikea saada tuntemaan mitään, jollei itse ole sitä. Tietoinen tunteiden muokkaaminen on emotionaalista työtä. (Tarssanen 2007, 28–29.)

4 MENETELMÄ

4.1 Opinnäytetyön käytännön osion toteutus

Selvityksessäni perehdyin tutkimusmenetelmiä käsittelevään kirjallisuuteen ja ennen kaikkea havainnointi-, haastattelu- ja kyselymenetelmiin. Käytin tutkimusmenetelmänä kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää ja toteutin aineistonkeruun havainnoinnin sekä haastattelu- ja kyselymenetelmien avulla. Laadin aineistonkeräämistä varten avoimen lomakehaastattelun, millä haastattelin sähköisesti ansioitunutta ammattiluontokuvaajaa ja luonto-oppaana toimivaa Lassi Rautiaista.

Selvityksen pääaineiston keräämiseen käytin osallistuvaa havainnointia ja sitä varmentamaan kyselyä, jotka myös kuuluvat laadullisen tutkimuksen alaisuuteen. Ensimmäisellä reissulla tein havaintoja ja kirjoitin omia kokemuksiani ylös sekä tarkkailin muita asiakkaita muistiinpanojen muodossa. Näitä apuna käyttäen kehitin asiakkaiden havainnointiin käytettävän havainnointilomakepohjan. Saatuja tuloksia varmentamaan laadin myös pienen kyselyn, jonka toteutin niin kirjallisesti kuin sähköisestikin. Saatuja tuloksia vertailemalla tulkitsin vastaukset, jotka sitten kirjoitin tutkimustekstiksi.

4.2 Laadullinen tutkimus

Laadullisessa tutkimusmenetelmässä keskitytään pieneen määrään tutkittavia ja heitä pyritään tutkimaan mahdollisimman tarkasti. Laadullisen tutkimuksen tunnistaa siitä, että aineisto on useimmiten tekstimuotoista. (Heikkilä 2008, 16–17.) Kyseinen tutkimusmenetelmä sopi minulle parhaiten, koska tutkimuskohteiden määrä oli vähäinen ja pyrin tutkimaan heitä erilaisin keinoin saadakseni todenmukaisia ja kattavia tuloksia. Aineisto pohjautui kirjallisiin havainto-, kysely- ja haastattelulomakkeisiin.

Haastattelulomakkeen käyttöä puolustaa se, että lomake on käytetyin haastattelumenetelmä, mutta sen haasteena oli lomakkeen muotoileminen (Vuorela 2005). Käytin avointa haastattelulomaketta puolistrukturoidun lomakkeen piirteillä, koska sillä oli tarkoitus selventää myös haastateltavan

taustatietoja. Haastateltava vastasi kirjallisesti, sähköisessä muodossa esitettyihin avoimiin kysymyksiin ja niistä keskusteltiin tämän jälkeen jonkin verran, lisäkysymyksien esiintyessä. Haastattelun jälkeen analysoin ja tulkitsin saamani vastaukset ja käytin näitä kuvaamaan luonto-oppaan työtä ja vertasin, onko haastateltavan käsitys työstänsä sama kuin asiakkaiden mielikuva.

Haastattelulomakkeiden kysymykset strukturoidaan, joko kokonaan tai osittain, sekä vakioidaan, mistä kerrotaan kyselymenetelmien yhteydessä. Aineiston kerääminen haastattelulomakkeella onnistuu monin tavoin ja siksi sopii täydentämään ja laajentamaan tutkimusaineistoani. Haastatteluja voi toteuttaa niin kadun kulmassa, kaupan ovella, puhelimessa kuin henkilökohtaisessa tapaamisessa. Parhaiten lomakkeella haastattelemisen soveltuu silloin, kun asiaongelma ei ole laaja ja tutkimusongelma ja -kysymykset ovat tarkasti rajattuja ja täsmällisiä. (Vilkkä 2007, 29.)

Kuten seuraavassa kappaleessa esitettävää osallistuvaa havainnointia, myös haastattelun voi ja kannattaa suunnata kohdistumaan tutkimusongelman kannalta merkittäviin asiasisältöihin. Tällöin voidaan puhua niin sanotusta kohdistetusta haastattelusta, joka yleensä yhdistetään osallistuvalla havainnoinnilla saatuun havainnointiaineistoon. Kohdistetun haastattelun tavoitteena on yleensä kartoittaa tietoa siitä, mikä on niin sanottu tutkimuskohteen ihannetila. Oppaalle tekemälläni haastattelulla oli tarkoitus kartoittaa juuri hänen näkemystään roolistaan asiakaskokemuksen muodostumisessa. (Vilkkä 2006, 45.) Mitä hän arvostaa ja kohtaavatko nämä asiat asiakkaiden näkemyksien kanssa.

Kysely on paljon käytetty aineiston keräämistapa. Siinä kysymysten muoto on vakioitu, eli kaikilta kyselyyn vastaavilta kysytään samat asiat, samassa järjestyksessä ja samalla tavalla. Kyselyissä olennaista on, että vastaajat lukevat itse kysymyksen ja vastaa siihen. Kyselylomaketta käytetään yleensä silloin, kun havaintokohteena on henkilö ja kyselyllä kartoitetaan häntä koskevia asioita, kuten mielipiteitä, asenteita, ominaisuuksia tai käyttäytymistä. Kyselyitä voidaan toteuttaa niin kirjallisesti, esimerkiksi

postitse, kuin sähköisestikin, kuten Webropolin kautta. Monesti kyselyä käytetään silloin kun tutkittavia on paljon ja otanta suuri tai hajallaan, mutta sitä voidaan käyttää myös hyvin henkilökohtaisten asioiden tutkimiseen. (Vilkka 2007, 28.)

4.3 Havainnot tutkimuskohteena

4.3.1 Havainnointi ilmiönä

Kukaan ei voi väittää ettei ole koskaan havainnoinut mitään, koska kokemuksemme pohjautuvat arjessa tehtyihin havaintoihin (Vilkka 2006, 5). Wildlife-matkailun perusajatuksena on myös saada aikaan kokemuksia havainnoimalla. Havainnot ja havainnointitavat ovat myös tieteellisen havainnoinnin perusta.

Arjessa tekemämme havainnot eivät ole kelvollisia sellaisinaan tieteellisen tutkimuksen havainnoiksi, koska tieteellinen havainnointi on järjestelmällisempää, suunnitellumpaa ja ennen kaikkea kriittisempää kuin havainnointi, jota arkielämässämme teemme. Tieteellisen tutkimuksen tekemisen perusasioita ja keskeisiä käsitteitä ovat havainto, havainnointi ja havainnollistaminen, joiden merkitykset tulee tuntea ja osata erottaa toisistaan. (Vilkka 2006, 5.)

4.3.2 Havainnointi

”Havainnointi on aineiston keräämisen ja uusien havaintojen tuottamisen tapa”. Havainnointia voi kuvata metodina. Näin teki Professori Martti Grönfors 1980-luvun alkupuolen teoksessaan *Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät*. Havainnointitapojen ryhmittelyjä on useita. Käyttämäni ryhmittely pohjautuu Vilkan Grönforsia mukailevaan, mutta toisenlaiseen tapaan ryhmitellä havainnointitapoja. Vilkka esittelee havainnointitavoiksi tarkkailevan havainnoinnin, osallistuvan havainnoinnin, aktivoivan osallistuvan havainnoinnin, kokemalla oppimisen ja piilohavainnoinnin (Vilkka 2006, 5–6.) Tämä havainnointitapojen jaottelu esittää siis viisi tapaa: 1. tarkkaileva havainnointi eli ulkopuolinen havainnointi, 2. osallistuva havainnointi eli sisällä toiminnassa havainnointi, 3. aktivoiva osallistuva havainnointi eli toimintatutkimus, 4. kokemalla oppiminen eli etnografia ja 5. piilohavainnointi.

Näistä omaan selvitykseeni parhaiten sopii osallistuva havainnointi, joka eroaa aktivoivasta osallistuvasta havainnoinnista, eli toimintatutkimuksesta, siinä, että osallistuvan havainnoinnin pyrkimyksenä on ymmärtää ja aktivoiva osallistuva havainnointi pyrkii tämän lisäksi myös tutkimuskohteen muuttamiseen. (Vilkka 2006, 42, 46.)

Menetelmäkirjallisuudessa havainnointitapoja on enimmäkseen jaoteltu sen mukaan, kuinka tutkija toimii suhteessa tutkimuskohteeseensa. Selviä ja jyrkkiä rajoituksia eri havainnointitapojen välillä on vaikea esittää. Esimerkiksi määritelmä siitä, mikä on osallistuvaa, on vaikea rajata, koska usein tutkija ensin tutustuu tutkimuskohteeseensa ja tarkkailee sitä. Tämän jälkeen hän alkaa osallistua tutkimuskohteen toimintoihin erilaisten havainnointitapojen kautta. Osallistuvassa havainnoinnissa tutkija kuitenkin siis osallistuu tutkimuskohteen toimintaan asettamallaan ehdoilla ja ennalta sovitun ajanjakson ajan ja sitä toteutetaan usein ennalta valitun teoreettisen näkökulman kautta. (Vilkka 2006, 42, 44.)

Kun tutkitaan asiakaslähtöistä tietyssä ympäristössä tapahtuvaa ilmiötä, on osallistuva havainnointi sopiva menetelmä, koska siinä keskeistä on tutkijan osallistuminen tutkittavaan ilmiöön (Rantala 2011, 6). Tämän lähestymistavan avulla pystytään huomioimaan matkailutoiminnan ja luonnon välisen vuorovaikutuksen kaksisuuntaisuutta (Rantala 2011, 42).

Osallistuvan havainnoinnin edellytyksenä on, että tutkija pääsee ikään kuin sisään tutkittavaan yhteisöön ja havainnointia kannattaa aina suunnata. (Vilkka 2006, 44–45). Osallistuvaa havainnointia ja kenttätyöskentelyä tehostamaan voi käyttää järjestelmällistä, kohdistettua havainnointia. Kohdistettu havainnointi osana osallistuvaa havainnointia tarkoittaa, että tutkija osallistuu tutkimuskohteensa toimintaan, mutta havainnointi kohdistetaan tiettyihin tapahtumiin, tilanteisiin tai asioihin tutkimuskohteessa. Tämä on niin sanotusti tutkijan mielenkiinnon suuntaamista tiettyihin toimintoihin. (Grönfors 1985, 100–102; Vilkka 2006, 44.)

Kerätessäni tutkimusaineistoja osallistuvan havainnoinnin kautta oli pyrkimykseni päästä sisään tilanteisiin, missä luontoelämykset tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti aidossa toimintaympäristössä. Pyrin kohdentamaan havainnointini asiakkaiden muuttuviin elekielisiin ilmaisiin, sanattomaan viestintään sekä oppaan reaktioihin näihin muutoksiin ja niiden välisen suhteen havainnointiin. Haasteena oli pienien muutoksien havainnointi, eli niin sanottu tutkijan rutinoituminen, koska havainnointi tilanteet olivat kestoiltaan useista tunteista yöhön. Tavoitteenani oli muun muassa havaita oppaan toiminnan ruumiilliset, visuaaliset ja ei-kielelliset eli non-verbaaliset vaikutukset.

Osallistuva havainnointi on työssäni perusteltua, koska sen toteuttaminen tapahtuu tilanteessa, jossa joukko tutkittavia on suljettu pieneen tilaan, jossa pyritään olemaan mahdollisimman hiljaa. Tästä syystä on tärkeää, että pääsin mukaan itse kokemuksen tuottamis- ja kuluttamishetkeen, koska tällaisien vahvasti elämyksellisyyteen ja hetkellisyyteen pohjautuvien tilanteiden arviointi ja kuvaaminen on jälkikäteen hankalaa, ainakin kovin yksityiskohtaisesti. Päälimmäisten tuntemuksien varmentamiseksi käytin kuitenkin aiemmin mainittua kyselyä.

4.3.3 Havainto

Havainnot itsessään ovat tutkimuskohteita ja koostuvat tietoisten ja luotettavien havaintojen aistimisesta ja tulkinnasta. Tutkimushavainnointi koostuu jotakin tiettyä kohdetta katselemalla tai kuuntelemalla, esimerkiksi ihmisen puhetta tai eläimen ääntelyä seuraamalla, havainnoimalla. (Silverman 2001; Vilkkä 2006, 8.) Muodostamme omakohtaisia havaintoja ympäristöstämme, kulttuuristamme ja yhteiskunnastamme jatkuvasti. Täten havaintona voidaan yksinkertaisuudessaan pitää kaikkea, mitä aistein on mahdollista havaita. Havainnot muodostuvat siis kaikesta mitä näemme, maistamme, haistamme, tunnemme tai kuulemme. ”Tämä tarkoittaa sitä, että maailma on luonnollinen ympäristömme”, johon pohjaamme kaikki tekemämme havainnot ja niistä johdetut ajatuksemme. (Vilkkä 2006, 8.)

Puhuttaessa tutkimushavainnoinnista, joka perustuu havainnointiaineistoon, puhutaan näköhavaintojen lisäksi tuntemiseen, haistamiseen ja maistamiseen pohjautuvasta havainnoinnista. Tutkimusaineiston perustuessa pääasiassa havainnointiin, havainnoijan omat tunteet ja tuntemukset tulevat osaksi havainnointia. Tutkimus- tai havainnointikohde yhdessä tutkimusongelman kanssa määrittävät sen, mitä aisteja käyttäen sen havaitseminen onnistuu parhaiten. ”Tutkimushavainnointi on ihmisen kokonaisvaltaista ja tietoista ilmiöiden, asioiden ja tapahtumien aistimista suhteessa siihen, missä ne ilmenevät”. (Vilkka 2006, 8–9.)

Tietoinen havainnointi on tarkastelijan tai tutkijan huomion kohdentamista koko tutkimuskohteeseen. Mitä on havainto? Havainto on jokin merkki, kuten esimerkiksi sana, toiminta, liike, ajatus, ominaisuus tai teko ja sen merkitys, jonka tekijä tuntee, aistii ja kokee tai minkä katselijan on mahdollista aistein havaita. Tähän merkkiin liittyy aina jokin merkitys, esimerkiksi liikkeellä on aina jokin syy mikä sen aiheuttaa tai mikä sen on käynnistänyt. Kuten käden huiskautus korvan edustalla inisevän itikan hätistämiseksi on merkitys liikkeelle, jonka merkkinä havainto ininästä ja itikan olemassa olostä aiheuttaa. Ajatuskin syntyy usein siitä, että teemme jotakin halutaksemme saavuttaa jotakin. Nämä siis ovat olemassa riippuvaisina toisistaan (Vilkka 2006, 9.)

Käsityksemme maailmasta, tietomme ja uskomuksemme siitä, ovat muodostuneet sitä koskevista havainnoista sekä niistä tekemiimme päätelmiin. Havainnoimalla merkkejä ympäristöstä, samoin kuin tutkimuskohteesta, saamme niitä koskevia merkityksiä esiin, joiden perusteella voimme muodostaa johtopäätelmiä ja jonkinlaisen kokonaiskäsityksen siitä mitä havaitsemme: näemme, kuulemme, tunnemme ja miksi näin on ja tapahtuu. Havainnot riippuvatkin siitä, kuka niitä tekee – havaitsee, kuka vetää johtopäätöksen – määrittelee ja kehen tai mihin ne kohdistuvat ja missä yhteydessä ne syntyvät, eli kuka tai mikä niille antaa merkityksen. (Vilkka 2006, 9.)

Mitä on havaitseminen? ”Havaitseminen on perusta, josta kaikki tekomme lähtevät” Voidaan ajatella, että havaitsemisessa on ennen kaikkea kysymys ymmärtämisestä. Tämä tarkoittaa, että havainnoijan on ymmärrettävä havaittu merkki suhteessa asiayhteyteen, jossa havainto on syntynyt ja sitä tehdessään hänen on tiedostettava tämä asia. Tärkeintä havainnoinnissa siis on, että havainnoija oivaltaa saamiensa merkkien kautta niiden merkityksen, eli havaitseminen on laajempaa ja tarkentaa yksittäisiä havaintoja. Tällöin vältetään vääristyneen tiedon syntymisestä ja saadaan aikaan tietoinen ja luotettava havainto. Kykyämme havaita ohjaavat olemassa oleva tieto ja teoria. (Vilkka 2006, 9.) Tämä tarkoittaa, että havainnoijan on ymmärrettävä asiayhteyden merkitys suhteessa siihen missä havainto on syntynyt – näin havaintoja tehdään.

Havainnointi tutkimusmenetelmänä on osaltaan hieman riskialtis. Havaintojen muodostamiseen sisältyy useita muuttuvia ominaisuuksia. Muodostamme havaintojamme ympäristöstämme opitun tiedon ja omien kokemuksiemme kautta. Havaitsemaan vaikuttavat myös hänen oma tarvetilansa ja mielenkiintonsa aiempien kokemusten ohella. Tästä syystä arkihavainnointimme sisältää havainnointi- ja tulkintavirheitä. Väärin muistaminen, eli omaksutun tiedon muuttuminen ja riski tehdä vääriä johtopäätöksiä ovat aina läsnä havainnoinnissa, joten saatua tietoa analysoitaessa on tärkeä tiedostaa virheiden mahdollisuus, varsinkin tutkimusta tehdessä. (Vilkka 2006, 11.) Tutkimusta tehdessä itsensä vaikutusta havainnoinnin tuloksiin ja tuloksien muuttumiseen tulee tietoisesti pyrkiä välttämään.

Tutkimus sisältää aina kriittistä arviointia. Virheiden vaikutusta tuloksiin on arvioitava aina. (Vilkka 2006, 11.) Tämä on ehdottoman tärkeää juuri havainnointia suorittaessa ja tulosten havainnollistamisvaiheessa, koska virheiden sattuessa koko tutkimustulos vaarantuu tai saattaa vääristyä. Tutkimushavaintojen tekeminen onkin yleisesti ottaen rajattua ja tietoisesti valikoitunutta. (Uusitalo 1995, 12–16, 89; Vilkka 2006, 11.) Siksi ”tutkimuksessa havaintojen tekeminen on arkihavaintojen tekemiseen

verrattuna monella tavalla suunnitelmallisempaa, järjestelmällisempää, johdonmukaisempaa, luokitellumpaa ja eritellympää.” (Vilkka 2006, 11).

Harkinnan kautta tehtyä tiedon rajaamista on pidettävä tutkimuksen vahvuustekijänä, mutta se voi olla myös riski tutkimuksen epäonnistumiseen. Tämä siksi, että ”onnistuneesti rajattu tutkimusongelma ja havaintojen tekeminen on yksi tutkimuksen onnistumisen ehdoista.” (Uusitalo 1995, 12–16, 89.; Vilkka 2006, 11).

Havaintojen taustalla on siis aina esitieto, mihin pohjaten hankimme uutta tietoa, jota tutkimuksessa tulkitaan. Lyhyesti sanottuna ”kaikki havainnot ovat olemassa ja mahdollisia vain aiempien tiedostettujen havaintojen kautta”. Saman havainnon toistuessa, totumme siihen ja sen havaitseminen heikentyy ja saattaa jäädä huomioimatta. Totutusta poikkeavat havainnot saavat näin ollen huomion ja korostuvat, ja tällöin koemme tarvetta selittää havaittua eli löytää sille merkitys, havainnollistaa se itsellemme. Tässä piilee riski siitä, että poikkeavat havainnot korostuvat liikaa ja totutut tai aiemmin esiintyneet havainnot jäävät huomaamatta ja niiden yleisyys ymmärtämättä, jolloin tutkimuksen kokonaistulos jää liian suppeaksi ja yksinkertaiseksi. Tämä puolestaan johtaa tutkimuksessa saadun tiedon vajaavaisuuteen ja yksipuolisuuteen ja näin ollen sen todellisuus ei tavoita luotettavuutta. Arkipäivän havainnoinnissa tähän ei tarvitse kiinnittää juurikaan huomiota, mutta tutkimuksessa kaikkien havaintojen tiedostaminen on ehdottoman tärkeää ja havaintojen kriittinen tarkastelu suhteessa esitietoon välttämätöntä. (Vilkka 2006, 11.)

4.3.4 Havainnollistaminen

Havainnollistamisella, kuten esimerkiksi tutkimustekstillä, tuodaan tutkimus ja sen avulla tuotettu uusi tieto muiden, kuten yleisön, kuulijan tai lukijan tietoisuuteen ja arvioitavaksi. Havainnollistamis-, eli kirjallisen tuotoksen tekemisvaiheen kriittinen piste on tutkimustekstin ja itse kenttätutkimuksella kerätyn tiedon yhden- ja todenmukaisuus. (Vilkka 2006, 5–6.)

Tästä tämän opinnäytetyön tekijällä herääkin kysymys, onko tulokset analysoitu, tulkittu, yhdistetty ja selitetty oikein ja todellisuutta kuvaavasti tekstiksi. Täytyy miettiä kuinka paljon tutkija ja hänen mielipiteensä näkyvät läpi tekstistä ja vaikuttaako se saatuihin tuloksiin ja voiko tämä muodostua ongelmaksi.

4.4 Selvityksen luotettavuuden arviointi

Jos tieto perustuu pelkkiin havaintoihin tai kokemuksiin ja jos sitä ei varmenneta tai perustella muuten, voidaan tieto luokitella epäluotettavaksi. Myös arkiajattelumme sisältää yleensä vähemmän harkintaa ja kurinalaisuutta, joka voi johtaa syntyneiden päätelmien kyseenalaistamattomuuteen. (Hirsjärvi ym. 2009, 19.)

Olemassa olevissa tiedoissamme esiintyy luonnollisesti myös aukkoja, joka johtuu siitä, että tieto kerääntyy satunnaisesti. Tutusta ja totutusta, omasta näkökulmasta lähtevän ajattelun ulkopuolelle pääseminen on tärkeää tiedon luotettavuuden sekä monipuolisen tiedonhankinnan kannalta. Se, että osaa tunnistaa tiedon alkuperän luotettavuuden ja todellisen asiantuntijuuden on perusta, jonka avulla voi välttää epäluotettavan tiedon syntymistä. (Hirsjärvi ym. 2009, 19.) Tämä jos mikä, vaatii harjoittelua ja systemaattista tiedonhankintaa.

”Erilaisilla tutkimusaineistolla tutkija voi varmistaa havaintojaan, niistä tekemää tulkintaansa ja tulkintansa rajoja paremmin kuin yhdellä tutkimusaineistotyyppillä” (Vilka 2006, 25). Omien tunteiden ja tuntemuksien vaikutuksia havainnointiin minimoin sillä, että ensimmäisellä eläinten katselu- ja valokuvausreissulla havainnoin pääasiassa itseäni ja haastattelun avulla avarran oppaan näkökulmaa asiasta. Tämä siksi, että kokemus oli itsellenikin uusi ja näin ollen ensimmäisen kerran aiheuttamat vahvat tuntemukset saattaisivat sokaista minut ja näin ollen asiakkaiden havainnointi heikentyisi. Tietäen omat tuntemukseni voin jättää ne taka-alalle ja hyödyntää niitä ainoastaan verratakseni tutkimuskohteiden eleitä, ilmeitä, olemusta ja niin edelleen omiini ja näin ollen heidän havainnointinsa oli helpompaa ja nähdyn analysointi todenmukaisempaa. Toivon myös, että kyselyillä saatujen tietojen

perusteella ja niitä toisiinsa vertaamalla, tulosten luotettavuus paranee ja väärin johtopäätösten syntymisen uhka vähenee.

Riskinä oli, että selvityksen luotettavuuteen vaikuttaa otannan pieni koko ja havainnoinnin haastavuus tutkimusmenetelmänä. Tulosten analysointiin jäävä aika oli myös lyhyt, joten väärin johtopäätösten mahdollisuus tuli muistaa ja ottaa aktiivisesti huomioon tässä työvaiheessa. Tämän lisäksi kyselyiden kattavuus olisi voinut olla parempi, mikäli ne olisi toteutettu kokonaan sähköisesti. Omien mielipiteideni näkyminen tuloksissa ja se vaikuttiko omat kokemukseni jo aineistonkeruuvaiheessa sekä rutinoitumisen vaara havainnoinnissa olivat suurimpia riskejä selvitykselleni. Työn reliabiliteettia ja validiteettia arvioidaan myöhemmin tulosten yhteenvetojen ohessa.

5 KOHTAAMISIA KONTIOIDEN KANSSA

5.1 Toiminnan kuvaus

Aineistonkeruumenetelminä käytin sähköisesti avointa lomakehaastattelua ja osallistuvaa havainnointia käyttäen apuna havainnointilomakkeita (liitteet 1 ja 2). Havainnointia varmistamaan ja tuloksia täydentämään käytin puolistrukturoitua kyselyä (liitteet 3 ja 4), jota toteutettiin niin paperiversiona kuin sähköisesti Webropolin kautta. Haastateltava on pitkään alalla työskennellyt luonto-opas ja haastattelun tarkoituksena oli selvittää, miten hän itse kokee työnsä. Esitän tulokset erillisinä kokonaisuuksina, jonka jälkeen vertaan niitä toisiinsa yhteenvedoissa taulukoinnin avulla. Esimerkkeinä tuloksia kuvaamaan ja aineistonkeruutilanteita havainnollistamaan käytän joitakin lainauksia saaduista vastauksista ja kirjaamistani havainnoista. Toimin havainnointiaineistoja kerätessäni osallistuvana havainnoijana, joten kohdistin havainnointia myös omiin kokemuksiini. Hyödynsin selvitystä tehdessäni näitä omia kokemuksiani ja havainnoin niiden avulla.

Haastatteluun sain yhden vastauksen. Kyselyyn vastasi kirjallisesti ja Webropolin kautta yhteensä 11 henkilöä, 6 kirjallisesti ja 5 sähköisesti. Kaikki vastaajat ovat suomalaisia tai suomenkielisiä. Havainnointimatkoja toteutin kaksi, ensimmäisen tein 13.8.2012 Kuhmossa järjestettävän ”Wildlife-matkailun mahdollisuudet Suomessa” -seminaarin yhteydessä. Seminaariin osallistumalla sain arvokasta aineistoa tietoperustaan ja vietin seminaaria edeltävän yön petoeläintentarkkailuun tarkoitetussa piilokojussa. Oppaana toimi Sabrina Loegais Taiga Spirit -yrityksestä. Melkein kaikki kojussa olleet ihmiset olivat myös samaisen seminaarin vieraita. Tuolloin tekemiäni muistiinpanoja, jotka pohjautuivat itsestäni tekemiin havaintoihin ja muiden tarkkailuun, hyödynsin havainnointilomakkeen suunnitteluvaiheessa. Toisen havainnointimatkan toteutin 12.10.2012 Venäjän rajan läheisyydessä Lassi Rautiaisen johdolla yrityksessä Articmedia. Mukana oli Kamera-lehden lukijamatkalaisia, jotka harjoittelivat luontokuvausta. Tuolla käytössäni oli laatimani havainnointilomakkeet ja kirjallinen kyselylomake.

5.2 Haastattelujen satoa – Näkökulmia kameran takaa

Toisen havainnointimatkan yhteydessä 12.10.2012 sain Lassi Rautiaiselta vastauksen avoimeen lomakehaastatteluun (liite 3). Lassi on koulutustaustaltaan opettaja, mutta toimii oppaana wildlife-matkailun saralla. Hän on myös ansioitunut luontokuvaaja ja järjestää myös wildlife -valokuvausmatkailua. Hän kuvaa wildlife-matkailua aistein saataviksi elämyksiksi ja kokemuksiksi luonnosta. Hän näkee roolinsa ensisijaisesti olevan yleinen hauskuttaja ja tiedon jakaja sekä tunnelman virittelijä. Toimenkuva kattaa tilanteiden arviointia ja toimimista niiden pohjalta. Luontooppaan tärkeimmiksi ominaisuuksiksi hän listaa tunnetilojen aistimisen ja ongelmien ratkaisemisen taidot, asiantuntemuksen, perusinfon antamisen ja hallinnan sekä nopeuden ja joustavuuden eli reagoinnin muuttuviin tilanteisiin. Lassi ei näe juurikaan eroa matkoissa, joissa eläimiä nähdään tai ei päästä näkemään. Hän toteaa, että ”luonto antaa mitä antaa”, tärkeää on keskustella tilanteesta ja itse eläimistä. Eläinten käyttäytymisen perusteluilla liittyen vuodenaikoihin, ravintoon, biologiaan sekä toisten eläinten tai ihmisten vaikutukseen, voi lieventää pettymyksen tunteita niitä esiintyessä. Hän toteaa, että ennaltaehkäisy on tärkeää. Koskaan ei saa luvata, että eläimiä nähdään. Mikäli näin tapahtuu, on se asiakkaille iloinen yllätys. Ehkä ensikerralla -ajatusmalli myös rauhoittaa tällaisia tilanteita.

Hän on myös sitä mieltä, ettei hänen roolinsa merkitys muutu missään tilanteessa. Toiminastaan hän sanoo sen verran, että eläimiä nähtäessä hän ”supattelee sopivassa saumassa” tietoja yksilöistä tai laumasta, jos jotakin mielenkiintoista tapahtuu, kuvaa itse sekä tarkkailee sekä eläimiä että ihmisiä. Pohtiessaan tilanteita jolloin eläimiä ei päästä näkemään, hän toteaa, että ”jokaiselle tapahtuu vuosittain sellaisia tilanteita, ettei safari onnistu näkemismielessä.” Hän painottaa, että ”elämys sekin, että ollaan luonnossa hiljaa ja odotellaan saalista”. Tässä vastauksessaan hän vertaili luontokuvauksen ja metsästyksen yhdenmukaista ideologiaa. Asiakkaiden tyytyväisyyteen tai palautteessa esiintyviin huomioihin liittyen siihen, ettei eläimiä ole nähty, ilmenee Rautiaisen mukaan paljon vaihtelua. Hän toteaa, että palautteen sisältö riippuu merkittävästi asiakkaan tavasta suhtautua luontoon ja safareihin. Toiset ymmärtävät, ettei aina ole mahdollista nähdä

juuri mitään ja toisilla odotusarvot ovat lähtökohtaisesti liian suuret ja tällöin hyväkin safari on pettymys. ”Only 3 wolves last night” -tilanteissa opas voi lohdutella ja kertoa faktoja, jopa leikkimieliseen sävyyn: ”sorry of this evening – russian animals couldn’t answer my callings.” Pettymyksen kokemista tarkastellessa Rautiainen toteaa myös, että ”mehän unohdamme nopeasti huonotkin asiat ja väsynyt henkilö on aina eri kuin levännyt ihminen ja tilanteita tulee ja menee.”

Retkien kestoista ja siitä, millä tavoin Rautiainen pitää asiakkaiden mielenkiintoa yllä keskustellessa, hän toteaa, että jollekin yksi yö on pitkä ja joillekin kuusi viikkoa liian lyhyt. Näin ollen hän erottelee erilaisia safareita keston mukaan piilokojutoimintaan, maisema-, auto- ja veneretkiin. Yhteisesti ja asiaa kuvaamaan hän letkauttaa, että ”ehdimme toteuttaa vain muutaman prosentin haaveistamme, aikapankki olisi hyvä idea luontotarkkailussa!” Keinoiksi mielenkiinnon hiipuesssa hän listaa ajatuksien johdattelemisen muualle, esimerkiksi kertomalla tarinoita ja kuvailemalla menneitä tapahtumia. Tekemisen luonteen muuttaminen, esimerkiksi ”hei – nyt mennäänkin sinne ja ehkä siellä nähdään sitä ja tätä” -tyylisesti, herättää mielenkiintoa. Asiakkaista tekemiään havaintoja pohtiessaan Rautiainen kertoo osan pelkäävän. Pelkäävän on hyvä olla oppaan vierellä kojussa, jolloin hänen pelkoa voi laannuttaa kertomalla rauhallisesti tapahtumista. Yleisin asiakkaiden keskuudessa vallitseva tunne on odotus, eli milloin nähdään ensimmäinen eläin, tuleeko niitä lisää ja mistä seuraava tulee ja niin edelleen. Rauhallisella odottelulla ja sopivalla määrällä tietoa voi käsitellä muuttuvia tunnetiloja. Negatiivisia asioita tapahtuessa hän selvittää faktat ja yrittää päästä psyykepuolelle ja selvittää sitä kautta mistä kielteinen asia johtuu. Kahvi- ja teetauoilla voi pelastaa myös paljon, hän toteaa loppuun.

5.3 Havaintojen kirjo

5.3.1 Havaintoja ja eläintenkatse- ja valokuvausretki kokemuksena

Seuraavassa esitän kuvauksen eläinten katse- ja valokuvausreissusta kokonaisuutena omien kokemuksieni kautta. Kuvauksen lainaukset ovat reissun aikaisista muistiinpanoista.

Matka tuntemattomaan alkoi 13.8.2012 ja jo matkan aikana alkoi jännitys kasvaa. Ei ollut tietoa mihin olen menossa ja mikä siellä odottaa. Kommenttien mukaan tämä tunne on tuttu monille ensikertalaisille. Infotilaisuuden jälkeen vaelsimme luontopolkua pitkin kohti piilokojua, jossa aioimme yömmä viettää. Jännitys kasvoi ja odotus tulevaa kohtaan oli kova. Kun kaikki olivat asettuneet paikoilleen, istuimme odottamaan. Jännittyneisyys leijaili ilmassa. Emme ehtineet odottaa kuin varttitunnin verran, kun ensimmäinen karhu ilmestyi näköpiiriimme. ”Huh, mikä tunne!” Innostus ja huojentuneisuus olivat käsin kosketeltavissa. Kojussa alkoi kuhina ja tunne oli kaikin puolin jännittävä. Sabrina seurasi tilannetta ja reaktioitamme aktiivisesti taustalla. Tilanne oli pian ohi, kun karhu kätkön syötyään löntysteli pois. Tapahtunutta ei paljon ehtinyt käsittää, kun seuraava karhu ilmestyikin jo kymmenen minuuttia ensimmäisen jälkeen. Tämä pelästyi jotakin ja juoksi pois. Vaikka karhujen näkeminen oli mahtavaa, oli jotenkin turhauttavaa, kun kaikki tapahtui niin heti, ettei edes kunnolla ehtinyt tajuta missä on. Ei kunnollista odotusta.



Kuva 1. Karhu löysi kätkön.

Heti näkemisien jälkeen Sabrina kyseli ensituntemuksia ja tilanteen rauhoituttua Sabrina otti tilanteen hienosti haltuun ja turhautuminen unohtui. Hän alkoi kertoa tarinoita ja mahdollisia yön tapahtumia. Se oli mielenkiintoista ja nostatti odottavaisen tunnelman jälleen pintaan. Kaikki paikalla olijat kiinnittivät huomionsa Sabrinaan ja ilmeistä päätellen kaikki olivat hyvin innoissaan ja odottivat tulevaa. Pienellä keinolla hän sai kaikki tuntemaan itsensä osalliseksi ja kevensi tunnelmaa: hän tarjoili meille nallekarkkeja! Näillä keinoilla hän piti mielenkiintomme yllä, vaikka olimmekin jo saaneet havaintokokemuksen. Edessä oli pitkä yö. Kaikki tarkkailivat ympäristöä ja odotus palkittiin taas, vajaa puolituntia edellisen jälkeen. Kaikki olivat selvästi innoissaan ja tunnelma oli edelleen odottavainen. Odotus oli vain hieman erilaista, enää ei odotettu, että nähdääkö karhu vaan odotettiin kärsimättömästi, että ”tule nyt lähemmäs!”. Näin ei kuitenkaan vielä tapahtunut ja tämäkös nostattikin uuden havainnon odotuksen korkealle.

”Lisää kiitos ja lähemmäs!”.

Muissakin kojussa olevissa oli huomattavissa ihan erilaista valppautta nyt kun on päästy hommaan kunnolla mukaan, kamerat ovat valmiina ja odotellaan tarkkaavaisesti. Odotellessa tunne on iloinen, iloinen siitä, että saa kokea jotain tällaista. Sabrina lukee tilannetta, hän ei puhu mitään. Aistii varmaan, että kaikki ovat omissa ajatuksissaan.

On aikaa pohdiskella tapahtumia alusta asti. Alussa kaikki oli vähän hämillään, että mitä tehdä ja miten toimia sekä miten tämä kamera tuli laittaa ja niin edelleen. Sabrinan saavuttua kojuun tilanne rauhoittui. Hän toi olemuksellaan turvallisuuden tunteen ja varman olon siten, että tieto hänen läsnäolostaan varmistaa, ettei tule menettämään mitään vaikka välillä ottaakin rennosti ja keskittyy ihan muuhun. On rauhallinen ja rentoutunut olo. Niin näyttää muillakin olevan, sillä asennot rentoutuvat ja odotellaan. Porukan keskeinen yhteishenki on hyvä ja odottelun lomassa on pientä jutustelua. Jotenkin on vaikea käsittää, että on keskellä villiä luontoa ja petoja kulkee ympärillä.

”Näyttää samalta kuin televisiossa, mutta olen siinä televisiossa. En jotenkin älyä tätä paikkaa enkä tilannetta. Ehkä olo tästä tasoittuu ajan mittaan ja hämärän tultua jo pelottaa.”

Joidenkin mahat alkavat murista - ”karhut murisee”- huumori kojun sisällä luo mukavan rentoa tunnelmaa. Sabrina tarkkailee meitä kokoajan. Huomaa tilanteen ja huolehtii meistä tarjoamalla kahvia ja eväitä. Kokemuksen tuoma ammattitaito on selvästi havaittavissa. Hän osaa lukea tilanteita. Kun keskittyminen alkaa kojussa herpaantua vauhdikkaan alun jälkeen, on sopiva hetki tarjota evästystä. Ennen tätä hän kertoi myös lisää näkemistämme karhuista ja saimme faktatietoa karhujen käyttäytymisestä ja toiminnasta. Tämä kaikki oli uutta ja syvensi kokemusta ja halu ymmärtää ja oppia kasvoi. Hän selitti myös, että heidän toimintansa on karhujen ja muiden eläinten houkuttelua, ei ruokintaa. Tällöin luonnonmukainen ympäristön tasapaino säilyy. Linnut alkavat huutaa ja kaikki valpastuvat, jotain on tapahtumassa. Huomattuamme, että tämä oli väärä hälytys, kello alkoi olla jo kahdeksan. Valoisaa aikaa oli jäljellä vielä pari tuntia ja mahdollisuudet nähdä lisää on olemassa. Jutustelu jatkuu ja kojussa on rauhallista. On taas aikaa pohdiskella omia tuntemuksia.

”On hämmentävä tunne olla näin osa luontoa. Ihan kuin minuus katoaisi ja sulautuisit osaksi jotain, mistä et ole ennen tiennyt. Ihan kuin vakoilisi jotain kiellettyä. Sinua ei ole, on vain luonto ja olet osa sitä. Ihmisen vaikutus ympäristöön ja luontoon tulee väistämättä mieleen. Pihalle meneminenkin kadottaisi kaiken ja muuttaisi koko ympäristön tasapainon. Täällä ihmisen ylimielinen ote ympäristöön ja maailmaan muuttuu. On pakko pysähtyä ja olla osa jotain, mitä ei osaa sanoin kertoa. Jotain, jonka olemme melkein tuhonneet. Asioiden tärkeysjärjestys muuttuu. Mihin tarvitsemme kaikkea? Miksi ihminen ei voi vain muuttua eläimeksi ja palata luontoon? Jokaisen suurvallan vallanpitäjät pitäisivät tuoda tänne näkemään, mitä he päätöksillään tuhoavat.”

Elämme kojussa eräänlaisessa symbioosissa. Joku reagoi johonkin ja heti kaikki muutkin valpastuvat.

”Jännää ja käsittämätöntä, miten olemme sulautuneet ympäristöön. Linnut rauhoittuvat ja vaikenivat. Niin mekin. Onko tämä tyyntä myrskyn edellä? Olisiko kohta iltapalan aika, karhut huhui? Me odotamme, linnut valpastakoon meidät sitten.”

Karhu! Kello on melkein yhdeksän ja odotus palkittiin. Havaitsin karhun metsänrajassa. Tunne oli mahtava, olimmekin ehtineet jo odotella tovin.

”Siellä se on ja eikun kuvaamaan. Kuin salainen agentti vakoilemassa. Vuoroin katse kameraan ja kiikariin. Kamerat raksuvat kuin kiväärit konsanaan.”

Onnellinen fiilis leijuu ilmassa. Nyt kaikki on päässyt hommaan mukaan oikein kunnolla, itsevarmaa liikehdintää. Yhteishenki on hyvä. Jutustellaan yhdessä. Kuullaan toistemme tuntoja ja kokemuksia sekä tietenkin viitsaillaan. Mieli pysyy virkeänä eikä paikallaan istuminen tuota vaikeuksia. Sabrina antaa meidän odottaa ja jutustella. Tuntemuksista ja tapahtumista keskusteleminen lisää tunnelmaa entisestään. Mieleen tulee ajatus millaista tämä olisi kokea yksin. Ryhmän tuki on tärkeää ja luo ihan erilaista tunnelmaa. Aurinko alkaa laskea ja linnut lähtevät nukkumaan, kello on 21.13. Kymmenen minuutin jälkeen tunnelma alkaa laantua kun viimeisetkin linnut tekevät lähtöään.



Kuva 2. Piilokojussa on tunnelmaa!

”Ulkona on kesäyö. Tahtoisin pihalle, täällä on kuuma ja hapettomuus, kuin olisi lennolla Aasiaan. Aika raskas koettelemus fyysisesti. Mutta ei kärsi ajatella sitä, ettei suljetun tilan ahdistus valtaa mieltä.”



Kuva 3. Iltapalalla suon laidalla.

Ilta sai vielä huippunsa. Aiemmin näkemämme karhu nimeltä Hani palasi takaisin ja saapui ihan likelle kojuamme, 30 metrin päähän. Odotus oli kämmenet hiostavaa. Tunnelma oli hillitön ja sisällä kihelmöi. Kello oli puoli kymmenen. Tilanne kesti pitempään kuin muut ja siitä nautittiin. Tämän jälkeen taas Sabrinan ammattimaisuus näkyi tilanteeseen täydellisesti osuvassa toiminnassa. Koettu hetki kruunattiin yömyssyillä. Otimme sen Hanille sanoin ”Thanks Honey, welcome back Honey! – Kippis!” Ja taas jaksaa. Osalle se taas oli ikään kuin onnistumisen päätös ja antoi luvan mennä hyvillä mielin nukkumaan. Illan pimetessä alkaa tapahtua paljon. Viimeisiä lainauksia muistiinpanoistani:

”Kello 22.10–23.00 tapahtui paljon. Hani tuli melkein mökin viereen ja samaan aikaan havaitsin toisen naaraan vasemmalla. Olin jo hetken nähnyt hämärästä johtuvia harjoja, joten melkein säikähdin kun se liikahti ja olikin oikea. Harmi, ettei kameralla ole enää virkaa, on liian pimeää. Spooky-tunnelma!”

Yö sai arvoisensa päätöksen kun pimeän tullen paikalle löntysteli vielä noin 350 kiloinen uros, joka tuli aivan kojumme eteen nautiskelemaan yöpalaansa. Luista lähtevä rouske muistutti kuin joku olisi syönyt näkkileipää korvan vieressä ja kooltaan melkein musta karhu pimeässä muistutti autoa. Tarkkailu oli melkoisen vaikeaa ja onnistui ainoastaan kiikareiden avulla, vaikka karhu olikin vajaan kymmenen metrin päässä. Saatuaan toimensa valmiiksi karhu katosi yön pimeyteen. Tässä vaiheessa Sabrina otti tilanteen taas haltuun ja ohjeisti meidät nukkumaan. Hän vakuutti, että herättää meidät mikäli jotain mielenkiintoista tapahtuu. Oli helppoa ruveta hyvillä mielin nukkumaan. Herätys aamulla oli hieman sekava. Valoisaan oli vaikea tottua ja kampeet kerättyämme matka takaisin safaritalolle alkoi. Kuinka raikas ulkoilma tekikin ihmeitä 14 tunnin jälkeen. Päästyämme takaisin summasimme kokemuksia yhteisellä aamupalalla ja Sabrina hoiti homman loppuun asti samalla aktiivisuudella. Hieno kokemus. Onnistunut elämys.

5.3.2 Havainnointien tuloksia

Havainnoinnin tuloksia purkaessa ja oppaan toimintaa arvioidessa tuli ilmi, että kyseessä on haastava opastuksenmuoto. Oppailla on eri tapoja vaikuttaa tilanteisiin ja toimintatavat pohjautuvat oppaan perusluonteeseen, toimintatiloihin tai matkanlaatuun. Vaikka oppaiden toiminnassa esiintyikin eroja, toimintaa ohjaavat kuitenkin asiakkaiden reaktiot muuttuviin tilanteisiin. Toiminta sisältää toistuvia efektejä, joissa toimiminen peilautui asiakkaista oppaisiin sekä toisin päin. Peilautumista tapahtui myös luonnosta ihmisiin. Näitä toiminnan toistuvuuksia eli efektejä esiintyi kaksi vahvaa, joita kuvaamaan käytän symbioosi- ja no niin -efektejä.

Symbioosi-efekti ilmenee ennen kaikkea kuvatessa. Yksi alkaa kuvata intensiivisesti jotakin, toiset valpastuu ja alkaa toimia samoin ja kamerat ovat kuin konekivääreitä. Joku rentoutuu ja lopettaa kuvaamisen ja pian muutkin rentoutuvat. Joku valpastuu tai kohottaa asentoaan, muut huomaavat sen ja etsivät sille syytä ja niin edelleen. Tilanteita esiintyy paljon ja aina niihin ei liity kuvaaminen. Aktiivinen hetki kuluu symbioosi-efektin mukaisesti, mutta tilanteen rauhoituttua ja asiakkaiden rentouduttua tapahtuu niin sanottu no niin -efekti.

No niin -efekti pohjautuu onnistumisen tunteeseen ja tarpeiden tyydyttymiseen. Tässä vaiheessa opas voi käyttää tarinointia ja kertoa koetusta pitäen tilanteen otollisena, keskittyneenä ja valmistautuneena seuraavaan. Hän ikään kuin johdattelee asiakkaat seuraavaan symbioosi-efektiin, kasvattamalla mielenkiintoa sen monilla tavoilla. Samalla hän syventää juuri koettua muun muassa tunnetasolla ja pitää tilanteen jatkuvana, eli takaa kiinnostuksen säilyvyyden ja saa asiakkaat haluamaan lisää, vaikka olisikin juuri koettu jotakin merkittävää, kuten tehty hieno näköhavainto tai saatu onnistunut kuva. Tässä vaiheessa oheistoiminnot yleensä lisääntyvät ja sen vaikutukset toimivat symbioosi-efektin tavoin. Yksi rohkenee tehdä välillä muuta, jolloin toisetkin alkavat toimia. Keskittyminen palaa taas kun joku valpastuu. Kun kokemuksia on kerrytetty paljon ja efektien vaikutukset ovat laantuneet, oppaalta vaaditaan pääasiassa kokemusten tason syventämistä toiminnan kautta, jolloin kokemukset nivotaan elämykseksi. Ja juna jatkaa matkaa kohti huippuaan asteittain kasvavien kokemusten kautta. Jotta esimerkiksi oheistoiminnot säilyvät hallittuina, eivätkä vaikuta tilanteeseen negatiivisesti, täytyy oppaan olla aktiivinen, jotta tilanteen positiivinen henki ryhmässä pysyy yllä ja mielenkiinto säilyy tai kasvaa entisestään, eikä innostus toimintaa kohden pääse loppumaan. Efekteissä toiminta siis leviää asiakkaista toisiin, mutta ennen kaikkea oppaasta asiakkaisiin. Opas voikin vaikuttaa paljon näiden efektien sekä tunnetilojen syntyyn tai toisaalta ohjailla niitä.

Tällöin aletaan puhua kokemuksen muovaamisesta tunteiden johdattelemisen kautta. Ensin opas nostattaa mielenkiinnon ja saa odottavaisen jännityksen aikaan. Kun tämä tunne tila on aktiivinen, opas antaa sen jatkua ja pitää tilanteen otollisena tulevaan. Näin opas aluksi vie tilanteen johonkin muotoon ja vallitsevaan tunnetilaan ja kun haluttu saavutetaan, antaa hän asiakkaiden viedä tilannetta kohti seuraavaa hetkeä. Hän jää ikään kuin taka-alalle siihen asti, kunnes toimintaa tarvitaan lisää. Tällaisia tilanteita oli paljon, esimerkiksi kertomalla linnun antamasta merkkiäänestä, vaikutus asiakkaissa näkyi heti valpastumisena ja kärsimättömänä odotuksena. Opas siis johdattelee tilanteita, eli asiakkaiden

tunteita ja toimintaa läsnäolollaan ja hänen reaktionsa saavat asiakkaat toimimaan hetkittäin hyvin kaavamaisesti.

Havainnoinnissa yhdeksi tärkeimmäksi tai merkittävämmäksi huomioksi nousi juuri oppaan vaikutus asiakkaiden tunnetiloihin ja tilanteiden muutoksiin. Oppaan olemus itsessään vaikuttaa suoranaisesti asiakkaisiin, kun asiakkaat valpastuvat yhtäkillisesti, on opas keskittyneen näköinen ja valpastunut. Oppaan olemuksen muutokset siis vaikuttavat suoraan asiakkaaseen. Jos opas on rauhallinen ja rentoutunut, viestii se asiakkaille, ettei ole hätää ja ulkona ei tapahdu mitään menetettävää eli oppaan olemus ja hieman hermostuneeseen tilanteeseen puuttumattomuus saa asiakkaat rauhoittumaan. On siis tärkeää huomata milloin niin sanottu vähäeleisyys on tarpeen tilanteen kannalta. Oppaan valpastuessa leviää tunne myös asiakkaisiin. Tästä tiedetään, että kohta tapahtuu jotain. Oppaan toiminnan vaikutukset asiakkaisiin koostuvat niin pienistä olomuodon reaktioista kuin näkyvienkin toimintojen kautta, kuten kerronnan tai tarinoinnin suoravaikutus asiakkaiden kiinnostukseen ja keskittymisen tasoon.

On tärkeää, että opas tiedostaa vaikutusvaltansa ja osaa myös havainnoida hetket, jolloin tarvitaan toiminnallista tilanteenhallintaa. Tällaisia ovat esimerkiksi kojuun saapumisen jälkeinen tilanne, jolloin asiakkaat ovat lähtökohtaisesti innostuneita, mutta myös hermostuneita ja hieman epävarmoja. Tällöin oppaan täytyy toiminnallaan rauhoittaa tilanne ja luoda keskittynyt ilmapiiri. Opas voi jutella asiakkaidensa kanssa ja jakaa kokemuksia, koska puhuminen laukaisee jännitystä. Tämän lisäksi hän voi käyttää tarinointia huomion suuntaamiseksi. Tällöin hän voi rauhoitella vilkkaita ja saa levottomien huomion kiinnittymään tilanteeseen. Rauhallisuus sai levottomat ja hieman epävarmalta vaikuttavat asiakkaat rentoutumaan ja turhat liikehännät jäivät pois. Samoja keinoja voi käyttää eri vaiheissa, muun muassa mielenkiinnon synnyttämiseksi tai sen ylläpitämiseksi. Keinoja on monia, mutta tärkeintä tässä vaiheessa on yksilön huomiointi ja asiakkaiden tunnetiloihin reagoiminen.

Oppaiden ammattitaito siis näkyi asiakkaista juuri siinä, kuinka he osasivat analysoida asiakkaiden olotilaa ja reagoida siihen joko toimimalla jotenkin tai levittämällä rauhallisuutta omalla olemuksellaan. Oppaiden ammattitaidon merkitys heijastui myös siitä, että he osasivat huomioida asiakkaat yksilöinä ja osasivat toimia sen mukaan. Kertoivat enemmän tietoa selvästi sitä haluaville, auttoivat teknisesti niitä, jotka vaikuttivat kokemattomilta ja antoivat keskittymisrauhan niille, jotka tahtoivat nauttia kokemuksesta itsekseen. Vastauksissa löytyi tähänkin varmistus. Tärkeintä kokemuksen onnistumisen kannalta oppaan toiminnassa oli juuri tarpeiden huomioiminen ja henkilökohtainen neuvonta, eli opas osasi huomioida kuka ryhmässä kaipasi minkälaista tukea, kuten myös havainnointitilanteet antoivat ymmärtää. Kovasti linnuista kiinnostuneen mielenkiinto kohdennettiin niihin, jolloin myös rauhattomuus laannutettiin ja keskittyminen parani, keskittyneeseen ja omaan toimintaansa keskittyvälle tärkeintä oli oppaan alan ja alueen tuntemus mikä monipuolisti hänen kokemuksesta nauttimista. Kameran kanssa epävarmempia neuvottiin ja autettiin valmisteluissa ja näin saatiin heidätkin rauhoittumaan ja varmistettiin, että tilanteesta selvittään ilman teknisten ongelmien luomaa levottomuutta.

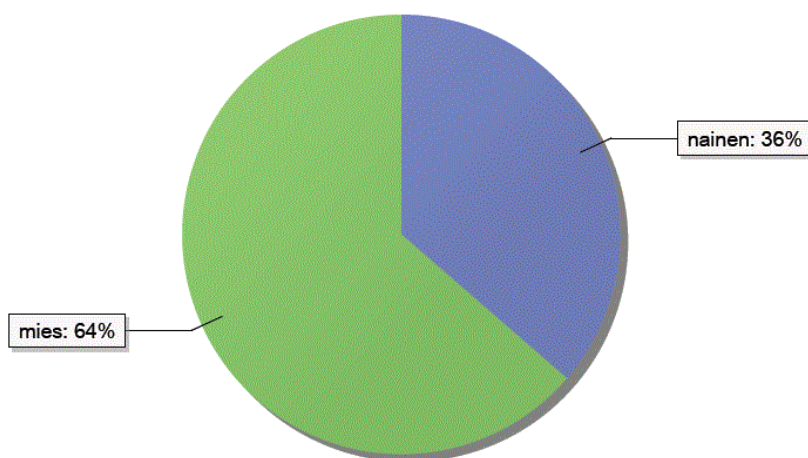
Tästä voidaan päätellä, että ammattitaitoisia oppaita siis tarvitaan edelleen ja yhä kasvavissa määrin, joten opaskoulutuksiin ja matkailuopetukseen tulee lisätä luontopohjaiseen tietoisuuteen perustuvia opintoja, koska ammattitaitoisuus ja -tietoisuus mainittiin usein oppaan luoman kokemuksen onnistumisen taustalla. Tämän merkitys heijastui selkeästi asiakkaista. Oppaalta haettiin muun muassa neuvoa ja tietoa ja hänen läsnäolonsa helpotti kokemuksen jakamista muiden kanssa. Hän myös avasi keskustelun tai kyseli tuntemuksia ja näin myös tutustuminen toisiin onnistui ja niin edelleen. Näitä asioita tarkastellaan yksityiskohtaisemmin myöhemmin.

5.4 ”Ainahan Kontion näkeminen säväyttää”

Havaittu toistui myös kyselyn vastauksissa. Havainnoitavia asiakkaita oli kahdella toteutetulla havainnointireissulla yhteensä 7. Loput kyselyyn vastanneet toimivat kojussa ilman opasta ja heidän kyselyissään kartoitettiin oppaan puuttumisen vaikutuksia, joita vertaamalla kokoaikaisesti oppaan

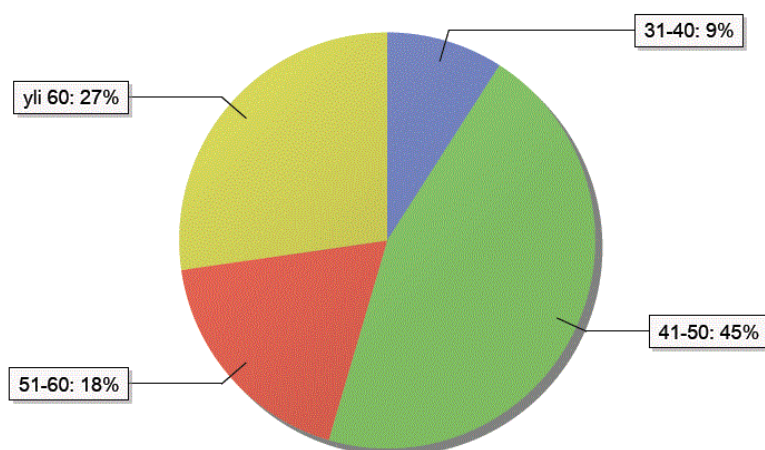
kanssa olleisiin ilmeni monia osaltaan ristiriitaisiakin asioita. Lyhyesti tiivistäen oppaan puuttumisen vaikutukset vaikuttivat eniten emotionaalisella tasolla ja vastauksissa vahvistui juuri ennen matkaa tapahtuvan toiminnan tärkeys. Puutokset eivät kuitenkaan aiheuttaneet täyttä tyytymättömyyttä kokonaisuuden kannalta.

Havainnoinnissa mukana olleen seitsemän henkilön lisäksi kyselyyn vastasi neljä ilman opasta kojussa ollutta henkilöä. Heidän vastauksensa täydensi tuloksien kokonaiskuvaa. Jokainen mukana ollut näki eläinten katselu- ja valokuvausretkellä suurpetoja, jotka näillä reissuilla olivat karhuja. Lisäksi reissuilla tehtiin paljon erilaisia lintuhavaintoja, aina lokeista merikotkiin. Selvityksessä mukana olleet henkilöt olivat suomenkielentaitoisia ja pääsääntöisesti suomalaisia. Taustatieto kysymykset olivat kaikille pakollisia, joten vastaajia oli 11. Sukupuoli jakaumaltaan miehiä oli huomattavasti enemmän (kuvio 4).



Kuvio 4. Sukupuolijakauma

Suurin osa vastaajista oli iältään 41–50 -vuotiaita, lähes puolet vastaajista. Toinen osa vastaajista oli tätä vanhempia ja nuorimmat havainnointiin ja kyselyyn osallistuneet olivat iältään 31–40 -vuotiaita (kuvio 5).



Kuvio 5. Ikäjakauma

Matkustusmotiivit jakautuvat pääsääntöisesti kahteen luokkaan luonto- ja valokuvaukseen eli omaehtoiisiin matkaajiin ja työ- ja koulutusmatkoihin. Ensimmäisellä havaintoreissulla mukana olleet asiakkaat olivat monet myös osallisina samaisena viikonloppuna aiemmin esitellyssä seminaarissa työnsä puolesta, mutta heidän motiiveinaan kuitenkin toimi myös niin ammatillinen kuin oma kiinnostus tätä luontomatkailun muotoa kohtaan. Toisella kuvauspainotteisella havainnointimatkalla luonto- ja valokuvauksen lisäksi haettiin luontokokemuksia ja oppia kuvankäsittelyohjelmien käyttöön. Tällöin motiivit olivat enemmänkin henkilökohtaisia.

Edellisiin linkittyvässä avoimessa kysymyksessä tiedusteltiin, mitä tuntemuksia karhun näkeminen vastaajassa herätti. Vastauksissa oli paljon hajontaa. Esiin nousi muun muassa seuraavia: kunnioitus suurpetoja kohtaan, yhteenkuuluvuutta, uteliaisuutta, visuaalisuutta, jännitystä, luonnonrauhaa eli odottelu ja hiljaa olemisen tunne niin ilahdutti kuin välillä myös pitkästyi. Tilannetta verrattiin myös humoristisesti eläintarhaan, erona se, että itse tarkkailijat ovat häkissä.

Reissua kuvattiin myös erittäin mieleenpainuvaksi, erikoiseksi ja vaikuttavaksi luontoelämykseksi. Tuntemuksien myönteisyyden todettiin johtuvan lähinnä oppaan asiakasystävällisyydestä ja palvelualltiudesta. Lisäksi kohde-eläinten vähyys yhdistettynä kokemuksen laatuun nähtiin positiivisesti, kun kokemusta täydennettiin oppaan asiantuntijuudella.

Ainoat negatiiviset tuntemukset perustuivat toimipaikkoihin ja siihen kuinka lähelle kohteita onnistuttiin pääsemään ja mitä kohteet olivat. Pääsääntöisesti kohteisiin ja näköhavaintoihin oltiin tyytyväisiä, mutta muun muassa kuvien onnistuminen oli usein lievien pettymyksien taustalla. Pelkoa ei esiintynyt vastauksissa ja lähin sitä vallinnut tunne oli innostuneen jännittynyt, joten tämä lähtökohtaisesti epämiellyttävä tunne yhdistettynä juuri innostukseen, voidaan sen vaikutuksen päätellä olevan kuitenkin kokemuksen kannalta positiivinen.

Kyselyllä pyrittiin kartoittamaan, millaisia vaikutuksia sillä, ettei opas ole asiakkaan mukana koko tuotantoprosessin aikana on. Yli puolella kyselyyn vastanneista opas oli mukana kokoaikaisesti ja he osallistuivat myös havainnointiprosessiin. Näitä oppaan puuttumisen vaikutuksia analysoitaessa tärkeimmäksi esiin nousi etukäteisinfon saanti ja kaikki tiedon saannin vaiheet. Tärkeimmäksi huomioksi korostui käsitys siitä, että ilman oppaan kokoajasta läsnäoloa, ei kokemus vastannut täysin kaikkia odotuksia. Kokemukset eivät kasvaneet elämykseksi, vaan jäivät hieman irrallisiksi osikseen, jonka vaikutusta tarkastellaan tarkemmin yhteenvedoissa.

Tulokset olivat kuitenkin pääsääntöisesti positiivisia myös heidän keskuudessa, jotka eivät olleet oppaan kanssa kokoaikaisesti, arvioitaessa oppaan merkitystä eri asioiden kannalta. Heidän vastauksiensa perusteella opas nähdään merkityksettömänä yhteishengen ja kiinnostuksen ylläpidon kannalta. Tässä on selkeä ristiriita siihen, että juuri mielenkiinnon synnyttäminen ensisijaisesti tarinoinnin kautta, on suhteessa yksi merkittävimmistä positiiviksi nähtävistä oppaan ominaisuuksista tuloksen kokonaisuutta tarkasteltaessa. Mielenkiintoisuuteen liitetään läheisesti myös kiinnostuksen ylläpito.

Oppaan läsnäolon vaikutusta analysoitaessa positiivisilla, negatiivisilla, ei merkitystä ja en osaa sanoa mittareiden avulla on kokonaisuudessaan kaikkein tärkeintä oppaan positiivisilla vaikutuksilla kokemukseen (taulukko 1). Miltei 80 prosentissa kaikista annetuista vastauksista oppaan vaikutukset nähdään positiivisena. Negatiivisten vaikutusten osuus on hyvin pieni, alle

prosentin luokkaa ja ei merkitystä ja en osaa sanoa -vaihtoehtojen osuus kokonaisuudesta on noin neljännes ja aiheuttaa tulosten hajonnan.

Taulukko 1. Oppaan läsnäolon vaikutukset

	POSITIIVINEN	NEGATIIVINEN	EI MERKITYSTÄ	EN OSAA SANOA	Yhteensä
ENNEN KOJULLE MENOA	0%	0%	0%	0%	0
etukäteisinfon antaminen	100%	0%	0%	0%	11
kuljetuksien järjestäminen	80%	0%	20%	0%	5
siirtyminen kojulle (turvallista, luontevaa, selkeää jne.)	80%	20%	0%	0%	5
KOJUSSA	0%	0%	0%	0%	0
turvallisuuden tunne	72,73%	0%	18,18%	9,09%	11
odottavan ilmapiirin ylläpito (ennen eläimen näkemistä)	81,82%	0%	9,09%	9,09%	11
mielenkiinnon synnyttäminen (tarinointi jne.)	90,91%	0%	0%	9,09%	11
kiinnostuksen ylläpito	63,64%	0%	27,27%	9,09%	11
yhteishengen luominen	63,64%	0%	27,27%	9,09%	11
huolenpidon tärkeys (tarjoilut, fyysisten tarpeiden huomiointi jne.)	81,82%	0%	9,09%	9,09%	11
KOJULTA PALAAMINEN	0%	0%	0%	0%	0
kojulta palaaminen (turvallista, luontevaa, selkeää jne.)	60%	0%	20%	20%	5
kokemuksen yhteenveto	60%	0%	20%	20%	5
kokonaisuuden onnistuminen	81,82%	0%	9,09%	9,09%	11
muu, mikä:	100%	0%	0%	0%	2
Yhteensä	78,18%	0,91%	12,73%	8,18%	110

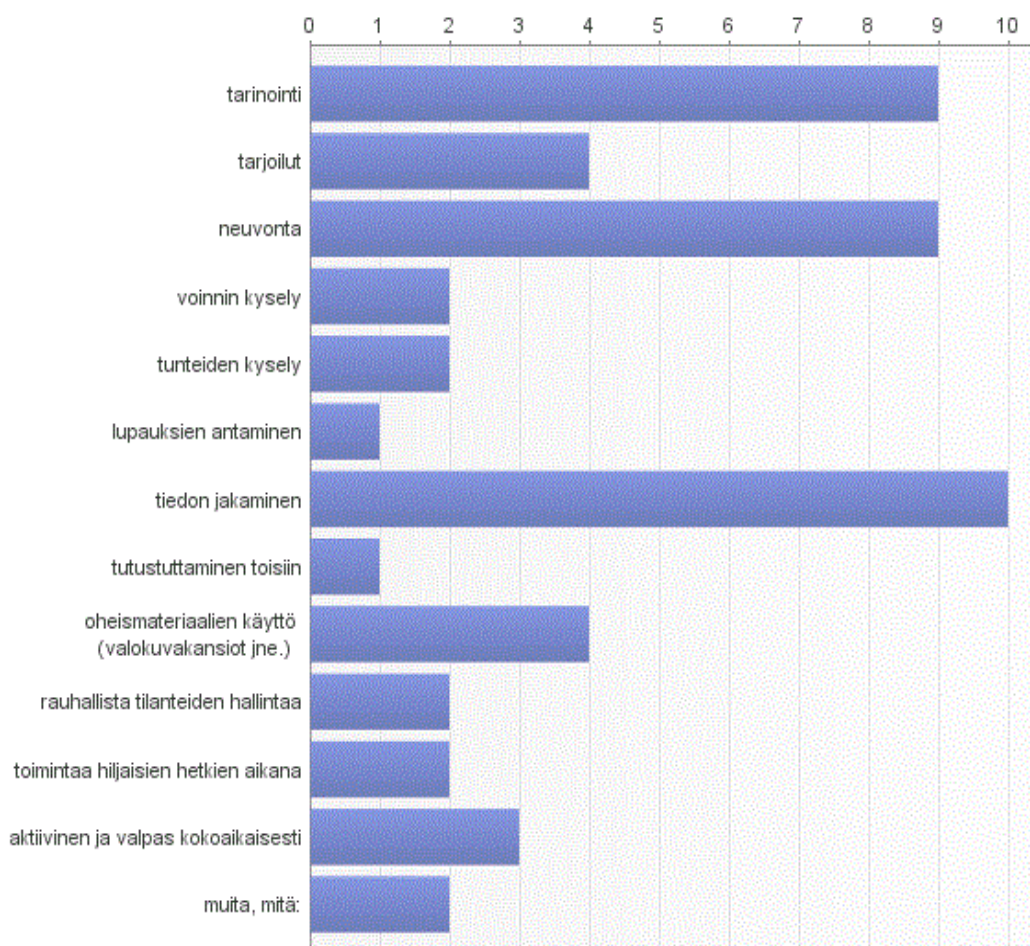
Eniten hajontaa esiintyi kiinnostuksen ylläpidon, yhteishengen luomisen ja turvallisuuden tunteen osalta. Näiden ristiriitaisuus esiintyi jo pohdittaessa oppaan puuttumisen vaikutuksia. Etukäteisinfon antaminen oli yksimielisesti kaikkein positiivisimpana koettu asia. Tiedon tärkeyttä kokonaisuuden kannalta vahvistaa kaikkien vastaajien keskuudessa eniten positiiviseksi koetut asiat. Näitä ovat odottavan ilmapiirin ylläpito ennen eläimen näkemistä

ja mielenkiinnon synnyttäminen tarinoinnin avulla. Tärkeäksi koettiin myös huolenpidon tärkeys eli tarjoilut, fyysisten tarpeiden huomiointi ja niin edelleen. Huolenpitoon eläinten katselu- ja valokuvausreissuilla liittyy usein kojussa tarjottavien lisäksi myös yhteisiä ruokailuja, niin ennen kuin jälkeen reissujen. Tämä riippuu paljon matkan kestosta ja järjestämisen tavasta. Kokonaisuuden onnistumiseen oppaan läsnäololla koettiin todella positiivinen vaikutus. Muut asiakkaiden esiintuomat positiiviset vaikutukset liittyivät läheisesti tietoisuuden kasvattamiseen ja oppimiseen, esimerkiksi neuvonnan ja teknisen ohjauksen kautta, kuten esimerkiksi kuvankäsittelykoulutuksen käyttö osana kokonaisuutta.

Oppaan toimintaa tulkitessa seuraavan kuvaajan avulla (kuvio 6) nousi tärkeimmiksi jo aiemmin havainnoinnissa ja vaikutuksen arvioinneissa esiin tullut tiedon jakaminen. Tähän voidaan liittää tarinointi ja neuvonta sekä oheismateriaalien käyttö, jotka myös nousivat esiin vastauksissa. Oppaan luonteeseen, olemukseen ja ominaisuuksiin pohjautuvat toimet eivät nousseet kyselyissä olennaisesti esiin, mutta havainnoinnissa näiden merkitys korostui huomattavasti. Kokemuksen onnistumisen tunteeseen vaikuttaviksi ominaisuuksiksi lueteltiin kuitenkin ystävällisyys, rauhallisuus, huumori, luotettavuus ja välittömän ilmapiirin luomisen taito sekä positiivisuus. Tämän lisäksi esiin nousivat jo aiemmin käsitelty asiantuntijuus yhdistettynä ammattitaitoon ja kokemukseen. Tässäkin valmisteluiden ja ennako- sekä kohdetiedottamisen tärkeys korostui. Kokonaisuuteen vaikuttivat osaltaan myös toimintatilat majoituksen ja kojujen osalta sekä jo aiemmin esiin tulleet tarjoilut eli hyvät ruuat.

Tästä nousi esiin tärkeä huomio, jonka vaikutus oli läsnä jo havainnoinnissa. Toimintatilalla ja toiminnan tuottamisen tavalla yhdistettynä matkan tarkoitukseen on paljon merkitystä. Koju itsessään vaikuttaa oppaan mahdollisuuksiin toimia, kuten liikkua tilassa ja niin edelleen. Samoin toiminnan tuottamisen tapa vaikutti asiakkaiden mielenkiinnon pysyvyyteen. Tähän esimerkiksi voi nostaa haaskan käytön houkuttimena. Haaskan käyttö on varma houkutin, mutta se pysäyttää pedot yhteen paikkaan, jolloin kiinnostus laantuu nopeammin riippumatta siitä, oliko kyseessä katselu- vai

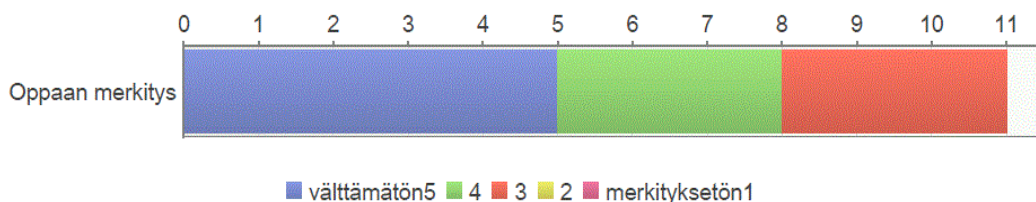
valokuvaustarkoitus. Toki valokuvaus on helpompaa paikallaan olevaan kohteeseen. Liikkuvassa miljöössä, jossa petoja houkutellaan piiloherkkujen avulla, kiinnostus karhuun on pitkäkestoisempaa ja antoisampaa, kun mukana on vaihtelevuus. Haaskan käyttöä houkuttimena on kiistelty, mutta tällaisessa matkailunmuodossa se on perusteltua, kunhan toiminta pysyy karhujen houkuttelemisena niiden ruokkimisen sijaan.



Kuvio 6. Oppaiden käyttämät keinot positiivisten vaikutusten saavuttamiseksi

Viimeiseksi, ikään kuin yhteenvetona, selvitettiin valintakysymyksen avulla, miten vastaaja koki oppaan läsnäolon tärkeyden eläinten katselu- ja valokuvausreissulla (kuvio 7). Vaihtoehdot esitettiin ranking-asteikkona niin, että numero 5 oli välttämätön ja numero 1 merkityksetön. Vastausten perusteella voidaan yksinkertaisesti todeta, että oppaan läsnäolo koetaan alalla erittäin tärkeäksi. Noin puolet vastaajista oli sitä mieltä, että oppaan läsnäolo on välttämätöntä. Loput jakautuivat tasan asteikolle 4 ja 3, joiden numeraalinen arvo voidaan todeta erittäin tai kohtalaisen tärkeäksi ja

tärkeäksi. Yhteenveto on, että oppaita tarvitaan, jotta kokemus on mahdollisimman onnistunut ja siitä muodostuu elämyksellinen kokonaisuus.



Kuvio 7. Oppaan läsnäolon tärkeyden arviointi

5.5 Yhteenvetoja tuloksista

5.5.1 Reliabiliteetin ja validiteetin arviointi

Yhteenvetona taulukoin tuloksiani, jotta yhteneväisyydet eri menetelmien tuloksista on helpompi hahmottaa. Samalla arvioin myös työni reliabiliteettia ja validiteettia. Näin ollen, jos selvityksen tutkimusongelmaa tutkittaisiin uudelleen, uskoisin tuloksen pysyvän samana, koska tulokset on koottu analysoimalla useamman menetelmän tuloksia. Useamman menetelmän käyttö laajensi selvityksen näkökulmaa tarkasteltavaan asiaan sekä varmensi pääaineistonhankintamenetelmän eli havainnoinnin tuloksia. Tällöin kongruenssi eli tiedon yhdenmukaisuus saavutetaan. Käytetyn menetelmän havainnointitarkkuutta analysoitaessa tärkeintä on ilmiön jatkuvuus, eli samanlaisten useasti toistuvien ilmiöiden havainnointi mahdollisimman useasti ja saatujen tuloksien vertaaminen keskenään. Tätä tehtiin selvityksessäni paljon. Toisiaan tukevien menetelmien käyttö saman asian selvittämiseksi eri muodoissa todentaa selvitykseni reliabiliteettia, eli tutkimusmenetelmän luotettavuutta ja kykyä saavuttaa tarkoitettuja tuloksia.

Tuloksien luotettavuutta voi heikentää vastaajien väärinymmärrykset, esimerkiksi kysymyksen ymmärtäminen toisin kuin mitä olen sillä tarkoittanut. En usko tämän kuitenkaan olevan ongelma selvitykseni osalta, koska käytettyjen menetelmien kysymyksiä testattiin ennen niiden käyttöönottoa ja testivastauksilla saavutettiin toivotunlaisia vastauksia. Työssäni ei myöskään käytetty suuria numeraalisia aineistoja, joten kirjausvirheiden mahdollisuus on hyvin pieni. Mielestäni työni on uskottava tai vakuuttava eli validi, pätevä, koska työssä käytetyillä menetelmillä saatiin tutkimusongelmaan vastaavia tuloksia. Uskon myös tuloksieni todenmukaisuuteen, koska ne peilaavat

työssä käytettyä viitekehystä, eli asiakaskokemusta ja sen elämyksellisyyttä. Tuloksissa löytyy näkökulma siihen, millainen rooli luonto-oppaalla ja hänen läsnäolollaan on asiakkaan kokemuksen kannalta.

5.5.2 Yhteenveto haastattelun tuloksista

Haastattelun tuloksia tarkastellessani tärkeimmät listattavat asiat olivat mielestäni se, kuinka haastateltava näkee oman roolinsa asiakaskokemuksessa (taulukko 2). Vasemmassa sarakkeessa on listattu oppaan rooleja, joita ovat tunnelman luoja, tiedon jakaja ja viihdyttäjä. Roolinvaihtelut ovat osa toimintaa ja ammattitaitoinen ja asiantunteva opas osaa toimia vaihtuvan tilanteen ja tunnetilan mukaan. Vaikka rooleja on useita, oppaan merkitys on muuttumaton.

Oikeassa sarakkeessa tarkastellaan tarkemmin oppaan roolia sen ominaisuuksien ja toiminnan näkökulmasta. Värilliset ovat keinoja, joita opas käyttää eri tilanteissa ja, jotka määrittävät nämä listatut oppaalle tärkeät ominaisuudet, jotka rajasin kolmeen ”päälukuun”. Näitä ovat siis tilanteen hallinta, informatiivisuus ja muuntautumiskyvykyys. Toiminnallisia keinoja on esimerkiksi ajatustenjohdattelu, tarinointi, odotuksien luominen ja alan asiantuntemus.

Haastattelun tuloksissa nousi esiin myös eräs tärkeä näkökanta pohdittaessa asiakkaan tyytyväisyyttä, jota avataan taulukon alasarakkeessa. Se pystytäänkö asiakkaalle antamaan kokonaisvaltainen ja onnistunut kokemus, elämys, on kiinni itse asiakkaan luontosuhtautumisesta. Kuten elämyksen tuottamisen teoriassa sanotaan, että elämyskokemus on aina yksilöllinen ja asiakkaan määrittelemä, eikä opas itsessään pysty takaamaan sen syntyä ja sitä ei voida varmuudella tuottaa, vaan sen syntymiselle voidaan luoda edellytykset. Näin ollen luonto yhdessä oppaan toiminnan kanssa luovat nämä edellytykset, joiden varaan asiakkaan kokemus rakentuu. Taulukossa mainitaan tärkeänä osana myös pettymysten hallinta oppaan toiminnan vaikutuksien näkökulmasta. Tärkeää on ennaltaehkäisy, eli realististen odotuksien antaminen, jolla myös onnistumisen tunne voidaan maksimoida. Negatiivisten asioiden ratkominen voi johtaa onnistuneeseen kokemukseen.

Taulukko 2. Asiakaskokemus oppaan näkökulmasta

OPPAAN ROOLI	OMINAISUUDET – ASiantuntijuus
Viihdyttävä Tiedon jakaja Tunnelman luoja Roolin vaihtelu Näköhavainto → tarkkailija Ei näköhavaintoa → luonnon itseisarvoistaminen Merkitys muuttumaton - läsnäolo tärkein	Tilanteen hallinta - TUNNETILAT/TUNTEIDEN JOHDATTELU: Pelkääminen → RAUHOITTELU/RAUHALLISUUS, LÄSNÄOLO Odotus → SOPIVASTI TIETOA KESKUSTELU ASIAKKAAN HAASTAMINEN Muuntautumiskyvykkyyks - REAGINTI (NOPEUS JA JOUSTAVUUS): MIELENKIINNON YLLÄPITO: AJATUSTENJOHDATTELU ONGELMAN RATKAISU TEKEMISEN LUONTEEN MUUTTAMINEN TARJOILUT Informatiivisuus - TIEDON JAKAMINEN AJATUSTENJOHDATTELU: TARINOINTI MAHDOLLISUUKSIEN JA TAPAHTUMIEN KUVAILU JA SELITTÄMINEN REALISTISTEN ODOTUKSIEN LUOMINEN ASiantuntemus: luonto-, eläin- ja aluetuntemus
TYTYVÄISYYS Pohjautuu asiakkaiden LUONTOSUHTAUTUMISEEN <ul style="list-style-type: none"> - asiakkaiden odotukset vaihtelevia → pettymyksen mahdollisuus Pettymysten HALLINTA <ul style="list-style-type: none"> - ennalta ehkäisy: realististen lupausten antaminen, eli todenmukaisten odotuksien luominen → onnistumisen tunteen maksimointi (odotusten lisäarvo) - negatiivisten asioiden seurausten ratkominen: Informaatio, tiedon jakaminen ja keskustelu → uusien odotuksien luominen, ”ehkä ensi kerralla” -ajatusmalli 	

5.5.3 Yhteenveto omista kokemuksista

Omia havaintojani kasasin yhteen kokemuksen rakentumisen näkökulmaa käyttäen (taulukko 3). Omissa kokemuksissani oppaan tärkeimmiksi ominaisuuksiksi nousevat kokemus ja ammattitaitoisuus, jotka näkyvät toiminnassa esimerkiksi tilanteiden hallintana ja mielenkiinnon ylläpitona. Vaihtelevissa tilanteissa ammattitaitoinen opas lukee asiakasta ja toimii sen mukaan. Antaa asiakkaalle aikaa, kun huomaa tämän olevan keskittynyt kokemukseen, nostattaa tunnelmaa ja mielenkiinnon juuri oikeaan aikaan sekä aikaansaa halun oppia ja ymmärtää, mikä syventää kokemusta. Kokemuksen onnistumisen kannalta oleelliseksi asiaksi nousi myös otollisen ilmapiirin ja tunnelman luominen, johon yhteishenki linkittyy. Keinoja sen saavuttamiseksi oppaan toimien lisäksi olivat kokemuksesta keskusteleminen ja huumori.

Taulukossa on värikuolin kuvattu asiakkaan ja oppaan välistä vuorovaikutusta. Siniset nuolet kuvastavat oppaan toiminnan heijastumista asiakkaissa. Vihreä nuoli puolestaan kuvastaa asiakkaan vaikutusta oppaan toiminnan muutokseen. Punaiset nuolet ovat vastavuorovaikutuksellisesti tapahtuvia tilanteita. Kokemuksen rakentumisessa on selkeästi nähtävillä havainnoinnin tuloksissa esiin nousevat efektit, joita oppaan toiminta elämyskokemuksen rakentumisessa -taulukossa kuvataan (taulukko 3).

Taulukko 3. Oppaan toiminta elämyskokemuksen rakentumisessa

	ELÄMYSKOKEMUS (TUNTEET)	TILANNE	OPPAAN TOIMINTA
ENNEN NÄKÖHAVAINTOA	JÄNNITYS (määränpää tuntematon) HÄMMENNYS (uusi tilanne) → ODOTUKSEN TUNNE		LÄSNÄOLO - turvallisuuden tunteen luominen - varmuus TEKNINEN OPASTUS - tilanne rauha
NÄKÖHAVAINTO	INNOSTUS → HUOJENTUNEISUUS → MIELENKIINNON LASKU (nopea onnistuminen ilman kunnollista odotusta) → HUOMION KIIINNITTYMINEN OPPAASEEN	= NONNI -efekti	TILANTEEN SEURAUS - seuraa asiakkaiden reaktioita taustalla
NÄKÖHAVAINNON jälkeen	MUUTTUNUT ODOTUKSEN TUNNE → VALPPAUS TARKKAAVAISUUS → KESKITTYMINEN → SYVENTYMINEN → RAUHALLISUUS RENTOUS → OMIEN TUNTEIDEN POHDISKELU (uppoutuminen, henkilökohtainen muutoskokemus mahdollinen) → OPPIMISEN JA YMMÄRTÄMISEN HALU (uutta oppiessa kokemus syventyy)	= SYMBIOOSI - efekti ILO = SYMBIOOSI - efekti ONNELLISUUS	TUNTEIDEN KYSELY JA KOKEMUKSESTA KESKUSTELU - tilanteen rauhoittaminen TARJOILUT - tunnelman kevennys - osallisuuden tunne <u>MIELENKIINNON YLLÄPITO:</u> TARINOINTI JA TIEDON JAKAMINEN - faktatietoa (luonto-, eläin- ja aluetietous) ODOTUSTEN LUOMINEN - kertominen mahdollisista tapahtumista → MIELENKIINNON NOSTATUS (tulevan odotus, innostus)
uusi NÄKÖHAVAINTO	KAAVA TOISTUU - mielenkiinto ei enää laske → ONNISTUMISEN TUNTEEN MAKSIMOINTI, NAUTTIMINEN → ITSEVARMUUS		ANTAA AIKAA ASIAKKAALLE - jää taka-alalle tarkkailemaan - ohjaa tilanteen päätökseen oleellisen ollessa ohi
LOPPUYHTEEN- VETO (reissun jälkeen)	KOKEMUKSEN KERTAAMINEN → ONNISTUMISEN EUFORIA	Päätös onnistumiselle= Kokemuksen nivoutuminen elämykseksi	

5.5.4 Yhteenveto havainnoista yleensä

Havainnoinnissa esiin nousseet toiminnan toistuvuutta kuvaavat symbioosi- ja no niin -efektit pitävät sisällään oppaan toiminnan näkökulmasta kaiken sen mitä elämyskokemuksen rakentuminen ja oppaan roolin vaikutuksia tarkastelleet tulokset tuovat esiin. Esiin nousevat siis ammattitaitoisuus ja -tietoisuus, tilanteen hallinnan elementit yhdistettynä oppaan muutoskyvykkyyteen, tunnetilojen hallintaan sekä ennen kaikkea oppaan läsnäolon vaikutukset asiakkaaseen yksilöllisesti. Näitä asioita käsitellään seuraavassa taulukossa efektien toiminnallisuuden kautta (taulukko 4).

Taulukko 4. Oppaan toiminta efektien aikana

SYMBIOOSI = YHDENMUKAISTUMINEN → TOIMINNAT	NO NIIN = TARPEIDEN TYYDYTTYMINEN → ONNISTUMISEN TUNNE
-asiakkaiden välinen -oppaasta asiakkaaseen -luonnosta oppaaseen tai asiakkaaseen	-henkilökohtainen -jonkin koetun jälkeinen tila
OPPAAN TOIMINTA EFEKTEISSÄ	
-vetäytyminen	=MIELENKIINNON YLLÄPITO -tarinointi -mahdollisuuksien kuvailu: tilanteen pitäminen otollisena, keskittyneenä, valmistautuneena =TILANTEEN RAUHOITTAMINEN =KOETUN SYVENTÄMINEN (TUNNETASO) -tunnelman virittäminen: kiinnostuksen säilyvyys
TOISTUVUUS	
-kokemuksen tason syventäminen: toiminnalliset keinot → KOKEMUS NIVOUTUU ELÄMYKSEKSI	

Seuraavassa taulukossa (taulukko 5) kasataan yhteen oppaan toiminnan merkitys kokemuksen muokkaamisessa ja elämyksen synnyttämisessä. Tärkein huomio havainnoinnin tuloksissa olikin se, että oppaan läsnäolo voi muokata kokemuksesta elämyksen. Näin ollen opas toiminnallaan nivoo erilliset kokemukset yhteen, jolloin kokemusten välille muodostuu kaari ja elämyksen rakentuminen mahdollistuu.

Taulukko 5. Oppaan toiminnan merkitys

OPPAAN TOIMINTA KOKEMUKSEN MUOKKAAMISESSA JA ELÄMYKSEN SYNNYTTÄMISESSÄ	
<p>-tunnetilat: tunteiden johdatteleminen =TUNNETILOIHIN REAGOIMINEN → YKSILÖN HUOMIOINTI: vilkkaut rauhoitellaan levottomien huomio suunnataan</p> <p>-tilanteen hallinta: mielenkiinnon synnyttäminen ja ylläpito, odottavan ja keskittyneen ilmapiirin luominen: tapahtumien kuvaaminen, kokemuksien jakaminen, keskustelu, tarinointi → HUOMION SUUNTAAMINEN → JOHDATUS SYMBIOOSIIN vetäytyminen (tarvittaessa) = TILANTEIDEN JOHDATTELU asiakkaiden tunteiden ja toiminnan johdattelu</p> <p>= LÄSNÄOLON MERKITYS</p>	<p>YKSILÖN HUOMIOINTI: -asiakkaiden analysointi: enemmän tietoa sille, joka haluaa =alan ja alueen tuntemus henkilökohtaista neuvontaa ja teknistä apua kokeettomammalle keskittymisrauhaa niille, jotka nauttivat kokemuksesta itseksensä (syventynyt kokemus: MUUTOSKOKEMUS) =palvelualltius: tarpeiden huomiointi, tietystä kohteesta kiinnostuneen mielenkiinnon suuntaaminen =ajatusten johdatteleminen</p> <p>→ AMMATTITAITOISUUS JA -TIE TOISUUS = ASIA NTUNTIJUUS KOKEMUKSEN ONNISTUMISEN TAUSTALLA</p> <p>RYHMÄ: -läsnäolo helpottaa kokemuksen jakamista: keskustelun avaaminen tuntemuksien kysely → TUTUSTUMINEN TOISIIN =YHTEISHENKI</p>
OPPAAN NON-VERBAALIS ET VAIKUTUKSET SYMBIOOSIN SYNTYMI SEEN	
<p>-olemuksen muutokset = REAGIOINTI: rauhallinen ja rentoutunut → "ei hätää, ei mitään nähtävää.." = TILANTEESEEN PUUTTUMATTOMUUS → asiakkaat rauhallisia</p> <p>valpastuminen → "kohta tapahtuu.." = OLO- JA TUNNETILAN MUUTOS asiakkaat valpastuvat ja keskittyvät</p>	

5.5.5 Yhteenveto kyselyn tuloksista

Kyselyiden tuloksissa toistuivat samat asiakokonaisuudet kuin havainnoinnin tuloksissa. Tulokset siis vahvistivat havainnoinnin tuloksia ja varmensivat havainnointiprosessien onnistumisen.

Kyselyiden tuloksista esiin nostettava asia on oppaan läsnäoloon pohjautuvat vaikutukset asiakkaaseen. Se, minkä ilman opasta olleet kokevat merkityksettömäksi tai eivät näe oppaalla olevan vaikutusta, on ymmärrettävää, koska niitä on vaikea kokea ilman opasta. Asiakas ei saa neuvontaa eikä oppaan läsnäolon luoma turvallisuuden tunne ja kokoaikainen varmuuden tunne onnistu ja kiinnostusta ei ole kukaan ylläpitämässä, esimerkiksi tarinoiden muodossa. Nämä keinot on lueteltu aiemmissa yhteenvetotaulukoissa.

Tämä on tärkeä huomio, koska juuri ilman opasta olleet kokivat tärkeimmäksi kaikki tiedonsaannin vaiheet, jäivät he paitsi yhdestä tärkeimmästä oppaan keinoista hallita tilannetta. Mielenkiinnon synnyttäminen on yksi tärkeimmiksi luetelluista keinoista tilanteiden, tunteiden ja ajatusten johdattelun kannalta. Oppaan puuttumisen vaikutukset korostuvatkin no niin -efektin aikana, jolloin opas johdattelee asiakkaan kokemuksen uusille tasoille syventämällä jo koettua ja luomalla puitteet uuden oppimiselle sekä muuttamalla odotuksia hän innostaa asiakkaan. Tämä voi olla yksi merkittävimmistä tekijöistä siinä, ettei heidän kokemuksensa kasva elämykseksi, sillä esimerkiksi oppimisen luoma kokemuksen syvyys jää tavoittamatta ja kaikki elämyksen rakentumisen vaiheet eli tasot eivät pääse täyttymään. Näitä asioita tarkastellaan seuraavan sivun yhteenveto taulukossa (taulukko 6).

Taulukko 6. Oppaan läsnäolon merkitys

OPPAAN PUUTTUMINEN	LIEVÄSTI NEGATIIVISEKSI KOETUT
Mikä tärkeää ENNEN MATKAA TAPAHTUVA TOIMINTA ETUKÄTEISINFO KAIKKI TIEDONSAANNIN VAIHEET Vaikutuksia KOKEMUKSESTA EI KASVANUT ELÄMYS - kokemus ei vastannut täysin odotuksia Ei vaikutusta YHTEISHENKI KIINNOSTUKSEN YLLÄPITO TURVALLISUUDEN TUNNE	KOhteet JA NIIDEN Sijainti - etäisyydet - olosuhteet ➔ mielenkiinnon pysyvyys TOIMITILAT JA NIIDEN Sijainti - järjestelyt - suunnittelu KUVAAMISEN HAASTAVUUS/HAASTEELLISUUS - kuvien epäonnistuminen tai sen pelko
TUNTEET/LUONTOELÄMYS (POS.)	
KOKEMUS Mitä herätti SYMBIOOSI LUONNON KANSSA - yhteenkuuluvuus, kunnioitus, rauha ILAHDUTTI PITKÄSTYTTI (NO NIIN -efekti) ODOTUS JÄNNITYS INNOSTUS (innostunut jännitys)	OPAS Mikä tärkeää ASiantuntijuus - ammattitaitoisuus ja kokemus - tiedon jakaminen: tarinointi, tietoisuuden kasvattaminen ➔ oppiminen, neuvonta ja tekninen ohjaus - luotettavuus TILANTEIDEN HALLINTA - odottavan ilmapiiriin ylläpito - mielenkiinnon synnyttäminen - välittömän ilmapiiriin luominen: yhteishenki - tilannetaju: rauhallisuus, huumori, positiivisuus ASIAKASYSTÄVÄLLISYYS JA PALVELUALTTIUS - huolenpito: tarjoilut, fyysisten tarpeiden huomiointi, neuvonta - ystävällisyys

5.5.6 Tulosten yhteneväisyydet

Asiantuntijuus on oppaan tärkein ominaisuus. Asiakaskokemuksen kannalta tuloksissa nousi selkeästi esiin kaksi pääteemaa, joista oppaan asiantuntijuus koostuu. Nämä ovat tilanteiden ja tunnetilojen hallinta. Keinot näiden hallintaan on niin aktiivisia kuin passiivisia eli toiminnallisia ja non-verbaalisia. Toiminnallisesti tärkeintä on efektien aikaisiin muutoksiin reagoiminen. Pääasia toiminnallisissa keinoissa on kokemuksen

monipuolistaminen mielenkiinnon synnyttämiseen ja ylläpitoon vaikuttavilla toimilla. Tuloksissa toistuvia keinoja ovat tiedon jakaminen eli tarinointi, faktatiedon antaminen ja mahdollisuuksien kuvailu eli ajatusten johdattaminen, jotka innostavat asiakkaat ja luovat muuttuneita odotuksia tulevaa kohtaan. Tunteiden johdattelu tunteista kyselemällä ja kokemuksesta keskustelemalla sekä huolenpito muun muassa tarjoilujen muodossa, keventävät tunnelmaa ja saavat asiakkaissa aikaan osallisuuden tunteen. Non verbaalisten -toimien vaikutukset perustuvat oppaan passiivisuuteen sekä olotilaan ja sen muutoksiin. Hyvä keino rauhoittaa tilanne on olla itse rauhallinen, valpastumalla aktivoit muutkin ja herätät heissä kiinnostuksen sekä saat heidät keskittymään. Tilanteen ollessa aktiivinen on hyvä jättäytyä taka-alalle ja antaa aikaa asiakkaalle. Näiden toimien käyttäminen nivoo irralliset kokemukset elämykseksi, jolloin oppaan merkitys kokemuksen onnistumisen kannalta nousee tärkeimpänä esiin. Tulokset osoittavat, että oppaan läsnäolo on ratkaiseva asia elämyskokemuksen rakentumisen kannalta. Asiakkaiden luontosuhtautuminen luo rajat ja oppaan toiminta puitteet, joiden yhteensovittaminen mahdollistaa elämyskokemuksen syntymisen.

Kuten jo tiedetään, asiakaspalvelijoiden vastuulla on se, miten asiakkaiden odotukset täyttyvät. Monesti odotusten ja todellisuuden kohtaaminen on usein ristiriidassa keskenään. Oppaan vastuullaan on saada odotukset täyttymään ja elämyksien kautta jopa ylittymään niin, että tämä ristiriita saadaan kumotuksi. (MEK 2009b.) Yleensä pettymykset pohjautuvat asiakkaan luontosuhtautumiseen. Opas voi vaikuttaa asiakkaan pettymyksen syntymiseen ennaltaehkäisemällä niitä realistisia lupauksia antamalla ja poistamalla niitä ongelman ratkaisutaitoja käyttäen, käyttäen apuna luonnon itseisarvoittamista, muun muassa jakamalla informaatiota eli selittämällä tapahtumia ja niiden syitä sekä keskustelemalla. Tuloksissani varmistuu käsitys siitä, että hyvä opas osaakin ennakoida tyytymättömyyttä aiheuttavat tilanteet, sopeutua muutoksiin ja luoda niistä ennalta odottamattomia elämyksiä asiakkaalle. Toisin sanoen ”hyvä asiakaspalvelija pystyy tekemään huonostakin tuotteesta elämyksen, mutta elämys ilman hyvää asiakaspalvelijaa on vaikea saavuttaa”. (Tarssanen 2007, 26–28.)

Oppaan toimintaa ohjaavat asiakkaiden ja oppaan välinen vuorovaikutuksellisuus säännönmukaisesti toistuvissa efekteissä. Yksi oleellisimmista asioista kokemuksen muovautumisessa elämykseksi asiakkaan kohdalla on henkilökohtaisen muutoskokemuksen saavuttaminen, joka tapahtuu yleisesti ottaen oppimisen kautta. Oppiminen luo lisäarvoa kokemukseen ja halu ymmärtää syventää kokemusta elämyksen tasolle. Opas voi toimillaan antaa pohjan tämän saavuttamiselle, esimerkiksi haastamalla asiakkaan esittämällä tälle kysymyksen, johon uppoutumalla asiakas siirtyy uudelle kokemuksen tasolle. Elämyksen rakentuminen on siis paljon kiinni siitä, onnistuuko opas luomaan kaaren irrallisten kokemusten välille sekä, kuinka hyvin hän osaa toimia efektien välillä ja niiden aikana. Opas on asiakkaiden ratkaisu kokonaisuuden ymmärtämiseen.

Eläinten katselu- ja valokuvausreissu noudattaa efektien näkökulmasta kaavaa symbioosi-no niin-symbioosi. Alussa ensimmäisen, tilanteen luoman symbioosin aikaansaamiseksi oppaan tulee nostattaa asiakkaiden mielenkiinto ja virittää tunnelma otolliseksi sekä osata jäädä taka-alalle tilanteen muuttuessa aktiiviseksi. No niin -efektin aikana, eli onnistumisen jälkeen, oppaalta tarvitaan paljon toiminnallisia keinoja, jotta silta seuraavaan, oppaan johdattelemaan symbioosiin rakentuu. Oppaalta vaaditaan siis hyvin paljon ammattitaitoa ja asiantuntemusta. Siksi on tärkeää, että tällaisia oppaita koulutetaan tarpeeksi. Johtavissa wildlife-maissa opaskoulutus on hyvin organisoitua ja tähän tulee Suomessa kiinnittää huomiota sekä panostaa siihen, että asiantuntemusta kartutetaan harjoittelamisen kautta ja oppaiden omaava hiljainen tieto siirtyy opiskelijoille luonnollisesti. Tärkeää on tietää kaikesta vähän kuin vähästä kaikki. Tätä vaatimusta vahvistaa, se että wildlife-matkailua voidaan luokitella monella tapaa, esimerkiksi kohteina olevan eläinlajin mukaan. Lisäksi uusia kohteita on aina saatavilla, eli wildlife-matkailu on alati uusiutuva ala, joten osaamisen kehittämisen tulee olla jatkuvaa ja oppaiden hyvin muuntautumiskykyisiä. (Newsome 2012.)

6 JOHTOPÄÄTÖKSIÄ TULOXSISTA

Tulokset vahvensivat käsitystä siitä, miten merkittävä oppaan rooli on. Tulokset paljastivat sen että, oppaan rooli on kokonaisuuden kannalta todella merkittävä ja varsinkin wildlife-matkailun saralla oppailla on erittäin paljon valtaa, jolla he oikein toimiessaan voivat vaikuttaa asiakkaisiin haluamallaan tavalla. Eräs vastaus kuvaa mielestäni parhaiten tätä tosiasiaa. Vastaajan mukana opas ei ollut kokoaikaisesti ja hänen arvioidessaan tilannetta, hän totesi, että ”ilman opasta kokemuksesta ei tullut elämystä”. Tämä on selvitykseni keskeisin tulos. Tätä tuki myös vastaukset, joissa tiedon jakaminen ja kiinnostuksen ylläpito muun muassa tarinoinnin keinoin yhdessä kokonaisuuden hallinnan kanssa, nousivat keskeisimmiksi asioiksi arvioitaessa oppaan läsnäolon positiivisia vaikutuksia. Voidaan ajatella, että eläinten katselu- ja valokuvausretki on nippu eri kokemuksia, jotka opas pystyy nivomaan toiminnallaan yhteen. Opas ei suoranaisesti pysty vaikuttamaan kaikkiin kokemuksiin ja estää mahdollisia pettymyksiä, mutta hän voi syventää kokemuksista elämyksiä, jolloin onnistumisen tunne yleensä saadaan aikaan ja pettymykset jäävät huomiotta.

Retket koostuvat monista eri osista, jotka luovat erilaisia kokemuksia niin tunne- kuin älylliselläkin tasolla. Tästä syystä on tärkeää, että nämä kokemukset tukevat toisiaan eivätkä jää yksipuolisiksi ja erillisiksi toisistaan. Esimerkiksi tiedot eläinten käyttäytymisestä ja tietystä yksilöstä herättävät mielenkiinnon. Mikäli näet tämän yksilön, muttet tiedä sen olevan juuri se, ei näköhavainnosta tule kokonaisvaltaista kokemusta. Vielä kun kokemukseen lisätään onnistunut valokuva juuri tarkastelemastasi yksilöstä, lisää se yhteyttä kokijan ja luonnon välillä. Näin kokemukset kasaantuvat ja etenevät kokemustasojen kautta kohti elämyksen muodostumista, jolloin onnistumisen tunne vahvistuu huomattavasti. Tällöin tuotteeseen sisällytetään elementtejä, joilla elämyksen syntymiselle suotuisat puitteet saavutetaan ja elämyksen kriteerit täyttyvät. Näkökulmaa voidaan vahvistaa niin, että reissun jälkeen katsellessasi valokuvaasi, se kertoo sinulle enemmän kuin tuhat sanaa ja näin kokemukset ovat nivoutuneet elämykseksi niin älyllisellä kuin emotionaalisella tasolla. Sama kuva kertoo kokijalleen jotain ihan muuta, kuin ulkopuoliselle kyseistä elämystä kokemattomalle katselijalle. Koettu on siis

johtanut asiakkaan henkilökohtaiseen muutoskokemukseen, eli hänen ymmärryksensä on kasvanut ja hän on oppinut jotain uutta. Saavutetaan siis elämyksen tasot, jotka ilman opasta on vaikea kokonaisvaltaisesti saavuttaa.

Havainnoinnissa tämä nousi esiin selkeästi. Oppaista haettiin alituisesti tietoa ja tästä pystyi päättämään, että olisi harmillista, mikäli paikalla ei olisi henkilöä, jolle esittää kysymyksiä liittyen kokemukseen. Jäisikö jotain oleellista huomaamatta tai jäisikö kokemus vajaaksi kun tietoisuuden laajentaminen ei olisi mahdollista. Tällöin näkemänsä merkitystä olisi vaikea syventää. Opastuksen, sen kertomusten ja käytäntöjen kautta, opas välittää asiakkaille tietoa myös paikallisuudesta, yhteisöstä ja kulttuurista. (Valkonen 2011, 36; ks. Cohen 1985). Näin asiakas saa lisäarvoa, jolloin kokemus rikastuu ja luonnonympäristö muuttuu ymmärrettäväksi ja merkitykselliseksi matkailijalle.

Tulokset paljastivat myös, että mitä kokeneempi ”luontoihminen” asiakas on, sitä vähemmän oppaan toiminnalla on vaikutusta hänen kokemukseensa. Luontosuhtautuminen onkin asiakaskokemuksen onnistumisen taustalla. Tämä näkyi heidän osallaan etenkin yhteishengen luomisen ja kiinnostuksen ylläpidon merkityksellisyydessä. Tästä voi päätellä, että oppaan läsnäoloa tarvitaan erityisesti ensikertalaisten ja kokeettomampien keskuudessa. Kokenut pärjää jo itsekseen, koska tärkein asiakokonaisuus oppaan toimintaa analysoitaessa oli tiedon jakaminen, neuvominen ja ehdottomin kaikista, tarinointi. Oppaan läsnäolon tärkeys painottuukin kokonaisuuden alkuun, kuten etukäteisinfoon ja toiminnan neuvontaan unohtamatta kuitenkin hänen vaikutustaan kokonaisuuden hallinnan kannalta.

Kuitenkin otettaessa huomioon wildlife-matkailun kasvumahdollisuudet Suomessa, niin kotimaisten kuin ulkomaistenkin keskuudessa, on tärkeä muistaa, että potentiaalisia asiakkaita on paljon. Tästä syystä ensikertalaisten määrä on mittava, joten ammattitaitoisia oppaita tarvitaan entistä enemmän näinkin kasvavalla alalla. Koska oppaiden ammattitaito nousi esiin selvityksen monissa eri vaiheissa, niin omien kokemusten kuin saatujen vastauksien, sekä oppaiden toimintaa seurattaessa, on selvää, että

matkailun parissa työskentelevien oppaiden koulutukseen tulee panostaa entistä enemmän ja laajentaa heidän osaamistaan juuri wildlife-matkailun osa-alueelle. Tämä siksi, että matkailumuoto itsessään vaatii oppaalta vahvaa luonto-, eläin- ja aluetuntemusta. Wildlife-matkailuun olennaisena lisänä kuuluva valokuvaus kiinnostaa yhä useampia, joten myös heidän avukseen tarvitaan kokeneita, teknistä tietotaitoa omaavia ja koulutettuja henkilöitä. Toisaalta wildlife-matkailu on äärettömän hyvä keino luontotietoisuuden kasvattamiseen ja kehitysnäkymiä koulutus- ja sivistysopintojen saralla löytyy asiakaskunnan laajentamisen kannalta. Tämä johtaisi myös matkailumuodon kehitykseen ja kotimaisen kiinnostumisen lisääntymiseen.

LÄHTEET

Alasuutari, P. 2007. Laadullinen tutkimus. Vaajakoski: Gummerus Oy.

Almagor, U. 1990. A tourist's vision quest in an African game reserve. *Annals of Tourism Research*.

Cohen, E. 1985. The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role. *Annals of Tourism Research*.

Condit, S. 1995. Luontomatkailun käsite ja normatiiviset tavoitteet. Joensuu: Joensuun yliopisto.

Grönfors, M. 1985. Kvalitatiiviset kenttätöyömenetelmät. Helsinki: WSOY.

– 2001. Havaintojen teko aineiston keräämisen menetelmänä. Teoksessa Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin (toim. J. Aaltola ja R. Valli), 124–141. Jyväskylä: PS-kustannus.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. painos. Helsinki: Edita.

Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto osa 1. Jyväskylä: Gummerus Oy.

– 2005. Matkailu, ympäristö, luonto osa 2. Jyväskylä: Gummerus Oy.

Hirsjärvi, S. – Remes, P. – Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Hook, T. (MEK) 2012. Wildlife-matkailun mahdollisuudet Suomessa – seminaari. Aktiviteettien kehittämisohjelman kansallinen koordinointi 2009-2011 – hanke. Luento 14.8.2012. Kuhmo.

Komppula, R. – Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.

Malinen, M. 2000. Itäisen Kainuun asukkaat ja luontomatkailu. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Matkailun edistämiskeskus (MEK) 2009. Wildlife matkailutuotteiden kehittämisstrategia 2009-2013 – eläinten katselun ja valokuvaamisen kehittämisstrategia 2009-2013. Osoitteessa [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/3af96a050d9ea239c225754d00238206/\\$FILE/wildlifekkehitt%C3%A4misstrategia_2009-2013%20vrs%202.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/3af96a050d9ea239c225754d00238206/$FILE/wildlifekkehitt%C3%A4misstrategia_2009-2013%20vrs%202.pdf). 29.5.2009.

- 2009. Wildlife matkailutuotteiden toimenpidesuunnitelma 2009-2013.
Osoitteessa:
[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/3af96a050d9ea239c225754d00238206/\\$FILE/Wildlife%20toimenpidesuunnitelma%202009-2013.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/3af96a050d9ea239c225754d00238206/$FILE/Wildlife%20toimenpidesuunnitelma%202009-2013.pdf). 29.5.2009.
- Metsähallitus 2011. Hossa Vuoden Retkikohteeksi. Osoitteessa:
<http://www.luontoon.fi/ajankohtaista/uutiset/Sivut/HossaVuodenRetkikohteeksi.aspx> 3.5.2011.
- Mintel. 2008. Wildlife Tourism International. Mintel International Group Ltd. United Kingdom. Osoitteessa:
<http://oxygen.mintel.com/display/349671/?highlight=true>. Luettu 28.12.2012.
- Moscardo, G. – Saltzer, R. 2004. Understanding tourism wildlife interactions: Visitor market analysis. Sustainable Tourism Cooperative Research Centre (STCRC). Gold Coast, Queensland Australia.
- Newsome, D. – Dowling, R. – Moore, S. 2005. Wildlife Tourism. Clevedon: Channel View Publications.
- Newsome, D. 2012. Wildlife-matkailu – paikallisen luonnon hyödyntäminen matkailussa. Wildlife-matkailun mahdollisuudet Suomessa – seminaari. Luento 14.8.2012. Kuhmo.
- Rantala, O. 2011. Metsä matkailukäytössä – Etnografinen tutkimus luonnossa opastamisesta. Tampere: Juvenes Print.
- Saarinen, J. (toim.) 1999. METLA Erämaan arvot: retkiä monimuotoisiin erämaihin. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Shackley, M. 1996. Wildlife Tourism. Tourism and hospitality management series. Lontoo: ITP – International Thomson Business Press.
- Silverman, D. 2001. Interpreting Qualitative Data. Methods for Analysing Talk, Text and Interaction. Lontoo: Sage Publications.
- Tarssanen, S. (toim.) 2007. Elämystuottajan käsikirja. 4. lisäpainos. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus LEO. EXTRA-hanke. Rovaniemi: Lapin yliopisto.
Kuvio 3. Elämyskolmio. Osoitteessa:
http://4.bp.blogspot.com/_vexj0J37-tA/TJI7aKsrial/AAAAAAAAAIE/18yV67L5IGQ/s400/EI%C3%A4myskolmiomalli.jpg
- Uusitalo, H. 1991. Tiede, tutkimus ja tutkielma. Johdatus tutkielman maailmaan. Porvoo: WSOY.
- Valkonen, J. 2011. Palvelutyön taito. Jyväskylä: Bookwell Oy.

- Vilkka, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet.
Helsinki:
Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Vuorela, S. 2005. Haastattelumenetelmät. Osoitteessa
<http://www.cs.uta.fi/usabsem/luvut/3-Vuorela.pdf>. Luettu
20.9.2012.
- Ylä-Kainuu 2012. Elämänmeno. Wild Taiga matkamessujen kilpailun
finaalissa. 28.12.2012. Alma Media Kustannus Oy.

LIITTEET

Havainnointilomake 1
Havainnointilomake 2
Lomakehaastattelu
Kyselylomake kirjallinen
Kysely Webropol

Liite 1
Liite 2
Liite 3
Liite 4
Liite 5

Havainnointilomake 1

Liite 1

X = selvästi havaittavissa

– = ilmenee jonkin verran

* = huomioita (mitä ja miten esiintyy)

ASIAKKAISSA ILMENEVIÄ OMINAISUUKSIA - eläintä ei nähdä - näkemisen jälkeinen tilanne	Asennon rentoutuminen, olemuksen veltostuminen	Väsymyksen oireiden esiintyminen: haukottelua, silmien hieronta, huokailua jne.	Mielenkiinnon kohdentuminen muuhun/toisiin - mielenkiinnon laantuminen - turhautuminen	Oheistoimintojen tekeminen: kännykät, lehdet ym.
Asiakas 1 Nimi:				
Asiakas 2 Nimi:				
Asiakas 3 Nimi:				
Asiakas 4 Nimi:				
Asiakas 5 Nimi:				
Asiakas 6 Nimi:				
OPPAAN REAKTIOT	esim. kyselee onko ok	esim. kyselee haluaako rentoutumaan, tarjoilut	esim. tarinointi, mielenkiinnon ylläpito	esim. tarjoilut, esitteet, kuvakansiot

Havainnointilomake 2

Liite 2

X = selvästi havaittavissa

– = ilmenee jonkin verran

* = huomioita (mitä ja miten esiintyy)

ASIAKKAISSA ILMENEVIÄ OMINAISUUKSIA - eläimen näkemisen aikana	Mielenkiinnon kiinnittyminen, valpastuminen esim. kuvausvalmius, asennon kohentaminen, valmiina muuttuvaan tilanteeseen	Tunnetilojen vahvistuminen: jännittyneisyys, pelko, innostus (ylitsepursuava), huokailu, hymyily jne.	Tilanteen rauhan läsnäolo, keskittymiskyvyn korostuminen esim. hiljentyminen, keskittyminen vain omaan itseensä ja kohteeseen	Rauhattomuus, tilannetajuttomuus esim. äänenkäyttö- eläinten karkaaminen, muiden vilkuilu, epätietoisuuden ilmentyminen
Asiakas 1 Nimi:				
Asiakas 2 Nimi:				
Asiakas 3 Nimi:				
Asiakas 4 Nimi:				
Asiakas 5 Nimi:				
Asiakas 6 Nimi:				
OPPAAN REAKTIOT	esim. huomaa hetken, viestittää sen kaikkien tietoon, vetäytyy pois huomiosta (yllättävät tai tilanteen keskeyttävät hetket), antaa tilanteelle rauhan ja pitää sitä yllä	esim. tunnetilojen kysely ja purkaminen heti tilanteen jälkeen, puhuminen laukaisee jännitystä, kokemuksien kertominen ja tarinointi jne.	esim. auttaa asiakasta, mikäli tilanteessa, missä jokin häiritsee (kiikarit kaukana, leipä kesken jne.)	esim. rauhoittelee vilkkaita ja yrittää pitää tilanteen otollisena ja kiinnittää levottomien huomion tilanteeseen

TAUSTATIEDOT

- NIMI:
- IKÄ:
- KOTIPAikka:
- AMMATTINIMIKKEESI ELI MILLAINEN ON KOULUTUSTAUSTASI?
- MILLAINEN ON TYÖHISTORIASI?
 - Urahistoria lyhyesti
 - Kuinka päädyit nykyiseen työhösi?

KYSYMYKSET

- KERRO LUONTOMATKAILUSTA OMIN SANAIN.
- KUINKA TÄRKEÄKSI ARVIOIT OMAN ROOLISI RETKILLÄ?
 - Mitkä ovat päätehtäväsi/toimenkuvasi retkillä?
 - Listaa luonto-oppaan tärkeimmät ominaisuudet? (esim. rauhallisuus, vakuuttavuus, tms.)
- MITÄ TEET SEN ETEEN, ETTÄ ASIAKAS SAA ONNISTUNEEN KOKEMUKSEN?
 - Millä tavoin toimintasi muuttuu mikäli retkillä nähdään/ei nähdä eläimiä?
 - Miten toimit jos eläimiä ei nähdä? Kerro keinoja joilla voi lieventää pettymystä sitä esiintyessä.
 - Koetko roolisi tärkeämmäksi silloin kun eläimiä nähdään, vai silloin, kun niitä ei päästä näkemään?
 - Miten pyrit paikkaamaan tilanteen kun eläimiä ei näy?
 - Kun eläimiä nähdään, vetäydytkö "taka-alalle" ja annat asiakkaiden nauttia kokemuksesta ja eläinten katselusta?

(Mikäli tilannetta, jossa eläintä ei nähdä, ei ole tapahtunut, pohdi miten toimisit jos näin tapahtuisi.)
- ONKO ASIAKKAIDEN TYYTYVÄISYYDESSÄ TAI PALAUTTEESSA ESIINTYNYT HUOMIOITAVAA MIKÄLI ELÄINTÄ EI NÄHDÄ?
 - Jos eläimiä ei nähdä, niin vaikuttaako se huomattavasti kokemuksen onnistumiseen?
- RETKET KESTÄVÄT YLEENSÄ PITKÄÄN, MILLÄ TAVOIN/KEINAIN PIDÄT ASIAKKAIDEN MIELENKIINNON YLLÄ, ESIMERKIKSI SILLOIN JOS MITÄÄN EI NÄYTÄ TAPAHTUVAN?
- MILLAISIA HAVAINTOJA TEET ASIAKKAISTA JA MITEN VAIKUTAT NIIHIN?
 - Pelkäävätkö, jännittävätkö he, tms?
 - Mikä on (asiakkaiden keskuudessa) vallitsevin tunne?
 - Miten reagoit näihin tuntemuksiin?
- ONKO KOSKAAN TAPAHTUNUT MITÄÄN NEGATIIVISTA TAI KRIITTISTÄ?
 - Jos on, miten silloin toimit ja mikä oli roolisi tapahtumassa?
 - Jos ei, miten toimisit jos tällainen tilanne tulisi?

Kyselylomake kirjallinen

Liite 4

KYSELY LUONTO-OPPAAN ROOLISTA ASIAKASKOKEMUKSESSA

TAUSTATIEDOT

NIMI _____

SUKUPUOLI nainen _____ mies _____

IKÄ alle 20 _____ 21-30 _____ 31-40 _____
 41-50 _____ 51-60 _____ yli 61 _____

KANSALLISUUS: _____

MATKUSTUSMOTIIVIT: _____

TILANTEEN KARTOITUS

1. Eläintenkatseletkellä nähtiin eläin (suurpeto)

 kyllä _____ ei _____

Mitä eläimet olivat: _____

2. Millaisia tunteita eläintenkatsele- ja valokuvausretki herätti:

OPPAAN TOIMINTA

3. Millainen vaikutus oppaan läsnäololla oli seuraaviin asioihin: (Rastita sopivan vaihtoehdon kohdalla)

	POSITIIVINEN	NEGATIIVINEN	EI MERKITYSTÄ
turvallisuuden tunne			
odottavan ilmapiirin ylläpito (ennen eläimen näkemistä)			
mielenkiinnon synnyttäminen (tarinointi jne.)			
kiinnostuksen ylläpito			
yhteishengen luominen			
huolenpidon tärkeys (tarjoilut, fyysisten tarpeiden huomiointi jne.)			
kokonaisuuden onnistuminen			
muu, mikä:			

4. Mitä keinoja opas käytti edellä mainittujen asioiden saavuttamiseksi?

5. Mitkä asiat oppaan toiminnassa vaikuttivat kokemuksesi onnistumiseen?

6. Oppaan merkitys eläintenkatsele- ja valokuvausretkillä: (Ympyröi sopivin vaihtoehto)
(Näkökulmana ensimmäinen kerta eläintenkatseleureissulla)

välttämätön 1

2

3

4

5 merkityksetön

KOHTAAMISIA KONTIOIDEN KANSSA

Olet kokenut hetken luonnossa koskenuksissa villipetojen kanssa! Nyt haluaisinkin esittää pienen kyselyn, jossa Sinun kokemuksellasi on merkitystä.

Kyselyllä kerätään tietoa luonto-oppaan roolista asiakaskokemuksessa ja sen muodostumisessa. Haluan selvittää mitä keinoja oppaat käyttävät ja mitä keinoja heidän tulisi käyttää, jotta kokemuksesta saadaan onnistunut. Ajatuksesi ovat siis tärkeitä!

Tulokset käsitellään anonyymisti ja nimet jäävät vain tekijän tietoon!

Ohjaa ajatuksesi hetkeksi kokemuksien yöhön ja vastaa kyselyyn, voit osallistua myös arvontaan!

Tähdellä (*) merkityt kysymykset ovat pakollisia.

TAUSTATIEDOT

1. Sukupuoli *

☐ nainen ☐ mies

2. Ikä *

☐ alle 20 ☐ 21-30 ☐ 31-40 ☐ 41-50 ☐ 51-60 ☐ yli 60

3. Osallistumisesi syy *

TILANTEEN KARTOITUS

4. Eläintenkatseilu ja -valokuvausretkellä näimme eläimen (suurpedon) *

☐ kyllä ☐ ei

5. Mitä eläimiä näitte? *

6. Millaisia tunteita eläintenkatseilu- ja valokuvausretki herätti? *

OPPAAN TOIMINTA

7. Eläintenkatseilu- ja valokuvausretkellä mukanasasi oli opas *

- ☐ annan siirtymistä kojulla
- ☐ kojussa
- ☐ kojulta palatessa
- ☐ kokoaikaisesti

8. Millainen vaikutus oppaan läsnäololla oli seuraaviin asioihin: (Valitse sopivin vaihtoehto) *

	POSITIIVINEN	NEGATIIVINEN	EI MERKITYSTÄ	EN OSAA SANOA
ENNEN KOJULLE MENOA				
etukäteisinfon antaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kuljetuksien järjestäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
siirtyminen kojulle (turvallista, luontevaa, selkeää jne.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
KOJUSSA				
turvallisuuden tunne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
odottavan ilmapiirin ylläpito (ennen eläimen näkemistä)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mielenkiinnon synnyttäminen (tarinointi jne.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kiinnostuksen ylläpito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
yhteishengen luominen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
huolenpidon tärkeys (tarjoilut, fyysisten tarpeiden huomiointi jne.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
KOJULTA PALAAMINEN				
kojulta palaaminen (turvallista, luontevaa, selkeää jne.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kokemuksen yhteenveto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kokonaisuuden onnistuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muu, mikä: <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Mitä keinoja opas käytti edellä mainittujen asioiden saavuttamiseksi? *

- ☐ tarinointi
- ☐ tarjoilut
- ☐ neuvonta
- ☐ voinnin kysely
- ☐ tunteiden kysely
- ☐ lupauksien antaminen
- ☐ tiedon jakaminen
- ☐ tutustuttaminen toisiin
- ☐ oheismateriaalien käyttö (valokuvakansiot jne.)
- ☐ rauhallista tilanteiden hallintaa
- ☐ toimintaa hiljaisien hetkien aikana
- ☐ aktiivinen ja valpas kokoaikaisesti
- ☐ muita, mitä:

10. Mitkä asiat oppaan toiminnassa vaikuttivat kokemuksesi onnistumiseen? *

11. Mikäli opas ei ollut mukana kokoaikaisesti, arvioi oppaan puuttumisen vaikutusta kokemukseesi

12. Oppaan merkitys eläintenkatse- ja valokuvausretkillä: *

	välttämätön					merkityksetön
	5	4	3	2	1	
Oppaan merkitys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

13. Vastanneiden kesken arvotaan 10 euron lahjakortti S-ketjunliikkeisiin. Jätä yhteystietosi mikäli haluat osallistua arvontaan!

Etinimi

Sukunimi

Matkapuhelin

Sähköposti

Läheta

