

Virve Hautamaa

**MAASTOPYÖRÄILIJÄN ASIAKASYMMÄRRYKSESTÄ KOHTI PALVELUIDEN
KEHITTÄMISTÄ**

Case: LUOTA-hanke

MAASTOPYÖRÄILIJÄN ASIAKASYMMÄRRYKSESTÄ KOHTI PALVELUIDEN KEHITTÄMISTÄ

Case: LUOTA-hanke

Virve Hautamaa
Opinnäytetyö
Kevät 2022
Ylempi ammattikorkeakoulututkinto
Palveluliiketoiminnan kehittämisen
tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Palveluliiketoiminnan kehittämisen tutkinto-ohjelma

Tekijä: Virve Hautamaa

Opinnäytetyön nimi: Maastopyöräilijän asiakasymmärryksestä kohti palveluiden kehittämistä,
Case: LUOTA-hanke

Työn ohjaaja: Päivi Aro

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2022

Sivumäärä: 78 + 5 liitettä

Globaali COVID-19 pandemia on lisännyt ihmisten kotimaan luontomatkailua, kun matkustusrajoitusten takia ei ole voinut matkustaa ulkomaille. Tämä on aiheuttanut paineita kehittää luontomatkailuun liittyviä palveluita. LUOTA-hanke käynnistettiin maaliskuussa 2021 tavoitteena kehittää turvallisia luontoperustaisia palveluja ja palvelukokonaisuuksia yhdessä Pohjois-Pohjanmaan maaseudun mikroyrittäjien ja palveluntarjoajien kanssa. Hankkeen toteutuksesta vastaa Oulun ammattikorkeakoulu. Hanke päättyy vuoden 2022 lopussa. Tämä kehittämistehtävä oli osa LUOTA-hanketta. Tarkoituksena oli kerätä maastopyöräilijän asiakassegmentistä asiakasymmärrystä, jonka pohjalta voitiin luoda kaksi asiakasprofiilia turvallisuuden elementit huomioiden. Asiakasprofiilit luotiin aloittelevalle pyöräilijälle ja omatoimipyöräilijälle. Lisäksi luotiin maastopyöräilijän palvelujen arvopalaus ja palvelutarjoama.

Tutkimuksen ensimmäisessä tietoperustaosassa käsitellään turvallisuuteen, sen kokemiseen ja luontomatkailuun liittyviä aihepiirejä unohtamatta maastopyöräilyn suosioon liittyvien asioiden käsittelyä. Toinen osa lähestyy palvelua asiakkaan näkökulmasta. Siinä keskitytään asiakasymmärryksen hankkimiseen, asiakasprofiilin muodostamisen elementteihin ja palvelutarjooman kehittämiseen.

Lähestymistapana kehittämistehtävässä käytettiin palvelumuotoilua sen asiakaskeskeisyyden ja osallistavan otteen takia. Design Councilin tuplatimantti kehittämistehtävän prosessimallina antoi mahdollisuuden palata tutkimusprosessissa myös taaksepäin antaen liikkumavaraa kehittämiselle. Tutkimusmenetelminä käytettiin laadullisista menetelmistä haastattelua ja havainnointia sekä yhteisöllisistä menetelmistä aivoriihiä. Aineisto käsiteltiin sisällönanalyysin menetelmin ja rakentamalla tutkimusseinä.

Tutkimustulokset osoittivat, että turvallisuus ja sen kokeminen maastopyöräilyssä liittyvät ryhmään ja varusteisiin. Aloittelevalle pyöräilijälle ohjelmapalvelun opas tarkoittaa turvallisuutta, kun taas omatoimipyöräilijälle muut ryhmän jäsenet tuovat turvallisuutta. Pyörävarusteiden on oltava kunnossa, jotta pyöräilijä kokee turvallisuudentunnetta. Palvelukokemukseen puolestaan vaikuttavat palvelujen saavutettavuus, sijainti ja saatavuus. Maastopyöräilijän palvelutarjoamaa voidaan kehittää tarjoamalla valmiita palvelupaketteja pyöräreitin ympärille ja tuomalla palautumiseen, ruokaan, saunaan ja pyörähuoltoon sekä -säilyttämiseen liittyviä tukipalveluita lisää tarjoomaan.

Asiasanat: asiakasymmärrys, asiakasprofiili, luontomatkailu, maastopyöräily, palvelun kehittäminen, turvallisuus

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Service Business Development, Business

Author: Virve Hautamaa

Title of thesis: Mountain biker's customer insight and development of services, Case: LUOTA-project

Supervisor: Päivi Aro

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2022

Number of pages: 78 + 5 appendices

Finnish nature tourism has increased due to the global COVID-19 pandemic because it has not been possible to travel abroad due to restrictions. This has put pressure on service providers to develop services. This thesis has been done as part of the LUOTA-project that is developing safe nature-based services and service experience for Northern Ostrobothnia. Implementer of the LUOTA-project has been Oulu University of Applied Sciences.

The topic of the thesis was to acquire customer insight and form a customer profile of a mountain biker. The value proposition and service offering of the mountain biker were also created. In this thesis were used service design and its participatory development methods.

The research result showed that mountain biker's safety and safety experience are related to the group and equipment. The service experience is formed by the availability, location and accessibility of services. Mountain biker services can be developed by offering ready-made service packages that include a bike route, accommodation for the night and support services. The cyclist will appreciate the recovery, good food, sauna and bike service facilities.

Keywords: customer insight, customer profile, developing service, mountain biking, nature tourism, safety

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	7
2	TURVALLINEN LUONTOMATKAILU	9
2.1	Turvallisuus käsitteenä	9
2.2	Luontomatkailu	11
2.2.1	Luontomatkailun turvallisuus	13
2.2.2	Omatoimimatkailu	14
2.3	Maastopyöräily	15
3	ASIAKAS PALVELUN KESKIÖSSÄ	17
3.1	Asiakasymmärrys	17
3.2	Asiakasprofiili	20
3.3	Palvelutarjooma.....	23
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	27
4.1	Metodologiset valinnat.....	28
4.2	Lähestymistapana palvelumuotoilu	31
4.3	Prosessimallina tuplatimantti	34
4.4	Aineistonkeruumenetelmät	36
4.4.1	Haastattelu.....	38
4.4.2	Havainnointi	41
4.4.3	Aivoriihi	44
5	KEHITTÄMISPROSESSI.....	48
5.1	Kehittämistehtävän eteneminen	49
5.2	Aineistoanalyysi.....	49
6	TULOKSET	53
6.1	Asiakasprofiilit	53
6.1.1	Aila Aloittaja	53
6.1.2	Aki Aktiivi.....	56
6.2	Arvolupaus	59
6.3	Palvelutarjooma.....	61
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	63
8	POHDINTA	66
8.1	Tutkimuksen luotettavuus.....	68

8.2	Jatkotutkimus- ja kehitysehdotuksia	71
LÄHTEET	72
LIITTEET	79

1 JOHDANTO

Koronapandemian keskellä on herätty näkemään luonto uudella tavalla. Rajoitusten ollessa vahvimmillaan ihmiset ryntäsivät metsiin ja luontopoluille kun matkustaminen kotimaanrajojen ulkopuolelle oli lähes mahdotonta. Ihmisten luontoaktiivisuus toi mukanaan myös lieveilmiöitä kansallispuistoissa häiriköinneistä ja roskaamisista kuten esimerkiksi Ylen (2021) uutisista on voinut lukea. Luontoreitit ovat myös osaltaan kärsineet kasvaneesta käytöstä johtuen. Lisääntynyt luontomatkailu on siten kasvattanut ympäristön huomioon ottamista niin kestävässä kehityksessä ja vastuullisuuden kuin yksilön ja yrityksenkin näkökulmasta.

Ympäristöministeriö (2021) tutki luonnon virkistyskäyttöä keväällä 2021 ja on siitä saatujen tulosten perusteella aloittanut laajapohjaisessa yhteistyössä laatimaan valtakunnallista luonnon virkistyskäyttöstrategiaa, joka ulottuu vuoteen 2030 saakka. Sen tavoitteena on tuoda virkistyskäytön hyötyjä suomalaisten tietoon ja käyttöön. Tämä kertoo lisääntyneestä luontomatkailun tilanteesta ja siitä, että luontomatkailua pidetään kasvava trendinä nyt.

Myös pyörämatkailu on lähtenyt Suomessa koronapandemian takia kasvuun. Kasvusta kertoo El-lare Oy:n (2021) vuonna 2020 tehty pyörämatkailututkimus, jonka mukaan 62 prosenttia lähes 1800 tutkimukseen vastanneista arvioi oman pyöräaktiivisuuden kasvavan seuraavan vuoden aikana. Muoti- ja urheilukauppa ry:n (2021) tiedotteen mukaan vuonna 2020 pyöräkauppa puolestaan kasvoi 34 prosentilla ja sähköavusteisten pyörien kauppa 45 prosentilla. Pyörämatkailun noususta kertoo myös Pyöräliiton ja Pyöräilykuntien verkoston kesällä 2020 perustama valtakunnallinen pyörämatkailun kehittämiseen ja koordinointiin keskittyvä Pyörämatkailukeskus, jonka tehtävänä on edistää pyörämatkailua sen kaikissa muodoissaan (Bikeland.fi 2021a).

Tämän kehittämistehtävän taustalla on edellä mainitut koronapandemiankin aiheuttamat muutokset luontomatkailussa. Kehittämistehtävä on osa LUOTA-hanketta, jonka tavoitteena on kehittää turvallisia luontoperustaisia palveluja ja palvelukokemuksia yhdessä Pohjois-Pohjanmaan maaseudun mikroyrittäjien ja palvelutarjoajien kanssa. Hanke toteutetaan 1.3.2021 – 31.12.2022 välisellä ajalla. Hankkeen keskeisenä toimenpiteenä on tunnistaa luontoperustaisten yritysten ja palvelutarjoajien keskeiset asiakassegmentit, niiden toiveet ja tarpeet sekä turvallisuuden kokemukseen liittyvät kysymykset ja haasteet. Näiden pohjalta kehitetään palvelujen arvolupaukset, palvelutarjoama ja liiketoimintamallit sekä työkaluja turvallisuuden viestintään ja visualisointiin. LUOTA-

hanke aktivoi myös palveluntarjoajia verkostoitumaan. Hanke järjestää työpajoja Kalajoella, Kuusamossa ja Rokualla sekä turvallisuuskoulutusta. Hankkeen toteutuksesta vastaa Oulun ammattikorkeakoulu ja yhteistyökumppaneina ovat kehittämissyhtiöt Naturpolis Oy sekä Humanpolis Oy. Mukana on myös muita alueellisia matkailuyhdistyksiä ja veturiyhtiöitä. LUOTA-hanke on EU:n rahoittama aktivointihanke. (Oulun ammattikorkeakoulu 2021.)

Tämä kehittämistehtävä tehdään siis osana LUOTA-hanketta. Kehittämistehtävän tarkoituksena on hankkia maastopyöräilijän asiakassegmentistä mahdollisimman paljon asiakasymmärrystä, jotta sen pohjalta voidaan luoda maastopyöräilijän asiakasprofiili turvallisuuden elementit huomioiden. Keväällä 2021 palvelumuotoilu -kurssilla kehitettiin LUOTA-hankkeelle ohjelmalvelun maastopyöräretkelle osallistujan asiakasprofiilia yhteistyössä YAMK opiskelijoiden kanssa. Tätä asiakasprofiilia uudistetaan nyt tätä kehittämistehtävää vastaavaksi. Jotta LUOTA-hanke saavuttaisi sille asetetun tavoitteen, päätettiin kehittämistehtävään ottaa mukaan myös omatoimipyöräilijän asiakasprofiili. Ohjelmalvelun retkelle osallistujasta voi kehittyä jossain vaiheessa omatoimipyöräilijä, sillä asiakas, joka innostuu pyöräilystä oppaan johdolla, hankkii itselleen oman pyörän harrastukseen lajia myöhemmin omatoimisesti. Omatoimipyöräilijät ovat tällä hetkellä kuitenkin pyöräharrastajien valtaryhmä. Molempien asiakasprofiilien pohjalta luodaan palvelun arvolupaus ja maastopyöräilijän palvelutarjoama. Kehittämistehtävä auttaa alueen toimijoita kehittämään omia luontoperustaisia palvelujaan.

Kehittämiskysymykset ovat:

- Miten maastopyöräilijän turvallisuutta ja turvallisuuskokemusta voidaan kehittää luontomatka- ja palveluissa?
- Mistä maastopyöräilijän palvelukokemus muodostuu?
- Miten maastopyöräilijän palvelutarjoamaa voidaan kehittää?

2 TURVALLINEN LUONTOMATKAILU

Helsingin kaupungin ja palvelumuotoilutoimiston Hellon keväällä 2020 tekemässä tutkimuksessa selvitettiin, kuinka kansalaisten luottamus ja mielenrauha matkailuun palautetaan korona pandemian jälkeen, jotta asiakkaat saadaan nopeammin takaisin palveluiden äärelle. Tutkimuksessa selvisi, että turvallisuuden tunne syntyy siitä, että matkailijalla on luottamus siihen, että hän on ajan tasalla, hallitsee tilannetta ja pystyy itse vaikuttamaan omaan turvallisuuteensa. Turvallisuuden tunne syntyy siitä, että kokee pystyvänsä itse hallitsemaan tilannetta matkan jokaisessa vaiheessa. Tunne korostuu, kun ympäristö ja muiden ihmisten toiminta on sellaisella tasolla, että se vastaa matkailijan odotuksia. Tässä tunteen hallinnan muodostumisessa henkilökunnan ja viestinnän rooli nousevat tärkeimpään osaan. (Helsinkikanava 2020.) Pekka Iivari (2021) mainitsee myös palvelujen turvallisuus -webinaarissa turvallisuushakuisuuden olevan eräänlainen megatrendi matkailussa.

Suomea pidetään turvallisena maana, minkä katsotaan tuovan uusia mahdollisuuksia matkailulle. Suomen luontomatkailussa onkin hyvä korostaa kansainvälistä turvallisuutta samoin kuin palveluntarjoajien osaamiseen ja ammattitaitoon perustuvaa turvallisuusosaamista. Luontomatkailu pyrkii tarjoamaan elämyksiä, joita matkailijat eivät ole aiemmin kokeneet. Tähän liittyy aina automaattisesti jonkintasoinen riski, joka kuuluu etenkin seikkailupalveluiden luonteeseen, koska palvelusta haetaan turvallista jännitystä. Turvallisuudesta huolehtiminen ja siitä viestiminen tulee olemaan luontomatkailun keskeinen kilpailutekijä. (Jänkä 2019, 40–41.) Luvussa 2 selvennetään turvallisuus käsitettä yleisesti ja sen merkitystä luontomatkailussa sekä määritellään maastopyöräilijän osaa luontoperustaisten palveluiden käyttäjänä.

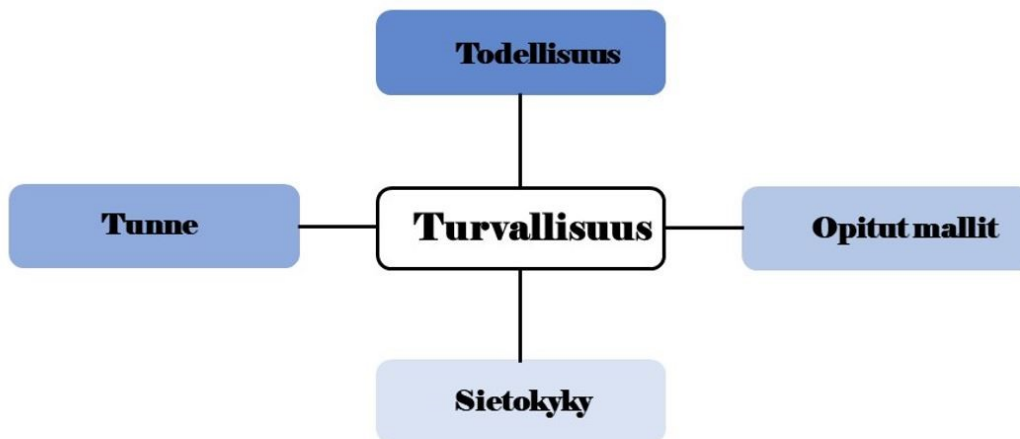
2.1 Turvallisuus käsitteenä

Turvallisuutta voidaan määrittää ensin lain kautta. Kuluttajaturvallisuuslain tarkoituksena on varmistaa muun muassa kuluttajapalveluiden turvallisuus ja ennaltaehkäistä niistä aiheutuvia terveysvaaroja sekä samalla parantaa toiminnanharjoittajien toimintaedellytyksiä. Toiminnanharjoittajilla on huolellisuusvelvollisuus, jolla tarkoitetaan, että heidän on varmistauduttava siitä, ettei palvelusta aiheudu vaaraa kenenkään terveydelle. Palveluntarjoajalta vaaditaan turvallisuusasiakirja, josta selviää suunnitelma vaarojen tunnistamiseksi ja riskien hallitsemiseksi. Palveluntarjoaja on myös

velvollinen ilmoittamaan vaaraa aiheuttaneesta palvelusta valvontaviranomaiselle. Suomessa kuluttajaturvallisuuslain soveltamista valvoo Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukes. (Kuluttajaturvallisuuslaki 920/2011, 1:1 §, 2:5 §, 2:7 §, 2:8 §, 4:13 §.)

Käsitteenä turvallisuudella on monta merkitystä ja sitä käytetään vapaasti arkikielessä. Samalla sanalla kuvataan yksilöiden subjektiivisia kokemuksia sekä valtioiden välisiä suhteita. Turvallisuus ymmärretään haittaa tai vahinkoa aiheuttavan vaaran poissaolona. Sellaista tilannetta, jossa riskit ovat hyväksyttävällä tasolla ja turvallisuutta voidaan mitata arvioimalla riskien suuruutta ja hyväksyttävyyttä kutsutaan turvalliseksi tilanteeksi. Turvallisuus on suhteellinen käsite ja aina riippuvainen yksilön haavoittuvuudesta ja siihen kohdistavasta riskistä. Järjellinen päättely ja numerotietoon nojaavat perustelut eivät johda turvallisuudesta yhteisesti hyväksytyyn käsitykseen, koska mielikuvilla on huomattava merkitys turvallisuuden päätöksenteossa. Myös kulttuuritausta vaikuttaa turvallisuuden tulkintaan ja sen kokemiseen. (Iivari 2012, 18–20.)

Maurice ym. (1998) mukaan turvallisuus voidaan jakaa objektiiviseen ja subjektiiviseen turvallisuuteen. Objektiiviseen turvallisuuteen kuuluu käyttäytymiseen ja ympäristöön liittyviä tekijöitä, joita voidaan mitata mittareilla. Todellisuus perustuu mitattavissa oleviin tekijöihin, joiden olemassaolo voidaan osoittaa esimerkiksi organisaation asian mukaisella asiakastietojen käsittelyllä. Subjektii- vinen turvallisuus puolestaan määrittyy tuntemusten ja kokemuksen kautta turvallisuudentunteena. Näiden lisäksi turvallisuuteen vaikuttavat opitut mallit ja sietokyky. Opittujen mallien pohjalta turvallisuutta kehitetään. Mallit sisältävät lainsäädännön ja toimintaympäristön. Tietyt asiat tulevat automaattisiksi toimintamalleiksi turvallisuuskriittisillä aloilla kuten paloturvallisuus perustuen opittuihin malleihin turvallisista käytänteistä. Sietokyvyllä puolestaan tarkoitetaan kykyä sietää häiriötilanteita ja sopeutua niihin. Vaaratilanteissa toimiminen ja niistä palautuminen on hyvän sietokyvyn ansiota. Organisaatiot voivat parantaa sietokykyä varautumalla ja luomalla toimintamalleja vaaratilanteisiin. (Limnell, Majewski & Salminen 2014, 34–36.) Kuviossa 1 on esitetty turvallisuuden osatekijät.



Kuvio 1. Turvallisuuden osatekijät (Limnell, Majewski & Salminen 2014, 36).

Ohjelmapalveluita tarjoavan organisaation näkökulmasta ryhmäturvallisuuteen liittyy fyysinen turvallisuus, mutta myös psyykinen ja sosiaalinen turvallisuus. Lehtonen ja Saaranen-Kauppinen (2020, 249) määrittelevät artikkelissaan ”Turvallisuus seikkailukasvatuksen oppimisprosessissa” turvallisuuden koostuvan fyysisestä, psyykkisestä ja sosiaalisista elementeistä. Huomioimalla nämä elementit toiminta ryhmässä ei muutu hallitsemattomaksi ja vaaralliseksi. Fyysinen turvallisuus vaarantuu, kun kehoon kohdistuu stressiä, tapaturma tai onnettomuus. Näitä voidaan hallita ja pyrkiä minimoimaan ennakoinnin, suunnittelun ja varautumisen avulla. Psyykinen turvallisuus liittyy tuntemattoman pelkoon, joka voi johtaa jännittämiseen, epämiellyttäviin tunteisiin ahdistavissa tilanteissa tai jopa psyykkiseen taantumiseen. Sosiaalisella turvallisuudella puolestaan tarkoitetaan sosiaalisiin suhteisiin ja ryhmään liittyviä turvallisuusnäkökulmia esimerkiksi sitä, että ryhmään kuuluva voi luottavaisin mielin olla oma itsensä.

2.2 Luontomatkailu

Luontomatkailu ei virallisen luokituksen mukaan ole oma toimialansa vaan siihen liittyy useita muita toimialoja kuten ohjelmapalvelu, majoitus, kuljetus ja välinevuokraus. Matkaillessa tarvitaan lähes aina palveluja vähintään majoitusta tai kuljetusta varten. Luontomatkailuyritys puolestaan voidaan määrittellä matkailuyritykseksi, jonka toiminta perustuu luontoympäristöön tai jolle luonto tai luonnon läheisyys tuo kilpailuetua yrityksen omasta näkökulmasta katsottuna. Matkailualalla myös yhteistyö muiden yritysten kanssa on välttämätöntä varsinkin pienille yrityksille. Silti verkostomaisesti

syntyneitä tuotekokonaisuuksia ja paketteja on Suomessa vain vähän tarjolla. Yhteistyöllä voitaisiin tasata luontomatkailun ongelmaista kausivaihtelua. (Petäjistö & Selby 2014, 129–137.)

Tyrväinen ym. (2014, 11–12) määrittelevät luontomatkailun laaja-alaisesti matkailuksi, jossa luonto on ensisijainen vetovoimatekijä. Luontomatkailun on oltava kestävä ja säilytettävä matkakohteet vetovoimaisina luontoalueina. Luonnon virkistyskäyttöä ovat luonnossa toteutettavat vapaa-ajan harrastukset kuten esimerkiksi kävely, pyöräily, retkeily ja hiihto. Tärkeimpiä virkistyspalveluita ovat patikointi, pyöräily- ja hiihtoreitit, lepopaikat, reitin varrelle sijoitetut kuntoiluvälineet ja nuotiopaikat. Luontomatkailu nojaa usein luonnonsuojelualueisiin, mutta myös lähiluonto on arjen hyvinvoinnille tärkeä ympäristö.

Luontoa pidetään kokemusten ja elämysten lähteenä. Luontomatkailija tavoittelee myönteisiä kokemuksia tavallisten arjen kokemusten vastapainoksi. Elämyksessä puolestaan korostuvat tunteet ja luonnon ympäristöestetiikka. Luontomatkailijan ulkoilumotiivien pääryhmät liittyvät seuraaviin asioihin:

- luonto (pako ”sivistyksen” parista, esteettiset arvot)
- vaihtelun tarve (virikkeiden etsiminen, riskinotto)
- terveyden ylläpitäminen (liikunta, turvallisuus)
- itsensä toteuttaminen ja kehittäminen (omien rajojen kokeilu, luovuus)
- sosiaaliset suhteet ja rooli (sosiaaliset kontaktit, valta toisiin)
- tarpeet
- toisten auttaminen
- vapaa-ajanvietto (Hallikainen ym. 2014, 36–41.)

Luontomatkailussa näkyvät vastuullisuus, kestävyys huomioiminen ja ympäristötietoisuus. Vastuullisen matkailun tarkoituksena on tehdä kohteista parempia paikkoja elää ja vieraila, jolloin paikallisten hyvinvoinnin tulee olla ykkössijalla. Kestävyydellä viitataan taloudelliseen, sosiokulttuuriseen ja ympäristölliseen kestävyteen. Taloudellisuus on sitä, että matkakohteen yhteisön pitäisi hyötyä matkailuliiketoiminnasta taloudellisesti eikä hyötyjen valua kohteen ulkopuolelle. Sosiokulttuurisuudella kestävyydellä puolestaan tarkoitetaan sitä, että matkailijat ja paikalliset kunnioittavat toisiaan. Kestävässä matkailussa huomioidaan myös ympäristö- ja ilmastovaikutukset esimerkiksi matkustustavan valinnassa. (Reilu matkailu 2021a.)

2.2.1 Luontomatkailun turvallisuus

Matkailun turvallisuudella tarkoitetaan matkailuprosessin häiriöttömyyden varmistamista. Prosesin osatekijöitä ovat matkailija, yritys työntekijöineen sekä matkailualue, ulkoinen ja sisäinen toimintaympäristö sekä koko palveluketju. Matkailijan näkökulmasta turvallisuus liittyy kaikkiin matkan vaiheisiin alkaen matkakohteen harkinnasta kotiin paluuseen saakka. Matkailijalle turvallisuus on sitä, että matkailuelämyksestä voi nauttia huolettomasti ilman pelkoja ja vahingoittumisen vaaraa. (Iivari 2021, 22–23, 25.)

Toimiakseen häiriöttömästi matkailuelinkeinon on tunnistettava turvallisuuden merkitys yhtenä laatu-tekijänä ja toiminnan mahdollistajana. Matkailualue on herkkä erilaisille kriiseille ja turvallisuustapahtumille. Matkailun turvallisuus on osa yhteiskunnan toimintojen ylläpitämistä, mutta sillä on vaikutusta myös työllisyyteen ja työpaikkojen säilymiseen. Matkailu on turvallista, kun perusväestön turvallisuustaso on hyvä. Turvallisuuteen liittyvä mielikuva on niin ikään merkittävä kilpailutekijä, sillä asiakas tekee ostopäätöksen joko kokonaan tai osittain turvallisuuskriteereiden perusteella. Turvallisuutta ei ylläpidetä vain turvallisuusviranomaisten toimin vaan turvallisuustyö edellyttää verkostoja, arvoketjujen hallintaa ja toimijoiden välistä yhteistyötä. Hyvin suunnitellut ja toteutetut matkailupalvelut huomioivat asiakkaan ja henkilökunnan turvallisuuden. Turvalliset alueet saavat lisää matkailijavirtoja, kun turvattomat puolestaan menettävät matkailijoita. Tulevaisuudessa, kun kilpailu kiristyy ja asiakkaiden vaatimustaso nousee, turvallisuus korostuu entistä enemmän. Turvallisuuden tunne lisää asiakkaan kokeman elämyksen laatua. (Iivari 2012, 12–17; Marski 2021, 57.)

Matkailija omalla käytöksellään vaikuttaa sekä itseensä että muihin henkilöihin kohdistuvan riskin suuruuteen. Rento lomatuunnelma voi ilmetä esimerkiksi välinpitämättömänä käytöksenä ja ohjeista piittaamattomuutena. Sosiaalinen paine voi aiheuttaa riskejä, jos oma suorituskunto yliarvioidaan. Toisaalta ryhmäpaine tuo kurinalaisuutta ja alentaa riskejä. Luonto, rakennettu matkailuympäristö ja infrastruktuuri muodostavat kohonneen riskitekijän. Puutteelliset tiedot ja vaillinainen tilannetaju vaikuttavat siihen, että toiminnasta ei ehkä ymmärretä aiheutuvan riskejä. Saatetaan myös odottaa, että riskinotolla saavutetaan etua itselle esimerkiksi itsensä voittamisen kautta. Riskikäyttäytymistä voi selittää myös jännityksen etsiminen ja vaaran hallinnan kokeminen. (Iivari 2012, 143–144.)

Turvallisuuteen vaikuttaa myös uudet ja suosiota kasvattaneet liikkumismuodot kuten lumikenkäily ja maastopyöräily sekä reittien monikäyttö. Erilaisten kulkumuotojen yhteensovittaminen samoille reiteille edellyttää reittien ylläpitäjiltä näkemystä eri liikkumismuotojen erityispiirteistä ja toimia, joilla

kaikkien reiteillä liikkuvien turvallisuus voidaan varmistaa. (Marski 2021, 58.) Väärälä (2021) kuitenkin toteaa luontomatkailun turvallisuuswebinaarissa, että tähän mennessä monikäyttöurilta ei ole juurikaan tullut vaara- tai vahinkoilmoituksia Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukesille.

2.2.2 Omatoimimatkailu

Luontopalveluiden käytön osalta omatoimisuus on kasvanut matkailijoiden keskuudessa viime vuosina. Ihmiset haluavat liikkua ja harrastaa ulkoilmassa turvallisesti ja turvavälit säilyttäen. Vuoden 2020 aikana tämä on näkynyt kansallispuistojen ja muiden ulkoilualueiden kävijämäärissä. Omatoimimatkailu asettaa haasteita reittien ja retkeilyalueiden turvallisuudelle. Kävijät kuluttavat polkuja, mikä vaatii enemmän resursseja reittihuoltoon. Turvallisuus edellyttää myös panostusta ennakkoinformaatioon ja opastukseen. Vastaavien tahojen tulee kyetä nopeasti reagoimaan asiakasmäärissä ja olosuhteissa tapahtuviin muutoksiin. (Marski 2021, 57–58.)

Omatoimimatkailun turvallisuusriskit ovat suuremmat kuin ohjatun toiminnan. Näiden riskien vähentämiseksi tarvitaan yksittäisille luonnossa liikkujille karttoja ja reittiselostuksia. Luonnon- ja sääolosuhteista sekä luonnossa liikkumisen periaatteista on hyvä tiedottaa yksittäiselle matkailijalle ennakkoon. Myös henkilökohtaisen terveydentilan vaikutuksesta reitiltä suoriutumiseen olisi tiedotettava. Matkailijan kokemus, käyttäytyminen ja tieto vaikuttavat riskien olemassaoloon ja suuruuteen kuten myös varusteet ja ympäristö. (Iivari 2012, 149.)

Omatoimisen harrastamisen kasvu on lisännyt myös vuokrauspalveluiden käyttöä. Maastopyörien lisäksi vuokrataan esimerkiksi kajakkeja, lumikenkiä ja retkeilyvälineitä. Turvallinen vuokraustoiminta edellyttää asiakkaiden perehdytystä ja opastusta. Huomiota tulee kiinnittää myös palveluntarjoajan henkilökunnan koulutukseen ja perehdytykseen sekä kaluston tai rakenteiden huoltoihin ja investointeihin. Suomessa Reilun matkailun yhdistys on lanseerannut kymmenen reilun matkailijan ohjetta kesäkuussa 2021 vastaamaan koronan jälkeistä matkustusaikaa. Ohjeissa on maininta muun muassa siitä, kuinka matkailija voi itse varautua turvalliseen matkustamiseen pitämällä mukanaan ja opettelemalla käyttämään ensiapulaukkaa tai huomioimalla, että matkapuhelin tarvitsee verkkoyhteyden toimiakseen. (Marski 2021, 58; Reilu matkailu 2021b.)

2.3 Maastopyöräily

Männenä (2016, 16, 17, 22, 24) määrittelee polkupyörän olevan kahdesta peräkkäisestä pyörästä ja niitä yhdistävästä rungosta koostuva lihasvoimalla toimiva ajoneuvo. Polkupyörä on sekä kulku-
neuvo että harrastusväline. Pyöräilyssä voidaan tunnistaa monia alalajeja, jotka poikkeavat paljon toisistaan kuten esimerkiksi kaupunki- ja retkipyöräily, maantiepyöräily, ratapyöräily ja maastopyöräily. Suomessa tunnetuin ja suosituin pyöräilymuoto maantiepyöräilyn jälkeen on maastopyöräily. Siihen on hyvät edellytykset, koska metsät ovat täynnä siihen soveltuvia polkuja ja jokamiehenoikeudet antavat siihen mahdollisuuden.

Maastopyörä tuottaa käyttäjälleen hienoja luontopainotteisia elämyksiä. Maastopyörän monipuoliset ajo-omaisuudet antavat mahdollisuuden ajaa muuallakin kuin maastossa, vaikka ajaminen on parasta kuitenkin poluilla ja mäkisillä reiteillä. Tästä kertoo maastopyörän englanninkielinen nimikin mountain bike. Maastopyörä on monenlaisia ja moniin eri tarkoituksiin kuten esimerkiksi alamäkiajoon ja temppujen tekemiseen. Perinteisen maastopyörän tunnistaa leveistä ja ilmatilavuudeltaan suurista nappularenkaista, tukevasta runkorakenteesta, tehokkaista jarruista ja ketterästä ajoasennosta. Perinteisen maastopyörän rinnalle on noin kymmenen vuotta sitten ilmestynyt fatbike eli suomalaisittain läskipyörä. Läskipyörä on maastopyörä, jossa on ylisuuret vanteet ja leveät vähäisellä ilmapaineella varustetut renkaat. Sen ansiosta läskipyörällä voi ajaa melkein minkälaisessa maastossa tahansa. Läskipyöräily onkin ollut vauhdittamassa maastopyöräilyn uutta nousua varsinkin talvipyöräilyyn sopivuutensa ansiosta. (Hirvonen, Ojajärvi, Tulenheimo, 2020. 35–40.)

Maastopyöräilyn suosion kasvulle on monia syitä. Suomi näyttäytyy pyörämatkailijalle kiehtovana maana. Luontokohteet erämaista lähijärven lintutorneihin, kaupunkien nähtävyydet ja palvelut, kartanot, kyläraitit ja maatilamajoitukset ovat kaikki pyörämatkailijan saatavilla ja tämä asiakasryhmä jättääkin keskimääräistä enemmän tuloja paikallistasolle. Maastopyöräilyä harrastavat löytävät polkujen ääreen itsekin, mutta yhä suurempi osa aloittaa lajin siksi, että sille on valmiit puitteet. Pyörämatkailija arvostaa sitä, että kohteessa on suihku-, sauna- ja uintimahdollisuus sekä ravintola unohtamatta helppoa pyörien vuokrausta ja valmiita reittiehdotuksia karttoineen. Pyörämatkailu vastaa myös kestäväen kehityksen tarpeeseen, minkä toivotaan lisäävän kotimaanmatkailua lähivuosina. Maastopyöräilyn ja sähköpyöräilyn lisääntyminen puolestaan kasvattavat pyörämatkailun ympärivuotisuutta. Maastopyöräilyä ovat lisänneet myös osaltaan kehittyneet pyörät, ihmisten halu liikkua luonnossa ja oivallus siitä, että maastopyöräily on monipuolinen ja kaikenlaisille ihmisille

sopiva harrastus. Maastopyöräilyyn voi tutustua myös vuokraamalla pyörän esimerkiksi luontokeskuksesta tai pyörävuokraamosta. (Hirvonen ym. 2020. 191–193, 198–200.)

Pyörämatkailijoita kiinnostaa hiihijalanjälki, vastuullisuus, elämyksellisyys, luonto ja hyvinvointi. Pyöräilyn kasvaminen ympärivuotiseksi lajiksi edellyttää talvireittien määrittämistä ja ylläpitoa sekä opastamista. Korona pandemian takia erämaat ja harvaan asutut seudut ovat alkaneet kiinnostaa pyöräilijöitä. Paikallisia pyörämatkahankkeita on paljon. Pyörämatkailu on selvästi kasvava trendi ja saanut julkista rahoitusta enemmän aiempaan verrattuna. Pyörämatkailun edistäminen vaatii entistä laajamittaisempaa yhteistyötä monen eri toimijan välillä. Edistämistyötä kannattaa tehdä yhdessä kuntien, järjestöjen, yritysten ja matkailumarkkinoinnin kanssa. Pyörämatkailusta löytyy matkailualan mahdollisuudet osallistua aktiiviseen liikkumisen edistämiseen. (Mannola ym. 2021, 77–81.)

3 ASIAKAS PALVELUN KESKIÖSSÄ

Tämän luvun tarkoituksena on selventää, miten asiakaslähtöisyys ja palvelun kehittäminen lähtevät liikkeelle ymmärtämällä ensin asiakkaan tarpeita. Tarpeiden ymmärtämisen eli asiakasymmärryksen kautta edetään asiakassegmentin eli maastopyöräilijän asiakasprofiilin luomiseen ja edelleen profiilille kehitettyyn palvelutarjomaan.

Palveluiden kehittäminen edellyttää asiakaslähtöisyyttä. Se vaatii ymmärrystä asiakkaan tarpeista, koska tavoitteena on tarjota asiakkaalle tuotetta laajempi ratkaisu ja monipuolisemmin arvoa. Asiakaslähtöisyys velvoittaa yritykseltä keinoja selvittää asiakkaan tarvetta, ymmärtää odotuksia ja toteuttaa ratkaisuja asiakasymmärrykseen perustuen. (Koivisto, Säynäjäkangas, Forsberg 2019, 18, 166).

Saarijärven ja Puustisen (2020, luku 1, Asiakaskokemus tuo konkretiaa asiakaslähtöisyyteen) mukaan asiakaslähtöisyys on asiakkaan kannalta parhaan ratkaisun tarjoamista liiketaloudelliset ja kilpailulliset realiteetit huomioiden. Arantola ja Simonen (2009, 4) puolestaan esittävät, että asiakaslähtöinen palveluliiketoiminnan kehitys edellyttää sekä asiakasymmärrystä että kykyä kehittää liiketoimintaa tämän ymmärryksen pohjalta. Toimintaansa kehittävien yritysten menestyksen salaisuus on luoda osaamisesta ja uusista ideoista kasvun ja kannattavan liiketoiminnan perusta.

Miksi asiakas sitten ostaa? Tämä on tärkein kysymys kaikilla kaupallisilla toimialoilla. Ostomotiivit ovat usein paljon syvemmällä kuin kysymällä selviää. Asiakkaiden reaktiot perustuvat odotuksiin, jotka riippuvat monista sisäisistä ja ulkoisista tekijöistä. Tarpeet, toiveet, arvojärjestelmät ja arvontuontiprosessit vaikuttavat sisäisten odotusten kehittymiseen. Se, mitä tuttavat sanovat jostakin palveluntarjoajasta vaikuttaa puolestaan ulkoisesti. Asiakkaiden odotuksiin vaikuttavat myös markkinointiviestinnälliset toimet. (Tolvanen 2012, 12; Grönroos 2015, luku 13, Mitä asiakkaista tarvitsee tietää.)

3.1 Asiakasymmärrys

Kilpailuedun synnyttäminen palveluliiketoiminnassa edellyttää uudenlaista ajattelua. Hyvä asiakaskokemus syntyy asiakasta huomioimalla, kuuntelemalla ja pyrkimällä ymmärtämään hänen

tilanteensa. Asiakkaaseen pidetään yhteyttä ja kysymyksiin vastataan nopeasti. Lupaukset on pidettävä ja palvelun laatu oltava korkealla. Asiakaskokemus on asiakkaan subjektiivinen odotusarvo palvelukohtaamiselta, johon vaikuttaa palvelun nopeus ja saatavuus. (Fischer & Vainio 2014. 9, 165.)

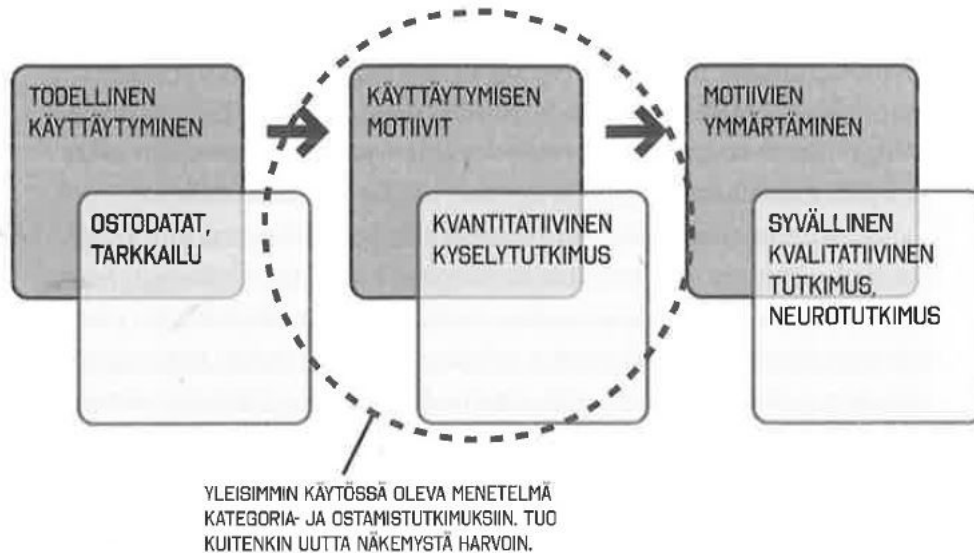
Palvelun taustalla on palvelun tuottava organisaatio, jonka suunnittelua ohjaavat liiketoimintatavoitteet ja palvelun tuottamiseen olemassa olevat tilat sekä resurssit. Lisäksi suunnittelua ohjaa ymmärrys asiakkaista ja heidän tarpeistaan. Asiakasymmärryksen ja liiketoimintatavoitteiden pitäisi elää symbioosissa. (Tuulaniemi 2011, 103–104.)

Organisaation liiketoiminnan tehtävä on ratkaista asiakkaan ongelmia tai tuottaa hyötyjä ja kokemuksia asiakkaalle. Organisaation on tunnettava, miten omat tuotteet tai palvelut toimivat asiakkaan toiminnassa tai elämässä sekä ymmärtää asiakkaan toimintaa ja tavoitteita laajemmin ja syvällisemmin. Tämän asiakasymmärryksen pohjalta organisaatio voi tunnistaa uusia mahdollisuuksia tuottaa arvoa asiakkaalle. Se ratkaisee asiakkaan ongelmia uusilla palveluillaan ennen kuin asiakas ehtii sitä edes pyytää ja kehittää ratkaisuja yhdessä asiakkaan kanssa. Asiakasta kuunteleva ja osallistava organisaatio näkee asiakasrajapinnan tärkeän merkityksen innovaatioiden lähteenä ja uusien palveluiden testaajana antaen näin asiakkaalle myös valtaa. (Paavola & Uusikylä 2013, 18.)

Asiakasymmärryksen rakentaminen ja sen systemaattinen hyödyntäminen edellyttävät asiakkuusymmärryksen moniulotteisen luonteen hahmottamista ja asiakkaalle syntyvän arvon tunnistamista. Organisaatiolla pitäisi olla käsitys menetelmistä ja työkaluista, joilla asiakasymmärrystä voidaan kerätä, siirtää, varastoida ja luoda. Näillä perustiedoilla voidaan yhteistä asiakasymmärrystä kehittää systemaattisesti. Taantumassa asiakasymmärrys on erityisen merkittävä kilpailutekijä sillä asiakkaat edellyttävät yhä laajempia kokonaispalveluita supistaessaan palveluntarjoajien määrää. (Arantola & Simonen 2009, 33–34.)

Asiakasymmärryksen hankkimisella tarkoitetaan tutkimusta kohderyhmän odotuksista, tarpeista ja tavoitteista. Palvelut suunnitellaan vastamaan käyttäjien tarpeita ja toiveita, joten kohderyhmän todelliset tarpeet ja motiivit on hyvä havaita ja tunnistaa. Käyttäjätieto täydentää ja yhdistää helposti toisistaan erilleen jäävää markkina- ja asiakastietämystä. Kun markkina- ja asiakastieto yhdistetään käyttäjätietoon, siitä saadaan huomattavasti enemmän irti. Syntynyt näkemys voidaan liittää markkinatutkimuksille tyypilliseen ostajakunnan yleisempään tyypittelyyn. Tuloksena syntyy

tarkentunut kuva ostajaryhmistä sekä yleiskuva siihen, miten tuotetta käytetään. Käyttäjätieto on tietoa, jonka avulla voidaan luoda hyödyllinen ja miellyttävä tuote tai palvelu sen tosiasiallisille käyttäjille. Vasta näin toimimalla tiedetään mikä on sellaista uutta, jota kehityksessä kannattaa pyrkiä luomaan. (Tuulaniemi 2011,142; Hyysalo 2019, 18.)



Kuvio 2. Kohderyhmänäkemyksen jäsentäminen (Tolvanen 2012, 127).

Kuviossa 2 on kuvattu, miten näkemystä kohderyhmästä saadaan tarkkailemalla käyttäytymistä ja ymmärtämällä niiden motiiveja syvällisesti. Kohderyhmänäkemyksen etenee markkina- ja asiakastiedon yhdistämisestä kohderyhmän todellisen käyttäytymisen tarkkailuun ja edelleen valintojen motiivien syvälliseen ymmärtämiseen. (Tolvanen 2012, 127.)

Käyttäjätietoa kuvataan hiljaiseksi tiedoksi. Tavoitteena on hyödyntää etnografisen menetelmän osallistavaa otetta, joka tuo ihmisen ja esineen tai palvelun välisestä suhteesta esiin sen, mikä on käyttäjän ajattelun sisin. Käyttäjätiedon hankkimisen tutkimusmenetelmät voidaan jakaa perinteisiin menetelmiin, mukailtuun menetelmiin ja innovatiivisiin menetelmiin. Perinteisiä menetelmiä ovat markkinatutkimus, kohderyhmätutkimukset ja kyselyt. Niiden avulla mitattavaa aineistoa kertyy helposti. Mukailtuja menetelmiä sovelletaan paremmin suunnittelijoiden tarpeisiin. Tällainen menetelmä voi olla esimerkiksi videodokumentointi, jossa havainnoitavaa pyydetään kertomaan ääneen, mitä hän tekee päämääränsä saavuttamiseksi. Mukailut menetelmät ovat tulkitsevia, kuvailevia, selostavia ja käyttäjälähtöisesti argumentoivia. Innovatiiviset menetelmät puolestaan keräävät käyttäjätietoa luovia menetelmiä käyttäen. Ominaista niille on visuaalisuus ja osallistuvuus kuten suunnittelutyöpajat ja visuaaliset päiväkirjat. (Hämäläinen, Vilka & Miettinen 2011, 63–66.)

Kohderymänäkemys vaatii lähelle menemistä sekä uteliaisuutta ja innostusta. Tutkijan on tunnettava sitä arkea, jossa hänen kohderyhmänsä elää ja ymmärtää heidän motiivejaan. Kohderyhmäläisiä täytyy tavata ja toimia heidän kanssaan yhteistyössä yhteisten päämäärien hyväksi. Kannattaa olla kiinnostunut kohderyhmää kiinnostavista trendeistä, käyttäytymisestä, peloista ja haaveista. Kohderyhmää määriteltäessä voi vastata kysymyksiin:

1. Millaisia ihmisiä kohderyhmän jäsenet ovat? Demografiatekijät kuten ikä ja sukupuoli, arvot ja asenteet?
2. Millaisia he ajattelevat olevansa?
3. Millaisena he haluavat muiden näkevän heidät?
4. Ketkä vaikuttavat heidän päätöksentekoonsa? (Tolvanen 2012, 32–33.)

Käyttäjätiedon hyödyntäminen on monivaiheinen kumuloituva prosessi, jossa kerätään tietoa yhdessä käyttäjien kanssa tai itse kokemalla oppien, tulkitaan koettua tietoa ja luodaan tuotteelle tai palvelulle käyttäjän näkökulmasta merkityksiä. Etnografisin menetelmin hankittu tieto ja käyttäjäkeskeinen ajattelu synnyttää uutta näkemystä ja lisäarvoa, joka haastaa arvioimaan yrityksen ja asiakkaan kohtaamista uudella tavalla. (Hämäläinen, Vilka & Miettinen 2011, 68–69.)

3.2 Asiakasprofiili

Keskeinen asiakastutkimuksesta saadun tiedon menetelmä on asiakasprofiilin luominen. Asiakasprofiili on tutkimusryhmästä nousseen tietyn ryhmän kuvaus, jonka pohjalta voidaan lähteä rakentamaan ratkaisuja ja palveluita. Asiakasprofilointi pohjautuu arvonrakentumismalleihin, joiden avulla voidaan luoda vaihtoehtoisia konsepteja ja mitata niiden arvoa ennen markkinoille viemistä. Asiakasprofiilissa tiivistyy asiakastutkimuksissa saatu tieto ja löydökset asiakkaan käyttäytymismallista, toiminnan motiivista, hallitsevista arvoista ja toimintaa ohjaavista peloista ja esteistä tietyksi asiakastyypiksi. Asiakasprofiili toimii suunnittelutyökaluna ideointiin, päätöksentekoon ja palvelukonseptointiin sekä viestinnän suunnitteluun. (Tuulaniemi 2011, 154–156.)

Kuvitteelliset asiakasprofiilit, jotka edustavat käyttäjäarkkityypeinä asiakkaita, parantavat käyttäjäsuunnittelua yhdessä muun käyttäjätutkimuksen ja -työkalujen kanssa. Profiilit tarjoavat nopean ja konkreettisen menetelmän muun muassa markkinoiden segmentoinnista ja osallistavasta tutkimuksesta saatujen tietojen välittämiseen. Asiakasprofiilin luomiseen on useita menetelmiä. Kaikille

niistä on ominaista todellisilta käyttäjiltä saatujen laadullisten ja etnografisten tietojen sisällyttäminen profiiliin. Asiakasprofiili kattaa käyttäjän tarpeet ja tavoitteet, mutta kuvaa myös tarkasti itse käyttäjää ja markkinoita. Suunnitteluprosessiin on sidottu etnografia ja käytettävyytutkimus tiukasti. Myös tilastollisia menetelmiä voidaan käyttää tukena tunnistamaan asiakasryhmiä. Asiakasprofiili auttaa suunnittelijaa katsomaan asioita asiakkaan silmin ja niitä voidaan käyttää myös suojelemaan yksilöiden yksityisyyttä. (Williams 2006, 36–37.)

Asiakasprofiilien on suositeltavaa edustaa eri persoonia eri ostoprosessin vaiheissa. Esimerkiksi tietystä kohderyhmästä löytyy ensiostaja ja usein palvelua käyttänyt persoona. Persoonalla on hyvä olla konkreettinen nimi ja sitä kuvataan avainsanoilla ja lyhyillä lauseilla. Asiakasprofiilissa kuvataan persoonan kokonaisvaltaista elämäntilannetta, jota voidaan tehostaa fiktiivisellä motolla. Persoonaa voidaan kuvata seuraavilla tiedoilla:

- sukupuoli, ikä, siviilisääty
- ammatti, koulutustausta
- ystävät, sosiaalinen ympäristö, lemmikkieläimet
- asuinolosuhteet
- taloudellinen tilanne
- asenteet, arvot, kiinnostuksen kohteet, turhautumistoleranssi, elämäntavoitteet
- harrastukset ja vapaa-ajan aktiviteetit
- kuinka paljon on aikaa aktiviteeteille
- minkälaista mediaa käyttää
- suhtautuminen digitaaliseen mediaan ja siellä tiedon jakamiseen
- kulutustottumukset ja ostopäätöksiin vaikuttavat tekijät (Müller-Roterberg 2018, 62.)

Asiakasprofiilissa kuvataan asiakkaan tavoitteita, hyötyjä ja murheita. Osterwalder ym. (2014, luku 1.1) kuvaa asiakasprofiilin tavoitteilla asioita, joita asiakas yrittää saada tehtyä työssään tai elämässään. Tavoitteet voivat olla suoritettavia tehtäviä, ratkaistavia ongelmia tai tyydytettäviä tarpeita. Toiminnallinen tavoite voi olla esimerkiksi terveellisesti syöminen tai nurmikon leikkaaminen, kun puolestaan sosiaalisen tavoitteen avulla asiakas haluaa esimerkiksi näyttää hyvältä tai saada valtaa. Kun asiakkaat hakevat tiettyä tunnetilaa kuten turvallista oloa on kyse henkilökohtaisista tavoitteista. Kaikki tavoitteet eivät ole asiakkaalle yhtä tärkeitä.

Murheilla asiakasprofiilissa kuvataan kaikkea sitä, mikä ärsyttää tavoitteisiin pääsemistä ennen, sen aikana ja jälkeen tai estää asiakasta kokonaan pääsemästä tavoitteeseen kuten esimerkiksi ajanpuute. Murheet kuvaavat myös riskejä, joita asiakkaalla on tavoitteisiin pääsemiseksi. Murheet voivat olla toiminnallisia, jolloin jokin ratkaisu ei toimi tai sosiaalisia, jolloin asiakas kokee näyttävänsä huonolta. Asiakkaasta saattaa myös tuntua pahalta, kun hän tekee tiettyä asiaa. (Osterwalder ym. 2014, luku 1.1.)

Asiakasprofiilin hyödyillä kuvataan tuloksia ja etuja, joita asiakkaat haluavat. Asiakkaan vaatima hyöty voi olla esimerkiksi se, että puhelimella pitää pystyä soittamaan. Odotettua hyötyä asiakas ajattelee perushyötynä, jota odottaa ratkaisulta, vaikka se toimisi ilman sitäkin. Esimerkiksi Applen iPhoneen odotetaan olevan hyvin suunniteltu. Toivotut hyödyt ylittävät sen, mitä asiakas odottaa ratkaisulta ja haluaa saada, jos vain voisi. Tällaisia hyötyjä asiakkaat osaavat kertoa. Sen sijaan odottamattomia hyötyjä asiakas ei edes keksi itse. Ne ylittävät kaikki odotukset ja toiveet. (Osterwalder ym. 2014, luku 1.1.) Alla olevassa kuviossa 3 on esimerkki asiakasprofiilipohjasta.

The image shows a digital form for creating a customer profile. The title is 'Persoona'. The form is divided into several sections:

- Top row:** Three dropdown menus labeled 'Kehityskohde', 'Projektiryhmä', and 'Päivämäärä'.
- Second row:** A text input field for 'Persoonan nimi, ikä ja asema', a larger image input area for 'Persoonan kuva', and another text input area for 'Mitä persoonan laukusta löytyy?'.
- Third row:** A text input field for 'Henkilökohtainen lainaus'.
- Fourth row:** A text input field for 'Asenne'.
- Fifth row:** A large text area for 'Persoonan tarina palvelun käyttäjänä'.
- Bottom left:** A 'Takaisin' button.
- Right side:** A small grey box containing the number '50'.

Kuvio 3. Esimerkki asiakasprofiilista (Pedagogiikkaa netissä 2021).

Asiakasprofiilin käyttäminen tuo asiakaslähtöisyyttä kehittämiseen. Sen avulla voidaan paremmin kehittää palveluita ja priorisoida missä määrin yritys pystyy tyydyttämään kyseisen profiilin tarpeita

ja toiveita. Asiakasprofiilin avulla asiakas ”herätetään henkiin” ja se saa todellisen luonteen, minkä avulla jokainen yrityksen työntekijä ymmärtää asiakasta paremmin. (Müller-Roterberg 2018, 63.)

3.3 Palvelutarjooma

Ihmiset eivät etsi ja osta tavaroita ja palveluita enää perinteiseen tyyliin, vaan he etsivät elämäänsä helpottavia ratkaisuja. Aineettomiin palveluihin voidaan tuoda esimerkiksi tavaroita, joilla tuetaan palveluprosessia ja näin laajennetaan organisaation ansaintamallia. Organisaation kannattaa ymmärtää palveluiden tarjoamat mahdollisuudet ja osata hyödyntää niiden tarjoamat ratkaisut. (Tuulaniemi 2011, luku 1, Tavarakylläisyydestä resurssien jakamiseen.)

Palvelujen kehittämisen tavoitteena on luoda kilpailukykyistä, kannattavaa ja innovatiivista liiketoimintaa. Tarkoitus on luoda edellytykset palveluille, jotka asiakkaan mielestä tuottavat lisäarvoa. Asiakkaiden tarpeisiin reagoimisen lisäksi on havaittava myös markkinoiden piilevät tarpeet ja mahdollisuudet jo ennen kuin asiakkaat ovat niitä tiedostaneet. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 3.)

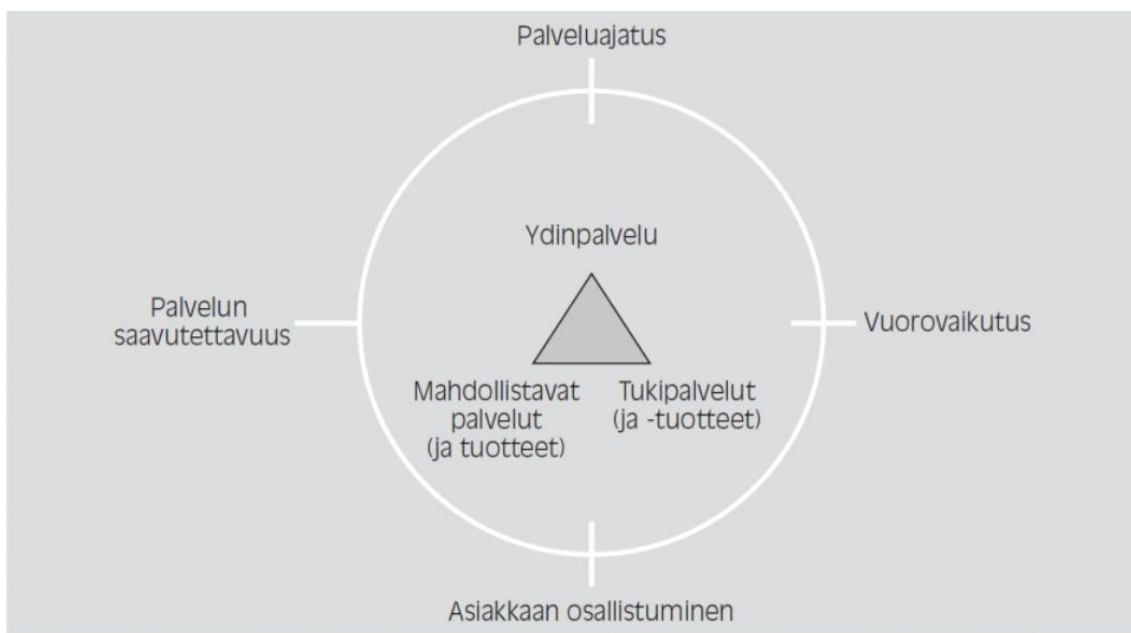
Tuulaniemen (2011, luku 1, Arvosta tarjoomaan) mukaan organisaatioiden on tässä ajassa tarjottava asiakkaiden tarpeisiin sopivia kokonaisratkaisuja pelkän yksittäisen palvelun tarjoamisen sijaan. Tarpeisiin ratkaisua tarjoavien palveluiden, tietojen, elementtien ja vuorovaikutuksen yhdistelmät ovat toimintoja, joita kutsutaan tarjoomiksi.

Tekes (2010, 10) määrittelee palvelutarjooman tarkoittavan palvelutarjoajan tai palvelun tarjoajien ryhmän kaikkia palvelutuotteita ja palveluita. Erilaiset palveluvaihtoehdot voidaan esittää tarjooman avulla tai esimerkiksi palvelupaketteina. Jaakkola ym. (2009, 7–8) esittävät, että organisaation tai organisaatioiden tarjoamien palvelujen kokonaisuutta tulee kehittää markkinoiden ja asiakkaiden tarpeiden mukaan, mutta myös ennakoiden.

Grönroosin (2015, luku1, Asiakkaan näkökulma) mukaan asiakkaat ostavat tuotteiden ja palveluiden tuottamia hyötyjä. Asiakkaat ostavat tarjoomia, jotka koostuvat tuotteista, palveluista, tiedoista, huomion osakseen saamisesta ja muista mahdollisista tekijöistä. Tarjoomat ovat asiakkaille palveluja ja heille arvo syntyy palvelusta, jonka he kokevat tarjooman tuottavan.

Peruspalvelupaketilla kuvataan, mitä palveluja tarvitaan asiakkaan tarpeiden tyydyttämiseksi. Hyvin kehitettynä se takaa, että palvelun lopputulos eli tekninen laatu on hyvä. Se määrää mitä asiakkaat saavat. Peruspalvelupaketti jaetaan kolmeen palveluryhmään, joita ovat ydinpalvelu, mahdollistavat palvelut sekä tukipalvelut. Ydinpalvelu on markkinoilla olon syy. Jotta ydinpalvelua käytettäisiin, tarvitaan lisäpalveluita eli mahdollistavia palveluita ja tukipalveluita. Ilman mahdollistavia palveluita ydinpalvelua ei voi kuluttaa. Tukipalvelut toimivat erilaisessa tehtävässä kuin mahdollistavat palvelut. Tukipalveluita käytetään arvon lisäämiseksi ja palvelun erilaistamiseksi kilpailijoiden tarjoomiin verrattuna siis kilpailukeinoina. Aina kuitenkin mahdollistavien ja tukipalveluiden ero ei ole selvä. Kuten pitkän lennon aikana tarjottava ateria voi muuttua lyhyen lennon aikana mahdollistavasta palvelusta tukipalveluksi. Esimerkiksi peruspalvelupaketti hotelliin osalta koostuu majoituksesta, joka on ydinpalvelu, vastaanotosta, joka on mahdollistava palvelu ja ravintolasta, joka on tukipalvelu. (Grönroos 2015, luku 7, Peruspalvelupaketti.)

Palvelutarjooma itsessään ei ole kuitenkaan näin yksinkertainen, koska palveluprosessin kokeamista ei voi erottaa peruspalvelupaketin osien kokemisesta eli niin sanotusta toiminnallisesta laadusta. Siitä miten asiakas palvelun saa. Kattavampaa peruspalvelupakettia kutsutaan laajennetuksi palvelutarjoomaksi. Siinä palveluprosessista on erotettavissa kolme perusasiaa: saavutettavuus, vuorovaikutus ja asiakkaan osallistuminen. (Grönroos 2015, luku 7, Laajennettu palvelutarjooma.) Laajennetun palvelutarjooman malli on esitetty kuviossa 4.

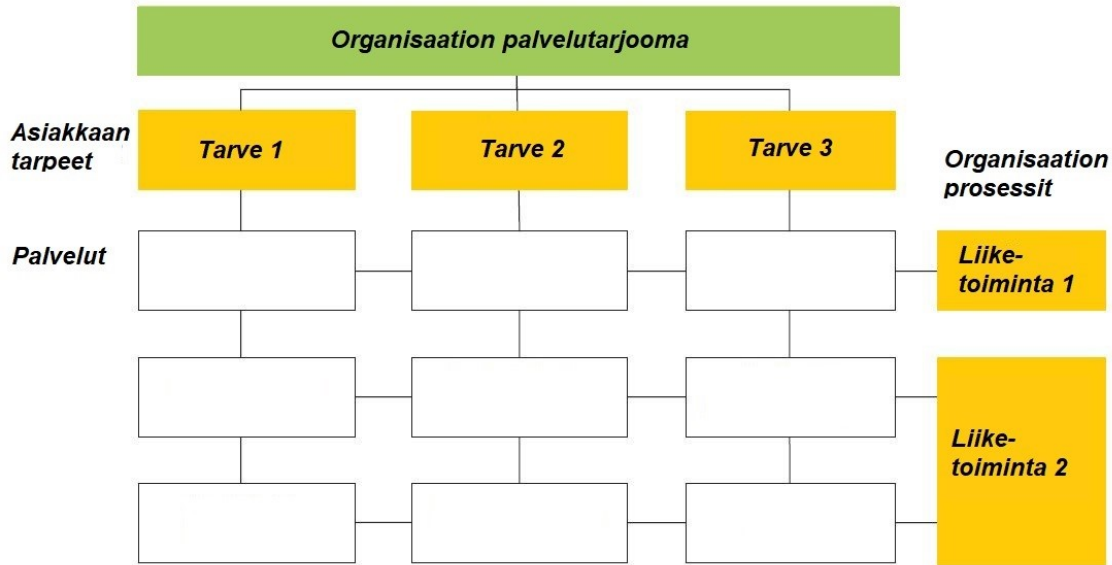


Kuvio 4. Laajennettu palvelutarjooma (Grönroos 2015, luku 7, Laajennettu palvelutarjooma).

Kuvion 4 mukaan palveluajatus määrittelee mitä ydin-, tuki- ja mahdollistavia palveluja käytetään, miten peruspaketti laitetaan saataville, kuinka vuorovaikutustilanteita kehitetään ja kuinka asiakkaita valmennetaan prosessiin osallistumiseen. Palvelun saatavuuteen vaikuttavat esimerkiksi henkilökunnan määrä ja taidot, aukioloajat ja toimiston sijainti, ulkonäkö ja sisustus. Myös toiset samanaikaisesti asioivat asiakkaat vaikuttavat palvelun saatavuuteen. Nämä kaikki vaikuttavat siihen koetaanko saatavuus helpoksi vai vaikeaksi.

Palveluorganisaation vuorovaikutukseen vaikuttavat esimerkiksi viestintä työntekijöiden ja asiakkaiden kesken sekä vuorovaikutus erilaisten fyysisten ja teknisten resurssien kuten automaattien ja koneiden kanssa. Jos vuorovaikutustilanteet koetaan monimutkaisiksi ja vaikeiksi jää peruspalvelupaketin laatu heikoksi. Asiakkaan osallistumisella tarkoitetaan sitä, että asiakkaalla on vaikutusta saamaansa palveluun. Hän toimii kanssatuottajana osallistumalla itse saamansa arvon luomiseen. Jos asiakas on valmistautunut ja halukas toimimaan odotusten mukaan hän itse joko parantaa tai heikentää palvelua. (Grönroos 2015, luku 7, Laajennettu palvelutarjooma.)

Palvelutarjooman kuvaamisen kautta saadaan käsitys siitä, minkälaisista palveluista organisaation liiketoiminta koostuu. Kehitystyötä ohjaamaan voidaan määritellä tavoitteellinen palvelutarjooma, johon organisaatio pyrkii tietyn ajan kuluessa. Palvelut voidaan ryhmitellä esimerkiksi jonkin prosessin, osaamisen tai asiakasryhmän ympärille. Esimerkiksi organisaatio voi jakaa palvelutarjoomansa liiketoiminnan eri alueisiin ja ottaa sen jälkeen asiakasnäkökulmaa mukaan ja arvioida kokonaisuuden vastaavuutta asiakkaiden tarpeiden kanssa. Palveluista on helpompi kertoa, kun ne on rakennettu asiakashyötyjen mukaan. Tällaisen arvioinnin tarkoituksena on havaita, miten nykyisiä ja uusia palveluita voidaan kehittää. (Jaakkola ym. 2009, 7.) Kuvion 5 avulla on pyritty kuvamaan, miten organisaatio voi kehittää palvelutarjoomaa asiakkaan näkökulmasta edellä mainitulla tavalla.



Kuvio 5. Esimerkki palvelutarjoomasta asiakkaan näkökulmasta (mukaellen Jaakkola ym. 2009, 7).

Palvelupaketin kehittämisessä voidaan hyödyntää myös verkostoitumista eli kehittää erilaisia yhteistyömalleja eri organisaatioiden kanssa. Toiminnan tavoitteena voi olla esimerkiksi asiakasrajapinnan laajentaminen tai suhdannevaihteluiden tasaaminen. Verkostoitumisen avulla voidaan saada käyttöön sellaista osaamista ja resursseja, joita yrityksellä ei ole omasta takaa ja kehittää palvelupaketti yhteiselle loppuasiakkaalle. Asiakkaan selkeä käsitys palvelun sisällöstä helpottaa ostamiseen liittyvää riskiä, kun asiakas vielä näkee mistä osista palvelu koostuu ja voi mahdollisesti itse valita palvelun lisäosat. (Jaakkola ym. 2009, 12–13.)

Asiakkaat edellyttävät räätälöityjä kokonaisratkaisuja, siksi organisaatiolle voi tulla tarve yhdistää yhteistyökumppaneiden palveluita kokonaisuuteen. Tällöin asiakasymmärrystä pitää luoda ja jakaa yhdessä kumppaneiden kanssa. Kokonaispalveluita tarjoavalle organisaatiolle on tärkeää ymmärtää, mitä palveluita asiakas arvostaa ja mistä hän on valmis maksamaan sekä mitkä ovat palvelun tuottamisen tai hankkimisen kustannukset palveluntarjoajalle. (Arantola & Simonen 2009, 9–10.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Kehittämistehtävä määrittää millainen lähestymistapa sopii kehittämistyöhön parhaiten. Lähestymistavan valinta vastaa tutkimusstrategian valintaa eikä siinä ole vielä kysymys konkreettisten menetelmien kuten haastattelun ja kyselyn valinnasta. Lähestymistavat ovat osin päällekkäisiä, joten kehittämistehtävässä voi olla piirteitä useista niistä. Lähestymistapaa kannattaa pysähtyä pohtimaan, jotta tutkimuksellisuus saadaan kehittämistyöhön mukaan. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2018, 36, 51–52.)

Nykyisin kehittämistoiminnassa korostetaan osallisuuden merkitystä. Siitä on tullut jopa eräänlainen muoti-ilmiö. Osallistamisen käsite korostaa toimijoiden subjektiivuutta, jossa henkilö osallistuu johonkin ja toisaalta siihen liittyy ulkopäin vaikuttaminen, jossa joku osallistaa henkilöä. Toimijoita ohjataan ja opastetaan osallistumaan olettaen kuitenkin, että osallistava toiminta etenee osallistujien omilla ehdoilla ja heidän itsensä asettamaan suuntaan. Osallistaminen on mahdollisuuksien tarjoamista ja osallistuminen mahdollisuuksien hyödyntämistä. (Toikko & Rantanen 2009, 89–90.)

Asiakkaiden, työntekijöiden ja sidosryhmien osallistumisesta kehittämistoimintaan on monenlaista hyötyä. Osallistumisella varmistetaan eri tahojen tarpeiden ja intressien hyvä huomioiminen sekä lisätään sitoutumista kehittämiseen. Asiakkailta on tietoa, josta kehittämisessä voi olla hyötyä. Kysymys on myös siitä, että joita asia koskee, ovat oikeutettuja osallistumaan. (Toikko & Rantanen 2009, 90–91.)

Kehittäjän rooli voi vaihdella räätäli-konsultista kehittäjä-työntekijään ja fasilitaattoriin. Räätäli-konsultti kerää tietoa, analysoi ja tekee ehdotuksia. Kehittäjä-työntekijä kehittää omaa työtään, työskentelee, kerää tietoa ja analysoi sitä yhdessä muiden kanssa. Fasilitaattori puolestaan pyrkii kannustamaan työyhteisöä ja asiakkaita ja toimii asiantuntijana, jonka asiantuntemusta kohdeyhteisö voi käyttää hyväkseen. Kehittäjät ovat aktiivisia toimijoita ja toimijat aktiivisia kehittäjiä. (Toikko & Rantanen 2009, 91.)

Tässä kehittämistehtävässä tutkijana olen räätäli-konsultin roolissa ja käytän lähestymistapana palvelumuotoilua. Tuulaniemi (2011, luku 1, osaaminen nimeltään palvelumuotoilu) määrittelee palvelumuotoilun olevan konkreettista toimintaa, joka yhdistää käyttäjien tarpeet ja odotukset sekä palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi palveluiksi. Palvelumuotoilussa ihminen on

kehittämisen keskiössä. Tämän kehittämistehtävän tavoitteena on maastopyöräilijän asiakasymmärryksen hankkiminen, asiakasprofiilin määrittäminen ja palvelutarjooman kehittäminen. Tavoitteena on osallistaa palvelun käyttäjät kehittämistoimintaan ja saada aikaan parempia palveluita, jotka johtavat parempaan asiakasuskollisuuteen Pohjois-Pohjanmaan luontomatkailupalveluiden käyttäjinä. Ennen lähestymistavan ja menetelmien avaamista käsitellään kuitenkin tämän kehittämistehtävän metodologiaa eli määritellään kehittämistoiminnan periaatteet.

4.1 Metodologiset valinnat

Metodologian avulla voidaan perustella kehittämismenetelmät ja niiden käyttötavat. Metodologian avulla vastataan kysymyksiin: millaisena kehittämistoiminnan todellisuus nähdään, millaista tietoa kehittämisellä pyritään tuottamaan, millaisesta intressistä kehitetään ja millainen on kehittämistoiminnan luonne. Metodologia perustelee käytännön kehittämisen menetelmällisiä valintoja. (Toikko & Rantanen 2009, 35–36, 166.)

Kehittämistoiminta lähtee liikkeelle arkiajattelun mukaisesta todellisuuskäsityksestä. Tutkimuksellinen kehittäminen edellyttää todellisuuskäsityksen määrittelyä, johon sisältyy fakthanäkökulman ja tulkinnallisen näkökulman välinen jännite. Fakthanäkökulmassa toiminnan tavoitteena voi olla esimerkiksi taloudellisen tuloksen parantaminen, hoitoaikojen lyhentäminen tai joku määrä asiakaskäyntejä. Toiminnan kohde liittyy siis havaittavaan reaalityodellisuuteen, jota pyritään muuttamaan jollakin konkreettisesti näkyvällä tavalla. Kehittäminen voi kohdistua myös ei-näkyvään kohteeseen kuten nuorten asenteisiin vaikuttamiseen tai työyhteisön organisaatiokulttuurin muuttamiseen, jolloin puhutaan puolestaan tulkinnallisesta näkökulmasta. Tällöin kehittämistoiminnan tavoitteiden saavuttaminen ei olekaan yksinkertaisesti todennettavissa, vaan asioista voikin olla erilaisia näkemyksiä. (Toikko & Rantanen 2009, 35–38.)

Tulkinnallisen lähtökohdan päämääränä on tulkita tiettyyn tilanteeseen liittyviä merkityksenantoja, jossa tutkija vaikuttaa ja on vaikutuksen kohde, eräänlainen tulkitsija osallistujan näkökulmille. Käsitteitä ei ole tiukkaan määritely ja havainnot liittyvät tilanteisiin. Tulkinnallisessa lähtökohdassa tuloksia tulkitaan kokemuksellisten ymmärtämisprosessien tarkasteluna. (Puusa & Juuti 2020a, luku1, Tutkimusaiheen ja lähestymistavan valinta.)

Tämän kehittämistehtävän todellisuus rakentuu sekä faktanäkökulman että tulkinnallisen näkökulman varaan. Faktanäkökulmasta katsottuna palvelutarjooman kehittämisellä pyritään muuttamaan konkreettisesti todellisuutta. Pohjois-Pohjanmaan alueen mikroyrityksille ja palveluntarjoajille pyritään kehittämään palvelutarjooma, jolla he voivat parantaa omaa taloudellista tulostaan. Palvelutarjooma on siten yksiselitteinen kuvaus asiasta. Kehittämistyön todellisuus nähdään tulkinnallisena niiden keinojen osalta, joilla palvelutarjoomaa kehitetään. Asiakasymmärryksen hankkiminen ja johtopäätösten tekeminen on tulkinnallista, koska kysymys on ihmisten kanssa yhdessä tekevästä kehittämistehtävästä ja heidän kokemuksellisuudestaan asiassa. Yksilöillä on erilaisia subjektiivisia näkemyksiä asioista ja myös tutkija voi tulkita niitä eri tavoin. Tällaisessa tilanteessa tavoitteiden saavuttamisen arviointi on haasteellista ja vaatii tulkintaa.

Ontologiaa eli kysymyksiä todellisuuden luonteesta voidaan käsitellä myös realismin ja konstruktionismin näkökulmasta. Realismi lähtee siitä, että todellisuus on kaikille samanlaista ihmisestä riippumatta. Konstruktionismi puolestaan korostaa, että todellisuus rakentuu sosiaalisesti eikä yksittäinen ihminen voi sitä muuttaa, toisin sanoen ihmisten tavat ymmärtää arkitodellisuutta ovat sosiaalisesti rakentuneita. Konstruktiivinen näkökulma rajaa tarkastelua tulkinnalliseen todellisuuteen ja kielen käyttöön, jossa ihmiset tekevät puheen kautta tulkintoja todellisuudesta. (Toikko & Rantanen 2009, 36–37.) Tätä käytännön kehittämistehtävää voidaan siten lähestyä myös konstruktiivisen todellisuuden näkökulmasta, koska se pohjautuu ihmisten kanssa vuorovaikutuksessa saavuttaviin tutkimustuloksiin.

Tieteellisessä tutkimuksessa tutkijalta edellytetään kannanottoa epistemologisiin eli tieto-opillisiin kysymyksiin. Sillä tarkoitetaan tiedon käsitettä yleensä ja tiedon saavuttamisen menetelmiä sekä pohditaan tietämisen tapoja ja mahdollisuutta sekä otetaan kantaa siihen, minkä voidaan katsoa olevan totta tai ei-totta. Lähtökohtaisesti tiedon voidaan ajatella olevan kovaa, objektiivista ja välitettävissä olevaa tai pehmeää, subjektiivista ja kokemuksellista. (Puusa & Juuti 2020a, luku 1, Tieteenfilosofia ja paradigma-ajattelu.)

Tiedon olemus ei ole ongelmatonta ihmistieteissä, sillä sama ymmärryksen taso voi olla riittävä yhdessä tilanteessa mutta ei toisessa. Tiedon tulkinta edellyttää, että on kerätty riittävä määrä kyseisen kontekstin sisällä olevien henkilöiden kertomuksia, jolloin tulkintoja voidaan vertailla ja tehdä niistä johtopäätöksiä. Tutkijalla on oltava ihmisten erilaisuutta arvostava ihmiskäsitys, jolla tarkoitetaan käsitystä siitä, millainen ihminen on perimältään inhimillisenä toimijana. Laadullisessa tutkimuksessa ihmiskäsityksen esille tuominen on tärkeää, koska tutkimusote suosii ihmistä

tiedonkeruun välineenä. Tutkimuksen kohteena ovat muut ihmiset, heidän kokemusmaailmansa ja sitä kautta muodostuneet käsitykset ja tulkinnat. (Puusa & Juuti 2020a, luku 1, Tieteenfilosofia ja paradigma-ajattelu.)

Epistemologian näkökulmasta olennaista on millaista tietoa ja tiedon tuotantotapaa tavoitellaan. Siinä pyritään ottamaan kantaa siihen, miten maailmasta saadaan parhaiten tietoa. Induktiivinen ajattelu etenee yksityistapauksista kokonaisuuksiin, kun taas deduktiivinen ajattelu etenee laajoista pienempiin yksityistapauksiin. Kehittämistoiminnan yleistymistä voidaan pitää osoituksena siitä, että tarvitaan uudenlaisia tiedontuotannon lähestymistapoja. Uutta tietoa syntyy niissä ympäristöissä, joissa toiminta tapahtuu. Se ei ole monitieteistä vaan teorian ja käytännön rajoja ylittävää. Tietoa niille, jotka siitä suoranaisesti hyötyvät. Toimijat ovat moninaisia, ei enää pelkästään tutkijoita vaan myös kehittäjiä ja konsultteja. Tieto on reflektiivistä eli nousee tutkijan ja tutkimuskohteen välisestä vuorovaikutuksesta ja kriittisestä tarkastelusta. Tiedontuotanto on laadukasta ja käyttökelpoista, jos sillä on kysyntää ja tulokset hyödynnettävissä. (Toikko & Rantanen 2009, 39–43.)

Tässä kehittämissuhteessa pyritään tavoittelemaan käyttökelpoista tietoa luontomatkailupalveluita tarjoaville palveluntarjoajille. Asiakasprofiilit kehitetään hankkimalla asiakasymmärrystä valitusta maastopyöräilijän asiakassegmentistä tutkimalla ihmisiä ja heidän kokemuksiaan. Tieto nousee esille tutkijan eli minun ja tutkimuskohteen välisessä vuorovaikutuksessa. Palvelutarjoaman kehittämiseen haetaan yhdessä maastopyöräilijöiden kanssa ideoita, joiden perusteella pyrin tuottamaan lopputuloksen. Näin ollen tutkijana teen lopulliset johtopäätökset saaduista ideoista. Tieto on järjestelmällisesti tuotettua ja luonteeltaan kasvavaa. Tiedontuottajat eli maastopyöräilijät eivät käytä tietoa itse vaan ovat mukana tuomassa omaa näkökulmaa kehittämiseen ja hyötyvät myöhemmin välillisesti tuottamastaan tiedosta kehitetyn palvelutarjoaman käyttäjinä. Tuotettu tieto on siten hyödynnettävissä sosiaalisessa ympäristössä. Ajattelutapa on induktiivinen, koska yksittäisistä havainnoista pyritään muodostamaan yleistyksiä.

Kehittämistyöllä tavoitellaan muutosta, joten yksi keskeisistä kysymyksistä on, kenen intressistä kehitystyötä tehdään. Tekninen, praktinen ja emansipatorinen tiedon intressi vastaa kysymykseen mihin tarkoitukseen tietoa tuotetaan. Tekninen tiedon intressi pyrkii selittämään luontoa ja ympäristöä ja lähestymistapana tarkoittaa ennalta suunnitellun mallin testaamista kohdeyleisössä, kun taas praktinen tiedon intressi pyrkii siirtämään ja ymmärtämään maailman yhteisöllisiä perinteitä yhdessä asiantuntijoiden ja kohdeyleisön kanssa. Praktinen tiedon intressi korostaa toiminnan prosessiluonnetta. Emansipatorisen tiedon intressi lähtee ristiriidoista ja pyrkii yhteiskunnallisiin

muutoksiin. Lähestymistapa perustuu siihen, että kohdeyhteisön jäsenet pyrkivät lähestymään ongelman taustoja yhteiskunnallisten kehysten kautta. (Toikko & Rantanen 2009, 46–48.)

Tässä kehittämistehtävässä ei ole yhtä yritystä tai organisaatiota minkä näkökulmasta kehittämistehtävää tehdään. Toimeksiantajana on LUOTA-hanke ja sitä kautta useat yksittäiset organisaatiot ja toimijat alueella. Tavoitteena on kehittää kaikille alueen toimijoille käyttöön asiakasprofiilit ja palvelutarjoomaa. Näin ollen käyttäjistä eli maastopyöräilijöistä lähtöinen kehittäminen etenee alhaalta ylöspäin. Praktinen tiedon intressi kuvaa parhaiten tätä kehittämistehtävää. Toiminta on vastavuoroista ja suunnitelmaa voidaan korjata ja muokata prosessin aikana.

Kehittämistoiminta voidaan hahmottaa joko suunnitteluorientoituneena tai prosessorientoituneena. Suunnitteluorientoitunut kehittäminen etenee projektimaisena ketjuna, jossa eri vaiheet voidaan rajata ja määritellä tarkasti. Tavoitteena on toiminta, jota voidaan ennakoida ja kontrolloida. Kun taas prosessorientoitunut kehittäminen korostaa reflektiivisyyttä eli toiminnan jatkuvaa arviointia. Uutta kehittämistä koskevaa tietoa syntyy koko ajan, toiminnan ohjaus perustuu jatkuvaan uuden oppimiseen, toisin tekemisen kokeiluihin ja sitä kautta toimintojen kehittämiseen. (Toikko & Rantanen 2009, 49–50.)

Tämä kehittämistehtävä nähdään prosessorientoituneena. Toimintaympäristöt muuttuvat koko ajan eikä sellaisessa ympäristössä kehittäminen voi perustua määriteltyihin tiukkoihin tavoitteisiin ja prosesseihin. Kehittäminen edellyttää tapojen tarkistamista ja oman osaamisen arviointia koko ajan. Kehittämisen ratkaisut haetaan vuorovaikutuksessa ihmisten kanssa ja varaudutaan siihen, että uuden tiedon varassa voidaan joutua palaamaan kehittämistyössä takaisinpäin.

4.2 Lähestymistapana palvelumuotoilu

Tämän kehittämistehtävän lähestymistapana käytetään palvelumuotoilua. Palvelumuotoilulla tarkoitetaan muotoilun prosessien ja menetelmien soveltamista palvelun kehittämiseen. Palvelumuotoilu tähtää palvelukokemuksen optimointiin eli parempaan toimivuuteen, taloudellisuuteen, kestävyteen, ekologisuuteen ja esteettisyyteen. Palvelumuotoilua voidaan soveltaa yrityksen strategias-
assa, liiketoimintamallissa, prosesseissa, palveluympäristöissä ja asiakaskontakteissa. Sen tavoitteena on luoda käyttäjän kannalta helppokäyttöisiä, hyödyllisiä ja haluttavia palvelukokemuksia ja palveluorganisaation näkökulmasta vaikuttavia, tehokkaita, kannattavia ja erottuvia

palvelukonsepteja. Keskeisimpänä ajatuksena on käyttäjäkeskeisyys, joka perustuu palvelun käyttäjien ja muiden osapuolten toiminnan, tilanteiden, tarpeiden, toiveiden ja muiden palvelun taustalla olevien tekijöiden ymmärtämiseen. Tähän käytetään monipuolisesti erilaisia menetelmiä muun muassa pyritään saamaan ihmiset kertomaan asioista, heitä havainnoidaan ja osallistetaan ideoiden luomiseen yhteiskehittämisen menetelmillä. Keskiössä on siis palvelun käyttäjät. Palvelumuotoilun ominaispiirre on myös kokemuksellinen suunnittelu, jossa visualisointi ja prototypointi korostuvat. Ideoita pyritään konkretisoimaan esimerkiksi kuvien ja piirrosten avulla ja rakentamaan niistä mallikappaleita ja testiympäristöjä. Näin on mahdollista helpottaa keskusteluja ja testata ratkaisuja nopeasti. (Ojasalo ym. 2018, 71–72.)

Palvelumuotoilu tuo asiakasymmärrystä liiketoimintaan ja auttaa näin ollen palvelukeskeisen liiketoimintalogiikan tuomista yrityksiin. Se sopii kehittämiseen koko yrityksen elinkaaren ajaksi ja kehittää organisaation kulttuuria asiakaskeskeisemmäksi. Palvelumuotoilua käytetään uudenlaisen asiakaslähtöisen liiketoimintamallin tai palvelukonseptin luomiseen. Asiakkaan näkökulmasta katsottuna puhutaan palvelupolusta, jossa kuvataan kaikki asiakkaan kokemat palvelun vaiheet alusta loppuun saakka. Palvelupolku sisältää kontaktipisteitä ja palvelutuokioita, joita voivat olla esimerkiksi palveluympäristö, ihmiset ja toimintatavat. (Ojasalo ym. 2018, 72–74.)

Palvelumuotoilu on muotoiluajattelua hyödyntävä osaamisala, joka keskittyy palveluihin ja aineetomiin kokemuksiin, jossa hyödynnetään palvelukehittämiseen soveltuvia menetelmiä. Jokaiselle vaiheelle on hyödynnettävissä omat menetelmät. Palvelumuotoilun suurin ero suhteessa perinteiseen kehittämistoimintaan on sen vahvassa asiakaslähtöisyydessä. Perinteinen kehittämistoiminta voidaan kiteyttää olettamiseen, ratkaisemiseen ja tarjoamiseen, kun taas palvelumuotoilu ymmärtämiseen, osallistamiseen ja yhteensovittamiseen. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 36, 48.)

Palvelumuotoilussa tutkijalle tulkinta ja merkityksenanto ovat haasteellisia. Tutkijan on erotettava yleisimpiä merkityksiä henkilökohtaisemmista ja arvioida yksittäisiä merkityksiä kokonaisuuden kannalta sekä lopuksi luoda yksittäisistä asioista merkityksellinen kokonaisuus. (Hämäläinen, Vilka & Miettinen 2011, 66.)

Palvelumuotoilun kehittämiskohteita voivat olla palveluprosessien ja kontaktipisteiden kehittäminen. Kontaktipisteellä tarkoitetaan asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä olevaa asiakasrajapintaa, jonka välityksellä vuorovaikutus tapahtuu ajallisena prosessina. Prosessi määrittää miten palvelua

käytetään ja miten palveluntarjoajan kanssa asioidaan. Palvelumuotoilun avulla kehitetään myös uusia tuotteita ja yrityksen tarjoomaa. Näiden lisäksi kehittämiskohteina voi olla palveluviestinnän, -myynnin ja markkinoinnin kehittäminen lisäämällä palvelun kysyntää, saatavuutta, käyttöastetta, asiakasuskollisuutta, tunnettuutta ja erottuvuutta. Palvelumuotoilulla voidaan myös kehittää yrityksen sisäistä toimintaa kehittämällä yrityksen palvelukulttuuria sekä sisäisiä rakenteita ja toimintamalleja, joilla on vaikutus asiakkaaseen. Laajemmin palvelumuotoilua voidaan hyödyntää yrityksen palveluliiketoiminnan kehittämiseen esimerkiksi liiketoimintamalleja, kilpailutekijöitä ja asiakkuusstrategioita määrittämällä. (Koivisto ym. 2019, 57–61.)

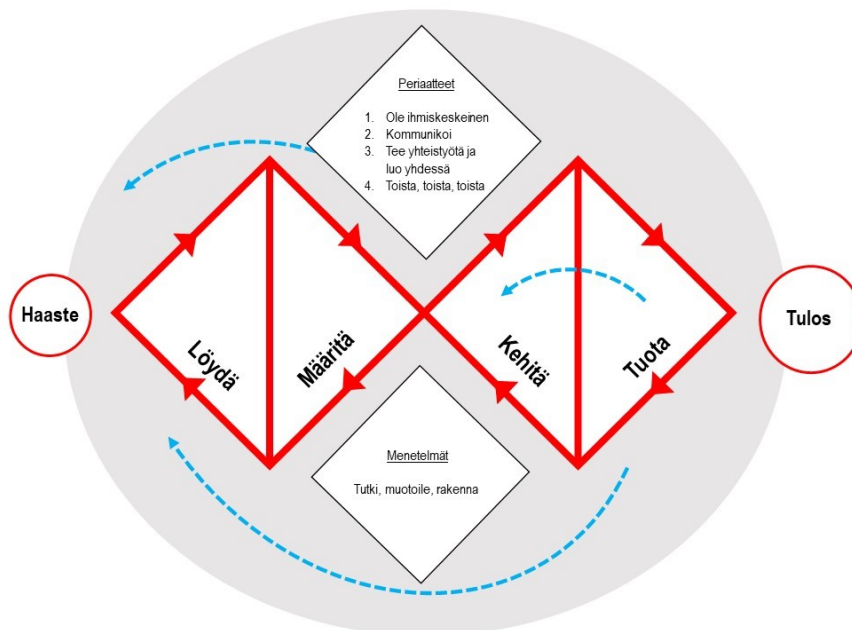
Palvelumuotoilun prosessiin on olemassa useita erilaisia malleja. Kaikille niistä on yhteistä laaja tiedonhankinta, yhteisöllinen ideointi sekä erilaisten mallien luominen ja nopea testaus, analysointi ja uudelleen määrittely. Vaiheet toistuvat useaan kertaan ja nopeasti. Muihin suunnitteluprosesseihin verrattuna palvelumuotoilussa ideointivaiheeseen siirrytään vasta asiakasymmärryksen hankinnan jälkeen. Yleisimmin palvelumuotoilun prosessi etenee seuraavanlaisten vaiheiden kautta: kartoita ja ymmärrä, ennakoi ja ideoi, mallinna ja arvioi sekä konseptoi ja vaikuta. (Ojasalo ym. 2018, 74.)

Kartoita ja ymmärrä -vaiheessa hankitaan asiakasymmärryksen lisäksi tietoa koko toimintaympäristön tulevaisuuden kehityskulusta. Näiden pohjalta ideoidaan mahdollisimman avoimesti uusia ratkaisuja ennakoi ja ideoi -vaiheessa. Tämän jälkeen palvelumuotoilussa tyypillisesti korostuvat kehitettävän palvelun nopea mallinnus ja testaus. Palvelua konkretisoidaan visualisoimalla sitä esimerkiksi palvelupolkuina, rakentamalla palvelusta prototyyppejä esimerkiksi rakennelmia ja luomalla kokeellisia tilanteita esimerkiksi näytelmät. Palvelumuotoilun prosessi päättyy konseptoi ja vaikuta -vaiheeseen, jossa palvelu saatetaan käytäntöön. (Ojasalo ym. 2018, 74–76.)

Tämän kehittämistehtävän lähestymistavaksi palvelumuotoilu sopii oivallisesti. Kehittämistehtävän tavoitteena on luoda maastopyöräilijän asiakasprofiili ja palvelutarjooma. Keskiössä on käyttäjät eli maastopyöräilijät ja heistä mahdollisimman syvä asiakasymmärryksen hankkiminen ja sitä kautta luontopalveluiden kehittäminen. Kun asiakasymmärrystä on hankittu, siirrytään kehittämään palvelutarjoomaa. Kehittämisellä pyritään saavuttamaan Pohjois-Pohjanmaan luontotoimijoille liiketoimintahyötyjä, kun palvelutarjoomasta saadaan kannattava ja erottuva. Palvelumuotoilu ei sido yhteen aineistonkeruumenetelmään vaan menetelmiä voi olla monia niin kuin tästä kehittämistehtävästä myöhemmin selviää. Menetelmien avulla maastopyöräilijöitä osallistetaan palveluiden kehittämiseen.

4.3 Prosessimallina tuplatimantti

Käyttäjälähtöisen suunnittelun yksi tunnettu prosessimalli on brittiläisen Design Councilin vuonna 2005 esittelemä Tuplatimantti-malli, jossa on kaksi toisiaan seuraavaa vaihetta eli timanttia. Ensimmäisen timantin kohdalla pyritään ratkaisemaan oikea ongelma ja toisen kohdalla ratkaisemaan ongelma oikein. Ensimmäinen timantti kuvaa prosessin tutkimuksellista ja analyttistä vaihetta ja toinen timantti luovaa vaihetta. Tuplatimantissa on kokonaisuudessaan neljä vaihetta, joista ensimmäiset löydä ja määritä kuuluvat ensimmäiseen timanttiin ja kehitä ja tuota toiseen timanttiin. Löydä ja kehitä vaiheet ovat luonteeltaan vaihtoehtoja luovia eli invergenttejä ja määritä sekä kehitä vaiheet vaihtoehtoja rajaavia eli konvergenttejä. Prosessin eri vaiheisiin voidaan palata tai samaa vaihetta voidaan toistaa, kunnes toimiva lopputulos on saavutettu. (Koivisto ym. 2019, 42–43.) Kuviossa 6 on esitetty Design Councilin Tuplatimantti-malli.



Kuvio 6. Design Councilin Tuplatimantti-malli (mukaillen Design Council 2021a).

Löydä vaiheessa esitetään kysymyksiä, hypoteeseja tai tunnistetaan ongelma analysoimalla markkinatietoja, trendejä ja muita tietolähteitä. Vaihe toimii niin sanottuna poikkeavan ajattelun vaiheena, jossa näkemykset ja ideat pidetään laajoina. Tietolähteinä toimii usein markkina- ja käyttäjätutkimukset sekä erikseen perustetut design tutkimusryhmät. Vaiheessa ennakoidaan myös tulevia käyttäjien tarpeita, jolloin käytetään tulevaisuuteen keskittyviä analysejä. Käyttäjätutkimuksen avulla tunnistetaan kuinka käyttäjät käyttävät nykyisiä tuotteita ja palveluita, parannus- tai innovaatioalueita ja mahdollisuuksia uusille tuotteille ja palveluille, jotka vastaavat käyttäjien tarpeisiin.

Käyttäjätutkimusta tehdään laadullisella tutkimuksella kuten syvähaastatteluilla ja havainnoinnilla. (Design Council 2021b.)

Löydä vaiheen tarkoituksena on ymmärtää palvelu nykyisten ja potentiaalisten asiakkaiden näkökulmasta ja ennen kaikkea tunnistaa oikea ongelma. Löydä vaiheessa kerätään tietoa liiketoiminnan tavoitteista ja asiakkaiden tarpeista. Kohteena on asiakkaiden käyttäytyminen, motiivit ja unelmat. Tässä vaiheessa laajennetaan ymmärtämystä ja kerätään ylipäätään lisää tietoa ideoinnin pohjaksi. (Stickdorn & Schneider 2011, 76; Koivisto ym.2019, 44.)

Määritä vaihetta ajatellaan suodattimena, jossa ideoiden tarkastelu, valinta ja hylkääminen tapahtuu. Tässä vaiheessa ensimmäisen vaiheen löydöksiä analysoidaan, määritellään ja jalostetaan ongelmiksi ja ideoiksi, jotta saadaan luotua tehtävä uuden tai olemassa olevan tuotteen tai palvelun kehittämiseksi. Menetelminä voidaan käyttää esimerkiksi roolileikkejä, luonnostelua ja aivoriihiä. Määritä vaihe päättyy ongelman selkeään määrittelyyn ja suunnitelmaan siitä, kuinka ongelma ratkaistaan. (Design Council 2021b.)

Määritä vaiheen tarkoituksena on tuottaa ja kehittää ratkaisuja asiakkaiden tarpeiden, motivaatioiden ja odotusten suhteen sekä tunnistaa samalla palveluntarjoajan prosessit ja rajoitteet. Tässä vaiheessa kerätty tieto tulkitaan ja analysoidaan. Analyysi perustuu asiakastarpeisiin ja nostaa esiin liiketoiminnasta kiinnostavia asioita. Lopputuloksena pitäisi syntyä määritetty ongelma, johon ratkaisua ryhdytään ideoimaan. (Stickdorn & Schneider 2011, 78; Koivisto ym. 2019, 45–46.)

Kehitä vaiheessa keskeisinä toimina ja tavoitteina on monialainen työskentely muiden kanssa, visuaalisuus, kehittäminen ja testaus. Menetelminä ovat luovat tekniikat kuten aivoriihi, prototyyppi ja skenaariot. Menetelmät ovat samankaltaisia kuin määritä vaiheessa, mutta ne keskittyvät valitun tuotteen tai palvelun toteuttamiseen. Saadut oivallukset ja markkinoiden tai kilpailijoiden toiminnan muutokset voivat tuottaa muutoksia kehittämiseen ja tämä vaihe on sen vuoksi yleensä pisin. Testausmenetelmät nojaavat markkinatutkimusmetodologioihin ja asiakkaiden kanssa tehtäviin testauksiin esimerkiksi käyttäjähavainnointiin. Tämän vaiheen lopussa prosessi on edennyt tilanteeseen, jossa tuote tai palvelu on valmis tuotantoon. (Design Council 2021b.)

Kehitä vaiheessa ideoidaan vaihtoehtoisia ratkaisumalleja ja konsepteja. Rakennetaan prototyyppiä, visualisoidaan ideoita ja simuloidaan kokemuksia luovuuden edistämiseksi. Ratkaisuja voidaan etsiä myös yhteistyössä asiakkaiden ja henkilökunnan kanssa. (Koivisto ym. 2019, 46.)

Tuota vaiheessa lopullinen konsepti testataan ja lanseerataan markkinoille. Tuloksena on tuote tai palvelu, joka ratkaisee ensimmäisessä, löydä vaiheessa havaitun ongelman. Prosessin viimeisessä vaiheessa tunnistetaan mahdolliset lopulliset ongelmat ennen valmistusta tai käyttöönottoa. Lanseerauksen jälkeen tuotteen tai palvelun vaikutuksia mitataan keräämällä tietoa useista lähteistä. Viimeisessä vaiheessa pyritään tunnistamaan sellainen vaihtoehto, joka toimii ja vastaa tavoitteita. Tavoitteena on tuottaa idea tai konsepti, jotta voidaan tehdä päätös, viedäänkö kehitetty ratkaisu toteutukseen vai ei. (Koivisto ym. 2019, 46; Design Council 2021b.)

Kuviossa 6 on myös mainittu neljä ydinperiaatetta, joiden mukaan tuplatimantti-mallin kautta kehittäminen etenee. Palvelua käyttävät ihmiset asetetaan etusijalle ymmärtämällä heidän tarpeitaan ja pyrkimyksiään. Kommunikointi heidän kanssaan tapahtuu visuaalisesti ja osallistavasti päätyen yhteiseen käsitykseen ongelmasta ja ideoista. Työskentely tapahtuu yhdessä iteroimalla eli toistamalla samoja työvaiheita niin kauan kunnes haluttu lopputulos saavutetaan. Tällä tavoin virheet huomataan ajoissa, vältetään riskit ja lisätään luottamusta saatuihin ideoihin. Kehittämismenetelmät on jäsennetty kolmelle alueelle tutkimiseen, muotoilemiseen ja rakentamiseen: tutkitaan haasteita, tarpeita ja mahdollisuuksia, muotoillaan prototyyppisiä, oivalluksia ja visioita sekä rakennetaan ideoita, suunnitelmia ja asiantuntemusta. (Design Council 2021a).

4.4 Aineistonkeruumenetelmät

Kehittämistyön menetelmien valinta alkaa sitten, kun kehittämistyön tavoite ja lähestymistapa on valittu. Suositeltavaa on käyttää monenlaisia menetelmiä myös sellaisia, joita tieteellisessä tutkimuksessa ei yleensä käytetä. Tutkimusmenetelmät tyypillisesti jaetaan määrällisiin eli kvantitatiivisiin ja laadullisiin eli kvalitatiivisiin menetelmiin. Määrällinen menetelmä voi olla esimerkiksi lomakekysely tai strukturoitu lomakehaastattelu, jossa samoja asioita kysytään samassa muodossa isolta vastaajajoukolta. Määrälliset menetelmät sopivat tilanteisiin, joissa halutaan testata jonkin teorian paikkansapitävyyttä. Tutkijan rooli on olla erillään tutkittavista määrällisiä menetelmiä käytettäessä. (Ojasalo ym. 2018, 104–105.)

Laadullisille menetelmille kuten erilaisille haastatteluille teema-, avoin-, ja ryhmähaastattelu sekä osallistuvalla havainnoinnilla on tyypillistä, että tutkija on lähellä tutkittavia ja saattaa jopa osallistua heidän toimintaansa. Laadullisia menetelmiä käytettäessä tutkittavia on vähemmän kuin

määrällisessä tutkimuksessa ja aineistoa syntyy usein runsaasti. Tarkoituksena on tuottaa uutta tietoa ja hankkia sitä pienestä kohteesta paljon ja ymmärtää ilmiötä näin paremmin. Tieteellisessä tutkimuksessa laadullisia menetelmiä käytetään sellaisten aiheiden tutkimiseen, joita ei tunneta hyvin ja halutaan ymmärtää paremmin. Tutkimuksellisessa kehittämistyössä määrälliset ja laadulliset menetelmät ovat kuitenkin välinearvon roolissa, auttamassa parhaisiin mahdollisiin käytäntöihin, jolloin menetelmien välinen raja voi hämärtyä. (Ojasalo ym. 2018, 105.)

Jako määrällisiin ja laadullisiin tutkimusmenetelmiin ilmaisee ikään kuin olisi kaksi tapaa tehdä tutkimusta. Määrällistä tutkimusta ohjaa tutkimusongelma, jonka avulla pyritään ratkaisemaan jotakin, kun taas laadullinen tutkimus lähtee liikkeelle jostain johtoajatuksesta ja etenee eri suuntiin ja palaa sitten takaisin kasvattaen ymmärrystä tutkittavasta asiasta. Laadullisen tutkimuksen tehtävänä on lisätä ymmärrystä, mahdollistaa tulkintoja, antaa merkityksiä ja tuottaa mallinnuksia. Laadullisen tutkimuksen mahdollistaa luottamus ja tutkijan omat kasvot, kun taas määrällinen tutkimus pyrkii kasvottomuuteen. Laadullinen tutkimus painottuu tulevaisuuteen ja määrällinen menneisiin tapahtumiin. Laadullinen tutkimus menee lähelle yksilöä, sen tarpeisiin ja arvoihin, kun taas määrällinen tutkimus tarkastelee joukkoa, tuo jäämäkkyyttä ja pystyy tarkkaan ennustamiseen. (Tolvanen 2012, 32; Pitkäranta 2014, luku 1, Laadullisen ja määrällisen tutkimusotteen erot.)

Käytettyjen menetelmien tarkastelun avulla ei aina voida tunnistaa onko kysymys määrällisestä vai laadullisesta tutkimuksesta. Vilkan mukaan (2021a, luku 2, Aineistojen yhdistäminen) määrällisen ja laadullisen tutkimuksen eroja pidetäänkin toisiaan lähentyvinä ja eri tavoin toisiinsa risteytyvinä. Määrällisen ja laadullisen tutkimuksen tavoite ja aineistot ovat sen sijaan keskenään erilaisia. Määrällisen tutkimuksen aineisto on numeraalisessa muodossa ja tavoite ilmaistaan hypoteesien muodossa, kun taas laadullisen tutkimuksen aineisto on pääosin tekstiä ja tutkimuksen tavoite kuvaileva. (Puusa & Juuti 2020b, luku 2, Laadullisen tutkimuksen olemus.)

Uuden kehittämisen keskipisteessä on luovuus. Erilaisten luovuusmenetelmien ja -työkalujen avulla pyritään tuottamaan uusia näkökulmia, ideoita ja ratkaisuita kaikenlaisiin kehittämishankkeisiin. Tällaisia luovuutta ja uskallusta vaativia yhteisöllisiä ideointimenetelmiä sovelletaan palvelumuotoilussa ja innovaatioiden kehittämisessä. Menetelmissä ryhmätyöskentelyllä ja verkostoitumisella on merkitystä samoin kuin avoimen ja positiivisen ilmapiirin luomisella. Kiireettömyyden ja avoimuuden tuntu on luovan ilmapiirin edellytys. Kielteisyyttä pidetään tuottavan ilmapiirin kannalta negatiivisena asiana. (Ojasalo ym. 2018, 158–159.)

Luovan ongelmanratkaisun prosessissa ideointi ja arviointi on syytä pitää erillään. Arviointi tukahduttaa ideoinnin ja liian varhain aloitettuna vähentää osallistujien halua ja kykyä tuottaa uusi näkökulmia. Luovien ratkaisujen keksimisessä määrä synnyttää laatua ja vaatii ryhmän vetäjältä taitoja ja luovan ongelmanratkaisun menetelmien hallintaa. Ryhmän jäseniltä edellytetään puolestaan ryhmässä toimimisen taitoja ja luovan toiminnan edellyttämiä ajattelutapoja ja kykyjä. Yhteisöllisiä ideointimenetelmiä ovat esimerkiksi aivoriihi ja erilaiset ekskursiotekniikat kuten sana-assosiaatioleikit ja piirtäminen. Yhteistä kaikille menetelmille on pyrkimys poistaa normaalit ajattelun rajoitukset, motivoida jakamaan huonotkin ideat toisten kanssa ja kehittää muiden ideoita. (Ojasalo ym. 2018, 158–160.)

Tässä kehittämistehtävässä tutkimusmenetelminä käytetään laadullisista menetelmistä haastattelu ja havainnointia sekä yhteisöllisistä ideointimenetelmistä aivoriihiä.

4.4.1 Haastattelu

Haastattelu on hyvin joustava tiedonkeruunmuoto ja siksi käytetyin menetelmä erilaisiin tutkimustarkoituksiin. Haastattelun etuina pidetään sitä, että sen avulla voidaan selventää vastauksia ja syventää saatavia tietoja sekä sijoittaa haastateltavan puhe laajempaan kontekstiin. Ihminen nähdään tutkimustilanteessa subjektina, joka on tutkimuksessa merkityksiä luova ja aktiivinen osapuoli. Haastattelun etuna pidetään myös sitä, että sen avulla saadaan hyvin tietoa vähän kartoitusta ja tuntemattomasta alueesta. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 34–35.)

Haastatteluun liittyy myös ongelmia. Haastattelijalta vaaditaan koulutusta, taitoa ja kokemusta, jotta hän voi säädellä aineiston keruuta joustavasti ja vastaajia myötäillen. Haastattelu vie myös aikaa ja sen katsotaan sisältävän monia virhelähteitä, jotka saattavat johtua haastattelijasta tai haastateltavasta. Luotettavuutta voi heikentää haastateltavan taipumus antaa sosiaalisesti hyväksyttäviä vastauksia. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 34–35.)

Tutkimushaastatteluja on kolmenlaisia: lomakehaastattelu, teemahaastattelu ja strukturoimaton haastattelu. Erot haastatteluiden välillä syntyvät strukturointiasteen eli sen perusteella, kuinka kiinteästi kysymykset on muotoiltu ja missä määrin haastattelija voi jäsentää tilannetta. Lomakehaastattelussa kysymysten ja väitteiden muoto ja esitysjärjestys on täysin määrätty, kun taas strukturoimattomassa haastattelussa käytetään avoimia kysymyksiä. Haastattelu muistuttaa tällöin hyvin

paljon keskustelua. Teemahaastattelu on niin sanottu puolistrukturoitu haastattelu ja asettuu näiden kahden edellisen välille. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 43–47.)

Teemahaastattelun ominaispiirteisiin kuuluu, että haastateltavat ovat kokeneet tietyn tilanteen ja haastattelija on alustavasti selvittelyt tutkittavan ilmiön tärkeitä osia ja kokonaisuutta. Tämän selvittelyn perusteella hän on päätenyt tiettyihin oletuksiin ja kehittää sen perusteella haastattelurungon. Lopuksi haastattelu suunnataan tutkittavien subjektiivisiin kokemuksiin haastattelijan ennalta analysoiduista tilanteista. Teemahaastattelu etenee yksityiskohtaisten kysymysten sijasta tiettyjen keskeisten teemojen varassa. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 47.)

Haastateltavien valinnassa on muistettava tutkittava asia. Haastateltavat on hyvä valita sen mukaan, että haastateltavalla on omakohtainen kokemus tutkittavasta asiasta. Haastattelut kannattaa äänittää, jotta niihin on helppo palata uudestaan muistin virkistämiseksi ja eri tilanteiden tulkitsemiseksi. Tallenteita kuunnellessa mahdollistuu uusien näkökulmien ja puheen sävyjen huomioiminen. Tallentamiseen on saatava haastateltavan lupa. Tutkimusaineiston keräämisen jälkeen se muutetaan tutkittavaan muotoon. Tällöin nauhoitukset kirjoitetaan tekstimuotoon eli litteroidaan. Litterointi helpottaa tutkimusaineiston järjestelmällistä läpikäyntiä, ryhmittelyä ja luokittelua. Tutkimuksen tavoite ja analyysitavat säätelevät millaisella tarkkuudella litteroidaan vai litteroidaanko ollenkaan. (Ojasalo ym. 2018, 107; Vilka 2021b, luku 5, Puheesta tekstiksi, Haastateltavien valinta.)

Tutkimusaineistoa voidaan purkaa kahdella tavalla, kirjoittamalla tekstiksi sanasanasta tai valikoiden esimerkiksi teema-alueittain tai sitten päätelmät voidaan tehdä suoraan tallennetusta aineistosta. Päätelmien tekeminen suoraan aineistosta on helpointa, jos haastateltavia on ollut muutamia ja haastattelu ei ole kestänyt pitkään. Mikäli mukana on ollut useita haastattelijoita, voivat he koontua keskustelemaan mitä yhteisiä teemoja aineistosta löytyy ja päättää lopullisista koodauskategorioista. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 138.)

Tämä kehittämistehtävä alkoi YAMK-opiskelijoiden palvelumuotoilu -kurssilla keväällä 2021. Maastopyöräilyn ohjelmalvelun nykytilan määrittystä tehtiin ensin haastatteleamalla kahta luontomatka- ilun ohjelmalveluyrittäjää, joiden palveluvalikoimaan kuuluivat maastopyöräilyn ohjelmalvelut. Haastattelut suoritettiin strukturoimattomina haastatteluina, toinen puhelimitse ja toinen kasvotusten helmikuussa 2021. Haastattelun runko tehtiin yhdessä opiskelijoiden kanssa ja kaksi opiskelijaa suorittivat haastattelut. Haastateltaville kerrottiin LUOTA-hankkeesta ja siitä, miksi haastattelut

tehdään kuten myös se, että tutkimusaineisto hävitetään hankkeen päätyttyä. Haastattelut kirjoitettiin tekstiksi heti haastattelun kuluessa. Haastattelun tukena käytetyt kysymykset ovat liitteessä 1.

Yrittäjähaastatteluiden perusteella saatiin selville suurimmat maastopyöräilijöiden ohjelmapalveluiden käyttäjäryhmät, jonka perusteella päädyttiin haastattelemaan n.40–50-vuotiaita naisia ja miehiä. Haastatteluiden otos oli 16 henkilöä, naisia 9 ja miehiä 7. Haastateltavat valittiin satunnaisesti, mutta pyrittiin etsimään sellaisia haastateltavia, joilla ei ollut kokemusta maastopyöräilystä yhtään tai hyvin vähän. Haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina opiskelijoiden toimesta pääosin puhelimitse, mutta myös kasvotusten. Tutkimushaastatteluna käytettiin teemahaastattelua, joka löytyy liitteestä 2. Haastattelussa kysyttiin taustaan, arvoihin, liikuntatottumuksiin, pyöräilykokemukseen ja turvallisuuden kokemiseen liittyviä kysymyksiä. Myös näille haastateltaville kerrottiin LUOTA-hankkeesta ja siitä, miksi haastattelut tehdään kuten myös se, että tutkimusaineisto hävitetään hankkeen päätyttyä. Vastaukset kirjattiin ylös haastattelun kuluessa ja taulukoitiin myöhemmin excel-tilaukseen jatkotyöskentelyn helpottamiseksi. Kuviossa 7 on kuvakaappaus opiskelijoiden excel-tilauksoinnista.

Tausta	Haastattelu 1	Haastattelu 2
Kenen kanssa kokeilisit uutta liikuntalajia?	Kaverit.	Kaverit, perhe, työkaverit.
Miten vuodenajat vaikuttavat liikuntatottumuksiisi?	Talvella liikuntaa vähän.	Lumettoman ajan liikuu enemmän ulkona.
Mistä haet tietoa eri liikuntamahdollisuuksista?	Netistä.	Netti.
Oletko käyttänyt joskus ohjattuja luontomatkailupalveluita missä tahansa lajissa?	TYHY-päivässä lumikenkäilyä, koskimelontaa.	Koskenlasku.
Miten luontomatkailupalveluja tarjoava yritys voisi motivoida sinua käyttämään palvelua?	Houkuttelevat nettisivut, kattava palvelutarjonta ja riittävästi informaatiota palveluista nettisivuilla.	Tarjoamalla jotain, mitä ei pysty ilman ohjattua ensimmä kertaa kokeilemaan.
Pyöräily (toteamus: maastopyöräilyn suosion kasvua viime aikoina)		
Oletko ajanut maastopyörällä? Vain kokeillut, maastopyöräilyt jonkin verran, aktiiviharrastaja?	Vain kokeillut.	Maastopyöräilyt jonkin verran.
Kokeilisitko maastopyöräilyä mieluiten? TYKY, LOMAMATKA, KOTISEUTU	Oamalla ajalla, lomamatka tai kotiseutu.	Kaikki vaihtoehdot käy, lomamatka mieluiten.
Millaiset olisivat mielestäsi ihanneolosuhteet luonnossa pyöräilyyn? Kuvaile ihannetilanne.	15-20 astetta lämmintä.	Lämmin sateeton keli, riittävän haastava reitti ja kauniit maisemat ympärillä. Hyvä seura plussaa.
Mitä toivoisit hyvältä maastopyöräilyreitiltä (ensimmäisenä) maastopyöräilykokemuksena?	Helppo reitti, polku.	Riittävästi haasteita, mutta kuitenkin siten, että taitotas riittää.
Turvallisuus		
Mitä turvallisuus tarkoittaa sinulle? <i>Arvaa – Vaarattomuutta - Sisäistä tasapainoa – Huolista vapaata olotilaa - Hyvänolontunnetta - Itseäänselelyyttä - Luottamusta</i>	Sisäistä tasapainoa. Terveys. Taloudellinen vakaus.	Sisäistä tasapainoa. Oikeastaan kaikkia vaihtoehtoja.
Haluaisitko nähdä ajettavan maastopyöräireitin virtuaalisena ennen varsinaista maastopyöräilyä?	Ei halua.	Ei ole tarvetta.
Kokisitko tärkeänä saada turvallisuusohjeet sähköpostitse etukäteen ennen varsinaista maastopyöräilyä?	Kyllä.	Ei ole tarvetta, mutta ei niistä ole haittaakaan.
Mitä pidät suurimpana turvallisuusriskinä retken aikana?	Ajatuksen herpaantuminen ajon aikana, siitä aiheutuva vaaratilanne.	Kaatumista, loukkaantumista.

Kuvio 7. Kuvakaappaus excel-tilauksoinnin haastattelukysymyksistä ja -vastauksista.

Haastatteluiden perusteella opiskelijat muodostivat kaksi ohjelmapalveluiden maastopyöräretkelle osallistuvan asiakasprofiilia. Näitä asiakasprofiileja on käytetty apuna tässä kehittämistehtävässä. Opiskelijoiden luomat asiakasprofiilit ovat liitteessä 3. Tämä kehittämistehtävä jatkui palvelumuotoilu -kurssin päättymisen jälkeen yhden opiskelijan voimin. Keväällä 2021 tuotettua haastattelu-materiaalia on hyödynnetty myös omatoimimaastopyöräilijän asiakasprofiilissa soveltuvin osin.

4.4.2 Havainnointi

Havainnoinnin avulla on mahdollisuus saada tietoa ihmisten käyttäytymisestä ja siitä mitä luonnollisissa toimintaympäristöissä tapahtuu. Sitä voidaan käyttää itsenäisesti tai esimerkiksi haastattelun tukena. Havainnointi julkisilla paikoilla ei vaadi lupaa, mutta toiminnan on syytä noudattaa hyviä tapoja ja lakeja. Havainnoijan rooli voi olla täysin passiivinen, jolloin havainnoija ei osallistu toimintaan ollenkaan tai aktiivinen, jolla on organisaatiota kehittävä ote. Kehittämistyössä havainnoija on jotain näiden väliltä. Ulkopuolinen tarkkailija auttaa kehittämistyön alkuvaiheessa tutkijaa perehtymään aiheeseen, kun taas aktiivinen havainnoija osallistuu tutkittamansa kohteen toimintoihin esimerkiksi asiakkaan roolissa. (Ojasalo ym. 2018, 114–116.)

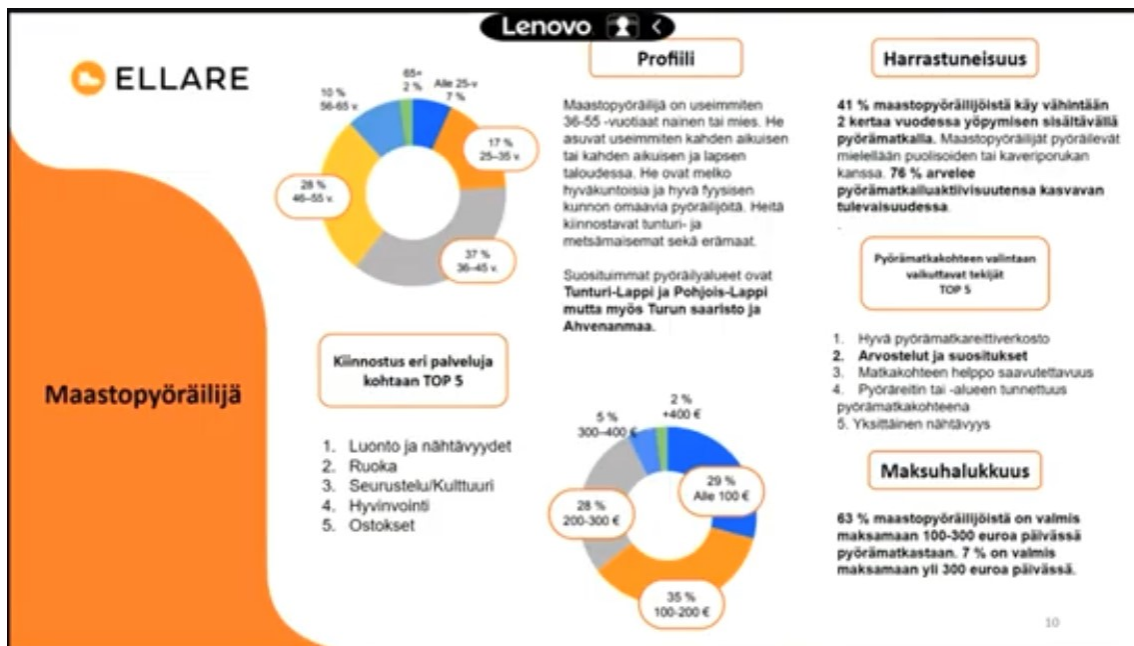
Havainnoinnin on syytä olla järjestelmällistä toimintaa ja kohdistua ennalta määrättyyn kohteeseen. Havainnoinnin tulokset on pyrittävä rekisteröimään välittömästi. Havainnointitekniikka voi olla jäseneltyä eli strukturoitua tai joustavaa ja väljää eli strukturoimatonta. Strukturoimatonta tekniikkaa käytetään, kun halutaan paljon monipuolista tietoa asiasta. Tällöinkin kuitenkin hyödynnetään kehitettävään ilmiöön kohdistuvaa teoriaa, jotta voidaan tehdä oletuksia mitä ilmiössä mahdollisesti tapahtuu. (Ojasalo ym. 2018, 115–116.)

Netnografia on internetiin sovellettua etnografiaa. Etnografiassa tutkija havainnoi osallistumalla tutkimuskohteen piirissä olevien ihmisten arkeen, mutta netnografiassa tämä tehdään tietokonevälitteisesti ja anonyymisti hyödyntämällä esimerkiksi internetin erilaisia foorumeita. Netnografiaa käyttävä tutkija voi olla verkossa passiivinen havainnoimalla keskusteluja tai aktiivinen osallistumalla niihin. Aineistonkeruu on nopeaa, vaivatonta ja halpaa. (Ojasalo ym. 2018, 117–118.)

Tässä kehittämistehtävässä havainnointia on käytetty netnografian keinoin. Olen toiminut ulkopuolisena tarkkailijana Smart & Sustainable Saimaa Vastuullisuusfoorumilla 3.6.2021 ja Tulokulmia pyörämatkailun kehittämiseen -webinaarissa 24.9.2021. Aktiivisena tarkkailijana olen osallistunut webinaariin Turvallisuus luontomatkailussa -teoriasta käytäntöön, pyöräilijän työpajaan 3.11.2021. Havainnointitekniikka on ollut kaikissa tapahtumissa strukturoimatonta. Tavoitteena on ollut kerätä mahdollisimman paljon monipuolista tietoa kehittämistehtävän kannalta.

Kesäkuussa 2021 pidetyssä Smart & Sustainable vastuullisuusfoorumissa esiteltiin suomalaista pyörämatkailua kehittävä yrityksen Ellare Oy:n vuonna 2020 teettämä pyörämatkailututkimus suu-remmassa laajuudessa kuin internetissä yrityksen kotisivuilta on löydettävissä. Kehittämistehtävän

lähdeluettelossa on linkki Ellare Oy:n suppeampaan tutkimusjulkaisuun. Tähän kehittämistehtävään on otettu kuvakaappauksia kesäkuussa esitellystä tutkimuksesta ja hyödynnetty niitä tutkimustyössä soveltuvin osin asiakasprofileihin sekä palvelutarjooman kehittämiseen. Kuviossa 8 on kuvakaappaus maastopyöräilijän asiakasprofiilista Ellare Oy:n esittämänä. Liitteessä 4 esitetään muut tässä kehittämistehtävässä käytetyt Ellare Oy:n tutkimuksen osat kuvakaappauksina.



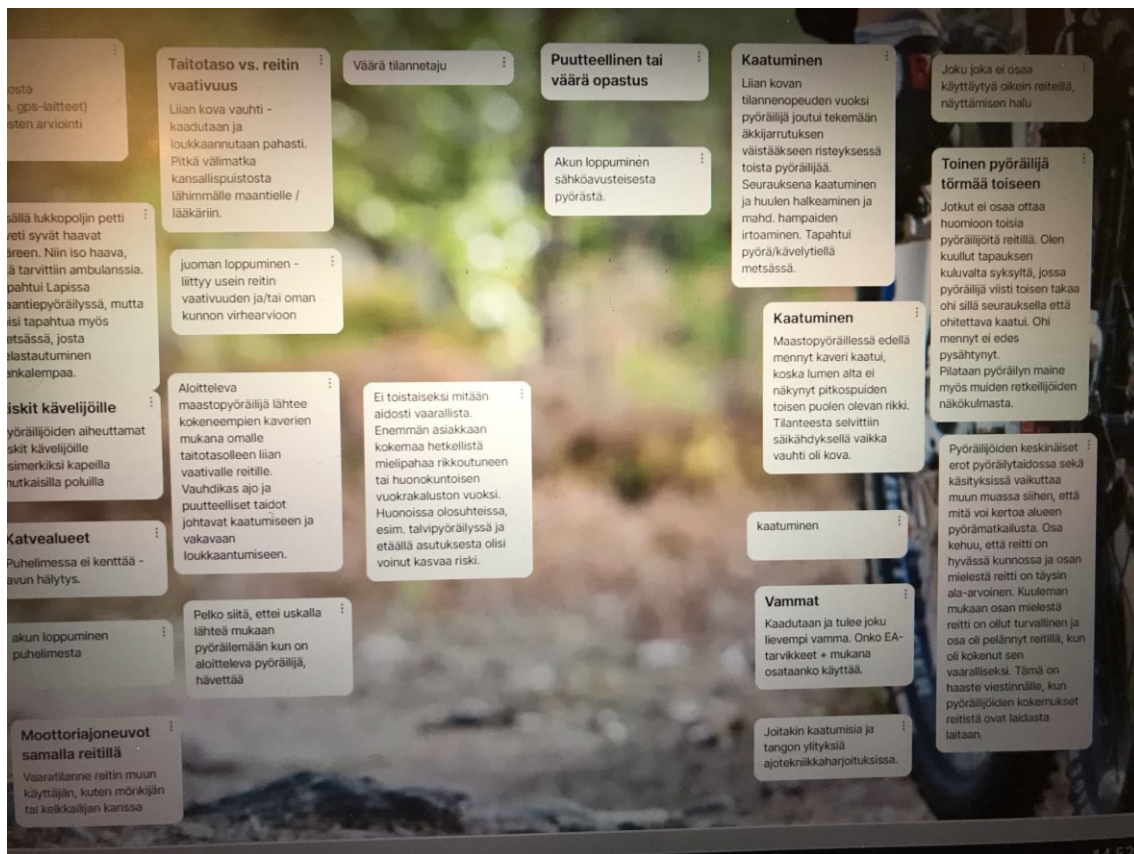
Kuvio 8. Maastopyöräilijän asiakasprofiili Ellare Oy:n vuoden 2020 pyörämatkailututkimuksen mukaan. (Ellare 2021.)

Toinen passiivinen havainnointikeino liittyi webinaarin seuraamiseen. Perkiö (2021) Roll Outdoors Oy:n toimitusjohtaja esitteli Tulokulmia pyörämatkailun kehittämiseen webinaarissa syyskuussa 2021 maastopyöräilyn peruspilarit, jotka on esitetty kuvakaappauksena kuviossa 9. Tätä tietoa on hyödynnetty tässä kehittämistehtävässä palvelutarjooman osalta.



Kuvio 9. Maastopyöräilyn peruspilarit (Perkiö 2021).

Marraskuussa 2021 Visit Finland ja Metsähallituksen Luontopalvelut järjestivät yhteistyössä Lapin ammattikorkeakoulun kanssa luontomatkailun turvallisuusseminaarin verkossa. Seminaari koostui ammattilaisten puheenvuoroista ja pyöräilyn turvallisuustyöpajasta, johon osallistuin aktiivisena havainnoijana. Myös tästä seminaarista otettiin kuvakaappauksia kehittämistehtävän kannalta oleellisista osioista, joita on hyödynnetty asiakasprofiilien muodostamisessa. Turvallisuusseminaarista on työpajaa lukuun ottamatta saatavissa tallenne, johon löytyy linkki tämän kehittämistehtävän lähdeluettelosta Väärälä -nimisen lähteen kohdalta. Kuviossa 10 on kuvakaappaus pyöräilyn turvallisuus työpajan padlet-seinästä.



Kuvio 10. Kuvakaappaus pyöräilyn turvallisuus työpajan padlet-seinästä.

4.4.3 Aivoriihi

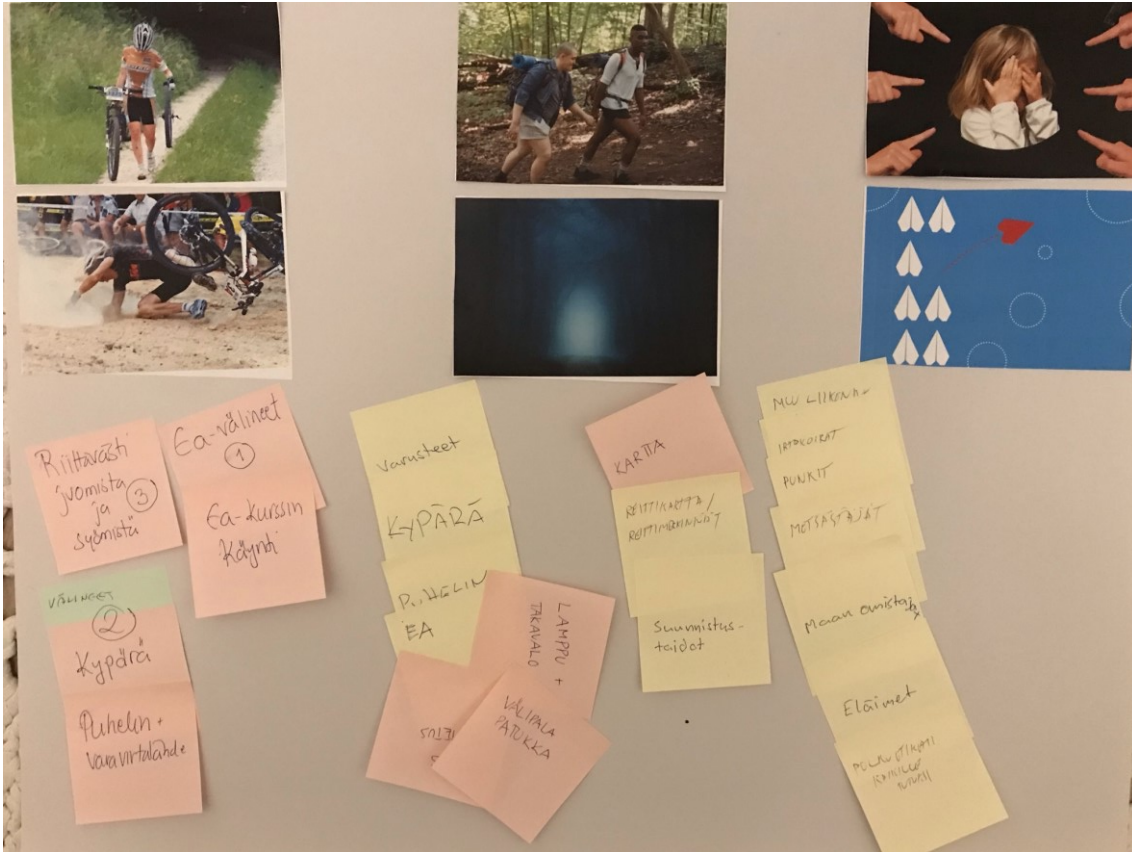
Aivoriihi on yksi luovan ongelman ratkaisun standardimenetelmä, jolla tuotetaan ideoita ryhmässä. Aivoriihi menetelmää kutsutaan myös ideatyöpajaksi ja englanniksi sanalla brainstorming. Aivoriihi menetelmässä noin 6–12 hengen ryhmä ideoi ohjaajan johdolla uusia ratkaisuja ongelmaan. Aivoriihikokouksen alussa asetetaan ja rajataan tavoitteet. Lämmittelyvaiheessa ryhmän ohjaaja kertoo toimintaperiaatteet ja pyrkii vapauttamaan ryhmän turhista ennakkoluuloista ja mieltä rajoittavista tekijöistä. Ideointivaiheessa ideoita ei perustella eikä arvioida sen kummemmin vaan ohjaaja kirjaa vapaat ideat esimerkiksi taululle. Ideoita pyritään koko ajan yhdistelemään ja kehittämään. Valintavaiheessa syntyneitä ideoita tarkastellaan ja pyritään arvioimaan ohjaajan ohjeiden mukaisesti, jotta toteuttamiskelpoisin idea löydetään. (Ojasalo ym. 2018, 160–161.)

Aivoriihi menetelmän tavoitteena on luoda suuri määrä mahdollisia ideoita, tunnistaa niistä keskeiset ja kehittää edelleen sekä luoda yhteinen ymmärrys mahdollisuuksista aiheen ympärillä. Hyviä sääntöjä menetelmän käyttöön ovat: älä tuomitse, tartu muiden ideoihin, keskity aiheeseen, yksi keskustelu kerrallaan ja kannusta viljelejä ideoita. (Design Council 2021c, 17.)

Haastattelulla ja havainnoinnilla saavutettua aineistoa koin olevan liian vähän kehittämistehtävän luotettavuuden kannalta, joten päätin järjestää vielä omatoimisen maastopyöräilijän ideatyöpajan marraskuussa 2021. Kahden tunnin mittaiseen työpajaan kutsuttiin 10 henkilöä, jotka olivat harrastaneet maastopyöräilyä 5–10 vuotta. Kutsu työpajaan esitettiin henkilökohtaisesti jokaiselle osallistujalle. Osallistujat olivat paikallisen Raahe Cycling Club pyöräilyseuran jäseniä, joista lopulta osallistui työpajaan 2 naista ja 6 miestä. Osallistujia aktivoitiin työpajaan tarjoamalla pullakahvit ja kaikille osallistujille turvallisuusaiheinen osallistumislahja.

Työpajan tavoitteena oli selvittää mistä omatoimisen maastopyöräilijän turvallisuus ja turvallisuuskokemus muodostuu sekä saada palvelutarjooman kehittämiseen ideoita. Työpajan suunnitelma on liitteessä 5. Työpajan aluksi osallistujille kerrottiin LUOTA-hankkeesta ja tästä kehittämistehtävästä. Työpaja videoitiin työskentelyvaiheita lukuun ottamatta. Osallistujilta kysyttiin lupa videoinnille. Heille kerrottiin kenen ja mihin käyttöön videot tulevat ja että ne hävitetään, kun kehittämistehtävä on valmis. Videoinnin avulla työpajassa saavutettuihin tuloksiin oli helppo palata.

Työpajan aluksi osallistujia aktivoitiin aiheeseen pyytämällä heitä kertomaan, kumpi heidän mielestään on mukavampaa talvi- vai kesäpyöräily ja miksi näin. Tämän kysymyksen avulla saatiin selville, että maastopyöräilyä harrastetaan eniten kesällä. Työpaja toteutettiin ryhmätyöskentelyllä kahden ryhmän voimin ja työskentelyosioita oli kaksi. Ensimmäisessä turvallisuusosiossa pyrittiin selvittämään maastopyöräilijän fyysisiä, psyykkisiä ja sosiaalisia turvallisuuselementtejä käyttämällä Me-We-Us -menetelmää. Osallistujille esitettiin kuviosta 11 löytyvät eri turvallisuuselementtejä esittävät kuvat ja he pohtivat ensin yksin, sitten omassa ryhmässä ja lopuksi koko työpajaan osallistujien kesken mitä turvallisuuteen liittyvää niistä tuli mieleen. Jokainen kirjasi asiat ensin omille post-it lapuille ja ne kiinnitettiin kartongille ja etsittiin niistä lopuksi yhteinen näkemys siitä, mitkä asiat ovat tärkeitä maastopyöräilijän turvallisuuden ja sen kokemisen kannalta.



Kuvio 11. Työpajaan osallistujien yhteinen näkemys turvallisuusosiosta.

Toinen työpajan osio koski palvelutarjoomaa. Siinä ryhmät saivat ideoida ja askarrella unelmien pyörämatkan tyhjälle kartongille. Käytössä oli piirustus- ja askarteluvälineitä sekä vanhoja aikakauslehtiä. Tavoitteena oli saada osallistujat vapaasti ideoimaan mitä matkakohteessa pitäisi olla, pyöräilyyn liittyvää tai jotain ei-liittyvää, jotta he matkustaisivat sinne. Lopuksi oma unelmien pyörämatka esiteltiin toiselle ryhmälle, jolloin pystyttiin selvittämään vielä paremmin osallistujien tarkoittamia merkityksiä piirroksille. Samalla voitiin tehdä tarkentavia kysymyksiä ja lisätä omaa ja yhteistä ymmärrystä esiteltävistä asioista ja elementeistä. Videointi helpotti myöhempää analysointivaihetta. Kuviossa 12 on esitetty ryhmien aikaansaamat unelmien pyörämatkat.



Kuvio 12. Työpajan tulokset unelmien pyörämatkasta.

5 KEHITTÄMISPROSESSI

Ojasalo ym. (2018, 19) mukaan tutkimuksellinen kehittämistyö saa alkunsa erilaisista lähtökohdista kuin tieteellinen tutkimus esimerkiksi kehittämistarpeista tai halusta saada aikaan muutoksia. Siihen kuuluu käytännön ongelmien ratkaisua ja uusien ideoiden, käytäntöjen, tuotteiden tai palveluiden tuottamista ja toteuttamista. Kehittämistyötä ohjaa käytännölliset tavoitteet, joihin haetaan tukea teoriasta.

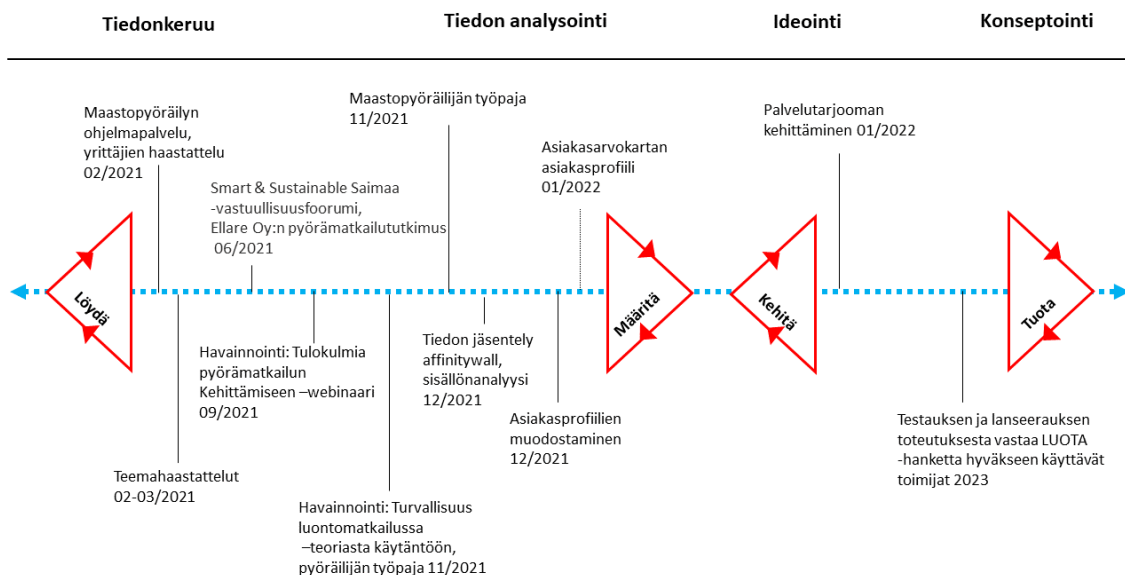
Tämä kehittämistehtävä on osa LUOTA-hanketta, jonka tarkoituksena on kehittää turvallisia luontoperustaisia palveluja ja palvelukokemuksia yhdessä Pohjois-Pohjanmaan maaseudun mikroyrittäjien ja palvelutarjoajien kanssa. Hanke on saanut alkunsa korona pandemian aiheuttamista muutoksista matkailuun. Kotimaanmatkailu on lisääntynyt, kun ulkomaille matkustaminen on vaikeutunut. Alueen luontomatkailutoimijoilla on mahdollisuus parantaa palvelujaan tämän hankkeen avulla. Kehittämistehtävä on hyvin ajankohtainen ja tarpeellinen alueen toimijoille.

Toikko & Rantasen (2009, 15) mukaan hankkeella on ajallinen jatkumo, jolle asetetaan tavoitteet, määritellään toimintatavat ja varmistetaan arviointiasetelma. Näin on myös LUOTA-hankkeella, joka toteutetaan aikavälillä 1.3.2021–31.12.2022. Hanke etenee viiden työpaketin seurattuna aina toisiaan hieman limittyenkin. Tämä kehittämistehtävä on suunniteltu tehtäväksi aikavälillä 1.3.2021–31.3.2022. Kehittämisprosessin alussa keväällä 2021 on ollut mukana YAMK-opiskelijoita palvelumuotoilu -kurssilta. Kehittämistyön haastattelut on tehty yhdessä kolmen opiskelijan kanssa osana kurssitehtävää ja niiden perusteella on luotu kaksi ohjelmalvelun maastopyöräretkelle osallistuvan asiakasprofiilia. Näitä asiakasprofileita on hyödynnetty tässä kehittämistehtävässä.

Tutkimuksellinen kehittämistyö etenee ideointivaiheesta ratkaisuun, sen toteutukseen ja arviointiin. Kehittämistyötä ohjaa ensi sijassa käytännölliset tavoitteet, joihin haetaan tukea teoriasta. Tulosten hyödyllisyys on siirrettävissä käytäntöön ja kehitettyjen ideoiden toteutukseen. Kehittämistyö on muun muassa ihmisten välistä vuorovaikutusta, kysymysten tutkimista, tiedon tuottamista, epävarmuuden kohtaamista ja yllättävien haasteiden käsittelyä (Ojasalo ym. 2018, 20). Tässä luvussa kuvataan, kuinka tutkimuksen kehittäminen prosessi on edennyt.

5.1 Kehittämistehtävän eteneminen

Palvelumuotoilu sopi tämän kehittämistehtävän lähestymistavaksi oivallisesti ollen ihmislähtöinen palvelujen kehittämistapa. Keskeistä on palvelun käyttäjä ja käyttäjälähtöinen kehittäminen, jotta palvelu vastaisi asiakkaan ja palveluntarjoajan tavoitteita. Kehittämisprosessi eteni Design Councilin tuplatimantti-mallin mukaisesti keskittyen kuitenkin eniten tuplatimantin ensimmäisen timantin löydä ja määritä vaiheisiin. Kehittämistehtävässä toisen timantin kehittä vaihetta oli palvelutarjooman kehittäminen. Tuota eli testaus ja konseptointi vaiheeseen ei tässä kehittämistehtävässä edetty vaan sen toteutuksesta vastaa LUOTA-hankkeen tuloksia hyväkseen käyttävät alueen toimijat myöhemmin hankkeen loputtua. Kuviossa 13 on kuvattu kehittämistehtävän eteneminen.



Kuvio 13. Kehittämistehtävän eteneminen.

5.2 Aineistoanalyysi

Laadullisen tutkimuksen aineistolle on tyypillistä, että aineistoa on paljon ja se on tutkittavien oma-kohtainen kuvaus tutkimuskohteena olevasta ilmiöstä. Aineistoa kerätään useassa vaiheessa ja rinnakkaisin eri menetelmin, jonka takia analyysiakin tehdään koko tutkimusprosessin ajan. Tutkijan on osattava eritellä ja yhdistää eli pilkkoa aineisto osiin valitun menetelmän mukaisesti, tehdä sen pohjalta synteesejä ja koota aineisto uudelleen sekä tehdä kootusta aineistosta johtopäätöksiä, jotka esitetään tutkimuksen lopputulemana. (Puusa 2020, luku 5, Laadullisen aineiston analyysi työvaiheena.)

Sisällönanalyysi on perusanalyysimenetelmä, jota voidaan käyttää laadullisessa tutkimuksessa. Analyysi etenee seuraavanlaisen rungon mukaisesti:

1. Päätä, mikä aineistossa kiinnostaa.
2. Käy läpi aineisto, erota ja merkitse asiat, jotka sisältyvät kiinnostukseen, kaikki muu on jätettävä ulkopuolelle, kerää merkityt asiat yhteen, erota muusta aineistosta.
3. Luokittele, teemoita tai tyypittele aineisto.
4. Kirjoita yhteenveto. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.1.)

Sisällönanalyysiä voidaan tehdä kolmella eri tavalla: aineistolähtöisesti, teoriaohjaavasti ja teorialähtöisesti. Tässä kehittämistehtävässä on käytetty aineistolähtöistä sisällönanalyysiä, johon kuuluvat aineiston pelkistäminen, ryhmittely ja abstrahointi. Pelkistämässä analysoitava informaatio voi olla esimerkiksi auki kirjoitettu haastattelu. Aineistosta karsitaan epäolennainen pois joko tiivistämällä dataa tai pilkkomalla sitä osiin. Aineistosta voidaan etsiä myös tutkimustehtävää kuvaavia ilmaisuja. Pelkistetyt ilmaukset listataan allekkain. (Ojasalo ym. 2018, 139; Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4, Aineistolähtöinen sisällönanalyysi.)

Pelkistämisen jälkeen aineisto ryhmitellään. Siinä aineistosta etsitään samankaltaisuuksia tai eroja kuvaavia käsitteitä. Samaa tarkoittavat käsitteet yhdistetään luokaksi ja nimetään luokan sisältöä kuvaavalla nimikkeellä. Luokittelussa aineisto tiivistyy. Viimeisessä vaiheessa abstrahoinnissa erotetaan tutkimuksen kannalta olennainen tieto ja muodostetaan teoreettisia käsitteitä. Pyritään yleiskäsitteiden muodostamiseen pelkistämällä ja edetään alkuperäisdatan käyttämistä kielellisistä ilmaisuista teoreettisiin käsitteisiin. Luokituksia voidaan yhdistää niin kauan kuin se aineiston näkökulmasta on mahdollista. (Ojasalo ym. 2018, 140; Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4, Aineistolähtöinen sisällönanalyysi.)

Kuviosta 14 on nähtävissä tämän kehittämistehtävän haastattelujen aineistolähtöistä sisällönanalyysiä. Pelkistämistä on tehty käyttämällä värejä samaa kuvaaviin ilmaisiin. Kuvan oikealla puolella näkyy ryhmittelyä. Käsitteiden yhdistäminen tehtiin suoraan tutkimuksen tuloksiin.

Naimisissa, lapset 8 ja 11v Oman perheen kanssa ja yksin sopivassa suhteessa	Kaksi lasta 18 ja 21, avoliitto	Naimissa	Parisuhteessa, lapsia 1,3 14v.	
Hiihto, kävely, vesijuoksu, pyöräily Helppoja lähteä omasta pihasta	Perheen kanssa, lenkkeily, ristikot, sudokut Ristikot, sudokut, kahvakuula, pilates	Ulkoilu, lukeminen. Nauttii vapaa-ajasta oman perheen kanssa ja yksin Kuntosali, kävely, lukeminen, matkustaminen	Perhe, ystävät, yksin	koira, kotona, lenkkeily, pyöräily laskettelu, ristikot, sudoku, luter (kotoilu) Kutominen, koira, kuntosali
Talvipyöräily sopivilla välineillä voisi olla kivaa	Lihaskunnan ylläpito, toimintakykyä parantaa	Kuntosali sopiva liikuntamuoto, kävely mukavaa, lukeminen osa itsensä sivistämistä	monipuolisuus, helppo toteuttaa arjessa, ulkoilma, yhdessä olo, ajatusten nollaus, helppo saatavuus, lihashkunnan ylläpito, mukavaa	
	Tanssi, nyt koronatilanne rajoittaa, kallit harrastus	Hiihtoa, lähtökynnyks korkeat (välineet, siirtymä, raskaslaji) Laulu, ei ole aikaa ja sopivaa kuoroa tms.	Pilates, avantoimi, Sali, hiihto, laulu, tanssi, talvipyöräily, hiihto, läskipyöräily	ei ole aikaa, lähtökynnyks korkeat korona, kallit, köyhyys, aika, ko kylmä vesi, laiskuus
Perhe, terveys Ei suurempia Ei uskon että elämä kantaa	Perhe, terveys, oikeudenmukaisuus opiskelu, yliopisto-opinnot tavoitteena suorittaa. Norjan matka	Terveys, perhe, työ Päästä "liikkiin", matkustaa Etelä-Ranskassa ja Italiassa kuukauden	Terveys, perhe, läheiset Kuntoilu/liikunta, matkustelu, opiskelu	
Kyllä	Lapsien pärjääminen. Kyllä	Sairastuminen, esim. koronaan Koen	6 x Ei, 3 X korona, työttömyys, lasten pärjääminen	
Aiempi judo-harrastus, koska siinä voi kehittyä jatkuvasti				
Ei Hyvinvointi, henkinen ja fyysinen	Ryhmätanssissa valtakunnallinen kilpailuvoitto aikoinaan Tarjoaa, uimallipuhlin	100 km:n pyöräretki työporukalla tyhjäpäivänä. Hyvä sää, hyvä porukka, itse oli suunnittelemassa tätä Tarjoaa, kuntosalle	Flow, koskenlasku, tunnin juoksu, yksin hiihto, koulun laskettelu retket, judo, ryhmätanssi, 100km pyöräretki	jännitys, onnistuminen, nauttim kunto hyvä, rauha, rentoutumin kaverien kanssa yhdessäolo, kehittyminen
Jos joku pyytää mukaan, niin luultavasti lähdän	Toimintakyvyn ylläpito, hyvä olo liikunnan jälkeen	Hyvään olontunne mitä liikunnasta saa, kunnon kohottaminen	7 x kyllä, 2 x ei hyvä fiilis, hyvän olon tunne, kunnon kohotus, hyvä olo, toimintakyvyn ylläpito, hyvinvointi, hyvä olo, lihavuus, kunnon ja terveyden ylläpito, hyvä kunto, pään tuuletus	7 x kyllä, 2 x ei hyvä fiilis, hyvän olon tunne, kunnon kohotus, hyvä olo, toimintakyvyn ylläpito, hyvinvointi, hyvä olo, lihavuus, kunnon ja terveyden ylläpito, hyvä kunto, pään tuuletus

Kuvio 14. Kehittämistehtävän sisällönanalyysiä excel-taulukossa.

Kehittämistehtävään liittyvää aineistoa kertyi paljon johtuen pitkästä tutkimusprosessista ja useista aineistonkeruumenetelmistä. Päädyin rakentamaan tutkimusseinän tiedon jäsentelyä ja teemoittelua varten. Tutkimusseinä on vähän monimutkaisempi versio siitä, kuinka poliisietsivät jäsentävät rikospaikkatietonsa tv-ohjelmissa. Tutkimusseinällä voi olla monenlaista aineistoa esimerkiksi haastatteluita, kuvia, muistiinpanoja ja kuvakaappauksia sekä videoita. Tutkimusseinä helpottaa tunnistamaan aineistosta malleja, kun siitä rakennetaan yksinkertainen ajatuskartta. (Stickdorn ym. 2018, luku 1, Tietojen visualisointi, synteesi ja analyysi: tutkimusseinän rakentaminen.)

Kuviossa 15 on esitetty tutkimusseinä joulukuussa 2021. Tulostettuna on kuvakaappauksina otettu aineisto, muistiinpanot, haastattelujen excel-taulukot, työpajasta saatu aineisto ja kevään 2021 palvelumuotoilukurssin aineisto. Isoa aineistoa oli helpompaa käsitellä ja asiayhteydet rakentuivat ja avautuivat paremmin tutkimusseinän avulla. Asioihin oli nopea palata, kun tutkimusseinä oli aina saatavilla tarkistuksia varten.

Asioita, joihin en saanut suoraan vastausta tutkimusseinän avulla ratkaisin käyttäen apuna empatiakarttaa. Empatiakartan avulla pystyin jäsentämään kerättyä asiakasymmärrystä hyppäämällä kehitetyn asiakasprofiilin pään sisälle. Empatiakartta nostaa esille asiakkaan tarpeita, tunteita, toiveita ja pelkoja, jotka liittyvät asiakkaan kokemukseen. Se ohjaa kysymään mitä asiakas näkee, kuulee, tekee ja ajattelee. (Palvelumuotoilu Palo 2021.)



Kuvio 15. Tutkijan kokoama tutkimusseinä.

6 TULOKSET

Tässä luvussa esitetään kehittämistehtävän tuloksena syntyneet kaksi maastopyöräilijän asiakasprofiilia, joista toinen on ohjelmapalvelun maastopyöräretkelle osallistuva Aila Aloittajan asiakasprofiili ja toinen omatoimipyöräilijä Aki Aktiivin asiakasprofiili. Lopuksi esitetään maastopyöräilijän palveluiden arvolupaus ja heille suunnattu palvelutarjoama.

6.1 Asiakasprofiilit

LUOTA-hanke määritteli millaisia asioita asiakasprofiilien tuli sisältää, jotta niistä saatava aineisto olisi parhaiten hyödynnettävissä. Asiakasprofiileista piti löytyä seuraavat asiat:

- Profiilin kuvaus: demograafiset tekijät, harrastukset, elämäntyyli, arvot, motto.
- Milloin ja kenen kanssa liikkuminen tapahtuu?
- Mikä motivoi lähtemään liikkeelle?
- Miten matkakohde valitaan?
- Mitä asiakas toivoo ja odottaa palvelulta?
- Paljonko asiakas on valmis käyttämään rahaa palveluihin matkan aikana?
- Mitä turvallisuuden liittyviä huolia asiakkaalla on?
- Mitä huolia palveluun liittyen asiakkaalla on?
- Miten asiakas käyttää palvelua?

Edellä mainittujen tietojen lisäksi selvitettiin, mikä edistäisi kohderyhmän maastopyöräilyaktiivisuutta ja mitkä ovat asioita, joita maastopyöräilijät eivät halua kokea matkan aikana.

6.1.1 Aila Aloittaja

Ohjelmapalvelun maastopyöräretkelle osallistuva on usein yli 40-vuotias nainen, joka työskentelee terveydenhoitoalalla. Hän on naimisissa ja perheeseen kuuluu kaksi ala-asteikäistä lasta sekä lemmikkikoira. Perhe asuu omakotitalossa. Asiakasprofiilista käytetään nimeä Aila Aloittaja. Aila harrastaa lenkkeilyä, käy kuntosalilla ja kotoilee eli viettää aikaa kotona. Hän elää ruuhkavuosia ja on turvallisuushakuinen. Ailan elämäntyyli on suunnitelmallista ja säästeliästä. Aila käyttää työpaikan

tarjoamat edut kuten liikuntasetelit hyväkseen. Terveys, perhe ja läheiset ovat hänelle tärkeintä. Etusijalla elämässä on henkinen hyvinvointi. Ailan motto on ”Asioilla on tapana järjestyä”.

Aila liikkuu lemmikkikoiran kanssa päivittäin ja ystävän seurassa 2–3 kertaa viikossa. Liikkuminen on mieluisinta suven aikana. Liikkumiseen motivoi terveyden ylläpitäminen, hyvinvointi ja kaverit. Pyörämatkailukohteen Aila valitsee palveluntarjoajan hyvien nettisivujen perusteella, mutta myös suosituksilla on merkitystä. Matkakohteesta pitää löytyä helppoja maastopyöräilyyn sopivia reittejä sekä hyviä näköaloja. Reiteillä pyöräillään oppaan johdolla. Ailaa kiinnostaa valmiit matalan kynnyksen pakettimatkat.

Pyörämatkalta Aila odottaa onnistumisen elämyksiä ja riittävän haasteellista pyöräreittiä. Uuteen matkailualueeseen tutustuminen ja luontoa lähelle pääseminen lataavat Ailan akkuja. Pyöräreitiltä pitää tulla hyvä fiilis ja pään tuulettua. Pyörämatkailupalvelujen käyttäjänä Aila on sosiaalinen ja suosii lähiliikuntaa. Hän haluaa kokeilla uusia asioita, mutta ei tee sitä mielellään yksin. Ailalla on halu ylittää itsensä, mutta rajallisesti. Hän pitää aktiiviiklonlopuista, joista etsii tietoa pääsääntöisesti verkkosivujen kautta, mutta myös Facebookista, Instagramista ja Snapchatista. Matkaan hän on valmis käyttämään 100–300 euroa päivittäin. Matkaan sisältyy tällöin välinevuokrat, opas, majoitus, kuljetus ja ruoka.

Ailalle turvallisuus tarkoittaa vaarattomuutta. Hän luottaa oppaan ammattitaitoon palveluntarjoajana. Ennen ostopäätöstä retkestä hän haluaa kuitenkin tietää välineistä esimerkiksi pyörän ominaisuuksista. Ostopäätöksen tehtyään hän haluaa turvaohjeet ennakkoon esimerkiksi sähköpostitse. Tämän lisäksi hän toivoo saavansa retkelle toimivan pyörän sekä selkeät käyttöohjeet. Turvallisuuden kokemukseen vaikuttaa, että ohjelmapalvelua tarjoava yritys on saavutettava ja palvelu esteetöntä. Aila pelkää kaatumista ja on huolissaan pyöräreitin turvallisuudesta ja varusteiden kunnosta. Hän ei halua vaarantaa terveysturvallisuuttaan, mutta uskaltaa osallistua retkelle koronasta huolimatta. Turvallisuushakuisena ihmisenä hän kuitenkin miettii, onko ennalta-arvaamattomiin tilanteisiin varauduttu.

Ailan osallistumista pyöräretkelle voi palveluntarjoaja edistää tarjoamalla hyvät ja informatiiviset verkkosivut sekä valmiita spesiaalipaketteja ja tarjouksia. Aila ei halua suorittaa eikä kokea kiireen tuntua matkan aikana. Yhteenveto Aila Aloittajan asiakasprofiilista on esitetty kuviossa 16.



AMMATTI
Lähihoitaja 43v.

HARRASTUKSET
Lenkkeily, kuntosali, kotoilu

ELÄMÄNTYYLI
Turvallisuushakuinen
Elää ruuhkavuosia
Suunnitelmallinen
Säästeliäs

ARVOT
Terveys, perhe, läheiset
Henkinen hyvinvointi

PERHE




Aila Aloittaja

Osallistuu ohjelmalvelun maastopyöräretkelle

MILLOIN JA KENEN KANSSA?
Liikkuu koiran kanssa päivittäin ja 2-3 krt viikossa ystävän kanssa. Ei pidä ulkona liikkumisesta talvella.

TOIVEET JA ODOTUKSET
Toivoo, että pää tuulettuu ja saa hyvän fiiliksen uudelta alueelta. Hakee onnistumisen elämyksiä ja akkujen lataamista läheltä luontoa.

PALVELUN KÄYTTÄJÄNÄ
Sosiaalinen lähiliikkuja, joka haluaa kokeilla, muttei yksin. Ylittää itsensä rajallisesti. Pitää aktiiviviikonlopuista.

Etsii tiedon netistä, instagramista, facebookista ja snapchatista.

Valmis maksamaan 100-300€/pv (sis. välineet, oppaan, majoituksen, kuljetuksen ja ruoan).

AKTIIVISUUTTA EDISTÄÄ
Spesiaalijutut ja tarjoukset





Kiire
Suorittaminen

MITÄ MIELTÄ TURVALLISUUDESTA?
Turvallisuus on vaarattomuutta, luottaa ammattitaitoiseen oppaaseen. Haluaa tiedon välineistä ennen ostopäätöstä, toimivan pyörän ja turvaohjeet ennakoon. Palvelun oltava saavutettava ja esteetön.

MITÄ HUOLIA
Pelkää kaatumista. Ei varanna terveysturvallisuutta, osallistuu koronasta huolimatta. Onhan reitti ja varusteet kunnossa sekä opas pätevä? Onko ennalta arvaamattomiin tekijöihin varauduttu?

Kuvio 16. Aila Aloittajan asiakasprofiili.

6.1.2 Aki Aktiivi

Omatoiminen maastopyöräilijä on yleensä noin 40–50-vuotias nainen tai mies. Tässä kehittämis-tehtävässä asiakasprofiili on tehty miehelle nimeltä Aki Aktiivi. Hän on 45-vuotias insinööri ja työskentelee yrittäjänä. Perheeseen kuuluu vaimo ja kaksi teini-ikäistä lasta. Perhe asuu omakotitalossa. Maastopyöräilyn lisäksi Aki kuuntelee vapaa-ajallaan äänikirjoja, käy kuntosalilla ja talvella hiihtää. Sählyä hän pelaa tutun miesporukan kanssa ja aikaa kuluu myös lasten harrastusten tal-kotoiminnassa. Akin elämäntyyli on kiireinen. Hän on sosiaalisesti aktiivinen ja sen vuoksi hänellä on yhtä aikaa monta rautaa tulella. Silti hän on tyytyväinen tämänhetkiseen elämäntilanteeseensa. Aki arvostaa terveyttä ja perhettään. Hänelle on tärkeää työ ja hyvä toimeentulo. Sen vuoksi hän haluaa olla taloudellisesti riippumaton. Akin motto kuuluukin ”Kova työ palkitaan”.

Aki on niin sanottu porukkaliikkuja. Hän pitää liikunnasta, kun mukana on muitakin. Perheliikuntaa hän harrastaa lasten kautta. Vuodenajalla ei ole hänelle merkitystä liikuntamäärään. Maastopyöräilyä hän harrastaa silti mieluummin kesäisin. Akin pyörämatkan kesto on keskimäärin 3–4 yötä. Akia motivoi liikkumaan terveys ja hyvä olo. Liikkumisen kuuluu olla hauskaa. Aki tykkää haastaa itseään liikunnalla. Pyörämatkakohteessa on oltava hyvä pyörämatkareittiverkosto ja reitit on oltava helposti saavutettavissa. Matkakohteen Aki valitsee arvostelujen ja suositusten perusteella. Rää-tälöity pakettimatkailu kiinnostaa häntä.

Pyörämatkalta Aki odottaa yhdessä muiden kanssa olemista ja mahdollisuutta kokeilla vähän omia rajojaan. Pyörämatkan pitää tarjota keinoja lievittää stressiä sekä antaa henkistä ja fyysistä hyvinvointia. Halu kokea jotain uutta ja seikkailumielisyyys ajavat Akia metsään. Sosiaalisena ihmisenä hän viihtyy parhaiten pyörän selässä yhdessä muiden kanssa. Puskaradion kautta saakin hyvin tietoa uusista matkakohteista. Kuulemansa tiedot hän myöhemmin tarkistaa palveluntarjoajan verkkosivustoilta ja Facebookista. Aki on toiminnassaan tavoitteellinen eli lähtiessään pyöräilemään hänellä on suunnitelma siitä mihin reitille hän suuntaa. Pyörämatkasta Aki on valmis maksamaan 200–300 euroa vuorokaudessa. Tähän sisältyvät kulut majoituksesta, kuljetuksesta, ruoasta ja pyörän kuluvista osista. Aki haluaa, että majoitus matkakohteessa on korkealaatuinen.

Turvallisuus on Akiille vaarattomuutta ja luottamusta asioiden hoitoon, mutta ennen kaikkea sisäistä tasapainoa. Turvallisuutta hän pitää itsestään selvyytensä, joka tarkoittaa hänen kohdallaan sääntöjen ja ohjeiden noudattamista. Turvallisuustekijät matkan aikana kohdistuvat fyysiseen turvallisuuteen. Varusteet kuten kypärä, valot, kartta ja puhelin ja sen varalähde on oltava mukana,

unohtamatta ensiapupakkausta ja riittävää energiamäärää juomaa ja evästä. Pyörähuoltovälineet ovat tärkeä pitää matkassa, jotta pyörää voi huoltaa kesken retken. Ryhmä tuo turvallisuutta. Kaveria ei jätetä yksin.

Aki on huolissaan pyörämatkalla omista suunnistustaidoistaan, mikäli reittiopastus metsässä on puutteellinen. Myös muut samoilla reiteillä liikkujat kuten patikoijat voivat aiheuttaa vaaratilanteita. Niitä voivat aiheuttaa myös irti olevat koirat. Aki ei sulje pois myöskään mahdollisuutta törmätä luonnossa vapaana liikkuviin eläimiin. Tapaturma olisi pahinta mitä voisi sattua, koska se toisi omalle yritystoiminnalle taloudellisia huolia. Akia mietityttää reittiturvallisuus ja se onko hänellä tarpeeksi informaatiota olennaisista asioista reitin varrella.

Akin pyörämatkailua voi palveluntarjoaja edistää tarjoamalla valmiita pakettimatkoja ja monipuolisia pyörämatkareittejä. Mikäli Akilla olisi enemmän aikaa, käyttäisi hän sen pyörän selässä. Uusi pyörä ja yhdessäolo lisäävät hänen pyörämatkailuaktiivisuuttaan. Pyöräreitin varrella olevat tekniset yllätykset eivät sytytä Akia eikä myöskään henkijieverissä ajaminen. Yhteenveto Aki Aktiivin asiakasprofiilista on esitetty kuviossa 17.



Aki Aktiivi

Omatoimipyöräilijä 

AMMATTI
Yrittäjä, insinööri 45v.

HARRASTUKSET
Äänikirjat, kuntosali, sähly, hiihto
Osallistuu lasten harrastuksiin talkoita tehden

ELÄMÄNTYYLI
Sosiaalisesti aktiivinen
Kiireinen
Monta "rautaa tulessa"
Tyytyväinen elämään

ARVOT
Terveys, perhe
Työ ja hyvä toimeentulo
Haluaa olla taloudellisesti riippumaton

PERHE




MILLOIN JA KENEN KANSSA?
Liikkuu ympäri vuoden, perheen kanssa, ennen kaikkea porukkaliikkuja. Maastopyöräilee kesäisin, matkan kesto 3-4 yötä.

TOIVEET JA ODOTUKSET
Toivoo, että stressi häviäisi ja saisi kokea uutta, henkistä ja fyysistä hyvinvointia. Odottaa yhdessä olemista ja rajojensa kokeilua.

PALVELUN KÄYTTÄJÄNÄ
Seikkailunhaluinen ja tavoitteellinen "joukkueurheilija".

Sosiaali-Sauli, joka saa tietoja puskaradion kautta. Käyttää myös nettiä ja facebookia.

Valmis maksamaan 200-300€/pv (sis. pyörän kuluvat osat, korkeatasoisen majoituksen, kuljetuksen ja ruoan).

AKTIIVISUUTTA EDISTÄÄ
Paremmat reitit, uusi pyörä 

 Tekniset yllätykset
Henkijieverissä ajaminen

MITÄ MIELTÄ TURVALLISUUDESTA?
Turvallisuus on vaarattomuutta, luottamusta ja sisäistä tasapainoa. Noudattaa annettuja turvallisuusohjeita eikä jätä kaveria. Turvallisuutta on hyvät ja ehjät varusteet, riittävä energiamäärä sekä EA-välineet.

MITÄ HUOLIA
EA-pakkauksen unohtuminen. Omat suunnistustaidot ja reittiopastus sekä muut metsässä liikkujat mietityttävät. Onko annettu tarpeeksi informaatiota? Tapaturma toisi taloudellisia huolia.

Kuvio 17. Aki Aktiivin asiakasprofiili.

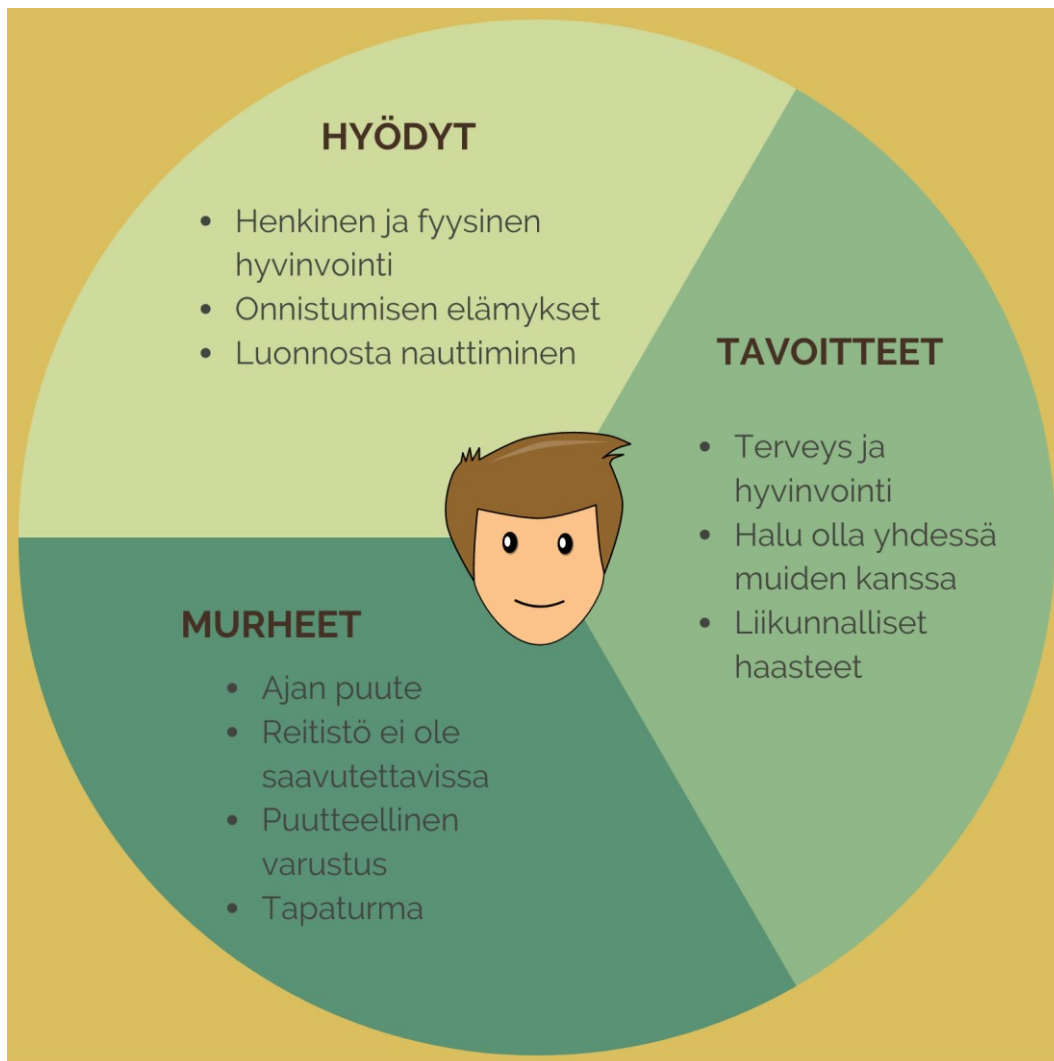
6.2 Arvolupaus

Organisaation perustehtävä on luoda niin merkityksellistä arvoa asiakkaalle, että hän on valmis siitä maksamaan. Arvolla tarkoitetaan hinnan ja hyödyn välistä suhdetta. Asiakas kokee saavansa arvoa, jos hän pystyy palvelulla tai tavaralla saavuttamaan haluamansa tai ratkaisemaan ongelman. Arvolupaus määrittelee asiakkaalle yrityksen toiminnan, palveluiden ja tuotteiden odotetut ja toivotut seuraukset. Se kuvaa miten yritys erottuu kilpailijoistaan ja mitä se asiakkailleen tarjoaa. Sen tulisi sisältää kuvaus yrityksen tuotteesta, määrittelyn kenelle se on tarkoitettu, kuvailla asiakkaalle sen hyödyn ja kertoa miksi se on ainutlaatuinen. (Tuulaniemi 2011, luku 1, Arvosta tarjoomaan, Arvolupaus; Tikka & Gävert 2014, 47).

Ennen arvolupauksen kehittämistä on luotava kohderyhmäkäsitys. Tämä tarkoittaa, että ymmärrämme millaisia ovat ne ihmiset, joita haluamme puhutella. Pääasia on, että arvolupauksen laati-joille syntyy käsitys insightista, joka on toinen arvolupauksen kivijaloista. Insightilla tarkoitetaan ymmärrykseen perustuvaa oivallusta, jonka pohjalta voi kehittää uuden idean. Insightia etsittäessä on hyvä mennä syvälle asiakkaan inhimillisiin tarpeisiin, jotka tunnistavat siitä, että ne ovat hieman kiusallisia, naivia tai jopa härskejä. (Tolvanen 2012, 81–82.)

Arvolupauksen muodostamisen toinen kivijalka on tuote- tai bränditotuus. Se mitä organisaatiolla itsellä on. On hyvä miettiä mitä edustaa, millaisia resursseja on käytössä ja missä on kilpailijoita parempi. Se voi olla esimerkiksi kattava myymäläverkosto, joka on lähempänä asiakasta kuin kilpailijalla, jolloin on hyvä korostaa tätä ominaisuutta. Bränditotuus voi liittyä myös mielikuviin eli olla aineeton. Arvolupaus yhdistää nämä kaksi kivijalkaa insightin ja tuote- tai bränditotuuden. Hyvä arvolupaus on laadittu kohderyhmänäkemyksen pohjalta. Se on kohderyhmälle merkityksellinen, brändille uskottava ja kilpailijoista erottuva sekä suuntautuu tulevaisuuteen. (Tolvanen 2012, 68, 82–83.)

Tässä kehittämistehtävässä Aila Aloittajan ja Aki Aktiivin asiakasprofileiden perusteella luotiin maastopyöräilijän palveluiden arvolupaus. Arvolupauksen kehittämisessä keskityttiin asiakkaan näkökulmaan, arvolupauksen toiseen kivijalkaan eli insightiin. Tuote- ja bränditotuus eli toinen arvolupauksen kivijaloista on LUOTA-hankkeessa mukana olevien muiden osallistujien kehitettävänä. Kuviossa 18 on esitetty maastopyöräilijän palveluiden arvolupaus.



Kuvio 18. Maastopyöräilijän palveluiden arvolupaus.

Kuvion 18 mukaan maastopyöräilijän tavoitteena on saavuttaa pyöräilyllä terveyttä ja hyvinvointia. Pyöräilijällä on tarve olla yhdessä muiden kanssa. Maastopyöräilijän palveluiden on ratkaistava ongelma liikunnallisten haasteiden suhteen niin, että pyöräilijä saa haasteita ja ylittää itsensä. Maastopyöräilijä haluaa saavuttaa palveluilla henkistä ja fyysistä hyvinvointia. Palveluiden avulla hänen pitää päästä nauttimaan luonnosta ja saada onnistumisen elämyksiä. Ajan puute tai sattunut tapaturma estävät maastopyöräilijää saavuttamasta tavoitteitaan. Pyörämatkan aikana huomattu puutteellinen varustus esimerkiksi energian loppuminen ärsyttää tavoitteisiin pääsemistä. Samoin jos pyöräreitti on saavuttamattomissa.

6.3 Palvelutarjooma

Tässä kehittämistehtävässä palvelutarjooman kehittämistä lähestyttiin organisaatioiden verkostoitumisen näkökulmasta, jotta myöhemmin voitaisiin kehittää esimerkiksi erilaisia yhteistyömalleja palveluntarjoajien kesken. Eräs työpajaan osallistujista totesi, että pyörämatkailija toistaa kaavaa matkan aikana: ensin pyöräillään, sitten syödään ja palaututaan, korjataan tarvittaessa pyörää ja nukutaan. Sama toistetaan seuraavana päivänä uudestaan. Työpajan alussa kaikille osallistujille esitettiin kysymys siitä, kumpi on mieluisampaa kesä- vai talvipyöräily. Kaikki osallistujat olivat sitä mieltä, että kesäpyöräily on mieluisampaa ja kaikilla heistä oli läskipyörä. Nämä kaksi edellä mainittua asiaa ohjasivat palvelutarjooman kehittämisessä. Kehitetty maastopyöräilijän palvelutarjooma on esitetty kuviossa 19.



Kuvio 19. Maastopyöräilijän palvelutarjooma.

Kuvion 19 mukaan maastopyörämatkailijan peruspalvelupaketin osat on jaoteltu asiakkaan tarpeiden mukaan pyöräreittiin ja luontoon, majoitukseen sekä oheispalveluihin. Pyöräreitti ja luonto ovat maastopyöräilijän ydinpalvelua. Matkakohdetta valittaessa ensimmäisenä tarpeena asiakkaalla on päästä luontoon pyöräilemään. Pyöräilijällä voi olla tarve opastetulle retkelle vuokrapyörällä, omatoimiretkelle merkityllä reitillä käyttäen omaa tai vuokrapyörää tai sitten omatoimiretkelle ei

merkityllä reitillä, jolloin pyöräilijä suunnistaa itsenäisesti kartan avulla metsässä. Pyörämatkan kesto on useampia päiviä, joten pyöräilijällä on tarve majoitukselle. Majoitus on peruspalvelupaketin osista mahdollistava palvelu, jota ilman pyörämatkaa ei voi tehdä. Majoituksen voi valita hotellin, mökin tai leirintäalueen vaihtoehtoista.

Kuviossa 19 esitetyt oheispalvelut kuvaavat pyörämatkailijan muita tarpeita. Ne ovat tukipalveluita, joita käytetään matkan arvon lisäämiseksi. Pyöräilijän tarpeita ovat palautumiseen, ruokaan, saunaan ja pyöränhuoltoon sekä säilyttämiseen liittyvät palvelut. Liikunnan jälkeiseen palautumiseen pyöräilijä haluaa rentouttavaa hierontaa, hemmottelua tai rauhallista joogaa. Perinteinen hieronta saattaa estää pyöräilijää nousemasta satulaan seuraavana päivänä, joten hieronnan on oltava esimerkiksi ravistelua. Palautuminen voi olla myös aivan muunlaista luontoon liittyvää tekemistä kuten melontaa tai kalastusta.

Tukipalveluihin liittyvät olennaisena osana sauna ja kylpyläpalvelut. Pyörämatkailija haluaa rentoutua erilaisissa saunoissa ja kylpylöiden tarjoamissa vesiporeissa. Ruoka on iso osa tukipalveluita. Ruokaa pitää saada vaivattomasti mahdollisimman läheltä majoitusta. Ravintolapalvelut pitää olla saavutettavissa nopeasti pyörämatkan jälkeen. Pyöräilijä tarvitsee metsäreitille mukaan myös juomaa ja taukoevästä. Niitä pitää löytyä helposti esimerkiksi lähikaupasta. Jos jäätelöä on mahdollisuus saada, houkuttelee se pyöräilijää aina pysähtymään.

Pyörämatkailijalla on usein oma pyörä mukana. Pyörälle on hyvä löytyä turvallinen säilytyspaikka yön ajaksi lukkojen takaa. Mikäli pyöräilijä pysähtyy tauolle kesken matkan esimerkiksi käyttääkseen ravintolapalveluita, on pyörälle oltava näköetäisyydeltä säilytyspaikka. Pyöräilijä ei halua jättää pyörää ilman vartiointia. Useamman päivän kestäväällä matkalla voi tulla tarve myös huoltaa pyörää. Silloin on hyvä löytyä paikka, jossa voi tehdä itse pyörään pieniä huoltotoimenpiteitä. Myös palveluntarjoajan mahdollistama pyörähuolto kelpaa.

Työpajassa ryhmien esitellessä unelmien pyörämatkaa tuli osallistujien kesken esille ajatus siitä, että matkailija ei halua enää pyöräilyn jälkeen lähteä kovin pitkälle majoituspaikasta vaan haluaa kaiken tarvittavien palveluiden löytyvän lyhyen kävelymatkan päästä. Toinen työpajan ryhmistä oli liittännyt omaan matkaansa puolipukeisen naisen ja miehen kuvan. Tämä asia tulkittiin pyöräilijän piileväksi tarpeeksi siitä, että matkakohteessa olisi hyvä olla tarjolla sosiaalisia tapahtumia, joissa tavata ihmisiä esimerkiksi tanssien merkeissä. Tällaiset tapahtumat eivät kuitenkaan voi olla liian myöhään illalla, koska pyöräilijä haluaa nauttia luonnosta pyöräillen myös seuraavana päivänä.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän kehittämistehtävän tarkoituksena oli kerätä LUOTA-hankkeelle maastopyöräilijän asiakassegmentistä mahdollisimman paljon asiakasymmärrystä, jotta sen pohjalta voitiin luoda kaksi maastopyöräilijän asiakasprofiilia turvallisuuden elementit huomioiden. Molempien asiakasprofiilien pohjalta luotiin palvelujen arvolupaus ja maastopyöräilijän palvelutarjooma. Kehittämistehtävän tavoitteena oli auttaa alueen toimijoita kehittämään omia luontoperustaisia palveluitaan. Kehittämistehtävän alussa esitettiin kolme kysymystä, joihin lähdettiin etsimään vastauksia tutkimuksen avulla. Kehittämiskysymykset olivat: Miten maastopyöräilijän turvallisuutta ja turvallisuuskokemusta voidaan kehittää luontomatkailupalveluissa? Mistä maastopyöräilijän palvelukokemus muodostuu? Miten maastopyöräilijän palvelutarjoomaa voidaan kehittää? Tässä luvussa vastataan edellä esitettyihin kysymyksiin ja esitetään kehittämistehtävän keskeiset tulokset.

Maastopyöräilijä on asiakasprofiililtaan useimmiten noin 40-vuotias mies tai nainen, joka asuu puolison ja kahden lapsen kanssa omakotitalossa. Hän harrastaa maastopyöräilyä lisäksi muitakin liikuntalajeja kuten lenkkeilyä, kuntosalia ja joukkueurheilulajeista esimerkiksi sählyä. Liikkuminen tapahtuu yhdessä muiden kanssa ei yksilöliikuntana. Mieluiten liikunnasta ja luonnosta nautitaan kesäaikaan. Vasta keväthanget ja aurinko vievät maastopyöräilijän sydäntalven jälkeen vähitellen luontoon. Kuten Hirvonen ym. (2020, 116) vahvistavat talvella aurinkoiset päivät ovat laskettavissa kahden käden sormilla ja pyöräillen pääsee hetkeksi nauttimaan auringosta.

Matkakohteen reittien on tarjottava pyöräilijälle riittävästi haasteita ja onnistumisen elämyksiä unohtamatta luonnon mahdollisuuksia poistaa stressiä. Luonnosta haetaan elämyksiä. Kuten Hirvonen ym. (2020, 15) toteavat pyöräilijän olevan onnellisimmillaan silloin kun hän ei kiinnitä huomiota siihen kuluuko aika nopeasti vai hitaasti vaan hän pyöräilee flow-tilassa. Matkakohde valitaan palveluntarjoajan nettisivujen ja suositusten perusteella. Tyypillisesti maastopyöräilijä jakaa kokemuksiaan matkakohteesta sosiaalisessa mediassa kuvien muodossa. Aktiivilomastaan pyöräilijä on valmis maksamaan 100–300 euroa päivittäin.

Ensimmäinen kehittämiskysymys oli: Miten maastopyöräilijän turvallisuutta ja turvallisuuskokemusta voidaan kehittää luontomatkailupalveluissa? Maastopyöräilijän turvallisuutta ja turvallisuuskokemusta voidaan kehittää kiinnittämällä huomiota aloittelevan pyöräilijän osalta ohjelmapalveluita tarjoavan henkilöstön ammattitaitoon sekä asianmukaisiin kunnossa oleviin varusteisiin.

Omatoimipyöräilijän turvallisuutta ja turvallisuuskokemusta voidaan puolestaan kehittää tarjoamalla turvalliset pyöräreitit, joihin sisältyy ajantasaiset opasteet, ennakkotiedot ja taukopaikat. Kuten Limnell ym. (2014, 35) toteavat on tärkeää saada ihmiset tuntemaan olonsa turvalliseksi ja vahvistaa tunnetta käytännön toimenpiteillä turvallisuuden parantamiseksi.

Tutkimustulokset osoittivat, että maastopyöräilyä harrastetaan yhdessä muiden kanssa, ryhmässä. Männenä (2016, 15) kertoo, että metsäpoluilla voi taittaa matkaa samassa ajoporukassa ikään katsomatta ja kaikki nauttivat ajokokemuksesta. Tämän kehittämistehtävän viitekehyksessä mainittuihin ryhmäturvallisuuden osatekijöihin viitaten maastopyöräilijän turvallisuus liittyy fyysiseen ja sosiaaliseen turvallisuuteen. Aloittelevan pyöräilijän fyysinen turvallisuus vaarantuu, mikäli hän kaatuu, kun taas omatoimipyöräilijä on enemmän huolissaan siitä, että kaikki tarvittavat varusteet ovat mukana. Lehtonen ja Saaranen-Kauppinen (2020, 249) toteavatkin fyysisen turvallisuuden uhkien olevan helpoiten havaittavissa ja tunnistettavissa. Tutkimustulokset osoittivat, että aloittelevan pyöräilijän turvallisuuskokemus muodostuu oppaan ammattitaidosta, kun taas omatoimipyöräilijän turvallisuuskokemus muodostuu muista yhteisretkelle osallistujista eli ryhmä luo omatoimipyöräilijälle turvallisuudentunnetta. Sosiaalisen turvallisuuden kokemusta voidaan rakentaa ryhmän toimintaan ja vuorovaikutukseen liittyvillä valinnoilla ja teoilla ja näin luottamus ryhmän jäsenten kesken vahvistaa turvallisuuden tunnetta (Lehtonen & Saaranen-Kauppinen 2020, 249–250).

Toinen kehittämiskysymys oli: Mistä maastopyöräilijän palvelukokemus muodostuu? Maastopyöräilijän palvelukokemus muodostuu saavutettavuudesta, sijainnista ja saatavuudesta. Matkakohteen pyöräreittien on oltava turvallisia ja monipuolisia. Tiedottaminen on oltava nopeaa ja ajantasaista sekä tapahtua monikanavaisesti. Pyöräilijän on löydettävä informaatio helposti. Pyörämatkan kesto on muutamia päiviä, joten matkakohteen on hyvä sijaita lähellä matkailijaa, ettei matkakohteeseen kulkemiseen kulu liikaa aikaa. Matkakohteen palveluiden saatavuus vaikuttaa myös palvelukokemukseen. Mitä enemmän palvelupaketin osia on saatavilla, sitä paremmaksi palvelukokemus matkakohteesta muodostuu. Hirvonen ym. (2020, 199–200) selittävätkin maastopyöräilyn suosion taustalla olevan helposti saatavilla olevat palvelut ja sille valmiiksi rakennetut puitteet.

Palvelukokemus on aina asiakkaan subjektiivinen näkemys palvelusta, koska asiakkaan omat ominaisuudet vaikuttavat palvelukokemukseen. Tutkimustulokset osoittivat, että maastopyöräilijä arvostaa terveyttä, perhettä ja henkistä hyvinvointia. Hän on elämäntyyliiltään kiireinen ja odottaa ja toivoo pyörämatkalta yhdessä oloa ja onnistumisen elämyksiä uudelta matkustusalueelta. Pyörämatkan on poistettava stressiä ja ladattava pyöräilijän henkisiä ja fyysisiä akkuja. Motiivina

pyörämatkalle toimii kaverit ja yhdessäolo, mutta myös terveys ja haasteet, joita pyöräreitti tarjoaa. Kuten Grönroos (2009, luku 4, Implisiittiset odotukset) toteaa asiakkaiden hiljaisista odotuksista, joita palveluntarjoajan on tärkeä huomioida. Asiakkaat eivät niitä tietoisesti ajattele, mutta ne kuitenkin vaikuttavat tyytyväisyyteen ja palvelutarjooman suunnitteluun.

Kolmas kehittämiskysymys oli: Miten maastopyöräilijän palvelutarjoomaa voidaan kehittää? Maastopyöräilijän palvelutarjoomaa voidaan kehittää tarjoamalla valmiita palvelupaketteja. Paketit voidaan luoda ydinpalvelun eli pyöräreitien ympärille. Mahdollistavat palvelut eli majoitus ja tukipalvelut kuten kuviossa 19 on esitetty yhdessä muodostavat tarjooman maastopyöräilijän tarpeiden tyydyttämiseksi. Palvelupaketit tarjoavat matalamman kynnyksen tehdä ostopäätös, kun palvelut on valmiiksi suunniteltu vastaamaan asiakastarpeita.

Palvelutarjoomaa voidaan kehittää myös tuomalla uusia tukipalveluita tarjolle. Tutkimustulokset osoittivat, että pyöräilijä arvostaa mahdollisuutta huoltaa omaa pyöräänsä sekä itseään pyöräretken jälkeen. Unohtuneiden välttämättömien pyörävarusteiden tilalle pitää olla tarjolla tilannetta helpottavia ratkaisuja: varaosia, valo, kartta, pumppu, juomapullo, kypärä ja ensiapupakkaus. Kuten Kotler, Armstrong ja Parment (2016, 256) toteavat on palveluntarjoajan ensin tunnistettava ydinpalvelu, jota asiakkaat etsivät ja sitten suunniteltava varsinainen palvelu ja löydettävä tapoja lisätä siihen palvelunomia luodakseen asiakasarvoa ja hyvän asiakaskokemuksen. Tutkimus osoitti, että palvelutarjooman kehittämisen lähtökohtana on pidettävä sitä, että kaikki palvelut löytyvät palvelukeskittymästä läheltä toisiaan. Iivari (2012, 26) onkin todennut, että matkailijat keskittyvät keskuksiin, joissa on saatavilla enemmän yrityksiä ja palvelutarjontaa.

Maastopyöräilijän arvolupauksen on ratkaistava pyöräilijän liikunnallisia haasteita ja halua olla yhdessä muiden kanssa sekä terveyteen ja hyvinvointiin liittyviä tavoitteita. Matkakohteen on tarjottava onnistumisen elämyksiä ja keinoja nauttia luonnosta. Pyöräilijällä on tarve saavuttaa henkistä ja fyysistä hyvinvointia matkustaessaan. Palveluntarjoajan on ratkaistava puutteellisen varustautumisen ongelma ja ehkäistä tapaturmia. Maastopyöräilijä ei saavuta tavoitteitaan, mikäli pyöräreitti ei ole saavutettavissa. Kuten Osterwalder ja Pigneur (2010, luku 1.) toteavat arvolupaus luo valitulle asiakassegmentille arvoa erilaisten elementtien kautta, joita voivat olla lupaus asiakkaalle jonkin hänen ongelmansa ratkaisemisesta tai uuden palvelun tuomista markkinoille.

8 POHDINTA

Tämä kehittämistehtävä on tuotettu LUOTA-hankkeelle todelliseen tarpeeseen Pohjois-Pohjanmaan luontopalveluita tarjoavien maaseudun mikroyrittäjien ja palveluntarjoajien yhteiseen käyttöön. EU:n rahoittama aktivointihanke sai alkunsa koronapandemian alussa. Hanke kehittää luontopalveluita turvallisuuden elementit huomioiden. Koronapandemian takia luontomatkailuun kohdistuu paineita. Koska ulkomaille ei ole voinut matkustaa, ihmiset ovat liikkuneet kotimaassa käyttäen luontoa ja luontopalveluita. Luontoreittejä kuluttavat monet käyttäjät niin patikoijat kuin pyöräilijätkin vuoden ajasta riippumatta. Siitä kertoo kansallispuistojen jo osin kärsineet luontoreitit. Kasvaneet matkustajamäärät myös pyörämatkailussa kertovat, että luontopalveluiden kehittäminen on ajankohtaista.

Tällä kehittämistyöllä haluttiin tukea ja kasvattaa alueen toimijoiden mahdollisuuksia parantaa omaa liiketoimintaansa tarjoamalla maastopyöräilijöille parempia palveluita. Olin innostunut kehittämistyön aiheesta, koska harrastan itse maastopyöräilyä ja olen tutustunut alueen matkakohteiden palvelutarjontaan jo useamman vuoden ajan. Luen itseni harrastajana siihen ryhmään, joka ottaa välillä kartan mukaan ja menee pyörällä metsään omille poluille. Nämä taustatekijät helpottivat kehittämistyön tekemistä. Tuloksia tulkittaessa oli kuitenkin pidettävä mielessä ajatus siitä, että suhtautuu tuloksiin objektiivisesti eikä osana maastopyöräilijöiden toimintakulttuuria.

Keväällä 2021 kehittämistehtävän alkaessa palvelumuotoilu kurssilta oli selvää, että tämän työn tavoitteena on asiakasymmärryksen hankkiminen ja asiakasprofiilien kehittäminen. Muiden opiskelijoiden kanssa yhdessä aloitettua kehittämistehtävää tuntui aluksi haastavalta jatkaa yksin. Prosessissa oli ollut mukana muita opiskelijoita, ja palvelumuotoilukurssin jälkeen jatkotoimenpiteet supistuivat minun toimintani varaan. Haastattelut suoritettiin ennen tämän kehittämistehtävän teoreettisen viitekehyksen esittämistä, minkä vuoksi suunnan löytäminen keväällä 2021 jatkotoimenpiteille oli hankalaa. Palvelumuotoilu-kurssilla oli kehitetty turvallista maastopyöräilyä ohjelmopalveluiden palvelupolkuna. Kevään ja kesän aikana 2021 hankin asiakasymmärrystä lisää, jonka jälkeen viitekehys ja kehittämiskysymykset alkoivat kuitenkin muotoutumaan oikeaan muotoonsa. Aloitusseminaarin pitäminen venyikin lokakuulle 2021. Alku syksystä kehittämistehtävää päätettiin laajentaa palvelutarjooman kehittämiseen, koska löytyi halua tutkia aihetta lisää ja LUOTA-hankkeelta tuli signaali laajentaa tehtävää. Sen perusteella päätin järjestää työpajan marraskuussa.

Loppuvuoden 2021 aikana rakensin viitekehyksen kokonaan ja aloitin aineiston analysoinnin. Aloit-
tus- ja ohjausseminaarin väliin jäi lopulta kaksi kuukautta aikaa.

Kehittämistehtävän aihealueen lähdemateriaalia oli vähän tarjolla turvallisuudesta. Suurin osa tur-
vallisuuteen löydetyistä lähteistä liittyi palveluntarjoajan näkökulmaan eli siihen mitä fyysistä palve-
luntarjoaja voi tehdä turvallisuutta parantaakseen. Turvallisuutta ja sen kokemista ei ole tutkittu
vielä asiakkaan näkökulmasta luontomatkailussa. Matkailun turvallisuutta on tutkittu ja siitä löytyvä
aineisto on siirrettävissä luontomatkailuunkin.

Kehittämistehtävän viitekehyyksessä mainittuihin turvallisuuden käsitteisiin ja osa-alueisiin maasto-
pyöräilijän näkökulmasta saatiin selville, että turvallisuus on fyysistä ja sosiaalista turvallisuutta.
Turvallisuus koetaan subjektiivisesti. Tutkimuksesta selvisi, että psyykkisellä turvallisuudella ei ole
merkitystä maastopyöräilijän kannalta. Usein pyöräillään tutun porukan kanssa, joten pyöräilijä ko-
kee olevansa turvassa ryhmässä ja tietää muiden hyväksyvän hänet. Aloitteleva pyöräilijä puoles-
taan luottaa ohjelmapalvelun oppaan ammattitaitoon niin paljon, että kokee olevansa turvassa op-
paan johtaessa ryhmää. Kuluttajaturvallisuuslain mukaan palvelutarjoajalla on huolellisuusvelvoite
tuottaa turvallisia palveluita ja ylläpitää turvallisuusasiakirjoja, joten pyöräilijä luottaa todennäköi-
sesti siihen, että laki ohjaa ohjelmapalveluita turvalliseen toimintaan eikä pyöräilijän tarvitse turval-
lisuudesta huolehtia. Tutkimus osoitti, että tiedottamisella on myös vaikutusta turvallisuuskokemuk-
seen, mutta myös palvelukokemukseen. Pyöräilijä haluaa infoa matkakohteesta ennakkoon, reit-
tiopastuksen on oltava maastossa kunnossa ja matkakohteessa saatavilla olevat palvelut pyöräili-
jän tiedossa.

Yksi kehittämistehtävän kysymyksistä oli mistä maastopyöräilijän palvelukokemus muodostuu. Tut-
kimuksen avulla löydettiin vastauksia tähän. Näiden tunnistettujen luvussa 7 mainittujen palveluko-
kemuksen elementtien perusteella alueen toimijat voivat kehittää maastopyöräilijän persoonaa vas-
taavia palveluita. Palvelukokemusta suunniteltaessa on hyvä tietää, kuka on asiakas ja miten asi-
akkaan persoona vaikuttaa kokemukseen sekä miten palvelua voidaan muokata niin, että se sopii
asiakkaan persoonallisiin piirteisiin. Palvelukokemukseen vaikuttaa asiakas ja palvelu, mutta pal-
velukokemus syntyy vuorovaikutuksessa asiakkaan ja palvelun välillä. Tässä kehittämistehtävässä
vuorovaikutusta ei tutkittu, koska palveluntarjoajat oli rajattu kehittämistehtävän ulkopuolelle. Sen
sijaan Aila Aloittajan ja Aki Aktiivin asiakasprofiilit kuten myös arvolupaus auttavat LUOTA-hanketta
ja alueen toimijoita palveluiden kehittämistyössä eteenpäin.

Palvelutarjooman kehittämiseen tutkimuksessa löydettiin kehittämistyön viitekehyksessäkin esille nostettu peruspalvelupaketti. Sen pohjalta alueen mikroyrittäjät ja palveluntarjoajat voivat kehittää omaa palvelutarjontaansa joko yksin tai verkostoituen. Palvelutarjooman tukipalveluihin löydettiin uusia kehittämissideoita, joita olivat pyöränhuoltotilat ja lukitut pyöräparkit. Tutkimuksen osoittamat liikunnan jälkeinen palautuminen, ruoka ja sauna eivät sinällään mielestäni ole uutta tietoa. Tutkimus kuitenkin vahvisti niiden tärkeyden maastopyöräilijän palvelutarjoomassa. Pyöräillessä tarvitaan taukopaikkoja ja evästä. Matkakohteesta on hyvä löytyä paikka, josta voi ostaa taukoevästä, pieniä pyöränhuoltovälineitä ja ensiapupakkaus.

Maastopyöräilyä enemmän harrastavana oletin ennen tutkimuksen aloittamista, että pakettimatkat eivät kiinnosta omatoimipyöräilijöitä vaan he suunnittelevat kaiken matkaan liittyvän itse. Tutkimus kuitenkin osoitti, että pakettimatkojen tarjonnalla on merkitystä myös omatoimipyöräilijälle matkakohdetta valittaessa. Pyöräilijä etsii vaivattomuutta ja helppoutta palvelujen suhteen, mutta pyöräreitti saa haastaa häntä. Maastopyöräilijä hakee luonnosta hyviä maisemia ja monipuolisia reittejä, joten palveluntarjoajan suunnitelmassa reittiä on hyvä ottaa nämä asiat turvallisuuden ohella huomioon. Työpajassa nousikin esille yksi kehitysehdotus reittiturvallisuuteen liittyen. Luontoreiteillä on usein pitkospuita. Pitkospuiden alkupää on puun sahaamisen johdosta terävä. Mikäli reitin ensimmäinen ja viimeinen pitkospuu viistettäisiin päästä, pyöränrenkas ei tökkäisi siihen niin helposti ja aiheuttaisi vaaratilannetta ja mahdollisesti pyöräilijän kaatumista.

8.1 Tutkimuksen luotettavuus

Luotettavuus tutkimuksellisessa kehittämistehtävässä kohdistuu tutkimusmenetelmiin, tutkimusprosessiin ja tutkimustuloksiin. Luotettavuutta lähestytään perinteisesti reliabiliteetin ja validiteetin käsitteiden kautta. Laadullisessa tutkimuksessa käytetään myös vakuuttavuuden käsitettä. Ennen kaikkea luotettavuus kehittämistoiminnassa tarkoittaa kuitenkin käyttökelpoisuutta ja sitä, että tiedosta on hyötyä. (Toikko & Rantanen 2009, 121–122.)

Palvelumuotoilu lähestymistapana sopi tähän kehittämistehtävään hyvin ollen käyttäjäkeskeinen ja osallistava. Prosessimallina tuplatimantti antoi mahdollisuuden palata kehittämistehtävässä taaksepäin ja tarkentaa tutkittavia asioita. Aineistonkeruumenetelmiä oli riittävästi asiakasymmärryksen hankkimiseksi: haastattelut, netnografia ja työpaja.

Haastattelukysymykset laadittiin ennen kuin LUOTA-hanketta oli käynnistetty kunnolla. Hanke määritteli kaikille hankkeessa työskenteleville yhteiset haastattelukysymykset myöhemmin. Hankkeen yhteiset haastattelukysymykset olivat erilaisia ja tätä puutetta korjattiin myöhemmin käyttämällä hyödyksi empatiakarttaa niiden asioiden osalta, joihin ei saatu vastausta haastattelulla. Haastateltavia oli tutkimuksen luotettavuuden kannalta riittävästi, ja he edustivat aloittelevia pyöräilijöitä molemmista sukupuolista. Haastattelukysymykset oli mietitty palvelumuotoilukurssilla neljän opiskelijan voimin ja ne antoivat vastauksia tutkimuskysymyksiin. Vastauksista ei ollut mahdollisuutta tunnistaa henkilöitä ja haastatteluaineisto hävitettiin heti excel-taulukoinnin jälkeen. Haastattelukysymykset tarkistettiin LUOTA-hankkeessa mukana olevan Oulun ammattikorkeakoulun opettajan toimesta ja koehaastattelu suoritettiin ennen varsinaisia haastatteluja. Haastattelun aikana haastattelijat pystyivät tarkentamaan vielä vastauksia. Vastaukset jokainen opiskelija lisäsi excel-taulukkoon itsenäisesti. Tämä on syytä huomioida luotettavuutta arvioitaessa, koska opiskelijat saattoivat ajatella kysymykset eri tavoin varsinkin, jos haastateltava vaati niihin tarkennuksia. On hyvä tuoda esille myös ajatus siitä, että eri haastattelija voi saada samalta haastateltavalta eri vastauksia edellä mainitun syyn takia. Tätä asiaa pyrittiin kuitenkin korjaamaan sillä, että kysymykset käytiin yhdessä opiskelijoiden kanssa läpi ja pyrittiin löytämään yhteinen ymmärrys siitä, mitä kysymyksillä tarkoitettiin.

Havainnoitavat webinaarit olivat vastuullisten toimijoiden järjestämiä ja niissä esitetyt puheenvuorot ammattilaisten puheenvuoroja. Tulkinvaraa puheenvuoroista ei havainnoinnin perusteella noussut esille. Tutkimusprosessissa tuotiin esille selvästi myös Ellare Oy:n tutkimuksen osien hyödyntäminen. Webinaareista saatu tieto lisäsi asiakasymmärrystä ja päätin järjestää vielä työpajan omatoimipyöräilijöille, jotta tutkimus olisi luotettavampi ja vastaisi kehittämiskysymyksiin paremmin. Työpajan järjestäminen oli osa YAMK-opintojen fasilitointikurssia, jonka suorittamisen vaatimuksena oli työpajan videointi. Videot olivat siten minun lisäksi fasilitointikurssin opettajan ja kurssin vertaisarvioijan käytössä. Osallistujilta kysyttiin lupa videoinnille ja kerrottiin, mihin niitä käytetään, kuka niitä katselee ja miten videot hävitetään. Tämän kehittämistehtävän ajan videot olivat suojatun salasanan takana. Osallistujille kerrottiin, että materiaali hävitetään kehittämistehtävän valmistumisen jälkeen.

Työpaja onnistui kokonaisuudessaan hyvin. Osallistujat saatiin osallistettua työpajan tehtäviin eikä saadun palautteen perusteella kenellekään jäänyt negatiivista tuntemusta työpajan jälkeen. Työpajassa vallitsi rento tunnelma, mikä johtui osin siitä, että osallistujat olivat tuttuja keskenään. Jos osallistujat olisivat olleet toisilleen tuntemattomia, työpaja ei olisi onnistunut niin hyvin. Työpajan

luotettavuutta arvioitaessa on syytä muistaa, että esimerkiksi osallistujien mieliala vaikuttaa ideoiden syntymiseen. Jos en olisi saanut luotua avointa ja positiivista ilmapiiriä työpajan tulokset olisi voineet olla erilaisia. Kuten Toikko & Rantanen (2009, 123) mainitsevat, ryhmäprosessin aikaansaaminen samanlaisena ei uudella ryhmällä ole itsestäänselvyys, sillä prosessiin vaikuttavat muun muassa jäsenten yksilölliset tekijät.

Toikko & Rantasen (2009, 125) mukaan laadullisessa tutkimuksessa reliabiliteettia ja validiteettia korvataan vakuuttavuuden käsitteellä, jolla tarkoitetaan, että tutkijan on näytettävä aineistonsa ja argumentaationsa mahdollisimman avoimesti. Tässä kehittämistehtävässä tutkimusaineistoa kertyi paljon ja välillä kehittämiskysymysten kannalta olennaisen erottaminen aineistosta tuntui vaikealta. Sisällönanalyysin tekeminen tutkimusseinän avulla kuitenkin helpotti aineiston käsittelyä ja tulosten tulkintamista. Koen tämän parantaneen tutkimuksen luotettavuutta. Aaltio & Puusa (2020, luku 5, Luotettavuustarkastelu tutkimusprosessin eri vaiheissa) toteavatkin, että tutkijan haasteellinen tehtävä on nostaa abstraktiotasoa niin, että aihetta tarkastellaan käsitteellisemmin ja teoreettisemmin, jotta tutkimustulos ei perustuisi yksittäisiin havaintoihin arkitietoon vertautuen.

Kehittämistehtävän tutkimusprosessi pyrittiin esittämään luvussa 5 mahdollisimman avoimesti. Haastattelukysymykset on esitetty työn liitteenä sekä niiden analysointitapa excel-taulukossa. Työpajan ryhmien tulokset, unelmien pyörämatkat, on myös tuotu luvussa 5 esille. Luotettavuutta arvioitaessa on huomioitava, että toinen tutkija voi tehdä samasta aineistosta erilaisen tulkinnan. Sen takia tutkimusaineisto on pyritty tuomaan avoimesti ja läpinäkyvästi esille ja kehittämistehtävä on suoritettu huolellisesti ja tarkasti.

Kehittämistoiminnassa luotettavuus tarkoittaa käyttökelpoisuutta eli sitä, että tutkimuksen tulokset ovat hyödynnettävissä (Toikko & Rantanen 2009, 125). Tämän kehittämistehtävän tulokset, asiakasprofiilit, arvolupaus ja palvelutarjooma, ovat kaikkien Pohjois-Pohjanmaan toimijoiden käytettävissä. Tulosten levittämisestä vastaa LUOTA-hanke. Tutkimustulokset ovat siirrettävissä alueesta riippumatta kaikkien sellaisten luontopalveluita tarjoavien toimijoiden käyttöön, jotka haluavat kehittää maastopyöräilijälle suunnattuja palveluita.

8.2 Jatkotutkimus- ja kehitysehdotuksia

Kehittämistyön tutkimustulosten perusteella ehdottaisin jatkotutkimusaiheeksi maastopyöräilijän talvipyöräilyn kehittämistä. Miten pyöräilijät saataisiin aktivoitua myös talvipyöräilyyn? Työpajassa selvisi, että maastopyöräilyä harrastetaan mieluummin kesäisin, koska reitit ovat monipuolisemmat ja pukeutuminen helpompaa. Moni pyöräilijä hiihtää sydäntalvella ja aktivoituu pyöräilyyn sitten keväthangille. Toinen jatkotutkimuksen aihe voisi olla nyt kehitetyn palvelutarjoamaan testaaminen ja sen selvittäminen oliko tarjoomalla millaisia vaikutuksia alueen mikroyrittäjien ja luontomatkailutoimijoiden liiketoimintaan.

Tutkimustulosten perusteella alueen toimijat voisivat kehittää palvelutarjoomaansa tuotteistamalla palvelupaketit erilaisten maastopyöräilijä -tyyppien mukaan. Aloitteleva pyöräilijä tarvitsee ohjelmaa palvelun palveluita ja pyöräreitin pituus on hänelle lyhyempi. Omatoimipyöräilijä pyöräilee merkityillä reiteillä ja pyörämatkat maastossa ovat pidempiä. Lisäksi ovat ne pyöräilijät, jotka suunnistavat metsään kartan ja kompassin kanssa. He kuuluvat kuitenkin vielä vähemmistöön. Selvästi suunta pyöräilijöiden kesken on kumminkin sellainen, että haetaan koskematonta luontoa. Tähän todennäköisesti liittyy ne haasteet ja elämykset, joita pyöräilijä luonnosta hakee.

Työpajan tutkimustulokset osoittivat, että matkakohteessa on oltava pyöräreitti ja kahvila, josta saa jäätelöä. Tällä tarjoomalla pyöräilijä on jo valmis matkustamaan matkakohteeseen. Alueen palveluntarjoajat voisivat ottaa myös käyttöön mahdollisuuksiensa mukaan Pyöräilykuntien verkoston ja Pyörämatkakeskuksen vuonna 2020 kehittäneen Tervetuloa pyöräilijä -tunnuksen. Tunnus on maksuton ja sitä voi hakea Pyörämatkakeskukselta. Tunnuksen avulla voidaan viestiä pyöräilijöille paremmista palveluista ja toivottaa heidät tervetulleiksi. Tunnuksen avulla pyöräilijät löytävät yritykset, jotka täyttävät pyöräily-ystävällisyyden kriteerit. Kuviossa 20 on näkyvillä Tervetuloa pyöräilijä -tunnus. (Bikeland.fi 2021b.)



Kuvio 20. Tervetuloa pyöräilijä -tunnus (Bikeland.fi 2021b).

LÄHTEET

Aaltio, Iiris & Puusa Anu 2020. Mitä laadullisen tutkimuksen arvioinnissa tulisi ottaa huomioon? Teoksessa Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät (toim. Anu Puusa, Pauli Juuti). Gaudeamus, luku 5. Hakupäivä 1.11.2021. Ellipsislibrary. Vaatii käyttöoikeuden.

Arantola, Heli & Simonen, Kimmo 2009. Palvelemisesta palveluliiketoimintaan. Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana. Tekesin katsaus 256/2009. Helsinki. Hakupäivä 16.11.2021. https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/palvelemisesta_palveluliiketoimintaan.pdf

Bikeland.fi 2021a. Suomen pyörämatkailun koti. Bikeland.fi. Hakupäivä 29.10.2021. <https://www.bikeland.fi/>

Bikeland.fi 2021b. Tervetuloa pyöräilijä -tunnus. Bikeland.fi. Hakupäivä 5.2.2022. <https://www.bikeland.fi/tervetuloapyorailija>

Design Council 2021a. What is the framework for innovation? Design Council's evolved Double Diamond. Hakupäivä 10.11.2021. <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>

Design Council 2021b. Eleven Lessons Design Council. The design process, 6–25. Hakupäivä 8.11.2021. [https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Eleven-Lessons_Design_Council%20\(2\).pdf](https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/Eleven-Lessons_Design_Council%20(2).pdf)

Design Council 2021c. Design methods for developing services. Hakupäivä 12.11.2021. https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/DesignCouncil_Design%20methods%20for%20developing%20services.pdf

Ellare 2021. Pyörämatkailu. Ellare. Hakupäivä 28.10.2021. https://static1.squarespace.com/static/5fb228e22793831154c39587/t/603c9982a3f9d81e9741bc47/1614584197462/Ellare_Py%C3%B6r%C3%A4matkailututkimus+2020.pdf

Fischer, Merja & Vainio, Satu 2014. Potkua palvelubisnekseen. Asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki: Talentum.

Grönroos, Christian 2015. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 5. painos. Suom. Maarit Tillman. Helsinki: Talentum. Hakupäivä 16.11.2021. Elliblibrary. Vaatii käyttöoikeuden.

Hallikainen, Ville, Sievänen, Tuija, Tuulentie, Seija & Tyrväinen, Liisa 2014. Luonto kokemusten ja elämysten lähteenä. Teoksessa Hyvinvointia metsästä (toim. Liisa Tyrväinen, Mikko Kurttila, Tuija Sievänen, Seija Tuulentie). Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura, 36–47.

Helsinkikanava 2020. Mistä muodostuu onnistunut turvallisuuskokemus tapahtuma- ja matkailualalla. Webinaaritallenne 15.6.2020. Hakupäivä 24.11.2021. <https://www.helsinkikanava.fi/fi/web/helsinkikanava/player/vod?assetId=58800352>

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2015. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus. Hakupäivä 11.11.2021. Elliblibrary. Vaatii käyttöoikeuden.

Hirvonen, Matti, Ojajarvi, Sanna & Tulenheimo, Martti 2020. Pyöräilyn ilo. Monta hyvää syytä pyöräillä. Helsinki: Minerva Kustannus Oy.

Hyysalo, Sampsa 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä Tieto, tutkimus, menetelmät. Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B 97. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu. Hakupäivä 22.11.2021. <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/11826/isbn9789515583017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hämäläinen, Kai, Vilkka, Hanna & Miettinen Satu 2011. Palvelumuotoilu. Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen (toim. Satu Miettinen). Helsinki: Teknologiateollisuus ry, Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Savonia-ammattikorkeakoulu, Kuopion Muotoiluakatemia.

Iivari, Pekka 2012. Matkailun turvallisuus. Globaalit muutokset – paikalliset vaikutukset. Rovaniemen ammattikorkeakoulun julkaisusarja D nro 8. Hakupäivä 29.10.2021. <https://matkailu.luc.fi/loader.aspx?id=6a01c43a-d21a-4ea9-a871-b63267d0f26b>

livari, Pekka 2021. Palvelujen turvallisuus -webinaari 19.8.2021. Hakupäivä 30.10.2021. https://www.youtube.com/watch?v=mVTej_0KW84

Jaakola, Elina, Orava, Markus & Varjonen Virpi 2009. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua. Opas yrityksille. 4.painos. Helsinki: Tekes. Hakupäivä 30.11.2021. <https://www.keuke.fi/client/keuke2017/userfiles/palvelujen-tuotteistamisesta-kilpailuetua.pdf>

Jänkälä, Susanna 2019. Matkailun toimialaraportti. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:3. Työ- ja elinkeinoministeriö. Hakupäivä 20.12.2021. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM_3_2019_Matkailun_toimialaraportti.pdf

Koivisto, Mikko, Säynäjäkangas, Johanna & Forsberg, Sofia 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Alma Talent Oy. Hakupäivä 6.11.2021. Bisneskirjasto. Vaatii käyttöoikeuden.

Kotler, Philip, Armstrong Gary & Parment, Anders 2016. Principles of marketing. Scandinavian edition. 2 nd edition. United Kingdom: Pearson Education Limited.

Kuluttajaturvallisuuslaki 920/2011. Hakupäivä 23.11.2021. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110920>

Lehtonen, Kai & Saaranen-Kauppinen, Anita 2020. Turvallisuus seikkailukasvatuksen oppimisprosessissa. Teoksessa Seikkailukasvatusta Suomessa, pedagogisia ja didaktisia näkökulmia (toim. Seppo J. A Karppinen, Maarit Marttila, Anita Saaranen-Kauppinen). Humanistinen ammattikorkeakoulu julkaisuja 97. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu, 246–259. Hakupäivä 22.11.2021. <https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2020/01/seikkailukasvatusta-suomessa-outdoor-adventure-education-in-finland.pdf>

Limnell, Jarno, Majewski, Klaus & Salminen, Mirva 2014. Kyberturvallisuus. Jyväskylä: Docendo.

Mannola, Max, Aavajoki, Saara, Koramo, Marika, Lamuela Carlos & Päivänen, Jani 2021. Kävelyn ja pyöräilyn edistämisen mahdollisuudet ja esteet. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2021:53. Helsinki: Valtioneuvoston kanslia. Hakupäivä 5.12.2021. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-383-398-2>

Marski, Lea 2021. Matkailun suuntana kestävä ja turvallinen tulevaisuus. TEM toimialaraportit 2021:1. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. Hakupäivä 24.11.2021. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162841/TEM_2021_01_t.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Maurice, Pierre, Lavoie, Michel, Levaque Charron, Renée, Chapdeleine, Antoine, Bélanger Bonneau, Hélène, Svanström, Leif, Laflamme Lucie, Andersson Ragnar & Romer, Claude 1998. Safety and safety promotion. Conceptual and operational aspects. World Health Organization. Hakupäivä 21.12.2021. https://www.inspq.gc.ca/sites/default/files/publications/150_securitypromotion.pdf

Muoti- ja urheilukauppa 2021. Korona vauhditti vihreää siirtymää liikkumisessa – suomalaiset siirtyvät vauhdilla polkupyörän käyttäjiksi. Hakupäivä 28.10.2021. <https://www.muotijaurheilukauppa.fi/2021/04/09/korona-vauhditti-vihreaa-siirtymaa-liikkumisessa-suomalaiset-siirtyvat-vauhdilla-polkupyoran-kayttajiksi/>

Müller- Roterberg, Christian 2018. Handbook of design thinking. Tips & tools for how to design thinking. Kindle Direct Publishing. Hakupäivä 26.11.2021. https://www.researchgate.net/publication/329310644_Handbook_of_Design_Thinking

Mäennenä, Jukka 2016. Suuri suomalainen pyöräkirja. Helsinki: Readme.fi.

Ojasalo, Katri, Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2018. Kehittämistyönmenetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3.–5. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves 2010. Business model generation. A handbook of visionaries, game changers and challenger. New Jersey: John Wiley & Sons. Hakupäivä 27.2.2022. Learning O'reilly library. Vaatii käyttöoikeuden.

Osterwalder, Alexander, Pigneur, Yves, Bernarda, Greg & Smith, Alan 2014. Value proposition design. How to create products and services customer want. New Jersey: John Wiley & Sons. Hakupäivä 18.11.2021. Learning O'reilly library. Vaatii käyttöoikeuden.

Oulun ammattikorkeakoulu 2021. LUOTA Etusivu. Hakupäivä 28.10.2021. <https://www.oamk.fi/fi/tutkimus-ja-kehitys/tki-ja-hanketoiminta/luota>

Paavola, Heli i& Uusikylä, Marjo 2013. Rajatonta rohkeutta. Tarinoita palveluliiketoiminnan edelläkävijöistä. Tekes. Hakupäivä 20.11.2021. http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/raijatonta_rohkeutta.pdf

Palvelumuotoilu Palo 2021. Palvelumuotoilun menetelmä – asiakaskuvaukset. Hakupäivä 22.1.2022. <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-menetelma-asiakaskuvaukset/>

Pedagogiikkaa netissä 2021. Sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun. Hakupäivä 26.11.2021. https://peda.net/jao-ammattillinen/jamsa/yrittajyys/tuotteistaminen/materiaalit/pt:file/download/d022f8992574c804db9ace5df3b20748818218c8/Sivistystoimen_tyokalupakki_palvelumuotoiluun2.pdf

Perkiö, Johannes 2021. Onnelliset ihmiset ulkona. Reittikehitys liiketoiminnan näkökulmasta. Esitelmä Tulokulmia pyörämatkailun kehittämiseen, tuotteet ja palvelut webinaarissa 24.9.2021. Hakupäivä 24.9.2021. <https://youtu.be/K5eJV8wB57o>. Kuvakaappaus kohdasta 02:19:03.

Petäjäistö, Leena & Selby, Ashley 2014. Luontomatkailu ja virkistyskäyttö yritystoimintana. Teoksessa Hyvinvointia metsästä (toim. Liisa Tyrväinen, Mikko Kurttila, Tuija Sievänen, Seija Tuulentie). Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura, 129–140.

Pitkäranta, Ari 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Työkirja ammattikorkeakouluun. e-Oppi Oy. Hakupäivä 10.11.2021. Ellipsislibrary. Vaatii käyttöoikeuden.

Puusa, Anu & Juuti, Pauli 2020a. Laadullisen tutkimuksen tieteenfilosofinen tausta. Teoksessa Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät (toim. Anu Puusa, Pauli Juuti). Gaudeamus, luku 1. Hakupäivä 1.11.2021. Ellipsislibrary. Vaatii käyttöoikeuden.

Puusa, Anu & Juuti Pauli 2020b. Laadullisen tutkimuksen olemus. Teoksessa Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät (toim. Anu Puusa, Pauli Juuti). Gaudeamus, luku 2. Hakupäivä 1.11.2021. Ellipsislibrary. Vaatii käyttöoikeuden.

Puusa, Anu 2020. Näkökulmia laadullisen aineiston analysointiin. Teoksessa Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät (toim. Anu Puusa, Pauli Juuti). Gaudeamus, luku 5. Hakupäivä 15.1.2022. Ellipsislibrary. Vaatii käyttöoikeuden.

Reilu matkailu 2021a. Mitä on reilu matkailu? Reilun matkailun yhdistys. Hakupäivä 22.11.2021. [Mitä on reilu matkailu? - Reilun matkailun yhdistys](#)

Reilu matkailu 2021b. Reilun matkailijan ohjeet. Reilun matkailun yhdistys. Hakupäivä 22.11.2021. <https://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/>

Saarijärvi, Hannu & Puustinen, Pekka 2020. Strategiana asiakaskokemus. Miksi, mitä, miten? Jyväskylä: Docendo Oy. Hakupäivä 20.12.2021. Ellipsislibrary. Vaatii käyttöoikeuden.

Stickdorn, Marc & Schneider, Jakob 2011. This is service design thinking. Basic, tools, cases. Amsterdam: BIS Publishers. Hakupäivä 9.11.2021. Ebook Central. Vaatii käyttöoikeuden.

Stickdorn, Marc, Hormess, Markus, Lawrence, Adam & Schneider, Jakob 2018. This is service design methods. A companion to this is service design doing. First edition. O'Reilly Media. Hakupäivä 16.1.2022. Learning O'reilly library. Vaatii käyttöoikeuden.

Tekes 2010. Palveluliiketoiminnan sanasto. Helsinki: Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus. Hakupäivä 25.11.2021. https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/palveluliiketoiminnan_sanasto.pdf

Tikka, Ville & Gävert, Nuppu 2014. Arvon luonnin uusi aalto. Näin rakennetaan tämän vuosisadan arvokkaimmat yritykset. Tekesin katsaus 309/2014. Helsinki. https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/arvonluonnin_uusi_aalto_309_2014.pdf

Toikko, Timo & Rantanen, Teemu 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Näkökulmia kehittämisprosessiin, osallistamiseen ja tiedontuotantoon. 3.korjattu painos. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy. Hakupäivä 1.11.2021. https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/100802/Toikko_Rantanen_Tutkimuksellinen_kehittamistoiminta.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tolvanen, Jukka 2012. Kohtaaminen. Ymmärrä kohderyhmääsi. Helsinki: Talentum.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi. Hakupäivä 15.1.2022. Ellibsislibrary. Vaatii käyttöoikeuden.

Tuulaniemi, Juha 2011. Palvelumuotoilu. Alma Talent. Hakupäivä 8.11.2021. Ellibsislibrary. Vaatii käyttöoikeuden.

Tyrväinen, Liisa, Kurttila, Mikko, Sievänen, Tuija & Tuulentie, Seija 2014. Ihmisiä metsässä. Teoksessa Hyvinvointia metsästä (toim. Liisa Tyrväinen, Mikko Kurttila, Tuija Sievänen, Seija Tuulentie). Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura, 9–16.

Vilka, Hanna 2021a. Näin onnistut opinnäytetyössä. Ratkaisut tutkimuksen umpikujiin. Jyväskylä: PS-kustannus. Hakupäivä 11.11.2021. Ellibsislibrary. Vaatii käyttöoikeuden.

Vilka, Hanna 2021b. Tutki ja kehitä. 5. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus. Hakupäivä 2.11.2021. Ellibsislibrary. Vaatii käyttöoikeuden.

Väärälä, Hannu 2021. Ylitarkastaja. Tukes. Turvallisuus luontomatkailussa. Teoriasta käytäntöön!. Webinaaritallenne 3.11.2021. Hakupäivä 24.11.2021. <https://www.businessfinland.fi/ajankoh- taista/tapahtumat/visit-finland/2021/turvallisuus-luontomatkailussa-teoriasta-kaytanton>

Williams, Karen, Lindsay 2006. Personas in the design proses. A tool for understanding others. Georgia Institute of Technology. Väitöskirja. Hakupäivä 25.11.2021. https://smartech.gatech.edu/bitstream/handle/1853/11623/Williams_Ka- ren_L_200608_Mas.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Yle 2021. Poliisi tehostaa valvontaa Nuuksion kansallispuistossa. Metelöintiä, roskaamista ja lait- tomia tulipaikkoja. Uutinen 16.7.2020. Hakupäivä 30.10.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-11451920>

Ympäristöministeriö 2021. Tiedote 15.6.2021. Luonnon virkistyskäyttöön kaivataan lisää opastusta ja kannustusta. Hakupäivä 30.11.2021. <https://ym.fi/-/luonnon-virkistyskayttoon-kaivataan-lisaa- opastusta-ja-kannustusta>

LIITTEET

Yrittäjien haastattelurunko liite 1

Teemahaastattelurunko liite 2

Palvelumuotoilukurssin asiakasprofiilit liite 3

Ellare Oy:n pyörämatkailututkimus liite 4

Työpajan suunnitelma liite 5

Miten maastopyöräilyn liittyvien palveluiden kysyntä on muuttunut viimeisen 1-2 vuoden aikana?

Mitkä asiat näette toimintaympäristössä suurimpana uhkina?

Mitä plussaa?

Mihin asioihin toivoisitte parannusta toimintaympäristössä?

Mitkä ovat tavoitteet maastopyöräily palvelun osa-alueella?

Mitkä ovat suurimmat käyttäjäryhmät?

Miten turvallisuus näkyy palvelussanne?

Koetteko, että palveluiden turvallisuuteen liittyvä viestintä on asiakkaan näkökulmasta tärkeää?

Voisiko näkyvä turvallisuusviestintä mielestänne toimia osana palvelun markkinointia?

Tausta

(Sukupuoli/ikä)

Asuinpaikka, asuinmuoto? OKT, RT, KT

Koulutus ja nykyinen työtehtävä?

Perhetilanne, mikäli on lapsia niin minkä ikäisiä?

Miten vietät vapaa-aikaasi? Koetko olevasi vapaa-ajalla sosiaalisesti aktiivinen vai nautitko vapaa-ajasta mieluummin yksin/oman perheesi kanssa?

Onko sinulla harrastuksia ja jos on niin millaisia? Mitä tahansa, hoksautus!

Minkä vuoksi harrastat juuri kyseisiä asioita?

Mitä haluaisit harrastaa, miksi et harrasta?

Arvot

Mikä on sinulle elämässä tärkeää?

Onko jotain tulevaisuudenhaaveita, joita haluaisit toteuttaa?

Onko sinulla pelkoja tulevaisuudesta, jos on niin millaisia?

Koetko elämäsi olevan taloudellisesti vakaata?

Liikunta

Mikä on ollut elämäsi paras liikuntakokemus ja mikä siitä teki sellaisen?

Tarjoaako työnantajasi sinulle liikuntaedun? Mihin käytät sitä?

Mikä motivoi sinua liikkumaan?

Mikä saisi sinut kokeilemaan liikuntalajia, jota et ole ennen kokeillut?

Kenen kanssa kokeilisit uutta liikuntalajia?

Miten vuodenaajat vaikuttavat liikuntatottumuksiisi?

Mistä haet tietoa eri liikuntamahdollisuuksista?

Oletko käyttänyt joskus ohjattuja luontomatkailupalveluita missä tahansa lajissa?

Miten luontomatkailupalveluja tarjoava yritys voisi motivoida sinua käyttämään palvelua?

Pyöräily

Toteamus: maastopyöräilyn suosion kasvua viime aikoina

Oletko ajanut maastopyörällä? Vain kokeillut, maastopyöräillyt jonkin verran, aktiiviharrastaja?

Kokeilisitko maastopyöräilyä mieluiten? TYKY, LOMAMATKA, KOTISEUTU

Millaiset olisivat mielestäsi ihanneolosuhteet luonnossa pyöräilyyn? Kuvaile ihanneti-
lanne.

Mitä toivoisit hyvältä maastopyöräilyreitiltä (ensimmäisenä) maastopyöräilykokemuk-
sena?

Turvallisuus

Mitä turvallisuus tarkoittaa sinulle?

*Arvoa – Vaarattomuutta - Sisäistä tasapainoa – Huolista vapaata olotilaa - Hyvänolon-
tunnetta - Itsestänselvyyttä - Luottamusta*

Haluaisitko nähdä ajettavan maastopyöräireitin virtuaalisena ennen varsinaista maasto-
pyöräilyä?

Kokisitko tärkeänä saada turvallisuusohjeet sähköpostitse etukäteen ennen varsinaista
maastopyöräilyä?

Mitä pidät suurimpana turvallisuusriskinä retken aikana?

Minkä ikäiselle lapselle näkisit maastopyöräilyn olevan turvallista? Miksi?

Ajatteletko maastopyöräilyn olevan lajina sosiaalisesti turvallinen?

Millaista neuvontaa ja opastusta toivoisit ohjaajalta maastopyöräilyä edeltävästi? Koki-
sitko henkilökohtaisen neuvonnan ja opastuksen tärkeänä?

Kokisitko tärkeänä tiedot välineistä ennen palvelun ostopäätöstä?

Kuinka paljon retkiohjaajan läsnäolo vaikuttaa turvallisuudentunteeseesi retken aikana?

Asteikko 1–5 (ei lainkaan.... paljon)

Kokisitko olosi turvalliseksi osallistuessasi maastopyöräilyyn palveluntarjoajan ohjaa-
mana?

Asteikko 1–5 (erittäin turvaton - erittäin turvallinen)

Mitä kokisit saavuttavasi osallistuessasi maastopyöräretkelle? (tavoitteet)

Halu olla ihmisten seurassa (sosiaalisuus) – Halu parantaa terveyttä (terveys) - Halu ladata akkuja (tunteet) – Halu kokea jotain uutta ja erilaista (itsensä kehittäminen) – Halu olla lähellä luontoa (henkisyys)

Mitkä asiat vaikuttavat turvallisuudentunteesi muodostumiseen retken aikana?

Kokisitko osallistumisen retkelle turvallisena Korona pandemian aikana? Miksi?

Asiakasprofiili



2

Emilia Mikkola

Sinkku 37v, yksi lapsi 14v. Asuu kerrostalossa Oulussa ja työskentelee röntgenhoitajana. Kokee olevansa tyytyväinen taloudelliseen tilanteeseensa, mutta elää säästeliäästi.

Suunnitelmallinen. Lähtee mielellään kokeilemaan uutta, mutta haluaa pitää langat käsissään ja tarvitsee kaverin yllyttämään.

Harrastuksina kuntosali, valokuvaus ja lukeminen. Viettää vapaa-aikaa lapsen kanssa kotoilla, harrastusten parissa ja somessa.

Liikkuu hyvän olon ja terveyden vuoksi. Ei välitä talviliikunnasta. Haluaisi harrastaa erilaisia paritanssilajeja.

Haluaisi tulevaisuudessa löytää elämänkumppanin, asua omakotitalossa ja elää tasapainoista onnellista elämää.

MOTTO: Elämä kantaa



Aktiivisuusmittari

Matala Korkea

Liikunnallinen aktiivisuus ●

Sosiaalinen aktiivisuus ●

Kiinnostus maastopyöräilyyn ●

Asiakasprofiili



2

Tapio Helander

Naimisissa 43v. yrittäjä, perheessä 13- ja 11-vuotiaat lapset. Asuu omakotitalossa Järvenpäässä. Yrityksen taloudellinen tilanne hyvä. Toiveena tulevaisuudessa taloudellinen riippumattomuus ja sitä kautta mahdollisuus lisätä vapaa-aikaa.

Vapaa-aikaansa viettää perheen ja harrastusten parissa. Seikkailunhaluinen. Pitää lajeista, joissa on mahdollisuus kilpailla ja kokeilla rajojaan. Aktiivinen keksimään uusia liikunnallisia haasteita kaveriporukalleen.

Harrastuksina laskettelu, kuntosali ja salibändy. Harrastaa liikuntaa terveyden sekä liikuntalajien sosiaalisuuden vuoksi. Pelkona on terveyden heikkeneminen ja sen myötä yrityksen taloudelliset haasteet. Tyytyväinen elämäänsä.

MOTTO: Kova työ palkitaan



Aktiivisuusmittari

Matala Korkea

Liikunnallinen aktiivisuus ●

Sosiaalinen aktiivisuus ●

Kiinnostus maastopyöräilyyn ●



Lenovo

ELLARE

Maksuhalukkuus

	Retki- pyöräilijät	Maantie- pyöräilijät	Kaupunki- pyöräilijät	Maasto- pyöräilijät	Perhe- pyöräilijät	Alamäki- pyöräilijät
Alle 100 € *	49 %	40 %	46 %	29 %	46 %	31 %
100-200 €	26 %	26 %	28 %	35 %	27 %	35 %
200-300 €	20 %	27 %	20 %	28 %	22 %	25 %
300-400 €	4 %	4 %	4 %	5 %	4 %	6 %
Yli 400 €	1 %	2 %	2 %	2 %	1 %	3 %

*Sisältäen kaikki kulut: välinevuokraus, oppaan palvelut, majoitus, ruokailu, kuljetus

17

Nostoja



- **Sähköpyörä on 11 %:lla vastaajista.** Niistä joilla ei ole sähköpyörää, **21 % harkitsee ostamista ja 45 % on kiinnostunut kokeilemaan pyörää.**
- **Omatoimisuus:**
 - 72 % suunnittelee ja varaa matkan itse
 - 66 % ottaa oman pyörän mukaan
 - 62 % suosii omatoimisia retkiä
- **Pyörämatkan kesto ja päivämatkan pituus:**
 - 3-4 yötä (30%) ja 46-72 km (37 %)

5

Nostoja



- **Napakat, elektroniset tuotemanuaalit** eri kohderyhmille / teemoille / aktiviteeteille
 - USPit ja liikennetiedot esitetty selkeästi
- **Luontomatkakohteen valintaan** vaikuttavat selvästi eniten **kattavat reittitiedot** kohteesta ja se, että kohteessa on **useita laadukkaita reittejä**
- Ylivoimaisesti eniten suositaan **perheomisteista majoitusta**
 - Korkealaatuinen majoitus, 4-5 tähteä
 - Boutique -majoitusta
 - Hyvää ruokaa joko hotellissa tai sen lähistöllä

25

Pyörämatkailuaktiivisuuden kasvu

Suurin osa vastaajista (62 %) arvioi pyöräilymatkailuaktiivisuutensa kasvavan vähintään jossain määrin seuraavan vuoden aikana. Tulos on sama myös niiden keskuudessa jotka eivät ole vielä pyörämatkailleet. Lukema on vielä hieman korkeampi jos jo nyt käy (vähintään) 4 kertaa vuodessa pyörämatkalla.

	Retki- pyöräilijät	Maantie- pyöräilijät	Kaupunki- pyöräilijät	Maasto- pyöräilijät	Perhe- pyöräilijät	Alamäki- pyöräilijät
Vähenee	2 %	3 %	3 %	-	2 %	2 %
Pysyy ennallaan	31 %	35 %	43 %	24 %	42 %	28 %
Kasvaa jossain määrin tai merkittä- västi	69 %	61 %	54 %	76 %	55 %	70 %

*seuraavan vuoden aikana
19

Suunnitelma tilaisuuden pitämiseksi

Tilaisuuden nimi: Omatoimisen maastopyöräilijän työpaja

Yleiskuvaus: Selvittää mistä omatoimisen maastopyöräilijän turvallisuus ja turvallisuuskokemus muodostuu sekä kehittää pyöräilijän palvelutarjoamaa Pohjois-Pohjanmaalle, LUOTA- hankkeen opinnäytetyön työpaja.

Yleistiedot	
Tilaisuus	Työpaja, maastopyöräilijän turvallisuus/turvallisuuskokemus ja palvelutarjoama
Kesto	n.2h
Rakenne	check in/kahvit, turvallisuus -osio, tauko, palvelutarjoama -osio, check out/palaute
Osallistujat	Raahen Cycling Club pyöräilyseuran jäseniä
Vetäjät	Virve Hautamaa
Tilaisuuden suunnittelija	Virve Hautamaa
Päivämäärä	3.11.2021 klo18
Käytännön järjestelyt	
Tila	Raahen hiihtomajan kahvio
Pöytäjärjestys	kolme pöytäryhmää kahvion eri puolilta
Tarvittavat materiaalit ja välineet	post it- lappuja, värikyniä, paperia, liimaa, sakset, aikakauslehtiä, kuvia
Kieli	suomi
Tulkin tarve	ei
Tarjoilut	Kahvi/korvapuusti ja taukojumppa, luontomatkailuun ja turvallisuuteen liittyvät osallistujalahjat
Kohderyhmäanalyysi	
Toimenkuvat	Harraste maastopyöräilijä
Ryhmäkoko	n.10 hlö
Osallistujien tausta	Omatoimi pyöräilijöitä, jotka pyöräilleet Pohjois-Pohjanmaalla useilla paikkakunnilla.
Kokemus/osaaminen	Pyöräilykokemusta n. 5-10 vuoden ajalta
Homo-/heterogeenisuus	Mukana naisia ja miehiä
Ikäjakama	40-50 vuotiaita
Asenteet ja odotukset	osallistujille kerrottu työpajan aihe, eivät tiedä mitä odottaa, ajattelevat ettei heillä ole annettavaa, kaikki tuntevat toisensa
Kielitaito	suomi, hyvä
Tavoitteet	

1.	Selvittää mistä omatoimisen maastopyöräilijän turvallisuus ja turvallisuuskokemus muodostuu?			
2.	Saada Pohjois-Pohjanmaalle maastopyöräilijän palvelutarjoomaan kehittämisideoita.			
3.	Saada tarpeeksi dataa opinnäytetyötä varten ja oppia fasilitointitaitoja.			
Sisällön analysointi ja priorisointi				
	Ydin		Täydentävä	
Tiedot	Osallistajat tuottavat tietoa opinnäytetyötä varten.		He saavat tietoa myös turvallisuuden merkityksestä seuran yhteisiä pyörälenkkejä ajatellen.	
Taidot				
Asenteet	Innostaa osallistujat luovaan ajatteluun, jotta saadaan paljon käsiteltävää dataa opinnäytetyötä varten.		Oma positiivisuus, myötäinnostaminen, kiittäminen, kysyminen	
Rakenne				
Aika	Kesto	Sisältö	Menetelmä	Kommentit
17:45	15min	Alkuvalmistelut		tarvikkeet, musiikki, kahvit, kello
18:00	20min	Check-in: kahvit, aiheeseen virittäytyminen, LUOTA-hanke, työpajan tavoitteet	Piirrä oma pyörä 3min: jokainen kertoo, miksi se on paras pyörä.	
18:20	25min	Turvallisuus-osio: fyysinen, psyykinen ja sosiaalinen turvallisuus (KUVAT)	Me-We-Us / Kuva-assosiaatio: jokainen miettii yksin, mitä kuvista tulee mieleen (post-it laput), laput kiinnitetään	Ryhmäjako suoritetaan numeroilla 1-3. Mitä maastopyöräilijän turvallisuuteen liittyy sinulle

			kuvien alle (15min), ryhmä mieltii yhdessä niistä 3 tärkeintä nostoa (10min).	tulee mieleen kuvista?
18:45	5-10min	Tauko: virittäytyminen seuraavaan osioon	taukojumppa	pyöräilijän venyttelyt
18:55	30-40min	Palvelutarjooma -osio	Aivoriihi / Unelmien pyörämatka: ryhmät piirtävät, askartelevat paperille mitä heidän unelmien pyörämatkalla olisi. Töiden esittely muille.	Mitä pitäisi olla, että lähtisit Kalajoelle, Rokualle, Iso-Syötteelle, Rukalle? Mitä muita kuin pyöräilyyn liittyviä palveluita?
19:35	10min	Check -out, palaute	Hymiöpalauteky sely: liimaa hymiösi fiilis - kartalle.	
19:45		Työpaja päättyy	Osallistujalahjojen arvonta	(ea-pakkaus, termari, reppu yms.)
Lähteet				
		Nummi, Pepe 2018. Fasilitoivan johtamisen käsikirja. 9 avainhetkeä. Helsinki: Alma Talent.		
		Sipponen-Damonte, Mirjami 2020. Varmuutta fasilitointiin. Helsinki: Alma Talent.		
		Salmela, Hilla 2021. Palvelumuotoiluopiskelija. LAB-ammattikorkeakoulu. Puhelinkeskustelu 13.10.2021.		