

## LAPIN SYKSYSSÄ ON TAIKAA

Safariyritys Beyond Arctic menee kohti ympärivuotisuutta elämyksellisellä palvelukonseptilla

Matilainen Lahja

Opinnäytetyö

Restonomikoulutus  
Restonomi (AMK)

2023



Degree Programme in Hospitality  
Management  
Bachelor of Hospitality Management

---

<b>Author</b>	Lahja Matilainen	<b>Year</b>	2023
<b>Supervisor</b>	Merja Koikkalainen		
<b>Commissioned by</b>	Beyond Arctic		
<b>Title</b>	Lappish autumn has magic in it. Safari company Beyond Arctic goes towards a year-around tourism by planning an experiential service concept.		
<b>Number of pages</b>	49		

---

The aim of the thesis was to understand what experiential there is about the Lappish autumn. After finding the experientiality, the aim was to turn it into a service concept. The co-operation company was Beyond Arctic, which is a tourism company specialized in photography tours in Rovaniemi. The task of the thesis was to extend the season of the company to include autumn by creating more services and to create a new experiential service concept.

The knowledge base of the thesis was formed by the operational environment as company and environment, customer insight and understanding of experientiality of the experience triangle. The nature of the thesis was functional. Methods of service design were used in the implementation of the thesis. The shadowing method and brainstorming in the form of a design game were used to gather the needed material. These methods provided more information about the company's excursions as well as new ideas for services to be built. The content produced by shadowing was recorded by hand and the content produced in the workshop was transcribed.

The results obtained through the methods revealed services of the company and speciality in services as well as the new ideas for services of the Lappish autumn. These ideas included berries, mushrooms, autumn colours, fishing, hiking and morning frost. The primary result of the thesis was that Lappish autumn has magic in it. The output of the thesis is the product descriptions where services have been viewed through of the experience triangle.

The results and outputs of the thesis can benefit the safari company Beyond Arctic and the entire tourism of Lapland through increasing the possibilities of receiving more customers during the quieter season.

Keywords                      tourist services  
   autumn  
   tour  
   service design

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	SAFARIYRITYS BEYOND ARCTIC .....	9
2.1	Yritys Beyond Arctic.....	9
2.2	Safariyritys osana luontomatkailua ja retkeilyä .....	10
2.3	Kulttuuria sekä valokuvausta matkailupalveluissa.....	13
3	ASIAKASYMMÄRRYS .....	15
3.1	Asiakasryhmät.....	15
3.2	Matkailijoiden motivaatio matkustaa.....	17
3.3	Matkailu perheen kesken.....	18
4	YMPÄRISTÖSTÄ TULEVIA VAIKUTUKSIA .....	21
4.1	Matkailun sesonkiluonteisuus ja ympärivuotisuus .....	21
4.2	Matkailun trendit.....	22
4.3	Lapin vuodenaikojen vaihtelu .....	23
5	ELÄMYKSELLISYYS .....	25
5.1	Elämyksellisyys matkailussa .....	25
5.2	Elämuskolmio .....	26
6	PALVELUKONSPETIN RAKENTAMISEN AVUKSI PALVELUMUOTOILUN MENETELMÄT .....	29
6.1	Palvelukonseptin määritelmä.....	29
6.2	Palvelumuotoilun prosessi.....	29
6.3	Käytetyt menetelmät .....	31
6.3.1	Shadowing eli havainnointi.....	31
6.3.2	Aivoriihi suunnittelupelin muodossa.....	32
7	TULOKSET JA TUOTOS .....	38
7.1	Shadowing-menetelmästä ja muotoilupelistä saadut tulokset.....	38
7.2	Tietoperustasta tehtyjä johtopäätöksiä.....	39
7.3	Tuotoksena uuden palvelukonseptin elämyksellisyys .....	41
8	POHDINTA .....	44
	LÄHTEET .....	47

LIITTEET .....	50
----------------	----

## 1 JOHDANTO

Suomen Lapissa ei ole ainoastaan neljä vuodenaikaa vaan kahdeksan. Sesongit vaihtelevat siis nopeasti ja jokaisella niistä on omat ominaispiirteensä. Lapin syksyssä on taikaa. Syksy alkaa sadonkorjuulla, josta saa metsän antimia ja jatkuu siitä ruskaan, kun luonto alkaa pudottamaan lehtiään ja valmistautumaan syksyyn (Visit Rovaniemi 2023). Viimeisenä tähän aikaan kuuluu ensilumi, jolloin puut muuttuvat huurteisiksi ja aamut ovat purevia (Visit Rovaniemi 2023).

Hautala ja Tapio (2009, 15) ovat kuvanneet ensilumen aikaa näin: ”Tämä maa on ihmeellinen, hiljainen ja sulkeutunut kuin lumi. Tule tänne, metsän lumiseen kammariin. Se tuoksuu, on tuore ja raikas. Uusi lumi tuo valon niille, jotka eivät jätä tuttuja kontujaan, kun talvi alkaa orastaa.”

Opinnäytetyöni yhteistyötaho on Beyond Arctic, joka on nuorten yrittäjien perustama safariyritys Rovaniemellä. Safariyritys tarjoaa esimerkiksi talvella pilkkimistä ja revontulien metsästysretkiä. Retkillä yritys auttaa asiakkaattaan näkemään kohteesta sen, mitä he haluavat nähdä. Ainutlaatuisena lisänä asiakkaat saavat retkeltä muistoksi valokuvan ammattivalokuvaajan eli oppaan ottamana. Valokuvauksesta kiinnostuneet saavat retkillä ohjausta valokuvaukseen liittyen.

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda uudelle palvelukonseptille pohjaa elämyksellisyyden näkökulmalla. Palvelukonseptia rakennetaan syksyille eli elokuun puolestavälistä lokakuun loppuun. Tarkoituksena on, että yhteistyötaholla on opinnäytetyön myötä syksyn uusille palveluille konkreettista pohjaa. Palveluiden tulee olla linjassa yrityksen arvojen kanssa sekä jo olemassa olevien palveluiden kanssa eli palvelut tulevat olemaan luontoon ja retkeilyyn liittyviä. Yhteistyötahon toiveena palvelukonseptilla on laajentaa asiakkaitaan jo olemassa olevien asiakkaiden lisäksi lapsiperheisiin.

Halusimme yhteistyötahon kanssa luoda uuden palvelukonseptin, jossa korostuvat aitous sekä tarinallisuus. Aitous on ohjelmapalveluihin kohdistuva trendi (Puhakka 2011). Elämyksellisyys ja elämyskolmio nivovat kaikki

haluamamme elementit yhteen. Borg, Kivi ja Partti (2002, 29) ovat kuvanneet matkailun olevan elämystalouden edelläkävijöitä. Heidän mielestään kaikkia tuotetasoja tarvitaan tulevaisuudessakin, mutta elämyksellisyys on se strategia, jolla päästään kasvamaan. Palvelukonseptin muut näkökulmat, kuten kustannukset ja prosessit, on rajattu pois opinnäytetyöstäni syvällisemmän ymmärryksen ja laadun takaamiseksi.

Opinnäytetyöni tehtävänä on pidentää yritykselle Beyond Arctic matkailunkautta syksyille eli elokuun puolesta välistä lokakuun loppuun. Ympärivuotisuuden edistämistä pidetään vastuullisena ja siitä on monia hyötyjä niin matkailulle kuin paikallisille (TEM 2019). Lapin matkailun seuraava tavoite on kehittää ympärivuotista matkailua ja se vaatii muun muassa tuotekehitystä (Matkailu klusteri 2022). Erityistä huomiota halutaan kiinnittää ympärivuotisuuden kehittämisessä kauden pidentämistä kesälle ja syksyille (Matkailu klusteri 2022). Matkailun kauden pidentäminen syksyille on pieni askel kohti ympärivuotista toimintaa. Yhteistyötahon arvoihin kuuluu voimakkaasti vastuullisuus, minkä takia opinnäytetyössä pyritään kohti ympärivuotisuutta.

Palvelumuotoilun prosessin mukaan ensin on tärkeää saada syvällistä tietoa asiakasymmärryksestä sekä toimintaympäristöstä (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 74), joten lähden luomaan tätä tietoperustaa opinnäytetyössäni aluksi. Ensin luon syvällistä ymmärrystä yrityksestä ja siihen vaikuttavista asioista sekä luodaan asiakasymmärrystä, sillä ilman niiden ymmärtämistä ei pystytä rakentamaan pohjaa palvelukonseptille. Näiden jälkeen opinnäytetyössä tarkastellaan yrityksen ympäristöön vaikuttavia opinnäytteetön kannalta oleellisia asioita ja ilmiöitä. Liiketoiminnan kehittämisessä ongelmanratkaisuissa vaaditaan täsmällistä tietoa eli suuresta määrästä tietoa on osattava poimia oleellinen tieto (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 13), mitä olen pyrkinyt tekemään erityisesti ympäristöön liittyvässä tiedossa.

Määrittelen viimeiseksi elämyksellisyyttä, jonka myötä on mahdollista ymmärtää, mitä asiakkaat näkevät elämyksellisenä sekä mitä elämyksellisiä elementtejä on ympäristössä. Palvelumuotoilusta otettiin shadowing-menetelmä, jolla saatiin täydennettyä tietoa yrityksestä. Tuotokseen haettiin lisäideoita palveluiden

sisältöön liittyen, työpajoissa yhteiskehittämisen avulla. Valmis tuotos on uuden palvelukonseptin tuotekortit, jossa on peilattu palveluita elämyskolmion kautta. Tuotos on teemoitettu syksyn sesonkien vaihteluiden mukaan.



## 2 SAFARIYRITYS BEYOND ARCTIC

### 2.1 Yritys Beyond Arctic

Beyond Arctic on rovaniemeläinen safariyritys, joka on laajentanut toimintaansa Leville. Yritys tarjoaa retkilleen ulkoiluvälineet sekä valokuvausvälineet. Heidän retkillään oppaat antavat ohjausta valokuvauksesta sekä ottavat ammattitaitoiset valokuvat asiakkaille muistoksi retkiltä. Yritys tarjoaa liukulumikenkäily-, lumikenkäily-, pilkkimis-, revontuli-, Lapin luontokuvaus- ja porotilaretkiä. Näillä kaikilla retkillä on valokuvaaja oppaana, joka ottaa kuvia muistoiksi ja ohjaa kameran käytön kanssa. (Beyond Arctic 2023.)

Lumikenkäilyretkellä mennään oppaan opastuksella Rovaniemen vaaramaisemiin lumikenkäilemään. Lumikenkäilyreitti on noin kolmen kilometrin mittainen. Liukulumikenkäilyreitti on neljän kilometrin mittainen. Molemmilla retkillä matkan varrella otetaan muistoja kameran avulla. Retkien loppuksi pysähdytään laavulle ja makkaranpaistoon. (Beyond Arctic 2023.)

Lapin luonto- ja maisemakuvausretkellä mennään Vikakönkääle luontokohteeseen, jossa mennään luontopolkua pitkin. Opas opastaa matkan varrella valokuvausta ja pysähtyy ottamaan kuvia. Retkellä on mahdollista pysähtyä laavulle ja syödä eväitä. Porotilalla mennään näkemään poroja ja revontuliretkellä revontulia. Molemmilla retkillä on myös valokuvausta. (Beyond Arctic 2023.)

Yrityksenä Beyond Arctic on ainutlaatuinen alueellaan, sillä he tarjoavat valokuvausretkiä. Yrityksen perusti kolme nuorta-aikuista, joita yhdisti yhteinen mielenkiinto valokuvausta ja matkailua kohtaan (Beyond Arctic 2023). Yritykselle on tärkeää aito lappilaisuus, paikallisten ihmisten kohtaaminen, jaettu intohimo ulkona liikkumiseen sekä vastuullisuus (Beyond Arctic 2023).

## 2.2 Safariyritys osana luontomatkailua ja retkeilyä

Luontomatkailu on matkailua, joka tapahtuu luonnonympäristössä. Käsitteen sisälle kuuluu matkailija, jolla on kiinnostusta luontoon eli luontomatkailija. Luontomatkailuyrittäjä, luontomatkailutuotteet sekä ympäristö, jossa matkailu tapahtuu eli tässä tapauksessa luonto, sisältyvät myös luontomatkailu määritelmään. (Hemmi 1995, 158.) Beyond Arctic on yritys, joka toimii luonnossa. Yrityksen pystyy luokittelemaan luontomatkailuun, joten luontomatkailuun vaikuttavat näkökulmat vaikuttavat yritykseen.

Luontomatkakohteista yleensä kiinnostavimpia ovat luonnonsuojelualueet, sillä niissä ovat maapallon kauneimmat ja monipuolisimmat luonnon ihmeet (Hemmi 1995, 158). Suomen parhaat vaelluskohteet ja suurimmat erämaat ovat Pohjois-Lapissa (Laaksonen 2013, 209). Kansallispuistot ovat suuria luonnonsuojelualueita, joihin on Rovaniemeltä suhteellisen pitkä matka. Lähimpänä sijaitsee Pyhä-Luosto, jonne on noin 115 kilometriä Rovaniemeltä. (Metsähallitus 2023 a.)

Rovaniemen alueella on saavutettavissa monia muita ulkoilualueita. Ulkoilualueita ovat Mäntyvaara, Korkalovaara, Koivusaari, Pöyliövaara, Ounasvaara, Napapiirin retkeilyalue, Kivalot, Kaihunvaara, Auttiköngäs. Näiltä alueilta löytyy paljon erilaisia luontopolkuja. Luontopolkuja, joissa on näköalatorni ovat Suoluontopolku, Auttikönkään luontopolku sekä Vaattunkivaaran luontopolku. (Rovaniemen kaupunki 2014.) Auttikönkään - ja Vaattunkivaaran luontopolut ovat keskivaativia kulkea ja Suoluontopolku on helppokulkuista (Rovaniemen kaupunki 2014), joten Suoluontopolku soveltuu parhaiten lapsiperheille.

Luontomatkailu tähtää kestävään kehitykseen esimerkiksi niin ettei luonnon kantokyky ylitä kohteessa (Hemmi 1995, 158). Ihminen on vieraantunut luonnosta kaupungistumisen ja teknistymisen vuoksi. Ihminen ei enää tunne luontoa ja se ei herätä mitään omakohtaisia kokemuksia. Metsää on jopa alettu pelätä. (Laaksonen 2013, 209.)

Laaksonen (2013) kirjassaan ”Retkeilijän opas” ajattelee retkeilyn lisäävän luonnon näkemistä esteettisesti, eettisesti ja ekologisesti arvokkaana. Eikä ainoastaan energia- sekä raaka-ainevarastona. Hän kuvailee ihmisten elävän vaelluksen aikana yksinkertaisemmin kuin arjessaan. Tämän hän toivoo tuovan edes pieniä muutoksia yksinkertaisempaan, energiaa säästävämpään ja kiireettömämpään suuntaan. Tällöin luonnon kuormitus pienentyy. (Laaksonen 2013, 209.) Luontomatkailla on siis positiivisia vaikutuksia niin ihmisen hyvinvoinnille kuin itse luonnonkantokyvylle.

Retkeilyä käytetään yleisnimityksenä kaikelle luonnossa liikkumiselle tai oleskelulle ilman moottorivoimaa. Retkellä yleensä ollaan reppu selässä sekä luonnossa viihdytään niin kauan, että mieli tekee pysähtyä ja syödä. Kyse on liikunnasta tai ulkoilusta, jos juostaan, kävellään tai hiihdetään tietyn mittainen lenkki luonnossa. Liikunta tai ulkoilu useimmiten muuttuu retkeksi siinä vaiheessa, kun pysähdytään syömään eväitä matkan aikana. (Laaksonen 2013, 10, 14.) Beyond Arcticin retkillä liikutaan luonnossa ja pysähdytään eväille, joten retkillä retkeillään luonnossa. Retkeily sopii lähestulkoon kaikille ja siinä ikä tai kunto ei ole esteenä (Laaksonen 2013, 10, 14).

Nykyisin ihminen retkeilee huvikseen, mutta muutama sukupolvi taaksepäin erätaitoja tarvittiin tavallisiin arkipäivän askareisiin, kun kuljettiin syrjäkylästä toiseen tai metsästys ja kalastus, poronhoito tai savottatyö olivat perheen elannolle oleellisia asioita. Lapsetkin otettiin helposti arjen askareisiin mukaan, kuten heinän niittämiseen tai hillan poimimiseen. Oleellinen osa suomalaista kulttuuria on luonnossa liikkumisen taito kaikkina vuodenaikoina. (Laaksonen 2013, 10.)

Jokamiehenoikeus on Suomessa pätevä vapaan liikkumisen oikeus ja se on maailmanlaatuisesti ainutlaatuinen oikeus. Jokamiehenoikeudet tulevat useammasta eri laista. Jokamiehenoikeudet tarkoittavat käytännössä sitä, että ihminen saa liikkua luonnossa melkein missä tahansa omin voimin, kunhan ei aiheuta häiriötä tai haittaa luonnolle tai muille ihmiselle. (Laaksonen 2013, 205.) Jokamiehenoikeuksia on saatettu rajoittaa luonnonsuojelualueilla. Luonnonsuojelualueilla esimerkiksi leiriytymistä on saatettu rajoittaa tai kokonaan

kieltää. (Metsähallitus 2023 b.) Jokamiehen oikeudet pätevät luonnossa liikkujalle, joten yhteistyötaholle palveluita rakentaessa tulee soveltaa näitä sääntöjä sekä ymmärtää, mitä saa tehdä ja mitä ei.

Jokamiehen oikeuksilla on sallittua:

- luonnossa, kuten metsässä, luonnonniityillä sekä vesistöissä liikkuminen on sallittua jalan, hiihtäen tai pyöräillen
- ratsastaminen vahingoittamatta luontoa
- oleskelu ja yöpyminen tilapäisesti alueilla, joilla saa liikkua
- luonnonmarjojen, sienten ja rauhoittamattomien kasvien poimiminen
- veneily, uiminen ja jäällä kulkeminen
- onkiminen sekä pilkkiminen (onkimista ja pilkkimistä on rajoitettu joissakin vesistöissä) (Metsähallitus 2023 b.)

Jokamiehen oikeuksilla ei ole sallittua:

- maanomistajan maankäytön haittaaminen
- istutuksilla, pihamailla sekä viljellyillä pelloilla kulkeminen
- kasvavien puiden kaataminen tai vahingoittaminen
- kuivuneen tai kaatuneen puun ottaminen
- samalleen tai jäkälän ottaminen
- avotulen tekeminen toisen maalle
- kotirauhan häiritseminen esimerkiksi meluamalla tai leirytyksellä liian lähelle asutusta
- ympäristön roskaaminen
- moottoriajoneuvolla ajaminen maastossa
- lintujen pesien ja poikasten häiritseminen ja vahingoittaminen
- eläinten häiritseminen
- kalastaminen ja metsästäminen ilman tarkoituksen mukaisia lupia

- koiran päästäminen yleisille uimarannoille, kunnostetuille laduille, lasten leikkipaikaksi varatuille alueille tai urheilukentille
- koiran pitäminen kytkemättömänä taajama-alueilla, toisen omistamilla alueilla tai kuntopoluilla
- koiran pitäminen kytkemättömänä 1.3. - 19.8. välisenä aikana (tiettyjä poikkeuksia on olemassa) (Metsähallitus 2023 b.)

### 2.3 Kulttuuria sekä valokuvausta matkailupalveluissa

Valokuvaus on yrityksen Beyond Arcticin palveluissa erityispiirre, joka näkyy vahvasti retkillä. Toisaalta retkillä on nähtävissä suomalaista kulttuuria, jotta pystyy ymmärtämään yritystä vieläkin syvällisemmin, olisi hyvä ymmärtää kulttuurimatkailua sekä valokuvauksen merkitystä matkailussa.

Kulttuurimatkailulla tarkoitetaan matkailua, jossa vierailaan paikoissa, joilla on kulttuurista arvoa. Joskus on haastavaa vetää raja kulttuurimatkailun ja muun matkailun välille. Laajimmillaan kulttuuri voi tarkoittaa kaikkea ihmisen toimintaa, jolla viitataan jonkun ihmisryhmän elämäntapaan. Aina ei pystytä vetää tiukkaa rajaa näiden välille, sillä joskus luontomatkailu saattaa olla kulttuurimatkailua. (Hovi 2017, 64-65.) Suomessa luonto kuuluu vahvasti kulttuuriin ja siellä liikkuminen (Laaksonen 2013, 10). Suomen vetovoimatekijänä onkin kansainvälisille matkailijoille suomalaiset elämäntavat sekä kulttuurin kokeminen (Visit Finland 2023).

On olemassa kokemus: "Live like a local", joka voimakkaasti nivoutuu elävään kulttuuriperintöön. Elävä kulttuuriperintö on osa paikallista elämäntapaa ja aitoja elämyksiä, jotka syntyvät paikallisten perinteiden toteuttamisesta. Suomen kulttuurimatkailun vahvuuksiin lukeutuu kulttuurin helppo saavutettavuus sekä suomalaisten yhteys luontoon. Saavutettavuus syntyy helpon sijainnin puolesta tai taiteilijoiden inspiroitumisesta siitä. Suomen kulttuurimatkailun pystyy kiteyttämään sanoilla "Culture in nature". (Visit Finland 2023.)

Valokuvaus on ollut alusta lähtien lähellä matkailua. Valokuvaus keksittiin 1839, jonka kanssa samoihin aikoihin Thomas Cook piti ensimmäisen pakettimatkinsa.

Samoina vuosina tapahtui paljon muitakin mullistuksia, kuten ensimmäinen juna-aikataulun synty, rautatiehotellin rakentaminen sekä ensimmäinen iso matkailuyritys syntyi USA:han. Tämän vuosisadan vaihteessa vapaa-ajan matkailusta oli tullut iso ilmiö sekä valokuvauksesta suosittu huvi varsinkin matkaillessa. (Crawshaw & Urry 1997, 181.)

Valokuvat ovat matkailijalle todiste siitä, että on ollut poissa normaalista ympäristöstä esimerkiksi siitä kuinka korkeita ovat vuoret olleet tai kuinka lämmintä lomalla on ollut (Crawshaw & Urry 1997, 179). Nykyään luonto on myös monelle taiteilijalle inspiraation lähde ja pakopaikka (Laaksonen 2013, 17).

Yksi valokuvaajista sanoi, että hän ”myy unelmia”. Toinen valokuvaajista sanoi vahvistavansa kauan luotua mielikuvaa Järvialueesta. ”Ihmisillä on tapana ajatella, että he tietävät mitä he haluavat nähdä.” ”Anna ihmiselle se mitä he haluavat. Sitä minä teen.” (Crawshaw & Urry 1997, 188.) Yritys Beyond Arctic on hyödyntänyt tätä samaa ajatusta. He auttavat matkailijoita näkemään sen kohteesta minkä he haluavat nähdä ja vielä tekevät siitä matkailijalle muiston ammattivalokuvaajan kuvalla.

### 3 ASIAKASYMMÄRRYS

#### 3.1 Asiakasryhmät

Yhteistyötahon kanssa käydyissä keskusteluissa on käynyt ilmi, että yrityksen jo olemassa oleviin asiakasryhmiin syksyllä kuuluu pääsääntöisesti eurooppalaisia pariskuntia. Yhteistyötahon mukaan ympärivuotinen asiakasprofiili on luonnosta sekä valokuvauksesta kiinnostuneet. Palvelukonseptin on oltava mietitty asiakkaiden tarpeiden mukaiseksi (Tonder 2013, 73), minkä takia tässä kappaleessa tarkastellaan syvällisesti, millaisia asiakasryhmiä yrityksellä on.

Suomeen matkustavia matkailijaryhmiä ovat aktiiviset seikkailijat, luonnon ihmeiden metsästäjät, luontonautiskelijat, citybreikkaajat, aitouden etsijät ja suomalaisen luksuksen etsijät. Eniten Suomeen matkaava segmentti on aktiiviset seikkailijat. Heidän motiivinsa matkustamiseen on toiminnallinen loma luontomaisemissa. (Visit Finland 2017, 12-18.)

*Aktiiviset seikkailijat kiinnostuvat:*

- extreme-lajeista, maastohiihdosta, talvisesta ja arktisesta luonnosta, eläinten tarkkailusta, vesi-, lumi sekä maastohiihdosta (Visit Finland 2017,12).

*Luonnon ihmeiden metsästäjät kiinnostuvat:*

- revontulista, yöttömästä yöstä, kansallispuistoista ja metsistä (Visit Finland 2017, 13).

*Luontonautiskeijat kiinnostuvat:*

- kansallispuistoista, metsistä, järvistä, saaristoista, merenrannan maisemista, revontulista, keskiyön auringosta, erämaareiteistä, sienestyksestä ja marjastuksesta (Visit Finland 2017, 14).

*Citybreikkaajat kiinnostuvat:*

- kaupungin nähtävyyksistä, kaupunkikulttuurista, kaupungin erityispiirteistä, museoista ja design-alueista, ruokakulttuurista, tapahtumista, ostosmahdollisuuksista (Visit Finland 2017, 15).

*Aitousen etsijät kiinnostuvat:*

- museoista ja tapahtumista, festivaaleista ja konserteista, luonnosta nauttimisesta, saunomisesta, ruokakulttuurista, design-alueista ja erikoismajoituksesta (Visit Finland 2017, 16).

*Suomalaiset luksuksen etsijät kiinnostuvat:*

- erikoismajoituksesta, hyvinvointipalveluista, kylpylöistä, hysky- ja poroajeluista ja kevyistä liikunta aktiviteeteista luonnossa (Visit Finland 2017, 17).

Näistä matkailijaryhmistä yrityksen retkien perusteella parhaiten yrityksen profiiliin sopivat aktiiviset seikkailijat, luonnon ihmeiden metsästäjät sekä luontonautiskelijat. Citybreikkaajat eivät kuvauksen perusteella ole yritykselle suotuisa matkustajaryhmä.

Elokuusta lokakuuhun Lapissa rekisteröityjen yöpymisten määrä on vähentynyt vuodesta 2021 vuoteen 2022. Suomalaisen rekisteröityjen yöpymisten määrä on näinä kaikkina kuukausina vähentynyt, kun taas ulkomaalaisten on kasvanut. Koronan aikaan kotimaiset matkailijat olivat Lapissa tärkein asiakaskunta. Koronan hiivuttua voi näinä kuukausina huomata, että kotimaiset matkailijoiden kiinnostus on laskenut ja ulkomaalaiset ovat palanneet Lappiin. (Lapin Luotsi 2023.)

Kansainvälisten matkailijoiden palattua Lappiin ja suomalaisten hiipumisen myötä (Lapin Luotsi 2023), palveluita tulisi kohdistaa kansainvälisiin asiakkaisiin. Lapin saavutettavuudessa ympärivuotisesti on parannettavaa erityisesti lentojen osalta (Matkailu klusteri 2022). Finnair lentää joka päivä Helsingistä Rovaniemelle ja toisin päin (Finnair 2023), joten Helsingistä on mahdollista tulla



syksyllä Rovaniemelle muualtakin välilaskun kautta. Finnair lentää Helsingistä Ranskaan, Sveitsiin, Alankomaihin, Espanjaan, Englantiin ja joihinkin osiin Yhdysvaltoja elokuussa, syyskuussa ja lokakuussa (Finnair 2023). Lentojen osalta tarvittaisiin paljon muutakin kuin yhden yrityksen panos, joten keskitymme asiakkaisiin joilla on mahdollisuus päästä Lappiin syksyllä.

Elokuusta lokakuulle saksalaiset yltävät kaikkina kuukausina toiseksi suurimmaksi asiakasryhmäksi Lapissa. Norjalaiset yltävät kolmanneksi kaikkina kuukausina sekä ruotsalaisten määrä yltää kahdeksanneksi suurimpien ryhmien määrään kaikkina kolmena kuukautena. Muita maita, joita on nähtävissä näinä kuukausina ovat ranskalaiset, sveitsiläiset, alankomaalaiset, espanjalaiset, englantilaiset ja yhdysvaltalaiset. (Lapin Luotsi 2023.)

Visit Finland (2017) on nostanut saksalaiset kohderyhmäoppaaseensa heidän suurten matkailijavirtojen takia. Suomen vetovoimatekijöitä saksalaisille ovat luonnonrauha sekä hiljaisuus, saunakulttuuri, metsät, järvet, keskiyöaurinko, revontulet, ”irti arjesta”-kokemus ja talviset kokemukset. (Visit Finland 2017, 9.)

Tutkimuksia on tehty suhteellisen vähän kulttuuristen erojen vaikutuksesta motivaatioihin. Yleisesti tiedetään, että on olemassa paljon samakaltaisuuksia tiettyjen maiden asukkaiden motivaatioissa. Pohjoismaiden ja Yhdysvaltojen pohjoisten osavaltioiden motivaatio matkustaa on yleensä saada rusketusta. Lämpimistä maista kotoisin olevat, kuten Saudi Arabiasta ja Intiasta yleensä matkustavat viileämpiin paikkoihin kuumuutta karkuun. Osa motivaattoreista ovat kansainvälisiä, kuten nostalgia, romantiikka ja nähtävyyksien näkeminen. (Horner & Swarbrooke 2021, 79.)

### 3.2 Matkailijoiden motivaatio matkustaa

Motivaatioon liittyviä tutkimuksia ja teorioita on suhteellisen vähän. Matkailun motivaatiotekijöitä tai matkailuntyyppejä ovat virkistys, nähtävyys, huvi ja muut. Virkistysmatkailuun kuuluu matkustus luonnon, urheilun, seikkailun, uskonnon tai hyvinvoinnin takia. (Walker & Walker 2011, 39-40.)

Jokaisella ihmisellä motivaatio matkustaa on yksilöllistä. Yleisiä matkustusmotivaatioita, jotka vaikuttavat ovat persoonallisuus, elämäntyyli, menneet kokemukset ja elämä, näkökulmat sekä kuva, jonka haluat muiden näkevän itsestäsi. (Horner & Swarbrooke 2021, 74-75.) John Swarbrooke ja Susan Horner (2021) ovat jakaneet matkustus motivaatiot kahteen kategoriaan kirjassaan ”Consumer Behavior in Tourism”. Motivaationa voi olla ottaa lomia tai matkustaminen tiettyyn paikkaan tiettyinä aikoina. On olemassa monia motivaattoreita, jotka kohdistuvat jompaankumpaan tai molempiin. Motivaatiotyyppinä on fyysinen, henkinen, persoonallinen, kulttuurinen, statuksellinen sekä itsensä kehittämisen motivaatio. (Horner & Swarbrooke 2021, 73-74.)

Kulttuurisen motivaation kuuluu nähtävyydet sekä uuden kulttuurin kokeminen. Fyysiseen kulttuuriin kuuluu rentoutuminen, auringon otto, kuntoilu sekä hyvinvointi ja seksi. Itsensä kehittämiseen sisältyy tiedon lisääminen ja uuden taidon oppiminen. (Horner & Swarbrooke 2021, 74.)

Motivaatio luo mielikuvia ja oletuksia reissulta. Jos oletukset ja luodut mielikuvat eivät täyty niin, ei palvelu voi muuttua elämykseksi. Ihmisen oletukset ja toiveet eivät ole silloin täyttyneet ja palvelu ei ole lunastanut lupastaan. (Tarssanen & Kylänen 2013, 117.) Motivaatioiden ymmärtäminen on tärkeää elämiskolmion (kuvio 1) pohjalla olevan motivaation tason kannalta.

### 3.3 Matkailu perheen kesken

Yrityksen toive on saada palveluista lapsiperhe ystävällisiä. Palveluihin tulee lisänä lapsiperheet kuitenkin niin, että palvelut soveltuvat jo olemassa oleville asiakkaille sekä lapsiperheille. Palveluiden tulisi olla matalan kynnyksen palveluita.

Nykyään perheille on tärkeää laatu-aikaa. Perheet viettävät arjessa jo paljon aikaa yhdessä, mutta laatu-aikaa pidetään erityisenä. Laatu-aikaa pidetään eri asiana kuin perheen yhdessä vietetty aika arjessa ja rutiineista (Schänzel 2012, 18). Perhelomissa vanhemmat näkevät mahdollisuuden laatu-aikaan sekä he ovat osa

”onnellisen perheen” mielikuvaa. Usein perhelomat ovat perheille jopa ainoa ajankohta, jolloin he viettävät pidemmän ajan yhdessä. Idealistisesta perhelomakäsityksestä on siirryttävä realistisempaan käsitykseen, jossa ymmärretään kaikkien henkilökohtaiset tarpeet omalle ajalle, vapaalle leikkimiselle sekä kanssakäymiselle ikätovereidensa kanssa. (Schäzel 2012, 25.)

Schäzel (2012) yritti tutkimuksessaan ymmärtää perhelomissa yksilöllisiä sekä kollektiivisia kokemuksia ja tarkoituksia. Tutkimus nosti esiin isien kokevan sukupuolten välisiä eroja sekä aliarvostetun isäroolin lasten pääviihdyttäjänä ja äitien omien etujen edistäjänä. Lasten näkökulmaan tutustuminen nosti esille sen että, kuinka tärkeää lapsille on lomalla hauskanpito sekä seurallisuus. Vaikkakin perhelomat mahdollistavat enemmän aikaa perheen kesken se nostaa kohokohdan lapsille, joka on olla vapaana aikuisten antamista rajoituksista sekä viettää enemmän aikaa samanikäisten kanssa. Lapsien lomaelämyksellä on vahva sosiaalinen ja henkilökohtainen ulottuvuus. Lomat myös nostavat riskiä riitelyyn perheen kesken, sillä lomalla vietetään enemmän aikaa pienissä tiloissa ilman mitään muita häiriötekijöitä. (Schäzel 2012, 77-78.)

Lasten osallistuessa retkeilyyn on hyvä valita tarpeeksi lyhyt reitti siksi, että kaikki sen jaksaisivat kulkea sekä, että ei tarvitse kiirehtiä. Lapsilla on tapana pysähtyä ihailemaan kaikenlaisia värikkäitä lehtiä sekä erikoisen näköisiä jäkäliä, syömään marjoja ja ihailemaan perhosia tai vaikkapa sudenkorentoja. Lapset huomaavat helposti sellaisia asioita matkan varrella mihin aikuiset kiirehtiessään eivät kiinnitä huomiota. (Laaksonen 2013, 33.)

Lasten kanssa retkeillessä tulee ottaa tarkasti huomioon sää. Lapsille tulee ottaa sadevaatetta ja vaihtovaatetta, jos esimerkiksi on sade uhkana. Lapsille ei riitä selitykseksi se, että minkä kesä kastelee myös sen kuivaa. Talvella taas kantorinkassa olevalle istuvalle lapselle pakkasviima saattaa käydä kylmäksi, kun taas samaan aikaan hiihtävillä vanhemmilla on jo hiki. (Laaksonen 2013, 34.)

Lapset yleensä nauttivat neulasmattoisella polulla kävelystä sekä pitkospuilla astelusta. Kivikkoinen ja juurakkoinen maasto ei kuitenkaan yleensä aiheuta harmia lapselle, vaan se saattaa jopa enemmänkin saada seikkailun tuntua.

Maalimerkkien seuraaminen merkityillä reiteillä on lapsista mukavaa. Taaperoiden kanssa, jotka ovat juuri oppineet kävelemään tai juoksemaan, kannattaa välttää rotkoja, jyrkänteitä sekä koskien rantoja. Lapsille retkillä yleensä tärkeämpää nähtävyyksien katselun sijaan on syöminen, leikkiminen sekä pienten luonnon ihmeiden näkeminen. (Laaksonen 2013, 34-35.)

## 4 YMPÄRISTÖSTÄ TULEVIA VAIKUTUKSIA

### 4.1 Matkailun sesonkiluonteisuus ja ympärivuotisuus

Sesonkiluonteisuus kuuluu matkailun erityispiirteisiin ja sitä pidetään yleisesti ongelmallisena (Sæþórsdóttir, Hall & Stefánsson 2019, 1-2). Sesonkiluonteisuudessa ei ole palveluiden kannalta oleellisia elämyksellisyyden piirteitä, mutta se vastaa kysymykseen ”miksi tätä opinnäytetyötä tehdään?”. Kauden pidentäminen sekä sesonki vaihteluiden tasaaminen on kohti ympärivuotisuutta ja tästä syystä opinnäytetyöstäni tulee olemaan hyötyä.

Matkailun kausiluonteisuutta voidaan määritellä niin, että säännöllisesti vaihtuu matkailun kysyntä ja tarjonta. Kysynnän ja tarjonnan erot voidaan tunnistaa säännöllisillä matkailijoiden määrällisillä muutoksilla ja heidän kulutuksessaan sekä menoissa, liikennevirroissa, matkailun työllisyydessä, majoituksissa, saatavuudessa sekä resurssien käytössä. (Sæþórsdóttir, Hall & Stefánsson 2019, 1-2.) Ympärivuotisuudella pyritään tasaamaan näitä kysynnän ja tarjonnan eroja.

Ympärivuotisuudesta ja sen hyödyistä on puhuttu paljon matkailualalla. Ympärivuotisuus koskettaa voimakkaasti vastuullisuutta ja kestäväää matkailua. Ympärivuotisen matkailun hyötynä on sen kestävyys, sillä se tuo toimialalle kannattavuutta sekä työllistää paikallisia (TEM 2019). TEM eli työ- ja elinkeinoministeriö (2019) on määritellyt ympärivuotisuuden yhdeksi matkailuntoimialan tavoitteeksi raportissaan koskien matkailustrategiaa, joten aihe on ajankohtainen ja tärkeä.

Matkailuklusteri (2022) on Lapin Luotsin sivuilla kuvannut seuraavaksi kehittämistavoitteekseen Lapin matkailun ympärivuotisuuden kehittämisen, erityisesti syksyn ja kesän kannalta. Ympärivuotisuuden kehittäminen hyödyttää myös muita aloja kuin vain matkailua sekä tuo hyötyä muille alueille (Business Finland 2023). Erityisesti Lapin matkailu hyötyy tekemästani työstä. Matkailun nopea kasvuvaihe on aiheuttanut huolta sen mahdollisista negatiivisista vaikutuksista (Matkailu klusteri 2022), jolloin matkailija virtojen tasaaminen muille sesongeille on hyödyksi.

## 4.2 Matkailun trendit

Megatrendien avulla ei pystytä ennustamaan tulevaisuutta. Trendit kuitenkin toimivat työkaluna ja pohjana ympärillä olevan maailman ymmärtämiseksi. Trendit auttavat esimerkiksi tekemään päätöksiä, tukevat oppimista ja ovat osa strategiatyötä. (Sitra 2023.) Trendit auttavat tämän opinnäytetyön päätöksen teossa ja luovat pohjaa palveluille.

Lapin matkailuun vaikuttavia asioita, joista käydään keskustelua ovat ilmastonmuutos, Brexit, erilaiset turvallisuuteen liittyvät uhat sekä mahdollisuudet, joita arktinen seutu tarjoaa. Brexitin uhkia on vielä tässä vaiheessa vaikea arvioida, mutta Iso-Britannian markkinoiden kasvu on uhattu. (Lapin liitto 2019, 31.)

OECD:n matkailukomitea on analysoinut matkailun neljä erilaista megatrendiä, jotka ovat päteviä vuoteen 2040 asti. Ensimmäinen on, että matkailijoiden määrät tulevat kasvamaan, sillä ikääntyvät ovat vauraita ja keskiluokka tulee olemaan suurin yhteiskuntaluokka. Tähän samaan kuuluu myös se, että uudet matkailijaryhmät tulevat muuttamaan kysyntää. Sukupolvet Z ja Y eroavat suuresti edellisistä sukupolvista, joka vaikuttaa kysyntään tulevaisuudessa. (Lapin liitto 2019, 32.)

Toisena trendinä on, että matkailijat tulevat vaatimaan matkailun kestävästä kasvusta. Tämä tulee tuomaan painetta matkailun vähäpäästöisyyteen, paikallisten asukkaiden hyvinvointiin, niin sosiaaliseen kuin kulttuuriseen. Kolmanneksi trendiksi on määritelty uusien teknologioiden avulla matkustamista kuten ”internet of things”, tekoäly sekä lohkoketjut. Näistä tulisi tulla tehokkaampia sekä saavutettavampia. (Lapin liitto 2019, 32.)

Neljäs trendi on, että liikkumisessa tulee tapahtumaan muutoksia. Liikkuvuudesta tulee sujuvampaa. Liikenneinnovaatioiden toivotaan tuovan parannusta matkaketjuihin ja vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeisiin. Toimintaympäristön turvallisuutta parannetaan erilaisilla tulli-, viisumi- sekä terminaalitoiminnoilla. (Lapin liitto 2019, 32.)

Lapin liitto (2019) oli nostanut nämä neljä edellistä mainittua trendiä tilanneraportissaan, jotta kehittäminen olisi helpompaa. Nämä trendit ovat suhteellisen ympäripyöreitä, mutta auttavat pohjustamaan ja ymmärtämään laajasti toimintaympäristöä. Opinnäytetyön kannalta on oleellista tarkastella vielä tarkempia trendejä, jotka kohdistuvat juuri matkailuun ja matkailun palveluihin.

Erytisesti aktiviteetteihin sekä ohjelmapalveluihin kohdistuvia trendejä vuoteen 2030 mennessä on se, että matkailijat etsivät aitoja kokemuksia sekä mahdollisuuksia itsenä kehittämiseen. Paikallisuutta, arvoja, jotka liittyvät perinteisiin sekä paluuta juurille arvostavat kulttuurimatkailijat. Terveys- ja hyvinvointimatkailu tulee kasvamaan lisää sekä luontomatkaailussa kaivataan niin sanottua turvallista vaaraa ja aitoja kokemuksia. (Puhakka 2011, 18-21.)

Toisaalta maailmalla on noussut trendiksi glamping eli glamorous camping. Trendi on sukua kelluille igluille sekä lasi-igluille. Trendi on rantautumassa Suomeen. (Kailaheimo 2022.) Glamping on trendi, jota voidaan suoraan hyödyntää yrityksen palveluihin.

Glampingissä on kyse telttailusta luonnon helmassa, mutta samaan aikaan siinä on hotelliyön mukavuudet. Kyseessä on luksustelttailu. Teltassa yöpymistä ei tarvitse tehdä epämukavasti muhkuraisella maalla makuupussissa vaan teltassa voi olla sängyt ja kaunis sisustus. Glampingiä kuvaillaan elämykseksi. (Kailaheimo 2022.)

#### 4.3 Lapin vuodenaikojen vaihtelu

Lapissa on paikallisten mukaan, jopa kahdeksan eri vuodenaikaa. Vuodenaikoja ovat sydäntalvi, hankikanto, jäänlähtö, kesä ja keskiyön aurinko, sadon korjuu ja ensimmäiset revontulet, ruska, ensilumi sekä joulun ja kaamos. (Visit Rovaniemi 2023.) Näistä opinnäytetyössäni keskitytään niihin vuodenaikoihin, mitkä ovat elokuusta lokakuulle eli sadonkorjuu, ruska ja ensilumi.

Elokuussa Rovaniemellä alkavat marjat ja sienet olemaan kypsiä. Elokuu on siis Rovaniemellä sadonkorjuun aikaa. Metsästä löytää hillaa (lakkaa), mustikoita, puolukoita sekä erilaisia sieniä kuten tatteja ja vahveroita. Illat alkavat pimetä, joten on nähtävissä ensimmäisiä revontulia. (Visit Rovaniemi 2023.) Vuosituhansien ajan metsästys ja kalastus ovat myös olleet tärkeimpiä ruuan saannin lähteitä (Laaksonen 2013, 18).

Syyskuussa alkaa jo kylmetä ja silloin on yöpakkasten mahdollisuus. Tällöin alkaa ruskan värit maastossa. Raikas ilma mahdollistaa hyvät ulkoiluaktiviteetti mahdollisuudet, kuten retkeilyn ja patikoinnin. (Visit Rovaniemi 2023.)

Lokakuussa ihmiset alkavat odottamaan Rovaniemellä ensilunta. Aamut ovat tällöin kimmeltävän valkoisia pakkasöiden jäljiltä. Ensilumen tultua lapset ryntäävät tekemään vuoden ensimmäiset lumiukkonsa. Ensilumi sulaa nopeasti ja pysyviä lumia voidaankin odottaa vasta marraskuun lopulle. (Visit Rovaniemi 2023.)

”Tämä maa on ihmeellinen, hiljainen ja sulkeutunut kuin lumi. Tule tänne, metsän lumiseen kammariin. Se tuoksuu, on tuore ja raikas. Uusi lumi tuo valon niille, jotka eivät jätä tuttuja kontujaan, kun talvi alkaa orastaa.” – Hautala & Tapio 2009, 15

Lapin syksy mahdollistaa myös hyvät näkymät revontulille. Revontulia on mahdollista nähdä elokuusta huhtikuulle, ja ne ovat parhaimmillaan alkusyksyn iltoina sekä kevättalven koittaessa (Gofinland 2023).



## 5 ELÄMYKSELLISYYS

### 5.1 Elämyksellisyys matkailussa

Elämys on ihmisen emotionaalinen kokemus, joka vaikuttaa positiivisesti ja kohottavasti. Nykypäivänä länsimaalaisessa kulttuurissa kokemusta korostetaan päätöksen teossa ja tunteet nähdään apuna päätöksentekoon eikä niinkään haittaavana. Elämyksen kokeminen on henkilökohtaista, sillä siihen vaikuttaa ihmisen tausta sekä historia. (Borg, Kivi & Partti 2002, 25-26.)

Matkailussa tavoitellaan elämystä. Matkalle lähtöön suunnittelussa jo ihminen alkaa luomaan mielikuvia, toiveita sekä unelmia siihen olotilaan liittyen, jonka toivomme matkan toteuttavan. Luomme mielessämme ideaalin elämykselle. Varsinainen elämys tulee siitä, miten ajateltu ideaali tapahtuu matkalla. Jälkikäteen arvioimme kokemustamme. Odotuksiimme elämyksestä vaikuttaa kaikki elämykset, joita olemme kokeneet elämämme aikana eli elämyshistoria. (Borg, Kivi & Partti 2002, 26.)

Elämystä ei voida tarkastella ainoastaan yksilön sisäisenä tapahtumana erillään kulttuurista, joka on yhteisöllä. Elämys voi jopa syntyä kulttuurien synnyttämästä jännitteestä. Tässä tilanteessa matkailuntuottajan on hyvä pohtia suhteensa esiteltävään kulttuuriin. Olisi hyvä pohtia voidaanko kulttuuria esittää matkailijalle tietyllä tavalla ja että esiintyykö kulttuuri aitona. Aitoudesta voi pohtia, että riittääkö se tavallinen vai halutaanko matkailijan huomio kiinnittää jollain panemalla jotain niin sanotulle näyttämölle. Näihin pohdintoihin ei ole olemassa yhtä oikeaa vastausta. Tärkeintä, että näitä asioita on tiedostettu, pohdittu, ajateltu ja suunniteltu. Yleensä ammattilaiselta nämä tulevat luonnostaan. Yleensä synnynnäinen eräopas omaa charmia ja karismaattisuutta. ”Luovuudessa on usein ripaus hulluutta mukana”. (Borg, Kivi & Partti 2002, 28-29.)

Elämysteollisuus käsite ei sovellu hirveän hyvin matkailuun, sillä elämyksiä ei pystytä valmistamaan eikä oikein myymään (Hemmi 2005, 381-382). Matkailussa luodaan elämykselle mahdollisuus sekä olosuhteet, mutta siinä ei pystytä

määrittämään lopullisen kokemuksen laatua (Borg, Kivi & Partti 2002, 29). Matkailu siis pystyy vain tarjoamaan matkailijalle mahdollisuuden kokea elämys. Elämys on aina henkilökohtainen tapahtuma, joten jokainen matkailija saattaa kokea saman asian hyvin erillä tavalla. Matkailun kohdalla parempi kutsumanimi on elämystalous tai elämystuotanto. (Hemmi 2005, 381-382.) Matkailussa ollaan elämystalouden edelläkävijöitä. Kaikkia tuotetasoja tarvitaan tulevaisuudessakin, mutta elämyksellisyys on se strategia, jolla päästään kasvamaan. (Borg, Kivi & Partti 2002, 29.)

## 5.2 Elämyskolmio

Elämyskolmio (kuvio 1) ilmentää esikuvallista elämystä. Elämyskolmiossa jokainen asiakkaan kokema elementti toteutuu kaikilla kokemuksen tasoilla. Elämyskolmio on luotu tunnistamaan palveluiden kriittiset kohdat, jotta elämyksiä voidaan kehittää. Elämyskolmio jakautuu kuuteen eri kriittiseen elementtiin. Näitä elementtejä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti sekä vuorovaikutus. Kolmioon on myös kuvattu asiakkaan kokemisen eri tasot, joita ovat motivaation, fyysinen, älyllinen, emotionaalinen sekä henkinen taso. (Tarssanen & Kylänen, 2007, 112-119.)

Alimpana elämyskolmiossa on motivaation taso, jolla on tarkoitus herättää asiakkaan kiinnostus. Kiinnostus voidaan herättää asiakkaassa esimerkiksi markkinoinnin avulla. Fyysisellä tasolla asiakas kokee aistien avulla ympäristöään. Tällä tasolla tärkeää on asiakkaan kokema fyysinen turva ja miellyttävyys. Turvaan ja miellyttävyyteen kuuluu, ettei ole nälkä, kylmä tai vessahätä. (Tarssanen & Kylänen, 2007, 117.)

Älylliseen tasoon kuuluu se, että asiakas oppii, ajattelee, soveltaa tietoa sekä muodostaa mielipiteitä. Älyllisellä tasolla asiakas päättää onko hän tyytyväinen tuotteeseen vai ei. Hyvä tuote tarjoaa tällä tasolla asiakkaalle mahdollisuuden oppia jotain uutta. (Tarssanen & Kylänen, 2007, 118.)

Elämyksen kokeminen tapahtuu emotionaalisella tasolla. Jokaisen asiakkaan ollessaan omanlainen yksilö, on heidän tunnereaktioitaan haastava ennustaa

etukäteen. Fyysisen ja älyllisen tason ollessa kunnossa on todennäköistä, että palvelu tuottaa positiivisia tunteita. Ilo, riemu, onnellisuus, onnistuminen sekä oppimisen ilo voivat olla näitä positiivisia tunteita. Ne ovat jotain sellaista mitä asiakas kokee merkitykselliseksi. (Tarssanen & Kylänen, 2007, 118.)

Henkinen taso on ylin taso kuviossa. Niinkin voimakas tunne kuin elämyksen kokeminen saattaa aiheuttaa muutkokokemuksen asiakkaassa. Se voi olla jopa melko pysyvää muutosta asiakkaan fyysisessä olotilassa, mielenmaisemassa tai elämäntavoissa. (Tarssanen & Kylänen, 2007, 118-119.) Näihin kahteen viimeiseen tasoon täytyy pyrkiä palvelukonseptilla.

Elämyskolmion elementeistä aitous tarkoittaa palvelun uskottavuutta. Aitous yksinkertaisimmillaan on alueen ihmisten oikeaa kulttuuria sekä elämäntapaa. (Tarssanen & Kylänen, 2007, 114.) Aitoutta pystyy tarkastelemaan monesta eri näkökulmasta. Aitouden määrittelee loppuen lopuksi itse kokija, joten aitoutta voi olla täysin fiktiivinen asia, jos kokijan mielestä se on uskottavaa (Tarssanen & Kylänen, 2007, 114).

Tarina nivoutuu vahvasti aitouteen. Palveluissa on tärkeää liittää kokonaisuus yhtenäiseksi tarinalla. Moniaistisuus tarkoittaa sitä, että palvelu tai tuote on mahdollista kokea monilla eri aisteilla. Kontrasti taas syntyy palvelussa siitä, että se eroaa mahdollisimman paljon asiakkaan omasta arjesta. Viimeinen elementti on vuorovaikutus ja se puhuu puolestaan. Vuorovaikutus tulee siitä, että asiakkaat ovat vuorovaikutuksessa palvelun sekä muiden kokijoiden kanssa. (Tarssanen & Kylänen, 2007, 115-116).



Kuvio 1. Elämyskolmio (Kylänen ja Tarssanen 2007, Tarinakone 2011 mukaan)

## 6 PALVELUKONSPETIN RAKENTAMISEN AVUKSI PALVELUMUOTOILUN MENETELMÄT

### 6.1 Palvelukonseptin määritelmä

Kun tuotteet ja palvelut näyttäytyvät yhtenä palvelukokonaisuutena asiakkaalle on silloin kyseessä palvelukonsepti. Se ei riitä palvelukonseptiksi, jos palvelut on vain yhteen niputettu, vaan palvelukonsepti on tarkkaan mietitty ja suunniteltu kokonaisuus, joka on mietitty asiakkaiden tarpeiden mukaiseksi. (Tonder 2013, 73.)

Edward de Bono on kuvaillut konseptia kirjassaan ”Simplicity” ukkosmyrskyn lailla. Suurin osa ihmisistä tietää, mikä on ukkosmyrsky eikä sitä tarvitse selittää sen tarkemmin. Samalla tavalla konseptin tulisi olla niin selkeä, että jokainen tietä mistä on kyse. (Tuulaniemi 2011, 191.)

Konseptiin sisältyy kehitettävän palvelun palvelupolku. Konseptissa kerrotaan selkeästi kaikki palvelutuokiot ja kontaktipisteet. Kuvaus on tapahduttava niin, että kaikki ymmärtävät millaisesta palvelusta on kyse, kuinka palvelua tuotetaan, millä tavalla se vastaa asiakkaiden tarpeeseen sekä sen mitä palveluiden tuottajalta vaaditaan tuottamiseen. (Tuulaniemi 2011, 191.)

Kaikessa yksikertaisuudessaan palvelukonsepti on selkeä palveluiden kokonaisuus. Palvelukonsepti on osa yrityksen kehittämistä. Konsepti tulisi kuvata niin, että kaikki konseptiin osallistuvat osapuolet ymmärtävät tarkkaan mistä palvelussa on kyse sekä mitkä prosessin osaset kuuluvat kenellekin.

Palvelukonsepti kertoo tarinan palvelun suurista linjoista, mutta niin että siihen jää kuitenkin vielä kehittämisen varaa (Tuulaniemi 2011, 191). Luomani palvelukonseptin ei siis tarvitse kattaa kaikkia yksityiskohtia vaan täytyy antaa tilaa myös toimeksiantajan ideoille.

### 6.2 Palvelumuotoilun prosessi

Palvelumuotoilu on suosituksi noussut lähestymistapa yritysten ja julkisen sektorin kehittämisessä (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 71, 73).

Opinnäytetyössäni hyödynnettiin palvelumuotoilun menetelmiä ja menetelmiksi valikoitui shadowing-menetelmä sekä aivoriihi muotoilupelin muodossa. Yleensä palvelumuotoilua hyödynnetään rakentamaan uutta asiakaslähtöistä liiketoimintaa tai palvelukonsepteja (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 71, 73), mistä syystä se soveltuu opinnäytetyöhöni.

Palvelumuotoilu tavoittelee käyttäjän kannalta luomaan helppoja käyttää, tarpeellisia sekä haluttavia palvelu kokonaisuuksia. Organisaatioiden ja yritysten näkökulmasta palvelumuotoilun tavoitteena on vaikuttavat, tehokkaat, kannattavat ja erottuvat palvelukonseptit. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 71-72.)

Palvelumuotoilu tarjoaa selkeän prosessin sekä helppokäyttöisiä menetelmiä ja työkaluja. Kyseiset menetelmät tuovat palvelunkäyttäjän keskiöön. Palvelumuotoilun avulla saadaan helposti konkretisoitua sekä testattua palvelukonsepteja. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 71.)

Ojasalo, Moilanen ja Ritalahti (2025) ovat kuvanneet ”Kehittämistyön menetelmät” -kirjassaan selkeästi palvelumuotoilun prosessin erivaiheet. Ensimmäinen vaihe on ”Kartoita ja ymmärrä”- vaihe, johon yleensä kuluu eniten aikaa. Tässä vaiheessa on tärkeää saada syvällistä tietoa asiakasymmärryksestä sekä toimintaympäristöstä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 74.)

Yksi tähän vaiheeseen sopivia työkaluista on Etnografian, jonka valitsin syvällisemmän toimintaympäristön ymmärtämiseksi. Etnografinen menetelmä, jonka löysin shadowing-menetelmä eli havainnointi. Shadowing-menetelmässä tulen tarkastelemaan yrityksen palveluita toiminnallisesta näkökulmasta niin, että saan hyvän käsityksen retkillä tapahtuvasta valokuvauksesta. Muu tähän vaiheeseen kuuluva ymmärrys tulee tietoperustasta.

”Ennakoi ja ideoi”- vaiheeseen kuuluu luovuus sekä yhteisöllisyys. Yleensä tässä vaiheessa osallistetaan monia eri sidosryhmiä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 75.) Käytin tässä vaiheessa työkaluna aivoriihtä muotoilupelin muodossa. Muotoilupelissä saadaan kerättyä ideoita palveluihin. Muotoilupeliin osallistui

safarityritys Beyond Arcticin työntekijöitä, joilla on hyvä käsitys jo olemassa olevista palveluista ja heillä on paras ymmärrys yrityksen asiakkaista. Samalla he ymmärtävät paikallisuutta ja näkevät Lapin kauneuden niin, mitä paikallinen ei huomaa tottumuksestaan. Osallistavuus on vastuullisuutta ja tämä kuuluu yrityksen arvoihin.

Kolmas vaihe on "Mallinna ja arvioi". Vaiheessa visualisoidaan, rakennetaan prototyyppijä sekä simuloidaan palvelua. Tyypillisiä työkaluja tästä vaiheesta ovat skenaariot, toimijakartat, asiakaspolut, prototyypit sekä näytelmät. Tämän vaiheen avulla saadaan nopeasti selville, onko kehittämisestä syntymässä haluttava ja toimiva palvelu. "Konseptoi ja vaikuta"- vaiheessa tehdään palvelun lopullinen konseptointi sekä saattaminen käytäntöön (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 76). Nämä molemmat vaiheet jätettiin yhteistyötaholle. Konsepti ei ole täysin lopullinen vaan siihen on mietitty elämyksellisyyden puoli.

### 6.3 Käytetyt menetelmät

#### 6.3.1 Shadowing eli havainnointi

Shadowing-menetelmässä tarkkaillaan ihmisiä kontekstissa. Tutkija liittyy käyttäjään ja seuraa käyttäjän kokemuksia sekä tekemiä aktiviteettejä. Sen avulla tutkija ja suunnittelija voivat kehittää suunnittelun syvällistä ymmärrystä havainnoinnin ja käyttäjien kanssa koettujen kokemusten kautta. Tätä metodologia kannattaa käyttää, kun haluaa tietää kontekstin, käyttäjät, viitekehyksen sekä soveltuuko metodi konseptin luomiseen. (Curedale 2013, 233.)

Havainnoinninkoko retken kulkua enkä ainoastaan yhtä käyttäjää. Keskustelimme yhteistyötahon kanssa siitä, mikä retkistä auttaa parhaiten ymmärtämään retkillä tapahtuvaa valokuvausta sekä kuvastaisi yrityksen palvelutarjontaa parhaiten. Päädyimme retkeen, jossa etsitään revontulia. Retkellä yhteistyötahon mukaan näkyy parhaiten, kuinka oppaat ohjaavat ja opettavat valokuvausta.

Retki alkoi yhteistyötahon toimistolta, josta lähdimme pakettiautolla liikkeelle. Opas kertoi aluksi mitä tulemme retken aikana tekemään ja kuinka pitkä ajomatka

on retken määränpäähän. Retken määränpää oli yksityinen alue, jonne meidän oli tarkoitus mennä katsomaan revontulia. Opas mainitsi, että hän saattaa pysäyttää auton aikaisemmin tien varteen, jos revontulia on havaittavissa.

Matkan varrella pysähdyimme, sillä opas havaitsi revontulia. Otimme tien varressa ensimmäiset valokuvat. Opas laittoi kameran maahan jalkojen varaan ja jokainen meni vuorollaan kuvattavaksi. Tilanne muistutti kouluvalokuvausta, jossa jokainen koululainen jonottaa valokuvaan. Opas myös käytti valoa valokuvien tekoon. Opas loi puhelimen taskulampusta valaisimen, joka muistutti valokuvaamoissa käytettävää valaisinta.

Jatkoimme tienvarresta matkaa päätepisteelle. Päätepieste oli Rovaniemeltä noin 40 minuutin ajomatkan päässä. Saavuttuamme määränpäähän, joka oli järvenjäällä, oli havaittavissa jo voimakkaita revontulia. Revontulet vain voimistuivat illan mittaan. Otimme lisää valokuvia järvenjäällä samalla tavalla kuin tiellä revontulien tanssiessa taustalla.

Ihailtuamme revontulia menimme autoon lämmittelemään, minne saimme lämpimät termospullolliset mehua. Revontulet voimistuivat uudestaan, joten menimme katselemaan niitä ulos ja opas otti lisää kuvia niistä, ketkä halusivat olla kuvissa. Ihailtuamme revontulia osa ryhmästä meni autoon ja osa jäi vielä ulos. Hetken päästä jatkoimme matkaa takaisin Rovaniemelle.

Normaalisti retkeen sisältyy makkaranpaistoa nuotion äärellä, mutta revontulet olivat niin upeita, että opas antoi retkeläisten vain nauttia esityksestä. Tärkein löydös retkeltä oli se, kuinka valokuvaus toimii Beyond Arctic yritysten retkillä. Retkillä tuodaan valokuvaamo suoraan luontoon.

### 6.3.2 Aivoriihi suunnittelupelin muodossa

Toteutin aivoriihen safariyritys Beyond Arctic työntekijöiden kanssa. Tilaisuudessa on kyse yhteissuunnittelusta. Yhteissuunnittelu ymmärretään usein kapeasti tilaisuutena, jonne käyttäjät tulevat antamaan palautetta,



kommentoimaan sekä antamaan uusia ideoita kehitettävään palveluun (Mattelmäki & Vaajakallio 2011, 79).

Yhteissuunnittelulle oleellista on ymmärtää sen tärkein tarve. Yhteissuunnittelussa tulisi ottaa huomioon, mihin suunnittelulla halutaan vastata sekä millaisia osallistujia pitäisi saada mukaan työpajoihin. Tärkeää on myös tunnistaa mitä työpajassa tehdään, jotta saavutetaan tavoiteltu lopputulos. (Mattelmäki & Vaajakallio 2011, 81.)

Yhteissuunnittelun tavoitteena oli saada ideoita ja pohjaa syksyn palveluille. Vaikkakin tietoa on olemassa syksyn ominaispiirteistä, koin tarvitsevani lisää ideoita syksyllä tuotettaviin palveluihin. Kokemusten tulisi olla aitoja ja elämyksellisiä. Aitouteen liittyvää tietoa on mahdollista saada paikallisilta. Paikalliset saattavat ovat turtuneita omaan ympäristöönsä, joten he eivät aina näe ympäristössään olevia ainutlaatuisia ja elämyksellisiä piirteitä. Ulkopuolisen on helpompi nähdä näitä piirteitä. Toisaalta tiedon olisi hyvä tulla sellaisilta, jotka tietävät yrityksen arvoista ja toiminnasta, joten ne olisivat räätälöityjä juuri kyseiselle yritykselle. Tämän takia metodiksi valikoitui aivoriihi muotoilupelin muodossa yrityksen työntekijöiden kanssa. Yrityksessä on näitä kaikkia tarvittavia näkökulmia palveluun.

Suunnittelupeli käsitteenä on auki monille eri peleille sekä pelitavoille. Suunnittelupelit voivat olla lautapelin, korttipelin tai roolipelin muodossa. Pelimäisyys tukee tapaamista tai työpajaa, sillä luodut säännöt ja materiaalit antavat raamit keskustelulle ja auttaa ideointia. (Mattelmäki & Vaajakallio 2011, 85). Loin työpajaan lautapelin (kuvio 2), joka oli aivoriihelle tyypillisessä muodossa.

Työpajan alussa osallistujat lämmittelivät niin, että heillä oli 30 sekuntia aikaa kirjoittaa paperille ajatuksia tai ideoita, mitä osallistujilla tulee mieleen syksystä ja etenkin Lapin syksystä. Jokaisella osallistujalla oli oma paperinsa, johon kirjoittaa. Ajatukset kirjoitettiin taululle.

Työpajan lautapelissä (kuvio 2) jokaisella oli omanappulansa, joka liikkui laudalla. Pelaajilla oli oma vuoronsa, jolloin heitettiin noppaa. Nappulan osuessa valkoiseen sai pelaaja hengähtää. Pelaaja jouduttua harmaaseen ruutuun, täytyi hänen kertoa ajatuksia ja ideoita koskien Lapin syksyä, minkä jälkeen idea kirjattiin taululle. Mustavalkoisessa ruudussa osallistujalle kerrottiin kategoria, jonka perusteella osallistujan piti kertoa ajatus tai idea liittyen syksyyn. Pelaajat päätyivät laudalla taukopaikalle, missä heidät jaettiin pienempiin ryhmiin.



Kuvio 2. Aivoriihen pelilauta

Mustavalkoisen ruudun kategorioita pelilaudalla olivat:

- juoma, punainen, vaaleanpunainen, jotain mitä voit koskettaa, sininen, aktiviteetti, syötävää, vihreä, jotain mitä voit kuulla, eläin, sää, harmaa, ruskea, jotain minkä voit haistaa, jotain minkä voit nähdä, violetti, laulu, paikka

Osallistujat jaettiin kolmeen ryhmään. Ryhmäläiset valitsivat taululta (kuvio 3) valittiin kolme asiaa, jotka osallistujat ajattelivat olevan pääkategorioita. Pääkategorioiksi valikoituivat marjastus ja sienestys, vaellus sekä mökkielämä. Ryhmät kilpailivat keskenään siitä, ketkä suunnittelevat parhaimman retken. Jokaiselle ryhmälle annettiin näistä kategorioista yksi ja heidän piti suunnitella retki kategoriaan liittyen. Ideatauluun (kuvio 3) on ympyröity ryhmäläisten valitsemat pääkategoriat ja ryhmille on annettu oma ryhmätunnuksensa eli G1, G2 ja G3. Ryhmät valitsivat taululta kaksi muuta sanaa tai ideaa, mitkä he



*Marjastus ja sienestys retki (G1):* Lapsiperheille suunnattu retki ja retken kesto on 4–5 tuntia eli päiväretki. Retki on vuorovaikutteinen. Paikka on helposti saavutettavissa, lyhyen kävelymatkan päässä parkkipaikasta. Retki alkaa sillä, että sytytetään nuotio, jossa kerrotaan tietoa sienistä ja marjoista. Nuotiolla kerrotaan retken turvallisuusohjeistuksesta sekä ohjeistetaan mitä retken aikana saa tehdä ja mitä ei. Pienen tulihetken jälkeen asiakkaat siirtyvät metsään, jossa makro kuvataan ja kerätään sieniä sekä marjoja. Lapsille on oheistoimintaa samalla kun vanhemmat valokuvaavat ja keräävät metsän antimia. Lapsille on järjestetty oma leikkensä, jossa he yrittävät tunnistaa sieniä sekä marjoja. Lapset pääsevät näin tuntemaan osallistuvansa retkelle. Poimimisen jälkeen valmistellaan ruokaa ja siitä kuvataan videota. Asiakkaat pääsevät tuntemaan itsensä tunnetuiksi Youtubettajiksi. Asiakkaat yhdessä valmistavat itse ruokaa keräämistään metsänantimista esimerkiksi keittoa tai sienikastiketta. Kokemuksen ja henkisen tason näkökulmasta pidetään retken lopuksi yhteinen hetki, jossa syödään ja juhlistetaan tätä päivää. Juhlistetaan esimerkiksi kiittämällä tulta ja kiittämällä luontoa siitä, että antoi meille antimiaan. Moniaistisuus retkellä näkyy monissakin asioissa. Retkellä maistellaan ja katsotaan tarkkaan ympärilleen. Kontrastia retkelle luo se, että mennään perheen kanssa ulos. Retkellä pääse puhumaan ja syventymään uuteen aiheeseen. Lapset pääsevät kanssakäymään muiden ihmisten kanssa ja pääsevät oppimaan paljon uutta, kuten leikkaamaan ja valokuvaamaan.

*Trout fishing wilderness experience (G2):* Kahden päivän kalastus ja vaellus retki. Kaksi päivää ja yksi yö. Vaelletaan leiriytymisalueelle, jonka matkan varrella on useampi kalastuspaikka. Leiriytymisalue on lähellä ainakin yhtä tai kahta kalastuspaikkaa. Retkellä on myös mahdollisuus nähdä yöllä revontulia. Yritys on etukäteen katsonut lähistöltä hyvän paikan, josta pystyy näkemään hyvin revontulia. Retkellä asiakkaat pääsevät kokemaan jotain sellaista, mitä he eivät varmastikaan ole kokeneet koko elämänsä aikana. Se on retken ainutlaatuisuutta ja kontrastia. Kokenut opas tuo retkellä turvaa. Monet, jotka ovat kalastuksesta kiinnostuneita haluavat kalastaa taimenta ja se on erityistä. Perhokalastuksesta saa huikeita valokuvia.

*Melontaretki saarelle (G3):* Retki on Miekojärvellä. Saarella on mökki, jossa käydään saunomassa. Mökissä on perinteinen puulla lämmitettävä hella, jossa tehdään perinteistä ruokaa. Vuorovaikutus retkellä tulee voimakkaasti näkyviin melonnassa, sillä melonnassa tarvitaan esimerkiksi yksi taakse antamaan navigointia. Melonta on tiimityöskentelyä ja siinä tarvitaan kommunikointia. Moniaistisuus näkyy retken fyysisyytenä. Retkellä on myös kaunis maisema veden äärellä, retkellä tehdään ruokaa ja tulen äärellä pääsee haistamaan nuotion. Retkellä on kaksi vaihtoehtoista reittiä saarelle, jotta eritasoiset ihmiset pääsevät osallistumaan. Nuoret ja hyvä kuntoiset pääsevät halutessaan pidemmälle reissulle, kun taas lapsiperheillä on mahdollisuus mennä lyhyempää melontareittiä. Retken opas on kokenut melonnassa. Retkellä tulee onnistumisen tunne asiakkaille, kun he pääsevät kokemaan, että he onnistuivat pääsemään saarelle. Melonta on myös pienimuotoinen seikkailu, kun tuuli saattaa viedä mukanaan ja sitä vastaan taistellaan. Asiakkaat oppivat retkellä suomalaisesta kulttuurista ruuan ja puulla lämmitettävän hellan kautta. Asiakkaille tarjoillaan tuoretta kalaa Miekojärveltä. Mökillä kerrotaan tarinoita. Retken henkinen taso näkyy siinä, että asiakkaille tulee onnistumisen tunne ja he tekivät sen yhdessä. Melonta ei ole kovinkaan helppoa ja se vaatii paljon vuorovaikutusta, joten melonnalla asiakkaille on mahdollista saada itsensä ylittämisen kokemus.

## 7 TULOKSET JA TUOTOS

### 7.1 Shadowing-menetelmästä ja muotoilupelistä saadut tulokset

Revontuliretki antoi hyvän kuvan, kuinka retkellä näkyy valokuvaus. Menetelmä oli hyvin valittu ja se tuli tarpeeseen. Retki avasi voimakkaammin ajatusta siitä, mikä saattaa olla suomalaiselle hyvinkin normaalia ja arkipäiväistä voi olla ulkomaalaiselle ainutlaatuista ja eksoottista. Retken jälkeen kävin keskustelua yhteistyötahon kanssa matkailijoiden näkökulmasta. Pohdimme, miksi asiakkaat ovat valmiita maksamaan tuotteista, ja siitä tulikin tärkeä oivallus, joka oli retkien helppous ja turva. Suomalaisena on helppoa tehdä kaikkia aktiviteetteja, joita yrityksellä on palvelutarjonnassaan. Ulkomaalaisille asiakkaille aktiviteettien tekeminen itseksensä on haastavaa, sillä he eivät tunne paikkoja eikä ole välttämättä välineitäkään. Asiakkaat ovat valmiita maksamaan asioista, jotka saattavat olla suomalaiselle jopa itsestään selvyyksiä.

Aivoriihi muotoilupelin muodossa toi hyviä ajatuksia ja ideoita lopulliseen tuotokseen. Ideoista sai paljon kuvaavia sanoja retkien kuvauksiin. Mietin pitkään suunnitellessani aivoriihtä, että annanko oppaille tietoa jo saadusta tiedostani toimintaympäristöstä. Tulokset olisivat voineet mennä enemmän haluttuamaani suuntaan. Aivoriihessä aluksi keksitään hyvin vapaasti ideoita, jotka liittyvät aiheeseen (Ojalahti, Moilanen & Ritakoski 2015, 44). Halusin kuitenkin pitää ideat hyvinkin vapaina, jotta niistä saattaisi tulla jotain yllättävää esille ja tehdä tämän jälkeen jatkojalostuksen ympäristöstä kerätyn tiedon perusteella.

Aivoriihen tärkeimpiä tuloksia ehdottomasti olivat ideat sekä tieto, mikä on ainutlaatuista ja erityistä Suomessa ulkomaalaisille. Osallistujien valitsemat kategoriat liittyvät voimakkaasti ympäristön sääolosuhteiden teemoihin. Ideoissa on selkeästi nähtävissä sadonkorjuu sekä ruska.

Eryityisesti toivoin, että olisin saanut ideoita haastavimpaan ja harmaimpaan ajanjaksoon eli ensilumen aikaan. Ajatustani ja toivettani olisi pitänyt aivoriihen tavoitteissa kirkastaa ja tuoda se selkeämmin julki, niin työpajan suunnittelussa

olisin voinut ottaa sen paremmin huomioon. Kylmä ilma, villasukat ja aamuhuurre kuitenkin nousivat aivoriihessä tähän ajanjaksoon liittyen.

## 7.2 Tietoperustasta tehtyjä johtopäätöksiä

Elämyskolmio valikoitui tuotoksen näkökulmaksi, sillä se yhdistää aitouden ja tarinallisuuden. Aitous ja tarinallisuus ovat tällä hetkellä trendejä. Pohtiessani miten, saada näkymään konseptissa aitous ja tarinallisuus mietin aluksi tarinallistamisen keinoa. Tarinallistaminen olisi ollut suhteellisen haastava, jos ei ole olemassa olevaa konseptia ja syksyille tarvittiin konkreettisia palveluita eli retkiä. Elämyskolmio yhdisti nämä kaksi elementtiä yhteen ja on muutenkin tärkeä osa matkailua.

Motivaation tasolla ihminen luo matkalleen mielikuvia ja oletuksia. Jos nämä oletukset, mielikuvat ja toiveet eivät täyty ei reissusta saada odotettua tulosta ja matka saattaa jäädä epämieluisaksi. Elämykseen tarvitaan, että motivaation taso täyttyy. (Tarssanen & Kylänen.) Tähän ajatukseen viitaten konseptiin lisättiin Hornerin & Swarbrooken (2021) luokittelemien motivaation tasojen mukaan näkökulmia jokaiseen retkeen.

Kulttuuriseen motivaatioon kuuluu nähtävyydet sekä uuden kulttuurin kokeminen (Horner & Swarbrooke 2021, 74). Luonnon voi nähdä nähtävyytenä, mutta edellinen ajatus loi mielikuvan näköalan tärkeydestä. Palveluihin tulisi saada uuden kulttuurin oppimista eli tässä tapauksessa suomalaisen kulttuurin ja lappilaisen kulttuurin oppimista.

Fyysiseen kulttuuriin kuuluu rentoutuminen, auringonotto, kuntoilu sekä hyvinvointi ja seksi (Horner & Swarbrooke 2021, 74). Luonnossa liikkuminen on rentouttavaa sekä siinä tulee kuntoilua, kun liikkuu epätasaisella pinnalla. Luonto lisää hyvinvointia, sillä siellä liikutaan, ollaan raittiissa ilmassa ja se rentouttaa. Itsensä kehittämiseen sisältyy tiedon lisääminen ja uuden taidon oppiminen (Horner & Swarbrooke 2021, 74). Palveluihin on lisätty tämän motivaation tason aktiviteetteja, joista asiakkaat voivat oppia uuden taidon, kuten kalastus ja marjastus.

Visit Finlandin (2017) luomat asiakasprofiilit myös kuvasivat, tiettyjen asiakkaiden kiinnostusta matkustaa Suomeen. Asiakasprofiileista oli helposti tuotavissa retkille sisältöä ja asiakasprofiileista sai vahvistuksen siitä, mitkä toiminnot kiinnostavat asiakkaita.

Tärkeänä erityispiirteenä ja motivaationa asiakkailla osallistua juuri Beyond Arcitcin retkille on valokuvaus. Yritykseltä saa lisäarvona ammattitaitoisen valokuvan muistoksi. ”Anna ihmiselle se mitä he haluavat. Sitä minä teen.” oli tärkeä valokuvaajan kommentti (Crawshaw & Urry 1997, 188), sillä Beyond Arctic tekee juuri näin. He auttavat asiakkaita näkemään ja saamaan muiston kohteesta juuri siitä näkökulmasta, mitä asiakkaat haluavat. Yrityksessä on yhdistetty myös taitelijoiden eli valokuvaajien kohtaaminen matkailijoiden kanssa. Valokuvaajat kiinnostuvat yrityksestä, sillä he haluavat päästä retkille, jossa he pääsevät parhaimmille pakoille ottamaan valokuvia ja saavat ohjausta valokuvien ottamisen suhteen.

Luontomatkailuun Laaksosen (2013) liittyvä vastuullisuus ajatus oli tärkeä koko työn kannalta. Safariyrityksen Beyond Arctic arvoihin kuuluu vastuullisuus (Beyond Arctic 2023). Yritykselle luotavien retkien pohjalla on tietenkin yrityksen arvot. Laaksosen (2013) ajatus siitä, että luonnossa liikkuminen ja retkeily itseasiassa auttaa vastuulliseen käytökseen tukee yrityksen arvoja ja sitä, että luonnon kannalta tällainen toiminta on jopa suotavaa.

Hautala ja Tapio (2009) ovat Ensilumi-kirjassaan pienillä runoillaan ja kauniilla kuvillaan kuvanneet ensilumen aikaa taianomaisesti. Taianomaisuudesta syntyikin idea: ”Lapin syksyssä on taikaa”. Palvelukonseptin retkille on suotavaa lapsien osallistuminen. Lapset huomaavat helposti sellaisia asioita retkeilyn matkan varrella mihin aikuiset kiirehtiessään eivät kiinnitä huomiota (Laaksosen 2013, 33). Lapset siis huomaavat asioita, joissa on taikaa. Se tekee retkistä paljon mieluisampaa ja aikuiset pystyvät pysähtymään ihmettelemään. Työssäni yritettiin etsiä syksyn elämyksellisiä elementtejä ja lapset varmasti retkillä osaavat tuoda sen taian vieläkin paremmin esiin.



### 7.3 Tuotoksena uuden palvelukonseptin elämyksellisyys

Uuden palvelukonseptin nimi on "Syksyn taika" eli "Magic of the autumn". Uuden palvelukonseptin retkien teemat ovat Lapin syksyn sesongin muutosten mukaan teemoitettu. Lapin kahdeksan vuodenaikaa ovat teemojen pohjalla sekä konseptin punaisena lankana. Jokaisella ajanjaksolla on omat erityispiirteensä ja halusin löytää parhaimmat aktiviteetit retkien sisällöiksi tuomaan näitä erityispiirteitä esille. Tarkastelen kaikkia palveluita eli retkiä tuotoksessani elämyskolmion läpi. Tuotoksena on uuden palvelukonseptin tuotekortit (liite 1, liite 2, liite 3 & liite 4). Liitteestä näkee tarkasti retkien sisällön ja retket heijastettuna elämyskolmion osasiin. Retket on nimetty englanniksi, sillä ne on kohdennettu kansainvälisille asiakkaille.

Ensimmäinen teema pohjautuu sadonkorjuuseen. Retken nimi on "Berry and mushroom hunt"- retki. Keskusteltuani yhteistyötahon työntekijöiden kanssa järjestetyssä aivoriihessä selvisi, että ulkomaalaisille on eksoottista, jos he pääsisivät poimimaan marjoja tai sieniä. Marjastus ja sienestys on perinteisiä suomalaiseseen kulttuuriin kuuluvia tapoja. Metsästä haetaan marjat pakkaseen talven ajaksi. Toisaalta marjastuksessa ja sienestyksessä ulkomaalaisilla asiakkailta on mahdollisuus oppia myös suomalaisesta erikoisuudesta eli jokamiehenoikeuksista. Jokamiehenoikeuksilla Suomessa marjastus ja sienestys on sallittua missä tahansa metsissä (Metsähallitus 2023 b), mikä on ainutlaatuista maailmanmittapuulla.

Aivoriihestä tuli hyviä lisäelementtejä marjastus ja sienestys retkelle. Sienikeiton tarjoaminen retkelle lisäarvoa. Aivoriihestä tuli esille mustikkasoppa, joka on loistava idea. Keiton kanssa kuitenkin päätimme yhteistyötahon kanssa tarjottavaksi sesongin mukaista marjapiirakkaa, niin ei ole pelkästään nestemäistä syötävää tarjolla.

Bonus retkenä alkusyksyyn tuli "Wild life experience"- retki. Retkellä tarkkaillaan eläimiä ja kalastetaan. Eläinten tarkkailuun yhdistettiin kalastus, kalastuksen suosion vuoksi ja siltä varalta, ettei eläimiä ole retken aikana liikenteellä. Idea retkeen syntyi aivoriihen retken nimestä, wild life. Luontomatkailussa asiakkaat

kaipaavat turvallista vaaraa (Tuulaniemi 2011), jota koetaan retkellä eläinten tarkkaillussa.

Eläimiä, ja erityisesti hirviä on mahdollista houkutella suolatikun avulla haluttuun paikkaan (Viren 2022). Tämä mahdollistaa villieläinten tarkkailun kaukaa ja niiden kuvaamisen. Retkellä kalastetaan suhteellisen lähelle tikkua. Asiakkaiden kanssa käydään tarkkailemassa eläimiä, jos eläimistä on saatu havaintoja riistakameralla. Vaikkakin asiakkaiden kanssa ei kerettäisi paikalle näkemään eläimiä niin heille näytetään riistakameralla otettu video ja lähetetään tallenteet.

Opas ottaa ammattitaitoiset kuvat asiakkaille villieläimistä, jos he onnistuvat näkemään sellaisen retkensä aikana. Yrityksen on vain taattava retkellään eläimille rauha niin, että asiakkaita ohjeistetaan kuvaamaan ja tarkkailemaan eläimiä kaukaa niin, etteivät eläimet häiriinny. Retkellä tarjoillaan asiakkaille mehua ja makkaraa. Jos asiakkaat ovat saaneet kaloja retkellä niin ne on mahdollista savustaa ja syödä.

Kansallispuistojen ollessa haluttavia luontokohteita toiveenani oli saada sellainen upotettua, jonkun retken sisältöön. Se oli alusta alkaen selvää, että haluaisin yhdistää ruskan ja vaelluksen, mikä olisi parasta tehdä kansallispuistossa. Aivoriihen tulokset vain vahvistivat sitä, että vaellus ja ruska kannattaa yhdistää.

Rovaniemeltä on suhteellisen pitkä matka lähimpiin kansallispuistoihin (Metsähallitus 2023 a). Retken pituus kasvasi huomattavasti, jos matkailijoiden kanssa mentäisiin kansallispuistoon. Rovaniemen läheisyydestä löytyi kuitenkin kauniita luontopolkuja, mitä olen hyödyntänyt retkellä. Kohteen valinta on tärkeä tällä retkellä, sillä se tuo paljon lisäarvoa siihen, kuinka ruska näyttäytyy. Näköalatorni oli maiseman takia tärkeässä roolissa. Tärkeänä huomautuksena tuli yhteistyötaholta, ettei metsä voi ainoastaan olla havumetsää, sillä siellä ei ole ruskan värejä puiden ollessa havua. Parhaiten nämä kriteerit täyttivät Suoluontopolku tai Auttikönkään polku. Retkellä eväinä ovat nokipannukahvi ja suomalaiselle perinteikäs pulla.

Ensilumi oli kaikista haasteellisin aika tuoda sen kauneus esille. Aivoriiehellä noussut aamuhuurre on ehdottomasti yksi ajanjakson kauneimpia asioita. Ensilunta odotetaan ja ensilumen riemu on voimakasta iloa. Tällöin on myös nähtävissä revontulia. Ajanjaksossa haastavaa oli se, kuinka yhdistää kaikki nämä kauniit erityispiirteet yhteen retkeen. Metsään on vaikea mennä retkeilemään, sillä siellä saattaa olla mutaista ja vaikeakulkuista. Revontulet ovat yleensä illasta, ja aamuhuurretta sekä ensilumi on mahdollista nähdä aamuisin. Luksustelttailu eli glamping mahdollisti näiden kauniiden sääolosuhteiden kokemisen. Yöllä ennen nukkumaan menoa asiakkaan ollessa metsässä glamour teltassaan he pystyvät näkemään revontulia. Aamulla herätessään on vastassa joko aamuhuurre tai ensilumi, mitkä molemmat ovat kauniita omalla tavallaan. Glamping-retki sopii varsinkin suomalaisen luksuksen etsijöille.

Retket, jotka sopivat erityisesti perheille ovat ”Berry and mushroom hunt” sekä ”Wild life experience” -retket. ”Explore the autumn colors” – retki soveltuu myös lapsille polkujen helppouden takia, mutta ei ole välttämättä yhtä mielekäs kuin edellä mainitut retket. Kun taas ”Glamping” – retki on suunnattu pariskunnille.

Perheille sopiville retkille yhteistyötaho voi halutessaan suunnitella pienen bingon lapsille. Bingolapussa on yksinkertaisia tehtäviä lapussa kuten syö makkaraa, bongaa lintu, saa kala, katso kaunista maisemaa tai löydä sieni. Sisältö on vähän retkestä riippuvainen. Bingon tapaan saa palkinnon, kun yksi rivi täyttyy. Koko lapun täyttyä voi tulla yrityksen halutessa suurempi palkinto. Bingo toisi lapsille lisää innostusta retkestä sekä pitäisi retken lapsille mielekkäänä.

## 8 POHDINTA

Ymmärsin opinnäytetyöni aikana, kuinka tärkeää on ymmärtää asiakkaiden motivaatiota, mitkä ohjaavat heitä osallistumaan retkille. Taso on elämuskolmion pohjalla, mutta tasolla luodaan toiveet ja odotukset retkelle. Toiveiden ja odotuksien täyttymättömyys aiheuttaa epätyytyväisyyttä. Retkellä tämä tarkoittaa sitä, ettei retkestä voi syntyä elämystä.

Olen onnistunut kuvaamaan alussa määritellyn tavoitteeni. Tavoitteeni oli luoda uudelle palvelukonseptille pohjaa elämyksellisyyden näkökulmalla ja siinä onnistuin. Onnistuin löytämään syksystä elämyksellisiä elementtejä ja nivomaan ne yhteen. Punainen lanka näkyy hyvin palveluissa. Opinnäytetyöni tehtävänä oli pidentää yrityksen kautta syksylle palveluiden avulla. Tehtävään päästään vasta kun yritys tuo palvelut markkinoille ja he saavat palveluille asiakkaita.

Olisin tehnyt asioita toisin menetelmissä. Menetelmät opinnäytetyöhöni olivat perusteltuja ja johdonmukaisesti ilmaistu. Menetelmiin olin valinnut yhteistoiminnallisuutta, mikä toi suurta hyötöä opinnäytetyöhöni. Olisin todennäköisesti selvinnyt muotoilupelin sijaan perinteisellä aivoriihellä, jolloin skenaario työskentely olisi päässyt työhön mukaan. Menetelmistä saadut materiaalit oli asianmukaisesti kerätty sekä säilytetty.

Kaipasin enemmän vastauksia ja ideoita menetelmistä ensilumen aikaan. En määritellyt ajatustani omissa tavoitteissani tarpeeksi selkeästi, joten ideat siihen liittyen jäivät vajavaisiksi. Selkeällä tavoitteella olisin voinut luoda sellaisen työpajan, jossa olisi tullut enemmän ideoita ensilumen aikaan. Olisin tuonut työpajaan toimintaympäristöstä löytyneen ”Lapin 8 vuodenaikaa” - näkökulman, jonka avulla oppaat olisivat miettineet ensilumenaikaan ehdotuksiaan.

Olisin jälkikäteen ajateltuna tehnyt opinnäytetyötäni parin kanssa. Olisin aloittanut opinnäytetyöni samaan aikaan kuin kaverit tai yrittänyt ahkerammin etsiä työparia. Opinnäytetyö olisi ollut mielisempää tehdä jonkun muun kanssa. Saavutin kuitenkin opinnäytetyön päämäärääni, josta olen iloinen.

Pyrin löytämään mahdollisimman paljon ajantasaista tietoa kirjallisuudesta lähteisiini. Käytin yliopiston kirjastoa pääsääntöisesti lähdeaineistonani, joten lähteet ovat pääsääntöisesti luotettavia. Pyrin aina pohtimaan kriittisesti lähteitä ja analysoin lähteiden luotettavuutta vaikkakin ne olivat kirjastosta. Pyrin löytämään mahdollisimman ajantasaisia lähteitä, mikä ei aina tarkoita uusinta lähdeä. Luontomatkailuun liittyen oli haasteellista löytää uudempaa kirjallisuutta. Tärkeä löydös oli Laaksosen (2015) Retkeilijän opas- kirja, jolla pystyin paikkaamaan ja tuomaan vähän raikkaampaa näkökulmaa luontomatkailuun.

Kaikki tieto, jota olen käyttänyt, perustuu kirja- tai tutkimusaineistoon. Olen pyrkinyt raportoimaan työni vaiheita ja tuloksia mahdollisimman johdonmukaisesti sekä selkeästi. Opintojen ohella olen saanut paljon jo entuudestaan lähdeaineistosta tietoa. Lähde aineistoa on välillä tarvinnut vain kirkastaa. Monesti muistin asioita ulkoa, joka toikin haasteen löytää tietoa lähteestä. Välillä on tarvinnut kaivaa tietoa ja nähdä sen eteen yllättävän paljon vaivaa. Koko restonomi opintojen ohella olisin voinut tehdä lähdeluetteloja, minne laittaa kaikki hyvät lähteet muistiin. Opinnäytetyöni aikana ei olisi tarvinnut nähdä niin suurta vaivaa kaikkien kirjojen uudelleen löytämiseen.

Olen noudattanut luotettavuuteen ja eettisyyteen määritellysti. Ohjauksissa on määritelty työn luotettavuutta, mitä olen noudattanut. Ammattikorkeakoulujen rehtori neuvosto (2023, 1) on määritellyt eettisyyttä muun muassa niin, että opiskelija on tutustunut aiheeseensa, tutkimuseettisiin kysymyksiin, opiskelija on selvittänyt ohjaajansa kanssa tarvitseeko opinnäytetyö tutkimuslupaa tai eettistä ennakoarviointia, opiskelija on tutustunut henkilötietojen ja aineistojen käsittelyyn sekä siitä on sovittu kaikkien osapuolten hyväksymällä tavalla sekä opiskelija ymmärtää että työ käy plagioinnin tarkistuksen ja työstä tulee julkinen. Olen laatinut Lapin ammattikorkeakoulun mukaisen sopimuksen yhteistyötahon kanssa ja olemme käyneet ohjaustapaamisilla keskustelua kaikkiin siihen liittyvistä kysymyksistä kuten henkilötietojen käsittelystä ja tutkimusluvasta. Opintojen aikataulusta on käynyt hyvin selville, että milloin työ käy plagioinnin tarkastuksen sekä milloin työ julkaistaan.

Pyrkimys on ollut työskennellä järjestelmällisesti ja johdonmukaisesti. Aina työskentely ei ole siltä tuntunut. Olen pyrkinyt olemaan joustava työelämää kohtaan ja joutanut siellä missä on tarvittu. Olen myös reagoinut mahdollisiin muutoksiin. Olen työskennellyt itseohjautuvasti, vastuullisesti ja osallistunut opinnäytetyön ohjauksissa keskusteluihin. Olen käynyt myös keskustelua jatkuvasti yhteistahon kanssa ja pitänyt heitä parhaani mukaan informoituina opinnäytetyöhöni liittyvissä asioissa. Opinnäytetyöni on toteutettu tiiviissä yhteistyössä yhteistyötahon kanssa.

Jatkoehdotuksena on yhteistyötaholle miettiä palvelukonseptia eteenpäin palvelumuotoilun prosessin mukaisesti sekä pohtia konseptia BMC:n kautta. BMC auttaa palvelukonseptin kaikkien osien kirkkaasti ymmärtämisessä. Heidän olisi myös hyvä tutkia milloin eläimiä on liikkeellä riistakameran avulla.

Opinnäytetyö on ollut pitkä ja puuduttava prosessi, mutta silti samalla antoisa. Opinnäytetyössäni olen päässyt sietämään epävarmuutta, mitä syntyi, kun yritin tehdä päätöksiä pääsääntöisesti itsekseni ilman kaverin tukea. Tietenkin tein päätöksiä yhteistyötahon kanssa niin, että päätökset hyödyttävät parhaiten yhteistyötahoa, mutta osa päätöksistä oli minun tehtävä itsekseni. Kaiken kaikkiaan opinnäytetyö on ollut opettavainen. Suurimpana olen oppinut juuri epävarmuuden sietämisen.

## LÄHTEET

- Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto 2023. Opiskelijan muistilista. Opinnäytetyön eettiset ohjeet. Viitattu 28.4.2023 <https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Opinnäytetyöprosessin%20eettiset%20suositukset%20muistilistat%20opiskelijalle%20ja%20ohjaajalle.pdf>.
- Beyond Arctic 2023. Etusivu. Viitattu 10.3.2023 <https://beyondarctic.com/fi>.
- Business Finland 2023. Matkailun ympärivuotisuutta etsimässä. Viitattu 14.3.2023 <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2020-visit-finland/matkailun-ymparivuotisuutta-etsimassa>.
- Borg, P., Kivi, E & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Helsinki: WSOY.
- Crawshaw, C. & Urry, J. 1997. Tourism an the photographic eye. Teoksessa C. Rojek & J. Urry (toim.) Touring cultures: tranformations of travel and theory. Routledge: London and New York, 176-195.
- Curedale, R. 2013. Service design: 250 essential methods. Los Angeles: Design Community College Inc.
- Gofinland 2023. Revontulet eli auroraborealis (ja parhaat vinkit revontulien bongaukseen Suomessa). Viitattu 12.3.2023 <https://www.gofinland.fi/revontulet>.
- Hemmi, J. 1995. Ympäristö- ja luontomatkailu. Virolahti: Vapaa-Ajan Konsultit Oy.
- Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto. Osa 1. Sotkamo: Suomen pienkustantajat.
- Hautala, H. & Tapio, T-J. 2009. Ensilumi. Helsinki & Jyväskylä: Minerva kustannus oy.
- Hovi, T. 2017. Kulttuurimatkailu. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland univercity press, 64-69.
- Kailaheimo, T. 2022. "Glamping" yleistyy Suomessa – tässä 8 kotimaan kohdetta, joissa saa telttailuelämyksen hotellitason mukavuuksilla. Anna. Viitattu 15.3.2023 <https://anna.fi/lifestyle/matkailu/glamping-yleistyy-suomessa-tassa-8-kotimaan-kohdetta-joissa-saa-telttailuelamyksen-hotellitason-mukavuuksilla>.
- Laaksonen, J. 2013. Retkeilijän opas. Helsinki: Otava.
- Lapin liitto 2019. Lapin matkailustrategia 2020-2023. Matkailun tilanne-analyysi. Viitattu 14.3.2023 [https://arcticsmartness.eu/wp-content/uploads/Matkailu\\_tilannekuvaraportti\\_web.pdf](https://arcticsmartness.eu/wp-content/uploads/Matkailu_tilannekuvaraportti_web.pdf).

Lapin Luotsi 2023. Majoitus- ja matkailutilastot kuukausittain. Viitattu 29.3.2023  
<https://lapinluotsi.fi/elinkeinojen-nakymia/elinkeinot/majoitus-ja-matkailutilastot-kuukausittain-lappi/>.

Matkailu klusteri 2022. Matkailu. Lapin Luotsi. Viitattu 2.9.2023  
<https://lapinluotsi.fi/lapin-ennakointityo/ennakoinnin-toimialaklusterit/matkailu/>

Mattelmäki, T. & Vaajakallio, K. 2011. Yhteissuunnittelu ja palveluiden ideointi. Teoksessa S. Miettinen (toim.) Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo teknova oy 77-97.

Metäshallitus 2023 a. Kansallispuistot – Upeinta Suomea. Luontoon.fi. Viitattu 25.4.2023 <https://www.luontoon.fi/kansallispuistot>.

Metsähallitus 2023 b. Jokamiehen oikeudet ja -velvollisuudet. Luontoon.fi. Viitattu 22.4.2023 <https://www.luontoon.fi/jokamiehenoikeudet>.

Ojalahti, K., Moilanen, T. & Ritakoski, J. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma pro oy.

Puhakka, R. 2011. Matkailukysynnän trendit vuoteen 2030 mennessä. Matkailu ala TULEVA- Tulevaisuuden matkailijat- projekti. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu.

Rovaniemen kaupunki 2014. Rovaniemen luontopolut. Etiäinen. Viitattu 25.4.2023 <http://luonto.rovaniemi.fi/loader.aspx?id=fd8a1814-9bcd-4f9a-a8a0-72fc74a7a26e>.

Viren, S. 2023. Finnish fores life – wildlife camera 27.1.2023. Viitattu 18.8.2023 <https://www.youtube.com/watch?v=Drp-t6T-sgc>.

Sitra 2023. Megatrendit. Ota kaikki irti megatrendeistä. Viitattu 28.8.2023 <https://www.sitra.fi/aiheet/megatrendit/>.

Sæþórsdóttir, A. D., Hall, C. M., & Stefánsson, Þ. 2019. Senses by Seasons: Tourists' Perceptions Depending on Seasonality in Popular Nature Destinations in Iceland. Sustainability, Vol 11 (2019), 3059. Viitattu 26.1.2023 <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/11/3059>.

Tarinakone 2011. Miten elämyksiä luodaan?. Viitattu 10.3.2023 <https://tarinakone.fi/blogi/4-miten-luodaan-elamyksia/>.

Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2007. Entä jos elämyksiä tuotetaan? Elämiskolmio-malli elämyksellisyyden tunnistamisessa, arvioinnissa ja vahvistamisessa. Teoksessa S. Karppinen & T. Latomaa (toim.) Seikkaillen elämyksiä – Seikkailukasvatuksen teoriaa ja sovelluksia. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 99-126.

TEM 2019. Yhdessä kasvua – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailustrategia 2019 – 2028 ja toimenpiteet 2019 – 2023. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki. Viitattu 26.1.2023 <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/161906>.



Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi: Matkailupalvelujen tuotteistaminen. Vantaa: Restmark.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Talentum Media Oy. Viitattu 27.3. 2023 [https://luc.finna.fi/lapinamk/Record/luc\\_electronic\\_amk.994770061006246](https://luc.finna.fi/lapinamk/Record/luc_electronic_amk.994770061006246).

Visit Finland 2017. Tunne asiakkaasi! – kohderyhmäopas matkailuyrityksille. Viitattu 14.3.2023 [https://www.businessfinland.fi/4910e5/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/tunne\\_asiakkaasi\\_kohderyhmaopas-matkailuyrityksille\\_visit-finland.pdf](https://www.businessfinland.fi/4910e5/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/tunne_asiakkaasi_kohderyhmaopas-matkailuyrityksille_visit-finland.pdf).

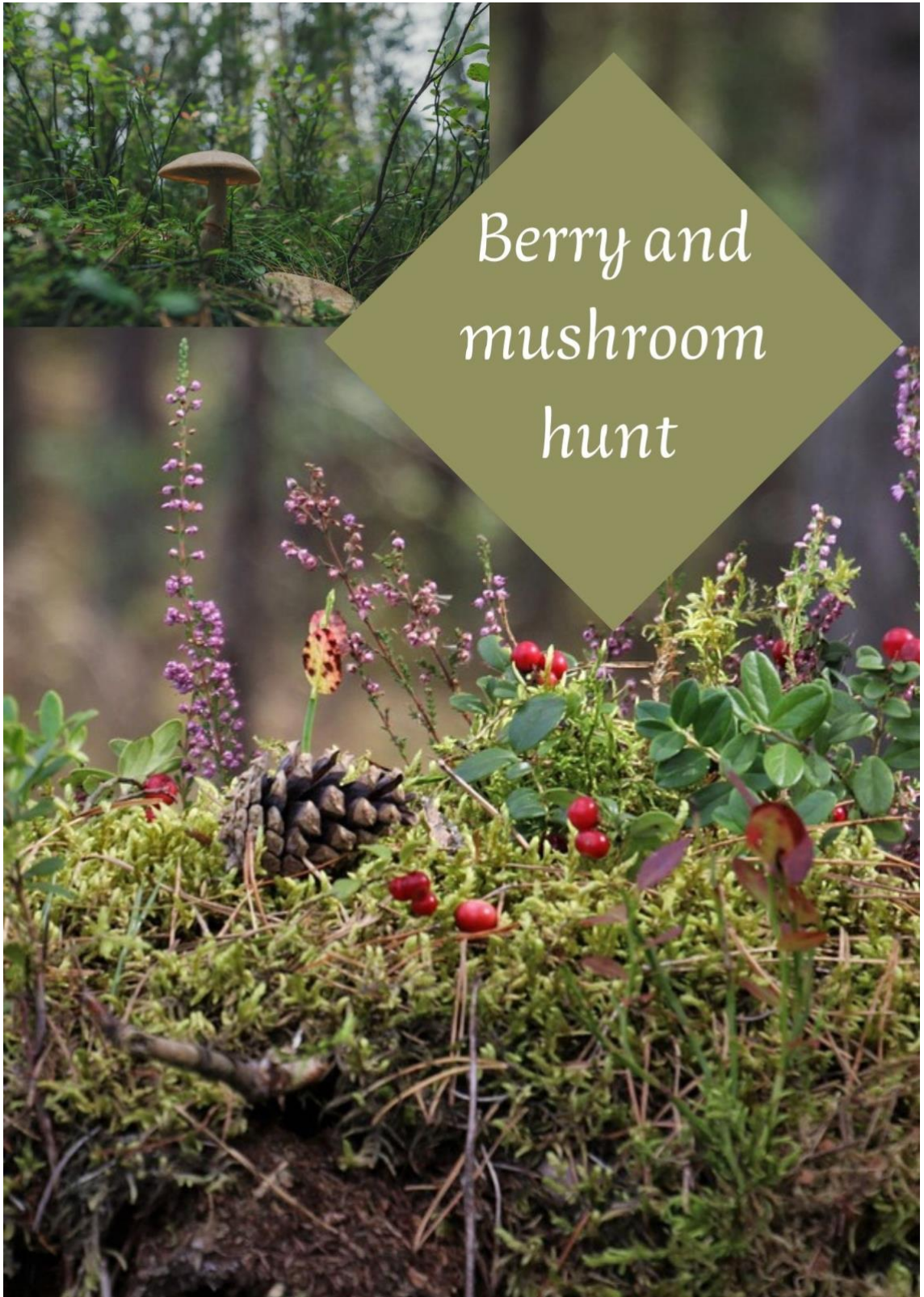
Visit Finland 2023. Suomen kulttuurimatkailu. Kulttuurimatkailu. Viitattu 15.3.2023 <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/tuotekehitysteemat/kulttuurimatkailu>.

Visit Rovaniemi 2023. Neljä vuodenaikaa. Viitattu 10.3.2023 <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/ihastu/nelja-vuodenaikaa/>.

Walker, J. R. & Walker, J. T. 2011. Tourism concepts and practices. Boston ; London: Prentice Hall.

LIITTEET

Liite 1. Berry and mushroom hunt-retki





## Berry and mushroom hunt

- Hiidenkirnuille
- Siinä ympäristössä käydään poimimassa marjoja ja sieniä sekä pidetään samalla pientä opetus hetkeä. Kerrotaan mitä saa poimia ja mitä ei eli esimerkiksi kerrotaan, ettei tuohta saa poimia ilman maanomistajan lupaa.
- Otetaan kuvia samalla kun poimivat ja otetaan makrovalokuvia
- Poiminat otetaan matkaan ja mennään laavulle
- Syödään sienikeittoa ja sesongin mukaisia marjapiiraita
- Omilla poiminnoilla voi koristella ruokansa ja näistä otetaan kulinaariset kuvat

## Berry and mushroom hunt

- *Motivaation taso: Luonto, marjastus ja sienestys tulevat asiakkaiden herättämään kiinnostuksen. Marjastus ja sienestys on todella aitoa suomalaista kulttuuria, joten asiakkaat pääsevät retkellä tutustumaan suomalaisuuteen.*
- *Fyysinen taso: Retkellä asiakkaat pääsevät kokemaan luontoa aistiensa avulla. He koskettavat marjoja tai sieniä. He voivat haistaa niitä ja he pääsevät maistamaan luonnon antimia. Syksy on sateista aikaa ja siihen on varauduttu kumisaappailla ja sadetakeilla. Retkellä luodaan turvaa asiakkaille oppaan avulla ja opas huolehtii, ettei asiakkaat poimi mitä tahansa.*
- *Älyllinen taso: Asiakkaat pääsevät oppimaan uutta suomen kulttuurista ja luonnosta. Opas kertoo retkellä, mitä saa poimia ja mitä ei. Kertoo suomessa pätevistä jokamiehenoikeuksista, joka on erityislaatuista Suomelle.*
- *Emotionaalinen taso: Retkessä erityisesti ulkomaalaisille on elämyksellistä se, että metsän antimia poimitaan ja niitä hyödynnetään vielä omaan ruokaan.*
- *Henkinen taso: Toivottavasti asiakkaat pääsevät tälle tasolle ja oppivat itsestään ja ympäristöstään jotain, joka vaikuttaa heihin. Marjastuksessa ja sienestyksessä tehdään luonnon äärellä ja luonnossa touhutessa yleensä tulee uusia näkökulmia ja voimakkaita muutoksen tunteita. Luonto vaikuttaa positiivisesti ihmisiin.*



## Berry and mushroom hunt

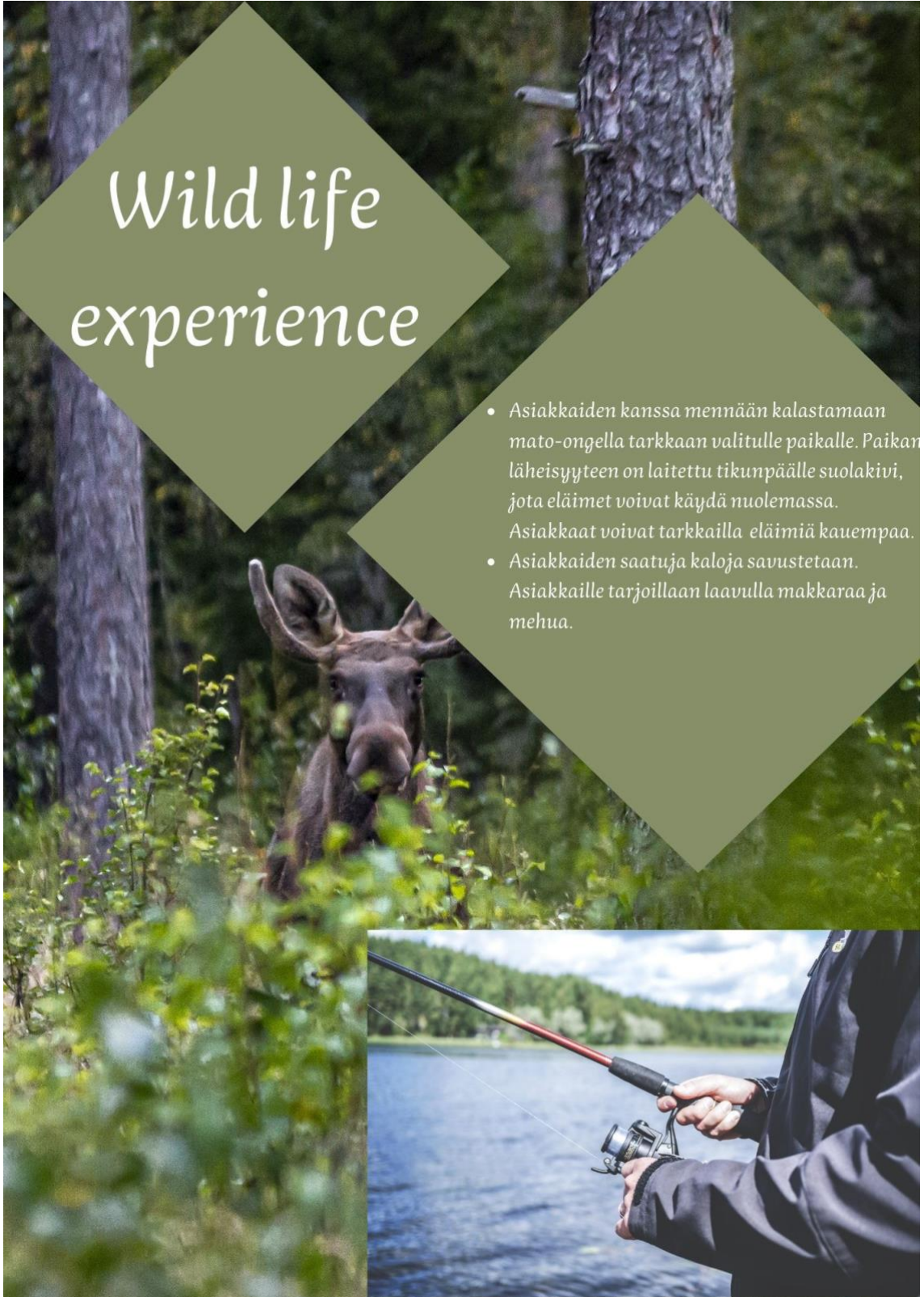
- yksilöllisyys: Yrityksen perusidea on todella ainutlaatuinen ja se näkyy kaikissa ”Magic of the autumn” - konseptin retkillä. Yritys ei ainoastaan tarjoa safareita vain myös siihen päälle asiakkaille muistoja ammattivalokuvaajan ottamalla kuvilla.
- aitous: Marjastus ja sienestys on ollut pitkään voimakkaasti osa suomalaista kulttuuria. Asiakkaat pääsevät näin kokemaan aitoa suomalaisuutta. Aitoutta on myös itsessään tekeminen. Asiakkaat voivat kokea aitouden tunteita tekemisen kautta.
- tarina: Tarinallisuus tulee syksyn taiasta. Lapin syksyissä on taikaa ja jokainen syksyille suunniteltu retki tuo pienen osan taikaa esille.
- moniaistisuus: Retkellä poimitaan marjoja tai sieniä, joten asiakkaat koskevat luonnon antimiin. Asiakkaat pääsevät maistamaan luonnon antimia ja poimiessa sekä ruokaa syödessä hajut ovat taattu. Metsässä silmä myös lepää.
- kontrasti: Monet eivät kotimaassaan varmasti käy metsässä poimimassa tai sienestämässä. Toisaalta vaikka asiakkaan harrastus olisikin marjastus tai sienestys kotimaassaan saattaa Suomen marjat ja sienet erota omasta kotimaastaan.
- vuorovaikutus: Jokaisella retkellä tulee vuorovaikutusta oppaan sekä muiden retkeilijöiden kanssa. Vuorovaikutusta tulee lisäksi luonnon kanssa.

Liite 2. Wild life experience-retki



# Wild life experience

- Asiakkaiden kanssa mennään kalastamaan mato-ongella tarkkaan valitulle paikalle. Paikan läheisyyteen on laitettu tikunpäälle suolakivi, jota eläimet voivat käydä nuolemassa. Asiakkaat voivat tarkkailla eläimiä kauempaa.
- Asiakkaiden saatuja kaloja savustetaan. Asiakkaille tarjoillaan laavulla makkaraa ja mehua.





## Wild life experience

- *Motivaation taso: Eläimistä ja kalastuksesta kiinnostuneet. Asiakkaille tarjotaan mahdollisuus nähdä eläimiä heidän luonnollisessa ympäristössään.*
- *Fyysinen taso: Retkellä pääsee näkemään eläimiä turvalliselta etäisyydeltä sekä pääse pitämään vapaa kädessään. Asiakkaat kokevat turvallisuuden tunteen oppaan avulla.*
- *Älyllinen taso: Asiakkailta on mahdollista oppia kalastusta ja oppia uusia eläimiä.*
- *Emotionaalinen taso: Kalastuksesta tulee voiton riemua, jos onnistuu saamaan kalaa. Asiakkaan kalastaessa ensimmäistä kertaa ensimmäinen kala varmasti jää elämään muistoissa. Kokeneemmat kalastajat saavat uusia kokemuksia uusilla kalavesillä. Kalastuksen riemu on itsessään jo elämys. Eläinten näkeminen omassa elinympäristössään voi herättää voimakkaitakin tunteita.*
- *Henkinen taso: Kohdatessaan eläimen heidän luonnollisessa ympäristössään saattaa oppia jotain itsestään ja varmasti oppii uutta ympäristöstä.*





## Wild life experience

- yksilöllisyys: Yrityksen perusidea on todella ainutlaatuinen ja se näkyy kaikissa "Magic of the autumn" - konseptin retkillä. Yritys ei ainoastaan tarjoa safareita vain myös siihen päälle asiakkaille muistoja ammattivalokuvaajan ottamilla kuvilla.
- aitous: Kalastus on aitoa suomalaisuutta ja sitä on varmasti jokainen suomalainen jossain vaiheessa elämänsä edes kokeillut. Tekemisestä syntyy myös retken aitous.
- tarina: Tarinallisuus tulee syksyn taikasta. Lapin syksyissä on taikaa ja jokainen syksyille suunniteltu retki tuo pienen osan taikaa esille.
- moniaistisuus: Kalastuksessa pidetään vapaakädessä ja koitetaan tuntea sekä katsoa milloin kala nykii. Veden äärellä voi kuulla veden lotinaa ja nähdä kaunista maisemaa. Kalasaalistaan päästään savustamaan, jonka jälkeen kalaa päästään syömään. Asiakkaille tarjotaan mahdollisuus myös päästä tarkkailemaan eläimiä.
- kontrasti: Heille kenelle kalastus on uusi tuttavuus itsessään jo kalastaminen tuo uutta koettavaa. He, jotka ovat kokeneet kalastusta pääsevät uusille kalavesille sekä kalastus on helpompaa kuin kotimaassa, sillä opas on miettinyt kalastuspaikan valmiiksi ja antaa kaiken tarvittavan kalastukseen. Asiakkaan ei tarvitse kuin tulla vain paikalle.
- vuorovaikutus: Jokaisella retkellä tulee väkisinkin vuorovaikutusta oppaan, muiden retkeilijöiden kanssa sekä vuorovaikutusta tulee luonnon kanssa.

Liite 3. Explore the autumn colours -retki



*Explore the  
autumn  
colors*



## Explore the autumn colors

- Suoluontopolku tai Auttikönkäänpolku
- Pieni vaellus näköalatornille
- Näköalatornilla otetaan valokuvia, jossa näkyvät ruskan värit
- Näköalatornilta mennään laavulle, jossa tarjotaan nokipannukahvit ja lämmitetään pullaa nuotiolla
- Ruuan valmistuksesta otetaan kuvia muistoksi



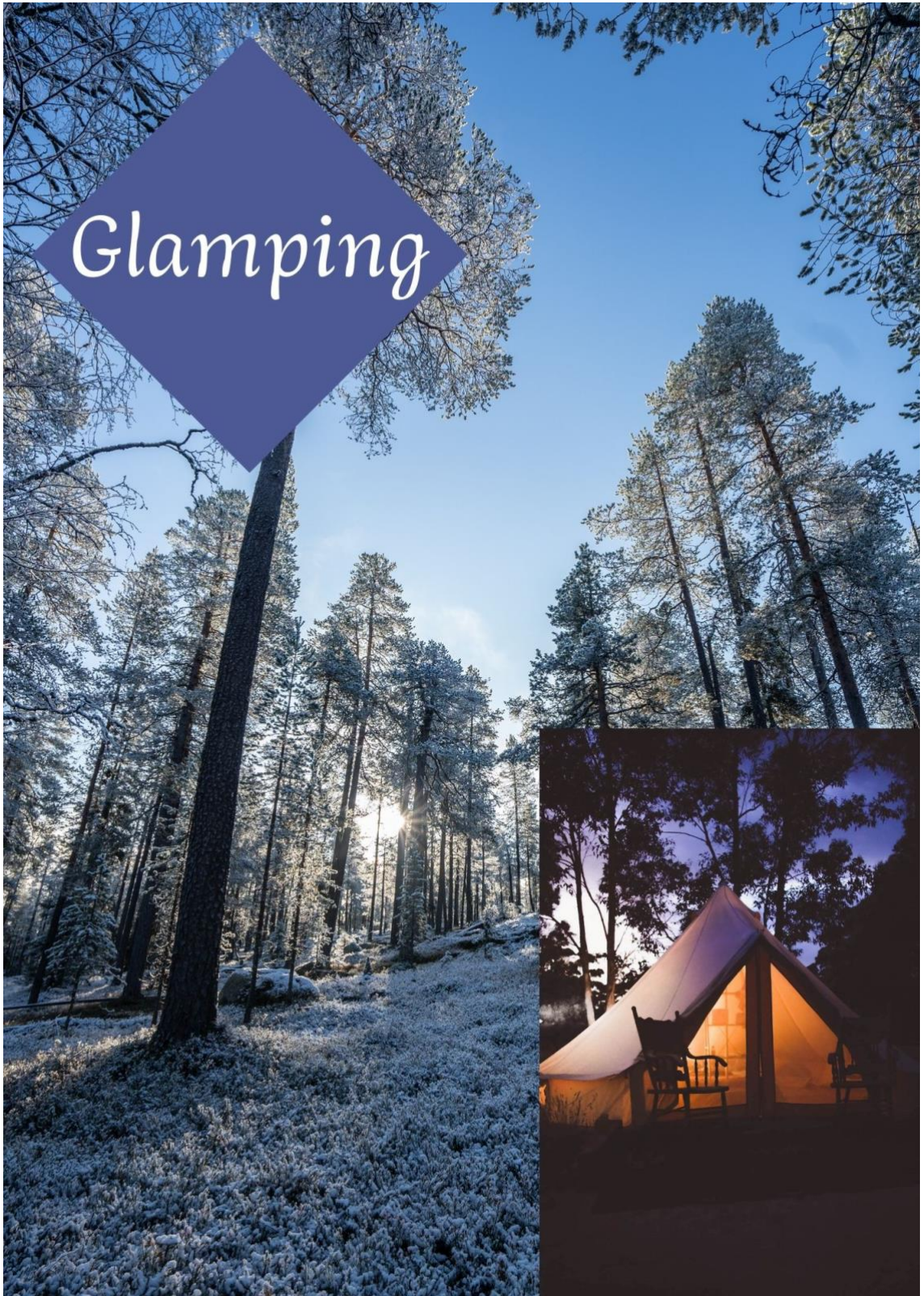
## Explore the autumn colors

- **Motivaation taso:** Yrityksen perusidea on todella ainutlaatuinen ja se näkyy kaikissa ”Magic of the autumn” - konseptin retkillä. Yritys ei ainoastaan tarjoa safareita vain myös siihen päälle asiakkaille muistoja ammattivalokuvaajan ottamilla kuvilla. Ruskan värit ja vaellus motivoivat ja saavat ihmiset kiinnostumaan retkestä.
- **Fyysinen taso:** Opas luo turvaa olemalla läsnä. Ihmiset eivät välttämättä itse uskaltaisi lähteä vaeltamaan. Reitti on valittu tarkoin hyvin lyhyeksi ja helppo kulkuseksi, jotta monen tasoiset pääsevät nauttimaan ruskan väreistä.
- **Älyllinen taso:** Vaeltaessaan asiakkaat oppivat luonnossa liikkumista ja laavulla pysähtyessä he pääsevät kokemaan ja näkemään retkeilyn perustaitoja, kuten nuotion sytytystä ja nokipannu kahvien keittoa. Toiminnot tekee opas, mutta asiakkaat näkevät nämä. Nokipannu kahvi on varmasti uusi juttu monille ja se on iso osa suomalaista retkeily kulttuuria, joten asiakkaat pääsevät oppimaan suomalaisuudesta.
- **Emotionaalinen taso:** Ruskan värit on niin kaunista ja ainutlaatuista Lapissa, että ulkomaalaisille asiakkaille se varmasti luo positiivisia kokemuksia.
- **Henkinen taso:** Asiakkaat saattavat olla kokemattomia vaelluksessa, jolloin he ovat retkellä päässeet ylittämään itsensä. Itsensä ylittämisestä saattaa tulla voimakkaita muutoksen tunteita.

## Explore the autumn colors

- **yksilöllisyys:** Yrityksen perusidea on todella ainutlaatuinen ja se näkyy kaikissa "Magic of the autumn"-konseptin retkillä. Yritys ei ainoastaan tarjoa safareita vain myös siihen päälle asiakkaille muistoja ammattivalokuvaajan ottamilla kuvilla. Vaelluksen pituutta pystytään vähän muuttamaan matkajien tason mukaisesti. Jos retkellä on todella paljon kokeneita luonnossa liikkujia, pystytään kohdetta vähän muuttamaan haastavammaksi ja maisemat saattavat tällöin muuttua jopa vaikuttavammaksi. Kun taas lapsien ja kokemattomien ollessa retkellä mennään lyhyemmällä ja helpommalla reitillä. Lapin ruskan värit ovat maailmassa varmasti suhteellisen ainutlaatuisia.
- **aitous:** Retkelle on valittu nokipannukahvit tavallisen kahvin sijaan juuri sen aitouden takia. Nokipannukahvit ovat Lapissa aitoa retkeily juomaa. Vaellus on aitoa tekemistä ja ruskan värit ovat ainutlaatuisia.
- **tarina:** Tarinallisuus tulee syksyn taiasta. Lapin syksyissä on taikaa ja jokainen syksylle suunniteltu retki tuo pienen osan taikaa esille.
- **moniaistisuus:** Retkellä on fyysinen taso eli kävely. Kävellessä matkailija pääsee tuntemaan ja kuulemaan pudonneet lehdet jalkojensa alla. Retkellä näkee paljon kauniita värejä. Ilman viiletessä metsän haju ja ilman tuntu on erilainen kuin kesällä. Retkellä syödään ja juodaan, joten makuaisti on myös mukana.
- **kontrasti:** Erityisesti niille tulee kontrasti, ketkä eivät arjessaan liiku paljon luonnossa tai eivät ole vaeltaneet aikaisemmin. Retki eroaa voimakkaasti kokemattomien arjesta. Vaikkakin retkellä olisi kokeneempi luonnossa liikkuja niin ei heidän kotimaassaan välttämättä ole ruskan värejä. Kokeneille retkellä tulee helppous mukaan, sillä ei tarvitse miettiä itse reittiä tai paikkoja kuvata. Voi vain heittää aivot narikkaan.
- **vuorovaikutus:** Jokaisella retkellä tulee väkisinkin vuorovaikutusta oppaan, muiden retkeilijöiden kanssa sekä vuorovaikutusta tulee luonnon kanssa.

Liite 4. Glamping -retki



# Glamping

- Glampingiä eli luksus telttailua
- Oppaan esitellessä yöpymispaikkaa pidetään tämän jälkeen valokuvaushetki. Asiakkaille vuokrataan kamerat halutessaan, johon on asetukset valmiina.
- Yöllä on mahdollisuus nähdä teltan kattoluukusta revontulia. Telttaan on kiinnitetty kamera, joka ottaa automaattisesti kuvia niistä.
- Asiakkaat pääsevät kokemaan yölliset revontulet sekä huurteiset aamut





# Glamping

- *Motivaation taso: Matkailijoita retkellä kiinnostaa glamour, mutta toisaalta luonnonläheisyys. Luonnossa yöpyminen on tärkein motivaation ja kiinnostuksen lähde. Retkellä on otettu huomioon ihmiset, jotka haluavat luontoon, mutta eivät ole välttämättä hirveän kokeneita luonnossa yöpymisestä.*
- *Fyysinen taso: Teltta on rakennettu glamouriksi, joten siellä on mukavat oltavat. Ajanjakso, jolloin teltassa yövytään, on lokakuu, joten yöt saattavat olla viileitä. Telttaan on huolehdittu lämmitys, jottei yöllä tule kylmä.*
- *Älyllinen taso: Matkailijat oppivat uutta metsän keskellä yöpymisestä ja saattavat nähdä jopa revontulia.*
- *Emotionaalinen taso: Revontulet ovat ainutlaatuisia maailman mittakaavalla, joten ne herättävä voimakkaita tunteita. Aamulla saattaa yllättää huurre tai jopa ensilumi. Revontulet ja ensilumen kokeminen herättää iloa ja suuria tunteita ne ovat elämyksiä.*
- *Henkinen taso: Glampingissä oppii varmasti itsestään jotain uutta, kun yöpyy metsän keskellä. Heille jotka eivät ole kokeneita luonnossa liikkuja tai kokeneet metsässä nukkumista, tämä voi opettaa ja tuoda todella paljon uutta näkökulmaa maailman katsomukseen.*





# Glamping

- *yksilöllisyys: Yrityksen perusidea on todella ainutlaatuinen ja se näkyy kaikissa ” Magic of the autumn” -konseptin retkillä. Yritys ei ainoastaan tarjoa safareita vain myös siihen päälle asiakkaille muistoja ammattivalokuvaajan ottamilla kuvilla. Galmping on suhteellisen uusi asia ja aikavasta rantautunut Suomeen.*
- *aitous: Luonnon helmassa oleilu on aitoa Suomalaisuutta ja glamping madaltaa kynnyistä tutustua metsän keskellä nukkumiseen.*
- *tarina: Tarinallisuus tulee syksyn taiasta. Lapin syksyissä on taikaa ja jokainen syksyille suunniteltu retki tuo pienen osan taikaa esille.*
- *moniaistisuus: Metsässä yöpyessään voi haistaa metsän tuoksun, nähdä revontulia, kuulla tuulen huminaa tai jopa nähdä eläimiä. Asiakkaille taataan turvallinen ympäristö niin ettei heidän tarvitse kokea kylmyyttä yöllä.*
- *kontrasti: Monikaan ei arjessaan nuku metsän keskellä.*
- *vuorovaikutus: Tällä retkellä vuorovaikutusta tulee oppaan kanssa, matkustus toverin sekä luonnon kanssa.*