

Bogdan Nukala

HANKKEEN EVALUOINTI
LUOTUO - luonnon hyvinvointi- ja terveysvaiku-
tusten tuotteistamishanke

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma

2017



Ammattikorkeakoulu

Tekijä Bogdan Nukala	Tutkinto Restonomi (AMK)	Aika Tammikuu 2017
Opinnäytetyön nimi Hankkeen evaluointi LUOTUO - luonnon hyvinvointi- ja terveysvaikutusten tuotteistamishanke		92 sivua 13 liitesivua
Toimeksiantaja LUOTUO-hanke		
Ohjaaja Eliisa Kotro		
Tiivistelmä <p>Tämän työn tarkoitus oli tutkia LUOTUO-hankkeen hyödyllisyyttä siihen osallistuneiden yritysten kannalta ja sen perusteella rakentaa arviointia, joka ottaisi kantaa hankkeen ajankohtaisuuteen ja hyödyllisyyteen. Opinnäytetyön tilaajana oli LUOTUO-hanke. LUOTUO-hankkeen päätarkoitus oli kehittää kansainväliseenkin kysyntään vastaavia ja luontolähtöisiä tuoteaihioita yrityksille sekä lisätä yritysten tietämystä luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamisesta. Tuoteaihioiden kehittämisen aikana hanke hyödynsi palvelumuotoilua, digitaalisuutta ja sosiaalista mediaa.</p> <p>Tämä tutkimus on laadullinen ja aineiston keruun menetelmänä käytettiin puolistrukturoitua haastattelua. Haastattelu on teemoitettu ja se toteutettiin 05.10.16-15.11.16 välisenä aikana. Tutkimuksen aikana haastateltiin seitsemän yritystä ja haastateltavat henkilöt olivat näiden yritysten johtoasemissa olevia henkilöitä, jotka edustivat omaa yritystä hankkeessa. Toimeksiantaja voi käyttää hyväkseen kyseisen tutkimuksen tuloksia hankkeen loppuraportin laatimisessa.</p> <p>Kokonaisuudessaan hanke sai positiivisia tuloksia ja viisi käytettyä tutkimushaastattelun teemaa heijastavat niitä erityisen hyvin. Näitä teemoja ovat: Yritysten omat odotukset ja panostus hankkeeseen, osaamisen lisääminen ja siihen liittyvien tavoitteiden toteutuminen, palvelumuotoiluprosessi ja sen tavoitteiden toteutuminen, yhteistyö hankkeen toimijoiden välillä sekä kehittämisajatuksia.</p> <p>Kyseinen opinnäytetyö heijasti erityisen hyvin hankkeen aktiivista toimintaa, sen vaikutusta yritysten ja muiden alueen toimijoiden arkeen sekä sen strategista ajankotaisuutta. LUOTUO-hanke vaikutti mukana olleiden yritysten lisäksi myös erityisesti Etelä-Savon alueen kehitykseen ja antoi hyvän pohjan alueen yhteistyöverkostolle.</p>		
Asiasanat Luonto, hyvinvointivaikutukset, palvelumuotoilu, arviointi, hanke		

Author	Degree	Time
Bogdan Nukala	Tourism	January 2017
Thesis Title Project evaluation LUOTUO - Using the wellbeing effects of nature in product development		92 pages 13 pages of appendices
Commissioned by LUOTUO project		
Supervisor Eliisa Kotro		
Abstract <p>The purpose of this study was investigating the usefulness of LUOTUO project for the enterprises participating in it and building an evaluation based on the relevance and usefulness of the project. LUOTUO project was the commissioning party for this bachelor's thesis. One of the main goals for LUOTUO project was meeting the demand and quality requirements of the international tourism market. The aims and operations of the current project were based on the scientifically proved wellbeing effects of nature. The other important goal of the LUOTUO project was developing and testing product drafts in the companies involved in the project. During the product draft development there were used digital information concepts, and social media.</p> <p>The research was based on qualitative study and the data was collected with semi-structured and themed interviews. All interviews were executed during October-November 2016. Seven representatives from project participating companies were interviewed. The commissioning party can benefit from the collected data when making the final evaluation for the current project.</p> <p>The interview summaries revealed that in the overall LUOTUO project was relevant and useful receiving a good feedback. The interview outcome was themed in five different categories which helped the interpretation. Those themes were: expectations and efforts in the project, gained knowledge and achieving the goals, service design process and achieved goals, cooperation between the companies involved in the project and also developing thoughts of participants.</p> <p>This study shows the active actions of LUOTUO project and its impact on the local enterprises and other participants. It also shows the strategic relevancy of the project. LUOTUO project had an impact on the development of the Etelä-Savo region and formed a strong basis for the future networks.</p>		
Keywords Nature, wellness, service design, evaluation, project		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	OPPINNÄYTETYÖN TAUSTA.....	7
2.1	LUOTUO	7
2.2	Hyvinvointia luonnosta	9
2.3	Tutkimuskysymyksen	11
2.4	Hankkeen tavoitteet ja tulokset	12
2.5	Hankkeen kohderyhmät	12
3	LUONNON TERVEYS-JA HYVINVOINTIVAIKUTUKSET.....	13
3.1	Luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten terveydellinen merkitys	13
3.2	Hyvinvointivaikutusten tutkiminen LUOTUO –hankkeessa	15
3.3	Luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten taloudellinen merkitys	16
3.4	Etelä-Savon lähtökohdat ja mahdollisuudet	18
3.5	Hyvinvointimatkailun palvelujen tuottamis- ja vientikriteerit.....	19
4	TUTKIMUSMENETELMÄT JA TOTEUTUS	20
4.1	Haastattelu työkaluna.....	20
4.2	Puolistrukturoitu haastattelu	22
4.3	Tutkimuksen lähestymistapa ja uskottavuus	23
4.4	Tutkimuksen kulku.....	25
4.5	Litterointi.....	26
4.6	Kuvailu, luokittelu ja aineiston yhdistely	28
5	HAASTATTELUJEN TULOKSET	30
5.1	Taustatiedot yrityksistä.....	31
5.2	Aihe 1. Yritysten omat odotukset ja panostus hankkeeseen.....	32
5.3	Aihe 2. Osaamisen lisääminen ja siihen liittyvien tavoitteiden toteutuminen	36
5.4	Aihe 3. Palvelumuotoiluprosessi ja sen tavoitteiden toteutuminen	42
5.5	Aihe 4. Yhteistyö hankkeen toimijoiden välillä	50
5.6	Aihe 5. Kehittämisaiatukset.....	60

6 TULOSTEN ANALYSOINTI.....	65
6.1 Yhteenveto	65
6.2 Pohdinta	72
6.3 Analyysin luotettavuus.....	80
6.4 Kehitysehdotukset.....	83
6.5 Johtopäätökset.....	88
6.5.1 Tutkimuksen oma arvio	89
6.5.2 Hankkeen kohtaamat ongelmat.....	89
6.5.3 Oman oppimisen arviointi	90
LÄHTEET	91

LIITTEET

Liite 1. Luonnon vaikutukset hyvinvointiin ja talouteen

Liite 2. Haastattelupohja

Liite 3. Taulukko 1

Liite 4. Taulukko 2

1 JOHDANTO

Opinnäytetyö tehtiin osaksi Mikkelin ammattikorkeakoulun LUOTUO-hanketta. LUOTUO on luonnon hyvinvointi- ja terveysvaikutusten tuotteistamishanke. Hankkeen tarkoituksena oli kehittää Etelä-Savon alueella esiintyviä luontaisia vahvuuksia ja erikoispiirteitä auttamalla paikallisia matkailuyrityksiä tehostamaan liiketoimintansa hyvinvointimatkailuun liittyen. Hankkeessa kehitettiin luonnon hyvinvointivaikutuksiin perustuvia tuotteita hankkeen yritysten kanssa yhteistyössä. LUOTUO-hanke oli loppusuoralla ja tarvitsi hyvän loppuyhteenvetön ja evaluoinnin hankkeessa aikaansaadulle kehitykselle. Tämä kehitys piti sisällään niin kehitettyjä tuoteaihioita kuin osaamisen lisäämiseen suunnattuja tilaisuuksia, joita oli suunniteltu hankkeen toimijoiden kanssa yhteistyössä. Näitä osa-alueita lähdettiin opinnäytetyössä tutkimaan. Hyvästä ja selkeästä analyysistä oli hyötyä niin projektin vetäjälle kuin itse yrityksille, sillä he saivat mahdollisuuden pohtia ja jäsentää hankkeen aikaisia tapahtumia ja lopputuotteita. Kyseisen opinnäytetyön lukijat voivat saada paljon hyödyllistä tietoa hyvinvointimatkailun kehityksestä Etelä-Savon alueella. Hyvinvointimatkailu on yksi nopeimmin kasvavista matkailun osa-alueista ja LUOTUO-hanke oli hyvin ajankohtainen Etelä-Savon alueelle.

Tutkimuksen tarkoitus oli saada LUOTUO-hankkeelle uuden ja ajankohtaisen ulkopuolisen henkilön arvion hankkeesta ja sen vaikutuksesta yrityksiin. Haastatteluiden aikana saatiin konkreettisia yritysten edustajien näkökulmia siitä, kuinka paljon hanke vastasi heidän odotuksia. Tutkimuksessa käytiin läpi myös heidän asenteita ja ajatuksia projektin kulkuun liittyen sekä itse idean merkitystä heille. Tutkimuksen aikana oli tärkeää saada selville yrittäjien tavoitteiden toteutumista sekä tarpeita hyvinvointimatkailun kehittämisessä jatkossa. Tutkimuksessa kerätystä aineistosta on mahdollista saada yksityiskohtia yritysten osallistumisesta hankkeeseen, hankkeen merkityksestä yrityksille sekä sen kokonaisvaltaisesta hyödyllisyydestä heille.

Opinnäytetyössä on jonkin verran teoriaa luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten vaikutuksesta ihmisiin, yhteiskuntaan ja yrityksiin. Opinnäytetyössä tutkittiin luonnon merkitystä asiakkaille ja yrittäjille sekä luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamismahdollisuuksia ja nykyajan tendenssejä. Tutkimuksessa tarjottiin pientä kuvaa Suomen ja Etelä-Savon hyvinvointimatkailusta. Tähän

teoriaan perustuivat LUOTUO-hankkeen toiminta sekä opinnäytetyön koko tutkimus, joten ilman luonnon merkityksen ja arvon teoreettista ymmärtämistä olisi hyvin vaikeaa saada kokonaisvaltaista kuvaa tästä tutkimustyöstä.

Kyseinen tutkimus perustuu haastatteluihin ja LUOTUO-hankkeeseen liittyvän aineiston analyysiin. Tämän vuoksi opinnäytetyössä käydään lyhyesti läpi laadullisen tutkimuksen teon teoriaa sekä tarjotaan kokonaiskuvaa tutkimuksesta. Opinnäytetyössä käydään läpi tutkimuksessa käyttämiä työkaluja ja saatuja tuloksia. Työn lopussa esitetään tulosten tulkinnat sekä käydään läpi tutkimuksen merkitystä kokonaisuudessa ja opinnäytetyöhön liittyviä kehitysideoita.

2 OPPINNÄYTETYÖN TAUSTA

Kyseinen opinnäytetyö oli hankkeen kannalta tarpeellinen ja sen kokonaisuutta tukeva työ. LUOTUO-hanke sai opinnäytetyön tutkimuksesta kattavan kuvan omasta toiminnastaan ulkopuolisen silmin sekä laajan kuvan hankkeen toimijoiden saamasta hyödystä. LUOTUO-hanke oli loppumassa ja sen päällikön vastuulla oli lopullisen raportoinnin laatiminen hankkeen saavutuksista ja sen ominaisuuksista. Opinnäytetyön tarkoitus oli auttaa projektipäällikköä hankkeen lopullisen yhteenvedon laatimisessa. Osallistuminen tähän projektiin antoi ulkopuolisen henkilön erilaisen näkökulman ja työpanoksen, mikä oli hyvinkin tärkeää tällaisen yhteenvedon ja loppuraportoinnin kannalta, koska sillä saatiin uutta näkökulmaa kokonaisuuden tarkasteluun. Kyseinen työ oli merkittävä myös kaikille Etelä-Savon toimijoille, sillä se auttoi rakentamaan selvän pohjan samankaltaisille hankkeille tulevaisuudessa sekä niille jotka implementoisi konkreettisia hyvinvointikonsepteja jatkossa.

2.1 LUOTUO

Hankkeen englanninkielinen nimi oli "LUOTUO - Using the wellbeing effects of nature in product development". Yksi hankkeen tuottamisen syistä oli paikallisten yritysten riittämätön tietämys luonnon hyvinvointivaikutuksista ja niiden tuotteistamisesta. Hanke tarjosi runsaasti uutta tietoa ja sen käytännön soveltamisen mahdollisuuksia eri tilaisuuksissa. Muita syitä hankkeen tuottamiselle olivat olleet Etelä-Savon alueen vetovoimatekijät ja ominaispiirteet kuten järvet, metsät, luonnonrauha sekä jonkinlainen eksotiikka. Projektin taustalla oli

ollut myös Finrelax-konsepti ja MEKin tuotesuosituksset. Tämän konseptin periaatteita oli tarkoitus käyttää palvelujen suunnittelussa myös Etelä-Savon alueella. Hyvinvointimatkailu on erittäin nopeasti kasvava matkailun haara ja Suomi tähtää hyvinvointimatkailun huipulle. Etelä-Savon alueen yrityksillä on myös mahdollisuus saada osansa tästä kasvavasta asiakasryhmästä ja tuotteistaa sille sopivat palvelut. LUOTUO-hankkeessa oli tehty runsaasti töitä sen eteen, jotta Etelä-Savon alueella kehittyisi oma ns. hyvinvointimatkailubrändi. (Häkkinen & Ferjani 2015.)

Hanke tuotti luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksiin pohjautuvia palveluja yhteistyössä mukana olevien yritysten kanssa. Hankkeeseen osallistuneet yritykset suunnittelivat ajankohtaisia ja luontolähtöisiä palveluita, joita olisi mahdollista suunnata kansainvälisille markkinoille. Palveluja kehitettiin yhdessä yritysten ja hankkeen muiden toimijoiden kanssa. Yhteistyössä hyödynnettiin palvelumuotoilua, digitaalisuutta ja sosiaalista mediaa.

Hankkeessa kasvatettiin yritysten ja muiden ryhmien asiantuntijuutta hyvinvointimatkailun tuoteaihioiden tarjonnasta ja kysynnästä. Hankkeen toimijat kävivät läpi mahdollisia asiakassegmenttejä, mukaan lukien myös kansainväliset asiakkaat. Hankkeessa oli kehitetty tietämystä luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten indikaattoreista ja niiden suhdetta matkailutuotteisiin. Osana kehitettäviä tuotteita hankkeessa oli kerätty myös dataa pilotointeihin eli palvelujen testaukseen osallistuvilta asiakkailta. Nämä pilotoinneista saadut asiakkaiden palautteet liittyivät luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksiin ja niiden kokemiseen. Hankkeen avulla oli pyritty yritysten tiedon kasvamiseen luontoon liittyvistä hyvinvointivaikutuksista ja havainnoinnista. Näistä testatuista tuoteaihioista oli tavoitteena rakentaa kansainvälisillekin asiakkaille hyvänta-soisia palveluita.

Hankkeen suunnittelu alkoi keväällä 2014. Se sai alkunsa yritysmaailmasta. Suunnittelu alkoi Mikkelin ammattikorkeakoulun asiantuntijoiden kontaktoinnilla. Hankkeen alkuvaiheen aikana hankkeen ohjausryhmä oli kuullut asiantuntijoita matkailu- ja ravitsemusalalta, terveysalalta ja IT:n alalta.

Yritykset olivat hankkeen alkuvaiheessa pohtineet sen tarpeellisuutta ja siihen tarvitsemää panostusta. Yrityksistä oli kysytty mielipiteitä hankkeen sisällön

kehittämistä varten. Yhteistyöverkostoihin kuuluneille yrityksille, jotka eivät olleet virallisesti mukana hankkeessa, annettiin mahdollisuus liittyä mukaan myöhemminkin.

Hanke oli alkanut 23.2.2015 ja loppui 31.12.2016. Tämä hanke oli ollut alun perin Euroopan aluekehitysrahaston rahoittama, jonka tarkoituksena on alueiden kilpailukyvyn ja työllisyyden parantaminen. Rahaston tarkoitus on tukea alueita poistamaan niiden välisiä kehityseroja. Rahan oli jakanut edelleen hankkeelle Etelä-Savon Maakuntaliitto. Lisäksi Mikkelin ammattikorkeakoulu oli tukenut hanketta. Hanke oli työstetty projektipäällikön, hankeyritysten ja ohjausryhmän voimin. Yritysten kanssa oli pidetty useita työpajoja sekä projektipäällikkö Viljo Kuuluvainen oli ollut henkilökohtaisesti tukemassa yritysten aktiivisuutta. Vaikka hankkeessa oli tehty viisi isompaa palvelukonseptia tai toisin sanoen tuoteaihiota sen päätarkoituksena oli kuitenkin rakentaa brändi, jonka alle voisi luoda omia palvelukokonaisuuksia.

2.2 Hyvinvointia luonnosta

Suomessa jokamiehen oikeuksiin kuuluu mahdollisuus liikkua missä hyvänsä, kunhan ei riko kenenkään kotirauhaa tai astu harvoille rajoitetuille alueille mm. puolustusvoimien rajoitetuille alueille. Näin ollen Suomessa on mahdollisuus virkistäytyä luonnossa omatoimisesti liikkuen eikä vaan sitä varten erikseen varatuilla alueille. Mitä tahansa aluetta ei kuitenkaan voida pitää automaattisesti virkistysalueena, vaan virkistysalueet sisältävät tietyt laatuksiteerit. Tämän takia järjestetyt virkistysmahdollisuudet, jotka noudattavat näitä laatuksiteereitä ovat suosittuja Suomessa erityisesti ulkomaalaisten matkailijoiden keskuudessa. Yleensä tällaiset järjestetyt virkistysmahdollisuudet sisältävät liikkumista helpottavia rakenteita ja palveluja mm. reittejä, opasteita ja nuotiopaikkoja. Tiheään asutuilla paikoilla Suomessa tällaisia lähivirkistysmahdollisuuksia järjestetään kaavoituksen avulla varatuilla viher- ja virkistysalueilla. Virkistysmahdollisuudet voidaan kategorisoida virkistysalueisiin, virkistyspalveluihin sekä ulkoilureitteihin. Näihin jokamiehen oikeuksiin hyvin pitkälti perustuvat hyvinvointimatkaailun monet muodot ja se on erittäin tärkeä aspekti palvelumuotoilussa. (Järviuoma (toim.) & Saarinen 2002, 149–150.)

Hyvinvointimatkailun muoto on nopeasti kasvava matkailun haara. Kasvua esiintyy niin maailmalla kuin Suomessakin. Matkailijat isoista kaupungeista toivovat yhä enemmän pitämään yllä hyvinvointiaan ja elämänsä balanssia. Luonnosta saadun virkistykseen eri muodot heijastuvat positiivisesti heidän olossaan matkan aikana ja arkielämässä. Luonnon teemalla yritetään tuottaa asiakkaille fyysistä ja henkistä hyvinvointia. Hyvinvointimatkailu voidaan eritellä hyvinvointimatkailuun ja terveystmatkailuun. Hyvinvointimatkailulla yleensä tarkoitetaan ”wellness-matkailua”. Se pitää usein sisällään erilaista ohjelmaa mm. liikkumista, ruokamatkailua ja rentoutumista. Terveystmatkailu puolestaan on enemmänkin sairauksien hoitoa. Matkailualan tilastot nousevat jyrkästi ja kasvavat myös hyvinvointimatkailun luvut. Suomella on tälle matkailun muodolle: rauhaa, metsän kasvillisuutta, näköaloja, ääniä, luonnon ravintoaineita ja turvetta. (Kortela 2015.)

Hyvinvointimatkailu ei siis ole ihan sama asia kuin terveystmatkailu, jossa usein ihmiset hakeutuvat muihin maihin hoidon tarpeessa, jota mahdollisesti ei ole tarjolla omassa maassa. Se ei myöskään pidä sisällään luksuspalveluja, esimerkiksi erityisen kalliita majoituksia ja SPA-palveluja. Hyvinvointimatkailusta on usein kyse siitä, että matkailija haluaa parantaa omaa hyvinvointiaan tai ylläpitää terveellisiä tottumuksiaan samalla, kun he ovat matkalla muun tarkoituksen perässä esim. liikematkalla tai tutustumismatkalla. Hyvinvointimatkailu ei siis välttämättä tarkoita matkailun muotoa, jonka ensisijaisena tarkoituksena on tietyn luonnonpalvelun ostaminen, vaan se voi olla jonkin muun matkailumuodon täydentäminen. Sellaiset matkailijat siis voivat päätyä hyvinvointipalvelujen kuluttajiksi ihan sattumalta ja sellaiset matkailijat muodostavat suurimman ryhmän hyvinvointimatkailijoista. Esimerkkinä tällaisesta hyvinvointimatkailun muodosta, jonka päätarkoituksena ei ole hyvinvointimatkailu vaan jokin toinen tarkoitus voisi olla hotelliasiakkaan hyvinvointipalvelujen tilaus, kuten joogatunneille osallistuminen tai jonkin luonnonmatkan hankinta. Yhä useammat matkailijat kuitenkin suunnittelevat matkansa hyvinvointipalvelujen perusteella. Tähän perustuu myös LUOTUO-hankkeen tarve, sillä Etelä-Savon maakunnassa on selvät tarpeet tällaisten hyvinvointipalvelujen kehittämisessä riittävän korkealle ja kilpailukykyiselle tasolle. (Wellness tourism is a growth opportunity worldwide 2013.)

2.3 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön kokonaisuudesta saa helposti yleiskäsityksen luonnon merkityksestä liike-elämässä ja keskeisistä ongelmista sekä kehityksen suuntavoista luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten tuotteistamisessa, erityisesti Etelä-Savon alueella. Kyseisen opinnäytetyön keskeisenä asiana oli LUOTUO-hankkeen arviointi siihen osallistuneiden yritysten haastattelujen pohjalta sekä hankkeen aikaansaannoksia tutkimalla. Tutkimuksessa käytettiin aiheeseen liittyvää aihekirjallisuutta ja aineistoa hyödyksi hyvinvointimatkailun tilanteen kartoittamiseen ja paremman tilannekuvan antamiseen LUOTUO-hankkeesta.

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä:

1. Opinnäytetyössä kysyttiin yritysten edustajilta vastauksia näihin tärkeimpiin kysymyksiin:
 - Kuinka LUOTUO-hanke on vastannut hankeyritysten odotuksia?
 - Onko hankkeen tavoitteisiin päästy? (Miten palvelumuotoilu on edennyt ja miten osaamisen lisääminen on edistynyt?)
 - Ylimpänä ajatuksena on: kuinka onnistunut on LUOTUO-hanke yritysten näkökulmasta?
2. Esitettiin kehittymiseen ja tulevaisuuden visioon liittyviä kysymyksiä:
 - Keskeisenä ajatuksena: Mitä toiveita ja tavoitteita yrityksillä on jatkokehittämisen suhteen?
 - Onko kannattavaa tulevaisuudessa järjestää vastaavanlaisia hankkeita tai jatkoa kyseiselle hankkeelle?
 - Minkälaista tukea kaipaavat yritykset, jotka jatkavat samaa luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamislinjaa?
 - Minkälaisena yritykset näkevät luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamisen tulevaisuudessa Etelä-Savon alueella, ja kuinka paljon potentiaalia alueella on heidän mielestään?

Tutkimuksessa pyritään kysymystenasettelun kautta vahvaan rehabiliteettiin, mikä tarkoittaa käytännössä sitä, että systematisoidaan haastattelujen kysymykset sekä eliminoidaan sattumanvaraisuutta ja käännösvirheitä.

2.4 Hankkeen tavoitteet ja tulokset

Hankkeessa oli tarkoitus tehdä luonnon hyvinvointivaikutusten ympärille palveluita yritysten kanssa yhteistyössä. Yritysten piti tuottaa ajankohtaisia palveluita, joita olisi mahdollista tuotteistaa kansainvälisellekin tasolle. Koko kehityksen oli tarkoitus suorittaa tehokkaassa yhteistyössä hankkeen eri sidosryhmien kanssa, joihin kuuluivat mm. hankkeen ulkopuoliset yritykset, kehitysorganisaatiot ja oppilaitokset. Hankkeen isoimpiin tavoitteisiin kuului luontoon perustuvan hyvinvointimatkailun kokonaisuuden avaaminen Etelä-Savon yrittäjille ja asiakkaille. Syystä että eri ryhmien tieto aiheesta oli vajaa, tilanteeseen oli hankkeessa yritetty vaikuttaa nostamalla alueen yritysten tietämystä. Tietämyksen kasvattaminen oli tärkeä tavoite hankkeelle, koska alueelle vahvan pohjan luomisen jälkeen, on tulevaisuudessa uusien yritysten lähtö mukaan hankkeen konseptiin helpompaa. Yrityksiltä ja asiakkailta oli kerätty koko hankkeen aikana paljon palautetta analysoitavaksi. Hankkeen aikana tuotettujen palveluaihioiden piti heijastaa koko hankkeen konseptin onnistumisen käytännön soveltamisessa.

2.5 Hankkeen kohderyhmät

Ihmiset, joille hanke oli kohdennettu, olivat yritysten sekä muiden organisaatioiden asiakkaita ja henkilöstöä. Hankkeen yrityksissä työntekijöiden tietotaso ei vielä ollut riittävä siihen, että luonnon hyvinvointivaikutuksia olisi voitu hyödyntää kokonaan palvelujen rakentamisessa. LUOTUO-hankkeen mukaan yrityksissä tunnettiin asiakasryhmiä, muttei hyvinvointivaikutuksiin nojaavien palveluiden kysyntää ja tarjontaa.

LUOTUO-hankkeen selvitysten mukaan Suomeen hyvinvoinnin perässä tulleille turisteille oli niukkaa tarjontaa. Monet matkailijat eivät edes tiedäneet, mitä konkreettisia vaikutuksia on luonnossa liikkumisella. LUOTUO-hankkeen mukaan suuria kohderyhmiä, jotka olisivat erityisen kiinnostuneita hyvinvointipalvelujen konseptista, olivat mm. eläkeläiset, terveystietoiset työkäiset ihmiset sekä harrastajat ja perheet joissa on pieniä lapsia. Palvelujen tuotteistamisella LUOTUO-hanke halusi saada ulkomaisiakin asiakkaita. Asiakkaiden kaupunkiarjen vastapainoksi oli oletettu luontoteemaisten palveluiden kysynnän kasvua, mikäli tarjonta olisi kasvanut ja laatu noussut.

3 LUONNON TERVEYS- JA HYVINVOINTIVAIKUTUKSET

Luonnossa oleminen kasvattaa hyvinvointia ja antaa monenlaisia terveysvaikutuksia mm. verenpaine saattaa alentua ja sydämensyke tasaantua. Luonnossa liikkuminen lievittää stressiä ja helpottaa unohtamaan huolet. Se myös parantaa mielialaa. (Luonnonvarakeskus 2016.)

Ihmisten aktiivisuuden kannalta luonto on myös erittäin tärkeää, koska se motivoi monia ihmisiä liikkumaan ja auttaa sosiaalisessa kanssakäynnissä. Kun ihminen oleskelee luonnossa sijaitsevissa mielipaikoissaan hän voi saada elpymisen olon. Jos näitä kokemuksia verrataan elpymiskokemuksiin rakennetussa kaupunkiympäristössä, ovat luonnossa saadut kokemukset vahvempia. Kun puhutaan luonnosta ja sen tuomasta hyvinvoinnista, luonnolla voidaan tarkoittaa virkistysalueita, kaupunkimetsiä, ranta-alueita ja muita luonnon muotoja. Luonnon hyvinvointivaikutuksista on monenlaisia tutkimustöitä ja teorioita sekä todistettuja havaintoja. Monet niistä kuitenkin viittaavat samaan käytäntöön eli mitä enemmän vapaa-aikaa ihminen viettää luonnossa, sitä parempaa se on hänen hyvinvoinnilleen. Luonnossa olemisen aika heijastuu suoraan ihmisen onnellisuuteen ja tasapainon tilaan. Sopivalla tuotteistamisella luonto tarjoaa myös mahdollisuuksia kannattavaan liiketoimintaan. Tämä näkyy myös Suomessa, täällä rikas luonto houkuttaa yhä enemmän ohjelmapalvelujen yrittäjiä, jotka tuotteistavat luonnosta löytyviä luonnonvaroja ja muodostavat niistä mielenkiintoisia tuotteita asiakkaille. (Sitra 2013.)

3.1 Luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten terveydellinen merkitys

Tämän luvun kuvaus luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten merkityksestä perustuu Sitran (2013) aineistoihin. Suomalaisilla on runsaasti hyvinvointiin liittyviä ongelmia. Monet näistä ongelmista ovat hyvinkin yleisiä, esim. ylipainoisten ihmisten määrän kasvu. Monet kansansairaudet ja mielenterveysongelmat lisääntyvät. Sosiaali- ja terevyssektori yllirasittuu ja valtion menot kasvavat yhä enemmän väestön ikääntymisen takia. Koko järjestelmän riittävyys on siis koetuksella. Kaupungistuminen on yksi näistä voimakkaista tekijöistä, jotka edistävät syrjäytymisen ja se tekee luonnon yhä merkittävämmäksi hyvinvoin-

nin lähtökohdaksi. Investoimalla fiksusti luonnon tuotteistamiseen ja kannustamalla ihmisiä liikkumaan luonnossa ja kuluttamaan näitä palveluita tuetaan myös kansalaisten hyvinvoinnin ja ennaltaehkäistään monia terveysongelmia. Tämän takia LUOTUO-hanke oli hyvinkin ajankohtainen ja tärkeä koko Etelä-Savon alueelle.

Luonnossa liikkuminen lieventää stressiä, rauhoittaa ja helpottaa sosiaalista kanssakäymistä. Kaupunkilaiset voivat parantaa omaa psyykkistä hyvinvointiaan liikkumalla viheralueilla yli 5 tuntia per kuukausi tai vieraillemalla luontokohteissa vähintään kaksi kertaa kuukaudessa. Luontoliikuntaa ja sen vaikutuksia hyvinvointiin on tutkittu eri menetelmiä käyttämällä. Tilannetta on tutkittu mm. kuvia näyttämällä. Näiden tutkimusten perusteella pelkkä liikuntakin vähensi verenpainetta sekä nosti itsetuntemusta ja mielialaa. Maisemakuvat puolestaan nostivat itsearvostusta paremmin kuin pelkkä liikunta ilman maisemia. Kaupunkimaisemien kuvat vaikuttivat huonosti väsymyksen tunteeseen ja pulssiin. Yhteenvetona tutkijat määrittelivät sen, että liikkuminen luonnossa voi estää mahdolliset henkiset häiriöt. (Sitra 2013.)

Luonnossa oleskelussa voi parantua kohonnut verenpaine, sydänrytmi ja lihasjännitys. Valkosolujen määrä ja sitä kautta vastustuskyky nousee sekä stressihormonin ja kolesterolin tasot laskevat. Kohonnut verenpaine alkaa laskea jo 20 minuutin luonnossa liikkumisen jälkeen. Korkeimmillaan hyötyvaikutukset ovat kahden tunnin kuluttua. Tämä vaikutus saattaa kestää jopa useita päiviä. Jopa pelkkä luontokuvien katselu voi saada aikaiseksi rentoutuneen tunnetilan. Rentoutunut tunnetila on havaittavissa aivojen aalloissa jo muutamassa minuutissa. Fyysiset suoritukset tuntuvat ulkotiloissa sujuvan helpommin ja kevyemmin kuin sisätiloissa. Sama suoritus tuntuu sisätiloissa raskeammalta. Jos lähistöllä on viheralueita, on yleensä kynnyksellä lenkille matalampi. Monet tutkijat yhdistävät viheralueiden läheisyyden jopa elinikään. Lasten kohdalla leikkiminen luonnossa kehittää paremmin fyysistä kuntoa kuin muut vapaan liikunnan muodot. Varsinkin hyperaktiivisille lapsille liikkuminen luonnossa on erittäin tärkeää sisällä olemisen sijasta. Luonnon monimuotoisuuden pienemisellä on vaikutus ihmisten allergiaoireiden kasvamiseen. (Sitra 2013.)

Luonnon hyvinvointivaikutukset välittyvät ihmisen aistikokemusten avulla. Eri-tyisesti kuulo-, näkö- ja hajuaisti ovat tehokkaita hyvinvointivaikutusten välittämässä. Luonnossa kaikki aistit tulevat voimakkaimmiksi. Vaikka luonnossa meistä tulee tarkkaavaisempia, se ei kuitenkaan lisää levottomuutta vaan päinvastoin rauhoittaa. Lasten aistit kehittyvät nopeasti, mikäli he kasvavat yhteydessä luontoon. Luonnon avulla syvyysnäkö tulee paremmaksi, sillä siellä ollessaan ihminen fokusoi sitä jatkuvasti. Jos verrataan luonnon ääniä ja digitaalisia ääniä, digitaaliset ovat taajuudeltaan kapeammat. Näin ollen luonnon avulla kuulo oppii tunnistamaan eri taajuuksia. Kun ihminen kulkee vaihtuvalla maastolla, hänen tasapaino muuttuu paremmaksi. Tunto- ja hajuaisti ovat myös koko ajan aktiivisina luonnossa. Kaikki nämä aistien kehitysmahdollisuudet on mahdollista käyttää luonnonpalvelujen tuotteistamisessa. (Sitra 2013.)

3.2 Hyvinvointivaikutusten tutkiminen LUOTUO-hankkeessa

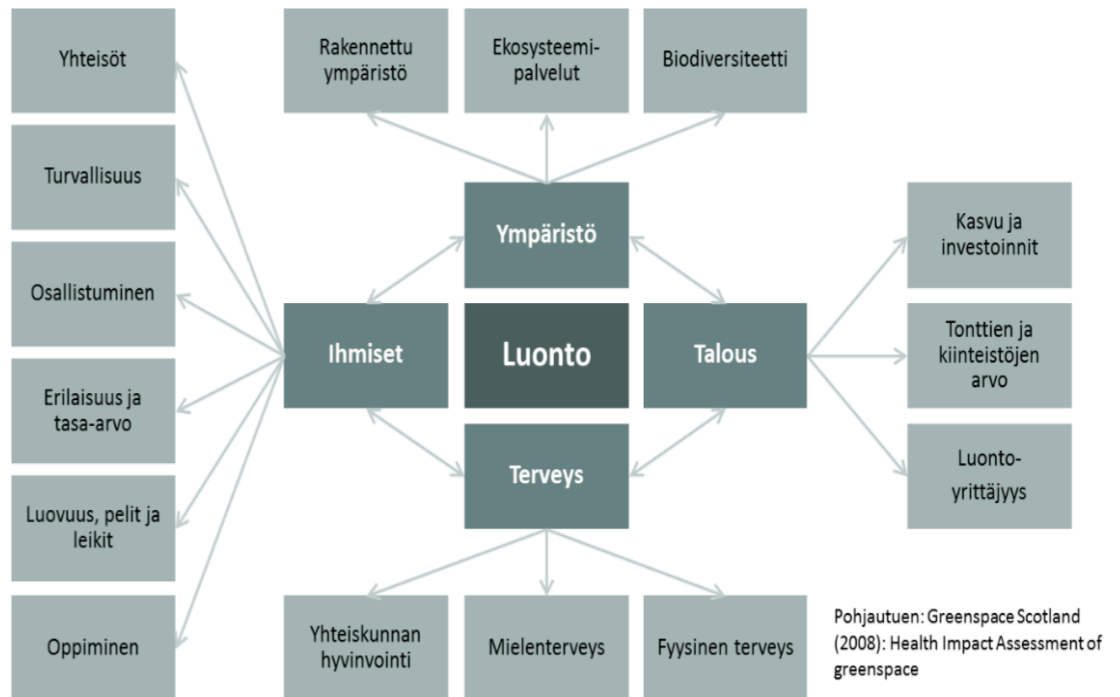
Osan edellä luetelluista luonnon fyysisistä, psyykkisistä ja aistillisista vaikutuksista on mahdollista mitata ja siihen liittyvä teknologia kehittyä koko ajan. Tällaisen teknologian nykyään monesti liitetään hyvinvointipalvelujen yhteyteen. LUOTUO-hanke oli pyrkinyt näyttämään yrityksille hyvinvointiteknologian mahdollisuudet ja hankkeessa käytiin läpi hyvinvoinnin indikaattoreita ja mittareita. Hankkeessa oli kerätty runsaasti tutkimustuloksia niin kotimaisista kuin ulkomaisistakin lähteistä ja koottu dataa hyvinvointivaikutusten indikaattoreista ja mittalaitteista sekä kvalitatiivisista evaluointimenetelmistä.

Hankkeen aikana oli etsitty matkailumarkkinoilta luonnon avulla esimerkillisesti tuotteistettuja palveluita. Lisäksi oli benchmarkattu internetin avulla kotimaan ja kilpailijamaiden tuottamia tuoteaihoita. LUOTUO-hankkeessa oli tutkittu Quantified self -ilmiötä ja sen merkitystä luontomatkoille. Tässä ilmiössä seurataan ja tallennetaan digitaalisten laitteiden avulla omaan terveyteen ja hyvinvointiin liittyvää tietoa eli kehoa ns. "biohakkeroidaan". Biohakkeroinnissa kyse on oman kehon seuraamisesta ja siitä saadun tiedon hyväksikäyttämistä hyvinvoinnin edistämiseksi. Saatu aineisto ladataan tyypillisesti verkkopalveluihin ja jaetaan sosiaalisessa mediassa. LUOTUO:ssa oli tutkittu kuinka paljon tällaisilla verkkopalveluilla oli yhteyttä matkakohteisiin. Tästä ilmiöstä oli kerätty myös palautetta asiakkailta, jotka edustivat mahdollisia kohderyhmiä. Hankkeen testitarkoituksiin oli ostettu asianmukaista hyvinvointiteknologiaa

kuten laitteita ja ohjelmistoa. Niitä hyväksikäyttämällä kohderyhmät olivat voineet "biohakkeroita" itseään ja jakaa tätä tietoa sosiaalisessa mediassa. Tarkoitus oli myös soveltaa teknologiaa joka voisi mitata ympäristön vaikutuksia asiakkaita varten. Hyvinvointitekniologia kehittyy koko ajan, joten LUOTUO-hankkeessa mihinkään yksittäiseen ohjelmistoon ei kiinnitetty erityistä huomiota vaan pikemminkin haluttiin tutkia tätä trendiä ja oppia soveltamaan teknologiaa hyvinvointimatkailussa. (Kuuluvainen 2016.)

3.3 Luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten taloudellinen merkitys

Nykyään on hyvin ajankohtaista puhua luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamisesta. Siinä on liiketoimintapotentiaali, jota oikealla lähestymistavalla voi muuttaa myös vahvaksi vientituotteeksi. Luonnon liiketoimintapotentiaalın tuotteistamisessa oikein valittu kehityssuunta sekä taitava brändäys voivat antaa mahdollisuuksia hyvinkin erilaisten tuotteiden ja palveluiden lanseeraukselle. Pak Jenniferin (2015) mukaan Vitality Air -niminen kanadalainen startup-yritys onnistui myymään kiinalaisille "puhdasta kanadalaista ilmaa" pienissä pulloissa. Vahvasta ylihinnittelusta huolimatta startup-yritys onnistui saamaan runsaasti ennakkotilauksia. Tämä on erinomainen esimerkki siitä, kuinka oikein tehty brändäys voi vaikuttaa tuotteen hyvinvoinnillisten mielikuvien kautta myös koko valtion kuvaan tietyssä asiakassegmentissä. Kuvassa 1 esitetään luonnon vaikutuksia eri osa-alueisiin neljän eri sektorin avulla. Neljä pääsektoria ovat ympäristö, ihmiset, terveys ja talous.



Kuva 1. Luonnon vaikutukset (Sitra 2013)

Ympäristö heijastuu rakennetussa ympäristössä, ekosysteemipalveluissa ja luonnon monimuotoisuudessa. Vaikutukset taloudessa ilmenevät luontoyrittäjyyden, tonttien ja kiinteistöjen arvon nousun sekä investoinnin kautta. Terveys näkyy paremmassa mielenterveydessä, fyysisessä terveydessä ja yhteiskunnan hyvinvoinnissa. Luonnolla on iso vaikutus yhteisöjen muodostumiseen ja se vaikuttaa mm. ihmisten osallistumiseen, luovuuteen ja oppimiseen. Esimerkit luonnon vaikutuksista talouteen ja terveyteen löytyvät liitteestä 1. (Sitra 2013.)

Hyvinvointimarkkinoiden trendit muuttuvat nopeasti ja kilpailu on kovaa. Lisäksi hyvinvointipalveluissa tapahtuu merkittäviä muutoksia 2015-2019 sosi-aali- ja terveysuudistusten jälkeen. Näissä uudistuksissa hyvinvointipalveluiden kannalta merkittävä muutos on se, että yksityisten yritysten merkitys kasvaa, sillä he saavat mahdollisuuden osallistua verorahoilla järjestettyjen sosi-aali- ja terveyspalvelujen rakentamiseen listautumalla palveluntarjoajiksi. (Partanen 2016.)

3.4 Etelä-Savon lähtökohdat ja mahdollisuudet

Suomessa luontoa käytetään usein kuntoutustarkoituksessa luontoon pohjautuvassa terapiassa ja hoivapalveluissa. Esimerkkinä ovat päivittäinen ympäristö, virkistyspalvelut, kasvatusta- ja koulutuspalvelut sekä hyvinvointi- ja terveyspalvelut. (Sitra 2013.)

Etelä-Savon alueella luontoon perustuvilla palveluilla on lupaavat mahdollisuudet tulevaisuutta ajatellen. Tutkimukset ja hyvinvointipalvelujen tuotteistaminen ovat vielä hyvin alkuvaiheessa, joten hyvinvointivaikutusten tutkimiseen ja tuotteistamiseen pitäisi panostaa yksityisellä ja julkisella sektorilla enemmän. LUOTUO:n tapaiset hankkeet ja niiden aikaiseksi saamat verkostot ovat välttämättömiä alueen kehitykselle. Tämän takia kaikki mahdolliset arvioinnit ja evaluoinnit mukaan lukien oppinäytetyöni ovat tärkeitä virheiden eliminoinnissa tulevaisuuden projekteja suunniteltaessa. Suomi pyrkii kasvattamaan kansainvälistä potentiaaliaan hyvinvointimatkailussa ja Etelä-Savon alueen yrityksillä on hyviä lähtökohtia onnistua suunnittelemaan uusia mm. FinRelaxin visioihin perustuvia palveluita, joilla voidaan houkuttaa lisää ulkomaalaisia matkailijoita alueelle.

LUOTUO-hankkeen mukaan Etelä-Savossa oli paljon erimuotoista majoituskapasiteettia. Kuitenkin suuri osa yritysten kapasiteetista oli pääsesonkien ohella vajaakäytössä. Matkailuyritysten ja matkailuun kytkeytyvien järjestöjen mielestä alueelle kaivataan enemmän palvelutarjontaa, jossa voidaan painottaa teemapohjaisiin palveluihin eri sesonkeina. Hankkeen aikana asiakasvirtaa oli pyritty nostamaan Keski-Euroopan, Aasian ja Venäjän alueilta. Venäjän poliittisesta tilanteesta johtuneesta asiakasmäärän hiipumisesta huolimatta Venäjä oli edelleen hyvin tärkeä markkinointikohde.

Etelä-Savon hyvinvointimatkailulla on hyvät lähtökohdat, sillä alueen puhtaat vesistöt ja metsät ovat erinomaisia resursseja siihen. Visit Finlandin edustajien mielestä tällaisilla oikein tuotteistetuilla resursseilla on kysyntää ulkomailla hyvinvointimatkailun muodossa. Etelä-Savon ainutlaatuinen luonto on erinomainen keino erottautua muista.

Yhteistyötä tekemällä ja määrätietoisella palveluiden kehittämisellä Etelä-Savolla, osana laajempaa Järvi-Suomea, on hyvät mahdollisuudet profiloitua vahvaksi hyvinvointimatkailukohteeksi. Se vaatii kuitenkin vielä laajempia laadukkaiden hyvinvointipalveluiden verkostoja. Tähän Etelä-Savon alueella oli panostettu jo jonkin aikaa ja tilanne näyttää lupaavalta tulevaisuuden kannalta.

3.5 Hyvinvointimatkailun palvelujen tuottamis- ja vientikriteerit

MEK eli Matkailun edistämiskeskus tuotti teemakohtaisia tuotesuosituksia yhteistyössä eri matkailun järjestöjen sekä yritysten kanssa. Nämä tuotesuosituksukset ovat suunnattuja matkailuyritysten tuotekehitystyön avuksi. MEKin laatimat viennin edistämisen kriteerit ovat hyvin hyödyllisiä kansainvälisen tuotteen rakentamisessa. Matkailun edistämiskeskuksen kriteereiden päämääränä on taata sen, että kansainvälisille markkinoille suunnatut tuotteet olisivat tarpeeksi laadukkaita ollakseen kilpailukykyisiä. (Visit Finland 2016.)

Palvelujen laadun edistämiseksi LUOTUO-hanke oli asettanut seuraavat kriteerit:

1. Yritysten on tiedettävä selkeästi asiakkaiden tarpeet, asiakassegmentit ja kohdennetut hyvinvointimatkailun muodot. Yritysten pitää osata tarjota asiakkaille johdonmukaisen tuotoksen.
2. On lisättävä hankkeen yritysten sekä muiden alueen yritysten osaamista luonnon terveystarpeiden ja hyvinvointivaikutuksista ja niiden mittaamisesta. Yritysten on saatava käytännön kokemusta laadullisesta ja määrällisestä arvioinnista asiakkaan kohtaamisessa.
3. On nostettava tuotteiden muotoilun ja sosiaalisen median hallinnan osaamista yrityksissä. Yritysten pitää osata ottaa asiakkaat mukaan tuotekehitykseen ja hyödynnettävä sosiaalista mediaa markkinoinnin lisäksi myös tuotekehityksessä.
4. Yritysten pitää muodostaa hyvän yhteistyösidosalueen yritysverkoston kanssa. Yritysten on tiedettävä omat vahvuudet ja puutteet ja osattava hyödyntää muiden toimijoiden asiantuntijuutta ja lisätä näin kustannustehokkuutta.

LUOTUO-hankkeessa oli määritetty, että kansainvälisille markkinoille suunnattujen matkailupalvelujen on oltava hyvin laadukkaita. Yritysten, jotka tuotteistavat tällaisia palveluja, on oltava samalla tasolla Matkailun edistämiskeskuksen tuotesuosittelujen kanssa. Kyseisten yritysten on myös huomioitava vientikelpoisuusstandardit.

4 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TOTEUTUS

Tämän opinnäytetyön pohjana oli laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus. Laadullisen tutkimusotteen valittiin siksi, että haluttiin ymmärtää ilmiötä numeerista dataa syvemmin. Laadullinen tutkimus vaatii tutkijan ja tutkittavan vuorovaikutusta keskenään, sillä ilmiön syvä ymmärtäminen vaatii asettumista sen luonnolliseen ympäristöön eli toisin sanoen, kun kyse on haastattelusta, siitä on saatava aikaan sulavan prosessin, jossa sekä haastattelija että haastateltava pystyvät kommunikoimaan ymmärtäen toisiaan. Haastattelijan on pyrittävä asettumaan haastateltavan tilanteeseen. Uutta tietoa luodaan myös kokemusperäisin keinoin, havainnoimalla ja osallistumalla. Tutkijan rooli on aineiston kerääjänä toiminnallinen. Laadullisessa tutkimuksessa tutkimuksen kohteilla on yleensä jokin yhdistävä aspekti ja kyseisessä tutkimuksessa se oli hankkeen yrittäjien hyödynsaanti ja heidän tavoitteiden toteutuminen. (Suutari 2014.)

Kyseinen tutkimuksessa lähdettiin liikkeelle arviointikysymysten määrittelystä, minkä jälkeen siirryttiin aineiston keräämiseen. Tämän jälkeen aineistoa käsiteltiin ja analysoitiin. Analyysin jälkeen oli mahdollista tehdä jonkinlaisia johtopäätöksiä ja niiden perusteella kehitysehdotuksia. Kyseiset kehitysehdotukset oli tarkoitus tarjota ennen kaikkea LUOTUO-hankkeen projektipäällikölle. (SOSTE 2016.)

4.1 Haastattelu työkaluna

Tutkimusmenetelmäksi valittiin laadullisen tutkimuksen ja tärkeimpänä aineistonkeruumenetelmänä oli toiminut puolistrukturoitu LUOTUO-hankkeen yrittäjien haastattelu. Yhteensä haastateltiin 7 yrittäjää, joista 2 haastateltiin puhelimitse. Lisäksi analysoitiin sekundaariaineistoja. Sekundaariaineistoiksi voi-

daan luokitkaa valmiiksi kerättyä materiaalia mm. tilastoja, arkistoja pöytäkirjoja tai muita dokumenttiaineistoja. Kyseisessä tutkimuksessa sekundaarisina aineistoina käytettiin hankkeen aikana projektipäällikön laatimat ja yrityksille suunnatut välikyselykyselylomakkeet. Välikyselylomakkeet oli laadittu LUO-TUO-hankkeessa siksi, että saataisiin yrityksiltä nopeaa palautetta projektin kulusta sekä mahdollisista muutosehdotuksista. Nämä välikyselylomakkeet olivat olleet erinomaisia tiedonlähteitä, minkä takia oli hyvä aloittaa kyselyiden laatimisen juuri perehtymisestä niihin. Lisäksi haastattelukysymysten laatimisessa sekä analyysissä oli hyödynnettiin sellaisia sekundaarisia aineistoja kuten hankesuunnitelma ja muut väliarvioinnit ja hankedokumentit kuten esimerkiksi tuoteaihioiden suunnitelmat ja kuvaukset, joita projektipäällikkö oli esitellyt. (Järventausta ym. 1998, 50–51).

Tiedon keruuta varten haastatteluissa käytettiin ääninauhuria sekä kenttämuistiinpanoja. Puhelinhaastatteluissa hyödynnettiin myös sovellusta, joka äänitti yritysten edustajien luvasta koko keskustelun. Ääninauhoitusta pidettiin itsestään selvyytenä haastatteluissa, sillä se oli taannut sen, että väärät tilanteentulkinnat tai väärät muistiinpanot olivat voineet olla jälkeempään tarkasteltavissa ja korjattavissa. Tämä toimii yleensä haastatteluissa myös toisinpäin, joskus kenttämuistiinpanot ovat hyvin tärkeitä, sillä he osoittavat jotain sellaista mitä nauhoituksista ei ole havaittavissa mm. haastateltavan ympäristön ja käyttäytymisen sekä mahdollisesti muun asiayhteyden jolla on olennainen rooli haastateltavan sanojen tulkinnassa. Molemmat tiedonkeruutavat ovat siis toistensa tukevia ja siksi niitä on hyvä käyttää samanaikaisesti. Lisäksi äänitalenteet ovat hyvin käteviä sen kannalta, että monesti kun tehdään puolistrukturoitua haastattelua niin joidenkin kysymysten laajuuden takia vastausten keskeinen tarkoitus ja jotkut asiayhteydet käyvät ilmi vasta haastattelun kuuntelemisen ja analyysin aikana. Antaakseen tilaa uusille ajatuksille pidän siis haastatteluiden nauhoitusta prioriteettina hyvälle haastattelulle. Monet haastattelun asiantuntijat myöntävät sen, että on erittäin hyödyllistä lukea muistiinpanoja muutaman kerran ja verrata niitä muuhun tutkimuskirjallisuuteen. (Virtuaaliammattikorkeakoulu 2007.)

On monia muitakin seikkoja, joita on otettava huomioon haastattelua tehtäessä. Haastattelijan ja haastateltavan keskeinen kommunikointi heijastuvat tilanteen muotoon. Vuorovaikutustaidoista siis riippuu hyvin paljon minkälaisen

tunnelman haastattelu saa ja se monesti heijastuu suoraan myös vastausten muotoon. Molempien osapuolten suulliset taidot kysymyksiä ja vastauksia esittäessä ovat erittäin tärkeitä. Kuuntelemisen taito ja tilanteentaju ovat yhtä merkittäviä. Tilanteisiin, vuorovaikutukseen sekä keskustelun kulkuun pitää osata reagoida. Heti alussa haastattelujen suunnittelun aikana kohdattiin sopimisessa pientä ongelmaa erään yrittäjän halukkuuden kanssa osallistua haastatteluun, joten tilanne luettiin ja siihen reagoitiin asianmukaisella tavalla tarjoamalla erilaisen vaihtoehdon haastattelulle, mikä tyydytti yrittäjän tarpeet. Jos haastateltavan persoonallisuutta oltaisiin ignoroitu, se olisi voinut vaikuttaa yrittäjän vastausten muotoon, sillä niistä tulisi ennakoasenteellisia ja kontekstissa saattaisi olla enemmän negatiivista palautetta mikä ei pitäisi todellisuudessa paikkansa. Loppujen lopuksi kyseinen yrittäjä nähdessään kaikki kompromissipyrkimykset oli tullut vastaan ja sopinut henkilökohtaisen haastattelun. Kuitenkin huomattaessa toisenkin yrittäjän kohdalla tällaisen haluttomuuden, tutkimuksessa edettiin seuraten samaa kompromissin kaavaa. (Jyväskylän Yliopisto 2016.)

Hyvän haastattelun monesti kuvataan keskustelun kaltaisena. Eli molemmat osapuolet kommunikoivat avoimesti sekä ymmärrys on kohdillaan. Haastattelun muoto on kuitenkin yleensä ennalta suunniteltu sekä osapuolten roolit ja tehtävät eroavat toisistaan. Siinä on kaksi roolia eli kysyjä ja vastaaja, joita yleensä ei haastattelun aikana vaihdeta. Jokainen osapuoli käyttäytyy sen roolin vaatimalla tavalla. Haastattelumuotoa valitessaan pitää muistaa, että mitä jäsentyneempi on haastattelurunko, sitä pinnallisempaa tietoa usein saadaan. Vapaamuotoisessa haastattelussa taas vaaditaan tutkijalta loistavia kuuntelu- ja eläytymistaitoja. (Järventausta ym. 1998, 49–50.)

4.2 Puolistrukturoitu haastattelu

Strukturoitu haastattelu on puolistrukturoituun verrattuna paljon formaalisempi. Strukturoitu haastattelu on yleensä lomakehaastattelu. Strukturoidulle haastattelulle ovat ominaisia valmiit kysymyspohjat, joille on annettu tietynlaiset vastausvaihtoehdot. Kysymykset ovat yleensä kaikille samanlaiset ja ne kysytään samassa järjestyksessä.

Puolistrukturoidussa haastattelussa myös usein pyritään kysymään kaikilta haastateltavilta mahdollisimmat samankaltaiset kysymykset noudattamalla samaa järjestystä. Kuitenkin puolistrukturoiduissa haastatteluissa ei ole mitään tarkkoja sääntöjä sen suhteen. Kaikissa opinnäytetyön haastatteluissa oli noudatettu suhteellisen samaa muotoa ja järjestystä koodaamisen helpottamiseksi. Puolistrukturoitua haastattelua kutsutaan joskus teemahaastatteluksi. Tämä korostetaan silloin, kun kysymykset on jaettu kaikkien haastateltavien kohdalla samoihin teemoihin, vaikkei kysymykset olisi ihan täydellisen samankaltaisia. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Opinnäytetyön tutkimushaastattelulle valittiin tarkat teemat: mm. ”Yritysten odotukset ja panostus hankkeeseen”, ”Osaamisen lisääminen ja siihen liittyvien tavoitteiden toteutuminen”, ”Palvelumuotoiluprosessit ja tavoitteiden toteutuminen niissä”, ”Yhteistyö hankkeen toimijoiden välillä” sekä ”Kehittämiskysymykset”. Tämä haastattelumuoto oli sopinut kyseiseen tutkimukseen hyvin myös sen takia, koska siinä haastateltiin useita henkilöitä ja he kaikki edustivat samaa ryhmää eli niillä oli monta yhdistävää tekijää, siksi tutkimuksessa tarvittiin yhdenmuotoisia vastauksia analysoinnin helpottamiseksi. Puolistrukturoitu haastattelu oli ollut myös hyvä vaihtoehto, koska haluttiin saada vapaampia vastauksia, mutta kuitenkin olla antamatta liian isoja vapauksia haastateltaville. Näin haluttiin pienentää haastatteluissa ylimääräisen tiedon osuutta, joka ei olisi ollut suoranaisesti yhteydessä tutkittavaan aiheeseen. Rajoitetun haastatteluajan takia jouduttiin priorisoimaan tavoitteita ja kysymyksiä tärkeimpien teemojen ympärille. Näin ollen jouduttiin rajaamaan tietyt teemat haastatteluihin. Puolistrukturoitu haastattelu antoi joustavuutta niin haastatteluissa kuin niiden tutkimisessakin. Kuitenkin jälkeinpäin oli mennyt enemmän aikaa aineiston käsittelyyn vapaampien vastausten muotojen johdosta. Tällaisten vastausten käsittelyssä piti olla hyvin kriittinen sekä merkittävä hyvät muistiinpanot tulkinnan tueksi. Tutkimuksen haastattelurungon voi nähdä liitteessä 2. (Virsta 2016).

4.3 Tutkimuksen lähestymistapa ja uskottavuus

Opinnäytetyön tutkimuksen tehtävä oli auttaa LUOTUO-hankkeen projekti-päällikköä lopullisen arvioinnin tekemisessä ja siinä oli oltava tarkkana, sillä lo-

pullinen arviointi on yksi hankkeen tärkeimmistä vaiheista. Näin ollen päätettiin, että henkilökohtainen haastattelu joka kohdistui mukana oleviin yritysten edustajiin, olisi uskottavin ja tehokkain tapa heijastaa loppuarvioinnissa tulosten saavuttamisen ja siitä olisi helppo edetä jälkijatuksiin. Tutkimuksen olisi voinut suorittaa myös haastattelemalla yrityksiä etukäteen laadituilla lomakkeilla, mutta se oli jo tehty LUOTUO-hankkeen väliarvioinneissa, ja näistä välikyselyistä ei paljastunut sen verran syvää tietoa, että se riittäisi pätevän analyysin laatimiseen ja loppuarvioinnin rakentamiseen.

Haastattelukysymysten laatimisessa otettiin huomioon projektipäällikön toiveita ja intressejä, sekä tutkittiin väliarviontilomakkeita ja hankesuunnitelmaa. Tämän jälkeen niiden pohjalta laadittiin mahdollisimman kattavia kysymyksiä LUOTUO-hankkeen laajaa arviointia varten. Tämä tarkoittaa sitä, että kyseisen prosessin aikana laadittiin mahdollisimman yksiselitteisiä ja yritysedustajille ymmärrettäviä kysymyksiä, jotka kuitenkin antoivat jossain kohdissa laajempaa miettimispohjaa.

Puolistrukturoitua haastattelun valintaan vaikuttivat luetut ja benchmarkatut oppinäytetyöt ja tutkimukset sekä artikkelit, joissa näkyivät eri tutkimusmenetelmien mahdollisuudet ja erot. Tarkoitus oli saada laajempia ja vapaampia vastauksia kuin mitä strukturoitu haastattelu pystyi tarjoamaan. Tämä johti siihen, että haastattelu osittain strukturoitiin mikä oli vaatinut jäsentelyä. Kysymysten jäsentely paransi laatua kysymysten asettelussa ja auttoi vastausten löytämisessä tärkeimpiin kysymyksiin. Tutkimuksella pyrittiin löytämään syvemmät tulkinnot, minkä takia ei jäsennetty kaikkia kysymyksiä ja valmistaututtiin improvisointiin. Tällaisessa lähestymistavassa piti olla erityisen kriittinen ja tarkka haastattelusta saadun aineiston tulkinnessa, jottei tutkimus ajautuisi harhaan. Tämän takia pyrittiin saamaan yrittäjien perspektiiviä tarkastettavaan ilmiöön mahdollisimman monesta näkökulmasta.

Haastatteluissa huomioitiin haastatteluympäristöt haastattelujen aikaan kuten sen, että vaikuttiko vastauksiin vastaajan asema organisaatiossa tai muiden ihmisten läsnäolo. Merkintöjä tehtiin haastateltavan asenteesta, kuten vireystilasta, sen hetken tunnetilasta, kiireellisyydestä ja henkilökohtaisesta suhtautumisesta hanketta kohtaan. Lisäksi pohdittiin haastateltavien motivaatiota

haastattelun aikana ja sitä, että oliko se riittävä. Motivaation riittävyyden arvioitiin haastateltavan olemuksesta sekä hänen henkilökohtaisesta asenteestaan hanketta kohtaan. Haastateltavan motivaatio ja halukkuus tehdä yhteistyötä kuuluvat onnistuneen ja luotettavan haastattelun tärkeimpiin kriteereihin. Motivaationa haastatteluun ei välttämättä tarvitse olla mikään materiaalipalkkio, vaan se voi olla yksinkertaisesti hyvin valikoitu henkilökohtainen lähestymistapa, jolla annetaan ymmärtää, että kyseinen haastattelu on tärkeä myös haastateltavalle henkilölle.

Yksi haastattelujen vaaroista, on se, että vastaajat antavat liian formaalisia vastauksia, jotka eivät heijasta todellista tilannetta. Tämän takia haastattelun kysymyksiä piti muotoilla niin, että puutteellisten vastausten kohdalla olisi voinut kysyä täydentäviä kysymyksiä. Minulla ei ole tutkimuksen tekijänä merkittävää kokemusta haastattelujen käytöstä tutkimusmenetelmänä, joten uskottavuuden parantamiseksi minä olin jatkuvasti turvautunut tietokirjallisuuteen. Koko tutkimuksen ajan noudatettiin kriittistä ja arvioivaa asennetta uskottavuuden parantamiseksi.

4.4 Tutkimuksen kulku

Opinnäytetyön työstäminen alkoi syksyllä 2016. Tutkimusongelmien asettaminen sujui hyvin, sillä ennen opinnäytetyön teon aloittamista olin lukuisia kertoja tavannut projektipäällikön ja keskustellut LUOTUO-hankkeesta sekä hankkeen tavoitteista ja tarpeista. Henkilökohtainen kiinnostus luonnon hyvinvointivaikutuksia ja niiden tuotteistamista kohtaan oli vauhdittanut opinnäytetyön aiheen määrittelyä ja tutkimuksen muodon valitsemista. Kuitenkin aiheen syvempi ymmärtäminen ja asiayhteyksien löytäminen oli vienyt enemmän aikaa kuin mitä alussa arvioitiin. Tiedon keruu ja haastattelut etenivät nopeasti ja haastattelut suoritettiin 17.10.2016-12.11.2016 välisenä aikana. Haastateltavia yrityksiä oli 7 eli Sahalahti Resort, Kyyhkylän Kartano, Anttolanhovi, Matkailutila Naaranlahti, Spahotel Casino, Kuntoon Luonnossa ja Tynkkylän lomaniemi. Tutkimuksen kannalta haastattelujen lukumäärä oli riittävä ja yritysten hyvästä vastausten laadusta johtuen haastatteluissa oli kertynyt runsaasti laadukasta analyysimateriaalia. Projektipäällikön avulla tutustuttiin hankkeessa rakennettuihin tuoteaihioihin, joita ei käyty läpi kovin yksityiskohtaisesti yritysten edustajien kanssa, sillä palveluaihiot ja niiden sisällön yksityiskohdat eivät

suoranaisesti edistäneet tutkimuksen arviointia. Tämän takia tutkimuksessa ei fokuoitu rakennettujen tuoteaihioiden sisältöjen yksityiskohdissa. Koko tutkimuksen työstämisen ajan fokuoitiin siihen, että tutkimuksessa pyrittiin saamaan johdonmukaisia yrittäjien mielipiteitä hankkeen hyödyllisyydestä ja kehittämään omia visioita.

Isoimmaksi tutkimuksen haasteeksi nousi tiukka aikataulu ja yritystenedustajien tavoittaminen haastattelun merkeissä. Jotkin yritykset piti saada ennen kaikkea vakuuttuneiksi haastattelujen tärkeydestä ja tarpeesta sekä asettaa kaikkien toimijoiden aikatauluille sopivat haastatteluajat. Haastattelut suoritettiin yritysten omissa tiloissa, lukuun ottamatta kaksi haastateltavaa joille tehtiin haastattelut puhelimitse sekä yhden yrittäjän kanssa tavattiin kahvilassa.

Syynä puhelinhaastattelun muodon valitsemiseen kahden yrityksen kohdalla oli yrittäjien kiireellisyys, jonkinlainen haluttomuus sekä välimatka. Puhelinhaastattelu oli hyvä kompromissi yrittäjien hyväksi ja erilaisesta haastattelumudosta huolimatta puhelimitse tehdyt haastattelut osoittutuivat yhtä hyödyllisiksi ja laajoiksi. Tekemällä kompromissin yrittäjien hyväksi pyrittiin varmistamaan sen, että haastattelujen tulokset eivät saisi puolueellisia tai mielivaltaisia sävyjä yrittäjän alustavan negatiivisen suhtautumisen takia haastattelumuotoa kohtaan. Yhtenä pienenä haasteena oli myös rajoitettu ja maksimissaan noin tunnin mittainen haastattelu-aika, joka oli alustavasti varattu jokaista haastateltavaa kohti. Yrittäjillä löytyi runsaasti mielipiteitä, kuitenkin rajoitetun ajan takia jouduttiin välillä ohjaamaan keskustelua oikeaan suuntaan, mikäli aiheesta etäännyttiin. Haastatteluihin käytetty keskimääräinen aika oli noin 50 minuuttia. Jotkut kysymykset olivat laajempia kuin muut ja vaativat lisää aikaa miettimiseen. Tämä jatkuva tilanteen ja ajan kontrollointi ja samalla kysymyksiin, vastausten sisältöön ja tulkintaan keskittyminen vaati välillä tehokasta ”multitasukausta”. Haastattelujen päätteeksi saatiin kuitenkin melkein kaikilta yritysten edustajilta hyvää palautetta haastattelusta ja kaikki vastasivat innokkaasti kysymyksiin.

4.5 Litterointi

Haastattelujen aikana kerätty aineisto oli hyvin laadukasta ja siitä saatiin nopeasti kiinni tärkeimmistä asioista. Kuitenkin kattavan haastattelukuvan saa-

miseksi ja analyysin teon tueksi saatu aineisto piti litteroida. Litterointi on sananaista puhtaaksikirjoitusta. Puhtaaksikirjoituksen voidaan suorittaa koko haastatteludialogista, tai sen on mahdollista suorittaa valikoiden esim. vain teema-alueisiin kohdistuen tai pelkästään haastateltavan puheesta. Tässä tutkimuksessa litteroitiin vain haastateltavien puheet ja pyrittiin jäsentelemään ne teema-alueittain. Materiaalin litteroinnin tarkkuudesta ei ole yksiselitteistä ohjetta. Tutkimustehtävästä sekä tutkimusotteesta lähdetään liikkeelle ja niiden perusteella voidaan päätellä, kuinka tarkkaan litterointiin kannattaa ryhtyä. Kun ryhdytään aineiston purkuun, on hyvä tehdä se tietokoneelle, koska silloin voi välttyä ylimääräisiltä siirroilta. Joskus purkutilanteisiin on hyvä hankkia erityisen purkulaitteen, joka voi säätää nopeutta. (Hirsijärvi & Hurme 2009, 138–140, 173–174.)

Ensin haastatteluista saatu aineisto siirrettiin tietokoneelle ja purkutilanteessa käytettiin äänentoisto-ohjelman hitaampaa toistonopeutta, joka hidasti haastateltavien nauhoituspuheen sellaiseksi, että litteroinnin aikana oli helppo pysyä perässä. Sanansanainen kirjoitus voi olla hyvin työlästä sekä hidasta. Monien mielestä se voi olla tutkimushaastattelutyössä eniten kärsivällisyyttä vaativa ja aikaa vievä tutkimusvaihe. Tässä tutkimuksessa käytettiin yhden noin tunnin mittaisen haastattelun litterointiin noin 6 tuntia. Purkunopeuteen tietysti vaikuttivat hyvin paljon nauhoitukselta tullut puhenoisuus ja nauhoituksen laatu. Teemoittelu haastattelututkimuksessa on sitä, kun analyysin suorittamisen aikana kiinnitetään tarkkaa huomiota haastattelumateriaalista ilmi tuleviin yhteisiin piirteisiin, jotka ovat yhteisiä kaikille haastatelluille henkilöille. Nämä yhteiset piirteet voivat pohjautua teemahaastattelun teemoihin. Tutkimusaineiston käsittelyn aikana usein saattaa paljastua lisää teemoja olemassa olevien ohella. Tällaisia teemoja voivat olla olemassa olevien teemojen väliset yhteydet. Haastatteluryhmään kuuluvat eivät kovin usein ilmaise asioita samassa muodossa, mutta haastattelijan tarkoituksena on lajitella vastaukset samaan luokkaan. Näiden esille nousevien tärkeimpien kohtien vertaaminen toisiinsa on yksi analyysin tärkeimmistä osista. Kuten edellä oli mainittu, kyseisessä puolistrukturoidussa haastattelututkimuksessa oli yhteensä viisi teemaa ja litteroinnin aikana keskityttiin niihin. (Hirsijärvi & Hurme 2009, 138–140, 173–174.)

4.6 Kuvailu, luokittelu ja aineiston yhdistely

Tutkimusaineiston purkauksen jälkeen edettiin seuraaviin tutkimuksen vaiheisiin eli kuvailuun, luokitteluun ja yhdistelyyn. Tutkimuksen tarkoituksena oli kuvailla vastaukset ja kategorisoida ne viiden teeman mukaisesti sekä yhdistää saadut tulokset teemoittain LUOTUO-hankkeen suunnitelmassa mainittuihin tavoitteisiin ja arvioida sitä, miten ne olivat toteutuneet. Tätä kautta saatiin kattavan arvioinnin hankkeen tavoitteiden toteutumisesta, joita asetettiin ennen hankkeen starttia.

Kuvaileminen antaa analyysille perustan. Se tarkoittaa sitä, että pyritään kuvailemaan tapahtumien, ihmisten tai kohteiden ominaisuuksia. Tavoitteena on onnistua antamaan vastauksen kysymyksiin, kuka, missä, milloin, kuinka paljon sekä kuinka usein. Kuvailemisessa voi olla hyvin tärkeää ilmiön sijoittaminen aikaan, ympäristöön ja siihen kulttuuriin, johon ilmiö oli sijoittunut. Tämä ns. konteksti voi olla tärkeimpänä tekijänä aineiston merkityksen omaksumisessa. Tutkimuksessa, joka perustuu haastatteluun tämä voi näkyä monissa vaiheissa. Haastattelutilanteeseen liittyen voi eritellä kommunikaation ja haastattelupuheen kontekstit. Haastattelijan ja haastateltavan osapuolten puhe voi pitää sisällään erilaisia merkityksiä. Monesti haastattelija voi tehdä kontekstiin liittyviä muistiinpanoja, jotka helpottavat tulkintaa. (Hirsijärvi & Hurme 2009, 145–146.)

Haastattelun aikana tehtiin monenlaisia muistiinpanoja ja haastatteluiden jälkeen niiden perusteella lisättiin erilaisia jälkiajatuksia kontekstiin. Näitä muistiinpanoja ja merkkauksia yhdistettiin haastatteluun kuvailuvaiheen aikana. Kenttämuistiinpanoissa oli mm. kuvailuja haastateltavien kommenteista ja reaktioista, joita olisi vaikeaa havaita nauhoitukselta. Lisäksi muistiinpanoissa kuvattiin ympäristöä, jossa kyseistä haastattelua suoritettiin, siihen oli myös liitetty haastateltavan vireystilan, mielenkiinnon sekä kiireellisyyden. Tärkeitä piirteitä tutkimuksen kontekstissa olivat mm. joidenkin yrittäjien kiireellisyys, pieni haluttomuus ja työkavereiden läsnäolo. Varsinkin yhden haastateltavan kohdalla hänen työkaverinsa sisääntulo haastattelutilaan antoi jonkinlaista rohkeutta ja suorapuheisuutta haastateltavalle. Ennen työkaverinsa sisääntuloa hän oli liiankin formaalinen vastauksissaan ja laittoi kriittisetkin vastaukset

sellaiseen muotoon, että kriittisyys oli hyvin varovaista ja vaikeasti huomattavissa. Kuitenkin tämän työkaverin mukaan liittymisen huomioiminen haastattelun kontekstissa antoi tutkimukselle erilaisen perspektiivin edeltäviin vastauksiin, minkä takia niitä käsiteltiin jälkeempään antamalla lisävaloa haastateltavan kritiikille, joka oli hieman piilossa korkean formaalisuuden takia.

Aineiston luokittelu on tärkeä analyysin vaihe, sillä se antaa kehyksen, joka auttaa tulkitsemaan, tiivistämään sekä yksinkertaistamaan. Luokittelun teko on pakollista, mikäli halutaan vertailla tutkimusmateriaalin eri osia toisiinsa tai tyyppillä tapauksia. Kun aineistoa luokitellaan, pyritään jäsentämään tutkimuksen kohteena olevan ilmiön vertailemalla aineiston eri osat keskenään. Luokittelun tuloksena syntyneet luokat voidaan pitää erityisinä työkaluina, joiden avulla on mahdollista rakentaa teorioita ja eritellä laajasta aineistomassasta keskeiset ominaisuudet. Luokittelun kanssa on oltava tarkkana ja olla varma siitä, että luokat ovat sopusoinnissa aineiston kanssa. Luokittelemme asioita hyvin usein arjessamme, joskus jopa tiedostamatta esim. mennessämme ostoksille tai valitessamme lomamatkan. Haastatteluaineiston luokittelu eroaa siinä määrin, että luokittelun pääkriteeri on lähtökohtainen tutkimusongelma. Jos tutkimusvälineellä tai menetelmällä halutaan perustaa luokittelulle pohjan, silloin käytetään kyselylomakkeen osia tai teemahaastattelun teemoja karkeina alustavina luokkina. Aineiston luokituksen jälkeen alkaa aineiston uudelleenmuotoilu laadittujen luokkien ympärille. Tässä vaiheessa voidaan jälleen miettiä luokittelun onnistumisesta. Usein luokkia joudutaan edelleen pilkkomaan tai muuttamaan. (Hirsijärvi & Hurme 2009, 147–149.)

Tutkimuksen rakentamisessa käytettiin avuksi teemahaastattelun teemoja, joita oli 5 eli ”Yritysten odotukset ja panostus hankkeeseen”, ”Osaamisen lisääminen ja siihen liittyvien tavoitteiden toteutuminen”, ”Palvelumuotoiluprosessit ja tavoitteiden toteutuminen niissä”, ”Yhteistyö hankkeen toimijoiden välillä” sekä ”Kehittämisaajatukset”. Tunnetusti usein toisten tutkijoiden kehittämät luokat ovat turvallisia luokittelun työvälineitä, sillä joku on jo todistanut niiden luokittelutapojen käyttökelpoisuuden. Tässä tutkimuksessa puolestaan luokkien laatimisessa lähdettiin liikkeelle, siitä millaiset ovat opinnäytetyön tilaajan perspektiivit ja intressit. LUOTUO-hankkeessa oli jo tehty paljon tutkimuksia ja kyselyitä, joten päällekkäisyyksien eliminoimiseksi luokkien laatimisessa pro-

jektipäälliköltä haettiin konsultointia. Yhdessä projektipäällikön kanssa vahvistettiin haastatteluluokat ja näiden 5 teeman ympärille jatkettiin työtä saadun aineiston luokittelussa.

Luokittelun ja aineiston luokkiin koodaamisen voidaan pitää välivaiheena analyysin laatimisessa, minkä jälkeen siirrytään yhdistelyyn. Yhdistelyllä pyritään löytämään luokkien välille samankaltaisuuksia ja säännönmukaisuuksia. Usein saatetaan löytää myös säännönmukaista vaihtelua ja poikkeustapauksia. Tämän tutkimuksen haastattelurungon kysymysten välillä oli paljon yhteyksiä ja ne täydensivät toisiaan. Eri teemoihin jaetuilla kysymyksillä saatiin aikaiseksi johdonmukaisuuden, jonka avulla oli helppo vastata määriteltyihin tutkimusongelmiin eli siihen, kuinka LUTUO-hanke vastasi hankeyritysten odotuksia, oliko tavoitteisiin päästy ja kuinka onnistunut hanke oli ylipäätään.

5 HAASTATTELUJEN TULOKSET

Tutkimuksen puolistrukturoidussa haastattelussa käytettiin etukäteen laatimia kysymyspohjia, joissa osa kysymyksistä oli hyvin täsmällisiä sekä suunnattuja konkreettisten vastausten saamiseen ja osa kysymyksistä oli hieman avoimempia, joiden avulla kerättiin monipuolisempaa tietoa. Kysymyspohjan voi tarkastella liitteessä 2.

Tässä osiossa käsitellään tuloksia, joita saatiin tutkimuksesta. Alussa esitetään lyhyesti haastateltavien yritysten perustiedot. Tämän jälkeen esitetään kuvailtuja ja luokiteltuja haastattelujen tuloksia. Nämä tulokset ovat esitettynä hyvin laajasti, jotta lukija saisi mahdollisimman perusteellisen ja kattavan kuvan yritysten edustajien mielipiteistä. Näin ollen kuka tahansa lukija voisi tarvittaessaan löytää opinnäytetyön esittämille yhteenvedoille ja kehittämisajatuksille laajempaa tulkintaa. Kuitenkin tavalliselle lukijalle lukemisen helpottamiseksi ja johtopäätösten selventämiseksi näistä kattavista haastattelujen tuloksista laadittiin tiivistetyt kohdat, joita voi tarkastella opinnäytetyön liitteessä 3. Kuvailulla tarkoitettiin lähinnä haastattelujen muistiinpanojen ja tilanteen kontekstien yhdistämistä litteroituun tekstiin. Luokittelu tarkoittaa sitä, että tulokset lajiteltiin viiteen aihekategoriaan teemojen mukaan. Tutkimusongelmia selvitettiin näitä teemoja hyväksikäyttämällä. Jokaisessa aihekategoriassa koottiin kaik-

kien yritysten haastatteluvastaukset kyseiseen teemaan liittyen ja niitä esitettiin haastattelun numeroon viitaten. Vastausten esittämisessä ei ole siis käytetty yritysten nimiä, vaan yrityksiin viitattiin haastatteluiden numeroilla joita oli kaiken kaikkiaan 7 eli haastatteluihin viitattiin ”Haastattelu 1”, ”Haastattelu 2” mukaisella tavalla.

5.1 Taustatiedot yrityksistä

Sahanlahti Resort: Sahanlahti on matkailukeskus, joka sijaitsee Puumalassa Saimaan rannalla. Ajomatka Mikkelistä, Imatralta ja Savonlinnasta kestää noin tunnin. Matkailukeskuksessa on ravintoloita ja ruokapalveluita. Majoitusmahdollisuuksia on monenlaisia. Matkailukeskuksessa on ohjelmia ja aktiviteettejä. Juhlia ja erityistilaisuuksia varten on paljon kapasiteettiä. Haastateltavana oli yrityksen asiakaspäällikkö.

Kyyhkylän Kartano: Konserni tarjoaa majoituspalveluita sekä kuntoutus- ja hyvinvointipalveluita. Kyyhkylässä on ravintola- ja kokoustoimintaa. Konsernin kuntoutuskeskus toimii Mikkelin lisäksi myös Savonlinnan toimipisteessä Spa-hotellin tiloissa. Kuntoutuskeskuksella on myös palveluyksikkö Kouvolassa. Sijainti on Saimaan rannalla harjumaastossa. Haastateltavana oli hotellinjohtaja.

Anttolanhovi: Hyvä sijainti Saimaan rannalla tarjoaa virkistystä ja mahdollisuuksia kokousten järjestämiselle ja hemmottelulle. Kokonaisuudessa Anttolanhovissa on tarjolla hotellimajoitusta, ravintoloita sekä huviloita. Asiakkaille tarjotaan ravintolapalveluita sekä kokoushuoneita. Aktiviteeteistä on tarjolla saunat ja Spa-palvelut, liikuntasalit ja harrastusmahdollisuudet, kuten frisbeegolfkenttä. Haastateltavana oli yrityksen toimitusjohtaja.

Matkailutila Naaranlahti: Matkailutilalla on tarjolla mökkejä ja B&B huoneistoja. Aktiviteeteistä on tarjolla mm. kalastusta, ratsastusta ja pyöräilyä. Naaranlahdella on laajat vuokrausmahdollisuudet kuten moottoriveneet, kanootit ja SUP-laudat, moottorikelkat ja farmariautot. Matkailutila sijaitsee Saimaan rannalla Punkaharjulla. Yrittäjä oli haastateltavana.

Spahotel Casino: Sijainti on kätevästi Savonlinnan keskustassa vierasvenesataman vieressä. Casinolla on tarjolla hotellimajoitusta, kylpylän hoitoja, ravintoloita, juhlatiloja ja kokoustiloja. Spahotel Casinolla on runsaasti oheishjelmaa, kuten erilaisia aktiviteettejä ja tapahtumia. Oopperajuhlien kanssa tehdään paljon yhteistyötä. Hotellinjohtaja oli haastateltavana.

Tynkkylän Lomaniemi: Sijainti on Saimaan rannalla Punkaharjussa. Sijainti kattaa merkittävän saimaannorppa-alueen saarineen. Majoitusta on tarjolla lomahuviloiden ja mökkien muodossa. Ruokapalveluista on pääsääntöisesti kahvila ja tilausravintola. Alueella on vierasvenesatama, kotimuseo ja tekstiilimyymälä. On tarjolla erilaisia luontoaktiviteettejä ympäri vuoden. Yrittäjä oli haastateltavana.

Kuntoon Luonnossa: Ohjelmapalveluyritys, joka oli toiminut Punkaharjulla ja oli mukana hankkeen alkuvaiheessa. Myöhemmin yrittäjä oli kuitenkin vaihtanut toimintaa ja muuttanut toiselle paikkakunnalle. Yrityksen perustaja oli haastateltavana.

5.2 Aihe 1. Yritysten omat odotukset ja panostus hankkeeseen

Kaikki yritykset lähtivät mukaan hankkeeseen aika avoin mielin ja hankkeen ajatus oli kaikille hyvin kiinnostava. Kaikilla yrityksillä luonnon puoli oli hyvin näkyvillä yrityksen toiminnan taustalla ja hankkeen tarjoamat uudenlaiset perspektiivit luonnon ja sen hyvinvointivaikutusten tuotteistamisessa olivat ratkaisevia tekijöitä yritysten mukaan lähtemiselle. Uudenlaisten perspektiivien myötä yritykset odottivat uusia ideoita luonnon tuotteistamiseen ja oman tuotevalikoiman kehittämiseen. Suurimmalla osalla haastatelluista yrityksistä ei ollut kuitenkaan mitään kovin tarkkoja odotuksia hankkeelta, kuten esimerkiksi jonkin tietyn palvelun rakentaminen tai konkreettisen kohderyhmän saavuttaminen.

Odotukset:

Haastattelun 4 mukaan osallistumisella hankkeeseen haluttiin löytää sellaisia luontoon liittyviä tuotteita, joita voitaisiin tuotteistaa kannattaviksi. Kansainväliset asiakkaat ovat olleet kärkenä ja lisäksi yrityksessä haluttiin saada verkostoitumista sekä tietoa ja asiantuntemusta.

Haastattelun 1 mukaan hankkeelta odotettiin apua luontoon perustuvien tuotteiden kehitykseen. Yrityksessä haluttiin saada enemmän tietoa luonnon hyvinvointivaikutuksista, mikä auttaisi palvelujen tuotteistamisessa. Lisäksi muita alueen yrityksiä odotettiin lähtevän mukaan hankkeeseen, mikä laskee lähtemisen kynnystä.

Haastattelun 3 mukaan hankkeen idea sopii hyvin yrityksen toimintaan. Hankkeen avulla haluttiin saada yksi toimiva ja myyvä tuote. Tarkoituksena oli myös saada apua kansainväliseen myyntiin ja markkinointiin. Haastattelun 1 mukaan puhdas ja koskematon luonto oli tärkein aspekti, jonka takia asiakkaat tulee alueelle ja sitä haluttiin tuotteistaa paremmin ja saada palvelunmuotoilusta enemmän tietoa.

Haastattelun 2 mukaan heillä oli suuri valikoima palveluita niin ryhmämatkailijoille kuin yksittäisillekin matkailijoille ja osallistumisella hankkeeseen haluttiin syventää tuotevalikoimaa ja saada ideoita. Yrittäjä itse oli hyvin kiinnostunut mukaan lähdöstä hankkeeseen ja se oli vaikuttanut myös henkilökunnan mielenkiintoon.

Haastattelun 5 mukaan yritys oli odottanut hankkeelta liiketoiminnan käynnistämistä ja tehostamista. Uudet kokemukset olivat yksi isoimmista syistä mukaan lähdölle. Tarkoituksena oli myös verkostoitua saman alan toimijoihin.

Haastattelun 6 mukaan hankkeelta odotettiin ennen kaikkea tuotekehittelyä ja luonnon parempaa hyödyntämistä matkailupalvelujen tarjonnassa. Yrityksessä haluttiin saada jotain uutta mm. kaupungistuville ihmisille tuomaan paremmin Etelä-Savolaista luontoa koettavana tuotteena. Urbanissa yhteiskunnassa kehitysinfrastrukturi on keskittynyt tietyille alueille ja yritys oli lähtenyt hakemaan hankkeesta apua luonnon tuotteistamisessa ei niinkään suosituille alueelle. Yritys oli halunnut saada alueelle enemmän huomiota ja samalla yrityksen palvelut pyrittiin laittamaan sopivaan myyntikuntoon.

Haastattelun 7 mukaan yritys oli pitkään panostanut majoitukseen ja yrityksessä haluttiin tuotteistaa enemmän palveluita. Yrityksessä haluttiin rakentaa vetovoimatekijöitä, sillä majoittuminen ei ole yleensä matkailijoille riittävän

vahva syy tulemaan asiakkaiksi. Luonnon tuotteistaminen sekä kokonaisvaltainen hyvinvointi olivat olleet isoimpia syitä mukaan lähtemiselle. Yrityksellä on erittäin arvokkaita ominaisuuksia ja vahvuuksia kuten sijainti, joita haluttiin hankkeen avulla hyödyntää vielä enemmän. Hanke oli vastannut ihan hyvin yrityksen odotuksiin.

Panostus:

Haastattelun 2 mukaan resurssit paikallisilla yrittäjillä olivat usein rajoitteisia ja tämä oli vaikuttanut yritysten panokseen kehitystoiminnassa. Hankkeen yrittäjät tarvitsivat apua ajan ja resurssien löytämiseen. Hankkeeseen lähtiessä yrityksellä ei ollut kovin tarkkoja tavoitteita, vaan lähdettiin avoimin mielin mukaan saamaan uutta tietoa.

Haastattelun 1 mukaan ennen mukaan lähtöä hankkeeseen, yritykselle oli hyvin selvillä hankkeen perusideologia, mutta kovin paljon tietoa hankkeen tarkoista tavoitteista ei ollut. Yrityksessä lähdettiin aktiivisesti mukaan saamaan uutta tietoa, mikä oli aina avautunut tilanteen eteen tullessa. Kuitenkin yritys ei pystynyt osallistumaan ohjelmaan niin paljon kuin olisi halunnut. Yrityksen koko on sen verran pieni, että kaikki työntekijät olivat hyvin sidottuja yrityksen toimintaan, joten oli ollut haastavaa saada aikaa hankkeen kaikille tilaisuuksille. Haastateltavan mielestä syy, jonka takia pienen yrityksen oli vaikeaa omistautua täysipuolisesti LUOTUO-hankkeelle, oli se että kaikki kehitys- ja markkinointitoiminta priorisoitui aina kakkoseksi, sillä yrityksen varsinainen toiminta tuli aina ensimmäisenä. Rajallisten henkilöstöresurssien takia monesti koko panos meni yrityksen varsinaiseen toimintaan, sillä pienessä yrityksessä kaikki työntekijät olivat hyvin sidottuja yrityksen toimintaan.

Haastattelun 4 mukaan yritys oli hyvin aktiivinen ja osallistunut hyvin moneen tilaisuuteen. Omatoimisesti tehtiin paljon työtä tuoteaihioiden parissa. Haastateltavan mielestä yritys olisi voinut osallistua aktiivisemminkin hankkeeseen.

Haastattelun 3 mukaan yrityksessä osallistuttiin kaikkiin mahdollisiin tilaisuuksiin, kaikki tehtävät ja väliaikaistehtävät tehtiin sekä projektipäällikön kanssa suoritettiin paikan päällä yrityksessä monenlaisia kehitystoimenpiteitä. Hank-

keeseen panostettiin aktiivisesti, mutta yrityksellä oli käynnissä kuitenkin muitakin hankkeita, joten yritys ei pystynyt siirtämään kaikkia resursseja LUO-TUO-hankeeseen, koska resurssit piti jakaa tasapuolisesti.

Haastattelun 5 mukaan yrittäjällä tuli muita kuvioita ja kouluttautumista eteen, joten yritys jättäytyi aika alkuvaiheessa pois hankkeesta, koska tuli muun toiminnan kanssa päällekkäisyyksiä. Myöhemmin liiketoiminta vaihtui. Muutamaan tilaisuuteen kuitenkin osallistuttiin. Yritys oli mukana muutamassa ensimmäisessä työpajassa ja koulutuksessa. Projektipäällikön ja opiskelijaryhmän kanssa testattiin tuotteita ja se oli ainoa konkreettinen toiminta, mitä yrittäjä oli ehtinyt tehdä hankkeen aikana ennen pois jättäytymistä.

Haastattelun 6 mukaan hankkeissa yleensäkin, ne jotka panostavat enemmän aikaa ja resursseja saavat myös enemmän aikaiseksi. Yrityksessä tehtiin kehitystyötä hankkeessa parhaansa mukaan, mutta tuotteissa oli vielä hiottavaa. Kuitenkin sopivia ajatuksia tuli jatkuvasti ja paljon töitä oli vielä suunnittelussa. Koska yritys ei sijainnut ihan Mikkelissä, välimatka vaikutti hieman yrityksen aktiivisuuteen. Aikaa ja resursseja rajoitti yrityksen päätoiminta, jonka takia yritys ei pystynyt aina osallistumaan kaikkeen kehitystoimintaan.

Haastattelun 7 mukaan paljastui että, yrityksen sen hetken edustaja ei ollut alusta saakka hankkeessa mukana, vaan pelkästään puoli vuotta. Yrityksessä vaihtuivat edustajat hankkeessa, minkä takia yrityksen osallistuminen ja ajan tasalla pysyminen hankkeessa oli hieman hankalaa. Kuitenkin edustajan mielestä tekeminen hankkeessa selventyi loppuvaiheessa aika paljon ja työpä nostä pyrittiin pitämään yllä. Vaikka vastuullisia henkilöitä oli vaihtunut, kuitenkin yrityksessä koettiin, että hankkeen toimintaan osallistuttiin hyvin aktiivisesti. Yrityksen nykyinen edustaja liittyi toimintaan myöhemmin, mutta siitä huolimatta hankkeen teoriaosuus antoi paljon hyödyllistä tietoa ja selvensi ideologian, minkä ansiosta haastateltava pääsi hyvin mukavasti mukaan toimintaan.

5.3 Aihe 2. Osaamisen lisääminen ja siihen liittyvien tavoitteiden toteutuminen

Haastattelun 4 mukaan tietämystä tuli lisää luonnon hyvinvointivaikutuksista, luonnosta ja siihen liittyvästä teknologiasta. Jokaisesta tilaisuudesta jäi jotain mieleen.

Asiakassegmentit olivat yrityksellä hyvin hallinnassa jo ennen hankkeen alkua. Hankkeen aikana kuitenkin Aasian markkinat nousivat hyvin merkittäväksi segmentiksi ja siihen tehtiin myyntiponnistuksia, myös Mikkelin MIKSEI-organisaation kautta. Yksi hankkeessa kehitetyistä tuoteaihioista ajateltiin vahvasti kansainvälisille markkinoille suurkaupunkien saasteen keskellä eläville ihmisille.

Blogia ei ehditty lukemaan yrityksessä kovin paljon. Mutta hankkeessa tarjottiin ihan alusta asti hyödyllistä teknologia-näkökulmaa mittausjärjestelmiin ja aiheesta tuli monipuolisesti tietoa. Tiedonsaannin kannalta oli erittäin hyödyllinen alkuseminaari, jossa oli mittareihin ja indikaattoreihin liittyviä asioita, mikä oli herättänyt monenlaisia ajatuksia yrityksessä. Yritys ei itse hankkinut mitään mittareita, mutta asia oli kuitenkin ajankohtaisena koko ajan mielessä.

Hankkeen tilaisuudet olivat hyvin järjestettyjä, minkä johdosta yritys ei kaivannut enempää henkilökohtaisia tapaamisia tiedonsaannin tai tiedon jäsentelyn parantamiseksi. Yrityksen edustajan mukaan erikokoisia ja erityyppisiä yrityksiä eri alueilta oli mukana hankkeessa ja tästä johtuivat vaihtelevat odotusarvot eri tilaisuuksilta. Projektipäälliköltä kuitenkin sai apua, jos sitä kaipasi. Yrityksen edustaja oli myös sitä mieltä, että vastuu tiedonsaannista oli yrittäjillä itsellään tässä hankkeessa. LUOTUO-hankkeen projektipäällikkö oli toiminut yrityksille hyvänä koordinoijana ja hänen toiminta oli hyödyllistä tiedonsaannin kannalta.

Hankkeessa mukana ollut konsultointiyritys, joka kuului hankkeen ohjausryhmään olisi voinut olla aktiivisempi alkumetreillä yhteistyössä hankeyritysten kanssa. Haastateltavan mielestä työskentely olisi hedelmällisempää, jos kyseinen yritys olisi kulkenut mukana koko hankkeen ajan. Mutta yhteistyö oli

kuitenkin kaikesta huolimatta hyvin tuloksekasta. Tämän konsultointifirman kautta yritykset saivat arvokasta henkilökohtaista tukea tuotteistamiseen.

Hankkeen alussa yrityksessä tiedettiin hyvin niukasti hyvinvointivaikutusten indikaattoreista, mittaus- sekä arviointitavoista. Kuitenkin hankkeen aikana tieto yrityksessä oli kasvanut hyvin monipuolisesti mm. siitä, mitä voidaan mitata, mikä toimii asiakkaiden motivaattorina ja mitä tarkoitetaan ns. lyhyen ajan seurannalla. Yrityksessä saatiin uutta näkökulmaa ja ymmärrystä siitä, miten paljon älypuhelimia sekä ilmaisia sovelluksia pystyi käyttämään hyödyksi. Pilotointeihin osallistuneet asiakkaat kokivat myös hyvin positiivisena asiana erilaiset mittaukset. Ohjelmien kestoja mietittiin yrityksessä sopiviksi ja opittiin esimerkiksi sen, että yrityksen ohjelmaviikot eivät saaneet olla ohjelmaa liian täyteen pakattuja, vaan niissä pitäisi olla erilaisia osioita. Palaute asiakkailta oli hyvää, ja tämän palautteen ja pilotointien kautta yritys sai hyviä kehitysvinkkejä.

Haastattelun 3 mukaan tietämys ja osaaminen kasvoivat kaikissa luennoissa, erityisesti niissä, jossa käsiteltiin miten luonto vaikuttaa sosiaaliseen, fyysiseen ja psyykkiseen hyvinvointiin. Suomessa kaikki tulee itsestänselvyytenä, koska luontoa on niin paljon ympärillä, mutta kun yrityksessä mietittiin asiaa hyvinvointivaikutusten kannalta, yritykselle avautui ihan uusia ajatuksia. Mittaamiskeinot olivat olleet ihan uutta asiaa, vaikka asia kuulosti hieman omituiselta muutamalle yritykselle, silti sitä pidettiin hyvin ajankohtaisena.

Hankkeen ansiosta tarkka tieto kansainvälisten asiakkaiden tarpeista parantui. Esimerkiksi kiinalaisten, saksalaisten ja suomalaisten asiakassegmenttien tarpeiden erot todettiin valtaviksi mm. kiinalaiset eivät ikinä lähde yksin metsään kävelemään, silloin kun saksalaiset mielellään lähtisivät nimenomaan yksin tai pienissä ryhmissä. Suomalaisille asiakkaille puolestaan oli tosi vaikeaa lähteä myymään luontotuotteita, koska suurimmalle osalle luonto oli itsestänselvyyttä. Vaikka yrityksen suomalaisessa kohderyhmässä kohteeksi otettiin enemmän helsinkiläisiä esimiehiä, jotka olivat kiireellisessä ja hektisessä työssä, tulokset näyttivät aika pitkälti saman itsestään selvän suhtautumisen luontoa kohtaan.

Tuotekehittelyssä yrityksessä opittiin löytämään oikeat segmentit ja muotoilemaan niille omat palvelut. Esimerkiksi yrityksessä opittiin, että joogakäsité viittasi liian isoon ammattitaitoisuuteen, ja saattoi myös ”pelottaa” asiakkaita. Meditaatio ja jooga sanat olivat liian ”hienoja” ja tuotteistamisen aikana yrityksessä huomattiin, että kun puhuttiin pelkästään hyvän olon polusta ja metsäretkestä niin yritys sai enemmän pelivaraa, koska ei välttämättä tarvinnut palkata joogakursseja käynyttä ihmistä vetämään ohjelmaa. Yrityksen mukaan, jos olisi enemmän resursseja, yritys osallistuisi mielellään enemmän tuotekehittelyyn.

Hankkeessa oli lukuisia hyödyllisiä tilaisuuksia ja toimenpiteitä mm. luennot. Lisäksi tällaisetkin yleiset asiat olivat hyödyllisiä, kuten Facebook-markkinointi, Google-hakusanaoptimointi ja uutiskirjeiden tekeminen. Näiden osa-alueiden hyödyllisyys johtui siitä, että ne tulivat jatkuvasti vastaan ja olivat yrityksen mielestä hyvin olennaisia nykyajan liike-elämässä. Yritykselle ei ollut mitään itsestään selviä tai turhia asioita, vaan kaikista hankkeen tilaisuuksista saatiin jotain irti. Kuitenkin joihinkin tilaisuuksiin yritys ei päässyt lähtemään.

Yhteiset tapaamiset, joiden tarkoitus oli varmistaa tiedonsaannin ja koordinaoida sen hetken tilanteen hankkeessa olivat hyvin järjestettyjä ja riittäviä. Koordinointi oli kunnossa ja ajan tasalla. Hankkeen ohjausryhmään kuuluva konsultointiyritys oli myöskin hyödyllinen ja hyvin mukana hankkeen toiminnassa.

Tieto luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten indikaattoreista, mittaus- ja arviointitavoista oli mielenkiintoista, sekä hyvinvointivaikutusten mittaaminen paljastui hyväksi ideaksi. Kuitenkin huono puoli oli se, että asiakkaat tarvitsivat yhteensopivia laitteita mittaamiseen esim. joidenkin testiasiakkaiden ”Lumialle” ei sopinut yhteen kyseessä ollut mittaussovellus. Hyvin paljon vaikuttivat myös asiakassegmentit ja asiakkaiden keski-ikä siihen teknologiaan, mitä yrityksessä voitiin käyttää, koska ikähaarukan eri ryhmien tarpeet olivat hyvin erilaisia teknologian suhteen.

Haastattelun 1 mukaan tietämys luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksista oli kasvanut johdonmukaisesti hankkeen ohjelman aikana. Potentiaalisten asiakassegmenttien tietämys oli myös kasvanut. Hankkeen aikana yritykselle

tuli kahden muun yrityksen yhteistyössä kehittämä tuoteaihiota. Tuoteaihiota testattiin koeryhmällä sekä eräs bloggari kävi tuotteen läpi. Yrittäjällä syntyi myöskin oma idea uudesta tuoteaihiosta sinä aikana, kun asiakkaat kävivät kokeilemassa tuoteaihiota läpi. Yritys näki mahdollisuuksia tälle uudelle tuotteelle myös kansainvälisillä markkinoilla.

Hanke ei tukenut yrityksen tärkeimmän kohderyhmän rakentamista, sillä yrityksen tietämys tärkeimmistä kohderyhmistä oli hyvin vahva. Tietämystä uusista kohderyhmistä tuli kuitenkin hyvin eteen mm. erilaisia eurooppalaisia kohderyhmiä tuli esille tuoteaihioiden kehittelyn aikana. Hankkeen aikana tutkittiin pääsääntöisesti kohderyhmiä, jotka olivat kiinni kiireellisen kaupunkiarjen rutiinissa ja yritys kävi läpi kaikenlaisia keinoja tarjoamaan heille ratkaisuja luonnosta.

Hankkeen osaamisen lisäämiseen tähänneistä tilaisuuksista työpajat olivat yritykselle tärkeimpiä, sillä siellä toiminta oli aktiivisinta. Kuitenkin kaikista hankkeen järjestelyistä yrityksessä saatiin jotain tietoa. Haastateltavan mielestä hankkeessa ei ollut sellaisia tilaisuuksia, joista ei olisi yhtään hyötyä. Hyödyllisyys johtui aika paljon vahvasta yhteistyöstä muiden hankkeen toimijoiden kanssa. Aina kun työpajoissa työskenneltiin yhdessä, tuli sellaisia ideoita, joita voisi kehittää tulevaisuudessakin hankkeen loputtua. Tilaisuudet, joissa keskusteltiin luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten indikaattoreista sekä mittaus- ja arviointitavoista, menivät yritykseltä hieman ohi. Yrityksen mielestä aiheesta tuli hieman pintapuolista tietoa.

Haastattelun 2 mukaan tieto luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksista ei kasvanut kovin paljon hankkeen aikana. Yrityksen edustaja itse ei saanut kovin paljon uutta tietoa kansainvälisistä markkinamahdollisuuksista ja uusista kansainvälisistä asiakassegmenteistä. Yrityksen näkemykset hyvinvointimatkailun kohderyhmistä eivät muuttuneet kovin paljon hankkeen aikana, sillä yrityksellä oli valmiiksi hyvin laaja ja monimuotoinen asiakaskunta. Asiakkaiden segmentointi hankkeen aikana painottui kohderyhmänä yrityksen olemassa oleviin ryhmiin, sillä he olivat vahvoja rahantuoja muinakin kausina kesäkauden lisäksi. Yksi syy yrityksen matalalle aktiivisuudelle segmentoinnissa oli se, että yritys pystyi tuottamaan kokonsa takia yksittäisesti kohdennettuja palveluita vain kesä kautena.

Hyödyllisimpiä hankkeen tilaisuuksia olivat työpajat, sillä niissä oli yrityksen tavoittelema konkreettinen tekeminen. Yritykselle tuotti hyvää tulosta lähestymistapojen ja tuotteiden parantelu työpajojen aikana. Hankkeen ohjausryhmän ja mm. siihen kuuluneen konsultointiyrityksen kanssa paranneltiin ja vietiin eteenpäin jokaisen yrityksen omia tuotteita. Luennot luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten mittaus- ja arviointitavoista jäivät yrityksessä käymättä. Yrityksen edustaja sai kuitenkin jälkeenpäin tietoja mitä mittaustapoja käytettiin ja mitä hyvinvointiteknologian mittaustuloksia saatiin.

Haastattelun 5 mukaan yrityksen osaaminen ja tietämys luonnon hyvinvointivaikutuksista lisääntyi. Kaikki koulutustilaisuudet, joihin yritys ehti osallistua olivat päteviä. Yrityksessä saatiin uutta oppia ja jälkeenpäin jäi positiivinen kuva oppimistilaisuuksista.

Segmentointi ja kohderyhmien etsiminen jäivät hieman kesken. Kuitenkin yrittäjä ymmärsi segmentoinnin tärkeyden hyvinvointiin perustuvissa tuotteissa. Hankkeen aikana tehtiin yhdelle hankkeen tuoteaihiolle pilotointia kansainvälisten opiskelijoiden kanssa yhteistyössä. Pilotoinnin aikana todettiin, että iältään opiskelijat ja nuoret olivat väärää kohderyhmää yritykselle, joten yrityksen tavoittelemaksi kohderyhmäksi määriteltiin keski-ikää lähentyneet ja vanhemmat luokat. Toiminnan kehittämiseksi ja tuotetestauksilla pyrittiin saamaan asiakkaita pääsesonkien ulkopuolelta, sillä kesäsesonkina yritys sai hyvin asiakkaita, mutta muina sesonkeina tilanne oli hyvin haastava.

Haastattelun 6 mukaan tietämys luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksista kasvoi merkittävästi hankkeen aikana. Yritys omaksui hyödyllisiä mittaustapoja, joilla mitattiin ja pohdittiin, mitä mahdollisuuksia järviluonto antoi yrittäjille. Teknologiaapuolelta tuli hyvää ymmärrystä, mutta haastateltavan mukaan yritys olisi voinut saada enemmänkin irti aiheesta. Tällä osa-alueella oli monenlaisia haasteita mm. käyttöjärjestelmien yhteensopivuus laitteisiin ja muita teknologiaan liittyviä ongelmia.

Osaamisen lisäämiseen tähänneistä tilaisuuksista henkilökohtaiset tapaamiset ja työpajatyöskentely olivat hyvin hyödyllisiä tiedonsaannin ja käytännön työskentelyn kannalta. Hankkeen lähestymistapa oli hyvä, sillä hankkeessa

lähdettiin liikkeelle isoista teemoista tutkimalla teoriaa ja sen jälkeen siirrettiin sulavasti käytännön soveltamiseen. Hankkeessa ensin määriteltiin päätavoitteet ja sitten lähdettiin ideoimaan ja kehittämään. Itse yrityksessä pohdittiin koko ajan myös sitä, että miten ja milloin hankkeen kehittäminen ja tiedonsaanti osoittautuisivat kannattaviksi ja kehittämisestä olisi mahdollista saada konkreettista tulosta.

Tuotetestaukset olivat hyvin tärkeitä ja teorian osuudessakin niihin fokuoitiin jatkuvasti. Projektipäällikkö oli tuotetestauksissa mukana sekä teki runsaasti töitä niiden eteen. Yhteisin voimin projektipäällikön kanssa yrityksessä pidettiin huolen siitä, ettei tuote olisi jäänyt sen alkuprototyypin vaiheeseen. Erittäin tärkeitä oppimisen kannalta olivat yrityksen matkan varrella kerätyt tuotteistamiseen liittyvät aineistot sekä pilotointiryhmien palaute.

Haastattelun 7 mukaan näkemys kohderyhmistä ei suoranaisesti muuttunut hankkeen aikana. Uuteen asiakassegmenttiin yritys ei varsinaisesti lähtenyt, vaan oma kohderyhmä oli hyvin tiedossa. Hankkeen aikana pohdittiin sitä, mitkä olisivat sopivia lähestymistapoja omalle kohderyhmälle. Sidos omaan kohderyhmään vahvistui huomattavasti hankkeen aikana.

Osaamisen lisäämisen kannalta LUOTUO-hankkeen blogi antoi hyvin paljon ajankohtaista tietoa mukavalla tavalla. Se piti hankkeen yrityksiä ajan tasalla ja viesti muille hankkeen toiminnasta kiinnostuneille ihmisille. Tiedonsaantia hankkeessa lisättiin hyvin seminaareilla, jotka olivat yrityksen mielestä päteviä mm. teknologiaosuus. Luonnon hyvinvointivaikutuksista tuli paljon uutta tietoa seminaareissa. Lisäksi jonkin verran tuli tuttujakin asioita, joita yrityksessä palautettiin mieleen seminaarien aikana. Seminaarit toivat yritykselle uusia asioita esille jo tunnetuista aluekokonaisuuksista.

Nykyteknologian huomioiminen hankkeessa oli erittäin mielenkiintoista. Yrityksen edustajan mielestä hankkeessa mukana olleiden yritysten aktiivisuus oli ratkaiseva tekijä yritysten oppimisessa ja tiedonsaannissa hankkeen aikana. Haastateltavan mukaan yritysten olisi pitänyt katsoa peiliin ja arvioida realistisesti eri hankkeen osioiden tarpeen omalle yritykselle. Esimerkiksi hankkeen mittauskokonaisuudet olivat yritykselle erittäin mielenkiintoisia, mutta sen

enempää realisointimahdollisuuksia tällä osa-alueella yritys ei nähnyt. Hyvinvointivaikutusten mittaus- ja arviointitavat eivät olleet kovin hyödyllisiä yrityksen kannalta. Siihen vaikutti myös tämän osa-alueen kiireinen ajankohta, jolloin yritys ei pystynyt implementoimaan niitä toimintaansa. Kuitenkin yritys näki tämän trendin mielenkiintoisena ja sitä haluttiin pohtia ja kehittää hankkeen jälkeenkin. Yrityksessä arvioitiin, että voisi tuoda näin lisäarvoa tietyille asiakasryhmälle. Se voisi olla erinomainen lisäarvoa tuova seikka joillekin yrityksen tuotteille.

5.4 Aihe 3. Palvelumuotoiluprosessi ja sen tavoitteiden toteutuminen

Haastattelun 4 mukaan yritys sai erityisen hyviä tuloksia, kun työpajoissa käytiin alkumetreillä tuotemuotoilua. Hankkeen aikana pohdittiin hyvin paljon palvelumuotoilua ja asiakaspolkua, mistä johtuen yrityksen työntekijät rutinoituivat tuotekehittelyssä ottamaan niitä mukaan ja miettimään niitä.

Hankkeen yhteydessä yritys rakensi 3 tuoteaihiota, joista se testasi kaksi. Tuoteaihiot perustuivat hyvin pitkälti yrityksen omaan toimintaan, paitsi yhdessä tuoteaihiossa olivat mukana ohjelmapalveluyrittäjät jotka tuottivat aktiiviteettiosuuden. Kyseiset ohjelmapalveluyrittäjät kytkeytyivät LUOTUO-hankkeeseen, minkä avulla heidät saatiin mukaan toimintaan.

Palvelukonseptien tuotteistamiseen meni hyvin paljon aikaa, koska hankkeessa oli jatkuvasti toimimassa yritykseltä usea ihminen. Yritykseltä oli mennyt yhteenlaskettuna jopa pari viikkoa aikaa hankkeen toimintaan. Yksittäisten tuotteiden muotoilu oli hyvin aikaa vievä prosessi. Ennen kuin tuote oli hinnoiteltuna myyntikunnossa, piti edetä kaikkia kanavia pitkin ja se vaati lisäaikaa. Hinnoittelu ja palvelujen muotoilu olivat yritykselle hyvin raskaita vaiheita koko prosessissa.

Palveluaihioiden palvelumuotoiluprosessissa yritys fokusoiti sekä kansainvälisiin, että kotimaisiin ryhmiin tuotteesta riippuen. Yrityksen edustajan omasta näkökulmasta palvelumuotoilun fokuksena hankkeessa oli enemmän asiaopettelua ja ajattelutavan opettelua. Ennen hankkeen alkamista yrityksen alalla puhuttiin hyvin paljon tuotteistamisesta, mutta koskaan ei ole sovellettu tällaisia asioita, mitä hankkeessa käytiin. Palvelumuotoilussa oli mm. opetettu

kiinnittämään huomiota asiakkaaseen, sekä siihen miten asiakkaan polku kulkee. Asiakkaan polussa yritys lähti liikkeelle siitä pohdinnasta, mitä asiakas olisi halunnut tehdä ja ostaa. Hankkeen aikana yrityksessä mietittiin asiakkaan käsittelyn solmukohtia ja ongelmakohtia sekä sitä, miten niitä tulisi käsitellä käytännössä ja miten yritys pystyisi poistamaan ostamisongelmia ja päätöksentekoon-ongelmia.

Hyvinvointiteknologiaa ja sosiaalista mediaa yritys hyödynsi lähinnä tekemällä päivityksiä Facebookiin. Enemmäkseen markkinointi oli kuitenkin sitä, että erilaisten hankkeen sidosryhmään kuuluneiden aluekehitysstruktuurien kautta yritys levitti mainosmateriaalia mm. tuotteiden flyereita. Lisäksi yritys käytti hakukoneoptimointia ja muista sosiaalisen median alustoista mm. Instagramia. Hyvinvointiteknologiaan yritys perehtyi niin, että mittausnäytteitä ajettiin tietokoneella hyvinvointivaikutusten selvittämiseksi tuoteaihoissa. Tämä vaihe oli tosi mielenkiintoinen visualisoinnin kannalta, jolloin yrityksessä havaittiin mitä vaikutuksia ihmisen keho sai luonnosta.

Kehitettyjä tuoteaihoita yritys aikoi tulevaisuudessa viedä eteenpäin kontaktoimalla niitä ihmisiä, jotka pystyisivät myymään niitä asiakkaille mm. joitain matkanjärjestäjiä. Toki kehitettyjen tuoteaihojen tietoja yritys markkinoi myös omilla nettisivuilla ja siellä oli runsas valikoima luontoon liittyvistä tuotteista. Kuitenkin pääpaino yrityksellä oli aika pitkälti niissä ihmisissä, jotka pystyivät auttamaan tuotteita kansainvälisille markkinoille. Hankkeen ohella yritys oli yhteistyössä aluekehitysorganisaatioiden kanssa ja erilaisten matkamessujen ja tapahtumien kautta myös matkanjärjestäjien kanssa, joilta haettiin tietoa asiakkaista sekä heidän haluistaan ja tarpeistaan.

Haastattelun 3 mukaan parasta palvelumuotoilussa oli se, että asiat oli tehty ryhmässä ja ryhmätöinä. Ryhmiin jako oli yleensä tosi hyvä, sillä siinä pyrittiin laittamaan erilaisia toimijoita ryhmiin, esimerkiksi samankaltaisia yrityksiä ei laitettu samoihin ryhmiin. Ryhmäjoissa yritettiin saada erilaisia ja monipuolisia toimijoita yhteen mm. pieniä ja uusia toimijoita yhdisteltiin isompiin ja kokeilemisiin. Tämä lähestymistapa antoi uusia ideoita ja näkökulmia asioihin. Työpajat olivat hyödyllisiä ja tehokkaita. Työpajojen työskentely oli aika yksinkertaisessa muodossa, usein yrityksillä oli mukana vain kynä ja paperi. Kuitenkin tärkein ja haastavin asia yritykselle oli ideoiden käytännön toteuttaminen.

Haastateltavan mielestä tähän osa-alueeseen hankkeen ohjausryhmän olisi pitänyt asentaa vahvemman kontrollin, taatakseen asioiden saattamisen implementoinnin vaiheeseen.

Palveluaihioiden kehityksessä hankkeessa fokuoitiin maantieteelliseen sijoitukseen. Yrityksen sijainti oli Saimaan rannalla ja yritys yritti tuoda tämän asian jatkuvasti omissa palveluissaan esille. Se oli pitkään liian itsestään selvä asia ja hankkeen aikana yrityksessä yritettiin korostaa jatkuvasti Saimaan merkityksen. Yritys testasi hyvinvointitekologioita vain yhdellä asiakasryhmällä hankkeen aikana, mutta sosiaalista mediaa käytettiin laajemminkin. Sosiaalisen median alustoista yritys käytti lähinnä Facebookia pilotointiryhmien löytämiseen ja markkinointiin. Hankkeen aikana yrityksen kuntoutuskeskuksen puolella oli hyvinvointia mittaavia laitteita aktiivisessa käytössä.

Yrityksen mielestä sillä oli kilpailijoihin nähden suuri etu, koska sillä oli käytössään merkittävä kokonaisuus eli hyvät hotellitilat, kaunis luonto sekä ammattitaitoinen henkilökunta omasta takaa. Henkilökuntaan kuului monenlaisia asiantuntijoita eri toimialoista kuten psykologia, fysioterapia, psykoterapia, kunto-ohjaus, sairaudenhoito, ravitsemusterapia jne. Tästä kokonaisuudesta yrityksessä saatiin hankkeen aikana tuotteiden suunnitteluun välineitä, teknologiaa, ammattitaitoisia luentoja ja ohjeistuksia. Yritys rakensi hankkeen yhteydessä yhden tuoteaihion käyttämään kaikki vahvat puolensa hyväkseen.

Yrityksellä ei ollut kuitenkaan mitään konkreettista suunnitelmaa hyvinvointiteknologian kehittämiseksi tulevaisuudessa. Haastateltavan mukaan liiketoiminnan kannalta lähitulevaisuus tärkein yritykselle. Kassavirran kannalta piti saada tuote nopeasti myyntiin. Yrityksen toiminnan piti olla nopeaa ja selkeää, minkä takia yritys halusi tuotteet nopeasti testattavaksi ja heti myytäviksi. Liian abstraktinen ja pitkäkanteinen suunnittelu ei ollut kovin houkutteleva yritykselle. Hyvinvointimatkailun ympäristö muuttuu nopeasti ja haastateltavan mukaan yritys saisi sen palveluille lähitulevaisuudessa lisää kilpailijoita sairaloista, jos he muuttuisivat hyvinvointikeskuksiksi sosiaali- ja terveydenhuollon palvelurakennemuutosten jälkeen.

Yritys arvioi, että pidemmällä aikavälillä tulee varmasti syntymään uusia tuotteita kansainvälisille markkinoille. Hankkeen yrittäjillä oli paljon ideoita ja haastateltavan mukaan mm. Visit Mikkelin ja Visit Saimaan sekä muiden kehitysorganisaatioiden sivuilta saatiin paljon uusia ideoita. Kuitenkin yritys kaipasi joltain muuta kehitystoimintaa, joka auttaisi saavuttamaan kansainväliset asiakkaat ja auttaisi kilpailemaan Helsingin ja Lapin kanssa. Yrityksen mielestä oli erittäin kova työ markkinoida itseään Etelä-Savon alueella, mutta jos pystyttäisiin saamaan asiakkaat tälle seudulle, heille olisi varmasti paljon tarjottavaa ja asiakkaat jäisivät tyytyväisinä. Hankkeen aikana yritys oli todennut jälleen kerran, että palveluiden myynti oli hyvin vaikeaa ja haastavaa kansainvälisille asiakkaille.

LUOTUO-hanke oli tarjonnut paljon markkinointiapua kansainvälisiin asiakkaisiin liittyen. Hankkeen aikana oli mm. hyvin hyödyllistä Facebook-koulutusta ja Google-hakusanakoulutusta. Yrityksen mukaan heillä oli tuotteita, miljöötä ja kapasiteettia, mutta markkinointi oli hyvin iso ongelma ja siihen tarjottiin apua hankkeessa. Hanke oli systematisoinut yrityksen markkinointia.

Yritys ei pystynyt antamaan konkreettista arviota hyödystä hankkeessa tuotetuista palveluaihioista sekä omaksutusta tiedosta, sillä sitä oli vaikeaa antaa näin varhaisessa vaiheessa. Mutta se että hankkeen aikana yritykselle saatiin kolme uutta tuotetta, mitä ei välttämättä olisi saavutettu ilman hankkeen apua, merkitsi yritykselle hyvin paljon. Näiden palveluiden kehittämisessä yritys kävi metsäalueet läpi ja testasi niitä asiakkailla ja henkilökunnalla sekä niihin kiinnitettiin oikeat henkilöt, jotka pystyvät niitä palveluita vetämään. Tämän lisäksi yritys osallistui monenlaiseen tapahtumaan, jossa oli pääsy kehittämään omia palveluitaan.

Haastattelun 2 mukaan palveluiden muotoilu ja tuotteistaminen olivat parantuneet projektin loppua kohti. Yritys kaipasi jatkoa hankkeelle, sillä hankkeen aikana saavutettiin paremman rytmin ja yhteistyön alueen yritysten kanssa. Jos hankkeen alussa oli enemmän luentoja ja teoriaa, niin hankkeen loppupuolella käytännön soveltamisesta tuli paljon monimuotoisempaa ja projektipäällikkö oli monessa palvelunmuotoilun osa-alueessa itsekkin mukana. Yhteistoiminta hankkeessa oli sujunut ja tiedonkulku sekä tiedonsaanti olivat hyviä.

Yhteisen tuoteaihion tuotteistettiin kahden muun yrittäjän kanssa yhteistyössä. Yritys oli tuotetestannut jotkut omat tilat sekä kehittänyt niitä eteenpäin. Yritykseltä oli mennyt aika paljon aikaa kehittämiseen yhteensä, sillä yrityksen henkilökunta oli aika pieni varsinkin talviaikaan, jolloin yrityksellä oli vain 4 työntekijää.

Tuotteiden kehitysprosessi oli eri toimijoiden panostusta eli mm. opiskelijoiden, työntekijöiden ja projektipäällikön yhteispanosta. Hyvinvointiteknologiaa hyödynnettiin mm. tuotetestauksessa, jossa oli hyvinvointielementtejä mukana. Projektipäällikkö otti mukaan mittarit ja muut hyvinvointiin liittyvät teknologiat, sekä asiakkaat osallistuivat laajasti tuotteeseen liittyviin kyselyihin. Tuotetestauksen ryhmän haettiin Facebookin kautta. Pilotointivaiheen asiakkaat eivät olleet satunnaisia ihmisiä, vaan yritysten asiakkaita, joita haettiin sosiaalisessa mediassa työyhteisöjen kautta. Kuitenkin haastateltavan mielestä testattuja hyvinvointiteknologioita ei käytetä tulevaisuudessa, sillä ne eivät yrityksen mielestä tuoneet tarpeeksi lisäarvoa. Yritys tulee seuraamaan hyvinvointiteknologian trendiä tulevaisuudessa, mutta mitään konkreettisia toimenpiteitä yrityksessä ei vielä tehty.

Kehitettyjä palveluaihioita vietiin koko ajan eteenpäin yrityksen päivittäisessä työssä, sillä eteen tuli jatkuvasti uusia asiakkaita, joille profiloitiin tuotteita. Yrityksessä aiottiin edetä tulevaisuudessa saman kaavan mukaisesti, eli pitää asiakkaita silmällä ja tuotteistaa eteenpäin palveluita. Yritys aikoi viedä kehitettyjä palveluita eteenpäin keskittymällä omiin vahvuuksiin enemmän ja tuomalla oikealla tavalla niitä asiakkaille esille. Yritys halusi löytää oikean markkinointitavan ja kertoa oikealle kohderyhmälle oikean asian. Haastateltavan mukaan hankkeen yrittäjien ei pitäisi keksiä polkupyörää uudestaan, vaan heidän kannattaisi nostaa ne vahvuudet esille mitä yrityksissä omataan.

Yrityksellä kehittyi mm. saunatuote, jota kohdennettiin nimenomaan ulkomalaisille. Haastateltavan mielestä tämä saunatuote tuki hankkeen yhteydessä kehitettyjä muita tuoteaihioita, sillä niihin liittyi melkein aina sauna. Saunaelämykselle saatiin hankkeen yhteydessä aivan uudenlaista muotoa. Lisäksi yrityksessä haluttiin panostaa tulevaisuudessa ruokatuotteiden kehittelyyn. Yritys oli monessa ruokahankkeessa mukana ja paikalliset elintarvikkeet olisivat merkittävänä osana markkinoinnissa.

Haastattelun 1 mukaan palvelumuotoilussa ennen kaikkea projektipäällikkö oli aktiivisena hankkeen johtamisessa ja projektin osa-alueiden järjestämisessä. Hän oli haastateltavan mukaan tosi helposti lähestyttävissä ja osallistui itse aktiivisesti kaikkiin palvelumuotoilun osa-alueisiin sekä oli yleensä paikan päällä aktiivisena toimijana tuoteaihioiden kehityksissä ja testauksissa.

Yritys kehitti kahden muun yrityksen kanssa yhteistyössä yhteisen tuoteaihion. Toisen tuoteaihion suunniteltiin yrityksen kanssa, joka ei ollut hankkeessa virallisesti mukana, mutta kuului hankkeen sidosryhmiin ja yrittäjät löysivät toisistaan nimenomaan hankkeen kautta. Palvelukonseptien tuotteistamiseen yrityksessä ei käytetty kovin paljon aikaa, vaan työskenneltiin lähinnä päätoiminnasta vapaina hetkinä. Seminaarit, sparraukset ja muut hankkeen järjestelyt tukivat ja auttoivat ajan löytämisessä tuotteistamiselle. Yleensä kehittämistä ja tuotteistamista yrittäjä pääsi ajattelemaan vain muiden töiden ohella, joten nämä hankkeen tilaisuudet olivat hyödyllisiä nimenomaan ajan löytämiselle. Hankkeen tilaisuudet olivat motivoineet hyvin kiireisiä yrittäjiä löytämään ajan ja resurssit toiminnan kehittämiseksi jokapäiväisten työasioiden keskeltä. Yritys käytti päälle 40 tuntia itsenäisen tuoteaihioiden suunnittelun parissa. Hanke sai osallistujat aktivoitumaan ja lähtemään aktiivisemmin kehittelyyn mukaan. Palveluaihioiden kehittämällä ja ideoinnilla hankkeessa haettiin uutta markkinaa ja sen aikana yrittäjä pääsi miettimään erilaisia kohderyhmiä ja jossain määrin yrityksessä lähestyttiin sitäkin aspektia, jossa selvitettiin, mitä haluttiin kohderyhmiltä ja miten niitä kuuluisi lähestyä.

Sosiaalista mediaa yrityksessä käytettiin aktiivisesti kehitettyjen tuoteaihioiden testiryhmien hakemiseen ja alustavaa markkinointia tehtiin jonkin verran Facebookissa. Yrityksellä oli hyvät visiot sosiaalisen median hyödyntämisestä ja aktiivisuuden lisäämisestä tuoteaihioiden jatkovalmistelun aikana. Yrityksen mukaan hankkeen jälkeen läsnäolo sosiaalisessa mediassa tulee olemaan vielä aktiivisempaa.

Yrityksellä oli paljon visioita sosiaalisen median kanavien käytölle palveluiden tuotteistamisessa. Yritys halusi panostaa enemmän älypuheliin kytkeytyviin sovelluksiin ja laitteisiin. Syynä tähän oli näiden sovellusten ajankohtaisuus ja

helppo saatavuus. Syynä oli myös sellainen lähtökohta, että yrityksen ei tarvinnut omatoimisesti tuottaa sitä teknologiaa, vaan pelkästään keksiä miten sitä voisi yhdistää ja soveltaa omiin palveluihin.

Kehitettyjen palveluaihioiden eteenpäin viemisessä yritykselle oli ensisijaista se, että saatiin nettisivuille hyvää tietoa sekä laitettiin se myytävään ja kilpailukykyiseen muotoon. Hankkeen tarjoamat ideat olivat toimivia, mutta sopiva markkinointi puuttui. Kuitenkin visio tuotteista ja jatkokehittelyistä oli yritykselle hyvin selvä. Yrityksessä aikataulutettiin hankkeessa rakennettuja palveluja niin, että palvelujen arvioitiin olevan myyntikunnossa noin vuoden päästä hankkeen loppumisen jälkeen. Yrityksen halusi panostaa myös jatkossakin nykyisten ja uusien hyvinvointimatkailupalveluiden kehittämiseen.

Yrityksen mielestä oleellisin kehittämisen kohde hankkeessa oli yritysten ajan hallinta. Aika monella muullakin yrittäjällä oli sama ongelma, että ideoita tuli ja mahdollisuuksia oli paljon, mutta kehittelytoimintaan meni liikaa aikaa ja resursseja sinä hetkenä ei ollut tarpeeksi. Yrityksellä oli resurssien kannalta vaikeaa ja olisi hyvin tärkeää, että ulkopuolinen toimija olisi auttamassa mm. hankkeen yhteyteen järjestetty avustus voisi olla hyvä lähtökohta tässä. Yrittäjä haluaisi saada jonkinlaista lisätukea toimintaan, joka auttaisi saamaan lisää aikaa ja motivoisi yritystä lähtemään mukaan uusiin ideoihin. Esimerkiksi hankkeelta olisi voinut tulla tukea henkilöstöressurssien kanssa, mm. kytke-mällä opiskelijoita yrittäjien avuksi joidenkin kouluprojektien tai kurssien yhteydessä.

Yritys suunnitteli kehittää tulevaisuudessa vesistöön ja saaristoon liittyvän tuoteaihion. Yrityksen koko toiminta oli norppa-alueella, joten yrittäjän mukaan jos sinne saisi jotain tuoteaihioita muodostettua, olisi se yritykselle erittäin hyvä asia. Metsissä nähtiin liikkumistilaa, ravintoa ja maisemia. Yrityksen mukaan sen pitäisi hyödyntää metsää enemmän erilaisiin palveluihin. LUOTUO vaikutti positiivisesti tulevaisuuden perspektiiveihin, vaikka ennen hankettakin yrityksessä ymmärrettiin, kuinka paljon potentiaalia oli paikallisessa luonnossa. Kuitenkin hanke systematisoi yrityksen tekemistä aika paljon ja yrityksissä ymmärrettiin kiinnittämään huomiota itsestäänkin selviin asioihin. Haastateltavan mukaan monesti hyvinvointiin liittyvän tuotteen rakentamisessa, sen menestys oli kiinni pienistä asioista.

Haastattelun 6 mukaan Suomessa on raskassoutuinen yhteiskunta eli kotimaiset kohderyhmät ovat hyvin vaativia ja luonnon peruselementtien hyödyntämiseen perustuvat innovaatiot on yleensä hyvin vaikeaa toteuttaa. Näiden innovaatioiden ja uusien toimintatapojen rahaksi muuttaminen oli vaati suurta pitkäjänteisyyttä, varsinkin niiltä yrityksiltä jotka sijoittuivat maaseudulle.

Palveluiden muotoilussa yrityksessä lähdettiin liikkeelle siitä, että matkailijat jotka tulivat Etelä-Savon alueelle, kaipasivat henkistä rauhaa ja osa tulijoista olivat hyvinkin omatoimisia. Haastateltavan mukaan se, kuinka paljon lisäarvoa hankkeessa pystyi saamaan omilla ideoilla ja markkinoinnilla oli vain yrittäjästä kiinni. Tärkeä lähtökohta tuotemuotoilussa oli se, että kehitettävät tuotteet eivät saaneet olla massatuotteita, vaan niiden piti olla suunnattuja konkreettisille asiakassegmenteille. Yritys kaipaisi tulevaisuudessa kehittyville tuotteille apua mm. hinnoittelussa, markkinoinnissa sekä markkinointikanavien ja jakeluteiden löytämisessä.

Haastateltavan mukaan ihmiset tulevat matkustamaan aina riippumatta taloustilanteesta ja pienille niche-tuotteille löytyy aina kysyntää. Yritys oli hyvin toiveikas hankkeen yritysten välisen yhteistyön suhteen tulevaisuudessa. Haastateltavan mukaan markkinoinnin puolella ja muilla osa-alueilla todennäköisesti tullaan saamaan aikaiseksi yhteistyötä hankkeen jälkeenkin.

Haastattelun 5 mukaan palvelujen tuotteistamisen ja tiedonsaannin kannalta hankkeessa oli paljon hyödyllistä perustietoa. Yrittäjän mieleen jäi paljon asioita tuotteistamiseen ja palvelujen rakentamiseen liittyen. Palvelumuotoiluprosessi oli hyödyllinen ja positiivinen kokemus. Kuitenkin yrittäjä arvioi, että vasta viiden tai kymmenen vuoden päästä kehitetyt palvelut voisivat olla kannattavia. Hankkeen aikana paikalliset markkinat eivät olleet vielä valmiita. Haastateltavan mukaan Etelä-Savon alueella on erittäin hyvää potentiaalia ja paljon mahdollisuuksia. Yrityksessä ymmärrettiin, että yrityksen pitäisi ottaa ensimmäisiä askelia kohti tätä tulevaisuutta, jotta jossain vaiheessa yritys saisi kannattavaa toimintaa aikaseksi, mutta kuitenkin pienen yrityskoon takia resurssien löytäminen kehitystoiminnalle oli vaikeaa.

Haastattelun 7 mukaan palvelunmuotoilussa konkreettisen tuloksen kannalta tuottoisampia olivat työpajat. Lisäksi hankkeen alkuvaiheessa yksi yrityksen työntekijöistä teki hankkeeseen liittyen opinnäytetyön, minkä johdosta hänen aktiivisuutensa sekä työpanoksensa kehittivät yrityksen toimintaa hankkeessa aika paljon. Yhteiset tapaamiset ja yrityskohtaiset tapaamiset olivat hyödyllisiä. Varsinkin yrityskohtaiset tapaamiset hyödyttivät yritystä, koska niissä oli mukana asiantuntijoita, jotka ottivat kantaa ja sitä kautta yritys pääsi pureutumaan omaan tuotteeseen.

Haastateltavan mukaan hyvinvointiteknologian lisäksi hankkeen aikana hyödynnettiin sosiaalista mediaa jonkin verran, mutta kuitenkin hankkeessa olisi voitu panostaa enemmänkin tähän kokonaisuuteen. Sosiaalisen median alustoista käytettiin lähinnä Facebookia. Kuitenkin sitä käytettiin ennenkin aika laajasti yrityksessä erilaisiin markkinointitarkoituksiin, joten mitään uutta tietoa siihen liittyen ei tullut.

Hankkeen aikana rakennettua palveluaihiota ja tätä palvelukonseptia pidettiin yrityksessä hyvänä pohjana tulevaisuudessa suunnitteleuille luontotuotteille. Haastateltavan mukaan sitä muuntelemalla yritykselle saattaa muodostua monenlaisia tuotteita. Rakennetulle tuoteaihiole suunniteltiin mm. jatkossakin tuotteistamista ja mahdollisesti ulkomaisten kohderyhmien soveltamista siihen. Hanke vahvisti yrityksen visiota, ja antoi varmuutta, että yrityksessä oltiin oikeilla jäljillä tuotteistamisessa.

5.5 Aihe 4. Yhteistyö hankkeen toimijoiden välillä

Haastattelun 1 mukaan yhteistyötä muiden yritysten kanssa aiottiin jatkaa ennen kaikkea yhden tuoteaihion suhteen. Tässä tuoteaihiossa aiottiin kahden muun yrityksen kanssa panostaa tulevaisuudessa markkinointiin mm. sosiaalisessa mediassa ja lehtimainoksissa. Haastateltavan mukaan yhteistyöverkoston pitäisi laajentua entisestään, sillä yritykset olivat yhdessä mukana muissakin verkostoissa, joissa oli jatkunut LUOTUO-hankkeen aikaansaama kehitystyö. Näin ollen LUOTUO-hankkeesta saadut konseptit hyödynsivät yrityksiä muissakin verkostoissa. Näissä verkostoissa osa jäsenistä oli Länsi- ja Keski-Suomesta. Väliajoin hankkeessa yritys oli yhteyksissä eri yrittäjien kanssa ym-

päri Suomea ja siinä tapahtui tiedon ja kokemusten vaihtoa. Tuoteaihion yhteistyökumppaneita yrityksessä tunnettiin jo ennen hankkeen alkua. Tuoteaihioiden ympärille rakennettu yhteistyö alkoi kuitenkin vasta hankkeen aikana. Aikaisemminkin nämä saman alueen yritykset toimivat yhdessä, mutta vasta hankkeen aikana tehty yhteistyö rohkaisi yrittäjiä vihdoin rakentamaan yhteisen palvelun. Yritykset pyrkivät usein samoihin verkostoihin kuin lähialueen muutkin yritykset, sillä maantieteellinen läheisyys oli aina yhdistävänä tekijänä yrityksissä.

Haastateltavan mukaan ihmiset yhä enemmän asuvat isoimmissa kaupunkikeskittymissä kaupungin kiireellisen arjen keskellä teknologian ympäröimänä. Teknologian ansioista ihmiset saavat hyvin paljon tietoa ja monesti ihmiset tarvitsevat pienen tauon tästä jatkuvasta tiedontulvasta, sillä ihminen kuitenkin pysyy aina ihmisenä ja luonto vetää häntä puoleensa. Ihminen tarvitsee jonkinlaista rauhoittumista arjestaan henkisen ja fyysisen hyvinvoinnin ylläpitämiseen. Yrityksessä pohdittiin tätä ja tultiin siihen johtopäätökseen, että Järvi-Suomella oli hyvin paljon tällaiseen tarjontaan sopivia luonnonpiirteitä. Nämä tuotteet piti osata kohdentaa oikeille asiakkaille ja yritykset tarvitsivat tietoa segmentointiin ja kohderyhmien muodostamiseen. Yrittäjän asiakkaita veti alueelle rakkaus sen luontoa, maisemia, puhtautta ja ympäristöä kohtaan. Alueella piti saada vain liikenneyhteydet toimimaan. Haastateltavan mukaan alueen yritysten yhteistyön päätavoitteena oli Järvi-Suomen saaminen vastaavanlaiseen arvoon kuin vaikkapa Lappi.

Hankkeessa oli hyvin onnistunut yhteistyö, jopa paremmin kuin mitä yrityksessä odotettiin. Yrityksen mukaan hankkeessa oli koko ajan kehitystä yhteisymmärryksessä ja tavoitteiden saavuttamisessa hankkeen etenemisen myötä. Yritys osallistui aktiivisesti palveluaihioiden tuottamiseen ja sai siinä jatkuvasti hankkeen muilta toimijoilta jonkinlaista apua. Tunnelma hankkeessa ei ollut kuitenkaan painostava liiallisen johtamisen tai koordinoinnin johdosta, joten yrityksillä oli vapaat kädet. Tämän takia yritykset itse pystyivät omaksumaans asioita ja kehittämään omatoimisesti muodostamalla oikeat verkostot. Yhteistyön tärkeys ja projektipäällikön mentorointi korostuivat erityisesti pilotoinneissa ja tuotetestauksissa. Projektipäällikkö osallistui pilotointeihin kuin kuka tahansa muukin toimija, tämän lisäksi ohjeistaen, koordinoiden ja palautetta

antaen. Yhteistyöhön osallistuivat myös savonlinalaiset opiskelijat, jotka tekivät ryhmissä erilaisia kokonaisuuksia palveluaihioihin, joista tuli jälkeempään myytäviä paketteja. Tästä oli hyötyä siinä, että yrityksissä saatiin hieman erilaista näkökulmaa ja mielipiteitä mukaan.

Projektipäällikkö varmisti aina kaikki menneillään olevat asiat ja otti yhteyttä kaikkiin toimijoihin säännöllisesti. Hän edisti hyvää tiedon liikkumista. Haastateltavan mukaan verrattuna muihin hankkeisiin, tässä hankkeessa sai enemmän tietoa nimenomaan projektipäällikön henkilökohtaisemmasta lähestymistavasta ja mentoroinnista johtuen.

Haastateltavan mukaan hankkeessa olleet yritykset täydensivät toisiaan. Aina välillä kun esim. toisella yrityksellä ei ollut mahdollisuutta osallistua tiettyyn hankkeen osa-alueeseen tai tehdä oman osionsa projektissa, jokin toinen yritys pystyi korvaamaan poissaolleen yrityksen. Yrittäjän mukaan hankkeen aikana opittiin luottamaan kumppaniyrityksiin. Toisin sanoen vastuunjako hankkeessa toimi erinomaisesti.

Hankkeen viestiliikenne toimi yrittäjän mielestä erityisen hyvin mm. sähköposti, puhelin, Facebook. Kuitenkin hankkeessa oli myös kehittämistä. Opettajat ja projektipäällikkö sekä muut sidosryhmät kuten konsultointiyritys olisivat voineet tulla henkilökohtaisille yritysvierailuille useammin, paremman kokonaiskuvan saamiseksi. Näin he tuntuivat paremmin mukana olleet yritykset ja niiden toiminnan. Parempi henkilökohtainen tuntemus auttaisi uusien ideoiden ja konseptien kehittämisessä ja yhteistyöhalun lisäämisessä. Yrityksen mukaan ainoa henkilö, joka oli jatkuvasti läsnä ja hyödyllinen oli projektipäällikkö. Opiskelijat ja opettajat jäivät varjoon hyvin paljon, ja se oli harmillista, sillä opettajat ja opiskelijat ovat yleensä valtava resurssi matkailualan yrittäjille.

Hankkeen ohjausryhmään kuuluneen konsultointiyrityksen kanssa yhteistyö oli hyödyllistä. Konsultointiyritys tuotti mainosmateriaalia ja vaikutti merkittävästi tuoteaihion lopputulokseen. Konsultointiyritykseltä saatiin hankkeen aikana neuvoja, kun siihen oli tarvetta. Kuitenkin yhteistyö konsultointiyrityksen kanssa ei ollut niinkään läheistä. Yhteistyön lopputulos oli hyvä, mutta konsultointiyritys olisi voinut mahdollisesti esittää paremminkin asioita mainosmateriaaleissaan, jos tuntisi yritykset paremmin.

Yrittäjän mielestä harmillisin asia oli se, että pienen yrityksen koon takia oli vaikeaa saada ylimääräistä aikaa ja ihmisiä mukaan, jotta yritys pääsisi hyötymään kaikista hankkeen osioista. Kuitenkin isommat yritykset LUOTUO-hankkeessa ovat voineet panostaa hankkeeseen enemmän, sillä niillä oli enemmän henkilöstöresursseja ja he pystyivät ottamaan isomman hyödyn irti hankkeesta. Isommilla yrityksillä oli henkilöitä, jotka vastasivat kehityksestä ja markkinoinnista. Nämä henkilöt panostivat yhteisvoimin tähän hankkeeseen. Pienemmissä yrityksissä oli kuitenkin tärkeimpänä asiana jo olemassa olevien asiakkaiden palvelu, joten olemassa olleet resurssit menivät siihen ja asioita piti usein priorisoida.

Haastattelun 2 mukaan yrityksessä aiottiin tehdä yhteistyötä hankkeen muiden yritysten kanssa hankkeen jälkeenkin. Yrityksiä yhdistivät lähinnä maantieteellinen sijainti ja yhteiset visiot. Saimaa oli yksi osa-alue, joka erityisesti yhdisti kaikkia yrityksiä. Etelä-Savon alueen tulevaisuuden nähtiin hyvin potentiaalisena, vaikka alueella oli vielä aika paljon kehittämistä ja tuotteistamista.

Projektipäällikön kanssa yhteistyö toimi hyvin. Kuitenkin yrityksen mukaan ajankäytön olisi voinut jakaa niin, että hankkeessa seurattaisiin useammin yritysten suorituksia. Projektipäällikön mukanaolo oli riittävä ja hänen osallistumisensa aktiivista jokaisella hankkeen osa-alueella. Yrityksessä tunnettiin kaikkia hankkeen yrityksiä jo ennestään, koska niiden kanssa tehtiin yhteistyötä aiemminkin. Eli tavallaan alueen sisäinen tuntemus ja pienet piirit edistivät yritysten välistä yhteistyötä. Lisäksi yrityksellä oli opiskelijoita tekemässä opiskeluun liittyviä projekteja mm. videokuvauksia, joita oli tarkoitus käyttää markkinoinnissa. Opiskelijat olivat ahkeria ja tekivät asioita nopealla aikataululla. Yksittäisiä opiskelijoita kävi myös tekemässä joitain projekteja, mutta ne olivat yksittäisiä pieniä töitä kurssien yhteydessä, joista yrittäjät eivät itse saaneet paljon hyötyä irti. Haastateltavan mukaan yrittäjät välillä jopa menettivät aikaa opiskelijoiden kanssa tehdyssä yhteistyössä. Toisaalta tällainen yhteistyöprosessi oli yrittäjille merkittävä, sillä opiskelijat pääsivät tutustumaan paikallisyrittäisiin. Alueen matkailuyrityksille oli tärkeää, että jatkossakin alalle kouluttautuisi päteviä ammattilaisia. Haastateltavan mukaan paikallisten yritysten kannalta se oli yleensä kannattavaa, että opiskelijat pääsivät tällaisissa hankkeissa opiskelemaan, näkemään ja kuulemaan.

Haastateltavan mukaan hankkeessa osittain käytettiin liian paljon aikaa yritykselle turhiin tilaisuuksiin, koska yritys oli väärää kohderyhmää. Yrityksiä pitäisi valikoida hankkeeseen enemmän samoista kohderyhmistä selvittämällä yritysten tiedon lähtötason. Haastateltavan mielestä oli hieman harmillista, että jotkut luennot järjestettiin huomioon ottaen sen, että mukana oli myös opiskelijoita. Tämä oli sellainen osa-alue hankkeessa, jossa yrityksen mielestä olisi eniten kehittämisen varaa.

Haastattelun 3 mukaan hankkeen yhteydessä tehtiin paljon yhteistyötä isoimman kilpailijayrityksen kanssa, sillä se osallistui myös hankkeeseen. Lisäksi yhteistyötä tehtiin monien oppaiden kanssa ja yritys aikoi jatkaa sitä hankkeen loputtuakin. Haastateltavan mukaan yrityksen isosta koosta johtuen saatiin aika paljon irti omasta yrityksestä, joten hankkeen aikana ei ollut kovin paljon tarvetta alihankkijoihin. Alihankkijoita tarvittiin lähinnä erilaisiin tapahtumiin ja niitä yritys sai ihan hyvin hankkeen sidosryhmistä. Yrityksessä pidettiin hyvin mahdollisena sen, että tulevaisuudessa yritys tulisi yhteistyökumppaneiden kanssa kehittämään jotain uusia tuotteita, mikäli tarve niihin syntyisi.

Tärkein syy hankkeen yhteistyöhön mukaan lähtemiseen oli se, että yritys oli uutena toimijana hyvinvointimatkailussa ja aika paljon asioita suunniteltiin ihan alkuvaiheesta. Yrityksessä ennen hankkeen alkua ei koskaan ajateltu sen syvemmin mitä tarkoittaa Saimaan rannalla oleminen, ja miten sitä voisi tuotteistaa. Lisäksi ennen mukaan lähtöä ei ollut mitään näin pitkälle tuotteistettuja palveluaihioita, joita nyt oli yrityksen valikoimassa. Haastateltavan mukaan yritys olisi lähtenyt tälle kehityssuunnalle ilman hankettakin eli hanke oli tullut hyvin sopivasti eteen, kun kehitystoimia oli jo pohdittu yrityksessä jonkin verran. Hankkeen yhteistyö säästi paljon resursseja liikeidean ja strategioiden miettimisessä. Hanke tavallaan ”potki” yritystä eteenpäin, koska muuten kehittäminen olisi aika paljon hitaampaa ja passiivisempaa, mm. projektipäälliköltä tuli paljon hyödyllistä tietoa eri säädösten ja käytäntöjen parissa.

Yrityksessä arvioitiin, että hyvinvointivaikutusten tuotteistaminen tulevaisuudessa Etelä-Savon alueella tulisi kasvamaan. Etelä-Savo oli hankkeen aikana aika hyvin tuntematon alue ja Saimaan pitäisi olla isompana ja merkittäväm-

pänä alueena käsittelyssä, varsinkin ulkomaalaisille markkinoidessa. Haastateltavan mielestä tällaisten organisaatioiden kanssa, kuten Visit Saimaa ja Visit Finland pitäisi tehdä enemmän yhteistyötä kansainvälisessä kehityksessä, alueen potentiaalin kasvattamiseksi.

Haastateltavan mukaan projektipäällikön hyvin suunniteltu ja pitkäjänteinen lähestymistapa oli hyvä, vaikka hieman erilainen kuin matkailun alalla totuttiin. Yrityksen kulttuurissa yleensä kaikki toimet tehtiin nopeasti ilman ylimääräistä suunnittelua. Tämän takia yritys kaipasi enemmän ”nopeutta” hankkeeseen. Projektipäällikön henkilökohtainen yhteydenotto oli hyvä, hän oli läsnä ja tästä hyödyttiin erityisesti tuoteaihioiden rakentamisessa. Hankkeessa mukana oleiden yritysten kanssa tuli uusia verkostoitumisia ja opiskelijoita osallistui yhden tuoteaihion testaukseen. He markkinoivat tapahtuman ja olivat siinä hyvin hyödyllisiä mm. mainosmateriaalien tuottamisessa.

Hankkeen aikana yrityksessä kehitettiin 3 tuotepakettia, joita oli helpompaa työstiä hankkeen ansiosta. Se oli hyvä tulos yrityksen kannalta, sillä ilman yhteistyötä niitä olisi vaikeaa toteuttaa samalla tasolla. Haastateltavan mukaan ilman yhteistyötä hankkeessa, asiat olisi vaikea tehdä yhtä hyvin ja seikkaperäisesti sekä analyysien laatu olisi paljon heikompaa. Verkostoitumisessa sekä yhteistyön parantamisessa hanke oli hyvin ajankohtainen. Haastateltavan mielestä hankkeen jälkeen kaikki tulee olemaan vain yritysten omasta aktiivisuudesta kiinni. Matkailussa yleensä tämän tapaisissa hankkeissa tulokset näkyvät rahana suurin piirtein vasta kahden vuoden päästä hankkeen loputtua. Kuitenkin haastateltavan mukaan LUOTUO-hankkeen konkreettiset rahalliset tulokset voisivat näkyä aiemminkin. Sosiaali- ja terveystalouden uudistus sai aikaiseksi uusia hyvinvointikuvioita ja se tulee vaikuttamaan hyvin paljon alaan ja mahdollisesti myös yrityksen toimintaan ja sen hyvinvointipalvelujen tarjontaan.

Haastattelun 4 mukaan sen hetken matkailutunnelman taustalla Etelä-Savon potentiaalia pidettiin hyvänä. Alueella matkailuun liittyen oli huomattavissa positiivinen vire. Toisaalta Etelä-Savo ja Järvi-Savo olivat hyvin esillä kansainvälisessäkin mediassa. Julkisuuden eteen tehtiin hankkeen yrityksissä paljon töitä ja Etelä-Savon alueelle tuotiin Visit Finlandin ja Visit Mikkelin toimesta toimitta-

jia ja matkanjärjestäjiä vierailemaan. Nämä ihmiset olivat parasta markkinointia mitä yritys olisi voinut saada ja toisaalta sitä markkinointia mihin yrityksellä itsellään ei ollut ikinä rahallisia resursseja. Alueen markkinoinnissa oli paljon kiinni hankemaailmasta ja Visit Finlandin kaltaisista järjestöistä. Hankkeen aikana yrityksessä nousevana trendinä oli ruoka, joka liittyi yrityksen hyvinvointimatkailuun hyvin oleellisesti. Yritys haluaisi saada enemmän yhteistyötä aikaiseksi ruokapalvelujen tuottamisessa tulevaisuudessa.

Projektipäällikön kanssa yhteistyö sujui hyvin, eikä ollut mitään ongelmia hänen kanssaan toimimisessa. Hän valvoi hyvin aikatauluja ja puski eteen sekä neuvoi mitä pitäisi tehdä ja miten. Projektipäällikkö oli mukana kaikessa kehittämisessä, ja oli yritysten rinnalla testaamassa tuotteita ja bloggaamassa. Projektipäällikkö järjesti piloteinteihin testaajia ja analysoi tuoteaihoita, sekä mittasi ja käsitteli mitattuja hyvinvointivaikutusten tuloksia. Teknologiaosuus sujui häneltä erityisen hyvin. Hankkeessa mukana olleiden yritysten kanssa yhteistyö jäi kokonaisuudessa yritykseltä aika kevyeksi. Hankkeessa oli kuitenkin muutama toimija, kenen kanssa yritys oli yhteyksissä ja pohti tilaisuuksiin liittyviä asioita. Haastateltavan mukaan hankkeessa oli sellaisia mielenkiintoisia yrityksiä mukana, joita yrityksessä haluttiin päästä katsomaan. Heidän tekeminen oli tosi innostavaa ja aktiivista. Heidän toimintaa oli hyödyllistä tarkastella. Opiskelijoiden kanssa tehty yhteistyö jäi hieman tuntemattomaksi alueeksi. Opiskelijoita oli mukana muutamassa tilaisuudessa, joissa he tekivät pieniä harjoitustöitä yrityksille. He tekivät mm. mielikuvatutkimuksia ja muita matkailututkimuksia. Opettajat jäivät kuitenkin yhteistyössävarjoon.

Tulovirta yrityksessä ei ollut vielä hankkeen työskentelyn pohjalta heti osoitettavissa, mutta yrityksessä uskottiin kuitenkin, että tulevaisuus tulisi kantamaan hedelmää rakennettujen tuoteaihioiden kannalta. Haastateltavan mielestä täytyi antaa arvoa tälle asiantuntijaverkostolle, joka oli käytettävissä hankkeen aikana. Hanke oli suhteellisen iso taloudellinen panostus yritykselle mutta loppujen lopuksi se oli kohtuullinen, koska se jakautui kahdelle vuodelle.

Haastattelun 5 mukaan yrittäjä oli itse pääkaupunkiseudulta, ja tuli tekemään työtä Etelä-Savon alueelle. Yrittäjä oli sitä mieltä, että Etelä-Savon markkinat olivat vielä hyvin alkuvaiheessa. Paikallisissa asukkaissa, eli Etelä-Savosta kotoisin olevissa asiakkaissa yrittäjä näki hyvin vähän potentiaalia, ja korosti

kansainvälisten asiakkaiden ja pääkaupunkiseudulta kotoisin olevien asiakkaiden merkityksen. Haastateltavan mielestä paikalliset eivät välttämättä olleet kovin kiinnostuneita hankkeessa rakennetuista palveluista, tai eivät olleet valmiita maksamaan niistä. Lisäksi neljän tunnin välimatka pääkaupunkiseudulta oli aivan liian pitkä. Hankkeen aikana muiden hankkeen yritysten kanssa mietittiin miten sitä aikaa voisi hyödyntää asiakkaiden hyväksi, esim. järjestämällä koulutusta junassa tai muuta yhteistyössä organisoitavaa toimintaa. Yrittäjän mukaan tulevaisuudessa pitäisi pystyä hyödyntämään tällaiset välimatkojen viemät ajat.

Haastateltavan mukaan paikallinen yrittäjä Etelä-Savosta pystyi kontaktoimaan helpommin paikallisia asiakkaita kuin ulkopuolinen yrittäjä. Alueen ulkopuolelta oli hyvin vaikeaa ja haastavaa tulla kuvioihin, sillä toimijoita jotka halusivat tehdä yhteistyötä oli hyvin vaikeaa löytää. Vaikka yhteistyökumppaneita ja apua löydettiin yrityksessä aina sopivalla panostuksella, kuitenkin yrittäjän kokemus oli sellainen että ulkopuolelta tullee ovet aukeavat paljon vaikeammin. Tämä ei kuitenkaan vaikuttanut kovin paljon hankkeen yhteistyöhön. Yrittäjän mukaan alueen kehittämisessä oltiin hankkeen aikana vielä vähän edellä. Yrittäjä oli kuitenkin hyvin varma, että noin viiden vuoden kuluttua, markkinat kypsyisivät ja alueelle kehittyisi asianmukaista toimintaa.

Projektipäällikön kanssa yhteistyö sujui loistavasti ja hän teki tehtävänsä hyvin, ottamalla yhteyttä tasaisin väliajoin ja varmistamalla sen että tieto kulki. Projektipäällikkö oli päähenkilö, jonka kanssa yrityksessä kommunikointiin ja toimittiin. Yrittäjä tutustui muihin hankkeen yrityksiin, mutta ei sen enempää ehtinyt tehdä yhteistyötä sillä oli paljon poissa. Jos olisi enemmän aikaa, yrittäjä olisi mielellään osallistunut enemmän yhteistoimintaan. Opiskelijoiden kanssa tehty yhteistyö rajoittui lähinnä siihen, että yrityksellä oli kymmenkunta vaihto-opiskelijaa auttamassa yhdessä palvelutestauksessa. Se oli hyödyllinen kokemus ja yritys sai siitä hyviä ideoita. Heidän osallistumisellaan haluttiin saada ulkomaalaisten kokemuksia esiin. Opiskelijat olivat asiasta kiinnostuneita ja palvelutestauksesta tuli hyviä ideoita.

Haastattelun 6 mukaan se oli positiivinen asia, että tällaisen hankkeen järjestettiin ja että haettiin kehitystä alueelle sekä pyrittiin jatkuvasti tekemään parantelua hankkeeseen erilaisten kyselyiden ja avoimien arvioiden avulla.

Haastateltavan mielestä vapaat markkinat tulevat ratkaisemaan sen, mitkä tuotteet ovat oikeutettuja saamaan huomiota ja jatkamaan kehitystä. Pääasia yritysten edun näkökulmasta sekä yhteiskunnallisenkin edun kannalta oli, että jatkokehittäminen jatkuisi ja hankkeessa saavutetuille asioille saataisiin jatkoa.

Järvet ja luonto olivat tärkeä voimavara hankkeen yhteistyön kannalta. Kuitenkin voimavarojen euroiksi muuttaminen oli vaikeaa, sillä suomalaisille luontotuotteiden myyminen oli hyvin haastava tapa yritykselle elättää itsensä alueen kustannuskentässä. Haastateltavan mielestä ylipäätään Suomen kilpailu luontoon perustuvassa hyvinvointimatkailussa muiden maiden kanssa oli hyvin raskasta ja hankalaa niin kotimaisten asiakkaiden, kuin ulkomaistenkin asiakkaidenkin kannalta.

Yhteistyö projektipäällikön kanssa eteni hyvin. Aikataulut toimivat ja informaatio kulki, sekä molemminpuolinen ymmärrys oli jatkuvasti hyvä. Matkailun hankkeiden yhteisenä ongelmana oli yleisesti se, että usein niissä ei tahdottu ottaa vastuuta pitkäjänteisestä ja kärsivällisestä kehityksestä mm. markkinointiin ja konkreettiseen kehitystyöhön liittyen. Myös LUOTUO-hankkeessa panostettiin hyvin paljon teoriaan, jolla pyrittiin saamaan pienin resurssein kehitystä aikaiseksi. Haastateltavan mielestä tämä oli tosiaan myös hyvin ymmärrettävää, sillä yhteisen kehityslinjan muodostaminen kaikille yrityksille oli hyvin vaikeaa ja oli paljon helpompaa tarjota vain ainoastaan tarvittavat tiedot.

Mukana olleilla yrityksillä oli eri painottuneisuus mm. toisilla se oli Mikkeli ja toisilla Savonlinna. Mukana oli isojen organisaatioiden kohteita sekä pienempien yritysten yksiköitä. Yhteisten sävelten löytäminen yrityksille ja tuotekehityksen aikaansaanti aiheutti monia haasteita hankkeessa. Toisaalta se oli myös hyvä, että oli keskustelua ja pohdintaa. Isot yritykset tarvitsivat pieniä ja samoin toisinpäin.

Isona ongelmana oli se, että kaupungit ja kunnat olivat ajaneet elinkeinopalvelut ja matkailutoiminnan rahoituksen minimiin. Yrittäjä oli sitä mieltä, että josain määrin LUOTUO:n kaltaiset hankkeet lähtivät enemmän koululaitosten ja kuntien intresseistä liikkeelle, minkä takia yrittäjien perspektiivi jäi välillä hämärään. Yrittäjän mukaan alueella on jatkuvasti jonkinlaisia hankemarkkinoita menneillään, ja nämä hankkeet lähtevät etsimään yrityksistä heidän tarpeet ja

tavat toteuttaa ne. Mutta kuitenkin parhaan vastineen yritykselle antoi aina oikean ajankohdan lukeminen kehitykselle sekä yrityksen taloudellisen tilanteen ja sen ajan resurssien huomioon ottaminen. Yleensä ratkaisevana tekijänä tällaisten hankkeiden yhteistyön onnistumisessa oli hankkeen koordinaattorin toiminta. Hänen oli pyrittävä lukemaan hyvin tilanteen ja sovellettava kaikki osallistuvat yritykset yhteen, sekä löydettävä sopivat keinot tarjoamaan yrityksille hankkeen ideologian. LUOTUO-hankkeessa oli pätevä vetäjä, joka pystyi ottamaan huomioon välimatkat ja yritysten koot sekä silottelemaan asiat niin, että jokaiselle yritykselle hanke oli onnistunut antamaan jotakin.

Yrityksen yhteistyö kauempana sijaitsevien hankkeen yritysten kanssa oli niukkaa ja suhteet olivat etäisiä. Kuitenkin yritykset vierailivat toisten luona ja tunsivat toisiaan. Jokaisella yrityksellä oli omanlainen toimintaympäristö ja asiakaskunta. Yritykselle olivat hyvin hyödyllisiä benchmarking-käynnit hankkeen aikana, mikä auttoi välillä myös yhteisten asiakkaiden kohtaamisessa, sillä joskus heiltä saattoi tulla toisiin yrityksiin liittyviä kysymyksiä. Hankkeen yritykset toimivat verkostossa, joten se oli hyödyllistä tuntee kaikki verkoston yritykset.

Opiskelijoiden ja opettajien kanssa yrityksellä ei tullut kovin tiivistä kontaktia tai yhteistyötä. Yhdessä tuotetestauksessa oli opiskelijoita mukana ja he olivat hyvin aktiivisia sekä yhteistyö tässä tilaisuudessa oli molemmin puolin hyödyllistä. He eivät olleet kuitenkaan oikeaa kohderyhmää tuotteistamiseen, mutta tästä huolimatta heidän kanssaan kehitettiin jonkin verran uusia ideoita.

Osallistuminen hankkeeseen ylipäätään oli yrityksen kannalta kannattava. Jos yritys olisi itse tehnyt kyseisen kehitystyön ja tiedonhaun, siihen olisi mennyt paljon enemmän aikaa. Hankkeen selkeä palaute yrityksestä sekä tulevaisuutta varten hankitut kontaktit ja yhteydet olivat erittäin tärkeitä. Haastateltavan mukaan hanke oli hintansa arvoinen, mutta jotkut asiat olisi voinut tehdä paremmin. Jos alussa visiota olisi paranneltu ja mukaan olisi saatu enemmän yrityksiä, tuotteistaminen olisi ollut helpompaa ja palveluiden eteenpäin vieminen vielä tehokkaampaa. Hankkeessa olisi voinut kehittää myös enemmän suunnittelua mm. hankkeen budjettiin liittyen, jotta strategiat ja toimintatavat olisi voitu määrittää hankkeen yrityksille tarkemmin aivan alusta loppuun.

Haastattelun 7 mukaan hankeyritysten kanssa tehtyä yhteistyötä aiottiin ehdottomasti jatkaa. Perustarjonnan eli majoituksen ja ruokailun yritys pystyi hoitamaan itsekin. Mutta kaikkeen muuhun tarvittiin yhteistyökumppaneita, eli yrityksessä haluttiin jatkaa ja syventää yhteistyötä sekä hakea tarvittaviin osiin lisää yhteistyökumppaneita. Yrityksellä ei ollut halukkuutta lähteä itse tuottamaan ohjelmopalveluita, vaan jatkossakin aiottiin hakea yhteistyökumppaneita niiden toteutukseen.

Yhteistyö projektipäällikön kanssa oli erittäin sujuva, eikä siitä ollut mitään negatiivista sanottavaa. Yritystä pidettiin hyvin ajan tasalla ja informaatiota tuli hyvin. Projektipäällikön aktiivisuus oli hyvä mm. blogi ja erilaiset henkilökohtaiset yhteydenotot. Hankkeen aikana vain muutaman yrityksen kanssa tehtiin yhteistyötä ja se oli hyvin sujuvaa. Kuitenkin yrityksen edustajan oli vaikeaa antaa isompaa palautetta hankkeen yritysten kanssa tehdystä yhteistyöstä, sillä hän liittyi hankkeen toimintaan vasta puoli vuotta sitten.

Yritys ei kokenut tarvetta toimijoiden kommunikoinnin parantamiseen. Kommunikointi oli riittävä mm. sähköpostien ja projektipäällikön yhteydenottojen kautta. Lisäksi hankkeen ylläpitämä blogi mahdollisti sen, että yrityksessä tiedettiin missä menttiin. Silloin kun yrityksen edustaja liittyi itse hankkeen toimintaan, blogi mahdollisti kätevän tiedon hakemisen.

Yhteiset tapaamiset ja yrityskohtaiset tapaamiset olivat yritykselle hyödyllisiä. Varsinkin yrityskohtaiset tapaamiset onnistuivat hyvin, sillä niissä oli mukana asiantuntijoita, jotka ottivat kantaa eri osa-alueisiin. Tätä kautta yritys pääsi pureutumaan omaan tuotteeseen.

5.6 Aihe 5. Kehittämisaajatukset

Haastattelun 1 mukaan jatkokehittelyn kannalta pitäisi kiinnittää enemmän huomiota siihen, että LUOTUO-hankkeen kaltaisista projekteista tulisi konkreettisempia ja toimivimpia, eli käytännön läheisempiä. Kuitenkin sinä hetkenä hankkeessa käytettiin hyvin paljon aikaa ja voimaa ideointiin, mutta yrittäjillä ei ollut aikaa toteuttaa niitä. Yrityksen edustajan mielestä hankkeen näkemyksen pitäisi olla sellainen, että yrittäjät saisivat mahdollisimman vähän ylimääräistä

työtä itselleen. Näin ollen yrittäjien kannalta olisi erinomaista saada myös jotain valmiita toimenpide- ja ideointipaketteja, joilla edistettäisiin yritysten kilpailukykyisyyttä. Yritys toivoisi käytännönläheisemmän oppimisen lähestymistavan ja aktiivisemmän kentällä oppimisen.

Yrityksen mielestä kommunikointia ja yhteistyötä hankkeessa olisi voitu parantaa ottamalla käyttöön yhteisen keskusteluryhmän jollain keskustelualustalla, jossa viestittäminen tapahtuisi nopeassa muodossa ja tiedonkulku yritysten kesken vahvistuisi entisestään. Luentojen kannalta olisi hyvä, jos etukäteen kartoitettaisiin, minkälaisia yrityksiä tarvitaan mukaan. Olisi hyvä kartoittaa myös millainen lähtökohtainen tilanne oli osallistujayritysten osaamisessa, tiedossa ja taidoissa. Näin olisi mahdollista arvioida tarkemmin, missä oli puutteita ja missä ei. Tärkeimpänä syynä tällaiselle kartoitukselle oli se, että LUOTUO-hankkeessa oli sellaisia osa-alueita mukana, jotka olivat pitkään alalla olleille itsestään selviä, mutta taas niille vähemmän kokeneille nämä olivat uusia ja hyödyllisiä asioita. LUOTUO:n kaltaisissa hankkeissa on pyrittävä siihen, että olisi enemmän täsmää, eikä liian itsestään selviä asioita joillekin. Yritysten tarpeita kartoittamalla olisi mahdollista saada tietoa, mistä yrityksissä tarvitaan lisäoppia ja mistä ei. Esimerkiksi hankkeen seminaareissa oli mukana hyvin paljon opiskelijoita, joille olivat hyvin hyödyllisiä kaikki luennot ja toisaalta opiskelijoihin verrattuna kokeneemmat yrittäjät katsoivat osan saadusta tiedosta ei niin tarpeelliseksi.

Haastattelun 2 mukaan hankkeessa pitäisi panostaa enemmän konkreettiseen tekemiseen sekä asioiden eteenpäin viemiseen. Resurssit hankkeen yrittäjillä olivat usein rajoitteisia, ja yritykset tarvitsivat apua ajan ja resurssien löytämiseen. Olisi hyvä jos hanke olisi yksilöllisempi, eli jos joka ikisessä yrityksessä olisi jokin oma ja yksilöllinen lähestymistapa. Hyvä esimerkki yksilölliseen lähestymistapaan oli hankkeen konsultointiyrityksen vetämä lähisparrauspäivä. Siinä keskusteltiin ja vietiin eteenpäin jokaisen yrityksen omia tuotteita. Jos hankkeessa olisi enemmän vastaavanlaisia tilaisuuksia, se antaisi lisäsyvyyttä hankkeelle. Lisäksi hankkeessa olisi voitu kytkeä opiskelijoita mukaan toimintaan aktiivisemmin.

Haastattelun 2 mukaan LUOTUO oli suhteellisen pieni hanke, sillä yritysten lukumäärä ei ollut kovin suuri. Pienen koon takia olisi ollut helppoa järjestää keran kuukaudessa virallisen palaverin. Tässä palaverissa yritykset olisivat voineet rakentaa visioita tulevaisuudelle sekä konkreettisia toimenpiteitä. Näin kaikilla yrityksillä olisi pysynyt koko ajan huomio toiminnan eteenpäin viemisessä. Haastateltavan mukaan säännönmukainen hankkeen kehityksen seuraaminen olisi systematisoinut hankkeen eri osa-alueita.

Haastattelun 4 mukaan hankkeessa pitäisi panostaa enemmän sosiaalisen median tietämykseen, koska se oli erittäin ajankohtainen aihe monelle yritykselle. Tietämystä sosiaalisen median alustoista annettiin LUOTUO-hankkeessa jonkin verran, mutta kyseinen yritys halusi tietää enemmän sosiaalisen median kanavista. Haastateltavan mukaan tuotteiden kohdentamisessa eri kohderyhmille pitäisi tuntea kaikki mahdolliset kanavat.

Tulevaisuudessa resursseja pitäisi osata säästää yritysten jatkuvalla yhteistyöllä mm. yhteisten työntekijöiden palkkaamisella sekä työskentelemällä opiskelijoiden kanssa. Tämän tilanteen edistämiseksi pitäisi käydä oppilaitosten kanssa keskusteluita konkreettisemmasta ja laajemmasta opiskelija-avusta alueen yrityksille mm. työharjoitteluiden ja projektien merkeissä.

Yrityksen mukaan yhteistyötä hankkeen toimijoiden välillä voisi parantaa kasvattamalla avoimuutta ja uskallusta. Vaikka hankkeessa puhuttiin hyvin paljon siitä, kuinka yritysten välinen yhteistyö ja tekeminen tukivat alueen matkailuvirtaa joka hyödyttäisi kaikkia, hankkeen yritykset eivät kuitenkaan olleet ihan sataprosenttisesti avoimia. Yrityksissä oli avoimuutta tietyllä tasolla, mutta ei kokonaisvaltaisesti. Pientä kateuttakin oli mukana toiminnassa, minkä takia yritysten välisissä suhteissa oli vielä paljon oppimista. Tahdontila kaiken kaikkiaan oli hyvä yhdessä tekemiseen ja yritykset tulivat hyvin toimeen keskenään, mutta käytännön toteutus kuitenkin välillä puuttui.

Haastateltavan mukaan jatkossa tekemän yhteistyön prosessit voisivat olla mm. suunnattuja työntekijöiden palkkaamiseen alueen yritysten yhteisin voimin. Esimerkiksi luonto-oppaiden palkkaus yhteistyöyritysten kesken olisi yksi

hyvin relevantti aihe, sillä yhdelle yritykselle se oli liian raskas panostus. Kuitenkin toimimalla yhteistyössä yritykset voisivat jakaa kuluja kahden tai kolmen yrityksen kesken.

Haastattelun 3 mukaan tulevaisuuden kehitystyö luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten tuotteistamisessa riippuu hyvin paljon potentiaalisten asiakasryhmien omasta käyttäytymisestä. Tähän liittyi se, kuinka halukkaita asiakkaat olisivat satsaamaan omaan hyvinvointiin, ja millaisia sairauksia tulee tulevaisuudessa. Haastateltavan mukaan kaupunkien hektisyys ja teknologian läsnäolo kaikkialla tulevat vaikuttamaan hyvin paljon myös erilaisten luontotuotteiden kysyntään. Haastateltavan mielestä matkailun alalla kaikki on aina pikkuseikoista kiinni, joten pitäisi olla tarkkana ja katsoa ympäriinsä.

Yrityksessä keskityttiin sairauksien ennaltaehkäisyyn ja hyvinvoinnin edistämiseen, eikä niinkään paljon sairauksien hoitamiseen. Jonkinlainen asiantuntijayritysten järjestämä hyvinvointikoulutus voisi olla tulevaisuudessa hyvin ajankohtainen kouluissa tai työpaikoilla, ja tähän yritys haluaisi tulevaisuudessa panostaa. Yrityksen mukaan hankkeen aikana oli tosi haastavaa ideoiden saattaminen käytännön toteuttamiseen. Yritysten olisi hyvä saada valvontaa ideoiden implementointiin. Yritys ehdotti säännöllisiä palaverieja, joissa olisi mahdollista saada yhteenvetoja yritysten suorituksista.

Yrittäjän mukaan sijaitsipa yritys missä vaan, hyvin pitkälti kaikilla Etelä-Savon alueen yrityksillä olivat yleensä samat ongelmat ja hyödyt. Tulevaisuuden kannalta olisi erinomaista, jos pääkaupunkiseudun matkailuyritykset omat palvelut tarjottuaan laajentaisivat omaa tuotevalikoimaa ja saisivat asiakkaat pysyttyä kauemmin Suomessa. Tämä voisi onnistua mm. siten, että pääkaupunkiseudun yritykset mainostaisivat Itä-Suomen yrittäjien tuotekokonaisuuksia. Näin potentiaaliset asiakkaat voisivat siirtyä sopivin välimatkoin, nauttimalla matkalla muistakin Suomen alueista ja näin ollen saisivat pääkaupunkiseudun yritykset hyötyosansa myöskin tästä. Näin Suomen yrittäjät voisivat kaikki ajaa yhteistä hyvää ja ratkaista Suomen matkailuhaasteet isommassa skaalassa. Tämä tukisi FinRelaxin ajatuksia, sillä FinRelax pyrkii nimenomaan hajottamaan matkailijoita ympäri Suomen ja tarjoamaan heille isompia palvelukokonaisuuksia. Yrittäjän mielestä olisi loistavaa, jos tulevaisuudessa järjestettävät

hankkeet voisivat linkittää yhteen Etelä-Savon ja pääkaupunkiseudun yritykset.

Yrityksen mukaan LUOTUO-hankkeessa olisi pitänyt kehittää selvemmat budjettiraamit heti alussa, jotta olisi mahdollista nähdä selkeämmän arvioinnin budjetista. Näin yritykset olisivat voineet osallistua toiminnan suunnitteluun projektipäällikön kanssa ja arvioida mihin rahaa pitäisi käyttää esim. markkinointiin, suunnitteluun, tuotekehittelyyn, vierailijoihin tai muuhun. Yrityksen mielestä olisi hyvä saada jatkuvan budjettitilanteen tiedon. LUOTUO-hankkeen aikana yritys oli saanut tietoja budjetista pelkästään alussa ja lopussa.

Haastattelun 6 mukaan tulevaisuudessa yritysten pitäisi pyrkiä toimimaan synergiassa, sillä Etelä-Savon alueen pienet ja isot yritykset tarvitsevat toisiaan. Pienemmät yritykset usein tuottavat ohjelmalveluita isommille ja tätä yhteistyötä on kehitettävä. Toisaalta jos yrityksillä ei ole yhteistä pintaa, kehitysstrategian määrittäminen ja käytännön työskentely muuttuvat vaikeiksi. Matkailualueen keskittymä eli samalla maantieteellisellä alueella olevat yritykset tai saman alan toimijat olivat yrittäjän mielestä niitä sektoreita, joiden ympärille LUOTUO:n kaltaisten hankkeiden toimintaympäristön olisi rakennettava. Tämä edistäisi yhteisten tavoitteiden toteutumisen ja varmistaisi sen, että kaikki osallistujat ”puhaltaisivat samaan hiileen”. Pienyritysten haasteena oli LUOTUO-hankkeenkin aikana se, kuinka paljon he pystyivät panostamaan tuotekehittelyyn. Hankkeen yrittäjät olivat hyvin kiireisiä yritysten päätehtävien kanssa ja ajan löytäminen hankkeen yritysten yhteisten projektien jatkokehittelylle oli erittäin vaikeaa.

Haastattelun 7 mukaan hyvinvointimatkailun kehittämiskohteista oleellisin asia oli alueen infrastruktuurin vieminen tietylle tasolle mm. opasteet ja liikkumisen helpottaminen. Kansainvälisten ja kotimaisten asiakkaiden kannalta liikkumiseen liittyneet vaikeudet pitäisi saada kuntoon. Yrityksen toimintaympäristöön kuuluvien julkisten toimintapaikkojen ylläpitämistä pitäisi parantaa. Haastateltavan mielestä nämä asiat jäivät monesti vähemmälle huomiolle, mutta ne olivat erittäin tärkeitä yrityksen toiminnan kannalta.

6 TULOSTEN ANALYSOINTI

LUOTUO-hankkeen oma arviointi rakentui kokonaisarvioinneista, yritysten luonnon hyvinvointivaikutuksiin liittyvän tiedon ja osaamisen arvioinneista sekä kehitettyihin tuoteaihioiden suunnatuista arvioinneista. Kokonaisarviointia suoritettiin hankkeen aikana projekti- ja ohjausryhmän itsearviointeina sekä yrityksiltä saadun arvioinnin kautta. Yritysten osaamisen arviointi suoritettiin hankkeen alkuvaiheessa osana palvelumuotoiluprosessin määrittelyvaihetta sekä loppuvaiheessa osana yrityksiltä saatua arviointitietoa. Yritysten palvelumuotoiluprosesseista ja hankeaihioiden pilotointien onnistumisesta tehtiin yrityskohtaiset arvioinnit. (Kuuluvainen 2016.)

Arvioinnissa ei menty hankeaihioiden tuotetestauksia läpi, mutta hyvin pitkälti siinä oli samat suuntaviivat LUOTUO-hankkeen määritellyn arvioinnin kanssa. Tarkoituksena oli, että projektipäällikkö tulisi käyttämään jossain määrin omissa loppuarvioinneissaan minun saamiani haastattelutietoja ja ottaisi ne huomioon jatkokehityksen suunnittelussa. Hankkeen arviointia tehdessäni lähdin liikkeelle Max Peberdyn kolmesta universaalista kysymyksestä. Kyseisen teorian mukaan mahdollisimman realistisen arvioinnin tekemiseksi piti lähteä liikkeelle kolmesta universaalista kysymyksestä 1. Oliko tehty sen mitä oli luvattu? 2. Oliko saatu muutosta aikaan? 3. Oliko tehty oikeita asioita? Ensimmäinen kysymys heijasti hankkeen toimintojen tasoa, toinen kysymys heijasti hankkeen vaikutuksia ja vaikuttavuutta sekä kolmas kysymys vastasi strategisesta relevanssista hankkeessa. Kyseinen opinnäytetyö heijasti erityisen hyvin hankkeen aktiivista toimintaa, sen vaikutusta yritysten ja erilaisten alueen toimijoiden arkeen sekä sen strategista ajankotaisuutta. Kokonaisuudessaan hanke sai positiivisia tuloksia kaikilta kolmelta osa-alueelta ja viisi tutkimus-haastattelun tema-osiota heijastivat sen erityisen hyvin. Arvioinnin lopputuloksena syntyivät yhteenveto, analysointi sekä kehitysehdotukset. (SOSTE 2016.)

6.1 Yhteenveto

LUOTUO-hankkeen mukaan Etelä-Savossa oli paljon monenlaista majoituskapasiteettia, mutta useimpien yritysten potentiaali huippusezonkien ulkopuolella

oli vajaakäytössä. Matkailuyrittäjät ja alueen organisaatot, jotka olivat kehittäneet, markkinoineet ja myyneet matkailupalveluita tarvitsivat lisää palvelutarjontaa. Erityisen paljon he kaipasivat teemapohjaisia tuotteita myös huippuseasonkien ulkopuolella. LUOTUO-hankkeen aikana kehitystä matkailuun haettiin kansainvälisellä tasolla Keski-Euroopasta ja Aasiasta. Kasvun hakeminen jatkui edelleen myös Venäjältä siitä huolimatta, että Venäjän kansainvälisen tilanteen vuoksi sieltä tulevien matkailijoiden määrän lasku saattoi jatkua. Rakennettujen tuotteiden, jotka suunnattiin kansainvälisille markkinoille piti olla riittävän laadukkaita. Kasvuun ja kansainvälisyyteen suuntautuvien yritysten ja yritysverkostojen tuotteiden vähimmäiskriteerinä pidettiin Matkailun edistämiskeskusken laatimia vientikelpoisuus-kriteerejä ja tuotesuosituksia. (Kuuluvainen 2016.)

LUOTUO-hanke oli hyvin hyödyllinen ja ajankohtainen omissa tavoitteissaan ja niiden ajamisessa. Kokonaisuudessaan hanke oli hyvin onnistunut sen pää-tavoitteissa ja tiedon eteenpäin viemisessä sekä alueen yritysten yhteen tuomisessa hyvinvointimatkailun kehityksen merkeissä. Hankkeessa oli annettu tarvittavat tiedot ja kehitetty yritysten taitoja laadukkaiden palvelukokonaisuuksien rakentamiseen, erityisesti kansainvälisille markkinoille. Kehittämisen aikana oli täytetty hyvin MEKin vientikelpoisuus-kriteerit.

Tutkimuksen jako viiteen teemaosioon antoi järjestystä ja jäsensi vastaukset niiden keskeisen sisällön mukaan. Ensimmäisessä haastatteluteemassa heijastettiin yritysten omat odotukset ja panostus hankkeeseen. Tämän osion tarkoituksena oli näyttää yrittäjien oman panostuksen ja aktiivisuuden hankkeessa sekä alkuperäiset tavoitteet. Yritysten oma aktiivisuuden arviointi ja tavoitteiden asettaminen heijastivat hyvin yritysten lähtökohtia hankkeessa, joihin oli hyvä verrata yrityksiltä saatua palautetta muista osioista realistisen kokonaiskuvan saamiseksi. Yritysten omaa arviointia oli verrattu myös projekti-päällikön asettamiin tavoitteisiin ja arvioihin, mikä osoitti toimijoiden yhteisymmärryksen.

Kokonaisuudessaan ennen hankkeeseen mukaan lähtöä yritykset olivat olleet hyvin tietosia hankkeen tavoitteista. Pääsyitä mukaan lähtemiselle olivat omien vahvuuksien kuten sijainnin ja ympäröivän luonnon tuotteistamisen parantaminen, lisäksi uusien tietojen saaminen sekä sidosten vahvistaminen

kansainvälisiin kohderyhmiin houkuttivat yrityksiä. Monella yrityksellä oli olemassa jo valmiita visioita kehittymiseen luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamisessa ja hankkeesta haettiin vain koordinoitua sekä apua näiden tavoitteiden systematisoinnille. Hankkeen aikana odotukset ja innostus hankkeen kehitystoimintaan olivat usein tarttuneet myös yrittäjältä muulle henkilökunnalle. Esimerkiksi toisessa haastattelussa paljastui, että yrittäjän lisäksi myös henkilökunta oli ollut hyvin tietoinen hankkeesta ja aktiivinen sen toiminnassa. Tämä oli tietysti heijastunut myös yrityksen aktiivisuuteen kokonaisuudessa, sillä koko henkilökunnan yhteinen panostus hankkeeseen auttoi tuoteaihioiden kehittämisessä hyvin paljon. Hankkeen yrityksissä yleisenä syynä mukaan lähtemiselle oli myös ollut alueen muidenkin yritysten mukaan lähtö ja verkostoitumisen tavoittelu. Tämä osoitti myös sen, että tällaisissa hankkeissa tavoitteiden saavuttaminen on hyvin pitkälti kiinni ideologian viljelemisestä yrityksiin, jotka jo puolestaan välittävät sen alueen muille yrityksille, sillä saman alueen yritykset yleensä seuraavat hyvin paljon toistensa toimintaa ja jonkin kehityssuunnan ajamisessa on vain tuotava tehokkaasti esille kyseisen ilmiön alueen yritysten piirissä ja osoitettava sen tärkeyden, mistä seuraa yleensä dominoefekti yritysten joukossa. Tämä oli toiminut hyvin luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamisen tarpeen esille tuomisessa, sillä kaikki hankkeen yritykset olivat korostaneet hankkeen tarjoaman kehityksen tarpeellisuuden.

Yritysten panostus hankkeeseen oli ollut vaihtelevaa, mutta kaikkien yritysten aktiivisuuden ja panoksen oli luokiteltu tyydyttäväksi, yhtä yritystä lukuun ottamatta, joka oli jättäytynyt hankkeesta. Toisella yrityksellä oli ollut rakenteellisia muutoksia ja se oli vaikuttanut hieman hankkeessa toimimiseen ja kokonaisuutenaan, mutta tästä huolimatta yritys oli silti aktiivinen hankkeen toiminnassa ja pystyi saamaan paljon irti siitä. Yhtenä yritysten aktiivisuuden mittarina voidaan pitää rakennettuja tuoteaihoita. Kuudella yrityksellä oli muodostunut hankkeen aikana vähintään yksi konkreettinen tuoteaio, jota oli integroitu yrityksen toimintaan ja se oli hyvin positiivinen tulos kehityshankkeelta. Yritykset olivat suhteellisen säännöllisesti osallistuneet tilaisuuksiin sekä oma-toiminen työskentely oli aktiivista. Panostukseen hankkeeseen olivat vaikuttaneet erityisesti yrityksen koko ja vuodenaika. Isommat yritykset pystyivät olemaan hieman aktiivisempia isompien resurssien ansiosta. Vuodenaika oli taas vaikuttanut yritysten resursseihin, joita oli voitu kohdistaa kehitykseen, sillä esimerkiksi kesällä huippusesonkin aikaan yritysten aktiivisuus oli ollut hyvin

rajoitteinen. Resursseista olivat ratkaisevia henkilöstöresurssit ja aikaresurssit. Kuitenkin kahden yrityksen mukaan myös taloudelliset rajoitukset olivat tulleet muutaman kerran vastaan.

Teemaosioista, joka käsitteli osaamisen lisäämisen ja siihen liittyvien tavoitteiden toteutumisen, oli tullut kokonaisuudessaan hyvää palautetta. Ainoastaan yksi yritys oli kertonut, että mitään uutta tietoa ei tilaisuuksissa tullut ja tietämys ei kasvanut merkittävästi hankkeen aikana. Viisi yritystä oli sanonut hyötyneensä tiedonsaannista hankkeessa ja saaneensa uutta tietoa. Yksi yritys oli sanonut saaneensa hyvin vähän uutta tietoa, mutta ennalta tiedettyjen asioiden kertauksen hän oli määritellyt hyödylliseksi ja ajankohtaiseksi. Tämän yrityksen edustaja oli myös sanonut saaneensa uusia ideoita luonnon hyvinvointivaikutuksiin liittyvän tiedon saannin myötä. Yritysten mukaan tieto hankkeessa oli johdonmukaisesti kasvanut ja oli tullut uusia parametreja erityisesti mittaamiseen ja sosiaalisen median hyödyntämiseen liittyen.

Luennot olivat antaneet uutta tietoa luonnon fyysisestä, sosiaalisesta ja psykologisesta vaikutuksesta ihmiseen. Saatu tieto kohderyhmistä oli hyödyllistä, mutta suurimmalla osalla yrityksistä olivat valmiiksi selvät määritellyt kohderyhmät. Näin ollen hanke ei vaikuttanut mitenkään heihin uusien segmenttien löytämisellä, vaan saatiin aikaiseksi pikemminkin vanhojen kohderyhmien sidosten vahvistusta. Käytännön oppimisen menetelmät kuten työpajat ja pilotoinnit olivat tärkeitä tiedonsaannin kannalta. Monet yritykset olivat laajasti hyödyntäneet asiakkailta saatua palautetta ja pilotointiryhmien kehittäelyehtouksia.

Palvelumuotoiluprosessin kannalta työpajat olivat erittäin tärkeitä. Jokainen yritys oli maininnut niistä ja niiden vaikutuksesta tuotteistamiseen ja konkreettisten tulosten saamiseen liittyen. Yrityskohtaiset tapaamiset olivat myös tehokkaita keinoja tarttumaan kiinni omasta tuoteaihiosta hyödyntämällä asiantuntijoiden mielipiteitä. Haastattelun 4 mukaan kun puhuttiin paljon palvelumuotoilusta ja asiakaspolusta, monesti yritys itsekin oli rutinoitunut omassa tuotekehittelyssä ottamaan niitä mukaan ja oppinut pitämään mielessä näitä asioita. Kaikki yritykset olivat lisäksi antaneet hyvää palautetta projektipäälliköstä ja hänen osallistumisestaan palvelumuotoiluprosessiin. Projektipäällikkö

oli aktiivisesti mukana tuotekehittelyssä ja tuotteiden testauksissa sekä tarvittaessa häntä oli helppo kontaktoida. Hänen aktiivinen asenne oli taannut pilotointiryhmien helpomman löytämisen sekä helpottanut asiakkaiden kohtaamisen. Haastattelun 1 mukaan LUOTUO-hankkeessa oli saanut muihin vastaavanlaisiin hankkeisiin verrattuna enemmän tietoa johtuen nimenomaan projektipäällikön henkilökohtaisesta lähestymistavasta ja mentoroinnista. Monet yritykset olivat korostaneet mielenkiintoisen teknologiaosuuden, jossa projektipäällikön aktiivisuus oli myös yksi ratkaisevista tekijöistä. Yritys oli maininnut, että palveluaihioiden kehittämällä ja ideoinnilla haettiin uutta markkinaa. Palvelumuotoilun aikana yrityksissä oli mietitty erilaisia kohderyhmiä ja jossain määrin tutkittiin sitäkin, mitä haluttiin kohderyhmiltä ja miten niitä piti lähestyä. Palvelumuotoilun johtamiseen olivat tyytyväisiä kaikki yritykset, kuitenkin kolmannessa haastattelussa mainittiin että lähestymistapa palvelumuotoilussa oli ollut liian tarkka ja ”insinöörimäinen” ja yrityksessä kaivattaisiin vähän nopeampaa ja tehokkaampaa tahtia. Lisäksi palvelumuotoiluteemassa muutama yritys oli maininnut, että hankkeen ohjausryhmään kuulunut konsultointiyritys, joka oli mm. tuottanut mainosmateriaalia olisi voinut olla aktiivisempi alusta lähtien sekä tutustua henkilökohtaisemmin jokaiseen yritykseen, sillä lyhytaikainenkin kehitystyö konsultointifirman kanssa oli heijastunut hyvin positiivisesti yritysten tuoteaihioissa. Haastattelun 6 mukaan luonnon hyvinvointivaikutuksiin perustuvien palvelujen muotoilussa oli otettava huomioon, että Suomessa on hyvin raskassoutuinen yhteiskunta eli kotimaiset kohderyhmät ovat hyvin vaativia ja luonnon peruselementtien hyödyntämiseen perustuvat innovaatiot on yleensä hyvin vaikeaa toteuttaa. Joten innovaatioiden ja uusien toimintatapojen rahaksi muuttaminen oli vaatinut suurta pitkäjänteisyyttä, varsinkin niiltä yrityksiltä jotka olivat maaseudulle sijoittuneita. Haastateltavan mukaan maaseudulla sijaitsevien yritysten lähtökohdat ovat usein vaikeammat. Haastattelun 7 mukaan hankkeen aikana muodostetut palveluaihiot ja niiden palvelukonseptit tulevat olemaan hyvänä pohjana tulevaisuudessa tuleville luontotuotteille. Palveluaihioita muuntelemalla, niistä saattaa tulevaisuudessa muodostua monenlaisia tuotteita. Yrityksille oli siis hankkeessa saatu hyvää käytännön kokemusta palvelujen rakentamisesta ja kohderyhmien hakemisesta, minkä he pystyvät jatkossa käyttämään oman liiketoiminnan jatkuvaan kehittämiseen. Tuotekehittelyssä oli saatu aikaiseksi myös hyvät suhteet yritysten kesken ja yhteisten tuoteaihioiden rakentaminen oli parantanut jonkin

verran yritysten keskeistä luottamusta. Tämä heijastui myös jatkossa tehtävään yhteistyöhön yrityksissä.

Jokainen yritys oli sanonut jatkavansa mahdollista yhteistyötä palveluaihioiden rakentamisessa hankkeen yritysten kanssa ja joillakin oli ollut jo konkreettisia suunnitelmiakin tulevalle palvelukehittelylle. Keskimääräisesti yrityksissä oli rakennettu hankkeen aikana yhdestä kolmeen palveluaihioon, mikä oli hyvä tulos.

Yhteistyön teemassa kaikki haastatellut henkilöt olivat sitä mieltä, että hankkeen eri toimijat olivat tehneet hyvää yhteistyötä keskenään. Melkein kaikki yritykset olivat aktiivisesti LUOTUO-hankkeen ohella muissakin yhteistyöverkostoissa ja muutaman yrityksen mukaan eri verkostot olivat tukeneet toisiaan ja varmistaneet hyödyllisen tiedon liikkumisen. Näin ollen LUOTUO-hankkeesta saatu arvokas osaaminen ja tieto eivät päätyneet pelkästään hankkeessa suoranaisesti kiinni oleviin yrityksiin, vaan osaamisesta hyötyivät myös hankkeen sidosryhmään kuuluneet yritykset sekä ulkopuoliset eri verkostojen yritykset. Tällainen tiedon kierto ja sen monipuolinen soveltaminen olivat hankkeen kannattavuuden ehkäpä tärkeimpiä piirteitä. Haastattelun 4 mukaan Etelä-Savo ja Järvi-alue olivat olleet hyvin kansainvälisessäkin mediassa esillä. Toki sen eteen oli tehty paljon töitä ja alueelle oli tuotu Visit Finlandin ja Visit Mikkelin avulla toimittajia ja matkanjärjestäjiä vierailemaan. Tämä oli ollut yrityksen edustajan mielestä parasta markkinointia mitä alueen yritykset olivat voineet saada ja toisaalta sitä markkinointia mihin yrityksillä itsellään ei ollut tarpeeksi rahallisia resursseja. Etelä-Savon alueen kehityksessä on aika paljon kiinni hankemaailmasta ja Visit Finlandin kaltaisten järjestöjen tuesta. Muutaman yrityksen mukaan yksi yhteistyötä vaikeuttavista seikoista oli yritysten eri painottuneisuus mm. toisilla se oli Mikkelin ja toisilla Savonlinna. Haastattelun 6 mukaan isojen organisaatioiden kohteille ja pienempien yritysten yksiköille yhteisten sävelten löytäminen ja tuotekehityksen järjestäminen oli haasteellista. Toisaalta yrityksen mielestä se oli hyvä, että oli saatu keskustelua ja pohdintaa aikaiseksi. Isot yritykset tarvitsivat pieniä ja samoin toisinpäin, ja tämä näkyi hyvin muutamassa tuoteaihiossa. Muutama yritys oli korostanut erinomaisen ryhmäjaon työpajoissa, joissa oli yhdistetty erilaisia yrityksiä ryhmiin, kuten pieniä ja isoja sekä nuorempia ja kokeneempia toimijoita yhteen.

Yhden yrityksen mukaan yritysten erilaisuus oli ollut hyvin palkitsevaa työskentelyn ja ideoinnin kannalta.

Ylipäättään yritysten yhtistyöpalautteessa puhuttiin eniten projektipäällikön ja hankkeen yritysten kanssa tehdystä yhteistyöstä. Jonkin verran puhuttiin opiskelijoista ja konsultointifirmasta, joka kuului hankkeen ohjausryhmään. Kokonaisuudessa projektipäällikön kanssa tehdystä yhteistyöstä oli erittäin hyvää palautetta. Hän oli hyvin tavoitettavissa ja oli toiminut hyvänä yhdistävänä tekijänä yrityksille. Ensimmäisessä haastattelussa yrittäjä korosti, että hankkeessa oli kehittynyt yhteisymmärrys ja tavoitteiden saavuttaminen hankkeen etenemisen myötä. Hänen mukaan yhteistyö projektipäällikön kanssa sujui paremmin kuin yrityksessä oli odotettukaan. Hän oli toiminut koko ajan jonkinlaisena mentorina. Hankkeessa ei ollut kuitenkin liiallista johtamista, joten yrityksillä oli vapaat kädet ja he itse pystyivät omaksumaan asiat sekä kehittymään omatoimisesti. Yritysten välinen yhteistyö oli näkynyt ennen kaikkea siinä, että yritykset täydensivät toisiaan ja jos jokin yritys ei pystynyt osallistumaan johonkin tilaisuuteen, on aina tultu vastaan. Haastattelun 1 mukaan selkeä apu oli ollut siinä, kun kiireisinä hetkinä pystyi luottamaan, että toinen auttoi eli ns. vastuunjako hankkeessa oli toiminut erinomaisesti. Yhteistyö opiskelijoiden ja opettajien kanssa oli jäänyt hyvin niukaksi ja heistä oli apua lähinnä tuotetestsauksissa ja pilotointiryhmissä. Kuitenkin joillekin yrityksille opiskelijat olivat tehneet pienempiä projekteja, jotka olivat osoittautuneet hyödyllisiksi palvelumuotoilun kannalta. Puutteellisten aikaresurssien ja henkilöstöresurssien takia monet yritykset olivat toivoneet jonkinlaista apua hankkeelta esimerkiksi opiskelijoiden kytkemisellä toimintaan mukaan.

Viimeisessä haastatteluteemassa, joka käsitteli yritysten kehittämisajatuksia, monet yritykset olivat kehuneet hankkeen käytännönläheistä oppimistapaa esimerkiksi työpajoissa. Monet olivat toivoneet, että vastaavanlaisissa hankkeissa lisättäisiin tällaista käytännönläheistä lähestymistapaa sekä kentällä oppimista. Ensimmäisessä haastattelussa yrittäjä oli sanonut, että hänen mielestään olisi hyvä, jos joku tekisi yrittäjien puolesta hankkeen yhteyteen jonkin paketin, joka olisi valmiimpi toimenpide- ja ideointipaketti jolla edistettäisiin yrityksen kilpailukykyisyyttä. Toisaalta yrittäjä oli myös korostanut sen että, ilman yrittäjän osallistumista tätä olisi vaikeaa toteuttaa ja lisäksi yritys yleensä oppii

itsekin aika paljon asioita ideoinnin aikana. Kaksi yritystä oli toivonut hankkeelta isompaa kartoitusta eri yritysten tarpeista ja lähtökohdista, näin olisi mahdollista kokonaan eliminoida itsestään selvät asiat mm. opetustilaisuuksissa. Lisäksi yritysten edustajat olivat puhuneet yritysten keskeisen luottamuksen parantamisesta, paikkakuntien rajoja ylittävän yhteistyön kehittämistä sekä infrastruktuurin kehittämistä matkailijoiden liikkumisen parantamiseksi ja helpottamiseksi. Osa yrityksistä oli myös toivonut, ettei hankkeen aikaansaama kehitys jäisi vain yritysten omille hartioille, vaan hankkeelle olisi saatu jonkinlaisen seurantajakson aikaiseksi. Kaikki yrittäjät olivat korostaneet Etelä-Savon alueen kehityksen tärkeyden ja sen että paikallisia markkinoita on kehitettävä erilaisin hankkein, julkisten organisaatioiden avustuksella sekä yrittäjien tiukan yhteistyön avulla.

Taulukko 1 kuvaa haastattelun tärkeimpiä kohtia ja tiivistää saatuja vastauksia analysoitavaan muotoon. Taulukko on jaettu viiden haastattelun teemakategorian mukaan. Sen tarkoitus on myös tarjota opinnäytetyön toimeksiantajalle kompaktin muodon oman analyysin mahdolliselle työstämiselle. Taulukko 1 löytyy opinnäytetyön liitteestä 3.

6.2 Pohdinta

Ensimmäisessä teemaosiossa selvitettiin yritysten odotuksia hankkeelta ja oman panoksen arviointia. Tämä osio näytti yritysten kehitystarpeet ja motivaation, joiden perusteella voi arvioida muiden teemaosioden vastauksia realistisemmin.

Ennen kehitystoiminnan alkamista yritysten odotukset hankkeelta olivat kaikilla hyvinkin samanlaisia. Kaikki yritykset olivat tietoisia siitä, mitä hanke suurin piirtein piti sisällään ja mitä hankkeelta pitäisi odottaa. Aika monet yritykset lähtivät avoimin mielin mukaan ilman mitään kovin konkreettisia tavoitteita, vaan enemmän oppimisen mielessä. Yritysten panostus hankkeeseen oli yleisellä tasolla hyvä, vaikka monet olivat poissa joiltain tilaisuuksilta. Osa yrityksistä olisi halunnut osallistua enemmän, mutta rajoitetut resurssit olivat esteenä tähän. Merkittävimpiä vaikuttavia tekijöitä yritysten aktiivisuuteen LUO-TUO-hankeessa olivat yrityksen koko, taloudellinen tilanne sekä yrityksen edustajan henkilökohtainen kiinnostus kehitystoimintaa kohtaan. Kuitenkin niin

kutsutut ”hyvin voivat” ja aktiiviset yritykset ovat usein kiinni monessa kehitysprojektissa ja tunnetusti liian laaja multitaskaus on vaarana yrityksen toiminnalle, joten tällaiset yritykset joutuvat yleensä priorisoimaan kehitysprojekteja ja ideoita. LUOTUO:n kaltaisten kehityshankkeiden vastuulla on löytää tällaisille hyvin aktiivisille ja potentiaalisille yrityksille kehitysapua koululaitoksista ja alueellisista kehitysorganisaatioista.

LUOTUO-hankkeen suunnitteluvaiheessa asetettiin muutamat päätavoitteet hankkeelle. Hankkeen päättyessä jokaisessa mukana olleessa yrityksessä piti olla kehitettynä ja testattuna todennettuihin luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksiin perustuva tuote tai yrityksen piti olla mukana tällaisessa tuotteessa. Hankkeessa mukana olevien yrittäjien ja yritysten henkilökunnan tietämystä luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksista ja niiden indikaattoreista, mittauksesta ja arvioinnista oli nostettava. Tietoa luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksia hyödyntävien matkailutuotteiden kysyntä- ja tarjontatilanteesta oli lisättävä. Hankkeen välillisestä vaikutuksesta maakunnan matkailuyritysten, mutta myös muiden yritysten, kehittäjäorganisaatioiden ja oppilaitosten osaamista ja tietämystä oli nostettava. Hankkeella oli myös tavoitettu perustan luomista luontoa hyödyntävien palvelutuotteiden kehittämiseksi kohti kansainvälisiä markkinoita. (Kuuluvainen 2016.)

LUOTUO-hankkeen pidemmän aikavälin suunnitelmilla haluttiin hyödyntää jatkossakin hankkeessa kasvanutta palvelumuotoilun ja sosiaaliseen median käytön osaamista sekä tietoa ja osaamista luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksista matkailun palvelutuotteita kehitettäessä. Hankkeella haluttiin luoda perustan luontoa hyödyntävien palvelutuotteiden kehittämiseksi myös kohti kansainvälisiä markkinoita. Nämä tulevaisuuden perspektiivit olivat hyvin realistisia ja ne yhtyivät hankkeen yritysten visioihin. Hankkeella tuotiin alueelle käytännöllistä perustietoa luonnon hyvinvointi- ja terveysvaikutusten hyödyntämisestä palvelumuotoilussa, ja tämä tieto tulee tukemaan tulevaisuudessa yritysten lisäksi muitakin toimijoita kuten kehitysorganisaatioita ja oppilaitoksia.

Toisessa haastatteluteemassa selvitettiin, miten yrityksissä lisääntyi tieto ja osaaminen. Tämä teemaosio on hyvin tärkeä, sillä nimenomaan uuden tiedon saanti ja soveltaminen olivat hankkeen priorisoituja tavoitteita. Tämä hankeko-

konaisuus, johon kuului erilaisia tilaisuuksia kuten seminaareja, julkaisuja, tilannekatsauksia, henkilökohtaisia tapaamisia ja asiantuntijoiden mielipiteitä, oli toiminut hyvin ja jokaiselle yritykselle tuli jotain uutta tai valmiiksi tiedettyjä asioita hyödyllisellä tavalla kerrattiin ja analysoitiin. Hankkeen suurimmaksi ongelmaksi tässäkin osiossa nousi yritysten kiireellisyys ja osittain niukat resurssit, joiden takia teoriaosuuteen suhtauduttiin hieman haluttomasti, vaikka sen hyödyn ymmärrettiin ja kaikki yritykset kertoivat hyötyneensä siitä. Monet yritykset halusivat saada aikaiseksi enemmän nopeita tuloksia ja konkreettisia myytäviä tuotteita ja tällainen suhtautuminen teoriaan oli hyvin ymmärrettävä. Kuitenkin teoriaosuuden ja eri hankkeen tilaisuuksien hyödyn kuvaili hyvin ensimmäinen haastateltu yrittäjä, joka kertoi että seminaarit, sparraukset ja muut hankkeen järjestelyt tukivat yrityksiä ja auttoivat ajan löytämisessä tuotteistamiselle. Yleensä yrityksissä päästiin ajattelemaan kehittämistä ja tuotteistamista vain muiden töiden ohella. Näin ollen hankkeesta saatu tieto ja teoria olivat hyödyllisiä konkreettisen soveltamisen kannalta, sillä lähinnä seminaareissa ja yhteistapaamisissa yritykset pääsivät oikeasti pysähtymään hetkeksi ja pohtimaan asioita.

Vastausten perusteella voitiin todeta, että vaikka teoriaosuus olikin monille yrityksille hyvin aikaa vievä, kuitenkin se toisaalta auttoi löytämään aikaa kehityksen pohdinnalle, sillä se olisi hyvin vaikeaa siirtyä suoraan tuoteaihioiden rakentamiseen ja palvelujen tuotteistamiseen ilman minkäänlaista ideointia ja aiheiden ymmärtämistä. Kaikkien haastatteluiden perusteella voitiin todeta, että hankkeen isoimmat yritykset olivat halukkaimpia osallistumaan hankkeen ohjelman eri vaiheisiin, silloin kun pienemmät hakivat enemmän itselleen sopivia hankkeen osa-alueita esim. seminaarien kohdalla ja osallistuivat vain niihin. Tämä johtui nimenomaan isojen yritysten laajemmista resursseista. Kuitenkin kaikki yritykset myönsivät hankkeen tilaisuuksien hyödyllisyyden ja monet olivat sitä mieltä, että jokainen yritys vastasi itse omasta tiedonsaannistaan ja tuotekehityksestään, johon tarvittaessa aina saatiin hankkeessa lisää tietoa ja apua. Kokonaisuudessa hankkeen tilaisuuksista ja henkilökohtaisista yhteydenotoista saatu tieto selvästi kannusti yrityksiä eteenpäin liikkumisessa ja vaikutti tuotekehitykseen ja tulevaisuuden visioihin. Yritysten aktiivinen osallistuminen hankkeen oppimistilaisuuksiin heijastui parempana tietoisuutena ja pätevyytenä luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksiin perustuvien palvelujen kehityksessä.

Kolmannessa teemassa selvitettiin palvelumuotoiluprosessin ja sen tavoitteiden toteutumista. LUOTUO-hankkeen palvelumuotoiluprosessiin kuuluivat määrittely, tutkimus, suunnittelu, palvelutuotanto ja arviointi. Nämä kaikki kohdat toteutuivat hyvin, sillä jokainen yritys saatiin osalliseksi vähintään yhteen tuoteaihioon sekä monet olivat aktiivisia useimmissa tuoteaihioissa. Yritykset olivat hyvin aktiivisia tuoteaihioiden tuotteistamisessa ja tuoteaihioille oli selvät kohderyhmät tiedossa. Tämän tarkoituksena oli taata sen, että kehitetyt palveluaihiot eivät jäisi sivuun hankkeen päättymisen jälkeen. Tuoteaihiot testattiin ja niistä saadut tulokset oli kirjattiin ylös, mistä seurasi että monille yrityksille tiedettiin jatkokehitystoimenpiteet. Yksi isoimmista merkeistä, että LUOTUO-hankkeessa tehdyssä palvelumuotoilussa onnistuttiin, oli nimenomaan se että monella yrityksellä oli konkreettisia suunnitelmia ja visioita tuotetuille palveluaihioille. Lisäksi jotkut yritykset suunnittelivat jo hankkeen aikana uusia tuoteaihioita tulevaisuudelle. Palveluaihioiden kehittämällä ja ideoinnilla haettiin uutta markkinaa ja sen aikana yritykset pääsivät miettimään monenlaisia kohderyhmiä. Hankkeen palvelumuotoiluprosessissa lähestyttiin sitäkin aspektia, jossa selvitettiin mitä haluttiin kohderyhmiltä ja miten niitä kuuluisi lähestyä. Yhden yrittäjän mukaan positiivisinta hankkeen palvelumuotoilussa oli se, että kehitetyt tuotteet eivät olleet massatuotteita. Tämä oli yksi hankkeen palvelumuotoiluprosessin isoimmista hyödyistä yrityksille, sillä kaikki yritysten tuotetut tuotteet olivat suunnattuja konkreettisille asiakassegmenteille.

Arvioidessani yritysten saamaa hyötyä rakennetuista tuoteaihioista, oli muistettava palvelujentuottamisen piirteen, jonka korosti muutama yrittäjä. Muutama yrittäjä siis mainitsi, että varhaisessa vaiheessa tuoteaihioiden menestyksestä realistisen arviointinäkökulman antaminen on miltei mahdotonta, sillä hyvinvointiin perustuvissa tuoteaihioissa rahallista tulosta ei näy heti, vaan tuoteaihioilla saattaa mennä jonkin verran aikaa, ennen kuin ne valtaisivat markkinoiden kohderyhmät. Lisäksi tuoteaihioiden kannattavuuden kasvun nopeuden säätivät usein myös paikalliset markkinat. Ne olivat vasta passiivisessa alkuvaiheessa, joten monilta tuotteilta saattaisi mennä enemmän aikaa, ennen kuin ne saavuttaisivat valmiin ja kannattavan muodon. LUOTUO-hankkeessa ei pyrittykään tehdä vallankumousta muutaman rakennetun tuo-

teaihion avulla, vaan pikemminkin ajankohtaisten trendien ja tiedon soveltamisen edistämistä paremman tulevaisuuden rakentamiseksi kaikille alueen yrityksille. Hankkeen tarkoitus ei ollut tuotteistaa jokaisen osallistujayrityksen ohjelmopalvelut täydellisiksi, vaan antaa heille tarvittavat tiedot ja motivaation omien palvelujen jatkuvaan kehittämiseen tulevaisuudessa, hyvinvointimatka-ilun trendin eteenpäin viemiseksi.

LUOTUO-hankkeen yksi palvelumuotoilun vaiheista oli todennettuihin luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksiin perustuvien tuoteaihioiden kehittäminen ja testaaminen mukana olevissa yrityksissä ja yritysverkostoissa, digitaalisuutta ja sosiaalista mediaa hyödyntäen. Sosiaalisen median hyödyntämisestä palvelumuotoilussa ja markkinoinnissa annettiin hankkeessa hyvän pohjan, mutta sitä olisi käytännössä voinut soveltaa enemmän sillä parhaiten oppii aina tekemällä. Sosiaalista mediaa käytettiin yritysten palvelumuotoilussa lähinnä asiakkaiden löytämiseen tuoteaihioiden pilotointeihin eli hyvin niukasti. Sosiaalisen median soveltamisen toteutusta voidaan pitää kuitenkin tyydyttävänä, sillä siihen annettiin tarvittavat perustiedot.

Hyvinvointiteknologiasta tuli aika paljon palautetta yrityksiltä, joka viittasi käytännön soveltamisen hyödyllisyyteen, mutta suurimmassa osassa yrityksistä mitään konkreettista teknologiaa ei testausten jälkeen implementoitu. Yhtenä syynä tähän oli se, että hankkeen tavoitteena ei ollut jonkin tietyn hyvinvointiteknologian mainostaminen tai soveltaminen yrityksiin. Hankkeen fokus oli siinä, että yritykset ymmärtäisivät hyvinvointiteknologian käyttömahdollisuudet ja digitaalisuuden merkityksen. Melkein kaikki haastateltavat tukivat ajatusta digitaalisuuden ja hyvinvointiteknologioiden tärkeydestä ja niiden läsnäolosta yritysten toiminnassa, eli aiheen ajankohtaisuus oli yrityksille ilmiselvää. Kuitenkin suurimmassa osassa yrityksistä oltiin sitä mieltä, että yritysten sen hetken palveluissa ei tulla soveltamaan pilotoinneissa käytettyjä teknologioita. Tästä huolimatta monet yritykset tulevat varmasti kiinnittämään teknologiakehitykseen paljon huomiota ja tulevaisuudessa tällä osa-alueella saattaa kehittyä jotain uusien palvelujen yhteydessä. Etelä-Savon markkinat ovat vasta kehitymässä ja se on ihan ymmärrettävää, että innovatiivisilla tuotteilla menee jonkin aikaa markkinoille pääsemiseen. Hankkeen aikana paljastui, että ennen han-

ketta yritykset jättivät teknologiavastuun kokonaan asiakkaille, joten se oli positiivinen asia, että yrittäjät saatiin hankkeen aikana miettimään teknologiakehitystä ja sen merkitystä luontolähtöisiin tuotteisiin kytkettynä.

Se on nykyelämän paradoksi, että välillä monet kaupunkilaiset yrittävät paeta kaupungin rutiinia ja teknologioita pakoon luontoon, jossa he voivat rentoutua ja pysäyttää sen jatkuvan tiedon tulvan mikä ympäröi ihmisiä kaupungeissa. Kuitenkin huomaamatta sitä itse, asiakkaat monesti tukevat oman hyvinvointimatkan kokemuksia erityisteknologialla. Tähän liittyen erilaiset hyvinvointisovellukset ja pienlaitteet, jotka tukevat ja helpottavat luonnossa liikkumista ovat erityisen suosittuja. Teknologia on hyvä asia eikä siitä tarvitse pyrkiä etäännyttä, vaikka kyse olisi luonnontuotteesta joka olisi rakennettu vastakohtana kaupungistumiselle ja ”teknologiselle boomille”. Tällaiset teknologiat on vaan pyrittävä integroimaan luontevasti palveluun, etteivät ne veisi liikaa huomiota itse tuotteesta ja luonnosta, vaan jossain määrin tukisivat sitä tuomalla esille ja korostamalla luonnon hyvinvointivaikutuksia.

Hankkeessa mukana olleiden yritysten palvelumuotoiluprosessien tutkimisen aikana huomattiin, että kokonaisuudessa yritysten luonnon hyvinvointivaikutuksiin perustuvien tuoteaihioiden tuotteistamisen tietämys nousi huomattavasti hankkeen yrityksissä. Palvelumuotoilun ideologiaa ja tavoitteita ymmärrettiin yrityksissä hyvin, mutta kuitenkin asiakkaat olivat vieläkin hyvin tietämättömiä monissa yrityksissä. Aika monen yrityksen asiakkaat eivät siis olleet kovin tietoisia luonnon hyvinvointivaikutuksista, mikä saattaa heijastua siinä, että he eivät pysty kokonaan ymmärtämään ja arvostamaan kehitettyjä tuoteaihioita. Tutkimuksen aikana todettiin, että asiakkaiden ”kouluttaminen” on yrittäjien, eikä LUOTUO-hankkeen vastuulla. Yritysten pitää toimia palveluntarjoajien roolin lisäksi myös eräänlaisina kouluttajina asiakkaille, näyttämällä heille luonnon kaikki puolet ja kertomalla yksityiskohtaisesti heidän saamistaan hyödyistä. Heille on kerrottava kaikista fyysisen, henkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin vaikutuksista, joita he luonnosta saavat.

Neljännessä teemassa, jossa arvioitiin yhteistyötä hankkeen eri toimijoiden välillä, tuli paljon palautetta ja ilmapiiri oli hyvinkin positiivinen yrityksissä. Kuitenkin yritysten kuulumisen eri alueiden vaikutuspiireihin oli ilmiselvää. Eli

hankkeessa oli yrityksiä sekä Savonlinnan, että Mikkelin seudulta ja se hie-
man etäännytti joitakin yrityksiä. Lisäksi yritysten koko välillä vaikutti yhteisten
tavoitteiden saavuttamiseen, mutta toisaalta siitä oli myös hyötyäkin sillä
isoimmat yritykset saivat itselleen alihankkijoita ja pienemmät yritykset pystyi-
vät kasvattamaan toimintaansa. Lisäksi kaikki yritykset korostivat projektipääl-
likön merkitystä hankkeessa. Se oli hyvin tärkeä kriteeri hankkeen onnistumi-
sessa, sillä jos hankkeen päällikkö valitsisi väärän kehittämissuunnan, se vaikut-
taisi suoranaisesti yritysten innokkuuteen ja aktiivisuuteen. Hankkeen yritysten
yhteen tuominen toi haasteita, sillä kun mukana oli näinkin erilaisia toimijoita,
oli kompromissien löytäminen usein vaikeaa. Lisäksi yhteistyöhön vaikuttivat
myös erilaiset yrittäjien perspektiivit niiden vaihtelevien toimintojenerikoistu-
misten takia. Hanke onnistui löytämään yrityksille yhdistäviä ominaisuuksia
luonnosta, kuten esimerkiksi Saimaan merkitys jokaisen yrityksen palvelumuo-
toilussa. Hankkeen aikaansaama alueen yrittäjien yhteistyö loi läheisempiä
suhteita sekä lisäsi luottamusta yritysten välille. Erään yrityksen mukaan alu-
een yritykset tekivät ennenkin yhteistyötä, mutta näin konkreettisten ja laajojen
palvelukokonaisuuksien kehittelyä alueella ei ole tehty. Yhteistyöpyrkimyksissä
oli selvästi hyvin paljon kiinni luottamuksesta. Tällaiset LUOTUO:n tapai-
set projektit kasvattavat toimijoiden välistä luottamusta, sillä mukana on
yleensä puolueettomia toimijoita, jotka toimivat neuvonantajina sekä jonkinlai-
sina ”valvojina”.

Tämän opinnäytetyön tutkimuksessa oli paljastunut, että hyvin paljon hyvin-
vointipalvelujen kehittämisessä oli yritysten välisestä luottamuksesta kiinni.
Alueen yritysten luottamusta toisiinsa pitäisi kasvattaa, minkä takia LUOTUO-
hankkeelle pitäisi saada sen loputtua hyvin koordinoitua jatkovaiheen. Koordi-
nointi kannustaa rohkeampiin ideoihin ja toimenpiteisiin yrityksissä. Hankkee-
seen osallistuneiden yritysten lisäksi hanke teki laajasti yhteistyötä myös eri-
laisten sidosryhmien kanssa sekä niiden yritysten kanssa, jotka eivät suora-
naisesti osallistuneet hankkeeseen, mutta olivat kuitenkin kytköksissä siihen.
Tämä hankkeen ulkopuolelle ulottunut vaikutus tiedonkulun ja tuotteistamisen
muodossa oli merkki hankkeen onnistumisesta sen alkuperäisessä tarkoituk-
sessa, eli Etelä-Savon alueen kehittämisessä ja yritysten aktivoimisessa luon-
non hyvinvointivaikutusten tuotteistamisen suhteen. Osa hankkeen yrityksistä
oli mukana muissakin verkostoissa, jotka ulottuivat paikkakunnan ulkopuolelle-

kin. Hyvän suunnittelun ansiosta nämä eri hankkeiden verkostot pystyvät tukemaan toisiaan ja tästä kävi ilmi muutamassa LUOTUO-hankkeen yrityksessä. Tätä ideologiaa seurasi myös itse LUOTUO-hanke, joka kytkeytyi moniin muihinkin hankkeisiin ja yhteisöihin jo suunnittelun aikana. Hanke hyödynsi valmistelussa aiempia ja meneillään olevia hankkeita sekä teki monien asiantuntijoiden kanssa yhteistyötä.

Haastattelun 5 mukaan Etelä-Savon markkinat olivat vasta kehitysvaiheessa ja alueella pitäisi vielä tehdä hyvin paljon työtä. Lisäksi yrittäjä korosti oman kokemuksen siitä, että alueelle ulkopuolelta tulleelle toimijalle oli vaikeampaa päästä tietynlaisiin piireihin ja saada hyvää yhteistyötä aikaiseksi paikallisten toimijoiden kanssa. Myöskin asiakaskunnan kartoittaminen alueella oli vaikeampaa kuin jossain isommalla seudulla. Tämä on hyvin selitettävissä Etelä-Savon alueen pienellä väestömäärällä, mikä suoranaisesti vaikuttaa siihen, että piirit ovat aika pienet ja hyvin paljon asioita perustuu luottamukseen niin yrittäjien välillä kuin asiakassuhteissakin. Toimijoiden välisellä luottamuksella on tietysti vaikutusta myös luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamiseen, sillä jos halutaan alueen toiminnan kehittyvän, toimijoiden on oltava avaramielisempiä ja avoimempia toisiaan ja asiakkaita kohtaan. On kokeiltava rohkeasti uutta ja lähdettävä innokkaasti hakemaan kontakteja ja verkostoitumista alueelta ja alueen ulkopuolelta. Kuudennessa haastattelussa yrittäjältä tuli mielipide siitä, että taustaltaan erilaisten yritysten pitäisi toimia synergiassa. Tämä on nimenomaan sitä, mitä luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamisessa tarvitaan eli pitää saada eri toimialat ja kooltaan erilaiset yritykset yhteistyöhön alueen kehittämiseksi. Haastattelussa kävi myös ilmi, että kovin erilaisille yrityksille oli kehitysstrategian määrittäminen ja käytännön työskentely vaikeaa yhteisten lähtökohtien puuttumisen takia.

Onnistuneen yhteistyön takaamiseksi olisi hyvä saada matkailualueiden keskittymien ja myöskin samojen alojen toimijat yhteen jonkinlaiseen klusteriin. Tämän olisi mahdollista saada aikaiseksi lähtemällä alusta saakka näistä ajatuksista kehityshankkeiden toimintaympäristön rakentamisessa. Tuomalla yhteen erilaisia toimijoita yritykset voivat laajentaa toimintansa ja mahdollisesti saada alihankkijoita uusille ideoilleen. LUOTUO-hanke onnistui hyvin tuomaan alueelliset toimijat yhteen. Monet yritykset olivat samoilta toimialueilta ja tämä varmisti vahvojen siteiden muodostumisen mm. tuoteaihioiden muodossa.

Kehittämisteemassa tuli hyvin paljon kehitykseen liittyviä ajatuksia yrittäjiltä. Yhteispiirteitä niille oli positiivinen asenne Järvi-Suomen alueen kehitystä kohtaan ja yhteistyön halukkuus. Monet yritykset toivoivat kehityshankkeelta käytännönläheisempää lähestymistapaa sekä enemmän kentällä oppimista. LUOTUO:n kaltaisten hankkeiden suunnittelussa Etelä-Savon alueelle, pitäisi tehdä isomman kartoituksen eri yritysten tarpeista ja lähtökohdista, jotta jatkossa olisi mahdollista poistaa itsestään selvät asiat mm. oppimistilaisuuksissa. Hankkeiden ja julkisten kehitysorganisaatioiden avulla pitäisi parantaa yritysten välistä luottamusta ja avoimuutta sekä kehittää Etelä-Savon alueen infrastruktuuria. Infrastruktuurin kehittämällä tarkoitetaan ennen kaikkea asiakkaiden liikkumisen helpotusta mm. pääkaupunkiseudulta.

LUOTUO-hankkeen jatkokehittämisessä on ennen kaikkea varmistettava, että LUOTUO-hankkeen aikaansaatus työtä ja kehitystä ei jätetä yritysten omalle vastuulle kokonaan. Tätä kehitystä kuuluisi jatkaa pienellä koordinoinnilla ja seurannalla. Monet hankkeen yrittäjät huomauttivat, että hyvin paljon on alueen yritysten omasta aktiivisuudestaan kiinni ja kun lähdetään mukaan hankkeeseen, on yrityksen varmistettava että pystyy oikeasti sitoutumaan kehitystoimintaan. Kehityshankkeen yleinen tarkoitus on polkaista käyntiin ja jossain määrin vauhdittaa jotakin toimintaa, mitä yritys olisi luonnollisesti tehnyt muutenkin ja LUOTUO-hanke onnistui tässä mainiosti. Lisäksi kehitystoiminnan johtoon pitää valita tulevaisuudessakin oikeat henkilöt, sillä kehitystoiminnan johtamisen asenteella on hyvin paljon merkitystä yhteisymmärryksen löytämisessä. LUOTUO-hankkeessa projektipäällikön johtamisen voidaan luokitella onnistuneeksi ja tunnelman hankkeessa yrittäjyyteen kannustavaksi.

6.3 Analyysin luotettavuus

Tutkijana minä itse olin tutkimukseni keskeisenä tutkimusvälineenä. Laadullisessa tutkimuksessa tärkein luotettavuuden kriteeri on siis itse tutkija. Tutkimuksessa kiinnitettiin hyvin paljon huomiota uskottavuuteen, joka toimii luotettavuuden kriteerinä. Tutkimuksen uskottavuudessa tarkasteltiin sitä, onko tutkijan käsitteellistys ja tulkinta sopusoinnissa tutkittavien käsitysten kanssa. Kuitenkin näin ei voitu kokonaan taata tutkimuksen uskottavuuden, sillä mo-

nosti haastateltavat ovat voineet olla sokeita kokemukselleen sekä tilanteelleen. Varmuutta tutkimukseen lisättiin ottamalla mukaan tutkimukseen ennustamattomasti vaikuttavat ennakkoehdot, kuten haastateltavien henkilökohtaiset asenteet ja ympäristön. Haastattelujen tulosten luotettavuuden takaamiseksi panostettiin vahvistuvuuteen. Vahvistuvuus heijastaa sitä, kuinka tehdyt tulokset perustuvat toisiin tutkimuksiin, jotka tarkastelevat samaa ilmiötä. Tämä tutkimus perustui seitsemään haastatteluun, joiden puolistrukturoidusta muodosta johtuen voitiin esittää lisäkysymyksiä, jotka tukivat tai kumosivat edellisissä haastatteluissa saatuja vaikeasti tulkittavia vastauksia. Lisäksi vahvistuvuuden takaamiseksi vertailtiin haastattelutuloksia hankkeesta saatujen sekundaaristen aineistojen kanssa mm. välikyselyt, tuoteaihioiden kuvaukset sekä muut dokumentit. Tulosten validiuden eli pätevän tulkintojen suhteen johtopäätöksiin ja aineistoon taattiin sillä, että litteroinnin aikana pyrittiin seuraamaan mahdollisimman tarkasti vastausten muotoa, sekä tarvittaessa turvaututtiin haastattelun aikana tehtyihin omiin merkintöihin. Reliabiliteetin taattiin niin, että poistettiin kaikki ristiriitaisuudet kolmella eri keinoilla. Ensimmäisessä keinossa osoitettiin ilmiöiden yhdenmukaisuutta eri tavoin, kuten vertailemalla eri vastauskohtien tuloksia. Toinen keino oli useampi havainnointikerta, jolloin kysyttiin yritysten edustajilta haastattelulomakkeesta löytyviä samaan vastaus-tulokseen tähtääviä lisäkysymyksiä. Kyseiset kysymykset olivat samaan aiheeseen liittyviä ja laadittuja nimenomaan sitä varten, että niistä pystyttäisiin nähdä kuinka luotettavia ja yksiselitteisiä olivat vastaukset ja onko tutkittava ilmiö tosiaan pysyvä. Kolmannessa keinossa kytkettiin useamman havainnointisijan tutkimukseen. Haastattelujen kysymysten laatimisessa olin yhteydessä projektipäällikköön sekä niiden tuloksinassa käytin myös jonkin verran projektipäälliköltä saatua palautetta.

(Eskola & Suoranta 1998, 211–215)

Kirjoja käytettiin lähteinä lähinnä tutkimusmenetelmien määrittelyyn ja analyysin teon apuna. Aiheesta oli monia hyviä kirjoja, joissa oli kokeneiden tutkijoiden vinkkejä ja sääntöjä. Lisäksi aiheeseen liittyviä sähköisiä lähteitä luettiin ja benchmarkattiin, minkä ansiosta saatiin hyvän kuvan aiheesta, jonka ansiosta pystyttiin hyvin suunnittelemaan tutkimuksen.

Opinnäytetyön aiheena oli LUOTUO-hankkeen arviointi, ja hankkeen toiminnasta johtuen opinnäytetyö oli jatkuvasti kosketuksessa luonnon terveys- ja

hyvinvointivaikutusten kanssa, tämän takia opinnäytetyössä omistettiin koko kolmannen luvun tämän aiheen avaamiseen ja nykytilanteen määrittelyyn, mikä puolestaan myös helpotti itse arviointia. Evaluointia oli helpompaa tehdä, koska haastattelujen suorittamisen ja käsittelyn aikana tiedettiin alan nykyiset tendenssit, niin Etelä-Savon alueella kuin maailmallakin. Hankkeen toimintaympäristön ja tarkoituksen laaja ymmärtäminen ovat tämän tutkimuksen laadun tärkeimpiä osatekijöitä.

Haastattelujen suorittamisen aikana näkyi hyvin selvästi, kuinka erilaisia yritykset olivat. Yritykset olivat kooltaan ja toimialaltaan erilaisia sekä yritysten edustajat olivat persoonallisuudeltaan ja koulutukseltaan hyvin erilaisia ihmisiä, mikä tietysti heijastui vastauksiinkin. Vastausten luotettavuuden arvioinnissa otettiin huomioon yritysten erikoispiirteet kuten sen, että viidennen haastattelun yrittäjä vaihtoi toimialaa ja jättäytyi koko hankkeesta. Virheellisten vastausten eliminoimiseksi siinä haastattelussa ei kysytty kovin paljon konkreettisia kysymyksiä mm. hyvinvointivaikutusten mittaamisesta tai tuoteaihioiden kehittämisestä, sillä näin lyhyellä toimiajalla yrittäjän oli vaikeaa saada realistisen kuvan hankkeen toiminnasta tällä osa-alueella ja hänen vastaukset olisivat voineet vääristää tuloksia. Lisäksi yhden yrityksen kohdalla sen edustaja hankkeessa vaihtui muutaman kerran ja sen hetken edustaja oli mukana hankkeen toiminnassa vain puoli vuotta, tästä syystä piti pysyä tarkkana eikä saanut mennä liikaa yksityiskohtiin, kun kysymys vaikutti hieman tuntemattomalta tai kaukaiselta haastateltavalle. Kysymyksen vaikeuden huomattiin yrityksen edustajan eleistä ja äänensävyistä sekä välillä haastateltava mainitsi itse siitä, ettei ollut kovin tietoinen asiasta tai toisesta.

Tutkimukseni luotettavuuden tärkeimpänä lähtökohtana oli haastattelun puolistrukturoitu muoto, joka antoi hieman joustoa kysymyksille. Näin haastattelussa oli mahdollista kysyä täydentäviä kysymyksiä, jos siihen oli tarvetta tai jättää kysymyksen väliin, jos yrittäjällä ei ollut luotettavaa vastausta siihen. Yritysten osallistuminen hankkeeseen oli vaihtelevaa ja sen takia saadut vastaukset olivat erilaisia, eikä tällaista arviointia saisi tehdä strukturoidulla lomakkeella, sillä se antaisi hyvin paljon virheellisiä vastauksia jos yrityksiä olisi mitattu samalla mitalla.

6.4 Kehitysehdotukset

Kehitysehdotuksiin tähtäävien haastattelukysymysten laatimisessa perustana käytettiin Max Peberdyn kolmea universaalia kysymystä. Hanke sai positiivisia tuloksia kaikilta näiden kysymysten osa-alueilta ja viisi tutkimushaastattelun teemaa heijastavat sitä erityisen hyvin.

Vaikka hanke oli hyvin positiivinen kokemus ja antoi hyvän pohjan Etelä-Savon luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksiin perustuville palveluille ja matkailun kehittymiselle, kuitenkin oli vielä paljon kehitettävää ja hankkeen rakentamaa pohjaa hyväksikäyttämällä on pyrittävä kehittämään jatkotoimenpiteitä hankkeelle. Nämä toimenpiteet saivat hankkeen päättymisenkin jälkeen aikaiseksi kehitystä ja tarvittavaa yhteistyötä.

Hankkeen tutkimisen aikana paljastui kolme mahdollista kehityssuuntaa. Ensimmäinen oli opiskelijoiden aktiivisuuden lisääminen hyvinvointituotteiden rakentamisessa ja markkinoinnissa. Yksi yrityksen edustaja mainitsi, että opiskelijoista oli usein hyötyä ja silloinkin, kun heistä saatu hyöty oli ollut minimaalinen, yrityksessä uskottiin, että tällainen yhteistyö vaikutti kuitenkin hyvin positiivisesti opiskelijaan ja hänen oppimiseen. Monien yritysten edustajat kertoivat, että alueen yritykset olivat hyvin kiinnostuneita pätevien ammattilaisten valmistumisesta alalle, ja olisivat valmiita tekemään yhteistyötä opiskelijoiden kanssa. Kaikki haastatellut yritykset olivat suhtautuneet hyvin positiivisesti opiskelijoiden kanssa tehtyyn yhteistyöhön hankkeen aikana ja monet toivoivat, että tulevaisuudessa yhteistyö jatkuisi myös. Näin ollen opiskelijoita pitäisi rohkaista lähtemään aktiivisemmin mukaan tällaisiin projekteihin ja kytkeytymään jo opintojen varhaisvaiheessa eri alueen yrityksiin.

Toinen kehityssuunta olisi yrittäjien tukeminen tarjoamalla heille osaavia tuotekehittäjiä, mikä säästäisi heidän omia resursseja ja antaisi mahdollisuuksia osallistua aktiivisemmin oman liiketoimintansa kehitykseen ja puolestaan Etelä-Savon alueen markkinoiden kehittämiseen. Monesti varsinkin pienemmillä yrityksillä ei ollut riittävästi taloudellisia resursseja kehityksestä ja markkinoinnista vastaavan henkilön palkkaamiseksi. Kuitenkin monilla ammattikor-

keakoulun opiskelijoilla nämä taidot ovat hyvin korkealla ja monilla on tietämystä paikallisista markkinoista sen verran, että yrittäjän saama hyöty opiskelijoiden työllistamisestä tai harjoittelupaikan tarjoamisesta olisi merkittävä.

Kolmas kehityssuunta on alueen eri alojen ammattilaisten yhteistyön lisääminen. Moniosaamisessa on aina potentiaalia ja jos sille annetaan vielä alueen julkisten organisaatioiden tukea, se voi vaikuttaa erittäin positiivisesti Etelä-Savon matkailumarkkinoihin sekä puolestaan luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamiseen ja siihen perustuvien palvelujen laatuun. Kun puhutaan eri alojen toimijoiden yhteistyön lisäämisestä, kehittämistä olisi aloitettava koulutuslaitoksista ennen kaikkea. Mikkelin ammattikorkeakoulu, joka käyttää tulevaisuudessa nimeä XAMK on hyvin tärkeä toimija Etelä-Savon alueella. Ammattikorkeakoulu voi tehdä hyvin paljon mm. hyvinvointimatkailun kehittämiseksi sekä paikallisten yrittäjien tukemiseksi auttamalla heitä tuotteistamaan omia luonnon hyvinvointivaikutuksiin perustuvia palveluita. Näin ollen ammattikorkeakoulu voisi kehittää kaikki kolme määriteltyä kehityssuuntaa. Hankkeessa puhuttiin hyvin paljon palvelujen tuotteistamisesta sekä hyvinvointiteknologiasta, mikä nousi yhä ajankohtaisemmin esille yrittäjien arjessa. Tällä osa-alueella ammattikorkeakoulun pienellä koordinoinnilla mm. kytkemällä asiantuntijat mukaan voidaan auttaa yrittäjiä parantamaan palveluitaan ja tarjota opiskelijoille arvokasta kokemusta ja osaamisen kasvattamisen mahdollisuutta sekä verkostoitumista alueen toimijoiden ja muiden alojen opiskelijoiden kanssa.

LUOTUO-hankkeen mukaan todennetuista luonnon hyvinvointi- ja terveysvaikutuksista kiinnostuneille asiakkaille ei hankkeen suunnittelun aikana ollut tarjontaa Suomessa, minkä takia suuri osa potentiaalisista asiakkaista ei myöskään hahmottanut mitä tutkimustietoon perustuvia terveys- ja hyvinvointivaikutuksia luontoympäristössä liikkumisella ja oleskelulla on. Potentiaalista asiakaskuntaa, joille tuotteita kehitettiin, olivat mm. terveydestään ja hyvinvoinnistaan kiinnostuneet seniorit, työikäiset kunto- ja terveysliikunnan nykyiset ja potentiaaliset harrastajat sekä lapsiperheet, joissa vanhemmat halusivat panostaa omaan ja lastensa luontolähtöiseen hyvinvointiin. (Kuuluvainen 2016.)

Luonnon hyvinvointi- ja terveysvaikutuksista kiinnostuneille ihmisille on palvelutarjonta Suomessa hyvin niukkaa ja yrittäjille avautuu toisaalta potentiaaliset

hyödyntämättömät markkinat. Tämän niche-markkinan löytämiseksi ei tarvitse keksiä pyörää uudelleen ja siksi Etelä-Savon alueella ei tarvitse sen enempää investoida jättimäisiä summia tuotteisiin esim. kilpaillakseen joidenkin luksuskohteiden kanssa mm. Lapissa tai ulkomailla. Sen sijasta on hyödynnettävä alueen autenttisuutta ja luonnollisia rikkauksia, joille voi antaa lisäarvoa sopivalla markkinoinnilla ja ajankohtaista teknologiaa hyväksikäyttämällä. Teknologialla tarkoitetaan hyvinvointiteknologiaa ja se voisi olla ennen kaikkea kytkeytyvä luontoon. Esimerkiksi jos kyse olisi jostain luontopolusta, olisi hyvä tehdä jokin sovellus joka näyttäisi mm. kaikki alueella olevat kasvislajikkeet ja paikat. Toisaalta jos kyse olisi saimaannorpista tai kalastuksesta, jotka olivat LUO-TUO-hankkeessa mukana aika monissa alueen luontopalveluissa, niin norppien liikkumisreittejä sekä potentiaalisia kalakohtia voisi merkitä visuaalisesti erityissovelluksessa. Uusien sovellusten rakentamisen lisäksi voidaan käyttää valmiiksi olevia sovelluksia.

Kaikkien luonnon ominaisuuksien ja rikkauksien ei tarvitse olla samassa sovelluksessa tai sosiaalisen median alustan päivityksissä. Näitä erilaisia luonnominaisuuksia varten voisi rakentaa eri tarkoituksiin erikoistuvia sovelluksia ja portaaleja. Esimerkiksi yhtenä tarkoituksena voisi olla näköalapaikkojen löytäminen ja suunnistus tai tiedon ja informaation saanti ympäröivästä luonnosta ja paikoista, tai vaikkapa jonkin aktiviteetin tukeminen. Aktiviteetin tukemisen esimerkkeinä voisivat olla mm. sienestämiseen laaditut tukisovellukset. Niitä on jonkin verran tarjolla internetissä. Tällaisten teknologioiden kehitystä Etelä-Savon alueen yrityksille voisi hyvinkin saada aikaiseksi kehittämällä yhteistyötä opiskelijoiden kanssa ja tuomalla erityisesti insinööriopiskelijoita mukaan matkailuyritysten kehittämiseen.

Asiaa tutkittiin opinnäytetyön kirjoittamisen aikana mm. niin, että osallistuin kahteen Mikkelin ammattikorkeakoulun järjestämään Hackathoniin. Hackathonit ovat kehitysfoorumeita, joissa yksin tai joukkueen voimin kehitetään ohjelmistoja jonkin ongelman ratkaisemiseksi. Hackathoneissa on siis kyse ideoinnista ja idean implementoinnista, johon kuuluu mm. koodaamista, minkä takia paikalla on yleensä monia insinöörejä jotka ovat kiinnostuneita uusien teknologisten ratkaisujen keksimisestä ja soveltamisesta käytännön tarkoituksiin. Esimerkiksi yhdessä Mikkelin Hackathonissa 2016 syksyllä eräällä kilpailijatiimillä

oli suunnittelussa nimenomaan sellainen ohjelma, jolla helpotettaisiin paikallisten sieniharrastajien elämää. Jos sovellusta olisi viety eteenpäin siitä olisi voinut tulla hyvin käyttökelpoinen kotimaisille ja kansainvälisille matkailijoille, jotka usein korkeasti arvostavat suomalaisia metsän antimia mm. sieniä ja marjoja. Jopa FinRelax-hankkeen aikana tavoitetut aasialaiset matkailijat varmasti arvostaisivat kyseistä teknologiaa, varsinkin jos se olisi markkinoitu suoranaisesti eri alueiden tarkoituksiin laaditulta mukaan lukien myös Etelä-Savon. Kokonaisuudessaan aasialaiset matkailijat, jotka tulevat Kiinan, Japanin ja Korean suunnilta arvostavat teknologiaa joka on ajankohtaista ja käytännöllistä.

Mahdollisessa opiskelijoiden kanssa suunnittelemassa yhteistyössä on pyrittävä tekemään enemmän yhteistyötä eri koulutusyksiköiden kanssa. Opinnäytetyön haastatteluista kävi ilmi, että LUOTUO-hankeessa opiskelijoita käytettiin lähinnä pilotointeihin ja tuotetestauksiin, eikä niinkään paljon itse kehitte-lyyn. Se on hyvin harmillista, sillä opiskelijoilla on yleensä paljon ideoita ja potentiaalia ideoiden implementointiin palvelualan yrityksissä. Kuitenkin heikkona kohtana ideoiden implementoinnissa ovat matkailun ja liiketalouden opiskelijoiden rajoitetut taidot teknisessä kehittämissä. Opiskelijoista saatavan hyödyn palveluiden tuotteistamisessa oli voinut nähdä selvästi Mikkelin ammattikorkeakoulun järjestämässä ”HackTheMeal”-tapahtumassa, jossa oli mukana tradenomeja, restonomeja ja insinöörejä tuotteistamassa kouluravintolan palveluita ”fiksummiksi” ja asiakaslähtöisemmiksi. Tapahtumassa laajasti esitettiin erilaisia kehityskonsepteja hyvinvointiteknologian avulla, joita ajettiin myös LUOTUO-hankeessakin. Tämän tapahtuman onnistumisen varmisti mm. eri alojen opiskelijoiden yhteistyö, sillä eri alojen opiskelijat hajautettiin tasaisesti joukkueisiin. Luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten tuotteistaminen on yksi niistä kehittämisen osa-alueista johon voivat osallistua muidenkin alojen opiskelijat matkailun opiskelijoiden lisäksi. Teknologian läsnäolo kaikkialla osoittaa sen, että hyvinvointimatkailun tuotteistamisessa myös kaivataan kipeästi mm. IT-osaajien työpanosta. Näin ollen olisi hyvä erilaisten hankkeiden yhteyteen saada IT-insinööritkin mukaan palvelukonseptien kehittämiseen.

Lähtökohtana erilaisten työpajojen ja foorumeiden hyödyntämisellä luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamisessa oli havainto siitä, että mm. Hackathon-tapahtumat voisivat abstraktisten kehityksaiheiden sijasta keskittyä hyvin

kapeiden ja konkreettisten ongelmien ratkaisuun. Näin ollen toiminta olisi hyvin suunniteltua, sillä usein opiskelijat saivat liian vapaat kädet näissä tapahtumissa ja se oli johtanut konseptien kehittelyyn, jotka monesti jäivät kokonaan prototyyppivaiheeseen, sillä mikään taho ei ollut kiinnostunut teknologian implementoinnista. Hyvin suunniteltu asia on yleensä puoliksi tehty ja se pätee ennen kaikkea opiskelijatyöpajojenkin suunnittelussa. Lisäksi Hackathoneissa oli yleensä vain IT-alan insinöörejä suurimmalta osin ja Etelä-Savon alueen oppilaitosten pitäisi tavoittaa mm. matkailun ja liiketaloudenkin opiskelijat tähän suunnitteluun. Idean toimivuuden osoitti Mikkelin ammattikorkeakoulun järjestämä Hackathon, joka kulki nimellä ”HackTheMeal”. Tässä tapahtumassa joukkueet rakennettiin niin, että yhdessä joukkueessa sai olla maksimissaan 3 insinööriä ja muiden jäsenten piti olla toisten alojen edustajia. Tällaiset monitaustaiset joukkueet saivat edellisiin Hackathoneihin verrattuna enemmän toimivia konsepteja aikaiseksi ja liiketalouden sekä matkailun alan opiskelijat saivat kokemusta hyvinvointiteknologian rakentamisesta.

”HackTheMeal”-tapahtumaa edeltäneessä Hackathonissa ideoidut konseptit jäivät prototyyppivaiheisiin. Kuitenkin jos aiheeksi olisi annettu lista Etelä-Savon alueen matkailuyrityksistä ja niiden tuotetarjonnasta sekä tavoitteeksi asetettu luonnon hyvinvointivaikutuksia tukevien sovellusten suunnittelun heille, niin jopa kahden päivän mittaisen työpaja-työskentelyn jälkeen Etelä-Savon yrityksille saattaisi olla tarjolla kaksi tai kolme hyödyllistä sovellusta joilla voisi avata enemmän alueen luonnon ominaisuuksia. Näin hyödyllisten konseptien suunnittelun jälkeen nämä suunnitelmat eivät jäisi prototyyppivaiheeseen, koska ideoilla olisi selvästi konkreettiset tilaajat eli mm. alueen matkailuyritykset jotka olisivat kiinnostuneita tällaisen teknologian eteenpäin viemisestä. LUOTUO-hankkeessa puhuttiin hyvinvointiteknologian implementoinnista, johon kuuluisi laitteita ja/tai ohjelmistoja, joilla yritys voisi todentaa toimintaympäristönsä laatua viestiäkseen siitä asiakkaalle. LUOTUO-hankkeen ideologia tukee tällaisen yhteistyökonseptin, jonka tuloksena olisi alueen yritysten palveluja tukevien sovellusten rakentaminen, minkä lisäksi yritykset olisivat varmasti kiinnostuneita tästä kehityssuunnasta.

Yksi mahdollisista opinnäytetyön jatkotutkimusaiheista voisi olla ”Hyvinvointiteknologian implementointi hyvinvointimatkailun sektorissa ja sen vaikutus alaan”. Tällainen markkinatutkimus voisi olla kohdistunut Etelä-Savoon ja se

edistäisi alueen kehitystä ja antaisi suuntaviivoja suomalaisille hyvinvointimatkailun yrittäjille. Tässä opinnäytetyössä ovat hyvin näkyvissä yrittäjien tarpeet ja visiot, siksi tälle pohjalle on hyvä rakentaa käytännön tutkimusta hyvinvointiteknologian implementoinnista.

LUOTUO-hankkeen arvioinnin tuloksena syntyneet kehitysajatukset koottiin tiivistettyinä Taulukkoon 2, joka löytyy opinnäytetyön liitteestä 4. Kehitysajatus-ten lisäksi taulukossa listataan konkreettisemmat toimet, joilla olisi mahdollista saada kehitystä aikaiseksi. Tämä taulukko rakennettiin lähinnä sitä varten, että opinnäytetyön tilaaja voisi helpommin hahmottaa ja ottaa käyttöönsä nämä kehitysvaiheet.

6.5 Johtopäätökset

Kyseisen tutkimuksen tuloksia yhteydessä LUOTUO-hankkeen omiin tuloksiin voidaan hyödyntää Etelä-Savon matkailustrategian eteenpäin viemisessä konkreettisen tuotetarjonnan tasolle. Pitkällä aikavälillä hankkeesta saatu tieto luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksista sekä tämän tiedon ja osaamisen kysyntä markkinoilla ja kasvaneet kehittämismahdollisuudet vaikuttavat positiivisella tavalla uusien sisältöjen rakentamiseen Etelä-Savon yrityksissä. Tämä edistää myös Etelä-Savon profiloitumista maakuntana hyvinvoinnissa sekä kestävässä kehityksessä.

Opinnäytetyö antoi hankkeen aikaansaadulle kehitykselle tiivistetyn ja johdonmukaisesti esitetyn muodon. Tutkimuksen sujuvuuden ja loogisen tekstin jäsentelyn oli taannut systemaattinen ja johdonmukainen luonnos. Tutkimus oli perustui tutkimuksen yhteydessä tehtyyn sisältö- ja rakennesuunnitelmaan. Myöhemmässä vaiheessa tehtiin hienosäätöjä, kuten aukkojen täydentämistä sekä puutteiden korjauksia ja karsimisia.

Laadullisen tutkimuksen raportoinnissa oli hyvä pitää mielessä koko ajan tutkimuksen päätarkoituksen, joka oli haastateltavien mielipiteiden mahdollisimman realistinen ymmärtäminen ja heijastaminen tutkimuksessa. Siinä oli hyvä seurata loogista esitysjärjestystä ja omaa henkilökohtaista esitystapaa. Tutkimuksen sisällön voidaan jakaa suurin piirtein neljään eri osaan, jotka perustu-

vat teoriaan luonnon hyvinvointivaikutuksista ja tutkimusmenetelmistä, aikaisempiin tietoihin LUOTUO-hankkeesta ja sen tutkimustuloksista sekä omiin tutkimustuloksiin ja niiden analyysiin. Kaikki opinnäytetyön neljä osa-aluetta ovat hyvin toteutettuja ja ovat oikealla tavalla sidoksissa toisiinsa muodostaen loogisen kokonaisuuden. (Eskola & Suoranta 1998.)

6.5.1 Tutkimuksen oma arvio

Hyvinvointimatkailu on tehokkaasti kasvava, mutta myös äkillisesti muuttuva sektori. Asiakkaiden tarpeet pystyvät muuttumaan nopeasti ja kohderyhmien löytäminen on alalla erittäin tärkeää. Kilpailu hyvinvointimatkailussa on kovaa niin kansainvälisellä, kuin kotimaisellakin tasolla. Yritysten epävarmuutta lisää muuttuva lainsäädäntö, mm. 2016 vuonna tehdyt sosiaali- ja terveydenhuollon palvelurakennemuutokset saattavat vaikuttaa joidenkin hyvinvointituotteita tarjoavien yritysten palvelujen muotoon ja kannattavuuteen. Sosiaali- ja terveyspalvelujen turvaamisesta ja terveyskeskusten muuttumisesta hyvinvointikeskuksiksi puhuttiin jatkuvasti, myös LUOTUO-hankkeen yrityksissäkin. (Korpelainen 2016.)

Tästä syystä selvitys yrittäjien mielipiteistä ja kehitysjatoksista oli tärkeä alueen hyvinvointimatkailun sektorin kannalta. Tutkimuksen mielipiteitä pitäisi analysoida ja seuraavia kehityshankkeita suunniteltaessa niitä on otettava huomioon, sillä yrittäjät tietävät parhaiten alueen kohderyhmistä ja mahdollisuuksista sekä monesti heidän visionsa on hyvin hyödyllinen nopeasti muuttuvassa matkailun maailmassa.

6.5.2 Hankkeen kohtaamat ongelmat

LUOTUO-hanke kohtasi haasteita suunnitteluvaiheessa. Isoimpia hankkeen määrittelemiä riskejä olivat yritysten mahdollinen riittämätön sitoutuminen ja se riski, että palvelumuotoilussa ei olisi vaikeaa houkutella mukaan tarpeeksi asiakkaita tai potentiaalisia asiakkaita. Riskinä oli alussa myös se, että palveluaihioihin tarvittavien laitteiden tai tiedonhankinnan hinta olisi yrityksille liian iso. Hankkeen järjestämisen yhteydessä hankkeen toimijat pohtivat sitäkin, että ylipäättään löytyykö joidenkin yritysten palvelukonseptiin sopivia kohderyhmiä, jotka olisivat kiinnostuneita luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksista.

LUOTUO-hanke ylitti hyvin nämä haasteet ja opinnäytetyön tutkimusarviointi osoittaa sen.

6.5.3 Oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyön tekemisen myötä sain hyvin paljon tietoa luonnon hyvinvointi- ja terveysvaikutuksista, hyvinvointimatkailusta ja palvelujen tuotteistamisesta. Olen ollut aina kiinnostunut hyvinvointimatkailusta ja sen soveltamisen mahdollisuuksista Suomen luontoon. Tutustuminen näin yksityiskohtaisesti LUOTUO-hankkeeseen oli erittäin hyödyllistä saadun kokemuksen kannalta. Tutkimuksen aikana tuli varmuutta siitä, että haluaisin työskennellä tällä alalla. Lisäksi opinnäytetyön laatimisen yhteydessä kävin tutustumassa Hackathon-tapahtumiin, jotka antoivat minulle aivan uudenlaiset mahdollisuudet ja matkailun kehitysperspektiivit. Asenteestani tuli itsevarmempi ja innovatiivisempi. Tutustuminen yrityksiin ja heidän liiketoimintaan tarjosi arvokasta käytännön tietoa yrityksen pyörittämisestä ja liiketoimintasuunnittelun haasteista. Haastattelujen myötä kasvatin pätevyyttäni viestinnässä ja ihmisten kohtaamisessa. Tutkimuksen haastattelut olivat ainutlaatuinen kokemus tutustua haastattelu- tutkimuksen teon eri tekniikkoihin ja saada itsevarmuutta asiantuntijoiden kohtaamisessa. Toisin sanoen osaamiseni laajeni ammatillisesti opinnäytetyön aikana. Monelta LUOTUO-hankkeen yrittäjältä tuli positiivista palautetta tekemistäni haastatteluista ja keräämästäni aineistosta.

LÄHTEET

Arviointityökaluja 2016. SOSTE. WWW-dokumentti. <http://www.soste.fi/elinvoimaiset-jarjestot/kehittaminen-ja-arviointi-jarjestoissa/arviointityokaluja-3.html>. Ei päivytystietoa. Luettu 25. 9.2016

Eskola, Jari & Suoranta, Juha 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Haastattelu 2016. Jyväskylän Yliopisto. WWW-dokumentti. <http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/haastattelu/lu.html>. Ei päivytystietoa. Luettu 26.9.2016

Haastatteluun perustuvan tutkimuksen suorittaminen 2007. Virtuaali ammattikorkeakoulu. WWW-dokumentti. <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-sot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289380312/1194290540422.html>. Päivitetty 13.11.2007. Luettu 26.9.2016

Hirsijärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2009. Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Häkkinen, Kiti & Ferjani, Cene 2015. FINRELAX-konsepti. VisitFinland. <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat/hyvinvointimatkailu/finrelax-konsepti/> . Päivitetty 23.11.2015. Luettu 23.9.2016

Järventausta, Hanna, Moisala, Markku & Toivakka, Sari 1999. Tutkimalla oppii. Porvoo: WSOY.

Järviluoma, Jari (toim.) & Saarinen, Jarkko 2002. Luonto matkailukohteena: virkistystä ja elämyksiä luonnosta. Rovaniemi: Metsäntutkimuslaitos.

Korpelainen, Vesa. Sote-uudistus: Terveyskeskuksesta hyvinvointikeskus – vaiko osa hyvinvointikeskusta? Pohjois-Karjalan kansanterveyden keskus. <http://www.kansanterveys.info/sote-uudistus-terveyskeskuksesta-hyvinvointikeskus-vaiko-osa-hyvinvointikeskusta/>. Luettu 14.10.2016

Kortela, Anne 2015. Hyvinvointimatkailun suosio kasvaa. Turun Sanomat. WWW-dokumentti. <http://hyvinvointi.ts.fi/elama/hyvinvointimatkailun-suosio-kasvaa/> . Päivitetty 9.10.2015. Luettu 23.9.2016

Kuuluvainen, Viljo 2016. Sähköpostikeskustelu 12.9.2016- 23.9.2016. Projekti-päällikkö. MAMK.

Luonnon hyvinvointivaikutukset. Lunnanvarakeskus. WWW-dokumentti. <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/virkistyskaytto/luonnon-hyvinvointivaikutukset/>. Ei päivytystietoa. Luettu 29.9.2016

Luonnosta terveyttä, hyvinvointia ja liiketoimintaa. Sitra. WWW-dokumentti. <http://www.sitra.fi/hyvinvointi/luonto-ja-terveys>. Ei päivytystietoa. Luettu 29.9.2016

Pak, Jennifer 2015. Chinese buy up bottles of fresh air from Canada. The Telegraph. <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/asia/china/12051354/Chinese-buy-up-bottles-of-fresh-air-from-Canada.html>. Päivitetty 15.12.2015. Luettu 5.10.2016

Partanen, Veli-Matti 2016. Muutosten tuulet puhaltavat sote-palveluissa. Vihreä Tuuma. <http://www.vihreatuuma.fi/muutosten-tuulet-puhaltavat-sote-palveluissa/>. Päivitetty 12.9.2016. Luettu 2.10.2016

Puolistrukturoitu haastattelu 2016. Virsta. WWW-dokumentti. <https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/02/>. Ei päivitystietoa. Luettu 26.9.2016

Saaranen-Kauppinen Anita & Puusniekka Anna 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. WWW-dokumentti, http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html. Ei päivitystietoa. Luettu 25.9.2016

Luonnon hyvinvointivaikutusten taloudellinen merkitys 2013. Sitra. WWW-dokumentti. https://www.sitra.fi/julkaisut/muut/Luonnon_hyvinvointivaikutusten_taloudellinen_merkitys.pdf. Ei päivitystietoa. Luettu 1.10.2016

Suutari, Milla 2014. KÖYHIEN NAISTEN OIKEUS OMIIN TULOIHIN JA RUOKATURVAAN. Mikkelin ammattikorkeakoulu. <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/84349/OPINNAYTEKAMERUN.pdf?sequence=1>. Päivitetty 27.11.2014. Luettu 1.9.2016

TUOTESUOSITUKSET AUTTAVAT KANSAINVÄLISILLE MARKKINOILLE TÄHTÄÄVIÄ YRITYKSIÄ 2016. VisitFinland.WWW-dokumentti. <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat/kesaaktiviteetit-outdoors-finland/tuotesuositukset/>. Päivitetty 11.3.2016. Luettu 30.9.2016

Vientikelpoisuuden kriteerit 2016.Visit Finland. http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/05/MEK_Vientikelpoisuus.pdf. Ei päivitystietoa. Luettu 29.9.2016

Wellness tourism is a growth opportunity worldwide 2013. SRI International. WWW-dokumentti. <https://www.sri.com/blog/wellness-tourism-growth-opportunity-worldwide> . Päivitetty 20.11.2013. Luettu 23.9.2016

Vaikut- tava te- kijä	Vaikutus	Tulos	Lähde
Viheralueet	Metsän läheisyys kasvatti kiin- teistöjen arvoa	Noin 19–35 %	<i>Thorsnes 2002</i>
Viheralueet	Fyysisen aktiivisuuden kasvami- nen sekä toimettomuuden lasku	Liikkuminen kolme kertaa todennäköisempää viheralu- eiden lähetyillä. Todennäköisyys liikkumatto- muuteen pienentyi noin 40 %.	<i>Ellaway ym. 2005</i>
Viheralueet	Fyysisen aktiivisuuden kasvami- nen	Viheralueiden läheisyys nosti kahdenkertaisesti to- dennäköisyyden suositellun fyysisen aktiivisuuden saa- vuttamisessa.	<i>Brownson ym. 2001</i>
Raken- nettu ympä- ristö	Fyysisen aktiivisuuden kasvu	Nebraskassa selvitettiin, että dollarin sijoitus kevyen lii- kenteen väyliin saavuttaa noin kolmen dollarin säästöt terveydenhuoltokustannuk- sissa.	<i>Active Liv- ing Re- search</i>
Raken- nettu ympä- ristö	Fyysisen aktiivisuuden kasvu	Hyvien kävelyteiden lähei- syys asuntoon nähden kas- vatti ihmisten 30 min päivit- täisen liikkumisen todennä- köisyyden 47 % verrattuna niihin, jotka eivät asu kävely- teiden läheisyydessä.	<i>Active Liv- ing Re- search</i>

Viheralueet	Vihreiden alueiden efekti hyvinvointiin positiivinen	Alueilla, joilla oli 90 % kasvillisuutta 10,2 % tutkimukseen osallistuneista kertoi olevansa epäterve. Alueilla, joilla oli 10 % kasvillisuutta, 15,5 % kertoi olevansa epäterve.	<i>Greenspace Scotland 2007</i>
Viheralueet	Viheralueiden lähellä asuvat (max 1 maili) kävivät viheralueilla neljä kertaa todennäköisemmin ja olivat aktiivisempia liikkueessaan	38 % enemmän liikuntaa	<i>Greenspace Scotland 2007</i>
Viheralueet	Laskeneet mielenterveydenhoitokustannukset, silloin kun asuttiin 3km etäisyydellä puistoalueista	£280 /henkilö	<i>Forestry Commission Scotland 2007, Greenspace Scotland's Financial Proxies</i>
Pyöräily	Pyörätieinvestointien avulla kaksinkertaistettu pyöräily 2025 mennessä tuottaisi terveyssäästöjä	80 milj. € terveyssäästöt	<i>Helsingin kaupungin suunnitteluvirasto 2013</i>

Haastattelukysymykset:

Tämän haastattelurungon ensisijaisena tarkoituksena oli strukturoida haastatteluni ja se oli toiminut opinnäytetyössäni pelkästään omana työkaluna. Haastatteluiden aikana kysyin myös täydentäviä kysymyksiä pääkysymykseen liittyen riippuen haastateltavan perusteluvastauksesta. Näin olin saanut laajemmat ja yksiselitteisimmät vastaukset eri evaluointikohdista. Tulevaisuuteen ja kehitykseen liittyvät kysymykset ovat merkattu punaisella. Nämä kysymykset ovat myös koottu viimeisessä osiossa yhteen.

Alkukysymykset ja yrityksen omat odotukset ja panostus hankkeeseen:

1. Mitä tavoitteita asetitte itsellenne LUOTUO-hankkeen suhteen? Miten hanke vastasi itse asettamiinne tavoitteisiin?
2. Miten aktiivisesti yritys on osallistunut LUOTUO-hankkeen tilaisuuksiin ja kehitystyöhön tähän mennessä, Mitä tavoitteita asetitte itsellenne LUOTUO-hankkeen suhteen? Miten hanke vastasi omiin asettamiinne tavoitteisiin?
 - (oma mielipide, monta tuntia on käytetty ja kuinka moneen hankkeen osioon tai tilaisuuteen on osallistuttu)
3. Kuinka tietoisia olette LUOTUO-hankkeen tavoitteista?
 - (lyhyesti vaan, miten ymmärretään projektin ideologian)

Osaamisen lisääminen ja siihen liittyvien tavoitteiden toteutuminen:

4. Koetteko osaamisenne ja tietämyksenne luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksista kasvaneen hankkeen myötä?
5. Onko tietämyksenne hyvinvointimatkailun potentiaalisista asiakassegmenteistä kasvanut hankkeen myötä?
 - Kansainvälisillä markkinoilla?
6. Miten näkemyksenne hyvinvointimatkailun kohderyhmistä on muuttunut hankkeen aikana?
 - Miten olette segmentoineet asiakaskuntanne hankkeen aikana?

7. Mitkä osaamisen lisäämiseen tähdänneet hankkeen toimenpiteet olivat hyödyllisimmät?
 - Esim. seminaarit, aiheeseen liittyvät työpajat/tapahtumat, Itä-Suomen yliopiston tekemä kysyntäkartoitusraportti, hankkeen tekemä benchmarking-katsaus, kooste hyvinvointivaikutuksiin liittyvästä tutkimustiedosta, blogijulkaisut (kaksi isompaa julkaisua vielä tulossa hankkeen loppuvaiheessa)
 - Mitä konkreettisia tietoja ja jälkiajatuksia niistä tuli?
 - Mihin niistä jatkossa tulisi kiinnittää huomiota?

8. Kertokaa teidän tietämyksestänne, jota olette saaneet luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutusten indikaattoreiden sekä mittaus- ja arviointitapojen soveltamisesta?
 - Minkälaisia hyvinvointivaikutusten indikaattoreita ja mittaustapoja käytitte omissa matkailutuotteissa?

9. Miten pilotointeihin osallistuvat asiakkaat kokevat ja/tai kuinka hyvin he tunnistavat tuoteaihioiden terveys- ja hyvinvointivaikutuksia?
 - (yrityksen omia havaintoja sekä mahdolliset asiakaspalautteet)

Palvelumuotoiluprosessi ja sen tavoitteiden toteutuminen:

10. Kuinka hyvin hanke oli johdettu? Hyödyllisimmät lähestymistavat?
 - Eli työpajat, sparraukset, testaukset, yhteistyö projektipäällikön kanssa? Mitkä osa-alueet olivat enemmän ja mitkä vähemmän hyödyllisiä palvelumuotoilussa?
 - Mitä informaation saamiskanavia voisi tulevaisuudessa kehittää? (esim. Henkilökohtainen tapaaminen projektipäällikön kanssa, seminaari, blogi jne.)

11. Kertokaa konkreettisista tuoteaihioista, joita olette rakentaneet hankkeen yhteydessä?
 - Kertokaa myös kuinka paljon aikaa ja panosta käytitte näiden palvelukonseptien tuotteistamiseen?

12. Miten palveluaihioita kehitettiin ja mihin fokusoitiin palvelumuotoiluprosessissa?
 - Kertokaa laajemmin kehitysprosessista.

13. Miten hyödynsitte hyvinvointiteknologiaa ja sosiaalista mediaa osana uusia tuotteita?
 - Mitä hyvinvointiteknologioita olisitte halukkaita käyttämään tulevaisuudessa ja mitä sosiaalisen median kanavia haluaisitte tehostaa?

14. Miten yritys aikoo konkreettisesti viedä nyt kehitettyjä palveluaihioita eteenpäin?
- Aikooko se panostaa hyvinvointimatkailupalveluiden kehittämiseen jatkossa?
 - Mitkä ovat yrityksen näkökulmasta oleellisia kehittämiskohteita hyvinvointimatkailuun liittyen?
 - Millainen kehittämistyö hyödyttäisi jatkossa hankkeen yritystä parhaiten?
15. Miten todennäköiseksi arvioitte, että pidemmällä aikavälillä hankkeessa kehitetyistä tuoteaihioista syntyy uusia myytäviä tuotteita kansainvälisille markkinoille?
16. Millaisia tuotteita ylipäättään saattaa tulevaisuudessa muokkautua?
- Minkälaisen tuoteaihion olisitte kiinnostuneita rakentamaan tulevaisuudessa?

Yhteistyö hankkeessa mukana olevien organisaatioiden välillä:

17. Aiotteko jatkaa yhteistyötä hankkeen yritysten ja muiden toimijoiden kanssa, haluatteko mahdollisesti laajentaa kehittämänne palvelua/palveluja tai investoida enemmän yhteisprojekteihin?
18. Mitä yhdisti hankkeen yrittäjiä?
19. Minkälaisena te näette luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamisen tulevaisuudessa Etelä-Savon alueella, ja kuinka paljon potentiaalia alueella on teidän mielestänne?
20. Kuinka hyvin yhteistyö oli onnistunut LUOTUO-hankkeessa mukana olleiden osapuolten kanssa?
- Projektipäällikkö
 - Hankkeessa mukana olleet yritykset
 - Mikkelin ammattikorkeakoulun opiskelijat
 - Mikkelin ammattikorkeakoulun opettajat
 - Miten kommunikointia ja näin ollen yhteistyötä organisaatioiden välillä voisi parantaa?
 - Kuinka tärkeä oli yhteistyö LUOTUO-hankkeen etenemiselle?
21. Kuinka hyvin koette saaneenne vastinetta hankkeeseen laittamallenne rahalliselle ja ajalliselle panokselle?

(Kehittämiskysymykset yhteen koottuna:)

- Mitä osaamisen lisäämisen toimenpiteitä ja informaation saamiskanavia voisi tulevaisuudessa kehittää? (esim. Henkilökohtainen tapaaminen projektipäällikön kanssa, seminaari, blogi jne.)
- Mitkä palvelumuotoilun johtamisen/mentoroinnin osa-alueista tulevaisuudessa voisi kehittää ja miten? (työpajat, sparraukset, testaukset, yhteistyö projektipäällikön kanssa)
- Mitä hyvinvointiteknologioita olisitte halukkaita käyttämään tulevaisuudessa sekä mitä sosiaalisen median kanavia haluaisitte tehostaa?
- Minkälaisen tuoteaihion olisitte kiinnostuneita rakentamaan tulevaisuudessa?
- Aiotteko jatkaa yhteistyötä hankkeen yritysten ja muiden toimijoiden kanssa, haluatteko mahdollisesti laajentaa kehittämänne palvelua/palveluja tai investoida enemmän yhteisprojekteihin?
- Millaisten yritysten arvioitte tulevaisuudessa lähtevän tähän luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamislinjalle?
- Miten kommunikointia ja näin ollen yhteistyötä organisaatioiden välillä voisi parantaa?
- Millaiset ovat yrityksen kokonaisvisiot tulevaisuudessa liiketoimintaan liittyen?
- Millaisena näette yrityksenne potentiaalin markkinoilla sekä hankkeen ansiosta muodostetun yhteistyöverkoston hyödyllisyyden kilpailukykyisyyden lisäämisessä?

Tärkeimmät kohdat	
<p>Aihe 1</p> <p>Yritysten omat odotukset ja panostus hankkeeseen</p>	<p>Pääsyytä yritysten mukaan lähtemiselle LUOTUO-hankkeeseen olivat omien vahvuuksien kuten sijainnin ja ympäröivän luonnon tuotteistamisen parantaminen, sekä uusien tietojen saaminen ja sidosten vahvistaminen kansainvälisiin kohderyhmiin. Hankkeesta haettiin lähinnä koordinoitua ja apua omien tavoitteiden systematisointiin. Yksi yleisesti mainituista syistä mukaan lähtemiselle oli alueen muidenkin yritysten mukaan lähtö ja verkostoitumisen tavoittelu.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimustuloksen mukaan kaikkien yritysten aktiivisuuden ja työpanoksen luokiteltiin tyydyttäväksi, yhtä yritystä lukuun ottamatta, joka jättäytyi hankkeesta. Toisella yrityksellä oli rakenteellisia muutoksia ja se oli hieman vaikuttanut kokonaistietoisuuteen, mutta tästä huolimatta yritys oli silti aktiivinen hankkeen toiminnassa.</p> <p>Kuudella yrityksellä oli muodostunut hankkeen aikana vähintään yksi konkreettinen tuoteaihio, jota integroitiin yrityksen toimintaan ja se on hyvin positiivinen tulos kehityshankkeelta. Yksi yritys jättäytyi hankkeesta, joten hänen rakennettua tuoteaihiota ei laskettu mukaan.</p> <p>Resurssien kannalta hankkeeseen osallistumiseen vaikuttivat eniten henkilöstöresurssit ja aikaresurssit. Kuitenkin kahden yrityksen mukaan myös taloudelliset rajoitukset tulivat muutaman kerran vastaan.</p>
<p>Aihe 2</p> <p>Osaamisen lisääminen ja siihen liittyvien</p>	<p>Yksi yritys kertoi, että mitään uutta tietoa ei tilaisuuksissa tullut ja tietämys ei kasvanut merkittävästi hankkeen teoreettisten tilaisuuksien aikana. Yksi yritys kertoi saaneensa hyvin vähän uutta tietoa. Muut viisi yritystä sano-</p>

<p>tavoitteiden toteutuminen</p>	<p>vat hyötyneensä tiedonsaannista hankkeessa ja saaneensa uutta tietoa. Kuitenkin kaikki hankkeen yritykset totesivat jossain määrin hyötyneensä hankkeen tilaisuuksista saadusta tiedosta.</p> <p>Yritysten mukaan tieto hankkeessa kasvoi johdonmukaisesti ja kasvun aikana tuli uusia parametreja erityisesti mittaamiseen ja sosiaalisen median hyödyntämiseen liittyen. Luennot antoivat uutta tietoa luonnon fyysisestä, sosiaalisesta ja psykologisesta vaikutuksesta ihmiseen.</p> <p>Yritysten saama tieto kohderyhmistä oli hyödyllistä, mutta suurimmalla osalla yrityksistä oli jo valmiiksi selvät määritellyt kohderyhmät, joten hanke ei vaikuttanut kovin paljon uusien segmenttien löytämiseen. Kuitenkin hankkeen aikana yritysten vanhojen kohderyhmien sidokset vahvistuivat.</p> <p>Käytännön oppimisen menetelmät kuten työpajat ja pilotoinnit olivat yritysten keskuudessa suosituimpia tapoja saada uutta tietoa hankkeessa, mutta kuitenkin seminaarit koettiin laajemmiksi ja peruspohjaa antaviksi.</p>
<p>Aihe 3 Palvelumuotoiluprosessi ja tavoitteiden toteutuminen</p>	<p>Palvelumuotoiluprosessin kannalta olivat erittäin tärkeitä työpajat. Jokainen yritys mainitsi niiden vaikutuksesta tuotteistamiseen ja konkreettisten tulosten saantiin liittyen. Yrityskohtaiset tapaamiset olivat hankkeen yrityksille myös tehokkaita keinoja tarttua kiinni omasta tuoteaihiosta hyödyntämällä asiantuntijoiden mielipiteitä.</p> <p>Kaikki yritykset antoivat lisäksi hyvää palautetta projektipäälliköstä ja hänen osallistumisestaan palvelumuotoiluprosessiin. Hän oli mukana tuotekehittelyssä ja tuotteiden testauksissa sekä tarvittaessa häntä oli helppo kontaktoida. Projektipäällikön yhteydenotot ja henkilökohtainen</p>

	<p>apu tuoteaihioiden rakentamisessa olivat hyvin merkityksellisiä joillekin yrityksille sekä monet yritykset korostivat mielenkiintoisen teknologiaosuuden.</p> <p>Palvelumuotoilun aikana yrityksissä mietittiin erilaisia kohderyhmiä ja jossain määrin tutkittiin sitäkin, mitä haluttiin kohderyhmiltä ja miten niitä pitäisi lähestyä. Palvelumuotoilun johtamiseen olivat tyytyväisiä kaikki yritykset, yhtä lukuun ottamatta. Tämä yritys kertoi, että lähestymistapa palvelumuotoilussa oli liian teoreettinen ja suunnitteleva, silloin kun yritys olisi kaivannut vähän nopeampaa ja tehokkaampaa tahtia.</p> <p>Tuotekehittelyssä saatiin aikaiseksi hyvät välit yritysten kesken ja yhteisten tuoteaihioiden rakentaminen paransi jonkin verran yritysten keskeistä luottamusta. Tämä heijastui myös yritysten tulevaisuuden visioihin. Jokainen yritys sanoi jatkavansa mahdollista yhteistyötä palveluaihioiden rakentamisessa hankkeen yritysten kanssa.</p>
<p>Aihe 4 Yhteistyö hankkeen toimijoiden välillä</p>	<p>Yhteistyön teemassa kaikki haastatellut henkilöt olivat sitä mieltä, että hankkeen eri toimijat tekivät hyvää yhteistyötä keskenään. Melkein kaikki yritykset olivat aktiivisia LUOTUO-hankkeen ohella muissakin yhteistyöverkostoissa ja muutaman yrityksen mukaan eri verkostot tukivat toisiaan ja varmistivat hyödyllisen tiedon liikkumisen.</p> <p>Muutaman yrityksen mukaan yksi yhteistyötä vaikeuttavista seikoista oli yritysten eri painottuneisuus mm. toisilla se oli Mikkeli ja toisilla Savonlinna. Kahden yrityksen mukaan isojen organisaatioiden kohteille ja pienempien yritysten yksiköille yhteisten sävelten löytäminen ja tuotekehityksen järjestäminen olivat haasteellisia. Kuitenkin palautteen perusteella Etelä-Savon alueen isot yritykset tarvitsivat pieniä ja samoin toisinpäin.</p>

	<p>Muutama yritys korosti erinomaisen ryhmäjaon työpaikoissa, joissa yhdistettiin erilaisia yrityksiä ryhmiin, kuten pieniä ja isoja sekä nuorempia ja kokeneempia toimijoita yhteen. Yritysten erilaisuus oli hyvin palkitseva työskentelyn ja ideoinnin kannalta.</p> <p>Yritykset auttoivat toisiaan ja yritysten keskeinen vastuunjako eri hankkeen tilaisuuksissa toimi hyvin. Yhteistyö opiskelijoiden ja opettajien kanssa jäi kuitenkin hyvin niukaksi ja heistä oli apua lähinnä tuotetestauksissa ja pilotointiryhmissä. Puutteellisten aikaresurssien ja henkilöstöresurssien takia monet yritykset toivoivat jonkinlaista apua hankkeelta, esimerkiksi opiskelijoiden kytkemistä toimintaan mukaan mm. tuotesuunnitteluun.</p>
<p>Aihe 5 Kehittämisajatukset</p>	<p>Monet yritykset toivoivat, että vastaavanlaisissa hankkeissa lisättäisiin käytännönläheisempää lähestymistapaa sekä kentällä oppimista.</p> <p>Erään yrittäjän mukaan niukkojen resurssien ongelman voisi ratkaista rakentamalla hankkeen yhteyteen valmiit toimenpide- ja ideointipaketit, joilla edistettäisiin yritysten kilpailukykyisyyttä.</p> <p>Kaksi yritystä toivoi tulevaisuuden hankkeilta laajempaa kartoitusta eri yritysten tarpeista ja lähtökohdista, jotta jatkossa voitaisiin kokonaan eliminoida itsestään selvät asiat mm. seminaareissa.</p> <p>Etelä-Savon alueen yritysten välistä luottamusta on parannettava ja paikkakuntien rajoja ylittävän yhteistyön kehittämisen on vietävä eteenpäin. Lisäksi alueen infrastruktuurissa on kehittämisen varaa matkailijoiden liikkumisen parantamiseksi ja helpottamiseksi.</p>

	<p>Kaikki yrittäjät korostivat Etelä-Savon alueen kehityksen tärkeyden ja sen, että paikallisia markkinoita on kehitettävä erilaisten hankkeiden voimin ja kehitysorganisaatioiden avustuksella sekä yrittäjien yhteistyötä ja verkostoja hyödyntämällä.</p>
--	--

Keskeiset Kehityssuunnat LUOTUO-hankeelle
<p>1. Opiskelijoiden aktiivisuuden lisääminen hyvinvointituotteiden rakentamisessa ja markkinoinnissa.</p>
<p>2. Yrittäjien tukeminen, jotta he säästäisivät omia resurssejaan ja voisivat osallistua aktiivisemmin oman liiketoimintansa kehittämiseen sekä Etelä-Savon alueen markkinoiden kehittämiseen.</p>
<p>3. Eri alojen ammattilaisten yhteistyön lisääminen. Moniosaamisessa on aina potentiaalia ja sitä tarvitaan Etelä-Savon alueen markkinoiden kehittämisessä.</p>
Mahdolliset kehitystoimenpiteet
<p>Eri alojen toimijoiden yhteistyön lisäämisen on aloitettava ennen kaikkea oppilaitoksista. Mikkelin ammattikorkeakoulu (XAMK) voisi kehittää kaikki kolme määriteltyä kehityssuuntaa. Sen pienellä koordinoinnilla voidaan auttaa yrittäjiä parantamaan palveluitaan ja tarjoamaan opiskelijoille arvokasta kokemusta ja osaamisen kasvattamisen mahdollisuutta sekä verkostoitumista alueen toimijoiden ja muiden alojen opiskelijoiden kanssa.</p>
<p>Merkittävä kehityksen osa-alue on teknologinen puoli, joka oli jo kauan hyvin ajankohtaisena monessa hankkeen yrityksessä ja tarvitsee kasvua. Kehitetyt ohjelmistot voisivat liittyä hyvinvointitekologiaan ja ne voisivat olla ennen kaikkea luontoon kytkeytyviä. Kehitetyn teknologian tarkoituksena voisi olla mm. biohakkerointi, näköalapaikkojen löytäminen,</p>

suunnistus, tiedon ja informaation saanti ympäröivästä luonnosta ja paikoista, tai vaikkapa jonkin aktiviteetin tukeminen. Uusien sovellusten rakentamisen lisäksi voidaan käyttää valmiita sovelluksia, benchmarkkaamalla niitä ja räätälöimällä alueen yrityksille sopiviksi.

Etelä-Savon oppilaitoksissa on hyvin osaava ja taitava henkilökunta sekä monet opiskelijat omaavat erittäin hyviä taitoja ja visioita, joita on käytettävä enemmän hyväkseen Etelä-Savon alueen liiketoiminnan kehittämisessä. Opiskelijoita on saatava kehitykseen mukaan erilaisten tapahtumien kautta. Erityisesti insinööriopiskelijoita on saatava luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamiseen mukaan. Eri alojen opiskelijoiden yhteistyötä ja kommunikointia on kehitettävä hyvien tulosten saavuttamiseksi.

Yritysten pitää toimia palveluntarjoajien lisäksi myös eräänlaisina kouluttajina asiakkaille, näyttämällä heille luonnon kaikki puolet ja kertomalla yksityiskohtaisesti heidän saamistaan hyödyistä. Heille on kerrottava kaikista fyysisen, henkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin vaikutuksista, joita he luonnosta saavat.