

Janne Autere

Seikkailukasvatusleiri hyvinvointimatkailutuotteena



Restonomi

Matkailu AMK

Kevät 2017



KAJAANIN
AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tiivistelmä

Tekijä: Autere Janne

Työn nimi: Seikkailukasvatusleiri hyvinvointimatkailutuotteena

Tutkintonimike: Restonomi (AMK), matkailu

Asiasanat: matkailu, seikkailukasvatus, luontomatkailu, hyvinvointimatkailu, leiri, leirikoulu, hyvinvointi, ohjelmapalvelut, kokemus, elämys, seikkailu, elämyspedagogiikka, kokemuksellinen oppiminen, Hossa, Suomussalmi, Ylä-Kainuu.

Tämän luontomatkailun kenttään sijoittuvan toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, tuoko seikkailukasvatuksen metodeihin perustuvan sisällön lisääminen luontomatkailuun hyvinvointiarvoja ja voidaanko elämyspedagogista luontoleiriä pitää hyvinvointimatkailutuotteena.

Lisäksi opinnäytetyössä esitetään tuotekehitysprosessi, jonka tuloksena syntyi seikkailukasvatuksen toimintatapoja sisältävä nuorille tarkoitettu pitkän viikonlopun kestävä kesäleiri Hossan kansallispuistossa. Opinnäytetyössä kerrotaan myös, millä tavalla rakennetaan matkailupalvelukonsepti. Toteutin työn omassa yrityksessäni muun muassa parantaakseni työmahdollisuuksiani restonomiopintojen jälkeen.

Tutkimusongelmat tiivistin seuraaviin kysymyksiin: 1. Voidaanko seikkailukasvatusleiriä pitää hyvinvointimatkailutuotteena?, 2. Millä tavalla toimialojen, esim. sosiaali- ja terveys- sekä matkailutoimialan, raja-aitoja on mahdollista poistaa, niin että yhteistyö palvelee kaikkia toimijoita?, 3. Mikä on oppimisen ja kokemuksen arvo luontomatkailutuotteessa, joka sisältää elämyksiä ja seikkailuja?

Opinnäytetyön alussa kerrotaan omista motiiveistani ja lähtökohdistani aiheen käsittelemiseen sekä matkailualan ammattilaisen että sosiaali- ja terveysalan toimijan näkökulmasta. Työn edetessä pohditaan teoriassa ja käytännössä, mitä on matkailu, millä tavoin hyvinvointimatkailu on muuttunut historian saatossa ja mitkä ovat erityisesti luontomatkailun tulevaisuuden näkymät. Seikkailua, kokemusta ja elämyksen problematiikkaa tuodaan esille teoreettisesti lähdemateriaalia käyttäen, oppimisen näkökulmasta sekä leirille osallistuvan asiakkaan silmin katsottuna.

Opinnäytetyössä esitetään ansaintaan ja hinnoitteluun liittyviä laskelmia kustannuslähtöisesti, käydään lyhyesti läpi nykyisiä matkailumarkkinointitapoja ja avataan turvallisuuteen ja asiakaskokemukseen liittyviä ongelmia omakohtaisiin kokemuksiini perustuen.

Opinnäytetyössä kuvataan asiakkaan ja ohjaajan kokemusmaailmaa leirin aikana blueprinting-tapaa hyväksi käyttäen. Asiakkaan polku perustui aiemmin toteutettuun ja testattuun seikkailuviikonloppu-tuotteeseen Rokuan kansallispuistossa.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi seikkailukasvatuksen toimintatapoihin perustuva kesällä järjestettävä luontoleiri, joka liittyy sekä fyysisen että psyykkisen hyvinvoinnin edistämiseen. Teoriaan ja käytäntöön nojaten voidaan sanoa, että yhteisten luontokokemusten ja reflektion kautta saavutetut positiiviset elämykset tukevat monipuolisesti hyvinvointia, kasvua ja oppimista. Fyysiseen ponnisteluun, omien rajojen löytämiseen, onnistumiseen ja tunteiden ilmaisuun rohkaiseva leiri auttaa leiriläisiä kommunikoinnissa ja ongelmanratkaisussa. Erilaiset persoonat tulevat esille. Leirin lopuksi toteutettava draamallinen kokemusten purku tuo sisältöön uudenlaisen ulottuvuuden muuten toiminnalliselle leirille. Aidossa ympäristössä toteutettu luontoleiri on esimerkki seikkailullisesta hyvinvointimatkailutuotteesta, joka voi edistää oppimista, parantaa osallistujien itsetuntoa ja auttaa siirtämään uusia, positiivisia käyttäytymismalleja arkeen.

Abstract

Author: Autere, Janne

Title of the Publication: Adventure education camp as a wellness tourism product

Degree Title: Bachelor of Hospitality

Keywords: tourism, adventure education, eco-tourism, nature-based tourism, wellness tourism, camp, camp school, wellness, experience, adventure, experiential learning.

The aim of this functional thesis, which is located in the nature tourism field, is to find out whether the addition of the methods based on the contents of adventure education ecotourism welfare values and pedagogical experience of nature camp can be considered as a wellness tourism product.

The thesis was shown in the process of product development, which results a long weekend summer camp with adventure education practice for young people in Hossa national park. The thesis also describes the manner how to build a tourist service concept. The thesis has been implemented in my own company to improve my working opportunities after the Bachelor of Hospitality Management studies, among other things.

The research problems I summarized in the following questions: 1. Can an adventure education camp be a wellness tourism product? 2. In what way can the barriers between branches like social welfare and health and the tourism could be removed so that the cooperation serves all? 3. What is the value of learning and experience in a nature-based tourism product, which contains experiences and adventure?

In the beginning of the work I tell about my own motives for dealing with the topic from a point of view of a tourism professional as well as a health-care and social operator. I explain what is tourism, how the wellness tourism has been changed during the history and which are the prospects of nature tourism in the future. Theory of adventure, experience and experimental issues comes not only from the theoretical source material, but also from the perspective of learning and from the customer's point of view.

The thesis shows the matter of earning by the pricing calculations, a brief review of existing tourism promotions and opens the safety problems and application by the entrepreneur's personal experiences.

The thesis describes clients and instructors experience during the camp by using the blueprinting method. Customers path is based on previous adventure camp tested in Rokua national park during a long weekend.

The thesis resulted in adventure education practices based on the summer nature camp which affects positively both the physical and mental well-being. Based on theory and practice can be said that the group adventures, reflection and positive experiences support the well-being, growth and learning. Physical exertion, finding ones own limits and feelings of success encourages and develops campers' communication and problem solving skills. Different personalities come out. Implemented in a real environment nature, camp is an example of adventurous well-being tourism product, which can result to learning and improve self-esteem in a positive way. Those experiences can be moved to everyday life.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Lähtökohdat opinnäytetyölle.....	3
	Tuotekehitystyö	4
2.1	Yrityksen ja toiminnan esittely	4
2.2	Motiivit seikkailukasvatusleirin toteuttamiseksi	5
2.3	Toiminnallinen opinnäytetyö	6
3	Termit ja käsitteet.....	8
3.1	Matkailu Suomessa.....	8
3.2	Matkailun ohjelmapalvelut	8
	Ohjelmapalveluaktiviteetit.....	10
3.3	Terveysmatkailu	10
	Terveysmatkailun historiaa.....	10
3.4	Hyvinvointimatkailu	12
3.5	Wellness-matkailu	12
3.6	Green Care -hyvinvointimatkailu	15
	3.6.1 Luonnon vaikutukset hyvinvointiin.....	15
	3.6.2 Henkinen hyvinvointi	16
	3.6.3 Luonnon elvyttävät ominaisuudet.....	17
4	Matkailukysynnän tulevaisuuden trendit.....	18
4.1	Elämyskuluttamisesta merkityskuluttamiseen.....	18
4.2	Aitous ja alkuperäisyys	19
4.3	Nuorisomatkailu ja lyhyet kokemukset yleistyvät	20
4.4	Luontomatkailija haluaa ”suuria juttuja”	20
5	Elämyspedagogisia käsitteitä	22
5.1	Kokemus	22
5.2	Kokemuksellinen oppiminen.....	22
5.3	Elämys	23
5.4	Seikkailu.....	25
5.5	Seikkailukasvatus.....	26
5.6	Elämyspedagogiikka	26
5.7	Ulkoilmapedagogiikka (Outdoor Education) ja ympäristökasvatus.....	27
5.8	Sosiaalipedagogiikka.....	27

5.9	Partioliike	28
5.10	Seikkailun portaat.....	28
5.11	Flow-kokemus	29
5.12	Reflektointi eli toiminnan purku.....	29
6	Seikkailukasvatuksen menetelmät – Adventure Programming	31
7	Seikkailukasvatuksen muodot	32
	Kokemus puhuu puolestaan	32
	Seikkailun selittäminen.....	32
	Refleктоiva seikkailu.....	32
	Seikkailun ohjeistaminen.....	33
	Metaforat ja vahvistaminen reflektiolla.....	33
	Seikkailu epäsuorana tai käänteisenä metaforana	33
8	Ohjelmopalvelutoiminnasta seikkailukasvatusta?	34
9	Tuotekehitysprosessi	36
9.1	Draaman kaari -ajattelu	36
9.2	Arvot seikkailukasvatusleirillä	39
	Leiri tuottaa lisäarvoa osallistujalle	39
10	Palvelukonseptin luominen.....	41
10.1	Toimintaympäristön kuvaus.....	41
10.2	Tuote ja kilpailutilanne.....	42
10.3	Laatu	42
10.4	Palvelukonsepti.....	43
	Seitsemän askelta palvelukonseptiin	44
10.5	Asiakasryhmien määrittely	45
10.6	Asiakaslupaus.....	45
10.7	Blueprinting	46
10.8	Tuotteen testaus	48
10.9	Palaute.....	48
11	Palvelun markkinointi ja löydettävyys	49
11.1	Muuttuva markkinointiviestintä	49
11.2	Löydettävyys ja mainemielikuva	50
12	Ansaintalogiikka	52
12.1	Miten tuotetaan palvelu kannattavasti?	52

12.2	Hinnoittelu	52
12.2.1	Esimerkkejä kilpailijoiden hinnoittelemista leirikoulutuotteista	53
12.2.2	Seikkailukasvatusleirin hinnoittelu.....	53
13	Pohdinta.....	55
	Lähteet	59
	Liitteet	

1 Johdanto

Useissa uudemmissa matkailun kehittämisen julkaisuissa matkailutoimijoita kehoitetaan matkailun kasvun ja uudistumisen vuoksi menemään yli perinteisten toimialarajojen. Seikkailukasvatusleiri hyvinvointimatkailutuotteena -opinnäytetyössä esitetään tuotekehitysprosessi, jossa luontomatkailupalveluun tuodaan seikkailukasvatuksellista sisältöä. Seikkailukasvatukseen liittyvät toiminnot tapahtuvat yleensä ulkona, samoin kuin perinteinen luontomatkailu. Työssä vertaillaan nykyaikaisen seikkailuja sisältävän luonto-ohjelmalvelun ja pedagogisia piirteitä sisältävän seikkailukasvatuksellisen tapahtuman välisiä eroja.

Teoreettisena viitekehyksenä ovat seikkailuun ja elämyspedagogiaan liittyvät teoriat ja käsitteet sekä hyvinvointimatkailun kehittyminen ja tulevaisuuden näkymät. Elämyspedagogisessa prosessikuvauksessa käsitellään leirin ohjelmaa, sisältöä ja tapahtumaprosessia. Matkailutuotteen kehittämisosiossa selvennetään seikkailukasvatusleirin tuotteistamista matkailutuotteeksi ja sen eroa normaaliin seikkailumatkailutuotteeseen oppimisen näkökulmasta.

Yksi opinnäytetyön tärkeimmistä kysymyksistä on, miten seikkailukasvatuksen metodeja voi käyttää hyvinvointimatkailutuotteessa. Syventääkö elämyspedagogia luontoelämyksen tunnetta, parantaako se luontomatkailutuotteen laatua sekä tuovatko seikkailukasvatukselliset menetelmät lisäarvoa matkailutuotteeseen? Voidaanko syntyvää tuotetta kutsua hyvinvointimatkailutuotteeksi? Jos tuote on hyvinvointimatkailutuote, millä tavalla se tuottaa hyvinvointia asiakkaalle?

Opinnäytetyön tuloksena syntyy konsepti matkailutuotteesta, jonka näen yhtenä esimerkkinä mm. TEM:n Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025 -julkaisussa peräänkuuluttaman toimialarajoja rikkovan, innovatiivisen ja uudentyypisen matkailutuotteen kehittämisestä (TEM 2017). Yhdysvalloissa seikkailuun ja elämyksiin liittyvä kasvatustoiminta, adventure education, on ilmiö, joka kytkeytyy laajemmin koulutuksen ja yhteisön kehittämisen lisäksi virkistystoimintaan ja terapiaan. Opinnäytetyössä tuotetaan seikkailukasvatuksen metodeihin perustuvan leiriviikonlopun ohjelma draaman kaarta hyväksi käyttäen.

Eurooppalaisessa käsityksessä kasvatusta ja terapiaa mielletään eri toimintamuodoiksi. USA:ssa on useita seikkailukasvatusalan kehittäjiä, jotka ovat alkaneet puhua yhä enem-

män adventure programming -toiminnasta, joka kattaa kaiken seikkailuun liittyvän toiminnan seikkailumatkailusta virkistykseen, kasvatukseen ja seikkailuterapiaan, ulkoilmakoulutukseen sekä eko- ja ympäristökasvatukseen. Ohjaajan roolina on ohjelmoida tarkoituksenmukaisia toimintoja kasvatuksellisten tavoitteiden ja muutosprosessien aikaansaamiseksi erilaisille yksilöille ja yhteisöille. (Karppinen 2005, 42.)

Olen asunut neljä ja puoli vuotta Suomussalmella ja kokemukseni mukaan Ylä-Kainuun alueella on tällä hetkellä erittäin vähän työllistymisen mahdollisuuksia ja työpaikkoja tarjolla. Työ on kehitettävä usein itse, jos Ylä-Kainuuseen haluaa jäädä. Trendi itsensä työllistämiseen tuntuu olevan vallalla koko Suomessa. Opinnäytetyössä kuvattavan kehittämissuunnitelman merkitys on minulle suuri, ja toteutan opinnäytetyön omassa yrityksessäni. Työllistymismahdollisuuksien parantamisen lisäksi opinnäytetyö palvelee mahdollisia jatko-opintoja matkailu- ja kasvatustieteiden aloilla.

2 Lähtökohdat opinnäytetyölle

Tässä luvussa esittelen opinnäytteeni lähtötilanteen. Käyn myös läpi pääkohdat toiminnallisen opinnäytetyön toteutuksesta. Esittelen lisäksi toimeksiantajan, oman yritykseni eli Tmi Janne Autere, aputoiminimi Hikes'n Trails:n yrityksenä sekä tarpeet, joiden pohjalta tuotekehitystyö tehtiin.

Minulla on aiempia seikkailukasvatuksen opintoja Humanistisessa ammattikorkeakoulussa. Opinnäytetyö auttaa arvioimaan omaa osaamistani mm. erityisryhmien ohjaamisessa, kehittämään luonto-oppaan työssä ja kehittämään tiedon hankkimista, käsittelyä ja arviointia kriittisesti ja oppimista tukevalla työskentelytavalla. Lisäksi opinnäytetyön sisällössä korostuvat turvallisuusasiat, erilaiset toimijat asiakkaina, kasvatukselliset näkökohdat, tasa-arvoisuuden ja kestävä kehityksen mukaiset hyvinvointia tukevat palvelut sekä yli toimialarajojen tapahtuva matkailun kehittäminen ja uudenlaisen matkailutuotteen suunnittelu, kokeilu ja arviointi. Elämyspedagogisia menetelmiä on perinteisesti käytetty sosiaalialalla ja humanistisilla aloilla, erityisesti nuorisotyössä ja matkailussa yleisimmin TYKY-toiminnassa.

Sysäys elämyspedagogiikan toimintamuotojen käyttämisestä hyvinvointimatkailun viitekehyksessä tuli talven 2016 aikana oltuani Hyrynsalmen vastaanottokeskuksessa pakolaisohjaajana. Kokemuksena pakolaisohjaajan työ herätti ajatuksia perinteisen retkeilyoppaan ja luontomatkaileuyrittäjän työn olemuksesta elämyksien esittelijänä ja hauskuuttajana, eikä niinkään sisällöntuottajana, ajatusten herättäjänä eikä varsinkaan hyvinvoinnin edesauttajana. Pakolaisohjaajan työ, jossa korostui ensisijaisesti turvapaikanhakijoiden perustarpeiden tyydyttämiseen liittyvät toimet, aiheutti motivaatio-ongelman matkailuliiketoimintaa kohtaan tehtyäni matkailuyrittäjän töitä vuosikautia. Kokemusten tulvassa, joka ryöppysi turvapaikanhakijoiden ja pakolaisohjaajien välisissä keskusteluissa, oppaan työ perinteisessä luontomatkaileubisneksessä ei tuntunut enää sisällöllisesti riittävän merkitykselliseltä. Pakolaisohjaajan työn päätyttyä vastaanottokeskuksen sulkemiseen alkoi henkilökohtainen, sisäinen arvokeskusteluni, jossa jouduin puntaroimaan matkailutyöhön, vapaa-aikaan, perheeseen sekä tulevaisuuden kohtaamiseen liittyviä aiheita. Ilman tätä työkokemusta olisi opinnäytetyön sisältö ja aihekin saattanut olla jokin aivan muu.

Tuotekehitystyö

Tuotekehitystyön taustalla on käytetty Mika Tonderin Ideasta kaupalliseksi palveluksi – Matkailupalvelujen tuotteistaminen -kirjaa. (Tonder 2013) Tuotekehitysprosessin kuvauksessa käytetään hyväksi Matkailun tuotekehittäjän käsikirjaa, joka on suunniteltu ja toteutettu Matkailun integroitu tuotekehitys (MIT) -hankkeessa. Seikkailuleirin sisällön saattamisessa elämykselliseen ja toteutettavaan muotoon on käytetty Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutin Draaman kaari -työkalua. (Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti 2010)

2.1 Yrityksen ja toiminnan esittely

Tmi Janne Autere on Suomussalmella toimiva matkailualan yritys, jonka toimintaan kuuluu tällä hetkellä Hikes´n Trails -seikkailu- ja luontomatkailupalvelut. Tällä hetkellä yritystoiminta on pienimuotoista ja sivutoimista. Palveluja järjestetään kuitenkin kuukausittain, joskus viikoittain, enimmäkseen Hossassa, Suomussalmen pohjoisimmassa kolkassa, sekä Kuusamossa. Lisäksi tarjoan muille yrityksille opaspalveluja Suomessa itärajalla ja Skandinaviassa. Työnkuvaan kuuluu vahvasti myös elämykselliset ruokapalvelut ryhmille ja muut ohjaustyöt, esim. kuntonyrkkeilyn ohjaaminen säännöllisesti Suomussalmella. Aiemmin olen hankkinut kokemusta seikkailukasvatuksen menetelmistä Rokualla erilaisen nuoris- ja aikuisryhmien kanssa vuosina 2003–2010.

Hikes´n Trails -luontomatkailupalveluja on järjestetty vuodesta 2013. Yritys vuokraa kestäisin melontakalustoa, markkinoi ja myy ohjelma- ja retkeilypalveluja sekä näihin liittyvää koulutus- ja elämyspalveluosaamista. Asiakas saa ostettua yritykseltä kokonaisvaltaisen, joustavan ja asiantuntevan matkailupalvelun, johon tulevaisuudessa tulee kuulumaan myös seikkailukasvatuksen metodeihin perustuvia hyvinvointimatkailupalveluja Pohjois-Suomen, Kainuun ja Skandinavian alueilla.

Hikes´n Trails on Idän Taiga ry:n jäsen ja kuuluu Suomussalmen ja Kuhmon matkailu- ja ravitsemusyritysten Wild Taiga -markkinointiyhteistyöverkoston. Tällä hetkellä Wild Taiga tekee matkailumarkkinointia Suomen ja Keski-Euroopan lisäksi laajasti ympäri maailmaa. Wild Taiga on palkittu laadukkaasta matkailumarkkinoinnista Suomessa.

Yrityksen omaa markkinointia tehdään Suomessa ja lähialueilla tällä hetkellä hakusanamarkkinoinnin avulla. Palveluja markkinoidaan verkkosivujen kautta sosiaalisessa mediassa, Google AdWords -palvelussa, alan lehdissä sekä hieman paikallisissa lehdissä. Silloin tällöin esitellään toimintaa messutapahtumissa, esim. Matka- ja Erämessuilla. Esitteitä palveluista on jaossa lähialueilla Kajaanin, Suomussalmen, Kuusamon ja Oulun matkailuinfoissa ja majoitusyrityksissä sekä Metsähallituksen opastuspisteissä. Matkanjärjestäjiä lähestytään myös yrityksestä suoraan sähköpostitse markkinointikirjein ja tuotteita esitellen. Sosiaalisen median kautta tapahtuva markkinointi on tavoittanut asiakkaita laajasti Suomessa sekä ulkomailla, erityisesti Keski-Euroopasta. Vuosina 2013 ja 2014 hiihto-, retkeily- ja melonta-asiakkaita on ollut laajasti ympäri Suomen sekä ulkomailta, esim. Sveitsistä, Isosta-Britanniasta ja Israelista.

Toimintaa hoidetaan tällä hetkellä yhden miehen yrityksenä, ja apua asiantuntija- ja opaspalveluihin on hankittu monialaisesta ystäväpiiristä ja yhteistyöyrityksistä. Yrityksen omista toimitiloista on luovuttu vuonna 2012.

Yritykseni kehittäminen liittyy ajatukseen pirstaloituneesta ja verkostomallisesta maailmasta, jossa henkilöt, yritykset ja verkot muodostavat verkosto-organisaatioita. Tällä hetkellä lainsäädäntöä kevennetään yrityksen perustamisen ja hallinnoinnin helpottamiseksi. Yrittäjä tai työntekijä voi antaa panoksensa samanaikaisesti moneen yritykseen. Naisten, nuorten ja ikääntyneiden perustamat mikroyritykset tuovat markkinoille uudenlaista osaamista ja näkemystä. Kilpailu yksilöiden välillä kiristyy, mutta verkostomaisesti toimivat mikroyritykset voivat löytää uusia markkinoita. Esimerkiksi monet asiantuntijatyöt voivat olla globaalisti kilpailukykyisiä kapean erityisosaamisen tai laajasti eri alueita yhdistelevän osaamisen ansiosta. Toisaalta paikallisesti toimiva osaava yritys, jolla on kevyt kustannusrakenne, voi pystyä tuottamaan kuluttajille tai julkiselle sektorille palveluita erittäin laadukkaasti ja tehokkaasti. Menestyksen ratkaisevat asenne ja talentti – ei muodollinen koulutus tai asema. (Tulevaisuus 2030, tulevaisuuskuva. 2017.)

2.2 Motiivit seikkailukasvatusleirin toteuttamiseksi

Hyvinvointimatkailutuotteen kehittämisen motiivina on yritystoiminnan laajentaminen opiskelun jälkeen. Yhteistyön laajentaminen erilaisten luontomatkailun toimijoiden kanssa ja tuoterepertuaarin lisääminen sekoittamalla matkailun ja muiden alojen sisältöjä tuovat uu-

sia mahdollisuuksia yrityksen kehittämiseksi ilman isoja investointeja. Taustalla on yrittämisen perusideologia eli yrityksen menestyminen, toiminnan jatkuminen ja taloudellisen hyödyn tuottaminen omistajalle.

2.3 Toiminnallinen opinnäytetyö

Tämän opinnäytetyön käytännön osuus koostuu seikkailukasvatuksellisen hyvinvointituotteen tuotekehitysprosessista. Opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö, jossa yhdistyvät toiminnallisuus, teoreettisuus ja raportointi. Toisin kuin tutkimuksellisessa opinnäytetyössä, jossa tulokseksi saadaan tutkimusongelmaan liittyvä tutkimustulos tai johtopäätös, toiminnallisen opinnäytetyön tuloksena on konkreettinen tuotos tai tuote. Lähdemateriaalia ja tutkimustietoa sovelletaan toiminnallisessa opinnäytetyössä suoraan käyttöön, ja teoria toimii pohjana käytännön tuotokselle tai tuotteelle. (Vilka & Airaksinen 2003, 7–15.)

Toiminnallisen opinnäytetyön rajaaminen tapahtui tässä työssä esim. arvioimalla, millainen palvelutuote toteutetaan. Tuotteeseen liittyviä kysymyksiä olivat esimerkiksi kenelle, mihin vuodenaikaan, millä alueella palvelu järjestetään ja minkä liiketoiminta-alojen näkökulmasta tuotetta lähdetään kehittämään. Toiminnallisen opinnäytetyön tulee sisältää prosessin lähtökohdat, lähtötilanne ja taustatietoa tutkittavasta asiasta. Opinnäytetyöstä tulee ilmetä myös teoreettinen viitekehys, toiminnallisen osuuden kuvaus ja raportointi. Näiden lisäksi työn lopussa arvioidaan omaa osaamista ja työn onnistumista. (Vilka & Airaksinen 2003, 82–100.)

Opinnäytetyön toteutuksessa usein haasteeksi muodostuu teorian soveltaminen käyttöön. Tässä opinnäytetyössä olen pyrkinyt yhdistämään teoreettisen viitekehityksen ja käytännön toteutuksen mahdollisimman tiiviisti. Näin tuotekehitysprosessista saa selkeän kuvan. Toiminnallisen opinnäytetyön toteutuksen haasteet liittyvät esimerkiksi toiminnallisen osuuden selkeään ja kattavaan raportointiin. Myös toiminnallisen osuuden havainnollistaminen saattaa olla haasteellista. Laadukkaan ja asiallisen lähdeaineiston kerääminen voi olla ongelmallista. Samoin omien resurssien löytäminen ja osaamisen aliarviointi voivat vaikuttaa stressaavasti opinnäytetyön aikana. (Vilka & Airaksinen 2003, 70–82, 151–161.)

Usein toiminnalliset opinnäytetyöt tehdään yrityksen toimeksiantona. Toimeksiantajana toimii tässä työssä oma yritykseni, Tmi Janne Autere, ja sen aputoiminimi Hikes'n Trails

Suomussalmella. Seikkailukasvatusleirin prosessikuvaus toteutettiin opinnäytetyöprosessin aikana. Omalle seikkailu- ja matkailuyritykselle tehty opinnäytetyö auttaa matkailuliiketoiminnan kehittämässä, uuden ideoinnissa sekä kasvutavoitteiden asettamisessa ja antaa mahdollisuuden käyttää suunniteltua tuotetta myytävänä matkailutuotteena. Opinnäytetyön voi tällöin nähdä oppimisprosessina, joka voi antaa suuntaa myös tulevalle työelämälle ja jatko-opintoihin. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 16–19.)

Opinnäytetyön tarkoituksena on osoittaa kykyä yhdistää teoreettinen tieto ja käytännön ammatilliset taidot alan ihmisten hyödyksi. Opinnäytetyöprosessissa tarvitaan ajan ja kokonaisuuksien hallinnan lisäksi työelämän innovatiivista kehittämistä ja osaamisen ilmaisemista sekä kirjallisesti että suullisesti. Toiminnallisen opinnäytetyön prosessissa tulee esille uusia ideoita ja mahdollisia jatkotoimintaehdotuksia, joita voi esittää mm. toimeksiantajalle. Oman työn arvioinnissa tarkastellaan opinnäytteen ideaa ja tavoitteiden saavuttamista sekä tuotoksen sisältöä ja ulkoasua. Arvioinnin kohteena on keskeisesti myös aineiston keräämisen keinot ja siinä onnistuminen. Kriittisesti on myös pohdittava tuotoksen laadinnassa ja muokkaamisessa käytettyjen tutkimustulosten hyödyllisyyttä ja tutkimuksen onnistumista. (Vilkkä & Airaksinen 2004, 157–161.)

3 Termit ja käsitteet

Jotta opinnäytetyössä voidaan erottaa seikkailukasvatukseen ja elämyspedagogiikkaan liittyvät toimintatavat matkailun perinteisistä ulko-ohjelmapalveluista, on paikallaan määrittellä käsitteitä, jotka selventävät aihepiiriä ja liittyvät olennaisesti ongelman asetteluun.

3.1 Matkailu Suomessa

”Maailman matkailujärjestö UNWTO määrittelee matkailun korkeintaan vuoden mutta vähintään vuorokauden kestäväksi vapaa-aikaan, työhön tai muuhun tarkoitukseen liittyväksi matkustamiseksi ja oleskeluksi sellaisella paikalla, joka ei ole henkilön tavanomainen elinympäristö” (Toimialaraportit 2016, 8).

Matkailu on hyvin laaja toimiala, johon kuuluvat keskeisesti majoitus- ja ravintola-alat sekä henkilöliikenne. Alan merkittäviä toimijoita ovat matkatoimistot sekä aktiviteetteja ja tapahtumia järjestävät organisaatiot. Laajan matkailuklusterin liikevaihto Suomessa on yli 18,6 miljardia euroa, ja matkailu työllistää yli 119 000 työntekijää yli 28 000 yrityksessä. Liikevaihto on suhdanteista huolimatta jatkuvassa kasvussa. Matkailun ydinklusterin (Laaja klusteri ilman kuljetusliikennettä) liikevaihto vuonna 2014 oli n. 9,1 miljardia euroa. Laskua edelliseen vuoteen on ollut ravitsemis- ja ohjelmapalvelutoiminnassa, kun taas majoitusyritykset ovat kasvattaneet liikevaihtoaan. (Toimialaraportit 2016, 11.)

3.2 Matkailun ohjelmapalvelut

Työ- ja elinkeinoministeriön toimialaraportin mukaan Maailman matkailujärjestö luokittelee ohjelmapalvelut viiteen ryhmään: 1. vesi- ja ranta-aktiviteetteihin, 2. talviaktiviteetteihin, 3. luontomatkailuun, 4. sosiaaliseen elämään ja 5. kilpailuun (Toimialaraportit 2016, 16). Matkailun ohjelmapalvelut koostuvat kymmenestä eri alatoimialasta, jotka työllistävät yli 6 000 toimipaikassa yli 12 000 työntekijää. Ohjelmapalvelualoilla on liikevaihtoa hieman alle 2,5 miljardia euroa. Ohjelmapalveluyritysten tulevaisuudennäkymät ovat positiiviset (Toimialaraportit 2016, tiivistelmä.)

Suomalaisessa matkailua kuvaavassa käsitteistössä ohjelmapalvelut liittyvät matkailutuotteeseen ja ovat ohjattuja ja luonnossa toteutettavia aktiviteetteja. Ohjelmapalvelut voivat olla joko asiakkaan omin voimin tehtyjä ohjattuja liikunnallisia aktiviteetteja, kuten kanootti- ja patikointiretket tai villieläinten katseluohjelmat, joihin saattaa kuulua itse aktiiviteetin lisäksi mm. ruokailua. Ohjelmapalvelut voivat olla myös motorisoituja retkiä, kuten moottorikelkkasafarit tai koskiveneretket. Ohjelmapalveluiksi voidaan lukea myös harrastus- ja virkistyspalvelut sekä kulttuuri-, taide- ja kilpailutapahtumat. Merkittäviä ohjelmapalvelujen toimintaympäristöjä ovat TEM:n mukaan hiihtokeskukset, eläintarhat, huvipuistot ja museot. (Toimialaraportit 2012, 8.)

Taulukko 1. Matkailun ydinklusterin toiminnan laajuus ilman liikenteen toimialaa 2014.

V. 2014	Yritykset	Toimi- paikat	Henki- löstö	Liikevaihto (1000 euroa)
MAJOITUSTOIMINTA				
551 Hotellit ja vastaavat majoitusliikkeet	710	929	10 204	1 486 126
552 Lomakylät, retkeilymajat yms. majoitus	236	241	434	43 806
553 Leirintäalueet, asuntovaunu- ja matkailuvaunualueet	147	157	317	27 813
559 Muu majoitus	743	748	517	60 182
Majoitustoiminta yhteensä	1 836	2 075	11 472	1 617 927
RAVITSEMISTOIMINTA				
561 Ravintolat ja vastaava ravitsemistoiminta	7 545	9 052	38 255	3 799 071
562 Ateriapalvelut ja muut ravitsemispalvelut	1 205	2 263	10 255	872 673
563 Baarit ja kahvilat	1 101	1 369	3 522	358 846
Ravitsemistoiminta yhteensä	9 851	12 684	52 032	5 030 590
OHJELMAPALVELUTOIMINTA				
791 Matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta	393	474	2 192	1 260 697
799 Varauspalvelut, matkaoppaiden palvelut ym.	1 081	1 117	1 713	296 494
9001 Esittävät taiteet	1 096	1 099	1 326	89 022
9002 Esittäviä taiteita palveleva toiminta	526	530	880	225 652
9102 Museoiden toiminta	23	23	71	5 270
9104 Kasvitieteellisten puutarhojen, eläintarhojen ja luonnonpuistojen toiminta	18	46	273	34 137
9311 Urheilulaitosten toiminta	601	652	2 741	275 727
9321 Huvi- ja teemapuistojen toiminta	41	56	1 031	72 588
9329 Muu huvi- ja virkistystoiminta	498	512	1 249	128 341
9604 Kylpylaitokset, saunat, solariumit yms. palvelut	1 862	1 865	839	77 073
Ohjelmapalvelutoiminta yhteensä	6 139	6 374	12 315	2 465 001
KOKO MATKAILUKLUSTERI YHTEENSÄ	17 826	21 133	75 819	9 113 518

Lähde: Toimiala Online / Tilastokeskus

Ohjelmapalveluaktiviteetit

Ohjelmapalveluaktiviteetti liittyy usein majoitusliiketoimintaan. Hotellit ja muut majoitusliik-
keet tarjoavat ohjelmapalveluja lisäarvon tuottamiseksi tai asiakkaan pidemmän viipymän
takia. Ohjelmapalvelujen merkitys korostuu erityisesti vapaa-ajan matkailussa, kun suuret
tai alueellisesti verkottuneet pienemmät ohjelmapalveluyritykset saavat houkuteltua alu-
eelle vapaa-ajan matkailijoita. Paketoimalla eri palveluja, kuten majoitusta, ruokapalveluja
ja ohjelmapalveluja, on saatu matkailualalle hyviä tuloksia ja kasvua. (Toimialaraportit
2016, 30.)

3.3 Terveysmatkailu

Terveyden ja hyvinvoinnin määrittelyssä voidaan käyttää kapeaa ja laajaa terveyskäsi-
tettä. Kapean käsitteen mukaan terveys on sairauden puuttumista, kun taas laajassa ter-
veyskäsitteessä terveys on fyysisen, psyykkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin tasapainoa.
Suontaustan ja Tynin mukaan terveysmatkailu määritellään laajasti matkustamiseksi ko-
tipaikkakunnalta terveyteen liittyvien syiden vuoksi. Matkalla voi olla tarkoituksena tervey-
den parantaminen ja sen edistäminen kurssien, hoitojen tai erilaisten menetelmien avulla.
Usein terveysmatkailuun liittyy osallistuminen terveyttä edistäviin palveluihin (Suontausta
& Tyni 2005, 17, 18, 39.)

Matkailun edistämiskeskuksen vuonna 2005 tekemässä selvityksessä terveysmatkailu
nähdään kattoterminä, jonka alle kuuluvat sekä terveydenhoito- että hyvinvointimatkailu.
Terveydenhoitomatkailuun kuuluvat matkat, joiden aikana asiakas on lääketieteellisen toi-
menpiteen kohteena. Erilaisia mielen, sielun ja kehon hyvinvointia ylläpitäviä palveluja
sisältäviä kattavia tuotekokonaisuuksia kutsutaan hyvinvointimatkailutuotteiksi. TYKY- eli
työkykyä ylläpitävä matkailu sisältää sekä terveydenhoito- että hyvinvointimatkailua. (Visit
Finland 2014, 6.)

Terveysmatkailun historiaa

Terveysmatkailu on vaikuttanut vahvasti modernin matkailun kehittymiseen. Terveysmat-
kailun suosio kasvoi voimakkaasti 1600- ja 1700-luvulla. Monet kaupungit olivat likaisia,
ja terveysmatkailun avulla pyrittiin puhdistautumaan merivedessä ja mineraalilähteissä,

joissa katsottiin olevan terveyttä ylläpitäviä vaikutuksia. Kylpylöitä perustettiin ja veden uskottiin olevan hyväksi terveydelle sekä sisäisesti että ulkoisesti nautittuna. Kylpylöiden yhteydessä oleva majoitus oli aluksi vaatimatonta, ja niiden lähistöllä majoituttiin usein teltoissa tai mökeissä. Huvittelun piirteitä alkoi esiintyä kylpylämatkailun yhteydessä, ja kylpylöistä tuli esim. poliitikkojen, diplomaattien ja hallitsijoiden tapaamispaikkoja. Ilmastolla alkoi myös olla merkitystä terveysturmatkailukohteiden valintaan. Pohjoisesta on matkustettu aurinkoisiin ja lämpimiin paikkoihin, ja siirtomaavallan aikana eurooppalaiset kolonialistit pakenivat kuumuutta nousemalla viileämpiin vuoristokohteisiin. Kylpylöistä tuli sosiaalisen elämän keskuksia, ja alkuperäinen terveyttä edistävä vaikutus jäi toissijaiseksi syyksi matkustaa merenrantakohteiden huvittelukeskuksiin. (Suontausta & Tyni 2005, 9, 10.)

1800-luvulla romantiikan aikakaudella matkailussa hakeuduttiin syrjäisemmille seuduille. Luontoon suhtauduttiin uudella tavalla ja haluttiin tarkkailla villiä, koskematonta luontoa, jossa ihmiskäden jälkiä ei näkynyt. Esteettisesti merkittävät maisemat saivat osakseen ihailua, ja luonnosta löydettiin vahvistusta nousevalle kansallisuusaatteelle. Tunteita, herkkyyttä, luonnon arvoa ja yksilökohtaista tunneilmaisua arvostettiin. Luonnosta haettiin myös henkistä virkistäytymistä. Siellä harrastettiin retkeilyä ja alpinismin eli vuorikiipeilyn termiä alettiin käyttää. Vuorikiipeilyn katsottiin olevan osa terveysturmatkailua. (Suontausta & Tyni 2005, 11.)

Takaisin luontoon -ideologiaa toteutti Saksan Wandervogel-liike, joka syntyi 1800-luvulla romantiikan luontokäsityksen, teollistumisen ja kaupungistumisen myötä. Wandervogel-liikkeet ja USA:n partioliike korostivat nuorten luontosuhdetta ja toimimista luonnossa. Yksi päämäärinä oli kasvattaa hyödyllisiä ja kurinalaisia kansalaisia. (Valkonen & Salonen 2013, 74.)

1900-luvulla rantalomakohteet tulivat jälleen suosituiksi meriveden ja mineraalien hoitavien vaikutusten takia. Kylpylälomat ja sosiaalinen puoli korostuivat jälleen, ja maaseudulle syntyi uusia terveysturmatkohteita. Maaseutujen matkailukohteissa keskityttiin kuntoiluun ja terveelliseen ruokavalioon. Maaseutujen kohteiden suosio jatkuu edelleen Euroopassa ja USA:ssa. Nykyisin on tapana tehdä lyhyitä kuntolomia, jolloin sekä naiset että miehet lomailevat pudottaakseen painoaan tai osallistuakseen lääketieteellisiin hoitoihin. 2000-luvulla wellness-matkailusta on tullut merkittävä maailmanlaajuinen vetovoimatekijä, jonka avulla kansalliset matkailua edistävät tahot markkinoivat maataan. Tarjonnan monipuolistumisen myötä terveys- ja wellness-teemoilla uskotaan olevan matkailua lisäävä vaikutus. Myös uudenlaisia asiakkaita odotetaan kasvaville markkinoille. (Suontausta & Tyni 2005, 11.)

Suomessa terveys- ja hyvinvointimatkailu on Ruotsin vallan aikana liittynyt kylpylätoimintaan ja terveyslähteisiin. Naantalin ja Kupittaaan Pyhän Henrikin lähteillä käytiin nauttimassa parantavaa mineraalivettä ja Suomen ensimmäinen kylpylaitos perustettiin Turun terveyslähteen yhteyteen. Suomen kylpyläkaupungeista suosituin 1800-luvulla oli Helsinki. Kaikki Suomen kylpylät eivät olleet pelkästään varakkaiden palveluja, vaan Hangon kylpylän palveluita oli tarjolla myös vähävaraisille kansalaisille. Kylpylöissä oli tarjolla monenlaisia palveluja sähkökylvyistä ja tärpähti- tai muurahaishappohoidoista torvisoittoon ja nähtävyyksien katseluun. Kylpylöiden lääkäripalvelujen ympärille kehittyi kasinotoimintaa ja vilkasta seuraelämää. Nykyaikainen kylpylätoiminta alkoi Suomessa 1980-luvulla. Viihde-, huvi-, kuntoutus- ja hoivakylpylät tarjoavat monipuolisia palveluja, joista ovat päässeet nauttimaan esim. sotaveteraanit. (Suontausta & Tyni 2005, 13.)

3.4 Hyvinvointimatkailu

Hyvinvointimatkailu on TEM:n Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025 -julkaisussa valittu yhdeksi matkailun kehitettävistä kärkiteemoista. Hyvinvointimatkailussa, samoin kuin yleisesti luontomatkailussa, ovat mukana Suomen vetovoimatekijöistä tärkeimmät luonto, vesi, metsät ja erämaat, joissa on tarjolla laaja valikoima laadukkaita luontopalveluja ja -aktiviteetteja. Nämä kokonaisvaltaiset elämystuotteet lisäävät useiden tutkimusten mukaan ihmisten psyykkistä ja fyysistä hyvinvointia. (Visit Finland 2014, 3.)

Matkailun osaamiskeskuksen määritelmän mukaan ”Hyvinvointimatkailu on matkailua, joka tuottaa matkailijoille hyvää oloa vielä matkan päätyttyäkin. Hyvinvointimatkailu ei ole sairautta parantavaa eikä kuntoa korjaavaa vaan kulloistakin matkailijan terveydentilaa ylläpitävää ja edistävää sekä vireyttä elämään antavaa. Hyvinvointimatkailu tuottaa asiakkaalle yksilöllistä ja kokonaisvaltaista hyvää oloa, joka voi olla sekä fyysistä että psyykkistä vireyttä antavaa.” (Visit Finland 2014, 5.)

3.5 Wellness-matkailu

Wellness-käsitteen lanseerasi alun perin amerikkalainen psykiatri Halbert Dunn vuonna 1959. Wellness-käsite perustuu Maailman terveysjärjestö WHO:n määritelmään terveydestä: ”Terveys on täydellisen fyysisen, henkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin tila – ei pel-

kästään sairauden, taudin tai heikkouden puuttumisen tila.” Wellness-tuote on osa hyvinvointimatkailua, ja wellness-matkailutuotteeseen sisältyy usein edellä mainittuja hyvinvointimatkailupalveluja. Lisäksi wellness-tuotteeseen liittyy usein myös kulttuurinen elämys. Sen erottaa hyvinvointituotteesta erityisesti paikan, ilmapiirin, puitteiden, palvelun, tuotekokonaisuuksien ja henkilökunnan ammattitaidon korkealaatuisuus. Wellness-tuote on suunniteltu hyvin, jotta se antaa ärsyksen kaikille aisteille esteettisessä ympäristössä. Näiden ominaisuuksien lisäksi tuote on kohdistettu, markkinoitu ja toteutettu kokonaisuus, johon kuuluu luksus- ja hemmotteluelementtejä. Wellness-sana muodostuu sanoista well-being ja fitness. (Suontausta & Tyni 2005, 40, 42.)

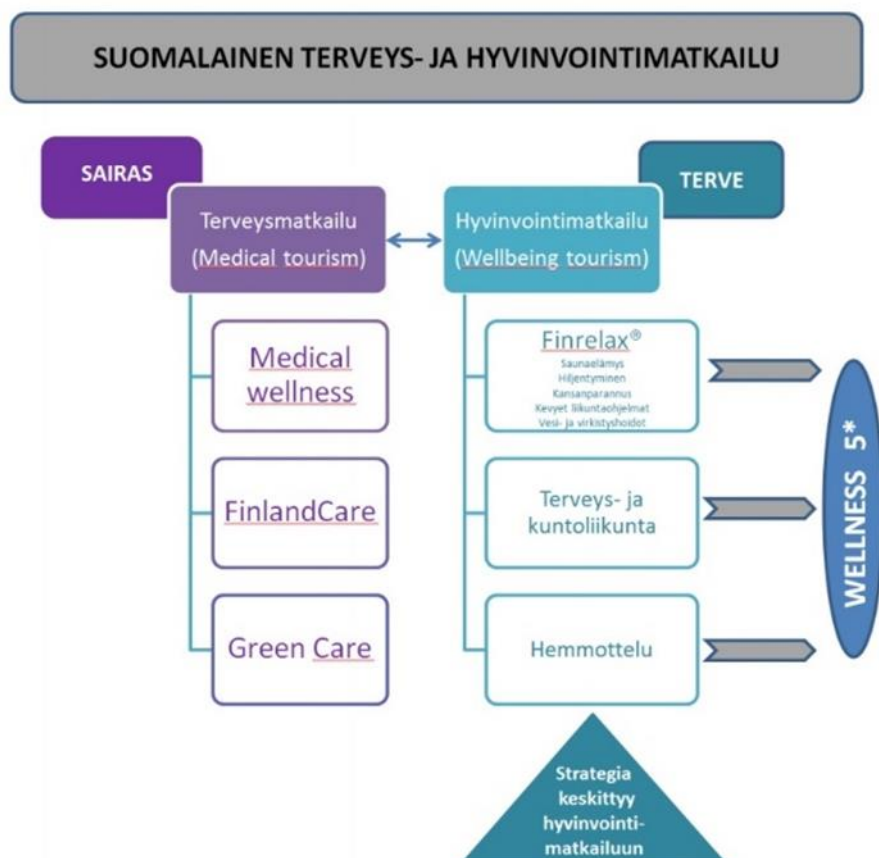
Suontaustan ja Tynin mukaan wellness-matkailu on puhtaimmillaan matkailua terveille ihmisille, jotka käyttävät toimialan palveluja tunteakseen itsensä terveemmiksi, näyttäväkseen paremmilta, hidastaakseen ikääntymisen vaikutuksia ja ehkäistäkseen sairauksien kehittymistä. Toisin sanoen wellness-matkailun avulla autetaan terveitä ihmisiä ehkäisemään ongelmia pysyäkseen sekä fyysisesti että henkisesti hyvässä kunnossa. (Suontausta & Tyni 2005, 42.)

Müller ja Lanz-Kaufmann, 2001 (Suontaustan ja Tynin mukaan) esittää wellness-ajattelun laajennetun mallin, jonka johtoajatukseksi on ihmisen vastuu itsestään. Sisäisistä elementeistä kuten kehosta, mielestä ja sielusta (fyysinen kunto, kauneudenhoito, ravitsemus, ruokavalio, lepo, mietiskely, henkinen aktiivisuus ja oppiminen) itse huolehtimalla yksilö edistää omaa hyvinvointiaan ja terveyttään. Yksilön ulkopuoliset hyvinvointiin vaikuttavat tekijät, kuten sosiaaliset suhteet ja ympäristötietoisuus sekä sisäisten elementtien tasapaino, ovat wellness-ajattelun tavoite. Tavoitteena on tila, jossa keho, mieli ja sielu voidaan kuvailla sanalla wellness. Kysymys on vastuun ottamisesta omasta itsestään; yksilö huolehtii fyysisestä kunnostaan, kauneudesta, noudattaa terveellistä ruokavaliota, rentoutuu ja mietiskelee sekä ottaa ympäristön huomioon kaikissa valinnoissaan. Wellness-ajattelun mukaan yksilö pyrkii kokonaisvaltaiseen tasapainoon ja harmoniaan tutustumalla omiin fyysisiin ja tunneperäisiin perustarpeisiin ja oppii tyydyttämään niitä. (Suontausta & Tyni 2005, 45.)

Matkailualueen kilpailukyvyyn saavuttamisen edellytyksenä ovat luonnonvarojen säilyttäminen ja kestävyys. Kuitenkin Cornelia Voigtin mukaan monet hyvinvointimatkailun palveluntarjoajat keskittyvät yksinomaan maksimoimaan lyhyen aikavälin voittoja ja näyttävät kieltävän toimissaan vaikutuksia ympäristölle sekä paikallisyhteisöille. (Cornelia Voigtin mukaan Lee & King 2006, 194.)

Auliana Poonin (Suontaustan ja Tynin mukaan) esittämä skenaario neljästä keskeisestä kuluttajatrendistä näyttää vahvistavan wellness-matkailua. Ikääntyvät mutta hyvinvoivat matkailijat vaativat ikänsä puolesta erityistä huomiota, itsenäiset matkailijat paketoivat itse matkansa ja hankkivat komponentteja lomalleen itsenäisesti, mutta käyttävät myös paketoituja palveluja. Porvariboheemit matkailijat ovat materialistisia palvelujen suhteen ja valmiita käyttämään runsaasti rahaa matkailuun, mutta samalla hakevat aineetonta hyötyä, tasapainoa, terveellisyyttä ja kulttuurisen ymmärryksen laajentamista. Kehon, mielen ja sielun hyvinvointia etsivä matkailija siirtyy passiivisista palveluista kohti aktiviteetteja, kuten vaellusta, pyöräilyä, purjehdusta, melontaa, kiipeilyä, koskenlaskua ja sukellusta. Aktiviteetit liittyvät erilaisiin itsensä kehittämisen muotoihin. Jännitys, rentoutuminen ja kehon monipuoliset aistimukset auttavat matkailijaa löytämään kehon potentiaalin uudelleen. Matkailijan kiinnostus omasta kehostaan huolehtimiseen kasvaa. (Suontausta & Tyni 2005, 59, 95)

Suunnittelukeskus Oy:n hyvinvointimatkailukartoitus on alun perin tehty vuonna 2005 ja kartoitus on päivitetty vuonna 2014. Kartoituksessa on luotu kaavio hyvinvointimatkailun perusnimikkeistä, ks. alla.



Kuva 1. Suomalainen terveys- ja hyvinvointimatkailu. Visit Finland 2014, 6.

3.6 Green Care -hyvinvointimatkailu

Green Care sisältää luontoon ja maaseutuympäristöön sijoitettuja kuntoutus- hoiva- ja hyvinvointipalveluita, joilla halutaan parantaa elämänlaatua. Green Care Finland ry:n puheenjohtaja Katri Krannin mukaan yhdistyksen tavoitteena on luoda verkosto luonto-terapia-alan yritysten, tutkijoiden ja oppilaitosten välille ja tuoda vielä vähän tuntematonta Green Care -käsitettä enemmän julkisuuteen ja ihmisten tietoisuuteen. (Haapamatti 2011.) Suomessa luontokuntoutus-termi on lanseerattu jo n. 10 vuotta sitten nuorten luontotyöpajojen yhteydessä. Liiketoimintana Green Care tekee tuloaan ja alan toimijat näkevät siinä paljon mahdollisuuksia. Muualla Euroopassa Green Care on jo osa palvelujärjestelmää, ja esim. Hollannissa ja Belgiassa on jo tuhansia maatilayrityksiä, jotka tarjoavat erilaisia palveluja.

Tutkimustiedon lisääntyminen on erittäin tärkeää, koska ennaltaehkäisevänä toimintamuotona Green Care säästää yhteiskunnan varoja. Tällä hetkellä Suomessa on n. 400 yritystä, jotka tarjoavat Green Care -toimintatapoja ohjelmissaan. Harva näistä yrityksistä kuitenkaan markkinoi toimintaansa Green Care -nimikkeen alla. Toiveissa on, että alalle saataisiin luotua oma laatujärjestelmä sekä yhteiset eettiset ohjeet. Katri Kranni toivoo, että liikunta- ja ravitsemusneuvojen tapaan myös luontokuntoutus omaksuttaisiin osaksi terveystalv palveluita. ”Luonnossa liikkuminen poistaa stressiä ja parantaa lihaskuntoa. Tämän lisäksi se vaikuttaa ihmisen koko maailmankuvaan,” Kranni korostaa. (Haapamatti 2011.)

3.6.1 Luonnon vaikutukset hyvinvointiin

Luontoympäristöllä on tutkimusten mukaan todettu olevan monia hyvinvointia edistäviä vaikutuksia. Esimerkiksi stressitilanteen jälkeen luonnon katseleminen palauttaa fysiologisesti ja parantaa mielialaa sekä keskittymiskykyä. Psykologi Kirsi Salosen esityksessä kerrotaan, että lähes kaikki luontoon liittyvät asiat ovat positiivisia, kuten erityisesti luonnon rauha, hiljaisuus, tilan tuntu, metsän tuntu ja aistikokemukset, aktiviteetit kuten sienestys ja marjastus sekä vapaus ja esteettisyys. Ympäristöpsykologisissa tutkimuksissa luonnon merkitystä hyvinvoinnin lisääntymiselle on mitattu ja todettu esim. elpymisenä ja stressin ja muun psyykkisen kuormituksen helpottumisena ja sairauksien vähenemisenä. Mittauksista on havaittu verenpaineen ja pulssin laskua, jännittyneisyyden helpottumista ja mielialan nousua. Tutkituilla henkilöillä on myönteinen havaitseminen nopeutunut, toiminta tehostunut ja tarkkaavaisuus parantunut. (Salonen 2011.)

Psyykkinen hyvinvointi ja myönteinen olemisen kokemus syntyy Kirsi Salosen väitöskirjan mukaan fyysisestä ja psyykkisestä turvallisuudesta, johon liittyvät aistikokemukset, myönteinen irrationaalisuus ja kiintymyssuhde, jatkuvuus sekä riittävyden tunne eli hyväksyntä. Myönteisiä tunteita voidaan aktivoida tarjoamalla mahdollisuuksia havainnointiin ympäristössä, joka mahdollistaa myönteisen psyykkisen kokemuksen. (Salonen 2011.)

Kirsi Salonen tarjoaa luontoympäristössä erilaisia eko- ja ympäristöpsykologisia menetelmiä terveyden ja hyvinvoinnin lisäämiseksi. Kotisivuillaan Psykologipalvelut Hyvän mielen tila, Salonen esittelee menetelmiään: ”Eko- ja ympäristöpsykologiset menetelmät (luontointerventiot) tarkoittavat luonnossa tai luontoelementtien avulla tehtäviä harjoituksia, joiden tarkoituksena on avartaa näköaloja, löytää omia voimavaroja ja tuottaa rentoutumisen tunnetta. Pienikin harjoitus saattaa nostattaa esille uusia näkökulmia ja ongelmanratkaisukeinoja pulmallisiinkin asioihin, vaikka niitä ei erityisesti lähdetäkään etsimään. Mielikuvarentoutus palauttaa voimavaroja sekä antaa eväitä myös rentoutumiseen kotona ja työpaikalla.” (Psykologipalvelut Hyvän mielen tila 2016.)

3.6.2 Henkinen hyvinvointi

Curriculum for Excellence – opetussuunnitelma huippuosaamiselle on Skotlannin perusopetuksesta vastaavan organisaation suunnitelma, jolla pyritään saavuttamaan kokonaisvaltainen koulutuksen muutos Skotlannissa tarjoamalla uusi johdonmukainen, joustavampi ja rikastettu opetussuunnitelma 3–18-vuotiaille koululaisille. Curriculum for Excellence -opetussuunnitelman mukaan henkinen hyvinvointimme liittyy mielen terveyteen, ajattelutapaan ja siihen, kuinka me muodostamme maailmankuvamme ja hahmotamme ympäristöämme. Henkinen hyvinvointi näkyy, kun saamme riittävästi kannustusta ja kehuja, koemme onnistumisen iloa, kuva itsestämme on hyvin kehittynyt, meillä on hyvä itsetunto ja kunnioitamme itseämme ja osaamme ottaa vastaan haasteita, ongelmia ja pettymyksiä jokapäiväisessä elämässämme. Henkinen hyvinvointi lapsilla ilmenee sosiaalisessa ympäristössä, kun lapsi tuntee olevansa hyväksytty ja hänet ja hänen ajatuksensa otetaan vakavasti, hän osaa ilmaista tunteitaan ja puhua niistä ikäiselleen sopivalla tavalla ja hän kunnioittaa muita ihmisiä ja välittää heistä. (Greenaway 2014.)

Opetussuunnitelman mukaan useat indikaattorit näyttävät oppimisen ja hyvinvoinnin välisiä yhteyksiä, kun oppija ilmaisee tunteitaan kehittymisestään ja oppimiskokemuksistaan, saavutuksistaan, oppii uusia taitoja ja soveltaa niitä tuleviin haasteisiin. Samalla hänelle

annetaan mahdollisuus kehittää opiskelu- ja työelämätaitoja. Terve suhtautuminen tulevaisuuteen on myös osa henkistä hyvinvointia, näin ollen oppija suhtautuu yleensä optimistisesti ja realistisesti siihen, mitä hän voi saavuttaa, ja hän osaa kehittää päätöksentekotaitojaan, mikä auttaa häntä tekemään hyviä valintoja tulevaisuudessa. (Greenaway 2014.)

Saksalaisten lomailutoiveet ovat muuttuneet tutkimusten mukaan. 1980-luvulla 40 % saksalaisista näki luonnon lomaparatiisina, ja vuonna 2007 tehdyn tutkimuksen mukaan prosenttiluku oli jo 80. Arkipäivään sijoittuva kaupunkiympäristö nähtiin Keski-Euroopassa aiemmin turvallisena ja varmana ympäristönä, kun taas luonto oli ympäristö, josta selvitettiin hengissä tai sitten ei. Nykyään arkinen ympäristömme tarjoaa vastuksia ja stressiä, kiirettä ja nopeaa rytmiä. Luontoympäristö taas nähdään elämyksien, varmuuden ja rauhan lähteenä. Hyvän elämän tavoittelussa tämä elinympäristön muutosprosessi tarjoaa perusteita ja ajatuksia luonnon laajempaan hyödyntämiseen. Saksassa tämä on nähtävissä luontoon linkittyvien leirikoulujen, erilaisten nature camp -palvelujen, terapiapalvelujen sekä luontomatkailun lisääntymisenä. (Pantzar 2010.)

Saman saksalaisen tutkimuksen mukaan 88 % ihmisistä lähtee retkeilemään luonnon ja maisemien vuoksi, 65 % lähtee luontoon pääasiassa etsimään rauhaa, ja terveydelliset näkökohdat kokee tärkeimpänä 70 % retkeilijöistä. Esille nostettiin myös luontokokemusten itsetuntoa, minäkäsitystä ja keskittymiskykyä tukeva merkitys. Saksan luontomerkitystutkimuksessa 95 % vastaajista kokee luontoympäristön kuuluvan hyvään elämään. 56 % saksalaisista haluaisi asua lähellä luontoa. (Pantzar 2010.)

3.6.3 Luonnon elvyttävät ominaisuudet

Luontoon liittyy monenlaisia elvyttäviä ominaisuuksia. Elvyttävyyden vaikutukset voidaan havaita palautumisena stressitilanteista, joihin ihminen reagoi hyvinvointia uhkaavissa tilanteissa fysiologisesti, psyykkisesti ja toiminnallisesti. Tarkkaavaisuuden ja keskittymiskyvyn heikentyessä elpymistä voidaan kuvailla henkisen uupumuksen lievittymisenä. Miellyttävä luonnonympäristö vetää tarkkaavaisuutta puoleensa auttaen stressaantunutta henkilöä käsittelemään epämiellyttäviä kokemuksia ja palauttamaan keskittymiskykyä. Tällä tavoin koettu elvyttävä hetki sisältää luonnonympäristössä syntyvän arjesta irtautumisen ja ns. ”lumoutumisen”. Luonto ylläpitää ja edistää psyykkistä hyvinvointia kokonaisvaltaisesti. Luonto parantaa mielialaa ja elinvoimaisuutta, ja liikunta luonnossa vahvistaa psyykkistä terveyttä. (Tourula & Rautio 2014, 29–30, 35.)

4 Matkailukysynnän tulevaisuuden trendit

Matkailun kasvu on jatkuvaa, mutta kilpailu kiristyy globalisoituvassa maailmassa. Lähtöalueena Aasian, erityisesti Kiinan merkitys kasvaa voimakkaasti. Tulevaisuuden matkailijat ovat paitsi kokeneita myös vaativia. He haluavat rahoilleen vastinetta. Matkailijat haluavat yksilöllisesti räätälöityjä palveluja, jotka heijastavat heidän identiteettiään ja persoonaansa. He haluavat kerätä paljon erilaisia kokemuksia yhden pitkän matkan sijaan; tätä kutsutaan snacking-kulttuuriksi. Matkan aikana tulevaisuuden matkailijat kaipaavat yhteisöllisyyttä, johon liittyviä trendejä ovat esim. yleisöosallisuus (commune thinking) ja talkoistaminen (crowdsourcing). (Puhakka 2011, 2.)

Kestävällä luonnonvarojen käytöllä ja uudella yhteistyömallilla matkailun ja metsäsektorin välillä voi olla luontomatkailussa merkittävää kasvupotentiaalia. Luonnonvarakeskuksen professori Liisa Tyrväisen (2017) mukaan luontomatkailun mahdollisuuksista ja sen taloudellisesta merkityksestä on herätty keskustelemaan vasta hiljattain. Kasvumahdollisuuksiin vaikuttavat maailmalta leviävät trendit ja ilmiöt, kuten ilmastonmuutos, turvallisuustilanne, terveys ja hyvinvointi sekä palvelujen digitalisointi, downshiftaus ja jakamistalous. Seikkailusta, elämyksistä ja hyvinvoinnista kiinnostuneet matkailijat luovat hyvää kasvualustaa luontomatkailulle. Merkittävä osa kasvupotentiaalista kohdistuu ulkomaalaiseen asiakkaisiin, mutta kotimaan matkailijat muodostavat luontomatkailun ympärivuotisen kysynnän.

Kulttuuri- ja luontomatkailuympäristöinä metsiin ja vesialueisiin liittyy myös uusia ideoita ja liiketoimintamahdollisuuksia mm. muinaisuskontojen, mystiikan, luonnontuotteiden käytön ja luontosuhteen kautta. Esimerkiksi Hossan muinaisista kalliomaalauksista ovat kiinnostuneet useat ulkomaalaiset nuorisoryhmät. Sisältöä ja merkitystä lisäävät yhteistyötahot voi löytyä uudelta suunnalta, kuten esim. sote-puolelta. (Tyrväinen 2017.)

4.1 Elämyskuluttamisesta merkityskuluttamiseen

Kun siirrytään elämyskuluttamisesta merkityskuluttamiseen, matkailijat etsivät kokemuksia, joilla on merkitys ja tarkoitus. Etsitään rikkaampia ja syvempiä – ja ennen kaikkea aitoja – kokemuksia, kuten esimerkiksi vapaaehtoismatkailu, luova matkailu (creative tourism), sapattimatkat sekä henkiset ja hengelliset arvot. Kohtuullistaminen, LOHAS (lifes-

tyles of health and sustainability), hidas matkailu (slow tourism), lähimatkailu ja ”koteloituminen” (cocooning) ovat eettiseen ja vastuulliseen matkailuun liittyviä trendejä. (Puhakka 2011, 2.)

Elämyssuuntautuneessa ja viihtymiseen keskittyvässä luontomatkailemisessa on usein tunnelojen tuottamisen onnistumisen pakko. Tuotteistaminen vaatii harjoittelua etukäteen, varmistumista siitä, etteivät asiakkaat pettyisi. Elämystavoitteellisessa luontomatkailemisessa käytetään samoja keinoja kuin massavihteessä, tosin erilaisessa ympäristössä. Matkat tehdään viihteellisiksi viihtymisen ehdoilla, jolloin luonnossa liikkuminen kuorutetaan sellaisella, joka ei johda luonnon eikä pohjoisen kulttuuriperimän ymmärtämiseen. Estetisoituneessa ja viihteellistetyssä matkailemisessa tehokkaasti tuotetut elämykset sisältävät riskin; vakavasti tai ajattelevasti asennoituvat matkailijat pettyvät täysin, kun petos paljastuu ja taikuuden salaisuudet avautuvat. (Valkonen & Salonen 2013, 46.)

4.2 Aitous ja alkuperäisyys

Seikkailukasvatuksen metodit perustuvat aitoon ja alkuperäiseen. Liikuntatieteiden lisen-siaatti Tommi Pantzar kertoo seikkailukasvatusta.fi-sivustolla vaellukseen liittyvistä kasva-tuksellisista kysymyksistä Saksan Augsburgissa järjestetyssä kansainvälisessä elämys-pedagogiikan kongressissa seuraavasti: ”Toin esiin Muotkatuntureilla opiskelijoiden ko-keman vapauden tunteen ymmärtäessään, etteivät puhelimet toimi eikä kelloa oikeasti tarvita. Ruokaa tehdään, kun on nälkä, leiri etsitään, kun aurinko alkaa laskea, tuli teh-dään, kun tulee kylmä ja nukkumaan mennään, kun on väsy.” Pantzarin mukaan ongel-makohtana esiintyi se, ettei kaikille ole tarjottu sellaista luontoympäristöä kuin suomalai-sille. Luonto on usein haettava puolittain ihmisen rakentamasta ympäristöstä. Silti kong-ressiin osallistuvia kannustettiin olemaan tekemättä kompromisseja ympäristössä, jossa aitoon kokemukseen on mahdollisuus. ”Tarjoa aitoja ja ihmiselle alkuperäisiä kokemuksia, ilman GPS-laitteita tai muita vimpaimia -ohje jäi elävänä mieleeni, vaikken tuosta viimei-sestä osasta nuorisotyön kouluttajana olekaan aivan samaa mieltä.” (Pantzar 2010.)

Luonnon merkitykset avautuvat eri tavoin ihmisille. Salosen mukaan koettelemme itse-ämme luonnossa laskemalla koskea, patikoimalla Karhunkierrosta tai haastamalla itse-ämme hiihtoretkeillä. Luonnossa seikkailemiseen voi liittyä itsekasvatusta ja sosiaalisen arvostuksen hakemista. Valkonen pohtii luontosuhteen muodostumisen rakenteita toimin-nallisten ulottuvuuksien ja sosiokulttuuristen taustojen välillä. Mikä on se luonto, johon ihmiset ja ihmisyyhteisöt muodostavat suhteita? Luontoretket saattavat perustua tietoiseen

riskinottoon, jossa retken seikkailulliset elementit ovat korostuneessa asemassa. Ne voivat sisältää kasvatuksellisia ja eettisiä elementtejä, kuten esim. ekomatkoissa, tai perustua luontoperusteisiin turvallisiin ja viihdyttäviin elämyksiin kuten nykyiset Lapin ohjelmapalvelut. Kysymys kuuluu: Millaista luontosuhdetta erilaiset luontoretket käytännössä rakentavat, ylläpitävät tai poissulkevat? (Valkonen & Salonen 2013, 8, 38.)

Ajatteleva ihminen tuntee riippuvuutensa kasveista ja eläimistä. Kun syömme poimimamme marjoja, paistamme keräämiämme sieniä ja onkimiamme kaloja, tiedostamme olemassaoloamme ja elämisemme ehtoja. Luonnon antimia nauttiessaan, esim. juodessaan lähteestä vettä tai syödessään lopettamaansa eläintä, ihminen ei etäännytä itseään luonnon välttämättömyyksistä vaan on tietoinen tekemisistään. (Valkonen & Salonen 2013, 38.)

4.3 Nuorisomatkoilu ja lyhyet kokemukset yleistyvät

Vapaa-ajan paineiden kasvaessa lyhyemmät vapaat korvaavat pitkät loma-ajat. Ympäri vuoden tehtävien lyhyiden matkojen arvioidaan lisääntyvän, ja kuluttajat omaksuvat snacking-kulttuurin. Kulttuurimatkoiluun merkitys kasvaa erityisesti aktiivisten eläkeläisten keskuudessa. Aktiiviset eläkeläiset tekevät myös enemmän seikkailullisia matkoja, joihin liittyy usein uusien tietojen ja taitojen oppimisen pyrkimys.

On arvioitu, että nuorisomatkoilu (16–35-vuotiaat) kasvaa vuoteen 2030 mennessä. Kasvuun vaikuttaa mm. nuorison tulojen kasvu, sinkkotalouksien määrän kasvu ja laajojen sosiaalisten ja kansainvälisten verkostojen muodostuminen. Nuoret ovat erityisen kiinnostuneita seikkailumatkoista. Sinkkuja kiinnostavat seikkailumatkat, extremelajit, harrastuksiin liittyvät teemamatkat, kylpylälomat, eksoottiset kaupunkilomat, koulutukselliset matkat (uusien taitojen oppiminen), vapaaehtoismatkat ja ekomatkoilu. (Puhakka 2011, 6, 10, 11.)

4.4 Luontomatkoilija haluaa ”suuria juttuja”

Kun tulevaisuudessa yhä enenevässä määrin työn ja vapaa-ajan raja hämärtyy, vapaa-aika muuttuu ”vakavammaksi”. Matkoilijat haluavat enemmän uusia, rikkaampia ja syvempiä kokemuksia. Matkoilijoiden koettavaksi paketoitaan elämyksiä. Matkoilijat etsivät jat-

kuvasti seuraavaa ”suurta juttua” ja ”enemmän irti elämästä” -asenteen uskotaan vahvistuvan matkailun motiivina. Itsensä kehittäminen ja luovan ilmaisun halu (esim. maalaus- ja kokkauskurssit) nousevat tärkeiksi matkailun motiiveiksi. Kansainvälisen tutkimuksen mukaan luontomatkaillen trendeinä jatkavat edelleen erilaiset incentive-tuotteet, seikkailu- ja kalastusmatkailupalvelut. Uusina kiinnostuksen kohteina ovat melonta ja hyvinvointiin liittyvät matkailutuotteet. Vuoteen 2025 mennessä kysyntää on entistä enemmän sekä aktiiviselle että passiiviselle urheilumatkailulle ja aidoille luontokokemuksille, kuten valasafareille ja delfiinien kanssa uimiselle. ”Turvalliselle vaaran” kokemiselle (esim. seikkailumatkoille, extreme-lajeille) on myös lähitulevaisuudessa kysyntää. (Puhakka 2011, 18, 20.)

Ikääntyneiden mieleenpainuvimmat matkailuelämykset ovat syntyneet luonnollisessa ympäristössä, luonnon keskellä tai läheisyydessä. Luonnon merkitys korostuu kertomuksissa lapsuuden maisemista. Lapsuudessa ja nuoruudessa luonnossa viihdyttiin yhtä paljon kuin sisällä, sen ehdoilla elettiin ja se tarjosi mielikuvituksellisten leikkipaikkojen ja turvapaikkojen lisäksi ravintoa ja mahdollisuuden elää. Luonto koetaan ikääntyneiden keskuudessa merkitykselliseksi ympäristöksi yhä aikuisenakin. Elämyksissä sen merkitys kasvaa suuremmaksi, koko elämää ja kaikkeutta kuvaavaksi tekijäksi. Luonto toimii elämyskokemuksissa tuttuna ja turvallisena kaikupohjana ikääntyneiden tunteille ja elämälle. Luonto on aito ja ainutkertainen. (Ahonen 2013.)

5 Elämyspedagogisia käsitteitä

Elämyspedagogiikkaan liittyy käsitteitä ja muita sitä lähellä olevia toimintamuotoja, joihin tutustuminen helpottaa hahmottamaan seikkailukasvatuksen ongelmakenttää.

5.1 Kokemus

Kokemus käsitteenä kuvaa oppimisen, kasvamisen ja kulttuuriin sosiaalistumisen prosesseja. Ihmisen elämä muodostuu jatkuvasti virtaavista kokemuksista. Kokemus ymmärretään aistimuksina, elämyksinä, tunteina, tunteina ja tunnelmina. Elämään ja kokemukseen sisältyy laaja elämysten ja tunteiden sävyjen kirjo, joka muodostaa eletyn elämän merkityksiä. (KAMK 2016.)

Psykologiassa käsite kokemus kuvaa mielen sisältöä, joka on nähty kokemusmaailmana, kokemuksista rakentuvana kokonaisuutena. Kokemuksilla on kaksi sisältöä, merkitys- ja elämyssisältö, jolloin merkitys on suhde ja elämys on tila. Kokemuksen laadusta riippuu, onko siinä enemmän elämyksellisyyttä vai onko kokemus merkityksellisempi. (Keskinen 2015, 13.)

5.2 Kokemuksellinen oppiminen

Elämyspedagogiikassa ja seikkailukasvatuksessa on vuorovaikutuksen ja kommunikation periaate, jossa toimintaa ei jätetä pelkäsi irralliseksi kokemukseksi vaan ilmiöille annetaan merkityksiä ja tulkintoja, mikä tarkoittaa kokemuksen ymmärtämistä. Myöhemmin kun tätä tulkintaa käytetään päätöksenteon perusteena, merkityksen antaminen muuttuu oppimiseksi. Tällöin puhutaan reflektiivisestä eli kommunikatiivisesta oppimisesta. Kokemuksellisen oppimisen käsitettä käytetään usein kuvaamaan kaikkea kokemukseen ja oppimiseen liittyvää. Kokemuksellisen oppimisen teoriassa oppiminen kuvataan nelivaiheisenä prosessina. (Karppinen 2005, 50.)



Kuva 2. Kolbin kehä. Opintokeskus Sivilis 2010.

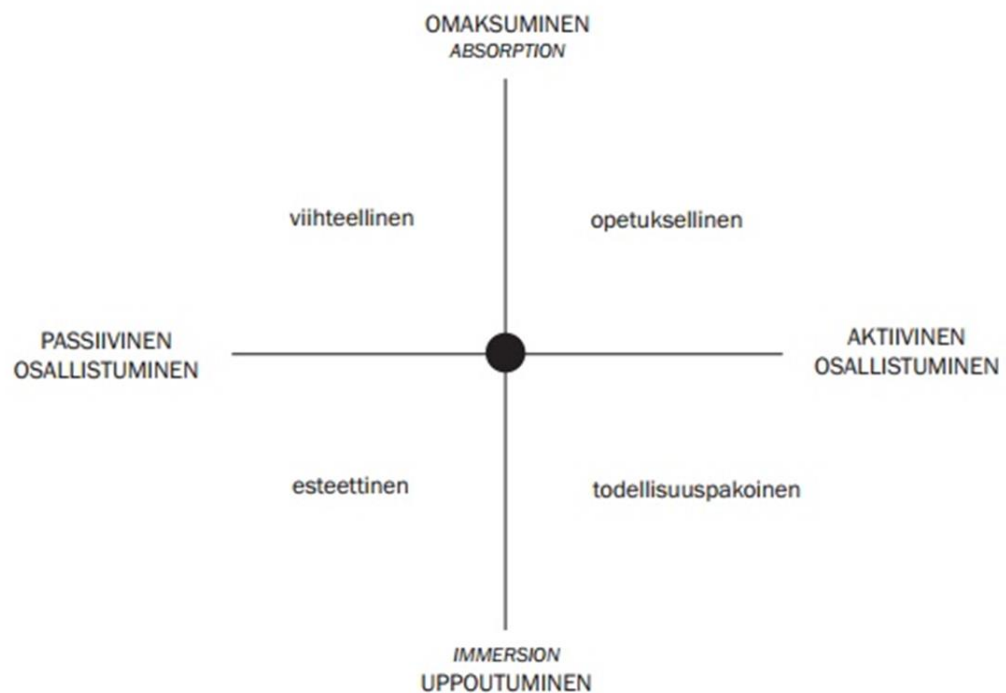
5.3 Elämys

Elämykset liitetään usein matkailun ohjelmalvelu- ja seikkailutuotteisiin. Elämystaloudesta on kysymys kaupallisten kokemusten tarjoamisesta globaaleilla markkinoilla toimialaan katsomatta. Elämystaloutteen lasketaan kuuluvaksi kaikki vapaa-ajan kulutus peleistä elokuvaan tai urheilusta matkailuun (Alanen, A. 2007, 57–61).

Elämystä voidaan analysoida Pinen ja Gilmoren (1999) mukaan neljänä eri osa-alueena. Osa-alueiden yhteisenä ulottuvuutena on matkailijan aktiivisuus tai passiivisuus. Elämykseen vaikuttaa se, osallistuuko matkailija itse tuotteen kokemiseen tekemällä konkreettisesti jotain vai onko hän vain sivustaseuraajana mukana. Kuvassa 3 toisella akselilla esitetään matkailijan henkinen tai fyysinen osallistuminen eli se, onko kyseessä kiehtovan asian pelkkä seuraaminen vai liittyminen tapahtumaan.

Kun ihminen seuraa esimerkiksi televisio-ohjelmaa, mutta ei täysin keskity siihen, korostuu edellä mainitussa elämyksessä viihteellisyys. Elämyksen opetuksellinen näkökulma tulee esille, kun osallistumisesta tulee aktiivisempaa. Melontakurssilla tai hiihtovaelluksella vuoristo-olosuhteissa, jossa erikoinen tilanne itsessään ottaa kokijan mukaansa mutta ei vaadi yksilöltä täydellistä uppoutumista, on oppimisen mahdollisuus. Eskapistisesta eli todellisuuspakoisesta elämyksestä on kysymys silloin, kun yksilö on aktiivisesti

toteuttamassa elämyskokemustaan ns. flow-tilassa eli uppoutuen kokemusvirran vietäväksi. Esimerkiksi seikkailutuotteet, kuten jää- tai kalliokiipeily ja koskimelonta, ovat eskapistisia elämyksiä. Passiivisemmassa eli esteettisessä kokemuksessa yksilö vain ihailee maisemaa ja tutustuu ympäristöön käyttäen eri aistejaan. Kokonaisvaltaisin elämyskokemus syntyy, kun kaikki edellä mainitut ulottuvuudet on otettu huomioon. (Pine & Gilmore 1998, 101–102; Komppula & Boxberg 2002, 29; Mossberg 2003, 81.)

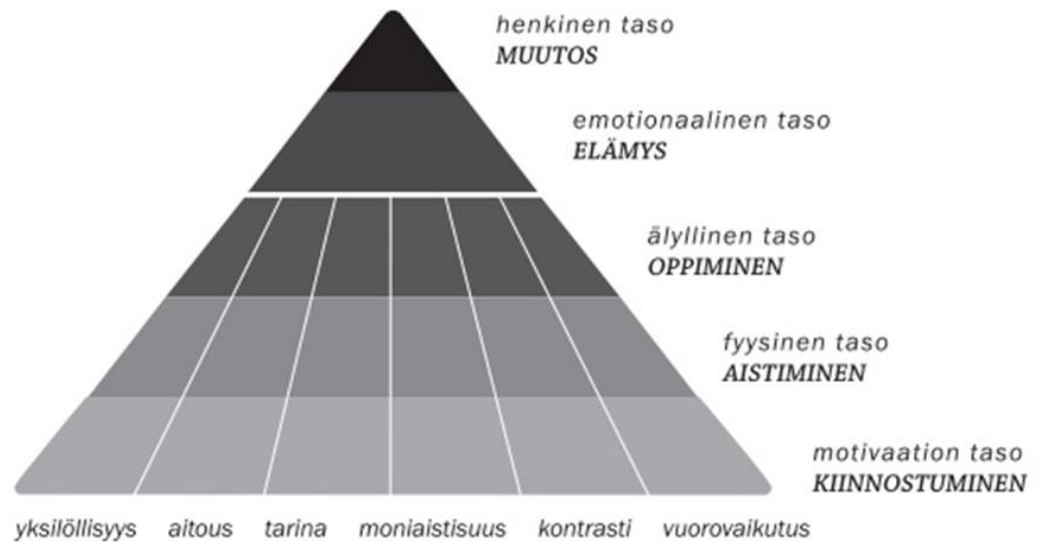


Kuva 3. Elämyksen neljä ulottuvuutta, The Sweet Spot (Pine & Gilmore 1999, 30).

Komppulan ja Boxbergin (2002, 29) mukaan elämys on subjektiivinen, henkilökohtainen kokemus, eikä matkailuelämyksiä itse asiassa voida varmuudella taata. Elämyksen syntymiseen voidaan kuitenkin merkittävästi vaikuttaa kiinnittämällä huomiota erityisesti asiakkaan kokemukseen. Elämys on merkittävä, positiivinen ja ikimuistoinen kokemus, joka voi tuottaa kokijalleen henkilökohtaisen muutoksen.

Millainen tuote on elämystuote? Vastausta kysymykseen voi etsiä Elämyskolmio-mallista. Mallin avulla voidaan analysoida ja ymmärtää niin matkailu-, viihde- ja kulttuurialan tuotteiden elämyksellisyyttä. Malli kuvaa täydellistä tuotetta, jonka kaikilla tasoilla kaikki elämyksen elementit ovat havaittavissa. Elämyskolmion avulla voidaan etsiä ja löytää tuotteesta kriittisiä kohteita tai puutteita ja kehittää elämystuotetta. Monipuoliset ja laadukkaat

tuotteet tuovat yritykselle kilpailuetua. Mallissa elämystä tarkastellaan tuotteen elementtien tasolla ja asiakkaan kokemuksen tasolla. Kuvion alareunaan on kuvattu asiakkaan kokemukseen vaikuttavat tekijät. (Komppula & Boxberg 2002, 30–31.)



Kuva 4. Elämyskolmio. Leo – Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2009.

5.4 Seikkailu

Mortlockin mukaan luontoseikkailussa otetaan tietoisesti haasteita, joissa vaaditaan parhaita taitojamme fyysisesti, henkisesti ja tunteiden tasolla. Se on hyväksytty mielentila, johon kuuluu pelkoa, epämiellyttäviä tunteita ja epävarmuutta. Seikkailussa tarvitaan onnea, ja seikkailija vaistonvaraisesti tietää, että onnistumisesta seuraa epävarmuuden vastapainona riemua ja iloa. (Mortlock 2004, 19.)

Seikkailu määritellään epätavalliseksi sekä jännittäväksi tai vaaralliseksi tapahtumasarjaksi. Sanalla seikkailla tarkoitetaan liikkumista tai toimimista tavalla, jolla tavoitellaan vaihtelevia, jännittäviä tai vaarallisia tapahtumia. (Cameraobscura 2016.)

Uudella tavalla määriteltynä seikkailija nostetaan subjektiksi, joka itse määrittelee oman seikkailunsa. Ajateltaessa, että ihminen on itsessään arvokas ja määrää omasta toiminnastaan ja hänen oikeuttaan kunnioitetaan, annamme yksilölle oikeuden määritellä oman näkemyksensä seikkailusta. Tässä tapauksessa ei ole väärää vastausta kysymykseen,

mitä on seikkailu. Seikkailun ei tarvitse olla suurta ja vaarallista, vaan seikkailu voi olla siellä, missä se halutaan kohdata. (Keskinen 2015, 15.)

5.5 Seikkailukasvatus

Karppisen mukaan Hopkins ja Putnam tunnistavat kolme ulottuvuutta: seikkailun (adventure), ulkoilman ja ympäristön (outdoor) ja kasvatuksen (education) ja määrittelevät seikkailun kokemukseksi, johon sisältyy epävarmuus tulevasta. Kasvatus liittyy yleiseen prosessimäärittelyyn kasvatuksesta, jossa tiedon, taidon ja kokemuksen lisääntyessä tapahtuu älyllistä, moraalista ja sosiaalista kasvua. Priest määrittelee seikkailukasvatuksen harkittujen seikkailullisten kokemusten käyttöä tarkoituksena saada aikaan yksilöissä tai ryhmissä oppimista, jonka avulla tapahtuu yhteisön muuttuminen. (Karppinen, 25.)

Seikkailu on sosiaalisesta näkökulmasta ryhmän ja yhteisön tapahtuma, jossa seikkailijan on löydettävä sosiaalinen harmonia ennen kuin hän voi saavuttaa henkilökohtaisen tasapainonsa. Yhteistoiminnallisuus on lähtökohta, joka nousee yksilön ja ryhmän tarpeista. (Keskinen 2015, 20, 21.)

5.6 Elämyspedagogiikka

Modernin elämyspedagogiikan kehittäjänä tunnetaan saksalaissyntyinen reformipedagogi Kurt Hahn (1886–1974). Hahn ei koskaan luonut yhtenäistä kasvatusteoriaa, vaan otti vaikutteita pedagogiikkaansa muun muassa Goethen, Platonin ja Rousseauin ajatuksista. Elämyspedagoginen näkemys ja toimintamallit pohjaavat usein hahnilaisuuteen. Hahnilaisuudessa on tärkeää ihmisen fyysinen, psyykinen ja sosiaalinen kasvu toiminnallisten menetelmien, käden, pään ja sydämen kautta. (Outward Bound Finland, 2016.)

Kurt Hahnin pedagogiikka muodostui neljästä elementistä: fyysisestä harjoituksesta, projektista, retkestä ja pelastuskoulutuksesta. Fyysiseen harjoitukseen kuului rohkeuden, kunnon ja kestävyuden parantaminen. Projekti vetosi mielikuvitukseen ja auttoi osanottajia suunnittelemaan, organisoimaan, tekemään käsillään ja kestämaan rasituksia. Retkellä (purjehdus, melonta, kiipeily ja hiihto) harjoiteltiin aloitteellisuutta, itsensä voittamista ja kykyä tehdä päätöksiä. Pelastuskoulutuksen kautta opittiin arvioimaan riskejä sekä ottamaan vastuuta muista ihmisistä ja ryhmän jäsenistä. Hahnin tavoitteena ei ollut kasvat-

taa yhteiskuntaan sopeutuvia yksilöitä, vaan vastuunkantajia, jotka ovat valmiita muuttamaan yhteiskunnan epäkohtia. Kurt Hahn loi 1946 Outward Bound Trust -säätiön, joka toimi kaiken elämyspedagogisen toiminnan taustalla. Myöhemmin Outward Bound on levinnyt kaikkiin maanosiin ja yli kolmeenkymmeneen maahan. (Outward Bound Finland, 2016.)

5.7 Ulkoilmapedagogiikka (Outdoor Education) ja ympäristökasvatus

Ulkoilmapedagogiikan oppimisympäristönä on luonto, muutoin ulkoilmapedagogiikassa noudatetaan elämyspedagogiikan periaatteita. Ulottuvuudet kasvatuksessa ovat ihmishuhtaidot, sisäisen minän taidot, suhde ekosysteemiin ja suhde ympäristöön. (Keskinen 2015, 19.)

Ympäristökasvatus on yksi ulkoilmakasvatuksen alalajeista, jossa keskitytään ekosysteemi- ja ympäristösuhteeseen. Ympäristökasvatuksella pyritään osallisuuteen, voimaantumiseen, herkkyyteen, tietoisuuteen ja tietoon sekä vastuullisuuteen luonnosta ja kestävästä kehityksestä. (Keskinen 2015, 19.)

5.8 Sosiaalipedagogiikka

Sosiaalipedagogiikka tarkastelee yksilön kasvua sosiaalisena olentona, yhdistäen kasvatustieteen ja yhteiskuntatieteen näkökulmia. Sosiaalipedagogisessa kontekstissa yksilöä tai ryhmää tarkastellaan kokonaistilanteen mukaan. Sosiaalipedagogia on samalla kertaa sekä toimintaa että ajattelua.

Elämyskeskeiset toimintamuodot sopivat hyvin syrjäytymisvaarassa olevien tai jo syrjäytyneiden ihmisten tukemiseen elämänhallinta- ja aktivointitoimissa. Elämyspedagogisia ja seikkailukasvatuksellisia menetelmiä voidaan pitää sosiaalipedagogisina toimintamuotoina, jotka perustuvat osallistumiseen, dialogiin ja päätöksentekoon. (Keskinen 2015, 17.)

5.9 Partioliike

Kansainvälinen partioliike sai alkunsa vuonna 1907, kun kenraali Baden-Powell järjesti Brownsean saarella Englannissa poikien leirin. Leirillä hän kokeili kehittämänsä kasvatusten menetelmää. Kokemustensa perusteella hän julkaisi kirjan *Scouting for boys* (Partiopojan kirja) vuonna 1908. Partiosta tuli pian myös tyttöjen harrastus. Partioliike levisi ympäri maailmaa, ja Suomeen perustettiin ensimmäinen partioryhmä jo vuonna 1910.

Partio on partio.fi-verkkosivuston mukaan maailman suurin nuorisoliike, jonka tavoitteena on tukea lasten ja nuorten kasvua heidän yksilölliset ominaispiirteensä huomioiden. Päämääränä partioliikkeellä on elämäntavoiltaan ja persoonallisuudeltaan vastuuntuntoinen, aktiivinen, tasapainoinen sekä itsenäisesti ajatteleva paikallisen, kansallisen ja kansainvälisen yhteisön jäsen. Partion tavoitteet ja päämäärät pyritään saavuttamaan monipuolisen yhdessä tekemisen kautta.

Partiotoimintaa ohjaa partion maailmanjärjestöjen määrittelemä arvopohja, jonka lähtökohtana on ihmiskuva, jossa ihmisellä on velvollisuuksia suhteessa Jumalaan, omaan itseensä, muihin ihmisiin, yhteiskuntaan ja ympäristöön. Partiolaisten arvojen mukaan suhde Jumalaan merkitsee myönteistä asennetta uskontoon, hengellisyyden etsimistä ja elämistä oman hengellisen vakaumuksen ja yhteisön mukaisesti. (Suomen partiolaiset 2016.)

5.10 Seikkailun portaat

Seikkailua voi mieltää portaiden avulla. Portaittain etenevän seikkailun taso lähtee toiminnasta osallistujan suuntaan. Sopivaa seikkailua haettaessa ohjattava on se, joka määrittelee seikkailun tason. Keskisen (Keskinen 2015, 22) mukaan Colin Mortlock kirjassaan *The Adventure Alternative* hahmottelee seikkailun portaat neljän eri tason avulla.

Alimmalla tasolla on leikki. Leikin tasolla ei ole havaittavissa fyysistä eikä psykologista pelkoa, ja osallistujien tunteet liikkuvat riemusta ikävystymiseen. Seuraavana on seikkailu, jossa henkilö tuntee hallitsevansa tilanteen, mutta hän joutuu keskittymään ja käyttämään taitojaan selvittääkseen kohtaamistaan ongelmista. Jännitystä voi olla ilmassa, mutta pelko on ennemminkin pinnan alla olevaa eikä todellista tässä vaiheessa. Kolmannella askelmalla mukaan tulee pelko. Rajaseikkailussa osallistujat eivät enää tunne täysin hallitsevansa tilannetta, heidän täytyy ponnistella kovasti, keskittyä tekemiseen ja yrittää

kunnolla selviytyäkseen. Selviytyessään tilanteesta osallistuja kokee usein voimakasta riemua ja onnistumisen iloa. Rajaseikkailuja voi olla esim. laskeutuminen korkealta kalliolta, melonta vaativalla säällä vaativassa paikassa ja kosken laskeminen. Neljäs porras pudottaa seikkailijan epäseikkailun syövereihin. Epäseikkailu ylittää selvästi osallistuja tiedot ja taidot ja siihen liittyy paniikkia tai kauhua, jotka eivät ole perusteltavissa kasvatuksellisista näkökulmista. Jossain tapauksessa myös psykologinen tilanne voi olla jollekin henkilölle epäseikkailu. Tavoitteena on, ettei seikkailuohjelmissa mennä koskaan epäseikkailuun saakka. Äärimmäisenä lopputuloksena voi olla vakava loukkaantuminen tai jopa kuolema. (Keskinen 2015, 22–24, 27.)

5.11 Flow-kokemus

Osa ihmisistä saa luonnossa flow-kokemuksia (suomeksi virtaus) seikkailujen kautta. Useimmiten nämä flow-kokemuksiin johdattavat tapahtumat tai toiminnot sisältävät selkeästi riskin ja vaaran tunteen. Flow-kokemukseen liittyy pyrkimys tasapainoon henkilökohtaisten taitojen ja aktiviteettien tuomien haasteiden välillä, keskittyminen tarkkaavaisuuteen, itsetietoisuuden katoaminen sekä tunne toiminnan ja ympäristön hallinnasta. Flow-kokemuksesta seuraa paljon positiivista, kuten hetkellinen huolten, rajoitteiden, paikan ja ajan tunteen häviäminen sekä mielihyvä ja nautinto. Metsissä on useita flow-kokemusta edesauttavia elementtejä. Metsä ympäristönä tuottaa erityisen kokemuksen tilan, jota ei ole saavutettavissa jokapäiväisessä arjessa. Tämän tunteen takia ihmiset palaavat kerta toisensa jälkeen seikkailulajien pariin. (Tourula & Rautio 29, Keskinen 2015, 30.)

5.12 Reflektointi eli toiminnan purku

Reflektoinnissa keskustellaan seikkailutilanteeseen osallistuneiden kanssa siitä, mitä harjoitteessa tapahtui, miltä tuntui ja mitä opitusta voidaan siirtää arkeen. Usein reflektoinnissa lähdetään liikkeelle siitä, mitä tapahtui, koska osallistujien näkemykset voivat vaihdella voimakkaasti. Voi olla, että ryhmän jäsenet näkevät toiminnan eri tavalla kuin ohjaaja, jonka tulisikin käyttää reflektoinnissa avoimia kysymyksiä ja välttää omien näkemyksiensä esille tuomista. Usein ryhmän esittämät kysymykset liittyvät tekniikkaan ja ”oikeaan” toimintatapaan, kun taas harjoituksella pyritään yleensä ryhmän toimintaan ja kommunikointiin liittyviin yhteisiin tavoitteisiin. Harjoitusten tavoitteina ei ole opettaa ryh-

mää tekemään mahdollisimman tehokkaasti seikkailuharjoitteita. Ryhmä voi kysyä ohjaajalta, miten he toimivat ryhmänä. Tällöinkin ohjaajan on parasta vastata kysymykseen avoimella kysymyksellä, jolloin ryhmän jäsenet itse kertovat vastauksen. (Keskinen 2015, 76.)

Ohjaajan tehtävänä on usein keskustelun palauttaminen olennaiseen käyttämällä kysymyksiä kuten: ”Mitä sinä opit?” tai ”Mitä sinä tunsit?” Tärkeimpiä aiheita reflektoinnissa ovat henkilökohtaiset aiheet. Ohjaaja ei voi kuitenkaan painostaa ryhmän jäsentä liikaa, vaan antaa osallistujan valita aiheen, mistä hän haluaa puhua. Ohjaajan on myös huolehdittava siitä, että jokainen saa puhua, varsinkin kun useimmissa ryhmissä on henkilöitä, jotka vievät enemmän tilaa keskustelussa kuin toiset. Jos ryhmä on erittäin hiljainen ja on vaikeaa saada aikaan keskustelua, voidaan reflektointi hoitaa eri tavoilla. Joskus käytetään esim. draamallisia keinoja tai ryhmää voidaan pyytää tekemään merkittävästä tilanteesta esim. taideteos käyttämällä luonnon materiaaleja. (Keskinen 2015, 77.)

Opinnäytetyössä kuvattavassa seikkailuleiriin liittyvässä reflektoinnissa käytetään draamallista menetelmää, jossa osallistujat tekevät ryhmissä näytelmän leirin oppimiskokemuksista, ohjelmasta, leirin kulusta ja tuovat esille tunnelmia ja tunteita, joita eri tilanteet leirin aikana herättivät.

6 Seikkailukasvatuksen menetelmät – Adventure Programming

Seikkailukasvatuksen menetelmät voidaan jakaa pääryhmiin. Priest ja Gass jakavat seikkailuohjelmissä käytettävät menetelmät neljään erilaiseen sisältökokonaisuuteen: 1. virkistykseen ja vapaa-aikaan liittyvät (recreational), 2. koulutuksellinen ja kasvatuksellinen (educational), 3. kehityksellinen (developmental) ja 4. terapeutti (therapeutic). (Priest & Gass, 23, 24.)

1. Virkistykseen ja vapaa-aikaan liittyvät ohjelmat. Ohjelmapalveluyritysten ja erilaisten yhdistysten vetämien virkistyspäivien ohjelmien tarkoituksena on yleensä hauskanpito, uusien taitojen opettelu, viihtyminen ja uudet elämykset. Vapaa-ajan ohjelmat voivat olla esim. koskenlaskuohjelmat Lapissa tai lapsille järjestetyt kesäleirit, joilla voi opetella mm. kädentaitoja ja ruuanlaittoa sekä nauttia muusta kesäleiriohjelmasta luonnon keskellä.
2. Koulutukselliset ja kasvatukselliset ohjelmat sisältävät ongelmanratkaisua ja sosiaalisia taitoja sisältäviä, usein kokemukselliseen oppimiseen, ympäristöön ja luontoon liittyviä toimintoja.
3. Kehittämiseen liittyvät seikkailuohjelmat ovat esim. työyhteisökonsulttien, työterveyshuollon ja koulujen tapoja kehittää käyttäytymistä ja toimintaa sekä yksilö- että ryhmätasolla. Usein tässä yhteydessä ohjelmia markkinoidaan ryhmäytymisellä. Ryhmäytymiseen menee yleensä paljon aikaa, joten saattaa olla harhaanjohtavaa markkinoida ryhmäytymisviikonloppuja esim. yrityksille. Jos ryhmä on ollut jo jonkin aikaa yhdessä, se voi kehittyä johonkin suuntaan sopivien harjoitteiden ja reflektion avulla.
4. Terapeuttisia seikkailumenetelmiä käyttävät mm. sairaalat, kuntoutus- ja muut järjestöt. Ohjelmien pyrkimyksenä on henkilökohtainen muutos. Toimintojen tarkoituksena on esim. itsenäisyyden edistäminen, taitojen kehittäminen ja tunneilmaisun vapautuminen. Yksilön kehitystä tuetaan systemaattisesti ja tarkoituksenmukaisesti toiminnallisuuden avulla, koska esimerkiksi nuorilla ja lapsilla ei mahdollisesti ole sanoja tai käsitteitä ilmaista itseään. Tutkimusten mukaan seikkailuohjelmilla on vahva ja luotettava terapeutti vaikutus emotionaalisesti häiriintyneisiin nuoriin ja häiriökäyttäytymiseen. Terapeuttisessa seikkailussa painopiste on psykologisten prosessien ymmärtämisessä ja voimavarojen käyttöönotossa. (Keskinen 2015, 68, 69.)

7 Seikkailukasvatuksen muodot

Seikkailukasvatuksesta löytyy erilaisia tapoja ja muotoja, jotka ovat helposti erotettavissa toisistaan. Erilaisia tapoja käytetään erityisesti kasvatuksellisissa, kehityksellisissä ja terapeuttisissa seikkailuissa.

Kokemus puhuu puolestaan

”Siperia opettaa” -muoto on osallistujan itsensä vahvasti ohjaama tapa, jossa hän itse määrittelee kokemuksensa aikana esille tulleet tunteet ja mahdolliset oppimiskokemukset. Itsenäiselle tyylille ominaista on osallistujalle tuleva vapauden tunne. Osallistuja on itse vastuussa ennakoivista tapahtumista, palautteesta, ja ohjaajan panos on mahdollisimman pieni. Kyseistä tapaa käytetään mm. kouluttajakoulutuksessa. Menetelmä on haasteellinen, jos ohjauksen kannalta tähdätään hallittuihin onnistumisiin.

Seikkailun selittäminen

Ammattiohjaaja selittää tässä mallissa ohjattavalle, mitä tämä on toiminnan aikana oppinut ja kuinka hänen tulisi hyödyntää oppimaansa. Tuloksinen tyylissä asiakas vastaa etukäteisprosessista ja varsinaisesta toiminnasta, mutta purku ja prosessointi ovat ohjaajan vastuulla. Mallia käytetään mm. case-tyyppisissä työskentelyssä ja ensiapuharjoituksissa.

Reflektioiva seikkailu

Kokemuksellisessa oppimisessä syntyneitä tilanteita pyritään sanallisesti selittämään ja luomaan niistä uusia toimintamalleja. Oppiminen tapahtuu pääasiassa reflektoinnin kautta, johon varataan aina aikaa seikkailun jälkeen. Reflektoinnissa kannustetaan verbaaliseen seikkailun läpikäymiseen. Reflektoinnissa hyviä avoimia kysymyksiä ovat esimerkiksi: Mitä tapahtui? Miltä harjoite tuntui? Miten onnistuitte? Mitkä tekijät vaikuttivat

siihen, että onnistuitte? Miksi tehtävää ei saatu tehtyä? Kuunneltiin kaikkia tasapuolisesti? Miten päätettiin, mitkä ideat toimivat ja mitkä eivät? Miten huolehdittiin kaikkien turvallisuudesta? (Keskinen 2015, 76.)

Seikkailun ohjeistaminen

Ohjeistavassa mallissa tuleva seikkailu käydään läpi etukäteen asiakkaan kanssa. Säännöt määritellään ja tehtävää kuvaillaan ohjaajan toimesta; samalla voidaan tehdä riskiarviot. Reflektointivaiheessa näihin etukäteen käytyihin keskusteluihin voidaan palata. Toiminnassa ja seikkailuvaiheessa sekä reflektoinnissa ohjaajan osuus on minimaallista. (Keskinen 2015, 71.)

Metaforat ja vahvistaminen reflektiolla

Metaforat eli vertauskuvat sitovat seikkailun osallistujan arkeen. Osallistujia rohkaistaan vertauskuvien tekemiseen seikkailusta arkeen. Näin ohjelmaa lähestytään sekä etukäteen että seikkailun jälkeen. Mallissa ajatuksena on, että seikkailussa saadut elämykset ja oppimiskokemukset ovat siirrettävissä arkielämään. (Keskinen 2015, 71.)

Seikkailu epäsuorana tai käänteisenä metaforana

Auktoriteetteja vastustavia esim. lastensuojelun asiakkaita ajatellen tuotteessa voidaan pyrkiä toteuttamaan piilotavoitteita eli tavoitteita, joita ei ole alun perin asetettu tavoitteiksi. Piilotavoitteena tarjotaan sitä, mikä on asiakkaan parhaaksi. Haastavat asiakkaat voivat kieltäytyä lähtemästä mukaan suoriin metaforiin ja toteuttavat vain ei-toivottuja sisältöjä. Lapset, nuoret ja joskus myös aikuiset tekevät välillä valintoja, jotka eivät ole heille hyväksi. Taustalla voi olla esim. hyväksytyksi tuleminen tarve. Joissakin tapauksissa on oikein, että kasvatuksellisista syistä joku toinen ottaa vastuun tilanteesta ja joutuu määrittelemään, mikä on oikea ja mikä on väärä valinta. (Keskinen 2015, 72.)

8 Ohjelmapalvelutoiminnasta seikkailukasvatusta?

Joseph Kochin määrittelyn mukaan:

1. Seikkailu sijoittuu osallistujille vieraaseen ja vaatimuksia asettavaan ympäristöön.
2. Seikkailutilanteisiin liittyy toimintaa, josta on vaikea kieltäytyä.
3. Ennen fyysisen toiminnan aloittamista vaaditaan suunnittelua ja harkintaa.
4. Seikkailutilanteisiin liittyy ennalta arvaamattomuus ja yllätyksellisyys.
5. Seikkailu tarjoaa mahdollisuuden ryhmäkokemukseen.
6. Tavoitteena on turvallisuuden ja kontrollin sekä toisaalta arvaamattomuuden ja itsensä voittamisen välisen tasapainon löytäminen. (Keskinen 2015, 21.)

Ohjelmapalvelutoiminnassa osallistujat eivät välttämättä tiedä, mitä kaikkea ohjelman suorittaminen vaatii. Luonto-ohjelmapalveluihin osallistuvilla on seikkailuleiriläisiin verrattuna harvoin ns. turvaamistehtäviä, joissa henkilökunta ohjaa, opastaa ja huolehtii jatkuvasti asiakkaan turvallisuudesta ja hyvinvoinnista. Ohjelmapalvelu on vapaa-ajan luon-teista, vaikka siihen joskus osallistutaankin työajalla. (Keskinen 2015, 19.)

Esimerkkinä ohjelmapalvelusta voi olla mm. kajakkikalastusretki Hossan järvimaisemissa, jossa asiakkaat otetaan rannassa vastaan, heille annetaan ohjelmaan kuuluvat varusteet, kerrotaan toimintaan liittyvistä riskeistä ja ohjelman sisällöstä sekä harjoitellaan esim. kuu-valla maalla tulevaa toimintaa. Ohjaustyylinä käytetään sanelu- ja säätelytyyliä, jolloin asi-akkaalle kerrotaan, mihin mennään, mitä tehdään ja milloin tehdään. Toiminnan aikana asiakasta ohjataan koko ajan.

Kaupallisena hyvinvointimatkailutuotteena seikkailukasvatusleiri vaatii matkailupalveluihin liittyviä ominaisuuksia. Perinteisesti elämyspedagogisia leirejä, koulutuksia, kursseja tai tapahtumia leimaa tietynlainen askeettisuus, jossa on usein läsnä ”kärsimysten kautta voittoon” -tunnelma. Hyvinvointimatkailutuote ei mielestäni voi aiheuttaa kärsimystä. En-nakkotiedoissa tulee tuoda esille leiriin liittyvät erityispiirteet, riskit ja turvallisuusasiat. Lei-rin tavoitteita tulee kuvailla erityisellä tarkkuudella, samoin kuin tapahtumien kuvaus tulee olla huolellisesti kerrottu esitemateriaaleissa. Palvelun markkinoinnin tulee olla totuuden-mukaista ja siihen liittyvät kuvat todellisista tilanteista.

Hyvinvointimatkailutuote tuottaa matkailijoille hyvää oloa vielä matkan päätyttyäkin. Leirin on tuotettava onnistumisen kokemuksia sekä iloa, ja jokaisella osallistujalla tulisi olla positiivinen kokemus leirin jälkeen kotiin ja arkeen viemisiksi. Henkinen hyvinvointi ja luonnon hyvää tekevät vaikutukset on osattava lunastaa odotuksista ja sanoista teoiksi ja mieleen painuviksi elämyksiksi leirin aikana ja sen jälkeisissä keskusteluissa. Tuotteeseen on loppuvaiheessa hyvä ottaa mukaan pieniä hemmotteluun ja palkitsemiseen liittyviä palveluja tai tuotteita, kuten sauna ja uinti sekä herkullinen yhteinen ruokailu ja jonkinlainen osallistumistodistus ja palkinto, vaikkapa paikallisiin käsitöihin liittyen.

9 Tuotekehitysprosessi

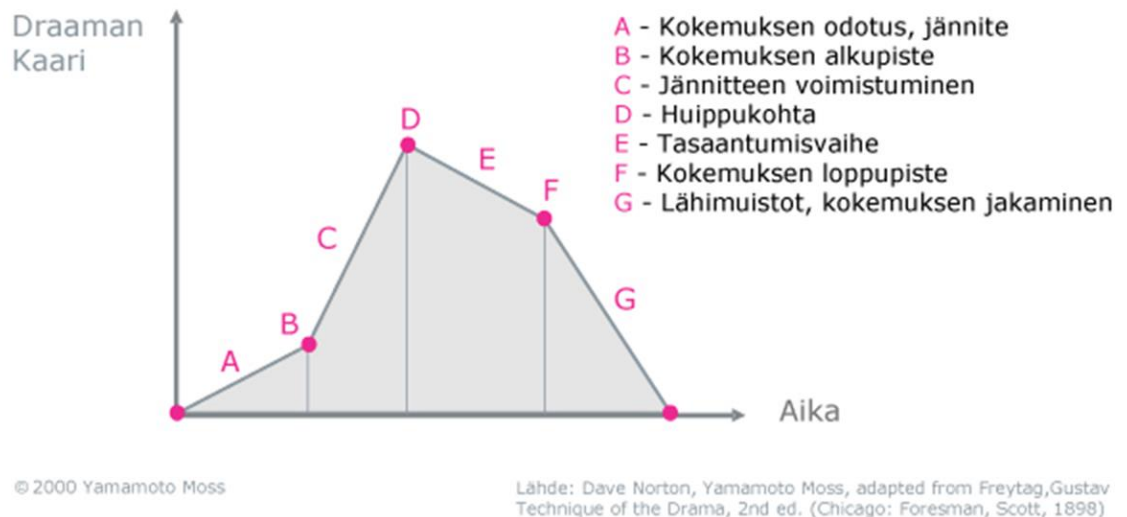
Perinteisiä toimialarajoja rikkova elämyspedagoginen seikkailukasvatusleiri on tuotekehitysprosessina monipuolinen ja jatkuvasti kehittyvä kokonaisuus, jossa voidaan yhdistää seikkailumatkailu- ja hyvinvointipalvelut sosiaali- ja opetusalaan tai tarpeen mukaan yritystoiminnan kehittämiseen ja työkykyä ylläpitäviin palveluihin.

Tuotekehityksen alkuvaiheessa on välttämätöntä havainnoida ja arvioida yritystoimintaan ja tulevaan tuotekehitysprosessiin vaikuttavia tekijöitä ja hyödyntää niitä kestävämpien tuotteiden kehittämisessä, uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytämisessä ja yrityksen profiloitumisen vahvistamisessa. Näkökulma tarvitaan: 1. toimintaympäristöön, jossa matkailun tuotekehitys tapahtuu ja matkailutuote tuotetaan ja kulutetaan, 2. tuotteeseen, joka rakentuu eri osapuolten kohtaamisissa merkityksinä ja käytäntöinä sekä 3. asiakkuuteen, jossa asiakkaiksi tunnistetaan niin kuluttajat, yhteistyökumppanit, työntekijät kuin paikallisyhteisö ja huomioidaan heidän roolinsa tuotekehittäjinä. (Tuotekehittäjän käsikirja 2010, 5.)

Millainen on seikkailukasvatusleiri verrattuna esim. aktiiviseen lomaan Hossassa? Keskinen (Keskinen 2015) mukaan on kysymys muuntoprosessista, jossa lajitaidoista lähdetään seikkailukasvatuksen puolelle. Suunnitellussa ohjelmassa on kysymys jalkapattikaretkestä, johon kuuluu ongelmanratkaisua, ryhmätoimintaa, kommunikointia ja lajitaitoja vaativia osioita. Opastuspalvelu muutetaan kokonaisvaltaiseksi elämykseksi.

9.1 Draaman kaari -ajattelu

Tuotekehitysvaiheessa hyvä työväline on draaman kaari -ajattelu. Suuri osa televisioviihteestä suunnitellaan käyttämällä apuna draaman kaarta. Antiikin ajoista saakka käytössä ollut kaari tuo ohjelmaan dramatiikkaa ja ryhtiä. Jännitys, mukaansatempaavuus ja loppuun asti suunniteltu toteutus lisää tuotteen kiinnostavuutta myös seikkailukasvatusleirin ohjelmaa suunniteltaessa. Draaman kaaren mukaan suunnitellussa matkailutuotteessa on selkeä juoni, joka tukee tuotteen elämyksellisyyttä ja tekee siitä laadukkaan ja loppuun asti hiotun sekä massasta erottuvan kokonaisuuden. Draaman kaari -mallia on aiheellista käyttää tässä tapauksessa leirin reittiä ja toimintoja suunniteltaessa. (LUC 2010.)



Kuva 5. Draaman kaari -malli. LUC 2010.

Ensimmäisessä vaiheessa A jännite luodaan käymällä asiakkaan luona. Leiristä kerrotaan sopivasti luoden odotuksia, mutta tapahtuman kulusta paljastetaan ainoastaan pieniä yksityiskohtia. Osallistujat ja ohjaajat esitellään, annetaan lista tarvittavista varusteista, kerrotaan mahdollisesti haastavista olosuhteista ja mm. pukeutumiseen liittyvistä vaatimuksista säätila huomioiden. Jännitteen voi luoda myös virtuaalisesti tai käyttämällä videoneuvottelua ryhmän kanssa.

B-kohdassa asiakkaat saapuvat Hossaan leiriolosuhteisiin ja jännitys voimistuu. Ennen varsinaista retken alkua tutustutaan Hossan Lumon palveluihin. Leiriläiset järjestelivät omat tarvikkeensa ja heidät jaetaan pienempiin ryhmiin. Jännitystä lisätään ja heille kerrotaan yhteisesti turvallisuusasioista ja mahdollisesti edelliseen leiriin liittyvistä kokemuksista. Ensimmäisen illan aikana jännitystä pidetään yllä antamalla leiriläisille tietoa aamulla alkavaa koettelemusta varten. Ennen nukkumaan menoa he tutustuvat karttoihin.

C-kohdassa leiriläiset ovat aamulla ensimmäisten tehtävien parissa ja lähdetään liikkeelle. Aamutoimet on suoritettu ryhmässä yksissä tuumin ja mahdolliset ongelmanratkaisutehtävät on saatu selvitettyä. Elokuvassa tässä vaiheessa päähenkilöllä on ulkopuolelta tulevia paineita. Häntä vaaditaan ratkaisemaan toimimaan eri tavalla kuin hän itse haluaisi. Leiriläisten on kyettävä ratkaisemaan vastaan tulevia ongelmia retken edetessä. Ohjelmassa on vesistön ylityksiä, johtamiseen ja ryhmän toimintaan liittyviä ongelmia, ruuanlaittotehtäviä sekä pienimuotoista ensiaputoimintaa maasto-olosuhteissa. Ensiaputoi-

minnassa korostetaan päätöksentekokykyä, yhteisöllisyyttä, auttamista ja toimintaa erityistilanteessa. Erilaisista kokemuksista opitaan, ja leiriläisiä kannustetaan positiivisesti ratkaisukeskeisesti jatkamaan eteenpäin.

D-kohdassa leiriläiset joutuvat huippukohtaan, joka järjestetään erilaisia korkeaharjoitteita hyväksi käyttäen. Toiminta tapahtuu Julma-Ölkyn kanjonijärvellä olevalla kallioseinämällä ja sen ympäristössä. Osallistujat saavat leiriytymiseen liittyvät tarvikkeita ja heidän on pysytettävä leiri seuraavan yön solo-yötä varten seinämän päälle, turvalliselle maaperälle, riittävän kauaksi kallion reunalta. Kun osallistujat pääsevät tavoitteeseensa, kallioiden päälle, retken korkeimpaan kohtaan ponnistelujen jälkeen, käsillä on huipennus, jota juhlistetaan yhdessä ja korostetaan, kuinka upeasta seikkailusta on yhdessä selvitty. Ajallisesti huippukohta ajoittuu kahden kolmanneksen päähän seikkailun alusta ja yhden kolmanneksen päähän leirin lopusta. Varsinainen toiminta illalla päättyy solo-yöhön, joka on yksi seikkailukasvatuksen perusmetodeista. Leiriläiset eristetään hetkeksi toisistaan turvallisissa olosuhteissa, ja he joutuvat kohtaamaan luonnon ja yksinäisyyden. Osallistujat haetaan rauhallisesti heidän rakentamaansa leiriin, jossa he nukkuvat pareittain tai isommissa ryhmissä teltoissa.

E-kohdassa yhdessä laitetun aamiaisen jälkeen on leirin purku sekä keskustelu edellisen päivän toiminnasta. Palaute ja reflektointi suoritetaan ryhmässä ja samalla käydään läpi tulevaa ohjelmaa. Leiriläisille kerrotaan tulevasta tehtävästä, jossa he joutuvat ryhmissä käymään läpi leirin tapahtumia draaman keinoin. Paluumatkan aikana osallistujat keskustelvat mahdollisesti kokemuksistaan.

F-kohdassa saavutaan leirintäalueelle, lähtöpisteeseen, ja osallistujat pääsevät rentoutumaan saunaan, ruokailevat yhdessä ja yöpyvät mukavasti. Tässä kohtaa osallistujille annetaan mahdollisuus kokemuksen jakamiseen myös sosiaalisessa mediassa.

Kohdassa G aamiaisen jälkeen leiriläiset alkavat työstää näytelmää tai muulla tavalla esittävät tapahtumat muille. Jokaisella on oma osansa esitettävänä. Seikkailun purku tapahtuu draaman keinoin, ja jokainen tuo oman tärkeän kokemuksensa esille omalla tavallaan. Osallistujat kokevat suurta iloa onnistumisesta, kokemukset ja elämykset on saatu esitetyä ja leiriläisillä on upea yhteinen seikkailu takana. Juhlava ruokailu henkilökunnan toimesta odottaa ennen kotiin lähtöä, ja leiriläisille annetaan diplomi ja pieni paikallinen lahja osallistumisesta.

Loppujen lopuksi on kysymys tuotteesta, joka ei ole koskaan valmis. Tämä on hyväksyttävä, kun tuotetta tuodaan esille ja sitä markkinoidaan uusille asiakasryhmille. Kehittyvät

toimintatavat sekä ympäristön ja kohderyhmän muutokset vaikuttavat tuotteeseen. Turvallisuuteen liittyvät käytännöt, riskikartoitus, asiakkaiden erilaiset tarpeet ja niihin liittyvät toimintatavat on käytävä läpi eri osapuolten ja yhteistyökumppaneiden kanssa, jotta toiminnasta tulee mahdollisimman läpinäkyvää ja turvallista. Luotettavat yhteistyökumppanit, jatkuva kouluttautuminen ja uusien ratkaisujen käyttöönotto tuovat jatkuvuutta ja laadua palveluihin. Yhteistyökumppaneiden ja työyhteisön arvojen ja toimintatapojen yhdenmukaisuus sekä tarinassa mukana oleminen ovat tuotteen menestymisen kannalta tärkeitä ominaisuuksia. Tuotekehitystyötä jarruttavat vaiheet tulisi minimoida ja tuotteessa tulisi pyrkiä jatkuvasti kehittämään palvelun osasia kohti saumatonta kokonaisuutta.

9.2 Arvot seikkailukasvatusleirillä

Seikkailukasvatuksella yritetään vastata esimerkiksi kysymyksiin, miten toimin ja mikä on roolini ryhmässä, millä tavalla osallistun yhteiseen ongelmanratkaisuun, millä perusteella teen ratkaisuja liittyen omaan ja muiden osallistujien turvallisuuteen, osaanko kohdata pelkoni yksin, miten toimin johtajana, millä tavalla toimin uudessa tilanteessa, mitkä ovat vahvuuteni ja heikkouteni, mitkä ovat arvoni ja luotanko kavereihin. Jos leiriläinen pystyy saamaan vastauksen johonkin kysymykseen, se luultavasti auttaa häntä hahmottamaan itsensä osana ryhmää ja sosiaalista yhteisöä. Jos hän pystyy löytämään itsestään uusia puolia, saa leirillä osakseen hyväksyntää ja kokee onnistumisen iloa esim. täydellisen keskittymisen kautta, on kokemuksellisen oppimisen ja oivaltamisen vaikutus positiivinen. Tämä auttaa nuorta eteenpäin ja kohtaamaan elämässä vastaantulevia vastoinkäymisiä ja ongelmia, hänen itseluottamuksensa ja omanarvontuntonsa kasvavat. Leirin aikana vastaantulevissa ongelmissa oppilaat oppivat rauhoittumaan ja keskittymään sekä purku-tilanteissa kertomaan omista tunteistaan ja kokemuksistaan.

Leiri tuottaa lisäarvoa osallistujalle

Leiriläiset pääsevät kokemaan kainuulaista luontoa, jonka keskellä leiri järjestetään. Tuiksi tulevat Hossan luonnon ominaispiirteet, järvi- ja jokiluonto, erilaiset metsätyypit ja Metsähallituksen Luontopalvelujen tarjoamat palvelurakenteet kuten kodat, laavut, WC:t ja tulipaikat. Lisäksi nuoret pääsevät nauttimaan luonnosta ja toistensa seurasta ilman viihdelaitteita, mikä on luultavasti varsin vapauttavaa. Ohjelma ei perustu kellonaikoihin, vaan toiminta tapahtuu oppilaiden omaan tahtiin, aina hitaimman mukaan. Tämä lisää

itsekuria ja itsehillintää. Useat tutkimukset osoittavat, että metsäluonnossa oleskeleminen ja siellä toimiminen vähentää stressiä, pulssi laskee ja henkilö rauhoittuu. Stressitön ilmapiiri parantaa oppimisvalmiuksia ja viihtyvyyttä myös luokkaolosuhteissa.

10 Palvelukonseptin luominen

Käytännössä palvelukonseptin rakentaminen tarkoittaa palvelun sisällön määrittelyä ja hiomista kohdeasiakasryhmän asettamiin vaatimuksiin. Tällöin otetaan lähtökohdaksi kohdeasiakasryhmien tarpeet ja erityisvaatimukset. Erityisvaatimuksia voivat olla esimerkiksi asiakkaiden intresseihin, liikkumiskykyyn ja aikaisempiin kokemuksiin liittyvät asiat. (Tonder 2013, 79.)

10.1 Toimintaympäristön kuvaus

Suomussalmen kunnassa oli vuoden 2010 lopussa yhteensä 9 150 asukasta. Kunnassa on kaksi taajama-aluetta. Ämmänsaarella sijaitsevan Suomussalmen keskustan ja sitä ympäröivien taajama-alueiden lisäksi Kiantajärven koillispuolella sijaitsee Suomussalmen kirkonkylä. Suomussalmen keskustan ja kirkonkylän välinen etäisyys tietä pitkin on noin 9 kilometriä. Suomussalmen kunnan asukkaista vuoden 2009 lopussa noin puolet (4 600) asuu Suomussalmen keskustaajamassa ja Suomussalmen kirkonkylässä asukkaita on noin 1 000. (Suomussalmen kunta 2012.)

Palvelu järjestetään Hossassa, alueella jossa käy vuosittain paljon luonnossa retkeileviä kotimaisia ja ulkomaalaisia asiakkaita. Hossa sijaitsee Suomussalmen kunnan pohjoisosassa. Hossasta tulee Suomen 40. kansallispuisto. Kansallispuiston avajaisia vietetään kesäkuussa 2017. Osa Hossasta, kuten esim. Suomen suurin kanjonijärvi Julma-Ölkky, ulottuu Kuusamon eli Pohjois-Pohjanmaan puolelle. Leirikoulun Base Camp -paikaksi on valittu Camping Hossan Lumo, jossa on kielitaitoinen ja kansainvälisesti kokenut yrittäjäpariskunta, monipuolista majoitusta, alueella on satsattu kestävään matkailuun kaikilta osilta ja alue on esteettisesti näyttävällä ja keskeisellä paikalla Hossassa. Tuotteen tuleva asema markkinoilla on osa verkostoa eli osana Wild Taigan tuotepalettia, jossa yhtenä uutena tuoteryhmänä ovat leirikoulut.

Toimintaympäristönä Hossa on pieni retkeilyalue, jonka vetovoima perustuu helposti lähestyttävään ja monipuoliseen luontoon ja josta puuttuu massaturismi. Hossan maisemassa näkyy paljon jokia ja järviä, joiden välissä kulkee mäntymetsäisiä harjuja, vanhoja metsiä, hoidettua metsää sekä suota. Luonteenomaista alueelle ovat syvät, kirkasvetiset järvet ja lammet sekä hiekkarannat. Alueella on Julma-Ölkyn lisäksi myös yksi Suomen

merkittävimmistä kalliomaalauksista n. 4000 vuoden takaa. Hossassa on useita majoi-
tusta, ruokailua ja luonto-ohjelmapalveluja järjestäviä yrityksiä. (Luontoon.fi. 2016. Hos-
san retkeilyalue.)

Elämysorientoituneessa matkailussa pyrkimyksenä on houkutella Luonto-Suomeen mas-
soittain matkapalvelukuluttajia. Viihtymiskeskukset kansoitetaan sesonkiluonteisesti. Sa-
maan aikaan kavennetaan sellaisten henkilöiden olemista ja liikkumista, jotka haluavat
aidosti kommunikoida niin pohjoisen luonnon kuin paikallisten ihmisten kanssa. Rauhaa
joudutaan etsimään sesonkien ulkopuolelta tai sellaisista paikoista, joiden palvelut ovat
niukempia. Maatilamatkailu ja retkeilyperinne liittyvät luontevasti yhteen, toisin kuin suur-
ten turistiryhmien rytmittämien sesonkien kansoittamissa keskuksissa. (Valkonen & Salo-
nen 2013, 46.)

10.2 Tuote ja kilpailutilanne

Tuotekehittäjä voi sijoittaa tuotteensa esimerkiksi huolenpidon, hyvinvoinnin, toivon, ro-
mantiikan, vapauden, perinteiden, arvostuksen, suurten vastausten tai muutosten mark-
kinoille (LUC, toimintaympäristön hahmottaminen.)

Seikkailukasvatusleiriä voidaan pitää kansainvälisen tason tuotteena, jota voidaan mark-
kinoida ja myydä kotimaisten asiakkaiden lisäksi ulkomaille esim. ulkomaisen matkanjär-
jestäjän toimesta. Tuote voidaan erilaistaa eri asiakasryhmien tarpeiden mukaan sekä
kesällä että talvella. Kilpailutilanne on tietojeni mukaan kohtuullinen, vastaavan tyyppisiä
ohjelmia ei ole paljoa tarjolla Suomessa. Ulkomailla tämän kaltaisia palveluntarjoajia on
useita.

10.3 Laatu

Yritykselläni on vuosien kokemus luontoaktiviteettien järjestämisestä ja erilaisten asiakas-
ryhmien ohjaamisesta, ja vuosittain nuorisoryhmiä on mm. Isosta-Britanniasta. Yrityksellä
on 1Q00-laatu-tonni sertifikaatti, olen käynyt Wafa – Wilderness Advanced First Aid -
koulutuksen ja luonut yritykselle Green Start -matkailun ympäristöohjelman. Green Start®
on Haaga-Perhon, Metsähallituksen ja matkailuyritysten yhteistyönä luotu vastuullisen lii-
ketoiminnan työkalu, jolla matkailuyritys luo käytännönläheisen ympäristöohjelman kestä-

vän matkailun toteuttamiseksi yhdessä toimintaympäristön ja asiakkaiden kanssa. (Laatutoni 2016.) Yritykseni lahjoittaa jokaisesta toteutuneesta ohjelmasta yhden prosentin The Spirit of Adventure -säätiölle. Isossa-Britanniassa toimivan säätiön tarkoituksena on innostaa globaalisti ihmisiä elämään nyky maailmassa sopuinnussa luonnon kanssa.

Yksi tapa laadunhallintaan valmentautumisessa on Kuntaliiton ITE-työyksikön itsearviointi- ja laadunhallintamenetelmä. Menetelmä on suunnattu sosiaali- ja terveydenhuollon työyksiköille, yrityksille, yrittäjille ja ammatinharjoittajille. ITE-menetelmä toimii laadunhallinnan työvälineenä myös muilla toimialoilla, kuten järjestöissä ja liikunnan vapaaehtois-toimijoilla. Menetelmän avulla voidaan kehittää työyksikön toiminnan laatua asiakaslähteisesti käytettävissä olevien resurssien mukaan. (Kuntaliitto 2016.)

10.4 Palvelukonsepti

Kuin tuote on palvelu, on markkinoinnissa ja asiakastyössä huomioitava tiettyjä palvelun erityispiirteitä. Palvelu on luonteeltaan aineetonta eikä kaupankäynnissä tapahdu omistajuuden siirtoa. Palvelutuotteita myydään eri tavalla kuin tavaroita. Tuotetta ei voi käsin kosketella eikä aisteilla havainnoida ja arvioida. Asiakas pyrkii kuitenkin jollain tavalla saamaan todisteita palvelun laadusta, mikäli yritys tai palvelutuote ei ole ennestään tuttu. (Viitala & Jylhä 2013, 124.)

Tärkeimmät huomioitavat seikat konseptin rakentamisessa ovat havaitut kysyntärakenteet ja kohderyhmän määrittely, oman yrityksen liikeidean toteuttaminen sekä palvelusisällön rajaaminen ja sisällön määrittely. Konseptin luomisessa ei tulisi pyrkiä tekemään sitä, mitä asiakkaat haluavat, vaan sitä, mitä he tarvitsevat. Halu ja tarve ovat ostopäätöstilanteessa kaksi täysin eri asiaa. Toiseksi on muistettava, että palvelun tarkka konseptointi ei merkitse luovuudesta luopumista. Sisällön määrittelyä ja rajaamista ei pidä mieltää luovien ratkaisujen karsimisena vaan pikemminkin luovuuden mahdollistajana. Kolmas tärkeä asia on palvelukonseptin sisällön ja asiakaslupauksen yhteneväisyys. Palvelukonsepti on se piste, jossa yritys lunastaa antamansa asiakaslupauksen. Konseptin antajan on uskottava luomukseensa, asiakkaat rakastuvat palveluusi vain, jos sinä rakastat sitä. (Tonder 2013, 82.)

Seitsemän askelta palvelukonseptiin

Tonderin mukaan konseptin rakentaminen jakaantuu seitsemään askeleeseen:

1. Ensimmäisessä askeleessa tuotteistaja pohtii, minkä tyylinen matkailupalvelu on kyseessä tai mihin matkailun trendiin tai luokkaan palvelusi sijoittuu. Onko kyseessä: 1. kannustematka, 2. kokous- ja konferenssipalvelu, 3. erikoisharrastematka, 4. turistimatka vai 5. omatoimimatka.
2. Toisessa vaiheessa on kohderyhmän määrittely. Mitkä ovat kohderyhmäsi tarpeet ja kiinnostuksen kohteet? Mitä asiakkaat tarvitsevat? Minkälaisen lupauksen voit palvelusi avulla asiakkaalle antaa?
3. Kolmannessa vaiheessa määritellään mistä osista palvelu koostuu kysymyksillä: mitkä ovat palvelusi kulmakivet, muodostavatko palvelun eri osat selkeästi tunnistettavan kokonaisuuden, mikä on palvelusi toimintaympäristö, mitä välineitä ja materiaaleja tarvitset sekä miten rajaat palvelun sisällön?
4. Neljännen vaiheen tärkeät kysymykset liittyvät konseptin sisältöön. Minkälaista tarinaa hyödynnät palvelussasi, mitä asiakkaat tekevät palvelussasi ja miten tuot käyttämäsi teeman esille?
5. Seuraavaksi pohditaan palvelun nimeä. Miten palvelusi nimi ja teema sopii antamaasi asiakaslupaukseen ja sopivatko palvelun teemat, nimi ja käytetyt materiaalit, kalusteet ja tarvikkeet hyvin yhteen?
6. Kuudennessa kohdassa sisältöön paneudutaan tarkemmin. Mitä sisällön osia tulee kehittää, ovatko alkuperäiset ajatukset palvelun sisällöstä muuttuneet prosessin aikana, mitä toimenpiteitä muutokset aiheuttavat ja ovatko kaikki palvelun osat tasalaatuisia?
7. Viimeisessä kohdassa tarkastellaan konseptia asiakkaan näkökulmasta. Testaa itse ja henkilökunnan kanssa tuotteesi sellaisena kuin asiakas sen kokee. Ulkopuolisten testaajien käyttö on tärkeää, ja yrityksen tulisi kerätä testauksesta palautteita, jota hyödynnetään konseptin jatkokehittämisessä. (Tonder 2013, 81.)

10.5 Asiakasryhmien määrittely

Seikkailukasvatusleiriä markkinoidaan ja myydään muun muassa nuorisoryhmille. Tällaisia voivat olla esim. poliittiset nuoriso- ja opiskelijajärjestöt, nuorison etujärjestöt, nuorison kulttuuri- ja harrastusjärjestöt, uskonnolliset nuorisojärjestöt, lapsijärjestöt, nuorisotyön palvelujärjestöt ja muut nuorisotyötä tekevät järjestöt (alli.fi). Lisäksi sitä markkinoidaan kuntien nuorisotyöhön (nuva.fi), etsivään nuorisotyöhön, nuorten työpajoille, valtakunnallisille nuorisokeskuksille, aluehallintovirastojen nuorisotoimelle, ehkäisevään päihdetyöhön (Avartti, Preventiimi) ja nuorisotutkimusseuralle. Kansainvälisiä yhteistyöorganisaatioita ovat mm. Pohjoismainen lapsi- ja nuorisoyhteistyön komitea (NORDBUK) ja Barentsin alueen nuorisoyhteistyön koordinaatiotoimisto (Barents Youth Cooperation Office, BYCO). Lisäksi esim. Isossa-Britanniassa on useita nuorisoryhmille matkoja järjestäviä organisaatioita.

Palvelua voidaan differoituna markkinoida Tyhy-palveluna ja esim. johtamistaitoon ja ryhmän toimintaan liittyvinä kursseina pohjoissuomalaisille yrityksille, terapeuttisina leireinä terveydenhuollon organisaatioille sekä seikkailumatkailutuotteena matkailijaryhmille aktiivimatkailuun erikoistuneiden ulkomaisten matkanjärjestäjien toimesta.

10.6 Asiakaslupaus

Viikonlopun seikkailukasvatusleirin asiakaslupaus voi olla esim. elämyksellisyys, onnistumisen kokemukset, hyväksyntä ryhmän jäseneksi, nauttiminen hyvästä tunnelmasta, hyvä ruoka, oppimisen kokemukset ja positiiviset luontokokemukset. Asiakas haluaa tarjota seikkailukasvatusleirin omille asiakkailleen tai oppilailleen kasvatuksellisista, terapeuttisista, koulutuksellisista tai vapaa-aikaan liittyvistä syistä.

Tässä opinnäytetyössä prosessikuvaus tehdään nuorisoryhmälle tarkoitetusta seikkailukasvatusleiristä, jossa oppilaitos on valinnut kyseisen leirin kasvatuksellisista syistä 8.–9.-luokkalaisille nuorille. Oleellista on, että oppilaitoksen edustajina toimivilla henkilöillä, tässä tapauksessa opettajilla, on selkeä kuva, mihin leiriläiset ovat osallistumassa ja mikä on leirin tarkoitus. On myös tärkeää, että oppilailta on riittävä käsitys ohjelmasta ja tavoitteista.

10.7 Blueprinting

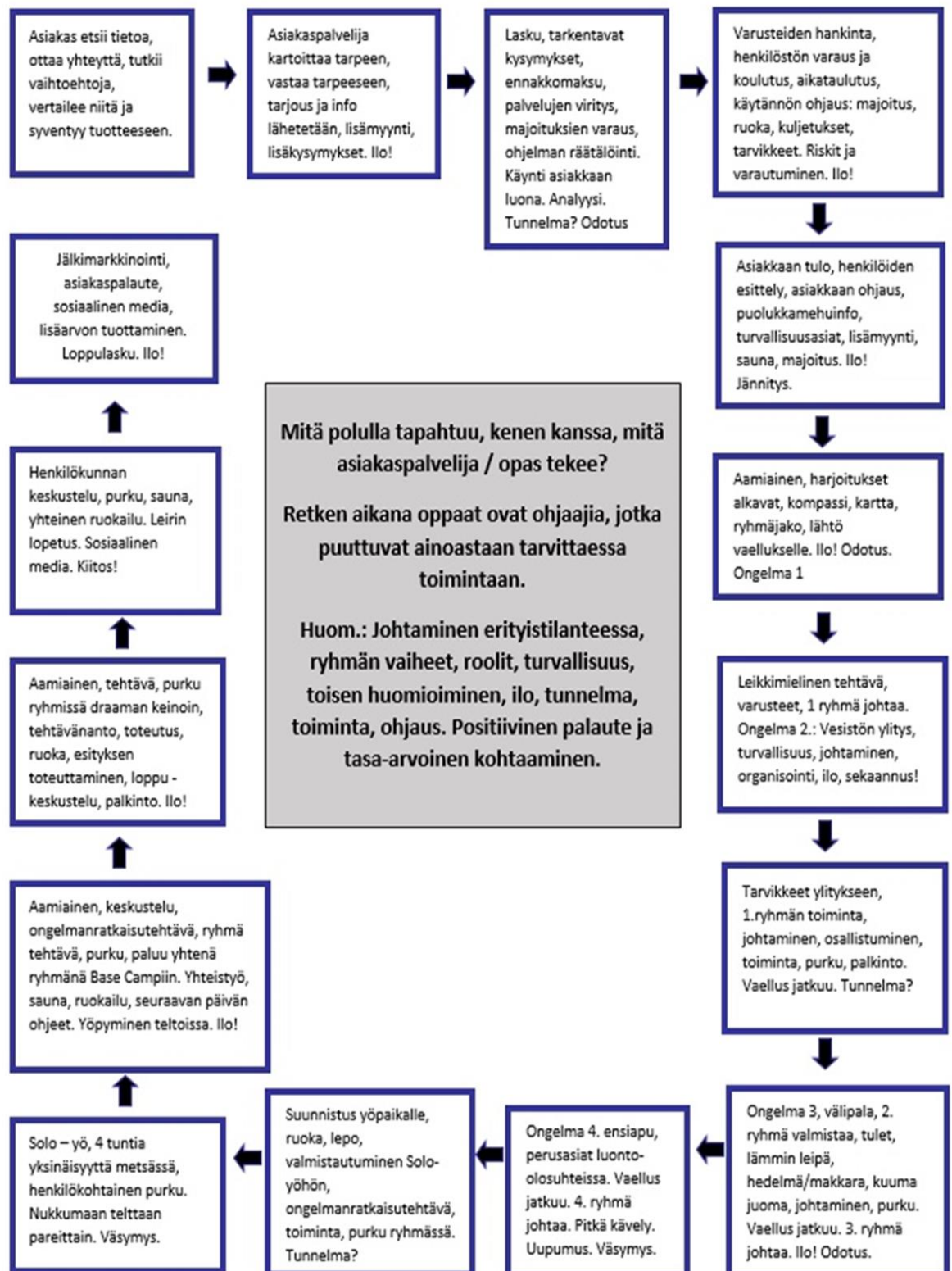
Blueprinting on tekniikka, jossa asiakaskeskeisesti muotoillaan palvelua ja prosessia. Blueprint-kuvauksessa kartoitetaan asiakkaan toimintoja palvelutapahtuman aikana. (Inno-vointi 2017.) Kyseisen tuotteen kuvauksessa ilmenee, että tuottajien, ts. ohjaajan, ja kuluttajien, tässä tapauksessa leirin osallistujien, rajat, roolit ja merkitykset tuntuvat nykyisin kietoutuvan voimakkaasti toisiinsa, vaihtavan paikkoja tai hälvenevän yhdeksi kokonaisuudeksi. (LUC Toimijoiden roolit.) Tässä seikkailuleiri-tuotteessa blueprinting on syytä tehdä tarkemmin eri toimintojen osalta leirin alkupuolella ja palattaessa vaellukselta Base Campiin.

Leiriä ennen tutustutaan osallistujiin heidän omalla maaperällänsä, eli ohjelman esittely, ohjelmaan osallistujien ja ohjaajien tutustuminen käydään tekemässä asiakkaan luona. Markkinointi on totuudenmukaista ja ennakkotiedoissa kuvataan realistisesti aktiviteettien vaatimukset osallistujille. Riskit käydään läpi asiakkaan kanssa, ja näin ollen osallistujat ymmärtävät turvallisuuteen liittyvät tärkeät seikat. Määritellään nollatoleranssi päihteiden suhteen, koska päihteet yhdistettynä seikkailuaktiviteetteihin muodostavat selkeän riskin.

Toimijoilla on erilaisia vastuualueita, etenkin siinä vaiheessa, kun asiakas otetaan vastaan, sekä leirin loppuvaiheessa. Maasto-osuuden aikana vastuu toiminnasta annetaan leiriläisille, ja ohjaaja toimii ennemmin sivusta seuraajana ja arvioijana kuin oppaana tai matkan johtajana. Tämä on syytä tuoda esille ymmärrettävästi myös mahdollisille maasto-osuuteen osallistuville opettajille tai ohjaajille, jotka kokemuksen mukaan saattavat liiaksi puuttua toimintaan ja vaikeuttaa nuorten osallistumista sekä myös ohjaajan tekemää arviointia. Aikuisilla on selkeästi ohjelman aikana, varsinkin vaelluksella, passiivinen sivusta seuraajan osa. Heidän roolinsa voi olla esim. kannustava ja tukeva. Toimintaan puututaan ainoastaan ohjaajan kehotuksesta tilanteen vaatiessa ja jos turvallisuus vaarantuu.

Turvallisuuskysely tehdään asiakkaan luona kirjallisesti. Turvallisuuskysely tehdään aina yli 4 tunnin ohjelmapalveluihin osallistuville tai jos ohjelma sisältää valmistautumista, varustautumista tai se vaatii fyysistä tai psyykkistä kuntoa. Lomakkeessa kysytään asiakkaan terveyteen ja erityistarpeisiin liittyviä asioita. Kyselylomakkeen perusteella tehdään arvio, voiko asiakas turvallisesti osallistua kyseiselle leirille ja vaatiiko hänen osallistumisensa erityisiä toimenpiteitä toimintaan liittyvien tavanomaisten järjestelyjen lisäksi. Samalla saadaan yleiskuva osallistujista ohjaajille ja turvallisuudesta vastaaville henkilöille. Turvallisuustietolomakkeet hävitetään henkilötietolain mukaisesti ohjelman päättymisen jälkeen. (Keskinen 2015, 92.)

Asiakkaan polku / blueprinting:



Kuva 6. Asiakkaan polku / blueprinting

10.8 Tuotteen testaus

Olen toteuttanut seikkailukasvatusleirin aiemmin Rokualla, jossa asiakas tilasi leirin luonto-opiskelijaryhmälle. Rokuan maastot muistuttavat suuresti Hossan maastoja kangasmetsineen, suppineen ja vesistöineen, joten toteutettu palvelukokonaisuus vastaa riittävästi ympäristöltään tulevaa tapahtumapaikkaa, jotta testausta voisi luonnehtia luotettavaksi. Kun tuote on aiemmin toteutettu, aikaa ja rahaa säästyy turhien vaiheiden jäädessä pois suunnittelusta ja toteutuksesta. Samalla palvelu tulee asiakaslähtöisemmäksi; se tiivistyy ja hioutuu.

Turvallisuutta ajatellen testaaminen on avainasemassa. Lopullisen riskikartoituksen tekeminen on huomattavasti helpompaa, kun ohjaaja on tehnyt alkuperäisen riskikartoituksen ja turvallisuussuunnitelman tuotetta varten ja sen jälkeen lisännyt huomioita jo toteutetun retken perusteella. Rokualla toteutetun leirin jälkeen asiakkaalta saatiin arvokasta palautetta, jonka mukaan tuotetta muokattiin jonkin verran, näin ollen asiakas osallistui tuotteen kehitystoimintaan ja maksoi osan tuotekehityksestä. Seikkailuleiriä varten on liitteenä asiakkaan täytettäväksi tuleva terveystietolomake.

10.9 Palaute

Asiakaspalautetta kerättiin ohjelman jälkeen. Valitettavasti palautteita ei enää ollut mahdollista käyttää tässä vaiheessa, koska palautelomakkeet jäivät Rokualle sen aikaiseen yritykseen. Palaute oli pääosin erittäin positiivista. Positiivisessa palautteessa kiitettiin mielenkiintoisesta, monipuolisesta sisällöstä, ohjelmasta ja ammattimaisesta ohjauksesta. Negatiivista palautetta tuli pitkästä ja uuvuttavasta patikointimatkasta, jonka toisaalta oli tarkoituskin olla haasteellinen osallistujille. Kuitenkin palautteen mukaan kaupallista tuotetta on syytä muokata, jottei osallistujille jää leiristä päällimmäiseksi negatiivisia kokemuksia.

11 Palvelun markkinointi ja löydettävyys

Markkinointi, joka koko historiansa ajan on perustunut lähes kokonaisuudessaan yksisuuntaisten viestintävälineiden käyttöön, on samalla kohdannut suurimman muutoshasteensa. Asiakkaat eivät enää odota lähettämiäsi markkinointiviestejä voidakseen omaksumaa ne. Asiakkaat ovat ottaneet aloitteen itselleen ja keskittyvät itse tuottamaan ja jakamaan sisältöä internetissä. Seurauksena on tietoon perustuvan vallan painopisteen siirtyminen markkinointia toteuttavista organisaatioista verkon sisäisiin käyttäjäyhteisöihin. (Juslen 2009, 16.)

11.1 Muuttuva markkinointiviestintä

Internet muodostaa pelikentän, jossa pieni toimija voi luoda yhtä vaikuttavia asiakaskokemuksia kuin suuri. Käytettävissä on joukko markkinointivälineitä, joiden kustannustaso on niin alhainen, että millä tahansa yrityksellä on varaa käyttää niitä. Internet mahdollistaa lisäksi hyvin pienten kohderyhmien tarpeiden palvelemisen taloudellisesti järkevässä mitataavassa. Internetin avulla erikoistuminen johonkin pieneen niche-markkinaan voi avata tuottoisia liiketoimintamahdollisuuksia, kun ostajat voidaan tavoittaa suoraan ilman välikäsiä, maantieteellisesti lähes rajattoman suurella alueella. (Juslen 2009, 34.)

Sosiaalista mediaa on käytetty mainonnassa vielä suhteellisen vähän aikaa. Tästä johtuen some-markkinoinnin välineet kehittyvät koko ajan nopeasti. Juslenin mukaan erityisesti Facebook-mainonta on kannattavaa. Juslen nostaa esille Facebookin laajalle levinneenä, kustannustehokkaana ja kohdistettavuutensa ansiosta laadukkaana myyntikanavana. Facebookin kohdistettavuus liittyy maksettuihin mainoksiin, ei ilmaiseen markkinointiviestintään. Maksuttomia julkaisuja ei voi kohdentaa millekään tietylle kohderyhmälle. Facebookin julkaisujen tykkääjistä vain pieni osa on potentiaalisia asiakkaita, ja tykkääjien kavereista löytyy harvoin tulevaa asiakaskuntaa. Maksuttomien Facebook-julkaisujen avulla tavoitetaan tällä hetkellä n. 5–15 % sivun tykkääjistä. Näin ollen, jos sivuilla on 1 000 tykkääjää, ainoastaan 50–150 henkilöä näkee julkaisun, ja kun julkaisujen klikkausprosentti on n. 1–5 %, niin oletettavasti ainoastaan 1–7 henkilöä klikkaa kyseistä julkaisua. (Juslen 2016)

Seikkailukasvatusleirin markkinointia hoidetaan omien kanavien ja Wild Taigan kautta, ja palvelua myydään suoraan sopiville matkanjärjestäjille ja vastaavan tyyppisiä leirejä välittävien organisaatioiden kautta. Myynti tapahtuu myös omatoimisesti ja Hossan yritysten kautta sekä Hyrynsalmen Ukkohallan uuden myyntiorganisaation kautta.

11.2 Löydettävyys ja mainemielikuva

Yrityksen verkkosivut (hikesntrails.com) ovat omatekoiset. Alustana on selaimella päivitettävät Wix.com-verkkosivupohjat. Palvelun ulkoasua verkkosivuilla on pyritty pitämään raikkaana ja tuoreena. Verkkosivuja on käytetty ammattilaisen arvioitavana ja niihin on tehty vastikään muutoksia suositusten mukaan luotettavuuden ja käytettävyyden parantamiseksi. Verkkosivuilta saa tällä hetkellä kattavat tiedot tarjolla olevista tuotteista.

Hyvän maineen luomiseksi yrittäjä tarvitsee myös ohjausta. Tässä tapauksessa opintojen kautta saatu tieto ja osaaminen brändin ja palvelun tunnetuksi tekemisessä ovat avainasemassa. Tärkeintä olisi synnyttää luottamus ulkomaalaisten matkanjärjestäjien taholla. Tässä saattaa auttaa kattava kuvapankki verkkosivuilla, sosiaalisen median ahkera käyttö sekä Trip Advisor -kirjautumisen ja asiakaspalautejärjestelmän luominen verkkosivuille. Asiakkaita täytyy myös muistuttaa palautteen antamisesta jokaisen tuotetun palvelun jälkeen. Se, että yritys on tällä hetkellä ns. yhden miehen yritys, ei haittaa, koska ympärillä on laaja verkosto, ja yhteistyössä muiden yrittäjien kanssa palvelupaketeista saadaan kattavia ja laadukkaita. Olen juuri liittynyt Hossan matkailuyrittäjiin, jossa on parasta aikaa menossa matkailutuotteiden kehittämiseen liittyvä hanke.

Palvelun löydettävyys paranee huomattavasti, kun aloitan Google Adwords -kampanjoinnin. Tällä hetkellä verkkosivut on hakusanaoptimoidut, kirjoitan blogia Googlen Blogger -alustalla, yrityksellä on Twitter, Facebook ja Instagram-sivut, ja yritys on mahdollista tavoittaa Messengerissä, puhelimitse, sähköpostilla sekä Skypessä. Skypen käytöstä on hyviä kokemuksia, sillä sen avulla on palveltu jo aiemmin asiakkaita toiselta puolelta maapalloa. Palvelujen tavoitettavuus on siis mielestäni melko hyvä.

Helppous palvelun saatavuudessa olisi hyvä arvioida ulkopuolisen asiantuntijan toimesta. Tällä hetkellä alkuvaiheessa asiakas lähettää verkkosivujen yhteydenottolomakkeen kautta yhteydenottopyynnön. Yhteydenottolomakkeessa on kysytty mm. nimi, osoite, yhteystiedot, ikä, mahdollinen erityisruokavalio ja terveystiedot, retki, josta on kiinnostunut sekä aikaisemmat kokemukset ulkoilma-aktiviteeteista. Lomakkeet tulevat suoraan yrityksen sähköpostiin. Vastaan sähköpostiin ja kysyn tarvittavat lisäkysymykset. Asiakkaan

vastattua lisäkysymyksiin lähetän hänelle tilausvahvistuksen (holiday confirmation), jossa kerrotaan tuotteen tiedot sekä varauskaavakkeen (booking form), jossa asiakas saa tarkemmat tiedot yrityksestä, matkaan kuuluvista riskeistä, vakuutusasioista sekä maksu- ja peruutusehdoista. Asiakas vahvistaa ymmärtäneensä annetut tiedot allekirjoittamalla kaavakkeen ja lähettämällä sen yritykselle. Kaavakkeen mukana on terveystietolomake (health form). Lisäksi asiakas saa sähköpostitse varustelistan ja yksityiskohtaisen päiväohjelman (itinerary).

Yritys ei ole rekisteröitynyt matkan välittäjäksi eikä järjestäjäksi, joten asiakas maksaa matkan omalla riskillään etukäteen tai matkan jälkeen. Valmismatka on yleensä pakettina ostettu matkailupalvelujen yhdistelmä (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2017). Yritys voi lähettää laskun asiakkaalle ja ottaa maksun kansainvälisenä tilisiirtona. Tämä on luotettavuutta ajatellen selkeä riski. Asiakkaalle annetaan myös mahdollisuus maksaa matka sen toteuttamisen jälkeen. Tästä mahdollisuudesta kerrotaan sekä verkkosivuilla että varauskaavakkeessa. Maksun vastaanottaminen vasta palvelun jälkeen saattaa olla riski yritykselle, joten tähän mennessä maksetut matkat on maksettu yrittäjän läsnä ollessa verkkomaksuna tai käteisellä heti matkan jälkeen. Tämä saattaa tuntua kiusalliselta asiakkaasta.

12 Ansaintalogiikka

Asiakas maksaa ohjauspalvelun sen järjestävälle yritykselle. Mökkimajoitus perusleirissä eli Camping Hossan Lumossa maksetaan erikseen palvelun tuottajalle, koska järjestävä yritys ei ole rekisteröitynyt valmismatkarekisteriin. Laskutettavia osapalveluja ovat esim. suunnittelu, asiakaskäynti, ohjaus, opastus, ruokapalvelut ja majoitus sekä sauna. Yrityksellä on erilaisia retkeilyyn liittyviä varusteita, ja asiakkailla on myös omia varusteita. Palkkiota ovat jakamassa verkoston yhteistyöyritykset, kuten majoittaja Hossan Lumo, sekä mahdollinen mukana oleva toinen ohjaaja yli 15 henkilön ryhmille. Ajankäytön lisäksi kustannuksia tuottavat markkinointi, verot, vakuutukset, polttoaine, mahdolliset lisäykset tarvittaviin varusteisiin, ruokatarvikkeet ja varusteiden kuluminen ja mahdolliset rikkoontumiset. Lisäksi olen käyttänyt resursseja kouluttautumiseen seikkailuohjaajan työtä varten.

12.1 Miten tuotetaan palvelu kannattavasti?

Kannattavuuden varmistamiseksi henkilökuntaa on riittävä minimimäärä. Työvoimakustannukset ovat korkeat, näin ollen toiminnot on suunniteltava niin, että ohjaajia tarvitaan mahdollisimman vähän. Seikkailuohjelmissa majoitus järjestetään melko askeettisesti teltoissa, ruoanlaitto tapahtuu suurimmaksi osaksi osana ohjelmaa leiriläisten toimesta ja kussakin palvelussa on oppimiseen, kokemukseen ja ryhmän toimintaan liittyvä tarkoitus. Leirin osanottajat joutuvat osallistumaan erilaisiin toimintoihin, jotka usein ovat mukavuusalueen ulkopuolella; olosuhteet ovat normaalista poikkeavat. Tässä mielessä seikkailukasvatusleirin kustannukset pysyvät kohtuullisina jo lähtökohtaisesti, koska leiriin ei sisälly valmiita ruokapalveluja tai kalliita ohjelmapalveluja.

Lisämyyntiä kannattaa harrastaa. Tilaajalle lähetetään kuvat ja dokumentaatio sekä palaute ohjelmasta leirin jälkeen. Tässä tilanteessa on helppo markkinoida saman tyyppistä palvelua uudelleen, hieman eri näkökulmasta laadittuna, sekä kehottaa asiakasta suositteluun palvelua muille oppilaitoksille ja sidosryhmille.

12.2 Hinnoittelu

Leirin hinta määräytyy kustannusten mukaan. Tällaisessa tuotteessa paljolti sen mukaan, miten yrittäjä arvottaa oman aikansa. Kustannuslaskelmassa lähdetään siitä, millainen

kokonaistuntimäärä leirin suunnittelusta ja toteutuksesta syntyy ja mikä on lisähenkilön palkkakustannus. Seikkailuleirin hintaa voi kysyä muilta toimijoilta vastaavien tuotteiden osalta, jos haluaa käyttää hinnoittelussa kilpailijoiden hinnoitteluun perustuvaa mallia kustannusperusteisuuden lisäksi. Kyseisen tyyppisiä palveluja järjestävät esim. Suomen nuorisokeskukset ja muutamat yksityiset yritykset.

12.2.1 Esimerkkejä kilpailijoiden hinnoittelemista leirikoulutuotteista

Wild Taigan leirikoulupaketeissa on Kulttuuri & Luonto, 3 yötä ja 4 päivää kestävä leirikoulutuote, jonka hinta on 178 € / henkilö. Paketti sisältää majoituksen 3:n hengen huoneessa, liinavaatteet, aamiaiset, 3 x päivällinen, 2 x iltasauna, lounaat ja iltapalat. Lisäksi ohjelmaan kuuluu peli-ilta, frisbeegolf-välineitä ja vierailu Talvisotamuseoon. Leirikoulun ohjelmat järjestetään lisähinnasta. (Wild Taiga 2016.)

Leirikesä ry järjestää Kiljavalla kesä- ja talvileirejä lapsille ja nuorille. Leireillä nautitaan yhdessäolosta, liikutaan, seikkaillaan ja istutaan nuotiolla. Leirikesän toimintaa ovat kesällä järjestettävät Kiljavan Leirikesän leirit, talvikaudella järjestettävät Leirikesän talvileirit ja talven päiväleirit. Yöleirit järjestetään Kiljavalla Hyvinkäällä ja päiväleirit vaihtuvissa paikoissa kaupungeissa. Leirikesä järjestää lisäksi jonkin verran leirikoulutoimintaa kysynnän mukaan. (Leirikesä 2016.)

Leirikesä ry:n järjestämä 3:n vuorokauden kestävä leiri ilman RAY:n tukea maksaa 264 € / henkilö. Leirikesän leirien ehdoton vahvuus on erinomainen ohjelma. Leiriohjelma on värikästä ja monipuolista. Kaikki ohjelmat suunnitellaan ja valmistellaan etukäteen. Jokainen päivä ja jokainen leirijakso on erilainen. Kullakin leirillä on tietty perusrunko, johon kuuluu saunominen kerran tai kahdesti leirillä, teemapäivät ja iltanuotiot. Välillä koetaan suuren leirin tunnelmaa koko leiri yhdessä, välillä seikkaillaan ja ollaan yhdessä pienissä ryhmissä. (Leirikesä 2016.)

12.2.2 Seikkailukasvatusleirin hinnoittelu

Hinnoittelun voi rakentaa esim. lähtökohtaisesti hinta/asiakas, eli laskemalla asiakaskohdaisen kustannuksen ja määrittelemällä katetavoitteen. Näin pystytään näkemään, mikä on minimihenkilömäärä, jolle leiri voidaan kannattavasti toteuttaa.

Alla on leiristä laadittu hinnoittelulaskelma alhaalta ylöspäin. Myyntikatetavoite on määritelty niin, että kolmen päivän ohjelmasta jää katetta 150 € / hlö. Myyntikatetavoite sisältää kiinteät kustannukset ja voittotavoitteen. Kiinteisiin kuluihin kuuluu esim. yrittäjän palkka, markkinointi-, puhelin- ja hallintokulut sekä vakuutusmaksut. Muuttuviin kustannuksiin kuuluu lisäohjaajan palkka yli 15 henkilön ryhmille (200 €) ja ruokamenot sekä sauna ja telttamajoitus Hossan Lumossa. Henkilökohtainen tulotavoitteeni on 1 500 € / leiri, jolloin minimihenkilömäärä leirillä on 10 henkilöä. Leiri voidaan järjestää pienemmillekin ryhmille minimilaskutuksen ollessa 1 500 €. Hinnoittelua voidaan myös arvioida uudelleen asiakasryhmän ja tuotteen sisällön muuttuessa esim. koululaisryhmän seikkailukasvatusleiristä yritysasiakkaiden johtamistaidon koulutukseen.

Taulukko 2. Seikkailukasvatusleirin hinnoittelu.

Henkilömäärä		1	10	16	20	30
Verollinen myyntihinta	↑	241,8	2418	4116,8	5084	7502
Arvonlisävero 24%	↑	46,8	468	796,8	984	1452
Veroton myyntihinta +	↑	195	1950	3320	4100	6050
Muuttuvat kustannukset	↑	45	450	920	1100	1550
Myyntikatetavoite +	↑	150	1500	2400	3000	4500

13 Pohdinta

Kilpailuetuna kyseiselle palvelulle on laajan yhteistyöverkoston, toteutuksen, markkinoinnin ja toimintaympäristön ohella erilainen tarina, johon liittyy useita positiivisia ominaisuuksia. Ominaisuuksia voidaan kuvailla esimerkiksi sanoilla hyvinvointi, toivo, yhteistyö, yhteisöllisyys, muutos ja elämykset. Markkinalähtöisyyttä voidaan perustella kasvavilla sosiaalisilla ja hyvinvointiin liittyvillä ongelmilla, joihin kiinnitetään huomiota eri aloilla. Ekologinen lähestymistapa, ympäristökasvatus ja ulkoilman ja luonnon hyvinvointia lisäävät ominaisuudet ovat osa seikkailukasvatusleirin positiivisia vaikutuksia. Merkitykselliset sisällöt tuovat tuotteeseen matkailua tukevia vetovoimaominaisuuksia, jotka ovat kansainvälisessä markkinoinnissa tärkeitä. Tuotteelle on laajat markkinat myös kotimaassa eri asiakasryhmissä, kuten nuorisojärjestöissä, sosiaali- ja terveystaluiden piirissä, hyvinvointi- ja kasvatusorganisaatioissa sekä eri alojen yrityksissä. Esim. valtion nuorisokeskuksille tuotetta voi markkinoida suoraan osaksi heidän leiripalvelujaan.

Haasteena seikkailuleirin toteuttamiselle näen yleisesti vähentyneet resurssit järjestävien organisaatioiden taloudessa ja henkilökunnan yli-työllistämässä. Henkiset ja taloudelliset resurssit vaikuttavat negatiivisesti kykyä hankkia kyseisen tyyppisiä ohjelmia nuorille. Jos tuotetta ajatellaan myytäväksi yrityksille ja organisaatioille, voi edelleen olla mahdollista, ettei aktiviteetteja haluta järjestää henkilökunnalle tai asiakkaille. Tästä syystä on tärkeitä tehdä markkinointia laajasti erilaisille ryhmille.

Matkailualan vaatimukset ovat kasvaneet sosiaalisen median läpinäkyvyyden ansiosta. Laatu- ja sisältönäkökohtiin osoitetaan enemmän ja näkyvämmiin huomiota, ja tuotteen ominaisuuksia jaetaan herkästi erilaisissa kanavissa. Sosiaalisen median ansiosta tuotteiden markkinointi on tullut myös helpommaksi ja laajojen yleisöjen tavoittaminen on mahdollista myös pienemmille yrityksille. Monille pienille yrityksille erikoistuminen on elinehto. Pienen segmentin tai matkailupalvelun osapalvelun laadukas toteuttaminen isossa yhteistyöverkostossa voi olla merkittävä tapahtuma palvelukokonaisuudessa. Laatutekijät ja kestävä kehitys ovat markkinoilla hyvä kilpailuetu.

Tuotteen syntyminen ja sen toteutuminen riippuvat useasta osatekijästä. Ympäristö on pysyvä elementti, johon kuitenkin asiakkaat, yhteistyöyritykset, markkinointiympäristö, trendit ja alueelliset vahvuudet tuovat omat leimansa. Kokemuksellisuus tuo oman mausteensa leirin toteutumiseen. Osalle leiriläisistä jotkut toiminnot saattavat tuntua hyvinkin yksinkertaisilta. Kiipeily- tai ruuanlaittotehtävät sujuvat toisilta, eräille esim. yhteistyöhön

ryhtymisen ja kommunikointi voi tuottaa haasteita. Haasteellisuus on kuitenkin leirin perusominaisuus, johon sisällön tuotekehityksessä juuri pyritään. Osallistujien rooli tuotteen syntymisessä ja toteutumisessa on erittäin tärkeä. Leiriläisille annetaan tilaa ja aikaa, ja reflektoinnissa esille tuotuja asioita kuunnellaan tarkalla korvalla, jotta tuotteesta saadaan elämyksellinen ja positiivinen kokemuksellinen kokonaisuus. Tämä vaatii erityistä osaamista, keskittymistä ja improvisoinnin taitoja ohjaajalta ja yhteistyökumppaneilta.

Paikalliset toimijat, osaamiset, uskottavat sisällöt ja erityisesti leiriin luonteenomaisesti liittyvät ympäristön erityispiirteet antavat oman merkityksensä tuotteelle. Tapahtuman tarina voi liittyä jokaisen leiriläisen omaan kokemukseen. Tarina luodaan leirin aikana ja tuodaan jokaisen nähtävälle loppurefleksion aikana. Tämä tuo erityistä syvyyttä leirituotteeseen verrattuna pelkkään ohjelmapalveluun, jossa usein poistutaan kotimatalle heti tapahtuman jälkeen. Leiriläisiä ohjataan huomaamatta arvojen, omien käyttäytymismallien, ilmaisun ja kommunikoinnin kehittämisessä. Hyvinvointituotteen positiivinen tavoite ja viesti ovat selkeästi nähtävissä heti esittelystä lähtien. Elämönhallintaan ja arvoihin liittyvät sanattomat viestit tulevat konkreettisiksi ja asioita saatetaan leirillä tärkeysjärjestykseen. Medialaitteet eivät pääse vaikuttamaan leirin aikana osallistujien ajatteluun eivätkä haittaa kanssakäymistä. Käytännöt ongelmanratkaisutehtävissä pyritään siirtämään arkeen, niin että yhteistyötä uskalletaan toivoa ja siihen uskalletaan luottaa. Luottamus muihin toimijoihin ja ohjaajiin rakentuu myös leirin aikana. Ryhmän toimintaan ja henkilökohtaisiin vahvuuksiin kiinnitetään huomiota ja niistä annetaan leiriläisille erityistä positiivista palautetta.

Toimintaperiaatteena leirillä on elämyksellinen oppiminen. Tuotteen ideologia, lähtökohta, ratkaisut ja ongelmat liittyvät kokemuksen periaatteeseen. Sosiaali- ja terveysalalta ja humanistisista lähtökohdista kumpuavat toimintatavat toimivat viitekehyksenä tuotteen markkinoinnissa ja toteutuksessa. Leirin aikana tuetaan osallistujia innostumaan, ottamaan osaa ja rakentamaan luottamusta avoimesti muiden toimijoiden ja myös ympäröivän luonnon kanssa. Etsiminen ja löytäminen, itsestä oppiminen, omien rajojen tunnistaminen ja mahdollisesti niiden siirtäminen, pelon ja erilaisten tunteiden havaitseminen omassa itsessään ja muissa, itsensä ylittäminen sekä sankaruus ovat läsnä leirin aikana. Hyvinvoinnin toteutuminen leirillä voi olla havaittavissa konkreettisesti reflektio-tilanteissa ja leirin jälkeen palautteessa.

Leirin aikana on myös varauduttava huonoon palautteeseen, uupumukseen, innostuksen puutteeseen, toiminnasta kieltäytymiseen, loukkaantumisiin, vammoihin ja muihin uhkiin, jotka liittyvät toiminnalliseen seikkailuleiriin. Näitä varten on hyvä verkoston toimijoiden kanssa etukäteen käydä läpi mahdollisia tilanteita, joissa kyseisiä tilanteita saattaa syn-

tyä. Mahdolliset tapaukset on dokumentoitava ja jälkeinpäin arvioitava mistä tilanne saattoi johtua. Dokumentointi tästä ja muusta palautteesta on tehtävä riskikartoituksen ja riittävien turvallisuusasiakirjojen lisäksi.

Leiri voidaan toteuttaa erilaisissa luonnonympäristöissä erilaisiin tarpeisiin. Seikkailuleirin viesti on tunnistettavissa myös eri toimintaympäristössä. Viestiin liittyy myös selviytymisen ongelma. Paluu juurille, luonnon voimien tunnistaminen, niiden kanssa kamppailu ja luonnossa toimimisen haasteet kasvattavat itseluottamusta ja auttavat identiteetin rakentamisessa. Usein tähän liittyy sosiaalisen hyväksynnän tarpeita, joita tuodaan esille mm. jakamalla kokemuksia myöhemmin sosiaalisessa mediassa. Tämä saattaa lisätä kiinnostusta myös uusille ryhmille. Sosiaalisen median käyttöön täytyy antaa mahdollisuus jo ennen leirin loppua, viimeisenä iltana, kun tunteet ovat pinnassa, helpotus, selviäminen ja hyvinvoinnin tunteet ovat päällimmäisinä leiriläisten ajatuksissa.

Tuotekehityksen päämääränä on seikkailukasvatuksen toimintatapoihin perustuva hyvinvointimatkailutuote, joka on taloudellisesti kannattava, se voidaan tarvittaessa muuntaa erilaisiin tarkoituksiin ja sen koettuaan osallistujalla on matkamuistona iloa, hyvää oloa sekä arvokkaita yhteisöä ja häntä itseään kehittäviä toimintatapoja. Leiri kiinnostaa myös muita toimijoita; se saa tärkeää näkyvyyttä ja positiivista huomiota erilaisissa medioissa, organisaatioissa, sidosryhmissä sekä asiakkaiden taholla.

Lähteet

Ahonen, S. 2013. Opinnäytetyö. Valmiimpia vastaanottamaan. Luettu 14.10.2016. Saatavilla: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/69826/ValmiimpiavastaanottamaanTheseus.pdf?sequence=1>.

Alanen, A. 2007. 57–61 Elämyskulutus kiehtoo yhä useampia. Samasta tuotteesta sekä hyötyä että elämystä. Tieto&Trendit.

Cameraobscura. n.d. Käsitteistö. Luettu 6.11.2016. Saatavilla: <http://www.cameraobscura.fi/24-kasitteisto>.

Greenaway, R. 2014. IOL 68. Reviewing for wellbeing. Horizons Magazine.

Haapamatti, K. 2011. Metsä luo uusia ihmisiä. Luettu 14.10.2016. Saatavilla: <http://www.gcfinland.fi/file/original/luontokuntoutus.pdf?fileId=8962>.

Inno-Vointi, 2017. Service blueprint. Luettu 18.4.2017. Saatavilla: <http://www.innovointi.fi/fi/tyokaluja/kokeilu/service-blueprint>.

Juslen, J., 2009. Netti mullistaa markkinoinnin. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.

Juslen, J. 2016. 3 tärkeää syytä, miksi maksuton Facebook-markkinointisi ei toimi. Luettu 4.1.2017. Saatavilla: https://digiopisto.com/2016/12/3-tarkeaa-syyta-miksi-maksuton-facebook-markkinointi-ei-toimi/?utm_source=facebook&utm_medium=ppc&utm_campaign=ttfbm.

KAMK, 2016. Kokemus ja käsitys. Luettu 10.12.2016 Saatavilla: <https://www.kamk.fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Kokemus-ja-kasitys>.

Karppinen, S. 2005. Seikkailullinen vuosi haastavassa luokassa. Etnografinen toimintatutkimus seikkailu- ja elämyspedagogiikasta. Oulu: Oulun Yliopisto.

Keskinen, K. 2015. Seikkailijasta seikkailukasvattajaksi – Seikkailukasvatus ammattina. Turku: Koulutustalo Aavas.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto, 2017. Luettu 12.1.2017. Saatavilla <http://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/matkustaminen-ja-liikenne/valmismatka/>

- Komppula, Raili & Boxberg, Matti 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Matkailuyrittäjä-sarja. Edita. Helsinki.
- Kuntaliitto, 2016. Asiantuntijapalvelut. Luettu 4.1.2017. Saatavilla: <http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/soster/sote-kehittamistyo/ty%C3%B6yksik%C3%B6n-it-searviointi-ja-laadunhallintamenetelm%C3%A4/Sivut/default.aspx>.
- Leirikesä Ry. Olosuhteet ja leiriohjelma. Luettu 2.1.2017. Saatavilla: <https://www.leiri.fi/leirit/kesaleirit/olosuhteet-ja-leiriohjelma.html>.
- Luontoon.fi. 2016. Hossan retkeilyalue Luettu 14.12.2016. Saatavilla: <http://www.luontoon.fi/hossa>.
- Matkailun edistämiskeskus MEK. n.d. Luettu 12.11.2016. Saatavilla: Suomalainen hyvinvointimatkailu. <http://www.mek.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/tuoteteemat/hyvinvointimatkailu/>.
- Mortlock, C. 2004. The Adventure Alternative. England: Cicerone press.
- Mossberg, Lena 2003. Att skapa upplevelser – från OK till WOW! Studentlitteratur. Lund.
- Outward Bound Finland. 2016. Historia. Luettu 14.12.2016. Saatavilla: <http://www.outwardbound.fi/outward-bound/historia-ja-kurt-hahn>.
- Pantzar T. 2010. Eurooppalaista elämyspedagogiikkaa. Luettu 14.12.2016. Saatavilla: <http://www.seikkailukasvatus.fi/sitenews/view/-/nid/43/ngid/4>.
- Partio, 2016. Luettu 2.1.2017. Saatavilla: <http://www.partio.fi/>.
- Pine II, B. Joseph & Gilmore, James H. 1999. The Experience Economy. Work Is Theatre & Every Business a Stage. Harvard Business School Press. Boston.
- Psykologipalvelut Hyvän mielen tila 2016. Verkkosivut. Luettu 14.10.2016. Saatavilla: <http://www.psykologihyvanmielentila.fi/>.
- Priest, S & Gass, M. 1997. Effective leadership in adventure programming. University of New Hampshire. USA.
- Puhakka, R. 2011. Matkailukysynnän trendit vuoteen 2030 mennessä. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu.

Salonen, K. 2011. Metsä hoitaa mieltä – luontoympäristö ja psyykinen hyvinvointi. Luettu: 14.10.2016 Saatavilla: www.sll.fi/pirkanmaa/toiminta/ajankohtaista/kirsi-salosen-esitelma.

Suomussalmen kunta, 2012. Keskustan kehittämisen yleissuunnitelma raportti. Finnish Consulting Group Oy.

Suontausta, H. & Tyni, M. 2005. Wellness matkailu – hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita Prima Oy.

Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. Rovaniemi: LEO Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Luettu 10.11.2016. Saatavilla: <http://www.mek.fi/library/elamystuottajan-kasikirja/>.

Telemäki, M. & Bowles, S. 2001. Seikkailukasvatuksen teoria ja käytäntö Osa 1. Kajaani: Kajaanin opettajankoulutusyksikkö.

TEM. 2012. Toimialaraportti. Matkailun ohjelmalvelut. Työ- ja elinkeinoministeriö. Luettu: 4.1.2017. Saatavilla: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2133/Matkailun_ohjelmalvelut_joulukuu_2012.pdf.

TEM. 2015. Yhdessä enemmän – Kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Työ- ja elinkeinoministeriö. Luettu 4.1.2017. Saatavilla: <http://tem.fi/documents/1410877/2735818/Matkailun+tiekartta+2015-2025.pdf/95521a94-5230-47c2-8dd7-bc7ff5bede04>.

TEM. 2016. Toimialaraportti. Matkailun ohjelmalvelut. Työ- ja elinkeinoministeriö. Luettu 4.1.2017. Saatavilla: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2710/Matkailun_ohjelmalvelut_2016.pdf.

Tonder, M, 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi – Matkailupalvelujen tuotteistaminen. Vantaa: Restamark Oy.

Tourula, M & Rautio, A 2014. Terveyttä luonnosta. Oulu: Thule-instituutti Oulun yliopisto, Metsähallitus ja Oulun seutu.

Tulevaisuus2030, 2017. Tulevaisuuskuva-yritys. Luettu 20.11.2016. Saatavilla: <http://tulevaisuus.2030.fi/assets/pdf/Tulevaisuuskuva-Yritys.pdf>.

Tyrväinen L. 2017. Minä väitän: Luontomatkailussa on merkittävää kasvupotentiaalia Suomen taloudelle, mutta se vaatii pohdittuja panostuksia ja laajempaa yhteistyötä. Luettu: 11.1.2017. Saatavilla: <http://www.nessling.fi/blogi/mina-vaitan-luontomatkailu-tyrvainen/>.

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerus.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen – Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita.

Visit Finland, 2014. Hyvinvointimatkailustrategia kansainvälisille markkinoille 2014-2018.

Valkonen J. & Salonen T. (Toim.) 2013. Reittejä luontosuhteeseen. Tampere. Juvenes Print.

Voigt, C. 2013. Wellness Tourism: A Critical Overview. Luettu: 13.10.2016. Saatavilla: http://www.tobewell.eu/media/universityofexeter/businessschool/documents/research/tobewell/Wellness_Tourism_-_Cornelia_Voigt.pdf.

Liitteet



TERVEYSTIETOLOMAKE

Lomakkeen täyttäminen on vapaaehtoista. Tietosi kerätään turvallisuutesi takia ja tiedot ovat luottamuksellisia. Kerro asiat totuudenmukaisesti. Lomakkeet tuhoetaan 2 kk tapahtuman jälkeen.

NIMI	PUHELIN
OSOITE	ORGANISAATIO
SÄHKÖPOSTI	PÄIVÄMÄÄRÄ
TAPAHTUMA JOHON OSALLISTUN	

TERVEYDENTILAAN LIITTYVÄT KYSYMYKSET:	kyllä	ei
Onko terveydentilasi tällä hetkellä hyvä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jos ei, miksi? _____		
Oletko yliherkkä/allerginen (ruoka-aineet, ampieiset ym.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jos kyllä, mille? _____		
Oletko yliherkkä lääkkeille?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jos kyllä, mille? _____		
Oletko ollut sairaana viimeisen kuukauden aikana?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jos kyllä, miten? _____		
Saatko säännöllistä hoitoa tai käytätkö säännöllisesti tai ajoittain toistuvasti otettavaa lääkitystä?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jos kyllä, mitä? _____		
Onko sinulla liikuntakykyä rajoittavia sairauksia / vammoja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jos kyllä, mitä? _____		

Onko sinulla verenkiertoelimistön sairauksia (esim. sydänvika, korkea verenpaine ym)?	kyllä	ei
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jos kyllä, mikä? _____		
Onko sinulla hengityselinsairauksia (esim. astma, toistuva yskä, hengenahdistusta ym.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jos kyllä, mikä? _____		
Onko sinulla muita sairauksia / vammoja / rajoituksia, jotka ohjaajien olisi hyvä tietää ja jotka voivat rajoittaa osallistumistasi tapahtumaan (esim: pelkotiloja, aikaisempia kokemuksia, edellä mainitsemattomia sairauksia, mielenterveysongelmia ym.)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jos kyllä, mitä? _____		
Oletko mielestäsi kykenevä osallistumaan tapahtumaan?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jos ei, miksi? _____		
Muut tapahtuman onnistumista tukevat kysymykset, * merkityt täytetään erikseen pyydettyäessä		
Noudatanko erityisruokavaliota? _____		
* Pystytkö uimaan 200m ilman taukoja:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
* Syntymävuosi _____ * Paino _____ * Pituus _____		
Kuvia, joissa esiinnyn saa käyttää markkinoinnissa, noudattaen hyviä tapoja.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vakuutan antamani tiedot oikeiksi		
Allekirjoitus _____		
Nimen selvennys _____		