

Tiia Kallunki

Paikallishistorian hyödyntäminen Ruka-Kuusamon matkailussa



Tradenomi (AMK)

Liiketalous

Syksy 2021



KAMK • University
of Applied Sciences

Tiivistelmä

Tekijä(t): Kallunki Tiia

Työn nimi: Paikallishistorian hyödyntäminen Ruka-Kuusamon matkailussa

Tutkintonimike: Tradenomi (AMK) Liiketalous

Asiasanat: historia, matkailumarkkinointi, paikallishistoria, palvelumuotoilu, tuotekehitys

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Kansainvälinen matkailu- ja kulttuurikeskus Karhuntassu -hanke. Kansainvälinen matkailu- ja kulttuurikeskus Karhuntassu -hanke on EAKR-rahoitteinen, suuri yhteistyöhanke, jossa on mukana useita yhteistyökumppaneita ja hankkeita. Pää toteuttajana hankkeessa on Kuusamon kaupunki ja osatoteuttajina Kuusamo-opisto ja Lapin yliopisto.

Opinnäytetyön tarkoitus on tuoda esille sitä, missä laajuudessa Ruka-Kuusamon matkailussa on hyödynnetty historiallista näkökulmaa ja kuinka sitä voisi jatkossa tuoda enemmän esille niin tuotteistuksessa, markkinoinnissa kuin yrityksen muussa toiminnassa. Työn teoriaosio esittelee Kuusamon historian pääkoh- tia sekä matkailumarkkinoinnin, palvelumuotoilun, tuotekehityksen sekä tarinallistamisen teoriaa, joita peilataan kehittämistyövaiheessa.

Opinnäytetyössä käytettiin laadullista eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimusaineisto kerättiin haastattelemalla valittuja asiantuntijoita sekä tehden verkkohakuja ja keräten havaintoja. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin. Haastattelujen analyysissä kerättiin aineistoa, joka vastasi tutkimuskysymyksiin. Markkinoinnin osalta aineistoa kerättiin myös internethauilla, joilla kartoitettiin paikallisten matkailuyritys- ten markkinointia ja sitä, miten Kuusamossa historia on esillä.

Kerätyn aineiston ja teoriapohjan avulla ideoitiin uusia palveluita ja tuotteita sekä kehitettiin aiheita, joista yrittäjä voi saada inspiraatiota historian hyödyntämiseen omassa yrityksessään. Opinnäytetyössä on konk- reettisia neuvoja erilaisista näkökulmista, joista tuotekehitystä voi tarkastella ja tietoa siitä, mitä lisäarvoa tarinallistamisesta saadaan palveluun. Kehitystyön tulokset on kerätty tiivistetysti sähköiseen oppaaseen, joka on kaikkien ladattavissa Karhuntassun kulttuurimatkailuyrittäjän työkalupakissa.

Työn tärkein tarkoitus on olla hyödyllinen yrittäjälle, joka on kiinnostunut kehittämään jo olemassa olevaa tuotetta tai luomaan kokonaan uutta. Työssä tuodaan myös esille historian tärkeyttä paikkakunnalle ja mat- kailualalle.

Abstract

Author: Kallunki Tiia

Title of the Publication: Utilizing Local History in Ruka-Kuusamo Tourism

Degree Title: Bachelor of Business Administration (BBA)

Keywords: local history, history, marketing, travel marketing, marketing, product development, service design

The client of this Bachelor's thesis was the Karhuntassu project of The International Tourism and Cultural Center. The EU-funded project is a major cooperation project involving a number of partners and projects. The main partner is the Town of Kuusamo and other partners are Kuusamo College and University of Lapland.

The purpose of the thesis was to study how local history is used in the tourism of Ruka-Kuusamo and how it could be used more in productization, marketing and other activities of the company. The theory section of the work presents the main points of Kuusamo's history, tourism marketing, service design, product development and storification, which are then mirrored at the development work part.

A qualitative method of research was used in the thesis. The research material was collected by interviewing selected experts and making web search and gathering observations. The interviews were recorded and transcribed. The interviews provided material and responses to the research questions. In the marketing section, there was also collected material with internet searches to the marketing of the local tourism companies and how history in Kuusamo is featured.

The collected material and the theory part were used as a basis for new services and products and the development of topics, of which entrepreneurs can receive inspiration for utilizing history in their own company. The thesis provides concrete advice on different potential perspectives in product development and information on the added value of storification in a service.

The results of the development work were collected into a brief manual, which is downloadable in the cultural tourism entrepreneur's toolkit at the Karhuntassu website. The main purpose of the work is to be useful for an entrepreneur who is interested in developing an existing tourism product or creating a completely new product. The thesis also discusses the importance of history to the local community and the tourism industry.

Alkusanat

Opinnäytetyön aihe sai alkunsa omasta kiinnostuksestani ja kaipuustani kotikuntani historian esille tuomiseen. Työssäni sain haastatella ihmisiä, joiden työtä Kuusamon historian ja matkailun puolesta olen seurannut vuosia ja jopa vuosikymmeniä.

Haluan kiittää kaikkia haastateltavia heidän annettuaan ammattitaitonsa käyttöni. Lisäksi haluan kiittää Kansainvälinen matkailu- ja kulttuurikeskus Karhuntassu -hankkeen projektipäällikkö Julia Afflektia tuesta, neuvoista ja inspiraatiosta sekä Kajaanin ammattikorkeakoulun lehtoria ja opinnäytetyön ohjaajaani Tuula Rajanderia kärsivällisyydestä, avusta ja korvaamattomista neuvoista. Iso kiitos kuuluu myös perheelleni, joka on mahdollistanut ajan ja keskittymisen työhöni.

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Toimeksiantajan esittely	1
1.2	Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus	2
2	Kuusamon historia ja matkailu	5
2.1	Esihistoria	5
2.2	Kuusamon metsäsaamelaiset	7
2.3	Kuusamon asutuksen kehitys uudella-ajalla.....	8
2.4	Kuusamon seurakunnan historiasta.....	9
2.5	Kuusamon elinkeinoelämän kehitys 1700–1800-luvuilla.....	9
2.6	Kuusamon kunnallinen hallinto.....	11
2.7	Sairaanhoidon ja sivistystoiminnan kehitys	11
2.8	Lestadiolainen herätysliike Kuusamossa.....	12
2.9	Kuusamolaiset ja kansalaissota	13
2.10	Sotien välinen aika Kuusamossa	14
2.11	Kuusamo sotien aikaan	15
2.12	Jälleenrakentamisen aika.....	16
2.13	Kuusamon matkailun kehitys sotien jälkeen	17
3	Matkailumarkkinointi	19
4	Matkailutuotteen kehittäminen	21
4.1	Palvelumuotoilu	23
4.1.1	Palvelumuotoilun perusteita	23
4.1.2	Palvelumuotoiluprosessi	24
4.1.3	Palvelumuotoiluprosessin osat	25
4.1.4	Palvelumuotoilu matkailussa	26
4.2	Tarinallistaminen.....	27
5	Opas historian hyödyntämiseen matkailupalveluissa	28
5.1	Opinnäytetyössä käytetyt menetelmät.....	28
5.2	Haastattelut.....	29
5.3	Yritysten markkinointi ja mainonta	31
5.4	Aineiston esittely ja analysointi.....	33
5.5	Kehitystyö ja ideointi.....	35
5.5.1	Palvelumuotoilun hyödyntäminen Ruka-Kuusamon matkailussa.....	35

5.5.2	Tuotekehitys.....	36
5.5.3	Tarinallistaminen.....	38
6	Pohdinta	40
	Lähteet.....	42
	Liitteet	

1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheen valintaan vaikuttivat olennaisesti omat ammatilliset mielenkiinnon kohteet ja harrastukset sekä ajankohtaisuus uuden paikallisen hankkeen kanssa. Liiketalouden opintoni herättivät myös mielenkiintoa uudesta näkökulmasta. Matkailu on osa liiketaloutta ja työ kuuluu matkailun alaan. Kuusamon alueella on värikäs historia, jota hyödynnetään matkailussa näkyvästi hyvin vähän. Historia- ja kulttuurimatkailu on viime vuosina ollut kovassa nousussa, joten paikallishistorian hyödyntämiselle olisi todella kysyntää. Lisäksi koronapandemia on lisännyt kotimaan matkailua huomattavasti ja historialliset kohteet ja muut alueiden paikallishistoriaan keskittyneet nähtävyydet ovat olleet erittäin suosittuja. (Tilastokeskus 2020.) Vaikka kokonaiskävijämäärä on pudonnut edellisvuosista johtuen esimerkiksi museoiden 2,5 kuukauden sulkutilasta keväällä 2020, kesä oli kuitenkin erittäin vilkas ja paikoin rikottiin kävijäennätyksiä (Museovirasto 2020a).

Historia on läheisesti sidoksissa tarinallisuuteen. Tarinallisuus antaa aina tuotteelle tai palvelulle lisäarvoa ja mieleenpainuvuutta. Ruka-Kuusamon matkailun toimijoilla on hyvät mahdollisuudet hyödyntää tarinallisuutta ja monipuolista paikallishistoriaa palvelumuotoilussa ja markkinoinnissa.

Toimeksiantajana toimii Kansainvälinen matkailu- ja kulttuurikeskus Karhuntassu -hanke, joka mielellään otti toimeksiannon opinnäytetyöstä. Aihe oli hankkeelle erittäin tervetullut ja opinnäytetyössä tavoitellaan hyötyä niin hankkeelle, Kuusamon kaupungille kuin paikallisille yrittäjillekin.

1.1 Toimeksiantajan esittely

Kansainvälinen matkailu- ja kulttuurikeskus Karhuntassu -hanke on EAKR-rahoitteinen hanke, jossa on mukana useita yhteistyökumppaneita ja hankkeita. Pää toteuttajana hankkeessa on Kuusamon kaupunki ja osatoteuttajina Kuusamo-opisto ja Lapin yliopisto. Hankkeen toteutusaika on 1/2020–12/2022 ja kokonaisbudjettina 489 985 €. (Afflekt 2021.)

Hankkeen tavoitteena on suunnitella nykyisen Matkailukeskus Karhuntassun tiloihin, Hannu Hautala luontokuvakeskuksen yhteyteen alueen luontoa, kulttuuria ja historiaa esittelevät pysyvät

näyttelyt ja vaihtuvan näyttelyn tila. Palvelumuotoiluprosessin avulla suunnitellaan uusi palvelukonsepti entistä laadukkaamman tiedon tuottamiseen alueen luonnosta, historiasta, kulttuurista ja matkailupalveluista. Keskus pyritään avaamaan vuodenvaihteessa 2022-23. (Afflekt 2021.)

Hankkeen kohderyhmänä ovat alueen matkailuyritykset sekä matkailukeskuksen kautta infopalveluja tarjoavat organisaatiot, kuten Ruka-Kuusamo Matkailu Ry ja Metsähallituksen luontopalvelut sekä hankkeen tuottamaan palvelumuotoiluprosessiin ja pilvipalvelupilottiin osallistuvat yritykset ja yhteisöt. Hankkeen välillisinä kohderyhminä ovat kotimaiset ja kansainväliset matkailijat, matkailun parissa toimivat oppaat, digitaalista kuvamateriaalia tuottavat yritykset ja luontokuvaajat sekä Hannu Hautala luontokuvakeskus ja paikalliset kuusamolaiset. (Afflekt 2021.)

Hankkeessa on kolme työpakettia, joilla jokaisella on oma toteuttajansa. Karhuntassu toteuttaa työpaketin numero 2, jossa suunnitellaan ja toteutetaan keskuksen tiloihin alueen luontoa, kulttuuria ja historiaa esittelevät pysyvät näyttelyt ja vaihtuvan näyttelyn tila. Työpaketti 1:n toteuttaa Lapin Yliopisto ja sen tarkoituksena on luoda palvelumuotoiluprosessin kautta uusi palvelukonsepti Kansainvälinen matkailu- ja kulttuurikeskus Karhuntassu. Kolmannen työpaketin toteuttaa Kuusamo-opisto. Työpaketissa kehitetään digitaalisen materiaalin tuottamisen ja esittämisen osaamista. (Afflekt 2021.)

Tällä hetkellä Karhuntassussa toimii matkailuneuvonta, Hannu Hautala luontokuvakeskus sekä Metsähallituksen tilat. Hankkeen myötä Karhuntassuun avautuu monipuoliset näyttelytilat, joissa on yli 20 alueen luontoon, historiaan ja kulttuuriin liittyvää näyttelykohdetta. Alustavien suunnitelmien mukaan tiloihin tulee näyttelyalue, video-audiotila sekä VR- ja pelitila. Koko perheen näyttelyt ovat monipuolisia sisältäen pienoismalleja ja virtuaalisia näyttelykokemuksia. Alueen historia on huomioitu näyttelysuunnitelmassa kattavasti. Kuusamolaisille tärkeä kirkonkylän pienoismalli saa uuden sijoituspaikan keskuksesta, ja siellä sijaitsee myös vaihtuvan näyttelyn tila, jossa muun muassa museoesineitä esitellään vaihtuvasti. Myös Kuusamon seurakunnan historia on huomioitu omalla alueellaan. Kahvilatoiminta säilyy uudessa keskuksessa ennallaan. (Afflekt 2021.)

1.2 Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus

Opinnäytetyön tavoitteena on antaa alueen yrityksille uusia näkökulmia, kuinka historian avulla voidaan kehittää liiketoimintaa ja markkinointia sekä monipuolistaa palvelutarjontaa ja tuotteita.

Tutkimusmenetelmänä on laadullinen tutkimus eli kvalitatiivinen menetelmä. Tutkimusmenetelmänä kvalitatiivinen menetelmä sopii työhön parhaiten. Työssä tutkitaan maailmaa sosiaalisessa ympäristössä, eikä tutkimuksessa mitata tai tilastoida mitään (Pitkäranta 2010, 8–9). Työn keskeinen idea on selvittää, miten Ruka-Kuusamon matkailussa ja sen markkinoinnissa on hyödynnetty paikallishistoriaa ja ideoita, kuinka sitä voisi hyödyntää tulevaisuudessa. Palvelumuotoilun avulla kehitetään uusia ideoita siihen, kuinka yritykset ja Kuusamon kaupunki voisivat hyödyntää monipuolista paikallishistoriaa alueen matkailussa, markkinoinnissa ja tuotteistuksessa tehokkaammin.

Opinnäytetyöhön kerätään tietoa haastatteluilla, lukemalla aiheeseen liittyvää kirjallisuutta sekä tarkastelemalla paikallisten yritysten markkinointia. Työn aikana haastatellaan kuusamolaisia yrittäjiä, historian tuntijoita tai muuten alueen matkailua tuntevia asiantuntijoita.

Tutkimuskysymykset:

Kuinka paikallishistoriaa on aikaisemmin hyödynnetty Ruka-Kuusamon matkailussa?

Miten yritykset ovat aiemmin huomioineet alueen rikkaan historian omassa toiminnassaan? Onko historiaa käytetty tuotteistukseen tai markkinointiin? Mitkä yritykset ovat käyttäneet paikallishistoriaa toiminnassaan?

Kuinka paikallishistoriaa voisi paremmin hyödyntää tulevaisuudessa alueen yritysten ja Kuusamon kaupungin markkinoinnissa ja tuotteistuksessa?

Miten historiaa voisi käyttää yrityksen toiminnassa? Kuinka historian avulla saisi markkinointiin uutta tai jopa kehitettyä uusia tuotteita tai palveluita? Kuinka historiaa voisi tuoda esille kiinnostavasti tarinallisuuden avulla?

Ideat tuodaan yrittäjien käytettäväksi sähköisellä oppaalla sekä kirjattuina opinnäytetyöraporttiin, joka on kaikkien luettavissa. Oppaassa on haastattelujen ja oman ideoinnin pohjalta kerättyjä ajatuksia, kuinka paikallishistoriaa voi hyödyntää yrityksen markkinoinnissa ja tuotekehityksessä ja kuinka tässä prosessissa pääsee alkuun. Opas on sähköisenä helposti ja nopeasti jaettavissa sekä lisättävissä esimerkiksi sähköisiin työkalupakkeihin ja muihin toimeksiantajan kokoelmiin.

Lähtökohtana voidaan pitää, että kerättävä tieto on relevanttia lopputuloksen kannalta, eli että se on hyödynnettävissä oppaassa ja käytännössä. Teoreettinen kerätty tieto sovelletaan käytäntöön, jolloin siitä on konkreettista hyötyä, mikä on työn lopullinen tarkoitus.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Karhuntassu-hanke ja Kuusamon kaupunki, joten työ liittyy läheisesti aiemmin käynnistettyyn projektiin ja tulee liittymään osaksi hanketta ja avautuvaa keskustaa.

Työ tulee Karhuntassun ja Kuusamon kaupungin kautta paikallisten yrittäjien tietoon ja käyttöön. Opas on osa tulevaa Karhuntassun yrittäjien sähköistä työkalupakkia, josta se on luettavissa ja käytettävissä.

2 Kuusamon historia ja matkailu

Matkailuala on jatkuvasti muuttuva ja muotoutuva ala, joka tarvitsee koko ajan uusia vetovoimatekijöitä. Vetovoimatekijän täytyy olla sellainen, joka kiinnostaa ihmisiä erilaisuudellaan tai jollain tavalla puuttuu heidän elämästään. Urbanissa ja teollisessa ympäristössä asuvat ja elävät ihmiset ovat kiinnostuneet maaseudun perinteistä ja luonnosta, mikä johtuu siitä, että näitä ilmenee koko ajan vähemmän. Matkailuteollisuus hyödyntää tarpeisiinsa niin sanottuja kulttuurisia symboleita, kuten perinneruokia, perinnetyömenetelmiä, vaatteita ja niin edelleen, jotka mielletään kuuluvaksi historiaan. (Petrisalo 2001, 38–39.)

Tässä alaluvussa tullaan esittelemään Kuusamon historia kronologisessa järjestyksessä pääpiirteittäin Seppo Ervastian teoksen mukaisesti. Kuusamon nimen etymologiasta ei ole varmuutta. Nimi alettiin käyttää uudisasutuksen vallattua Lapin kylät 1690-luvulla. Nimi on saanut alkunsa Kuusamojärvestä ja arvellaankin sen olevan saamelaista perää ja tarkoittavan Kuusimaata. (Ervasti 1997, 33.)

2.1 Esihistoria

Kuusamon alueella on ollut asutusta jo kivikaudella, joka ajoittuu noin 7000/6500–1500/1200 ennen ajanlaskumme alkua. Kivikaudella väestö eli pyynnistä, metsästyksestä ja kalastuksesta. Asuinpaikkaa muutettiin luonnonkierron mukaan ja parhaille paikoille palattiin useammin. Pitempiaikaiset asuinpaikat ovat jättäneet jälkensä maastoon, jolloin niitä voidaan havaita myös nykyajan aikana. Kuusamosta on löytynyt noin 30 niin kutsuttua muinaista asuinpaikkaa. Muinaiset asuinpaikat sijaitsivat tavallisimmin suojaisissa lahdenpoukamissa ja jokien suilla. (Ervasti 1997, 7.)

Suomusjärven kulttuurin (vanhempi kivikausi 7000/6500–4200 eaa.) aikaan ajoittuvia esineitä ovat tavallisimmin alkeelliset kirveet, liuskekärjet, pallonuijat ja tasataltat. Kuusamossa kiviesineet ovat valmistettu paikallisesta kvartsista. Kiven ohella on käytetty myös muita luonnonmateriaaleja kuten luuta, sarvea, puuta ja niin edelleen. Luonnonmateriaalit eivät kuitenkaan säily Suomen maaperässä, eikä niistä ole tehty juurikaan löytöjä. (Ervasti 1997, 7.)

Kampakeraamisen kulttuurin (nuorempi kivikausi 4200–2800 eaa.) esinelöytöjä ovat tyypillisemmin savenpalaset, joiden koristelu muistuttaa kammalla tehtyjä jälkiä. Kampakeraamisesta kulttuurista on Kuusamon alueelle jäänyt merkkejä useisiin paikkoihin, kuten Rukajärven Aikkilaan ja

Alavuotungin Ketolaan. Kampakeraaminen kulttuuri jaetaan varsinaiseen kampakeramiikkaan (4200–3300 eaa.) ja tyypilliseen kampakeramiikkaan (3300–2800 eaa). Jaotteluiden ero on savias-tioiden koristelutyylillä. (Ervasti 1997, 8.)

Kivikauden loppuvaiheessa kampakeraamista aikakautta seurasi Etelä- ja Lounais-Suomessa nuorakeraaminen aikakausi, mutta Kuusamon alueella kampakeramiikka jatkoi elämäänsä. Kuitenkin nuorakeramiikasta on löydetty myös Kuusamosta joitain vaikutteita, jotka sijoittuvat kyseiseen aikaan. Muun muassa Julman Ölkyn kalliomaalaukset ovat peräisin tältä nimenomaiselta aikakaudelta. (Ervasti 1997, 8.)

Kuusamon alueella on tehty varsin vähän kaivauksia ja paljon tietoa on vielä historian hämärissä. Mielenkiintoisia artefakteja on kuitenkin löydetty kaivauksilta sekä satunnaislöytöinä. Varhaisella metallikaudella 1600 eaa.–300 jaa. on tietyvästi kuusamolaisella väestöllä ollut tiiviit yhteydet Vienan meren rantamaihien. Arvellaankin, että näihin aikoihin alueelle muutti uutta väestöä, mutta on myös mahdollista, että paikalliset ovat saaneet vain uusia vaikutteita. Pronssiset koru-löydöt osoittavat, että paikalliset ovat olleet yhteydessä metallikulttuuriin sekä idässä että län-nessä. Mielenkiintoisimmat löydöt tältä aikajaksolta ovat Kuusamojärven Niittylästä löydetty reenjalaksen kappale sekä Vasaraperän Niskasuosta löydetty botnisen suksen osa. Arvellaan, että Kuusamossa on näihin aikoihin aloitettu jonkinlainen alkeellinen poronhoito. Voidaan siis sanoa, että Kuusamossa on ollut porotaloutta jo ainakin 1700 vuotta. (Ervasti 1997, 8–9.)

Saamelainen rautakausi 300–1500/1600 jaa. on suonut edellisiä kausia runsaampia löytöjä. Aika-kaudelta Kuusamossa on löydetty muun muassa erämiehen tuluskivi Kangerjärven Lotvolasta sekä erilaisia rautakirveitä Vänrikinniemen keskustan lähetyiltä. Lisäksi on löydetty runsaasti koristeltuja sotatapparoita ja kirveitä. Kuusamosta löytyneet aarrelöydöt (mm. Lämsänkylän aarre) ajoitetaan saamelaiseen rautakauteen ja ne kertovat kauppayhteyksistä idän ja lännen vä-lillä sekä siitä, että alueelle oli kertynyt jo jonkinlaista vaurautta. Aarteiden löytökonteksti myös kertoo rauhattomista oloista, olihan aarteet jouduttu kätkemään ehkäpä ryöstämisen pelossa. Saamelainen rautakausi on myös suonut nykytutkijoille saamelaisnoitien hautalöytöjä. Kuulusim-pina voidaan pitää Kitkan Lehtoniemen hautaa sekä Puutteenkylän Pöyliölammen hautaa. (Ervasti 1997, 9.)

Esihistoriallisella ajalla väestö eli luonnosta. Tärkeimpänä elinkeinona on ollut kalastus. Välineinä on käytetty juuriverkkoja, jotka on myöhemmin rautakaudella tehty kankaasta. Myös atraimia ja luukoukkuja on käytetty kalastukseen. Järvellä liikuttiin puun rungosta tehdyllä ruuhella. Kalas-

tukseen osallistuivat kaikki; naiset ja lapset kalastivat asutuksen lähetyvillä ja matalissa rantavesissä, miehet lähtivät kausittain kotoa verkoille ruuhilla. Tärkeä elinkeino oli myös keräily. Keräilemällä luonnosta kasvia ja juuria löydettiin hyviä ravintokasveja ja toisia käytettiin lääkekasveina. Keräily oli yleensä naisten työtä ja tietotaito kasvien ominaisuuksista oli sukupolvelta toiselle liikkuvaa perinnetietoutta. Esihistoriallisella ajalla Kuusamossa elettiin myös metsästyksestä. Metsästys oli arktisissa olosuhteissa erittäin haastavaa. Välineinä käytettiin ansoja, satimia, keihäitä ja jousia. Kylien paikkaa muutettiin kulloinkin tärkeimpänä olevan elinkeinon mukaan. Keväällä kylät sijaitsivat lähellä virtapaikkoja kutupyynnin vuoksi, syksyllä siirryttiin järvien rannoille verkkokalastuksen ja keräilyn myötä. Talvikylä pystytettiin suojaisaan paikkaan, johon tuuli ei päässyt puremaan. Kulkuvälineinä esihistoriallisella ajalla käytettiin kesäisin ruuhia ja suokenkiä. Talvisin hiihdedettiin ja tavaroita kuljetettiin ahkiolla. Myöhemmin tavarankuljetukseen käytettiin myös kaksijalkaista rekeä. Talviasumukset olivat neliönmuotoisia kotia ja kesäasumukset keveitä, riuuista valmistettuja kotia. (Ervasti 1997, 11–14.)

2.2 Kuusamon metsäsaamelaiset

Kuusamon historiassa tärkeässä osassa ovat metsäsaamelaiset. Saamelaisilla oli Kuusamon alueella kaksi lapinkylää, siitaa. Maanselän lapinkylä sijaitsi lähellä nykyistä Kuusamon keskustaa ja Kitkan lapinkylä Keski-Kitkan seudulla. Talvikylissä vietettiin talven pimeät kuukaudet ja kevään tultua siirryttiin kalastuspaikoille. Kuusamossa sijaitsevat lapinkylät olivat Kemin Lapin eteläisimmät kylät. Pääelinkeinona oli kalastus, metsästys ja keräily. Saamelaiset kävivät kauppaa karjalaisien sekä pirkkalaisten kanssa, jotka olivat Pohjanmaalta tulevia suomalaisia ja ruotsalaisia. Saamelaiset maksoivat niin sanottua pakkoveroa karjalaisille ja pirkkalaisille, siten he säästivät lapinkylät ryöstöltä ja tuholta. Saamelaisten tärkein kauppatavara oli turkikset. Turkisrahoilla ostettiin kankaita, aseita ja suolaa. (Ervasti 1997, 16–17.)

Saamelaisilla oli oma hallintonsa. Kuusamon saamelaiset kuuluivat Kemin Lappiin, jonka keskus oli Sompion kylä, jossa pidettiin käräjät. Käräjiä pidettiin myös muissa alueen lapinkylissä, myös Kitkalla ja Maanselässä. Hallintoon kuului monia virkamiehiä, kuten lapinvouti, joka suoritti kerän vuodessa verojen keruun. Muita virkamiehiä olivat venäläinen danzikka, joka oli tavallisesti Kuolan voivodin alaisuudessa toimiva upseeri, jolle maksettiin Venäjälle menevä vero. Venäjän veron keräämisen hoiti danzikkalan alaisuudessa toiminut starosta, joka oli isäntien valitsema Venäjän nimismies. Kemin Lappi ja Tornion Lappi kuuluivat Länsipohjan eli Västerbottenin piiriin, jonka hallinnollinen keskus oli Luulaja. Raja kulki Kuusamon eteläpuolella ja rajan takana olevat

alueet kuten Ii ja Paltamo kuuluivat Pohjanmaan piiriin eli Österbotteniin. Vuonna 1775 jo täysin maataloudella elävä Kuusamon pitäjä liitettiin Oulun lääniin. Kuusamo on siis ennen ollut hyvinkin kiinteä osa Lappia. Saamelaiset olivat tekemisissä myös lapinvoudin, kihlakunnantuomarin ja kirkkoherran kanssa. Alun perin Kuusamon alue kuului Kemin seurakuntaan, jonne myös kannettiin verot. Vuonna 1673 perustettiin Kemin Lapin seurakunta ja ensimmäiseksi kirkkoherraksi nimitettiin Gabriel Tuderus. Tuderuksella oli tapana kiertää seurakuntaa yhdessä voudin ja tuomarin kanssa. Kuusamon lapinkylissä heitä kestettiin ja kyyditettiin, mutta jos oli ollut huono vuosi ja köyhyys koskettanut lapinkyläiä, kirkkoherralla oli vastassa tyhjät kylät, joista saamelaiset olivat paenneet Venäjälle. (Ervasti 1997, 17–18.)

Saamelaisten uskonto oli luonnon uskonto, jota voidaan kuvailla eräänlaiseksi animismin ja polyteismin muodoksi. Noidat näyttelivät isoa osaa saamelaisten uskonelämässä. Jumalat ja henkiolennot oli jaoteltu neljään arvoluokkaan, joista ylimmät olivat Beine (Ukko, Aurinko) ja Stuurrejunkare (Käskynhaltija). Myös Ukon puolisoa, Akkaa palvottiin. Jumalien uhrauspaikkoja eli seitoja pystytettiin vaaroille ja järvien rannoille. Kuusamossa on paljon paikan nimiä, jotka kertovat niiden olleen pyhiä paikkoja, esimerkiksi Ukonlampi, Akanlampi, Pyhäjärvi, Pyhälampi, Pyhävaara ja niin edelleen. Seidoille uhrattiin pyyntikausien alkaessa toiveena runsas saalis. Tarinan mukaan viimeinen seita on sijainnut Pyhävaaralla, josta 1830-luvulla vääpeli Henrik Johan Planting on sen työntänyt alas Pyhäjärveen. (Ervasti 1997, 19.)

2.3 Kuusamon asutuksen kehitys uudella-ajalla

Kuusamon alueella on käyty kalastamassa lijoen talollisten toimesta jo noin 1400-luvulta lähtien. Vuonna 1673 annettiin kukinkaan käskystä asetus Lapin asuttamisesta. Uudisasukkaille luvattiin 15 vuoden verovapaus ja vapautus sotaväestä. Ensimmäiset uudisasukkaat saapuivat Kuusamoon 1670-luvulla ja seuraavat 1680-luvulla. Uudisasukkaat alkoivat kaskeamaan metsiä ja rakensivat savupirttinsä vaarojen päälle. Uudisasutus ja kaskeaminen aiheuttivat ristiriitoja asukkaiden, saamelaisten ja listä sekä Pudasjärveltä tulleiden kalastajien kesken. Kuitenkin Kuusamoon asettunut kirkkoherra Henrik Cajanus ja nimismies Samuel Paldanius halusivat edistää uudisasukkaiden muuttoa alueelle toiveinaan vakinainen seurakuntakeskus. Vuoteen 1687 mennessä Kuusamossa oli 70 uudisasukasperhettä ja yli 200 asukasta. Asutuksen lisääntyessä myös metsästys, kalastus ja lopulta kaskeaminen alkoivat haittaamaan saamelaisten elinkeinoa sen verran, että kolmenkymmenen vuoden aikana väestö vaihtui saamelaisista kokonaan suomalaisiin. Osa saamelaisista

muutti pohjoisemmaksi osa Venäjälle, toiset alkoivat viljelemään maata ja menivät naimisiin suomalaisten kanssa. Vuonna 1718 Kuusamossa asui enää kaksi saamelaisperhettä, jotka hekin puhuivat suomea. Vain kaksi saamelaismummoa osasi enää saamen kielen. (Ervasti 1997, 23–24.)

2.4 Kuusamon seurakunnan historiasta

1700-luvulle tultaessa Kuusamossa oli jo oma seurakunta ja kirkko. Ensimmäinen kirkkotupa oli rakennettu 1686 tai 1687 Torangintaipaleelle. Tupaan mahtui vain noin sata henkeä ja pian se todettiin liian pieneksi uudisasutuksen lisääntyessä. Ensimmäinen varsinainen kirkkorakennus valmistui vuonna 1694 Torankijärven pohjoispuolelle, missä nykyinenkin kirkkorakennus sijaitsee. Kirkkoa laajennettiin 1765 asukasmäärän edelleen kasvaessa. Vuonna 1797 kirkkohallitus määräsi vanhan kirkon hajotettavaksi ja paikalle rakennettavaksi uuden ja suuremman kirkon edellisen jälleen käytyä ahtaaksi. Uusi kirkko valmistui vuonna 1804. Tähän puiseen ristikirkkoon mahtui jo yli tuhat seurakuntalaista. Kirkon kohtaloksi koitui lopulta saksalaisten poltetun maan taktiikka syyskuussa 1944. Nykyinen kirkko on rakennettu vuosina 1949–1950. Sodan tuhojen jälkeen ennen uuden kirkon valmistumista jumalanpalvelukset pidettiin nykyisen seurakuntatalon paikalle pystytetyssä parakkikirkossa. Nykyisen kirkon on suunnittelut arkkitehti Bertil Liljeqvist ja kirkkoon sopii noin 880 henkeä. (Ervasti 1997, 25–29.)

2.5 Kuusamon elinkeinoelämän kehitys 1700–1800-luvuilla

Kuusamon elinkeinoelämän pääpaino 1700-luvulla oli kaskenpoltossa, peltoviljelyssä, karjataloudessa ja poronhoidossa. Myös vanhat alueen elinkeinot, metsästys ja kalastus olivat suuressa roolissa. Muutamien kuusamolaisten talouksien pääelinkeinoksi nousi talonpoikaiskauppa. Kuusamo sijaitsee Pohjalahden ja Viananmeren välismaastossa, jotka molemmat ovat olleet huomattavia talous- ja kauppa-alueita. Kuusamosta on käyty kauppaa useisiin suuntiin, luonnollisesti myös Venäjälle. Vuosisatojen saatossa rajakauppa ja kauppa ylipäänsä elinkeinoelämänä on kokenut useita murroksia ja uusia sääntelyitä. Kulkuyhteyksien kehittyessä myös kaupankäynti vilkastui. 1700-luvulla kuusamolaiset kuljettivat rahtia pororaidoilla, joka oli hidasta ja vaatii useamman miehen työpanoksen. Raitotaloja oli Kuusamossa vielä 1800-luvun alkupuolellakin, joskin yleensä rajakylä taloissa. Ensimmäinen tunnettu varsitie raivattiin reitille Kantoniemi–Kirkonkylä–Soivio–Murtovaara–Taivalkosken Peranka, mistä reitti jatkoi Ouluun. Nämä hevosten kuljettaviksi tarkoitettut tiet alkoivat olla jo välttämättömiä myös Kuusamon alueelta kauppaa käytäessä niiden

nopeuden vuoksi. Useat kauppatavarat, kuten turkikset, eivät kestäneet jopa viikon kestävä matkaa pororaidolla Ouluun kosteassa säässä. Ouluun kuljetettiin tavaraa kesäisin myös vesireittejä pitkin. 1800-luvulla Kuusamosta kulki myös hevosrahtitiet Paanajärven kautta Vienanmerelle saakka. Ensimmäinen varsinainen ympärivuotiseen käyttöön tarkoitettu maantie rakennettiin Kuusamo–Oulu välille vuosina 1830–1846. Tietä käytti niin virkaposti kuin rahtikin. Tien valmistuessa alettiin perustamaan kestikievarijärjestelmää tienvarren taloihin. Kestikievarit tarjosivat matkustaville majoitusta ja ruokaa. Lisäksi kestikievareiden velvollisuuksiin kuului tarvittaessa kyyditä matkustaja seuraavaan kievariin. Kuusamon ensimmäiset kestikievarit perustettiin Kirkonkylälle Kelan taloon sekä Oijusluoman taloon ja Kuoliojärven Vattulaan. (Ervasti 1997, 46–57.)

1800-luvulla elinkeinot olivat pysyneet jokseenkin samoina kuin edellisellä vuosisadalla, vaikka poronhoito kokikin taantumana 1800-luvun alussa, joka johtui vuonna 1828 tapahtuneesta rajamuutoksesta, ja porojen paimentaminen itärajan takana loppui. 1800-luvun loppua kohden kuitenkin porotalous virkistyi ja porojen määrä kaksinkertaistui verrattuna vuosisadan alkuun. (Ervasti 1997, 63–64.)

1800-luvulla Kuusamoon syntyi maakauppajärjestelmä, joka mullisti maalaiskylien yhden elämän osa-alueen. Aikaisemmin kauppaa oli voitu käydä vain kaupungeissa, mutta uuden säännöksen mukaan puodin saattoi perustaa myös maalle. Kuusamossa oli kuitenkin vuosisatojen ajan taloista käyty kauppaa piittaamatta suuremmin laista. Maakauppojen perustaminen tuli luvalliseksi 9.12.1859 senaatin määräyksellä. Kaupan perustamisen vaatimukset olivat aikakauden mittapuulla varsinkin pohjoisessa kovat. Kauppiaan tuli osata lukea, kirjoittaa, laskea sekä hallita kirjanpito. Pohjoisen heikon koulujärjestelmän vuoksi kauppojen perustaminen kyliin ei aiheuttanut kovaa ryntäystä. Ensimmäisen kauppapuodin Kuusamon kirkonkylään perusti Juho Turpeinen 25.5.1869. Kauppoja Kuusamoon tuli useampia 1870-luvun maakauppainnostuksen aikana. (Ervasti 1997, 64–65.)

Kuusamon elinkeinoelämä oli vilkasta 1800-luvulla. Tukkiuitot ja metsätyöt työllistivät paikallisia ja muualta tulleita. Liippapitäjäksi kutsutussa Kuusamossa liippakiviä oli louhittu jo 1700-luvulla. 1800- ja 1900-luvuilla liipasta tuli huomattavin paikallinen käsityö. Muutamat talot tuottivat liippoja myytäväksi kaupunkeihin. 1920-luvulla liippojen valmistus teollistui ja Kuusamoon saatiin oma liippatehdas. (Ervasti 1997, 65-70.)

2.6 Kuusamon kunnallinen hallinto

Kuusamon pitäjänhallinto oli saanut alkunsa jo 1700-luvulla. Olosuhteiden vuoksi hallinto kuitenkin toimi alueella hyvin puutteellisesti. Kuusamon tapa oli, että asioista päättivät kirkkoherra ja nimismies ja he puhuivat lautamiehet puolelleen. Jos pitäjänkokouksessa ei saatu asiaa päätökseen, vietiin se lopulta käräjille. Käräjillä lopulta valtaapitävät laittoivat niin kutsutun rahvaan paikolleen ja asiat menivät kuten alussa oli sovittu. (Ervasti 1997, 81.)

1800-luvulla elettiin pitäjänhallinnossa vuoroin riitaisaa ja vuoroin sopuisaa aikaa. Vuoden 1858 piispantarkastuksessa oli piispalle kerrottu kirkkoherra Krankin jääräpäisyydestä. Pitäjän velvoitteita, kuten köyhäinhuoltoa, Kuusamossa hoidettiin 1800-luvulla huonosti. Lisääntyvän asutuksen mukana tulleet köyhät saivat kerjätä toimeentulonsa mistä saivat, vaikka pitäjän velvollisuuksiin olisi kuulunut heistä huolehtiminen. Pitäjänkassa ja niin kutsuttu hätärahassto löytyivät täydellisestä sekasorrosta hallinnon siirryttyä pitäjänhallinnolta kunnalle. (Ervasti 1997, 82–83.)

Kunnallisesta itsehallinnosta annettiin asetus vuonna 1865. Käytännössä asetus tarkoitti sitä, että vanha pitäjänhallinto lakkautettiin sekä kirkko ja maallinen hallinto erotettiin toisistaan. Kirkkoherrat eivät enää hoitaneet pitäjän hallinnollisia asioita vaan tilalle tulivat maalliset virkamiehet. Ylin päättävä elin oli asetuksesta lähtien kuntakokous. Kuntakokoukseen oli kaikilla kuntalaisilla oikeus osallistua, mutta äänioikeuden saivat vain manttaalimiehet, eli maanviljelijät, jotka omistivat enemmän kuin manttaalin viljeltyä maata. Kuntakokouksilla oli oma byrokratiansa ja virkamiehillä tehtävänsä. Kunnat saivat kolme vuotta siirtymäaikaa pitäjänkokouksesta kunnankokoukseen. Viimeinen Kuusamon pitäjänkokous pidettiin kirkon sakaristossa 5.4.1868. Kokousta johti kirkkoherra Johan Gabriel Wilander. Kokouksessa puheenjohtaja luki uuden asetuksen paikallaoleville muutamalle isännälle ja valittiin uudet kunnan luottamusmiehet. Näin perustettiin Kuusamon kunta. Aluksi asetus ja uudet luottamusmiehet herättivät epäluuloa, mutta ajansaatossa niihin totuttiin. (Ervasti 1997, 83–84.)

2.7 Sairaanhoidon ja sivistystoiminnan kehitys

1800-luvulla koko maailma eli murroksessa ja kehittyi nopeampaa kuin vuosisatoihin. Kehitys ylettyi myös Kuusamoon, jolloin viimein perustettiin ensimmäinen kansakoulu 11.9.1876. Aikaisemmin opetus oli 1700-luvulla 1800-luvun alussa ollut lähinnä lukkarin vastuulla, joskin 1800-luvun tienoilla Kuusamossa oli epävirallisesti toiminut Heikki Räisänen -niminen lastenopettaja,

joka opetti kaikkia oppihaluksia kuusamolaisia lapsia. Vuonna 1828 Kuusamoon saatiin ensimmäinen kouluja käynyt opettaja Johan Fredrik Planting. Hän aloitti kiertokoulun pidon opettajan ja alemman papin pätevyydellä. Hänen jälkeensä Kuusamossa toimi kiertokoulu vaihtelevalla menestyksellä siihen saakka, että kansakoululaitos aloitti toimintansa. Vuoden 1908 kevättalvella Kuusamossa järjestettiin ensimmäinen kansanopistokurssi. Varsinainen kansanopisto perustettiin myöhemmin vuonna 1908. Vuonna 1860 Kuusamoon perustettiin ensimmäinen lainakirjasto, joka käsitti kaksikymmentä Kansanvalistuksen ystävilä lahjoituksena saatua nidettä. Ensimmäiseksi kirjastonhoitajaksi valittiin kiertokoulunopettaja Juho Vähäjärvi. (Ervasti 1997, 90–94.)

Kuusamossa tunnettiin alun perin vain yksi sairaanhoitotapa: lähettää sairas Ouluun lääninsairaalaan, jollei kotihoito ja vanhan kansan parannusmenetelmät tehonneet. Myös lääkkeet saatiin rahdin mukana Oulusta. Eristystiloja kulkutautiepäilyille oli kuitenkin järjestetty jo pitkään. Rokotuksia ensimmäisenä alueella hoiti 1800-luvun alussa luutnantti evp. Johan Wilhelm Stjernecreutz. Kun Pudasjärvi vuonna 1859 sai oman lääkärinsä, alkoivat kuusamolaisetkin vaatimaan omaansa. Vuodesta 1871 tehtiin muutaman vuoden välein anomuksia ja lopulta niihin suostuttiin. Ensimmäinen kättilö palkattiin vuonna 1889 ja samalla kättilö otti hoitaakseen rokotukset. Ensimmäinen kättilö Maria Nyqvist kuitenkin kyllästyi valtavaan työtaakkaan ja hänen seuraajaksensa saatiin palkattua Hanna Aaltonen vasta vuonna 1894. Ensimmäinen apteekki Kuusamoon saatiin 6.12.1892, tällöin pudasjärveläinen apteekkari Karl Arrhenius avasi sivuapteekin kirkon lähellä sijainneeseen kauppias Antti Pitkäseltä vuokrattuun taloon. Apteekin hoitajaksi tuli farmaseutti Eugen Olssoni. Vuonna 1900 valtio perusti Pohjois-Suomeen kolme aluelääkäripiiriä, joista Kuusamo oli yksi. Ensimmäiseksi lääkäriksi pian perustamisen jälkeen saapui lääketieteen lisensiaatti Heikki Huovinen. Vuonna 1906 Kuusamoon valmistui ensimmäinen sairaala, joka sijaitsi suunnilleen nykyisen terveystieteiden keskuksen paikalla. Apteekki itsenäistyi vuonna 1909 ja sen apteekkariksi tuli proviisori Matias Arthur Valentin Kronqvist. Apteekki paloi kohtalokkaan spriitynnyrinräjähdysten seurauksena vuonna 1911. Apteekin palvelijatar paloi onnettomuudessa kuoliaaksi ja apteekkari traumatisoitui niin, että sairastui pian ja kuoli. Uudeksi apteekkariksi saapui proviisori Rudolf Alarik Torckell. (Ervasti 1997, 90-95.)

2.8 Lestadiolainen herätysliike Kuusamossa

Perimätiedon mukaan Kuusamon ensimmäiset lestadiolaiset pidettiin 1860-luvulla Purnunvaaran Kaivolon talossa. Herätysliike ei ensimmäisinä vuosinaan yltänyt koko Kuusamon alueelle, vaan vaikutti lähinnä Etelä-Kuusamossa ja sielläkin vähäisissä määrin. Vuoden 1867 katovuosi

aloitti uuden herätyksen aallon, jonka todennäköisesti Jäämeren sesonkikalastajat toivat mukanaan. Herätysliike levisi voimakkaasti kuusamolaisten keskuudessa. Aluksi kirkko oli ymmärtäväinen, mutta myöhemmin myös riidat tulivat mukaan. Vuosikymmenien kuluessa lestadiolaisuus sai suurempaa jalansijaa kirkon vastusteluista huolimatta. Lopulta myös kirkon kanta herätysliikkeeseen muuttui ja lestadiolainen herätysliike oli tullut kuusamolaisten keskuuteen jäädäkseen. (Ervasti 1997, 102–104.)

2.9 Kuusamolaiset ja kansalaissota

Vuosina 1917 ja 1918 Muurmannin radalla työssä olleet kuusamolaiset tutustuivat sikäläiseen poliittiseen agitaatioon. Yhtenä agitaattorina Muurmannin ratatyömiehille toimi muun muassa Oskari Tokoi. Muurmannin ratatyöläisten keskuudessa alettiin jo vuonna 1917 organisoida punakaartia suomalaisia valkoisia vastaan. Samaan aikaan Kuusamoon saapui valkoisia suojeluskuntalaisia innostamaan paikallisia punaisia vastaan. Kuusamon kansanopisto toimi näinä vuosina suojeluskuntalaisten tukikohtana, jossa innokkaimmille annettiin sotilaskoulutusta. (Ervasti 1997, 114.)

Punaiset tekivät ensimmäisenä muutaman yllätyshyökkäyksen rajan yli muun muassa Paanajärvelle, jossa Oskari Tokoi piti agitaatiopuheitaan. Tämän jälkeen valkoiset alkoivat organisoida joukkojaan rintamalle. Kuusamolaisten joukkojen johtajaksi valittiin jääkäriluutnantti Wallenius, jonka joukot oli nopeasti kasattu nostomiehistä ja sisälsivät vain muutamia sotilaskoulutuksen saaneita. Ensimmäinen taistelu käytiin Paanajärvellä maaliskuussa 1918. Hyökkäävänä osapuolena toimivat punaiset joukot. Taistelu päättyi lyhyeen molempien osapuolien vetäytyessä ensimmäisten laukausten kuulussa. Punaiset vetäytyivät Soukelon kylään, jonne Wallenius vuorostaan hyökkäsi joukkoineen huhtikuussa. Huhtikuun 3. ja 8. päivä käytiin Soukelon taistelut, jossa valkoisten hyökkäysrytykset torjuttiin. Molemmilla osapuolilla olivat taisteluhallit hiipuneet olemattomiin ja aloitettiin vetäytyminen asemista. Kuusamolaiset eivät olleet kovinkaan sotaorientoitunutta väkeä, sillä he olivat oppineet elämään rauhassa. Toisekseen molemmat puolet tunsivat vastassa olevat, eikä tappamishalua naapuria tai sukulaismiestä kohtaan löytynyt. Sotilaskuriin tottumaton väki ei myöskään omaksunut Walleniuksen saksalaista sotilasmoraalia. (Ervasti 1997, 114–115.)

Punaisten hävittyä sodan alkoivat valkoiset jakamaan oikeutta kovalla kädellä. Muurmannin punaiset, joihin kuusamolaiset punaiset kuuluivat, pääsivät helpommalla kuin Etelä-Suomessa olleet

asetoverit. Iso-Britannia neuvotteli Suomen hallituksen kanssa ehdot, joiden mukaan Muurmanin legioonan tavalliset sotilaat saivat palata esteettä kotiseuduilleen. Tappoihin tai muihin rikoksiin syyllistyneet tuli tuomita Venäjän lakien mukaan. Etelässä punakaartilaiset kokivat paljon kovemman kohtalon: punaisia teloitettiin tuhansia ja vielä useammat nääntyivät vankileireillä. (Ervasti 1997, 116.)

Sodan jälkeen raja sulkeutui bolshevikkien otettua Venäjän haltuunsa. Karjalasta saapui tuhansia pakolaisia myös Kuusamoon. Kuusamolaisille tämä tarkoitti suurta elämänmuutosta. Alueelta oli totuttu kulkemaan vapaasti rajan yli Vienan Karjalaan. Jonkin aikaa vanhat Vienan kävijät jatkoivat totuttua tapaa kulkea rajan takana asioillaan, mutta lopulta toiminta lopetettiin. Kuusamon elinkeinoelämä koki suuren kolauksen rajan sulkeutumisen jälkeen. Tukinuitto pysähtyi ja porotalous kärsi, sillä rajan taakse jäivät suuret palkiset. Rajan takana käydyn Karjalan vapaussodan jäljiltä Kuusamoon virtasi pakolaisia, tuoden mukanaan kulkutauteja, jotka levisivät Kuusamoon, Pudasjärvelle ja Ouluun. Kuusamon tilannetta pahensi se, ettei alueella ollut vakituista lääkäriä ja sairaalakin oli välillä suljettu. Huono tilanne säikäyttivät muun muassa apteekkari Torckellin, joka muutti etelään ilmoittamatta asiasta kenellekään saatuaan uuden apteekin. (Ervasti 1997, 119–120.)

2.10 Sotien välinen aika Kuusamossa

Kuusamon väkiluku ylsi 12 500:aan Suomen itsenäistyessä. Huippuvuosi oli 1925, jolloin kirkonkirjojen mukaan Kuusamossa asui 14 634 asukasta. Väkiluku vähentyi huomattavasti, kun Kuusamosta erotettiin Posion ja Suolijärven kylät. Vuosina 1930–1933 koettiin pulavuodet. Vähäisetkin työt loppuivat kokonaan ja köyhyys koetteli varsinkin tilatonta väkeä, jotka eivät saaneet tuloja maanviljelyksestä tai muusta elinkeinosta. 1930-luvulla vaikuttaneen Lapuan liikkeen aatteet näkyivät myös Kuusamossa, mutta tietävästi väkivaltaisia muilutuksia tehtiin vain yksi. Elinkeinoelämä ja talous kokivat myönteisen käänteen pulavuosien jälkeen, mutta kasvu pysähtyi nopeasti talvisodan alettua. (Ervasti 1997, 121–123.)

Rajan sulkeutumisen jälkeen Oulu–Kuusamo-välistä tuli entistä tärkeämpi. 1920-luvun alussa tie kunnostettiin autolla kuljettavaksi ja rahtia alettiin kuljettamaan hevosten sijaan kuorma-autoilla. Ensimmäinen auto Kuusamoon hankittiin perimätiedon mukaan jo vuonna 1916. Tie Paanajär-

velle kunnostettiin autoille ja vuonna 1928 väliä alkoi liikennöimään ”sekajuna”, joka kuljetti rah-tia ja ihmisiä. 1920-luvulla Paanajärvelle alkoi uudenlainen turistiliikenne ja kuljetuksille oli kysyn-tää. (Ervasti 1997, 125.)

Kansalaissodan jälkeen Kuusamossa keskityttiin maatalouteen ja uuden peltoalueen raivaami-seen. Pelto- ja niittyhehtaarit kasvoivat voimakkaasti, huolimatta Posion ja Suolijärven erottami-sesta. Kuusamossa niittyjä ei kasvatettu, vaan käytettiin luonnon niittyjä. Kuusamolaiset myös alkoivat panostaa viljan viljelyyn, mutta vehnää ei alueella saatu juurikaan menestymään. Kuusa-molaisille ominaisiin viljelykasvi sotien välisenä aikana oli sipuli. Sipulin viljelyn alueelle toivat vie-nankarjalaiset starovjerimunkit. Sipulinkasvatuksella useat talot tekivät rahaa, sillä sipulia kasva-tettiin muualle myyntiin. Kuusamon teollisuuselinkeino sai myös uusia sahoja, myllyjä ja liippa-tehtaan. (Ervasti 1997, 128–131.)

Sotien välillä Kuusamo sai sähköjen lisäksi useita kauppaliikkeitä, pankkeja ja erikoisliikkeitä. 1930-luvun aikana Kuusamon Osuuskauppa perusti Kuusamon alueen sivukylille kattavan kauppa- ja jakeluverkoston. Myös matkailuala alkoi kasvaa elinkeinojen joukossa. Kesäisin Paana-järvelle virtasi turisteja, jotka yöpyivät paikallisissa majataloissa. Vuonna 1936 aloitti toimintansa Kuusamon Matkailijayhdistys, joka toimi kansanopistolla. Kansanopisto tarjosi kesäisin matkaili-joille majoitusta, ravitsemuspalveluita sekä opastettuja retkiä Käylään, Kiutakönkäälle, Nuoru-selle ja Jyrävälle. Myös Käylään perustettiin matkailumaja, joka tarjosi myös koskenlaskuretkiä Juumaan. Ennen sotia Matkailuyhdistys teki hiihtoreitin kirkonkylältä Rukajärven ja Käylän kautta Sallatunturille, jossa oli jo toiminnassa pienimuotoista hiihtokeskustoimintaa. Reitin varrelle oli suunniteltu monenlaista ohjelmalvelua, mutta talvisota katkasi suunnitelmat ennen kuin ne pääsivät kunnolla käyntiin. (Ervasti 1997, 135–136.)

2.11 Kuusamo sotien aikaan

Talvisota tuli kuusamolaisille järkyttävänä yllätyksenä. Muutamassa tunnissa rajanläheiset kylät evakuoitiin ja poltettiin. Siviiliväestön evakkomatkat suuntautuivat Pudasjärven ja Iin alueille. Kuusamolaisista asevelvollisista muodostettiin ErP 16 -joukko-osasto. Valtaosa tästä pataljoo-nasta taisteli talvisodan aikana Suomussalmen suunnalla. Kuusamolaiset sotilaat saivat vuolaat keuhut Alasalmen taisteluiden jälkeen päälliköltänsä Paavo Susitaipaleelta. Tällä kertaa puolustet-tiin kotia eikä taisteltu naapurista vastaan. (Ervasti 1997, 150.)

Talvisodan jälkeen koitti 14.3.1940 rauha, joka oli kuusamolaisille katkeransuloinen. Rauhan myötä menetettiin Kuusamon itäiset kylät Paanajärvi, Tavajärvi, Vatajärvi, Enojärvi, Pukari ja Kenttikylä, yhteensä 165 340 hehtaaria. 2100 kuusamolaisen koti jäi Neuvostoliiton puolelle ja lisäksi noin 2000 koti sijaitsi suoja-alueella rajan tuntumassa. Väli rauhan aikana Kuusamossa rakennettiin Salpalinjaa ruotsalaisten vapaaehtoisten avulla. Jatkosotaa lähestyttäessä Kuusamoon alkoi tulla saksalaisia, joiden tarkoitus oli operoida suomalaisen III AK:n kanssa Kuusamon alueelta Kiestinkiin ja Uhtualle lopullisena tavoitteena Muurmannin rata ja Louhen asema. Saksalaisten tavoitteiden painopisteen suuntautuessa yhä enemmän Kuusamon alueelle nousi Kirkonkylään ja ympäristöön nopeasti saksalaisten parakkikyliä ja vankileirejä. Kuusamossa toimineet saksalaiset joukot kuuluivat XVIII Vuoristo AK:aan, joita Kuusamon alueella oleskeli noin 2000–3000 sotilasta. Mukaan ei ole laskettu sotavankeja ja työvelvollisia, jotka rakensivat Sänkikankaalla ja Penttilässä Kenttärataa eli Kuolemanrataa. Kuusamon sijainti lähellä rajaa toi sodan lisäksi omat murheensa paikallisten elämään. Neuvostoliittolaiset desantit tekivät Kuusamon alueelle useita kuolettavia iskuja siviiliväestöä kohtaan. (Ervasti 1997, 150–152.)

Toiseen evakkoon lähdettiin Kuusamosta 5.9.1944. Kaikki rajakylät tyhjennettiin nopeasti. Tällä kertaa kuusamolaisten evakkomatka suuntautui Oulun eteläpuolisiin pitäjiin Oulaisiin, Pyhäjoelle, Vihantiin, Rantsilaan, Saloisiin ja Merijärvelle. Evakoitten palatessa kotiin näky oli lohduton. Saksalaiset olivat perääntyessään polttaneet lähes koko pitäjän. Kuvassa numero 1. näkyy Kuusamon kirkonkylän raunioita Lapin sodan jälkeen, jotka odottivat kotiin palaavia kuusamolaisia. (Ervasti 1997, 155–156.)

2.12 Jälleenrakentamisen aika

Kuusamoa jälleenrakennettiin vuosina 1945–1952. Ensin rakennettiin sivukylät ja lopuksi kirkonkylä. Rakentamista hidasti rakennusmateriaalien ja ammattimiesten puute. Sivukylien rakentaminen oli helpompaa, sillä joitain rakennuksia oli säästynyt, mutta kirkonkylän tilanne oli toinen. Kirkonkyläläiset asuivat venäläisten jälkeen jättämässä korsuissa ja paistoivat leivät raunioiden uuneissa. Kirkonkylän ainoat pystyyn jääneet rakennukset olivat kiviseinillä varustetut Porkkatörmän lastensairaala, osuusliike Otson rakennus sekä Posti. Jälleenrakennustöihin osallistuivat kaikki vanhimmasta miehestä nuorimpaan lapseen. Vasta vuonna 1947 alettiin luovutettujen kylien asukkaille erottaa maita asutukseen. (Ervasti 1997, 159–160.)

Kuusamo oli säästynyt vuoden 1757 isojaolta ruotusopimuksen avulla, joka lupasi vapautuksen isojaosta. Nyt se oli kuitenkin myös kuusamolaisilla edessä. Lopulta laki isojaosta annettiin Kuusamon kunnassa vuonna 1950. Isojako toi pitäjään paljon väkeä ja uusia tuulia. Isojakoinsinööreistä löytyi kuoromiehiä, näyttelijöitä, urheilijoita ja matkailun uranuurtajia. Maanmittausinsinööri Kalevi Routalasta tuli kuusamolaisen matkailun pioneeri. Routala oli mukana avaamassa Karhukierroksen vaellusreittiä sekä raivaamassa Rukalle laskettelurinteitä. (Ervasti 1997, 162.)



Kuva 1. Kuusamon kirkonkylän raunioita Lapin sodan jälkeen (Museovirasto 2021b)

2.13 Kuusamon matkailun kehitys sotien jälkeen

Vuonna 1951 Kuusamon kunta perusti matkailulautakunnan. Lautakunta halusi elvyttää sotia edeltävän ajan matkailua, mutta kunnallispoliitikoilla ei ollut juuri kiinnostusta kyseistä lautakuntaa kohtaan ja se näkyi muun muassa rahoituksessa. Lautakunta yritti luoda matkailuverkostoa, joka kattoi sivukyläjä ja piti tukikohtanaan kansanopistoa. Vuonna 1952 valittiin eri puolilta Kuusamo oppaita, joiden tehtävänä oli toimia oppaina omilla kylillään matkailijoille. Opasjärjestelmä ei ilmeisesti lähtenyt kunnolla käyntiin, sillä asiaan ei palattu enää lautakunnan kokouksissa. Lautakunnasta erillään toimi oma matkailun ystävien joukko ”pellistit”, joka sai nimensä keulakuvansa kirjatonhoitaja, ornitologi Pellervo Koivuselta. Heidän keskuudessaan syntyi ajatus uudesta Karhunkierroksesta. Matkailulautakunnan kokouksessa 19.10.1953 valittiin toimikunta kartoittamaan Kuusamolle uusia matkailukohteita. Toimikunnan vetäjäksi valittiin pankinjohtaja Pekka Tirkkonen. Tirkkonen tunsu maanmittausinsinööri Kalevi Routalan, josta tulikin yksi Kuusamon matkailun edelläkävijöistä. Seuraavana keväänä alettiin Karhunkierroksen reittiä merkitä ja Rukan

rinteitä raivata. Näytti siltä, että Kuusamoon oli nousemassa kaksi matkailuvalttia. (Ervasti 1991, 7–9.)

Tulevina vuosina Rukaa ja Karhunkierrosta rakennettiin ja kehitettiin uuden matkailulautakunnan kokoonpanon ja muiden matkailusta innostuneiden kuusamolaisten toimesta. 1950–1960-lukujen taitteessa matkailu muuttui Kuusamossa elinkeinoksi. Aiemmin kunnan päättäjät olivat pitäneet matkailua pikku puuhasteluna, mutta nyt se alkoi saada taloudellista merkitystä. Ruka ei ollut enää vain paikallisten harrastajien ajanviettopaikka, vaan liiketoimintaa. Kuusamon matkailun markkinointia alettiin tehostamaan. Aiemmin markkinointi oli hoidettu esitteillä ja muilla painotuotteilla, mutta Kuusamon edustajat alkoivat osallistua joka vuosi messuille, missä Kuusamoa markkinoitiin matkailukohteena. Ruka alkoi erottua selkeästi talvikohteeksi ja Karhukierros kesämatkailun kohteeksi. Myös lukuisia muita luontokohteita reititettiin ja alettiin markkinoida, kuten livaara ja Julma-Ölkky. (Ervasti 1991, 13.)

Tulevina vuosikymmeninä Kuusamon matkailuelinkeino kehittyi valtavien harppauksin ja Rukasta tuli yksi Suomen suurimpia hiihtokeskuksia ja Kuusamosta matkailukaupunki. Juhani Aho tuli mukaan Rukan kehittämiseen 70-luvulla ja Kuusamon matkailua alkoi kehittyä entistä nopeammin. (Ervasti 1991,18.)

3 Matkailumarkkinointi

Matkailumarkkinoinnilla tarkoitetaan matkailualan markkinointia. Käsitteeseen liittyvät kaikki matkailualan toimijoiden markkinointitoiminpiteet. Matkailualan toimijoita ovat esimerkiksi majoitusyritykset, ravintolat, ohjelmalveluyritykset ja niin edelleen, eli kaikki mitä matkailija tarvitsee matkansa aikana ja mistä matkailija muodostaa yhden kokonaisuuden: matkan. (Albanese & Boedeker 2002, 21–22.)

Matkailusta on vaikea tehdä tarkkaa määritelmää sen moniulotteisuuden vuoksi. Useat tieteenalat ovat pyrkineet tutkimaan matkailua ja määrittelemään sitä omasta näkökulmastaan. Ajan myötä matkailua on alettu tutkimaan poikkitieteellisellä tavalla, joka on avannut uusia ulottuvuuksia matkailun ja matkustamisen ymmärtämiseen. Matkailualalla toimiessa tulee ymmärtää matkailun eri ilmiöiden vuorovaikutussuhteet ja miten ne vaikuttavat matkailumarkkinointiin. (Albanese & Boedeker 2002, 15.)

Matkailumarkkinoinnissa pätevät samat lainalaisuudet kuin muussakin markkinoinnissa, vaikkakin matkailuala on erittäin ailahtelevainen, mikä on otettava huomioon strategian luomisessa ja riskien hallinnassa. Markkinointi lähtee strategiasta ja sen tavoitteista. Miten historia voisi palvella yritystä markkinoinnissa ja tuoda siihen jotain uutta? (Albanese & Boedeker 2002, 11–12.)

Kuten kaikessa markkinoinnissa, myös matkailumarkkinoinnissa tärkeää on suunnitelmallisuus. Suunnitelmallisuudessa auttavat selkeät suuntaviivat, joita seurataan. Matkailualan jatkuva muutostila pakottaa tarkastelemaan tilannetta useammin ja suunnittelun tarve on suurempi. Päämäärät selvitetään ennalta tarkasti ja niiden pohjalta luodaan markkinointisuunnitelma, jonka avulla tavoitteet saavutetaan. (Albanese & Boedeker 2002, 11–12.)

Yleensä matkailumarkkinoinnin suunnittelu jaetaan kahteen ryhmään: strategiseen ja taktiseen suunnitteluun. Tavallisesti strategisen tavan suunnittelun aikaväli on noin 3 vuotta. Tavassa analysoidaan tulevaisuutta ja yrityksen ulkoisessa ympäristössä tapahtuvia muutoksia, kuluttajakäyttäytymisen trendejä sekä tulevaa kilpailutilannetta. Analyysin tarkoituksena on sopeuttaa ja mukauttaa yritys tuleviin tilanteisiin. Lopputuloksena analyysistä saadaan vaihtoehtoisen tulevaisuuden skenaariot, joiden pohjalta voidaan muodostaa markkinointistrategia, jossa tuodaan ilmi pitkän aikavälin päämäärät ja tavoitteet sekä toimenpiteet niiden saavuttamiseksi. Tyypillisiin tavoitteisiin kuuluvat muun muassa myyntitavoitteet, mielikuvatavoitteet sekä kannattavuustavoitteet. Näihin tavoitteisiin sisältyy kokonaisuudessaan yrityksen kaikki toimintaan vaikuttavat osa-

alueet. Taktisen tason suunnittelu on noin vuoden mittaisen aikajakson suunnittelua. Matkailualalla kuitenkin voidaan joutua tekemään taktisia päätöksiä jopa päivittäin sen vaihtelevuuden vuoksi. Taktisella suunnittelulla tehdyt päätökset ovat lyhytaikaisia ja yksityiskohtaisia. (Albanese & Boedeker 2002, 11–12.)

Usein matkailutuotteessa on kyse palvelusta, jonka markkinointi luo omat haasteensa. Palvelua markkinoidessa ei voida kuvata täydellisesti tiettyä tuotetta, koska palvelu elää koko sen kaaren ajan. Palvelua ei voi koskea, tutkia tai kokeilla etukäteen, jolloin markkinoinnissa luodaan palvelusta lupaus ja mielikuva. Palvelu on myös subjektiivinen kokemus, eikä kukaan koe sitä täydellisesti samalla tavalla. Toiselle palvelu antaa täysin erilaisen kokemuksen kuin toiselle. Palveluiden kuvaileminen pelkillä sanoilla voi olla vaikeaa ja tämä luo haasteita matkailumarkkinoinnin näkökulmasta, kun kohteena on matkailupalvelu. (Zeithaml & Bitner 2003, 220–221.)

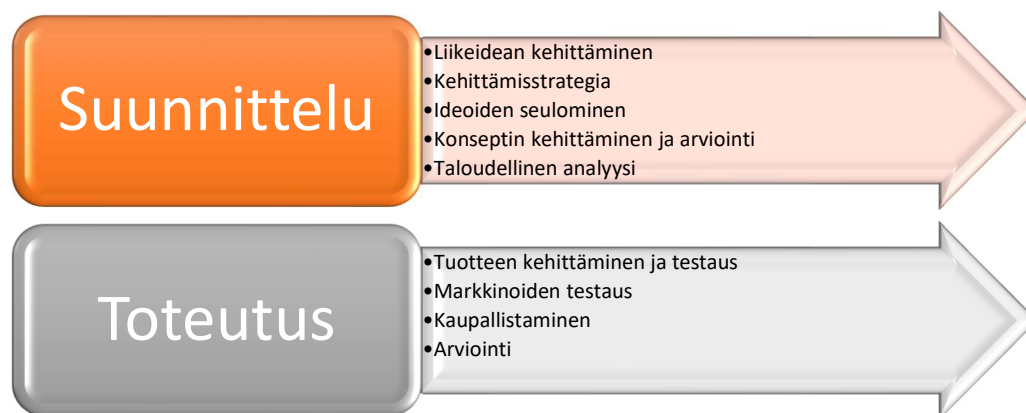
4 Matkailutuotteen kehittäminen

Tuotteistamiselle ei ole olemassa tyhjentävää määritelmää. Yleensä käsitteeseen liitetään toimintoja, jotka liittyvät tuotekehitykseen, palvelun rakentamiseen tai vaikka tarinallistamiseen. Kaikki edellä mainitut käsitteet liittyvät tuotteistamiseen ja ovat osa sitä. Tuotteistamisen kohde määrittelee sen, kuinka se käsitteenä ymmärretään. Hyvin tuotteistetulla matkailutuotteella on selkeä kohderyhmä ja markkinat, se myy hyvin, tuottaa katetta sen tarjoajalle ja se on monistettavissa. (Tonder 2013, 12–16.)

Matkailutuotteesta puhuttaessa kyse on yleensä palvelusta. Matkailutuotteen voi määritellä seuraavasti: ”Matkailutuote on asiakkaan subjektiiviseen arviointiin perustuva kokemus, jolla on tietty hinta ja joka syntyy prosessissa, jossa asiakas hyödyntää palvelun tarjoajien palveluja osallistumalla itse palvelun tuotantoprosessiin” (Boxberg & Komppula 2002, 92.) Merkittävin ero matkailutuotteen tuottamisessa ja konkreettisen tavarän välillä on se, että matkailutuote syntyy samalla kun sitä kulutetaan. Palvelu on aineeton tuote, eikä sitä voi varastoida, patentoida tai puhua täysin valmiista tuotteesta. Palveluun voi aina liittyä myös aineellisia tuotteita, kuten ruokaa tai matkamuittoja, mutta nämä yksistään eivät ole matkailutuote. Palveluna matkailutuote on ainutkertainen ja riippuvainen vallitsevista olosuhteista. Epäonnistunutta palvelukokemusta ei voi uusia ja korjata, vaan vaikutelma annetaan lopullisesti niin sanotusti reaaliajassa. Huonoa palvelukokemusta on paljon vaikeampi hyvittää kuin esimerkiksi rikki mennyttä tuotetta. Matkailija kokee matkan aikana käytetyt palvelut usein yhdeksi kokonaisuudeksi, jolloin palveluntuottajat ovat myös riippuvaisia toisistaan ja muiden palveluiden laadusta. (Boxberg & Komppula 2002, 10–11.)

Tuotekehitysprosessin liikkeellepaneva voima on yleensä yrittäjän päässä syntynyt idea tai asiakailta saatu palaute. Matkailuyrityksen täytyy olla jatkuvasti valmis uusiutumaan ja kehittämään palveluitaan. Tuotekehityksen avulla voidaan kehittää jo olemassa olevia tuotteita vastaamaan paremmin kysyntää tai luoda kokonaan uusia tuotteita markkinoille. Tavallisimmat syyt tuotekehitysprosessin alkamiselle ovat markkinatilanteiden muutokset, kulutustottumukset, myynnin lisääminen ja muuttunut kilpailutilanne. Mikään tuote ei sellaisenaan menesty markkinoilla ikuisesti, jolloin myös olemassa olevat tuotteet kaipaavat päivitystä. Tuotteen elinkaarta markkinoilla voidaan kuvata niin sanotulla S-kaarella. S-kaareissa kuvataan seuraavat vaiheet: esittely eli lanseeraus, kasvuvaihe, kypsyyssvaihe, kyllästymisvaihe sekä lasku. (Boxberg & Komppula 2002, 93–95.)

Kaiken tuotekehityksen pitäisi perustua tutkittuun tietoon. Tuotekehityksen kannalta on tärkeää tietää asiakkaiden toiveet ja intressit, markkinatilanne ja vallitsevat trendit. Tässä työssä esitetty tuotekehitysprosessi on vain yksi monista. Kuva numero 2. kuvaa prosessia ja sen jakoa. Prosessi perustuu konkreettisten tuotteiden kehittämisen teoriaan. Usein kuitenkin tuotekehitys ei monissakaan yrityksissä noudata minkäänlaista prosessikaavaa, vaan on hyvinkin sattumanvaraista. (Boxberg & Komppula 2002, 96–98.)



Kuva 2. Prosessikaavio. (Boxberg & Komppula 2002, 98.)

Prosessi jakaa kehittämisvaiheen kahteen eri vaiheeseen, jolloin molemmissa voidaan tehdä omat toimenpiteensä. Suunnitteluvaiheessa ideoita kehitetään ja parhaat seulotaan jatkoon. Toteutusvaiheessa tärkeää on testaus, jolla voidaan todeta tuotteen elinkelpoisuus. Tuotteen tultua markkinoille suoritetaan jälkiarviointi, jolloin voidaan tehdä parannuksia tai muita muutoksia. (Boxberg & Komppula 2002, 96–98.)

Palvelukonseptin kehittämisen prosessi noudattaa lähestulkoon samaa kaavaa. Palvelukonseptin kehittämisessä kehittämisen alaisena on jo olemassa oleva tuote, jota halutaan uudistaa markkinoille paremmin sopivaksi. Erona uuden tuotteen kehityksen prosessiin palvelukonseptin kehittämisessä tehdään tarkempaa analyysia ja huomioidaan enemmän asiakkaiden palautteita ja mielipiteitä. (Boxberg & Komppula 2002, 96-98.)

4.1 Palvelumuotoilu

Kaikkien yritysten täytyy aika-ajoin uusiutua ja kehittää palveluitansa. Matkailulla tämä korostuu erityisesti alan vaihtelevuuden vuoksi. Historiamatkailu on nostanut suosiotaan viime vuosina, ja matkailijat ovat kiinnostuneet kokemaan aitoja kokemuksia keinotekoisuuden sijaan. (Museovirasto 2020.)

Palvelumuotoilu tarkoittaa uusien palvelujen kehittämistä ja ideointia ihmislähtöisestä näkökulmasta (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 35).

Palvelumuotoilua ei voi tarkalleen määritellä eikä se ole tarkoin rajattu yksittäinen osaamisalue. Palvelumuotoilua voidaan pitää yleisenä ajatustapana, prosessina ja työkalupakkina, joka saa sisältönsä useista erilaisista osaamisalueista. Erilaiset osaamisalueet voivat käyttää palvelumuotoilua yhteisenä kielenä ja keinona kehittäessään palveluita. (Tuulaniemi 2011, 60.)

Palvelumuotoilun (englanniksi service design) historia ylettyy todennäköisesti vuoteen 1991, jolloin professori Michael Erlhoff (Köln International School Of Design, KISD) lanseerasi sen uutena osaamisalana. Palvelumuotoilun kansainvälistymiseen on todennäköisesti kuitenkin eniten vaikuttanut KISD:ssä vuonna 1995 palvelumuotoilun professorina aloittanut Birgit Mager. Mager on edelleen alallaan kansainvälisesti aktiivinen ja on usein vierailut myös Suomessa. Ensimmäinen palvelumuotoiluun erikoistunut toimisto live/work perustettiin Lontoossa vuonna 2001. Palvelumuotoilun juuret ovat vahvasti sidottu Eurooppaan ja skandinavialaiset osaajat ovat vaikuttaneet vahvasti palvelumuotoilun kansainvälisessä kehittämisessä. Suomessa palvelumuotoilun taso on yksi maailman parhaista, vaikka osaajia on vielä verrattain vähän. (Tuulaniemi 2011, 62.)

4.1.1 Palvelumuotoilun perusteita

Nykyaikaisen tavarapaljouden keskellä on herännyt ajatusmaailma, että kaikkea ei tarvitse omistaa. Tavaroita enemmän tarvitsemme elämää helpottavia asioita, kuten palveluita. Resurssien omistamisen sijaan halutaan päästä käsiksi tarvittaviin resursseihin. Lähes kenellä tahansa, jolla on tarpeeksi henkistä pääomaa ja verkostoja on mahdollisuus kehittää toimivia palvelukonsepteja jopa globaalisti. Yrityksille palvelut tarjoavat uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja yritykset voivat löytää kokonaan uusia markkinoita, jotka ovat tavaramarkkinoita nopeampia ja joustavampia. Palveluilla voidaan erottua kilpailijoista ja sitouttaa asiakkaita yritykseen. Aineettomat palvelut eivät sulje pois myöskään tavaroita, vaan palveluiden ympärille voidaan kehittää uusia tuotteita

ja vanhojen tuotteiden ympärille uusia palveluita. Näin liiketoimintaa voidaan laajentaa uusiin suuntiin. (Tuulaniemi 2011, 16–19.)

Palvelumuotoilu on saanut juurensa tuotemuotoilijan kehittämisprosessista. Muotoilun kontekstisidonnaisuus vaikuttaa palvelumuotoilun prosessiin. Kun kontekstit muuttuvat, voidaan soveltaa muotoilun ydinosaamista uusiin työkaluihin ja alueisiin. Voidaan siis todeta, että palvelumuotoilu on muotoiluperusteista, jolloin muotoilijoiden ydinosaaminen on tuotu palveluiden kehittämisen keskiöön. Palvelumuotoilun kehittymiseen ovat vahvimmin vaikuttaneet teolliset muotoilijat, joilla on vahva prosessiosaaminen. Muotoilu ja palvelumuotoilu eroavat toisistaan siinä, että muotoilijan työtä kutsutaan muotoiluksi tai designiksi. Yleensä muotoilun keskiössä ovat tavarat tai muut konkreettiset tuotokset. Palvelumuotoilija puolestaan luo palveluita, jolloin työ on oma prosessinsa, jossa kuitenkin käytetään samaa muotoilun kehikkoa. (Tuulaniemi 2011, 63–110.)

Palvelumuotoilussa kehitetään palveluita. Jokaisen palvelun lähtökohtana on ihminen tarpeineen ja haluineen. Palvelulta halutaan helppoutta, mukavuutta ja elämyksellisyyttä, jolloin palvelumuotoilulla pyritään vastaamaan asiakkaan tarpeisiin mahdollisimman tehokkaasti ja kaikkia osapuolia hyödyttävillä tavoilla. Palvelu on palvelun tarjoajan ja asiakkaan vuorovaikutusta, jolla on oma polkunsä ja näyttämönsä. Samaan aikaan palvelu on kuitenkin myös prosessi. Palvelua käytettäessä kulutetaan kokemusta, joka on sidottu aika-akseliin. Palvelupolku pilkotaan hetkiksi ja osiksi, jolloin jokaista osaa voidaan analysoida ja tarkastella. Tällöin päästään palveluun käsiksi suunnittelun keinoin. Palvelupolku voidaan jakaa erilaisiin osiin sen tarkoituksen mukaan ja valita tarvittavat osat suunnittelun kohteeksi. (Tuulaniemi 2011, 24–79.)

4.1.2 Palvelumuotoiluprosessi

Palvelumuotoiluprosessissa suunnittelu etenee palvelumuotoilijoiden yhteisen toimintakehikon mukaan. Kehikkojen määrä kasvaa palvelumuotoiluosaamisen mukana ja niitä onkin olemassa jo useita. Ydinkehikko eli palveluiden suunnittelu sisältää palvelun blueprint sekä front- ja backstage sekä palvelun totuuden hetken eli asiakkaan ja palveluntuottajan kohtaamisen. Ydinkehikko oli olemassa jo ennen palvelumuotoilun syntyä, ja sen ohelle on tullut mukaan palvelumuotoilun keskeiset ajatukset kuten asiakaslähtöisyys, visuaalisuus, prototypointi ja yhteiskehittäminen. Myöhemmin kehikot toivat mukaan liiketoimintaosaamista ja asiakaskokemuksen mittaristoa sekä analytiikkaa. Palvelumuotoilun ydintavoitteena on ymmärtää paremmin ihmisiä ja heidän

tarpeitaan, havaita uusia mahdollisuuksia muun muassa. liiketoiminnallisesti, suunnitella toimivia ja kiinnostavia palveluita sekä toteuttaa tehtyjä suunnitelmia. (Tuulaniemi 2011, 110–126.)

Palvelumuotoiluprosessissa hyödynnetään iteratiivista ja inkrementaalista kehitysmenetelmää. Inkrementaalisuus tarkoittaa laajan kokonaisuuden jakamista pienempiin osioihin, joita kehitetään yksi kerrallaan. Inkrementaalisen ajattelun mukaan kokonaisuus rakentuu pienistä osista. Iteratiivisuus tarkoittaa, että ongelma ratkaistaan nopeasti yhdellä versiolla ja tätä ratkaisua kehitetään eteenpäin niin kauan, että tavoite on saavutettu. Palvelumuotoiluprosessi noudattaa luovan ongelman ratkaisun periaatteita. Palvelun kehittäminen on aina uuden luomista ja ainutkertaista. Tämän vuoksi palvelumuotoiluprosessi ei koskaan ole valmis muotti, jota voi käyttää kaikissa palvelunkehittämistarpeissa, vaan sen antamia kehikoita voidaan soveltaa omaan palvelunkehittämisprojektiin. Pääperiaatteet ovat aina samat, käytännön sovelluksia taas on olemassa useita. (Tuulaniemi 2011, 110–126.)



Kuva 3. Palvelumuotoiluprosessin osat. (Tuulaniemi 2011, 127)

4.1.3 Palvelumuotoiluprosessin osat

Kuvassa numero 3. on kuvattu palvelumuotoiluprosessin osat etenevässä järjestyksessä. Prosessi aloitetaan määrittelystä, jossa selvitetään, mitä ongelmaa ollaan ratkaisemassa ja mitkä ovat tavoitteet. Tärkeintä on luoda ymmärrys siitä, kenelle palvelua ollaan kehittämässä ja mitkä ovat lopulliset tavoitteet. Tutkimusosiossa otetaan selvää kehittämiskohteesta, toimintaympäristöstä, resursseista ja käyttäjätarpeista. Menetelminä käytetään haastatteluja, tutkimuksia ja keskusteluita. Suunnitteluvaiheessa ideoidaan ja konseptoidaan erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja sekä testataan niitä käytännössä asiakkaiden kanssa. Samalla määritellään mittarit palvelun tuottamiseen. Palvelutuotantovaiheessa palvelun kehittäminen on jo siinä vaiheessa, että se voidaan viedä markkinoille asiakkaiden testattavaksi. Samalla kerätään tietoa ja kehitysideoita. Lopuksi arvioidaan kehitysprosessin onnistumista, mitataan palvelun onnistuminen markkinoilla ja hiotaan palvelua saatujen palautteiden avulla. (Tuulaniemi 2011, 126–128.)

4.1.4 Palvelumuotoilu matkailussa

Matkailuala on nopeasti vaihteleva, haasteellinen ja kompleksinen toimiala. Matkailualan tuotteet ovat palveluita ja usein yhdistelmä useaa erilaista palvelua ja toimijaa. Palvelun menestyksen ratkaisee asiakkaan tyytyväisyys ja se, kuinka on onnistuttu vastaamaan ennako-odotuksiin. Asukkaat hahmottavat usein matkailualueen kaikki palvelut yhdeksi ja samaksi palveluksi: lomaksi. Tämä tuo suuria haasteita yksittäiselle palveluntuottajalle, joka on riippuvainen koko alueen brändistä. Jokainen alueella tuotettu palvelu vaikuttaa brändiin ja imagoon sekä sitä kautta kaikkiin matkailualueen yrittäjiin. (Tuulaniemi 2011, 260-261.)

Matkailualueen menestymisen edellytyksenä on verkostoitumiskyky sekä halu tehdä yhteistyötä eri toimijoiden kanssa. Lomalle tulevilla asiakkailla on suuret odotukset ja ne täyttääkseen yrityksen on tarjottava korkealaatuisia palveluita, jotka ovat samalla tasolla muun alueen kanssa. Palvelumuotoilun tavoite matkailualalla on luoda vuorovaikutusta asiakkaan ja palveluntarjoajan välille sekä muiden palveluntarjoajien välille. Palvelumuotoilun avulla voidaan nostaa palveluiden laatua ja saavuttaa haluttu asiakaskokemuksen taso. (Tuulaniemi 2011, 263-265.)

Matkailupalveluissa voidaan hyödyntää niin sanottua Disneysaatioita. Käsitteen kehitti ensimmäisenä yhteiskuntatieteilijä Alan Bryman vuonna 2003, kirjassaan *The Disneyization of Society*. Käsite tarkoittaa prosessia, jossa yhteiskuntaa, kuluttamista ja palveluntuotantoa dominoivat koko ajan enemmän Disney-teemapuistojen periaatteet. Disneysaation osa-alueita ovat teemoittelu, hybridikulutus, tuotteistaminen ja esittävä tai performatiivinen työ. Teemoittelua nähdään usein museoissa tai historiallisissa kohteissa, joissa se on jo verrattain vanha ilmiö. Kohteet keskittyvät yhteen tiettyyn teemaan ja rakentavat toiminnan sen ympärille. (Tuulaniemi 2011, 2270-2272.)

Matkakohteissa historian tapahtumat asettavat kohteelle teeman menneisyyden tapahtumien avulla. Samoin erilaiset tarinat ja myytit voivat antaa kohteelle luontevan ja kiinnostavan teeman. Kokonaisia matkoja voidaan myös markkinoida erilaisilla teemoilla, joihin on voitu ottaa innostusta historiallisista tapahtumista tai henkilöistä. Hybridikulutus tarkoittaa palveluiden ja tavaroiden kulutuksen yhdistämistä. Tavanomaisia hybridikulutusta edustavia paikkoja ovat muun muassa museokaupat sekä kahvilat ja ravintolat esimerkiksi kauppakeskuksissa tai lentokentillä. Hybridikulutusta on myös konserteissa, taidetapahtumissa sekä muissa elämyksiä tuottavissa tapahtumissa. Tuotteistaminen on yhdistelmä teemoittelua ja hybridikulutusta, jossa ihmisiä kiinnostavasta teemasta voidaan tuotteistamisen avulla saada enemmän irti. Esittävä työ määrittää kulutustapahtumaa. Esittävässä työssä kuluttajalla ja palvelun tarjoajalla on omat roolinsa. Ydinajatus on se, että pelkkä palvelu ei riitä, sen täytyy olla asiakkaalle elämys. Disneysaation periaatteet

ovat nykyään kuluttajalle jo itseisarvoja, asioita, joita osataan odottaa. Disneysaation periaatteet sopivat hyvin matkailualan toimijoille. Periaatteita omaan tilanteeseen ja käyttöön soveltaen matkailuyritys voi saada uutta kannattavuutta yritystoimintaan. (Tuulaniemi 2011, 270–278.)

4.2 Tarinallistaminen

Tarinallistaminen on tarinan avulla yritystoiminnan kehittämistä ja asiakkaan osallistamista ja sitouttamista yritykseen. Anne Kalliomäki määrittelee tarinallistamisen kirjassaan *Tarinallistaminen – palvelukokemuksen punainen lanka* (2014, 1) seuraavasti: ”Tarina on yrityksen uusi punainen lanka; strategia, joka siivoaa rönsyt, auttaa fokusoimaan toiminnan ja tuottamaan sitä kautta asiakkaille täysin uudenlaisia palvelukokemuksia, jotka välittävät yrityksen tarinaa eteenpäin. Tarinallistaminen on aina liiketoiminta-, arvo- ja asiakaslähtöistä, ja siinä tarinan voima valjastetaan kokonaisvaltaisesti yrityksen käyttöön: tarinan avulla johdetaan ja tehdään valintoja niin markkinoinnin kuin palveluiden suhteen tarinalähtöisesti”.

Yrityksen koko toiminta ja brändi voidaan kehittää tarinallisuuden ympärille, jolloin tarinan tarkoitus on antaa asiakkaille elämyksellinen palvelukokemus. (Kalliomäki 2014, 1–1.1.)

Tarinallistaminen on työn lopputuloksen tiivistelmän, eli oppaan kannalta merkittävä. Oppaan on tarkoitus inspiroida ja auttaa historian hyödyntämisessä ja tarina on siihen oiva keino. Historia ilmenee arkipäivässä usein juuri tarinoiden ja tarinallisuuden kautta. Asiakkaalle kerrottu mielenkiintoinen historiaan liittyvä tarina jää elämään mieleen ja sitouttaa asiakkaan yritykseen. Asiakas kertoo tarinaa eteenpäin ja pitää sen myös omassa mielessään. Näin tietoisuus yrityksen olemassa-olosta leviää tarinan kautta ja antaa unohtumattoman kokemuksen jo pienellä panostuksella.

5 Opas historian hyödyntämiseen matkailupalveluissa

Opinnäytetyön konkreettinen lopputulos muodostui Power Point -ohjelmalla tehdyksi oppaaksi. Power Point -ohjelma on oppaaseen hyvä alusta sen monipuolisuuden ja selkeyden vuoksi. Ohjelmalla oppaaseen saadaan asiallinen kirjallinen ilme helposti sähköiseen muotoon. Opas on sähköinen ja helposti jaettavissa siitä kiinnostuneille yrittäjille. Oppaasta saa vinkkejä ja inspiraatiota siitä, kuinka oman yrityksen toiminnassa voi hyödyntää historiaa ja tarinallisuutta. Opas tulee toimeksiantajan sähköiseen työkalupakkiin, joka on yrittäjien käytössä.

Oppaan sisällysluettelo

Hyödynnä historiaa – Opas Ruka-Kuusamon matkailuyrittäjille

1. Miksi historia?
2. Mistä aloitetaan?
3. Historia kehittämisen innoittajana
4. Historiasta tuotteeksi
5. Historiasta potkua markkinointiin
6. Tarinan avulla uutta
7. Kuusamon ja Rukan historian pääkohdat
8. Inspiroivia lähteitä

5.1 Opinnäytetyössä käytetyt menetelmät

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä on laadullinen tutkimus. Laadullisen tutkimuksen periaatteisiin ja käytäntöihin perehtyminen on välttämätöntä, jotta tutkimus toteutuu laadukkaasti.

Työ tähtää tutkimusongelman ratkaisemiseen. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkitaan ilmiötä tai asiaa, tässä tapauksessa historian hyödyntämistä tietyssä aihepiirissä. Aineiston keräämiselle on monia vaihtoehtoja, mutta kvalitatiivisessa tutkimuksessa niistä yleisimmät ovat kyselyt ja

haastattelut. Oman työni kannalta haastattelu on paras menetelmä saada tutkimustietoa. Vastajamäärällä ei ole niinkään merkitystä, vaan vastauksien laadulla. (Pitkäranta 2010, 103.)

Haastattelututkimuksessa haastatteluja ja havaintoja pidetään johtolankana, ei niinkään lopullisena tuloksena. Työssä haastattelukysymykset ovat osittain samat kuin tutkimuskysymykset ja niihin vastaukset ovat johtolankoja, joista päästään lopullisiin johtopäätöksiin. Vastaukset eivät siis itsessään todista tiettyä asiaa oikeaksi. Vaikka haastateltavien vastauksia ei oteta kirjaimellisesti sellaisenaan, se ei tarkoita, että ne olisivat jotenkin virheellisiä tai vääriä. (Alasuutari 1999, 81–83.)

Haastattelun avulla saadaan tietoon, mitä ihminen ajattelee. Haastattelu on joustava tiedonhankintamenetelmä, jossa haastattelijalla on mahdollisuus toistaa kysymys, keskustella haastateltavan kanssa tai oikaista väärinymmärrys. (Pitkäranta 2010, 104.)

Haastattelut ovat työssä erittäin tärkeässä roolissa. Oikeanlaisten ja monipuolisten haastattelukysymysten valinta on haasteellista. Millaisilla kysymyksillä saadaan mahdollisimman paljon tietoa ja keskustelua aikaiseksi? Osa kysymyksistä on samoja kuin tutkimuskysymykset. Tutkimuskysymykset on tehty silmällä pitäen työn lopullista lopputulosta ja sen monipuolisuutta huomioiden.

Haastateltavat tietävät, mistä aiheesta heitä haastatellaan ja mitä heiltä odotetaan. Erilaiset vuorovaikutustilanteet vaikuttavat haastattelujen lopputulokseen. Haastattelutilanteet pyritään pitämään mukavina ja rentoina, mutta kuitenkin asiallisina, jolloin vastaukset voivat olla monipuolisempia ja ideat lennokkaampia. (Alasuutari 1999, 149–150.) Haastattelut järjestettiin yksilöhaastatteluina.

5.2 Haastattelut

Haastattelu on työn kannalta hyvä tiedonkeruutapa. Haastattelu on monipuolinen ja joustava tapa saada tallennettua mielipiteitä, käsityksiä ja tietoa (Hirsjärvi & Hurme 2008, 11). Kuusamossa toimii paljon asiantuntijoita ja osaajia, joilta saatiin arvokasta tietoa. He olivat myös mielellään mukana opinnäytetyön teossa ja sitä kautta kehittämässä kuusamolaisia osaamista ja alueen matkailutoimintaa. Työssä on haastateltu kuusamolaisia yrittäjiä, historiantuntijoita tai muuten alueen matkailua tuntevia asiantuntijoita. Haastateltavilla on pitkän linjan kokemusta alueen

matkailussa tai todella hyvä tuntemus paikallishistoriaan. Haastateltavien kanssa käytiin läpi opin-
näytetyön tarkoitus, Karhuntassu-hanke, sekä heidän näkemyksensä tutkimuskysymyksiin. Haas-
tateltavien kanssa ideoitiin yhdessä, kuinka yritykset voisivat hyödyntää paikallishistoriaa parem-
min toiminnassaan tulevaisuudessa. Haastateltavilta saatiin inspiraatiota, uutta tietoa ja konk-
reettisia ideoita ja neuvoja. Haastattelukysymykset olivat seuraavat:

- Miten hyvin paikallishistoriaa on sinun mielestäsi hyödynnetty Ruka-Kuusamon matkailussa?
- Mitä yrityksiä/tuotteita/palveluita tiedät, joissa paikallishistoria näkyy?
- Miten yritykset voisivat käyttää paikallishistoriaa paremmin hyödyksi?
- Yrittäjä on kiinnostunut käyttämään paikallishistoriaa jollain tavoin hyödyksi yrityksessään. Mi-
ten neuvositt häntä alkuun?
- Opinnäytetyön lopputyönä on opas paikallisille yrittäjille siitä, kuinka he voivat hyödyntää pai-
kallishistoriaa yrityksensä toiminnassa. Mitä oppaan tulisi sinun mielestäsi ehdottomasti sisältää?

Haastattelujen tallentamiseen käytettiin nauhoitusta ja myöhemmin haastattelut litteroitiin.
Haastateltavat henkilöt valittiin heidän osaamistaustansa perusteella. Haastateltavia oli yhteensä
kuusi ja haastattelut olivat erittäin hedelmällisiä työn kannalta.

Lyhyet esittelyt haastateltavista:

Marjo Kämäräinen: Marjo on matkailualan ja paikallistuntemuksen konkari. Marjo on koulutuk-
seltaan matkailualan restonomi ja valmistuu pian yhteiskuntatieteiden maisteriksi pääaineenaan
matkailun tutkimus. Marjo työskentelee projektipäällikkönä Metsähallituksella Gateway To Land
Of Nationalparks -hankkeessa.

Helena Palosaari: Helena on tehnyt elämäntyönsä yläasteen äidinkielen ja historian opettajana
Kuusamossa. Helenan paikallishistorian tuntemus on omaa luokkaansa, ja häneltä on ilmestynyt
useampi teos Kuusamon paikallishistorian tapahtumista. Helena on myös toiminut Kuusamon
matkailun paikallisoppaana jo vuodesta 1996.

Tanja Pohjola: Tanja toimii puolisonsa kanssa yrittäjänä Pohjolan Pirtissä Vuotugissa, johon kuu-
luu myös Pohjolan Kievari -tilausravintola.

Pauli Saapunki: Pauli on kuusamolainen pitkälinjan poliitikko. Paulin työura on johtanut juusto-
mestarista paikallispoliitikoksi ja siitä 16 vuodeksi eduskuntaan. Pauli tuntee Kuusamon ja sen

elinkeinorakenteen ja omaa loistavan ideointikyvyn ja kauaskatseisuuden. Pauli on myös Euroopan ainoa Venäjän kunniakonsuli.

Ari Tirkkonen: Arilla on kokemusta matkailualalta 20 vuoden ajalta ja hän on opiskellut alaa Jyväskylän yliopistossa. Arilla on ohjelmalveluyritys sekä hän toimii Pohjois-Kuusamon yrittäjien puheenjohtajana. Arin tietämys matkailualasta, tuotteistamisesta ja markkinoinnista on laajaa. Ari on myös idearikas ja hän hahmottaa loistavasti koko Ruka-Kuusamon alueen matkailutoiminnan yhtenäisyyden.

5.3 Yritysten markkinointi ja mainonta

Paikallisten matkailuyritysten markkinoinnin tarkastelu on yksi osa empiirisen aineiston hankintaa tässä työssä. Ruka-Kuusamon alueen matkailumarkkinointi on keskittynyt korostamaan puhdasta luontoa ja runsaslumista talvea. Edellä mainitut seikat ovat alueen matkailun kulmakiviä ja suurimmat vetovoimatekijät. Alueen rikasta historiaa markkinoinnissa näkee varsin vähän. Kuusamo ei markkinoida historiallisena matkakohteena, mitä se esimerkiksi sotahistorian harrastajille tosi asiassa on. Jotkin yksittäiset yritykset ovat ottaneet myös historiallisen aspektin vetovoimatekijäksi yrityksen markkinoinnissa ja toiminnassa.

Tavoitteena oli saada mahdollisimman laaja käsitys alueen matkailuyritysten markkinoinnista. Tarkastelin asiaa Kuusamoon ja Rukalle matkalle tulevan ulkopaikkakuntalaisen näkökulmasta ja käytin hakusanoina verkossa yksinkertaisia hakusanoja kuten Kuusamo Ruka historia, Kuusamo Ruka historialliset kohteet ja Kuusamo Ruka koe historiaa. Näillä hakusanoilla sain osuvia yrityksiin, jotka käyttävät oman yrityksen, toimintaympäristön tai alueen historiaa markkinoinnissaan.

Alueen historiasta kiinnostunut matkailija törmää ensimmäisenä internetistä tietoa etsiessään Ruka-Kuusamo Matkailu ry:n verkkosivuilla Muut käyntikohteet -listaan, joka onkin kattava poiminta alueella olevista historiallisista käyntikohteista. Lista esittelee muun muassa Kuusamojärven rannalla olevan Historiapolun sekä alueen muistomerkit. Listalla on myös uusittu ja parannettu Salpalinjan Lahtela-Vanttaja polku, joka on nykyään hyvin esillä, kun puhutaan Kuusamon historiallisista kohteista. Listalta puuttuu joitakin historiallisesti arvokkaita muistomerkkejä, kuten Suorajärven partisaanihyökkäyksen muistomerkki. (Muut käyntikohteet 2021.)

Alueella on yrityksiä, jolle historia on osa yrityksen identiteettiä. Nämä yritykset ovat muun muassa Pohjolan Pirtti & Kievari, Iisakki Village, Kujalan Porotila ja Kuusamon Mylly. Lisäksi Kuusamon alueella on kotiseutumuseo, joka on auki kesäisin ja esittelee paikallisille ja matkailijoille kuusamolaisen talonpojan elämää menneinä aikoina.

Pohjolan Pirtti & Kievari toimii Vuotungin kylässä ja sen toiminta nojaa historialliseen perinneympäristöön ja tarinallisuuteen. Perinteisyys ja historia näkyvät yrityksen markkinoinnissa ja toiminnassa selkeästi. Yrityksellä on ravintola ja kahvilatoimintaa sekä ohjelmapalveluita, kuten muun muassa perinnesaunat. Heti verkkosivuille mentäessä huomaa, että paikka on vanha. Esittelytekstissä kerrotaan Vuotungin kylän sekä Pohjolan talon historiasta. (Meistä 2021.)

Iisakki Village on osa Ruka Safarista. Rukajärvellä sijaitseva majoituskylä on jäljitelmä Paanajärven Rajalan pihapiiristä. Alkueräisen kylän isännän nimi oli Iisakki Rajala, josta paikka on saanut nimensä. Verkkosivujen visuaalinen ilme ei välttämättä heti kerro, millaisen majoituskylän sivuille on tultu. Esittelytekstiä lukiessa kuitenkin nopeasti selviää, kuinka historiaa tässä kokonaisuudessa on hyödynnetty. (Ruka Safaris 2021.)

Kuusamon Mylly on kulttuurihistoriallisesti merkittävä paikka Kuusamossa. Keskustan lähellä Lahdentakana sijaitseva Mylly järjestää tapahtumia ja taidenäyttelyitä sekä vuokraa tilojaan. Myllyllä ei ole omia verkkosivuja, mutta yrittäjät ovat aktiivisia sosiaalisessa mediassa. Facebook-sivuilla on tietoa Myllystä ja sen historiasta sekä nykyisestä toiminnasta. (Kuusamon Mylly 2021.)

Kujalan Porotila sijaitsee Kuusamon ja Rukan välillä. Tilalla voi tutustua poroihin ja ostaa käsityöpajan tuotteita. Kujalan porotila markkinoi itseään yhtenä Kuusamon vanhimpana porotilana, jota sama suku hoitaa jo viidennessä polvessa. Tila on perustettu vuonna 1860. Kuusamosta Rukalle ajettaessa tilan mainontaa ei voi olla huomaamatta. Verkkosivuilla historiasta ja perinteestä kerrotaan monipuolisesti. (Kujalan Porotila 2021.)

Kuusamossa on yrityksiä, jotka ovat ottaneet historiallisen näkökulman yrityksen brändin käyttöön. Näissä yrityksissä historia näkyy markkinoinnissa ja mainonnassa tavalla, jolla herätetään mielenkiintoa. Edellä esitellyistä yrityksistä vain Ruka Safaris on hyödyntänyt historiaa ilman, että se on jollain tavalla ollut liitännäinen yrityksen välittömään toimintaympäristöön. Muilla yrityksillä toimipaikka on jo itsessään luonut pohjan historian käyttöön yrityksessä.

5.4 Aineiston esittely ja analysointi

Haastatteluaineistoa kertyi viideltä haastateltavalta monipuolisesti ja laajasti. Jokainen haastateltava antoi uusia näkökulmia ja ideoita, mutta myös jotkin asiat toistuivat.

1. Miten hyvin paikallishistoriaa on sinun mielestäsi hyödynnetty Ruka-Kuusamon matkailussa?

Ensimmäisen haastattelukysymyksen vastaukset olivat kaikilla hyvin samankaltaiset. Kaikkien haastateltavien mielestä historiaa on osattu hyödyntää huonosti ja sen pitäisi näkyä enemmän. Haastateltavat korostivat alueen monipuolista historiaa, josta olisi paljon hyötyä matkailutoimialalle, kunhan sitä osattaisiin vain hyödyntää oikein. Historian näkyvyyttä toivottiin niin kotimaiseen kuin kansainväliseenkin markkinointiin ja myös Ruka-Kuusamon matkailubrändin uudistamista tähän aiheeseen liittyen. Kaksi haastateltavaa oli myös sitä mieltä, että Kuusamon Lappiin kuulumisen historia pitäisi saada enemmän esille. Tärkeänä pidettiin sitä, että matkailijoille kerrottaisiin Kuusamon historiasta heidän tänne saapuessaan, mikä edellyttää myöhempien kysymysten vastauksissa eteen tullutta yrittäjien ja henkilökunnan kouluttamista paikallishistoriaan liittyen.

2. Mitä yrityksiä/tuotteita/palveluita tiedät, joissa paikallishistoria näkyy?

Toinen kysymys sai jokaisen haastateltavan miettimään laajasti paikallisia yrityksiä ja markkinointia. Rukan historian näkyvyys nousi haastatteluissa esiin. Lisäksi esiin nousi muutamia sellaisia kohteita, joiden markkinoinnin ei ensimmäisenä edes ymmärtäisi liittyvän paikalliseen historiaan, kuten Kuusamon Juusto. Myös joitakin paikallisia majoitus-, ohjelmapalvelu- ja ravintolayrityksiä nousi esiin. Koettiin, että sotahistoria on joillakin yrityksillä tuotteissa näkyvillä. Kaksi haastateltavaa toivoi, että historianäkökulma olisi enemmän koko alueen matkailubrändissä esillä ja että siihen panostettaisiin enemmän.

3. Miten yritykset voisivat käyttää paikallishistoriaa paremmin hyödyksi?

Kolmas haastattelukysymys johti pitkiin keskusteluihin ja ideointiin. Kaikilta haastateltavilta tuli hyviä ideoita uusiksi palveluiksi ja tuotteiksi ja siihen, miten historia voisi palvella alueen yrittäjiä. Haastateltavien ideat kuvastivat hyvin heidän omaa kokemustaan ja tietoa, jonka pohjalta he osasivat ideoida tuotteen, jonka uskoisivat menestyvän markkinoilla ja jonka kaltaista itse olivat kovanneet. Mainittiin myös se, että olisi hyvä kertoa vieraille ja asiakkaille edes perustiedot Kuusamosta ja sen historiasta. Saamelaisuuden hyödyntäminen matkailussa jakoi vahvasti mielipiteitä.

Osan mielestä se oli väärin tai tähän mennessä väärin toteutettua. Osan mielestä taas saamelaisuus ja metsäsaamelaisuus kuuluu niin kiinteästi Kuusamon historiaan, ettei sitä voi ohittaa ja olla jollain tasolla hyödyntämättä esimerkiksi tarinoissa. Kuitenkin pidettiin tärkeänä, että kulttuuria ei hyväksikäytetä. Tarinallisuutta ja sitä kautta historian esille tuomista pidettiin haastatteluissa tärkeänä. Ideoita tuli lähinnä uusista ohjelmalvelutuotteista, kuten opastetuista retkistä historiallisiin kohteisiin, kuten Salpalinja sekä perinnetyötapojen tuotteistamisesta. Myös paikallista perinneruokaa ehdotettiin enemmän hyödynnettäväksi.

4. Yrittäjä on kiinnostunut käyttämään paikallishistoriaa jollain tavoin hyödyksi yrityksessään. Miten neuvoisit häntä alkuun?

Neljännän kysymyksen tärkeimmäksi koettu vastaus oli kaikilla sama, eli perustiedon hallinta ja sitä kautta ideoiden kehittäminen sekä historian tuominen tarinan avulla tuotteen ja palvelun taustalle tuomaan lisäarvoa. Kaikki haasteltavat pitivät ensisijaisen tärkeänä historiaan tutustumista ja syventymistä, sekä tiedon oikeellisuuden tarkistamista. Myös henkilökunnan kouluttaminen tuli haastatteluissa esille. Toivottiin, että paikallishistoriasta ja tarinallisuudesta voisi järjestää koulutuksia matkailualan yrittäjille ja heidän henkilökunnalleen, mitä kautta historiaa saataisiin arkipäiväiseenkin yrityksen toimintaan mukaan. Yksi haastateltava korosti myös asiakassegmenttien huomioimista ja uusien ideoiden rohkeaa testaamista.

5. Opinnäytetyön lopputyönä on opas paikallisille yrittäjille siitä, kuinka he voivat hyödyntää paikallishistoriaa yrityksensä toiminnassa. Mitä oppaan tulisi sinun mielestäsi ehdottomasti sisältää?

Viides kysymys antoi eniten hajontaa vastauksissa. Jokainen haastateltava piti eri asioita tärkeänä oppaan sisällössä. Yksi haastateltava piti tärkeänä, että oppaassa painotetaan yrittäjän oman toimialan ja vahvuuksien löytämistä ja sitä kautta siihen kuuluvaa historiatietoutta. Tärkeäksi koettiin myös paikallishistoriasta kertovien lähteiden sekä historian eri vaiheiden pääpiirteiden sisällyttäminen oppaaseen. Lukija voi kiinnostuksensa mukaan syventyä niihin. Kaksi haastateltavaa piti myös tärkeänä, että oppaasta ei unohdeta luontonäkökulmaa. Haastatteluiden aikana oppaan sisältö alkoi saada muotoa vastausten perusteella ja siihen on sisällytetty tärkeinä pidettyjä asioita.

5.5 Kehitystyö ja ideointi

Tutkimusaineiston ja omien havaintojen perusteella Kuusamossa hyödynnetään historiaa varsin vähän. Mielenkiintoisia kohteita ja tarinoita on runsaasti, mutta niitä ei jostain syystä osata nähdä potentiaalisina matkailutuotteina. Kuusamon historia on pitkä, värikäs ja vaiheikas. Viime vuosina on ollut paikoittain havaittavissa kuusamolaisissa uudenlaista kiinnostusta omaa historiaa kohtaan. Kuusamon alueella on paljon tarinoita ja merkkitapahtumia, joista inspiroitunut yrittäjä voi poimia omia intressejään kiinnostavimmat ja muokata oman yrityksen tarpeisiin. Seuraavissa luvuissa on käytännön tiedon lisäksi konkreettisia ideoita, joita jatkojalostamalla voidaan paikallista historiaa tuoda enemmän esille matkailussa ja sitä kautta synnyttää uusia tuotteita tai kehittää jo olemassa olevia.

5.5.1 Palvelumuotoilun hyödyntäminen Ruka-Kuusamon matkailussa

Alueen historiasta voi ammentaa loputtomasti ideoita, kun aletaan kehittämään uusia elämyksellisiä palveluita. Kehitystyön liikkeelle paneva voima voi olla asiakkaiden toiveet tai yrittäjän omat kiinnostuksen kohteet ja ideat. Yrityksen toimintaympäristö ihmisineen ja tarinoineen voi antaa inspiraatiota kehittää uusi palvelu historiaa hyödyntäen.

Palvelumuotoiluprosessin alussa määritellään, mitä ongelmaa ratkaistaan ja mitkä ovat tavoitteet. (Tuulaniemi 2011, 126–128). Ongelmana voi olla esimerkiksi loppuun kulutetut palvelut, jotka eivät enää innosta asiakkaita tai se, että samoja palveluja on lähes jokaisella kilpailijalla.

Yksinkertaisuus ja aitous on informaatiotulvan ja kiireen keskellä elävälle matkailijalle elämys, josta halutaan maksaa. Alun tutkimustyön voi toteuttaa lukemalla tuoreita tutkimuksia matkailualalta, tekemällä omille asiakkaille kyselyn ja kuuntelemalla ihmisiä.

Samoin kuin mikä tahansa tuote, palvelu syntyy tarpeeseen. Ihmisten kaipuu vanhoihin perinteisiin ja aitoon elämänmenoon on huomattu viime vuosina matkailualla. Haastatteluissa haastateltavat innostuivat ideoimaan uusia palveluita, jotka voitaisiin palvelumuotoilun avulla ottaa käsittelyyn. Yhden haastateltavan mukaan kiinnostus vanhoihin työmenetelmiin on kasvanut jopa trendiksi nuoremman väen keskuudessa. Haastateltava oli sitä mieltä, että matkailijoille voisi tuottaa enemmän ohjelmapalveluita, jotka liittyisivät vanhoihin ja perinteisiin työmenetelmiin. Esimerkiksi nostettiin ohjelmapalvelut, joissa asiakkaita voisi viedä kokeilemaan perinteisiä kalastusmenetelmiä, kuten nuottaamista tai iskukoukuttamista. Haastateltavan mukaan valitettavasti

Kuusamo tulee tällaisessa palvelukehityksessä jäljessä ja hän toivoikin, että osattaisiin alkaa paremmin vastaamaan kysyntään.

Haastateltavat ideoivat myös uusia opastettuja retkiä muun muassa Salpalinjalle ja muihin historiallisiin kohteisiin. Opastetuille retkille olisi Kuusamon alueella kysyntää varsinkin sotahistoriallisiin kohteisiin.

Tärkeää onkin, että palvelua kehitettäessä huomioidaan asiakassegmentit, joiden kanssa yritys toimii tai haluaa toimia. Uusiin asiakassegmentteihin laajentaminen vaatii uusia palveluita, jotka on kohdennettu oikein. Ennen palvelun ottamista yrityksen portfolioon on hyvä testata palvelu ja saadun palautteen avulla kehittää ja hioa se myyväksi ja menestyväksi matkailupalveluksi.

5.5.2 Tuotekehitys

Kuusamon alueen historia antaa paljon ideoita perinteiseen tuotekehitykseen. Oli tuotteena siten palvelu, konkreettinen tuote kuten matkamuisto tai ruoka-annos, esimerkkejä ja inspiraation lähteitä on runsaasti.

Useat matkailijat kaipaavat nykyaikana autenttisia ja aitoja kokemuksia. Keinotekoisuus ja modernius ei ole kaikille mielihyvää tuottava asia. Matkakohteen arkinen elämä ja olemus kiinnostaa yhä useampia. (Matkailututkimus 2018.)

Haastatteluissa ja muissa keskusteluissa on huomattu, että Kuusamossa vierailleita taiteilijoita, kuten Akseli Gallen-Kallela, on unohdettu kokonaan. Gallen-Kallela vietti vaimonsa Maryn kanssa parisen kuukautta Kuusamon Paanajärvellä vuonna 1892. Paanajärvellä Gallen-Kallela maalasi teoksia, jotka luetaan hänen parhaimpiinsa, kuten *Paanajärven paimenpoika*, *Palokärki* ja *Mäntykoski*. Gallen-Kallelaiden vierailun aikana Paanajärvellä vieraili heidän ystäviään, taiteilija ja kreivi Lousi Sparre, kuvanveistäjä Emil Wikström ja Renne Matokangas. (Akseli Gallen-Kallela Kuusamon Paanajärvellä 1892 2021.)

Kuusamossa tulisi huomioida Gallen-Kallelan kaltaisen taiteilijan jättämä perintö alueen historiaan. Gallen-Kallela-aiheinen näyttely tai tapahtuma olisi paikkakunnalle uudenlainen vetonaula. Kuusamossa tehtyjen maalausten tuotteistaminen esimerkiksi julisteiksi tai muiksi tuotteiksi olisi myös tervetullut lisä. Myös tarinat taiteilijan vierailusta olisi saatava elämään uudelleen, jolloin niitä voitaisiin yllpeydellä taas kertoa matkailijoille.

Kuusamossa osataan arvostaa hyvää ja puhdasta ruokaa. Useissa ravintoloissa tarjoillaan jo villiruokaa ja perinteikkäitä ruokia. Kuten aiemmin on mainittu, ihmiset etsivät aitoja kokemuksia, autenttisuutta ja erilaisuutta. Perinteisen poronkärityksen sijaan voitaisiin alkaa etsimään tietoa vanhoista perinneruuista, jopa niistä erikoisimmistakin. Kalapottu tai riisivelli voi kuulostaa tylsältä ja mauttomalta ruualta, mutta elämyksiä etsivälle matkailijalle se voi olla päivän kruunaus. Ruoka itsessään tarvitsee seurakseen tarinan. Mitä kalapottu on? Miksi se on niin perinteinen ruoka juuri täällä? Mitä muistoja se tuo tarinan kertojalle? Sunnuntaiaamuna majapaikassa rieskan ja voin kanssa tarjottu riisivelli on kokemus, joka kerrotaan varmasti kotona.

Hyvä esimerkki historian hyödyntämisestä tuotteistuksessa on Kalevala Koru ja Kuusamon kirves. Kuusamossa on vuosien varrella tehty muutamia aarrelöytöjä, mutta tunnetuin niistä on Lämsänkylän aarre. Kuusamon kirves on osa Kuusamon Lämsänkylästä vuonna 1953 löytynyttä aarrekätköä. Aarrekätkö löytyi sattumalta tietyömaalta. Hyvässä kunnossa löytynyt kaulariipus tuotteistettiin Kuusamo-seuran esityksestä vuonna 1974. Kalevala Koru valmisti ensin alkuperäisen kokoisen ja mukaisen korun, mutta huomattiin sen olevan liian suuri nykynaisen käyttöön ja hinnan nousevan liian suureksi. Tuotekehittely eteni niin, että päätettiin valmistaa sarjatuotantoon pienempiä koruja, jotka olisivat käytännöllisempiä ja hinnaltaan edullisempia. Kalevala Koru myy Kuusamon kirvestä edelleen nykypäivänäkin ja Kuusamossa monella sellainen löytyy kaulasta kotiseurakkautta ilmentämässä. (Lämsänkylän hopea-aarteesta Kuusamon kirveeksi 2021.)

Ihmiset hankkivat mielellään kiinnostavia tavaroita, joilla on tarina. Jokin menneisyyden arkipäiväinen esine on nykyajan matkailijalle kurioositeetti, jota esitellään kotona matkan jälkeen tuttaville. Mikä tämä esine voisi olla? Ihan mikä vain jo käytöstä poistunut vanhan ajan käyttöesine jonka joku kokee mielenkiintoiseksi ja arvokkaaksi.

Esimerkkinä voin käyttää kiinnostusta niin sanottuja *pakettinappuloita* kohtaan. Eräessä vanhan tavaran Facebook-ryhmässä joku ryhmäläinen oli löytänyt vanhan kaupan vintiltä laatikollisen pakettinappuloita ja kyseli, mitä ne mahtavat olla. Kuvassa numero neljä on esitelty pakettinappula. Pakettinappula on puinen, noin 5 cm mittainen ja halkaisijaltaan noin vajaan sentin oleva esine, jonka keskellä on lovi. Ennen kaupoissa ostokset käärittiin voimapaperiin ja paketoitiin narulla. Naruun pujotettiin pakettinappula, joka helpotti pakettien kantamista. 1960-luvulle tultaessa ostokassit yleistyivät ja pakettinappula jäi unholaan. (Pakettinappula, paperinaru ja voimapaperi 2021.)

Keskustelusta tuli pitkä ja nostalgisen täyteinen. Myös ostotarjouksia sateli kymmeniä. Voimaperin, narun ja pakettinappulan käyttöönotto esimerkiksi matkamuuistojen myynnissä ei vaadi

välttämättä suuria investointeja, mutta herättää asiakkaisissa sitäkin suurempia tunteita ja mielenkiintoa. Myös ekologinen näkökulma ja tarve tulee vanhan ajan keinoilla täytetyksi.

Aina ei tarvitse keksiä uutta. Vanhan tuotteen uudelleen henkiin herättäminen voi olla paljon kiinnostavampaa ja kannattavampaa kuin kokonaan uuden ja modernin tuotteen kehittäminen. Tuote syntyy aina tarpeeseen. Usein tarve voidaan tyydyttää jollain jo valmiiksi olevalla, mutta unohdetulla tuotteella, joka saa lisäarvoa nostalgisuudesta tai muusta tunteita herättävästä yksityiskohdasta.



Kuva 4. Voimapaperi, pakettinaru ja pakettinappula (Vahvike 2021)

5.5.3 Tarinallistaminen

Tarinan merkitystä ihmisyydelle ja kulttuurille ei voi tarpeeksi korostaa. Maailma on aina ollut täynnä tarinoita ja niiden avulla asioita on helpompi käsitellä, saada ne jäämään muistiin sekä viihdyttää. Historia ilmenee useimmiten tarinan avulla ja on siten helpommin käsiteltävissä.

Tarinallisuus on nähtävillä kaikessa yrityksen toiminnassa. Tarinallisuudella ei tarvitse kertoa toistuvasti yrityksen omaa tarinaa, vaan antaa tarinallisuuden viedä palvelukokemusta astetta paremmaksi ja mieleenpainuvammaksi. Tarina alkaa jo heti asiakkaan palvelupolun alussa ja kulkee kokoa ajan mukana.

Jokainen haastateltava korosti tarinallisuuden merkitystä matkailualla. Matkailuteollisuuden tehtävä on tuottaa asiakkailleen heidän kaipaamiaan elämyksiä ja tarinalla on suuri osuus elämyksellisyyden kokonaisuudesta. Haastateltavat toivoivat, että matkailualan yrittäjät kouluttaisivat henkilökuntaansa tuntemaan paremmin alueen historia, jotta he voisivat tarinoiden avulla tuoda kaikkea sitä monimuotoisuutta esille täällä matkaileville ihmisille. Tärkeäksi teemaksi nostettiin haastatteluissa se, että oppaat kertoisivat mielenkiintoisia historiaan liittyviä tarinoita ja elävöittäisivät palvelua ja samalla jakaisivat tietoisuutta alueen historiasta ja perinteistä.

Kuusamon historiaan liittyviä tarinoita voitaisiin hyödyntää matkailussa enemmän. Paikkakunnalta löytyy paljon mielenkiintoisia tarinoita kerrottavaksi vierailijoille. Yksi varsin unohdettu historian ajankohta on kansalaissota vuona 1918. Yhden haastateltavan isä oli ollut tiiviisti mukana vuoden 1918 tapahtumissa Muurmannin radalta alkaen ja tarina hänen vaiheistaan oli mielenkiintoinen ja kuin romaanista. Vastaavia tarinoita on perimätietona siirtynyt kuusamolaisille kymmeniä ja ne ovat vaarassa kadota historian hämärään. Vuoden 1918 asiat ovat olleet pinnalla mediassa ja kirjallisuudessa usean vuoden ajan 2018 vuoden aikana ja jälkeen, jolloin tapahtumista tuli kuluneeksi 100 vuotta.

6 Pohdinta

Työtä aloittaessa oli selvää, kuinka laajasta kokonaisuudesta on kyse. Tutkimuskysymysten asettaminen oli verrattain helppoa, sillä työn päämäärä oli saada vastauksia ja kehittää uutta. Teoriaosuudesta tuli laaja, mikä oli odotettavissakin. Hankaluuksia tuotti löytää lähteitä ja tutkittua tietoa historian hyödyntämisestä matkailussa. Kyseistä aihetta ei ole tutkittu käytännössä ollenkaan.

Kuusamon historian teoriaosuus käsittää vain pintapuolisen raapaisun ja pääkohtia, jotka ovat merkityksellisiä työn loppuosan kannalta. Historiaan syventyminen ja kaiken merkityksellisen mukaan ottaminen työhön olisi vaatinut oman teoksen. Teoriaosion muut aihealueet tukevat työn empiiristä osiota ja kehittämistyötä.

Työssä vastataan kaikkiin tutkimuskysymyksiin. Vastaukset on saatu havaintojen ja haastattelujen avulla ja tuloksia voidaan pitää luotettavina. Tutkimuskysymyksien vastauksissa oli jo alkuvaiheessa havaittavissa toistuvuutta, joka tuki työn alkuperäistä tarkoitusta. Haastattelujen vastaukset ovat lähtöisin ihmisistä ja heidän omista kokemuksistaan ja näkökulmistaan, eikä niitä voida lokeroida tai tilastoida liian ahtaasti.

Ensimmäinen tutkimuskysymys käsitteli sitä, kuinka paikallishistoriaa on aikaisemmin hyödynnetty Ruka-Kuusamon matkailussa. Monialaisten ammattilaisten ajatukset olivat samat kuin minulla, mikä oli yksi syy valita tämä aihe: historiaa käytetään liian vähän Ruka-Kuusamon matkailussa, eikä se tule markkinoinnissa ja brändi-ilmeessä esille. Kaikkien toiveena oli, että Kuusamon ainutlaatuisia historiaa otettaisiin enemmän huomioon matkailussa ja sillä voitaisiin tavoittaa jopa uusia asiakassegmenttejä matkailualan yrityksissä.

Toinen tutkimuskysymys etsi vastauksia siihen, miten yritykset ovat aiemmin huomioineet alueen rikkaan historian omassa toiminnassaan ja onko historiaa käytetty tuotteistukseen tai markkinointiin sekä mitkä yritykset ovat käyttäneet paikallishistoriaa toiminnassaan. Vastauksia sain haastateltavilta sekä itse etsimällä verkosta ja tarkastelemalla paikallisten yritysten markkinointia ja mainontaa.

Haastatteluvastauksissa tuli esiin yrityksiä, jotka ovat aiemmin huomioineet jo alueen historiaa toiminnassaan tai markkinoinnissaan. Vastauksissa korostui se, että historiaa hyödyntäneitä yrityksiä on varsin vähän, joka oli myös oma huomioni.

Ruka-Kuusamon matkailuyhdistyksen sivuilla oli listattuna historiallisia kohteita. Toivoin kuitenkin, että esittely olisi ollut laajempi ja monipuolisempi sekä kiinnostusta herättävämpi. Matkailualueen markkinoinnissa olisi tilaa myös panostaa historialliseen näkökulmaan, jossa Kuusamo valitettavasti tulee jälkijunassa.

Kolmas tutkimuskysymys käsitteli aihetta, kuinka paikallishistoriaa voisi paremmin hyödyntää tulevaisuudessa alueen yritysten ja Kuusamon kaupungin markkinoinnissa ja tuotteistuksessa. Ideoita haastateltavilta tuli paljon ja olen parhaat ja työhön sopivimmat sisällyttänyt kehitystyösiin. Osioon lisäsin myös omia huomioitani sekä ideoita. Kehitysideoiden pohjalla toimii vahvasti teoriaisuus, jota käytin kehyksenä ja työkaluna kehitystyössä. Haastateltavien ideat ovat lopputulosta asiantuntijuudesta ja kokemuksesta, jolloin niitä voidaan pitää vakavasti otettavina ja kehityskelpoisina. Ideat ovat myös otettu mukaan oppaaseen, jossa ne tuodaan ilmi konkreettisina ehdotuksina ja inspiraation lähteenä. Oppaan tarkoitus ei ole antaa valmiita ideoita tai neuvoa pitkän linjan matkailuyrittäjiä, vaan antaa inspiraatiota ja uusia näkökulmia.

Neljänteen tutkimuskysymyksen: miten historiaa voisi käyttää yrityksen toiminnassa ja kuinka historian avulla saisi markkinointiin uutta tai jopa kehitettyä uusia tuotteita tai palveluita sekä kuinka historiaa voisi tuoda esille kiinnostavasti tarinallisuuden avulla saatiin suurin osa vastauksista jo edellisen tutkimuskysymyksen kohdalla. Tarinallisuuden merkitys koettiin vahvana haastateltavien keskuudessa ja työtä tehdessäni huomasin sen merkityksen korostuneen myös omassa ajattelussani.

Kokonaisuudessaan työ antoi vastauksia kysymyksiin sekä lukuisia uusia ideoita historian hyödyntämiseen Ruka-Kuusamo matkailualueella. Lähtökohtina tutkimuskysymysten asettelulle olivat omat havainnot sekä tarpeet asiakkaana. Haastattelujen ja muun tutkimusaineiston perusteella omat havaintoni saivat vahvistuksen luotettavista lähteistä sekä antoivat työlle merkityksellisen näkökulman. Työn tarkoitus on olla hyödyllinen ja konkreettinen, jolloin siitä saadaan mahdollisimman paljon yrittäjänäkölmasta.

Työssä käytin aikaisemmin opinnoissani saatua tietoa sekä opittuja käsitteitä. Työn aikana huomasin, kuinka kykenin refleктоimaan oppimaani konkreettisesti työhön. Asiantuntijuuteni aihealueissa kasvoi huomattavasti työn edetessä ja aloin ymmärtämään paremmin kokonaisuuksia, jota esimerkiksi onnistunut tuotekehitys tai palvelumuotoilu vaatii. Työ antoi myös mahdollisuuden käyttää luovuutta ja kehittää uusia näkökulmia yrityselämän käyttöön.

Lähteet

- Afflekt, J. (2021). Kansainvälinen matkailu- ja kulttuurikeskus Karhuntassu hanke-esittely. Viitattu 15.4.2021.
- Akseli Gallen-Kallela Kuusamon Paanajärvellä 1892.(2021). Kirjasto Virma. Saatavilla 10.9.2021. <http://www.kirjastovirma.fi/kuusamo/gallen-kallela>
- Albanese, P. & Boedeker, M. (2002). Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita.
- Alasuutari, P. (1999). Laadullinen tutkimus (3. uud. p. ed.). Helsinki: Vastapaino.
- Boxberg, M. & Komppula, R. (2002). Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.
- Ervasti, S. (1992). Kuusamon matkailun vaiheita. Koillisanommat. Artikkelisarja julkaistu Koillisanommissa.
- Ervasti, S. (1997). Johdatus Kuusamon historiaan. Kuusamo: Kuusamon kunta.
- Hakkarainen, M., Haanpää, M., & Harju-Myllyaho, A. (2018). Paikallinen arki matkailussa. Matkailututkimus, 14(2), 4–6. Saatavilla osoitteesta <https://journal.fi/matkailututkimus/article/view/77394>
- Hirsjärvi, S., & Hurme, H. (2008). Tutkimushaastattelu : Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Kalliomäki, A. (2014). Tarinallistaminen : Palvelukokemuksen punainen lanka. Helsinki: Talentum.
- Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. (2019). Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent.
- Kujalan Porotila. (2021). Kujalan porotila. Saatavilla 10.9.2021. <https://www.kujalanporotila.com/tarinamme>
- Kuusamon Mylly. Facebook. Saatavilla 9.9.2021. <https://www.facebook.com/kuusamonmylly/>
- Lämsänkylän hopea-aarteesta Kuusamon kirveeksi. (2021). Kirjasto Virma. Saatavilla 10.9.2021. <http://www.kirjastovirma.fi/kuusamo/hopea-aarre>

- Meistä. (2021). Pohjolan Pirtti. Saatavilla 9.9.2021. <https://www.pohjolanpirtti.fi/meist%C3%A4>
- Museovirasto. (2021a). Korona näkyi voimakkaasti Suomen museoiden käyntimäärissä vuonna 2020. Saatavilla 1.6.2021. <https://www.museovirasto.fi/fi/ajankohtaista/korona-nakyi-voimakkaasti-suomen-museoiden-kayntimaarissa-vuonna-2020>
- Museovirasto (2021b). Kuusamon kirkonkylän raunioita Lapin sodan jälkeen. (2021). Museovirasto. Saatavilla 5.9.2021. <https://museovirasto.finna.fi/>
- Muut käyntikohteet. (2021). Ruka.fi. Saatavilla 9.9.2021. <https://www.ruka.fi/muut-kayntikohteet>
- Pakettinappula, paperinaru ja voimapaperi. (2021). Vahvike. Saatavilla 1.10.2021. <https://www.vahvike.fi/fi/kuvat/kuva/474>
- Petrisalo, K. (2001). Menneisyys matkakohteena : Kulttuuriantropologinen ja historiatieteellinen tutkimus perinnekulttuurien hyödyntämisestä matkailuteollisuudessa. Helsinki: Suomalainen kirjallisuuden seura.
- Pitkäranta, A. (2010). Laadullisen tutkimuksen tekijälle- työkirja SAMK.
- Ruka Safaris. (2021). Ruka Safaris. Saatavilla 9.9.2021. <https://www.rukasafaris.fi/fi/iisakki-village>
- Tilastokeskus. (2020). Suomalaisten matkailu keskittyi kotimaahan kesällä 2020. Saatavilla 1.6.2021. https://www.stat.fi/til/smat/2020/14/smat_2020_14_2020-11-05_tie_001_fi.html
- Tonder, M. (2013). Ideasta kaupalliseksi palveluksi : Matkailupalvelujen tuotteistaminen. Helsinki: Restamark.
- Tuulaniemi, J. (2011). Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.
- Vahvike 2021. Voimapaperi, pakettinaru ja pakettinappula. Vahvike.fi. Saatavilla 24.9.2021. <https://www.vahvike.fi/fi/kuvat/kuva/474>
- Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. (2003). Services marketing : Integrating customer focus across the firm (3rd, international ed ed.). New York: McGraw-Hill.

