



Kestävä maisematuote

- yhteistyöllä palveluita ja hyvinvointia
kulttuurisista ekosysteemipalveluista

Kestävä maisematuote

- yhteistyöllä palveluita ja hyvinvointia
kulttuurisista ekosysteemipalveluista

Toimittaja: Leena Lahdenvesi-Korhonen

Kansikuva: Auli Hirvonen



MAISA Maiseman arvo - maaseudun ekosysteemipalveluiden pilotti hanketta toteuttivat yhteistyössä LAB-ammattikorkeakoulu Oy (LAMK Lahden ammattikorkeakoulu 31.12.2019 saakka), Maa- ja kotitalousnaisten Keskus ry ja ProAgria Etelä-Suomi ry, Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset. Hankkeen rahoitti maa- ja metsätalousministeriö. Hankkeen toiminta-aika 1.8.2018-31.12.2020.



Hankkeen projektihenkilöstön muodostivat

Maa- ja kotitalousnaisten Keskus ry:

Mirja Hellstedt
Sari Jääskeläinen
Leena Lahdenvesi-Korhonen
Marita Suontausta

ProAgria Etelä-Suomi ry, Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset:

Auli Hirvonen
Katriina Koski
Suvi Malin
Laura Puolamäki

LAB-ammattikorkeakoulu Oy:

Anemone Aaltonen
Niina Ihalainen
Johanna Irjala
Kirsi Kallioniemi
Heli Lahtio
Siiri Pyyhtiä (tradenomiopiskelija)
Pirjo Räsänen
Ksenia Voroshilova

Hankkeen ohjausryhmän muodostivat:

Marja-Liisa Tapio-Biström, maa- ja metsätalousministeriö, ohjausryhmän pj
Kimmo Aalto, MTK, Lomalaidun ry ja Maaseutumatkailuyrittäjät ry
Mirja Hellstedt, Maa- ja kotitalousnaisten Keskus ry
Sanna Lento-Kemppi, ProAgria Etelä-Suomi, Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset
Juha Prittinen, Hattulan kunta
Kati Peltonen, LAB-ammattikorkeakoulu
Jouni Rantala, Metsäkeskus
Ville Schildt, maa- ja metsätalousministeriö
Sara Tuomola, Valkeakosken kaupunki
Sari-Anna Vilander, Hollolan kunta
Niina Ihalainen, LAB-ammattikorkeakoulu, projektipäällikkö, siht. 1.11.2018 alkaen
Pirjo Räsänen, LAB-ammattikorkeakoulu, projektipäällikkö, siht. 5.10.2018 saakka

Julkaisun taitto: Anemone Aaltonen

Julkaisun kuvat: Auli Hirvonen, Katriina Koski, Laura Puolamäki, Suvi Malin

Paino: Grano

ISBN 978-952-5302-53-0

Sisällys

1. Tausta	5	4.2 Ideoi ja tuotteista	26
2. Johdanto	10	4.2.1 Tuoteideoinnin työkalut	29
3. Kulttuuriympäristö tarjoaa palveluita hyödynnettäväksi	14	4.2.2 Tuotekortti	33
3.1 Kulttuuriset ekosysteemipalvelut	14	4.2.3 Yrittäjien välinen yhteistyö, verkostotuotteen kehittäminen	39
3.2 Maisetuotteen ja -palvelun hyödyt	16	4.2.4 Yhteistyön sopimuksellisuus	42
3.3 Hyvä huomioida maiseman tuotteistamisessa	18	4.2.5 Tuotteen ja palvelun hyvinvointivaikutukset	43
4. Kestävä maisematuote - tuotteistamisen toimintamalli	20	4.2.6 Palvelupolku tuotekehityksen apuvälineenä	49
4.1 Tutustu mahdollisuuksiin	21	4.2.7 Hinnoittelu	52
4.1.1 Kulttuuri- ja luontoarvojen tunnistaminen	22	4.3 Testaa ja kehitä	54
4.1.2 Toimijakentän kartoitus, mahdollisuudet kehittämissuunnitelmaksi	25	4.4 Markkinoi ja viesti	60
		5. Lisätietoa ja lähteitä	70



1. Tausta

Matkailuyritysten toimintaympäristö on muuttunut merkittävästi viime vuosina. Kansainvälinen matkailu Suomeen on kasvanut ja sen odotetaan edelleen kasvavan lähivuosina. Myös digitaalisuus on tuonut mukaan uusia haasteita ja mahdollisuuksia. Ilmastonmuutos ja kestävän matkailun vaateet luovat uutta katsontakantaa matkailun kehittämiseen. Uusia ja uudentlaisilla liiketoimintamalleilla toimivia yrityksiä on tullut markkinoille. Ryhmämatkailusta siirrytään entistä enemmän yksilömatkailuun. Digitaaliset varauskanavat ovat nousseet vahvasti perinteisten matkanjärjestäjien jakelukanavien rinnalle. Kansainvälisen asiakkaan tavoittaminen eroaa merkittävästi kotimaisille asiakkaille tehtävästä matkailumarkkinoinnista ja tuotteistamisesta. Kilpailuympäristö ja siihen vaikuttavat trendit muuttuvat nopealla vauhdilla luoden tarvetta muuttaa myös matkailua edistävien ja kehittävien organisaatioiden toimintatapoja.

Vaikuttavan markkinoinnin mahdollistamiseksi yrityksille on nykyään lähes välttämätöntä hakea synergiaetuja yhteistyön ja resurssien jakamisen kautta. Matkailuyrityksissä yhteistyötä tehdään Suomessa tällä hetkellä erityisesti yhteismarkkinoinnin alueella. Luonnonvarojen väheneminen ja monimutkaiset ympäristöongelmat lisäävät yhteistyön tarvetta myös muilla alueilla, varsinkin luonnonympäristöön tukeutuvan matkailun tapauksessa. Yhteistyön merkitys korostuu pienyritysten keskuudessa, kun omat resurssit ovat niukat. Ihannetilanteessa pienet yritykset pääsevät osana yhteistoimintaverkostoa keskittymään erikoisosaamiseensa ja hyödyntämään verkoston tarjoamia etuja. Verkostoitumisen tuottama lisäarvo näkyy käytännössä herkkyytenä ja kykyinä mukautua muutoksiin sekä muutoksen vaatimien resurssien hallintana.

Yhteistyöverkostot ovat yrittäjien sosiaalista pääomaa. Niissä voi oppia toisilta yrittäjiltä ja ne mahdollistavat palvelujen tuottamisen kokonaisvaltaisesti eri näkökulmia yhdistellen. Yrittäjien välisen yhteistyön avulla on myös helpompi tunnistaa reagoimista edellyttäviä ympäristön muutoksia ja löytää haasteisiin ratkaisuja. Muuttuvien asiakaskohderyhmien ja palveluodotusten synnyttämiin tarpeisiin on helpompi reagoida yhteistyötä tehden. Useiden tutkimusten mukaan verkostoituneet ja aktiivisesti yhteistyötä tekevät yritykset menestyvät paremmin kuin vähän verkostoituneet ja yhteistyössä passiiviset yritykset.



Matkailijat haluavat kestäviä palveluita

Monet tutkimukset ja trendit osoittavat matkailuyrityksen vastuullisen toimintatavan olevan asiakkaille yhä tärkeämpi tekijä. Täten kestävä kehityksen periaatteiden noudattaminen tulisi näkyä kaikessa Suomea koskevassa markkinointiviestinnässä. Vastuullisuus liittyy myös läheisesti päävetovoimamme luonnon kilpailuedun kirkastamiseen ja puhtauden hyödyntämiseen ¹.

Syksyllä 2018 tehty matkanjärjestäjäkysely osoitti, että matkanjärjestäjät haluavat kasvattaa vastuullisesti tuotettujen matkailuelämysten tarjontaa. Ilmastonmuutos mietityttää ja kysyntää on etenkin tuotteille, joiden hiilijalanjälki on pieni.

Myös muut tutkimukset ja trendit osoittavat matkailuyrityksen vastuullisen toimintatavan olevan asiakkaille yhä tärkeämpi tekijä. Vastuullisuutta arvostavat matkailijat matkustavat useammin, viipyvät kohteessa pidempään, kuluttavat enemmän matkaa kohden ja heistä 1/3 olisi halukas maksamaan enemmän vastuullisista palveluista. Lisäksi matkailijat etsivät kohteita, joissa ilma on puhdasta, paikantuntu aistittavissa ja on mahdollisuus tavata paikallisia ihmisiä. Täten kestävä kehityksen periaatteiden noudattaminen tulisi näkyä kaikessa Suomea koskevassa markkinointiviestinnässä. Vastuullisuus liittyy myös läheisesti päävetovoimamme luonnon kilpailuedun kirkastamiseen ja puhtauden hyödyntämiseen. Suomi on sitoutunut EU:n päätöksen mukaisesti vähentämään merkittävästi hiilipäästöjään seuraavien vuosikymmenten aikana. Vähähiilisyys on myös EU:n

rahoitusinstrumenttien tärkeä tavoite ja se on rakennerahastojen uuden rahoituskauden keskeisiä sisältöjä kehittämishankkeille. Rahoitettavilta hankkeilta edellytetään toimenpiteitä asian edistämiseen. Siksi myös matkailussa tulee panostaa vähähiilisyttä edistävien matkailumuotojen kehittämiseen. Vastuullinen toimintatapa on jatkossa matkailuyritykselle yhä tärkeämpi tapa toimia ja kestävien valintojen näkyminen asiakkaan kosketuspinnassa on edellytys kilpailukykyiseen, pitkäjänteiseen toimintaan.

Vastuullisesti toimivien yritysten asiakastyytyväisyys ja koettu laatutaso ovat korkeampia

Matkailijoille tärkeimpiä kestävyuden osoituksia matkailupalveluissa ovat mm. vesi- ja energiatehokkuus, jätehuolto, paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttö, paikallinen työllistäminen, kulttuuriperinnön vaaliminen ja paikallisen väestön huomioiminen. Aikaansa seuraava matkailuyritys ymmärtää vastuullisten toimintatapojen merkityksen elinkeinonsa ja ympäristön tulevaisuudelle ja tiedostaa kestävä kehityksen mukaisen toiminnan olevan oleellista yrityksen taloudellisen jatkuvuuden kannalta. Yritykset saavat myös merkittäviä kustannussäästöjä energiasäästöjen kautta ².

¹Business Finland

²Business Finland





Luonnossa liikuskelu rentouttaa, virkistää ja helpottaa stressiä

Luontoympäristöjen monipuolisia hyvinvointivaikutuksia yksilön psyykkiseen, fyysiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin tunnetaan jo hyvin. Koko ajan kehittyvän hyvinvointivointiteknologian ansiosta voimme myös saada yhä enemmän mitattua tietoa hyvinvointiimme liittyvistä tekijöistä.

Luontoympäristöllä on ulkoiluseuraa suurempi merkitys emotionaaliseen hyvinvointiin

Tutkimustulosten mukaan luonnossa ulkoilu ja keskittyminen luonnon elvyttäviin piirteisiin lisää ihmisten hyvinvointia³.

Matkailijat ovat valmiita maksamaan maisemasta ja monimuotoisesta luonnosta

Luontolähtöiset ja terveyttä edistävät hyvinvointipalvelut ovat kasvava toimiala. Ihmiset ovat kiinnostuneita hyvinvointinsa edistämisestä ja luonnossa liikkumisesta. Kuusamossa tehdyn kyselytutkimuksen mukaan matkailijat olivat valmiita maksamaan maiseman laadun paranemisesta ja monimuotoisesta metsäluonnosta. Sen sijaan matkailijat eivät olleet halukkaita maksamaan metsien hiilensidonnin lisääntymisestä eivätkä retkeilyreittien laajentamisesta⁴.

³Sitra 2013

⁴Sitra 2013

2. Johdanto

Tarve hyödyntää tuotteissa nykyistä enemmän luontoympäristön hyvinvointivaikutuksia synnytti Maiseman arvo eli MAISA-hankkeen. Erilaisille matkailijaryhmille kehitettyjen ja luonnon monimuotoisuutta hyödyntävien maisemapalvelujen kehittäminen voivat avata uusia ansaintamahdollisuuksia maaseudulla. Toiminnassa yhdistyi arvokkaiden maisemien ja luonnon hyvinvointivaikutusten valjastaminen uusiksi palveluiksi yrittäjien välisenä yhteistyönä. MAISA-hankkeen ja ekosysteemipalveluiden toimintamallin toteuttivat yhteistyössä LAB-ammattikorkeakoulu, Maa- ja kotitalousnaisten Keskus ry ja Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset, ProAgria Etelä-Suomi ry, MKN maisema- ja MKN yrityspalvelut. Toimintamallin syntyneeseen ovat vaikuttaneet keskeisesti hankkeessa mukana olevat yritykset sekä heidän kokemuksensa ja palautteensa. Hankkeen rahoitti maa- ja metsätalousministeriö.

Monikerroksinen hoidettu maisema edistää ihmisen hyvinvointia ja on matkailun vahva vetovoimatekijä. Maisema luo alueellisen identiteetin ja vahvistaa sitä. Maisemaan voi liittyä **tarinat, taide, kulttuuri- ja henkilöhistoriat, luonto ja luontoarvot**.

Maisemapalvelut ovat palveluita, jotka hyödyntävät luontoa. Ne voivat myös edistää hyvinvointia ja oppimista. Maisema voi olla keskeinen osa virkistys- ja matkailupalvelua. Myös kasvatuksellisia, opetuksellisia sekä terveyttä ja hyvinvointia edistäviä palveluita, kuten esimerkiksi terapia- tai kuntoutuspalveluja, voidaan rakentaa maisemaa hyödyntäen. Maisemapalvelut voidaan jakaa toimintaympäristönsä mukaan kulttuurimaisemaa ja -perintöä hyödyntäviin palveluihin sekä luonnonmaisemaa hyödyntäviin palveluihin. Kulttuurimaisemassa ihmistä motivoivat ensisijaisesti oppimiseen ja kauneuteen liittyvät tarpeet, ja hän haluaa tutustua maiseman historiaan, tarinoihin ja alueen kulttuurihistoriaan. Luonnonmaisemaan tutustumista motivoivat ihmisen esteettisyyteen ja hyvinvointiin sekä eheytymiseen liittyvät tarpeet. Kyse on merkitysten luomisesta maisemalle. Merkityksen kautta ihminen haluaa linkittyä maisemaan, ja kokemuksen voi tuotteistaa juuri hänelle kohdennetuksi palveluksi. Yhteiskunnan kansainvälistyessä ja paikkasidoksen heikentyessä paikallisuuden arvostus kasvaa. Kotiseudun merkitys on voimistunut, ja matkailijat hakevat matkakohteistaan syvempiä merkityssisältöjä, joita paikan maiseman ainutlaatuisuus tai erityisyys tuotteistettuna voi luoda.

Tunnen kulttuuriympäristöä ja sen piirteitä ja arvoja yleisesti aika hyvin, mutta vasta MAISA-hankkeessa ammattilaisten avulla olen oppinut ymmärtämään, miten kulttuuriympäristöä ja sen tarinoita voi oikeasti tuotteistaa.

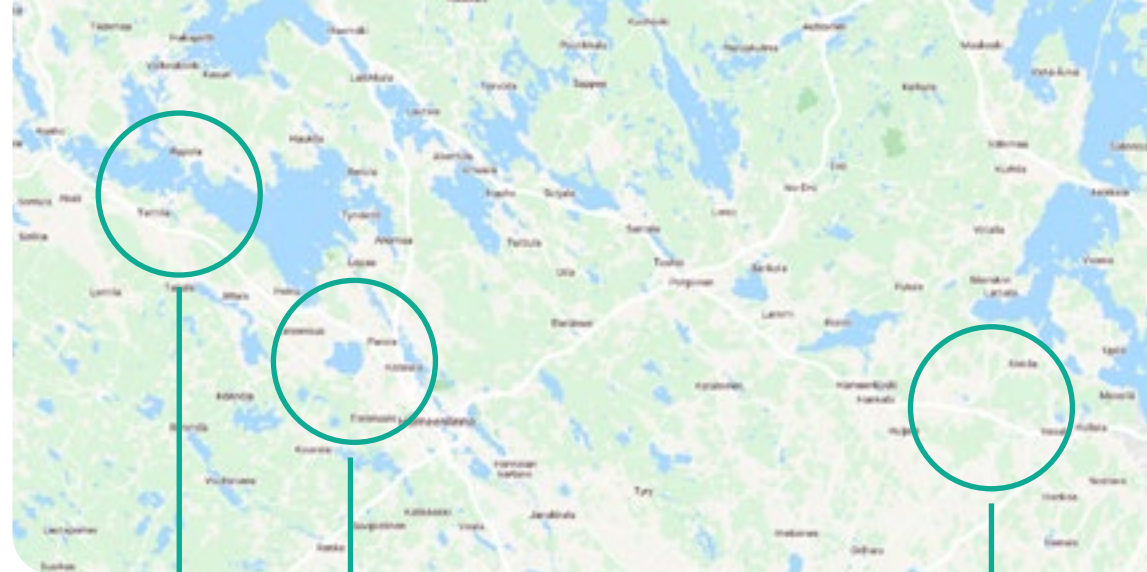
MAISA-hankkeessa on koottu maiseman ja luonnon tuotteistuksesta kiinnostuneet toimijat ja alueen **yhteiskehittäminen** on käynnistetty työpaikoissa. Hankkeen toteutustapa on hankeosallisia osallistava, heitä työssään tukeva ja sparraava samalla, kun kaikki hankeosalliset hyötyvät syntyvästä viestinnällisesti yhteistyöstä ja verkostosta. Hankkeessa keskeistä on laaja alueellinen yhteistyö alueiden toimijoiden kanssa. Tapaamisissa on yhdessä tunnistettu maiseman arvo hyvinvointivaikutusten, luonnon monimuotoisuuden ja historian näkökulmasta. Lisäksi on käyty läpi, miten tuotteistaa maisemaa ja mitä ansaintakeinoja siihen liittyy. Yrittäjät osallistuvat erilaisilla panoksilla tuotteistukseen. Lisäksi työpajoihin on osallistunut yrittäjien lisäksi alueiden muita toimijoita.



MAISA-hankkeessa kehitettiin ja pilotoitiin maiseman tuotteistuksen ja palvelumuotoilun menetelmien kolmella maisema-alueella toimintamalli, joka yhdistää jo maisemasta kerätyt tarinat, oheis- ja ohjelmalvelut sekä kohteen saavutettavuus suunnittelun siten, että niistä syntyy tuote. Niihin liitettiin myös **hyvinvointivaikutukset**. Tuotteistaminen tapahtui neuvotellen ja opastaen maanomistajia, opas- ja ohjelmalveluita sekä kuntien toimijoita.

Pilottialueiden valinnassa painottuivat alueiden kulttuurihistoriallinen monipuolisuus, arvokkaan maisema-alueen status, maiseman arvot sekä alueella jo oleva yritystoiminta ja yritystoiminnan kehityksen potentiaalisuus. Hankkeen pilottialueita olivat Sääksmäen ja Tarttilan kulttuurimaisemat (Pirkanmaa ja Häme), Lehijärven kulttuurimaisemat (Hattula, Häme) sekä Hollolan kunta, erityisesti kuntakeskuksen läheinen maaseutu ja Hämeenkoski (Päijät-Häme).

Sääksmäen ja Tarttilan kulttuurimaisemat ovat esihistorialliselta ajalta jatkuneen asutuksen ja vuosisataisen maanviljelyksen synnyttämiä monipuolisia elinkeinomaisemia Vanajaveden ja Äimäjärven ympäristössä. Sääksmäen ja Tarttilan kulttuurimaisemat edustavat monipuolisesti historiallista sydänhämmäläistä maisemaa, joka on rikasta niin luontotyypeiltään kuin kulttuuripiirteiltäänkin. Maisema-alueen arvot perustuvat erityisesti historiallisesti monikerroksiseen maisemakuvaan, arvokkaihin perinnebiotooppeihin, nykyisen asutuksen yhteydessä sijaitseviin lukuisiin muinaisjäänneksiin, huomattavaan kartanokulttuuriin, perinteisen rakenteensa säilyttäneisiin kyliin sekä avoimiin viljelymaisemiin. Alueen arvokkaat luontokohteet, kuten lintuvedet, harju- ja kallioalueet sekä luonnonsuojelukohdet nostavat maisemakokonaisuuden arvoa (alueen tarinakarttaa).



Sääksmäki Lehijärvi

Hollola



Sääksmäki



Lehijärvi



Hollola

Lehijärven kulttuurimaisemat ovat kulttuurihistoriallisesti ja maisemallisesti edustava ja monipuolinen kulttuurimaisemakokonaisuus. Alueella on runsaasti luontoarvoja, rakennetun kulttuuriympäristön arvoja sekä muinaisjäänöksiä. Valtakunnallisesti merkittäviä rakennettuja kulttuuriympäristöjä ovat Ihalemmen, Leiniälän, Nihattulan, Pelkolan ja Sattulan kyläasutus sekä Parolannummen harjoituskenttä.

Hollola on valtakunnallisesti arvokas maisema-alue, joka kuuluu Hämeen viljely- ja järvimaiseman maisemamaakuntaan. Hollolan luonto on yhdistelmä kulttuurimaisemia ja luonnonsuojelualueita. Alueen maisemalle tyypillisiä tuntomerkkejä ovat matalat vesistöt, etelän- ja keskiosan maisemallisesti hyvin erottuvat harju- ja reunamuodostumat sekä laajat ja viljavat savialueet. Hämeen pysyvän asutuksen pidemmät juuret, kulttuuriperinteen erilaisuus, laajat ja viljavat viljelyalueet sekä vesistöjen vähäisempi määrä erottaa Hämeen Järvi- Suomesta ⁵. Hollolassa pilottialueina on Hämeenkosken kirkonkylä ympäristöineen ja Kankaantaka ja siellä Aikkala, Hälvälä, Jarvala, Nokkola, Untila, Utula ja Vesala. Hollolan alueella on runsaasti kiinnostavia luonto-, kulttuuri- ja maisemakohteita. Luonnon monimuotoisuutta hyödyntävien innovatiivisten liiketoimintakonseptien kehittäminen avaa uusia ansaintamahdollisuuksia hyvinvointi-, maatalo- ja kulttuurimatkailuun. Kehittämällä niitä nykyistä paremmin voidaan kasvattaa Suomen biotalouden arvoa ja monipuolistaa sen sisältöä.

⁵ Heikkilä & Nurminen 2010



3. Kulttuuriympäristö tarjoaa palveluita hyödynnettäväksi

3.1 Kulttuuriset ekosysteemipalvelut

Ekosysteemi on tietyn alueen eliöiden ja elottomien ympäristötekijöiden muodostama toiminnallinen kokonaisuus. Ne ovat hyötyjä, joita ihmiset saavat ekosysteemeistä. Palvelut jaetaan osa-alueisiin: tuotantopalvelut (esim. puutavara, marjat), säätelypalvelut (esim. meluntorjunta, hiilensidonta), tukipalvelut (esim. ravinteiden kierto, fotosynteesi) sekä kulttuuripalvelut (aineettomat hyödyt).

Kulttuurisen ekosysteemipalvelun ympäristö voi olla luonnollinen tai sisältää esimerkiksi kulttuurimaiseman piirteitä. Ekosysteemipalvelu voi olla yksittäinen laji, elinympäristö tai kokonainen ekosysteemi. Kulttuuriset ekosysteemipalvelut ovat arvoja, hyötyjä ja aktiviteetteja. Ne vaikuttavat ihmisen fyysiseen ja psyykkiseen olotilaan. Palvelut liittyvät konkreettisesti väestön terveyteen, ihmisten hyvinvointiin sekä psykologisiin kokemuksiin, siksi niitä arvostetaan. Kulttuurisia palveluja ei voi korvata millään teknologialla.

Kulttuuriset ekosysteemipalvelut voidaan jakaa viiteen teemaan:



1. Luonto virkistysympäristönä

Luontomatkailu perustuu pitkälti luonnon tarjoamiin ekosysteemipalveluihin. Virkistyminen ja nauttiminen ympäristössä voi olla esim. lintujen katselua, sienestämistä, sukeltamista, koskenlaskua, kävelyä, kiipeilyä tai veneilyä. Virkistykseen lähteinä toimivat siis kasvit, eläimet ja maisemat. Luonto virkistysympäristönä on suomalaisille miltei itsestäänselvyys. Ekosysteemien matkailupotentiaali tulee nähdä yli tämän itsestäänselvyuden. Kaupungistuminen ja ihmisten irtautuminen luonnosta tulee tulevaisuudessa nostamaan tämän ekosysteemipalvelun merkitystä matkailussa.



2. Luonto tieteen ja opetuksen lähdemateriaalina ja paikkana

Luonnon opiskeleminen ja siitä oppiminen on oleellinen osa suomalaista kulttuuria. Luonto voi toimia tutkimuksen lähdemateriaalina tai kohteena tai olla opetuskohte. Syntyneitä materiaalia kannattaa hyödyntää matkailun näkökulmasta.



3. Esteettisyys ja kulttuuriperintö

Esteettisyys koostuu historiallisista kerrostumista, kulttuuriperinnöstä, paikan/maiseman tunnusta ja tajusta sekä luonnonkauneudesta. Nämä liittyvät ihmisten arvoihin, mieltymyksiin ja käyttäytymiseen, joten kyse on vahvasti henkilökohtaisesta kokemuksesta.

Luonto toimii myös taiteen ja populaarikulttuurin innoittajana. Näitä taiteen ja populaarikulttuurin tuoksia kannattaa hyödyntää matkailussa.



4. Luonnon henkinen, pyhä, symbolinen tai tunnuskuvaallinen merkitys

Suomalainen kulttuuri on läheisesti sidoksissa luontoon. Suomalainen kansanperinne on täynnä luonnon pohdintaa. Tässä tärkeäksi nousevat kansalliset, alueelliset ja paikalliset symboliset lajit ja kohteet sekä pyhät paikat. Asioita, jotka liittyvät ihmisten identiteettiin, hengellisyteen ja henkiseen hyvinvointiin. Kohteiden symboliikka ja merkitys tulee tuntee, jotta niille löytää oikeat kohdeyleisöt.



5. Luonnon itseisarvo ja arvo perintönä seuraaville sukupolville

Ekosysteemipalveluihin ei aina liity tämän hetken hyöty, vaan kyse voi olla myös tahdosta säilyttää kasveja, eläimiä, ekosysteemejä ja maisemia niiden itseisarvon takia tai tulevien sukupolvien käyttöä varten. Tässä kestävän kehityksen näkökulmassa kannattaa hyödyntää esim. alueiden hoitosuunnitelmat. Tällä turvataan myös matkailun ekologista, sosiaalista, taloudellista ja kulttuurista kestävyttä.

Kulttuuriset ekosysteemipalvelut osoittavat, että luonto on edelleen kulttuurillemme, yhteiskunnallemme ja henkilökohtaiselle hyvinvoinnillemme tärkeä. Jotta ekosysteemien kyky tuottaa palveluja säilyy, on niitä hoidettava oikein ja niiden rakennetta ja toimintaa on suojeltava.

Jotta kulttuurisista ekosysteemipalveluista ylipäättään tiedettäisiin ja niitä osattaisiin arvostaa ja hoitaa, tarvitaan toiminnan taustaksi tietoa. On arvioitu, että n. 3000 suomalaisyrityksen toiminta on vahvasti sidoksissa luontomatkailuun. Pelkästään kansallispuistokäyntien tuottamat luontomatkailutulot ovat yli 100 miljoonaa euroa.

3.2 Maisematuotteen ja -palvelun hyödyt

Maisematuotteet ja -palvelut ovat osa kulttuurisia ekosysteemipalveluita. Ne voivat kytkeytyä esteettiseen elämukseen, paikan tarinaan, vuodenaikojen vaihteluun, hiljaisuuteen, hyvinvointiin, lähiruokaan – alueen aitoihin asioihin ja ainutlaatuisuuteen.

Yhteistyössä voidaan luoda uusia toimintamuotoja ja elinvoimaisuutta, joista hyötyvät maanomistajat, alueen yrittäjät ja koko maaseudun yhteisö. Erilaisille matkailijaryhmille kehitettyjen, luonnon monimuotoisuutta hyödyntävien ja ylläpitävien maisemapalvelujen kehittäminen ja palvelujen testaaminen avaavat uusia ansaintamahdollisuuksia. Myös luontoympäristön hyvinvointivaikutusten hyödyntäminen tuo uudenlaisia avauksia palvelujen kehittämiseen.

Maisematuote voi synnyttää hyötyjä matkailijan lisäksi maanomistajille, yrityksille, kohteen brändille ja imagolle sekä alueelle laajemminkin.

Maisematuotteen tai -palvelun synnyttämiä hyötyjä:

Matkailija

- saa tietoa maisemasta, sen historiasta, luonnosta sekä siitä miten ja kuka sitä ylläpitää ja miksi
- rentoutuu ja nauttii: maiseman katsominen rentouttaa ja lisäksi matkailija saa myös tietoa hyvinvointivaikutuksista, joita maisemaan katsomiseen liittyy
- matkailijan suhde maisemaan, maaseutuun ja kyliin kehittyy positiivisesti, kun hän tutustuu maiseman, kylien ja luonnon historiaan, luonnon monimuotoisuuteen ja sen hoitamiseen sekä siihen liittyviin tarinoihin

Maiseman omistaja

- tunnistaa paremmin oman lähiympäristön ja perinteisen maaseutumaiseman virkistyskäytömahdollisuuksien mahdollisuudet
- arvostaa ja tekee maisemanhoitotyötä
- löytää uusia ansaintamahdollisuuksia osana tärkeää matkailu- ja virkistystuotetta (maiseman virkistysarvokauppa, LUKE)
- saa valmista materiaalia maiseman hyödyntämiseen osana laajempaa kokonaisuutta

Mikro- ja pk-yritykset

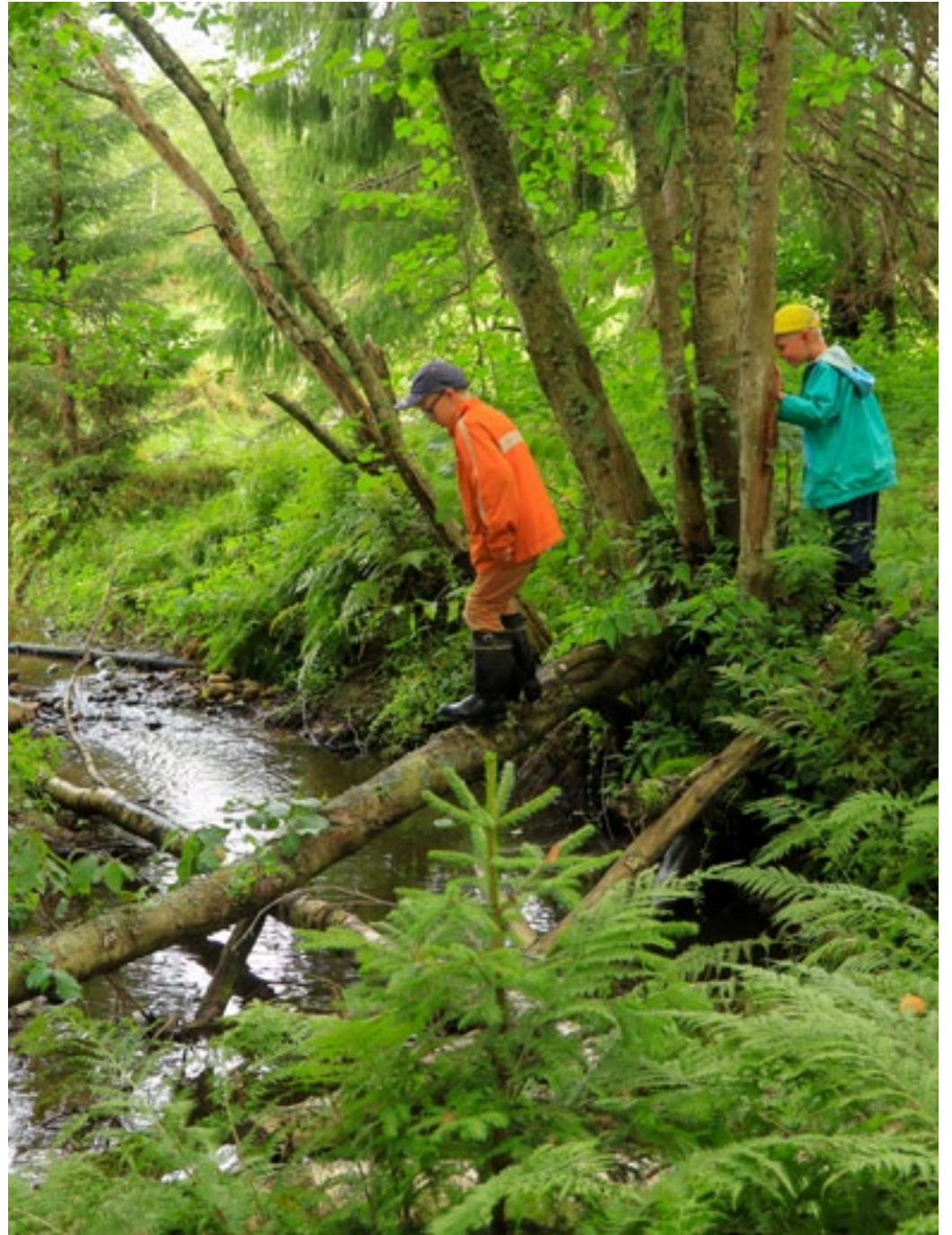
- tunnistavat uusia liiketoimintamahdollisuuksia lähiympäristössä
- ymmärtävät maiseman merkityksen oman lähi-alueen vetovoimaisuuden kasvun taustalla

Matkailukohde

- profiloituu kestäväenä ja autenttisenä matkailukohteena

Kunta

- tunnistaa tärkeimmät ja arvokkaimmat maisema- ja luontokohteet ja osallistuu infrastruktuurin (reittirakenteet, maisemaopasteet) kehittämiseen ja ylläpitoon
- hyödyntää maisemaa markkinoinnissaan ja elinkeinon kehittämisessä



3.3 Hyvä huomioida maiseman tuotteistamisessa

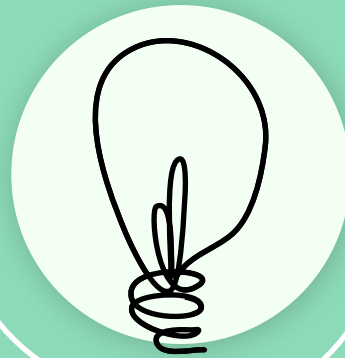
- Maiseman tuotteistaminen lähtee liikkeelle paikan ominaisuuksista. Ainutlaatuisuus syntyy, kun asiakkaan arki jää taakse. Maisematyyppien voimakkaat kontrastit toisiinsa nähden ovat tärkeitä vetovoimatekijöitä: korkeuserot, veden läheisyys, näköalan aksentti ja rajaus.
- Paikan tarina helpottaa asiakkaan samaistumista.
- Ihmisten aitous tekee paikan tutuksi, sinne on helppo tulla.
- Ruoka vahvistaa elämystä.
- Tuotteen ostaminen on helppoa. Tietoa löytää helposti eri markkinointikanavista.
- Tieto syventää maiseman kokemista. Tarvitaan maiseman lukutaitoa. Asiakasta tulee opastaa, mitä maisemasta löytyy. Reittien selkeys ja suunnistettavuus luovat turvallisuutta.
- Yhteistyö luo asiakkaalle ehjän kokemuksen. Yritysten, matkailuyhdistysten ja kunnan samaan hiileen puhaltaminen vahvistaa paikan brändiä.
- Paikan nimen toistaminen tuotteissa ja yritysten nimien rinnalla vahvistaa paikan brändiä.
- Pitkäaikainen sitoutuminen kehittämistyön eri vaiheisiin tuottaa tulosta.
- Suusta suuhun kulkeva hyvä maine saa asiakkaan tulemaan kohteeseen.



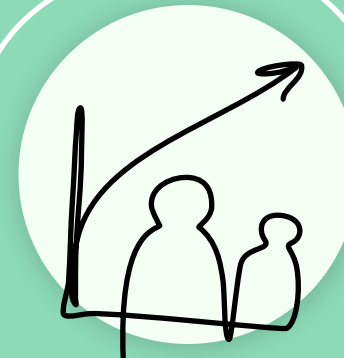
4. Kestävä maisematuote - tuotteistamisen toimintamalli



*Tutustu
mahdollisuuksiin*



*Ideoi ja
tuotteista*



*Testaa ja
kehitä*



*Markkinoi ja
viesti*





4.1 Tutustu mahdollisuuksiin

Ihmisen ja luonnon vuorovaikutus synnyttää ja muokkaa ympäristöä ja tekee siitä kulttuuriympäristöä: arkeologista kulttuuriperintöä, perinnebiotooppeja, rakennettua ympäristöä ja kulttuurimaisemaa. Kulttuuriympäristöön jää jälkiä elinkeinoista, asumisesta, liikkumisesta ja uskomuksista. Kulttuuriympäristö ja sen maisema kertoo arvomaailmastamme ja on tärkeä osa identiteettiämme. Monikerroksinen hoidettu kulttuuriympäristö edistää ihmisen hyvinvointia ja on matkailun vahva vetovoimatekijä. Maisemapalvelut ovat palveluita, jotka hyödyntävät kulttuuriympäristöä ja luontoa tai edistävät hyvinvointia ja oppimista. Kulttuuriympäristö voi olla keskeinen osa virkistys- ja matkailupalvelua. Myös kasvatuksellisia, opetuksellisia sekä terveyttä ja hyvinvointia edistäviä palveluita, kuten esimerkiksi terapia- tai kuntoutuspalveluja, voidaan rakentaa kulttuuriympäristöä hyödyntäen.



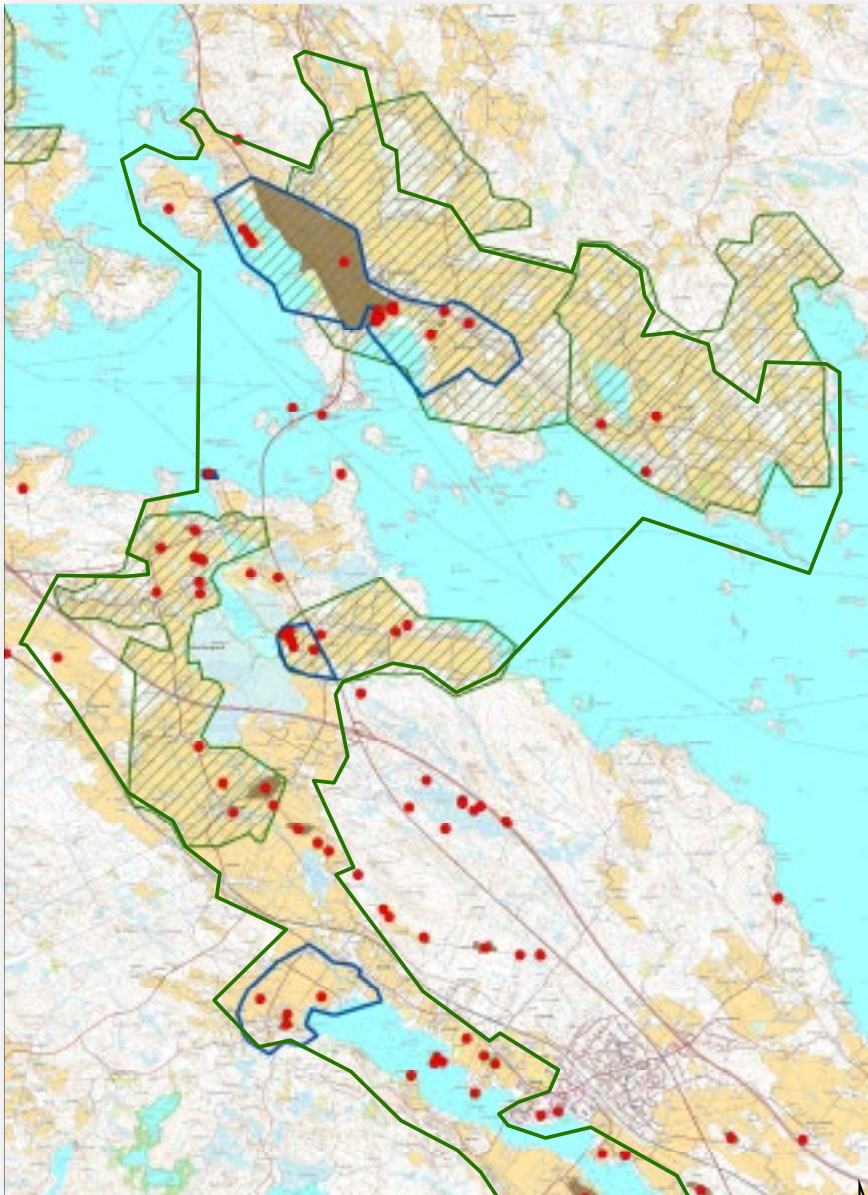
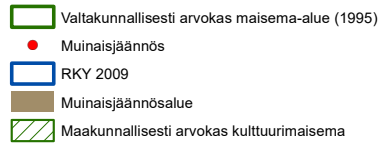
4.1.1 Kulttuuri- ja luontoarvojen tunnistaminen

Maisemaan voi liittyä tarinat, taide, kulttuuri- ja henkilöhistoriat, luonto ja luontoarvot. Jotta maisemaa, luontoa ja kulttuurihistoriaa voisi hyödyntää tuotteissa, tulee se tuntee. **Aitous** on maisematuotteiden ja -palveluiden menestyksen perusta. Kulttuuriympäristöä ja tietoa arvokkaista luontokohteista ylläpidetään useissa kaikille kansalaisille avoimissa järjestelmissä.

Paikallinen kulttuuriympäristö- ja luontotieto

Paikalliset historiikit ovat perusteoksia alueen kulttuurihistoriaan, tapahtumiin ja tarinoihin. Aluesuunnittelun yhteydessä paikallista tietoa kartutetaan usein lisäselvityksinä ja luonto- sekä kulttuuriympäristön inventointeina. Saatuja tuloksia käytetään suunnittelussa ja usein julkaistaan myös erillisinä raporteina. Lisäksi paikalliset museot, kunnat ja yhdistykset kokoavat ja ylläpitävät paikallista kulttuuriympäristötietoa.





Maakunnalliset ja valtakunnallisesti merkittävät kohteet

Sekä kulttuuriympäristön arvokohteet sekä suojellut luontokohteet esim. erilaisiin suojeluohjelmiin liittyvät kohteet ja luonnonsuojelulain perusteella rauhoitetut kohteet löytyvät keskitetysti paikkatietoaineistoista, paikkatietoikkunasta. **Paikkatietoikkuna** on kansallinen paikkatietoportaali, joka esittelee paikkatietoaineistoja ja -palveluja sekä niiden hyödyntämismahdollisuuksia. Lisäksi kulttuuriympäristön ja luonnonympäristön maakunnallista tai valtakunnallista merkittävyyttä sisältävää kohdetietoa ylläpidetään maakuntakaavoituksessa sekä useissa valtakunnallisissa rekistereissä:

- Museovirastossa tallennetaan tietoa kulttuuriympäristöistä ja niiden suojelusta. Suurimman tietoaaineiston muodostaa arkeologisten kohteiden rekisteri, mutta tietoa tallennetaan myös rakennetuista ympäristöistä, maailmanperintökohteista sekä mm. arkeologisista hankkeista. Parhaiten tietoihin pääsee tutustumaan Kulttuuriympäristön palveluikkunan kautta. Palveluikkunassa on myös kulttuuriympäristöön liittyvää arkistoa. Palveluikkunassa on myös käytettävissä karttasovellus, jossa kohteiden sijaintia voi hakea ja katsella kartalla. Karttasovellukseen pääsee myös suoralla osoitteella [kartta.museoverkko.fi](https://www.museoverkko.fi).

Sääksmäen pilottialueen luonto- ja kulttuuriarvot kartalla (Koski, Katriina: Sääksmäen MAISA kehittämissuunnitelma 2019).

- Valtakunnallisesti merkittävät rakennetut kulttuuriympäristöt (RKY) on Museoviraston laatima inventointi. Se on valtioneuvoston päätöksellä otettu maankäyttö- ja rakennuslakiin perustuvien valtakunnallisten alueidenkäyttötavoitteiden tarkoittamaksi inventoinniksi rakennetun kulttuuriympäristön osalta 1.1.2010 alkaen. Rky.fi-sivuston kohteet antavat alueellisesti, ajallisesti ja kohdetyypeittäin monipuolisen kokonaiskuvan maamme rakennetun ympäristön historiasta ja kehityksestä.
- Suomessa on 156 valtakunnallisesti arvokasta sekä satoja maakunnallisesti arvokasta maisema-aluetta. Ne ovat maaseutumme edustavia kulttuurimaisemia, joiden arvo perustuu monimuotoiseen kulttuurivaikutteiseen luontoon, hoidettuun viljelymaisemaan ja perinteiseen rakennuskantaan. Valtakunnallisesti arvokkaat maisema-alueet on inventoitu viimeksi vuosina 2010–2014. Maaseutumaisemat.fi-sivusto kertoo valtakunnallisesti arvokkaiden maisema-alueiden inventoinnin tilanteesta ja tuloksista. Viimeisimmät vahvistetut sekä maakunnallisesti että valtakunnallisesti arvokkaat maisema-alue-rajaukset ja alueiden sisällöt löytyvät aina maakuntakaavoista

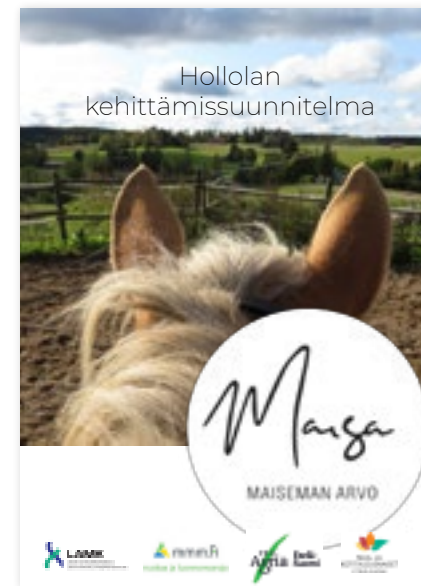
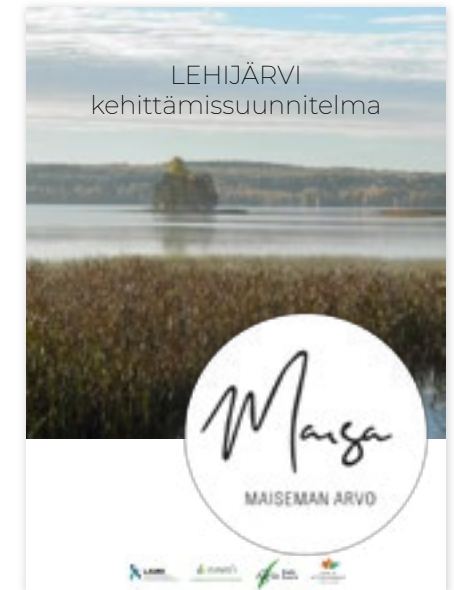
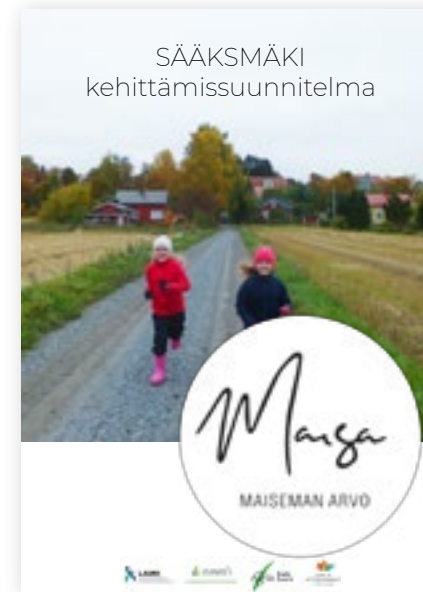


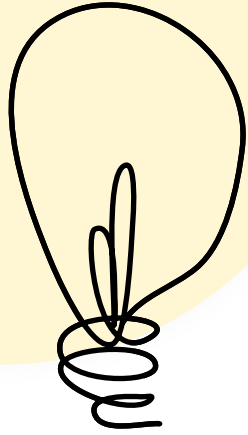
4.1.2 Toimijakentän kartoitus, mahdollisuudet kehittämissuunnitelmiksi

Kehittämissuunnitelma on hyvä työkalu maisematuoteideoiden ja maisemapalveluiden tunnistamisessa erityisesti silloin, kun tuotteita ideoidaan yrittäjien välisinä verkostotuotteina.

Yksinkertaisimmillaan kehittämissuunnitelma on listaus alueen luonto- ja kulttuuriympäristön tarjoamista mahdollisuuksista ja palveluiden mahdollisista tuottajista, maanomistajista, yrityksistä ja yhdistyksistä. MAISA-piloteissa alueiden luonto- ja kulttuuriarvoja sekä alueen yritystoimintaa koostettiin ja esitettiin erillisissä aluekohtaisissa kehittämissuunnitelmissa.

MAISA-hankkeessa laadittiin kehittämissuunnitelmat pilottialueille Hollolaan, Lehijärvelle ja Sääksmäelle. Kehittämissuunnitelmissa esitellään kunkin alueen maiseman arvot, alueiden luonnon monimuotoisuuden tekijöitä sekä maiseman tarjoamia hyvinvointimahdollisuuksia. Lisäksi suunnitelmissa tuodaan esille, kuinka alueen maisemaa voidaan tuotteistaa. Kehittämissuunnitelmissa esitellään myös alueen yrittäjiä ja yhdistyksiä sekä esitellään heidän kehittämiään tuotteita sekä toimijoiden välistä yhteistyötä.





4.2 Ideoi ja tuotteista

Ideoinnissa ja tuotteistuksessa arvioidaan aina tulevaisuutta. Tulevaisuutta hahmottaessa on hyvä muistaa, että tulevaisuuteen liittyy aina epävarmuutta ja mahdollisia tulevaisuuksia on olemassa useita. Tulevaisuuksia voi tarkastella havainnoimalla nykyhetkeä.

- Mihin suuntiin asiat ovat kehittymässä?
- Millaisia jännitteitä tai ristiriitoja on tällä hetkellä?⁶

Toimintaympäristön muutosten tarkastelussa voi hyödyntää erilaisia trendejä. Trenditarkastelun kautta voi hahmottaa myös omille tuoteideoille sopivimmat asiakasryhmät.

⁶Sitra 2018



Trendeistä lisätietoa mm.

- Sitran trendeistä lisätietoa: sitra.fi/caset/aloita-tasta-trendit-signaalit/
- Trendejä on käsitelty myös PALMA-mallin trendikorteissa: palma.fi/palma-malli/kayttajalahtoisuus/Trendikortit_A4.pdf

Maisemapalvelut voidaan jakaa toimintaympäristönsä mukaan kulttuurimaisemaa ja -perintöä hyödyntäviin palveluihin sekä luonnonmaisemaa hyödyntäviin palveluihin.

Kulttuurimaisemassa ihmistä motivoivat ensisijaisesti:

- oppimiseen ja kauneuteen liittyvät tarpeet
- halu tutustua maiseman historiaan
- tarinoihin
- ja alueen kulttuurihistoriaan

Luonnonmaisemaan tutustumista motivoivat ihmisen:

- esteettisyyteen,
- hyvinvointiin
- sekä eheytymiseen liittyvät tarpeet

On myös asiakkaita, joille maisema-asiat eivät ole ollenkaan tärkeitä tai he eivät kiinnitä niihin mitään huomiota. Maisemaa tuotteistavan yrittäjän pitää olla tosi itsevarma ja uskoa omaan tekemiseensä.

Markkinoinnissa pitää rohkeasti tuoda maisema ja sen merkitykset esille, että myös nämä asiakkaat alkavat kiinnittää siihen huomiota ja oppivat huomaamaan niiden merkityksen. Suomessa kulttuuriympäristön esille tuominen ja maiseman korostaminen on niin uusi asia.

Kyse on merkitysten luomisesta maisemalle. Merkityksen kautta ihminen haluaa linkittyä maisemaan, ja kokemuksen voi tuotteistaa juuri hänelle kohdennetuksi palveluksi. Yhteiskunnan kansainvälistyessä ja paikkasidoksen heikentyessä paikallisuuden arvostus kasvaa. Kotiseudun merkitys on voimistunut. Matkailijat hakevat matkakohteistaan syvempiä merkityssisältöjä, joita paikan maiseman ainutlaatuisuus tai erityisyys tuotteistettuna voi luoda.



4.2.1 Tuoteideoinnin työkalut

Kulttuuriympäristöön perustuvien tuotteiden ideoimiseksi voidaan hyödyntää monia suunnittelutyössäkin käyttökelpoisia perinteisiä työkaluja, työryhmätyöskentelyä ja työpajamalleja⁷:

- Suunnittelupaja
- Fokusryhmä
- Aivoriihi
- Miellekartta (ajatuskartta, mind map) ja tarrakarttamenetelmä
- Elämyskolmio

Suunnittelupaja on vuorovaikutteisten tilaisuuksien kokonaisuus ja osallistavan suunnittelun perustyökalu. Toimintatapa on erityisen hyödyllinen, kun tuoteideointia tekee yhdessä useat yrittäjät yhdessä eri alan asiantuntijoiden kanssa. Suunnittelupajoilla voi olla monta tehtävää: tavoitteista, työtavoista sekä järjestelyistä sopiminen, ideoiminen, teemojen valinta ja työstäminen sekä niiden viimeistely luonnoksiksi. Tuloksista tiedotetaan, työskentelyä arvioidaan ja kehitetään sekä tietenkin myös juhlistetaan. Suunnittelupajat tukevat informaation kulkua, tuoteideoiden tuottamista sekä erilaisten ryhmien välistä vuorovaikutusta.

Suunnittelupaja koostuu vuorovaikutteisesta näyttelystä, keskustelusta, työryhmätyöskentelystä sekä epämuodollisesta verkottumisesta. Suunnittelupajalle annetaan osuva nimi ja määritellään työn tavoitteet ja tarkoitus. Samalla mietitään tilaisuuksien määrä ja teemat sekä varattava aika.

Suunnittelupajassa meidät jaettiin työryhmiin. Meidän työryhmästä muodostui heti toimiva porukka, me heittelimme ideoita ilmaan ja huomasimme, että vaikka olimme erialan yrittäjiä meillä oli samanlaisia tavoitteita ja palvelumme tukevat toisiaan. Ideoista syntyi lopulta tuote. Tuotetta hiottiin vielä monissa suunnittelupajoissa ensimmäisen tapaamisen jälkeenkin. Jokainen suunnittelupaja ja kokoontuminen oli tärkeä ja kehitti tuotetta aina eteenpäin.

Suunnittelupajoja voidaan järjestää tuotteistuksen ja palvelun muotoilun kaikissa vaiheissa. Hyödyllisimpiä ne ovat heti prosessin alussa. Suunnittelupajoja voi järjestää mikä tahansa osapuoli, myös lyhyellä varoitussajalla. On tärkeätä, että tilaisuuksissa on ammattitaitoiset vetäjät ja että tilaisuuksia markkinoidaan hyvin.

Epämuodollinen ilmapiiri johtaa yleensä parhaaseen lopputulokseen. On pyrittävä aitoon vuorovaikutukseen käyttämällä erilaisia vuorovaikutusmenetelmiä. On myös voitava ilmaista itseään eri tavoin: valokuvin, kirjallisesti, piirtäen tai suullisesti, pienessä ryhmässä tai yksityisesti.

⁷Yhdyskuntasuunnittelun täydennyskoulutuskeskus, YTK, Teknillinen korkeakoulu.

Fokusryhmä-menetelmällä 7-9 hengen ryhmissä keskitytään yhteen yleisluonteiseen kysymykseen noin 1,5 tunnin ajaksi. Vetäjä esittelee teeman, josta on yleensä kerrottu myös etukäteen. Apuna ei käytetä strukturoitua kysymyslistaa, vaan aiheesta keskustellaan vapaasti. Keskustelun aikana opitaan toisten näkemyksistä ja löydetään uusia näkökulmia käsiteltävään asiaan. Menetelmä on hyödyllinen erityisesti silloin, kun ryhmä koostuu eri alojen ihmisistä.

Aivoriihi-työskentelyä voidaan kutsua myös ideointitapaamiseksi. Aivoriihin tavoitteena on tuottaa mahdollisimman paljon ideoita ja luovia ratkaisuja. Jotta mahdottomankin tuntuiset ideat saataisiin esiin, kritiikki on ehdottomasti kielletty. Kaikki ideat merkitään muistiin ja arvioidaan vasta jälkepäin. Aivoriihi soveltuu erityisesti ideoiden ja ratkaisumallien tuottamiseen.

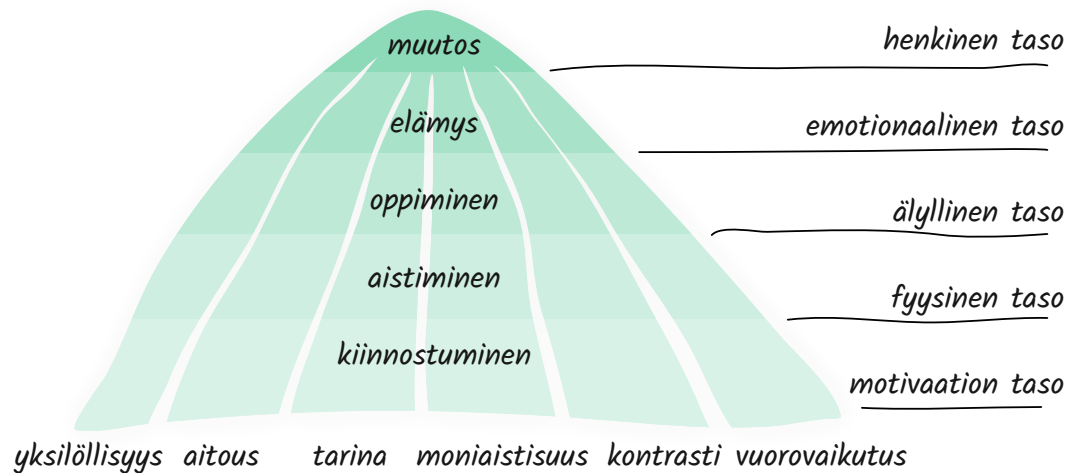
Ideoimme yrittäjien välistä uutta verkostotuotetta mind map -menetelmällä. Se toimi hyvin ja vaikka ideat olivat aluksi hieman viljejäkin, sieltä saatiin poimittua pääajatuksia kokonaisuudeksi kuitenkin aika helposti.

Miellekarttaa (ajatuskartta, mind map) käytetään kerätessä tietoa elinympäristöä koskevista arvostuksista, tuntemuksista ja mielikuvista. Osallistujat merkitsevät kartalle 'mielipaikkojaan' ja epämieluisia paikkoja. Yleensä teemat ja merkintätavat on annettu etukäteen, jotta tulokset olisivat paremmin hyödynnettävissä. Miellekartat ovat suosittu ja mukava ympäristökokemusten kirjaamistapa, joka sopii toteutettavaksi sekä kouluissa että yleisötilaisuuksissa tai vaikkapa kyselynä ostoskeskuksessa.

Tarrakartta-menetelmä on miellekartan sovellus, joka on kehitetty lasten ja nuorten ympäristön suunnittelun osallistumishankkeissa. Menetelmällä voi kartoittaa ihmisten paikkoihin liittämiä merkityksiä, tähänastisissa sovelluksissa on kartoitettu lähinnä paikkoihin liittyviä tunnekokemuksia. Tarrakartalla voi tutkia hyvin monenlaisia ympäristöjä: tiloja, asuinalueita ja kokonaisia kaupunkia.

Aluksi tarvitaan tuotesuunnittelussa olevan luontokohteen, ympäristön, pihan tms. kartta tai pohjapiirros. Kartan tulee olla mahdollisimman havainnollinen, esim. alueen kartta, josta erottuvat yksittäiset rakenteet, luontotyypit, tiet ja kadut. Kartta kopioidaan osallistujille niin, että sen ympärille jää tyhjää tilaa. Erilaisia paikkoihin liittyviä merkityksiä / tunteita / kokemuksia merkitään karttoihin erivärisillä tai erilaisia symboleita sisältävillä tarroilla. Jokaisesta tarrasta vedetään viiva kartan reunaan ja perustellaan, millaisia mielikuvia kyseinen paikka osallistujissa herättää.

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen Elämyskolmio-malli



Lisätietoa

- Palma-malli on suunniteltu avuksi käyttäjälähtöisen ja kannattavan liiketoiminnan kehittämiseen palma.fi. Palma-malliin on koottu myös työkaluja tuoteideointiin palma.fi/palma-malli/tuotteistaminen/Ideoinnin%20apuvälineet.pdf.
- Luonto, maisema ja kulttuuriympäristön tuotteistamisessa on huolehdittava myös tuotteiden ja palveluiden turvallisuudesta. Business Finland on koonnut ohjeistusta tuotekehityksen turvallisuuteen: businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/tyokaluja-turvallisuuteen/

Elämysten suunnittelua ja tuotteistamista helpottaa Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen laatima **Elämyskolmio-malli**, jossa elämyksen elementit on kuvattu. Elämyskolmiossa on kaksi tarkastelunäkökulmaa: tuotteen elementit ja asiakkaan kokemus. Jotta tuote olisi elämyksellinen, tulisi sen sisältää kuusi erilaista elementtiä: yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Niiden myötä asiakkaan kokemus etenee kiinnostuksen, fyysisen kokemisen ja oppimisen kohti elämystä, ehkä jopa henkilökohtaista muutosta⁸.

Elämys on huomattavasti enemmän kuin mukava ja miellyttävä kokemus tai hyvä palvelu. Elämyksiä, eli ikimuistoisia, merkittäviä kokemuksia voidaan systemaattisesti tuotteistaa siinä missä hyvä laadukkaita palveluitakin. Elämystuote on tuotteistettu kokemus, jonka sisältö ja toteutustapa on suunniteltu asiakaslähtöisesti ja se on räätälöitävissä asiakkaiden yksilöllisten tarpeiden mukaan. Palvelussa on olennaista se mitä asiakkaalle tarjotaan, elämyksessä keskitytään siihen, miten ja millainen kokemus vieraalle luodaan.

Elämystuotteen erottaa palvelutuotteesta teema, draamalaisuus ja räätälöitävyys sekä kokonaisvaltainen suunnittelu. Kilpailukykyinen elämys on aito. Aitouden ohella tuotteen kriittisinä elementteinä voidaan pitää myös yksilöllisyyttä, moniaistisuutta, arjesta poikkeavuutta ja vuorovaikutusta henkilöstön, asiakkaan ja tuotteen välillä. Hyvä elämys tarjoaa henkilökohtaisia oppimiskokemuksia.

⁸ Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti 2010



4.2.2 Tuotekortti

Tuotekortti kirjoittaa auki tuotteen sisällön. **Ulkoiset tuotekortit** markkinoi tuotetta, auttaa asiakasta löytämään tuotteen, kertoo asiakkaalle, mistä tuotteesta on kysymys ja on myynnin apuväline erilaisissa kanavissa.

Sisäinen tuotekortti/palvelupolku varmistaa tuotteen laadun ja toistettavuuden sekä ohjaa tuotteen kulkua ja toteutusta. Se on väline, jolla tuotevalikoimaa voidaan myös erilaistaa ja se on usein myös yrittäjän oikeusturva. Palvelupolkuja on käsitelty kappaleessa 4.2.6.

Tuotekortin laatiminen vaatii tarkkaa pohdintaa. Yhteistyöstä ja yhteiskirjoittamisesta on etua. Tuotekorttia kannattaa heti luetuttaa ja testata muilla.

Asiakkaille suunnatut ulkoiset tuotekortit sisältävät tiivistetysti seuraavia osia:

- Tuotteen nimi
- Tuotekuvaus
- Tapahtumapaikka
- Hinta ja aikataulu
- Ryhmäkoon
- Tuotteen erityispiirteet, tarvittavat varusteet ja lisätiedot

Tuotekortin tarkempi sisältö riippuu tuotteen ja palvelun sisällöstä ja laadusta. Myös tuotekuvauksissa ja markkinoinnissa käytettävällä merkkimäärällä sekä sisällön esittämisjärjestyksellä on merkitystä. Kannattaa muistaa, että teksteissä lukija kiinnittää aina eniten huomiota esitteen alkuun ja loppuun. Tuotekortin rakenne tuleekin tarkoin pohtia tuotteiden mukaan. Sisällön lisäksi aina visuaalisella ilmeellä on tärkeä merkitys. Onnistunut kuvitus myy.

Esimerkki:

Esimerkki ulkoisen tuotekortin rakenteesta ja sisällöstä luontoretkituotteessa

- Otsikko, tuotteen nimi: kesto: 50-65 merkkiä
- Yhteenveto tuotteesta: 160-180 merkkiä
- Tuotteen kuvaus: 800-1000 merkkiä
 - Mitä tulee tietää varattaessa
 - Mitä tulee tietää matkalle lähtiessä
 - Hinta
 - Hintaan sisältyy
 - Peruutus- ja maksuehdot
 - Mahdolliset lisämaksusta saatavat palvelut
 - Mistä alkaa ja miten alkupisteeseen pääsee
 - Vastuullinen palvelun myyjä
 - Missä tuote on hankittavissa
 - Lisätiedot




sukellus luonnon monimuotoisuuteen
Hujjalan Helvetin
rotkossa

Hujjalan Helvetti on Hämeenkoskella jääkaudelta peräisin oleva rotko Salpausselän harjun kupeessa. Sen pohjalla virtaa kirjasvetinen puro ja alueella on suuria lähteitä. Alue on maisemaltaan ja maaperä-geologialtaan erikoisaatuinen. Syvässä purorotkossa sijaitsee Tupalan metsälaidun, maakunnallisesti arvokas perinnebiotooppi. Näet myös missä elävät liito-oravat, ketut ja mäyrät.

Alueen luonnon monimuotoisuus on seurausta kauan jatkuneesta laidunnuksesta. Tilalla on itäsuomenkarjaa, kyyttöjä, itäsuomenkarjaa on alkuperäisroduista siroin. Rotu on tunnettu terveydestään, sitkeydestään ja pitkäikäisyydestään.

MILLOIN: 7.9.2019 klo. 13.00
MISSÄ: Hujjalan Tupala, Vanhatie 235, 16800 Hämeenkoski
www.hujjalantupalassa.blogspot.com
KESTO: noin 2 tuntia
MUUTA: Varaa säännukainen varustus ja hyvät kengät. Alueen maasto on kohtalaisen haastava suuren kokeus-erojen takia.

LISÄTIETOA JA ILMOITTAUTUMISET:
aui.hirvonen@maigakotkitaousnaiset.fi


Ohjelmassa:

- Tarinoita kohta 300-vuotiaasta Tupalan tilasta
- Tutustuminen kyyttöihin
- Kävelyretki luonnon monimuotoisuuden keskelle Helvetin rotkon rinteiden ja pohjan perinneysmaissa
- Helvetin lähteen elämä
- Maista maisemaa - kahvit
- Tilan tuotteita myynnissä
- Tuotestauskeksen palautteen keräys

Tule mukaan
... ja vietti mukavaa rauhallista hetkiä tilalla nauttien maisemasta ja luonnoista!

LAMK
Länsi-Suomen ammattikorkeakoulu

Maiga
MAISEMAN ARVO



Threatening sails

With the wind in their sails, the boats are moving nimbly across Lake Vanajavesi. The newcomers have already been spotted and the fires have already been lit at other hill forts as a sign of danger. Who are the new arrivals?

The Sääksmäki area is a fertile region that has been settled since the Stone Age. During the Iron Age, Sääksmäki was the metropolitan centre of its time, as around 500 people of the entire 50,000-strong population of the peninsula of Finland lived there.

The 200-hectare historical area of Tarttila-Sääksmäki has around 40 stationary relics, and the largest of them is the ancient Rapola Hill Fort. The Iron Age stronghold of Rapola is a part of the chain of forts found in the area. When the signal fires on top of the other fortified hills were lit as a warning of hostile armies or pillagers approaching on Lake Vanajavesi, the Rapola Hill Fort provided the locals with refuge and shelter.

Once again, Rapola is under attack.

The fires of Tenhola Hill Fort are already lit, and the guards in the watchtower have spotted strange sails on the waves of Lake Vanajavesi. The fires of Rapola must be lit quickly, and the local residents called to the fort.

Who are coming, who are onboard those threatening boats? What are their intentions; are they here to steal pelts and furs or to capture slaves? Who are they and what do they want?

A group day in Rapola includes

- a guided historical tour of the Iron Age fortress
- a playful competition with a final result, aimed at promoting group building
- a snack as a peace offering from the water spirit of Lake Vanajavesi.

And who will defend the fortress and the locals seeking shelter within its walls? Who will lead the guards to the walls, and what are their tasks when defending Rapola?

What will become of the locals this time, will Rapola stand undefeated? Join us for a visit in the year 1087, and feel the historical magic of Rapola.

Esimerkki:

MAISA-hankkeessa laadittuja tuotekortteja / palvelukuvauksia



Ruokaelämyksiä maisemassa TIIRINKOSKEN LAAVURUOKAILU

Kauniissa maalaismaisemassa Hämeen Härkätien varrella sijaitsee Tiirinkosken tila. Hämeenlinnan keskusta on vain viidentoista minuutin matkan päässä. Tilalla viljellään härkäpapua sekä hoidetaan kulttuurimaismaa ylmaankarjan ja lampaiden avulla. Maisemanhoitajien lisäksi tilan vieraita ihastuttavat kissat, koirat, kanat ja kesäisin myös kanit.

Nykykaaisen maatilan lisäksi Tiirinkoskella voit vieraila sisustusliikkeessä ja kahvilassa, jotka toimivat 1900-luvun alussa rakennetussa entisessä navettarakennuksessa. Astu sisään ja hengitä hurmaavaa vasta-ajuhetun kahvin tuoksua. Poimi piknik-koriin eväät ja nauti niistä Tiirinkosken omalla laavulla. Tilaymymästä voit ostaa kotinviemisiksi tilan omia tuotteita härkäpapujahoista omien lampaiden villalankoihin ja taljoihin.

MILLOIN: 6.2.2020 klo 14.00
MISSA: Tiirinkosken tehdas
Häante 5, Hämeenlinna
KESTO: noin 2 h
MUUTA: Ruokailu tapahtuu ulkotiloissa laavulla. Sään mukainen vaatus ja hyvät kenkät. Laavulle kuluu tapahtuu hiekkateitä ja metsäpolkuja pitkin.
RYHMÄKOKO: 2 hengen ja 4 hengen piknik-korit

Lisätietoja: katriina.koski@maajakottalousnaiset.fi

OHJELMASSA

- kokoa oma piknik-korisi Tiirinkosken kahvilan suussasulavista aineksista
- kulje opastetusti laavulle
- ohita laiduntavat eläimet ja nauti maaseudun maisemasta ja sen tuoksusta
- sukella metsän siimekseen ja löydä metsäpolun päästä sinua lämpimästi kutsuva nuotopajikka säältä suojaavan laavun kypestä
- paahda partilaleipiä nuotossa ja nauti metsän, nuotion ja ruoan tarjoamasta maku-elämyksestä

TULE MUKAAN

... ja vietä maukas hetki Tiirinkosken laavulla, nauttien talvisesta maisemasta ja herkullisesta nuotiruoasta!



*Eletään Hämeessä, pieneessä Sattulan kylässä
1900-luvun luontain vallon alaisuudessa.
Kylää vuosittain kiertävä brunun
veronkeräjä on kadonnut, eikä kyläläisetkään
tunnu tietävän saisata-paljonkaan.*

teatteria maisemassa

Telidät on kutsuttu Sattulan kylälle Lehtjärven rannalle testaamaan kylänraittilla ja pihapiireissä liikkuvaa teatteriesitystä, jossa hyödynnetään maisemaa, kyläkulttuuria ja ruokaelämyksiä.

Lukkuva kesäteatteri
Yleisön tehtävä on kerätä vinkkejä ja vihjeitä sekä muodostaa käsitys veronkeräjä Pietri Simeoninpojan katoamisesta. Liittykö katoamiseen rikos, vai lähtikö miekkoonen keräämänsä omaisuuden turvin muille maille: katen kyläläiset väittävät?

Kieroksen lopuksi yleisö voi kuullaustella roolihenkilöitä, jonka jälkeen paljastetaan loppuratkaisu. Tarina on kuvitteellinen, perustuu loyhistä Suomen historiaan sekä vielä loyhemmin kylän historiaan.

Teatterista vastaa littaalan Lasikylän Mysteeriteatteri ja musiikkiesityksen mysteerin selvittämisen jälkeen tarjolle littaalat littaalaissa -ryhmä. Maailman esitys on osa MAISA-hanketta, jossa haetaan arvokkaista maisemista liiketoimintaa ja hyvinvointia.

Huomioitavaa
Teatteriesityksen aikana kuljettava maasto on paikoin epätasaisia mutta helppokulkuisia. Esityksessä ei käytetä äänentoistolaitteita. Ilmoitathan mahdollisista ruoka-aineallergioista ilmoittautumisen yhteydessä. Esityksestä kerätään palautetta tuotteen jatkokehitystä varten.

Paikka ja aika
Sattulankaarre 6, Hattula
23.8.2020 kello 14-17
(Tulethan paikalle vähän aiemmin.)

Ilmoittautuminen
1.8.2020 mennessä
040 1488220 / Katriina Koski
katriina.koski@maajakottalousnaiset.fi

Life in a Finnish family

Come and explore the life and home of a Finnish family in Hämeenkoski.

The hostess of the house, Niina, opens up her home, offering experiences to travellers arriving in Finland and to anyone interested in the Finnish way of life. Niina talks about the Finnish lifestyle around a shared meal: how the Finnish people relax in nature, and why the nature and forests are so important to Finns.

Before sitting down at the table, the guests get to prepare authentic Finnish food together, using old recipes with a new twist. The hostess, Niina, radiates a passion for nature and for a leisurely pace of life.

Time stands almost still when you admire the beautiful log-built walls. During the visit, guests get to try SUP boarding on the river, paddling, open water swimming in the cool River Teuronjoki, and other Finnish seasonal activities.

If they wish, guests can enjoy the gentle steams of the Finnish sauna.

The hostess of the Hämeenkoski visit speaks also English.



Sign up

by 13 July 2020
Niina Ihalainen
niina.ihalainen@lab.fi
+358 44 708 0083



Esimerkki:



MAISA-hankkeessa laadittuja tuotekortteja / palvelukuvauksia



21.-22.9.2019

Hyvinvointia seitsemän kylän maisemista

Tule viettämään viikonloppua seitsemän kylän maisemiin. Kylien kulttuurimaisema muodostuu laajasta, avoimesta, voimakkaasti kumpuleivista ja pitkään viljelyksessä olleista pelloista. Kylissä on nähtävissä paljon muinaisaajamerkkejä, mikä kertoo pitkään jatkuneesta asutuksesta kylissä. Alueelta tunnistetaan myös useita merkittäviä rautakautisia kalmistojä.

Ota mukaan lämmönsuojatut lämpöä kestävät kumppanit: Magoluonon kumppanit ja kumppanit.

Ota retkeilykassaan mukaan hyvät kengät sekä mukavat vaivat. Lisäksi mukavaa on ottaa mukaan myös retkeilykassaan. Ota mukaan myös mukavaa retkeilykassaan.

Ohjelma

13.00 LAUANTAI 21.9.
13.00 Majittautuminen ja tervetulokahvit Niipalan tilalla, os. Kirkkotie 16, Hollola

14.00 Lähtö Niipalan tilalta Seitsemän kylän kierrokselle sauvakävelien. Sauvakävelyllä haastetaan riihiästä syömistä ja nautitaan maaisemista hyvällä sykkeellä. Kävely päättyy Hollolan Hirven (os. Aikkalantie 37) kalliolaavulle kahvitilaisuuteen. Savusauna lämpöä ja on valmis vastaanottamaan saunajat kahvitilaukseen. Saunan heijasta lämpöä pitää kokeilla ainakin kolme kertaa ja välillä pulauttaa vilvoittavaan paljuun. Saunottelun jälkeen nautitaan herkullinen ruostoruoka itälahdella kalliokäntien varjossa.

20.00 Paluu majoihinsa autoilla (kujupäät). Iltä päättyy voimaannuttavaan rentoutukseen Niipalan tilalla (kesto 1h).

14.00 SUNNUNTAI 22.9.
8.00 Omanomaan Niipalan tilalla ja siirtyminen omilla autoilla Kyllä-Henttilän hevostilalle, os. Järvelantie 71, Hollola

10.00 Tutustuminen Kyllä-Henttilän suomenhevosiin ja hevosien varustamiseen maastoreitille. Maastoreitille lähdetään ulkomaisen kautta, jossa ratsastajat tutustuvat hevosissa. Maastoreitillä kulkee vaihtelevissa maisemissa ja kulkee poikkei vihreän satumetsän. Parhaimmista ratsastuksen aikana dynaamisesti ja nautitaan syöjän satua. Ratsastuksen jälkeen hevoset huolitaan ja saatetaan talliin.

13.00 Kotimatkat

Tule mukaan
... savusaunaunoon ja tutustumaan kylämaisemaan suomenhevosen seelä!










Hyvinvointia kulttuurimaisemasta

27.-28.7.2020 tai 28.-29.7.2020

Taikaponit yhteistyökumppaneineen kutsuu Sinut ja ystäväsi ratsastusvaellukselle Sääksmäen kulttuurimaisemiin.

Sydän-Hämeen yhtenä keskeisimpinä muinaispiittinä tunnettu Sääksmäki on yksi Suomen arvostetuimmista kulttuuriympäristöistä. Alueen kauniissa maisemissa on asuttu ja viljelty maata jo kivikaudelta lähtien.

Vuorokauden aikana pääsette ratsastamaan Taikaponien hevosilla ja kulkemaan pitkin hämäläistä kylätietä ja maisemaa. Matkalla nautitaan hämäläisestä vierasvaraisuudesta, syödään pitkään ja herkutellaan paikallisilla tuotteilla, yövytään ulkosalla puihin ripustetuissa teltoissa ja testataan Lambergin rantasaunan lämpöä.

Tervetuloa viettämään erilaian vuorokausi Sääksmäen kulttuurimaisemiin!




Rapolan muinaiset maust

Tule tutustumaan Rapolan alueen muinaisuuteen ja makumaailmaan lauantaina 22.8. klo 15-17.30

.....

Oppaamme johdattavat sinut Rapolan linnavuoren ja Voipaalan alueen muinaiseen maisemaan. Tutustumme ensin entisajan elämään ylhäällä linnavuorella ja alueella kasvaviin viljiryteihin.

Kierroksen lopuksi laskeudumme alas Voipaalan keskiajalla perustetun kartanon tallipihalle, jossa matkamme jatkuu pöydän ääressä, makujen siivittämänä. Maistelemme rautakaudella ja keskiajalla nautittuja ruokia ja juomia, joiden raaka-aineet ovat kotoisin lähialueilta.

Huomioitavaa

.....

Rapolan linnavuorella on jyrkkiä rinteitä, joita kuljetaan ylös ja alas noin puoliosta tuntia kestävä opastuksen aikana. Tahti on rauhallinen, mutta tämä kierros ei sovi liikuntaesteisille tai muutoin huonokuntoisille. Reitillä ei voi työntää lastenvaunuja.

Maksuttoman tapahtuman lopuksi kerätään palautetta tuotteen jatkokehitystä varten. Olemme ulkona koko tapahtuman ajan. Varauduthan säänmukaisella vaatekudella ja maastossa kävelemiseen soveltuvilla jalkineilla.

Kokoonnumme Voipaalan taidekeskuksen pysäköintialueella klo 15.00. Taidekeskuksen osoite on Sääksmäentie 772, Sääksmäki.

.....

Ilmoittautuminen
.....

16.8.2020 klo 16 mennessä:
Petra Pikkänen / Villisti luova
petra@villistiluova.fi








Tuotetestaus on osa MAISA-hanketta, jossa haetaan arvokkaasta maisemasta liiketoimintaa ja hyvinvointia.

Hyvän tuotekuvauksen ominaisuuksia ulkoisessa tuotekortissa ¹⁰

Otsikoi oikein

- avaa tuotteen teema
- otsikoi houkuttelevasti ja vältä kliseisiä ilmauksia
- tuo esille tuotteen kesto, tapahtumapaikan tai retkipaikan maastollinen vaativuus, kenelle tuote sopii
- kerro onko paikalla opastus vai onko tuote omatoimisesti toteutettavissa
- tuo esille varustetarpeet

Kerro tuotekuvauksessa

- avaa tuotetta aistielämyksillä
- vie asiakas kuvitelmissaan esim. keskelle luontoa, luo sisältöä kulttuuriympäristöstä, tarinoista ja paikallisesta ruoasta
- kuvaa tapahtumapaikkaa yksityiskohtaisesti
- noudata kuvauksissa ohjeellisia merkkimääriä, tekstiä ei tule olla liikaa

Visualisoi tuote laadukkailla kuvilla ja videoilla

- onnelliset ihmiset ja toiminta kuvissa houkuttelevat
- lisää vaikuttavia maisemakuvia
- liitä mukaan myös kuvia yksityiskohdista

Aihetunnisteet lisäävät löydettävyyttä

- tutki verkkomarkkinointia ja kilpailevia tuotteita, selvitä somessa paljon 'tägättyjä' #aihetunnisteita

¹⁰ Ellare 2020



4.2.3 Yrittäjien välinen yhteistyö, verkostotuotteiden kehittäminen

Matkailualalla yritysten välinen yhteistyö voi paikoin olla edellytys elinkeinon kehitykselle. Koventunut kilpailu, laajemmat ja monimutkaisemmat asiakastarpeet sekä tarve erottautua ovat johtaneet siihen, että yksittäisten tuotteiden tai palvelujen sijasta asiakkaalle tarjotaan monipuolisempia ja monimutkaisempia ratkaisuja. Yrityksillä on valitut strategiset ydinosamiset, joihin ne aktiivisesti panostavat. Ulkopuolelle jäävät osa-alueet hankitaan usein ulkopuolisilta alihankkijoilta ja palveluntarjoajilta. Laajan verkoston hallinta on oma kyvykkyytensä. Monet yritykset pyrkivätkin optimoimaan verkostonsa kokoonpanoa. Yhteistyökumppanien ja alihankkijoiden laatu, yhteistyökyky ja sitoutuneisuus ovat verkosto-osapuolien lukumäärää tärkeämpiä. Yritysten välisillä markkinoilla verkostot koostuvat usein kokonaisuudessaan toisiaan sivuavilla aloilla toimivista yrityksistä ¹¹.

¹¹ Katri Valkokari, Tiina Valjakka, Taru Hakanen, Eija Kupi & Ilari Kaarela 2014



Esimerkki:

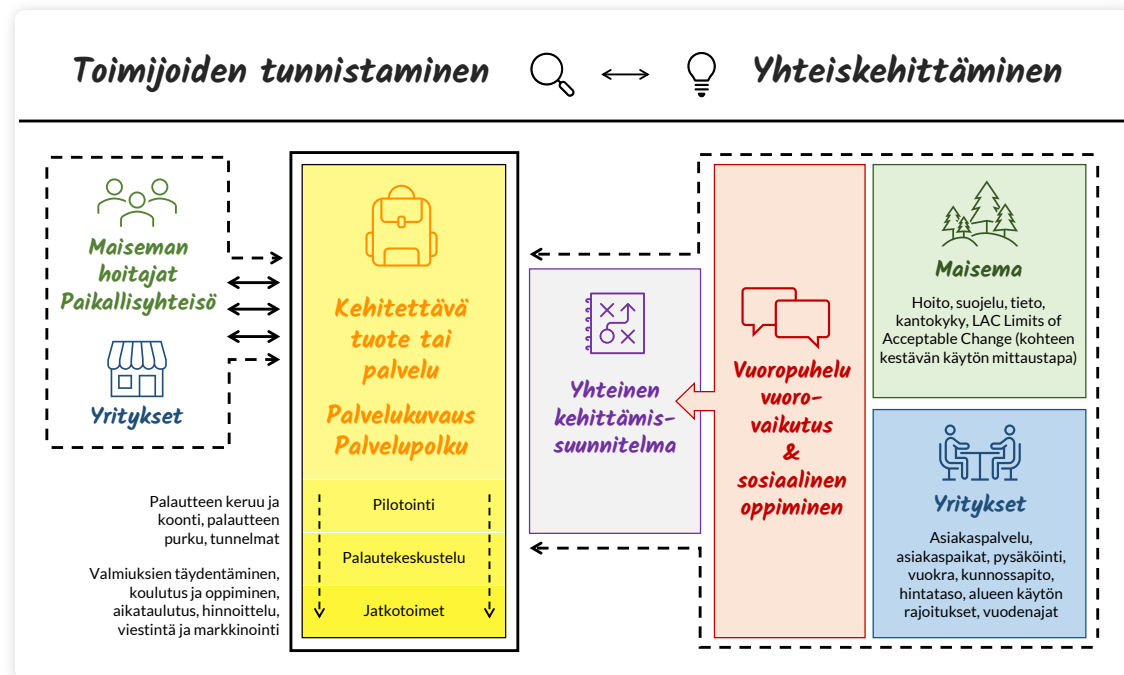


Hyvinvointivaelluksen yhteiskehittämisprosessi

Sääksmäellä testattiin viiden yrityksen yhdessä tuottamaa, vuorokauden kestävästä hyvinvointivaellusta, jonka reitti kulki muinaisia tie- ja vesireittejä noudatellen.

Yhteiskehittämisen prosessin aikana jatkuva vuorovaikutus yritysten ja eri toimijoiden välillä oli keskeistä. Maisema, yritykset ja muut toimijat asettivat erilaisia raja-arvoja, joiden yhteensovittamisesta neuvoteltiin ennen kuin uusi palvelu oli valmis testattavaksi.

Yhteisesti luotu palvelukuvaus ja sovittu palvelupolku auttoivat hahmottamaan palvelukokonaisuuden sekä kunkin yrittäjän ja toimijan vastualueet palvelun eri vaiheissa. Testaajilta kerätty arvokas palaute käytiin yhteisesti keskustellen läpi pilotin jälkeen. Samalla nousi esiin tärkeitä jatkotarpeita ja -toimia.¹²



¹² Laura Puolamäki ja Niina Ihalainen, artikkeli: uasjournal.fi/3-2020/kestavia-luontomatkailupalveluita

Esimerkki:



Yrittäjien välistä verkostoitumista Hollolassa

Maiseman ja luonnon tuotteistuksesta kiinnostuneet toimijat ja alueen yhteiskehittäminen on käynnistetty työpajoissa. Tapaamisissa on yhdessä tunnistettu maiseman arvo hyvinvointivaikutusten, luonnon monimuotoisuuden ja historian näkökulmasta. Lisäksi on käyty läpi, miten tuotteistaa maisemaa ja mitä ansaintakeinoja siihen liittyy. Hollolassa on mukana seitsemän yrittäjää. Yrittäjät osallistuvat erilaisilla panoksilla tuotteistukseen. Lisäksi työpajoihin on osallistunut yhdistysten jäseniä. Työpajoissa on syntynyt jo kolme erillistä tuotetta ja yksi verkostotuote. Tässä vaiheessa on myös tehty kehittämissuunnitelma siitä, miten alueen arvoja olisi mahdollista hyödyntää.

Verkostotuotteissa joudutaan usein tekemään kompromisseja, mutta toisaalta yhteistyöllä saadaan enemmän aikaa ja tuotteeseen enemmän näkemystä.

Toiminta on vastuullista, kun kaikki tehdään yhteistyössä.

Verkostoituminen kannattaa aina. Se yhdistää yrittäjiä ja kun tullaan tutuksi, on helppo olla yhteydessä ja pyytää apua muissakin asioissa.

4.2.4 Yhteistyön sopimuksellisuus

Kun liiketoiminta perustuu aineettomiin ekosysteemipalveluihin (metsissä tuotettaviin elämys-, liikunta- ja matkailupalveluihin), auttaa sopimuksellisuus palveluiden kehittämistä. Sopimusten avulla voidaan varmistaa, että molemmat osapuolet hyötyvät, voidaan ennakoida mahdollisia ongelmatilanteita sekä sovitaan vastuista, velvollisuuksista sekä mahdollisista korvauksista.

Sopimuksellisuus on kaikkien osapuolten turva. Suullinen sopimus on lähtökohtaisesti yhtä pätevä kuin kirjallinenkin, mutta siihen liittyvät riskit ovat kirjallista suuremmat. Suullisen sopimuksen sisältö voi jälkikäteen osoittautua epäselväksi, josta aiheutuu ikäviä ristiriitoja osapuolten välille.

MTK ja TAPIO ovat laatineet (2016) mallisopimuksia virkistysarvo-kaupasta ja palvelutoiminnasta metsäalueilla. Laidunpankki.fi -palveluun on koottu laiduntamiseen liittyviä sopimusmalleja. TAPIO on lisäksi koonnut sopimusesimerkkejä mm. hiljaisuuden tuotteistamisesta, reittiyhteistyöstä, luontokuvaamisesta. Metsähallituksella, museovirastolla, kunnilla, kaupungeilla, seurakunnilla sekä matkailuorganisaatioilla on lisäksi omia sopimuskäytäntöjä silloin, kun luontokohteita hyödynnetään liiketoiminnassa.

Meillä pienillä yrittäjillä on vielä opittavaa sopimusten laadinnasta, mutta isojen toimijoiden kanssa sopimukset syntyvät yleensä helposti. Metsähallituksen kanssa oli helppo laatia sopimus, heillä oli siihen valmis toimiva malli.

Tutustu oppaaseen: Miten sovin metsäympäristön hyödyntämisestä.

Työkaluja sopimiseen, ideoita tekemiseen. Tapio.

tapio.fi/wp-content/uploads/2016/01/Tapio-ekosysteemipalvelut-opas-final-22.12.2016.pdf

4.2.5 Tuotteen ja palvelun hyvinvointivaikutukset

Luontoympäristöjen monipuolisia hyvinvointivaikutuksia yksilön psyykkiseen, fyysiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin tunnetaan jo hyvin. Luonnossa liikuskelu rentouttaa, virkistää ja helpottaa stressiä. Koko ajan kehittyvän hyvinvointivointiteknologian ansiosta saadaan yhä enemmän mitattua tietoa hyvinvointiin liittyvistä tekijöistä.

Luonto ja erityisesti metsät on koettu Suomessa kautta aikain rauhoittavana, korjaavana ja jatkuvuutta korostavana henkisen kokemuksen muotona. Metsä nähdään esteettisenä elämyksenä, virkistykseen lähteenä, retkeilyn, ulkoilun, marjastuksen ja sienestyksen kohteena sekä myyttisenä ja mystisenä ympäristönä.

Luontolähtöiset, terveyttä ja hyvinvointia edistävät palvelut ovat kasvava toimiala. Ihmiset ovat kiinnostuneita sekä hyvinvoinnistaan että luonnossa liikkumisesta.

Palvelu rakennettiin siten, että hyvinvointivaikutuksena asiakkaat kokisivat täydellisen kiireettömyyden tunteen ja luksus elämyksen luonnossa. Tavoitteena oli, että asiakkaiden puolesta kaikki on valmiiksi suunniteltu ja valmistettu, mitään ei tarvitse odottaa, ympärillä on kaunis maisema ja hiljaisuus. Hyvää ruokaa tulee tarjolle, ennen kuin sitä ehtii edes odottaa.

Maisemasta hyvinvointia

MAISA-hankkeessa maisemapalvelutuotteiden piloteissa hyvinvointivaikutuksia kerättiin kyselylomakkein, joista tehtiin palautekoosteet. Palautekoosteet käytiin yhdessä yrittäjien kanssa keskustellen läpi. Älysormusta kokeiltiin myös hyvinvointivaikutusten mittaamiseen, ks.sivu 46.

Hankkeessa kehitettyjä uusia maisemapalvelutuotteita testaajat arvioivat kyselyssä asteikolla yhdestä viiteen: 1= erittäin huono/vähiten tärkeä, 5= erittäin hyvä/tärkeä. Testaajilta kysyttiin muun muassa rauhoittiko maisema ja luonto heitä, tuottiko pilottiin osallistuminen heille hyvää oloa ja elämyksiä. Hankkeen seitsemässä pilotissa testaajat (72 osallistujaa) arvioivat maiseman ja luonnon rauhoittaneen heitä erinomaisesti (keskiarvo 4,8/5). Yhdeksässä pilotissa testaajat (96 osallistujaa) arvioivat sen tuottaneen merkittävästi hyvää oloa (keskiarvo 4,5/5) ja lisänneen hyvinvointia (104 osallistujaa, keskiarvo 4,4/5). Testaajat (108 osallistujaa) arvioivat sen tarjonneen myös erittäin hyvin elämyksiä (keskiarvo 4,5/5).

Tiirinkosken laavuruokailu -pilotissa hyvinvointivaikutuksia kysyttiin osallistujilta sekä ennen että jälkeen testauksen, jolloin saatiin vertaillua, miten hyvinvointiin liittyvät kokemukset muuttuivat.

Pilotissa testaajilta kysyttiin muun muassa kuinka luovaksi ja uusia ratkaisuja löytäväksi he tunsivat olonsa, vapauden tunnetta arkipäivän huolista ja murheista sekä kuinka tyytyväiseksi ja onnelliseksi he itsensä tunsivat. Kun vastauksia ennen pilottia ja sen jälkeen verrattiin keskenään, huomattiin, että kaikissa näissä osioissa oli lopussa lähtötasoa korkeammat keskiarvot. Pilotin testaamisen jälkeen testaajat tunsivat olonsa luovemmaksi ja kokivat löytävänsä uusia ratkaisuja. Alun keskiarvo 3,4/5 oli noussut lopussa keskiarvoon 4/5. Vapauden tunne arkipäivän huolista ja murheista oli lähtötilanteessa 3,7/5, ja testaamisen jälkeen selvästi suurempi, ollen 4,7/5. Tyytyväisyyden ja onnellisuuden tunne ennen pilottia oli testaajilla 3,8/5 ja pilotin jälkeen 4,2/5.

Viidessä pilotissa kysyttiin testaajilta, mikä on tärkeää maisema- ja luontopalvelutuotteessa. Testaajista kaksi kolmesta pitivät erittäin tärkeänä kauniita maisemia ja kiireettömyyttä. Lisäksi kolme viidestä piti erittäin tärkeänä myös arjesta palautumista. Nämä ovat piloteissa esiin nousseita keskeisiä tekijöitä, jotka kannattaa huomioida maisemapalvelutuotteiden kehittämisessä.

Sukellus Helvetin rotkoon lisäsi hyvinvointia

Tuotetestaus Sukellus luonnon monimuotoisuuteen Huljalan Helvetin rotkossa -retki, järjestettiin Tupalan kyyttötilalla. Lähes 300-vuotias tila sijaitsee Hämeenkoskella niin kutsutun Ylisen Viipurintien varressa. Tilan isäntä ja emäntä Mika ja Laura Hämäläinen kertoivat kävelyretken aikana monimuotoisesta perinnemaisemasta sekä Helvetin rotkon kirkasvetisestä puro- ja lähdealueesta lähes kahdellekymmenelle retkeilijälle.

Runsaat kaksi tuntia kestäneen retken päätteeksi osallistujia pyydettiin arvioimaan retken hyvinvointivaikutuksia: rauhoittivatko maisema ja luonto heitä ja tuottivatko ne hyvää oloa. Lisäksi pyydettiin kertomaan muun muassa siitä, miten testattu maisematuote vaikutti hyvinvointiin ja mikä jäi erityisesti mieleen maisemasta.

Luontoympäristö rauhoitti, tuotti hyvää oloa ja tarjosi tilaisuuden oppia uutta

Retken palaute osoittaa selkeästi sen, että luonto rauhoitti ja tuotti hyvää oloa. Vastaajista seitsemäntoista (n=18) koki, että maisema ja luonto rauhoittivat erittäin hyvin. Retkeläiset totesivat myös, että monimuotoisessa luonnossa liikkuminen vaikutti virkistävästi ja tarjosi visuaalisia elämyksiä. Kaunis maisema rentoutti ja antoi tilaisuuden läsnäoloon hetkessä. Samalla sai raitista ilmaa ja oli helppo hengittää. Lisäksi rento ilmapiiri ja muiden ihmisten seura vaikuttivat hyvinvointiin positiivisesti.

Opastettu retki mahdollisti uuden oppimisen, mikä nousi myös esiin palautteissa. Moni mainitsi puroluonnon ennallistamisen, metsälaitumet ja kyytöt eli itäsuomenkarjan. Kyytöt laiduntavat vapaasti Tupalan maakunnallisesti arvokkaalla metsälaitumella. Sympaattiset kyytöt tulivat muutamaan otteeseen tervehtimään retkeilijöitä isännän kutsuhuudon siivittämänä.

Kotiin viemisiksi hyvää mieltä ja luomua

Tupalan tilalta lähdettiin hyvillä mielin ja kotiin viemisiksi oli luomuvihanneksia ja -juureksia sekä metsälaidunkyyttöä. Palautteen mukaan kaikki osallistuisivat Helvetin rotkon luonto- ja maisemaretkelle uudestaan ja suosittelevat sitä myös muille, mikä on positiivinen signaali jatkoa ajatellen. Luonnon hyvinvointivaikutusten tuotteistamisessa on paljon liiketoimintapotentiaalia. Ihmiset ovat kiinnostuneita hyvinvointinsa edistämisestä ja luonnossa liikkumisesta.

Luonnon hyvinvointivaikutusten taloudellinen merkitys -selvityksessä todetaankin, että luonnon hyvinvointivaikutusten tutkimukseen ja tuotteistukseen tulisi panostaa huomattavasti nykyistä enemmän niin julkisella kuin yksityiselläkin sektorilla. Huljalan Tupalan tuotetestauksen yhteydessä kerättyä palautetta voidaan jatkossa hyödyntää tuotteistuksessa sekä luonto- ja maisemapalvelujen viestinnässä ja markkinoinnissa ¹³.

¹³LAB-ammattikorkeakoulu blogi





Älysormus havainnollistamassa maisemapalvelutuotteen hyvinvointivaikutuksia

Hollolassa maisemapalvelutuotteen ”Hyvinvointia seitsemän kylän maisemista” tuotetestauksessa selvitettiin, miten älysormus soveltuu maisemapalvelutuotteiden hyvinvointivaikutusten mittaamiseen. Hyvinvointiviikonlopun aikana sormusta käytettiin mittaamiseen sauvakävelylenkillä sekä maastoratsastuksessa vaihtelevissa kulttuurimaisemissa.

Sovellus tallentaa hyvinvointivaikutuksia käyttäjälle

Moodmetric-älysormus mittaa sympaattisen hermoston aktiivisuutta ihon sähköjohtavuuden muutosta tulkitsemalla ja kertoo psyykkisestä kuormituksesta. Älypuheliin ladattava maksuton sovellus näyttää reaaliaikaisesti Moodmetric-indeksiä asteikolla 0–100. Korkea indeksilukema (61–100) viestii kuormituksesta eli stressistä, joka voi olla seurausta emotionaalisesta, kognitiivisesta tai fyysisestä virityksestä. Korkean lukeman virittyneisyys voi olla joko positiivista, jolloin se voi kuvata innostuneisuutta tai negatiivista, johtuen stressistä, jännityksestä tai ahdistuksesta. Matalat tai laskevat lukemat viestivät sympaattisen hermoston aktiivisuuden laskusta, joka voi olla seurausta rentoutumisesta. Tiedot tallentuvat puhelinsovellukseen aina kun sormusta käytetään. Käyttäjä voi ladata sen seurantaan varten diagrammin muodossa.

Sormuksen palaute yllätti positiivisesti

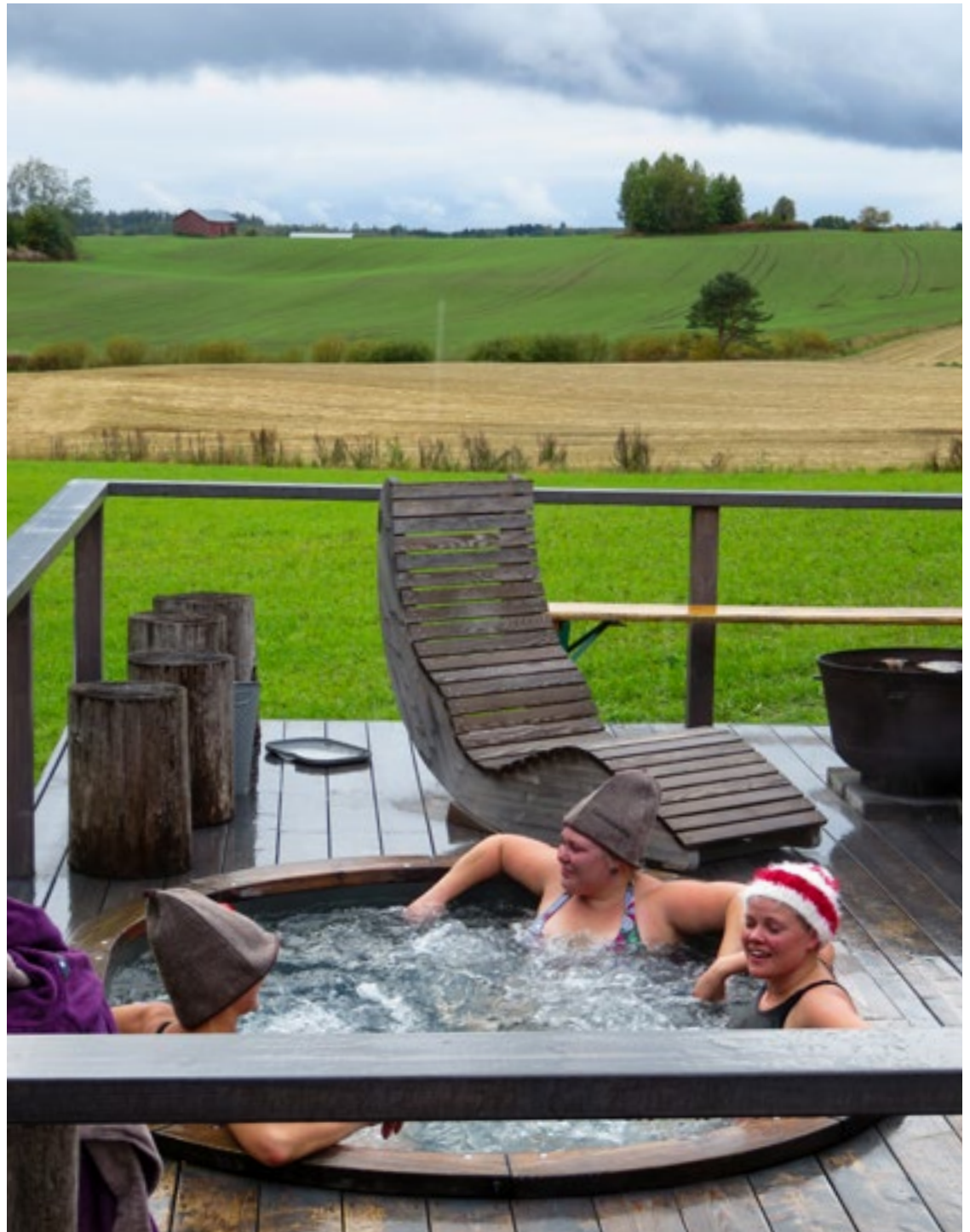
Sormuksen testaaja koki sormuksen ja sovelluksen käytön helpoksi ja seurasi päivän päätteeksi sovelluksesta, mitä mittaustulos kertoi päivän kulusta.

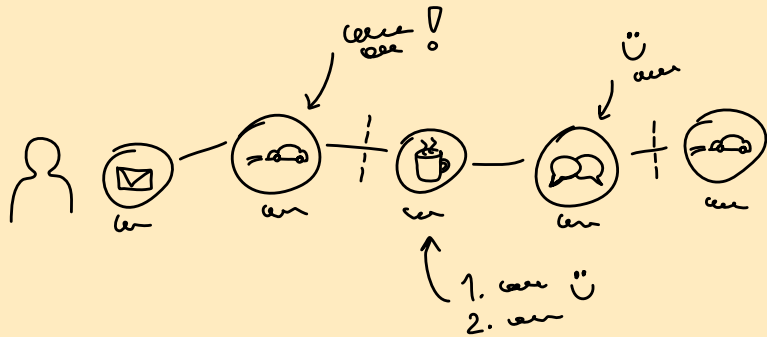
”Rauhallinen sauvakävely seitsemän kylän maisemissa laski psyykkistä kuormitusta ja tuntui, että mieleni sai hetken levätä. Nautin uusista maisemista ja luonnon puhtaudesta. Valmis maisemapalvelutuote antoi mahdollisuuden keskittyä vain nauttimaan elämyksestä ilman stressiä.”

Testaaja oli positiivisesti yllätynyt siitä, miten psyykinen kuormitus oli laskenut ratsastuksen aikana, vaikka aluksi hän jännitti hevosen kanssa toimimista. ”Sormuksen indeksilukema nousi alkuun jännityksen takia korkeaksi, mutta ratsastuksen edetessä rentouduin ja koin ratsastuksen jopa terapeuttiseksi. Viikonlopun maisemapalvelutuotekokonaisuus laski psyykkistä kuormitustani rauhallisen liikkumisen myötä ja indeksini olivat laskeneet jopa tyyneksi (indeksiluku 21–40) aktiivisen toiminnan aikana. Moodmetric-älysormuksen käyttö viikonloppuna syvensi maisemapalvelutuotteen arvoa.”

Älysormuksen hyvinvointitekologiaa voidaan hyödyntää todentamaan elimistön kuormituksen muutoksia arjessa, työssä ja vapaalla. Sormuksen käyttö voi auttaa tunnistamaan asioita, jotka saavat rentoutumaan ja palauttaa elimistöä arjen kuormituksesta. Tässä tapauksessa mittaus myös todentaa, kuinka hyvin maisema ja luontoympäristö rentouttaa jo yksittäisen maisemapalvelutuotteen aikana. Tämän tiedostaminen voi auttaa löytämään ja hyödyntämään maisema- ja luontoympäristöjä aikaisempaa aktiivisemmin osana stressin hallintaa ja katkaisemaan pitkäaikaista elimistölle haitallista kuormittumista. Hyvinvointitekologiaa voidaan hyödyntää maisemapalvelutuotteen kehittämisessä ¹⁴.

¹⁴ LAB-ammattikorkeakoulu blogi





4.2.6 Palvelupolku tuotekehityksen apuvälineenä

Sisäisen tuotekortin ja palvelupolun avulla voidaan arvioida palvelun osavaiheiden laadukkuus kuin myös palvelun mahdolliset kriittiset ja haastavat vaiheet. Toimivassa maisematuotteessa ja -palvelussa lopputuote on onnistunut, kun se vastaa asiakkaan odotuksia ja toiveita. Kun palvelun kulku on asiakkaan puolestaan valmiiksi käsikirjoitettu, asiakkaan ei tarvitse huolehtia palvelun etenemisestä eikä sen vaiheista. Palveluprosessin kuvaamisella saadaan kokonaisvaltainen tuotanto- ja asiakasprosessin kuvaus, jonka avulla voidaan kehittää prosessia ja palvelukonseptia.

Palvelupolku on visuaalinen kuvaus asiakkaan kokemista palveluhetkistä. Toimintatavassa käydään läpi asiakkaan kokema matka vaihe vaiheelta. Palvelupolun kuvaaminen ja aukikirjoittaminen auttaa hahmottaan sekä palvelukokonaisuuden että sen vaiheet. Palvelupolkua voidaan hyödyntää niin palveluiden kehittämisessä kuin palvelua tuottavan henkilökunnan perehdyttämisessä.



Esimerkki:

Hyvinvointia kulttuurimaisemasta -tuotteen palvelupolku

Palvelupolku on aivan loistava työkalu. Se havainnollistaa koko palveluketjun yhtenä kuvana ja toimii muistilistana.



Hyvinvointia kulttuurimaisemasta, ennen:

Elementti (Tapahtumaan liittyvä konkreettinen asia)

Markkinointiviesti:
- tunnelma
- perustiedot

Hakulomake
Verkkosivut

Sähköpostiviesti:
- terveiset yrittäjiltä
- hevosten esittelyt

Sähköpostiviesti:
- saapumisohjeet
- säätiedot
- tarkennettu ohjelma

Tapahtuma (Mitä asiakas tekee?)



Kuulee tapahtumasta



Tarkistaa sopiiko aikatauluun, päättää osallistumisesta



Kysyy kaveria mukaan



Kirjoittaa hakemuksen

Tutustuu yrityksiin



Vastaanottaa tervetuloviestin

Kertoo lähipiirille tapahtumasta



Saa vielä muistutusviestin viikkoa ennen
Kysyy lisätietoja



Pakkaa tarvikkeet ja tekee ostoksia



Suunnittelee matkan (ja ostaa matkaliput)



Tapaa kaverinsa ja he matkustavat paikalle

Kontakti (Miten järjestäjä kohtaa asiakkaan?)

Markkinointi mahdollisille asiakkaille

Tervetuloviestin lähettäminen

Muistutusviestin lähettäminen

Tausta- ja tukitoimet (Mitä tapahtuu taustalla?)

Markkinoinnin suunnittelu

Hakulomakkeen laatiminen, sidosryhmäyhteistyö

Markkinoinnin seuraaminen ja vastaaminen
lisätietopyyntöihin

Hakemusten lukeminen ja osallistujien päättäminen, turvallisuus-suunnitelman laatiminen

Yrittäjien tervehdysten ja hevosten esittelyjen kirjoittaminen

Säätietojen ja ohjelman tarkistaminen, varustelistan tarkistus

Tarvikkeiden hankkiminen ja ympäristön valmistelu

Hevosten aloituspaikkaan siirtäminen

Hyvinvointia kulttuurimaisemasta, aikana:

Elementti (Tapahtumaan liittyvä konkreettinen asia)

Ohjeet turvallisuuteen, kuvausluvut

Tapahtuma (Mitä asiakas tekee?)



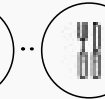
Saapuu paikalle ja siirtää tavarat autoon



Juo tervetulokahvit ja tutustuu muihin osallistujiin



Vaihtaa ratsastus-varusteet ja ratsastaa Voipaalaan



Nauttii päivällistä muiden kanssa



Osallistuu Rapolan opastetulle kierrokselle

Kontakti (Miten järjestäjä kohtaa asiakkaan?)

Esittäytyminen, auttaminen tavaroiden kanssa

Ohjeistus, varusteiden jako, some-kanavista ja tunnisteista kertominen

Ratsastuksen vetäminen

Ruoan tarjoileminen, kartanon historiasta kertominen

Opastetun kierroksen vetäminen

Tausta- ja tukitoimet (Mitä tapahtuu taustalla?)

Tavaroiden kuljetus majoituspaikalle

Tervetulokahvien valmistelu
Sääntöjen ja ohjeiden pohtiminen

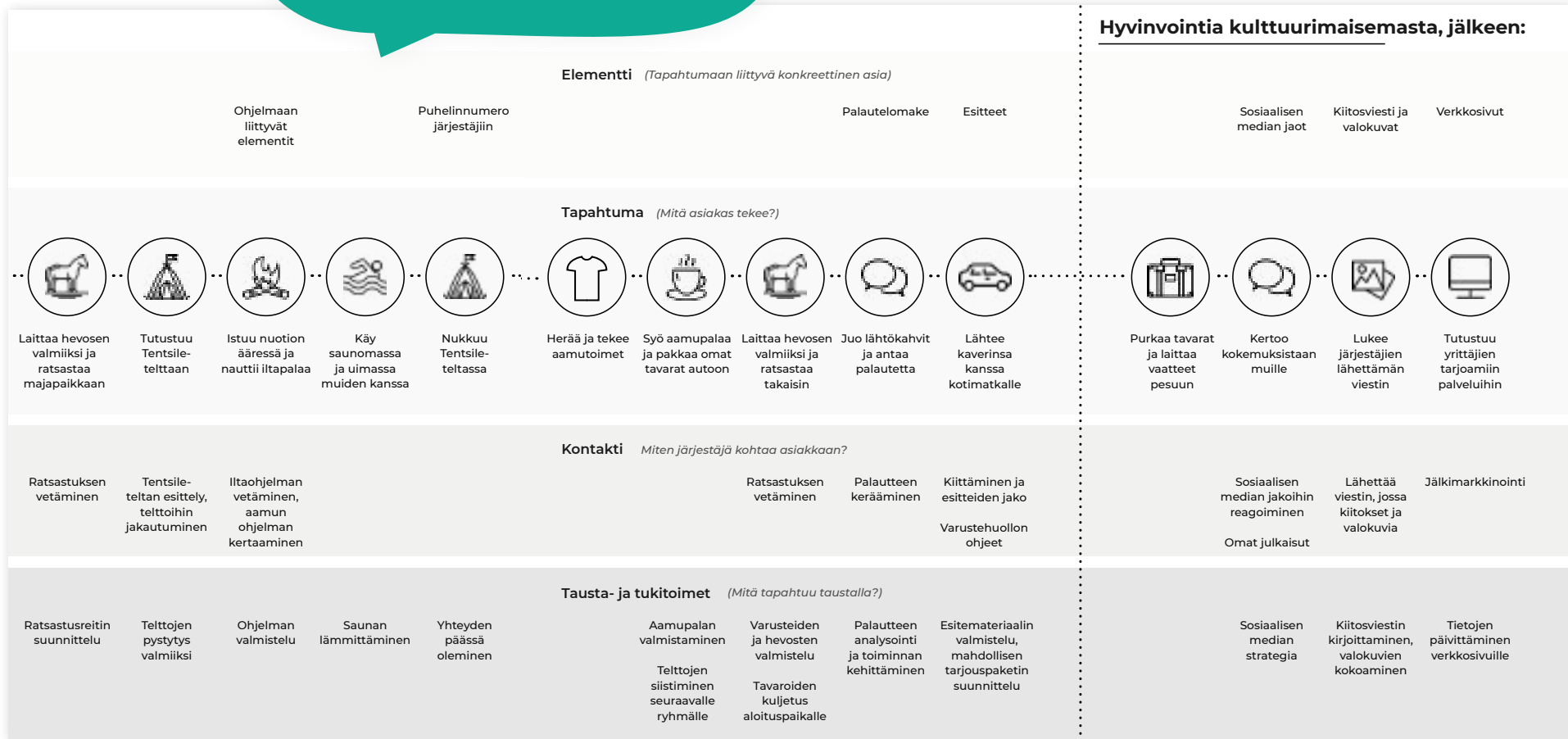
Varusteiden ja hevosten valmistelu

Ruoan valmistaminen

Esimerkki:



Kun se on kerran laadittu, sitä on helppo aina muokata samalla, kun muokkaa palvelua ja tuotetta.



4.2.7 Hinnoittelu

Oikea hinnoittelu on tuotteen ja palvelun kannattavuuden tärkeä osa. Oikealla hinnoittelulla katetaan yritystoiminnan kustannukset, saavutetaan tuottoa ja varmistetaan resursseja toiminnan edelleen kehittämiseksi. Hinnoittelu on kokonaisuus, jonka suunnitteluun, laskentaan, kokeiluun, seurantaan ja reagointiin kannattaa varata aikaa.

Hinnoittelussa voidaan nähdä kolme erillistä strategiaa: kustannusperusteinen hinnoittelu, arvoperusteinen hinnoittelu ja markkinapohjainen hinnoittelu. Kustannusperusteinen hinnoittelu on helpoin tapa muodostaa todellisten tunnettujen kustannusten pohjalta tuotteelle hinta. Arvoperusteinen hinnoittelu ottaa huomioon tuotteen ja asiakkaan arvot, mitä tuotteesta ollaan valmiita maksamaan. Markkinapohjaisessa strategiassa keskiössä on kilpailu ja markkinat. Onnistunut hinnoittelu ottaa huomioon kaikki nämä strategiset tekijät.

Pyrin tarkasti laskemaan aina palvelun kaikki vaiheet, palvelun suunnitteluun ja toteutukseen kuluvan työajan ja kustannukset. Palvelun kokonaishinta muodostuu siitä kokonaisuudesta.

Kannattava hinnoittelu perustuu:

- todellisiin kuluihin
- kustannus- ja kateseurantaan
- kohtuulliseen voiton tavoitteluun
- toiminnan kustannustehokkuuteen mm. ostot, hävikki
- asiakkaiden tuntemiseen, hinnoittelu kohderyhmittäin, miten tuotteen (esim. luksustuote vrt. perustuote) kohderyhmä koee hinnan

Tavallista on, että aloitteleva yrittäjä aliarvio omaa työtään ja alihinnoittelee tuotteitaan. Kannattaa muistaa, että alihinnoiteltua tuotetta on usein vaikea hinnoitella uudestaan. Ennen tuotteen markkinoille saamista, sen hinta kannattaa siis pohtia strategisesti: kustannuksiltaan, arvopohjaltaan ja markkina-asemansa mukaisesti juuri oikeaksi. Tuotetestaus ja pilotointi (kts. 4.3 Testaa ja kehitä) on hyvä tilaisuus myös testata testiryhmällä tuotteen hintaa.

Tutustu myös Palma.fi -mallin Hinnoittelun ABC:n

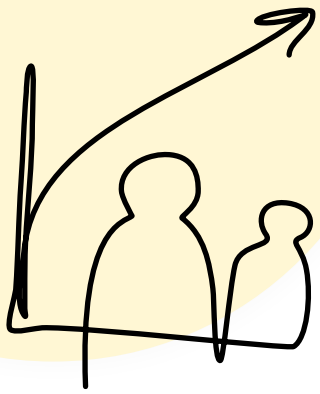
palma.fi/palma-malli/tuotteistaminen/Hinnoittelun%20ABC.pdf

Oman työajan hinnoittelu on minulle aina haastavaa.

Kilpailijoita seuraamalla oppii. Aina pitäisi olla aikaa seurata, millä hinnalla samantyyppisiä palveluita tarjotaan.

Kun palvelu koostuu monesta tuotteesta, siihen sisälle helposti muodostuu asiakkaille näkymättömiä kuluja, joita asiakas ei itse palvelussa tunnista. Kulut ovat yrittäjälle kuitenkin todellisia ja ne tulisi pystyä hinnassa kattamaan. Joskus on haastavaa tuoda todelliset kustannukset esille, jotta asiakas on valmis tuotteen ostamaan. Joskus nämä näkymättömät kustannukset nostavat tuotteen hinnan niin korkeaksi, että palvelun tuottaminen ei olekaan enää kannattavaa eikä tuote myy.





4.3 Testaa ja kehitä

Tuotteen ja palvelun kehittäminen on jatkuva prosessi. Testaaminen on tärkeää etenkin tuotteistuksen alkuvaiheessa. Mutta olosuhteet ja ympäristö tuotteen ympärillä muuttuvat jatkuvasti. Tuotetta kannattaa arvioida ja testata koko sen elinkaaren ajan ja tuotekehittämisen kannattaa olla jatkuvaa ja päivittäistä toimintaa.

Testausta voi toteuttaa monella eri tavalla. Keskeistä on kerätä kaikesta testauksesta palautetta ja dokumentoida sitä. Palautteen avulla voidaan keskittyä ongelmakohtien ratkaisemiseen ja saadaan tärkeää tietoa tuotteen edelleen kehittämiseksi.





Kun ensimmäinen tuoteidea on valmis, sen toimivuutta voi kokeilla jo pienellä asiakasryhmällä, esimerkiksi tuttavilla tai yhteistyökumppaneilla. **Pikainen testaus** ja nopeat kokeilut antavat jo palautetta, onko tuote jatkokehittämisen arvoinen ja yrittäjä pystyy resurssimaan toimintansa oikein. Kun tuote on jo pidemmälle pohdittu, sitä voidaan **pilotoida** oikeiden asiakkaiden kanssa aidossa palveluympäristössä tietyn ajanjakson ajan.

Usein pilotoinnin kokemuksista saadaan enemmän tuloksia, kun testaamiseen osallistuu yrittäjän apuna useampia henkilöitä ja heille on vastuutettu erilaisia tehtäviä. Tuotepalautetta voi kerätä pilotoinnissa jaettavilla **kyselylomakkeilla** tai tapahtuman jälkeen verkossa toteutetuilla erillisillä **palautekyselyillä**, osallistujille voidaan toteuttaa pilotoinnin jälkeen myös erillisiä **yksilö- tai ryhmähaastatteluja**. Tärkeää on myös pilotoinnin aikainen asiakkaiden ja palvelun kulun **havainnointi**. Havainnoinnissa kiinnitetään huomioita asiakkaiden ilmeisiin, eleisiin ja keskusteluihin. Asiakkaille voidaan myös esittää kysymyksiä jo pilotoinnin aikana.

Esimerkki:

MAISA-hankkeessa toteutettiin useita pilotointeja testiasiakasryhmillä. Pilotoinneissa kerättiin palautetta kyselylomakeilla sekä tuotetapahtuman kulun havainnoinneilla.



Rapolan muinaiset maut

Rapolan muinaiset maut -pilotissa tutustuttiin oppaan johdolla Rapolan alueen muinaisuuteen ja makumaailmaan sekä maisemaan. Entisajan elämästä kerrottiin ylhäällä linnavuorella. Linnavuoren kierroksen jälkeen oli ruokailu keskiajalla perustetun Voipaalan kartanon tallipihalla. Ruokailun yhteydessä kerrottiin myös villiyrteistä ja niiden käytöstä. Tarjolla oli rautakaudella ja keskiajalla nautittuja ruokia ja juomia, joiden raaka-aineet olivat lähialueelta. Pilotista kerättiin palautetta kyselylomakkeella.

Hyvää: ruoka oli hyvää x
4, erittäin maukasta x 4, täyttävää x
2, ei liian erikoista, tarpeeksi autenttista,
tarina ruoan takana oli ihana, tuoksut, yrtit
maistuvat ruoassa, ruokailu ulkona

Kehitettävää: Opastuskierros
olisi voinut olla vielä kattavampi,
paljon jäi kertomatta, kiertämättä,
enemmän Rapolanharjun historiasta
kertomista eikä Valkeakosken ja
Sääksmäen yhdistymistä 70-luvulla.

Rapolan muinaiset maut

Tule tutustumaan Rapolan alueen muinaisuuteen ja makumaailmaan
lauantaina 22.8. klo 15-17.30

Oppaamme johdattavat sinut Rapolan linnavuoren ja Voipaalan alueen muinaiseen maisemaan. Tutustumme ensin entisajan elämään ylhäällä linnavuorella ja alueella kasvaviin villiyrteihin.

Kierroksen lopuksi laskeudumme alas Voipaalan keskiajalla perustetun kartanon tallipihalle, jossa matkamme jatkuu pöydän ääressä, makujen siivittämänä. Maistelemme rautakaudella ja keskiajalla nautittuja ruokia ja juomia, joiden raaka-aineet ovat kotoisin lähialueelta.

Huomioitavaa

Rapolan linnavuorella on jyrkkiä rinteitä, joita kuljetaan ylös ja alas noin puoli-tuntia kestävän opastuksen aikana. Tahti on rauhallinen, mutta tämä kierros ei sovi liikuntaesteisille tai muutoin huonokuntoisille. Reitillä ei voi työntää lastenvaunuja.

Maksuttoman tapahtuman lopuksi kerätään palautetta tuotteen jatkokehitystä varten. Olemme ulkona koko tapahtuman ajan. Varauduthan säänmukaisella vaatetuksella ja maastossa kävelemiseen soveltuvilla jalkineilla.

Kokoonnumme Voipaalan taidekeskuksen pysäköintialueella klo 15.00. Taidekeskuksen osoite on Sääksmäentie 772, Sääksmäki.

Ilmoittautuminen

16.8.2020 klo 16 mennessä:
Petra Pikkanen / Villisti luova
petra@villistiluova.fi

Logos: Maisa, Villisti luova, Sääksmäen yhdistys, Lääti University of Applied Sciences

Tuotetestausta on osa MAISA-hanketta, jossa haetaan arvokkaasta maisemasta liiketoimintaa ja hyvinvointia.

Esimerkki:



Hyvinvointia kulttuurimaisemasta

Yhden vuorokauden maisemapalvelutuotteen pilotin ohjelmassa Sääksmäellä oli ratsastus hevosilla Voipaalan kartanoon. Päivällinen Voipaalassa, opastettu kierros Rapolan harjulla, lyhyempi ratsastusmatka majoituspaikkaan, nuotion ääressä nautittu iltapala ja mahdollisuus rantasaunan käyttöön ja uintiin. Yöpyminen 2 hengen Tentsile-teltassa, aamiainen paikallisista aineksista ja ratsastus takaisin aloituspaikkaan. Pilottiin osallistui 6 henkilöä. Pilotista kerättiin palautetta kyselylomakkeella.

Kehitettävää: majoituksessa voisi tarjota mahdollisuuden yöpyä myös saunamökissä. Jotta lähtisin uudestaan, majoituksen tulisi olla sisätiloissa ja juokseva vesi/vessa majoituspaikassa.

Kehitettävää: lisää faktatietoa, ei vuosilukuja vaan paikallisuutta, jämäkämpi sisältö

Hyvää: hyvä opas kertomaan x 2, rento, kiinnostava, mukava ja hauska x 2, pohjaton tietotaito kertoa asioista mielenkiintoisesti, erittäin asiansa tunteva.

Hyvinvointia kulttuurimaisemasta

27.-28.7.2020 tai 28.-29.7.2020

Taikaponit yhteistyökumppaneineen kutsuu Sinut ja ystäväsi ratsastusvaellukselle Sääksmäen kulttuurimaisemiin.

Sydän-Hämeen yhtenä keskeisimpänä mainaispitäjänä tunnettu Sääksmäki on yksi Suomen arvostetuimmista kulttuuriympäristöistä. Alueen kauniissa maisemissa on asuttu ja viljelty maata jo kivikaudelta lähtien.

Vuorokauden aikana pääsette ratsastamaan Taikaponien hevosilla ja kulkemaan pitkin hämäläistä kylätietä ja maisemaa. Matkalla nautitaan hämäläisestä vieraanvaraisuudesta, syödään pitkään ja herkutellaan paikallisilla tuotteilla, yövytään ulkosalla puihin ripustetuissa teltoissa ja testataan Lambergin rantasaunan lämpöä.

Tervetuloa viettämään erilainen vuorokausi Sääksmäen kulttuurimaisemiin!

Tuotetestaus oli hyödyllinen, oli mielenkiintoista tietää, miten asiakkaat kokevat palvelun.

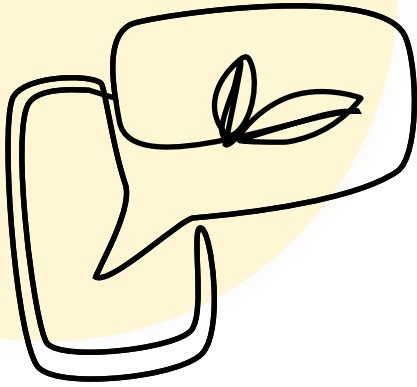
Tuotetestauksen jotkin havainnot ja palautteet olivat yllättäviä, mutta pääosin palaute tuki omia näkemyksiä.

Palautteet kehittävät aina toimintaa eteenpäin.

Osa tuotetestaajista oli meidän vakioasiakkaitamme ja heillä oli ehkä ennakko-odotuksia. Uudentyyppinen tapahtuma olikin heille yllätys, eivätkä ehkä kokeneet saavansa sitä, mitä olivat tulleet kokemaan. Meidän on pohdittava tuotettava vielä eteenpäin ja miettivä tuotekuvausta.







4.4 Markkinoi ja viesti

Markkinoinnilla ja viestinnällä pyritään tekemään tuote ja palvelu tunnetuksi, luomaan positiivisia mielikuvia, synnyttämään ostoaikeita ja ostopäätöksiä. Onnistuneen markkinoinnin ja myynnin pohjana on onnistuneet tuotteet. Tuotteistusvaiheessa tulee ottaa huomioon, että tuote muotoillaan juuri oikeanlaiseksi kohderyhmän mukaan. Tuotteistusprosessissa sekä markkinoinnissa apuna kannattaa hyödyntää alan tutkimuksia.

Suomen vetovoimatekijät perustuvat pitkälti luontoon, mutta yhä enemmän niiden teemoina ovat suomalaisen elämäntavan ja kulttuurin kokeminen, joka liittyy matkailun suureen Living like local -trendiin. Paikallisuuden ja aitouden korostaminen on rikastuttanut Suomen kuvaa matkailumaana ja antanut mahdollisuuksia erottua naapurimaista. Suomesta on tunnistettu tiettyjä suuralueita ja niiltä potentiaalisia tuotteistusaiheita, joiden mukaan maa on jaettu matkailun vetovoimatekijöiksi.



Näitä tekijöitä matkailijat erityisesti etsivät. Ne vetoavat ja näihin tekijöihin kannattaa sekä tuotteistuksessa että markkinointiviestinnässä kiinnittää huomiota ¹⁵:

Järvi-Suomi

- eläinten katselu ja valokuvaus
- mökki-, sauna- ja järvenrantalomat
- sisävesiristeilyt
- vesiaktiviteetit
- kartanokulttuuri ja viehättävät boutique majoituskohteet
- parhaimmat makean veden varannot
- Euroopan laajin järvialue, 188 000 järveä
- kulttuurikeskuksiksi muuttuneet teollisuuskaupungit
- Helsingin läheisyys
- aidot suomalaiset ihmiset
- Euroopan itäisin seutu
- karjalaisuus, kalevalaisuus
- harjumaisemat, vaaramaisemat

Lappi

- outdoor-resortit ja aktiviteetit
- joulukalenteri ja joulupukki
- saamelaiskulttuuri, porot
- luonnonihmeet ja -ilmiöt, natural wonders
- jalokivet ja kulta
- jääkauden muokkaamat tunturimaisemat
- Euroopan viimeinen paikka, missä on villiä luontoa
- Napapiiri ja arktisuus
- EU:n pohjoisin seutu
- Ihmeellinen valo
- puhtain ilma
- lappilaiset kylät
- 8 vuodenaikaa

Rannikko ja saaristo

- majakat
- puukaupungit
- ruukkikylät
- Saaret ja saarihyppely
- saaristolainen elämäntapa
- suomenruotsalaisuus
- muumit ja Tove Jansson
- autonominen Ahvenanmaa
- merellisyys
- merestä saatavat elinkeinot
- luodot
- karut kalliomaisemat

¹⁵ Business Finland. Tunne asiakkaasi.

Matkailussa on lisäksi tunnistettu muutamia matkustajasegmenttejä. Tällaisia matkailijat ovat ¹⁶:

Aktiiviset seikkailijat

- kiinnostuksen kohteena on aktiivinen toimintaloma luontomaisemissa
- 41% aktiivisista seikkailijoista on kiinnostunut matkustamaan Suomeen
- heitä kiinnostaa erityisesti: extreme-lajit, maastohiihto, talvi ja arktinen luonto, eläinten tarkkailu, vesi-, lumi- ja maastoaktiviteetit

City-breikkaajat

- kiinnostuksen kohteena on kaupunkikokemukset ja nähtävyydet
- 28% aktiivisista citybreikkaajista on kiinnostunut matkustamaan Suomeen
- heitä kiinnostaa erityisesti: kaupungin nähtävyydet, kaupunkikulttuuri, kaupungin erityispiirteet, museot ja design-alueet, ruokakulttuuri, tapahtumat, ostosmahdollisuudet

Luonnon ihmeiden metsästäjät

- kiinnostuksen kohteena on ainutlaatuinen luontokokemus
- 35% aktiivisista ihmeiden metsästäjistä on kiinnostunut matkustamaan Suomeen
- heitä kiinnostaa erityisesti: revontulet, yöton yö, kansallispuistot, metsät

Aitouden etsijät

- kiinnostuksen kohteena on tutustuminen paikalliseen elämäntapaan
- 29% aktiivisista aitouden etsijöistä on kiinnostunut matkustamaan Suomeen
- heitä kiinnostaa erityisesti: museot ja tapahtumat, festivaalit ja konsertit, luonnosta nauttiminen, saunominen, ruokakulttuuri, kulttuurikohteet, design-alueet, erikoismajoitukset

Luontonautiskelijat

- kiinnostuksen kohteena on luonnonrauha ja akkujen lataus
- 34% aktiivisista nautiskelijoista on kiinnostunut matkustamaan Suomeen
- heitä kiinnostaa erityisesti: kansallispuistot, metsät ja järvet, merenrantamaisemat, saaristo, revontulet, keskiyön aurinko, erämaaretriitit, sienestys ja marjastus

Suomalaisen luksuksen etsijät

- kiinnostuksen kohteena on kokonaisvaltainen hyvinvointi ja aikaa itselle
- 25% luksuksen etsijöistä on kiinnostunut matkustamaan Suomeen
- heitä kiinnostaa erityisesti: erikoismajoitukset, hyvinvointipalvelut, kylpylät, husky- ja porosafarit, kevyet liikunta-aktiviteetit luonnossa.

¹⁶ Business Finland. Tunne asiakkaasi.



Markkinoinnissa keskeisenä kanavana on VisitFinland.com-verkkopalvelu, sosiaalisen median kanavat ja näitä tukevat muut verkkokanavat.

Ulkoinen tuotekortti, tuote- ja palvelukuvauksineen on tuotteen ensimmäisiä askelia kohti markkinointia. Tuotekortin rakentamista ja sisältöä on käsitelty kappaleessa 4.2.2. Tuotteiden rakentamisessa, ennen markkinoinnin aloittamista on vielä syytä arvioida ja peilata tuotetta muuhun tarjolla olevaan tuotekenttään:

- onko tuote selkeä ja ymmärrettävä
- onko tuote helposti löydettävissä
- onko tuotteen hyödyt ymmärrettäviä
- onko hinta kilpailukykyinen
- miksi asiakas ostaisi tuotteen

Visit Finlandin kuvia saa käyttää maksutta Suomen markkinoinniseksi matkailumaana:

businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/markkinointi/kuvat-ja-materiaalit/

Luontomatkailuun keskittyviä markkinointisivustoja

travel-experience.net

wildnordicnature.com

veranatura.fi

happyebikers.com/fi

helout.com

smal.fi/fi/topmenu/In-English/

[Incoming-Agencies-and-Regional-Operators](https://smal.fi/fi/topmenu/In-English/Incoming-Agencies-and-Regional-Operators)

*Hakukonenäkyvyys
on tärkeää.*

Kuvilla on suuri merkitys maisema, luonto, kulttuuriympäristö tuotteiden viestinnässä ja markkinoinnissa.

- Kuva on usein ensimmäinen asia, johon asiakas kiinnittää huomion ja sillä on suuri vaikutus kiinnostuksen herättäjänä
- Hyvän tekstin lisäksi laadukkaat ja asianmukaiset kuvat ovat tuotteissa välttämättömiä
- Kuvien avulla voidaan välittää: kohteen tunnelmaa, helpottaa valintaa, viestiä käytännön toteutuksesta
- Hyvä kuvallinen kerronta antaa mielikuvan kohteesta jo ennen kohteessa käyntiä
- kuvien tulee aina liittyä tekstiin
- kuvateksteillä on myös suuri merkitys
- muista kuvissa myös eri vuodenaajat, toiminta ja ihmiset
- ihminen osana maisemaa koetaan usein kiinnostavampana kuin maisema ilman toimintaa
- kuvissa voi olla myös huumoria ja hauskuutta
- aitous, kuvat eivät saa olla lavastettuja
- katsojalle tulee saada välitettyä tunne, että hänkin haluaa tulla juuri tuohon paikkaan
- kuvan henkilöiden vaatetuksessa kannattaa välttää mustia tai liian tummia vaatteita sekä välttää paljastavia vaatteita
- kuviin erilaisia ihmisiä
- eläimet koetaan yleensä sympaattisina
- kliseisiä kuva-aiheita, kuten esimerkiksi revontulet, auringonlaskut, nokipannukahvit, loimulohi, kannattaa välttää tai käyttää vain hyvin harkiten

Kuvissa kannattaa kiinnittää huomiota myös:

- kuvista välittyvään tunteeseen
- kuvissa olevat ihmiset tekevät kuvista samaistuttavia, valitse kuvia, missä on ihmisiä, heidän kasvoja ja näkyviä tunteita



MAISA- hankkeessa pilotoidut maisemakonseptit työstettiin kaupallistettavaan muotoon.

Sääksmäen luonto- ja kulttuuriarvot työstettiin havainnollisiksi opastuskartaksi MAISA-hankkeessa.



Tervetuloa Sääksmäelle

Arvokeho kulttuurimaisema ja elämänsä Vanajaveden modernisti puolelta

Tämä esite on kehittänyt osana MAISA - Maiseman arvo -maailman elämysreittejä ja opastuskarttaa (2018-2020).

Käynnin kuvat

Ylä ja alareuna: Tarmo Rappi
Alareuna: Ritvalan Nuorisoseura ja Mikko Pitkanen

Koettavaa ja nähtävää

Sydän-Hämeen yhteisen maalaisjärjestön tunnettu Sääksmäen ihastuttu kauniilla, kulttuurisesti arvokkailta maisemillaan ja monipuolisella kulttuurilla.

Muistomerkki löytyy Sääksmäeltä ja luonto- ja kulttuurin alueelta. Muistomerkki on maanviljelijöiden ja maanviljelijöiden yhteinen muistomerkki. Muistomerkki on maanviljelijöiden ja maanviljelijöiden yhteinen muistomerkki.

Maaseutu Maistuu

Ritvalan kylällä sijaitseva Maaseutu Maistuu -yhteyden seppä ja suomenperäisiä, jotka monipuolisesti valikoimaa löytyy Herkullista, kotimaisia raaka-aineita valmistettuja leipiä ja makeita puita ja leivonnaisia. Pöytävalikoimasta erikoisuutena yritykset voi myös tilata maastoa lähialueita ja herkkä lämpimän tilauksena.

Ritvalan Nuorisoseurantalol

Ritvalan Nuorisoseuran toiminta on keskeinen osa Sääksmäen kulttuuriperinnettä. Perinteinen yllin on heikkosäällä, kyllä on röhöttäminen reien kukaan onnellisuus. Heikkosäällä on Ritvalan Nuorisoseurantalolla järjestetään erilaisia tapahtumia, tansseja ja kappeloita.

Sääksmäen silta

Vuonna 1963 valmistuneen ripustuksen ylläpitäminen on ollut haasteellinen tehtävä. Sääksmäen silta on ollut kunnossapitossa ja siinä on tehty merkittäviä korjauksia ja parannuksia. Silta on nyt kunnossapitossa ja se on avoinna kaikille.

Kesäpäihän puutarha

Vähäisiä perinteisiä puutarhoja Sääksmäen Puutarha on viihteyttävien vierailu- ja tutkimuskohteita. Puutarhan valikoima on runsas ja vaihteleva, harvinaisuuksia, pensaspuusseja ja hirsuista. Sääksmäen puutarha on avoinna kaikille.

Voipala

Voipalan taideteollisessa ympäristössä on ympäri vuoden valittua taideteollista ja alueella järjestetään erilaisia tapahtumia, markkinat ja konsertteja. Kaikilla herkkuilla on maun ja kauneuden lisäksi myös terveellisiä ja terveellisiä. Voipala on avoinna kaikille.

Rapola

Rapolan harjo on yksi maamme merkittävästi linnoitettuja ja historiallisia kohteita. Rapola on avoinna kaikille.

Maaseutu Maistuu

Ritvalan kylällä sijaitseva Maaseutu Maistuu -yhteyden seppä ja suomenperäisiä, jotka monipuolisesti valikoimaa löytyy Herkullista, kotimaisia raaka-aineita valmistettuja leipiä ja makeita puita ja leivonnaisia. Pöytävalikoimasta erikoisuutena yritykset voi myös tilata maastoa lähialueita ja herkkä lämpimän tilauksena.

Pappilanniemen kurssekeskus

Vuonna 2020 perustettiin Pappilanniemen kurssekeskus, joka on avoinna kaikille. Keskus on avoinna kaikille.

Päivölänsilta

Rauhallista Päivölänsiltaa sijaitsee Päivölänsillan opiston vieressä ja se on avoinna kaikille. Silta on avoinna kaikille.

Sääksmäen kirkko

Kirkon rakennus on yksi Sääksmäen tärkeimmistä kohteista. Kirkko on avoinna kaikille.

Sääksmäen kirkko

Kirkon rakennus on yksi Sääksmäen tärkeimmistä kohteista. Kirkko on avoinna kaikille.

Räsälän luomutila

Räsälän luomutila on yksi Sääksmäen tärkeimmistä kohteista. Luomutila on avoinna kaikille.

Toujalan Taimitarha

Toujalan Taimitarha on yksi Sääksmäen tärkeimmistä kohteista. Taimitarha on avoinna kaikille.

Tarttila-tori

Tarttila-tori on yksi Sääksmäen tärkeimmistä kohteista. Tori on avoinna kaikille.

Lahisten kartano

Lahisten kartano on yksi Sääksmäen tärkeimmistä kohteista. Kartano on avoinna kaikille.

Sääksmäen kirkko

Kirkon rakennus on yksi Sääksmäen tärkeimmistä kohteista. Kirkko on avoinna kaikille.

Sääksmäen kirkko

Kirkon rakennus on yksi Sääksmäen tärkeimmistä kohteista. Kirkko on avoinna kaikille.

Räsälän luomutila

Räsälän luomutila on yksi Sääksmäen tärkeimmistä kohteista. Luomutila on avoinna kaikille.

Toujalan Taimitarha

Toujalan Taimitarha on yksi Sääksmäen tärkeimmistä kohteista. Taimitarha on avoinna kaikille.

Tarttila-tori

Tarttila-tori on yksi Sääksmäen tärkeimmistä kohteista. Tori on avoinna kaikille.

Lahisten kartano

Lahisten kartano on yksi Sääksmäen tärkeimmistä kohteista. Kartano on avoinna kaikille.



MAISA- hankkeessa pilotoidut maisemakonseptit työstettiin kaupallistettavaan muotoon.

Lehijärven luonto- ja kulttuuriarvot työstettiin havainnolliseksi opastuskartaksi MAISA-hankkeessa.

Hämee sydämessä Hattulassa sijaitseva Lehijärvi on rikkasta muinaisluotoa.

Lehijärvi tarjoaa vaihtelevaa pitkäikäistä luontoa. Vanha, rauhallinen maisema maantieteellisesti harkittujen ja avoimien alueiden välillä. Lehijärvi on kaunis ja rauhallinen maisema. Alue on myös arvokasta luontomaisemaa. Kyllä on asuttu täällä ihmisen vuosisatojen ajan.

Lehijärven kulttuurimaisema on monipuolista ja sisältää kaikenlaisia kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Maisema on arvokasta luontomaisemaa ja rakennuksia. Lehijärven kulttuurimaisema on monipuolista ja sisältää kaikenlaisia kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Sattulan tärkeitä

Sattula on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Sattula on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Lehijärvi

Lehijärvi on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Lehijärvi on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Muinaisjäännekoet

Alueella on lukuisia muinaisjäännekoet. Alueella on lukuisia muinaisjäännekoet.

Kylät

Häidentie

Häidentie on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Häidentie on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Maakunnallisesti arvokas maisema-alue

Lehijärven alue on maakunnallisesti arvokasta maisema-alueita. Lehijärven alue on maakunnallisesti arvokasta maisema-alueita.

Leinilä

Leinilä on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Leinilä on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Pelkoi

Pelkoi on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Pelkoi on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Sattula

Sattula on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Sattula on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Nihattula

Nihattula on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Nihattula on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Parolan Rottinki

Parolan Rottinki on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Parolan Rottinki on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Leinilä

Leinilä on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Leinilä on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Pelkoi

Pelkoi on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Pelkoi on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Sattula

Sattula on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Sattula on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Hattula Golf

Hattula Golf on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Hattula Golf on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Lehijärven ympäristö

Lehijärven ympäristö on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia. Lehijärven ympäristö on tärkeitä kulttuurimaisemia ja rakennuksia.

Lehijärvi

Ruutumi: Leinilä, Pelkoi, Sattula, Nihattula

Tervetuloa kulttuurimaisemaan!

Tämä esite on kehitetty osana MAISA - Maiseman arvo -maaseutumarkkinointiprojektia ja projektin tuloksia (2018-2020).

Esitteen kuvat otettiin toisista lähteistä.
Katriina Koski ja Auli Hirvonen
2020

5. Lisätietoa ja lähteitä

Business Finland, ohjeistusta tuotekehityksen turvallisuuteen
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/tyokaluja-turvallisuuteen/>

Business Finland. Tunne asiakkaasi <https://www.businessfinland.fi/globalassets/tunne-asiakkaasi---kohderyhmaopas-matkailuyrityksille---visit-finland.pdf>

Business Finland. Vastuullisuus, kestävyys
matkailuvaltina <https://www.businessfinland.fi>

Ellare (2020). Tuotekortin rakenne ja hyvän tuotekortin ominaisuuksia.

Kulttuuriympäristön palveluikkuna, karttasovellus
<https://kartta.museoverkko.fi>

Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (2010).
Matkailun tuotekehittäjän käsikirja.

Nurminen, Maria & Heikkilä, Tiina (2010). Kulttuurimaiseman
muutokset: Länsi-Hollolan valtakunnallisesti arvokas maisema-alue.

Palma-malli, <http://palma.fi> sekä <http://www.palma.fi/palma-malli/tuotteistaminen/Ideoinnin%20apuvälineet.pdf>

Sitra (2013). Luonnon hyvinvointivaikutusten taloudellinen merkitys.

Sitra (2018). Trendit ja signaalit. <https://www.sitra.fi/caset/aloita-tasta-trendit-signaalit/>

Tapio (2016). Miten sovin metsäympäristön hyödyntämisestä?
Työkaluja sopimiseen, ideoita tekemiseen. <https://tapio.fi/wp-content/uploads/2016/01/Tapio-ekosysteemipalvelut-opas-final-22.12.2016.pdf>

Valkokari, Katri, Tiina Valjakka, Taru Hakanen, Eija Kupi & Ilari
Kaarela (2014). Palveluverkoston kehittämisen työkirja.

Valtakunnallisesti arvokkaista maisema-alueista ja
inventoinnista lisätietoa, <https://maaseutumaisemat.fi>

Valtakunnallisesti merkittävistä rakennetuista
ympäristöistä (RKY) lisätietoa, <https://rky.fi>

Yhdyskuntasuunnittelun täydennyskoulutuskeskus, YTK,
Teknillinen korkeakoulu. Vuorovaikutteisen suunnittelun
ja ympäristön tutkimuksen metodipaketti.



Maa- ja metsätalous-
ministeriö