

Saimaan ammattikorkeakoulu
Hotelli- ja ravintola-ala Imatra
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
Matkailu

Suna Huikko

Ryhmätuotteiden kehittäminen Punkaharju Resor- tille

Opinnäytetyö 2016

Tiivistelmä

Suna Huikko

Ryhmätuotteiden kehittäminen Punkaharju Resortille, 62 sivua, 2 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu

Hotelli- ja ravintola-ala Imatra

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Matkailu

Opinnäytetyö 2016

Ohjaajat: lehtori Ilkka Lehtola, Saimaan ammattikorkeakoulu, toimitusjohtaja

Sini Laukkanen, Punkaharju Resort

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää toimeksiantaja Punkaharju Resortin ryhmätuotteita ja niiden avulla luoda mahdollisesti uusia ryhmätuotteita sekä parantaa olemassa olevia ryhmätuotteita. Tavoitteena oli saada mielipiteitä ja ehdotuksia itäsuomalaisilta yrityksiltä, miten he ovat kiinnostuneet järjestämään virkistys- ja/tai kokousmatkapaketteja, sekä mitä näiden pakettien tulisi sisältää. Työn tarkoituksena oli myös kartoittaa yritysten mielipiteitä ajankohdasta, kestosta sekä hinnasta.

Punkaharjun Lomakeskus, jonka markkinointinimi on Punkaharju Resort, tarjoaa asiakkailleen monipuolisia palveluita Savonlinnan Punkaharjulla luonnon kauniissa maisemissa, Saimaan rannalla. Lomakeskuksella on tehty investointeja vuodesta 2007 alkaen, jolloin aloitettiin huvi- ja puuhapuisto Kesämaan kunnostus sekä ehostus. Kehitystyö jatkuu edelleen, ja tänä päivänä asiakkaita palvelee vuonna 2011 rakennettu ravintola Paviljonki, jonka välittömään läheisyyteen valmistui vuonna 2012 hotellitason majoitusta vastaava luhtitalo Topelius.

Opinnäytetyön teoriaosassa käsiteltiin tuotekehitystä, jossa paneuduttiin tarkemmin matkailuyrityksen tuotekehitykseen, asiakkaisiin, palvelutuotteeseen sekä kausiluonteisuuteen. Toisessa teoriaosassa keskityttiin Punkaharjun matkailualueeseen, toimintaympäristöön sekä kilpailijoihin. Tiedot näihin kerättiin alan kirjallisuudesta sekä internetistä.

Opinnäytetyö toteutettiin kvantitatiivisella tutkimuksella, jossa tiedot kerättiin webropol kyselytutkimustyökalulla. Kysely lähetettiin 1056 itäsuomalaiselle yritykselle sähköpostikyselynä. Kyselyyn oli mahdollisuus myös vastata yrityksen verkkosivujen kautta.

Vastausten määrä ja täten tutkimustuloksen vastausprosentti oli alhainen. Tulokset antavat toimeksiantajalle jossakin määrin tietoa virkistys- ja kokousmatkojen tilasta tällä hetkellä, mutta eivät tuo merkittävää uutta tietoa tai kehittämisehdotuksia tuotekehitystä varten. Tuloksista kuitenkin selvisi, että Punkaharju Resortsin tuotetarjonta on varsin hyvä, koska heidän jo olemassa olevista tuotteista pidettiin. Johtopäätöksenä voidaan suositella, että Punkaharju Resort tehostaisi markkinointia nykyisille tuotteille.

Asiasanat: Punkaharju Resort, matkailuyritys, tuotekehitys, asiakkaat, palvelutuote, kausiluonteisuus, toimintaympäristö, virkistysmatkat, kokousmatkat

Abstract

Suna Huikko

Developing a Group of Products to Punkaharju Resort, 62 pages, 2 of appendices

Saimaa University of Applied Sciences

Faculty of Tourism and Hospitality Imatra

Degree Programme of Tourism and Hospitality

Tourism

Bachelor's Thesis 2016

Instructor(s): Mr /Ilkka Lehtola, Senior Lecturer, Saimaa University of Applied Sciences, Mrs Sini Laukkanen, CEO, Punkaharju Resort

The purpose of this study was to create new products and activities for the groups visiting Punkaharju Resort and to enhance an already existing group of products. This thesis was made in co-operation with Punkaharju Resort. The aim of the work was by means of research to find tourism companies of interest for regarding leisure and conference trips. The purpose was also to survey the point of time, the duration and the cost of their visits.

Punkaharju Resort is a diverse holiday resort on the shores of Lake Saimaa, in the most beautiful Finnish landscape. The striking Lake Saimaa environment and unique Punkaharju ridge offer exceptional opportunities to participate in a number of outdoors activities, all year round. Punkaharju Resort offers all kinds of exciting adventures for kids and cultural activities satisfy the hunger for arts. The Resort offers a variety of accommodation options. The attractive and idyllic town of Savonlinna is only a 20-minutes train trip away.

The theoretical part of the thesis dealt with Tourism Company's product development, customers and service product. The information was gathered from literature and internet.

The research method was quantitative. The data for this thesis were collected by electronic mail inquiry, and the survey could be respond, including through the company's website. The survey was sent electronically to selected companies in eastern Finland.

Based on the findings the result of the survey was not very reliable, because only 26 companies answered the survey. The results give little indication of leisure and conference trips now. Within these result, it is difficult to start developing a new product. I hope that this survey gives some answers to the co-operation company and that this study would be of some use to them.

Keywords: Punkaharju Resort, Tourism Company, product development, customer, service product, Punkaharju, Savonlinna, leisure trips, conference trips

Sisällys

1	Johdanto.....	5
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet ja aiheen valintaperusteet	6
1.2	Tutkimuksen toteuttaminen	7
2	Toimeksiantajan esittely	7
2.1	L- House ja Punkaharjun Loma Oy	7
2.2	Punkaharjun Lomakeskus eli Punkaharju Resort	8
3	Matkailuyrityksen tuotekehitys	11
3.1	Matkailuyritys	11
3.2	Tuotekehitys	12
3.3	Matkailuyrityksen tuotekehitys	13
3.4	Asiakkaat	13
3.5	Punkaharju Resortin asiakkaat	14
3.6	Palvelutuote	14
3.6.1	Virkistys- ja kokousmatkat	16
3.6.2	Punkaharju Resortin palvelutuotteet ryhmille	17
3.7	Matkailun kausiluonteisuus	18
4	Punkaharjun matkailualue.....	18
4.1	Toimintaympäristö	18
4.2	Kilpailijat	19
4.3	Etelä-Savo	20
4.4	Savonlinna	24
4.5	Punkaharju	26
5	Ryhmätuotteiden kehittäminen Punkaharju Resortille kysely	29
5.1	Perustiedot	29
5.2	Virkistysmatkat.....	29
5.3	Kokousmatkat.....	30
6	Kyselyn tutkimusmenetelmä, tulokset sekä niiden analysointi.....	31
6.1	Tutkimusmenetelmä	31
6.2	Kyselyn tulokset.....	33
6.3	Kirjalliset palautteet.....	48
7	Tutkimuksen johtopäätökset	49
8	Tutkimuksen arviointi	50
	Kuvat	51
	Kuviot	51
	Lähteet	52

Liitteet

Liite 1 Kyselyn saatekirje

Liite 2 Kyselylomake

1 Johdanto

Suomalaisten, kesään painottuvien matkailukohteiden suurena haasteena on tavoittaa ympärivuotisesti kannattavaa liiketoimintaa eli saada hiljaisten aikojen kuten syys- ja talvikausien myyntiä paremmaksi. Tämä tarkoittaa matkailualalla toimivien yritysten jatkuvaa tuotekehitystä sekä palveluiden parantamista. Yritysten on oltava ajan tasalla matkailualan kohdistuvista muutoksista sekä pystyttävä reagoimaan niihin. Yritysten on myös tiedostettava ja tunnistettava kilpailijansa, jotta pystytään tarjoamaan vähintäänkin saman tasoista, mieluummin vielä astetta parempaa palvelua. Palvelualalla kaikkein tärkein on kuitenkin asiakas, hänen tarpeensa sekä halunsa. Myynnin maksimoimiseksi yritysten tulee kartoittaa asiakkaidensa tarpeet mahdollisimman tarkasti (Tonder 2013,12).

Visit Finland- verkkosivujen mukaan matkailu kasvaa viiden prosentin vuosivauhtia ja on vahva, työvoimavaltainen sekä mahdollisuuksia täynnä oleva ala, mikä työllistää erityisesti nuoria (Visit Finland 2015). Matkailu on myös yksi niistä harvoista toimialoista, jonka kasvuun eivät yleiset taloudelliset tilanteet ole juuri vaikuttaneet (Jänkölä 2014). Jänkölän (2014) tekemässä toimialaraportissa kerrotaan, että Suomeen odotetaan kasvua Aasian markkinoilta 9 prosenttia ja Euroopastakin 3,4 prosenttia. Raportin mukaan vuonna 2013 Suomessa rekisteröitiin yli 20 miljoonaa yöpymistä, joista 5,9 miljoonaa oli kansainvälisiä yöpymisiä, pääosin Aasiasta ja Japanista. Tästä 20,2 miljoonasta yöpymisestä kotimaisten yöpymisten osuus oli 71 prosenttia, joten matkailun peruskysyntä tulee edelleen kotimaan matkailusta, mutta Jänkölän mukaan pitkällä aikavälillä kasvun mahdollisuudet ovat kansainvälisillä markkinoilla. (Jänkölä 2014.) Visit Finlandin sivuilta löytyy mielenkiintoinen infograafi, jossa matkailu on esitetty lukuina. Tämä infograafi kertoo, että yksi matkailueuro tuo 56 senttiä muille toimialoille ja Suomessa matkailu on merkittävä työllistäjä sekä kasvava vientiala. (Visit Finland 2015.) Tuoreimpien tilastoiden mukaan vuonna 2015 tammi-marrakuussa koko maan yöpymiset vähentyivät 0,7 prosenttia verrattuna edellisen vuoden vastaavaan ajankohtaan. Kotimaisten matkailijoiden yöpymiset lisääntyivät 0,9 prosenttia verrattuna vuoden 2014 vastaavan ajankohdan lukuihin, kun taas ulkomaisten matkailijoiden yöpymiset vähenivät 4,9 prosenttia. Näistä ulkomaalaisista matkailijoista venäläiset olivat jälleen suurin matkailijaryhmä. (Tilastokeskus 2016.)

Etelä-Savossa majoitusliikkeiden yöpymiset vähentyivät tammi-marraskuussa 2015, muutosta oli 10,3 prosenttia verrattuna edellisen vuoden vastaavaan ajankohtaan. Kyseisenä ajankohtana rekisteröityjä yöpymisiä kirjattiin hieman yli 650 000, josta noin 520 000 oli kotimaisia yöpyjiä ja 135 000 ulkomaalaisia. Kotimaisten yöpyjien muutos oli -4,3 prosenttia ja ulkomaalaisten -27,6 prosenttia. Suurin matkailijaryhmä oli venäläisiä reilu 78 000, mikä on 58 prosenttia kaikista ulkomaalaisista matkailijoista. Muutosta vuoden 2014 vastaavaan ajankohtaan on -39,8 prosenttia. Toiseksi eniten Etelä-Savoon matkusti saksalaiset, joita tuli hieman yli 12 000, mikä on 27,4 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2014. Virolaisten sekä ruotsalaisten matkustajien määrä kasvoi tammi-marraskuussa 2015, virolaisia yöpyi hieman yli 4000, mikä on 3,2 prosenttia enemmän kuin edellisellä vuonna, ja ruotsalaisia yöpyi reilu 3000, mikä tuo 6,3 prosentin kasvun edelliseen vuoteen verrattuna. (Matkailun tunnuslukuja Etelä-Savossa 2015, 2016.)

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja aiheen valintaperusteet

Opinnäytetyön toimeksiantaja Punkaharju Resort haluaa kehittää palveluitaan ja tarjota tulevaisuudessa monipuolisempia aktiviteettejä sekä vastata omalta osaltaan matkailualan tuomiin kehityshaasteisiin ja toimia entistä kattavampana majoituspalveluiden tuottajana, toisin sanoen kehittää toimintaansa ympärivuotisemmaksi. Tässä opinnäytetyössä on tarkoitus kehittää kyselytutkimuksen avulla yrityksen liiketoimintaa sekä mahdollisesti luoda uusia ryhmätuotteita. Tavoitteena on saada täytettyä hiljaisten jaksojen kuten syys- ja talvikausien ajat, kehittämällä uusia ryhmätuotteita jo olemassa olevien tuotteiden rinnalle ja sitä kautta saada asiakkaat viihtymään Punkaharju Resortilla pidempään. Yrityksen tarkoituksena on saatujen tietojen avulla rakentaa ryhmämatkailijoille kokonaisvaltaisia ryhmätuotepaketteja tai räätälöityjä kokonaisuuksia, joihin kuuluu toiminnan lisäksi myös majoitus sekä ruokailu. Näitä ryhmätuotteita tullaan tarjoamaan virkistys- ja kokoustarjouspyyntöjen oheen ja näin ollen saadaan lisämyyntiä aikaiseksi ja sitä kautta pyritään kasvattamaan yrityksen kannattavuutta.

Työskentelin kesällä 2015 ravintola Paviljongilla Punkaharju Resortissa, ja kesän aikana ryhmätuotteiden kehittämisen tarve tuli ilmi keskusteltuani toimitusjohtaja Sini Laukkasen kanssa. Keskustelusta sain idean tämän tutkimuksen tekoon

opinnäytetyönäni. Opinnäytetyössä toteutetaan kohderyhmille kysely, missä selvitetään eri yritysten kiinnostusta virkistys- ja kokousmatkoihin, niiden sisältöihin, keston sekä hintaan. Tämä kyselyn avulla pystymme arvioimaan yrityksen nykyistä tuotetarjontaa sekä tuottamaan mahdollisia uusia ryhmätuotteita Punkaharju Resortille.

1.2 Tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimus toteutetaan sähköpostikyselyllä, jonka lisäksi kyselyyn on mahdollisuus vastata myös yrityksen verkkosivujen kautta. Kyselyssä käytetään Webropol-kyselytutkimustyökalua. Tämä työkalu tavoittaa vastaajat tehokkaasti sekä mahdollistaa vastaamisen tietokoneella, tabletilla tai älypuhelimella. Kyseinen tutkimustyökalu kerää ja laskee yhteen saadut vastaukset, jonka jälkeen vastausten analysoiminen käy kätevästi.

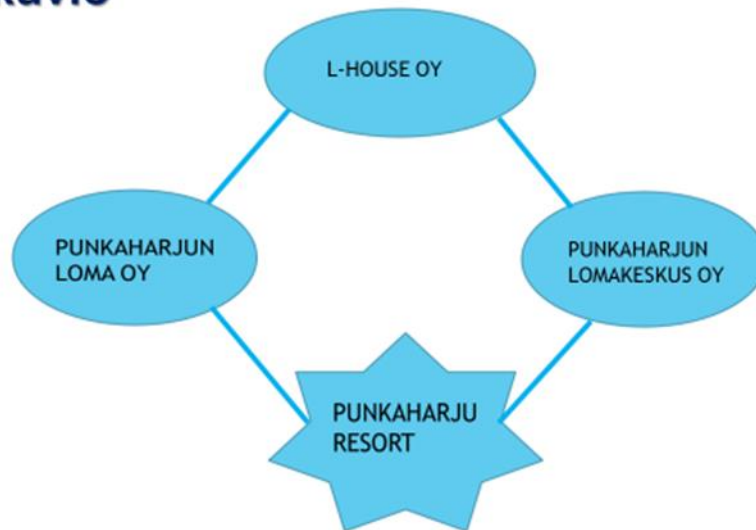
Tutkimus on määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus, jossa pyritään selvittämään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä sekä niiden välisiä riippuvuuksia (Heikkilä 2004, 16–17). Näin ollen saatuja vastauksia voidaan analysoida kuvioden avulla. Otantamenetelmänä käytetään ositettua otantaan, koska Punkaharju Resortin yritysrekisteri on niin laaja ja tämän tutkimuksen kannalta oleellisin on saada vastauksia lähialueen yrityksiltä (Heikkilä 2004, 36–39). Lähialueen yrityksiksi valitaan joukko itäsuomalaisia yrityksiä. Kysely toteutetaan joulukuun alussa.

2 Toimeksiantajan esittely

2.1 L- House ja Punkaharjun Loma Oy

Punkaharjun Loma Oy (kuvio 1) on L-House Oy:n tytäryhtiö ja Punkaharjun Lomakeskus Oy toimii sisaryhtiönä. L-House Oy on keskittynyt kiinteistösijoittamiseen ja jalostamiseen, tämän lisäksi yhtiö panostaa kotimaan lomarakentamiseen sekä matkailun kehittämiseen. L-House Oy on yksityinen yhtiö, jonka pääomistajana toimii Leevi Hakola ja yhtiön pääpaikka toimii Vantaalla. (L-House 2015.)

Yrityskuvio



Kuvio 1. Yrityskuvio (Laukkanen)

L-House Oy omistaa 100 % Punkaharju Loma Oy:stä, joka toimii alueella maanomistajana ja vuokranantajana. Punkaharjun Loma Oy omistaa ravintola Paviljongin, leirintä- ja saunamökit, luhtitalo Topeliuksen sekä huoltorakennukset. Punkaharjun Loma Oy investoi ja kehittää Punkaharju Resortin- lomakeskusaluetta, rakentamalla huviloita sekä majoitus- ja palvelurakennuksia. Punkaharjun Lomakeskus Oy toimii siis operaattoriyhtiönä, jonka tarkoituksena on ylläpitää toimintaa alueella. Punkaharjun Lomakeskus Oy maksaa liikevaihtoon sidonnaista vuokraa Punkaharju Loma Oy:lle. (L-House 2015.)

L-House Oy toimii emoyhtiönä, jonka tytäryhtiönä on Punkaharjun Loma Oy. Punkaharjun Lomakeskus Oy toimii sisaryhtiönä, joka vastaa kaikesta alueen toiminnasta ja ylläpitää liiketoimintaa Punkaharju Resort nimellä. Punkaharju Resort toimii ympärivuotisena lomaviettäpaikkana, joka palvelee myös virkistys- ja juhlatilaisuuksissa. (L-House 2015.)

2.2 Punkaharjun Lomakeskus eli Punkaharju Resort

Punkaharju Resort on yrityksen markkinointinimi, jota käytetään kaikissa yritystä koskevissa markkinoinneissa. Nimi otettiin virallisesti käyttöön tammikuussa 2015 ja se näkyy alueella kaikissa tiekylteissä sekä opastauluissa. Punkaharju

Resortin virallinen yhtiönimi on Punkaharjun Lomakeskus Oy, joka on operaattoriyhtiö. Punkaharjun Lomakeskus Oy omistaa alueella sijaitsevan vesi- ja puuha puisto Kesämaan rakennukset, mutta maksaa maa-alueesta vuokraa Punkaharjun Loma Oy:lle. Punkaharjun Lomakeskus Oy:llä on y-tunnus ja näin ollen se toimii henkilökunnan palkanmaksaja ja kyseistä nimeä käytetään myös kaikissa virallisissa papereissa. (Laukkanen 2015.) Kuvassa 1 on esitelty Punkaharju Resort maantieteellisesti sekä lomakeskuksen kartta.



Kuva 1. Alueen kartta (Punkaharju Resort 2015.)

Alueelle on tehty investointeja aina vuodesta 2007 alkaen, jolloin aloitettiin Kesämaan kunnostus ja ehostus. Vuonna 2010 Punkaharju Resortille siirtyi leirintä-alue sekä majoitustoiminta kokonaisuudessaan. Vuonna 2011 valmistui uusi ravintola Paviljonki, joka palvelee kesäkaudella lounas- ja à la carte- ravintolana sekä sesonkiajan ulkopuolella ravintola toimii tilausravintolana sekä kahvilana. Ravintola Paviljongin välittömään läheisyyteen valmistui seuraavana vuonna Safaritalo, mikä toimii karavaanareiden sekä veneilijöiden huoltorakennuksena sekä välinevuokraus pisteenä. Vuonna 2012 valmistui myös Saimaan huljupuisto, mikä sijaitsee tilaussaunan yhteydessä Saimaan rannalla ja asiakkailta on tilauksesta käytettävissä siellä kolme huljua. Touko-kuussa 2013 valmistui 12 huoneiston luhtitalo Topelius, mikä tarjoaa laadukasta majoitusta tilavissa huoneissa, joissa kaikissa on oma sauna sekä terassi/parveke järvinäköalalla.

Jokaisen huoneisto tyylikästä sisustusta täydentää Johanna Oraksen maalamat taulut. Punkaharju Resort tarjoaa myös erittäin korkeatasoisia huviloita Aurinkorinteellä, joka sijaitsee leirintäalueen takana, rauhallisella alueella aivan Saimaan rannassa. Ensimmäiset huvilat valmistuivat vuonna 2009 ja viimeisimmät tänä vuonna. Punkaharju Resort vuokraa kyseisiä huviloita asiakkaille, mutta asiakkailta on mahdollisuus myös ostaa jo valmiina olevia huviloita tai rannallisia/rannattomia tontteja. Alueen kehittäminen jatkuu edelleen ja suunnitelmissa on kevään 2016 aikana parantaa ja kehittää leirintäaluetta nykyaikaisemmaksi. (Laukanen 2015.)

Punkaharjun Lomakeskuksen palvelut

Palvelukokonaisuus muodostuu ravintolapalveluista, leirintäaluepalveluista, veileilypaikoista, vesi- ja puuhapuisto Kesämaasta sekä alueella sijaitsevista useista välitysmökeistä (Punkaharju Resort 2015). Välitysmökkit ovat yksityisessä omistuksessa ja vuokrattavana Punkaharju Resortin kautta. Jokainen mökki on sisustukseltaan ja tarvikevalikoimaltaan yksilöllinen, osa mökeistä on remontoituja ja osa alkuperäisessä kunnossa. Leirintäalueella on vuokrattavissa yksinkertaisia leirintämökkejä ilman mukavuuksia sekä omalla keittiöllä ja saunalla varustettuja saunamökkejä. Nämä mökit ovat vuokrattavissa ainoastaan kesäkaudella. Enemmän mukavuuksia kaipaavalle on tarjolla ympärivuotista majoitusta luhtitalo Topeliuksessa, jossa on vuokrattavana kuusi kahden hengen ja kuusi neljän hengen viehättävää huonetta omalla saunalla sekä keittiönurkkauksella varusteltuna. Tarjolla on myös tasokkaampaa majoitusta Punkaharju Resortin laidalla Aurinkorinteellä, vuosina 2009- 2015 valmistuneita upeita sekä tyylikkäästi sisusteltuja paritalohuoneistoja. (Punkaharju Resortin kotisivut 2015.)

Ravintola Paviljonki palvelee kesäkaudella päivittäin tarjoten aamiaisen sekä kotiruokalounaan noutopöydästä sekä herkullisia pizzoja ja maittavia a'la carte annoksia. Kesäkauden ulkopuolella ravintola toimii tilausravintolana sekä kahvilana, jossa voi järjestää onnistuneet juhlat tai kokoontumiset. Ravintolalla on A-oikeudet ja Punkaharjun suurimmalla terassilla on mukava nauttia virvokkeita sekä ihailia kauniita maisemia. Ravintola Paviljonkihan sijaitsee aivan Saimaan rannalla, jonka laiturissa on venepaikkoja noin 30 veneelle. Laiturin sekä ravintolan

välittömässä läheisyydessä sijaitsee vuonna 2013 valmistunut huoltorakennus keitto- ja saniteettitiloineen. (Punkaharju Resortin kotisivut 2015.)

Vesi- ja puuhapuisto Kesämaa sijaitsee Punkaharju Resortin piha-alueella. Kesämaa tarjoaa tekemistä koko perheelle, koko päiväksi, myös aivan pienemmille. Lasten suosikkeina ovat erilaiset vesiliukumäet, pomppulinnot, kiipeilykohteet ja polkuautopuisto. Kesälle 2014 Kesämaahan rakennettiin uusi crossipyörärata sekä melontalampi. Alueella on myös auringonottoon varattu tilava alue sekä uusitut sauna- ja pukutilat. Kesämaassa on myös viihtyisä ravintola, jossa tarjoillaan hampurilaisaterioiden lisäksi myös paikallisia tuotteita ja leivonnaisia sekä virvokkeita. Vaihtoehtona hampurilaisaterioille perheet voivat grillaila ja nauttia omia eväitä picnic-alueella. (Punkaharju Resortin kotisivut 2015.)

Vuokrattavana on myös polkupyöriä, kanootteja ja soutuveneiltä. Ravintola Paviljongin etupihalla on mahdollisuus maksutta pelata sekä minigolfia että pöytätennistä. Lomakeskuksen ytimessä sijaitsee myös 8-väyläinen frisbeegolfrata, joka sopii erittäin hyvin lajiin tutustujalle. Alueen upeat maisemat tarjoavat loistavat ulkoilumahdollisuudet niin kesällä kuin talvellakin. Punkaharjulla on yli 30 km latuja ja lähin valaistu latu kulkee Punkaharju Resortin alueella. Retkiluistelua on myös mahdollisuus harrastaa, 15 km pitkä reitti lähtee viereiseltä Matkailukeskus Harjun Portilta, josta voi myös vuokrata luistimet, ja kulkee aivan Punkaharju Resortin rantaviivaa myöden. (Punkaharju Resortin kotisivut 2015.)

3 Matkailuyrityksen tuotekehitys

3.1 Matkailuyritys

Matkailuyrityksellä tarkoitetaan yritystä, jonka tuloista yli puolet tulee matkailusta (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2000, 10). Tällaisen yrityksen pääelinkeinona ja liikeideana on majoituspalveluiden tuottaminen kuluttajille, jolloin yritys tarjoaa alan osaamisen lisäksi huoneet ja sängyt, jossa matkailija konkreettisesti majoittautuu (Komppula & Boxberg 2002, 13). Matkailijalla tarkoitetaan henkilöä, joka tilapäisesti oleskelee koti-, opiskelu- tai työpaikkakuntansa ulkopuolella (Pe-

sonen, Mönkkönen & Hokkanen 2000, 10). Matkailulla tarkoitetaan matkustamista ja olemista vakituisen asuinpaikkakunnan ulkopuolella, joko työn, opiskelun tai vapaa-ajan vuoksi (Silvennoinen, Tahvanainen & Tyrväinen 1997, 14).

Matka voi olla joko omatoiminen tai valmismatka, ja sen kesto voi olla yhdestä vuorokaudesta useaan vuorokauteen. Oli matkalle lähdön syynä mikä tahansa, matkailija tarvitsee tällöin itselleen majoituspaikan sekä palveluita, joita matkailualan yritykset tarjoavat. Tämä majoituspalvelu on yrityksen ydinpalvelu, jonka lisäksi yrityksellä on oltava myös avustavia palveluita, jotka ovat ydinpalvelun käytön kannalta välttämättömiä. Näiden avustavien palveluiden, kuten esimerkiksi vastaanoton lisäksi matkailuyrityksen tulisi tarjota asiakkailleen myös oheispalveluita. Näillä oheispalveluilla tarkoitetaan esimerkiksi ravintolapalveluita. Majoituspalveluita voidaan myös tehostaa lisäpalveluiden, kuten kokous- tai ohjelmajpalveluiden avulla. (Komppula & Boxberg 2002, 13.)

3.2 Tuotekehitys

Tuotekehityksellä tarkoitetaan toimintaa tai prosessia yrityksessä, jonka tarkoituksena on saada markkinoille uusia tuotteita ja palveluita tai parantaa jo olemassa olevia tuotteita ja palveluita. Tuotekehitys on prosessi, jossa kokemuksella sekä tutkimustuloksilla on oleellinen osa. Toisin sanoen ennen uuden tuotteen tai palvelun asettamista markkinoille, yrityksen tulee olla tietoinen tuotteen tai palvelun tarpeesta.

Tuotekehitys perustuu pitkälti vankkaan ammattitaitoon sekä eri alan osaajista muodostuvaan ryhmään ja heidän asiantuntevuuteen. Tuotekehityksen tavoitteena on saada mahdollisimman nopeasti sekä taloudellisesti uusia kilpailukykyisiä tuotteita ja palveluita kuluttajien käyttöön. (Tuotekehitys 2016.) Tuotekehityksessä on kyse kehittymisestä sekä uusiutumisesta, jonka pää ajatuksena on innovaatioiden ja muutosten aikaan saaminen. Uusien tuotteiden ja palveluiden avulla yritys pystyy vastaamaan rajuun kilpailuun alalla kuin alalla.

3.3 Matkailuyrityksen tuotekehitys

Matkailuyrityksen tuotekehityksessä pääpaino on asiakaslähtöisessä ajattelussa. Palvelun tarjoajan on tiedostettava ja tunnistettava asiakkaiden tarpeet sekä motiivit. Matkailualalla tuotekehityksessä on usein kyse jo olemassa olevien tuotteiden tai palveluiden kehittämisestä. Tutkimustulosten avulla yritys kykenee tiedostamaan asiakkaan tarpeet paremmin, jolloin yritys pystyy tarjoamaan kokonaisvaltaista palvelua. Tuotekehityksessä on pitkälti kyse asiakkaan ja tuotteen välisestä vuorovaikutuksesta, jolloin matkailutuotteesta saattaa tulla arvokas kokonaisuus matkailijalle ja hän haluaa sitoutua siihen. Tällainen sitoutunut asiakas tulee uudelleen ja suosittelee kohdetta varmasti myös tuttavilleen. (Borg, Kivi & Partti 2002, 129- 131.)

Matkailuyrityksen tuotekehitys on oltava jatkuvaa, yrityksen on pysyttävä ajan hermoilla ja seurattava mitä kilpailijat tekevät. Yrityksen on kyettävä vastaamaan muutoksien tuomiin haasteisiin ja onnistuneella tuotekehityksellä yritys tulee menestymään. Tuotekehityksen tavoitteena on parantaa yrityksen markkinatilannetta ja saada aikaan lisämyyntiä. Vallitseva kilpailutilanne sekä entistä valveutuneet ja vaativammat asiakkaat ajavat yrityksiä kehittämään heidän tuotteita ja palveluitaan. (Komppula & Boxberg 2002, 92–95.)

3.4 Asiakkaat

Asiakkaan ja heidän tarpeiden sekä odotuksiensa tyydyttäminen on kaiken lähtökohdana matkailuyrityksen liiketoiminnassa. Komppula ja Boxberg mainitsevat Matkailuyrityksen tuotekehitys kirjassaan, *asiakaslähtöisyys on yrityksen toimintaa ohjaava ajattelutapa*. Tällä he tarkoittavat, että yrityksen toiminta-ajatuksessa on otettava huomioon ja tiedostettava asiakkaan halut sekä tarpeet. Matkailuyrityksessä tämä tulee hyvin esille vuorovaikutustilanteissa; palveluhaluna sekä palvelukykyä. Tästä ilmenee hyvin koko yrityksen, henkilökunnasta johtoon, toimintatapa jossa kaikki ovat valmiita ja halukkaita toimimaan asiakkaan edun mukaisesti ja jopa hieman yli.(Komppula & Boxberg, 2002, 66–67.) Näin ollen matkailualan yrityksen on tunnettava potentiaaliset asiakkaat ja kehitettävä toimintaansa heidän ehdoilla (Borg, Kivi & Partti, 2002, 126).

Yrityksen tulisikin tarkastella toimintaansa siitä näkökulmasta, että periaatteessa kaikki asiakkaat tarvitsevat samoja palveluiden tyyppisiä. Olipahan kyseessä työn, vapaa-ajan tai vaikkapa pyhiinvaellusmatkaajat. (Komppula & Boxberg, 2002, 21.) Kuten Tonder kirjassaan *Ideasta kaupalliseksi palveluksi* kirjoittaa: *Kaikkia ei kannata palvella. Menestyvä liiketoiminta edellyttää, että yritys löytää itselleen parhaiten tuottavat asiakasryhmät.* Mikä tarkoittaa, että yrityksen on tehtävä asiakassegmentointia, toisin sanoen lajitella ja vertailla asiakkaita ja poimia markkinoilta omalle yritykselle ne otollisimmat ja potentiaalisimmat segmentit. Tällä voidaan karsia epäsovimmimmat asiakasryhmät, joiden palveleminen saattaisi olla jopa tuhoisaa liiketoiminnan kannalta. (Tonder, 2013, 43.)

3.5 Punkaharju Resortin asiakkaat

Punkaharju Resort on lapsiperheiden kesän yksi suosikkikohteita ja lomakeskuksella onkin haluttu panostaa juuri lapsiperheiden viihtyvyyteen, tarjoamalla monipuolista tekemistä koko perheelle. Vesi- ja puuhapuisto Kesämaa houkuttaa lapsiperheitä lomaviihtoon Punkaharjulle ja se tarjoaa tekemistä koko päiväksi. Myös Kesämaan ravintolassa että ravintola Paviljongissa on otettu lapset huomioon. Paviljongista löytyy lasten oma menu, kotiruuasta hampurilaisaterioihin, unohtamatta herkullisia pizzoja ja Kesämaasta saa hampurilaisaterioiden lisäksi myös paikallisia tuotteita.

Lapsiperheiden lisäksi Punkaharjulla vieraillee myös jonkin verran ulkomaalaisia turisteja, myös paikalliset asukkaat käyttävät Resortin palveluita. Oman osansa tuovat myös välitysmökkien sekä leirintä- ja karavaanarialueen asukkaat. Näiden kohderyhmien lisäksi myös hääparit ja syntymäpäivien viettäjät ovat löytäneet Punkaharju Resortin, mutta nyt halutaankin tehostaa myyntiä ja näin ollen kehittää jo olemassa olevien aktiviteettien rinnalle uusia tuotteita. (Punkaharju Resortin kotisivut 2015.)

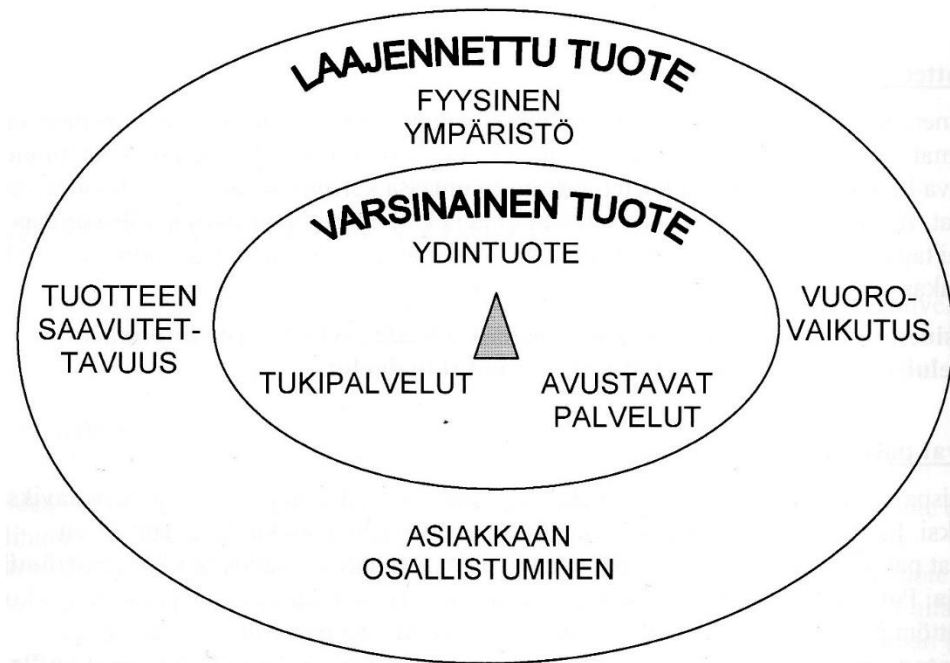
3.6 Palvelutuote

Palvelutuote on aineetonta, jota tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Esimerkkinä voidaan mainita junamatkustaja, joka kuluttaa kuljetuspalvelun tuotetta samaan aikaan kun sitä tuotetaan, eli juna liikkuu paikasta a paikkaan b. Voi-

daankin sanoa, että palvelun kuluttaminen on jonkin tarpeen tyydyttämiseen liittyvä kokemus. Matkailutuotetta ei voida varastoida, patentoida eikä esitellä sellaisenaan valmiina tuotteena, vaan siihen tulee liittyä aineellisia osia, kuten ruokaa, juomaa tai matkamuistoja eli konkreettisia, käsin kosketeltavia tai maisteltavia tuotteita, joita asiakas voi arvioida matkan aikana. (Kompula & Boxberg 2002, 10.) Tällöin kyseisestä matkailutuotteesta on tullut palvelutuote, jossa asiakkaan kokemus ja yrityksen tarjoama palvelu kohtasivat. Palvelun aineettomuus vaikeuttaa tai tekee jopa mahdottomaksi sen palauttamisen eli epäonnistunutta palvelukokemusta ei voida palauttaa asiakkaalle. Palvelun ollessa hyvinkin henkilökohtaista vuorovaikutusta asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä ja palvelukokemusten ollessa yksilöllisiä, on laadun kontrolloiminen äärimmäisen hankalaa. (Kompula & Boxberg 2002, 11.)

Palvelutuotetta voidaan käsittää monimutkaisena palvelutarjontana, mikä koostuu peruspalvelupaketista, saavutettavuudesta, vuorovaikutuksesta sekä asiakkaan osallistumisesta, kuten Grönroos asian ilmaisee kirjassaan. (Grönroos 1990, 239.) Saavutettavuus, vuorovaikutus ja asiakkaanosallistuminen muodostavat peruspaketin kanssa laajennutun palvelutarjonnan, jota tässä opinnäytetyössä en lähde tarkemmin käsittelemään (Grönroos 1991, 105).

Peruspalvelulla tarkoitetaan palvelua, joka täyttää teknisen laadun kriteerit ja johon kuuluu yrityksen ydinpalvelun, lisäksi avustavat- sekä tukipalvelut. Ydinpalvelu (kuva 2) on syy yrityksen markkinoilla oloon ja jotta asiakkaat käyttäisivät ydinpalvelua, on yrityksellä oltava myös avustavia palveluita. Ilman näitä avustavia palveluita, ydinpalvelua ei voi kuluttaa ja palvelutuotteelta putoaa pohja pois. Tukipalvelut eivät ole välttämättömiä, mutta niiden avulla yritys pystyy erottumaan kilpailijoista tai saa aikaan lisämyyntiä. (Grönroos 1990, 103–104.)



Kuva 2. Matkailutuote palvelutuotteen näkökulmasta (Komppula & Boxberg 2002, 14)

Palvelutuotteen on oltava asiakaskeskeinen, siinä on otettava huomioon kaikki asiakkaan kokemat palvelun näkökohdat kuten palveluprosessin toiminnallinen laatu sekä lopputuloksen laatu (Grönroos 1990, 101). Palvelutuotteen kehitys lähtee asiakkaan tarpeista saada palvelutuotteista jokin hyöty tai arvo (Komppula & Boxberg 2002, 21).

3.6.1 Virkistys- ja kokousmatkat

Tässä tutkimuksessa palvelutuotteista tarkastellaan virkistys- ja kokoustuotteita, joilla tarkoitetaan ryhmälle kohdistuvaa matkaa. Näissä palvelukonsepteissa palvelut ovat tarkkaan mietittyjä ja kullekin ryhmälle suunnattuja kokonaisuuksia, jossa on otettu huomioon asiakkaan tarpeet sekä toiveet. Matkailupalvelukokonaisuus koostuu useasta eri osatekijästä kuten majoituspalveluista, ruoka- ja ravintolapalveluista sekä ohjelmapalveluista. Lisäksi näihin voidaan liittää erityispalveluita kuten kokouspalveluita ja erityisryhmille suunnattuja palveluita. (Tonder 2013, 73.)

Virkistysmatkat tai kannustematkat, termi jota Tonderi teoksessaan Ideasta kaupalliseksi palveluksi käyttää. Hän kirjoittaa virkistysmatkojen olevan yritysten

käyttämä henkilökunnan ja yhteistyökumppaneiden palkitsemiskeino. Kannustematkat ovat lähtöisin amerikkalaisesta businessajattelusta, jonka tarkoituksena on kannustaa sekä palkita työntekijä hyvin tehdystä työstä. (Tonder 2013, 74.)

Tonderin mukaan kokousmatkat muistuttavat hyvin paljon virkistysmatkoja, onhan matkoilla sama matkailupalvelukonsepti, jossa kokousmatkat räätälöidään tilaajan tarpeiden mukaan. Erona näiden kahden matkan välillä on, että usein kokousmatkoihin on yhdistetty työntekoa, kun taas virkistysmatkat ovat puhtaasti työntekijän vapaa-aikaa. Tyypillisesti edellä mainittuihin matkapaketteihin kuuluvat majoituksen ja ruokailun lisäksi täydentävät palvelut, kuten ohjelmopalvelut virkistysmatkalaisille ja kokouspalvelut kokousmatkalaisille. Kokouspaketissa oleellisinta on järjestää asiakkaille toimiva ja rauhallinen tila, tarvittavine lisävälineineen. (Tonder 2013, 75.)

3.6.2 Punkaharju Resortin palvelutuotteet ryhmille

Punkaharju Resortin on loistava paikka viettää erilaisia tilaisuuksia. Ravintola Paviljongilta löytyy upeat puitteet viettää häitä, syntymäpäiväjuhlia, muita tapahtumia tai tilaisuuksia taikka järjestää kokous isommallekin ryhmälle. Tällä hetkellä alueella voi pelata Kesämaan metsässä Paintball- värikuulasotaa, pelata leikki-mielistä Kesämaa Games-peliä tai ottaa rapsakat löylyt saunassa sekä nauttia ainutlaatuisesta kylpyläkokemuksesta Saimaan huljupuistossa. Huljupuistossa voi kolmen huljun lisäksi pulahtaa raikkaaseen Saimaaseen, nauttia upeasta järvinäköalasta ja grillata grilliherkkuja. Puistoon voi ottaa omat eväät mukaan ja se on käytettävissä läpi vuoden. Värikuula sotaa voi harrastaa myös läpi vuoden, pakkasraja -10 astetta. Siinä kaksi joukkuetta pelaa vastakkain yrittäen saada haltuunsa lipun keskeltä pelialuetta niin, ettei saa osumaa värikuulasta. Osuman saanut pelaaja siirtyy kannustusjoukkoihin ja muut jatkavat pelaamista, kunnes toinen joukkueista saa lipun haltuunsa ja voittaa pelin. Kesämaa Games tarjoaa lapsenmielistä hauskanpitoa aikuisille, jossa otetaan mittaa toisistaan nopeudessa, taitavuudessa sekä tarkkuudessa. (Punkaharju Resortin kotisivut 2015.)

3.7 Matkailun kausiluonteisuus

Sesongilla tarkoitetaan ajankohtaa tai kautta, jolloin yritys pääsääntöisesti toimii. Toisin sanoen matkailualan yritysten pääpaino on joko kesä- tai talvikautena. Sesonkikohteet ovat myös hyvin riippuvaisia sääoloista, mikä näkyi viime kesänä erittäin hyvin Punkaharjun Lomakeskuksessa. Voidaankin todeta kausiluonteisuuden olevan yksi haastavimmista sekä pahimmista ongelmista matkailualalla (Valtiotalouden tarkastusvirasto 2016). Hiihtokeskusten sesonki ajoittuu lähinnä talvikuukausiin, jolloin matkailijat pääsevät harrastamaan talvilajeja, kuten esimerkiksi hiihtoa ja laskettelua. Kesäsesonki kohteissa matkailijat pääsevät tekemään tai harrastamaan kesälajeja, kuten esimerkiksi veneilyä, kalastusta, aurin gonottoa rannalla tai pelaamaan kesäisiä urheilulajeja. Suomessa kesäsesonki on erittäin lyhyt, koska varsinaisia kesäkuukausia on vain kolme. Pääsesonki useimmilla kesäkohteilla ajoittuu Juhannuksesta heinäkuun loppuun, heinäkuuhan on tunnetusti yleinen lomakuukausi Suomessa. Halmeen (2008) julkaisussa matkailusesongit olivat jaettu kolmeen osaan; huippusesonkiin, matalasesonkiin ja sesongin ulkopuoliseen aikaan (Honkanen 2000,4). Punkaharju Resort on kesäsesonkikohteiden kesä on heidän huippusesonki aikaa, koska heidän kiireisin ajanjakso alkaa Juhannuksesta ja loppuu heinäkuun loppuun. Kuten jo mainitsin, sääolot vaikuttavat oleellisesti kauden pituuteen. Matkailualalla kausiluonteisuus esiintyy eri aikaväleillä ja usein se onkin jaettu kalenterivuoteen, lisäksi juhlapyhät ja loma-ajat vaikuttavat oleellisesti kysyntään, kuten Halme (2008) julkaisussaan kirjoittaa (Toivonen 1999, 129;Lundtorp 2001, 25–28). Ulkomaalaisia turisteja matkustaa Suomeen vielä elokuunkin puolella, koska Euroopassa yleinen lomakuukausi on elokuu. Suomessa suurin osa tapahtumista järjestetään juuri edellä mainittuna ajankohtana ja kesäsesonkikohteille onkin suuri haaste erottautua joukosta ja saada lomailijat tulemaan juuri heidän lomakohteeseen lomalle.

4 Punkaharjun matkailualue

4.1 Toimintaympäristö

Matkailun toimintaympäristöön vaikuttavat useat eri tekijät kuten; sosiaaliset, poliittiset, taloudelliset, teknologiset ja ekologiset tekijät (Pesonen, Mönkkönen,

Hokkanen 2000,14). Toimintaympäristöllä tarkoitetaan kaikkia niitä asioita, jotka vaikuttavat yrityksen toimintaan. Matkailualalla kilpailu on kovaa ja yrityksen on pystyttävä ennakoimaan mahdolliset muutokset sekä reagoimaan niihin.

Tässä opinnäytetyössä käsitellään ainoastaan Punkaharju Resortin maantieteellistä toimintaympäristöä sekä kilpailijoita. Ensin kerrotaan hieman Punkaharju Resortin kilpailijoista, jonka jälkeen paneudutaan tarkemmin Etelä- Savon maakuntaan sekä Savonlinnaan, kaupunkiin, johon Punkaharju liitettiin vuonna 2013 ja lopuksi tarkastellaan hieman Punkaharjun historiaa.

4.2 Kilpailijat

Kysyntään vaikuttavat tekijät liittyvät usein kilpailuun tai kilpailutilanteeseen. Näitä tekijöitä ovat muun muassa markkinoilla olevien yritysten määrä ja niiden liiketoiminta sekä sijainti ja koko. Kilpailuun vaikuttavat myös mielikuva laadusta, tuotteista ja palvelusta. Kilpailutilannetta voidaan kuvata yritysten välisillä suhteilla, jossa kaksi tai useampi yritys kilpailee samoista asiakkaista. Yrityksen on hyvä tiedostaa kilpailijansa sekä heidän tuotteet ja palvelut. Matkailualalla kilpailu on kovaa ja jokainen matkailualan yritys tavoittelee kilpailuetua itselleen.

Matkailu tuotteet ovat yhä enemmän elämyksiä, jolloin jokainen asiakas kokee tuotteen erilaisena. Tällöin markkinoille voi syntyä erilaisia elämystuotteita, jotka kilpailevat perinteisten matkailutuotteiden kanssa ja nämä elämystuotteet voivat tuoda yritykselle kilpailuedun.(Majoitusta maaseudulla.)

HarjunPortti

Punkaharju Resortin välittömässä läheisyydessä sijaitsee Harjun portin Matkailukeskus, joka tarjoaa mökkimajoitusta, kahvila- ja ravintolapalveluita, välinevuokrausta sekä ohjelmalveluita. Matkailukeskuksessa on 18 laadukasta mökki- tai rivitaloasuntoa, jotka ovat ympärivuotisessa käytössä. Ravintola Harjun portti tarjoaa maukasta kotiruokaa lounasbuffeesta tai listalta sekä maittavia burger- annoksia. Matkailukeskuksessa toimii myös välivuokraus piste, josta suosituimpana ovat retkiluistimet. Harju portin rannasta lähtee yksi Suomen pisimpiä (15 kilo-

metriä) retkiluistelureittejä. Talvella 2016 reiteillä on kolme eripituista osuutta, joiden varrella on lukuisia taukopaikkoja sekä Haataansaassa nuotiopaikkaa. (Harjun Portti 2016.)

Kruunupuisto

Punkaharjun Harjualueella sijaitsee myös matkailualan yrityksiä kuten Kruunupuisto, joka tarjoaa laadukkaita hotelli-, ravintola- sekä vapaa-ajan palveluita. Lisäksi heidän palveluvalikoimaansa kuuluvat korkealaatuiset kuntoutuspalvelut sekä terveyslomapaketit. Kruunupuistolla on pitkät perinteet terveyden ja hyvinvoinnin edistämiseksi. Siellä voi majoittautua sata vuotta vanhassa uudistetussa päärakennuksessa tai jungedhuvila Urholan upeissa puitteissa. Kruunupuisto tarjoaa myös energiaa harjuluonnosta kaikkina vuodenaikoina, se on oikea vapaa-ajan paratiisi kuten he itse verkkosivuillaan kirjoittaa. Siellä voi harrastaa vesi- ja kuntoelämyksiä niin sisällä kuin ulkonakin tai nauttia raikkaasta ilmasta puistomaisessa pihapiirissä. (Kruunupuisto 2016.)

Maatilamatkailu Mannila

Harjualueella hieman Kruunupuiston ohi Vaahersalon sillan yli sijaitsee Maatilamatkailu Mannila, joka tarjoaa majoitus- ja ravintolapalveluiden lisäksi maatilaelämyksiä sekä ratsastusmahdollisuuden. Mannilalla on majoitusta moneen maakuun, siellä voi valita hotellitasoisesta huoneesta aina aittahuoneisiin asti tai jos haluaa nukkua teltassa, sekin onnistuu, myös asuntovaunupaikkoja on tarjolla. Maatilan emännän valmistama runsas maalaisaamiainen sisältyy majoitusten hintaan. Ravintola Rantakatissa voi nauttia eteläsavolaisen pitopöydän antimista sekä järjestää yksityis- tai yritystilaisuuksia. Mannila tarjoaa monipuolista ja mielenkiintoista tekemistä ympärivuoden, alueelta löytyy kotieläinpiha, luontopolku, skeittiramppi, jalka- ja lentopallokentät sekä uimaranta. (Maatilamatkailu Mannila 2016.)

4.3 Etelä-Savo

Etelä-Savo on Suomen järvisin ja metsäisin maakunta, sen pinta-alasta neljännes on vettä. Tämä Itä-Suomen lääniin kuuluva maakunta tunnetaan parhaiden

Saimaasta ja sen saaristosta. Maakunnasta löytyy seitsemäntuhannen puhdasvetisen järven lisäksi lukematon määrä pieniä lampia, jokia ja purojakin virtaa viisituhatta kilometriä. (Etelä-Savo 2011, 7.) Asukkaita tässä kolmen kaupungin ja yhdentoista maaseutukunnan alueella on reilu 150 000 ja rantaviivaa on yhteensä yli 30 000 kilometriä, joista jokaista eteläsavolaista kohden on 200 metriä rantaviivaa. Tunnetuin Etelä-Savon asukas lienee Saimaan norppa, maailman uhanalaisin hylje. (Etelä-Savo Saimaan maakunta 2015.) Saimaan norppa on rauhoitettu ja erityisesti suojeltava eläin, jonka valvontaa Metsähallitus on tehostanut. Tällä hetkellä näiden upeiden eläinten kanta on 320 yksilöä. (Saimaannorppa Pusa hispida saimensis 2015.)

Eteläsavolaisten mielestä siellä on hyvä elää, asua ja tehdä työtä. Ruuhkista ei ole tietoaakaan, mutta sitä kaipaaville, pääkaupunkiseudulle on matkaa vain pari tuntia. (Etelä-Savo 2011, 9.) Etelä-Savossa voi asua järvenrannalla omakotitalossa keskellä kaupunkia, kaikkien palveluiden ja vapaa-ajan harrastusten välittömässä läheisyydessä. Etelä-Savo on kaupunkia, taajamaa ja maaseutua, josta jokaiselle löytyy varmasti mieluisa paikka. Tämä Saimaan maakunta on täynnä mahdollisuuksia niin yrittämiselle kuin työntekijöillekin. Tarjolla on edullisia tiloja, osaavaa henkilökuntaa sekä hyvät liikenneyhteydet koko Suomeen tai vaikkapa Pietariin asti ja savolainen ilmapiiri suosii yrittämistä. (Etelä-Savo Saimaan maakunta 2015.) Puhdas luonto, monipuoliset vapaa-ajan vietto mahdollisuudet sekä korkealaatuiset peruspalvelut takaavat kaikkien viihtyvyyden (Etelä-Savo 2011,9).

Etelä-Savossa on vahvaa osaamista; Metsä- ja metalliteollisuus on alueella suuressa roolissa, sijaitseehan UPM:n Euroopan suurin vaneritehdas Mikkelin, Ristiinassa ja yli puolet Suomen vanereista valmistetaan juuri Etelä-Savossa. Piekämäellä sijaitsee VR:n konepaja, jossa valmistetaan vuosittain noin 50-150 uutta tavarajunaa. Tämän lisäksi konepajalla korjataan vanhoja tavaravaunuja, dieselvetureita sekä ratatyökalustoa. (Etelä-Savo Saimaan maakunta 2015.) Elintarviketeollisuudella ja maataloudella on myös merkittävä osa savolaisten arjessa. Mikkelissä toimii maakunnan suurin työnantaja, Karjaportti, joka valmistaa lihajalosteita ja eineksiä. Vihanneksia ja marjoja yrittäjät tuottavat moninkertai-

sesti yli omien tarpeiden. Järvikylän puutarha, Joroisissa tuottaa yli puolet Suomen ruukkukasveista ja sieltä lähteekin päivittäin tuhansia salaatteja ja yrtejä suomalaisiin vähittäiskaappoihin. Pieksämäki on tunnettu myös Moilasen Leipomosta, jolla on pitkä historia perheyrityksenä ja on tänä päivänä yksi Euroopan nykyaikaisimmista leipomoista. (Etelä-Savo 2011,13.) Moilasen Leipomo on valmistanut gluteiinittomia tuotteita jo vuodesta 1985 ja on alan markkinajohtaja. Leipomo toimittaa myös tuotteitaan Suomen rajojen ulkopuolelle mm. Ruotsiin, Norjaa, Hollantiin ja Italiaan.(Moilas 2015.) Palveluala on kuitenkin suurin työllistäjä Etelä- Savossa, se tarjoaa työtä lähes kahdelle kolmesta asukkaasta (Etelä-Savo Saimaan maakunta 2015).

Etelä- Savo on suosittu matkailumaakunta, jossa on toiseksi eniten vapaa-ajan asuntoja Suomessa. (Etelä-Savo Saimaan maakunta 2015.) Kesämökkejä on yli neljäkymmentä tuhatta, lomakyliä ja leirintäalueitakin löytyy tuhansia. Tämä kasvattaaakin usean eteläsavolaisen kunnan asukaslukuja kesäaikana. Maakunnasta löytyy kattava veneily- ja retkisatamien verkosto, useita opastettuja melontareittejä, luonnonsuojelukohteita sekä muutama kansallispuisto. (Etelä-Savo 2011,15.) Talvisin alue tarjoaa mahdollisuuden retkiluisteluun, lumikenkäilyyn, hiihtoon, lasketteluun, moottorikelkkailuun, pilkkiongintaan sekä avantouintiin. Rantasalmi on retkiluistelun ykköspaikka, mikä tarjoaa huikeat retkiluistelureitit talvisissa saaristomaisemissa. (Etelä-Savo Saimaan maakunta 2015.)

Näiden luontoelämyksien lisäksi maakunta tarjoaa lukuisia kulttuurielämyksiä sekä erilaisia tapahtumia. Savonlinnan oopperajuhlien lisäksi voidaan mainita Joroisten musiikkipäivät, Jurassic-Rock Mikkelissä, Sulkavan suursoudut sekä useat museot tai nähtävyydet, kuten Kerimäen puukirkko, Savonlinnan maakuntamuseo, Mikkelin kenkävero tai Valamon luostari. (Etelä-Savo 2011,17.)

Etelä- Savon maakunnassa uskotaan vahvasti myös koulutukseen ja tutkimukseen. Laadukkaan perusopetuksen lisäksi maakunta tarjoaa monipuolisen valikoiman ammattiin johtaviin koulutuksiin kaikilla koulutus asteilla. Mikkelin Ammattikorkeakoulun toimintayksiköt sijaitsevat Mikkelissä, Savonlinnassa ja Pieksämäellä, Pieksämäellä toimii myös Diakonia Ammattikorkeakoulu. *Ammattikorkeakoulun yhteydessä toimii myös Tutkimuskeskus YTI, jossa ratkotaan yhdessä yritysten kanssa teknologisia- ja tuotekehityspulmia.* (Etelä-Savo 2011,19.) Lisäksi

Savonlinnassa toimii Joensuun yliopiston Kansainvälisen viestinnän laitos ja Opettajankoulutuslaitos. Korkeakoulutuksessa pääpaino on erityisesti liiketoiminta- ja yritysosaamisessa sekä pyritään kehittämään tärkeimpien tuotantoalojen kuten matkailun, kulttuurin ja hyvinvointipalveluiden osaamista. (Etelä-Savo 2011,19.) Etelä-Savo tarjoaa myös useita toisen asteen koulutusmahdollisuuksia kuten Etelä-Savon ammattiopisto Mikkelissä, Pieksämäellä ja Juvalla sekä Savonlinnassa Savonlinnan ammatti- ja aikuisopisto. Kuvassa 4 esitellään Etelä-Savon kaikki maakunnat sekä kolme kaupunkia.

Etelä-Savo (kuva 3) turvautuu luontaisiin vahvuuksiinsa ja on antanutkin ensimmäisenä maakuntana Suomessa lupauksen edistää puhdasta teknologiaa, kestävää taloutta ja vihreää kasvua. (Etelä-Savo Saimaan maakunta 2015.) Maakunnan on tarkoitus kehittää teollisuuttaan ja erityisesti ympäristöteknologiaan pohjautuvaa yritystoimintaa sekä edistää luonnonmukaista elintarviketaloutta. Tavoitteena on myös parantaa matkailu-, kulttuuri- sekä hyvinvointipalveluita. *Osaamisen vahvistaminen ja aktiivinen elinkeinojen kehitystyö ovat tie hyvään eteläsavolaiseen huomiseen.* (Etelä-Savo 2011,21.)



Kuva 3. Etelä-Savon sijainti (Pohjola Norden 2015.)



Kuva 4. Etelä-Savon kunnat (Etelä-Savo, Saimaan maakunta 2015.)

4.4 Savonlinna

Saimaan helmi sijaitsee vesistöjen kainalossa Etelä- Savon maakunnassa ja kuuluu Itä- Suomen lääniin. Savonlinna täytti vuonna 2014 375 vuotta ja se on perustettu Ruotsin Kruunun ja Novgorodin sotaiselle rajalle Olavinlinnan viereen. *Sodista paljon kärsinyt kaupunki alkoi autonomian aikana kehittyä kukoistavaksi kaupun, matkailun ja teollisuuden keskittymäksi* kirjoittaa Laamanen teoksessa Savonlinnan seudun yrityskirja. (Laamanen, 2014,9.)

Kaupungin kehittyminen alkoi 1900-luvun alussa kun Olavin kylpylaitos ja saha-teollisuus käynnistyivät. Rautateiden rakentaminen sekä Saimaan kanavan aukaiseminen vaikuttivat myös omalta osaltaan Savonlinnan kehitykseen ja toivat tullessaan teollisuutta kaupunkiin. (Savonlinna Saimaan helmi 2006, 6.) Muun muassa konepajateollisuus sai tuolloin alkunsa Savonlinnan Lypsniemessä, jolloin Enso Gutzeit Oy perusti uittolaivastonsa. Samoihin aikoihin paikalliset liikemiehet perustivat Konetehdas Oy:n, jonka tarkoituksena oli huoltaa ja korjata uittolaivaston hinaajia. Sittemmin koko konepaja on sulautettu Enso Gutzeittiin ja tuotanto on laajentunut käsittämään myös kaivos- ja kemianteollisuuden laitteita ja jätevesien puhdistuslaitteita.

Yritys on ollut yksi merkittävimmistä työllistäjistä Savonlinnassa. Ahlström osti vuonna 1987 Ensolta Savonlinnan konepajatoiminnat ja oli halukas panostamaan konepajatoimintaa. Yhtiö investoikin suuria summia rahaa ja palkkasi lisää henkilökuntaa. Vuonna 2002 Ahlström kuitenkin myi yrityksen itävaltalaiselle Andritzille, joka jätti Savonlinnan Lypsyniemeen ainoastaan valmistuksen ja huoltoliiketoiminnan. Huoltoliiketoiminta kuitenkin kasvoi ja sen pääkonttori sijaitsee edelleen Savonlinnassa. Valmistuksesta muodostettiin oma yhtiö vuonna 2004, Savonlinna Works, mikä muodostaa tänä päivänäkin merkittävän osan Andritzin liiketoiminnasta. (Laamanen, 2014, 23.)

Savonlinna on vilkas kesäkaupunki, jossa matkailulla sekä kulttuurilla on vankka pohja. Savonlinna lukeutuukin Suomen kymmenen vanhimman kaupungin joukkoon. Saimaan järviolue, kaunis luonto, sisävesiliikenne, kulttuuri sekä upeat nähtävyydet ovat houkuttelleet matkailijoita alueelle yli vuosisadan ajan. (Savonlinna 2015.) Viimeisimmän kuntaliitoksen myötä 2013, Savonlinnan laajentuessa Kerimäelle ja Punkaharjulle asti, upeat nähtävyydet lisääntyivät. Ei voi olla mainitsematta Kerimäen upeaa, maailman suurinta puukirkkoa eikä Punkaharjun mahtavia harjumaisemia, unohtamatta Johanna Oraksen taidekartanoa, Metsä-museo Lustoa.

Savonlinnassa on vahvan yritystoiminnan lisäksi myös erinomaiset opiskelu mahdollisuudet. Siellä opiskeleekin noin parituhatta opiskelijaa yliopisto- ja ammattikorkeakoulujen (kampukset) lisäksi myös ammatillisissa koulutuksissa. Koulutautua voi myös Tanhuvaaran urheiluopistossa, kristillisessä opistossa, taideluki-ossa tai musiikkiakatemiassa. (Savonlinna - Saimaan helmi 2006, 6-7.)

Savonlinnan kaupunginjohtaja Janne Laineen mukaan seudulla on vahva imago hyvän elämän seutuna, mutta haastavana on saada matkailusezonki ympärivuotiseksi sekä enemmän kansainvälisemmäksi. Syys- ja talvikulttuuritapahtumien sekä ohjelmalveluita tulisi kehittää sekä rakentaa yhteistyötä Venäjän kanssa, hänen mielestään nämä ovat avainasioita kehitettäessä matkailuelinkeinoa eteenpäin. (Savonlinna - Saimaan helmi 2006, 6-7.)

Savonlinna tunnetaan ehkä parhaiten Olavinlinnasta, jossa järjestetään vuosittain aina heinäkuussa kansainvälisestikin tunnetut Oopperajuhlat. Nämä juhl

ovat tunnetuin kulttuuritapahtuma Suomessa sekä yksi merkittävimmistä matkailukohteista. Tänä vuonna juhlien teemana on italialainen ooppera ja juhlat järjestetään 8.7 – 6.8.2016. Ensimmäiset oopperajuhlat järjestettiin Aino Ackteen toimesta kesällä 1912, ja tapahtuma on kasvanut vuosien saatossa. Nykyään vuosittainen kävijämäärä on noin 60 000, joista 10 prosenttia on ulkomaalaisia. (Savonlinnan Oopperajuhlat 2016.)

Oopperajuhlat vaikuttavat niin Savonlinnan kun lähialueidenkin yritysten toimintaa positiivisella tavalla. Kotimaiset lomailijat sekä turistit värittävät kuukauden ajan Savonlinnan elämää ja alueella järjestetään juhlien aikana myös paljon oheistapahtumia. Oopperajuhlilla on myös työllistävä vaikutus, he palkkaavat useita kausityöläisiä sekä tekevät yhteistyötä paikallisten urheiluseurojen sekä oppilaitosten kanssa. Oopperajuhlat ja sen yleisö tuovat suuren taloudellisen hyödyn alueelle sekä sen yrityksille, koska valtaosa vierailijoista yöpyvät alueella vähintään yhden yön. Myös juhlien taitelijat vaikuttavat omalta osaltaan alueen talouteen, viipymällä useita viikkoja osa jopa kuukauden Savonlinnassa ja näin ollen jättävät euronsa paikkakunnalle. (Mikkonen & Pasanen 2009.)

4.5 Punkaharju

Punkaharju sijaitsee entisen Punkaharjun kunnan alueella Etelä- Savossa, valtatie 14 varrella ja on ollut vuodesta 2013 osa Savonlinnan kaupunkia. Punkaharju on perustettu vuonna 1924 ja asukkaita Punkaharjulla oli lakkauttamishetkellä vajaa 4000. Se on tunnettu upeista maisemistaan ja ympäröivistä vesistä, mikä erottaa Saimaan Puruveden ja Pihlajaveden toisistaan. Savonlinnan rata kulkee Punkaharjun kautta, jonka varrella on myös Luston asema sekä Retretin seisake. (Punkaharju Savonlinna Finland 2015.)

Punkaharju on yksi arvokkaimpia kansallismaisemiamme, joka on luonnonkauniiden maisemien ansiosta tullut tunnetuksi myös kansainvälisenä matkailukohteena. Harjualueella on geologista historiaa jo 10 000 vuoden takaa, jolloin jääkausi päättyi. Jääkauden jättämiä jälkiä ovat mm. siirtolohkareet, jotka ovat saattaneet kulkeutua jäätikön mukana pitkiäkin matkoja nykyisille paikoilleen. Jääkauden loputtua Itä-Suomen alueelle levisi myös ihmisasutusta, jotka saivat elantonsa metsästyksestä ja kalastuksesta. (Punkaharjun historia 2015.)

Venäläiset rakensivat vuonna 1743 ensimmäisen maantien harjualueelle, koska lyhin reitti Pietarista Savonlinnaan kulki Punkaharjun kautta. Vuonna 1803 Venäjän keisari Aleksanteri 1 tuli tutustumaan suuriruhtinaskunnan oloihin, jolloin hän määräsi hakkuiden loppumisesta harjualueella, jotta havu- ja lehtipuista kasvava puisto muodostaisi suojan jyrkänteille tieltä suistumista vastaan. Maantien oli paikoin erittäin kapea sekä jyrkkä ja tällä määräyksellä Aleksanteri 1 halusi turvata sotajoukkojen kulkua. Voidaankin todeta, että tällä määräyksellä on ollut myönteinen vaikutus Punkaharjun luontoon ja maisemaan. (Punkaharjun luonnonsuojelu yhdistys 1997, 8.) Harjutie, jota nykyään voidaan kutsua museotieksi, sai päällysteen 1950-luvulla ja ohikulkutie valmistu vuonna 1976. Vuonna 1842 Punkaharjulla otettiin ensimmäiset askeleet kohti luontomatkailukohdetta, kun luontoalueiden suunnitelmat esiteltiin keisarille ja alue rajattiin kruunupuistoksi. (Punkaharjun luonnonsuojelu yhdistys 1997, 11.) Punkaharju onkin yksi maailman vanhimmista luonnonsuojelualueista. *Alueen hallinnointi siirtyi Metsäntutkimuslaitokselta Metsähallitukselle vuoden 2008 alussa.* (Punkaharjun historia 2015.)

Punkaharjun harju alueella sijaitsee useita vanhoja rakennuksia, joita on vuosien saatossa entisöity sekä alkuperäinen käyttötarkoituksin on muuttunut. Punkaharjun Valtionhotelli rakennettiin vuonna 1845 metsänvartijan asumukseksi. Sen suunnitteli saksalaissyntyinen arkkitehti E.B. Lohrmann. Rakennusta on laajennettu useaan otteeseen ja se toimii edelleen Suomen vanhimpana majoitusliikkeenä. Vuonna 1914 valmistui modernimpi hotelli Finlandia, jonka suunnittelivat suomalaiset arkkitehdit Walter ja Ivan Thomen. Hotelli ehti toimia vain puolitoista viikkoa ennen ensimmäistä maailmansotaa. Hotellitoiminta jatkui kuitenkin aina vuoteen 1935 saakka, jolloin Finlandia pakkohuutokaupattiin ja se siirtyi valtion omistukseen. Talvisodan aikana hotelli toimi sotasairaalana ja myöhemmin sotilaiden kuntoutuskeskuksena. Sotien jälkeen hotelli toiminta oli vaihtelevaa ja vuonna 1981 se siirtyi kaikkine talousrakennuksineen jälleen valtiolle. Nykyisestä toiminnasta vastaa Kruunupuisto ja se toimii vanhusten hoivakotina. (Punkaharjun historia 2015.)

Punkaharjun asemarakennuksen suunnitteli suomalainen arkkitehti Bruno Granholm. Punkaharjun aseman nimellä ennen tunnettu rakennus valmistui vuonna

1906, joka poikkeaa muista samaan aikaan rakennetuista asemarakennuksista näyttävyyden ja komeutensa takia. Nykyisin seisake tunnetaan nimellä Lusto, joka on nimetty vuonna 1994 perustetun Suomen metsämuseo ja metsäntietokeskus Luston mukaan. (Punkaharjun historia 2015.) Nimi Lusto tarkoittaa puun vuosirengasta, josta arkkitehdit Rainer Mahlamäki ja Ilmari Lahdelma saivat idean suunnitella pyöreän, puunkantoa muistuttavan rakennuksen. Rakennuksen runko on betonia, mutta pinnoissa on käytetty hyvin paljon myös eri puulajeja. (Luston kotisivut.)

Vuonna 1892 lääkäriseura Duodecim perusti Osakeyhtiö Keuhkotautisten Parantolan, jolle keisarillinen senaatti myönsi maa-alueet Punkaharjulta parantolan rakentamiseksi. Vuonna 1903 Takaharjun parantola avattiin ja siellä hoidettiin mm. tuberkuloosipotilaita erittäin hyvin tuloksin. Sota-aikana parantola otettiin kenttä-sairaala käyttöön, jossa toimi myös kirurginen osasto. Tunnetuin potilas lienee ollut majuri Adolf Ehnrooth, jota itse marsalkka Mannerheim kävi tervehtimässä. (Punkaharjun historia 2015.) Vuonna 1966 Fysioterapia-liitto ry vuokrasi parantolan rakennukset käyttöönsä ja aloitti kuntoutustoiminnan sekä laati saneerausohjelman. Ensimmäinen saneeraus valmistui vuonna 1969, jolloin Punkaharjun Kuntoutuslaitos- nimi otettiin myös käyttöön. Toisen saneerauksen yhteydessä vuonna 1975 nimi vaihtui Punkaharjun Kuntoutussairaalaksi. 1980- luvulla valmistui useita uusia rakennuksia alueelle ja 1990- ja 2000-luvulla kaikkia tiloja on peruskorjattu sekä laajennettu. Sittemmin nimi on vaihtunut ensin Kuntoutuskeskukseksi ja vuonna 2003 Kruunupuistoksi- Punkaharjun kuntokeskus, samalla alueen kaikki rakennukset siirtyivät säätiön omistukseen. Tänä päivänä Kruunupuisto tarjoaa asiakkailleen ravintola-, kylpylä-, majoitus- sekä liikuntapalveluita. (Kruunupuisto 2015.)

Punkaharjulla Luston välittömässä läheisyydessä sijaitsee Puulajipuisto, jossa on tällä hetkellä 134 eri lajia ja erikoismuotoa. Puistoa hallinnoi Metsähallitus ja sen hoidosta vastaa Metla (Metsäntutkimuslaitos). Puulajipuiston uudistaminen sekä kehittäminen alkoivat 1990- luvun alussa ja jatkuvat edelleen. Tarkoituksena on koota puistoon kaikki havupuulajit, joiden voidaan odottavan menestyvän Punkaharjun olosuhteissa. Lisäksi Metlan tavoitteena on esitellä entistä laajemmin saman lajin eri alkuperiä ja erikoismuotoja. Puulajipuistossa voi vapaasti tutustua

eri lajeihin opastaulujen avulla. Alueella on paljon eripituisia ja erilaisia ulkoilureittejä, joihin voi tutustua esimerkiksi Metlan verkkosivujen kautta. (Punkaharjun puulajipuistot ja metsät 2014.)

5 Ryhmätuotteiden kehittäminen Punkaharju Resortille kysely

5.1 Perustiedot

Tässä osiossa vastaajilta kysyttiin heidän yrityksen taustatietoja kuten, yrityksen kokoa ja missä yritys sijaitsee sekä onko yritys järjestänyt henkilökunnalle virkistys- tai kokousmatkoja tai onko yritys ylipäänsä kiinnostunut järjestämään virkistys- ja/tai kokousmatkoja. Mikäli vastaaja ei ollut kiinnostunut järjestämään mitään matkoja, siirtyi kysely suoraan viimeiselle sivulle, jossa vastaajan oli mahdollisuus jättää ruusuja, risuja tai ehdotuksia sekä jättää halutessaan yhteistiedot arvontaa varten. Mikäli vastaaja oli kiinnostunut järjestämään ainoastaan virkistysmatkoja, siirtyi kysely virkistysmatkaosioon ja vastaaja vastasi ainoastaan tähän osioon, jos taas vastaaja oli kiinnostunut pelkästään kokousmatkoista, siirtyi kysely suoraan kokousmatkaosioon, eikä vastaaja nähnyt lainkaan virkistysmatkoja koskevia kysymyksiä. Mikäli vastaaja oli kiinnostunut molemmista, tuli hänen vastata kyselyn kaikkiin kysymyksiin.

5.2 Virkistysmatkat

Virkistysmatkaosion ensimmäinen kysymys koski ajankohtaa, milloin olisi paras vaihtoehto järjestää virkistysmatka; keväällä, kesällä, syksyllä vai talvella. Seuraavaksi tiedusteltiin vastaajilta heidän mielestään sopivia aktiviteettejä virkistyspäivän viettoon. Vaihtoehtoina olivat extreme-aktiviteetit, joista vastaaja pystyi valitsemaan jonkin seuraavista; paintball- värikuulasota, mönkijäsafari, sumopaini tai moottorikelkkasafari. Toisena vaihtoehtona olivat leikkimieliset kisailut, jossa valittavana olivat nopeuden-, älyn- tai kestävyys- testaus tai kaikkien yllämainittujen testaaminen. Kolmantena olivat omatoimiset aktiviteetit, joissa vaihtoehtoina olivat minigolf, frisbee golf, beach- volley (rantalentopallo) tai retki- luistelu. Neljäs vaihtoehto oli ohjattu liikunta, josta vastaaja sai valita joko lumi-

kenkä- tai sauvakävelyretket, pyöräretket tai patikoinnin. Viides kohta liittyi vesistöön ja valittavana oli kalastus, teemallinen veneretki, kirkkovenesoutu, vesijettisafari tai norppasafari. Kuudennessa kohdassa vaihtoehtona oli rentoutuminen joko paljussa, porealtaassa tai rentoutumisharjoituksia, kuten jooga. Viimeinen kohta liittyi makuelämyksiin, jossa vastaaja sai valita viinien maistelua, oluiden maistelua tai leivontaa, kuten macaronsien (mantelileivos) tai kuppikakkujen tekoa. Jokaisen kohdan lopussa oli mahdollisuus ehdottaa omaa ehdotusta virkistyspäivän aktiviteetiksi, ja kaikkiin edellä mainittuihin kohtiin vastaaja sai valita useamman kohdan. Aktiviteettiosion jälkeen kysyttiin; mikä seuraavista vaihtoehdoista tulisi myös sisältyä virkistyspäivän viettoon; lounas, päiväkahvi, illallinen, sauna, viihdeohjelma tai jokin muu vaihtoehto. Tämän jälkeen haluttiin tietää millainen viihdeohjelma kiinnostaa vastaajaa ja valittavana oli bändi, orkesteri, karaoke, dj tai jokin muu. Lopuksi tiedusteltiin mikä olisi sopiva kesto virkistyspäivälle ja kuinka paljon yritys olisi valmis maksamaan virkistyspäivänpaketista henkilöä kohden. Vaihtoehtoina kestoon olivat puolipäiväinen (6h), kokopäiväinen (12h), yön yli kestävä (24h) tai mahdollisesti jokin muu kesto. Hinta vaihtoehdot olivat alle 50€, 51- 100€, 101- 150 €, yli 151€ tai jokin muu summa.

5.3 Kokousmatkat

Kokousmatka osion ensimmäinen kysymys oli; onko yritys kiinnostunut järjestämään jonkin seuraavista; kokouksen, kokouksen, joka sisältää myös muuta toimintaa tai ei kiinnostusta järjestää kokousta. Mikäli vastaaja valitsi, ettei ole kiinnostunut järjestämään kokousta lainkaan, siirtyi kysely suoraan viimeiselle sivulle, jossa oli mahdollisuus jättää ruusuja, risuja tai ehdotuksia sekä yhteystiedot arvontaa varten. Mikäli vastaaja oli kiinnostunut järjestämään pelkän kokouksen, siirtyi kysely kokousmatkojen toiseen osioon, jossa tiedusteltiin mitkä seuraavista vaihtoehdoista tulisi vastaajan mielestä sisältyä kokouspakettiin; lounas, päiväkahvi, illallinen, sauna, viihdeohjelma tai jokin muu vaihtoehto. Seuraavaksi haluttiin tietää millainen viihdeohjelma vastaajaa kiinnostaa; bändi, orkesteri, karaoke, dj tai jokin muu vaihtoehto. Tämän jälkeen tiedusteltiin sopivaa kestoa kokouspäivälle, vaihtoehtoina olivat puolipäiväinen (6h), kokopäiväinen (12h), yön yli kestävä (24h) tai jokin muu kesto. Toiseksi viimeinen kysymys koski hintaa, eli kuinka paljon yritys olisi valmis maksamaan henkilöä kohden kokouspaketista

alle 50€, 51- 100€, 101- 150€, yli 151€ tai jokin muu summa. Lopuksi kysyttiin sopivaa ajankohtaa kokouspaketin järjestämiseksi ja vaihtoehtoina olivat kevät, kesä, syksy tai talvi. Mikäli vastaaja oli kiinnostunut järjestämään kokouksen, joka sisältää myös muuta toimintaa, hänen tuli vastata edellä mainittujen kohtien lisäksi myös aktiviteettiosioon. Tässä osiossa kysyttiin ryhmähenkeä nostattavien aktiviteettien kiinnostuksesta. Ensimmäinen kohta koski ohjattua liikuntaa, jossa vaihtoehtoina olivat lumikenkä- tai sauvakävely, pyöräretket tai patikointi. Toinen kohta liittyi rentoutumiseen joko paljussa, porealtaassa tai rentoutumisharjoituksia, kuten jooga. Kolmantena kohtana olivat omatoimiset aktiviteetit, jossa valittavana olivat minigolf, frisbee golf, beach- volley (rantalentopallo) tai retkiluistelu. Seuraavana tiedusteltiin kiinnostusta leikkimielisiin kisailuihin, jossa testataan nopeutta, älyä tai kestävyyttä tai kaikkia edellä mainittuja. Viides kohta liittyi makuelämyksiin, kysyttiin onko vastaaja kiinnostunut viinien maistelusta, oluiden maistelusta tai leivonnasta, kuten macaronsien (mantelileivos) tai kuppikakkujen tekemisestä. Seuraavaksi haluttiin tietää onko yritys kiinnostunut kalastuksesta, teemallisesta veneretkestä, kirkkovenesoudusta, vesijettisafarista tai norppasafarista. Viimeisenä vaihtoehtona olivat extreme-aktiviteetit ja valittavana olivat paintball- värikuulasota, sumopaini, mönkijäsafari tai moottorikelkkasafari. Kaikissa kohdissa viimeisenä kohtana oli muu, mikä- vaihtoehto, jotta vastaaja pystyi halutessaan ehdottamaan omaa ehdotusta ryhmähenkeä nostattavaksi aktiviteetiksi. Vastaaja sai myös valita vaihtoehdoista useamman kohdan, jos mielenkiintoisia aktiviteettejä oli enemmänkin.

6 Kyselyn tutkimusmenetelmä, tulokset sekä niiden analysointi

6.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus on kvantitatiivinen eli määrällinen- tai tilastollinen tutkimus, jossa aineisto edustaa tilastollisesti perusjoukkoa. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin; *mikä, missä, kuinka paljon, kuinka usein*. Tilastollisella tutkimuksella pyritään selvittämään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä sekä niiden välisiä riippuvuuksia. (Heikkilä 2004, 16–17.) Saatuja vastauksia voidaan näin ollen analysoida sekä havainnollistaa taulukoiden ja kuvioiden avulla.

Määrällinen tutkimus valikoituu tähän opinnäytetyöhön, koska kysely toteutetaan sähköposti- ja verkkokyselynä, jossa populaationa eli perusjoukkona on Punkaharjun Resortin yritysrekisterissä olevat yritykset. Perusjoukolla tarkoitetaan sitä tutkimuksen kohdetta, josta tietoa halutaan kerätä. Tutkimus on osatutkimus eli otantatutkimus, koska perusjoukosta valikoituu osajoukko eli otos. Tämän perusjoukon osana, olivat ne 1056 yritystä, jolle kysely lähetettiin. (Heikkilä 2004, 14,34.) Otantamenetelmänä tässä tutkimuksessa oli ositettu otanta, koska Punkaharju Resortin yritysrekisteri oli niin laaja ja ulottautui Hangosta Ivaloon, niin tämän tutkimuksen kannalta oleellisinta oli saada vastauksia lähialueen yrityksiltä. (Heikkilä 204, 36–39.) Yritykset valikoituivat kyselyyn kahdessa osassa, koska joulukuussa 2015 suoritettu ensimmäinen kysely tuotti vain 18 vastausta, joten päätimme yhdessä toimitusjohtaja Sini Laukkasen kanssa toteuttaa uuden kyselyn tammikuussa 2016. Joulukuussa 2015 kyselyitä lähetettiin 491 ja 2016 tammikuussa 563 kappaletta. Nämä 1056 Itäsuomalaista yritystä valitsin systemaattisella eli tasavälisellä otannalla niin, että joulukuussa valitsin yritysrekisteristä ensimmäiset 250 osoitetta sekä rekisterin lopusta 241 osoitetta (Heikkilä 204, 36). Tammikuussa kysely lähetettiin saman yritysrekisterin puolivälissä oleville 563 yrityksille ja näille yrityksille lähetin saatekirjeen, josta oli suora linkki kyselyyn. Itäsuomalaisilla yrityksillä tässä tarkoitetaan kaikkia niitä yrityksiä, joiden toimipaikka sijaitsee joko Pohjois- ja Etelä- Karjalassa tai Pohjois- ja Etelä-Savossa. Kyselyn toinen osa ei myöskään tuottanut toivottua tulosta, vastauksia tuli ainoastaan kahdeksan lisää. Kokonaisvastausmäärä on näin ollen ainoastaan 26 kappaletta, jolloin vastausprosentiksi jää vajaa 2,5 prosenttia.

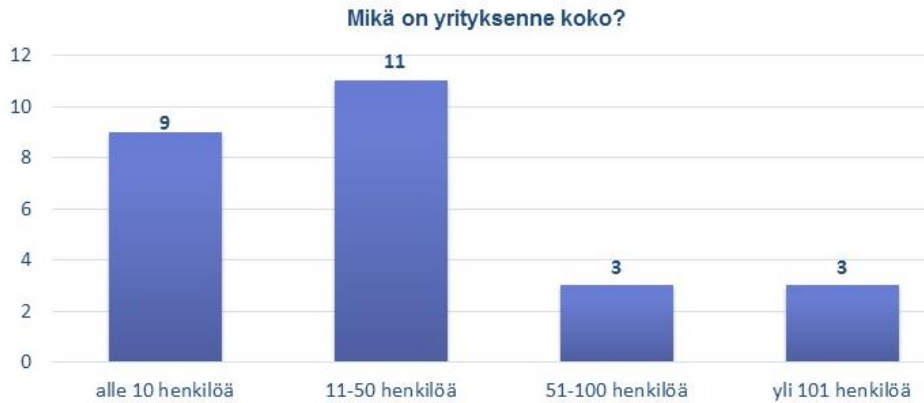
Kysely toteutettiin Webropol- kyselytutkimustyökalulla. Webropol on Pohjoismaiden käytetyin kyselytyökalu, jonka avulla luodaan tarvittava kysely valmiille kyselypohjille. Tämän ohjelman avulla yritys tavoittaa asiakkaansa tehokkaasti ja asiakas voi vastata kyselyyn älypuhelimella, tietokoneella tai tabletilla. Webropol auttaa tiedon raportoinnissa ja toimii vuorovaikutuksessa Microsoft Office- työkalujen kanssa. (Webropol 2015.) Tutkimuskysely lähetettiin 1056 yritykselle, jotka valikoituivat Punkaharju Resortin toimitusjohtaja Sini Laukkasen yritysrekisteristä. Lisäksi kyselyyn oli mahdollisuus vastata Punkaharju Resort verkkosivuilla, jossa kysely oli avoinna kahden viikon ajan.

Toimeksiantaja halusi parantaa hiljaisten aikojen myyntiä ja toimitusjohtaja Laukasen tavoitteena oli kehittää ryhmätuotteita, joita hän voisi tarjota yrityksille virkistys- ja kokoustarjouspyyntöjen ohessa ja sitä kautta saada asiakkaat tulemaan Punkaharju Resorttiin sekä viihtymään siellä hieman pidempään. Virkistys- ja kokousmatkojen tavoitteet ja tarpeet ovat erilaisia, joten saadakseni yksityiskohtaisemmat tiedot palveluista sekä tuotteista, joita yritykset haluavat virkistys- ja/tai kokousmatkoilla jaoin kyselyn kahteen osaan. Kyselyn alussa oli perustietoa osio, jossa tiedusteltiin yrityksen kokoa ja sijaintia sekä onko yritys kiinnostunut järjestämään virkistys- ja/tai kokousmatkoja. Kysely eteni vastausten mukaan eli, jos yritys oli kiinnostunut järjestämään sekä virkistys- että kokousmatkoja hän vastasi kyselyn kaikkiin kysymyksiin, jos yritys oli kiinnostunut ainoastaan toisesta, hän vastasi ainoastaan siihen liittyviin kysymyksiin. Mikäli yritys ei ollut kiinnostunut järjestämään minkäänlaisia matkoja, hänen ei tarvinnut vastata kysymyksiin lainkaan vaan hän pystyi menemään suoraan viimeiselle sivulle, jossa oli ruusuja/risuja osio sekä laatikko yhteystiedoille, mikäli vastaaja halusi osallistua Punkaharju Resortin 200 euron arvoisen lahjakortin arvontaan. Kummassakin osiossa kysyttiin yrityksen mielestä parasta ajankohtaa järjestää matka, millaisista aktiviteeteistä yritys olisi kiinnostunut, mitä muuta matkapaketin tulisi sisältää; ruokailua, juomia, viihdeohjelmia sekä mikä olisi virkistys- tai kokousmatkan sopiva kesto ja kuinka paljon yritys olisi valmis maksamaan kyseisestä paketista.

6.2 Kyselyn tulokset

Kysely toteutettiin kahdessa osassa, koska joulukuussa lähetettyihin kyselyihin ei saatu riittävästi vastauksia. Joulukuussa vastauksia saatiin 18 kappaletta ja tammikuussa 2016 lähetettyihin kyselyihin vastauksia tuli 8 kappaletta, joten yhteensä vastauksia saatiin 26 kappaletta. Vastausten määrä oli huomattavasti odotettua alhaisempi.

Ensimmäinen kysymys koski yrityksen kokoa. Vastaajista kaikki 26 vastasivat tähän kysymykseen ja jakauman voi todeta kuviosta 2. Alle kymmen hengen yrityksiä oli 9 kappaletta, 11–50 hengen yrityksiä oli 11 kappaletta, 51- 100 hengen yrityksiä oli 3 kappaletta ja yli 100 yrityksiä oli 3 kappaletta.



Kuvio 2. Yrityksen koko

Sijaintiin koskevaan kysymykseen vastasivat myös kaikki 26 vastaajaa. Kuviosta 3 voi huomata, että 14 yritystä sijaitsi Etelä- Savossa, 11 yritystä sijaitsi Etelä- Karjalassa ja yksi yritys sijaitsi Pohjois- Karjalassa.



Kuvio 3. Yrityksen sijainti

Vastaajista kaikki 26 kappaletta vastasivat kysymykseen; Järjestääkö yrityksenne tällä hetkellä henkilökunnalle jotakin seuraavista vaihtoehdoista ja vastaajan oli mahdollisuus valita myös molemmat vaihtoehdot, mikäli yritys järjestää sekä virkistys- että kokousmatkoja. 10 yritystä järjesti virkistysmatkoja henkilökunnalleen, kuusi yritystä järjesti kokousmatkoja ja vastaajista 16 yritystä ei järjestänyt matkoja lainkaan, jonka voi todeta pylväskuviosta 4.



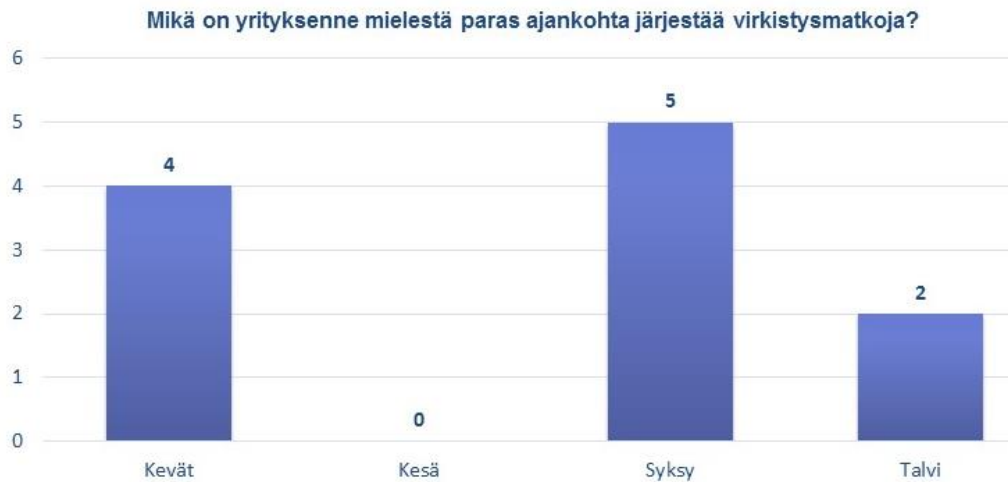
Kuvio 4. Virkistys- ja kokousmatkat

Neljänteen kysymykseen, olisiko yritys kiinnostunut järjestämään jotakin seuraavista, vastasivat kaikki 26 vastaajaa. Kuviosta 5 huomataan, että seitsemän yritystä oli kiinnostunut järjestämään virkistysmatkan ja yksi yritys kokousmatkan. Neljä yritystä oli kiinnostunut järjestämään molempia matkoja ja 14 yrityksellä ei ollut kiinnostusta järjestää matkoja lainkaan.



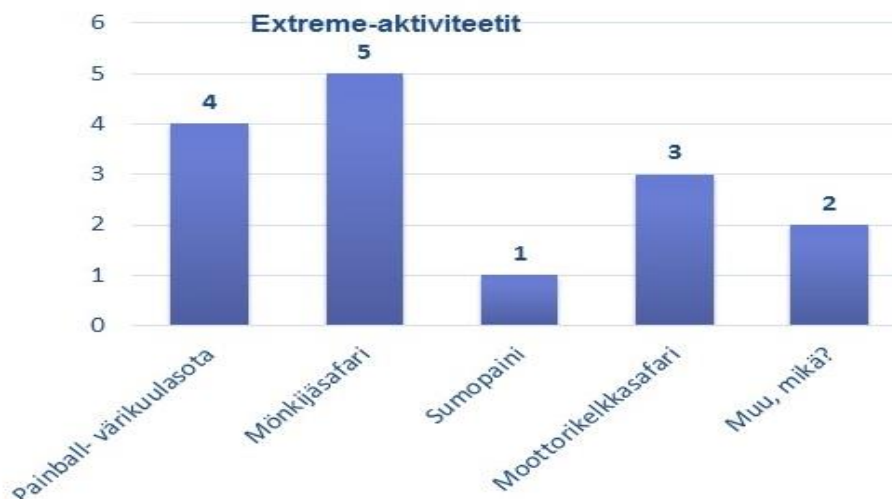
Kuvio 5. Kiinnostus järjestää virkistys- ja/tai kokousmatka

Paras ajankohta järjestää virkistysmatkoja kohtaan vastasi 11 vastaajaa ja viisi heistä oli sitä mieltä, että syksyllä ja 4 vastaajaa piti kevättä parempana ajankohdaksi. Kahden vastaajan mielestä talvi olisi paras ajankohta, kesän kannalla ei ollut kukaan vastaajista, kuten asian on pylväskaaviossa 6 esitetty.



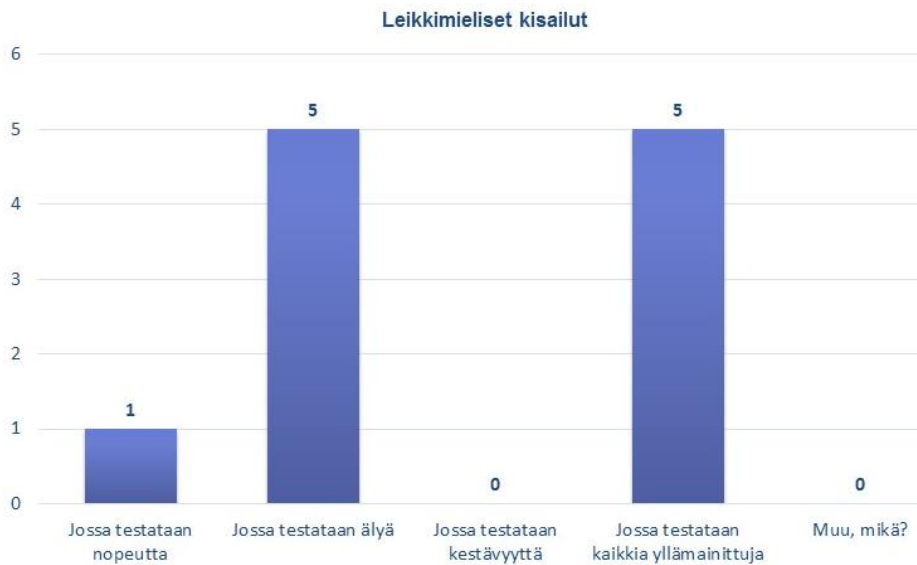
Kuvio 6. Virkistysmatkojen ajankohta

Virkistyspäivälle tarkoitettuja aktiviteettejä oli valittavana seitsemän eri kohtaa, joista vastaaja valitsi yritykselleen kiinnostavimmat vaihtoehdot. Ensimmäinen kohta koski extreme- aktiviteettejä, joihin vastauksia tuli kymmenen. Kuviosta 7 voi huomata, että mielipiteet jakoutuivat eri valintojen välillä aika tasan, mutta kiinnostavin oli mönkijäsafari, josta viisi yritystä oli kiinnostunut. Paintball-värikuulasota oli hyvänä kakkosena, neljä yritystä oli kiinnostunut tästä aktiviteetistä. Moottorikelkkasafari oli kolmen yrityksen mieleen, sumopaini kiinnosti yhtä vastaajaa ja lisäksi tuli kaksi omaa ehdotusta: *joku naisvaltaiseen yhteisöön paremmin sopiva ja järjestetty ulkotapahtuma* Osa yrityksistä oli kiinnostunut useammasta vaihtoehdosta.



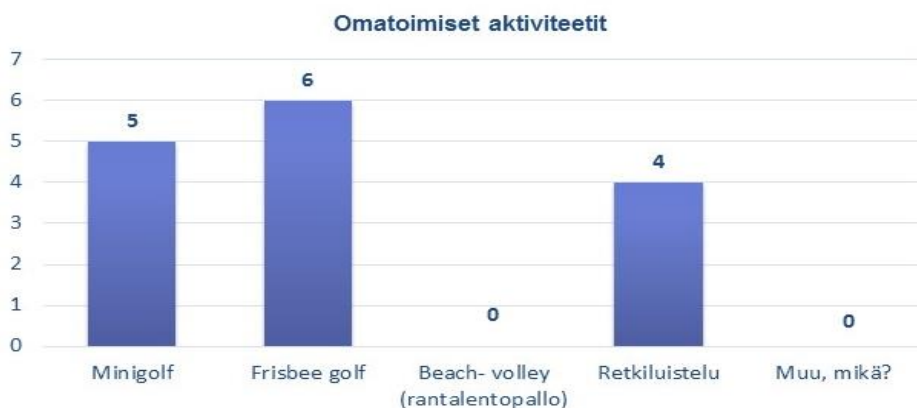
Kuvio 7. Extreme- aktiviteetit

Seuraavana aktiviteettivaihtoehtona olivat leikkimieliset kisailut, vaihtoehtoon vastasi kymmenen vastaajaa. Näistä kymmenestä yrityksestä kestävyuden testaaminen ei innostanut ketään ja nopeuden testaamisestakin oli kiinnostunut ainoastaan yksi vastaaja. Älyn testaaminen kiinnosti viittä yritystä, kuten kaikkien yllämainittujen testaaminen, kuten alla olevasta kuvio 8 asian voi todeta. Tähän vaihtoehtoon ei tullut omia ehdotuksia lainkaan.



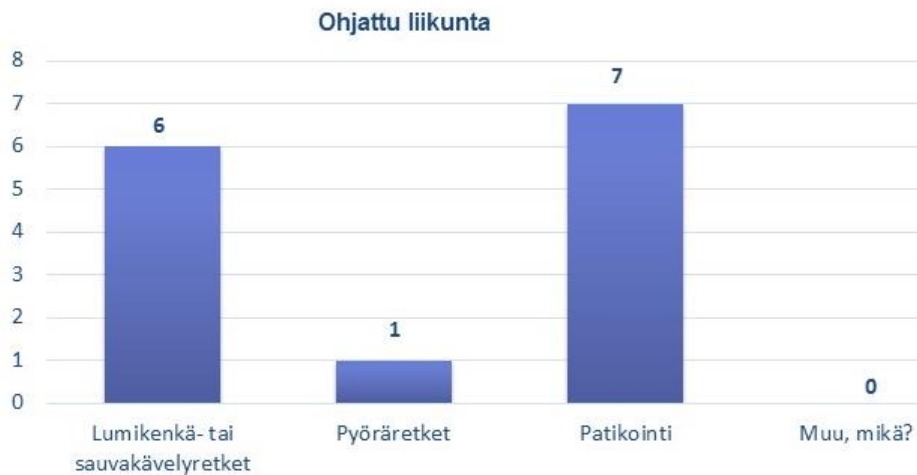
Kuvio 8. Leikkimieliset kisailut

Omatoimisiin aktiviteetteihin saatiin yhdeksän vastausta, jotka on esitetty pylväskaaviossa 9, näistä kuusi yritystä piti frisbee golfia ja viisi mini golfia mielenkiintoisena. Neljä yritystä oli kiinnostunut retkiluistelusta. Rantalentopallo ei kiinnostanut vastaajia lainkaan, eikä vastaajilla ollut omia ehdotuksia myöskään.



Kuvio 9. Omatoimiset aktiviteetit

Neljäntenä vaihtoehtona oli ohjattu liikunta, johon saatiin kahdeksan vastausta. Patikointi ja lumikenkä- tai sauvakävely kiinnosti yrityksiä, kuten kuviosta 10 huomaan. Patikoinnista oli seitsemän yritystä kiinnostunut ja kuusi yritystä oli kiinnostunut lumikenkä- tai sauvakävelystä. Pyöräily kiinnosti ainoastaan yhtä yritystä ja omia ehdotuksia tähän kohtaan ei tullut.



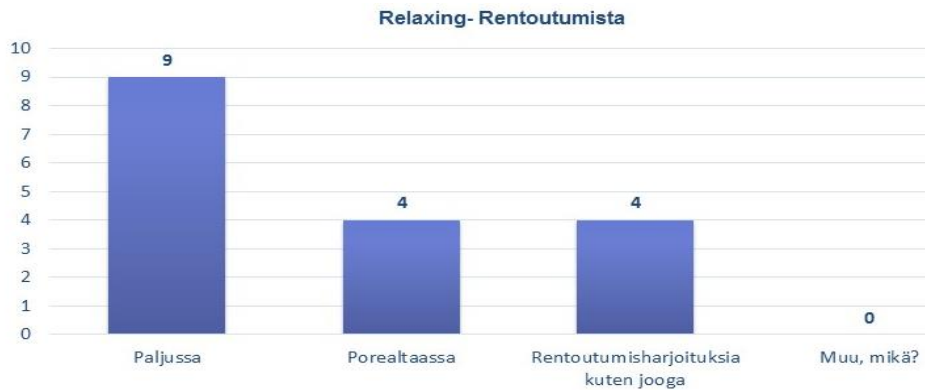
Kuvio 10. Ohjattu liikunta

Vastaajien mielestä vesistöön liittyvät aktiviteetit olisivat sopivia virkistyspäivän viettoon, vaikka vain kymmenen yritystä vastasi tähän kohtaan, niin kuviosta 11 voi huomata, että eri vaihtoehdot houkuttivat yrityksiä. Mielenkiintoisin näistä oli teemallinen veneretki, josta kahdeksan yritystä oli kiinnostunut. Norppasafari oli viiden yrityksen mieleen ja kirkkovenesoutu neljän. Kalastus ja vesijettisafarit kiinnostivat ainoastaan kahta yritystä ja omia ehdotuksia ei tullut.



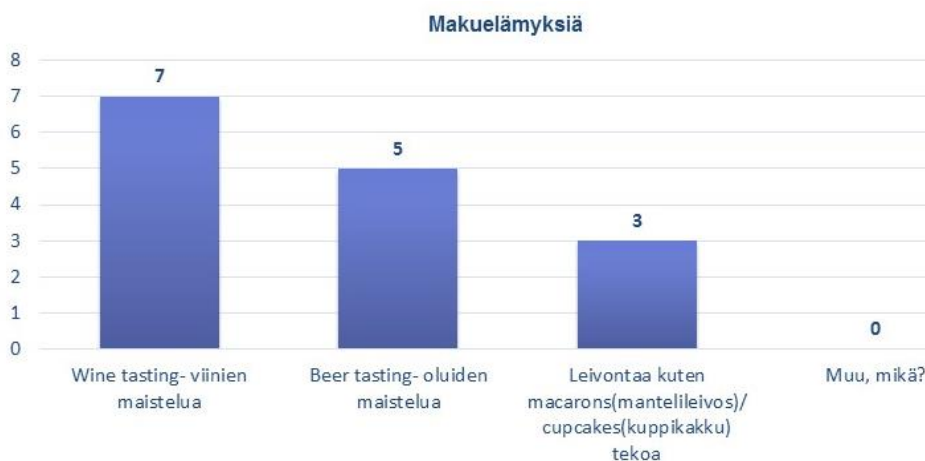
Kuvio 11. Vesi aktiviteetit

Kuviossa 12 on kerrottu mitkä eri rentoutumiseen liittyvät vaihtoehdot houkuttasivat yrityksiä. Tähän kohtaan saatiin vastauksia 11, joista yhdeksän yritystä oli kiinnostunut paljussa rentoutumisesta. Se on sikäli hyvä, että Punkaharju Resort on panostanut Saimaan rannalla olevaan hulju-puistoon. Porealtaassa rentoutumista kannatti neljä yritystä, kuten myös rentoutumisharjoituksia. Muita ehdotuksia tähän kohtaan ei saatu.



Kuvio 12. Rentoutuminen

Makuelämyksiä kohdassa haluttiin tietää, ovatko yritykset kiinnostuneet alkoholi-juomien maistelusta tai leipomisesta. Tähän vaihtoehtoon saatiin 10 vastausta ja kuten kuviossa 13 voi huomata, seitsemää yritystä kiinnosti viinien maistelu virkistyspäivän lomassa ja viittä yritystä oluiden maistelu. Leivonnasta oli kiinnostunut kolme yritystä ja muita vaihtoehtoja ei tullut esille.



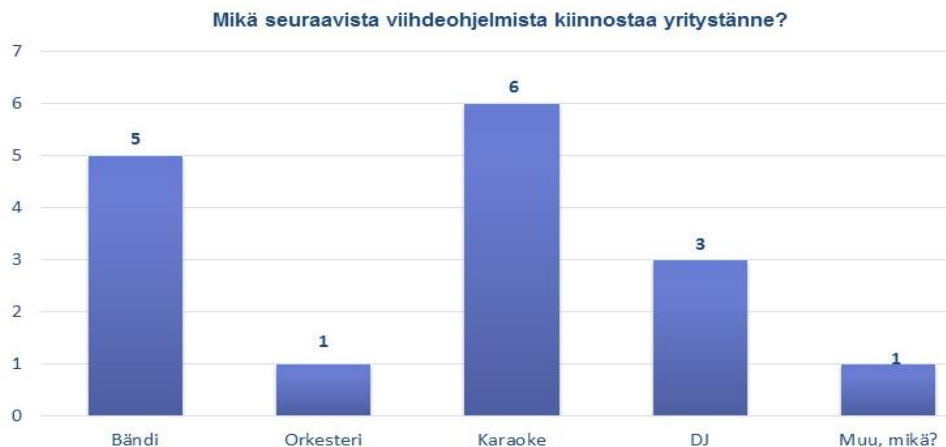
Kuvio 13. Makuelämyksiä

Seuraavalla kysymyksellä haluttiin kartoittaa mitä muuta aktiviteettien lisäksi virkistyspaketin tulisi sisältää. Tähän kohtaan saatiin 11 vastausta, mutta kuten kuvio 14 kertoo, yritykset olivat kiinnostuneet useammasta vaihtoehdosta virkistyspäivän aikana. Sauna ja lounas päivän aika olivat kiinnostavimmat, 11 vastaajaa oli kiinnostunut saunasta ja kymmenen vastaajaa halusi lounaan sisältyvän virkistyspakettiin. Päiväkahvit kuuluvat kahdeksan vastaajan mielestä virkistyspäivään ja viisi yritystä haluaisi sekä illallisen että viihdeohjelman kuuluvan pakettiin. Muita ehdotuksia tuli yksi, vastaaja halusi *jotakin hemmottelua*.



Kuvio 14. Muu virkistyspäivän ohjelma

Kuviossa 15 on esitetty eri viihdeohjelma vaihtoehdot, joista kymmenestä vastauksesta kuusi oli kiinnostunut karaokesta ja viisi bändin esiintymisestä illan aikana. Kolme yritystä haluaisi viihdeohjelman olevan tanssimista tiskijukan tahtiin ja yhtä yritystä kiinnosti orkesterin soitto. Yksi vastaajista oli kirjoittanut muu- kohtaan, *ei välttämätön*.



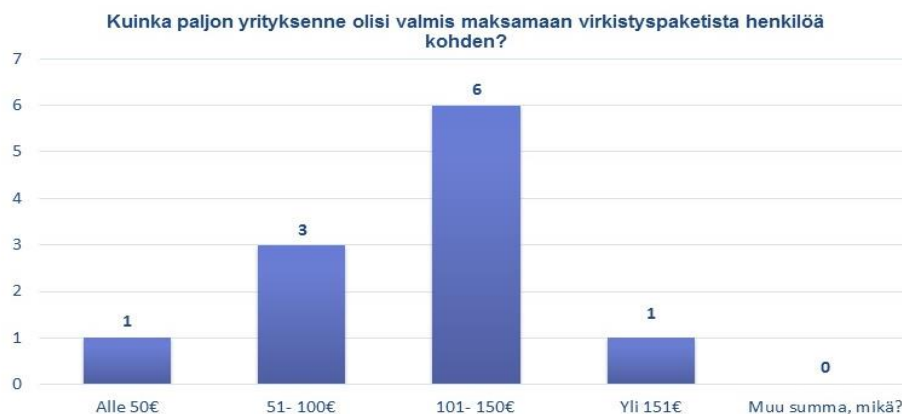
Kuvio 15. Kiinnostavin viihdeohjelma

Tässä kohdassa kartoitettiin yrityksen mielipidettä virkistyspäivän keston, vastauksia saatiin 11. Pylväskuviosta 16 voi todeta mielipiteiden menneen aika ta- san. Puolipäiväistä eli noin kuusi tuntia kestävästä virkistyspäivästä kannatti kolme vastaajaa, kokopäiväistä eli 12 tunnin kestävästä ja vuorokauden kestävästä päivästä kannatti kumpaakin neljä vastaajaa. Muita vaihtoehtoja ei tullut esille.



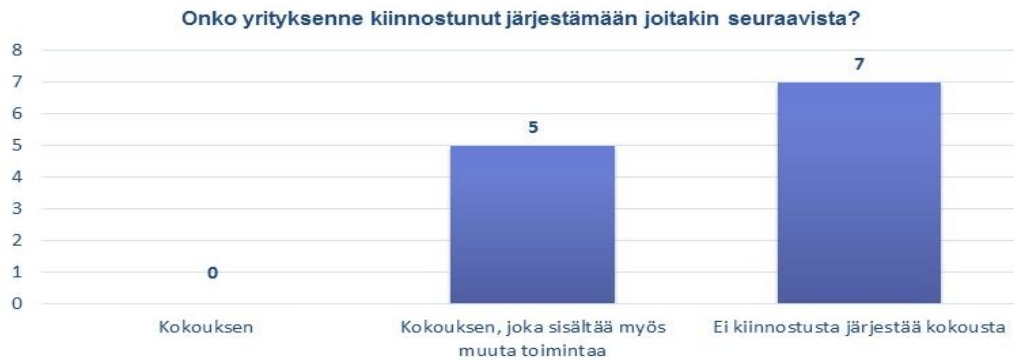
Kuvio 16. Virkistyspäivän kesto

Viimeisenä virkistyspäivää koskevassa kohdassa kysyttiin sopivaa hintaa pake- tille. Tähän kysymykseen vastauksia saatiin 11 ja kuten kuviosta 17 voi todeta, vastaajista kuusi olisi valmis maksamaan virkistyspäivä paketista 101- 150 euroa henkilöä kohden. 51- 100 euroa oli kolmen vastaajan mielestä kohtuullinen hinta, yksi olisi valmis maksamaan yli 151 euroa ja yhden vastaajan mielestä sopiva hinta virkistyspäivä paketille olisi alle 50 euroa. Muita ehdotuksia tähän kohtaan ei tullut.



Kuvio 17. Virkistyspäivän hinta

Kolmas osio kyselystä koski kokouksia ja tällä kysymyksellä haluttiin kartoittaa yritysten kiinnostusta järjestää kokouksia tai kokouksia, jotka sisältäisivät myös muuta toimintaa. Vastauksia saatiin ainoastaan 12 ja näistä seitsemän yritystä ei ollut kiinnostunut järjestämään kokousta lainkaan ja viisi oli kiinnostunut kokouksesta, jossa olisi mukana muuta toimintaa. Kuten kuviosta 18 voi todeta pelkkä kokouksen järjestäminen ei kiinnostanut vastaajia lainkaan.



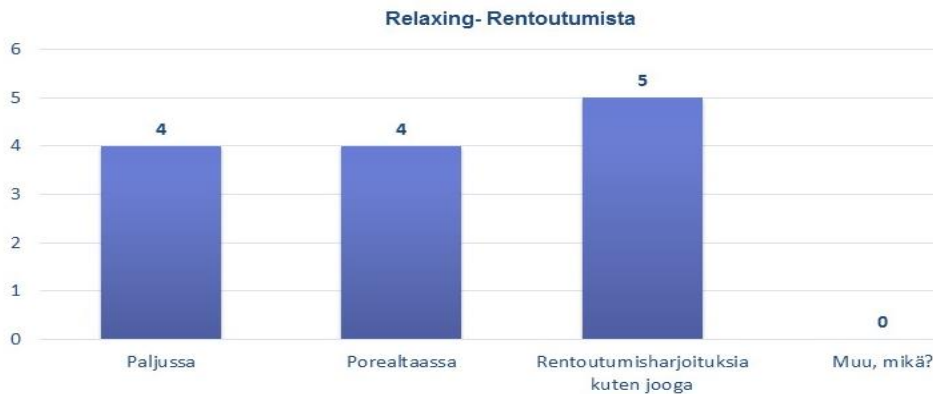
Kuvio 18. Kiinnostus järjestää kokouksia

Seuraavaksi kartoitettiin vastaajien kiinnostusta erilaisten ryhmähenkeä nostattavien aktiviteettien järjestämisestä kokouksen oheen. Kuten edellisessä kohdassa todettiin, vastaajien kiinnostus kokouksiin oli vähäinen, joten seuraavissa aktiviteettejä koskevilla kohdilla vastauksia on hyvin vähän. Ensimmäinen kohta koski ohjattua liikuntaa ja vastauksia tähän saatiin neljä. Kuviosta 19 voi huomata, että kaikkia vastaajia kiinnosti patikointi ja kolmea lumikenkä- tai sauvakävelyä. Pyöräretket eivät vastaajia innostaneet eikä muita ehdotuksiakaan tullut.



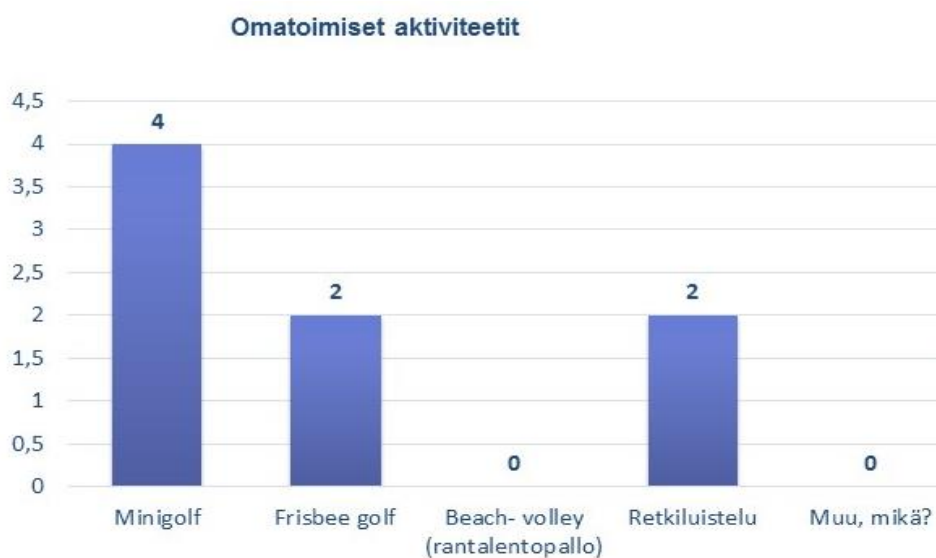
Kuvio 19. Ohjattu liikunta

Toisessa kohdassa tiedusteltiin kiinnostusta rentoutumista sisältäviä aktiviteettejä kohtaan. Kaikki viisi vastaajaa, jotka olivat kiinnostuneet toiminnan järjestämisestä kokouksen ohessa, olivat myös kiinnostuneet ohjatusta liikunnasta. Kuvio 20 voi huomata, että kaikkia vastaajia kiinnostivat rentoutumisharjoitukset, kuten jooga. Palju sekä poreamme olivat molemmat neljän vastaajan mieleen. Muita ehdotuksia ei tähän kohtaan saatu.



Kuvio 20. Rentoutuminen

Omatoiminen aktiviteetti kiinnosti ainoastaan neljää vastaajaa, ja nämä neljä vastaajaa olivat kiinnostuneet useammasta omatoimisesta aktiviteetistä, kuten kuvio 21 voi huomata. Kaikki vastaajat olivat kiinnostuneet minigolfin peluusta kokouksen ohessa, kahta vastaajaa kiinnosti frisbee golf ja kaksi vastaajaa olivat kiinnostuneet retkiluistelusta. Muita aktiviteetti ehdotuksia ei tullut.



Kuvio 21. Omatoimiset aktiviteetit

Pylväskuviossa 22 voi huomata, että neljästä vastaajasta kukaan ei ollut kiinnostunut leikkimielisestä kisailusta, jossa testataan kestävyyttä. Yksi oli kiinnostunut testaamaan nopeutta ja kaksi vastaajaa haluaisi testata älyä. Vastaajista kaksi yritystä oli kiinnostunut leikkimielisestä kisailusta, jossa testataan kaikkia edellä mainittuja. Muita ehdotuksia ei tullut.



Kuvio 22. Leikkimieliset kisailut

Kuviosta 23 voidaan todeta, että kaikkien neljän vastaajan mielestä viinien maistelu olisi mukava toiminta kokouspäivään ja kahden vastaajan mielestä oluiden maistelu sopisi pakettiin. Kukaan vastaajista ei ollut kiinnostunut leivonnasta eikä muita vaihtoehtoja tullut esille.



Kuvio 23. Makuelämyksiä

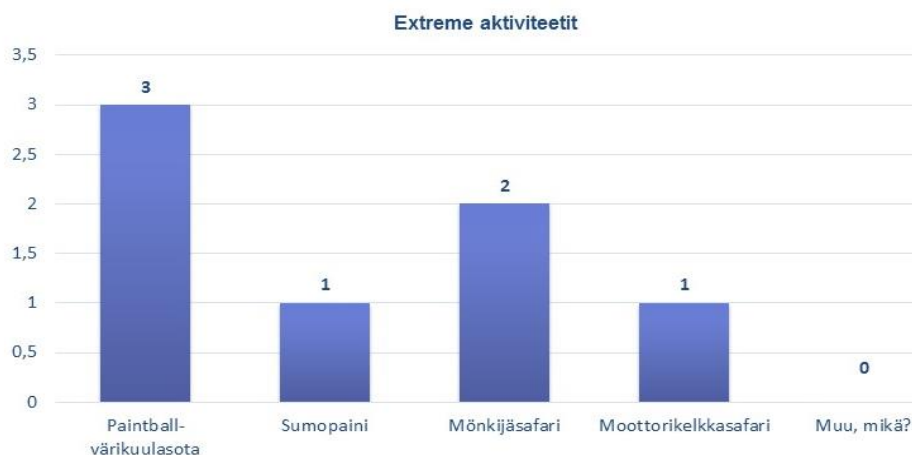
Vesistöön liittyvät aktiviteetit ovat myös kiinnostavimmat kokouspaketin toiminnaksi. Pylväskuviosta 24 voi huomata, että kaikki annetut vaihtoehdot saivat kannatusta. Vastauksia tähän kohtaan saatiin viisi kappaletta. Teemallinen veneretki

oli vastaajien keskuudessa suosituin, vastaajista neljä oli kiinnostunut siitä. Kolme vastaajaa kiinnosti niin kirkkovenesoutu kuin norppasafarikin. Kalastus oli kahden vastaajan mielestä sopiva toiminta ja yksi vastaaja innostui vesijettisafarista. Muita ehdotuksia ei tullut.



Kuvio 24. Vesi aktiviteetit

Viimeinen toimintaa koskeva kohta oli extreme- aktiviteetit, jossa myös kaikki annetut vaihtoehdot saivat kannatusta. Vastaajia tähän kohtaan oli ainoastaan neljä, mutta vastaajat olivat selkeästi kiinnostuneita useimmista lajeista, kuten kuviosta 25 voi todeta. Värikuulasota oli kolmen yrityksen mieleen ja kahta yritystä kiinnosti mönkijäsafari. Yhdet yritykset katsoivat sumopainin ja moottorikelkkasafarin olevan kiinnostava aktiviteetti kokouspäivän pakettiin. Muita ehdotuksia ei tullut.



Kuvio 25. Extreme- aktiviteetit

Tässä pylväskuviossa 26 on esillä mitä muuta kokouspaketin tulisi vastaajien mielestä sisältää. Vastaajista kaikki viisi toivoisi paketin sisältävän myös lounaan ja päiväkahvin. Kolmen vastaajan mielestä illallisen ja saunan tulisi sisältyä kokouspakettiin. Viihdeohjelma sai kahden vastaajan kannatuksen ja muita vaihtoehtoja ei tullut esille.



Kuvio 26. Muu kokouspaketin ohjelma

Seuraavassa pylväskuviossa 27 on esitetty millaisesta viihdeohjelmasta vastaajat olivat kiinnostuneet. Kolmesta vastaajasta kaksi oli bändin ja orkesterin kannalla, yksi vastaaja katsoi karaoken sopivaksi vaihtoehdoksi ja yhden mielestä tiskijukan musiikin tahtiin olisi hyvä tanssia illan päätteeksi. Muita vaihtoehtoja ei tullut.



Kuvio 27. Muu viihdeohjelma

Kokouspaketin keston äännet menivät aika tasan, kuten kuviosta 28 voi huomata. Viidestä vastaajasta kaksi haluaisi järjestää kokopäiväisen eli 12 tuntia kestävän kokouspäivän ja kaksi yön yli kestävän. Yksi vastaaja oli sitä mieltä, että puoli-päiväinen eli kuusi tuntia kestävä päivä olisi sopiva.



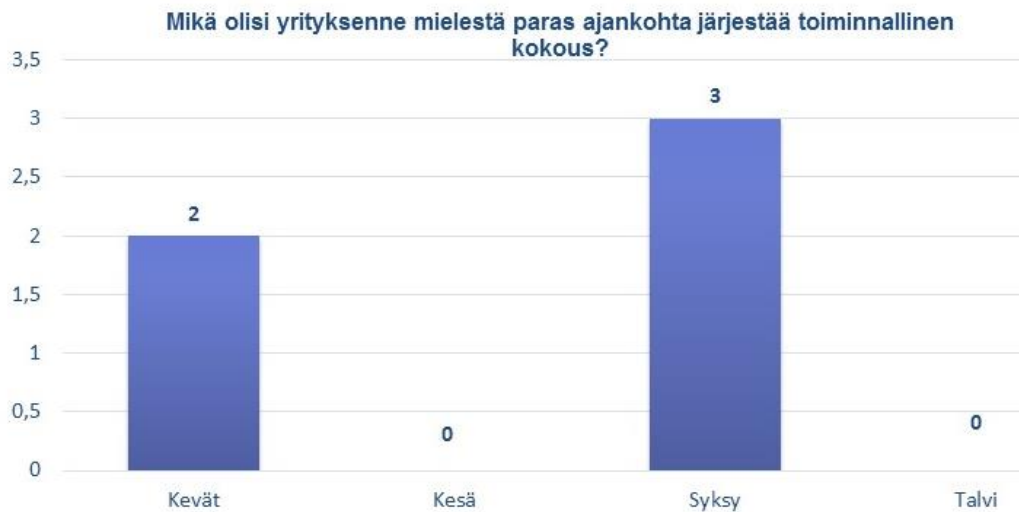
Kuvio 28. Kokouspaketin kesto

Tässä kysymyksessä kartoitettiin sopivaa hintaa kokouspaketille. Viidestä vastaajasta kolmen mielestä 101- 150 euroa henkilöä kohden olisi sopiva hinta, kun taas yhden vastaajan mielestä kokouspaketin hinnan tulisi olla alle 50 euroa, ja yksi piti 51- 100 euroa sopivana, kuten pylväskuviosta 29 voi asian todeta.



Kuvio 29. Kokouspaketin hinta

Viimeisenä tiedusteltiin ajankohtaa kokouksen järjestämiselle ja kuten kuviosta 30 voi huomata syksy ja kevät saivat kannatusta. Viidestä vastaajasta kolme oli syksyn kannalla ja kaksi kevään kannalla järjestää kokous. Kesä ja talvi jäivät ilman kannatusta.



Kuvio 30. Kokouspaketin ajankohta

6.3 Kirjalliset palautteet

Kirjallisissa palautteissa, joita saatiin yhdeksän kappaletta, tuotiin esille Punkaharju Resortin upeaa sekä kaunista luontoa. Monipuoliset aktiviteetit olivat jääneet jonkun vastaajan mieleen, yhden mielestä vaunupaikat voisivat olla hieman suurempia ja yksi vastaajista piti niin sanottua parempaa ruokalistaa hieman kalliina.

Kauniilla paikalla, luonto upea ja tarjoaa monia aktiviteettejä.

Vaunupaikat voisivat olla suurempia ja selkeämmin rajattua paikkoja.

En tunne paikkaanne, enkä voi sitä arvostella.

Kokemusta ainoastaan siviili/perheasiakkaana, josta tosin ihan hyvät muistot.

Kokouspalvelut toimineet hyvin.

Olen järjestänyt asiakkaani ”tiimipäivät” siellä ja pitivät paikasta. Tapahtuma oli sesongin ulkopuolella, hieman pitivät hinnakkaana, kun ei ollut sesonki ja alue tyhjänä. Samoin ruokailu oli hieman hinnakas varsinkin parempi menu. Oli muistaakseni kesäkuun alku ja sattui kaunis ilma. Ihmettelivät kuinka näin hieno paikka voi olla aivan tyhjä.

Seutu ihana, mieli lepää ja rauhoittuu.

En osaa sanoa mitään. Kaikki ok.

7 Tutkimuksen johtopäätökset

Tutkimuksen laatiminen osoitti, että halutun tiedon hankkiminen osoittautui haastavaksi. Kyselyn toteuttamiselle olivat hyvät edellytykset kattavan yritysrekisterin sekä käytetyn tiedonhankintamenetelmän avulla. Sähköpostiin lähetettiin 1054 kyselyä, joihin saimme 26 vastausta, lisäksi yrityksen verkkosivuilla oli myös linkki kyselyyn. Vähäisten vastausten takia tutkimustulokset antavat jonkin verran tavoitteiden mukaista tietoa sekä suuntaa toimeksiantajalle. Vastausten määrä oli huomattavasti odotuksia pienempi.

Kyselyn ajankohta saattoi olla huono, vaikka lähetimme kyselyt heti joulukuun alussa, hyvissä ajoin ennen joulua. Joulukuun vähäisten vastauksien takia päätimme toimeksiantajan kanssa lähettää tammikuun puolella välissä lisää kyselyitä eri yrityksille. Uusi kysely tuotti kahdeksan vastausta, jotka täydensivät aikaisemmin saatua tietoa. Saatujen vastausten perusteella voidaan todeta, että yritykset ovat enemmän kiinnostuneita järjestämään virkistys- kuin kokousmatkoja. Kokouspakettia koskeviin kysymyksiin tuli vastauksia ainoastaan viisi kappaletta, joten niiden vastausten merkitys uusien tuotteiden kehittämiseksi on vähäinen.

Virkistysmatkojen kohdalla vastaajat olivat kiinnostuneet järjestämään erilaisia aktiviteetteja. Vaihtoehdot saivat aika tasaisesti kannatusta, ja useammassa kohdassa vastaajia kiinnostivat useammat lajit. Vesistöön liittyvät aktiviteetit olivat suosituin vaihtoehto, josta teemallinen veneretki osoittautui mielenkiintoisimmaksi. Ohjattu liikunta kuului myös vastaajien suosikkeihin. Rentoutumisesta ja makuelämyksistäkin vastaajat olivat kiinnostuneet. Erityisesti rentoutuminen pal-

jussa nousi esille ja makuelämyksistä eniten kiinnosti viinien maistelu. Toimeksiantaja halusi kyselyn avulla saada vahvistusta jo olemassa olevien tuotteiden tarpeista, ja edellä mainitut kohdat osoittavat Punkaharju Resortin tarjoavan tällä hetkellä oikeita tuotteita virkistyspaketteihin. Rentoutuminen paljussa-vastaukset vahvistavat hulju-puiston tarpeen sekä Resortia ympäröivä upea luonto tulee esille vastaajien kiinnostuksesta lumikenkäilyyn ja sauvakävelyyn sekä patikointiin.

8 Tutkimuksen arviointi

Opinnäytetyön tekeminen oli erittäin haasteellista, ja oman vaikeutensa työhön toi kyselyyn saadut vähäiset vastaukset. Yhteistyö toimeksiantajan kanssa oli kuitenkin erittäin sujuvaa ja hänen mielestään vähäisistäkin vastauksista on heille hyötyä, vaikka uutta ryhmätuotetta en saanut luotua. Opinnäytetyö ei kyselyn osalta näin ollen vastannut odotuksia, eikä kyselyn tuloksia voida yleistää. Vastaukset antavat kuitenkin toimeksiantajalle jossakin määrin tietoa virkistys- ja kousmatkojen tilasta tällä hetkellä. Kyselyyn saatujen vastausten avulla on vaikea antaa minkäänlaisia kehittämisehdotuksia tuotekehitystä varten, mutta suosittelen Punkaharju Resortin tehostavan markkinointi nykyisille tuotteille.

Opinnäytetyön aikataulut ei aivan pitänyt ja näin ollen kyselyn lähettäminen yrityksille jäi joulukuuhun. Alkuperäinen suunnitelma oli lähettää kysely viimeistään marraskuun alussa, mutta jää arvoitukseksi, olisiko lähettämisen aikaistaminen tuonut parempaa lopputulosta vastausten suhteen. Muita syitä alhaiseen vastausten määrään on vaikea sanoa tai lähteä spekulimaan.

Kuvat

Kuva 1. Alueenkartta, Punkaharju Resort 2015 s. 10

Kuva 2. Matkailutuote palvelutuotteen näkökulmasta, Komppula & Boxberg 2002 s. 17

Kuva 3. Etelä- Savon sijainti, Pohjola Norden 2015 s. 24

Kuva 4. Etelä- Savon kunnat, Etelä-Savo, Saimaan maakunta 2015 s. 25

Kuviot

Kuvio 1. Yrityskuvio, Laukkanen 2015 s. 9

Kuvio 2. Yrityksen koko, s. 33

Kuvio 3. Yrityksen sijainti, s. 33

Kuvio 4. Virkistys- ja kokousmatkat, s. 34

Kuvio 5. Kiinnostus järjestää virkistys- ja/tai kokousmatka, s. 34

Kuvio 6. Virkistysmatkojen ajankohta, s. 35

Kuvio 7. Extreme- aktiviteetit, s. 36

Kuvio 8. Leikkimieliset kisailut, s. 36

Kuvio 9. Omatoimiset aktiviteetit, s. 37

Kuvio 10. Ohjattu liikunta, s. 37

Kuvio 11. Vesi aktiviteetit, s. 38

Kuvio 12. Rentoutuminen, s. 39

Kuvio 13. Makuelämyksiä, s. 39

Kuvio 14. Muu virkistyspäivän ohjelma, s. 40

Kuvio 15. Kiinnostavin viihdeohjelma, s. 40

Kuvio 16. Virkistyspäivän kesto, s. 41

Kuvio 17. Virkistyspäivän hinta, s. 42

Kuvio 18. Kiinnostus järjestää kokouksia, s. 42

Kuvio 19. Ohjattu liikunta, s. 43

Kuvio 20. Rentoutuminen, s. 43

Kuvio 21. Omatoimiset aktiviteetit, s. 44

Kuvio 22. Leikkimieliset kisailut, s. 45

Kuvio 23. Makuelämyksiä, s. 45

Kuvio 24. Vesi aktiviteetit, s. 46

Kuvio 25. Extreme- aktiviteetit, s. 46

Kuvio 26. Muu kokouspaketin ohjelma, s. 47

Kuvio 27. Muu viihdeohjelma, s. 47

Kuvio 28. Kokouspaketin kesto, s. 48

Kuvio 29. Kokouspaketin hinta, s. 48

Kuvio 30. Kokouspaketin ajankohta, s. 49

Lähteet

- Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Helsinki: WSOY.
- Etelä-Savo 2011. Järvi-Suomen sydän. Mikkeli: Etelä-Savon maakuntaliitto.
- Etelä-Savo Saimaan maakunta 2015. <http://www.esavo.fi/>. Luettu 30.9.2015.
- Grönroos, C. 1990. Nyt kilpaillaan palvelulla. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Halme, M. 2008. Joulurauhaa maailman turuilla ja toreilla. Turun kauppakorkeakoulu. http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/113617/Kre2_2008.pdf?sequence=1. Luettu 22.1.2016.
- Harjunportti 2016. Kotisivut. <http://www.harjunportti.fi/>. Luettu 21.1.2016.
- Heikkilä, T. 2004. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Jänkä, S. 2014. Toimialaraportti. Matkailu. TEM:n ja ELY-keskusten julkaisu. http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2274/Matkailu_joulukuu_2014.pdf. Luettu 14.11.2015.
- Kruunupuisto 2015. <http://www.kruunupuisto.fi/fi/info/kruunupuisto/historia>. Luettu 30.9.2015, 21.1.2016.
- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima OY.
- Laamanen, E. 2014. Savonlinnan seudun yritys kirja, 2014. Pohjoismainen Kirjakeskus. Jyskä: SkooB.
- Laukkanen, S. 2015. Toimitusjohtaja. Punkaharju Resort. Punkaharju. Haastattelu 20.8.2015.
- L-House, 2015. <http://www.lhouse.fi/> Luettu 20.8.2015.
- Lusto Suomen metsämuseo 2015. Kotisivut. <http://www.lusto.fi/lusto/lusto-rakennus/>. Luettu 30.9.2015.
- Maatilamatkailu Mannila 2016. Kotisivut. <http://www.rantakatti.fi/fi/>. Luettu 21.1.2016.
- Majoitusta maaseudulla. Aurora 2 julkaisu. http://aurora.turiba.lv/training/FI/Accommodation_FI/Part_60.htm. Luettu 12.2.2016.
- Matkailun tunnuslukuja Etelä-Savossa 2015, 2016. <http://www.esavo.fi/resources/public//Maakuntaliitto/Tilastot/Kuukausittainen%20matkailutilasto%20Etelä-Savo%20marraskuu%202015.pdf>. Luettu 20.1.2016.

Mikkonen, J. & Pasanen, K. 2009. Selvitys Savonlinnan Oopperajuhlien asiakas-profiileista ja alueellisesta vaikuttavuudesta. Itä-Suomen yliopisto. Tutkimusraportti. https://www2.uef.fi/documents/1145891/1362833/savonlinnan_oopperajuhlat_loppuraportti.pdf/0fc4c831-ecd9-4e9f-9d3f-a0d13489391f. Luettu 21.1.2016.

Moilas, 2015. <http://www.moilas.fi/fi/?ID=2081>. Luettu 19.10.2015.

Pesonen, I., Mönkkönen, T. & Hokkanen, T. 2000. Menestyvä matkailuyritys. Helsinki: Oy Edita Ab.

Pohjola Norden, 2015. http://www.pohjola-norden.fi/fi/jaarjestao/piirit_ja_alueet/ita-suomen_alue/etela-savo/?id=53. Kuva Suomen kartta

Punkaharjun historia, 2015. Metsähallitus 2015. <http://www.luontoon.fi/punkaharju>. Luettu 30.9.2015.

Punkaharjun puulajipuistot ja metsät 2014. Luonnonvarakeskus, 2014.. <http://www.metla.fi/metsat/punkaharju/punkaharju-puulajipuisto.htm>. Luettu 30.9.2015.

Punkaharju, Savonlinna – Finland 2015. <http://www.visitpunkaharju.fi/>. Luettu 30.9.2015

Punkaharju, Savonlinna - Finland, 2015.<http://www.visitpunkaharju.fi/luonto-ja-historiakohteet>. Luettu 30.9.2015.

Punkaharju Resort 2015. Kotisivut. <http://www.punkaharjuresort.fi/>. Luettu 30.9.2015.

Punkaharju Resort 2015. Esitelehti.

Punkaharjun luonnonsuojeluyhdistys 1997. Punkaharju, palanen maat' isien. Punkaharju: KT-paino.

Saimaannorppa Pusa hispida saimensis 2015. Metsähallitus, 2015. <http://www.metsa.fi/saimaannorppa>. Luettu 21.1.2016.

Savonlinna 2015. <http://www.savonlinna.fi/asukas/kulttuuri>. Luettu 30.9.2015.

Savonlinnan Oopperajuhlat, 2016. <http://www.operafestival.fi/fi>. Luettu 21.1.2016.

Savonlinna- Saimaan helmi 2006. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Silvennoinen, H., Tahvanainen, L. & Tyrväinen, L. 1997. Kestävä matkailu. Mynämäki: Mynäprint Oy.

Tilastokeskus 2016. Yöpymiset majoitusliikkeissä vähenivät 3,1 prosenttia marraskuussa. http://www.tilastokeskus.fi/til/matk/2015/11/matk_2015_11_2016-01-14_tie_001_fi.html. Luettu 20.1.2016.

Tuotekehitys 2016. Muotoilun perusteet. http://www2.amk.fi/mater/kulttuuri/muotoilun_perusteet4/files/tuotekehitys.pdf. Luettu 21.1.2016.

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

Valtionalouden tarkastusvirasto, 2016. Matkailun yritystuet. http://www.vtv.fi/files/897/232002Matkailun_yritystuet.pdf. Luettu 12.2.2016.

Visit Finland 2015. Verkkosivut. <http://www.visitfinland.fi/>. Luettu 2.10.2015.

Webropol 2015. Kotisivut. <http://webropol.fi/>. Luettu 16.11.2015.

Hyvä Vastaanottaja!

Olen Suna Huikko, Saimaan Ammattikorkeakoulun kolmannen vuoden restonomiopiskelija. Teen Punkaharju Resortille opinnäytetyötä, jonka tarkoituksena on kehittää yrityksen virkistys- ja kokouspalveluita, kuten ohjattuja ja omatoimisia aktiviteettejä.

Punkaharju Resort on koko perheen monipuolinen ja ympärivuotinen lomaviettopaikka upean Saimaan rannalla. Alue tarjoaa monipuoliset ulkoilumahdollisuudet niin kesällä kuin talvellakin. Lisäksi Punkaharju Resort järjestää virkistys-, juhla- ja kokoustilaisuuksia. Tämän kyselyn tavoitteena on päästä kehittämään palveluita asiakaslähtöisesti.

Toivomme, että osallistutte kehitystyöhön vastaamalla kyselyyn 31.1.2016 mennessä. Kyselyn vastaamiseen kuluu aikaa noin 4 minuuttia. Vastauksenne ovat luottamuksellisia ja vastaajan henkilöllisyyttä ei yhdistetä annettuihin vastauksiin. Jättämällä yhteystietosi kyselyn loppuun, osallistut Punkaharju Resortin 200 € arvoisen lahjakortin arvontaan.

Kyselyn tulokset julkaistaan keväällä 2016 valmistuvassa opinnäytetyössäni ja se löytyy osoitteesta www.theseus.fi.

Lisätietoja tutkimuksesta: suna.huikko@student.saimia.fi.

Kiitokset osallistumisestanne kyselyyn!

*Suna Huikko
Saimaan Ammattikorkeakoulu
Opinnäytetyön laatija*

Kysely Punkaharju Resortin virkistys- ja kokouspalveluista

Perustiedot

Mikä on yrityksenne koko? *

alle 10 henkilöä

11-50 henkilöä

51-100 henkilöä

yli 101 henkilöä

Missä yrityksenne sijaitsee? *

Etelä-Savossa

Pohjois- Savossa

Etelä- Karjalassa

Pohjois-Karjalassa

Muualla,

missä?

Järjestääkö yrityksenne tällä hetkellä henkilökunnalle jotakin näistä vaihtoehtoista? *

Virkistysmatkoja

Kokousmatkoja

Ei järjestä matkoja lainkaan

Olisiko yrityksenne kiinnostunut järjestämään jotakin seuraavista? *

Virkistysmatkoja

Kokousmatkoja

Molempia

Ei kiinnostusta

Virkistysmatkat

Mikä on yrityksenne mielestä paras ajankohta järjestää virkistysmatkoja? *

Kevät

Kesä

Syksy

Talvi

Mitkä olisivat mielestänne hyviä virkistyspäivän aktiviteetteja?

Valitkaa seuraavista yrityksellenne sopivimmat vaihtoehdot, voitte valita useamman vaihtoehdon.

Extreme-aktiviteetit

Painball- värikuulasota

Mönkijäsafari

Sumopaini

Moottorikelkkasafari

Muu, mikä?

Leikkimieliset kisailut

Jossa testataan nopeutta

Jossa testataan älyä

Jossa testataan kestävyyttä

Jossa testataan kaikkia yllämainittuja

Muu, mikä?

Omatoimiset aktiviteetit

Minigolf

Frisbee golf

Beach- volley (rantalentopallo)

Retkiluistelu

Muu, mikä?

Ohjattu liikunta

Lumikenkä- tai sauvakävelyretket

Pyöräretket

Patikointi

Muu, mikä?

Vesistöön liittyvät aktiviteetit

Kalastus, kuten nuotanvetoretki

Teemallinen veneretki, kuten tutustuminen sotahistorialliseen paikkaan

Kirkkovenesoutu

Vesijettisafari

Norppasafari

Muu, mikä?

Relaxing- Rentoutumista

Paljussa

Porealtaassa

Rentoutumisharjoituksia kuten jooga

Muu, mikä?

Makuelämyksiä

Wine tasting- viinien maistelua

Beer tasting- oluiden maistelua

Leivontaa kuten macarons(mantelileivos)/ cupcakes(kuppikakku) tekoa

Muu, mikä?

Mikä seuraavista vaihtoehtoista tulisi mielestänne sisältyä myös virkistyspäivän pakettiin?

Voitte valita useamman vaihtoehdon.

Lounas

Päiväkahvi

Illallinen

Sauna

Viihdeohjelma

Muuta, mitä?

Mikä seuraavista viihdeohjelmista kiinnostaa yritystänne?

Voitte valita useamman vaihtoehdon.

Bändi

Orkesteri

Karaoke

DJ

Muu, mikä?

Mikä olisi mielestänne sopiva kesto virkistyspäivälle? *

Puolipäiväinen (6h)

Kokopäiväinen (12h)

Yön yli kestävä (24h)

Muu,

mikä?

Kuinka paljon yrityksenne olisi valmis maksamaan virkistyspaketista henkilöä kohden? *

Alle 50€

51- 100€

101- 150€

Yli 151€

Muu summa,

mikä?

Kokousmatkat

Onko yrityksenne kiinnostunut järjestämään joitakin seuraavista? *

Kokouksen

Kokouksen, joka sisältää myös muuta toimintaa

Ei kiinnostusta järjestää kokousta

Mitkä olisivat mielestänne hyviä ryhmähenkeä nostattavia aktiviteettejä?

Valitkaa seuraavista yrityksellenne sopivimmat vaihtoehdot, voitte valita useamman vaihtoehdon.

Ohjattu liikunta

Lumikenkä- tai sauvakävelyretket

Pyöräretket

Patikointi

Muu, mikä?

Relaxing- Rentoutumista

Paljussa

Porealtaassa

Rentoutumisharjoituksia kuten jooga

Muu, mikä?

Omatoimiset aktiviteetit

Minigolf

Frisbee golf

Beach- volley (rantalentopallo)

Retkiluistelu

Muu, mikä?

Leikkimieliset kisailut

Jossa testataan nopeutta

Jossa testataan älyä

Jossa testataan kestävyyttä

Jossa testataan kaikkia yllämainittuja

Muuta, mitä?

Makuelämyksiä

Wine tasting- viinien maistelua

Beer tasting- oluiden maistelua

Leivontaa kuten macarons(mantelleivos)/ cupcakes(kuppikakku) tekoa

Muuta, mitä?

Vesistöön liittyvät aktiviteetit

Kalastus kuten nuotantoretkeä

Teemallinen veneretki kuten tutustuminen sotahistorialliseen paikkaan

Kirkkovesesoutu

Vesijettisafari

Norppasafari

Muu, mikä?

Extreme aktiviteetit

Paintball- värikuulasota

Sumopaini

Mönkijäsafari

Moottorikelkkasafari

Muu, mikä?

Kokousmatkat

Mikä seuraavista vaihtoehtoista tulisi mielestänne sisältyä kokouspakettiin?

Voitte valita useamman vaihtoehdon.

Lounas

Päiväkahvi

Illallinen

Sauna

Viihdeohjelma

Muuta, mitä?

Mikä seuraavista viihdeohjelmista kiinnostaa yritystänne?

Voitte valita useamman vaihtoehdon.

Bändi

Orkesteri

Karaoke

DJ

Muu, mikä?

Mikä olisi mielestänne sopiva kesto kokouspaketille? *

Puolipäiväinen (6h)

Kokopäiväinen (12h)

Yön yli kestävä (24h)

Muu kesto,

mikä?

Kuinka paljon yrityksenne olisi valmis maksamaan kokouspaketista henkilöä kohden? *

Alle 50€

51- 100€

101- 150€

Yli 151€

Muu summa,

mikä?

Mikä olisi yrityksenne mielestä paras ajankohta järjestää toiminnallinen kokous? *

Kevät

Kesä

Syksy

Talvi

Ruusuja, Risuja, Ehdotuksia

Tähän voitte halutessanne jättää yhteystietonne ja näin osallistua 200€ arvoisen lahjakortin arvontaan Punkaharju Resortille.

Kiitos vastauksistanne!