



SAVONIA

■ OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

RYHMÄMATKAN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Case: Opintomatka Ruotsiin ja Tanskaan
Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijoille

TEKIJÄT: Maiju Möttönen
Sara Kukkonen

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Työn tekijät Maiju Möttönen, Sara Kukkonen	
Työn nimi Ryhmämatkan suunnittelu ja toteutus – Case: Opintomatka Ruotsiin ja Tanskaan Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijoille	
Päiväys	19.04.2016
Sivumäärä/Liitteet	49/14
Ohjaaja Pauli Verhelä	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani Savonia-ammattikorkeakoulu, Heikki Salkinoja	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella opintomatka Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijoille. Toimeksiantajana toimi Savonia-ammattikorkeakoulu ja yhteyshenkilönä yliopettaja Heikki Salkinoja Varkauden kampuksen Teknologia- ja ympäristöalalta. Opintomatka suunniteltiin lähtökohtaisesti tekniikan opiskelijoille, mikä loi raamit opintomatkan sisällölle. Myös Savonia-ammattikorkeakoululta saatu apuraha vaikutti ratkaisevasti matkan toteutumiseen.</p> <p>Työn teoreettisena viitekehysenä olivat matkan järjestäminen, matkanjärjestäjätoiminta, matkailutuote sekä ryhmämatkat ja valmismatkat. Työssä on myös esitely toiminnallisen opinnäytetyön periaatteet. Opinnäytetyössä käydään läpi matkan suunnitteluprosessi alusta loppuun. Prosessi alkoi toimeksiantajan toiveiden ja tarpeiden kartoittamisesta, joiden pohjalta selvitimme, mitä opintomatkan tulee pitää sisällään ja mistä budjetti rakentuu.</p> <p>Työn toiminnallisena osuutena suunniteltu opintomatka toteutettiin helmikuussa 2016, kun 30 Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijaa Varkauden ja Kuopion kampuksilta matkustivat linja-autolla kuusi päivää Suomessa, Ruotsissa ja Tanskassa vierailen useissa kansainvälisesti arvostetuissa yrityksissä. Yritysvierailut tehtiin Suomessa Sandvikille, Ruotsissa Esabille ja Volvolle, sekä Tanskassa LM Windpowerille ja Siemensille. Matkanjärjestäjänä toimi Pohjolan Matka, joka valikoitui yhteistyökumppaniksi kilpailuttaessamme useita Pohjois-Savon alueen matkatoimistoja.</p> <p>Matkajärjestelyjen onnistumista ja kehitettäviä kohteita tutkittiin kvantitatiivisesti palautekyselyllä, jonka opiskelijat täyttivät kotimatalla. Palautekyselystä kävi ilmi, että opintomatka oli kokonaisuudessaan onnistunut ja opettavainen. Eniten kritisoitiin majoituksia, jotka olisivat voineet olla keskeisimmillä sijainneilla. Kehitettävää löytyi myös aikataulusta, joka koettiin liian tiukaksi ja raskaaksi. Yritysvierailut olivat olleet mielekkäitä ja niistä oli saatu paljon irti ammatillista kasvua ajatellen. Yhteyshenkilön mukaan opinnäytetyön toiminnallinen osuus eli opintomatkan suunnittelu täytti toimeksiantajan kriteerit ja toiveet matkalle niin, että lopputulos oli onnistunut.</p>	
Avainsanat matkailutuote, matkan järjestäminen, ryhmämatka, valmismatka, opintomatka	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism			
Authors Sara Kukkonen, Maiju Möttönen			
Title of Thesis Planning and executing a trip for a group – Case excursion to Sweden and Denmark for students at Savonia University of Applied Sciences			
Date	19.04.2016	Pages/Appendices	49/14
Supervisor Pauli Verhelä			
Client Organisation /Partner Savonia University of Applied Sciences, Heikki Salkinoja			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this practice-based thesis was to plan an excursion for the students at Savonia University of Applied Sciences. The client organization was Savonia University of Applied Sciences and partner professor Mr. Heikki Salkinoja from the Technology and environment department. Primarily the excursion was planned for students in the technology programme which created a base for it. The grant from the university made executing this excursion possible.</p> <p>The theoretical framework of the thesis consists of organizing a trip, tour operating, tourism product, group travels and package tours. The principles of practical-based thesis and the planning process of the excursion from the beginning until the end are also presented. The process started by clarifying the wishes and needs of the client organisation and understanding what an excursion for students should include and what the budget is.</p> <p>The planned practical part of this thesis was put into practise in February 2016 when 30 students from Savonia University of Applied Sciences travelled six days in Finland, Sweden and Denmark visiting several internationally appreciated companies. The company visits focused on Sandvik in Finland, Esab and Volvo in Sweden and LM Windpower and Siemens in Denmark. The tour operator of the excursion was Pohjolan Matka, which was selected for cooperation after competitive tendering from travel agencies in North Savonia.</p> <p>Successful organizing of the trip and issues to be developed were researched with quantitative method. The participants of the excursion filled in a feedback form on the way home. The research results showed that the trip was successful and educational. According to the respondents the accommodation should have been located more central and the schedule was too tight and tiring. The participants experienced that the company visits were meaningful and professionally valuable. The partner was satisfied with the income of this practical-based thesis because it filled the criteria and wishes for the trip.</p>			
Keywords tourism product, operating tours, group travel, package tour, excursion			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ	7
3	MATKAILU JA MATKATYYPIT	8
3.1	Valmismatka	8
3.2	Ryhmämatka	9
4	MATKAILUTUOTE	11
4.1	Matkailutuotteen paketointi	12
4.2	Matkailumarkkinointi	13
5	MATKAKOHTEENA POHJOISMAAT	16
5.1	Ruotsin vetovoimatekijät	16
5.2	Tanskan vetovoimatekijät	17
6	CASE: OPINTOMATKA	18
6.1	Kohderyhmä	18
6.2	Aikataulutus	19
6.3	Matkareitti	19
6.4	Vierailukohteiden esittely	20
6.4.1	Sandvik	20
6.4.2	ESAB AB	21
6.4.3	LM Windpower	21
6.4.4	Siemens Windpower	21
6.4.5	Volvo	22
6.5	Matkustaminen ja yöpyminen	22
6.6	Tiedottaminen	23
6.7	Riskianalyysi ja riskienhallinta	23
6.8	Vakuutukset	25
6.9	Budjetti ja sen toteutuminen	25
7	OPINTOMATKAN PALAUTE JA ANALYSOINTI	27
7.1	Strukturoidut kysymykset	27
7.2	Avoimet kysymykset	29
8	POHDINTA TYÖN ONNISTUMISESTA	31
	LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT	33

LIITE 1: JULISTE.....	36
LIITE 2: KANSION SAATEKIRJE	37
LIITE 3: OHJEITA MATKALLE / WHAT TO DO DURING THE TRIP	39
LIITE 4: MATKAOHJELMA OPINTOMATKALLE / ITINERARY FOR STUDY TRIP	41
LIITE 5: TEHTÄVÄ OPINTOMATKALLE / ASSIGNMENT FOR STUDY TRIP	44
LIITE 6: PALAUTE OPINTOMATKASTA / FEEDBACK	46

1 JOHDANTO

Opinnäytetyömme tavoitteena oli suunnitella opintomatka Ruotsiin ja Tanskaan Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijoille. Opintomatkan suunnitteluprosessi aloitettiin syksyllä 2015 ja matkan toteutus tapahtui helmikuussa 2016 viikolla 8. Opintomatkan suunnittelu tapahtui yhteistyössä Heikki Salkinojan kanssa, joka työskentelee yliopettajana Savonia-ammattikorkeakoulussa Varkauden kampuksella. Salkinoja on ollut useana vuotena järjestämässä opintomatkoja tekniikan opiskelijoille. Tämän vuotiselle opintomatkalle hän halusi löytää suunnittelijat restonomiopiskelijoiden joukosta tekemään esimerkiksi päättötyötä matkan suunnittelusta ja lähestyi matkailupuolen lehtoria asian tiimoilta. Olimme molemmat kiinnostuneita toiminnallisesta opinnäytetyöstä ja syyskuun alussa otimme yhteyttä lehtori Pauli Verhelään aiheen löytymisen toivossa. Verhelä välitti meille Salkinojan pyynnön matkan suunnittelusta ja otimme aiheen mielellämme vastaan.

Tartuimme tähän toimeksiantoon, koska opintomatkan suunnittelu oli mielestämme mielenkiintoinen aihe ja uskoimme työn teosta olevan meille hyötyä tulevaisuudessa matkailualalla. Meillä ei ollut juuri kokemusta ryhmämatkan järjestämisestä, joten koimme, että työssä oli sopivasti haastetta. Otimme aiheen vastaan jo alkusyksystä, joten matkan suunnitteluun jäi kylliksi aikaa, mikä oli tärkeä kriteeri aiheen valinnassa. Toiminnallisen opinnäytetyömme toimeksiantajana oli Savonia-ammattikorkeakoulu. Konkreettisenä tuotoksena teimme matkakansion, josta löytyi kaikki tarpeellinen tieto matkan toteuttamista varten. Teoreettisena viitekehyksenä työssämme oli matkan järjestäminen, matkanjärjestäjätoiminta, matkailutuote sekä valmismatkat ja ryhmämatkat. Tässä opinnäytetyöraportissa avasimme käsitteitä matkailu, matkailija ja matkailumarkkinointi. Lisäksi kerroimme mitä toiminnallinen opinnäytetyö tarkoittaa ja miksi työmme oli sellainen.

Tavoitteena oli suunnitella onnistunut matkakokonaisuus kiinnostavine ja opettavaisine vierailukohteineen pysymällä budjetissa, sekä hoitaa kaikki matkaan liittyvät järjestelyt. Rahoitusta saimme Savonia-ammattikorkeakoululta matkaa varten 3000 euroa ja opiskelijoiden omavastuuosuudessa päädyttiin 300 euroon. Osallistujia matkalle otettiin 30, joten rahaa matkan järjestämiseen oli yhteensä 12 000 euroa. Opiskelijat saivat opintomatkasta opintopisteitä, joten matkan suunnittelussa oli tärkeää pohtia matkan sisältöä tästä näkökulmasta.

Tavoitteiden saavuttamista mitattiin kvantitatiivisella kyselytutkimuksella. Opintomatkan osallistujat vastasivat matkan lopussa palautelomakkeeseen (liite 6), jonka avulla selvitettiin, vastasiko matka odotuksia ja kuinka matka onnistui kokonaisuudessaan. Lomakkeessa selvitettiin osallistujien taustatiedot, sekä kartoitettiin ajatuksia matkan sisällöstä ja järjestelystä.

2 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ

Työmme oli muodoltaan toiminnallinen opinnäytetyö, joka on vaihtoehto tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Toiminnallisessa opinnäytetyössä joko ohjeistetaan toimintaa tai opastetaan ja järjestetään toimintaa. Toiminnallisen opinnäytetyön tuotoksena voi olla esimerkiksi kirja, kansio, vihko, opas, cd-levy, portfolio, kotisivut, näyttely tai tapahtuma. Tässä opinnäytetyössä tuotoksena oli kansio, johon kokosimme kaikki tarpeelliset ohjeet ja informaation opintomatkaa varten. Toiminnallisessa opinnäytetyössä on tarkoituksena yhdistää käytännön toteutus ja raportointi tutkimusviestinnän keinoin. (Vilkkä ja Airaksinen 2004, 9.)

Toiminnallisena opinnäytetyönä toteutettu tapahtuma, tuote, opas tai ohjeistus vaatii opinnäytetyöhön lisäksi raportin. Raportissa osoitetaan, että tekijät pystyvät yhdistämään ammattikorkeakouluopinnoissa opitun teoreettisen tiedon käytäntöön. Teorioiden ja käsitteiden avulla pitää pystyä pohtimaan käytännön ratkaisuja kriittisestä näkökulmasta ja kehittämään alan ammattikulttuuria. (Vilkkä ja Airaksinen 2004, 41 - 42.)

Toiminnallisen opinnäytetyön raportoinnin on samalla tavoin täytettävä tutkimusviestinnän vaatimukset kuin tutkimuksellisen opinnäytetyön. Raportissa on vastattava kysymyksiin mitä, miksi ja miten työssä on tehty. Lisäksi raportista täytyy käydä ilmi, millainen työprosessi on ollut, sekä millaisiin tuloksiin ja johtopäätöksiin tekijä on päätenyt arvioidessaan omaa tuotostaan ja oppimistaan. (Vilkkä ja Airaksinen 2004, 65.)

Toiminnallinen opinnäytetyö täytyy tehdä tutkivalla asenteella, joka tarkoittaa valintojen tarkastelua ja perustelua viitekehystä hyväksi käyttäen. Toiminnallisen opinnäytetyön arvioinnissa on käsiteltävä seuraavia asioita: työn idea, asetetut tavoitteet, teoreettinen viitekehys ja tietoperusta. Lukijalle on arvioinnin lukemisen jälkeen jäätävä selkeä käsitys siitä, mitkä opinnäytetyön tavoitteet olivat ja kuinka onnistuneesti ne saavutettiin. Usein tulee vastaan asioita, jotka eivät menekään prosessissa suunnitellusti ja hyvä idea teoriassa ei toteudukaan samalla tasolla käytännössä. Myös näitä asioita pitää tuoda esille työn arvioinnissa. (Vilkkä ja Airaksinen 2004, 154 - 155.)

3 MATKAILU JA MATKATYYPIT

Matkailu on yleistermi, joka käsittää sisällään termit vapaa-ajan matkailu ja liikematkailu. Matkailija matkustaa vapaa-ajallaan virkistäytyen, leväten, harrastaen tai ihmisiä tavatakseen. On myös henkilöitä, jotka matkustavat työnsä puolesta. Tällaista matkailua kutsutaan liikematkustukseksi tai liike-matkailuksi, johon voidaan yhdistää myös kokous- ja kongressimatkailu, kannustematkailu sekä business-virkistysmatkailu. (Komppula ja Boxberg 2005, 8 - 9.)

World Tourism Organizationin mukaan matkailu on ihmisten toimintaa tavanomaisen asuin- ja työympäristön ulkopuolella sekä lähtö- ja kohdealueiden välistä vuorovaikutusta matkailijoiden ja yritysten välillä. Matkailun merkitys koostuu sen taloudellisista, sosiaalisista ja kulttuurisista vaikutuksista. Kansainvälistä matkailua on oman väestön matkaileminen ulkomailla ja puolestaan ulkomaalaisten matkaileminen kotimaassa. (Haapakoski 2013, 14 ; Vuoristo 2002, 22 - 24 ; Hall 2008, 5 - 8. ; UNWTO 2008, 9 - 10.)

Yhdistyneiden Kansakuntien (YK) vuonna 1979 esittämän määritelmän mukaan matkailija eli turisti on henkilö, joka matkustaa tutun asuinpaikkansa ulkopuolelle ja viettää siellä vähintään 24 tuntia tai enintään yhden vuoden kerryttämättä ansiotuloa (Komppula ja Boxberg 2005, 8 - 9). Termit "matkailija" ja "turisti" sekoitetaan usein keskenään ja on tärkeää tietää niiden erot. Lehtipuun (1989) määritelmän mukaan turisti eroaa matkailijasta siten, että hän suosii etukäteen hankittuja matkapaketteja. Matkailija puolestaan lähtee matkalle ja tekee matkalla ollessaan lopulliset ostopäätökset liittyen esimerkiksi majoitus- ja ruokapalveluihin. (Verhelä 2014, 28.)

3.1 Valmismatka

Valmismatka on pakettina ostettu matkailupalvelujen yhdistelmä, jota matkatoimistot myyvät. Kun asiakas ostaa valmismatkan, hänellä on valmismatkaehtojen mukainen suoja aina ostohetkestä matkan päättymiseen asti. Tämä pitää sisällään muun muassa peruutusoikeuden ja mahdollisuuden saada apua ongelmatilanteissa.

Matkanjärjestäjät vastaavat matkaan kuuluvista palveluista, kuljetuksesta ja majoituksesta. Valmismatkalla tarkoitetaan vähintään kahden matkailupalvelun yhdistelmää, joten pelkkä kuljetusvälineessä tapahtuva majoitus ei täytä valmismatkan kriteerejä. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2014.)

Valmismatka voi olla esimerkiksi matkatoimiston myymä:

- lento ja hotelli
- hotelli ja matkailupalvelu esimerkiksi pääsylippu tai autonvuokraus
- matkustajien toiveiden mukaan räätälöity matka

(Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2014.)



KUVA 1. Valmismatka-logo (Kuluttajaliitto 2016.)

Valmismatkan tunnistaa matkustusasiakirjoissa käytettävästä valmismatka-logosta (kuva 1). Valmismatka on usein etukäteen maksettava matka ja matkajärjestäjä vastaa aina koko sopimuksen mukaisesta valmismatkapaketista. Tätä vastuuta ei voi siirtää muille tahoille kuten esimerkiksi kuljetusfirmoille. (Kilpailu- ja kuluttajavirasto 2014.)

Valmismatkoja säädellään EU-tasolla direktiiveillä matkapaketeista, pakettilomista ja pakettikiertomatkoista. Suomessa on pantu täytäntöön valmismatkalaki vuonna 1994. Laki valmismatkaliikkeistä rantaui Suomeen vuonna 2008. Lainsäädäntö pitää sisällään valmismatkaehdot, jotka ovat kuluttaja-asiamiehen ja Suomen matkatoimistoalan liiton yhdessä laatimia. (Kuluttajaliitto 2016.)

3.2 Ryhmämatka

Ryhmämatkoja tuotetaan ja ostetaan yleensä siksi, että kun palveluita ostetaan enemmän kerralla, ne saadaan edullisemmin. Ryhmämatkat perustuvat siis ryhmälennuksiin ja erikoishintoihin, joita saadaan liikenneyhtiöiltä, hotelleilta ja muilta palveluita tuottavilta yrityksiltä. Yleensä ryhmähintoja saadaan, kun kyseessä on vähintään kymmenen hengen ryhmä. Matkustajalle ryhmämatkan etuja ovat etenkin sen turvallisuus ja helppous, kun ohjelman ja matkanjärjestelyt hoitaa jokin muu taho. Ryhmän matkajärjestelyt matkatoimistolta ostaa useimmiten asiakas, yritys tai jokin järjestö. Matkantiilaajan tulee toimittaa matkatoimistolle nimilista sekä muut tarpeelliset tiedot. Joissain tapauksissa voidaan puhua myös keräilyryhmästä, jolloin matkatoimisto tuottaa itse ryhmämatkan ja myy sen suoraan kuluttajalle tai välittäjien kautta. (Verhelä 2000, 75.)

Ryhmämatkojen tuottamisessa ja räätälöimisessä on eroja verrattuna yksittäiselle matkustajalle palveluiden järjestämiseen. Ryhmävaraukset tulee tehdä suoraan liikenneyhtiöiltä, matkanjärjestäjältä, agentilta tai muulta palvelun tuottajalta. Tämä tarkoittaa sitä, ettei varaaminen onnistu suoraan varausjärjestelmästä. Ryhmämatkoja järjestäessä on tärkeää pyytää tarjous ryhmälle, jotta hinta saadaan mahdollisimman alhaiseksi. Joillakin yrityksillä on ryhmille valmiit nettohinnat, jotka vaihtelevat lähtöpäivän ja matkankeston mukaan. Erikoishinnat ja alennukset voivat vaikuttaa muutos- ja peruutusoikeuksiin ja hotelleista joudutaan usein ottamaan huonekiintiö, jota ei saa peruutetuksi. Ryhmämatkoja varattaessa on aina tärkeää perehtyä peruutusehtoihin ja aikarajoihin. (Verhelä 2000, 76.)

Ryhmämatkan suunnittelu ja toteutus voidaan Renforsin mukaan jakaa useisiin prosesseihin. Alla on listattuna niistä osa:

- Kohderyhmän määrittely ja tarvekartoitus
- Yhteydenotto asiakkaaseen ja tarpeiden selvittäminen
- Vaihtoehtojen esittely
- Tarjouksen suunnittelu ja paikkavaraukset
- Tarjouksen tekeminen asiakkaalle
- Asiakkaan myönteinen vastaus ja vahvistus asiakkaalle
- Maksu ja matkadokumentit
- Yhteydenotto asiakkaaseen matkan jälkeen, kysely matkan sujumisesta
- Mahdollisten reklamaatioiden käsittely

(Renfors 2008, 66.)

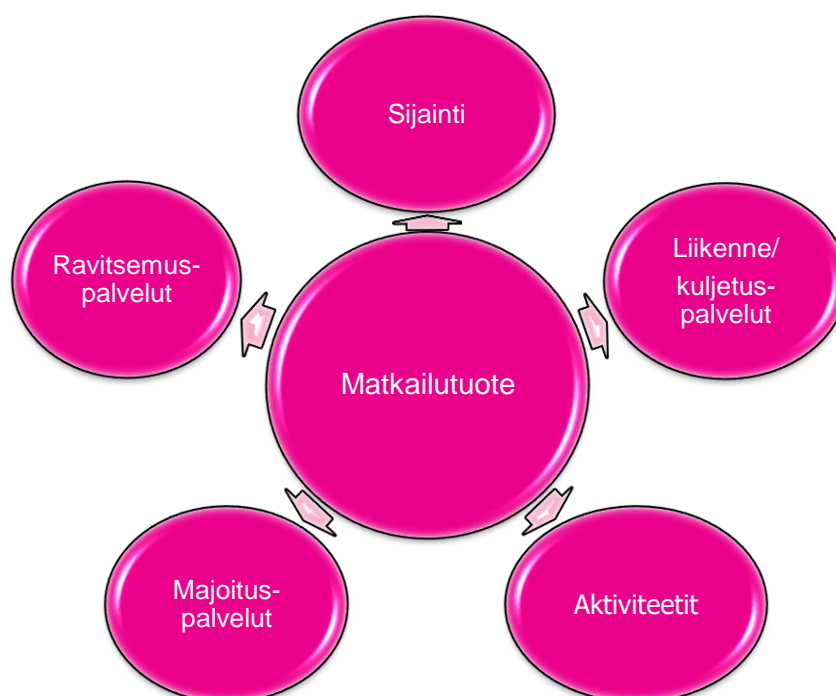
Opintomatka tehdään usein ryhmämatkana. Opintomatkoilla pohjimmaisena ideana on kehittää ammattitaitoa, joten ne yleensä sisältävät matkailupalvelujen lisäksi koulutusta, tutustumiskäyntejä tai vierailuja yrityksissä. (Verhelä 2000, 31.)

4 MATKAILUTUOTE

Kun määritellään matkailutuotetta, on ensin avattava siihen olennaisesti liittyvät peruskäsitteet. Tällaisia käsitteitä ovat matka, matkustaminen, matkailu ja turismi (Komppula ym. 2005, 8 - 9). Matkailutuote on fyysiseen paikkaan sidottu yksittäisen yrityksen tai välittäjän toimittama tuote sekä kokemusten summa, joka pitää sisällään yritykset, yhteisöt, ihmiset ja paikat matkailukohteessa sekä sosiaalisessa vuorovaikutusympäristössä (Haapakoski 2013, 25).

Kun puhutaan tuotekehityksestä ja matkailumarkkinoinnista, on ensin ymmärrettävä matkailutuotteen merkitys. Matkailutuote on aineeton palvelu, jota tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Palvelua ei voi varastoida, mutta siihen voi liittyä aineellisia komponentteja esimerkiksi ruokaa tai konkreettisia matkamuuistoja. Palvelun aineettomuus tekee haastavaksi epäonnistuneet kokemukset, sillä koettua palvelua ei voida palauttaa. (Komppula ym. 2005, 8 - 9.) Tilastokeskuksen mukaan matkailuelinkeinon ja matkailutuotteen määrittäminen on ajoittain hankalaa, sillä matkailu koostuu useasta eri toimialasta ja monet toimialat ovat suoraan tai epäsuorasti tekemisissä matkailun kanssa. Matkailutuote syntyy alueen tai kohteen yritysten yhteistyönä. (Haapakoski 2013, 18, 24.)

Tuotteista voidaan puhua myös tarinoina, jolla on omat tarkoitukset, arvot ja merkitykset. Nämä seikat yhdistävät matkailupalvelujen tarjoajia, asiakkaita ja tuotteita. Tuotetta rakennettaessa tuotteen perusedellytyksiä ovat kannattavuus, tehokkuus, laatu ja turvallisuus. Tuotteen kilpailukykyä lisäävät myös muutosten ennakointi, kokemuksellisuus, tarinallisuus, paikallisuus, erityisyys ja uskottavuus. (Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti 2010.)

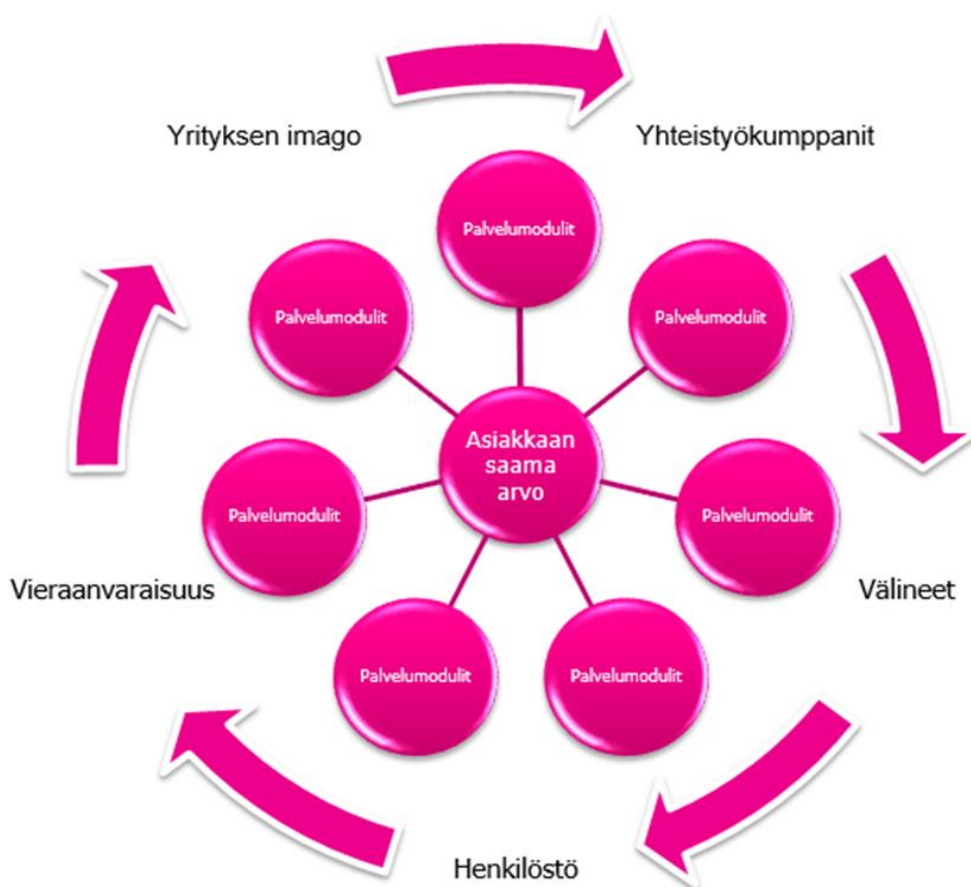


KUVIO 1. Matkailutuote asiakkaan näkökulmasta (Leidner 2004, 9 ; Häkkinen 2010 ; Haapakoski 2013, 17.)

Matkailutuotetta asiakkaan näkökulmasta voidaan tarkastella kuvio 1 avulla. Tuote on liikeideaan perustuva asia, jota yritys tarjoaa asiakkaalleen. Kun asiakas valitsee matkakohdetta, on tärkeää löytää tasapaino eri tekijöiden välillä. Boxbergin, Komppulan, Korhosen ja Mutkan (2001) mukaan matkailun kokonaistuote on sekä kokonaisuus, joka käsittää kaiken ajan ja palvelut asiakkaan ollessa matkalla kotoa lähdettyään ja kunnes palaa takaisin, että joukko erinäisiä tuotteita tai palveluja, joita asiakas ostaa matkan aikana. Matkailutuote on aina paikkaan sidonnainen ja paikkana asiakkaalle voi toimia esimerkiksi valtio, paikkakunta tai yritys. Paikassa asiakas odottaa vieraanvaraisuutta, käytettäviä palveluja ja mahdollisuutta tehdä valintoja kohteessa. (Haapakoski 2013, 16, 22.)

4.1 Matkailutuotteen paketointi

Matkailutuote on palvelupaketti, joka sisältää sekä aineettomia että aineellisia osia. Se voi sisältää esimerkiksi jonkinlaista toimintaa matkakohteessa. Matkailutuotteen pakettihinta koostuu niistä kustannuksista, joita matkantekoon on kulutettu. Se kuinka asiakas on matkan kokenut, eli kokemuksen laatu määräytyy kaikkien matkan osien yhteisestä summasta. Matka on aina matkailijalle uusi kokemus, joka koetaan yhtenä kokonaisuutena (kuvio 2). Se on myös kokonaismatkailutuote, joka alkaa silloin kun matkaa aletaan suunnitella ja päättyy silloin, kun matkalta palataan kotiin. (Komppula 2002.)



KUVIO 2. Matkailupalvelupaketti (Komppula 2002.)

Grönroosin (2001; 2009) mukaan matkailutuotepaketti koostuu ydinpalvelusta ja sitä tukevista liitännäispalveluista sekä tukipalveluista. Ydintuote muodostaa lähtökohdan palveluyrityksen kilpailuedun kehittämiseksi. Ydinpalvelua, eli koko toiminta-ajatusta avustavia liitännäispalveluja voivat olla esimerkiksi avustavat palvelut tai tavarat. Tukipalvelut tuovat puolestaan lisäarvoa ydintuotteelle. Avustavat palvelut helpottavat palvelun käyttöä ja voivat olla jopa edellytys ydintuotteen olemassaololle (Haapakoski 2013, 21.)

Matkailutuotteen suunnittelun vaiheet:

1. Suunnittelu
 2. Tietojen analysointi
 3. Sidosryhmät
 4. Tuoterunko
 5. Hinnoittelu
 6. Segmentointi
 7. Markkinointi
 8. Uusi matkailutuote
 9. Jatkuva kehittäminen
- (Komppula 2002.)

4.2 Matkailumarkkinointi

Markkinointi on yksi tärkeimpiä työkaluja halutun osallistujamäärän saavuttamisessa matkalle. Markkinoinnin tehtävänä on herättää kohderyhmän kiinnostus ja sitouttaa matkallelähtijät. Markkinointi mix (marketing mix) kuvaa markkinoinnin kilpailukeinojen kokonaisuutta, jolla pyritään palvelemaan liiketoiminnan päämääriä niin tehokkaasti kuin mahdollista. Marketing mix toimii työkaluna markkinointityössä ja koostuu neljästä P:stä, joita ovat product (tuote tai palvelu), price (hinta), place (paikka tai saatavuus) ja promotion (markkinointiviestintä).

The hospitality marketing mix (kuvio 3) kuvaa kahdeksaa eri markkinoinnin työkalua. Product eli tuote tai palvelu on työkalu, jolla asiakkaan tarpeet tulee saada tyydytetyksi. Esimerkkejä tällaisista tuotteista ovat majoituspalvelut, ruoka ja juoma, liikematkailijoiden palvelut ja erilaiset vapaa-ajanviettopalvelut. Palvelun ja tuotteen tarjoamisessa tärkeässä roolissa ovat myös tuotteen saavuttaminen ja sijainti (location). Sopivan sijainnin löytäminen palvelun tarjoamiseksi on yksi yrityksen toiminnan elin-ehdoista. (Bowie ja Buttle 2011, 32.)



KUVIO 3. The hospitality marketing mix (Bowie ym. 2011, 32.)

Se kuinka paljon tuotetta ja palvelua saadaan myydyksi asiakasryhmille, riippuu tuotteen hinnasta (price). Hintaa määrittäessä on tärkeää kartoittaa markkinoilla olevien kilpailevien yritysten hinnastot, jotta tuotteen hinta on kilpailukykyinen ja toiminta pysyy kannattavana. Hintaa rakentaessa on hyvä ottaa huomioon verot ja tuotantoon kuluvat kustannukset. Näin saadaan tietää tuotteen todellinen yrityksen omakustanteinen hinta, jonka päälle muodostetaan tuotteen myyntihinta. (Bowie ym. 2011, 33.)

Jakelukanavat (distribution) kuvaavat sitä, kuinka yritys tavoittaa potentiaaliset asiakkaat ja saa heidät ostamaan tarjolla olevat tuotteet tai palvelut. Online-ympäristö mahdollistaa tänä päivänä reaaliaikaiset varaukset ja ostokset internetissä. Muun muassa lennot ja hotellit ovat varattavissa helposti internetissä ja kilpailu onkin erittäin kovaa eri matkanjärjestäjien välillä. Kommunikointikeinot (marketing communications) pitää sisällään tapoja jakaa informaatiota eri organisaatioiden välillä. Kommunikointi tapahtuu muun muassa yrityksen työntekijöiden, asiakkaiden ja mahdollisten osakkeiden omistajien välillä. Työkaluina kommunikoinnissa yritykset käyttävät esimerkiksi verkkosivuja, hakukoneita, mainoksia, julisteita, online-myyntiä ja suoramainontaa. (Bowie ym. 2011, 33.)

Asiakas saa ensivaikutelman ympäristöstä (environment), jossa tuotetta tai palvelua myydään. Se kuinka tuote on esillä, kuinka paikka on sisustettu ja valaistu, sekä miltä ympäristö näyttää kokonaisuudessaan vaikuttaa ratkaisevasti asiakkaan ostopäätökseen. Prosessi (process) puolestaan kertoo siitä, millä keinoilla ja kuinka tehokkaasti ja kilpailukykyisesti markkinointi ja myynti tapahtuvat. On tärkeää, että prosessi on asiakkaalle helppo, selkeä ja tuotteen ostaminen on luotettavaa ja vaivatonta. Ihmiset (people) tekevät tuotteen markkinoimisesta omanlaisensa asiakaskokemuksen. Se

kuinka asiakas saa palvelua ja kuinka tuotetta markkinoidaan sisäisesti ja ulkoisesti vaikuttavat merkittävästi asiakkaan ostopäätökseen. Myös toisten ihmisten kertomukset ja kokemukset vaikuttavat uusien asiakkuuksien syntymiseen ja vanhojen asiakkaiden tyytyväisyyden jatkuvuuteen. (Bowie ym. 2011, 34.)

5 MATKAKOHTENA POHJOISMAAT

Ruotsi ja Tanska ovat Pohjois-Euroopassa sijaitsevia Skandinavian maita. Maat tunnetaan ympäri maailmaa hyvinvointivaltioina, joissa kansalaisilla on hyvä terveydenhuolto sekä hyvät koulutusmahdollisuudet. Monet suomalaiset matkustavat Ruotsiin kätevien laivayhteyksien, sekä yhteisen rajaviivan vuoksi. Tanska sen sijaan houkuttelee lapsiperheitä Legolandillaan. Suomesta Ruotsiin tai Tanskaan matkatessa vallitsee henkilöiden vapaa liikkuvuus. Pohjoismaiden kansalaisena matkalla ei tarvitse matkustusasiakirjaa, mutta tarvittaessa täytyy pystyä todistamaan henkilöllisyytensä. (Ulkoasiainministeriö 2016.)

Vuonna 2015 suomalaiset tekivät Ruotsiin yhteensä 1 480 000 vapaa-ajan matkaa ja Tanskaan 91 000. Vuosimuutos edellisestä vuodesta tarkasteltuna maittain on 10,7% vähemmän tehtyjä matkoja Ruotsiin ja 49,8% enemmän tehtyjä matkoja Tanskaan. (Tilastokeskus 2016.)

5.1 Ruotsin vetovoimatekijät

Ruotsin pinta-ala on yhteensä 450 000 km² ja asukkaita on noin 9,3 miljoonaa. Maan pääkaupunki Tukholma vetää puoleensa lukuisia turisteja ympäri vuoden. Ruotsin hallitusmuoto on perustuslaillinen monarkia sekä parlamentaarinen demokratia. 82 % ruotsalaisista kuuluu Ruotsin luterilaiseen kirkkoon ja pääkielenä maassa on ruotsin kieli. Vähemmistökielinä Ruotsissa puhutaan myös saamea, suomea, meänkieltä, yiddishiä ja romanikieltä. Ruotsin rahayksikkö on ruotsin kruunu. Maan tärkeimpiä vientituotteita ovat paperi, sähkö- ja tietokonetarvikkeet, ajoneuvot, koneet, kemialliset tuotteet, lääkkeet, rauta, teräs ja elintarvikkeet. Ruotsiin tuodaan eniten polttonestettä, moottoriajoneuvoja, koneita, elintarvikkeita, tekstiilejä ja jalkineita. (VisitSweden 2016b.)

Ruotsi on yksi maailman vanhimmista monarkioista ja sen suurvallan juuret tulevat jo 1600-luvulta. Matkailukohtena Ruotsi on erittäin monipuolinen. Sen historia, luonto, loisteliaat linnat ja maisemat tekevät maasta mielenkiintoisen. Ruotsi on välttynyt sota-aikana suurilta rakennustuhoilta, joten siellä on edelleen mahtavia historiallisia monumentteja ja rakennuksia sekä valtion omistuksessa, että yksityisessä käytössä. Ruotsi sopii matkailukohtena kaikenikäisille. (Tuominen 2010, 26.)

Kun tarkastelemme Ruotsin liikennettä ja teitä opintomatkan näkökulmasta, moni lähde kertoo ajamisen Ruotsissa olevan turvallista ja helppoa. Ruotsissa liikennemerkit ja liikennesäännöt ovat samantaisia kuin Suomessa. Tieverkosto on hyväkuntoinen ja kaistat on jaettu keskikaiteilla. (Tuominen 2010 26.) Maksuttomia moottoriteitä löytyy toista tuhatta kilometriä ja pienempiä pikkuteitä myös jopa tuhansia. Matkan varrelta löytyy myös hyvin hoidettuja levähdyspaikkoja matkailijoille. (VisitSweden 2016a.)

5.2 Tanskan vetovoimatekijät

Tanska on pienin Pohjoismaista, sen pinta-ala on 42,916 km². Asukkaita Tanskassa on noin 5,6 miljoonaa ja maan pääkaupunki on Kööpenhamina. Tanska on perustuslaillinen monarkia ja sen pääkielenä on tanskan kieli. Tanskalla on vain yksi rajanaapuri, Saksa, muutoin maata ympäröivät idässä Itämeri ja lännessä Pohjanmeri. Tanskan ja Ruotsin välissä on kapea Juutinrauman salmi. (The Official Website of Denmark 2014.)

Tanska on historiallinen merenkulkuvaltio, jota ympäröi yli neljäsataa saarta. Se on yksi Euroopan pienimmistä valtioista. Tanskan suosituimpia nähtävyyksiä ovat sen pääkaupunki Kööpenhamina ja Legoland. Maa on pullollaan myös kauniita pikkukaupunkeja, historiallisia kirkkoja, linnoituksia, monumentteja ja rannikkomaisemia. (The Official Website of Denmark.)

Automatkailun näkökulmasta Tanska on ihanteellinen maantieliikennekohde, sillä siellä on ainoastaan kaksi tullitietä ja eivätkä välimatkat ole pitkiä. Muun muassa Margueritruuten-väylä muodostuu kauniista maisemateistä, jotka kulkevat useiden nähtävyyksien ohi. (Tuominen 2010, 21.)

6 CASE: OPINTOMATKA

Aloitimme opinnäytetyön suunnitteluprosessin syyskuussa 2015. Tuolloin saimme opinnäytetyömme aiheen lehtori Pauli Verhelältä, ja sovimme tapaamisen yhteyshenkilö yliopettaja Heikki Salkinojan kanssa. Tapaamisessa selvitimme toimeksiantajamme toiveet ja tarpeet. Tämän jälkeen aloimme tutkia mahdollisia vierailukohteita ja matkareittiä. Alun perin ajatuksena oli järjestää opintomatka Keski-Eurooppaan, mutta Savonia-ammattikorkeakoulun tuki matkalle oli odotettua pienempi, joten päädyimme Pohjoismaihin.

Kun olimme päättäneet matkakohteiksi Ruotsin ja Tanskan, aloitimme vierailukohteiden kartoittamisen. Toimeksiantajamme Salkinoja antoi meille ehdotuksia yrityksistä, joihin voisimme ottaa yhteyttä. Yliopettaja Salkinoja työskentelee tekniikan alojen opettajana Varkauden kampuksella ja tavoitteena olikin järjestää opintomatka lähtökohtaisesti kyseisen alan opiskelijoille. Lokakuun lopulla otimme yhteyttä mielenkiintoisiin yrityksiin sähköpostitse. Osa yrityksistä ei harmiksemme vastannut yhteydenottoihimme, mutta tämä ei meitä lannistanut, sillä saimme kuitenkin useita vastauksia.

Suunnitteluprosessissa oli otettava huomioon useita eri asioita. Reitti tuli suunnitella niin, että kuskin lakisääteiset tauot toteutuvat eikä päivittäinen ajoaika ylitä. Lisäksi meidän piti ajatella kolmekymmentä matkalle lähtevää opiskelijaa ja heidän jaksamistaan reissun aikana. Opintomatkalle tuli myös laatia tehtävä (liite 5), jotta opiskelijat saisivat matkasta opintopisteitä.

6.1 Kohderyhmä

Kriteereinä opintomatkalle osallistumisessa olivat täysi-ikäisyys ja Savonia-ammattikorkeakoulun opiskeluoikeus. Kohderyhmänä opintomatkalla ovat Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijat. Matkalle pääsi mukaan 30 ensimmäiseksi ilmoittautunutta. Markkinoimme matkaa tekemällä infolehtisiä kampukselle (liite 1). Infollehtisestä kävi ilmi mitä matka maksaa, miten sille ilmoitaudutaan, ajankohta ja tietysti matkan sisältö. Toimeksiantajamme osasi kertoa, että opintomatkasta tiedottaminen tekniikan opiskelijoiden keskuudessa tapahtuu helposti myös puskaradion kautta.

Ilmoittautuminen alkoi Varkaudesta, josta matkalle saatiin mukaan noin puolet. Koska vielä puolet paikoista oli tammikuun alussa täyttämättä, toimeksiantajamme laajensi ilmoittautumista opiskelijoilleen Kuopioon. Savonia-ammattikorkeakoulun noin 6000 opiskelijasta opiskelee Kuopion kampuksella 4500 eli selkeästi suurin osa (Savonia-ammattikorkeakoulu, 2016). Oli siis odotettavissa, että lähtijöitä Kuopiosta löytyy helpommin ja loput paikat täytyivätkin nopeasti. Tiesimme alusta asti, että Pohjoismaihin kohdistuvat opintomatkat kiinnostavat ulkomailta Suomeen opiskelemaan tulleita ja heitä on Kuopiossa enemmän. Kuopiosta mukaan lähtikin yli kymmenen opiskelijaa, joiden kotimaa oli muu kuin Suomi. Matkalle lähti myös yksi opettaja. Yhteensä siis opintomatkalle osallistui kolmekymmentä Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijaa sekä Kuopion että Varkauden kampuksilta. Matkalle lähtijöistä viisi oli naisia ja loput osallistujat olivat miehiä.

6.2 Aikataulutus

Otimme toimeksiannon vastaan tähän toiminnalliseen opinnäytetyöhön syyskuussa 2015. Koemme, että suunnitteluun jäänyt lähes puoli vuotta oli meille riittävä aika. Vierailukohteita lähestyimme sähköpostitse lokakuun lopussa sekä marraskuun alussa. Vierailukohteitten varmistuttua löimme lukkoon opintomatkan toteutuksen ajankohdan, 22.-27.2.2016. Matkan pituus oli yhteensä kuusi päivää. Tarjouspyynnöt matkanjärjestäjille lähetimme marraskuun puolivälissä ja marraskuun lopulla hyväksyimme valitun matkanjärjestäjän tarjouksen. Tästä alkoi yhteistyö Pohjolan Matkan myyntivirkailijan Seija Lappalaisen kanssa, johon olimme yhteydessä sähköpostitse viikoittain ja tapasimme kaksi kertaa kasvotusten.

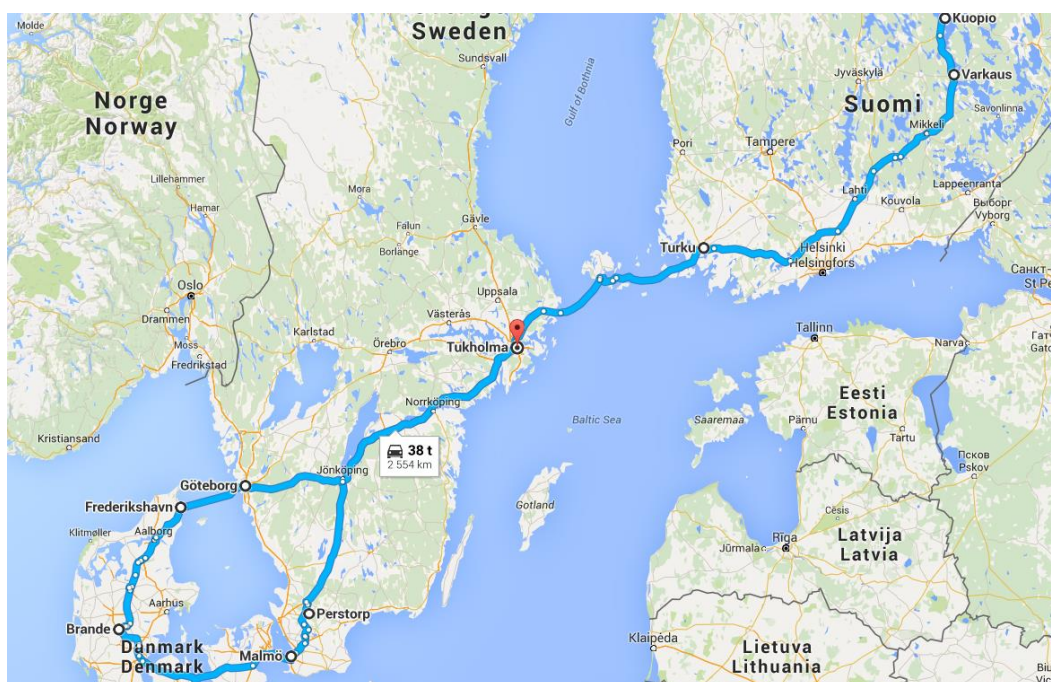
Yhtenä tärkeimpänä osana työssämme oli huolehtia, että matkalla tarvittavat asiakirjat olivat valmiina luovutettaviksi hyvissä ajoin ennen opintomatkaa. Alkuperäinen tavoite oli saada kansio luovutettua joulukuun loppuun mennessä. Koska matkan ryhmäkiintiö oli 30 henkeä ja joulukuun lopussa meillä oli vasta noin puolet paikoista täynnä, sovimme toimeksiantajan kanssa, että siirrämme kansion palautusaikaa. Tammikuun alussa meille selvisi, että matkalle lähtee myös ulkomaalaisia opiskelijoita, joka tarkoitti sitä, että kaikki matkaan liittyvät asiakirjat täytyi kääntää englanniksi. Hetkellisesti tuntui siltä, että emme ehdi tehdä kaikkea tarvittavaa työtä aikataulussa. Molemmat olimme kuitenkin tottuneet tuottamaan englannin kielistä tekstiä, joten saimme kansion ja opiskelijoiden infoon tulevat asiakirjat käännettyä nopeasti. Kansio oli valmis tammikuun lopulla, jolloin se palautettiin sähköisesti toimeksiantajalle. Hän antoi vielä kommentteja ja valmis konkreettinen kansio palautettiin viikkoa ennen matkaa.

6.3 Matkareitti

Lähdimme suunnittelemaan matkareittiä täysin budjetin pohjalta, koska tiesimme, että siinä oli pysyttävä. Heikki Salkinoja oli selvittänyt Savonia-ammattikorkeakoululta, kuinka paljon voimme saada liikuvuustukea matkalle ja löimme lukkoon, kuinka paljon haluamme pyytää opiskelijoilta omavastuuosuutena. Näiden vaiheiden jälkeen tulimme siihen tulokseen, että rahamme riittäisivät alle viikon mittaiseen matkaan Pohjoismaissa ja päädyimme etsimään vierailukohteita Ruotsista ja Tanskasta. Pohdimme vierailukohteita ennen Salkinojan tapaamista, jonne meidän oli määrä viedä ehdotuksia. Tapaamisessa meille selveni, että matkaan halutaan ottaa lähtökohtaisesti tekniikan opiskelijoita. Suunnitelmamme muuttui osin sen jälkeen, koska oli tärkeää, että opiskelijat saisivat opintomatkasta mahdollisimman suuren hyödyn ammatillisesti ja, että vierailukohteet olisivat alan yrityksiä. Tapaamisessa Heikki ehdotti meille useita vierailukohteita, joissa ryhmä voisi vierailla. Tämän jälkeen aloimme tutkia yritysten sijainteja ja mietimme, miten saisimme muodostettua loogisen matkareitin (kuva 2). Vierailukohteiden asettaminen loogiselle matkareitille oli jokseenkin haastavaa. Lähestyimme useita yrityksiä sähköpostitse, koska tavoitteenamme oli saada yksi vierailukohde jokaiselle matkapäivälle.

Lopulta matkalle lähti opiskelijoilta Varkauden lisäksi myös Kuopiosta. Valitsimme tarjousten perusteella matkanjärjestäjäksi kuopiolaisen Pohjolan Matkan, joten matkan lähdettiin Kuopiosta. Matka jatkui Varkauden kautta Turkuun, jossa oli ensimmäinen yritysvierailu. Pohjolan Matka on rekisteröity

Kuluttajavirastoon matkanjärjestäjäksi. Koska matka suuntautui ensin Ruotsiin, koimme järkevimmäksi vaihtoehdoksi kulkea laivalla Turusta Tukholmaan. Pohjolan Matka valitsi laivayhtiöksi Viking Linen ja alukseksi aikataulun mukaan valikoitui Viking Grace. Tukholmasta matka jatkui Perstorppiin, jossa sijaitsi toinen vierailukohde Esab. Tanskaan päätimme kulkea menomatalla Malmön kautta siltaa pitkin Kööpenhaminaan. Tanskan puolella vierailukohteet olivat kaupungeissa Kolding ja Brande. Lähtiessä takaisin Ruotsiin reitti kulki vielä Aalborgin kautta Frederikshavniin ja sieltä lautalla Göteborgiin, jossa sijaitsi viides ja viimeinen vierailukohde Volvo. Tukholmaan matkatessa reitin varrelle osui vielä Nörrköping. Tukholma-Turku laivamatkan jälkeen reitti takaisin Kuopioon oli sama kuin menomatalla.



KUVA 1. Matkareitti kartalla (Google maps 2016.)

6.4 Vierailukohteiden esittely

Vierailukohteiksi valikoitui viisi tunnettua ja menestynyttä yritystä tekniikan alalta. Aloimme lähestyä yrityksiä vierailupyynnöillä lokakuun puolivälin jälkeen ja viimeiset pyynnöt lähetimme marraskuun alussa. Mielestämme ajankohta oli sopiva, sillä aikaa opintomatkan alkuun oli tuolloin vielä noin kolme ja puoli kuukautta. Kaikista yrityksistä joita lähestyimme emme saaneet vastausta ja osa vastasi kielteisesti. Onneksemme kuitenkin suurin osa yrityksistä suostui opiskelijaryhmän vierailuun.

6.4.1 Sandvik

Sandvik on kansainvälinen korkean teknologian teollisuuskonserni, jonka pitkälle kehitetyt tuotteet ovat markkinajohtajia valikoiduilla erikoisaloilla. Näitä ovat metallintyöstössä käytettävät työkalut, kairo- ja maarakennusteollisuuden laitteet ja työkalut, ruostumattomat materiaalit, erikoismetalliseokset, metalliset ja keraamiset kestmateriaalit sekä prosessijärjestelmät. Vuonna 2011 konserni työllisti 50 000 henkilöä, ja sillä oli työntekijöitä ja toimintaa yli 130 maassa. Liikevaihto oli lähes 94 miljardia Ruotsin kruunua. (Sandvik 2015.)



KUVA 3. Sandvik-logo (Sandvik 2015.)

6.4.2 ESAB AB

ESAB on yksi maailman johtavista hitsaus- ja leikkaustarvikkeiden valmistajista. Yritys tarjoaa asiakkailleen innovatiivisia, maailmankuuluja laitteistoja ja ratkaisuja vankalla kokemuksella ja asiantuntijuudella, sekä panostaa tuotteiden valmistuksessa asiakkaiden toiveisiin ja tarpeisiin. (ESAB 2015.)



KUVA 4. Esab-logo (Esab 2015.)

6.4.3 LM Windpower

LM Windpower on yksi maailman johtavista tuulivoimaloitten valmistajista ja yrityksellä on yli kolmen vuosikymmenen kokemus. LM Windpower konsernin palveluksessa on noin 5000 työntekijää neljässä eri maanosassa. LM Windpowerin pääkonttori sijaitsee Koldingissa Tanskassa ja toinen toimisto löytyy Amsterdamista Hollannista. Tuulivoiman käytön ennustetaan kasvavan lähes 80 prosenttia vuoteen 2030 mennessä. Nykyään tuulivoimalan kerrotaan tuottavan 180 kertaa enemmän sähköä pienemmillä kustannuksilla ja näin ollen tuulienergia on erittäin kilpailukykyinen uusiutuva energianlähde (LM Windpower 2015.)



KUVA 5. LM Windpower-logo (LM Windpower 2015.)

6.4.4 Siemens Windpower

Siemens on ainoa yhtiö maailmassa, joka tarjoaa ratkaisuja ja palveluja koko energian tuotantoketjuun. Ympäristöystävälliset teknologiat varmistavat luotettavan energian saannin. Yhdelläkään muulla yrityksellä ei ole yhtä paljon kokemusta merelle rakennettavista tuulivoimaloista kuin Siemensillä. Siemens perusti koko teollisuuden alan vuonna 1991 rakentamalla maailman ensimmäisen offshore-tuulivoimalan Tanskaan. (Siemens Windpower 2015.)



KUVA 6. Siemens-logo (Siemens 2015.)

6.4.5 Volvo

Ensimmäinen Volvo valmistui Göteborgin tuotantolinjalta vuonna 1927, ja siitä lähtien yritys on kehittänyt lukuisia maailmaa muuttaneita innovaatioita ja on yksi johtavista raskaiden ajoneuvojen ja dieselmoottorien valmistajista. Volvon visiona on olla maailman edistyksellisin sekä halutuin premium-automerkki. (Volvo Cars 2015.)



KUVA 7. Volvo-logo (Volvo Cars 2015.)

6.5 Matkustaminen ja yöpyminen

Kun matkareitin suunnittelu tuli päätökseen ja vierailukohteet olivat varmistuneet, seuraavana vaiheena oli etsiä sopiva matkanjärjestäjä. Matka oli tarkoitus kulkea suurimmaksi osin linja-autolla, joten lähestyimme tarjouspyynnöillä kuutta eri matkanjärjestäjää, jotka tarjoavat räätälöityjä linja-automatkoja. Selkeästi edullisimman tarjouksen saimme Pohjolan Matkalta, joten ehdotimme tätä matkanjärjestäjää toimeksiantajalle. Tärkeimmiksi arvoikseen Pohjolan Matka mainitsi toiminnassaan positiivisuuden, jatkuvuuden, turvallisuuden sekä vastuullisuuden, jotka sopivat mielestämme matkamme konseptiin mainiosti. Toimeksiantaja oli kanssamme samaa mieltä valinnasta ja marraskuun lopulla hyväksyimme tarjouksen. Tarjouksen hyväksytyämme ryhdyimme Pohjolan Matkan edustajan Seija Lappalaisen kanssa varaamaan majoituksia ja suunnittelemaan matkaohjelmaa niin, että lainmukaiset tautot ja kuskin päivittäinen ajoaika toteutuvat.

Majoituksien lähtökohtina olivat looginen sijainti vierailukohteisiin nähden, parkkitila linja-autolle ja järjestetty aamupala. Majoitusta matkalle tarvitsimme maanantaista lauantaihin eli viideksi yöksi. Yöpymiskohteina opintomatalla ovat laiva ja hostellit. Viking Line Grace-aluksella yövytään matkan viidestä yöstä kaksi, meno- sekä paluumatkalla. Viking Line on ahvenanmaalainen varustamokonserni, joka liikennöi Itämerellä. Viking Linen varustamo liikennöi seitsemällä eri aluksella. Yhtiön toimintaan kuuluvat muun muassa reittimatkat, virkistysmatkat ja rahti. Yhtiö harjoittaa aluksillaan risteily-, matkustajalautta- ja rahtiliikennettä Itämerellä reiteillä: Turku–Maarianhamina/Långnäs–Tukholma, Helsinki–Maarianhamina–Tukholma, Maarianhamina–Kapellskär, Maarianhamina–Tukholma sekä Helsinki–Tallinna. (Viking Line 2015.)

Toisena yönä matkalla majoituttiin Kööpenhaminan lähelle Danhostel Køgeen. Danhostel Køge sijaitsi metsän laidalla noin 2 kilometrin päässä Køgen asemalta ja 3 kilometrin päässä Søndren rannalta. Hostellissa oli ilmainen Wi-Fi, jaettu keittiö ja tv-huone. Danhostel Køgen yleisiin tiloihin kuului pesutupa, nuotioalue ja lasten leikkipaikka. Lisäksi majoittujien käytettävissä oli pieni jalkapallokenttä sekä koripallokenttä ja pingispöytä. (Danhostel Køge 2015.)

Toinen majoitus yö Tanskassa oli saman ketjun hostellissa Danhostel Brandessa. Tämä majoituskohde sijaitsi aivan kaupungin keskustassa. Hostellista löytyi 57 savutonta huonetta kahdesta eri kerroksesta. Hostellin vastaanotto oli avoinna rajoitetusti. Hostellin mukavuuksiin kuului majoituksen lisäksi itsepalvelupesula, matkatavarasäilytys, terassi sekä puutarha. Asiakkaille oli avoinna myös lippupalvelu sekä ilmainen Wi-Fi-yhteys. (Danhostel Brande 2015.)

Viimeinen yöpyminen mantereella oli Göteborgissa Slottsskogen hostellissa. Tämä majoituskohde sijaitsi Linnéstadenin alueella aivan Göteborgin keskustassa. Se tarjosi ilmaisen Wi-Fi-yhteyden ja huoneita, joissa oli tv, oleskelualue ja jaetut kylpyhuonetilat. Hostellissa oli tarjolla monipuolinen buffet-aamiainen, josta löytyi myös luomuvaihtoehtoja. Hostellin palveluista löytyi sauna ja asiakkaat pystyvät pelaamaan biljardia tai minigolfia. Linnéstadenin alueella oli rauhallinen tunnelma ja monia hyviä kahviloita, ravintoloita ja kauppoja. Olivedalsgatanin raitiovaunupysäkki oli 5 minuutin kävelymatkan päässä hostellilta. (Slottsskogen Hostel 2015.)

6.6 Tiedottaminen

Kun toimeksiantajan puolesta oli matkalle saatu 30 lähtijää, aloitimme matkasta tiedottamisen. Tammiukuun puolella välissä ensimmäisenä viestinä lähetimme jokaiselle osallistujalle vahvistuksen matkalle lähdöstä sekä tiedustelimme syntymäaikoja matkatoimistoa varten ja huonekaveritoiveita huonejaon tekemisen avuksi. Seuraavassa sähköpostissa jokainen sai infopakettin matkasta ja opintomatkan aikana tehtävän oppimistehtävän (liite 5). Infopaketti sisälsi reitin, esittelyt majoituksista, vierailukohteista ja Pohjolan Matkasta, ohjeita matkalle (liite 3), matkaohjelman (liite 4) ja matkallelähtijälistan. Koska erillisen matkustajavakuutuksen ottaminen jokaiselle lyötiin lukkoon vasta infopakettin lähetyksen jälkeen, kysyimme erillisellä sähköpostilla vakuutusta varten tarvittavat sosiaaliturvaturvannukset. Kaikki tiedotus tehtiin sekä suomeksi että englanniksi, koska matkalle lähtijöissä oli myös ulkomaalaisia. Tiedotusta olisi selkeyttänyt, jos olisimme kysyneet matkallelähtijöiltä kaikki tarvittavat tiedot samassa sähköpostissa.

6.7 Riskianalyysi ja riskienhallinta

Oli tärkeää suunnitella opiskelijoille turvallinen opintomatka, ottamalla huomioon, että tapaturmien mahdollisuus on aina olemassa. Ennen opintomatkan toteutusta teimme SWOT-analyysin (taulukko 1), jossa pohdittiin matkan vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia.

TAULUKKO 1. SWOT-analyysi

VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
<ul style="list-style-type: none"> • Kiinnostavat vierailukohteet • Kaikki osallistujat ovat täysi-ikäisiä • Hyvin tehty taustatyö • Monipuoliset vierailukohteet 	<ul style="list-style-type: none"> • Kokemattomuus matkan suunnittelussa
MAHDOLLISUUDET	UHAT
<ul style="list-style-type: none"> • Matka kehittää ammatillista kasvua • Uuden oppiminen • Kansainvälinen ympäristö uusien näkökulmien ja toimintatapojen kasvat- tajana 	<ul style="list-style-type: none"> • Matkaohjelman epäonnistuminen • Vaarat liikenteessä, tapaturmat • Eksyminen • Huono ryhmähenki

Pohdimme myös mahdollisia riskejä riskianalysissä (taulukko 2). Kävimme läpi riskit, niiden ennaltaehkäisyä, hallintakeinoja ja seurauksia.

TAULUKKO 2. Riskianalyysi

RISKI	ENNALTAEHKÄISY	HALLINTAKEINO	SEURAUKSET
Kaatuminen, kompastuminen	Hyvät kävelykengät, ennakointi, asiallinen ensiapulaukku	Ensiapu; puhdistaminen, laastari tai sideharso, tarvittaessa soitto 112	Jälkitarkkailu, hoito, mahdollinen liikkumisen rajoittaminen
Sairaskohtaus	Tarvittavat lääkkeet, tiedottaminen	Tarvittavat lääkkeet, ensiapu, tarvittaessa soitto 112	Jälkitarkkailu, hoito
Liikenneonnettomuus	Turvallinen liikkuminen, ennakointi, reitin suunnittelu	Ensiapu, soitto 112, mahdollinen elvytys	Matkan mahdollinen pitkittyminen, jälkihoito
Haavaumat	Ennakointi, Asiallinen ensiapulaukku	Ensiapu; puhdistaminen, laastari, tarvittaessa soitto 112	Jälkitarkkailu, hoito
Venähdykset	Ennakointi	KKK=kylmä, koho, kompressio	Jälkitarkkailu, hoito, mahdollinen liikkumisen rajoittaminen
Palovamma	Tiedottaminen, ennakointi	Jääpussi(kylmää) sideharso, tarvittaessa soitto 112	Jälkitarkkailu, hoito
Matkapahoinvointi, Vatsatauti	Matkapahoinvointilääkkeet, pussi, toimiva wc	Nesteyttäminen, lääkitys, tarvittaessa soitto 112	Jälkitarkkailu, hoito
Hiertymä	Asiallinen ensiapulaukku, hyvät kävelykengät	Desinfiointi, rakko-laastari	Säännöllinen puhdistus, laastarin vaihto

6.8 Vakuutukset

Ensin selvitimme, mitä vakuutuksia opiskelijat ja matkalle lähtevä opettaja saavat automaationa Savonia-ammattikorkeakoululta. Opiskelijoille on voimassa ryhmätapaturmavakuutus tapaturmien varalle, kun kyseessä on opetussuunnitelmaan liittyvä asia, kuten tämä opintomatka. Vakuutus on voimassa kaikkialla maailmassa. Koska opiskelijan omavastuu osuus oli jo 300 euroa, halusimme sen sisältävän matkalle tarvittavat vakuutukset, joten päädyimme ottamaan lisäksi määräaikaisen matkavakuutuksen matkan ajalle. Vakuutus kattoi hoitokulut ilman ylärajaa, sisältäen keskeytymisturvan sekä matkavastuu ja oikeusturvavakuutuksen.

6.9 Budjetti ja sen toteutuminen

Toimeksiantajamme Heikki Salkinoja oli ollut useana vuotena mukana järjestämässä opintomatkoja tekniikan opiskelijoille ja hänen ehdotuksestaan päätimme, että rahaliikenteen hoitaa WAIO Ry eli Walter Ahlströmin Insinööriopiskelijat Ry, joka on Varkauden kampuksella toimiva paikallisopiskelijajyhdistys. WAIO Ry oli sopiva valinta ja puheenjohtaja Viivi Ylä-Viteli oli yhteyshenkilömme. Yhteistyö hänen kanssaan sujui moitteettomasti. Savonia-ammattikorkeakoulu rahoitti opintomatkaa yhteensä 3000 euroa. Haimme opintomatkalle matkarahoitusta myös kahdesta eri säätiöstä, mutta saimme molemmista kielteisen päätöksen. Opiskelijoiden omavastuuosuudeksi päätimme 300 euroa per henkilö. Yhteensä matka piti siis järjestää 12 000 euron budjetilla (taulukko 3). Matkanjärjestäjä Pohjolan Matka veloitti matkasta 335 euroa opiskelijalta ja 485 euroa opettajalta.

Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijoille on automaattisesti voimassa ryhmätapaturmavakuutus tapaturmien varalle, kun kyseessä on opetussuunnitelmaan liittyvä matka. Tämä vakuutus on voimassa kaikkialla maailmassa. Sen lisäksi halusimme ottaa opiskelijoille määräaikaisen matkavakuutuksen, joka sisältää hoitokulut ilman ylärajaa, sis. keskeytymisturvan sekä matkavastuu ja oikeusturvavakuutuksen. Vakuutusmaksu oli 25,10 euroa henkilöltä. Opettajana matkalle lähtevä Heikki Salkinojalla oli matkavakuutus Savonia-ammattikorkeakoulun puolesta.

TAULUKKO 3. Budjetti

Rahanlähde	Summa/€
Savonia liikkuvuustuki	3000
Opiskelijoiden omavastuu	9000
Yhteensä	12 000

Käyttötarkoitus	Summa/ €
Matkat ja majoitukset	10 535
Vakuutukset	753
Vierailukohteet	425,20
Yhteensä	11 713,20
Ylijäämä	286,80

Yritysvierailuista kuluja koitui ainoastaan Volvon vierailusta. Volvon tehdas on suljettuna vierailijoita maaliskuuhun asti, joten pääsimme sen sijaan vierailemaan näyttelyyn, jonka aiheena on Volvon design, turvallisuus ja ympäristöön liittyvät asiat. Näyttely maksoi 31 hengen ryhmältä 4000 Ruotsin kruunua, joka on helmikuun 2016 kurssilla käännettynä 425,20 euroa. Ylijäämä budjetista oli 286,80 euroa.

7 OPINTOMATKAN PALAUTE JA ANALYSOINTI

Palautelomaketta luodessamme meidän piti ensin miettiä mitkä ovat tärkeimpiä asioita mihin haluamme matkalle lähtijöiltä vastauksen, jotta voisimme kattavasti arvioida matkan onnistumista. Lomakkeen kohtuullinen pituus ja ulkoasun selkeys ovat erittäin tärkeitä sekä vastaajalle että tietojen tallentajalle eli tässä tapauksessa meille tutkimuksen tekijöinä. Liian pitkä kysely vie vastaajalta kiinnostuksen, joten pidimme tärkeänä, että kysely mahtuu yhdelle kaksipuoliselle A4-paperille. Lomakkeen suunnittelussa on huomioitava myös ulkoasu, joten tavoitteena oli tehdä yleisilmeeltään mahdollisimman selkeä palautelomake. (KvantiMOTV, 2010.)

Jotta vastausprosentti pysyisi mahdollisimman korkeana, palautelomakkeet jaettiin täytettäväksi takaisintulomatalla. Lomakkeen täyttö oli pakollista ja kuului tehtävänä osaksi matkasta saatavia opintopisteitä. Kun lomaketta aloitettiin täyttämään, yksi opiskelijoista oli jäänyt omasta toiveestaan matkan varrelle, jonka takia vastausprosentti jäi alle sadan.

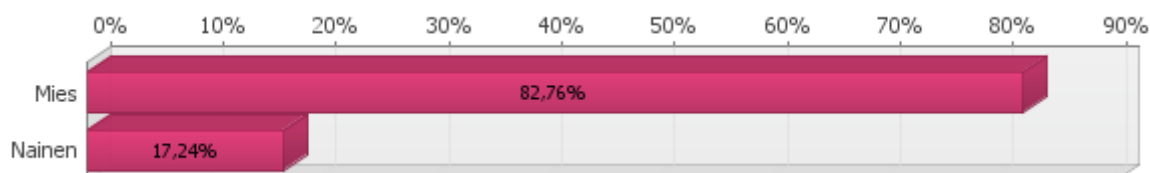
Apuna palautteen analysoinnissa käytimme Webropol- järjestelmää. Syötimme opintomatkapalautteet Webropoliin yksi lomake kerrallaan ja saimme vastauksista kattavan yhteenvedon. Palautelomakkeesamme (liite 6) oli sekä valintakysymyksiä, asteikkokysymyksiä, positiokysymyksiä että avoimia kysymyksiä.

7.1 Strukturoidut kysymykset

Tässä kappaleessa avaamme palautelomakkeen strukturoitujen kysymysten vastauksia käyttäen apunamme pylväsdiagrammia. Analysoimme tässä osiossa siis kysymyksiä, joihin oli annettu valmiit vastausvaihtoehdot. Strukturoituja kysymyksiä kyselylomakkeessa oli yhteensä viisi kappaletta. Kysymysten tarkoituksena oli selvittää mitä sukupuolta matkalle lähtijät edustavat, millä paikkakunnalla he opiskelevat, matkakohteita, matkan pituutta ja välimatkoja. Jokainen matkalle osallistuja vastasi kaikkiin strukturoituihin kysymyksiin, joten saimme vastauksista kattavan analyysin.

1. Sukupuoli

Vastaajien määrä: 29

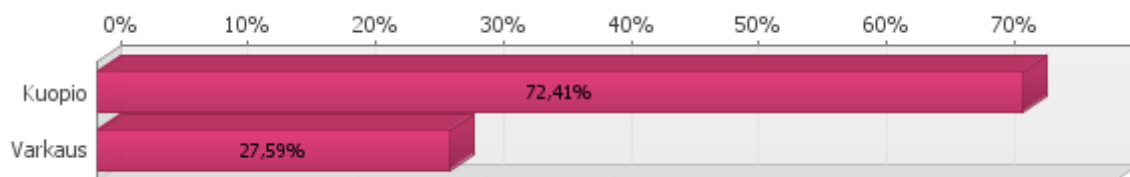


KUVIO 4. Vastaajien sukupuoli

Matkalle lähtijöistä yli 80% oli miehiä. Tämä selittyy yksinkertaisesti sillä, että tekniikan alalla opiskelee lähtökohtaisesti enemmän miehiä kuin naisia.

2. Opiskelupaikkakunta

Vastaajien määrä: 29



KUVIO 5. Vastaajien opiskelupaikkakunta

Suurin osa eli yli 70% matkallelähtijöistä opiskeli Kuopion kampuksella.

3. Arvioi matkakohteita asteikolla 1-3 (1= Matkakohde ei ollut lainkaan kiinnostava 2=Matkakohde oli jokseenkin kiinnostava 3= Matkakohde oli todella kiinnostava)

TAULUKKO 3. Vastaajien mielipide matkakohteiden kiinnostavuudesta

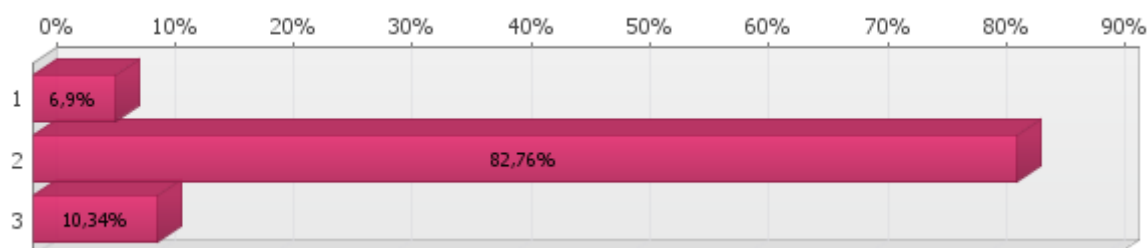
Vastaajien määrä: 29

	1	2	3	Yhteensä	Keskiarvo
Ruotsi	0%	51,72%	48,28%	29	2,48
Tanska	0%	27,59%	72,41%	29	2,72
Yhteensä	0%	39,66%	60,34%	58	2,6

Kumpaakaan matkakohteista ei koettu "ei lainkaan kiinnostavaksi". Tanska oli selkeästi Ruotsia kiinnostavampi matkakohde, sillä sitä piti vastaajista erittäin mielenkiintoisena matkakohteena 72,4 %. Ruotsi sai osaltaan kannatusta erittäin kiinnostavana matkakohteena 48,2 %. Vastaajien joukossa oli myös henkilöitä, jotka pitivät matkakohteita jokseenkin kiinnostavina ja heitä oli koko vastaajaotannasta 39,66 %. 60,34 % kaikista osallistujista piti molempia matkakohteita erittäin kiinnostavina. Yhteinen keskiarvo kummastakin matkakohteesta on 2,6.

5. Arvioi matkan pituutta asteikolla 1-3 (1=Liian lyhyt 2=Sopivan mittainen 3= Liian pitkä)

Vastaajien määrä: 29

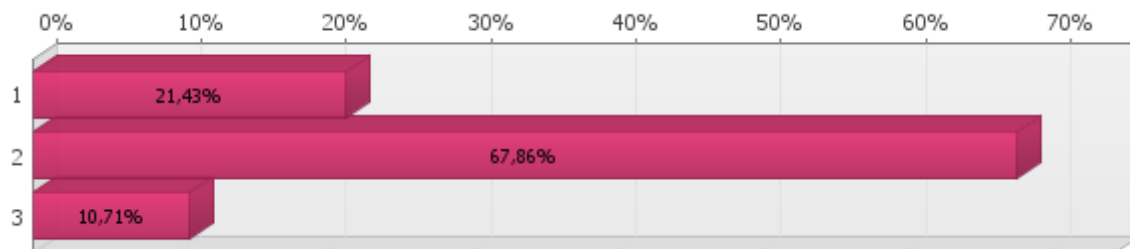


KUVIO 6. Vastaajien mielipide matkan pituudesta

Matkan pituuden koki sopivaksi yli 80% matkalle lähtijöistä, joka on reilusti yli puolet vastaajamäärästä. Vain 6,9 % vastaajista koki matkan liian lyhyeksi ja 10,34% liian pitkäksi.

6. Arvioi välimatkojen pituutta asteikolla 1-3 (1=Liian pitkiä 2= Sopivan mittaisia 3= Liian lyhyitä)

Vastaajien määrä: 28



KUVIO 7. Vastaajien mielipide välimatkojen pituuksista

Kuten pylväsdiagrammista käy ilmi, välimatkojen pituudessa oli hajontaa enemmän kuin matkan pituudessa. 21, 43 % vastaajista koki välimatkat liian pitkiksi. Silti yli 60% koki välimatkat sopiviksi, koska vain 10,71% koki välimatkojen pituudet liian lyhyiksi.

7. Arvioi vierailukohteita ja vierailujen sisältöjä asteikolla 1-3 (1= Ei lainkaan kiinnostava 2=Jokseenkin kiinnostava 3= Todella kiinnostava)

TAULUKKO 4. Vastaajien mielipide vierailukohteiden sisällöstä

Vastaajien määrä: 29

	1	2	3	Yhteensä	Keskiarvo
Sandvik	6,9%	41,38%	51,72%	29	2,45
ESAB Oy	3,45%	44,83%	51,72%	29	2,48
LM Windpower	0%	31,03%	68,97%	29	2,69
Siemens Windpower	6,9%	31,03%	62,07%	29	2,55
Volvo	20,69%	31,03%	48,28%	29	2,28
Yhteensä	7,59%	35,86%	56,55%	145	2,49

LM Windpower oli vierailukohteista ainoa joka ei ollut yhdenkään vastaajan mielestä "ei lainkaan kiinnostava", ja se sai vierailukohteena myös korkeimman prosenttiosuuden "todella kiinnostavana" vierailukohteena. Volvo nousi selkeästi vierailukohteista huonoiten arvostelluksi, vierailun koki ei lainkaan kiinnostavaksi yli 20%.

7.2

Avoimet kysymykset

Palautelomakkeen sanallisissa kysymyksissä tiedusteltiin mielipiteitä matkakohteista ja vierailukohteista, opittuja asioita ja kysyttiin kehitysehdotuksia sekä vapaata palautetta. Suurin osa oli vastannut numeroilla arvioitaviin kysymyksiin paljon positiivisemmin kuin sanallisiin. Sanalliset kysymykset paljastivat, että usealla opiskelijalla oli kehitysehdotuksia matkan organisointiin liittyen.

Opintomatalla opittiin useita asioita. Moni kertoi oppineensa useita asioita tekniikan saralta ja omalta alalta. Matkalla opittiin myös kieliä: tanskaa ja englantia. Kommentit kuten "opintomatalla sai hyvän

kuvan vierailukohteiden toiminnoista” toivat esille sen, että vierailukohteisiin ja vierailujen sisältöihin oltiin pääosin tyytyväisiä. Moni oli kirjoittanut oppineensa paljon yritysten kokemista haasteista ja kilpailukykyisyydestä. Kilpailukykyisyys olikin sana, joka toistui palautteissa usein. Positiivisena asiana koettiin, että matkalla vierailtiin kahdessa kilpailevassa tuulivoimalatehtaassa.

Lähes kaikki vierailukohteet saivat paljon kehuja, mutta Volvo koettiin vähemmän mielekkäänä. Volvon vierailusta jäi monelle negatiivinen maku suuhun, mikä johtui siitä, ettei tuotantolinjaa nähty. Vierailun sisältö koettiin enemmän mainostamiseksi kuin opettavaiseksi. Volvon vierailun negatiivisista kommentteista yksi kuului näin: ”Volvon keskus oli suuri floppi enkä vieläkään tajua miksi sinne otettiin opiskelijaryhmä.”

Välimatkat koettiin ajoittain liian pitkiksi ja reissu väsyttäväksi tiukan aikataulun vuoksi. ”Vierailtavat yritykset voisivat olla lähempänä toisiaan” oli yksi kommentteista. Vajaa puolet vastanneista toivoivat löyempää aikataulua ja enemmän vapaa-aikaa. Linja-auton lisäksi toivottiin muuta matkustustapaa matkan taittamiseen. Isoissa kaupungeissa olisi haluttu enemmän aikaa nähtävyyksien katsomiseen.

Melkein jokaisesta palautteesta kävi ilmi, että majoitukset olisivat saaneet olla keskeisimmillä sijainneilla, isommilla paikkakunnilla tai ”kohteissa joissa on jotain”. Osa kritisoi myös majoitusten tasoa ja muutama vastaaja oli sitä mieltä, että matkan hinta olisi voinut olla korkeampi, jos sillä olisi saatu parempitasoista majoitusta. Muutama taas sanoi, että majoitukset ajoivat asiansa. Bussiyhtiö ja kuski saivat myös pari erittäin positiivista palautetta, eikä ainuttakaan negatiivista. Eli siis sekä me että matkalle lähteneet olimme tyytyväisiä Pohjolan Matkan toimintaan. On sattumankauppaa, millainen kuski matkalle sattuu. Onneksemme tällä matkalla kuski osoittautui joustavaksi ja ammattitaitoiseksi.

Yhteenvedon todettakoon, että suurin osa piti reissua erittäin onnistuneena tai mielenkiintoisena matkana. Parhaissa kommentteissa kerrottiin matkan olleen hyvin organisoitu ja vierailukohteiden valinnat olivat täydellisiä. Osa sanoi matkan olleen hintansa arvoinen, eikä yhdessäkään palautteessa arvoiteltu matkan hintaa. Uskomme, että jokainen sai siis rahalleen vastinetta tällä opintomatalla. Matkan sanottiin olleen ”hyvä ja iloinen matka, vaivansa arvoinen” ja ”kaikin puolin hyvä reissu”.

8 POHDINTA TYÖN ONNISTUMISESTA

Toiminnallisena opinnäytetyönä suunniteltu matka onnistui hyvin. Tärkeintä mielestämme on kokonaisuus ja tunne mikä matkalle osallistujalle jää viimeisimmäksi. Sen takia olemme hyvin tyytyväisiä vapaan palautteen osioon, jossa moni kehui matkaa ja sieltä saatuja kokemuksia. Olemme myös iloisia siitä, että matka houkutteli sekä suomalaisia, että ulkomaalaisia opiskelijoita.

Halusimme matkakohteeksi kaksi Pohjoismaata, jotta opintomatka olisi opiskelijoista mielenkiintoinen ja että mahdollisimman moni haluaisi lähteä mukaan matkalle. Tämän vuoksi päädyimme valitsemaan kaksi maata pelkän yhden sijasta. Välimatkat venyivät välillä melko pitkiksi, koska matka oli vain kuuden päivän mittainen. Lähtökohtana oli, ettei yhdelle päivälle saisi tulla yli 600 kilometriä ajomatkaa eikä kuskin ajoaika saisi ylittyä. Matkalla kuskin ajoaika ei ylittynyt missään vaiheessa, mutta parina päivänä ylitys oli hyvin lähellä.

Kun saimme tarjouksen Pohjolan Matkalta, hyväksyimme majoitukset tutustuttuamme majoitusliikkeiden internetsivuihin. Majoitukset vaikuttivat mielestämme ihan hyvätasoisilta, ja siksi olimme hieman yllättyneitä siitä, ettei niiden taso vastannut meidän eikä matkalle osallistujien odotuksia. Palautteista kävi ilmi, että majoitusten sijainnit olisivat saaneet olla keskeisemmät. Budjettiin olisi kuitenkin ollut hyvin hankala saada mahtumaan majoituksia isoissa kaupungeissa, koska majoitusten hinta on usein niissä korkeampi. Opiskelijoista osa olisi toivonut matkalle enemmän vapaa-aikaa, mutta koska kuitenkin kyseessä oli opintomatka eikä lomamatka, olemme heidän kanssaan hieman eri mieltä.

Yhteyshenkilömme kertoi tietävänsä, kuinka suuri työ opintomatkan suunnittelussa on, ja että matka oli organisoitu aloitteleviksi matkan suunnittelijoiksi erittäin onnistuneesti, muutamaa huomiota lukuun ottamatta. Yhteyshenkilö toivoi, että häneen olisi oltu vielä enemmän yhteydessä suunnittelun edetessä ja annettu päivitystä prosessin etenemisestä. Myös vierailukohteista Volvon olisi voinut vaihtaa toiseen silloin, kun kuulimme että tehdas on matkan ajankohtana vierailijoilta suljettu ja että vieraillessa pääsisi vain Brand Experience Centeriin. Majoituksissa oli myös ollut yksi aika huonotasoinen hostelli, jossa oli ollut remontti käynnissä ja tavaraa oli ollut joka puolella. Pohjolan Matka ei aio tulevaisuudessa viedä ryhmiä kyseiseen hostelliin. Mikäli saisimme suunnitella matkan uudelleen, vaihtaisimme Volvon toiseen vierailukohteeseen ja selvittäisimme tarkemmin majoituskohteiden tasoa sekä sijaintia ennen tarjouksen hyväksymistä.

Aloitimme opinnäytetyöprosessin syyskuussa 2015, joka oli mielestämme tarpeeksi aikaisin, sillä meille jäi hyvin aikaa matkan suunnitteluun. Saimme lopullisen osallistujamäärän kasaan vasta tammikuussa, joten matkatoimistolle tarvittavat tiedot tuli toimittaa nopeassa aikataulussa. Keväällä 2016 huomasimme, että kahden ihmisen aikatauluja on joskus hyvin hankalaa sovittaa yhteen ja tämä toi haastetta yhtenäisyyden pitämiseen raportissa. Työn määrä vastasi suurin piirtein sitä mitä olimme ajatelleet.

Suunnitteluprosessi oli erittäin opettavainen ja huomasimme, kuinka paljon asioita on otettava huomioon ryhmämatkan suunnittelussa. Kommunikointi ja yhteistyö eri yritysten yhteyshenkilöiden kanssa toi tullessaan varmuutta tekemiseen ja lisäsi ammatillisia valmiuksiamme. Näin jälkikäteen voimme todeta, että toiminnallinen opinnäytetyö oli meille parempi vaihtoehto, kun tutkimuksellinen työ. Mielestämme opinnäytetyömme aihevalinta oli ammatillisen kasvumme kannalta erittäin onnistunut, koska pääsimme soveltamaan teoriassa opittuja asioita käytäntöön. Kun aihe oli kiinnostava, myös työmotivaatio pysyi korkealla. Positiivinen palaute opintomatasta antoi lisäpotkua opinnäytetyöraportin tekemiseen. Oli mahtavaa saada sellainen opinnäytetyöaihe, joka todella liittyi opiskelemaamme koulutusalaan eli matkailuun.

Olisi mielenkiintoista jatkaa tutkimusta siten, että tutkittaisiin opintomatista saatuja hyötyjä liittyen opiskelijoiden ammatillisiin valmiuksiin. Näin saataisiin selville, oliko opintomatka todella opettavainen ja ylipäättänsä kuinka isoa ja tärkeää roolia opintomatkat voivat näytellä koulutuksessa. Koska opintomatkan organisointi kasvatti ammatillisia valmiuksiamme paljon, matkailualan opiskelijat voisivat tulevaisuudessa jatkaa kyseisen opintomatkan perinnettä ja suunnitella matkan esimerkiksi osana opintojaan.

LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

BOWIE, David ja BUTTLE, Francis 2011. Hospitality Marketing. UK: Elsevier Ltd.

DANHOSTEL BRANDE 2015. [Viitattu 2015-12-05.] Saatavissa: <http://www.danhostel.dk/en/hostel/danhostel-brande>

DANHOSTEL KØGE 2015. [Viitattu 2015-12-05.] Saatavissa: <http://danhostel-koege.dk/eng>

ESAB 2015. [Viitattu 2015-11-17.] Saatavissa: <http://www.esab.fi/fi/fi/about/whatwedo/>

GOOGLE MAPS 2016. [Viitattu 2016-03-27.] Saatavissa: <http://www.maps.google.fi>

GRÖNROOS, Christian 2001. Nyt kilpaillaan palveluilla. Juva: WSOY.

GRÖNROOS, Christian 2009. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOY.

HAAPAKOSKI, Markku 2013. Resurssiperustainen yritys yhteistyö pienten palveluyritysten verkostossa; Tapaustutkimus matkailualan verkostosta. Jyväskylä: University of Jyväskylä.

HALL, Colin Michael 2008. Tourism planning. Policies, Processes and Relationship. UK: Pearson Education.

HÄKKINEN, Reija 2010. Yksittäisestä matkailuyrityksestä yritystenväliseen yhteistyöhön. Aluekehityksen mahdollisuuksia etsimässä. Jyväskylä. Taloustieteiden tiedekunta. Pro gradu-tutkielma.

KILPAILU- JA KULUTTAJAVIRASTO 2014. Valmismatka [Viitattu 2016-03-22.] Saatavissa: <http://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/matkustaminen-ja-liikenne/valmismatka>

KOMPPULA, Raija ja BOXBERG, Matti 2005. Matkailuyrityksen tuotekehys. Helsinki: Edita Prima.

KOMPPULA, Raija 2002. Matkailutuotteen markkinoinnin perusteet [Viitattu 2016-03-28.] Saatavissa: http://www.slidefinder.net/m/matkailutuotteen_markkinoinnin_perusteet_raija_komppula/komppula/22386526

KULUTTAJALIITTO 2016. Valmismatkat [Viitattu 2016-03-22.] Saatavissa: http://www.kuluttajaliitto.fi/kuluttajana_euroopassa/matkalla_jossakin_euroopassa/valmismatkat

KVANTIMOTV 2010. Menetelmäopetus [Viitattu 2016-03-27.] Saatavissa: <http://www.fsd.uta.fi/metelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>

LEHTIPUU, Markus 1989. Tuhat tietä tropiikkiin. Helsinki: Gaudeamus.

LEIDNER, Rüdiger 2004. The European tourism industry. A multi-sector with dynamic markets. Structures, developments and importance for Europe's economy [Viitattu 2016-04-11.] Saatavissa: <http://195.130.87.21:8080/dspace/bitstream/123456789/863/1/The%20European%20Tourism%20Industry%20a%20multi-sector%20with%20.pdf>

LMWINDPOWER 2015. Organization [Viitattu 2015-11-30.] Saatavissa <http://www.lmwindpower.com/About/Organization>

MATKAILUALAN TUTKIMUS- JA KOULUTUSINSTITUUTTI 2010. Tuotekehitys [Viitattu 2016-03-28.] Saatavissa: <http://matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Tuotekehitys-arjessa/Tuote>

RENFORS, Sanna-Mari 2008. Virkailijasta konsultiksi. Matkatoimistoalan muuttuva myyntityö. Pori: Satakunnan ammattikorkeakoulu.

SANDVIK 2015. Yritysinfo [Viitattu 2015-11-17.] Saatavissa: <http://www.miningandconstruction.sandvik.com/fi>

SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU 2016. Tutustu Savoniaan [Viitattu 2015-04-11.] Saatavissa: <http://portal.savonia.fi/amk/fi/tutustu-savoniaan>

SIEMENS 2015. Windpower and renewables [Viitattu 2015-11-17.] Saatavissa: <http://www.siemens.com/about/en/businesses/wind-power-and-renewables.htm>

SLOTTSSKOGEN HOSTEL 2015. [Viitattu 2015-11-17.] Saatavissa: <http://www.sov.nu/index.php/en/>

THE OFFICIAL WEBSITE OF DENMARK 2016. Quick facts [Viitattu 2016-03-28.] Saatavissa: <http://denmark.dk/en/quick-facts>

TILASTOKESKUS 2016. Liikenne ja matkailu [Viitattu 2016-04-11.] Saatavissa: http://www.stat.fi/til/smat/2015/smat_2015_2016-03-30_tau_007_fi.html

TUOMINEN, Hannu 2010. Etelä-Ruotsin ja Tanskan parhaat matkailukohteet. Helsinki: Autoliitto.

ULKOASIAINMINISTERIÖ 2016. Matkustaminen ja maat [Viitattu 2016-04-11.] Saatavissa: <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=49389>

UNTWO 2008. International Recommendations for Tourism Statistics [Viitattu 2016-04-11.] Saatavissa: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf

VERHELÄ, Pauli 2014. Matkailun perusteet. Kuopio: SH Traveledu Oy.

VERHELÄ, Pauli 2000. Matkatoimistopalvelut. Helsinki: Edita.

VIKING LINE 2015. Viking Line Group [Viitattu 2015-12-05.] Saatavissa: <http://www.viking-line.com/fi/>

VILKKA, Hanna ja AIRAKSINEN, Tiina 2004. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

VISITSWEDEN 2016a. Matkustus Ruotsissa [Viitattu 2016-03-28.] Saatavissa: <http://www.visitsweden.com/ruotsi/Matkaopas/Matkustus-Ruotsissa/>

VISITSWEDEN 2016b. Hyvä tietää Ruotsista [Viitattu 2016-03-28.] Saatavissa: <http://www.visitsweden.com/ruotsi/Ruotsi-tietoa/Hyva-tietaa-Ruotsista/Faktatietoa/>

VOLVO CARS CORPORATION 2015. Volvo Cars [Viitattu 2015-11-17.] Saatavissa: <http://www.volvocars.com/fi/tietoa-volvosta/yrityksemme/volvo-cars>

VUORISTO, Kai-Veikko 2002. Matkailun muodot. Porvoo: Wsoy.



KIINNOSTAAKO KANSAINVÄLISYYS JA TEKNINEN OSAA- MINEN ULKOMAILLA?

MITÄ: Opintomatka, jossa on päivittäin vaihtuvat paikkakunnat ja vierailtavat yritykset

MISSÄ: Ruotsi ja Tanska

MILLOIN: 21.2 - 26.2.2016 (Viikko 8)

HINTA: Opiskelijan omavastuu on 300€. Tämä pitää sisälleen matkat bussilla, majoitukset, aamiaiset ja upeat kokemukset erilaisissa vierailukohteissa.

ILMOTTAUTUMINEN: Matkalle pääsee mukaan 30 ensimmäistä ilmoittautunutta, ole siis nopea! Ilmoittautuminen matkalle on käynnissä tästä päivästä alkaen ja voit ilmoittaa itsesi matkalle kirjaamalla tietosi Varkauden kampuksen kahviossa olevaan matkustajalistaan ensi viikon torstaihin 17.12.2015 mennessä!

LIITE 2: KANSION SAATEKIRJE

HYVÄT OPISKELIJAT!

Loistavaa, että olette päättäneet lähteä mukaan matkalle! Takaamme teille hienoja kokemuksia oman ammattialanne yritysten parissa, mielenkiintoisissa kaupungeissa. Me olemme Maiju Möttönen ja Sara Kukkonen. Opiskelemme Savonia -ammattikorkeakoulussa matkailualan restonomeiksi, ja olemme suunnitelleet tämän opintomatkan teille osana opinnäytetyötämme.

Matka kohdistuu kahteen modernin teollisuuden maahan: Ruotsiin ja Tanskaan. Opintomatalla tulette vierailemaan viidessä mielenkiintoisessa yrityksessä. Kaikissa yritysvierailuissa teille on luvassa opastus, jotta saisitte vierailuista mahdollisimman paljon irti.

Käsissänne on kansio, josta löytyy kaikki tarvittava tieto koskien tätä opintomatkaa. Sisällys on jaettu osioihin, joista kätevästi löydät etsimäsi. Kansiota tehdessämme meillä on tarkoitus ollut saada siitä sellainen, että kuka tahansa pystyisi toteuttamaan matkan siitä löytyvillä tiedoilla.

Matkan lopussa keräämme teiltä palautteen, johon toivomme rehellisesti ruusuja ja risuja. Tämä auttaa meitä opinnäytetyömme toiminnallisen osuuden arvioinnissa.

Toivomme teille oikein antoisaa, opettavaista ja mieleenpainuvaa opintomatkaa!

Jos teille tulee matkan aikana jotain akuuttia kysyttävää meihin voi olla yhteydessä:

Maiju 050 4670730

Sara 050 5949594

Ystävällisin terveisin,

Maiju Möttönen ja Sara Kukkonen

DEAR STUDENTS!

Awesome, that you are joining in this study trip! We guarantee that you will get great experiences from companies of your own area of expertise. Along the way you will visit many interesting places. Our names are Maiju Möttönen and Sara Kukkonen, we are tourism students in Savonia University of Applied Sciences. Planning this trip is part of our thesis.

In this trip you have two modern industry countries to visit: Sweden and Denmark. You will visit five interesting companies. In all these visitations you will have guided tours, so that you will get the maximum benefit from those.

From this folder you can find all the knowledge you need for this study trip to Sweden and Denmark. It is divided in parts, so you will easily find what you are looking for. This folder is made in the idea that anyone could survive making this trip.

In the end of this trip we will ask you to fill in a feedback form. We hope an honest answer and both negative and positive comments. This will help us when evaluating our job in planning of this trip.

We hope you a rewarding, educating and memorable study trip!

If you have some urgent questions during the trip, please contact us:

Maiju 050 4670730

Sara 050 5949594

Best regards,

Maiju Möttönen and Sara Kukkonen

LIITE 3: OHJEITA MATKALLE / WHAT TO DO DURING THE TRIP

OHJEITA MATKALLE

Valmistautuminen

- Huolehdi, että sinulla on voimassa oleva passi
- Tutustu vierailtaviin yrityksiin ja paikkakuntiin
- Kirjoita ylös odotuksesi matkalta

Matkan aikana

- Ole ajoissa
- Kuuntele matkanjohtajan ohjeita ja toimi niiden mukaisesti
- Kaveria ei jätetä
- Hauskaa pitää ja saa olla, kunhan järki pysyy päässä

Majoituskohteissa

- Annettava nukkumisrauha muille
- Kohteiden omaisuutta ei saa turmella

Vierailukohteissa

- Päihtyneenä oleminen ehdottomasti kielletty
- Pukeutumisen on oltava siisti ja asiallinen
- Kunnioita ja kuuntele esittelijää
- Osoita aktiivisuutta ja esitä kysymyksiä

Matkan jälkeen

- Anna palautetta matkan onnistumisista ja sen mahdollisista epäkohdista
- Tee matkaraportti opintopisteitä varten

Ja ennen kaikkea, nauti, koe ja opi!

ANTOISAA OPINTOMATKAA!

WHAT TO DO DURING THE TRIP

Preparations

- Take care that you have a valid passport
- Get knowledge about the companies and places we are visiting
- Write down what expectations you have for the trip

During the trip

- Be on time
- Listen the directions you are given and obey them
- Don't leave your buddy behind
- Behave but remember also to have fun

While accommodating

- Let others have their sleep
- Don't make any damage to the property

While visiting companies

- Enjoying alcohol before visits is prohibited
- Dress suitably to the situation
- Respect and listen the guide
- Be active and make questions

After the trip

- Give feedback, both negative and positive
- Make the assignment given to you to get credits

And remember to enjoy, make experiences and learn!

HAVE A GREAT STUDY TRIP!

LIITE 4: MATKAOHJELMA OPINTOMATKALLE / ITINERARY FOR STUDY TRIP

**MATKAOHJELMA OPINTOMATKALLE
ITINERARY FOR STUDY TRIP 22-27.2.2016****MA 22.2**

07.15	Lähtö Kuopiosta Linja-autoasemalta, tilausajolaiturilta Departure from Kuopio bus station
08.30	Pysähdys Varkaudessa Matkakeskuksella Stop in Varkaus Matkakeskus
15.00-17.00	YRITYSVIERAILU COMPANY VISIT: SANDVIK,TURKU
19.25	Oltava terminaalissa Going to terminal
20.55	LAIVAMATKA SHIP TRIP: Turku – Tukholma (Stockholm)

TI 23.2

06.30	Laiva Tukholmassa Arriving in Stockholm
07.00	Lähtö Tukholmasta Departure from Stockholm
14.00-16.00	YRITYSVIERAILU COMPANY VISIT: ESAB
16.00	Matka jatkuu kohti Tanskaa Trip continues to Denmark
18.00-20.00	Vapaata aikaa Köpenhaminassa Free time in Köpenhagen

21.00	Majoittuminen Accommodating
MAJOITUS	
ACCOMMODATION:	Danhostel Køge, KØGE
KE 24.2	
10.00	Lähtö hotellilta Departure from the hotel
13.00-15.00	YRITYSVIERALU COMPANY VISIT: LM WINDPOWER, KOLDING/LUN- DESKOV
16.30	Saapuminen Brandeen Arriving in Brande
MAJOITUS	
ACCOMMODATION:	Danhostel, BRANDE
TO 25.2	
07.45	Kävelymatka Siemensille Walking to Siemens
8.30-12.00	YRITYSVIERAILU COMPANY VISIT: SIEMENS WINDPOWER
12.00	Lähtö kohti Göteborgia Going to Göteborg
14.30-17.30	Vapaata aikaa Aalborgissa Free time in Aalborg
19.00	Oltava terminaalissa Going to terminal
20:00	LAIVAMATKA SHIP TRIP: Frederikshavn-Göteborg

23.20 Saapuminen Göteborgiin
Arriving in Göteborg

MAJOITUS

ACCOMMODATION: Slottsskogen hostel, GÖTEBORG

PE 26.2

08.15 Lähtö hotellilta
Departure from the hotel

9.00-10.30 YRITYSVIERAILU
COMPANY VISIT: VOLVO, GÖTEBORG

14.00-16.00 Vapaata aikaa Nörrköpingissä
Free time in Nörrköping

18.30 Oltava terminaalissa
Going to terminal

20:00 LAIVAMATKA
SHIP TRIP: Tukholma-Turku

LA 27.2

07.35 Saapuminen Turkuun
Arriving in Turku

15.30 Saapuminen Varkauteen Matkakeskukselle
Arriving in Varkaus Matkakeskus

16.30 Saapuminen Kuopioon linja-autoasemalle
Arriving in Kuopio bus station

Muutokset ohjelmaan ovat mahdollisia.

Changes to the program are possible.

LIITE 5: TEHTÄVÄ OPINTOMATKALLE / ASSIGNMENT FOR STUDY TRIP

TEHTÄVÄ OPINTOMATKALLE

Opintomatkastasta saat suorituksiisi 2 opintopistettä, kunhan olet tehnyt alla olevan tehtävän. Palautus Heikki Salkinojalle (heikki.salkinoja@savonia.fi) viimeistään maanantaina 14.3.2016.

1. Kerro mitkä asiat jäivät päällimmäisenä mieleen vierailusta?

Millaiset ovat mielestäsi yrityksen tulevaisuudennäkymät?

Miten yrityksen toimintaa voisi kehittää?

- a. Sandvik
- b. ESAB
- c. LM Windpower
- d. Siemens Windpower
- e. Volvo

2. Missä vierailuista yrityksistä olisi mielenkiintoisinta työskennellä tulevaisuudessa? Miksi?

3. Mitä oppeja sait itsellesi matkasta

- a. henkilökohtaisella tasolla
- b. ammatillisella tasolla?

4. Kirjoita lyhyt kuvaus opintomatkasta. Huomioi, että näitä saatetaan käyttää Savonia-ammattikorkeakoulun markkinointimateriaalina 😊

5. Kuinka tärkeäksi koet opintomatkojen merkityksen opinnoissasi?

ASSIGNMENT FOR STUDY TRIP

From this study trip you get 2 credits, after you have finished this assignment. Return this paper by e-mail to Heikki Salkinoja (heikki.salkinoja@savonia.fi). Deadline is Monday 14th of March 2016.

1. From every visit write down the main things. What were the highlights of the visit?

How do you see the future of the company?

How do you think that the company could develop their operations?

 - a. Sandvik
 - b. ESAB
 - c. LM Windpower
 - d. Siemens Windpower
 - e. Volvo

2. From visited companies which one would be the most interesting to work for? Why?

3. What did you learn

 - a. personally
 - b. professionally?

4. Write down a short story about the trip. Keep in mind that these stories can be used in Savonia University of Applied Sciences marketing 😊

5. How important do you see these kind of study trips in your studies?

LIITE 6: PALAUTE OPINTOMATKASTA / FEEDBACK

OPINTOMATKA RUOTSIIN JA TANSKAAN**PALAUTE OPINTOMATKASTA**

Matka on tulossa päätökseensä, ja näin kotimatalla pyydämme teitä täyttämään tämän palautelomakkeen. Toivottavasti matkasi on mennyt hyvin ja olet oppinut jotakin uutta!

PALAUTTEESI ON MEILLE ARVOKASTA TIETOA, JOTEN VASTAATHAN KAIKKIIN KYSYMYKSIIN. KIITOS! 😊

Sukupuoli	Mies	<input type="radio"/>	Nainen	<input type="radio"/>
Opiskelupaikkakunta	Kuopio	<input type="radio"/>	Varkaus	<input type="radio"/>

Arvioi **matkakohteita** asteikolla 1-3 (1= Matkakohde ei ollut lainkaan kiinnostava 2=Matkakohde oli jokseenkin kiinnostava 3= Matkakohde oli todella kiinnostava)

	1	2	3
Ruotsi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tanska	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vapaa palaute matkakohteista:

Arvioi **matkan pituutta** asteikolla 1-3 (1=Liian lyhyt 2=Sopivan pituinen 3= Liian pitkä)

1 2 3

Arvioi välimatkojen pituutta asteikolla 1-3 (1=Liian pitkiä 2= Sopivan mittaisia 3= Liian lyhyitä)

1 2 3

Arvioi **vierailukohteita ja vierailujen sisältöjä** asteikolla 1-3 (1= Ei lainkaan kiinnostava 2=Jokseenkin kiinnostava 3= Todella kiinnostava)

	1	2	3
Sandvik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESAB Oy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LM Windpower	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siemens Windpower	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Volvo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mikä oli mielenkiintoisin vierailukohde ja miksi?

Mitä opit opintomatalla?

Kehitysideoita?

Vapaa palaute opintomatasta:

KIITOS PALAUTTEESTASI!
TURVALLISTA KOTIMATKAA! 😊

EXCURSION TO SWEDEN AND DENMARK

FEEDBACK

The trip is near the end. So, we ask you to fill in this feedback form. We hope that you had a pleasant journey and that you have learned something new!

YOUR FEEDBACK IS VERY IMPORTANT FOR US, SO PLEASE ANSWER ALL OF THE QUESTIONS☺

Gender: Male Female
 City: Kuopio Varkaus

Estimate **destinations** using the following scale 1-3 (1= Destination wasn't interesting at all 2= Destination was quite interesting 3= Destination was very interesting)

	1	2	3
Sweden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Denmark	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Free feedback about destinations:

Estimate **the length of the journey** using the following scale 1-3 (1=Too short 2= Just perfect 3= Too long)

1 2 3

Estimate **length of distances** using the following scale 1-3 (1=Too long 2= Just perfect 3= Too short)

1 2 3

Estimate **companies and contents of visits** using the following scale 1-3 1= Company wasn't interesting at all 2= Company was quite interesting 3= Company was very interesting)

	1	2	3
Sandvik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ESAB Oy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LM Windpower	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siemens Windpower	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Volvo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

What was the most interesting company? Why?

What did you learn while excursion?

How would you develop the trip?

Free feedback

THANK YOU FOR YOUR FEEDBACK!

HAVE A SAFE TRIP HOME! 😊