

MATKATOIMISTO  
MATKAPOIKIEN RIIAN  
KAUPUNKIKIERROS  
ELÄMYKSELLISENÄ TUOTTEENA

Analyysi elämyksellisyydestä ja  
tuotekehityksestä

Rita Tirronen

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2012  
Matkailun koulutusohjelma  
Tampereen  
ammattikorkeakoulu

## SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ .....	4
ABSTRACT .....	5
1 JOHDANTO .....	6
2 TUTKIMUSSUUNNITELMA .....	7
2.1 Tutkimus Riian kaupunkikierroksesta.....	7
2.2 Käsitteet ja teoriat .....	8
2.3 Tutkimuskysymykset .....	10
2.4 Aineisto ja menetelmät.....	11
2.5. Tutkimuksen kulku .....	12
3 ELÄMYS, MENETELMÄT, MATKAPOJAT OY JA RIIKA.....	13
3.1 Elämys matkailussa ja elämyskolmio .....	13
3.2 Menetelmänä havainnointi ja haastattelu .....	17
3.3 Matkapojat.....	18
3.4 Riika .....	19
3.5 Matkapoikien Riika.....	20
4 MATKAPOIKIEN RIIAN KAUPUNKIKIERROKSEN ELÄMYKSELLISYYS ....	22
4.1 Haastattelun antia .....	22
4.2 Riian kaupunkikierroksen elämyksellisyys.....	24
4.3 Motivaation taso - kiinnostuminen .....	35
4.4 Fyysinen taso – aistiminen .....	35
4.5 Älyllinen taso - oppiminen.....	36
5 RIIAN KAUPUNKIKIERROKSEN TUOTEKEHITYS .....	38
5.1 Tuotekehitys matkailussa .....	38
5.2 Tulokset.....	39
5.3 Elämyksellisyys .....	40
6 JOHTOPÄÄTÖKSET.....	42
6.1 Riian kaupunkikierros – elämys vai ei? .....	42
7 LOPUKSI.....	44

LÄHTEET.....	45
LIITTEET .....	47

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma

RITA TIRRONEN:

Matkatoimisto Matkapoikien Riian kaupunkikierron elämyksellisenä tuotteena  
Analyysi elämyksellisyydestä ja tuotekehityksestä

Opinnäytetyö 52 sivua, josta liitteitä 5 sivua  
Toukokuu 2012

---

Tutkimukseni kohteena on matkatoimisto Matkapoikien Riian kaupunkikierron. Riian kaupunkikierron on kaikille suunnattu matkailutuote, joka on mahdollista ostaa Matkapoikien Latvian matkojen yhteydessä. Tutkimukseni on analyysi kaupunkikierron elämyksellisyydestä ja tuotekehityksestä. Tarkoituksena tutkimuksessani oli selvittää onko matkatoimisto Matkapoikien Riian kaupunkikierron elämyksellinen tuote ja miten sitä voitaisiin parantaa.

Tutkimusaineistoni hankin havainnoimalla itse Riian kaupunkikierron ja haastatteleamalla Matkapoikien tuotantoyksikössä Tampereella työskentelevää tuote- ja operointivastaava Piia Postilaa. Havainnointiaineiston analysoin käyttäen Tarssasen & Kyläsen (2005) Elämöpyramidi-mallia. Haastattelulla hankkimaani aineistoa olen käyttänyt lähteenä tutkimuksen kohteena olevan tuotteen esittelyyn.

Tulokset koskien Riian kaupunkikierron elämyksellisyyttä olivat erittäin hyvät. Aineistoa analysoitaessa kävi ilmi, että Riian kaupunkikierron voidaan kutsua elämötuotteeksi, sillä se täytti kaikki elämökolmion osa-alueet.

Muutamia parannus- ja kehitysehdotuksia tutkimuksessani kuitenkin nousi esille. Tällaisia olivat muun muassa se, että kaupunkikierron opastuksen sisältöön tulisi kiinnittää huomiota ja kierroksen käyntikohteita kannattaisi harkita uudelleen. Parannuksia voitaisiin tehdä käymällä kierrosta läpi oppaan kanssa ja katsoa, mitkä asiat kierroksella ovat olennaisimpia.

Tutkimukseni tuloksia voidaan käyttää hyväksi Matkapoikien Riian kaupunkikierron tulevaisuutta suunniteltaessa ja sen avulla voidaan myös pyrkiä pitämään kierros elämötuotteena.

---

Asiasanat: elämö, tuotekehitys

## ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Tourism

RITA TIRRONEN:

The Riga City Tour by Travel Agency Matkapojat as an Experiential Product  
The Analysis of Intense Personal Experience and Product Development

Bachelor's thesis 52 pages, appendices 5 pages  
May 2012

---

The topic of this study is the Riga city tour by the travel agency Matkapojat as an experiential product. The city tour can be included in the Latvian trips offered by the travel agency. The three-hour tour, driven by Finnish buses, concentrates on the city centre. It is guided by a Finnish-speaking representative of Baltic Travel Groups, which are cooperators of Matkapojat.

The two main issues investigated in this study are the Riga city tour by Matkapojat as an experiential product and how the city tour could be improved.

The study was conducted by using two kind of methods: observation and interview. The observation material was collected and the interviews were conducted by the writer of this thesis.

For the facts concerning the Riga city tour Ms Piia Postila, the production co-ordinator of Matkapojat Tampere office, was interviewed. From her I got facts concerning the Riga city tour. The results were analysed by using two different kinds of theories: the experience pyramid (Tarssanen & Kylänen 2005) and theories of the product development.

By using these methods it was found that travel agency Matkapojat Riga city tour can be called an experiential product. As all the levels of the experience pyramid were met the conclusion of an experiential destination can be drawn.

The duration and the content of the tour could be reconsidered. The tour could concentrate on the main attractions and so be more compact.

---

Key words: experience, product development

## 1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö on tutkimus matkatoimisto Matkapoikien myymän Riian kaupunkikierroksen elämyksellisyydestä. Tulosten valossa kaupunkikierrokselle tehdään myös tuotekehitystä. Riian kaupunkikierros on noin 3 tuntia kestävä kiertoajelu, jonka toteuttaa Matkapoikien yhteistyökumppani Riiassa. Retkiohjelmaan kuuluu opastettu ajelu linja-autolla Riiassa ja lyhyt kävelykierros vanhassa kaupungissa. Opinnäytetyöni tavoitteena on saada selville, onko Matkapoikien Latvian hotellimatkojen Riian kaupunkikierros elämyksellinen tuote ja tulosten valossa tehdä kierrokseen tuotekehitystä.

Työssäni käydään myös yleisesti läpi Matkapojat, Riika, Riian kaupunkikierros sekä aineistoni ja teoriat. Aineistona olen käyttänyt henkilökohtaista havainnointia Riian kaupunkikierroksella ja Matkapoikien tuotantoyksikössä työskentelevän henkilön haastattelua, jossa tarkoituksena oli saada selville Riian kaupunkikierroksen taustoja. Pääteorianani käytän elämypyramidi-mallia ja aihetta sivutaan hieman teorioilla tuotekehityksestä.

Tutkimuksessani selvitän Tarssasen ja Kyläsen (2004) elämypyramidi-mallin avulla, voiko Riian kaupunkikierrosta kutsua elämystuotteeksi. Jos tuloksista ilmenee, että Riian kaupunkikierrosta ei voida kutsua elämystuotteeksi, selviää samalla myös, mitä osa-alueita on parannettava. Tutkimukseni tuloksia voidaan hyödyntää Riian kaupunkikierrosta kehitettäessä, mikäli tähän on tarvetta.

## 2 TUTKIMUSSUUNNITELMA

### 2.1 Tutkimus Riian kaupunkikierrroksesta

Valitsin tutkimuskohteekseni suomalaisille asiakkaille suunnatun, Matkapoikien Riian hotellimatkojen yhteydessä myytävän retken, Riian kaupunkikierroksen. Riian kaupunkikierrros on noin 3 tuntia kestävä kiertoajelu, jonka toteuttaa Matkapoikien yhteistyökumppani Riiassa. Retkiä järjestetään kesäkaudella (huhtikuusta syyskuuhun) maanantaisin ja perjantaisin kello 10.00-13.00. Retkellä on mukana suomalainen linja-auto ja suomea puhuva opas. (matkapojat.fi)

Retkiohjelmaan kuuluu opastettua ajelua Riian keskustassa ja lyhyt kävelykierrros vanhassa kaupungissa. Kiertoajelulla tutustutaan Riian historiantäyteiseen keskustaän, sivutaan 1800-luvun bulevardeja, kanavaa reunustavia puistoja ja ylellisiä jugendrakennuksia. Kävelyosuudella kävellään vanhan kaupungin kapeita katuja ja ihaillaan keskiaikaisia kirkkoja sekä kauppiaiden ja käsityöläisten taloja. Kävellessä opas kertoo hansakaupungin arjesta. Retki maksaa ennakoon ostettuna 20 euroa ja paikan päällä ostettuna 25 euroa. (Matkapojat. <http://matkapojat.fi/>)

Työni tavoitteena on saada selville, onko Matkapoikien Latvian hotellimatkojen Riian kaupunkikierrros elämyksellinen tuote ja tulosten valossa tehdä siihen tuotekehitystä. Tutkimukseni tuloksia voidaan hyödyntää Riian kaupunkikierrrosta kehitettäessä, mikäli tähän on tarvetta. Tutkimuksessani selvitän, voiko Riian kaupunkikierrrosta kutsua elämykseksi. Jos tuloksista ilmenee, että Riian kaupunkikierrros ei ole elämyksellinen tuote, selviää myös, mitä osa-alueita on parannettava, jotta tuote olisi elämystuote. Mikäli tutkimustulokset taas osoittavat, että tuotetta voi kutsua elämysmatkailukohteeksi, sitä voidaan käyttää hyväksi esimerkiksi tuotetta markkinoidessa.

## 2.2 Käsitteet ja teoriat

Peruskäsitteitä työssäni ovat **elämys** ja **tuotekehitys**. Teorioina käytän elämyskolmio-mallia ja tuotekehitystä. Käyn läpi ensiksi peruskäsitteeni ja sitten käyttämäni teoriat. Yksityiskohtaisemmin ne käsitellään luvussa 2.4. Aineisto ja menetelmät.

Elämys on tänä päivänä tärkeä käsite matkailussa. ”Käsitteenä elämys tarkoittaa emotionaalista kokemusta, jolla on positiivinen, kohottava vaikutus” (Borg, Kivi, Partti 2002, 25). Elämys liittyy vahvasti yksilöön ja siihen, miten hän kokee asioita ja miten ne häneen vaikuttavat. Elämyksessä on tekeminen ja henkinen osa. Aistihavainnot tulevat usein tekemisen kautta, mutta ihminen antaa niille merkityksen vasta omassa mielessään. Aistihavainnot ovat tärkeä osa elämystä. (Borg, Kivi, Partti 2002, 27-28.)

Boswijk, Thijssen ja Peelen (2006) kysyivät ihmisiltä, mitkä olivat heidän elämänsä tärkeimpiä kokemuksia ja elämyksiä. Kysymysten asettelusta riippuen vastaukset liittyivät läheisten syntymään, kuolemaan, toisen kulttuuriin kuuluvien henkilöiden tapaamiseen, konsertteihin ja oman ensimmäisen talon tai auton ostamiseen. Kaikille näille vastauksille yhteistä oli se, että kokemukset olivat hyvin henkilökohtaisia ja vaihtelivat sen mukaan, miten kukin heistä koki ympärillään tapahtuvat asiat. (Boswijk, Thijssen & Peelen 2006, 77-78.) Näistä syistä elämyksen syntyyn voi vain yrittää vaikuttaa ja elämyksen syntymiseen ei ole mitään varmaa keinoa.

Elämyksestä ihmisille tulevat yleensä mieleen positiiviset elämykset. Elämys voi kuitenkin olla kielteinenkin kokemus, kuten suru tai viha. Tämä tulee hyvin ilmi myös Tarssasen ja Kyläsen (2005) elämyspyramiditeoriassa elämyksen syntymisestä, jossa tärkeänä osana elämystä on muutos. Esimerkiksi henkilön kokema vihastuminen voi saada aikaan muutoksen, jota muutoin ei olisi tapahtunut. Riian kaupunkikierroksella toivottavaa toki on herättää positiivisia elämyksiä, mutta käsitettä avatessa on hyvä muistaa, että elämys voi olla myös negatiivinen.

Elämystuote käsitteenä on hankala ja se on selitettävä useilla eri tavoilla, jotta termi avautuu lukijalle. Elämyskokemusta ei koskaan voida taata, mutta sille pystytään luomaan otolliset puitteet (leofinland.fi) ja elämyshän on jokaiselle henkilökohtainen,



subjektiivinen tunne (Komppula, Boxberg 2002, s.29). Elämyksen syntymiselle voidaan luoda edellytykset palvelukonseptin, palveluprosessin ja palvelujärjestelmän avulla (Komppula, Boxberg 2002, 29). Näiden edellytysten toteutumisen seurauksena ihmisen on mahdollista tai jopa todennäköistä kokea palvelu tai tuote elämyksenä (Komppula, Boxberg 2002, 56-57).

Joseph B Pine II ja James H. Gilmore (1998, 101-102) näkevät, että elämystä voi analysoida neljänä eri osiona. Ensimmäinen osio on palvelutapahtumaan osallistuvan matkailijan aktiivisuus tai passiivisuus, eli onko hän tekemisessä konkreettisesti mukana vai onko hän sivustaseuraaja. Toinen osio on matkailijan henkinen tai fyysinen osallistuminen, eli onko kyseessä kiehtovan asian seuraaminen vai liittyminen osaksi tapahtumaa. Kolmannella tasolla osallistumisesta tulee aktiivisempaa eli elämys rakentuu oppimisen kautta. Neljäs ja kokonaisvaltaisin elämyskokemus syntyy, kun yksilö on aktiivisesti toteuttamassa elämyskokemustaan kokemusvirran vietävänä. Viimeisellä tasolla on siis kyse todellisuuspakoisesta elämyksestä. Seuraavaksi esittelen elämyskolmio-mallin (Tarssanen, Kylänen 2005), josta ilmenee, mitä kokemuksen osaluokkia tulee ottaa huomioon suunniteltaessa elämyksen syntymiselle suotuisaa ympäristöä.

Elämyskolmio-mallin (Kuva 1. Elämyskolmio. 12) avulla voidaan tutkia elämystuotetta tai palvelua tai tuottaa elämystuote. Tärkeää elämyksen tuottamisessa on, että kaikki tarvittavat elementit henkilön kokemuksen tasolla täyttyvät. Elämyskolmio-mallilla tuotteesta tai palvelusta voidaan löytää kohdat, joita elämystuotteessa tulee parantaa. Elämyskolmiossa elämystä kiikaroidaan kahdesta näkökulmasta. Toinen näkökulma on tuotteen elementtien tasolla ja toinen näkökulma on asiakkaan kokemuksen tasolla. Elämyskolmio-malli analyysimenetelmänä esitellään tarkasti luvussa 2.4 Aineisto ja menetelmät.

Tässä tutkimuksessani tutkin Riian kaupunkikierroksen elämyksellisyyttä elämyskolmio-mallin kautta. Vaikka Riian kaupunkikierron ei täyttäisi kaikkia elämyskolmio-mallin kohtia, sitä voidaan silti kutsua elämykselliseksi tuotteeksi. Jos kaupunkikierron täyttää elämyksen kriteerit vain osittain, tutkimuksen pohjalta pystyn selvittämään, mitä kohtia tuotteessa tulee kehittää, jotta asiakas kokisi tuotteen parissa

vielä vahvemman elämyksen. Tutkimuksessani tutkin Matkupoikien Riian hotellimatkan Riian kaupunkikierrosta vain elämyksellisyyden näkökulmasta.

Komppulan ja Boxbergin (2005, 92) mukaan ”Matkailutuote on asiakkaan subjektiiviseen arviointiin perustuva kokemus, jolla on tietty hinta ja joka syntyy prosessissa, jossa asiakas hyödyntää palvelun tarjoajien palveluja osallistumalla itse palvelun tuotantoprosessiin.” Silloin on kysymys tuotteesta, kun asiakas tietää, mitä hintaan kuuluu ja mistä palveluista kuuluu maksaa lisää (Komppula, Boxberg 2005, 92). Tässä työssä kysymys on jo olemassa olevan tuotteen parantamisesta, mikä on yleisin muoto palveluinnovaatiosta.

Tässä työssä tuotekehityksen tarvetta tarkastellaan ensin elämypyramidi-mallin avulla ja sitten kaupunkikierroksen teknisen toteutuksen ja kokemusten valossa mietitään parannusehdotuksia. Tuotekehitystä käydään vielä tarkemmin läpi luvussa 5.1 Tuotekehitys matkailussa.

### 2.3 Tutkimuskysymykset

Tänä päivänä elämyskohteiden suosio on suuri. Tämä on syy siihen, että tutkin juuri tuotteen elämyksellisyyttä. Tutkimustuloksiin liittyvät taas olennaisena osana parannusehdotukset, joten päätin liittää tähän tutkimukseen myös tuotekehityksen, johon perehdytään paremmin luvussa 5.

Riian kaupunkikierroksella asiakkaiden kirjo on laaja ja otankin selvää tuotteen elämyksellisyydestä oman kokemuksen kautta. Käyn itse havainnoimassa Riian kaupunkikierroksella 6.4.2012.

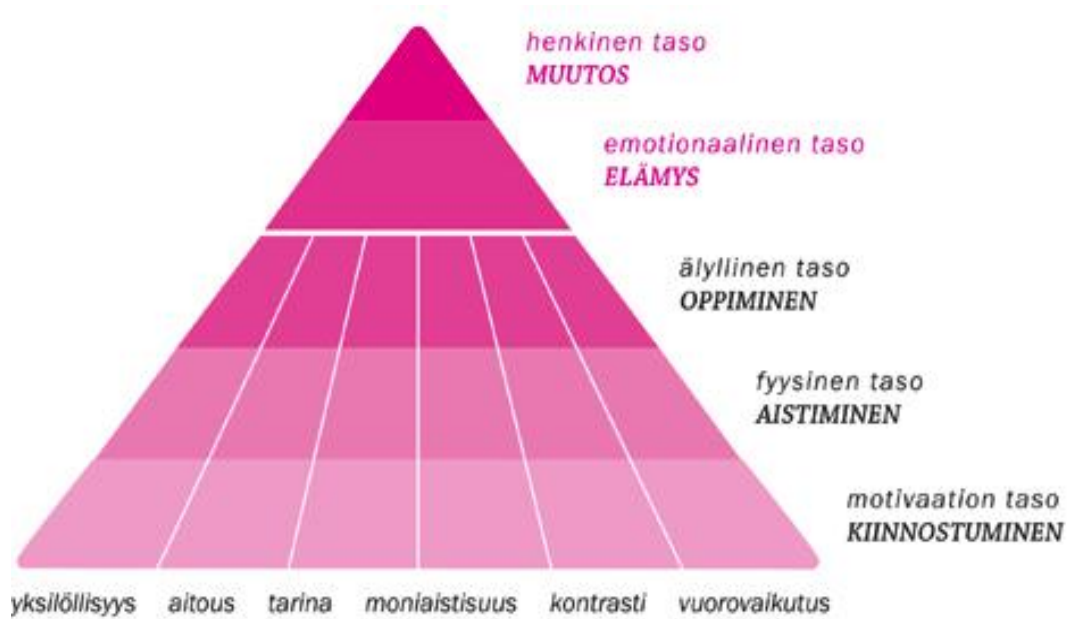
Tutkimuskysymykseni ovat: ”Onko Riian kaupunkikierrros elämyksellinen tuote?” Ja: ”Miten tuotteen elämyksellisyyttä voitaisiin parantaa?” Kysymykseni on suunniteltu siten, että tutkimustani voidaan käyttää tuotetta parannettaessa, mikäli sille on tarvetta.

## 2.4 Aineisto ja menetelmät

Hankin aineistoni matkustamalla Latviaan ja käymällä itse Riian kaupunkikierröksellä havainnoimassa. Pääaineistonkeruumenetelmäni on siis havainnointi. Lisäksi teen strukturoimattoman haastattelun, johon haastattelen operointi- ja tuotevastaava Piia Postilaa. Postila työskentelee Matkakoikien Baltia-tiimissä, Tampereen tuotantoyksikössä. Postilalla on vankka kokemus Baltian matkojen operoinnista ja tuotekehityksestä jo vuodesta 2001. Häneltä saan tietoa Riian kaupunkikierröksen operoinnin ja toteutuksen käytännön asioista, nykytilasta ja historiasta.

Analyysimenetelmänä käytän elämyskolmio-mallia (Kuva 1. Elämyskolmio, 12). Kolmion pohjalla ovat elämyksen syntyyn erityisesti vaikuttavat tekijät, elämyksen elementit, jotka ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Kolmion vieressä ovat asiakkaan kokemuksen tasot: motivaation taso, fyysinen taso, älyllinen taso, emotionaalinen taso ja henkinen taso. Tarssasen ja Kyläsen (2005) mukaan hyvä elämysmatkailutuote muodostuu niin, että kaikki elämyksen elementit ovat mukana jokaisella kokemisen tasolla. Jos kaikki elementit ovat kohdallaan, voidaan ajatella, että yrittäjän mahdollisuudet vaikuttaa asiakkaan elämykseen päättyvät. Silloin loppu riippuu täysin asiakkaasta itsestään, hänen odotuksistaan ja asenteistaan. (Tarssanen 2005, 8.)

Tutkin ja havainnoin Riian kaupunkikierrösta elämyskolmion avulla. Elämyskolmion ylintä osaa, eli henkistä tasoa ja muutosta on mahdotonta tutkia opinnäytetyössäni, sillä mahdollinen pysyvä muutos on todettavissa vasta ajan kanssa ja sen tutkiminen vaatisi jälkiseurantaa, johon opinnäytetyöni resurssit eivät riitä.



KUVIO 1. Elämyskolmio (LEO. Elämyskolmio.

<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>)

## 2.5. Tutkimuksen kulku

Aloitan tutkimukseni luvussa kolme käsittelemällä elämystä nykymatkailussa ja aiempia tutkimuksia sekä esittelemällä Riian kaupunkikierroksen. Tässä luvussa esitellään myös yleisesti Riika ja Matkapojat Oy.

Neljännessä luvussa tutkin havainnoinnin tuloksia elämyskolmio-mallin avulla sekä käyn läpi haastattelussa ilmenneitä asioita. Elämyskolmio-malli tarkentuu analysoinnin ohessa. Viidennessä luvussa käsittelen tutkimustuloksia ja analysoin mahdollisia tuotekehitysmahdollisuuksia.

Kuudennessa luvussa päästään johtopäätöksiin. Tässä luvussa siis selviää, millaisia tuloksia olen saanut aikaan ja, mitä ne kertovat Riian kaupunkikierroksen elämyksellisyydestä. Mikäli keksin tuotteeseen jotakin parannettavaa, myös ne esitellään tässä luvussa. Viimeisessä Lopuksi-luvussa on omaa pohdintaa; mitkä asiat olisin voinut tehdä eri tavalla tai miten tutkimusta voisi jatkaa.

### 3 ELÄMYS, MENETELMÄT, MATKAPOJAT OY JA RIIKA

#### 3.1 Elämys matkailussa ja elämyskolmio

Elämys on tällä hetkellä päivän sana matkailussa. Kaikki haluavat kokea elämyksiä ja usein näiden kokemusten ajatellaan olevat jotakin ainutlaatuista, mitä jokainen vastaantulija ei ole kokenut. Kuten jo luvussa 2 tuli ilmi, elämys on jokaiselle erilainen. Elämyksen voi kokea hiihtoretkellä, viedessä lapsia kouluun, hakiessa postia ja niin edelleen. Mikä jonkun toisen mielestä on elämys, ei välttämättä ole sitä jonkun muun mielestä. Nykypäivänä matkailumarkkinoinnissa käytetään sanaa ”elämys” joka tilanteessa. Ei voi toki sanoa, että tässä ollaan väärässä, sillä elämyksiä voidaan kokea tilanteessa kuin tilanteessa.

Ihmisten valtava elämysten jano vaikuttaa siihen, kuinka paljon sana elämys on näkyvillä ja kuinka paljon tältä sanalta odotetaan. Tosin, mitä enemmän sanaa käytetään markkinoinnissa, sitä enemmän ihmisiä mietityttää, mitä elämys matkailutuotteiden markkinoinnissa pitää sisällään. Jos uusi juustohöylä on elämys, niin miten esimerkiksi riippuliito-elämys eroaa tästä elämyksestä? Elämyksellisyydelle on kuitenkin tilauksensa, sillä nykyään halutaan, että kaiken tulisi olla elämystä ja uutta ja vaikka vain pienen hetken kestävää. Elämykseen kuuluvat myös tilannesidonnaisuus, hetkellisyys, vauhti ja vaihtelun tarve (Borg, Kivi, Partti 2002. s. 26-27).

Elämystä voidaan tutkia tietoisuuden tasojen avulla. Ensimmäisellä tasolla ollaan tietoisia ympäröivästä maailmasta, toisella ymmärretään, mistä ollaan tietoisia ja kolmannella tasolla ollaan tietoisia omasta itsestä. Käsitykseen todellisuudesta vaikuttaa kaikki se, mitä ihminen on kokenut aikaisemmin, tarpeet, arvot, uskomukset ja tulevaisuuden tavoitteet. Elämyksen kokemista tai kokemusta sinänsä voi verrata näihin kolmeen tietoisuuden tasoon. (Borg, Kivi ja Partti 2002, 25-26.)

Ensimmäisellä tasolla kokemus on se, kun jollakin aistilla havaitaan jotakin. Aistihavainnot ovat peruslähtökohtana elämyksissä ja niiden on todettu terästyvän matkailullisessa tilanteessa, josta odotetaan jotakin enemmän. Seuraavilla tasoilla annetaan merkitys havainnoille omien lähtökohtien perusteella ja tulkitaan kokemus

elämykseksi. (Borg, Kivi, Partti 2002, s.25-28.) Elämyksen tai kokemuksen merkitys henkilölle siis vaihtelee sen mukaan, mitä hänelle on tapahtunut aiemmin tai, mitä on tapahtumassa tulevaisuudessa. Mikäli ihminen kokee upean elämyksen, jonkin vanhan elämyksen merkitys voi pienentyä (Borg, Kivi, Partti 2002, 27-28).

Elämyksen tuottamisessa asiakkaalle on otettava huomioon infrastruktuuri, kerronnallinen sisältö sekä tausta (Cooper & Hall 2008, 30). Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että on otettava huomioon yhteiskunnalle pakolliset edellytykset, kuten lait, säädökset tai tuotteen historia, jota päin elämystä yritetään luoda. Elämyksien tuottamisessa aina nousee esiin termi aitous. Aitous on elämysten luomisen peruspilari, sillä tuotteen tulee vaikuttaa uskottavalta vaikka se olisikin täysin rakennettu ympäristö (Tarssanen 2005, 9-10). Yleisesti pidetään myös tärkeänä, että tuotteella on tahraton maine.

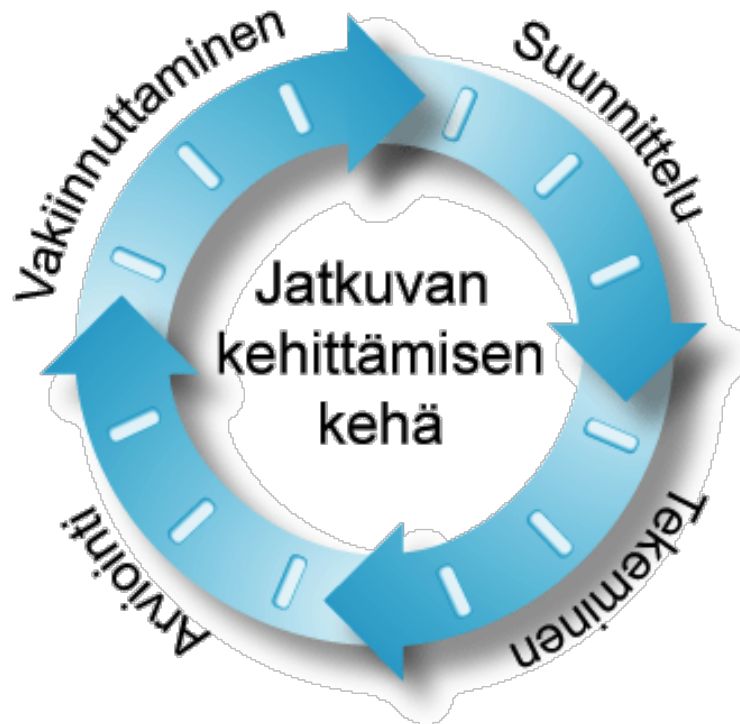
Pääteorianani oleva elämyskolmio-malli käsittelee myös näitä samoja asioita. ”Mallin avulla on mahdollista analysoida ja ymmärtää matkailutuotteiden, erilaisten virtuaalimaailmojen, viihde- ja kulttuurialan tuotteiden ja design-tuotteiden elämyksellisyyttä. Malli on eräänlainen ideaalityyppi ja se kuvaa täydellistä tuotetta, jonka kaikilla tasoilla kaikki elämyksen elementit ovat edustettuina. Malli on selkeä työkalu tuotteen kriittisten kohtien tai puutteiden löytämiseksi. Sen avulla on helppo analysoida tuotetta ja löytää tapoja kehittää sitä.” (Tarssanen 2005, 8.)

Elämyskolmio-mallin (Kuva 1. Elämyskolmio, 12) elementtejä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Yksilöllisyydellä tarkoitetaan tuotteen ainutlaatuisuutta eli sitä, että samanlaista tuotetta ei löydy muualta. Yksilöllisyys voidaan havaita myös asiakaslähtöisyydessä ja joustavuudessa ja siinä, että tuote on räätälöitävissä jokaisen asiakkaan mieltymysten mukaiseksi. Aitous tuotteen elementtinä tarkoittaa tuotteen uskottavuutta ja sitä, voidaanko se kokea uskottavana vaikka tuote olisi täysin fiktiota. Aitoudesta päästäänkin loogisesti tarinaan, joka luonnollisesti vaikuttaa vahvasti tuotteen aitouteen. Tarinalla pystytään sitomaan eri elementit yhteen niin, että niistä muodostuu kokemus. Tarinalla kokemuksesta voidaan luoda mukaansa tempaava. Esimerkiksi monessa historiallisessa kohteessa on niin vahva tarina, että jo pelkästään se tekee kohteesta elämyksen.

Seuraava elementti on moniaistisuus, jolla tarkoitetaan sitä, että tuote voidaan kokea useammalla aistilla siten, että aistit ovat harmoniassa keskenään. Ideaali tilanne on, että kaikki aistit viestivät henkilölle positiivista sanomaa eli, että esimerkiksi kauniin maiseman ihailua ei pilaa läheisestä tehtaasta tuulen mukana tuleva paha haju. Seuraava elementti, kontrasti, käsittää sen, että tuote on rakennettu niin, että se eroaa asiakkaan tavallisesta arkiympäristöstä ja antaa mahdollisuuden kokea uutta ja eksoottista. Elementtien tasoista viimeisin, vuorovaikutus, ilmenee tuotteen ja kokijoiden kesken tai sitten sillä voidaan tarkoittaa hyvää kommunikaatiota tuotteen ja tuottajan välillä. (Tarssanen, Kylänen 2005, 9-12.) Esimerkiksi porotilalla tämä voisi tarkoittaa porojen ja hoitajien välistä vuorovaikutusta tai sitä, miten porot tai hoitajat suhtautuvat vierailijoihin.

Asiakkaan kokemuksen tasot ovat motivaation taso, fyysinen taso, älyllinen taso, emotionaalinen taso ja henkinen taso. Motivaation tasolla tarkoitetaan asiakkaan motivaation eli kiinnostuksen herättämistä. Tämä voidaan saada aikaan esimerkiksi mainonnalla. Fyysisellä tasolla tarkoitetaan asioiden kokemista aistien kautta. Millään aistilla ei saisi tuntea ikäviä aistimuksia, kuten esimerkiksi kovaa melua, jotta kokemus olisi optimaalinen. Poikkeuksiakin on, esimerkiksi joissakin extreme-lajeissa haetaan juurikin joitakin vaarallisia aistimuksia. Älyllisellä tasolla tarkoitetaan fyysisellä tasolla koetut aistimukset, esimerkiksi kylmän tuntu tai kova tuuli. Tämän prosessin aikaansaamana tapahtuu oppiminen ja mielipiteiden muodostaminen. Älyllisellä tasolla hyvä tuote tarjoaa käyttäjälleen oppimis- tai harjaantumiskokemuksen; tiedostamattoman tai tiedostetun. (Tarssanen, Kylänen 2005, 12-13.)

Jotkin muut samoja asioita tutkivista henkilöistä käyttävät näistä samoista asioista nimeä palveluprosessi. Palveluprosessissakin haetaan moitteettomia toimintoja, joiden avulla palvelu toteutetaan. Kun palveluprosessi tuottaa palvelun, se koostuu erilaisista kyseisen palvelun tuottamiseen liittyvistä resursseista. Kun nämä resurssit ja muut osat ovat kohdallaan ja asiakas osallistuu palvelun tuotantoprosessiin, asiakkaalle syntyy kokemus (Komppula & Borberg 2002, 60).



KUVIO 2. Palveluprosessi (<http://www.kotiposti.net/tuurala/PDCA.htm>)

Komppulan kuvauksessa elämyksen syntyminen kerrotaan paljon lyhyemmin kuin Tarssasen ja Kyläsen kuvauksessa, mutta molemmissa teorioissa on kyse samoista asioista, joissa tärkein asia on, että kaikki tuotteen tai palvelun osa-alueet ovat harmoniassa keskenään ja mikään ei häiritse elämyksen kokemista.

Elämyskolmio-mallissa on vielä emotionaalinen ja henkinen taso. Näihin kahteen tasoon elämysten tuottaja ei pysty vaikuttamaan. Emotionaalisella tasolla henkilö kokee varsinaisen elämyksen, mikäli näin on tapahtuakseen. Viimeisellä, eli henkisellä tasolla, tapahtuu muutos. Elämys on äärimmäisen voimakas tunne ja se voi saada aikaan pysyvän muutoksen asiakkaassa. Henkilö voi esimerkiksi löytää itsestään uusia puolia, voimavaroja tai vaikkapa löytää uuden harrastuksen. Nyt olemme tulleet siihen johtopäätökseen, että loistava elämystuote muodostetaan siis siten, että jokainen elämyspyramidi-mallin osa-alueista on täytetty positiivisesti, lukuun ottamatta emotionaalista ja henkistä tasoa, jotka jäävät asiakkaan omien tunteiden ja kokemusten varaan. (Tarssanen, Kylänen 2005, 13-14.)



### 3.2 Menetelmänä havainnointi ja haastattelu

Tutkimusmenetelmäni ovat havainnointi ja haastattelu. Näillä menetelmillä pääsen parhaiten kiinni aiheeseeni. Hirsjärven ja Hurmeen (2004) mukaan tutkimusmenetelmien käyttöä laajentamalla tutkimukseen saa laajempia näkökulmia ja myös tutkimuksen luotettavuus paranee.

Parhaan kosketuksen tutkinnan kohteena olevaan tuotteeseen saan henkilökohtaisella havainnoinnilla. Pääsen itse kokemaan Riian kaupunkikierron ja saamaan konkreettisen tiedon siitä, täytyvätkö elämyksen elementit kierroksella. Havainnoimalla saan realistista tietoa luonnollisessa tilanteessa ja toivonkin saavani selville jotakin sellaista, mitä haastattelulomakkeilla ei pystyisi selvittämään. Arkielämässähän jokainen käyttää havainnointia eniten tiedonhankintaan. Havainnoimalla ihmiset seuraavat ympäristöä ja tekevät päätelmiä tapahtumien kulusta, tätä enempää ajattelematta. Tutkimuksessa havainnointi taas tapahtuu systemaattisesti kohti tiettyä päämäärää. Tutkimuksessani havainnoin erityisesti sitä, miten elämäspyramidi-mallin osa-alueet täyttyvät kohdallani tai jääkö jokin alue täyttymättä. Hirsjärven (2004, 38) mukaan havainnoinnilla saadaan tietoa ihmisten toiminnasta ja siitä, onko se sellaista kuin he väittävät.

Havainnointi on laadullinen, eli kvantitatiivinen, tutkimusmenetelmä. Kvantitatiivisissa tutkimusmenetelmissä korostuvat arvot, kuten objektiivisuus, täsmällisyys ja yksiselitteisyys ja ne perustuvat mittaamiseen, jonka tavoitteena on tuottaa perusteltua, luotettavaa ja yleistettävää tietoa selvästi rajatusta aineistosta. Kvantitatiiviset tutkimusmenetelmät soveltuvat niiden aihealueiden tutkimiseen, joista on jo olemassa jonkin verran tutkittua tietoa. Havainnointia käytetään usein tutkimuksessa täydentämään ja syventämään haastattelujen avulla saatua tietoa, koska haastattelussa tutkittavat eivät välttämättä kerro tai osaa kertoa sitä, miten oikeassa tilanteessa käyttäytyvät (Hirsjärvi, Hurme 2004, 37-38).

Havainnoinnin vahvuutena on lisäksi havainnoijan mahdollisuus nähdä asioita, jotka saattavat jäädä muuten huomiotta. Kaikki sosiaaliset tilanteet sisältävät rutiineja ja niin sanottuja itsestäänselvyyksiä, mikä taas estää huomaamasta joissakin tilanteissa ilmeneviä piirteitä. Havainnoimalla on mahdollisuus huomata nämä erityispiirteet.

Havainnointi mahdollistaa siis joissakin tapauksissa rikkaamman aineiston. Havainnoinnin vahvuutena on myös se, että kaikki havainnoinnin avulla saatu aineisto on käyttökelpoista. (Hirsjärvi, Hurme 2004, )

Toinen menetelmäni on strukturoimaton haastattelu, jonka toteutan haastattelemalla Matkapoikien tuotantoyksikön operointi ja tuotevastaavaa, Piia Postilaa. ”Strukturoimattoman haastattelun juuret ovat kliinisessä haastattelussa, joka on ollut vuosisatoja esimerkiksi lääkäreiden ja pappien käyttämä menetelmä.” (Hirsjärvi, Hurme 2004, 45.) Käytän haastattelua, jotta pystyn selventämään Riian kaupunkikierroksen taustoja. Haastattelu antaa myös haastateltavalleni mahdollisuuden tulkita kysymykset omalla tavallaan ja kysymyksiä voidaan täsmentää haastattelun aikana. Tutkimusmenetelmänä haastattelu on hyvin joustava ja toivonkin saavani joitakin odottamattomia vastauksia.

Haastattelu on Hirsjärven mukaan ainutlaatuinen tiedonkeruumenetelmä, koska siinä ollaan suorassa vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa (Hirsjärvi 2004, 34). ”Kun haluamme kuulla ihmisten mielipiteitä, kerätä tietoa, käsityksiä ja uskomuksia tai kun haluamme ymmärtää, miksi ihmiset toimivat havaitsemallamme tavalla tai miten he arvottavat tapahtumia, on luonnollista keskustella heidän kanssaan.” (Hirsjärvi, 2004, 11) Itse ajattelin, että henkilökohtainen haastattelu sopii opinnäytetyöhöni hyvin, koska haastattelussa voi ilmetä joitakin asioista, joita muuten ei olisi tullut otettua esille ollenkaan. Tein haastatteluuni valmiiksi kysymykset, joihin haastateltavani sitten saattoi kehittää odottamattomia näkökulmia (LIITE 1. Haastattelu Piia Postilalta.)

### 3.3 Matkapojat

Matkapojat Oy on Tamperelainen perheyhtiö, joka on perustettu vuonna 1976 ja heidän sloganinaan toimiikin ”Hyvää Matkaa yli 30 v. kokemuksella!” Matkapojat on Suomen suurin laiva- ja lähialuematkojen myyjä ja matkanjärjestäjä. Matkapoikien kautta matkustaa yli 500000 matkustajaa laivoilla joka vuosi. Matkapojat toimii myös matkanvälittäjänä maan merkittävimpien matkanjärjestäjien tuotteille. Matkapojat palvelee paikallisesti omin myyntitoimistoin 14 paikkakunnalla ympäri Suomen, sekä valtakunnallisesti puhelinpalvelulla, että globaalisti verkkokaupalla. Lisäksi yhtiöllä on

yli 100 jälleenmyyjää Suomessa. Yhtiön kotipaikka on Tampere ja toimitusjohtajana toimii Ari Penttilä. Liikevaihto vuonna 2010 oli 27,5 miljoonaa euroa ja kokonaismyynti vuonna 2010 oli 36,5 miljoonaa euroa. Henkilökuntaa Matkapojilla on 95 henkilöä. (Matkapojat. <http://matkapojat.fi/>)

Matkakoikien toiminta-ajatuksena on järjestää koti- ja ulkomaanmatkoja, sekä välittää toisten matkanjärjestäjien matkoja ja matkalippuja niin kotimaahan kuin ulkomaille. Matkapojat tuottaa esimerkiksi linja-autolla toteutettavia matkoja kotimaahan, Pohjoismaihin, Eurooppaan ja Baltiaan. Matkapojat Oy:llä ei ole omia linja-autoja, vaan linja-autokuljetukset ostetaan alueiden paikallisilta liikennöitsijöiltä. Matkapojat myyvät kaikista matkatoimistoista eniten Viking Linen ja TallinkSiljan matkoja. Vaikka lentomatkustaminen on nykypäivänä yleistynyt, linja-auto – laiva –yhdistelmä pitää Matkakoikien matkoissa yhä pintansa. Matkapojat välittävät asiakkailleen myös esimerkiksi konsertti- ja teatterilippuja. (Matkapojat. <http://matkapojat.fi/>)

### 3.4 Riika

Riika on Latvian pääkaupunki ja myös Baltian maiden väkiluvultaan isoin kaupunki. Riika sijaitsee Väinäjoen suulla, Baltianmeren rannalla, Itämeren pohjukassa. (Riika. <http://www.latvia.travel/en/riga>.) Se on perustettu vuonna 1201 Piispa Albertin toimesta. Riian pinta-ala on 300 neliökilometriä ja siellä asuu noin kolmannes Latvian 2,3 miljoonasta asukkaasta. Latvian valtiomuoto on tasavalta ja valuuttana Latvian Lati. Riika jaetaan neljään maantieteelliseen alueeseen Kaupungin keskusta, Moskovon alueeseen, Vasempaan rantaan ja Vanhaan kaupunkiin, joka jaetaan vielä etelä- ja pohjoispuoleen. Riian keskustassa virtaa Väinäjoki, joka on 1005 kilometriä pitkä ja laskee Baltianmereen. Riikaa pidetään Jugend-pääkaupunkina, sillä Riassa on pienellä alueella todella paljon jugendrakennuksia. Riika on sekoitus Latviaa sekä Venäläisiä ja Saksalaisia vaikutteita. (Latvian perustiedot. [http://europa.eu/about-eu/countries/member-countries/latvia/index\\_fi.htm](http://europa.eu/about-eu/countries/member-countries/latvia/index_fi.htm))

Riialla on todella värikäs historia. Riika on muodostunut pienestä kalastajakylästä, joka alkoi kasvaa saksalaisten kauppiaiden myötä 1100-luvulla. Vuoden 1201 alussa Riikaan rakennettiin ensimmäinen linnoitus. Hansakauppaliiton jäseneksi Riika liittyi vuonna

1282. Vuosien saatossa moni vallanpitäjä on ollut kiinnostunut Riiasta. Vuonna 1621 Riika liitettiin osaksi Ruotsin kuningaskuntaa, mutta taas 1700-luvun alussa Pietari suuren johtama Venäjä valtasi Riian ja kaupunki liitettiin osaksi Venäjää. Latvia itsenäistyi vuonna 1918, mutta jo vuonna 1940 Neuvostoliitto valtasi koko maan ja perustettiin Latvian sosialistinen neuvostotasavalta. Toisessa maailmansodassa Riika siirtyi Saksan alle. Neuvostoliitto valtasi Latvian taas takaisin vuonna 1944-1945. Vuonna 1991 Latvia kuitenkin irtautui Neuvostovallasta ja itsenäistyi uudelleen. (Zaprauskis 2009, 12-22)

Riika sijaitsee meren äärellä ja sen ilmasto on leuto ja kostea. Kesät ovat usein pilvisiä ja viileitä, heinäkuun keskilämpötila on noin 19 astetta. Talvet ovat melko lämpimiä, tammikuussa keskilämpötila on noin -6 astetta. Ensilumi Riikaan sataa yleensä joulukuun puolessavälissä. Lumi alkaa sulaa taas keväällä noin maaliskuun puolessa välissä. ([http://www.latvia.travel/en/climate-and-weather-conditions.](http://www.latvia.travel/en/climate-and-weather-conditions)) Itse olin havainnoimassa Riian kaupunkikierrosta huhtikuun alussa, jolloin lumi oli juuri sulanut ja ilma oli plusasteiden puolella, mutta todella kolea. Puissa ei ollut vielä hiirenkorvia ja nurmet eivät vielä vihertäneet.

Riika eli kulta-aikaansa keski-ajalla olleessaan merkittävä hansakaupunki. Suurin osa historiallisista nähtävyyksistä on vanhankaupungin ympärillä, mutta Riian keskiaikaisen vanhankaupungin ulkopuolella on moderni ja kansainvälinen kaupunki. Latvian väestöstä 29 prosenttia on venäläisiä ja tämä näkyy Riiassa hyvin selkeästi, sillä heitä on siellä enemmän kuin itse Latvialaisia. Riian matkaopas (2009, 7) kuvailee Riikaa seuraavasti:

Itämeren rannikolla Väinäjoen suulla sijaitsevassa Riiassa on mutkittävän kanavan, hoidettujen puistojen ja puiden reunustamien puistokatujen ympäröimä keskiaikainen vanha kaupunki. Arkkitehtuurissa huomio kiinnittyy ensin goottilaisten kirkkojen terävähuippuisiin torneihin ja keltaiseen ristiretkilinnaan, mutta pian matkailijat yllättyvät jugend-rakennuksista, jotka kattavat lähes kaksi kolmasosaa Riiasta.

### 3.5 Matkapoikien Riika

Matkapojat suosittelee Riian matkaa silloin, kun “kaipaat tunnelmallisia hetkiä ja vilkasta kaupunkielämää”. Riika on täynnä kauniita puistoja, museoita ja kirkkoja ja se

on myös Baltian yöelämän keskus. Riika on historiallinen nähtävyys ja samalla moderni kaupunki. Riika on monipuolinen lomakaupunki, jonka kohokohta on upeana säilynyt Vanha Kaupunki. Latvian pääkaupunki Riika on ainutlaatuinen uuden ja vanhan kombinaatio, jossa on jokaiselle jotakin nähtävää. (Matkaporjat. <http://matkaporjat.fi/>)

Matkaporjien Riian matkalla on mukana suomalainen linja-auto ja matkalle on mahdollista varata jokin viidestä Riian keskustahotellista, joista kaikista on kävely matka Vanhaan Kaupunkiin. Hotellit ovat myös lähellä hyviä ostos- ja harrastusmahdollisuuksia. Matkaporjien Riian matkoille on mahdollista varata erilaisia retkiä, joista yhteen, Riian kaupunkikierrukseen, keskitytään tässä opinnäytetyössä tarkasti. Muita retkivaihtoehtoja ovat retki Jurmalaan, joka kestää noin 4 tuntia, ja Latvian ulkoilmamuseo ja ostosretki, joka taas kestää noin 5 tuntia.

Matkaporjien Riian matka alkaa Tallinnan kautta, jonne Viking XPRS-alus kuljettaa matkustajat kahdessa ja puolessa tunnissa Helsingistä. Helsingissä Katajanokan satamaan Matkaporjien asiakkaat pääsevät liityntäbusseilla melkein joka puolelta Suomea, noin neljältä sadalta eri paikkakunnalta. Asiakkaiden matkalaukut kulkevat linja-autossa laivamatkojen ajan, joten laukkuja ei tarvitse itse kantaa siirtymämatkojen aikana. Laivamatkat sekä mennessä, että tullessa, moni käyttää ruokailemalla laadukkaassa Bistro-Buffer –buffetravintolassa ja tekemällä taxfree-ostoksia. Tallinnan päässä omat matkatavarat haetaan samasta linja-autosta, jolla on Suomen puolella tullut satamaan, ja siirretään seuraavaan linja-autoon, jolla matka jatkuu Riikaan. Matka kestää noin 4 tuntia, sääoloista riippuen. (Matkaporjat. <http://matkaporjat.fi/>)

Ostoksia rakastavalle Riian keskustassa on useita tavarataloja. Riista löytyy myös esimerkiksi suomalaisille tuttu Stockmann ja keskustan läheisyydessä on noin 110 000 neliömetrin kokoinen ostoskeskus, josta löytyy useita kauppoja, ruokapaikkoja, keilarata, kasino ja erilaisia kauneusalan liikkeitä kauneushoitoja kaipaaville.

## 4 MATKAPOIKIEN RIIAN KAUPUNKIKIERROKSEN ELÄMYKSELLISYYS

### 4.1 Haastattelun antia

Jotta opinnäytteeni lukija saisi selkeän kuvan Riian kaupunkikierroksen taustoista, ja ymmärtäisi tämän kontekstin, haastattelin Matkapoikien tuotantoyksikössä Tampereen Rautatienkadulla työskentelevää operointi ja tuotantovastaava Piia Postilaa. Piia Postila on työskennellyt Baltian matkojen parissa Matkapojilla vuodesta 2001 ja hänellä on vankka tietämys alan kuulumisista. Postila on työssään myös aktiivisesti yhteistyössä Riian kaupunkikierroksen vetävän Latvialaisen yhteistyökumppanin, Baltic Travel Groupin, kanssa. Itse työskentelen tällä hetkellä samassa Baltia-tiimissä Piia Postilan kanssa.

Operointi ja tuotevastaavan työnkuvaan Baltia-tiimissä kuuluvat aktiivinen yhteydenpito laivayhtiöiden, tilausliikenne-yritysten ja hotellien kanssa. Operointi ja tuotevastaavan niin sanottuja asiakkaita ovat yhteistyökumppanit ja myyntitoimistojen virkailijat. Virkailijat kääntyvät operointihenkilökunnan puoleen kaikissa hankalissa tilanteissa; esimerkiksi silloin, kun asiakkailta on erityistoiveita, joista tulee tehdä päätöksiä tai esimerkiksi hinnoitella näitä palveluita. Myyntivirkailijat eivät ota hankalissa tilanteissa suoraan yhteyttä hotelleihin tai laivayhtiöihin, vaan kääntyvät operointihenkilöstön puoleen.

Piia Postila kuvasi työnkuvaansa seuraavasti: ”Toimin Baltian tuotannossa, jossa työtehtäväni on matkasarjojen kokonaisvaltainen hoitaminen, eli suunnittelu, hinnoittelu, operointi, erilaiset kiintiö seurannat hotelleille ja laivayhtiöille ja varauksien tekeminen tuotteiden suunnittelun jälkeen. Myös esimerkiksi nimilistojen lähettäminen bussi- ja laivayhtiöille ja myös hotelleihin kuuluu jokapäiväiseen työhöni. Työni on tiimityötä Baltia-tiimin kesken. Baltia-tiimissä työskentelee vakituisesti 3 henkilöä ja Baltia-tiimin kyljessä toimii vielä Baltian kylpylämatkoja operoiva henkilö, joka tavallaan myös on samaa tiimiä, mutta hoitaa kylpylöiden operointia silti aivan itsenäisesti.”

Postila kertoi, että Riian kiertoajelu toteutetaan Latvialaisen yhteistyökumppanin, Baltic Travel Groupin (BTG) kanssa. Hän kertoo myös, että BTG:n kanssa yhteistyö on ollut helppoa ja he ovat luotettava yhteistyökumppani. Matkaporjat on aiemmin käyttänyt myös muiden yhteistyökumppanien oppaita kaupunkikierröksellä, mutta BTG:n kanssa kaikki on sujunut aina hyvin, joten heitä on käytetty nyt useampia vuosia.

BTG on yritys, joka tarjoaa palveluita esimerkiksi matkanjärjestäjille ja kansainvälisten kokousten järjestäjille, mutta myös muille asiakasryhmille, jotka tarvitsevat räätälöityjä palveluita Baltian alueella. BTG:n kautta voi tilata esimerkiksi opastettuja kierroksia, majoitusta, tarjoilua, kuljetuksia ja kokoustiloja. BTG:llä on täyden palvelun toimistot Riiassa, Vilnassa ja Tallinnassa, mutta heillä on myös toimintaa muualla Euroopassa. (<http://www.baltic.travel/>) Postila lisää vielä, että: ”matkatoimistolla on hyvä olla loistavia yhteistyökumppaneita, joihin voi luottaa, jotta kaikkea ei tarvitse osata ja operoida itse”. Matkaporjien Riian kaupunkikierröksellä BTG käyttää kahta vakio-opasta.

Tänä vuonna Matkaporjat myy Riian kiertoajelua kesäkaudelle 6.4.-31.8 ja lisäksi syyslomaviikolle ja Itsenäisyyspäivän matkalle. Retki toteutetaan tänä aikana joka perjantai ja kesän vilkkaimmalle aikavälille, 25.6.-6.8., kiertoajelu järjestetään myös maanantaisin. Riian kiertoajelua ostavat pääasiassa Matkaporjien Riian hotellimatkoilla olevat asiakkaat, mutta retkeä myydään myös Riika-Vilna –yhdistelmämatkoille osallistuville asiakkaille. Tämän lisäksi retkeä myydään linja-autolla tai lentäen Riikaan matkustaville ryhmille. Heille retki järjestetään ryhmän toiveiden mukaan.

Riian kaupunkikierrös on suosittu retki Matkaporjien Riian matkojen yhteydessä, sillä yli 50 prosenttia matkan ostaneista ostaa myös Riian kiertoajelun. Tyypillinen Riian kiertoajelun ostava asiakas on henkilö, joka on ensimmäistä kertaa Riiassa ja haluaa nähdä nähtävyydet. Retken ostavia asiakkaita on kuitenkin laidasta laitaan ja sille ei ole muodostunut mitään tiettyä kohderyhmää.

Retkiohjelma on täysin BTG:n suunnittelema ja Matkaporjat luottaa täysin heidän ammattitaitoonsa. BTG:n järjestämää Riian kaupunkikierrösta ei ole muutettu olennaisesti sinä aikana, kun se on ollut Matkaporjien valikoimassa. Postila kertoi, että: ”kaikissa kaupungeissa on yleensä ne suosituimmat kohteet, mihin kaupunkikierröksillä

asiakkaat viedään ja näin se on Riiasakin”. Riian kaupunkikiertokierros on siis vakiinnuttanut ohjelmansa. Postila näkee kaupunkikiertokierroksen tulevaisuuden kohtalaisen valoisana ja uskoo, että kiertokierros pitää asemansa uusien asiakkaiden parissa. Toisaalta Postila taas epäilee, että retken suosio voi ajan mittaan laskea, koska Riian matkoilla jo aiemmin käyneet asiakkaat palaavat usein matkoille, mutta ensimmäisen matkan jälkeen kiertokierrosta ei enää osteta. Tähän asiaan pystyisi Postilan mukaan ehkä vaikuttamaan kehittämällä retkeen jonkin uuden vetonaulan, joka innostaisi palaavat asiakkaat ostamaan kiertokierroksen.

#### 4.2 Riian kaupunkikiertokierroksen elämyksellisyys

Olin itse havainnoimassa Riian kaupunkikiertokierrosta perjantaina 6.4.2012. Riian kaupunkikiertokierros alkaa sillä, että suomalainen linja-auto suomenkielisen oppaan kera, noutaa asiakkaat hotelleiltaan aamulla noin kello 10. Kaikki Matkapolkujen hotellit ovat aivan kaupungin keskustassa, muutamien minuuttien päässä toisistaan, joten erillisiä aikoja eri hotellien asiakkaille ei ilmoiteta. Matkapoljat käyttävät Latvialaisen yhteistyökumppanin, Baltic Travel Groupin, kahta vakio-oppasta, jotka itse havainnoimallani retkellä olivat aluksi molemmat mukana, sillä retki oli porrastettu kahden ryhmän välillä niin, että retkeläisistä osa siirtyi matkan alkuvaiheessa toisen oppaan johdolla kävelykiertokierrokselle. Pääasiassa havainnoimani retken opasti miespuolinen, noin 40-vuotias latvialainen mies.

Kaupunkikiertokierroksella mennään joistakin kohdista useitakin kertoja ja käydään läpi moneen kertaan lähes samoja asioita. Liikenteestä johtuvista syistä ajellaan välillä hieman ympyrää, joten pyrin tässä retkikuvauksessa olemaan kertomatta samoja asioita moneen kertaan, mutta toistoa voi tulla. Retken alussa katsellaan liikkuvasta linja-autosta eri maiden suurlähetystöjä, konferenssitaloa, Riian Japanilaisen ystävyyskaupungin, Koben, lahjoittamaa kelloa ja vapauden patsasta, joka on latvialaisten kotimaan symboli. Tämän jälkeen ihailaan useita puistoja, kansallisoopperataloa sekä konservatoriota ja sitten opas kertoo hieman Riian rautatieaseman kellotornista ja osoittaa Stockmann-tavarataloa ja kertoo, että samassa rakennuksessa on myös 14 elokuvateatteria.





KUVA 3. Kansallisooppera.

Matkan varrella Väinäjoki, jonka latvialaiset itse tuntevat Daugava-jokena, kiemurtelee kauniisti teiden reunoja ja opas kertoo, että kesällä Riiassa järjestetään myös kanavaristeilyjä pienikokoisilla veneillä. Kanava on paikoin kovinkin kapea, joten suuria veneitä sille ei edes mahtuisi. Stockmann-tavaratalon takana aukeaa suuri tori, jossa on myynnissä suunnattomasti kukkasia. Tässä kohdassa havainnoimallani retkellä naisväki huokaili ihastuksesta linja-auton kyydissä. Seuraavaksi ohitetaan Tiedeakatemia, joka on varsin vaikuttavan näköinen, vanha rakennus.



KUVA 4 . Väinäjoki.



KUVA 5. Keskustori.



KUVA 6. Tiedeakatemia.

Seuraavaksi siirrytään Moskovan kaupunginosaan; kaupunginosan nimitys tulee siitä, että se jää ”Moskovan suuntaan” Riiasta lähdettäessä. Aluksi nähdään paljon muistomerkkejä ja yksi yhä pystyssä oleva synagoga. Aiemmin synagogia oli kolme, mutta juutalaisvainojen aikaan kaksi muuta hävitettiin. Lisäksi muistomerkit muistuttavat siitä, miten raa’asti juutalaisia poltettiin elävältä tuolla alueella.

Matka jatkuu Väinäjoen rantaa pitkin ja opas kertoo hieman näyttävästä rautatiesillasta ja uudesta, vasta rakenteilla olevasta, massiivisesta kansalliskirjastosta, jonka pitäisi aueta vuoteen 2013 mennessä. Taustalla tällä hetkellä näkyy myös huikean korkea televisiotorni (<http://www.latvia.travel/en/television-tower>). Samalla opas osoittaa kauas kaupunkikuvassa näkyvää Radisson BLU Latvija Hotellia ja kertoo tämän 26.:ssa kerroksessa sijaitsevasta näköalapaikasta, johon voivat mennä käymään myös muutkin kuin hotellin asukkaat. 25.:ssä kerroksessa on viihtyisä Sky Bar, johon sisäänpääsy maksaa 3 latia. Samalla hän puhuu muistakin maamerkeistä ja ottaa esimerkeiksi Riian noin 100 kirkkoa ja jo vuodesta 1739 säilyneet vanhat puutalot, jotka ovat olleet myös Unescon maailmanperintöluettelossa vuodesta 1997 asti. Sitten matkalla ohitetaan Kiväärimiesten muistomerkki.



KUVA 7. Rautatiesilta.



KUVA 8. Rakenteilla oleva Riian Kansalliskirjasto.



KUVA 9. Pietarin kirkon torni.



KUVA 10. Kiväärimiesten muistomerkki.

Matka jatkuu eteenpäin pitkin mukulakivikatuja ja samalla opas kertoo hieman Riian historiaa; lähinnä useista vallanvaihdosta ja miehityksistä. Havainnoimallani retkellä linja-auton ohitti kaksi näyttävästi pukeutunutta latvialaisneitoa ja opas kertoikin seuraavaksi latvialaisten naisten pukeutumisesta verrattuna suomalaisten naisten pukeutumiseen. Linja-autossa oli suomalaisnaisissa havaittavissa pientä narkästystä mollatuksi tulemisesta, mutta asiasta päästiin nopeasti eteenpäin. Aasinsillalla mentiin Venäjän vaikutuksiin Riassa ja Latviassa yleensä. Seuraavaksi opas kertoo, että noin 47 prosenttia Riian väestöstä puhuu äidinkielenään Venäjää. Latviaa taas puhuu äidinkielenään noin 1,4 miljoonaa henkilöä.

Seuraavaksi ohitetaan Voitonpatsas ja Voitonpuisto. Patsaan naishahmo pitelee tässä kolme tähteä, jotka symboloivat kommunismia. Tämä on suosittu paikka eläkeläisten ja vasemmistolaisten keskuudessa. Latvialaiset taas pitävät aluetta itsenäisyyden menetyksen ja neuvostovalan alla elämisen symbolina. Alueen jäädessä taakse ihmetellään yhdessä, miksi kirkontornien kärjissä ei ole ristejä niin kuin on totuttu, vaan niissä on kukkoja. Vastaus tähän on, että joskus uskottiin, että kukon kova kiekuääni karkoittaa pirun pois. Leikkimielisen ihmettelyn jälkeen retkellä pidetään tupakan ja vessakäynnin mittainen tauko Väinäjoen varrella, Radisson BLU Daugava –hotellin edustalla. Tauko tulee tässä kohtaa tarpeeseen ja hetken hiljaisuuskin helpottaa korvia sillä retkeä on tässä kohtaa jäljellä vielä yli tunnin verran.



KUVA 11. Voitonpatsas ja Voitonpuisto.

Tauon jälkeen palataan takaisin joen toiselle puolelle ohittaen samalla Riian linnan. Sitten suunnataan kohti arvokkaita Unescon perintökohteenakin olevia jugendtalaja. Riian keskustaa kuvataan jugendgalleriaksi, koska joka kolmas rakennus Riiassa on jugendtalo. Riian jugend on peräisin 1800-luvun lopulta ja ajoilta ennen ensimmäistä maailmansotaa. Näihin aikoihin jugend oli muodissa ja Riika eli vauraita aikoja. Linja-auto jättää asiakkaat vanhassa kaupungissa kadun varteen ja sitten tehdään oppaan johdolla kävelykierros. Ensiksi on noin 10 minuutin mittainen kävely Albert-kadulla, minkä jälkeen linja-auto kuljettaa asiakkaat toiseen paikkaan, Elizabetes-kadulle, jossa tehdään hieman pidempi kävely. Molemmilla kävelyillä ihailaan Jugend-rakennuksia talo talolta. Havainnoimallani retkellä oli todella kolea ilma ja oppaamme yritti saada kylmyyden kangistaman äänensä kantamaan koko joukolle, kertoessaan rakennustyylien muutoksista vuosien varrella.



KUVA 13. Riian linna.



KUVA 14. Jugend-rakennuksia 1.



KUVA 15. Jugendrakennuksia 2.

Kävelykierroksella käydään ihailmassa jugendtalojen lisäksi 1300-luvulta peräisin olevia Ruutitornia ja Mustapäiden taloa sekä Kissojen taloa. Opas kertoo myös tarinan Riian mustasta balsamista. Riian mustaa balsamia on valmistettu vuodesta 1752 asti. Musta balsami on valmistettu salaisella reseptillä, mutta tiedetään, että se on tehty useista eri yrteistä, kukista ja marjoista (<http://www.baltictravelservices.com/en/latvia/facts-figures>). Kissojen taloon liittyy myös hauska tarina. Talon äveriäs kauppias ajautui muinoin riitoihin Suuren killan kanssa, koska nämä eivät hyväksyneet häntä jäseneksi arvostettuun järjestöönnsä vaikka hän täyttikin jäsenyyden kriteerit. Vihastuksissaan hän käänsi tornien kissat niin päin, että nämä näyttävät pyllyä killalle.

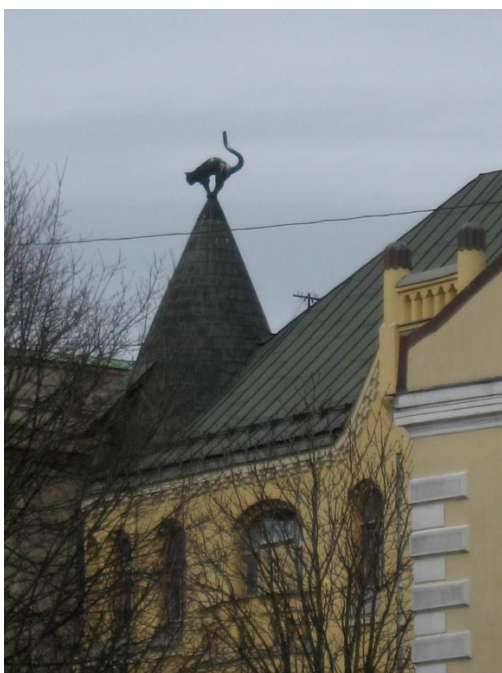


KUVA 16. Ruutitorni.





KUVA 17. Mustapäiden talo.



KUVA 18. Kissojen talo.

Kävelykierroksen lähetessä loppuaan, opas osoittaa kaksi mielestään hyvää ravintolaa. Kaupunkikierroksen päätteeksi katsotaan vielä 1930-luvulta peräisin olevaa 42 metriä korkeaa Vapaudenpatsasta, joka on Latvian valtion ja tämän lukuisien itsenäistymispyrkimysten symboli. Patsaalla on aina kunniavartio ja patsaan juurelle lasketaan päivittäin kukkasia. Patsaan kannattelemat kolme tähteä kuvastavat Latvian historiallisia alueita: Vidzemeä, Kuurinmaata ja Latgalea. Patsaan jalassa lukee

”Isänmaan ja vapauden puolesta”. (<http://www.latvia.travel/en/monuments-and-sculptures>) Havainnoimallani matkalla Vapaudenpatsaalla ei ollut vahdinvaihtomenossa, mutta opas kertoi, että se on varsin teatraalinen tapahtuma joka tasatunti. Hän kehoitti asiakkaita katsomaan tämän vahdin vaihdon joku päivä. Vapaudenpatsaalla käymisen jälkeen siirrytään takaisin linja-autoon. Matkalla nähdään vielä presidentin palatsi ja sitten opas kiittää ja kumartaa. Lopuksi linja-auto kuljettaa asiakkaat näiden hotelleille. Itse poistuimme toisessa ryhmässä takaisin Radisson BLU Latvijalla. Retkestä jäi hyvä mieli.



KUVA 19. Vapaudenpatsaan aukio.

Tutkin Riian kaupunkikierroksen elämyksellisyyttä nyt Tarssasen ja Kyläsen (2004) elämyspyramidi-mallin avulla ja käyn nyt läpi kaupunkikierroksen kohta kohdalta, jotta selviää, täyttääkö Riian kaupunkikierrros elämyksen kriteerit. Aloitan läpikäynnin motivaation tasolta, joka kuvastaa henkilön kiinnostuksen herättämistä. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, mikä saa henkilön kiinnostumaan tuotteesta ja herättää tämän mielenkiinnon. Seuraavaksi analysoin kierrosta fyysisellä tasolla, jolla tarkoitetaan aistimista. Viimeiseksi käyn läpi älyllisen tason, jolla tapahtuu oppiminen.

### 4.3 Motivaation taso - kiinnostuminen

Motivaation tasolla yksilöllisyys toteutuu Riian kaupunkikierroksella. Opas on persoonallinen ja Riika on ainutlaatuinen kohde, jolla on uniikki historia. Riialla on myös meriittinä useita Unescon maailmanperintökohteita. Seuraavana elementtinä on aitous, joka on Riassa käsin kosketeltavaa; Neuvostoaikaiset, räjäiset rakennukset, puistot, jugendtalot ja Väinäjoki. Jokainen on ainakin koulussa kuullut näistä kaikista jotakin. Lisäksi opas puhuu hyvin arkisesti ja uskottavasti. Tarina liittyy vahvasti aitouteen ja sekin on Riian kaupunkikierroksella vahvalla ja uskottavalla pohjalla, sillä tarina liittyy Riassa vahvasti historiaan ja sen värikkäisiin käännteisiin.

Seuraava elementti on moniaistisuus. Riika vetoaa näköaistiin, sillä visuaalisesti kaupunki on äärimäisen kiehtova. Havainnontipäivänä sää ei motivaation tasolla kaupunkikierrosta imarrellut, sillä päivä oli erityisen kylmä ja mereltä kävi hyytävä viima. Välillä kuitenkin aurinko paistoi lämpimästäkin ja tuotti mielihyvää. Elementti kontrasti toteutui. Kontrasti asiakkaiden arkeen on Riian kaupunkikierroksella kunnossa; maisema, sää, tunnelma, äänet ja tuoksut eroavat Suomen oloista. Viimeinen elementti motivaation tasolla on vuorovaikutus. Vuorovaikutus toimi hyvin oppaan ja matkustajien kesken. Opas osallistaa retkeläisiä erilaisin kysymyksin ja vitsein sekä ottaa linja-auton kuljettajan mukaan sarkastisiin sananparsiin. Havainnoimallani kaupunkikierroksella matkustajilla oli myös keskenään leppoinen tunnelma vaikkakin väki vaikutti melko väsyneeltä.

### 4.4 Fyysinen taso – aistiminen

Seuraavaksi siirrymme analysoimaan fyysistä tasoa. Saatoimme huomata, että kiinnostuksen herättämisessä Riian kaupunkikierros onnistui oikein hyvin. Fyysisellä tasolla toistetaan hieman jo motivaation tasolla käytyjä asioita, sillä tunteet liittyvät vahvasti myös kiinnostuksen herättämiseen. Aluksi käymme läpi aistimista yksilöllisyyden näkökulmasta. Näköhavainnot kierroksella ovat aivan ainutlaatuisia ja toki kierroksella tulee myös hurmaavia tuoksujia ravintoloista ja katusoittajien sävelet sekoittuvat kaupungin ääniin.

Seuraavana elementti aitous. Aitouden saattaa aistia näkemällä ja koskettamalla esimerkiksi rakennusten seiniä tai Väinäjoen hyytävän kylmää vettä. Tarinan saattaa myös tuntea joissakin paikoissa, kuten Neuvostoaikaisten rakennusten ja jugendtalojen läheisyydessä. Oppaan kertoessa esimerkiksi juutalaisten hävittämisestä, voi tuntea vihaa ja surua. Jugendtalojen yhteydessä minua henkilökohtaisesti ilahdutti suuresti tämän kovia kokeneen kaupungin upeina säilyneet rakennukset.

Seuraava elementti fyysisellä tasolla on moniaistisuus. Kaupunkikierroksen voi tuntea raikkaana, kylmänä ilmana, liikenteen meluna, satunnaisesti tuoksuina kahviloista ja ravintoloista sekä iloisena mielenä. Seuraavaksi elementtinä on kontrasti. Tällä haemme siis kontrastia henkilön arjessa tuntemiin asioihin. Kontrastia kaupunkikierrokseen aistimisen tasolla tuo kylmä meri-ilma ja kuuloaistilla taas katusoittajat ja liikenteen pauhu. Seuraava elementti, vuorovaikutus, onnistuu myös, sillä kaikki aistit ovat harmoniassa keskenään ja niitä ei häirinyt mikään. Ei ollut esimerkiksi pahaa hajua eikä kovaa melua.

#### 4.5 Älyllinen taso - oppiminen

Nyt siirrymme Elämypyramidi-mallin älylliselle tasolle, jolla käsitellään oppimista. Ensimmäiseksi elementti yksilöllisyys. Riian kaupunkikierroksella yksilöllisyydestä voi oppia Riian uniikeista kohteista ja paikoista, jotka ovat merkitty Unescon maailmanperintöluetteloon. Aitoudesta Riian kaupunkikierroksella voi oppia samalla, kun käydään läpi historiaa ja faktoja kaupungista sekä sen elämästä. Nämä tarinat todella ovat totta. Seuraavassa elementissä, tarinassa, taas toistuu jo aiemmin mainitut asiat, mutta mutta kaupunkikierroksella oppii paljon Riian historiasta ja arjesta.

Sitten tulee oppimisen tasolla moniaistisuus. Moniaistisuudesta voi oppia, että Riassa ravintoloista kantautuu houkuttelevia tuoksua ja, että katusoittajat ovat siellä erittäin taitavia. Kontrasti on seuraava taso. Kontrastia aiemmin oppimaan löytyy helposti, sillä Riika on täysin uniikki kohde ja moni ei ole peruskoulun jälkeen juurikaan opiskellut mitään Latviasta tai Riasta. Seuraava elementti on vuorovaikutus. Vuorovaikutuksesta ryhmämatkalla voi oppia, kuinka ryhmän muodostuminen ryhmämatkalla toimii.

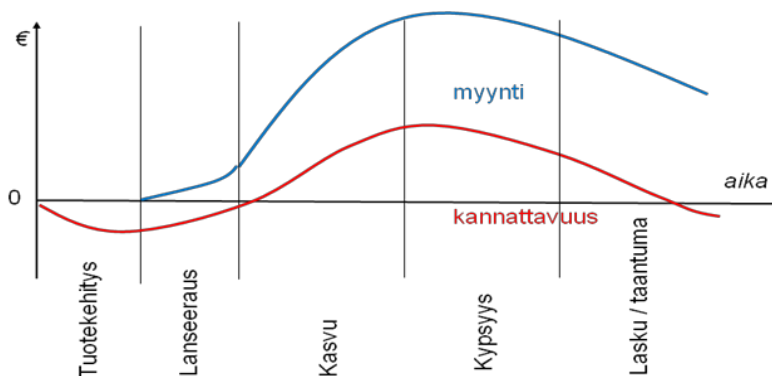
Tällä hetkellä voidaan todeta, että kaikki elementit motivaation-, fyysisellä- ja älyllisellä tasolla täyttyvät. Seuraavana vuorossa olisivat vielä emotionaalinen taso, jolla jokaisella henkilökohtaisesti tapahtuu elämys tai sitten sitä ei tapahdu. Itselläni tapahtui ja pitäisin Riian kaupunkikierrosta elämyksenä. Sitten vielä on henkinen taso, jolla tarkoitetaan muutosta henkilössä. Tämä vaatisi pitkäaikaista seurantaa, joten tähän en omallakaan kohdallani pysty valitettavasti vastaamaan.

## 5 RIIAN KAUPUNKIKIERROKSEN TUOTEKEHITYS

### 5.1 Tuotekehitys matkailussa

Komppulan ja Boxbergin (2005) mukaan ”Matkailutuote on asiakkaan subjektiiviseen arviointiin perustuva kokemus, jolla on tietty hinta ja joka syntyy prosessissa, jossa asiakas hyödyntää palvelun tarjoajien palveluja osallistumalla itse palvelun tuotantoprosessiin.” Silloin on kysymys tuotteesta, kun asiakas tietää, mitä hintaan kuuluu ja mistä palveluista kuuluu maksaa lisää (komppula Boxberg 2005, s. 92). Tässä työssä parannettavana on jo valmis tuote.

Tuotekehityksen yleisimpiä syitä ovat myynnin lisääminen, markkinatilanteen muutos, asiakkaiden kulutustottumukset ja kilpailutilanne. Tuotteet tarvitsevat säännöllisin väliajoin kehitystä, sillä mikään tuote ei ole muuttumattomana menestys ikuisesti. Tuotteen elinkaari kuvataan yleensä S-kaarella, jossa vaakarivillä näkyvät seuraavat tuotteen elinkaaren vaiheet: tuotekehitysvaihe, esittelyvaihe, kasvuvaihe, kypsyyssvaihe, kyllästymisvaihe ja laskuvaihe. Kaaren korkeudella taas kuvataan myyntiä ja voittoa sekä tappioita ja panostuksia. (Komppula, Boxberg 2005, s. 95.) Kuvio 3. S-kaari (Markkinoinnin perusteet 5, Haaga-Helia, Markku Halmeenmäki) havainnollistaa tuotteen elinkaarta. Kyseisessä versiossa ei näy kyllästymisvaihetta, mutta se sijoittuisi kuviossa kypsyyssvaiheen ja laskuvaiheen väliin. Riian kaupunkikierros on tällä hetkellä ehdottomasti elämänsä kasvuvaiheessa, mutta menossa kovaa vauhtia kypsyyssvaihetta kohden. Tästä syystä kaupunkikierrosta olisi tässä vaiheessa hyvä tarkastella ja mahdollisesti päivittää.



Kuva 3. S-kaari (Markkinoinnin perusteet 5, Haaga-Helia, Markku Halmeenmäki)

Pine ja Gilmore kirjassaan ”The Experience Economy, Work in theater & Every Business a Stage” (1999) tuo vahvasti esille elämyksellisyyden merkitystä kaikilla toimialoilla. Heidän mukaansa kilpailukyvyn säilyttäminen vaatii siirtymistä palveluiden ja tavaroiden myynnistä elämysten tuottamiseen. Kirjassa elämyksen toteutuminen on kuvattu siten, että palveluksia käytetään näyttämönä ja tavaroita lavasteina. Tällä keinolla asiakkaille tarjotaan mieleen jäävä tapahtuma. Riian kaupunkikierröksellä Riian kaupunki toimii lavasteena ja opastus näyttämönä.

Tuotekehityksen tavoitteena on laadukas tuote. Asiakkaan kokema laatu voidaan jakaa kahteen ulottuvuuteen: tekniseen laatuun ja toiminnalliseen laatuun. Teknisellä laadulla tarkoitetaan niin sanottua lopputuloslaatua ja se viittaa siihen, mitä asiakas saa. Toiminnallinen laatu eli prosessilaatu taas viittaa siihen, miten asiakas sen saa. Tekniseen laatuun ovat tiiviisti sidoksissa palvelutapahtuman tekninen toteutus ja palveluprosessin lopputulos, kun taas toiminnalliseen laatuun kuuluva tärkein tekijä on se, miten asiakas samanaikaisesti kokee tuotanto- ja kulutusprosessin. Toiminnallinen laatu pitää sisällään asioita kuten yrityksen palveluilmapiiri, vuorovaikutus muiden asiakkaiden kanssa ja palveluhenkilöstön ammattitaito. (Komppula, Boxberg 2005, 42-43.) Riian kaupunkikierröksellä toiminnallinen laatu oli hyvä. Opastus oli ammattitaitoista ja samalla iloista ja ystävällistä. Tekninen laatu oli myös hyvä. Asiakkaat saivat viettää miellyttävän kolme tuntia asiantuntevan opastuksen parissa, jonka aikana he myös oppivat paljon Riiasta. Retki myös toteutettiin uudehkolla linja-autolla, jossa oli kaikki uuden auton hienoudet.

## 5.2 Tulokset

Riian kaupunkikierrros täytti kaikki elämyksen elementit, joten Riian kaupunkikierrrosta voidaan kutsua elämykseksi. Elämypyramidi-mallin emotionaalinen- ja henkinen taso eivät ole mukana tutkimuksessani, koska opinnäytetyöni resurssit eivät tähän riitä, sillä tämä vaatisi pitkäaikaisempaa seurantaa. Tähän tulisi myös selvittää, aiheuttaako Riian kaupunkikierrros ihmisissä muutosta.

### 5.3 Elämyksellisyys

Kuten jokaisessa tuotteessa, myös Riian kaupunkikierroksessa olisi parannettavaa. Mitään olennaista tai ehdottoman tarpeellista en löytänyt, joten laajemmalle tuotekehitykselle ei ole tarvetta. Joitakin asioita haluan kuitenkin ottaa esille. Kierrosta kannattaisi organisoida hieman uudelleen ja miettiä, missä paikoissa käydään ja kuinka kauan niissä vietetään aikaa. Opastukseen pitäisi myös kiinnittää huomiota; kolme tuntia on sen verran pitkä aika, että asiakkaita alkaa kyllästyttämään, jos opas puhuu nopeasti ja taukoamatta. Joitakin tarinoita kannattaisi jättää pois ja keskittyä tärkeimpiin nähtävyyksiin. Toki kannattaa pitää retkessä mukana luontevuus ja tilannesidonnaisuus. Tällä tarkoitan sitä, jos kaupungissa tapahtuu jotakin tavallisuudesta poikkeavaa, opas voi kertoa tämän asiakkaille vaikka tämä repliikki ei hänen suunnitelmaan kuuluisikaan.

Lisäksi oppaan kannattaisi kiinnittää huomiota tapaan, jolla puhuu mikrofonin. Jos puhuu aivan kiinni mikrofonissa, tämä kuuluu linja-autossa ikävänä suhinana ja huonokuuloisimmat eivät saaneet puheesta selvää. Lisäksi kierroksella tulisi ottaa huomioon sääolosuhteet. Esimerkiksi havainnoimallani retkellä oli todella kylmä ja asiakkaat palelivat kevätvaatteissaan. Tällöin voisi ajatella, että opas voisi kertoa tarkemman historian kävelykierroksen kohteisiin jo linja-autossa ja kävisi kävelykierroksella vain lyhyesti läpi katsottavat kohteet. Palelemisestä jää aina ikävä muisto, vaikka toki pitäisi voida olettaa, että ihmiset osaavat pukeutua sään mukaan.

Jäin myös kaipaamaan pysähdyksiä sellaisilla paikoilla, missä asiakkaat mahdollisesti haluaisivat ottaa valokuvia. Näitä ei ollut lainkaan, ellei lasketa vessataukopysähdystä Väinä-joen varressa ja kävelykierroksen kohteita. Itse olisin kaivannut pysähdyksiä esimerkiksi joidenkin puistojen läheisyydessä ja paikoissa, missä Väinä-joki kiemurtelee nättisti puistikoiden lävitse.

Viimeisenä haluaisin kiinnittää huomiota retkiaikataulun ilmoittamiseen. Toki suuren kaupungin keskustan liikenne asettaa tiettyjä haasteita kaupunkikierroksen toteutukseen, mutta retkellelähtöaikataulussa olisi hyvä olla tarkat ajat sille, koska asiakkaat haetaan hotelliltaan. Tiedotteessa lukee, että haku on kello 10 aamulla. Haku-ajat voisi laittaa esimerkiksi viiden minuutin väliajoin eri hotelleille. Esimerkiksi havainnoimallani kaupunkikierroksella meidät tultiin hakemaan Radisson Blu Latvija Hotellilta noin 15



yli 10 ja jotkut saman hotellin asiakkaista olivat odottaneet jo 10 vaille kymmenestä, koska eivät halunneet myöhästyä.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimukseni tarkoituksena oli selvittää onko Matkapoikien myymän Riian kaupunkikierros elämyksellinen tuote ja miten kaupunkikierrosta voitaisiin parantaa, mikäli tälle on tarvetta. Käyn nyt läpi johtopäätökset.

### 6.1 Riian kaupunkikierros – elämys vai ei?

Matkatoimisto Matkapoikien Riian kaupunkikierros on tutkimukseni perusteella elämys, kuten luvussa 4.2 Riian kaupunkikierroksen elämyksellisyys tuli jo huomattua. Riian kaupunkikierroksessa toteutuvat kaikki elämypyramidi-mallin elementit ja parannettavaa löytyi vain vähän, joten perusteelliseen tuotekehitykseen ei ollut tarvetta. Pienellä käytännön asioiden hiomisella, joita kävin läpi luvussa 5.3 Parannettavaa, Riian kaupunkikierroksesta voisi saada täydellisen elämystuotteen.

Riian kaupunkikierroksen elämyksellisyydessä tuli ottaa huomioon monia asioita, jotka käytiin läpi luvussa 4. Tämä laajuus oli hyvä asia, koska näin sain kartoitettua elämyksellisyyden monesta näkökulmasta ja erittäin kattavasti. Ensimmäinen elämyskolmio-mallin asiakkaan kokemuksen tasoista on motivaation taso. Tällä tasolla saatiin selville, että Riian kaupunkikierros herättää kiinnostuksen monella eri tavalla eikä mitään negatiivista tullut esille. Voidaan siis sanoa, että motivaation taso Riian kaupunkikierroksella täyttyy hyvin kaikkien elementtien kohdalla.

Myös elämyskolmio-mallin fyysisellä tasolla kaikki elementit täyttyivät ja olivat harmoniassa keskenään. Älyllisellä tasolla myös oppimisen elementit täyttyivät. Asiakkaina on pääasiassa aikuisia ihmisiä, joten oppiminen ei ole niin kokonaisvaltaista kuin, jos asiakkaina olisi esimerkiksi koululaisryhmä. Riian kaupunkikierros olisi myös hyvä opintomatka. Kierroksella oppilaat saisivat kokonaisvaltaisen tietopaketin Riista viihteen lomassa.

Viimeiset kaksi tasoa elämyskolmio-mallissa ovat sellaisia, joihin palvelun tai tuotteen tuottajalla ei ole enää mahdollisuuksia vaikuttaa. Mikäli aikaisemmat tasot ovat

tarpeeksi vahvat, elämyksen syntymiselle on luotu hyvä pohja. Tästäkin huolimatta elämys saattaa jäädä syntymättä. Kuten aikaisemminkin on todettu, tähän vaikuttavat aina henkilön omat henkilökohtaiset arvot ja sosiaalinen Tausta. (Tarssanen & Kylänen 2007, 113.) Tutkimukseni tavoite kuitenkin täyttyi ja elämyskolmio-mallin avulla sain vastaukset tutkimuskysymyksiini. Matkatoimisto Matkapoikien Riian kaupunkikierrosta voidaan kutsua elämystuotteeksi ja sille ei ole tarpeen tehdä perusteellista tuotekehitystä.

## 7 LOPUKSI

Tutkimukseni sujui ajatukseni mukaisesti ilman hankaluuksia. Aiheeni on todella rajattu verrattuna moneen muuhun opinnäytetyön aiheeseen, mutta en pidä tutkimukseni aihetta silti huonompana kuin muitakaan aiheita. Erittäin rajattu aihe toi omat haasteensa, kuten millaisiin asioihin haluan Riian kaupunkikierrosta ympäröivän elämän rajata. Joihinkin asioihin keskityin väkisininkin joitakin painoarvoltaan saman arvoisia aiheita enemmän, mutta soin itselleni tämän oikeuden.

Mikäli aloittaisin työn uudelleen samalla aiheella, uskoisin toimivani samalla tavalla. Jos haluaisin tuoda jotakin lisää, kertoisin varmasti enemmän Riian värikkästä historiasta ja kävisin läpi Riian kaupunkikierroksen käyntikohteisiin liittyviä tarinoita. Riian historia ja nähtävyyksiin liittyvät asiat ovat hauskoja ja mielenkiintoisia, jopa sellaisen ihmisen näkökulmasta, joka ei normaalisti olisi kiinnostunut historiasta. Näihin tarinoihin liittyy paljon mukaansa tempaavia aiheita. Mikäli opinnäytetyötä laajentaisi tällä tavalla, työtä tulisi tehdä kahden ihmisen, sillä näitä tarinoita on todella paljon ja olisi todella vaikeaa malttaa jättää jotakin pois.

Riian kaupunkikierroksen tulevaisuutta ajatellen uskon, että kannattaa ylläpitää jatkoseurantaa. Maailma muuttuu ja kierros kannattaa päivittää aina aika-ajoin. Vaikka Riian nähtävyydet varmasti pysyvät melko muuttumattomina vuodesta toiseen, kannattaa oppaiden silti uudistaa kertomatapoja ja vaihdella painotuksia eri käyntikohteista puhumisen välillä. Tämä vaikuttaa myös oppaan omaan motivaatioon ja tapaan, jolla hän kertoo asioista. Retken opastuksessa on hyvä pitää yllä tietynlainen innokkuus.

## LÄHTEET

## Kirjalähteet:

Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi: matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Juva: WSOY.

Boswijk, A., Thijssen, T., Peelen, E. 2006. The experience economy: a new perspective.

Cooper, C. & Hall, C., M. 2008 Contemporary Tourism: An International Approach. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2004. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö Helsinki: Yliopistopaino.

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.

Pine, J., Gilmore, J. 1999. The Experience Economy: Work in theater & Every Business a Stage.

Tarssanen, S. 2005. Elämysten tuottajan käsikirja. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.

Tarssanen, S., Kylänen, M. 2007. Entä jos elämyksiä tuotetaan? Elämyskolmio-malli elämyksellisyyden tunnistamisessa, arvioinnissa ja vahvistamisessa. Teoksessa Karppinen, S. & Latomaa, T. (toim.) Seikkaillen elämyksiä. Seikkailukasvatuksen teoriaa ja sovelluksia. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 99-126.

Zaprauskis, M. 2009. Berliz Riika matkaopas. Tammi.

Muut lähteet:

Markkinoinnin perusteet 5 2012, Haaga-Helia, Markku Halmeenmäki.

Elektroniset lähteet:

Latvian perustiedot. Luettu 22.4.2012.

[http://europa.eu/about-eu/countries/member-countries/latvia/index\\_fi.htm](http://europa.eu/about-eu/countries/member-countries/latvia/index_fi.htm)

Latvian perustiedot. Luettu 22.4.2012.

<http://www.baltictravelservices.com/en/latvia/facts-figures>

Latvian nähtävyydet. Luettu 22.4.2012.

<http://www.latvia.travel/en/monuments-and-sculptures>

Riika. Luettu 22.4.2012.

<http://www.latvia.travel/en/riga>

Riikan televisiotorni. Luettu 22.4.2012.

<http://www.latvia.travel/en/television-tower>

Latvian ilmasto. Luettu 22.4.2012.

<http://www.latvia.travel/en/climate-and-weather-conditions>

LEO. Elämyskolmio. Luettu 22.4.2012.

<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>

Baltic Travel Group. Luettu 22.4.2012.

<http://www.baltic.travel/>

Matkapojat. Luettu 22.4.2012.

<http://matkapojat.fi/>

## LIITTEET

Liite 1. Haastattelu Piia Postilalta

Liite 2. Riian kaupunkikierröksen retkimoniste

## LIITTEET

## LIITE 1

Henkilökohtainen haastattelu Pii Postilalta 29.3.2012:

1. Kuka olet ja mikä on asemasi Matkapojat Oy:ssä?

Olen tällä hetkellä operointi- ja tuotevastaava ja työskentelen Matkapoikien tuotantoyksikössä Tampereen Rautatienkadulla. Olen työskennellyt vuodesta 2001 Matkapoikien tuotannossa. Aiemmin meillä ei ollut erillisiä tuotantotiimejä, tuotanto eriytettiin vasta vuoden 2003 tienoilla erillisiksi operointiryhmiksi, joista jokainen hoitaa tiettyjä matkasarjoja. Toimin vuosina 2003 – 2006 Baltian tuotannossa päällikkönä. Sitten olen ollut äitiyslomalla ja hoitovapaalla ja nykyiseen virkaani tulin kun palasin takaisin vuonna 2011.

2. Mikä on työnkuvasi Matkapojilla?

Toimin Baltian tuotannossa, jossa työtehtäväni on matkasarjojen kokonaisvaltainen hoitaminen, eli suunnittelu, hinnoittelu, operointi, erilaiset kiintiö seurannat hotelleille ja laivayhtiöille ja varauksien tekeminen tuotteiden suunnittelun jälkeen. Myös esimerkiksi nimilistojen lähettäminen bussi- ja laivayhtiöille ja myös hotelleihin kuuluu jokapäiväiseen työhöni. Työni on tiimityötä Baltia-tiimin kesken. Baltia-tiimissä työskentelee vakituisesti 3 henkilöä ja Baltia-tiimin kyljessä toimii vielä Baltian kylpylämatkoja operoiva henkilö, joka tavallaan myös on samaa tiimiä, mutta hoitaa kylpylöiden operointia silti aivan itsenäisesti.

3. Riian kiertojelun toteutetaan yhteistyössä Latvialaisen yrityksen kanssa; minkä? Onko juuri tämän yhteistyökumppanin käyttöön jokin syy?

Riian kiertojelun toteuttaa BTG, eli Baltic Travel Group. BTG on luotettava yhteistyökumppani ja heidän kanssaan kaikki on ollut helppoa. Aiemmin on kokeiltu muitakin vaihtoehtoja, mutta BTG on osoittautunut mainioksi yhteistyökumppaniksi.



BTG:llä on toimistot Virossa, Latviassa ja Liettuaissa ja heillä on vankka ammattitaito niillä alueilla. Matkatoimistolla on hyvä olla loistavia yhteistyökumppaneita, joihin voi luottaa, jotta kaikkea ei tarvitse osata ja operoida itse. (Tsekkasithan BTG:n sivut??)

#### 4. Miten Riian kiertoajelu käytännössä toteutetaan?

Yhteyshenkilömme Baltic Travel Groupilla on Anne Kurgbold ja BTG Käyttää meidän retkillä kahta vakio-opasta. Kieroaajelu ajetaan suomalaisella bussilla, joka on muutenkin kyseisellä bussimatalla mukana ja retken vetää suomea puhuva BTG:n paikallisopas.

#### 5. Matkapojat myy Riian kiertoajelua vain kesäkaudella, pitääkö paikkansa? Mille aikavälille tarkalleen kiertoajelua myydään?

Myymme Riian kiertoajelua aikavälille 6.4.-31.8. Aika on joka vuosi suurin piirtein sama, riippuen hieman päivien järjestyksestä kalenterilla. Kiertoajelu on joka perjantai ja lisäksi aikavälille 25.6.-6.8. myymme kiertoajelua myös maanantaille. Riian kiertoajelua myydään pääasiassa meidän suosituille Riian hotellimatkoille, mutta myös Riika-Vilna –yhdistelmämatkoille, joita tänä vuonna järjestetään 6 kappaletta. Järjestämme kiertoajelua Riian matkalaisille myös syyslomaviikoilla (kahden viikon ajan) ja yhden itsenäisyyspäivän aikaan. Lisäksi tietysti erillisille Riikaan matkustaville ryhmille, bussi tai lento, järjestetään omia kaupunkierroksia ryhmän tarpeiden ja toiveiden mukaan.

#### 6. Kuinka monta prosenttia Matkakoikien Riian matkalle lähtijöistä käy Riian kaupunkierroksella matkansa aikana?

Yli 50 prosenttia meidän Riian matkan ostaneista käy myös Riian kiertoajelulla.

#### 7. Millainen on tyypillinen Riian kiertoajelun ostava asiakas?

Henkilö, joka ei välttämättä ole aiemmin käynyt Riassa ja haluaa nähdä olennaiset nähtävyydet. Retkeä ostavat asiakkaat ovat aivan laidasta laitaan; sille ei ole tiettyä kohderyhmää.

8. Riian kiertoajelu kestää 3 tuntia. Tänä aikana tutustutaan linja-autosta käsin Riian keskustan bulevardeihin, puistoihin ja jugend- rakennuksiin. Kierroksella myös kävellään vanhan kaupungin katuja ja katsellaan kirkkoja ja muita keski-aikaisia rakennuksia oppaan tarinoidessa hansakaupungin asukkaiden elämästä. Onko retkiohjelmaan jokin erityinen syy?

BTG ja sen luotettavat ja ammattitaitoiset oppaat toteuttaa sen vuosien kokemuksella hyväksi toteamallaan tavalla. Heidän ammattitaitoonsa luotetaan.

9. Onko Riian kaupunkierrosta muutettu olennaisesti sinä aikana, kun Matkapojat ovat myyneet sitä? Jos on, niin miten?

Melko samalla kaavalla ollaan menty. Kaikissa kaupungeissa on yleensä ne suosituimmat kohteet, mihin kaupunkierroksilla asiakkaat viedään ja näin se on Riissakin. Aiemmin, kun retkeä ollaan tehty yhteistyössä joidenkin muiden kuin BTG:n kanssa, on retken aikatauluissa ja käytännön toteutuksessa ollut pieniä eroja, mutta käyntikohteet ovat pysyneet suht samoina.

10. Onko joku ehdottanut Riian kaupunkierroksen toteutukseen olennaisia muutoksia?

Ei.

11. Millaisena näet Riian kaupunkierroksen tulevaisuuden?

Mä uskon, että kiertoajelu pysyy uusien asiakkaiden suosiossa. Toisaalta mä taas epäilen, että retken suosio alkaa ajan mittaan laskea, sillä Riian matkalla jo aiemmin

käyneet asiakkaat palaavat Riian matkalle uudestaan, mutta ensimmäisen kerran jälkeen kiertoajelua ei enää osteta. Olisi asia erikseen, jos retkeen tulisi jokin uusi vetonaula, joka innostaisi myös palaavat asiakkaat käymään kiertoajelulla uudelleen. Eli mahdolliset uudistukset voisivat saada vanhatkin asiakkaat palaamaan.

12. Onko Tarssasen ja Kyläsen Elämypyramidi-malli teille tuttu?

Juurikaan ei, elämypyramidi-malli on keksitty vasta omien opiskeluaikojeni jälkeen, joten en ole tutustunut siihen lähemmin.

13. Jos Riian kaupunkikierroksen elämyksellisyyttä tulisi parantaa, mitä lisäisit tai ottaisit pois matkasta?

Ei nyt tule mieleen, paikanpäällä voisi herätä uusia ajatuksia, mutta nythän sinä menet kiertoajelulle ja ideoit meille jotakin mahtavaa!

## LIITE 2

Retket toteutetaan suomalaisella bussilla ja suomea puhuvan oppaan johdolla.



## RIIAN KAUPUNKIKIERROS

Riian kaupunkikiertoon lähtee maanantaisin ja perjantaisin hotellin edestä hotelliaamiaisen jälkeen kello 10. Kiertoaikana sisältyy bussiajelu keskustassa sekä kävelyosuuden vanhassa kaupungissa. Retki kestää yhteensä noin 3 tuntia.

Bussiosuuden aikana tutustumme Latvian pääkaupungin historialliseen keskustaan suomenkielisen oppaan johdolla. Näemme 1800-luvun bulevardejä, kauniita kanavan viereisiä puistoja sekä koristeellisia jugend-rakennuksia. Bussikiertoksen jälkeen kävelemme vanhan kaupungin kapeita katuja pitkin ja näemme keskiaikaisia kirkkoja, käsityöläisten ja kauppiaiden taloja sekä kuulemme tarinoita hansakaupungin asukkaiden elämästä ja tavoista.

RIIAN KAUPUNKIKIERROS  
maanantaisin/perjantaisin, kesto n. 3 tuntia.

Hinta/hlö:	ennakkoon	paikan päällä
	20€	25€

### Tutustu myös muihin retkiimme!

	ennakkoon	paikan päällä
Retki Jurmalaan (ma, 4 h)	15 €	20 €
Latvian ulkoilmamuseo & ostoskiertoon Riiassa (ke, 4-6 h)	25 €	30 €
Kaikki 3 retkeä (vain su-lähdöillä) yht.	50 €	65 €

Kun ostat ja maksat retket etukäteen, saat ne edullisemmin.  
Suosittelemme retkien varaamista etukäteen paikkojen varmistamiseksi.

# MATKAPOJAT

myyntipalvelu p. 010 2323 200  
ryhmämyynti p. 010 2323 440  
www.matkapojat.fi