

Hitaan matkailun periaatteiden hyödyntäminen ryhmämatkojen suunnittelussa

Case: Porvoo Tours

Riikka Mustonen

Opinnäytetyö

Matkailun koulutusohjelma

7.6.2012



Matkailun koulutusohjelma

<p>Tekijä tai tekijät Riikka Mustonen</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2009</p>
<p>Raportin nimi Hitaan matkailun periaatteiden hyödyntäminen ryhmämatkojen suunnittelussa, Case: Porvoo Tours</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 55+3</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Jarmo Ritalahti, Monika Birkle</p>	
<p>Tässä opinnäytetyössä suunniteltiin matkatoimisto Porvoo Toursille hitaan matkailun arvoja ja periaatteita noudattavia ryhmämatkoja. Opinnäytetyön päätavoitteena oli tutkia, kuinka hitaan matkailun periaatteita on mahdollista hyödyntää ryhmämatkojen suunnittelussa. Tutkimuksen perusteella yritykselle suunniteltiin kolme ryhmämatkaa sekä yksi matkaehdotus. Työn toimeksiantaja Porvoo Tours on ryhmämatkoihin ja incoming-toimintaan erikoistunut porvoonlainen matkatoimisto.</p> <p>Opinnäytetyö koostuu teoreettisesta viitekehystä sekä empiriaosasta. Teoreettisessa viitekehyksessä kerrotaan matkailusta toimialana keskittyen erityisesti hitaaseen sekä kestävään matkailuun ja lisäksi hitaaseen elämäntapaan. Näiden lisäksi teoreettisessa viitekehyksessä avataan tuotekehityksen teoriaa. Teoriaperustan lähteinä käytetään ajankohtaista kirjallisuutta ja Internet-lähteitä. Työn empiriaosuus käsittelee hitaan matkailun arvojen yhdistämistä tuotekehitysprosessiin.</p> <p>Tämä työ on tutkimustyyppinen kehittämistehtävä. Työ toteutettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Päämenetelmänä käytettiin tuotekehitystä, jonka prosessi perustui Kotlerin, Bowenin ja Makensin (2006) malliin. Lisämenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Haastateltavat henkilöt olivat Porvoo Toursin toimitusjohtaja sekä Huoletta Tuoretta – lähiruokahankkeen koordinaattori. Haastattelut toteutettiin keväällä 2012.</p> <p>Tutkimustuloksina Porvoo Toursille suunniteltiin kolme ryhmämatkaa sekä yksi matkaehdotus. Ryhmämatkat olivat Maalaiselämää Isnäsissä, Kiireetön ruokailu, Monen maiseman luontopolku sekä tuote-ehdotus Melontamatka saariston sydämeen. Ryhmämatkojen suunnittelussa kiinnitettiin erityisesti huomiota paikallisiin erikoisuuksiin sekä ravintoloiden luomu- ja lähiruoan hyödyntämiseen.</p> <p>Porvoo Toursilla ei ole aiemmin ollut tarjonnassaan hitaan matkailun ryhmämatkoja. Opinnäytetyön tuloksena Porvoo Tours sai käyttöönsä kolme valmista hitaan matkailun ryhmämatkaa. Jatkotoimenpiteinä yrityksellä on ryhmämatkojen kaupallistaminen eli markkinointi ja julkaisu asiakkaille. Matkaehdotuksen osalta suunnittelutyötä voidaan jatkaa yrityksen sisällä.</p>	
<p>Asiasanat hidas matkailu, ryhmämatka, Porvoo Tours, tuotekehitys</p>	

Degree programme in Tourism

<p>Authors Riikka Mustonen</p>	<p>Group or year of entry 2009</p>
<p>The title of thesis Utilizing the principles of slow travel in group travel planning, Case: Porvoo Tours</p>	<p>Number of pages and appendices 55+3</p>
<p>Supervisor(s) Jarmo Ritalahti, Monika Birkle</p>	
<p>The objective of this thesis was to study how the principles of slow travel could be exploited in planning group travel products. In practice this involved planning three group travel products and one product suggestion to a travel agency Porvoo Tours. The study was commissioned by Porvoo Tours, which is a travel agency specializing in group travel products and incoming operations in the area of Itä-Uusimaa.</p> <p>The theoretical framework of the study introduces the concepts of sustainable and slow travel as well as slow lifestyle. Furthermore, the process of product development is investigated in the theory chapter. The theoretical framework of this thesis was based on current literature and Internet-sources.</p> <p>The study was conducted as a research-based development assignment. The methodological approach chosen for the assignment was qualitative. The principal method of the study was product development. The process was based on the example of Kotler, Bowen and Makens (2006). The data were collected by means of two semi-structured interviews. The interviewees included the managing director of Porvoo Tours and the coordinator of Huoletta Tuoretta -project of local food. The interviews were conducted in Spring 2012.</p> <p>As a result of the study, three group travel products and one product suggestion were planned for Porvoo Tours. These products included Life in the country side, Easy-going Dinner, Nature trail with many views and a product suggestion Paddling trip to the heart of the archipelago. Local specialties and locally produced food in the restaurants were especially taken into consideration in planning these products.</p> <p>There have not previously been slow travel products included in the supply of Porvoo Tours. As a result of this study the company gained three finalized products that can be offered to customers. Subsequently, as an additional operation Porvoo Tours could launch the developed products to its customers. Furthermore, the planning of the product suggestion “Paddling trip to the heart of the archipelago” could be continued.</p>	
<p>Key words slow travel, group travel, Porvoo Tours, product development</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Porvoo matkailukohteena.....	3
2.1	Porvoon vetovoimatekijät	4
2.2	Porvoo Tours.....	7
2.3	Porvoo Toursin ryhmämatkat	10
3	Hidas matkailu	13
3.1	Matkatoimistojen toiminta	13
3.2	Ryhmämatka palvelutuotteena.....	14
3.3	Ryhmämatkojen muodot.....	16
3.4	Kestävä matkailu	17
3.5	Hidas elämäntapa	19
3.6	Hidas matkailu.....	20
4	Tuotekehittämisen menetelmät ja toteutus	24
4.1	Aiheen rajaaminen ja aikataulu	24
4.2	Haastattelu.....	25
4.3	Tuotekehitysprosessi	27
4.4	Ideoiden luominen ja seulominen.....	30
4.5	Konseptin kehittäminen	35
4.6	Markkinointisuunnitelma ja businessanalyysi.....	36
4.7	Tuotteiden rakentaminen ja testimarkkinointi.....	36
4.8	Hinnoittelu ja kaupallistaminen.....	39
5	Kehitetyt matkailutuotteet.....	42
5.1	Maalaiselämää Isnäsissä.....	43
5.2	Kiireetön ruokailu	44
5.3	Monen maiseman luontopolku.....	44
5.4	Tuote-ehdotus: Melontamatka saariston sydämeen.....	45
6	Pohdinta.....	46
	Lähteet.....	48
	Liitteet	56

1 Johdanto

Hidas matkailu ja elämäntapa ovat trendejä, jotka ovat olleet lähiaikoina paljon esillä mediassa. Aatteen tukijoita ja harrastajia on Suomessa päivä päivältä enemmän. Siitä huolimatta aatetta kannattaa vain pieni osa suomalaisista. Hitaan matkailun suosio kasvaa - kuinkas muutenkaan kuin - hitaasti. Toisaalta, koska kyseessä ei ole konkreettinen asia tai palvelu, on kannatusmäärää vaikea mitata.

Hidas matkailu eroaa niin sanotusta tavallisesta matkailusta monin eri tavoin. Hitaalle matkailulle ei ole olemassa tiukkoja sääntöjä, vaan tärkeämpää on omaksua mielentila hitaan matkailun toteuttamiseen. Pääperiaatteena on hitaammin liikkuminen; lentomatkat voi hoitaa autolla tai junalla, autolla kuljettavat matkat polkupyörällä tai muulla kulkuvälineellä hitaammin. Tarkoitus on nauttia itse matkanteosta yhtä paljon kuin perille pääsystä. Periaatteina ovat hitaammin liikkuminen, matkakohteessa viipyminen pidempään sekä vähempi matkustaminen. Esimerkiksi monta kertaa vuoden aikana matkustava voisikin toteuttaa matkansa yhdellä kertaa, mutta viipyä kohteessa pidemmän aikaa. Tarkoituksena on lisäksi suojella ympäristöä sekä tutustua paikalliskulttuureihin.

Hidas matkailu liittyy hitaan elämäntavan ajatukseen, joka on alkujaan Italiasta 1980-luvulta. Alun perin hitaan ruokailun Slow Food -liikkeestä alkanut kansanliike on ulottautunut monelle elämän eri osa-alueelle, kuten kaupunkeihin, työelämään sekä kodinhoitoon. Kuten monesti aikaisemmin on huomattu, trendien osalta Suomi kulkee hieman jäljessä muuhun Eurooppaan nähden. Tämä väite pitää paikkansa myös hitaan matkailun osalta. Suomalaisilla matkanjärjestäjillä ei juuri ole tarjolla hitaan matkailun valmis- tai ryhmämatkoja.

Opinnäytetyössä ideoidaan porvoalaiselle ryhmämatkanjärjestäjälle Porvoo Toursille uusia ryhmämatkoja, jotka noudattavat hitaan matkailun periaatteita. Tutkimus toteutetaan keväällä 2012. Tavoite on seuraavanlainen: Millä tavoin hitaan matkailun periaatteita voi hyödyntää ryhmämatkojen suunnittelussa?

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Porvoo Tours. Porvoo Tours on porvoolainen ryhmämatkanjärjestäjä, jonka matkat kohdistuvat lähinnä Porvoon, Itä-Uudenmaan ja Loviisan alueille. Yritys järjestää myös ohjelma- sekä kokouspalveluita. Porvoo Toursin ryhmämatkat kohdistuvat muun muassa kartanoihin, linnoihin, puutarhoihin sekä historiallisesti merkittäviin kaupunkilaiskoteihin. Opinnäytetyö rajataan Porvoo Toursin ryhmämatkoihin. Yritys toimii myös kokous- sekä ohjelmapalvelualalla, mutta näitä aihealueita ei käsitellä tutkimuksessa. Tutkimus etenee tuotekehitysprosessin mukaisesti ja se toteutetaan kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena.

Tutkin aiheetta, koska haluan tehdä hitaan matkailun tunnetummaksi ja selvittää sen mahdollisuuksia matkailutuotteiden kehittämisessä. Hidas matkailu nivoutuu tarkoitukseltaan hyvin paljon kestävään kehitykseen ja kestävään matkailuun, joiden arvojen huomioiminen on ensiarvoisen tärkeää tulevaisuuden matkailussa. Aihe on ajankohtainen, koska hitaan matkailun tutkimuksia ei ole paljon Suomessa. Hidas elämäntapa on käsitteenä suomalaisille suhteellisen uusi, joten aiheetta on hyvä tutkia juuri tällä hetkellä.

Johdannon jälkeen toisessa luvussa käsitellään Porvoota toimintaympäristönä sekä kerrotaan Porvoo Toursista ryhmämatkanjärjestäjänä. Kolmannessa luvussa kerrotaan Suomen matkailusta tarkentaen hitaaseen ja kestävään matkailuun sekä ryhmämatkoihin. Neljäs luku käsittelee tutkimusmenetelmiä ja tutkimuksen toteutusta. Viidennessä luvussa esitellään tutkimuksen tulokset eli kehitetyt matkailutuotteet. Kuudes luku, pohdinta, käsittää muun muassa tutkimuksen jatkokehittämissuhteet.

Hitaan matkailun käsitettä on tutkittu aikaisemmin Kajaanin ammattikorkeakoulun opinnäytetyössä Slow Tourism Now and in the Future. Lisäksi Porvoo Toursille on suunniteltu ryhmämatkoja Kajaanin ammattikorkeakoulun opinnäytetyössä Matkailuyrityksen tuotekehitys - Case Puutarhakierros.

2 Porvoo matkailukohteena

Porvoo on Etelä-Suomessa sijaitseva kaupunki, jossa asuu lähes 50 000 ihmistä. Kaupunki sijaitsee noin viidenkymmenen kilometrin päässä Helsingistä itään Itä-Uudenmaan maakunnassa. Väestömäärältään mitattuna Porvoo on Suomen 21. suurin kaupunki. (Porvoon kaupunki 2012a.)

Vuonna 1346 perustettu Porvoo on Suomen toiseksi vanhin kaupunki Turun jälkeen. Nimi Porvoo on käännös kaupungin ruotsinkielisestä nimestä Borgå, joka vapaasti suomennettuna tarkoittaa linnajokea. Tämä viittaa Porvoonjoen varrella perustamisen aikaan sijainneeseen linnaan. (Porvoon kaupunki 2012b.)

Taloustutkimus teetti vuonna 2011 suomalaisilla kyselyn parhaasta matkailukaupungista. Ensimmäiselle sijalle tässä kyselyssä nousi Porvoon kaupunki.

Taulukko 1: Kaupungit matkailukohteina 2011 (Taloustutkimus 2011)

Kaupunki	Keskiarvo
1. Porvoo	8,43
2. Tampere	8,39
3. Naantali	8,35
4. Helsinki	8,33
4. Maarianhamina	8,33
6. Kuusamo	8,29
7. Turku	8,28
8. Savonlinna	8,11
9. Kuopio	8,07
10. Hanko	8,05

Porvoo oli vastanneiden mielestä yleismielikuvaltaan Suomen paras matkailukaupunki. Seuraavaksi parhaita matkailukaupunkeja olivat Tampere ja Naantali. Tutkimuksessa selvisi myös, että suomalaiset yöpyvät nykyisin kotimaanmatkoillaan enemmän hoteleissa kuin aiemmin. Tutkimuksen tuloksista voi päätellä, että Porvoo on arvostettu kaupunki suomalaisten keskuudessa. Tulokseen voi mahdollisesti vaikuttaa Porvoon viihtyisä vanha kaupunki, pitkä historia sekä sijainti Helsingin läheisyydessä. Kolmantena tutkimuksessa oleva Naantali on hyvin samankaltainen kaupunki kuin

Porvoo. Se sijaitsee myös suuremman kaupungin läheisyydessä, siellä on samankaltainen vanha kaupunki eikä kaupunki itsessään ole asukasluvultaan kovinkaan suuri.

Arvoasteikko tässä tutkimuksessa oli neljästä kymmeneen. Tutkimukseen osallistui 3997 henkilöä, jotka olivat iältään 15–79 -vuotiaita. Tutkimus toteutettiin helmimaaliskuussa 2011. Näiden kymmenen kaupungin lisäksi tutkimukseen osallistui 25 muuta kaupunkia, joiden joukossa oli muun muassa Espoo, Jyväskylä, Rovaniemi sekä Vantaa. (Taloustutkimus 2011.)

2.1 Porvoon vetovoimatekijät

Merkittävä vetovoimatekijä Porvoon matkailussa on Vanhan Porvoon alue. Vanha Porvoo on suosittu matkakohde turistien keskuudessa varsinkin kesäaikaan, jolloin matkailijoita tulee Porvooseen ympäri maailmaa. Monet matkailijat käyvät Porvoossa juuri Vanhan Porvoon takia, ja usein liittävät kaupungissa käynnin Helsingin vierailuun. Porvoon matkailulle on tärkeää maan pääkaupungin läheisyys ja hyvät kulkuyhteydet. (Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012a.)

Vanhan Porvoon rakennukset ovat historiallisesti erittäin merkittäviä. Talot ovat rakennettu keskiaikaista asemakaavaa noudattaen. Yksi tärkeistä kohteista Vanhan Porvoon alueella ovat ranta-aitat, jotka toimivat nykyisin asuintiloina. Valtaosa aitoista on rakennettu 1760-luvulla. Aiemmin ranta-aittoja käytettiin elintarvikkeiden varastointiin ja kuivaamiseen. Aitoissa kuivatettiin ja säilöttiin muun muassa mausteita, hedelmiä ja lihaa. Nämä aitat kuuluvat Porvoon kuvatuimpiin nähtävyyksiin. (Lönnqvist & Lönnqvist 2009, 12; Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012b.)

Vanhan Porvoon alueella on muiden vetovoimatekijöiden lisäksi Tuomiokirkko, joka on saanut viimeisimmän nykyisin tunnetun muotonsa 1400-luvulla. On tutkittu, että kivisen Tuomiokirkon tilalla olisi ennen ollut puinen kirkko, jonka perustuksille uusi kirkko olisi rakennettu. Tätä teoriaa ei ole varmistettu tarkasti. Kirkosta on joka tapauksessa löydetty raha, joka on ajoitettu 1300-luvun alkupuolelle.

Jumalanpalvelusten lisäksi kirkossa järjestetään muita tapahtumia, kuten kesän

konserttisarja Musiikkia Porvoon Tuomiokirkossa sekä Musiikin Yö. (Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012c; Lönnqvist & Lönnqvist 2009, 30.)

Vanha raatihuone on rakennettu vuosina 1762 - 1764. Rakennus on arkkitehtuurisesti tyypillinen rokokooajan raatihuone, ja epäillään, että se olisi ruotsalaista käsialaa. Raatihuone on säilynyt hyvin entisessä muodossaan näihin päiviin saakka. Nykyisin rakennuksessa on näyttelytiloja Porvoon museolle. Porvoossa on sijainnut myös aiemmin raatihuone, joka tuhoutui Porvoon palossa vuonna 1760. Tulipalo alkoi kalakeitosta ja tuhosi valtaosan Porvoon rakennuksista. (Lönnqvist & Lönnqvist 2009, 38; Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012b.)

Porvoon muita tärkeitä nähtävyyksiä ovat muun muassa museot, galleriat, kartanot sekä saariston alue. Erilaiset saaristo- ja jokiristeilyt ovat suosittuja aktiviteetteja Porvoossa. Erityisesti mainittava saaristokohde on Pellingin saari, jonne pääsee myös maanteitä pitkin yhden lautan välityksellä. Pellingissä on kesäisin kesätori, joka houkuttelee niin paikallisia kuin matkailijoita. Tarjonta vaihtelee sesongin mukaan, ja kalaa on aina tarjolla. (Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012e.)

Luultavasti Porvoon tunnetuin ruokaravintola on ravintola Timbaali, jonka erikoisuutena ovat etanat. Timbaali on ainoa ravintola Suomessa, joka on erikoistunut etanoihin. Ravintolan sijainti on oivallinen matkailijoita ajatellen, ravintola sijaitsee keskellä vanhaa Porvoota vanhan raatihuoneen takana. (Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012f; Timbaali Oy 2012.) Ravintola Wanha Laamanni sijaitsee myös vanhassa kaupungissa, Porvoon Tuomiokirkon läheisyydessä 1700-luvulla valmistuneessa rakennuksessa. Ravintolassa tarjoillaan sekä suomalaisen että kansainvälisen keittiön herkkuja kustavilaisessa tunnelmassa. (Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012g.)

Empire-kaupungin puolella sijaitsee Fredrikan Lähde, jossa lounasaikaan tarjottava kasvisruoka on ekologista ja lähialueilla tuotettua. Ravintolan yhteydessä on lisäksi mahdollista ottaa kasvohoitoja sekä ostaa kierrätysmateriaaleista tehtyjä käsitöitä mukaan. Ravintolan heikkous on se, että siellä tarjotaan vain kasvisruokaa, ja ruoka on tarjolla vain arkisin lounasaikaan. (Fredrikan Lähde 2012.) Vanhan Porvoon puolella

sijaitseva Hanna Maria tarjoaa suomalaista kotiruokaa niin pitopalveluna kuin lounasaikaan ravintolassa (Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012h). Liharuokaa ja pihvejä haluaville hyvä paikka on Porvoon torin laidalla sijaitseva Rafael's Steakhouse & Bar, jossa pihvit valmistetaan hiiligrillillä ammattitaitoisen keittiöhenkilökunnan voimin (Rafael's Steakhouse & Bar 2012).

Uutena tulokkaana avataan keväällä 2012 Porvoonjoen toiselle puolelle, Porvoon Taidetehtaalle skandinaavisia makuelämyksiä tarjoava Bistro Sinne. Ravintolassa keskitytään luomu- ja lähiruokaan, jonka raaka-aineista osa tulee ravintoloitsija Kai Kallion omilta tiluksilta Ruotsinpyhtäältä. (Bistro Sinne 2012; Taidetehtas 2012.) Kallio on aiemmin toiminut Helsingissä fine dining-ravintola Savoy'n keittiöpäällikkönä (Uusimaa 2011).

Yksi maininnan arvoinen yksityistilaisuuksiin tarkoitettu lähiruokaravintola sijaitsee 8 kilometrin päässä Porvoon keskustasta Iolan kylässä. Iolan kokousmylly on korkeatasoinen kokoushotelli, jonka omassa keittiössä valmistetaan lähi- ja luomuruokaa. Hotellille on myönnetty Joutsenmerkki. (Kokousmylly 2012a; Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012i.) Lisäksi kokousmylly on Itä-Uudenmaan vuoden yritys 2012. Yritys palkittiin maaseudun elinvoiman edistämisestä sekä paikallisen lähi- ja luomutuotannon hyödyntämisestä. (Kokousmylly 2012b.)

Kahviloista tunnetuin on varmasti Porvoon Paahtimo, joka sijaitsee Porvoonjoen rannalla 110 vuotta vanhassa tiilimakasiinissa. Paahtimon tiloja on aiemmin käytetty kauppatavaran varastointiin. Kesäisin on mahdollista istuskella kahvilan edustalla Porvoonjoella olevassa proomussa. (Porvoon Paahtimo 2012.) Toinen varteenotettava kahvila on torin laidalla jugend-talossa sijaitseva Café Cabriole, jossa on aina valittavana toistakymmentä oman leipomon kakkua. Valikoima vaihtelee sesongeittain. Konditoriatuotteiden lisäksi kahvilassa tarjoillaan piirasannoksia sekä erilaisia salaatteja. (Café Cabriole 2009.) Eräs vanhassa Porvoossa sijaitseva kodikas kahvila on nimeltään Tee- ja kahvihuone Helmi, jonka eri salit ovat sisustettu omiin ainutlaatuisiin tyyleihinsä. Tarjolla on makeita ja suolaisia leivonnaisia, kahvia sekä haudutettua teetä. (Tee- ja kahvihuone Helmi 2012.)

Porvoossa järjestettävien tapahtumien kirjo on laaja. Musiikkitapahtumista tärkeimpiä ovat muun muassa Avanti! Suvisoitto ja Emäsalon musiikkijuhlat. Emäsalon musiikkijuhlat kestävät viikon ajan heinäkuun puolestavälistä eteenpäin. Suvisoitto sijoittuu kesäkuun lopulle Porvoon Taidetehtaalle, ja lavalla nähdään tunnettuja säveltäjiä, kapellimestareita ja soittajia. Uutena musiikkitapahtumana Porvoossa aloittaa kesällä 2012 Porvoo Fest, joka keskittyy enemmän pop- ja rockmusiikin puolelle. Esiintyjinä ovat muun muassa A.W. Yrjänä, Herra Ylppö, Anssi Kela ja Mariska. (Avanti! 2012; Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012; Porvoo Fest 2012.)

Muita Porvoossa järjestettäviä tapahtumia ovat muun muassa Ostosten yö, erilaiset markkinat, joulun avaus, Lucian kruunajaiset, näyttelyt ja yksittäiset konsertit. Lisäksi Porvoossa on Kulttuuritalo Grand, jonka tapahtumat ovat tärkeitä kaupungille. Esimerkkejä Grandin tarjonnasta ovat muun muassa erilaiset musiikkitapahtumat, taidenäyttelyt sekä tanssiesitykset. (Kulttuuritalo Grand 2012.)

Lättähattu-niminen museo juna liittyyneen parhaiten hitaan matkailun aatteeseen Porvoon alueella. Juna kulkee Porvoosta Keravalle lähes joka lauantai kesäaikaan. Tänä vuonna tulee kuluneeksi 20 vuotta siitä, kun museojunaliikenne avattiin Porvoon ja Keravan välillä. Aiemmin juna kulki Porvoon ja Helsingin välillä, mutta muutama vuosi sitten tulleista uusista säännöksistä johtuen juna kulkee nykyisin vain Porvoosta Keravalle. (Porvoon Museorautatie ry 2012.)

2.2 Porvoo Tours

Porvoo Tours on porvoolainen ryhmämatkailuun erikoistunut matkatoimisto. Yritys keskittyy erityisesti Porvoon sekä Itä-Uudenmaan alueelle, mutta tekee matkoja myös muualle kotimaahan sekä Baltiaan. Porvoo Toursilla on erilaista toimintaa jokaisena vuodenaikana. Yritys on Suomen matkatoimistoalan liiton SMAL:in jäsen sekä Kuluttajavirastossa rekisteröity matkanjärjestäjä. Ryhmämatkojen lisäksi Porvoo Tours tuottaa kokouspalveluita sekä välittää ohjelmalvelutuotteita. Tässä opinnäytetyössä keskitytään vain ryhmämatkoihin, jolloin kokous- sekä ohjelmalveluiden osuus rajataan työn ulkopuolelle. (Porvoo Tours 2012a.) Vuonna 1997 perustetun yrityksen

liikevaihto on kasvanut koko yrityksen historian ajan tasaisesti. Nykyisin liikevaihto on noin 700 000 euroa vuodessa. (Palmqvist, B. 29.3.2012.)

Toimitusjohtaja Birgitta Palmqvist (29.3.2012) kuvaa Porvoo Toursin liikeidea seuraavalla tavalla: ” Porvoo Tours on, on, on matkatoimisto, joka on erikoistunut ryhmämatkoihin ja nimenomaan Itä-U... incoming-toimintaan Itä-Uudellemaalle”. Hän jatkaa: ”Ja niin että me paketoidaan... Tuotekehitetään, paketoidaan, markkinoidaan, myydään”. Lisäksi yrityksessä tehdään poikkeuksia tarpeen vaatiessa. Ryhmäkoko voi olla hyvinkin pieni, esimerkiksi kaksi ihmistä, jos yrityksessä katsotaan sen olevan tilanteeseen sopivaa. Ryhmämatkoja toteutetaan myös ulkomaille tai muualle kotimaahan. Näitä kohteita tai palveluita yritys ei markkinoi, vaan markkinointi keskittyy Itä-Uudenmaan, erityisesti Porvoon ja Loviisan alueille.

Viisitoistavuotisen yrityksen perustaminen lähti toimitusjohtaja Birgitta Palmqvistin laajasta matkailualan kokemuksesta. Hän on toiminut aiemmin matkailualalla lukuisissa eri tehtävissä, muun muassa kahvila-, ravintola- sekä hotelliyrittäjänä, oppaana sekä kunnallisessa matkailutoimistossa. Nykyisin yrityksessä on vakituisesti kolme työntekijää. Henkilökunnan määrän vuoksi organisaatorakenne on yrityksessä todella matala. Birgitta Palmqvist toimii sekä yrityksen omistajana että toimitusjohtajana. Tämän lisäksi hän hoitaa yrityksen yleiset asiat, markkinoinnin, tuotekehityksen sekä yhteydenpidon sidosryhmiin. Muut kaksi työntekijää hoitavat kaiken muun. (Palmqvist, B. 29.3.2012.)

Vakituisen työntekijöiden lisäksi Porvoo Toursin palveluksessa on ympärivuotisesti vähintään yksi matkailualan kausityöntekijä tai harjoittelija. Maaliskuun lopussa 2012 kausityöntekijöitä on kaksi, ja sesonkiaikaan toukokuussa määrä nousee kolmeen. Porvoo Toursin huippusezonki ajoittuu huhtikuusta juhannukseen. Myös joulukuun pikkujoulusezonki näkyy tilastoissa, mutta ei ole verrattavissa alkukesän myynteihin. Yritysryhmiä käy myös elokuun lopusta syyskuulle. Alkuvuosi tammikuusta maaliskuuhun on yritykselle vuoden hiljaisinta aikaa. (Palmqvist, B. 29.3.2012.)

Porvoo Toursin missio on olla paras asiantuntija matkailussa Itä-Uudellamaalla. Yritystoiminnan on tarkoitus olla liiketaloudellisesti kannattavaa ja yrityksessä halutaan

tarjota parasta mahdollista palvelua jokaiselle asiakkaalle ja ryhmälle. Porvoo Tours tavoittelee luotettavaa, nopeaa ja ammattitaitoista imagoa. (Palmqvist, B. 29.3.2012; Porvoo Tours 2012b). Palmqvistin (29.3.2012) mukaan ”se on niinku tärkeää, et me tunnetaan jokaikinen yrittäjä henkilökohtaisesti, me ollaan käyty kaikissa paikoissa henkilökohtaisesti. Ja me, me ollaan saunottu niissä saunoissa. Että, et sillä tavalla niin, niin, se on, se on se, mitä me pyritään, että me todellakin osataan, osataan se tuote ja me ollaan tosi nopeita ja täällä on vain ammattilaisia”. Yrityksen vahvuuksia ovat ammattitaito, hyvä yhteistyöverkosto ja suhteet sen kesken sekä laaja asiakaskunta. Heikkouksia ovat resurssien vähyys ja ajan puute. Liiketoimintaa ei ole mahdollista kehittää ja laajentaa haluamallaan tavalla, vaan aika menee arkisten rutiinien tekoon. Pienen organisaation heikkous on myös se, että jos jollekin työntekijöistä sattuu jotakin, on häntä vaikeaa korvata.

Yhteistyökumppaneiksi Porvoo Tours haluaa sellaisia yrityksiä, jotka ovat sitoutuneita toimintaan ja tuottavat laadukkaita palveluita. Kumppaneiden kanssa on tavoitteena tuottaa yhdessä korkealaatuisia tuotteita matkailun saralla sekä markkinoida näitä tuotteita yhteistyössä. Yrityksen tärkeimpiä yhteistyökumppaneita ovat Itä-Uudellamaalla toimivan PremiumVisit ry:n jäsenet, jonka verkkomoottorina Porvoo Tours toimii. Porvoo Tours oli perustamassa yhdistystä, joka lähti alun perin EU-matkailuhankkeesta vuonna 2000. Jäsenten kesken tehdään yhteismarkkinointia, tuotekehitystyötä, laadunvarmistusta sekä järjestetään seminaareja ja koulutuspäiviä. PremiumVisit ry:hyn kuuluu tällä hetkellä 45 jäsenyritystä. (Porvoo Tours 2012b; Porvoo Tours 2012c; Palmqvist, B. 29.3.2012.)

Porvoo Toursin suurin asiakasryhmä on yritykset, jotka järjestävät esimerkiksi kokouksia, työhyvinvointipäiviä tai erilaisia yritysjuhlia. Toiseksi suurin asiakasryhmä on vapaa-ajan ryhmämatkailijat. Näihin kuuluvat esimerkiksi koululaisryhmät, yhdistykset, työporukat ja sukuseurat. Ryhmämääräisesti arvioiden yritysmatkailijoita on 40 prosenttia ja vapaa-ajan ryhmiä 60 prosenttia. Liikevaihdollisesti yritysmatkailijat tuovat Porvoo Toursille noin 70 prosenttia tuotoista vapaa-ajan matkustajien osuuden jäädessä 30 prosenttiin. Asiakkaista neljä viidesosaa on kotimaisia ja yksi viidesosa ulkomaisia. (Palmqvist, B. 29.3.2012.)

Porvoo Tours kuuluu valtakunnalliseen Laatutonni – hankkeeseen, jonka jäseniä ovat nimensä mukaisesti tuhat suomalaista yritystä. Hankkeen tavoitteena on luoda matkailualalla toimiville yrityksille yhdenmukaisia laatuksiteerejä. Yritysten toimintaa kehitetään kolmella eri työvälillä, jotka ovat itsearviointi, Laatutonnityökirja sekä LaatuVerkko. (Matkailun edistämiskeskus 2011.) Porvoo Toursin asiakaspalautteet ohjautuvat LaatuVerkko-järjestelmään, jonka avulla yrityksen tuotteita ja palveluita voi kehittää asiakkaiden toiveiden mukaisesti (Porvoo Tours 2012a). Asiakaspalautteiden perusteella Laatutonnissa kootaan vuosittain ranking-lista, jonka parhaimmista ovat yritykset, jotka ovat täyttäneet asiakkaidensa tarpeet parhaiten. Porvoo Tours on pysynyt vuosia Laatutonnin neljänkymmenen parhaan yrityksen joukossa. (Palmqvist, B. 29.3.2012.) Vuonna 2011 Porvoo Tours oli Laatutonnin ranking-listan sijalla 34. Yrityksiä arvioidaan myös oman toimialan sisällä. Myynti- ja markkinointiorganisaatio – kategoriassa Porvoo Tours oli sijalla kahdeksan, ja ohjelmapalveluiden osalta yritys sijoittui yhdeksänneksi. (Haaga-Perho 2011a; Haaga-Perho 2011b.)

Palmqvist (29.3.2012) listaa yrityksen tärkeimmiksi kilpailijoiksi ulkopaikkakuntalaiset incoming-toimistot, jotka tuovat Porvooseen ryhmiä Helsingistä eivätkä tilaa paikallisia palveluita. Toisaalta näillä toimistoilla on eri asiakkaat, joten kilpailua samoista asiakkaista ei juuri ole. Osaltaan kilpailijoita ovat myös muut alueet, joista suurimpia ovat Tallinna, risteilyt sekä Lappi.

2.3 Porvoo Toursin ryhmämatkat

Porvoo Toursilla on erilaisia valmiita matkapaketteja Itä-Uudenmaan kohteisiin, mutta tuotteita voidaan myös räätälöidä asiakkaan tarpeiden mukaisesti. Ohjelmaehdotuksista voi lukea yrityksen Internet-sivuilta tai painetusta esitteestä. Porvoo Tours järjestää retkiä myös koululaisryhmille. Yrityksen palveluihin kuuluu lisäksi Tallink Siljan, Viking Linen sekä Eckerö Linen laivamatkat. Eräänä tärkeänä yritystoiminnan muotona yrityksellä on Porvoon, Loviisan sekä Sipoon matkailuoppaiden välitystoiminta. Opaspalvelut ovat saatavilla kolmellatoista eri kielellä. (Porvoo Tours 2012a.)

Yrityksen ryhmämatkatuotanto ottaa vaikutteita Porvoon ja lähialueiden historiasta ja hyödyntää hyvin paikkakunnan erikoisominaisuuksia. Ryhmämatkoilla vierailaan muun

muassa kartanoissa, linnoissa, tyylikkäässä puutarhoissa sekä kaupunkilaisten kodeissa. Aihealueet käsittelevät esimerkiksi antiikkia, designia, taidetta ja ruokaa. (Porvoo Tours 2012d.)

Yrityksen kolme suosituinta ryhmämatkaa ovat Kartanomatka Itä-Uudellamaalla, Porvoo perinteisesti sekä Porvoon kolmet kasvot. Ryhmämatkatarjontaa uudistetaan vuosittain. Tällöin tarjontaan lisätään uusia tuotteita, mutta myös poistetaan mahdollisia kannattamattomia tai epäsuosittuja tuotteita. Esimerkiksi Porvoon kolmet kasvot, jossa liikutaan niin vanhassa kaupungissa, saaristossa, kuin maaseudulla, on läpikäynyt tarkistukset monia vuosia, ja kuuluu suosionsa vuoksi tarjontaan edelleen. (Palmqvist, B. 29.3.2012.) Kolmessa suosituimmassa tuotteessa on joitakin yhteisiä tekijöitä. Ryhmämatkoissa kahdessa liikutaan Porvoon vanhassa kaupungissa, ja kolmannessa, Kartanomatka Itä-Uudellamaalla – paketissa on myös mahdollista tehdä kävelykierros Porvoossa. Lisäksi matkoista kahdessa käydään iltapäiväkahveilla Haikon Kartanossa. Yhteistä kaikille matkoille on se, että ne esittelevät Porvoota tai sen lähialueita perinteiseen tapaan.

Porvoo Toursilla on useita eri kävelykierroksia Porvoon alueella. Ensimmäinen on nimeltään Porvoo Perinteisesti. Kierroksen aikana kävellään Porvoon vanhan kaupungin läpi käyden tärkeimmissä nähtävyyksissä, kuten Vanhassa Raatihuoneessa. Toinen kierroksista kantaa nimeä Sauvat suihkien Vanhassa Porvoossa, joka toteutetaan sauvakävellen. Kolmas kierroksista, Esteetön Porvoo, on suunniteltu erityisesti liikuntarajoitteisille. (Porvoo Tours 2012d.) Kartanomatka Itä-Uudellamaalla, Linnojen loistoa halki Itä-Uudenmaan sekä Maaseudun makuja -retket suuntautuvat erityisesti Itä-Uudenmaan alueelle Porvoon ulkopuolelle. Porvoo Tours järjestää myös muutamia ryhmämatkoja Loviisaan, jotka ovat Loviisan kodit ja puutarhat, Loviisan taidepolku sekä Venäläinen Loviisa. (Porvoo Tours 2012d.)

Useimmat ryhmämatkoista kestävät viidestä seitsemään tuntiin. Poikkeuksina ovat sauvakävelykierros, joka kestää puolitoista tuntia sekä ryhmämatka nimeltään Parhaat Palat, jonka kesto on puolitoista vuorokautta. Matkan ensimmäinen päivä vietetään Porvoossa, muun muassa vanhassa kaupungissa, Haikon kartanossa sekä Runebergin kotimuseossa. Toisena päivänä vieraillaan Loviisassa, jossa käydään esimerkiksi

Noarkin miniatyyrimaailmassa sekä Malmgårdin linnassa. Tämän ryhmämatkan tarkoituksena on nimenomaan esitellä Porvoon ja Loviisan alueen parasta antia. Valmiiksi paketoitujen ryhmämatkojen lisäksi matkoja on myös mahdollista räätälöidä oman ryhmän tarpeiden, mielenkiinnon ja toiveiden mukaan. Eri ryhmämatkoja voi esimerkiksi mahdollisuuksien mukaan yhdistellä toisiinsa. (Porvoo Tours 2012d; Porvoo Tours 2012e.) Porvoo Toursin tuottoisimmat tuotteet eivät ole ryhmämatkoja, vaan löytyvät kokouspakettien ja ohjelmapalveluiden saralta. Esimerkiksi risteilyt tuottavat matkatoimistolle hyvin. Porvoo Toursin tarjonnasta eniten menee kaupaksi opasvälitystä, eli asiakas tilaa käyttöönsä oppaan määrätyksi ajaksi. (Palmqvist, B. 29.3.2012.)

3 Hidas matkailu

Eri tahot määrittelevät matkailun eri tavoin näkökulmasta riippuen. Ensiksi, on hyvä todeta, että matkailu on yksi toiminnan muoto, jota ihmiset harrastavat vapaa-ajallaan. Matkailija on se henkilö, joka osallistuu ja toimeenpanee matkailun. Yleinen, matkailualalla tunnettu matkailun määritelmä kuuluu seuraavalla tavalla: ”Tourism, as one element of leisure, involves the movement of a person or persons away from their normal place of residence”. Matkailijoiden tulee siis, ollakseen matkailijoita, liikkua normaalin elinympäristönsä ulkopuolelle. (Holloway, Humphreys & Davidson 2009, 6.)

Tilastokeskuksen (2012) määritelmässä erotellaan lisäksi kansainvälinen sekä kotimaanmatkailu. Kotimaanmatkailu on määritelmän mukaan ”toimintaa, jossa ihmiset matkustavat omassa asuinmaassaan, mutta tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan (12 kuukautta) vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa.”. Kansainväliseen matkailuun sisältyy Suomesta ulkomaille sekä Suomeen ulkomailta suuntautuva matkailu. Matkan tarkoitusta voidaankin käyttää matkailun määrittelemisen apuna etäisyyden sijasta (Holloway ym. 2009, 6-7).

3.1 Matkatoimistojen toiminta

Matkatoimisto on matkailualalla toimiva yksilö tai yritys, joka myy, jälleenmyy, tai tarjoaa matkalippuja, myy tai järjestää matkustusta majoituksen kanssa sekä tekee tai tarjoutuu tekemään matkajärjestelyitä. Lisäksi matkatoimisto tarjoaa matkailutuotetta asiakkaille esimerkiksi esitteiden, mainoksen tai Internet-sivujen muodossa. Monia yrityksiä pidetään matkatoimistoina, kuten matkojen tukkukauppiaita, myyntiagentteja, joitakin lento-, bussi- tai linja-autoyrityksiä sekä inbound-matkanjärjestäjiä, jotka tekevät matkajärjestelyjä ulkomailta kohdemaahan tuleville matkustajille. (Business Licensing Authority 2012; Page 2011, 182.) Tilastokeskuksen (2008) TOL 2008 -toimialaluokittelun mukaan matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toimintaan ”kuuluvat matkatoimistot, jotka ensisijaisesti myyvät erilaisia matkoja sekä kuljetus- ja majoituspalveluita yleisölle ja yritysasiakkaille.” Lisäksi toimialalle sisältyvät

matkaoppaiden palvelut, matkailunedistämistoiminta, varauspalvelut sekä valmismatkojen järjestämistoiminta.

Matkatoimistojen välittämät palvelut ovat muun muassa liikenneyhtiöiden matkaliput, matkanjärjestäjien tuottamat matkailupalvelut, auto- ja hotellivaraukset, matkavakuutukset, viisumit, pääsyliput sekä ravintolapalvelut. Yksi matkatoimiston tärkeimmistä tehtävistä on hallinnoida asiakkaan matkaa ja tehdä matkavaraukset helpoksi asiakasosapuolelle. (Page 2011, 182; Renfors 2008, 20.)

Matkatoimistoala jakautuu kahteen eri osaan, palveluja välittäviin matkatoimistoihin sekä valmismatkoja tuottaviin matkanjärjestäjiin. Porvoo Tours on välittävä matkatoimisto. Tällainen yritys välittää palveluja, kuten matkanjärjestäjän tuottamia valmismatkoja sekä yksittäisten tuottajien palveluja. Toinen nimitys samalle asialle on jälleenmyyjä. Yritys toimii lisäksi invoming-matkatoimistona, joka välittää palveluitaan yrityksen kotimaahan Suomeen matkustaville ulkomaalaisille. (Renfors 2008, 14-15.)

3.2 Ryhmämatka palvelutuotteena

Matkailutuotteen tai -palvelun toteuttaminen vaatii paljon etukäteissuunnittelua ja analysointia. Tuotteen suunnitteluvaiheessa tulee olla tietoa muun muassa muusta alueen markkinatilanteesta sekä omien asiakkaiden tarpeista. Alla olevassa kuviossa asiaa käydään läpi tarkemmin.



Kuvio 3. Matkailutuotteeseen vaikuttavia tekijöitä (Verhelä & Lackman 2003, 73.)

Matkailutuotetta suunnitellessa tulee huomioida monia erilaisia seikkoja. Matkanjärjestäjän tulee pohtia, minkälainen tuote sopisi yrityksen liikeideaan. Asiakkaiden tarpeet on myös tärkeä huomioida. Näitä tarpeita on joskus vaikea arvioida. Yksi hyvä keino tarpeiden arviointiin on asiakaskyselyn teko. Tällä kartoitetaan asiakkaiden mieltymyksiä. Ryhmämatkatuotteita ei tule tuottaa ilman suunnitelmaa. Suunnitelmaa varten tarvitsee hyvän idean tuotteelle. Myös markkinatilannetta on tärkeä analysoida. On hyvä tutkia, mitä muilla samalle alueelle järjestävillä matkanjärjestäjillä on tuotannossaan. Näin on mahdollista löytää yritykselle markkinarako, eli tuote, jonka kaltaista muilla toimijoilla ei vielä ole. Matkailutuotteiden on noudatettava alalla olevaa lainsäädäntöä sekä muita määräyksiä. On myös hyvä tarkastella yrityksen resursseja. Suunnitteluprosessin tulee edetä tiettyä kaavaa, jotta ryhmämatkasta tulee onnistunut ja asiakkaat haluavat lähteä kyseiselle matkalle.

Matkatoimisto tai matkanjärjestäjä kokoaa ryhmämatkatuotteensa palveluntuottajilta saatujen ryhmälennusten tai erikoishintojen mukaan. Ryhmämatkoja myyvä matkatoimisto joko ostaa valmiin ryhmämatkan joltakin matkanjärjestäjältä tai tuottaa matkan itse. Perusperiaatteena ryhmämatkan tuottamisessa ovat ryhmälennukset ja erikoishinnat. Palveluita saadaan alempaan hintaan, kun niitä ostetaan enemmän yhdellä kerralla. Yleisesti ottaen ryhmässä tulee olla vähintään kymmenen henkilöä. (Verhelä 2000, 75.)

Monissa tapauksissa ryhmämatkan tilannut organisaatio, kuten yhdistys tai yritys, kokoaa joukostaan osallistujat ja toimittaa nimilistan lisätietoineen matkanjärjestäjälle. Toisena vaihtoehtona on se, että matkanjärjestäjä itse markkinoi ryhmämatkaa ja kokoaa sen perusteella itse osallistujat matkalle. Tässä tapauksessa matkanjärjestäjä itse on vastuussa siitä, että ryhmämatkalle tulee tarpeeksi osallistujia ja matka pystytään järjestämään. Tällöin kyseessä on keräilyryhmä. Ryhmämatkojen tuottaminen eroaa yksittäisten matkustajien matkojen tuottamisesta. Usein varausjärjestelmissä ei ole mahdollisuuksia ryhmävarauksiin, vaan matkanjärjestäjän tai matkatoimiston tulee olla suoraan yhteydessä liikenneyhtiöön tai muuhun palveluntuottajaan. Joillakin palveluntuottajilla on valmiina ryhmämatkahinnat, mutta toisilta nämä tulee pyytää

erikseen saadakseen parhaan mahdollisen hinnan. (QA Research 2009; Verhelä 2000, 75–76.)

Ryhmämatkan valitsemiselle voi olla useita syitä, kuten matkustajan kulttuurillinen sekä henkilökohtainen tausta. Matkustaja ei välttämättä tiedosta näitä syitä itse. Monissa Aasian maissa itse kulttuuri on yhteisöllinen, kun taas länsimaissa painotetaan enemmän itsenäisyyttä. Tämä mahdollisesti selittää sen, että esimerkiksi kiinalaiset, japanilaiset sekä korealaiset matkustavat usein ryhmissä ja ovat kerralla vähän aikaa pois perheidensä luota. (Meng 2010.)

3.3 Ryhmämatkojen muodot

Ryhmämatkat ovat matkoja, joilla osallistujia on kymmenen tai enemmän sekä joilla matkustetaan yhteen tai useampaan kohteeseen samoina päivinä ja samoista syistä. Turistien matkat jaetaan yleensä kahteen alakategoriaan; pakettimatkaan tai kokonaan itsenäiseen matkaan. Ryhmäpakettimatka viittaa ryhmämatkaan, joka on suunniteltu ja maksettu etukäteen, kattaen kuljetukset, majoituksen, ruokailut, nähtävyyksien katselun sekä viihteen. Matkalla on mukana matkanjohtaja tai matkaopas. (Meng 2010.)

Ryhmämatkat voivat olla eräänlaisia teemamatkoja, joissa matka rakentuu jonkin tietyn teeman ympärille. Ryhmämatkoja voi rakentaa esimerkiksi kulttuurin, hengellisyyden, urheilun, lukijamatkan, liikematkan tai eläkeläismatkailun puitteissa. Kulttuurimatkailu on yksi perinteisimmistä matkustamisen syistä. Nykyaikana kulttuurinnälkäiset matkustavat muun muassa taidenäyttelyihin, konsertteihin, historiallisiin kohteisiin sekä tutustumaan vieraisiin kulttuureihin ja ihmisiin ympäri maailman. Hengellisiä matkoja tehdään maailmanlaajuisesti katsoen Euroopan hengellisiin kohteisiin kuten Roomaan ja Kreikkaan, sekä Pyhän Maan alueelle Lähi-itään. Hengellisiä matkoja tehdään pienemmässä määrin myös kotimaassa esimerkiksi luostareihin sekä kirkkoihin. (Verhelä 2000, 76.) Ryhmän mukana matkustamisessa on monenlaisia etuja. Yksi näistä on se, että voi matkustaa voi perheen, ystävien tai uusien ihmisten kanssa, jotka jakavat samat mielenkiinnon kohteet. (EzineMark.com 2012.)

Kannustematkailun suosituin muoto on ryhmämatka, vaikka nykyisin jotkin yritykset pitävät itsenäistä matkailua työntekijöilleen parempana vaihtoehtona. Molemmissa matkustusmuodoissa on sekä etuja että haittoja. Ryhmämatka on yhteinen kokemus, joka tarjoaa osallistujille mahdollisuuden verkostoitua sekä pitää yllä suhteita ainutlaatuisessa ympäristössä. Ryhmämatkojen aikana voi lisäksi oppia uutta, jos ryhmämatka käsittelee esimerkiksi uuden tuotteen julkistamista. Haittapuolena on se, että matkustajilla on usein hyvin vähän sanottavaa matkakohteen valintaan liittyen, koska suunnittelu on yleensä yhden henkilön tai työryhmän käsissä. Joskus järjestäjillä on myös paineita ylittää edellisvuosien matkaohjelmat. (Successful Meetings 2010.) Muita liikematkailun lajeja ryhmämatkailun saralla ovat esimerkiksi messut, kongressit sekä vierailut yhteistyökumppaneiden luo. Liikematkustajilla on usein tiukat aikataulut, joten on tärkeää, että matkan aikataulut pitävät. (Verhelä 2000, 77–78.)

3.4 Kestävä matkailu

Kestävää kehitystä on määritelty vuosien varrella monin eri tavoin. Käsitteenä se otettiin käyttöön ensimmäistä kertaa vuonna 1987 ympäristön ja kehityksen maailmankomission eli Brundtlandin komission toimesta. Kestävä kehitys oli komission määritelmän mukaan ”kehitystä, joka täyttää nykyisten sukupolvien tarpeet vaarantamatta kuitenkaan tulevien sukupolvien mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa”. (Kalmari & Kelola 2009, 10; Rohweder 2004.)

Kestävä kehitys jaetaan kolmeen eri osa-alueeseen, jotka ovat taloudellinen, sosiaalinen ja ekologinen kestävyys. Ekologinen osa-alue keskittyy luonnon ja koko ekosysteemin turvaamiseen, jotta maapallo olisi hyvä asuinpaikka niin nykyisille kuin tulevillekin sukupolville. Käytännössä tämä tarkoittaa muun muassa ympäristöongelmien ratkaisemista sekä luonnonvarojen kestävästä käytöstä. Kansallisten toimien lisäksi myös kansainvälinen yhteistyö on tärkeää ekologisen kestävyuden osalta. (Rohweder 2004; Valtion ympäristöhallinto 2011.)

Sosiaalinen kestävyys keskittyy ihmisten hyvinvointiin, oikeudenmukaisiin yhteiskuntiin sekä siihen, että elinympäristöt olisivat turvallisia. Sosiaaliseen kestävyteen liittyvän kulttuurisen kestävyuden tarkoituksena on suojella ja kehittää paikalliskulttuureja,

kunnioittaa moninaisuutta sekä turvata hyvinvoinnin edellytykset seuraaville sukupolville. Sosiaalisen kestävyuden haasteita ovat muun muassa köyhyys, väestönkasvu, terveydenhuolto sekä koulutus. Taloudellinen kestävyys tarkoittaa pitkällä tähtäimellä tehtyjä suunnitelmia sekä kannattavaa toimintaa, jossa otetaan huomioon ekologiset sekä sosiaaliset näkökulmat. Kestävä talous luo hyvinvointia ja turvaa yhteiskunnan keskeiset toiminnot. Nämä kolme osa-aluetta liittyvät tiukasti toisiinsa, ja jokaisen tulee olla kunnossa, jotta kestävä kehityksen arvot toteutuvat. (Rohweder 2004; Valtion ympäristöhallinto 2011.)

Ympäristön tilaa pohtiessa matkailu on usein keskiössä, koska vapaa-ajan matkustus ei ole ihmisen perustarve tai välttämättömyys. Matkustuksen tuottamat hiilidioksidipäästöt koostuvat kuljetuksesta matkakohteeseen, toimista matkakohteessa sekä majoituksesta. Näistä päästöistä 75 prosenttia tulee kuljetuksesta, joista lentomatkustus on vastuussa 40 prosentista. Muihin matkustuksesta tuleviin päästöihin jää 25 prosenttia. Kuljetustavan vaihtamisella on siten suuri merkitys matkustuksen hiilidioksidipäästöjen pienentämisessä. (Page 2011, 3.)

Matkailun osalta yleisimmäksi termiksi on vakiintunut kestävä matkailu, joskin joissakin lähteissä viitataan kestävään kehitykseen matkailussa. Muita termejä samalle asialle ovat muun muassa reilu, vastuullinen tai ympäristötietoinen matkailu sekä ekoturismi. Kaikki näistä tarkoittavat samaa asiaa, joskin painopisteet saattavat olla hieman erilaisia. Tarkoitus on soveltaa kestävä kehityksen periaatteita matkailualalle. (Rantapallo Oy 2012.)

Kestävä matkailun periaatteet vaihtelevat näkökulmasta riippuen. Asiaa voidaan tarkastella niin yksityisen yrityksen, matkailualueen, kuin matkailun toimijoiden osalta. Perusajatus aatteessa on kuitenkin aina sama; ympäristön, kulttuurin ja taloudellisen kasvun turvaaminen. Kestävä matkailun pääperiaatteena on matkailun negatiivisten vaikutusten vähentäminen kuitenkin niin, että matkat ovat niin matkustajan kuin järjestäjän kannalta laadukkaita. Kestävä matkailun toimenpiteet eivät ole yksittäisiä, vaan toiminnassa tulee huomioida kokonaiskuva. (Holden 2008, 162-164.)

3.5 Hidas elämäntapa

Hitaan elämäntavan katsotaan alkaneen 1980-luvulla, tarkalleen ottaen vuonna 1986 hitaan ruokailun Slow Food -liikkeestä. Ruokatoimittaja Carlo Petrini perusti italialaiseen Barolon kaupunkiin yhdistyksen, joka kantaa nimeä Slow Food. McDonalds oli hieman aiemmin avannut ravintolan Rooman kuuluisan nähtävyyden Espanjalaisten portaiden viereen, ja ravintolalle tuli tuli paljon vastustusta paikallisilta ihmisiltä. Petrini halusi kapinoida pikaruokaa vastaan. Slow Food -liike perustettiin, jotta ihmiset oppisivat ylistämään hyviä arvoja kuten paikallisuutta, ekologisuutta sekä hyvää elämänlaatua. (Honoré 2007, 67 - 68.)

Slow food -liike edustaa muiden arvojen lisäksi tuoreita, paikallisia ja sesonkiin kuuluvia raaka-aineita, kestäväää maataloutta, pieniä tuottajia, käsityönä valmistettua ruokaa, suvussa kulkevia reseptejä sekä hidasta ruokailua ystävien ja perheen kesken. Slow Foodin yhteydessä puhutaan myös egastronomiasta, jossa kiinnitetään hyvin syömisen lisäksi huomiota ympäristön suojeluun. Liikkeen periaatteiden mukaan kaikilla on oikeus hyvän ruoan nautintoon, jonka vuoksi on jokaisen vastuulla suojella ruoan perimätieto, perinteitä ja kulttuuria, jotka tekevät nautinnon mahdolliseksi. (Honoré 2007, 68; Slow Food 2012a.) Nykyisin tässä tuottoa tavoittelemattomassa yhdistyksessä on 1300 alajärjestöä ja yli 100 000 jäsentä ympäri maailman (Slow Food 2012b). Hitaan elämäntavan periaatteet ovat levinneet ruokailun saralta myös monelle muulle elämän osa-alueelle, kuten työelämään, sisustukseen, puutarhanhoitoon, kulttuuriin, käsitöihin, musiikkiin, teatteriin, kirjallisuuteen sekä matkailuun (Hidasta elämää 2012).

Hitaan elämäntavan käsite on rantautunut myös kaupunkiin. Vuonna 1999 Slow Food -liikkeen perustaja Carlo Petrini oli yhtenä perustajana Cittaslow-nimisessä kaupunkiverkostossa, joka tarkoittaa sananmukaisesti hidasta kaupunkia. Enimmillään hitaassa kaupungissa voi olla 50 000 asukasta, ja kaupungin toiminnassa keskitytään muun muassa paikallisten perinteiden vaalimiseen, vaihtoehtoisten energiamuotojen käyttöön, vieraanvaraisuuteen sekä jalankulun lisäämiseen. Yhteensä vaatimuksia on 55, joista kaupungin tulee täyttää vähintään puolet ja jäljelle jääneiden vaatimusten toteutukseen tulee löytyä selkeä toimintasuunnitelma. Vuoden 2011 huhtikuussa Kristiinankaupunki pääsi ensimmäisenä suomalaisena kaupunkina Cittaslow-

kaupunkien verkostoon. Samaan ajankohtaan mennessä verkostossa oli jo 141 kaupunkia 23 maassa. (Kalmari & Kelola 2009, 22; Matkaopas 2011; Sustainable Cities 2007.)

Hitaan elämäntavan tavoitteiden täyttymiseksi on suunniteltu hitaita arvoja noudattavia hotelleja, joissa kiireettömyys on itseisarvo ja esimerkiksi ruokailu tapahtuu yhdessä suuressa seurueessa pitkän kaavan mukaan. Nykyisin suositaan nostavat myös erilaiset retriitit, joogalomat sekä oleskelu; vaihtoehtona on ottaa monen pikaloman sijasta yksi pidempiaikainen loma, jonka käyttää yhdessä kohteessa rentoutuen. Matkakohreista ekologisimpia ovat kotimaan kohteet, koska matkustukseen kuluu vähemmän luonnonvaroja kuin ulkomaille matkustaessa. (Kalmari & Kelola 2009, 18–19.)

3.6 Hidas matkailu

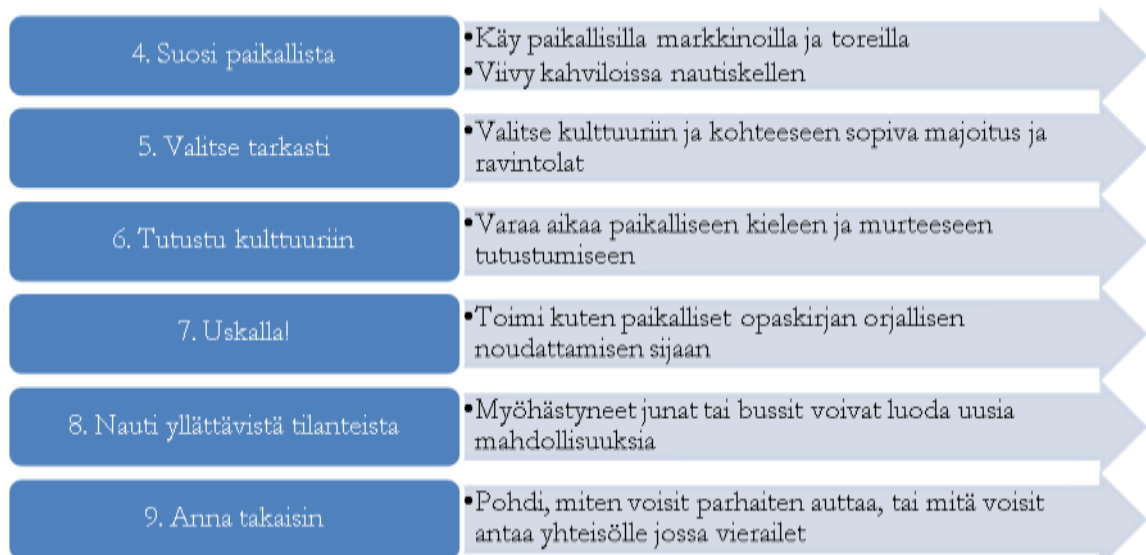
Dickinson, Robbins ja Lumsdon määrittelevät (teoksessa Dickinson & Lumsdon 2010, 1-2) hitaan matkailun seuraavanlaisesti: ”Slow travel is an emerging conceptual framework which offers an alternative to air and car travel, where people travel to destinations more slowly overland, stay longer and travel less”. Pääperiaatteet hitaassa matkailussa ovat hitaammin liikkuminen, pidempään viipyminen sekä vähempi matkustaminen. Ajatuksiin hitaasta matkailusta voisi liittää ainakin itse matkanteon tärkeyden, sitoutumisen kuljetustapaan, hitaan ruokailun, paikallisseudun tutkimisen hitaampaan tahtiin sekä ympäristön tukemisen.

Macquarie Dictionary (2012) määrittelee hitaan matkailun kahdella eri tavalla: ”Travel conducted at a slow pace to enjoy more fully the places visited and the people met” ja ”Such travel seen as environmentally friendly through its lack of reliance on air transport”. Jos näitä määritelmiä noudattaa tarkkaan, on huomattava, että ne eivät poissulje henkilöautolla matkustamista. Määritelmiä tärkeämpää onkin tehdä matkaa koskevat päätökset tilanteen mukaan. Näistä määritelmistä huomaa, että hidasta matkailua voi tarkastella monesta eri näkökulmasta. Ensimmäinen määritelmä keskittyy yksilön nautintoon, kun taas toisessa määritelmässä painopisteenä on ympäristön hyvinvointi.



Kuvio 4. Hitaan matkailun periaatteet ennen kohteeseen saapumista (Slow travel Europe 2010.)

Hitaan matkailun periaatteet ovat monen lähteen mukaan samankaltaisia, mutta niitä voi toteuttaa monilla eri tavoilla. Näissä kuvioissa esitetään yksi tapa, jolla hidasta matkailua voi toteuttaa. Kuvion 1 mukaan ensimmäinen askel hitaan matkailun noudattamiseen on kotoa aloittaminen. Hitaus on mielentila ja asenne, joka tulee hallita. Tarkoituksena on välttää mahdollisuuksien mukaan lentokoneilla matkustamista ja käyttää mieluummin lauttoja, paikallisbusseja ja hitaita junia. Tulee myös muistaa, että itse matka päämäärään on yhtä tärkeä osa matkustamista kuin perille pääsy.



Kuvio 5. Hitaan matkailun periaatteet matkakohteessa (Slow travel Europe 2010.)

Kuvio 5 kuvaa hitaan matkailun periaatteita, kun on saavuttu matkakohteeseen. Perille päästyä paikallisissa kaupoissa, markkinoilla sekä kahviloissa vieraileminen kiireettömästi on osa hidasta matkailua. Paikallisen kulttuurin tunteminen ja esimerkiksi fraasien opettelu paikallisella kielellä rikastavat matkailua ja tuovat siihen eloa. Ihmisiin kannattaa ottaa kontaktia eikä vain olla vieras sivustakatsoja. Tarkoituksena on sulautua

paikalliskulttuuriin ja oppia paikallisten ihmisten tavoista, eikä kulkea matkakohteessa vain opaskirjan ohjeita noudattaen. Kuten kuviossa 5 näkyy, viivästyneet junat tai bussit aiheuttavat ihmisissä usein hermostumista. Hidas matkailu onkin osaltaan asenteiden muutosta; tällaisessa tilanteessa voi ajatella, että vastoinkäymiset tuovat eteen uusia mahdollisuuksia. Yhtenä tavoitteena on ajatella, mitä voisi itse tarjota paikalliskulttuurille. (Slow travel Europe 2010.)

Hitaan elämäntavan ehkä tunnetuin puolestapuhuja Carl Honoré vieraili Suomessa syksyllä 2011. Honoré antoi silloin muutamia vinkkejä hitaaseen matkailuun. Hänen mielestään matka on tärkeämpi kuin kohde, ja siitä tulisi nauttia, eikä vain ajatella perille pääsyä. Lomalla on myös hyvä hidastaa ja nauttia kanssamatkustajien sekä paikallisten ihmisten seurasta. Parhaimmat matkamuistot liittyvätkin yleensä juuri paikalliskulttuureihin kohtaamiseen. (MTV3 Matkailu 2012.)

Hitaalla matkailulla on monia yhtäläisyyksiä kestäväen matkailun kanssa. Hidas matkailu keskittyy yksilön nautintoon, kun taas kestäväen matkailun näkökulma on ympäristössä ja paikallisuudessa. Kestäväen ja hitaan matkailun perusarvot ovat kuitenkin samat; tarkoituksena on arvostaa paikallisuutta ja suojella ympäristöä matkustamisen tuomilta haitoilta. Näistä kahdesta hidas matkailu on uudempi, jatkuvasti kasvava trendi. (Dickinson & Lumsdon 2010, 1.)

Slow Movement -sivuston mukainen määritelmä hitaasta matkailusta on hieman tarkemmin rajattu kuin muissa lähteissä. Sivuston mukaan hitaan matkailun harrastajat viipyvät normaalisti kohteessa vähintään viikon ja valitsevat yleensä majoitukseen talon, mökin, huoneiston tai huvilan, jotka ovat niin sanotusti ”home away from home” - kohteessa voi käydä ostoksilla, tehdä ruokaa ja elää sellaista elämää mitä eläisi kotonakin. Elämällä, eikä vain viipymällä matkakohteessa matkustaja saa paljon enemmän irti kohteestaan ja paikallisista ihmisistä. Monesti hidas matkustaja aloittaa matkansa tutkimalla kävellen talon lähiympäristön. Matkakohteessa voi lisäksi osallistua paikallisiin aktiviteetteihin, kuten kieli- tai keittokurssille tai tehdä vapaaehtoistyötä. (Footprint choices 2012.)

Hitaasti matkustaminen ja kohteisiin tutustuminen matkan varrella eivät ole uusia asioita matkailussa. Aiemmin oli pakollista matkustaa hitaasti, koska matkustaminen tapahtui kävellen, aaseilla tai postivaunuilla, ja päivässä kuljettu matka oli rajallinen. Hidas matkailu onkin yhdessä mielessä palaamista Grand Tour -aikakaudelle, jolloin suurin osa matkustamisesta oli paikallista. Hitaan matkailun nykyisen määritelmän käyttöönotosta ei ole tarkkaa ajankohtaa, mutta erityisen tunnettu käsitteestä on tullut vain noin viitisen vuotta sitten. (Dickinson & Lumsdon 2010, 78; Slow Travel Europe 2009.) Tulevaisuudessa ihmisten tulee kiinnittää yhä enemmän huomiota hiilijalanjälkeensä sekä muuttaa toimintaansa ympäristöystävällisemmäksi. Tämän vuoksi hitaan matkailun arvellaan lisääntyvän tulevaisuudessa, kuten se on tehnyt viime vuosikymmenenä. (Dickinson & Lumsdon 2010, 1.)

4 Tuotekehittämisen menetelmät ja toteutus

Kehittämismenetelmät jaetaan yleensä kahteen eri alalajiin. Nämä ovat kvalitatiivinen eli laadullinen sekä kvantitatiivinen eli määrällinen menetelmä. Tässä opinnäytetyössä käytetään laadullista eli kvalitatiivista menetelmää. Tyypillisesti kvalitatiivinen tutkimus on kokonaisvaltaista tiedonhankintaa. Aineistoa tarkastellaan monipuolisesti yksityiskohtaisesti, eikä tutkijalla ole etukäteen teoriaa tai hypoteesia tutkimuksen kohteesta. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään metodeja, joissa ihmisten näkökulmat tulevat esille. Tutkimuksen kohde valitaan tarkoituksenmukaisesti sopimaan tutkimuksen teemaan. Suunnitelma muodostuu tutkimuksen mennessä eteenpäin ja jokaista tapausta käsitellään ainutlaatuisena. (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2009, 135 – 136; 164.) Tässä tutkimuksessa käytetään päämenetelmänä tuotekehitystä ja tukimenetelmänä haastattelua.

4.1 Aiheen rajaus ja aikataulu

Porvoo Tours toimii ryhmämatkojen lisäksi myös ohjelmapalvelu- sekä kokousjärjestäjänä. Yrityksen kautta on myös mahdollista ostaa majoituspalveluita. Tämä opinnäytetyö rajataan koskemaan vain Porvoo Toursin ryhmämatkoja. Yritys toimii koko Itä-Uudenmaan alueella, mutta uudet ryhmämatkat suunnitellaan Porvoon alueelle. Ryhmämatkat suunnitellaan vastaamaan hitaan matkailun periaatteita, joka sulkee erinäisiä kulkuvälineitä ja muita elementtejä pois valmiista matkoista.

Opinnäytetyö toteutettiin keväällä 2012. Rakensin opinnäytetyölle aikataulun, jossa näkyvät prosessin eri vaiheet viikoittain jaoteltuna. Tämä oli mielestäni tärkeää, jotta pysyisin aikataulussa ja muistaisin tehdä kaikki työhön liittyvät tehtävät. Lisäksi päivitin aikataulua prosessin edetessä, jotta minulla olisi selkeä kuva seuravista työvaiheista. Aikataulussa näkyy opinnäytetyöhön liittyvät tärkeimmät päivämäärät ja virstanpylväät. Taulukossa näkyy lopullinen, toteutunut aikataulu. Aikataulu ei ole syvälinen, vaan käsittelee vain prosessin tärkeimmät vaiheet.

Taulukko 2. Opinnäytetyön aikataulu

Viikko 1	Aiheanalyysin kirjoittaminen
Viikko 2	Aiheanalyysin kirjoittaminen
Viikko 3	20.1. aiheanalyysin palautus
Viikko 4	Teorian kirjoittaminen
Viikko 5	Teorian kirjoittaminen
Viikko 6	Teorian kirjoittaminen
Viikko 7	17.2. Ensimmäinen seminaari
Viikko 8	Teorian kirjoittaminen
Viikko 9	Teorian kirjoittaminen
Viikko 10	Teorian kirjoittaminen
Viikko 11	16.3. Toinen seminaari
Viikko 12	Yhteydenotot haastateltaviin
Viikko 13	29.3. Birgitta Palmqvistin haastattelu
Viikko 14	Tuotekehitysprosessi
Viikko 15	Tuotekehitysprosessi
Viikko 16	Tuotekehitysprosessi
Viikko 17	27.4. Mia Aitokarin haastattelu
Viikko 18	4.5. Kolmas seminaari
Viikko 19	Työn viimeistely
Viikko 20	18.5. Opinnäytetyön palautus

Olisin toivonut, että opinnäytetyö olisi edennyt hieman nopeammin. Olisin voinut tehdä alkuvaiheessa työn eteen enemmän töitä, jotta loppuvaiheessa ei olisi tullut niin kiire. Kuten taulukosta huomaa, toinen haastatteluni oli vasta viikkoa ennen viimeistä seminaaria. Olisi ollut mukavampi, jos haastattelu olisi saatu järjestettyä jo aiemmin, jotta loppuajan olisi voinut käyttää paremmin työn viimeistelyyn ja tarkistukseen. Myös ensimmäisen haastattelun olisi voinut järjestää aiemmin. Näin olikin tarkoitus, mutta yhteensopimattomat aikataulut estivät tämän onnistumisen. Otin loppuvaiheessa yhteyttä moniin yhteistyökumppaneihin, jotka suurimmalta osin vastasivat todella nopeasti viesteihini ja puheluihini. Tämän olisin kuitenkin voinut hoitaa jo aiemmin, jotta heillä olisi ollut pidempi reagointiaika.

4.2 Haastattelu

Jos tutkija valitsee menetelmäkseen haastattelun, on sille useimmiten monia eri syitä. Tutkija haluaa usein korostaa tutkittavan subjektiivisuutta ja vapautta. Menetelmä

valitaan myös siinä tapauksessa, että tutkittava aihe on tuntematon ja vähän kartoitettu, jolloin tarvitaan valittujen asiantuntijoiden syvähaastatteluita enemmän kuin suuren yleisön vastauksia. Tulos halutaan mahdollisesti sijoittaa laajempaan kontekstiin. Tutkimusta suunniteltaessa saatetaan tietää, että vastaukset tulevat olemaan monitahoisia. On myös mahdollista yhdistää kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusta, jolloin haastattelulla syvennetään tai tarkennetaan kyselylomakkeesta saatuja tietoja. Haastattelumenetelmää saatetaan myös käyttää arkojen tai vaikeiden aiheiden tutkimukseen. (Hirsjärvi ym. 2009, 204 - 206.)

Haastattelun eri alalajeja ovat strukturoitu haastattelu, teemahaastattelu sekä avoin haastattelu. Näistä strukturoitu haastattelu eli lomakehaastattelu on suunniteltu tarkimmin etukäteen. Kysymysten esittämisjärjestys on täysin määrätty lomakkeella. Avointa haastattelua voidaan kutsua myös nimillä vapaa haastattelu, informaali haastattelu syvähaastattelu sekä strukturoimaton haastattelu. Tämä haastattelutyyppeistä on lähimpänä keskustelua. Haastattelun kuluessa annetaan haastateltavan tuoda mielipiteitään esille satunnaisessa järjestyksessä, sitä mukaa kun tulevat aidosti esiin keskustelun kuluessa. Näiden kahden muodon välimuoto on teemahaastattelu, jota käytetään tässä opinnäytetyössä. Teemahaastattelussa tutkimuksen aihepiiri ja kysymykset ovat tiedossa, mutta kysymyksillä ei ole tarkkaa järjestystä tai muotoa. (Hirsjärvi ym. 2009, 208 - 209.)

Tässä tutkimuksessa on toteutettu kaksi haastattelua. Ensimmäinen haastateltava oli Porvoo Toursin toimitusjohtaja Birgitta Palmqvist. Haastattelu toteutettiin 29.3.2012. Hänet valittiin haastateltavaksi, koska haluttiin tietää, millaisia toiveita ja ideoita yrityksen sisältä tulisi ryhmämatkoihin. Tarkoituksena oli tehdä ryhmämatkoista mahdollisimman hyödyllisiä yritykselle. Lisäksi oli tarkoitus käyttää aivoriittä yhtenä menetelmistä, jotta yrityksen sisältä saataisiin vielä enemmän ideoita ryhmämatkoihin. Tämä menetelmä osoittautui kuitenkin tarpeettomaksi, koska Birgitta Palmqvistilta saatiin tarpeeksi tietoa eri ryhmämatkoihin.

Toisena haastateltavana tässä opinnäytetyössä oli Mia Aitokari, joka toimii Huoletta Tuoretta -hankkeen koordinaattorina. Hanke on lähtöisin Itä-Uudenmaan Kylät ry:n halusta saada Itä-Uudellemaalle lähiruokahanke, joka tuo lähiruokatuottajia yhteen.

Hanketta hallinnoi Loviisan kaupunki. Haastattelu toteutettiin 27.4.2012. Mia Aitokarilta on saatu tietoa erityisesti lähiruokaravintoloihin sekä Isnäsin kylään liittyen. Aitokari asuu itse Isnäsissä ja on lisäksi sen kylätoimikunnan puheenjohtaja. Tämän vuoksi hänellä on paljon tietoa Isnäsin kylän toiminnasta.

Minulla oli kummassakin haastattelussa mukana kysymysrungot (Liite 1 ja 2). Molemmat haastatteluista toteutettiin avoimina haastatteluina, eli kysymysrungoista poikettiin jonkin verran. Kysymyksiä esitettiin myös eri järjestyksessä kuin kysymysrungoissa on esitetty. Tarkoituksena oli tehdä tapaamisesta epävirallisempi, ja vain keskustella asioista. Tällä tavalla haastatteluista sai mielestäni enemmän irti, kuin jos olisin noudattanut kysymysrunkoa tarkalleen.

4.3 Tuotekehitysprosessi

Tuotekehityksen tarve voi lähteä yrittäjältä itsestään tai asiakkaiden tarpeiden huomioimisesta. Yrittäjä on saattanut keksiä idean, jota haluaa hyödyntää tuotannossa tai asiakkaat ovat kertoneet mielipiteitään yrittäjälle. Tuotekehitysprosessi on tärkeä tehdä hyvin alusta loppuun saakka, jotta suunnitelluista tuotteista saadaan mahdollisimman suuri hyöty irti.

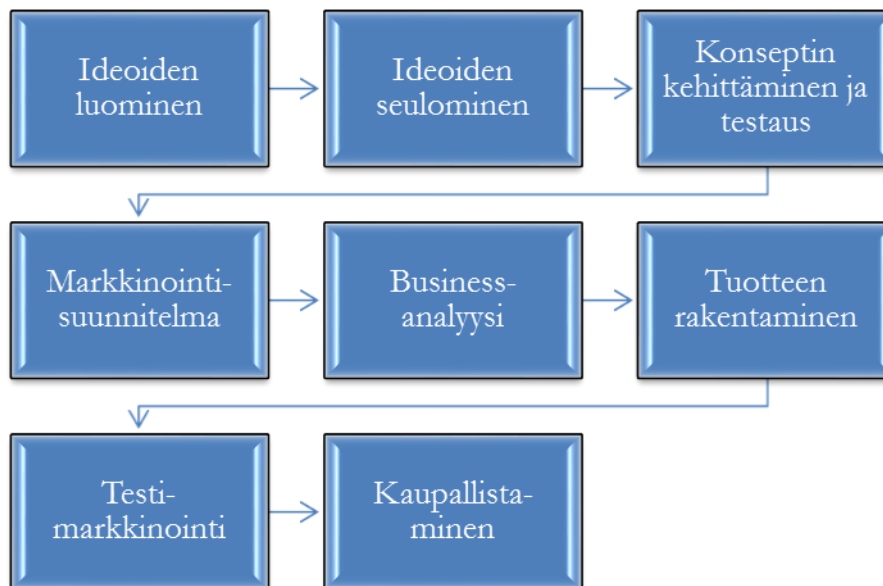


Kuvio 4. Uuden palvelun kehitysprosessi (Kompplula & Boxberg 2002, 98)

Kuviossa 4 on havainnollistettu yksinkertaisesti, mitä yrityksen tuotekehitysprosessi sisältää. Tämänkaltaista prosessikaaviota käytetään yleisesti kuvaamaan uuden tuotteen

kehittämistä matkailualan oppikirjoissa. Prosessi jakautuu kahteen pääosaan; suunnitteluun ja toteutukseen. Suunnitteluvaiheessa tärkeää on tuotekehitys ja uusien tuotteiden etsiminen. Suunniteltaessa uusia tuotteita tarvitsee yrityksessä pohtia yrityksen liikeideaa ja sen mahdollista kehittämistä. Suunnittelutyössä tulee olla tarkka strategia, ja tuotteita voi ideoida esimerkiksi koko henkilökunnan voimin. Prosessin aikana tulee myös tehdä yrityksen taloudellinen analyysi sekä kehittää ja arvioida palvelukonseptia.

Toteutusvaiheen pääpiirteitä ovat markkinoiden testaus ja itse palvelun kehittäminen. Palvelua on tärkeää testata valitulla kohderyhmällä, jolta voi pyytää palautetta ja kehittämissuhteita. Tuote tulee myös kaupallistaa ja sen jälkivaikutuksia arvioida. Tulee kuitenkin muistaa, että matkailualalla on hyvin erilaisia projekteja, eikä tämä kuvio välttämättä päde niistä jokaiseen.



Kuvio 5. Tuotekehitysprosessin päävaiheet (Kotler, Bowen & Makens 2006, 323)

Tässä kuviossa esitellään toinen, ehkä hieman käytetympi malli tuotekehitysprosessin etenemisestä. Kuviossa on joitakin yhtäläisyyksiä edellisen teorian kanssa, mutta myös paljon eroja. Mielestäni näistä kahdesta mallista jälkimmäinen (Kotler ym. 2006) on selkeämpi ja toteuttamiskelpoisempi. Prosessin kulussa on selkeä jaottelu ja sitä on helppo noudattaa. Mielestäni tämä prosessi sopii myös paremmin matkailualalle.

Tämän vuoksi tässä tutkimuksessa laadittu tuotekehitys tehdään Kotlerin, Bowenin ja Makensin mallia hyödyntämällä. Kaavion sisällöstä kerrotaan tarkemmin seuraavissa alakappaleissa.

Yritys voi hankkia uusia tuotteita monella eri tavalla. Ensimmäinen tapa on ostaa kokonainen yritys, lisenssi tai patentti ja saada tätä kautta haltuunsa valmiita tuotteita. Koska uusien tuotteiden kehittäminen ja käyttöönotto saattaa maksaa nykyisin paljon, monet yritykset turvautuvat hankkimaan jo valmiina olevia tuotteita, jotka ovat jo etukäteen tunnettuja asiakaskunnalle. Yritys voi myös hankkia uusia tuotteita perustamalla oman osaston tuotekehitykselle. Uusilla tuotteilla tarkoitetaan tässä tapauksessa alkuperäisiä tuotteita, parannuksia, muunnelmia sekä uusia brändejä. (Kotler ym. 2006, 322–323.) Tässä tapauksessa Porvoo Tours toimii opinnäytetyön toimeksiantajana. Edellä annetuista vaihtoehdoista mikään ei kuvaa tarkalleen juuri tätä tapausta, joten voi todeta, että uusien tuotteiden hankkimiselle on myös muita erilaisia tapoja kuin vain nämä kolme edellämainittua. Lähimpänä tätä tapausta näistä vaihtoehdoista on tuotekehitysosaston perustaminen, josta tavallaan tässäkin projektissa on kyse. Tuotekehitysosasto ei vain ole monen ihmisen käsittämä osasto, vain yksi henkilö, joka suunnittelee tuotteet opinnäytetyönä.

Prosessin aikana on tärkeää pitää mielessä se, mikä saa tuotteen epäonnistumaan. Siten näitä toimintatapoja voi välttää. Epäonnistumiselle voi olla monia erilaisia syitä; tuote on voitu suunnitella todellista suuremmille markkinoille, tuotetta pusketaan eteenpäin huonosta palautteesta huolimatta tai tuotesuunnitteluun ei ole käytetty tarpeeksi aikaa ja resursseja, jolloin siitä ei tule tarpeeksi hyvä. On myös mahdollista, että tuote on hinnoiteltu liian kalliiksi, sen kustannukset ovat arvioitua korkeammat tai tuotetta on markkinoitu huonosti. (Kotler ym. 2006, 323.)

Tässä tutkimuksessa tuotteita on lähdetty suunnittelemaan yrittäjän toiveiden mukaisesti. On siis oletettavissa, että yrittäjä itse tuntee markkinansa ja niiden laajuuden. On kuitenkin huomattava, että suunniteltavat ryhmämatkat tulevat Porvoo Toursin ryhmämatkatarjontaan yrityksen Internet-sivuille ja asiakkaat voivat tiedustella näitä ryhmämatkoja suoraan yritykseltä. Porvoo Toursille tulee kustannuksia vasta kun asiakkaat varaavat haluamansa ryhmämatkan. Vaikka näitä matkoja ei varattaisi

kertaakaan, ei Porvoo Tours silti jäisi tappiolle, koska kustannuksia ei ole vielä ollut. Yrityksellä on mahdollisuus pitää tarjonnassaan matkoja testausmielessä ja seurata, tuleeko niistä suosittuja.

Hyvässä tuotteessa on ydinhoukutus ja se tuottaa arvoa asiakkaalle. Tuotteen tulee myös tarjota johdonmukaista laatua ja eri elementtien tulee olla yhteensopivia.

Onnistunut tuote on hyvin suunniteltu ja toteutettu, sen yksityiskohdat ovat kunnossa ja siitä saadaan yritykselle tuottoa. (Morrison 2010, 417–419.) Ydinhoukutuksena näissä matkoissa on hitaan matkailun huomioiminen ja sen näkyminen ryhmämatkojen eri elementeissä. Erityisesti Internet-sivuilla tulevien tuotekuvausten muotoiluun on käytetty paljon aikaa, jotta ne houkuttelisivat asiakkaan varaavan tuotteen.

Tarkoituksena on saada asiakkaat varaamaan ryhmämatkoja ja näin saada Porvoo Toursille hyötyä tästä tutkimuksesta.

4.4 Ideoiden luominen ja seulominen

Tuotekehitysprosessin alkuvaiheessa yrityksen tulisi määritellä strategia sekä se, mitä uusilta tuotteilta halutaan. Tuotteiden voidaan esimerkiksi toivoa tuottavan paljon tulosta tai lisäävän yrityksen markkinaosuutta. Yrityksen oma henkilökunta on todella tärkeässä asemassa suunniteltaessa uusia tuotteita. Matkailualalla yleisesti hyväksytyyn tutkimuksen mukaan 55 prosenttia kaikista tuoteideoista tulee yrityksen sisältä. Uusia ideoita voidaan kerätä muodollisen tutkimuksen kautta tai vaihtoehtoisesti järjestää aivoriihiä, jolloin henkilöstön jäsenet saavat vapaasti kertoa uusista ideoistaan.

Erityisesti henkilöt, jotka ovat suorassa yhteydessä asiakkaiden kanssa, voivat tuoda asiakkaiden näkökulmaa ja ajatuksia aivoriiehen. (Komppula & Boxberg 2002, 100; Kotler ym. 2006, 324.)

Perimmäinen tarkoitus uusilla ryhmämatkoilla on saada yritykselle tuottoa. On kuitenkin lähes yhtä tärkeää erilaistaa Porvoo Toursin ryhmämatkatuotteita ja tarjota asiakkaille jotakin uutta. Porvoo Toursissa yritetään aina väliajoin kehittää uusia tuotteita ja monipuolistaa tarjontaa, jotta asiakkaat pysyisivät kiinnostuneina tuotteista ja varaisivat niitä.

Sain paljon ideoita ryhmämatkoihin käydessäni haastattelemassa Porvoo Toursin toimitusjohtajaa Birgitta Palmqvistiä 29. maaliskuuta 2012. Häntä päätettiin haastatella, koska tutkitusti yli puolet tuoteideoista tulee yrityksen sisältä. Minulla itselläni oli valmiiksi ideoita niin pyöräilystä, melonnasta kuin hitaasta ruokailusta, mutta matkat alkoivat muotoutua lopulliseen muotoonsa vasta haastattelun jälkeen. Sain Birgitalta tärkeää tietoa lähialueista ja sen mahdollisuuksista. Yksi idea, jonka hän antoi kokonaan, oli Sikosaaren luontopolun hyödyntäminen ryhmämatkoissani. Hän kertoi, että on aina halunnut Sikosaaren jollakin tavalla mukaan heidän tarjontaansa. Näiden ryhmämatkojen suunnittelussa siihen avautui mahdollisuus.

Porvoo Toursin henkilökunnan kesken oli tarkoitus järjestää aivoriihi, jotta yrityksessä työskentelevät saisivat ääntään kuuluviin ja ideoita tulisi laajemmin. Haastateltuani Porvoo Toursin toimitusjohtajaa Birgitta Palmqvistiä totesin kuitenkin, että aivoriihestä ei olisi vastaavaa hyötyä tutkimukselle. Birgitta Palmqvist antoi haastattelussaan niin monta käyttökelpoista tuoteideaa, että aivoriihen järjestäminen ei ollut enää tarpeellista. Porvoo Toursissa juuri kevään loppu on kiireisintä aikaa ryhmämatkojen osalta. Tutkimuksessa päätettiin, että annetaan Porvoo Toursin työntekijöille työrauha eikä aivoriihtä järjestetä.

Ensimmäiset hahmotelmat ryhmämatkoista tulivat ilmi jo hyvin aikaisessa vaiheessa opinnäytetyöprosessia. Ideat lähtivät alun perin hitaan matkailun ideologiasta ja periaatteista, jota hyödynnettiin lopullisissa ryhmämatkoissa mahdollisuuksien mukaan. Ennen opinnäytetyöprosessia koko hitaan matkailun käsite oli minulle osittain vieras, joten prosessista oli paljon hyötyä myös minulle itselleni.

Suunnittelin alun perin, että ryhmämatkoilla käytettäisiin mahdollisuuksien mukaan vaihtoehtoisia kulkuvälineitä, kuten polkupyöriä, kanootteja, suksia sekä tehtäisiin kävelykierroksia. Tarkoituksena oli suunnitella ainakin yksi ryhmämatka, joka sijoittuisi Porvoon ulkopuolelle. Halusin, että matka olisi mahdollista toteuttaa linja-auton lisäksi myös polkupyörillä, jonka vuoksi olin kiinnostunut polkupyörien vuokrauspalvelusta Porvoon alueella. Sain kuitenkin kuulla, että Porvoossa polkupyörien vuokraus rajoittuu polkupyöräkorjaamoiden muutamiin kappaleisiin. Myöskään Porvoon kaupungilla tai matkailutoimistolla ei ole tarjota polkupyöriä vuokralle. Tämän vuoksi

ryhmämatkoja ei ole mahdollista toteuttaa täysin hitaan matkailun periaatteita hyödyntäen, vaan kauemmas sijoittuvat matkat joudutaan hoitamaan linja-autokuljetuksilla.

Lisäksi pohdin ideointivaiheen aikana Porvoo Toursin suosituimpia ryhmämatkoja, jotka ovat Porvoo perinteisesti, Porvoon kolmet kasvot sekä Kartanomatka Itä-Uudellamaalla. Halusin tietää, mikä tekee suosituimmista matkoista sellaisia, että niitä varataan aina uudestaan ja uudestaan. Yhtäläisyyksiä matkojen kesken oli muutamia. Porvoo perinteisesti ja Porvoon kolmet kasvot sijoittuvat Porvoon vanhaan kaupunkiin, joka on ehdottomasti Porvoon tunnetuin nähtävyys ja käyntikohde. Kartanomatka Itä-Uudellemaalle -ryhmämatkan kuvauksessa mainitaan, että ennen matkaa on mahdollista piipahtaa vanhassa kaupungissa. Lisäksi kartanot ovat yhteinen tekijä kahdella matkalla; niin Kartanomatka Itä-Uudellemaalle kuin Porvoon kolmet kasvot -matkalla nautitaan iltapäiväkahvit Haikon kartanossa. Mielestäni suurin yhdistävä tekijä näille kolmelle matkalle on se, että ne esittelevät Porvoota tai sen lähialueita perinteiseen tapaan. Matkustuskohteet ovat perinteisiä ja historiallisesti arvokkaita. Tämän vuoksi aion kehittää omat ryhmämatkani sillä tavoin, että mukana on paljon perinteisiä elementtejä.

Ideoista alkoi jo tuotekehityksen aikaisessa vaiheessa muotoutua erillisiä ryhmämatkoja, jo sen takia että ne sijoittuivat Porvoon eri osiin ja osittain myös ulkopuolelle. Ideoiden erottelu erillisiksi ryhmämatkoiksi oli verrattain helppo tehtävä. Maalaiselämää Isnäsissä -matkapaketti sai alkunsa Birgitta Palmqvistin toiveesta. Matkaa varten koottiin ideoita niin Palmqvistin kuin Mia Aitokarin haastatteluista kuin myös hitaan matkailun periaatteista. Alun perin tarkoituksena oli tarjota asiakkaille vaihtoehto pyöräillä matkakohteeseen Isnäsiin. Porvoossa ei kuitenkaan ole tarpeeksi pyöränvuokraustoimintaa tämänlaisen ryhmämatkan järjestämiseen, joten vaihtoehto tuli unohtaa.

Maalaiselämää Isnäsissä -ryhmämatkan idea, kuten monet muut ideat, sai alkunsa Birgitta Palmqvistin aloitteesta. Palmqvist oli itse vierailut Isnäsin kylässä aiemmin, ja oli halunnut järjestää Isnäsiin ryhmämatkan jo jonkin aikaa. Hänellä oli myös toiveena yksi ryhmämatka, joka olisi mahdollista toteuttaa linja-autolla. Haastattelussaan

(29.3.2012) hän kertoi seuraavaa: ”Ja tää on tämm, tän tyyppinen et jotka sit vaatii sitä, just sitä et just se on joko polkupyörä tai kanootti. Mut sitten varmaan joku on semmonen et olis kiva et sitä vois kuitenkin suorittaa niinku ryhmänä, ihan sillai niinku kuitenkin linja-autolla. Koska kaikki ei halua olla niin aktiivisia, eikä pysty olemaan niin aktiivisia.” Hänen toiveensa takia ryhmämatka Isnäsiin oli yksi tärkeimmistä toteutettavista matkoista.

Isnäsin ryhmämatkaa aloitettiin suunnittelemaan Labbyn kartanon takia. Kartano on tunnettu luomutuotteistaan, erityisesti yriteistään, ympäri Suomen. Labbyssä olisi mahdollista järjestää tilakierros ja kahvitteletunti kartanon terassilla. Käyntikohde vaikutti todella mielenkiintoiselta ja teemaan sopivalta, ja päätin sen heti olevan suunnitelmissani mukana. Seuraavana oli ajatus lounaasta ravintola Kaarnarannassa, joka on sisustettu täysin kierrätystuotteilla. Ravintola toimii lisäksi myös majoituspaikkana. Palmqvist mainitsi lisäksi kahdesta museosta alueella, jotka ovat höyrykonemuseo sekä saaristolaismuseo. Mia Aitokari kertoi haastattelussaan (27.4.2012) lisäksi näköalapaikasta, joka on vierailun arvoinen. Lisäksi Aitokari kertoi ajatuksesta, että Rönnsästä voitaisiin purjehtia Isnäsiin matkan aikana esimerkiksi purjeveneillä paikallisen pursiseuran toimesta. Yksi ajatus Isnäsin matkaan oli, että nuorisoseuran kokit voisivat valmistaa asiakkaille perinnelounaan nuorisoseurantalolla.

Ideoita Isnäsin ryhmämatkaan oli todella paljon, ja minulla heräsi ajatus, että joitakin ideoita tulisi seuloa pois lopullisista matkoista. Tämä tehtiin sen vuoksi, että asiakkaille ei tulisi liian kiire matkan aikana, ja että kustannukset pysyisivät kohtuullisina. Liian monimutkainen ryhmämatka saattaisi karkoittaa potentiaaliset asiakkaat pois. Päätin, että purjehdusmatka Rönnsästä Isnäsiin jätettäisiin pois ryhmämatkasta. Lisäksi lounas oli jo päätetty järjestää Kaarnarannassa, joten ajatus nuorisoseurantaloon perinnelounaasta tuntui tarpeettomalta. Jouduin myös valitsemaan kahden alueella olevan museon välillä, jotta matkalle ei tulisi liikaa pituutta ja matkustajat pysyisivät kiinnostuneina. Sijainti aivan ravintola Kaarnarannan vieressä sekä lähellä näköalapaikkaa vahvistivat ajatustani siitä, että valitsen matkalle höyrykonemuseon Rönnsäsin saaristolaismuseon sijaan. Toisaalta, jos ryhmämatkaa halutaan joskus erilaistaa, tässä on hyviä vinkkejä mahdollisille muutoksille.

Tutkiessani hidasta matkailua huomasin, että se liittyy hitaaseen ruokailuun enemmän kuin alun perin luulin. Hidas ruokailu, luomu- sekä ekoruoka ovat suuressa osassa hidasta matkailua määriteltäessä. Tämän vuoksi halusin yhden, pelkästään hitaan ruokailun ryhmämatkan. Matkassa oli tarkoitus olla vain ruokailu, eikä muita elementtejä. Aloin kuitenkin jalostaa tätä ideaa enemmän, jolloin kävi ilmi, että asiakkaat eivät olisi välttämättä kiinnostuneita yksiosaisesta ryhmämatkasta. Tämän jälkeen lisäsin ryhmämatkaan kävelykierroksen Vanhassa Porvoossa. Ryhmämatkan nimeksi tuli Kiireetön ruokailu.

Sikosaaren luontopolun hyödyntäminen ryhmämatkoissani Birgitta Palmqvistin toiveiden mukaisesti oli yksi päätavoitteitani ryhmämatkojen suunnittelussa. Oli selvää, että luontopolulle tehtävään matkaan tulisi lisätä ruokailu tai kahvihetki, mutta muuten matka pidettäisiin hyvin yksinkertaisena eikä siihen lisättäisi montaa erillistä elementtiä. Porvoo Toursissa on huomattu, että monesti yksinkertaisemmat matkat toimivat paremmin kuin liian monimutkaiset. Tämä matka sai nimen Monen maiseman luontopolku. Idea nimeä varten tuli Birgitta Palmqvistin haastattelusta. Haastattelussaan hän kertoi, että luontopolun varrella on todella montaa erilaista suomalaista luontotyyppiä, jonka vuoksi nimi tuntui sopivalta.

Idea Melontamatka saariston sydämeen -ryhmämatkaan tuli siitä yksinkertaisesta ajatuksesta, että jokaisella matkalla ei haluttu käyttää linja-autoa. Tarkoituksena oli hyödyntää vaihtoehtoisia kulkuvälineitä, tässä tapauksessa kanootteja hitaan matkailun periaatteiden huomioimiseksi. Tämän ryhmämatkan oli tarkoitus olla kaksipäiväinen, joka asetti suunnittelulle erinäisiä haasteita. Matkan eri osasten tulisi olla niin kiinnostavia, että asiakkaiden mielenkiinto pysyisi koko matkan ajan. Lisäksi mieleeni heräsivät turvallisuuskysymykset; varsinkaan aloittelijoille melonta ei ole helppoa. Mitä jos matkan aikana tapahtuisi jokin onnettomuus? Aloin kuitenkin suunnitella matkaa ja sen eri osa-alueita. Haastattelussani Birgitta Palmqvistin kanssa sain hyviä vinkkejä matkan suuntaa ajatellen. Päätin, että matkalla lähdettäisiin Porvoon keskustasta etelään, jossa ensimmäisenä pysähdyspaikkana olisi Hommanäsin kartano. Myöhemmin Mia Aitokarin haastattelussa kuulin, että kartano ei välttämättä sopisi matkan muuhun teemaan.

Ensimmäinen ilta ja yö oli tarkoitus viettää joko Pellingin saarella tai Tirmon saaristokeskuksessa. Näistä Tirmon saaristokeskus viehätti minua enemmän, lähinnä palveluidensa vuoksi. Ruokailu oli mahdollista hoitaa joko erinäisten kalastajien toimesta tai Martin Tillmanin tilausravintolassa. Ravintola kuulosti näistä paremmalta ratkaisulta, koska suurikin ryhmä mahtuisi ruokailemaan samaan paikkaan. Mia Aitokari vahvisti tätä tietoa ja suositteli ruokailun järjestämistä Tillmanilla. Toisena päivänä matkaa olisi tarkoitus jatkaa Rönkäsiin, jossa vierailtaisiin saaristomuseossa sekä nautittaisiin lounas. Tästä linja-auto hakisi ryhmän takaisin Porvooseen.

4.5 Konseptin kehittäminen

Tuoteideoista kehitetään tuotekonsepteja, jotka ovat kehiteltyjä ja yksityiskohtaisempia versioita ideoista. Normaalisti ideasta kehitetään monta konseptia, joita esitellään tuleville asiakkaille kuvallisesti tai kirjallisesti. Jatkokehitykseen valitaan ideoista parhaat asiakkaiden mielipiteiden perusteella. (Kotler ym. 2006, 326–328.)

Koska ideat ryhmämatkoihin tulivat suurimmalta osin yrityksen sisältä, ei erilaisten konseptien kehittämiseksi ollut mielestäni tarvetta. Esitin kehitettävät ideat Birgitta Palmqvistille 3. toukokuuta, ja hän antoi omat kommenttinsa niihin. Hän muun muassa kehotti lisäämään Maalaiselämää Isnäsisä -matkaan tarkennuksen lounaan lähiruokamaisuudesta. Mahdollisesti tähän riittäisi kuvaus lounaan sisällöstä. Monen maiseman luontopolkuun hän oli tyytyväinen sellaisenaan.

Kiireetön ruokailu -pakettiin Palmqvist kehotti miettimään jotakin elementtiä, jolla ruokailu erottuisi muista lähiruokaa tarjoavista porvoalaisista ravintoloista. Esimerkkinä hän antoi Porvoo Toursin toteuttaman ryhmämatkan Ravintolaan B, jonka koko menu viineistä lähtien oli luomua ja osittain myös biodynaamista. Tuoteideaan Melontamatka saariston sydämeen Palmqvist kehotti lisäämään kilometrimäärän päivää kohden, sekä teki muita pieniä korjauksia. Voisi kuitenkin sanoa, että nämä ryhmämatkat olivat ideoiden mukaisia ja tämän vuoksi miellyttivät Porvoo Toursia hyvin.

4.6 Markkinointisuunnitelma ja businessanalyysi

Markkinointisuunnitelma koostuu kolmesta osasta, joista ensimmäinen kuvaa kohdemarkkinoita, myyntiä, markkinaosuutta ja tulostavoitteita. Toinen määrittelee tuotteen hinnan ja markkinointibudjetin ensimmäiselle vuodelle. Kolmas osa kuvaa pitkän tähtäimen myyntiä, tuottotavoitteita sekä markkinointistrategiaa.

Businessanalyysi sisältää katsauksen myynnistä, kuluista ja tuottoennusteesta, jotta voidaan määritellä, täyttyvätkö yrityksen tavoitteet. . (Komppula & Boxberg 2002, 102; Kotler ym. 2006, 330–331.)

Tuotetta on tarkoitus markkinoida erilaisille incoming-matkatoimistoille. Näistä matkatoimistoista valtaosa toimii Helsingissä, joka on hyvä näitä ryhmämatkoja ajatellen. Matkatoimistot voisivat tarjota Helsinkiin tuleville matkailijoille pientä hengähdystaukoa Porvoossa, poissa Helsingin kiireestä. Ryhmämatkoja voisi tarjota incoming-matkatoimistoille, jotka voisivat tarjota niitä edelleen omille asiakkailleen. Hyviä matkatoimistoja tähän tarkoitukseen olisivat Long Special Services, Viada, Tumlare, The Travel Experience, Traveller's Choice, Next Travel sekä HRG Nordic.

4.7 Tuotteiden rakentaminen ja testimarkkinointi

Jos tuote läpäisee businessanalyysin, siirrytään tuotteen rakentamiseen. Tässä kohtaa voi lisäksi määritellä yrityksen resursseja, joita ovat henkilökunnan osaaminen, välineet, tapahtumapaikka ja yhteistyökumppaneiden resurssit. (Komppula & Boxberg 2002, 102; Kotler ym. 2006, 330–331.)

Aloitin tuotteiden rakentamisen ottamalla yhteyttä eri yhteistyökumppaneihin. Käytännössä tämä tapahtui sähköpostitse toukokuun aikana. Ensimmäinen sähköposti lähetettiin porvooolaiselle Ravintola A:lle 1. toukokuuta 2012. Vastaukset tulivat vaihtelevasti eri yrityksiltä; jotkut vastasivat jo kymmenen minuutin kuluttua, toisilta sai odottaa vastausta monta viikkoa. Yhteistyökumppanit suhtautuivat suopeasti opinnäytetyöhön, mutta kertoivat myös, jos jokin suunniteltu ei ollut mahdollista.

Maalaiselämää Isnäsissä -ryhmämatkan yhteistyökumppaneita ovat höyrykonemuseo, ravintola Kaarnaranta, Labbyn kartano sekä Isnäsin tunteva opas. Näistä ensimmäisenä

saatiin varmistettua höyrykonemuseo. Museo on Isnäsin kylätoimikunnan omistuksessa, ja haastateltava Mia Aitokari on kylätoimikunnan puheenjohtaja. Seuraavana yhteyttä otettiin Labbyn kartanoon, jossa oli tarkoituksena tehdä kartanokierros puutarhassa ja sisällä sekä juoda iltapäiväkahvit kartanon terassilla. Kartanon isäntä vastasi viestiin todella nopeasti ja oli mielellään mukana ryhmämatkassa. Ravintola Kaarnarannan osalta yritettiin ottaa yhteyttä ravintolalokkiin, joka on vastuussa ravintolan toiminnasta. Sain hänet lopulta kiinni, ja saimme sovittua hinnoista sekä menusta hänen kanssaan.

Haastateltavien toiveina oli, että Isnäsin matkaa johtaisi opas, jolla on paljon tuntemusta opastettavasta alueesta. Porvoon oppaista kaksi olivat tähän erityisen sopivia henkilökohtaisten kokemustensa vuoksi. Otin molempiin oppaisiin yhteyttä, ja kumpikin suhtautui asiaan todella positiivisesti.

Kiireetön ruokailu -matkan tarkoituksena oli nauttia hitaasti lähiruokaa jossakin Porvoolaisessa ravintolassa. Idea tuntui aluksi hyvältä, mutta tarkemmin miettiessä ei saavuttanut ryhmämatkan tavoitteita. Matkaan päätettiin lisätä kävelykierros Vanhassa Porvoossa. Eräs Porvoolainen Ravintola A oli tullut todella vahvasti esille Mia Aitokarin haastattelussa. Aitokari (27.4.2012) mainitsi ravintolan moneen kertaan ja painotti erikseen : ”Se tulee olemaan ihan varmasti niinku alueen vahvimmin lähiruokaan erikoistunut ravintola.” Tämän vuoksi halusin, että kyseinen ravintola on jossakin ryhmämatkassa mukana, ja tähän matkaan se mielestäni sopi erittäin hyvin. Ravintoloitsija vastasi viestiin positiiviseen sävyyn. Tämän jälkeen sain Birgitta Palmqvistilta vinkin, että tämä ryhmämatka olisi mahdollisesti liian yksinkertainen, jotta asiakkaat haluaisivat varata sitä. Matkassa tulisi olla ruokailun lisäksi jokin muu puoleensavetävä elementti.

Keskusteltuani Palmqvistin kanssa aloin pohtia, onko ruokailumatkan sisältö kuitenkin sitä, mitä Porvoon Toursissa halutaan. Palmqvist oli muutaman kerran kommentoinut, että matkaan tarvitsisi jotakin lisäarvoa, jotta se kiinnostaisi asiakkaita. Aitokari oli kehunut ensiksi valittua ravintolaa, mutta tässä työssä tärkeämpää oli toimeksiantajani tyytyväisyys. Pää tavoitteeni oli ryhmämatkojen hyöty toimeksiantajalle. Tämän vuoksi otin yhteyttä Ravintola B:hen, jonka Palmqvist oli maininnut

aikaisemmin. Hän tuntui pitävän paikasta, ja Porvoo Toursilla oli yhteistyöstä heidän kanssaan paljon positiivisia kokemuksia. Ravintola B tekee entuudestaan paljon yhteistyötä Porvoo Toursin kanssa, ja haluaa jatkaa yhteistyötä edelleen.

Monen maiseman luontopolku -matkassa elementteinä ovat luontopolku sekä kahvihetki Porvoon keskustassa valitussa kahvilassa. Lisäksi kävelykierrosta jatketaan Linnamäelle. Yhteistyökumppaneina ovat luonto-opas, joka mahdollisesti järjestyy Porvoon kaupungilta, sekä kahvila tai ravintola Porvoossa. Alun perin Birgitta Palmqvistin kanssa suunniteltiin kahvilaksi Porvoon Paahtimoa, jonne voisi tilata ruoan jostakin muusta Porvoolaisesta ravintolasta. Mia Aitokarin haastattelun jälkeen idea Paahtimosta muuttui kesäravintola Johansiin, koska hänen mukaansa Johans käyttää enemmän lähiruokaa. Johansille on lisäksi suunniteltu lähiruokamenu Huoletta Tuoretta -projektin tiimoilta. Menua voisi mahdollisesti hyödyntää ryhmämatkassa. Yksi Johansin ravintoloitsijoista vastasi muutama päivä viestin lähettämisen jälkeen. Hän oli erittäin kiinnostunut ryhmämatkasta, ja kertoi Johansin olevan mielellään ryhmämatkassa mukana.

Melontamatka saariston sydämeen -matkan osalta ensimmäisenä otettiin yhteyttä Kanotklubben Wiking ry:hyn, jolta toivottiin saatavan kanootteja matkailijaryhmien käyttöön. Seuran puheenjohtaja vastasi kuitenkin nopeasti, että heidän kanoottinsa ovat vain yhdistyksen jäsenten käyttöön, eikä yleisesti vuokrattavissa. Lisäksi heillä ei ollut kysyttyä melontaopastuspalvelua. Tässä vaiheessa melontamatka alkoi tuntua todella haastavalta, koska jos kanootteja ja opastusta ei ollut saatavilla, on matka mahdoton toteuttaa siinä muodossaan. Koska suunnitelmissa oli jo kolme ryhmämatkaa, tuntui työmäärä todella suurelta. Työn määrää lisäsi se, että tälle ryhmämatkalle olisi täytynyt löytää majoitus, johon mahtuu viitisenkymmentä henkilöä. Tämän vuoksi tiedustelin Birgitta Palmqvistilta, voisinko keskittyä vain muihin kolmeen ryhmämatkaan, jotta saisin ne toteutettua mahdollisimman hyvin. Hän suhtautui asiaan hyvin, ja suositteli minua käyttämään omaa harkintaani asiassa. Päätin siis jättää tämän ryhmämatkan tuote-ehdotukseksi, joka voitaisiin kehittää loppuun Porvoo Toursissa heidän halutessaan. Tätä päätöstä tuki lisäksi se, että Porvoo Toursin suosituimmat ryhmämatkat ovat yksipäiväisiä, ja heiltä harvoin varataan monipäiväisiä ryhmämatkoja.

Testimarkkinoinnissa arvioidaan itse tuotetta, sen strategiaa, mainontaa, jakelua, brändäystä, paketointia sekä budjettia. Tuloksia hyödynnetään tekemällä parempaa myyntiä ja tuottoennusteita. Tuotekehityksen kannalta tärkeimmät kysymykset ovat milloin, missä, kenelle ja miten. Joissakin tapauksissa, varsinkin jos tuotekehityksen ja käyttöönoton kustannukset ovat pienet, yrityksen ei kannata tehdä markkinatestausta ollenkaan. (Kotler ym. 2006, 334–336.) Komppulan ja Boxbergin (2002, 108; 114) mukaan palveluprosessia ja tuotetta voidaan testata oman henkilökunnan voimin, jotta tuotteesta tulee esille sen hyvät ja huonot puolet. Tässä vaiheessa tuotetta on vielä helppo muuttaa. Lopuksi tuote kaupallistetaan eli lanseerataan kohderyhmälle, jolloin kustannukset nousevat. Tuotekehityksen sekä käyttöönoton kustannukset ovat pienet Porvoo Toursille. Tämän vuoksi testimarkkinointia ei tarvitse tehdä, vaan voidaan siirtyä suoraan tuotteiden kaupallistamiseen.

4.8 Hinnoittelu ja kaupallistaminen

Hinnoittelu on yksi yrityksen tärkeimmistä kilpailukeinoista. Monesti valitessaan tuotetta tai palvelua asiakas katsoo hintaa, ja tekee päätöksensä vain sen perusteella. Tarkoituksena tehokkaassa hinnoittelussa on maksimoida palvelun kannattavuus oikealla katteen ja markkinaosuuden suhteella. Kun kilpailu yritysten välillä kiristyy, laadulla on yhä suurempi merkitys hinnan lisäksi. Voittajaksi selviytyy se yritys, joka tuottaa laadukkaan tuotteen halvimpaan hintaan. (Suomen Yrittäjät 2012; Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.)

Asiakkaalle hinta merkitsee tuotteen arvoa sekä laatua. Yrityksellä hinta muodostuu ainoaksi kilpailukeinoksi, jos tuote tai palvelu ei ole houkuttelevampi kuin kilpailijoilla. Tässä tapauksessa yrityksellä tulisi olla kustannusetu kilpailijoihinsa nähden. Jos kustannusetua ei ole mahdollista toteuttaa, tulisi kilpailukeinona olla muutakin kuin pelkkä hinta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.)

Yrityksen hintapolitiikka voi perustua korkeaan alkuhintaan, alhaiseen hintaan, vakiintuneeseen markkinahintaan tai hintojen porrastukseen. Hintoihin vaikuttavat lisäksi ympäröivät markkinat, yrityksen omat tavoitteet, myytävä palvelu tai tuote sekä

sen kustannukset. Erilaisia hinnoittelumenetelmiä ovat markkinapohjainen hinnoittelu, katetuottohinnoittelu sekä omakustannus- eli voittolisähinnoittelu.

Markkinapohjaisessa hinnoittelussa hinta määräytyy ympäröivien markkinoiden sekä kilpailijoiden hintatasoon. Kun yrityksen voittotavoite vähennetään markkinahinnasta, saadaan selville tuotteen tai palvelun enimmäiskustannukset yritykselle. Tällöin tuotantokustannuksia kiristetään, jotta ne kohtaavat tavoitekustannukset. Tämä on nykyisin suhteellisen yleinen hinnoittelumalli. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.)

Katetuottohinnoittelu perustuu siihen, että palvelun tai tuotteen hinnan tulee kattaa kaikki sen tuotantokustannukset. Jäljelle jää katetuotto, jolla on pystyttävä kattamaan yrityksen kiinteitä kustannuksia. Yritys saa voittoa, jos katetuotto ylittää kiinteät kustannukset. Omakustannus- eli voittolisähinnoittelussa otetaan muuttuvien kustannusten lisäksi huomioon osa yrityksen kiinteistä kustannuksista. Lopullinen myyntihinta eli tuotteen minimihinta saadaan, kun tähän lisätään haluttu voitto sekä verot. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012.) Hinnoittelussa on hyvä huomioida, että myyntihinta on se kokonaishinta, jonka asiakas maksaa palvelusta. Tämä hinta sisältää kaikki maksut, verot ja mahdolliset pantit. Hintaa ei voi ilmoittaa asiakkaalle osissa. (Suomen Yrittäjät 2012.) Näistä menetelmistä Porvoo Toursissa käytetään katetuottohinnoittelua. Yrityksessä hinnoitellaan jokainen tuote tietyn laskukaavan mukaan.

Tehtävänäni tässä opinnäytetyössä oli tuottaa valmiita ryhmämatkoja Porvoo Toursille. Kaupallistaminen eli lanseeraus hoituu toimeksiantaja Porvoo Toursin toimesta. Yrityksessä toteutetaan kaupallistaminen, eli tuotteiden lanseeraus asiakkaille, opinnäytetyön valmistumisen jälkeen. Yrityksessä kaupallistetaan tuotteet, jos niiden katsotaan sopivan yrityksen tarjontaan ja ne halutaan ottaa myyntiin Porvoo Toursin Internet-sivuille. Käytännössä kaupallistaminen tapahtuu niin, että tuotteet julkaistaan Porvoo Toursin Internet-sivuilla ja niitä tarjotaan eri incoming-matkatoimistoille Helsingin ja Uudenmaan alueella markkinointisuunnitelman mukaisesti. Lisäksi Porvoo Tours tuottaa ryhmämatkoista esitteen, johon tuotetut ryhmämatkat mahdollisesti liitetään.

Organisaatiossa tehdään päätöksiä koskien uusia tuotteita ja tuotekehitystä. Tuotteita voidaan parantaa, modernisoida tai brändätä. Tuotteiden parantamisen tarkoituksena on saada asiakkaat käyttämään palveluita entistä useammin. Brändäys auttaa yritystä segmentoimaan markkinoitaan, antaa potentiaalin houkutella uskollisia ja tuottavia asiakkaita, parantaa yrityksen kuvaa ja auttaa seuraamaan varauksia, myyntiä, asiakasongelmia ja reklamaatioita. (Morrison 2010, 350–351.)

5 Kehitetyt matkailutuotteet

Seuraavassa esittelen Porvoo Toursille kehittämäni matkailutuotteet. Ryhmämatkoista kolme ovat loppuun asti suunniteltuja. Ne ovat Maalaiselämää Isnäsissä, Kiireetön ruokailu sekä Monen maiseman luontopolku. Neljäntenä suunnittelin Porvoo Toursille tuote-ehdotuksen Melontamatka saariston sydämeen. Ryhmämatkat koostuvat monista eri osa-alueista. Osista suurin osa noudattaa hitaan matkailun arvoja. Jotkin osat, esimerkiksi matka linja-autolla Isnäsiin, eivät ole hitaan matkailun mukaisia. Matkaan ei ollut saatavilla vaihtoehtoisia kulkuvälineitä polkupyöriä, joten matka oli toteutettava linja-autolla. Linja-autolla toteutettava matka oli myös yksi Porvoo Toursin toimitusjohtajan toiveista, jonka vuoksi se oli tärkeä toteuttaa.

Jos kaikki matkat olisi toteutettu kunnioittaen hidasta matkailua tarkalleen, matkoista olisi tullut todella pitkiä. Tämän vuoksi kustannukset olisivat nousseet, jonka seurauksena asiakkaat olisivat saattaneet valita toisen, edullisemmän matkan. Asiakkaiden sekä toimeksiantajan tarpeet olivat suuressa osassa näiden ryhmämatkojen suunnittelussa.

Tärkeintä näissä ryhmämatkoissa on se, että hitaan matkailun tunnelma tulee niissä esille. Matkoista olisi luultavasti tullut hyvin erilaisia, jos ne olisi suunniteltu vain erillisinä ryhmämatkoina. Näistä jokaisessa matkassa on punainen lanka, jota seurata. En halunnut korostaa hitautta ryhmämatkojen nimissä, koska hidas matkailu voi olla suurelle osalle asiakkaita vieras käsite. Se voisi karkottaa joitakin asiakkaita. Kun Porvoo Toursin henkilökunta keskustelee asiakkaidensa kanssa matkoista, he voivat kuitenkin mainita, että kyseessä on hitaan matkailun arvojen perusteella suunniteltu tuote. Tämä voi luoda lisäarvoa asiakkaalle.

Ryhmämatkoista kaksi, Maalaiselämää Isnäsissä sekä Monen maiseman luontopolku ovat toteutettavissa kesäaikaan toukokuun alusta syyskuun loppuun. Isnäsin näköalatorniin olisi vaikeaa kulkea talvisaikaan, ja Labbyn kartanon tila- ja puutarhakierros ei olisi samanlainen talvella. Monen maiseman luontopolku -matkalla tärkeintä on luontopolku, joka ei ole samanlainen talvella. Lisäksi ravintola Johans on

auki vain kesäaikaan. Melontamatka saariston sydämeen -tuote-ehdotus toteutettaisiin myös kesäisin. Kiireetön ruokailu -ryhmämatkaa voi toteuttaa ympäri vuoden.

Suunnittelin Porvoo Toursille myyntimanuaalin (Liite 3), josta he löytävät helposti tiedot ryhmämatkojen järjestämiseen. Myyntimanuaalissa on jokaisen ryhmämatkan osalta tuotokuvaus, matkan kesto, hinta, toteutusaika, yhteystiedot sekä ohjeet matkojen järjestämiseen. Joissakin matkoista on lisäksi kehitysehdotuksia, jos Porvoo Toursissa halutaan muunnella matkaa ajoittain. Erityisesti tärkeää on, että yhteystiedot ovat kaikki samassa paikassa, jotta heidän on helppo ottaa yhteyttä yhteistyökumppaneihin. Tuote-ehdotuksen osalta olen kirjannut ylös toimenpiteet, joita tulisi tehdä, jos matkaa halutaan jatkokehittää.

5.1 Maalaiselämää Isnäsissä

Tällä ryhmämatkalla tutustumme Isnäsin idylliseen kylään, joka on osaltaan myös eräänlainen luomutuotannon keskittymä. Saavuttuamme Isnäsiin vierailimme höyrykonemuseossa, johon tutustumisen jälkeen nautimme lounaan läheisessä ravintola Kaarnarannassa. Lounaan sisältö vaihtelee kauden raaka-aineiden mukaan, ja sen valmistuksessa käytetään mahdollisimman paljon lähi- ja luomuraaka-aineita. Seuraavaksi vuorossa on maisemien ihaileminen Isnäsin näköalatornista, josta on kauniit näkymät meren Pernajanlahdelle ja jopa Loviisaan saakka. Viimeisenä piipahdamme Labbyn historiallisessa kartanossa, jossa viljelyä on toteutettu luomuviljelynä jo vuodesta 1988. Kartanon tilapuodista on mahdollista ostaa lähi- ja luomuruokaa, muun muassa erilaisia viljatuotteita, lihaa, vihanneksia sekä yrttejä. Nautittuamme iltapäiväkahvit kartanon kuistilla lähdemme linja-autokyydillä takaisin Porvooseen.

Kesto: 5 ½ tuntia

Hinta: ma - la 54,50€/hlö

su 58,50€/hlö

(hinnat sisältävät arvonlisäveron)

Hinta sisältää sisäänpääsymaksun Höyrykonemuseoon, lounaan ravintola Kaarnarannassa, tilakierroksen ja kahvituksen Labbyn kartanossa sekä opastuksen. Osallistujamäärä vähintään 25 henkilöä.

Toteutus: toukokuu - syyskyy

5.2 Kiireetön ruokailu

Tällä ryhmämatkalla vietämme iltaa hitaasti ruokaillen Ravintola B:ssä. Nautimme Ravintola B:n tunnelmallisessa miljöössä juhlaillallisen. Kaikki ruoat valmistetaan Ravintola B:n omassa keittiössä, jossa on perinteinen leivinuuni. Illallinen koostuu pääosin luomu- ja lähiruoasta, ja ruoanlaitossa painotetaan laatua ja luontoystävällisyyttä.

Kesto: 2 tuntia

Hinta: Tuote hinnoitellaan ryhmäkohtaisesti Ravintola B:ssä.

Toteutus: ympäri vuoden

5.3 Monen maiseman luontopolku

Matkan aikana tutustumme Porvoon keskustan läheisessä saarella sijaitsevaan luontopolkuun, jonka lyhyen kävelymatkan aikana näemme Suomen luontoa monipuolisimmillaan. Matka alkaa lintujensuojelualueen viereltä. Kuljemme merenrantaa pitkin jylhään aarnimetsämaisemaan, jonka siimeksestä laskeudumme rauhaisalle niitylle. Luontopolulla poikkeamme ruovikkoalueelle ja rantalehtoon. Luontopolun jälkeen suuntaamme Vanhaan Porvooseen, jossa nautimme lähiruokamaistiaisista Porvoonjoen rannalla kesäravintola Johansissa. Matkan lopuksi kävelemme Porvoon vanhan kaupungin läpi Linnamäelle, josta avautuu kauniit maisemat yli vanhan Porvoon. Kävelemme päivän aikana noin viisi kilometriä. Matka on mahdollista toteuttaa myös sauvakävelen.

Kesto: 4 tuntia

Hinta: ma - la 29,50€/hlö

su 34,50€/hlö

Hinta kävelysauvojen kanssa:

ma-la 36€/hlö

su 41€/hlö

(hinnat sisältävät arvonlisäveron)

Hinta sisältää lähiruokamaistiaiset kesäravintola Johansissa sekä opastuksen. Osallistujamäärä vähintään 15 henkilöä.

Toteutus: toukokuu - syyskyy

5.4 Tuote-ehdotus: Melontamatka saariston sydämeen

Melontamatka alkaa Porvoon keskustan tuntumasta, josta lähdemme etelän suuntaan kauniille, kapealle luonnonkanavalle ensimmäisenä pysäkinämme Hommanäsin kartano. Kartanoon tutustumisen ja kahvihetken jälkeen jatkamme matkaamme Tirmon saaristokeskukseen, jossa ravintoloitsija Martin Tillman on odottamassa meitä illallisen kanssa. Illan vietämme Tirmon saaristokeskuksessa tutustuen saaristolaiselämään. Yövyimme Martin Tillmanin majatalossa. Täyttävän aamiaisen jälkeen jatkamme matkaamme meloen Rönnäsiin, jossa tutustumme vaikuttavaan saaristolaismuseoon. Nautimme lounasta ravintola Sea Golfissa Rönnäsissä, jonka jälkeen pääsemme bussikuljetuksella takaisin Porvoon keskustaan.

Tämän ryhmämatkan suunnittelua on mahdollista jatkaa Porvoon Toursissa heidän niin halutessaan. Päiväkahvien osalta tulisi ottaa yhteyttä Hommanäsin kartanoon. Ensimmäisen päivän ruokailun suosittelisin järjestettävän joko Benitas Cafessa tai Martin Tillmanin tilausravintolassa, jotka sijaitsevat Pellingissä. Toisena päivänä ruokailu olisi helpointa järjestää Sea Golf Rönnäsin ravintolassa, joka sijaitsee lähellä vierailukohdetta Rönnäsin saaristolaismuseota. Museovierailu tulee lisäksi varmistaa.

Kanotklubben Wiking Ry:llä ei ole kanootteja vuokrattavaksi, mutta yhdistyksen puheenjohtaja antoi vinkkejä, mistä kanootteja voisi mahdollisesti saada. Näillä kahdella yrityksellä olisi mahdollisesti tarjottavana kanoottiopas matkan ajaksi. Opaspalvelun järjestämiseksi sain yhteystiedot kahdelle henkilölle, jotka tuntevat Pellingin ja Tirmon alueen todella hyvin. Suosittelisin heitä matkaoppaiksi tälle ryhmämatkalle.

6 Pohdinta

Tämän tutkimuksen tavoitteina oli selvittää, kuinka hitaan matkailun periaatteita voisi hyödyntää ryhmämatkojen suunnittelussa. Käytännössä tavoite oli tarkoitus toteuttaa suunnittelemalla porvoollaiselle matkatoimisto Porvoo Toursille hitaan matkailun arvoja noudattavia ryhmämatkoja. Työni tuloksina kehitin Porvoo Toursille kolme uutta ryhmämatkaa sekä tarjosin heille yhden matkaehdotuksen. Mielestäni työni tulokset noudattivat hyvin niitä tavoitteita, jotka määrittelin itselleni työskentelyni alkuvaiheessa. Kommunikoin Porvoo Toursin toimitusjohtajan kanssa työni eri vaiheissa, ja sain häneltä kehitysehdotuksia ryhmämatkoilleni. Huomioin nämä ehdotukset suunnittelun eri työvaiheissa. Pidin toimeksiantajan mielipiteitä arvossa tuotekehityksen aikana. Tämän vuoksi uskon, että ryhmämatkat ovat heidän tarpeidensa mukaisia ja näin ollen hyödyttävät yritystä. Yritys saa tarjontaansa kolme uutta ryhmämatkaa. Lisäksi he voivat suhteellisen pienellä työmäärällä suunnitella neljännen ryhmämatkan valmiiksi niin halutessaan.

Tutkimuksen luotettavuutta voi mitata eri tavoin. Työn tarkoituksena oli luoda Porvoo Toursille uusia hitaan matkailun ryhmämatkoja. Ryhmämatkoissa on hitaan matkailun tunnelmaa ja ne ovat suurimmalta osin hitaan matkailun periaatteiden mukaisia. Matkojen kaikki osa-alueet eivät kuitenkaan ole suunniteltu hitaan matkailun arvojen mukaisesti. Tämä johtui monesta asiasta; kulkuvälineitä ei ollut saatavilla ja matka olisi tullut turhan kalliiksi. Lisäksi toimeksiantajan toiveet vaikuttivat ryhmämatkojen lopulliseen muotoon. Matkat ovat kuitenkin mielestäni niin hitaita kuin on mahdollista toteuttaa, jotta niitä pystytään tarjoamaan asiakkaille. Kun ottaa kaikki asiat huomioon, ovat mielestäni matkat onnistuneita ja tutkimus luotettava.

Mielestäni haastateltavat valittiin tässä tutkimuksessa oikein. Oli todella tärkeää saada kuulla toiveita ja mielipiteitä Porvoo Toursin sisältä, jonka vuoksi päätin haastatella yrityksen toimitusjohtajaa. Tämän lisäksi Huoletta Tuoretta -lähiruokahankkeen koordinaattorin haastattelu oli hyvä. Sain häneltä paljon tietoa alueen lähiruosta, Isnäsin kylästä sekä Pellingin tarjonnasta.

Tässä tutkimuksessa suurin muutos ryhmämatkoja ajatellen oli varmasti se, kun Kiireetön ruokailu -matkan ravintola päätettiin muuttaa Ravintola A:sta Ravintola B:hen. Olin aluksi muutosta vastaan, koska olin jo saanut myöntävän vastauksen Ravintola A:lta. Oli sääli, että tämä vaihtoehto jätettiin käyttämättä. Vähän aikaa pohdittuani olin asiaan kuitenkin tyytyväinen. Ravintola A:sta ei ollut vielä asiakaskokemuksia, ja Porvoo Tours oli erittäin tyytyväinen Ravintola B:n toimintaan. Tämän oli yksi syy siihen, miksi lopullinen ratkaisu oli mielestäni oikea.

Suosittelisin Porvoo Toursia lanseeraamaan ryhmämatkat heti, jotta he saisivat tarjottua niitä asiakkaille kesäkautta ajatellen. Jatkossa heidän on mahdollista muunnella Maalaiselämää Isnäsissä -matkaa lisäämällä siihen purjevenematkan Rönnsistä Isnäsiin. Kehottaisin heitä ensin katsomaan, kuinka kysytty matka on tällaisenaan, ja lisäämään venereissun ryhmämatkaan tarpeen vaatiessa. Lisäksi suosittelisin heitä suunnittelemaan tuote-ehdotuksen Melontamatka saariston sydämeen loppuun saakka sekä ottamaan sen myyntiin. Seuraava työvaihe suunnittelussa olisi yhteyden ottaminen yhteistyökumppaneihin sekä hinnoittelu.

Huomasin kehittyneeni tutkimuksen aikana erityisesti haastattelun teossa. Kuunnellessani ensimmäistä haastattelua huomasin, että kysymykseni olivat epätarkkoja ja käytin paljon välisanoja. En mielestäni tuonut ajatuksiani ja tarkoitusperiäni tarpeeksi hyvin esille haastattelussa. Kysymykset olivat minulla selkeästi paperilla, mutta ulosantini ei ollut yhtä selkeää. Kiinnitin asiaan huomiota seuraavassa haastattelussa ja kuunnellessani tallennetta huomasin kehittyneeni asiassa. En jäänyt hiljaiseksi tai mumisevaksi, vaan kysymykseni olivat tarkkoja ja liittyivät haastateltavan juuri kertomiin asioihin. Opin tutkimuksen aikana paljon hitaasta matkailusta, hitaan elämäntavan eri muodoista sekä tuotekehityksestä. Porvoon alueen tuntemus on minulla todella paljon parempi kuin aloittaessani tutkimuksen.

Jatkotutkimuksena tälle tutkimukselle voisi olla hitaan matkailun periaatteiden hyödyntäminen jollakin muulla matkailun osa-alueella. Näitä matkailun alueita voisi olla esimerkiksi kokous- tai ohjelmapalvelut. Näitä ryhmämatkoja voisi lisäksi kehittää eteenpäin valitsemalla mukaan joitakin muita elementtejä matkan varrelle.

Lähteet

Aitokari, M. 27.4.2012. Koordinaattori. Lähiruokahanke Huoletta Tuoretta. Haastattelu. Liljendal.

Avanti! 2012. XXVII Suvisoitto Porvoossa, 27.6.-1.7.2012. Luettavissa: <http://www.avantimusic.fi/index.php?id=30>. Luettu: 26.4.2012.

Bistro Sinne 2012. Bistro Sinne on rakenteilla – avataan Porvoon Taidetehtaalla 2012. Luettavissa: www.bistrosinne.fi. Luettu: 25.4.2012.

Business Licensing Authority 2012. Travel Agents - Who is a travel agent? Luettavissa: <http://www.bla.vic.gov.au/home/travel+agents/>. Luettu: 25.4.2012.

Café Cabriole 2009. Café Cabriole. Luettavissa: http://www.cabriole.fi/cafes_cabriole.htm. Luettu: 25.4.2012.

Dickinson, J. & Lumsdon, L. 2010. Slow travel and tourism. Earthscan Ltd. Lontoo.

EzineMark.com 2012. Group travel benefits. Luettavissa: <http://travel.ezinemark.com/group-travel-benefits-7d2e8cfc7959.html>. Luettu: 27.3.2012.

Footprint Choices 2012. What is slow travel. Luettavissa: http://www.slowmovement.com/slow_travel.php. Luettu: 23.4.2012.

Fredrikan Lähde 2012. Kasvisruoka. Luettavissa: <http://www.fredrika.fi/kasvisruoka>. Luettu: 25.4.2012.

Haaga-Perho 2011a. Ranking_2011. Luettavissa: http://www.laatuverkko.fi/sites/laatuverkko.kwd.fi/files/Ranking_2011_FI.pdf. Luettu: 10.4.2012.

Haaga-Perho 2011b. Ranking_2011_Toimiala. Luettavissa:
http://www.laatuverkko.fi/sites/laatuverkko.kwd.fi/files/Ranking_2011_Toimiala.pdf
. Luettu: 10.4.2012.

Hidasta elämää 2012. Hidasta elämää - Olet jo perillä. Luettavissa:
<http://hidastaelamaa.fi/>. Luettu: 23.4.2012.

Hirsjärvi, S., Remes, P. ja Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos.
Kariston Kirjapaino Oy. Hämeenlinna.

Holden, A. 2008. Environment and Tourism. 2. painos. Routledge. Oxon.

Holloway, C., Humphreys, C. & Davidson, R. 2009. The business of tourism. 8.
painos. Pearson Education Limited. Malesia.

Honoré, C. 2010. Slow - Elä hitaammin! Bazar Kustannus Oy. Norhaven.

Kalmari, H. & Kelola, K. 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Otavan Kirjapaino
Oy. Keuruu.

Kokousmylly 2012a. Tervetuloa Kokousmyllyyn. Luettavissa:
<http://www.kokousmylly.fi/>. Luettu: 10.5.2012.

Kokousmylly 2012b. Kokousmylly on Itä-Uudenmaan vuoden yritys 2012. Luettavissa:
<http://www.kokousmylly.fi/index.php?pageid=1&aid=53>. Luettu: 10.5.2012.

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

Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. 2006. Marketing for hospitality and tourism. 4.
painos. Pearson Education Ltd. Yhdysvallat.

Kulttuuritalo Grand 2012. Aloitussivu - Tervetuloa kulttuuritalo GRANDiin!
Luettavissa: <http://www.grand.fi/www/?page=0&lang=2>. Luettu: 25.4.2012.

Lönnqvist, M. & Lönnqvist, K. 2009. Porvoo: Kulttuuri- ja luonto-opas. Painotyö Esa Print Oy. Lahti.

Macquarie Dictionary 2012. Slow travel. Luettavissa:
http://www.macquariedictionary.com.au/riikka.mustonen1@gmail.com@9198032182762/-/p/thes/article_display.html?type=title&first=1&mid=3&last=3¤t=1&result=1&DatabaseList=dict_thes&query=slow%20travel&searchType=findrank. Luettu: 25.4.2012.

Matkailun edistämiskeskus 2011. Laatutonna. Luettavissa:
<http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/%28pages%29/laatutonna>. Luettu: 10.4.2012.

Matkaopas 2011. Tämä on Suomen hitain kaupunki - ja ylpeä siitä. Luettavissa:
<http://www.matkaopaslehti.fi/artikkeli/9082/tama-on-suomen-hitain-kaupunki/>.
Luettu: 23.4.2012.

Meng, F. 2010. Individualism/collectivism and group travel behavior: a cross-cultural perspective. Luettavissa: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=1750-6182&volume=4&issue=4&articleid=1886918&show=html&PHPSESSID=rbf799hnm07er3uqmuabift1k1>. Luettu: 27.3.2012.

Morrison, A. 2010. Hospitality & travel marketing. 4. painos. China Translation & Printing Services Limited. Kiina.

MTV3 Matkailu 2012. Asiantuntija oppi matkailun tarkoituksen pieneltä pojaltaan - lue vinkit. Luettavissa:
<http://www.mtv3.fi/matkailu/ulkomaat/artikkeli.shtml/1410547/asiantuntija-oppi-matkailun-tarkoituksen-pienelta-pojaltaan---lue-vinkit>. Luettu: 23.4.2012.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät - Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. WSOYpro Oy. Porvoo.

Page, S. 2011. Tourism management: Managing for change. 3. painos. Elsevier Ltd. Slovenia.

Palmqvist, B. 29.3.2012. Toimitusjohtaja. Porvoo Tours Oy. Haastattelu. Porvoo.

Porvoo Fest 2012. Uusi musiikkifestivaali Porvoo Fest korkkaa kesän 8.-10.6.2012. Luettavissa: <http://menolippu.fi/porvoo-fest-2012/>. Luettu: 25.4.2012.

Porvoon kaupunki 2012a. Porvoo-info. Luettavissa: <http://www.porvoo.fi/fi/porvoo-info>. Luettu: 10.2.2012.

Porvoon kaupunki 2012b. Porvoon historia. Luettavissa: <http://www.porvoo.fi/fi/porvoo-info/historia>. Luettu: 10.2.2012.

Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012a. Nähtävyydet. Luettavissa: <http://matkailu.porvoo.fi/fi/nahtavyynet>. Luettu: 19.2.2012.

Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012b. Vanha Porvoo. Luettavissa: http://matkailu.porvoo.fi/fi/nahtavyynet/vanha_porvoo. Luettu: 19.2.2012.

Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012c. Tuomiokirkko. Luettavissa: http://matkailu.porvoo.fi/fi/nahtavyynet/kirkot_ja_kappelit/tuomiokirkko. Luettu: 19.2.2012.

Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012d. Vanha Porvoo. Luettavissa: http://matkailu.porvoo.fi/fi/nahtavyynet/vanha_porvoo. Luettu: 12.3.2012.

Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012e. Saaristo ja maaseutu. Luettavissa: http://matkailu.porvoo.fi/fi/nahtavyynet/saaristo_ja_maaseutu. Luettu: 13.3.2012.

Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012f. Ravintola Timbaali. Luettavissa:
http://matkailu.porvoo.fi/fi/ravintolat_ja_kahvilat/ruokaravintolat/ravintola_timbaali
. Luettu: 24.4.2012.

Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012g. Ravintola Wanha Laamanni. Luettavissa:
http://matkailu.porvoo.fi/fi/ravintolat_ja_kahvilat/ruokaravintolat/ravintola_wanha_laamanni. Luettu: 24.4.2012.

Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012h. Ruokapaikka Hanna Maria. Luettavissa:
http://matkailu.porvoo.fi/fi/ravintolat_ja_kahvilat/ruokaravintolat/ruokapaikka_hanna_maria. Luettu: 24.4.2012.

Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012i. Kokousmylly. Luettavissa:
<http://matkailu.porvoo.fi/index.php?mid=772>. Luettu: 10.5.2012.

Porvoon kaupungin matkailutoimisto 2012j. Emäsalon musiikkijuhlat. Luettavissa:
<http://matkailu.porvoo.fi/index.php?mid=746&itemid=3169&a=viewItem>. Luettu: 25.4.2012.

Porvoon Museorautatie ry 2012. Porvoon Museorautatie. Luettavissa:
<http://www.porvoonmuseorautatie.fi/>. Luettu: 13.3.2012.

Porvoon Paahtimo 2012. Yritys. Luettavissa:
<http://www.porvoonpaahtimo.fi/yritys.htm>. Luettu: 25.4.2012.

Porvoo Tours 2012a. Porvoo Tours Oy. Luettavissa:
<http://www.porvootours.fi/fi/yritys>. Luettu: 1.3.2012.

Porvoo Tours 2012b. Missio, visio ja arvot. Luettavissa:
<http://www.porvootours.fi/fi/missio.visio.arvot?pd=131>. Luettu: 1.3.2012.

Porvoo Tours 2012c. PremiumVisit. Luettavissa:

<http://www.porvootours.fi/fi/premiumvisit>. Luettu: 10.4.2012.

Porvoo Tours 2012d. Ryhmäpaketit - Valitse oma elämyksesi Itä-Uudellamaalla.

Luettavissa: <http://www.porvootours.fi/fi/ryhmapaketit>. Luettu: 1.3.2012.

Porvoo Tours 2012e. Parhaat Palat. Luettavissa:

<http://www.porvootours.fi/fi/parhaat.palat?pd=130>. Luettu: 1.3.2012.

QA Research 2009. Understanding Group Travel Organisers. Luettavissa:

[http://grouptravelorganiser.com/wp-](http://grouptravelorganiser.com/wp-content/uploads/2011/01/National_Group_Travel_Report_2009.pdf)

[content/uploads/2011/01/National_Group_Travel_Report_2009.pdf](http://grouptravelorganiser.com/wp-content/uploads/2011/01/National_Group_Travel_Report_2009.pdf). Luettu: 27.3.2012.

Rafael's Steakhouse and Bar 2012. Rafael's Steakhouse and Bar. Luettavissa:

<http://www.rafaels.fi>. Luettu: 25.4.2012.

Rantapallo Oy 2012. Kestävää ja reilua matkailua. Luettavissa:

<http://www.rantapallo.fi/matkailu/kestavaa-ja-reilua-matkailua/>. Luettu: 23.4.2012.

Renfors, S-M. 2008. Virkailijasta konsultiksi – Matkatoimistoalan muuttuva myyntityö. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Pori.

Rohweder, L. 2004. Yritysvastuu - Kestävää kehitystä organisaatiotasolla. WS Bookwell Oy. Porvoo.

Slow Food 2012a. Our Philosophy. Luettavissa:

<http://www.slowfood.com/international/2/our-philosophy>. Luettu: 20.4.2012.

Slow Food 2012b. About Us. Luettavissa:

<http://www.slowfood.com/international/1/about-us>. Luettu: 10.4.2012.

Slow Travel Europe 2009. A manifesto for Slow Travel. Luettavissa:
<http://www.slowtraveleurope.eu/slow-travel-manifesto>. Luettu: 25.4.2012.

Slow Travel Europe 2010. Slow travel Europe: Some guiding principles. Luettavissa:
<http://www.slowtraveleurope.eu/slow-travel-europe-some-guiding-principles>. Luettu:
27.2.2012.

Successful Meetings 2010. Group vs. Individual Travel. Luettavissa:
<http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=4&hid=13&sid=e29bd88e-b27f-41b5-b3f0-5dbc3c0bfbde%40sessionmgr11&bdata=JnNpdGU9ZWlhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#db=s3h&AN=64437030>. Luettu: 27.3.2012.

Suomen Yrittäjät 2012. Myyjän ABC: H=Hinnoittelu. Luettavissa:
http://www.yrittajat.fi/myyjan_abc/H. Luettu: 14.5.2012.

Sustainable cities 2007. Cittaslow: Putting quality of life first. Luettavissa:
<http://sustainablecities.dk/en/actions/a-paradigm-in-progress/cittaslow-putting-quality-of-life-first>. Luettu: 23.4.2012.

Taidetehdas 2012. Bistro Sinne. Luettavissa:
<http://www.taidetehdas.fi/vierailijoille/yritykset-ja-palvelut/bistro-sinne/>. Luettu:
24.4.2012.

Taloustutkimus 2011. Porvoolla paras imago matkailukaupunkina. Luettavissa:
http://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutiset_ja_artikkelit/?x1541726=2276128
. Luettu: 14.12.2011.

Tee- ja kahvihuone Helmi 2012. Tee- ja kahvihuone Helmi. Luettavissa:
<http://www.porvoonhelmet.net/teejakahvihuone.html>. Luettu: 25.4.2012.

Tilastokeskus 2008. 79 Matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta; varauspalvelut. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/79.html>. Luettu: 25.4.2012.

Tilastokeskus 2012. Käsitteet ja määritelmät. Luettavissa: <http://www.stat.fi/til/matk/kas.html>. Luettu: 27.3.2012.

Timbaali Oy 2012. Timbaali, Suomen ainoa etanoihin erikoistunut ravintola. Luettavissa: <http://www.timbaali.fi/fi/ravintola/>. Luettu: 24.4.2012.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2012. Hinnoittelu. Luettavissa: http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/aihe?pp=polku_Yrityksena_toimiminen&ppa=palp_Myynti&aihe=1000055. Luettu: 14.5.2012.

Uusimaa 2011. Hyvää, läheltä, omalla rahalla. Luettavissa: <http://www.uusimaa.fi/artikkeli/47523-hyvaa-lahelta-omalla-rahalla>. Luettu: 1.5.2012.

Valtion ympäristöhallinto 2011. Mitä on kestävä kehitys. Luettavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=22119&lan=fi>. Luettu: 23.4.2012.

Verhelä, P. 2000. Matkatoimistopalvelut. Oy Edita Ab. Helsinki.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut - Matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. WS Bookwell Oy. Porvoo.

Liitteet

Liite 1. Haastattelurunko Birgitta Palmqvist, Porvoo Toursin toimitusjohtaja

1. Yrityksen tausta
 - 1.1 Millainen on yrityksen liikeidea?
 - 1.2 Millainen on yrityksen historia?
 - 1.3 Kuinka monta henkilöä yrityksen palveluksessa työskentelee?
 - 1.4 Millaista imagoa yritys tavoittelee?
 - 1.5 Mikä on yrityksen liikevaihto?

2. Yrityksen asiakkaat
 - 2.1 Mitkä ovat yrityksen asiakasryhmät? Mitkä niiden suhteet ovat toisiinsa nähden?
 - 2.2 Miltä alueilta kotimaiset asiakkaat ovat? Onko ulkomaisia asiakkaita?
 - 2.3 Millaisia kausivaihteluita on nähtävissä asiakasryhmien osalta?

3. Yrityksen tuotteet
 - 3.1 Mitkä ovat yrityksen tuottoisimmat tuotteet?
 - 3.2 Miten tuotekehitys tapahtuu yrityksessä?
 - 3.3 Millä periaatteilla yrityksen ryhmämatkat on rakennettu?
 - 3.4 Mitä kulkuvälineitä ryhmämatkoilla käytetään?

4. Yrityksen tapa toimia
 - 4.1 Millainen organisaatorakenne yrityksessä on? Miten tehtävät on jaettu työntekijöiden kesken?
 - 4.2 Onko henkilöstön toiminnalle määritelty erityisiä arvoja?
 - 4.3 Mitä toimintoja hoidatte itse ja mitkä ovat ulkoistettu?

5. Yrityksen markkinointiympäristö
 - 5.1 Mitkä yritykset ovat tärkeimpiä kilpailijoitanne?
 - 5.2 Mitkä ovat yrityksenne vahvuudet ja heikkoudet?
 - 5.3 Mitä yhteistyökumppaneita yrityksellänne on?

6. Uudet ryhmämatkat
 - 6.1 Millaisia toiveita teillä on uusille ryhmämatkoille?
 - 6.2 Mitä tulee huomioida ryhmämatkoja suunnitellessa?
 - 6.3 Mitä Porvoon alueita tai teemoja ei ole vielä hyödynnetty?
 - 6.4 Haluatteko talvi- vai kesätuotteita?
 - 6.5 Minkälaisille markkinoille tuotteita lähdetään suunnittelemaan?
 - 6.6 Onko mahdollisuutta käyttää polkupyöriä tai muita urheiluvälineitä?

1. Kuka olet ja mitä teet?
2. Mitkä ovat Huoletta Tuoretta -projektin tavoitteet?
3. Mitä konkreettista on tehty lähiruoan hyväksi Itä-Uudellamaalla?
4. Mitkä ravintolat ovat mukana projektissa?

Kiireetöntä ruokailua Porvoossa

5. Mitkä ravintolat / pitopalveluyritykset / kahvilat Porvoossa käyttävät lähiruokatuottajia?
6. Mitkä ravintolat / pitopalveluyritykset / kahvilat huomioivat ekologisuuden toiminnassaan?
7. Mitä porvooolaisia ravintoloita suosittelisit hitaan ruokailun ryhmämatkaan?

Maalaiselämää Isnäsissä

8. Mitä ruokailuvaihtoehtoja suosittelisit Isnäsin kylässä?
9. Mitä Isnäsissä olevia aktiviteetteja tai käyntikohteita voisi liittää ryhmämatkan ohjelmaan?

Kanoottiretki lähiseudulle

10. Olisiko Hommanäsin kartano sopiva käyntikohde melontamatkalla?
11. Mitä muita mahdollisia kohteita olisi samalla alueella?
12. Kumpi ravintola sopii hitaan matkailun ryhmämatkaan paremmin; Martin Tillmanin tilausravintola vai Tirmobaren?
13. Olisiko sinulla ehdottaa jotakin muuta ravintolaa näiden kahden lisäksi?
14. Mitä majoituspalveluita suosittelisit Pellingin ja Tirmon alueilla?
15. Onko Tirmon saaristokeskuksessa tarpeeksi aktiviteetteja, jotta ryhmän kannattaa viettää siellä iltaa?
16. Mitä ryhmän kannattaisi tehdä Rönnäsissä?

Monen maiseman luontopolku

17. Mikä kahvila tai ravintola sopisi parhaiten Monen maiseman luontopolku -ryhmämatkaan?

Liite 3. Myyntimanuaali (salainen)

Liite 4. Ryhmämatkojen hinnoittelu (salainen)