



SAVONIA

Matkailutuotteen suunnitteluprosessi

Ryhmämatkan suunnittelu Pohjois-Amerikkaan

Annika Parkkonen

Opinnäytetyö

Ammattikorkeakoulututkinto.

Koulutusala Matkailu- ja ravitsemisala	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Annika Parkkonen	
Työn nimi Matkailutuotteen suunnitteluprosessi – ryhmämatkan suunnittelu Pohjois-Amerikkaan	
Päiväys	14.1.2013
Sivumäärä/Liitteet	39/1
Ohjaaja(t) Pauli Verhelä	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t)	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa toimiva matkasuunnitelma asiakasryhmän toiveiden mukaisesti. Työllä ei ole varsinaista toimeksiantajaa, vaan matkalle lähtevä kahdeksan hengen ryhmä tilasi matkasuunnitelman minulta. Työ on toiminnallinen opinnäytetyö ja tavoitteena on, että tämän työn ja matkasuunnitelman perusteella ryhmä pystyy toteuttamaan matkan, joka on juuri heidän tarpeidensa ja mielitekojensa mukaan rakennettu. Ryhmän jäsenet haluavat matkan olevan elämyksellinen ja mieleenpainuva kokemus.</p> <p>Asiakkaiden tarpeet ja motiivit selvitettiin kvalitatiivisella tutkimuksella. Ryhmän jäsenille lähetettiin ensin väljästi strukturoitu sähköpostikysely, joka sisälsi kahdeksan avointa kysymystä. Kysymyksissä tiedusteltiin matkan sisäisiä ja ulkoisia motiiveja, tärkeitä kohteita sekä toiveita reitin yksityiskohtaisuudesta. Kyselyn vastaukset analysoitiin ja tulosten pohjalta rakennettiin kokonaiskuva ryhmän toiveista. Tuloksia tarkennettiin kahdella ryhmähaastattelulla, joiden avulla muokattiin lopullinen matkasuunnitelma.</p> <p>Raportissa käydään teoriaosiossa ensin läpi matkailun kehitystä ja erilaisia matkailijatyyppejä. Tämän jälkeen keskitytään palvelun ja elämystuotteen teoriaan. Neljännessä kappaleessa käsitellään matkailutuotteen suunnitteluprosessia ja kerrotaan käytännössä miten ryhmältä kerättiin tietoa ja kuinka matkasuunnitelma tehtiin heidän toiveidensa pohjalta. Viides kappale keskittyy itse matkaan, eli sen reittiin ja kohteisiin. Jokaisesta kohteesta kerrotaan loppuksi yksityiskohtaisemmin mitä ryhmän jäsenillä on siellä mahdollisuus nähdä ja kokea.</p> <p>Opinnäytetyöprosessissa onnistuttiin ryhmän tavoitteessa ja tuotoksena syntyi asiakasryhmää miellyttävä matkasuunnitelma. Matkasuunnitelmasta löytyvät kaikkia jäseniä eniten kiinnostavat kohteet ja suunnitelmaan on jätetty tilaa improvisoinnille ryhmän toiveiden mukaisesti. Ryhmän jäsenet voivat toteuttaa matkan tämän matkasuunnitelman mukaisesti. Matkasuunnitelmaa voidaan käyttää myös pohjana esimerkiksi matkatoimiston valmismatkatuotteelle.</p>	
Avainsanat matkailutuote, tuotekehitys, Pohjois-Amerikka	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree programme in Tourism			
Author(s) Annika Parkkonen			
Title of Thesis Development process of a tourism product - planning a group tour in North America			
Date	14.1.2013	Pages/Appendices	39/1
Supervisor(s) Pauli Verhelä			
Client Organisation /Partners			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis was to create a functional travel plan based on the wishes of the customers. This thesis does not have an actual client organisation but the request for this travel plan came straight from the travelling group. This is a functional study and the aim is for the client group to be able to execute the trip according to the travel plan that is built to satisfy their needs and desires. The trip should be a memorable and remarkable experience for the group.</p> <p>Customers' needs and motives were studied by a qualitative study. First, a loosely structured e-mail enquiry with eight questions was sent to the customers. The questions concerned intrinsic and extrinsic motivation, important destinations and wishes about the route's particularity. The answers were analyzed and a big picture about the group's wishes was created. Two group interviews were made to specify the results and to help modify the final travel plan.</p> <p>Evolution of travelling and different types of tourists were discussed in the first theory part of the report. After that focus is on the theory of services and experience product. In the fourth chapter the development process of a tourism product is discussed as well as how the research was made in practice. The fifth chapter concentrates on the trip itself i.e. the route and destinations. In the final chapter it is told in detail what the group can see and do in every destination.</p> <p>This thesis process was successful and the result was a travel plan that pleased the customers. In the travel plan all the destinations that appealed most to the customers can be found and room was left for improvisation as well. The group can put this trip into practice according to the travel plan. This travel plan can also be used by a tour operator to create a package tour.</p>			
Keywords tourism product, product development, North America			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	Matkailu	7
2.1	Matkailun kehitys	7
2.2	Matkailun muodot	10
2.3	Allo- ja psykosentrikot	10
2.4	Kestävä kehitys matkailussa	11
3	Matkailutuote	13
3.1	Matkailutuote palveluna	14
3.2	Elämys osana tuotetta	16
4	Matkailutuotteen suunnitteluprosessi	19
4.1	Tuotesuunnitteluprosessin taustaa	20
4.2	Asiakkaan tarpeiden kartoitus	21
4.3	Asiakkaan tarpeiden analysointi	23
5	Matka Yhdysvaltoihin	25
5.1	Matkan toteutus	25
5.2	Kohteet	27
6	Loppupäätelmät	33

LIITTEET

Liite 1 Matkan tavoitteet -kysely

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on suunnitella Yhdysvaltoihin suuntautuva matka kahdeksan hengen ryhmälle. Opinnäytetyöni on toiminnallinen opinnäytetyö. Työn tavoitteena on tehdä suunnitelma toimivalle ja ryhmän jäseniä miellyttävälle matkailutuotteelle. Tästä raportista ilmenevät reitit ja matkakohteet, sekä ryhmän jäsenille mieluiset aktiviteetit kohteissa. Valmiin opinnäytetyön perusteella ryhmän jäsenet voivat toteuttaa matkan joko itsenäisesti tai minun johdollani. Kyseessä on siis omatoimimatka, jonka raamit on kuitenkin suunniteltu ja räätälöity valmiiksi. Ryhmän jäsenet ovat tyypillisiä nykyajan matkailijoita, sillä he eivät tyydy pelkkiin valmismatkoihin, mutta haluavat matkaltaan helppoutta ulkopuolisen suunnittelun kautta.

Pyyntö matkan suunnittelulle tuli suoraan ryhmän jäseniltä. Ryhmään kuuluvat aikuiset täyttivät kaikki 50 vuotta lyhyen ajan sisällä ja heidän haaveenaan on ollut juhlistaa vanhenemista yhteisellä matkalla. Yhdysvallat ja etenkin maan länsirannikko on kaikille ryhmän jäsenille melko tuntematonta aluetta ja kiinnostava kohde. Matkan suuntautuminen Yhdysvaltoihin oli siten jo päätetty ryhmän kesken ennen kuin he pyysivät minua suunnittelemaan reitin ja kohteet.

Käsittelen tässä raportissa ensin palveluihin ja matkailutuotteisiin liittyvää teoriaa ja niiden reunaehtoja kuten elämystä. Tämän jälkeen keskityn matkailutuotteen suunnitteluprosessiin; segmentin tarpeiden kartoitukseen, tuotteen räätälöintiin sekä lopulliseen toteutukseen. Opinnäytetyön lopussa kerrotaan varsinaisen Yhdysvaltojen matkan suunnittelusta, reiteistä ja kohteista. Budjetti ei kuulu tämän opinnäytetyön piiriin, vaan se jää minun ja ryhmän väliseksi asiaksi.

2 Matkailu

UNWTO eli maailman matkailujärjestö on määritellyt useita matkailuun ja turismiin liittyviä termejä helpottamaan matkailuelinkeinon mittaamista ja raportointia.

UNWTO:n virallisen määritelmän mukaan matkailija on henkilö, joka siirtyy normaalin elinympäristönsä ulkopuolelle sekä matkustaa vähintään 24 tunnin, mutta korkeintaan yhden vuoden ajan. Työn tekemisen ja tulojen hankkimisen vuoksi tehtyä matkustamista ei lasketa matkailuksi. Kuitenkin työ- eli liikematkailijat lasketaan matkailijoiksi. Yöpyminen määrittää helposti sen, onko kyseessä matkailu vai pelkkä vierailu. Jos henkilö yöpyy kohteessa, määritellään hänet matkailijaksi. (WTO 2012.)

Matkailun vaikutukset nykymaailmassa ovat merkittäviä. Taloudellisesti matkailun odotetaan kasvavan tulevina vuosina yhdeksi tärkeimmistä elinkeinoista ja jo nykyään UNWTO arvioi matkailun vientitulojen olevan suurempi kuin öljynjalostusteollisuuden, autoteollisuuden ja terästeollisuuden vientitulot yhteensä. Matkailun määrä on kehittynyt muutamassa vuosikymmenessä huimasti. Esimerkiksi 1960-luvulla koko maailman yhteenlasketut matkailusaapumiset olivat vain 80 miljoonaa kappaletta, kun vuonna 1995 niitä oli jo 500 miljoonaa. Matkailu auttaa myös työllisyyttä, sillä se tuo työpaikkoja sekä suoraan matkailualalle että välillisesti esimerkiksi kaupan alalle. (Albanese & Boedeker 2002, 8-9.)

2.1 Matkailun kehitys

Nykymuotoinen joukkoturismi on kehittynyt vasta viimeisen parinsadan vuoden aikana, mutta matkailua on harrastettu jo usean vuosituhannen ajan. Esimerkiksi jo muinaisessa Egyptissä matkustettiin juhliin sekä katsomaan taideteoksia ja rakennuksia. Nämä tilaisuudet keräsivät nykymatkailun tavoin paikalle myyjiä ja muita palveluntarjoajia. Keskiaikana matkustivat kauppiaat, pyhiinvaeltajat, opiskelijat, sotilaat, kirkonmiehet ja ristiretkeläiset. Kirkollinen kalenteri sääteli juhlapyyhiä, joita varten matkustettiin esimerkiksi markkinoille toiselle paikkakunnalle. 1400-luvun aikana löytyretket yleistyivät, kun etenkin portugalilaiset alkoivat tutkia maailmaa meriteitse. Löydettiin uusia maita sekä saaria ja maailmankuva alkoi hahmottua. Kaikille näille entisajan matkoille tyypillistä on ollut matkustamisen hitaus ja vaarallisuus. Pääasiassa 1700-luvulla esiintynyttä grand tour –perinnettä on tutkittu paljon. Tällä suurella matkalla tarkoitetaan länsimaisen yläluokan nuorten miesten tekemiä matkoja Länsi- ja Etelä-Eurooppaan. Näiden matkojen tarkoitus oli oppia ja pitää hauskaa. Grand tour oli aikanaan uusi ilmiö, sillä tämän matkailun keskeisinä luonteenpiirteinä olivat oppiminen ja sivistyminen. Teollistumisen ja etenkin

rautatieliikenteen kehityksen myötä keskiluokka alkoi vaurastua ja grand tour – perinne menetti merkitystään. Sen luomat mallit vaikuttavat kuitenkin yhä tämän päivän matkailussa. Grand tour –matkailun suosituimmat kohteet kuten Rooma, Pariisi, Wien ja Firenze ovat myös nykypäivänä suosittuja matkailukaupunkeja. (Kostiainen, Ahtola, Koivunen, Korpela & Syrjämaa 2004, 16, 24-25, 39-44, 49-50.)

Teollinen vallankumous mahdollisti erilaiset kuljetustekniikat ja toi paikasta toiseen liikkumisen yhä useamman ihmisen ulottuville. Maaltamuutto ja kaupungistuminen vaikuttivat myös ihmisten ajatusmaailmaan. Suhde luontoon muuttui ja luonnontieteelliset saavutukset saivat ihmiset käsittämään maapallon rajat ja ainutlaatuisuuden. Luonto ja maaseutu alettiin kokea turvalliseksi pakopaikaksi, jonne voi matkustaa kaupungista pakoon. Ihmisten varallisuus ja vapaa-aika lisääntyivät, eikä matkailu ollut enää harvojen etuoikeus. Alettiin tehdä kartoja ja kirjoittamaan opaskirjoja matkailijoiden avuksi. 1800-luvun alkupuolella rautatieverkko yhdisti Englannin eri osat toisiinsa ja matkustusajat lyhenivät huomattavasti. Englantilainen Thomas Cook perusti vuonna 1841 seuramatkoja järjestävän yhtiön, josta kasvoi myöhemmin maailman suurin matkatoimisto. Cookin tavoitteena oli tuoda matkailu jokaisen ulottuville seuramatkojensa avulla. Cookia pidetäänkin joukkomatkailemisen isänä. (Vuoristo 2002, 11-12; Kostiainen ym. 2004, 72-73, 121.)

Maailmansodat muuttivat yhteiskuntaa ja sitä myötä myös matkailua merkittävästi. Ensimmäisen maailmansodan jälkeen ihmiset olivat tarkempia taloudestaan ja matkustuskohteet muuttuivat täysin. Talvisin saatettiin lähteä nyt lumisille vuoristoille, eikä Välimeren aurinkoakaan pidetty enää vaarallisena, vaan rantalomat yleistyivät. Osa harrasti matkailua myös keinona paeta sota-ajan pahoja muistoja. Naisten asema muuttui huomasti maailmansotien aikana ja 1900-luvun alkupuolella nainen saattoi lähteä yksin matkalle, vaikkei se vielä kovin yleistä ollutkaan. (Kostiainen ym. 2004, 172-174.)

Lupaavana elinkeinona matkailua alettiin pitää 1800-luvulla. Matkanjärjestäjä toimintaa alettiin laajentaa ja palveluja parantaa matkailijoiden lähtöalueilla. Vuosisadan lopulla kehitystä alettiin havaita myös kohdealueilla. Maailmansotien aikana käsitettiin turismin merkitys taloudelle ja alettiin pohtia valtion tasolla keinoja kuinka kehittää sitä niin kansallisella kuin kansainväliselläkin tasolla. Ensimmäinen matkailunedistämisen organisaatio perustettiin Espanjassa vuonna 1905, mutta se oli merkitykseltään lähinnä periaattellinen, sillä tuohon aikaan Espanja oli hyvin merkityksellisen matkailumaan. Vuonna 1919 perustettiin Italiassa puolivaltiollinen matkailunedistämisen organisaatio, jonka jälkeen alkoi valtiollisten

matkailuorganisaatioiden perustamisen vyöry. 1930-luvun alussa jo 50 valtiota käytti julkisia varoja matkailun edistämiseen. (Kostiainen ym. 2004, 188-190.)

Massaturismin aikakausi alkoi toisen maailmansodan jälkeen, kun muutoksen kokivat niin sosiaaliset, taloudelliset kuin poliittisetkin perinteet. Lentokoneteknologian kehittymisen jälkeen 1950-luvulla massaturismi alkoi kasvaa rajusti. Liikkuminen paikasta toiseen oli yhä nopeampaa ja etäisyydet eivät enää olleet kuin pieni hidaste. Lentokoneella matkustaminen mahdollisti myös uusien kohteiden kuten Välimeren saarten saavuttamisen. Massaturismin kehitys voidaan jakaa viiteen vaiheeseen. Kotimainen massaturismi alkoi Yhdysvalloissa 1920-luvulla. Eurooppaan se rantautui 1950-luvulla. Kansainvälisen massaturismin läpimurto tapahtui Yhdysvalloissa ja Euroopassa samaan aikaan 1950- ja 1960-luvuilla. 1960-luvulla massaturismi eurooppalaistui ja alkoi keskittyä Välimeren alueelle. Viimeisessä vaiheessa massaturismi globalisoitui ympäri maailman uusiin kohteisiin, kuten Thaimaahan ja Australiaan. Kun maailmantalous elpyi 1930-luvun laman jälkeen oli yhä useammalla ihmisellä mahdollisuus lähteä matkalle. Öljy oli halpaa, maailmantalous tasoittui ja alkoi kasvaa. Talouskasvun ja teknologisen kehityksen lisäksi suuremmat matkailumassat mahdollistivat lomalainsäädäntö sekä matkatoimistojen synty. Kun vuosilomasta säädettiin lailla, oli työssäkäyvillä ihmisillä mahdollisuus lomailla palkallisesti joka vuosi. Matkatoimistot alkoivat tuottaa pakettimatkoja, jolloin matkan varaaminen helpottui. Seuramatkat olivat myös edullinen vaihtoehto, mikä mahdollisti yhä laajemman ihmisjoukon pääsemisen matkalle. (Kostiainen ym. 2004, 224-228.)

Välimeri on edelleen maailman tärkein matkailukohde ja 1980-luvulta matkailijoiden määrä siellä on yli kaksinkertaistunut. Nykyään perinteisten kohteiden rinnalle on kuitenkin tullut paljon uusia kohteita ja tyyppillistä matkailijaa on vaikea määritellä. Matkailutarjonta on monipuolistunut kysynnän kasvaessa ja matkailun kenttä pirstaloitunut. Valmiiden pakettimatkojen rinnalla yhä useampi haluaa matkustaa itsenäisesti ja räätälöidysti. Lennot ja hotelli on helppo varata itse Internetin monipuolisten hakukoneiden avulla. Myös valmiit luonto-, seikkailu- ja elämysmatkat ovat lisääntyneet. Nykypäivän matkailua kuvastavat hyvin erilaiset trendit kuten konferenssi- ja kannustematkailu. Tulevaisuudessa matkailussa on otettava huomioon yhteiskunnalliset ja väestölliset muutokset. Esimerkiksi sotien jälkeen syntyneiden suurten ikäpolvien eläköityminen vaikuttaa varmasti matkailuun, sillä heillä on sekä aikaa että rahaa matkustaa. (Kostiainen ym. 2004, 236, 294-296.)

2.2 Matkailun muodot

Matkailun muodot voidaan jakaa eri tavoin. Yhden jaottelun mukaan matkailun muotoihin luetaan kotimaanmatkailu, incoming-matkailu, eli ulkomaalaisten matkailu Suomessa sekä outbound-matkailu, eli suomalaisten matkailu ulkomailla. Jos taas tarkastellaan matkailijoita matkan tarkoituksen mukaan, voidaan erotella vapaa-ajan matkailu, kannustematkailu sekä työmatkailu. (Suomen virallinen tilasto.)

Kotimaanmatkailulla tarkoitetaan oman kotimaansa rajojen sisällä, mutta normaalin elinalueensa ulkopuolella matkustamista. Ulkomaanmatkailulla tarkoitetaan tarkastelun kohteena olevan maan asukkaan matkustamista toiseen maahan tavallisen elinpiirinsä ulkopuolelle. Molemmissa tapauksissa matkan kesto saa olla korkeintaan yhden vuoden ja matkan täytyy tapahtua vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa. (Suomen virallinen tilasto.)

Vapaa-ajanmatkalla viitataan tavallisen elinpiirin ulkopuolelle tehtyyn matkaan, jonka motiivina on lomailu, virkistäytyminen, rentoutuminen, harrastukset tai muu vastaava toiminta. Vapaa-ajanmatkailija maksaa usein itse matkan kustannukset. Työmatkalla tarkoitetaan kaikkia sellaisia matkoja, jotka liittyvät työhön tai ammatilliseen toimintaan. Työmatkoja voivat olla esimerkiksi osto- ja myyntimatkat, osallistuminen kokouksiin tai konferensseihin, ammattiin liittyvä opiskelu ja koulutus. Työmatkailuun liittyy olennaisesti myös kannuste- eli palkintomatkat. Työmatkoilla työnantaja maksaa yleensä aiheutuneet kustannukset. (Suomen virallinen tilasto.)

2.3 Allo- ja psykosentrikot

Matkailututkimuksessa matkailijoita on luokiteltu eli typologisoitu erilaisin perustein. Plog (1974) on tehnyt yksinkertaisen ja tunnetun jaon psykografisiin tyyppeihin. Matkailijatyyppejä ovat ääripäissä psyko- ja allosentrikot, sekä näiden kahden väliin jäävät midsentrikot. Psykosentrikot edustavat tyyppillistä massaturistia, joka lähtee valmiille pakettimatkalle Välimeren rantakohteeseen. He eivät välttämättä uskalla lähteä matkalle itsenäisesti, tai esimerkiksi heidän kielitaitonsa ei riitä omatoimisempaan matkustamiseen. Allosentrikot ovat taas aktiivisia omatoimisia matkailijoita. He haluavat nähdä ja kokea itsenäisesti, matkustaa koskemattomille seuduille, tutustua uusiin kulttuureihin ja tapoihin ja he tyytyvät usein vaatimattomampiinkin olosuhteisiin. Midsentrikot ovat matkailijoita, joilta löytyy molempien päätyyppien ominaisuuksia. (Vuoristo 2002, 45.)

Harva matkailija edustaa puhtaasti jompaa kumpaa ääripäätä. Useimmat matkailijoista voidaan lukea kuuluvaksi midsentrikoihin. Lisäksi on olemassa matkailijoita, jotka ovat lähes psyko- tai allosentrikoita. Usein matkailija myös liikkuu näiden määritelmien välillä, kun kokemuksia tulee lisää tai esimerkiksi ikä ja terveys rajoittavat matkustamista. Psykosentrinen matkailija saattaa muutaman valmismatkan jälkeen saada lisää itsevarmuutta ja kerätä mielenkiintoa uusia kohteita kohtaan. Tällöin hän voi esimerkiksi vuokrata auton ja lähteä itsenäiselle retkelle, jolloin hän liukuu kohti midsentrikon määritelmää. (Vuoristo 2002, 45; Holloway 2004, 117.)

Ryhmä, jolle tämä matka suunnitellaan, edustaa melko yleistä matkailijatyyppeä, sillä he eivät sijoitu puhtaasti kumpaankaan ääripäähän. Ryhmän jäsenet ovat kokeneita matkailijoita, joten heille ei enää kelpaa pelkkä matkatoimiston valmismatka, vaan he haluavat vaikuttaa itse matkansa sisältöön. He ovat kuitenkin mukavuudenhaluisia ja haluavat etukäteen tietää mitä matkaan kuuluu ja missä kohteissa käydään. Pelkkä lentolippujen ostaminen ja vasta paikan päällä kohteiden miettiminen ei riitä. Ryhmä olisi myös itse kykeneväinen suunnittelemaan matkallensa aikataulut ja kohteet, mutta tällä kertaa he haluavat vain päästä nauttimaan itse matkasta, sillä kyseessä on lahja jokaiselta jäseneltä itselleen.

2.4 Kestävä kehitys matkailussa

Kestävän kehityksen käsite määriteltiin ensimmäisen kerran vuonna 1987 YK:n Ympäristön ja kehityksen maailman komission raportissa (World Commission on Environment and Development 1987). Tätä raporttia sovelletaan edelleen kestävän kehityksen periaatteita määriteltäessä. Kestävän kehityksen mukaan nykyisen toiminnan tulee olla sen mukaista, että myös tulevat sukupolvet voivat tyydyttää tarpeensa. Euroopan neuvosto on määritellyt näiden periaatteiden pohjalta kestäväksi matkailukehitykseksi kaikki matkailukehityksen ja -toiminnan muodot, jotka kunnioittavat ympäristöä, varmistavat luonnon- ja kulttuuriresurssien suojelun ja ovat yhteiskunnallisesti sekä taloudellisesti hyväksyttävää ja oikeudenmukaista. Ympäristötekijöiden lisäksi kestävä matkailu on uusien työpaikkojen luominen turismin kautta, maailmankuvan laajentuminen sekä myönteinen vaikutus kansantuotteeseen. (Travelcon Oy.)

Matkailu on hyvin ristiriitainen elinkeino. Se luo yhtäaikaan mahdollisuuksia ja ongelmia. Monille valtioille turismi on yksi suurimpia tulonlähteitä ja varsinkin kehitysmaille turismi voi luoda paljon uusia kehitysmahdollisuuksia ja jopa luoda kokonaan uutta markkina-arvoa pienille ja katoaville kulttuureille sekä perinteille.

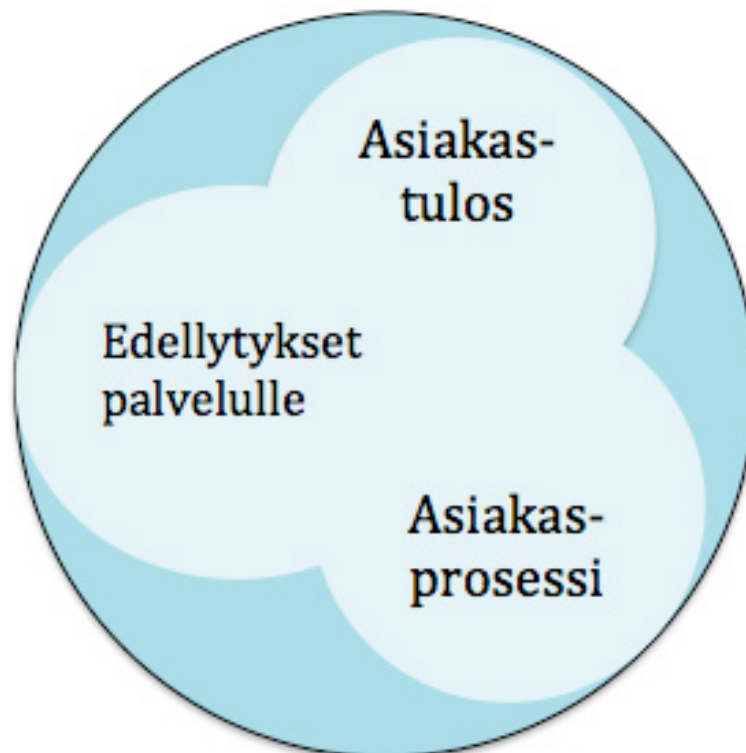
Matkailu lähentää maailmaa lisäämällä vuorovaikutusta ja jakaa ymmärrystä eri kulttuureista ja uskonnoista. Näiden positiivisten, jopa maailmanrauhaa edistävien tekijöiden lisäksi se kuitenkin kuluttaa paljon ympäristöä. Ihmisiä vetävät puoleensa usein luonto, maisemat ja kulttuuri, mutta näitä tekijöitä on suojeltava, jotta turismi voi jatkua myös tulevaisuudessa. Lentomatkestaminen kuluttaa ympäristöä valtavasti, mutta ekologisemmat vaihtoehdot ovat usein samalla liian hitaita. Massaturismi luo suuria paineita kohteille ja ekologisuus on kiireen ja paineen alla usein tuntematon käsite. Myöskään työpaikat, joita se luo, eivät välttämättä auta paikallista alkuperäisväestöä, vaan vie rahat paikalliselta tasolta monikansalliselle matkailuyritykselle. Myös länsimaisen rikkaan kulttuurin törmäminen kohdemaan kehittyvään köyhään kulttuuriin saattaa luoda negatiivisia vaikutuksia, kuten seksiturismia ja rikollisuutta. Lisääntyvät matkailijamäärät saattavat myös ärsyttää paikallista väestöä, mikä saattaa lopulta kääntyä turismin vastustamiseksi. (Vuoristo 2002, 84-91.)

Matkailua on kuitenkin viime vuosikymmeninä pyritty kehittämään kestävämpään suuntaan. Monet kohteet mainostavat itseään vihreänä tai ekologisena vaihtoehtona ja maailmalle syntyy jatkuvasti uusia suojelukohteita ja kansallispuistoja säilyttämään alkuperäistä luontoa. (Vuoristo 2002, 91.) Vuonna 2011 Euroopan Komission ympäristötavoitteina oli EU:n sisällä nostaa tietoisuutta eri kulttuureista, stimuloida kilpailukykyä ja keksintöjä matkailualalla, korostaa Euroopan imagoa tasokkaana matkailukohteena, auttaa pienempiä ja tuntemattomampia yrityksiä ja matkanjärjestäjiä nousemaan suuren yleisön tietoisuuteen, korostaa kulttuurimatkailun vaikutuksia kestävässä talouskehityksessä sekä korostaa kestävää ja vastuullista matkailua Euroopan Unionin sisällä ja naapurimaissa (European Commission 2012). Matkailualalla pyritään siis kohti kestävää kehitystä, mutta sitä ei saavuteta pelkillä yksittäisillä toimenpiteillä, vaan vastuu tulee kantaa kaikilla matkailuelinkeinon osa-alueilla.

Omatoimimatkaaja voi pakettimatkaajaa helpommin tehdä kestäviä valintoja matkaillessaan. Lentokoneen sijasta kannattaa matkustaa junalla tai linja-autolla ja itse kohteessa kannattaa auton sijasta liikkua paikasta toiseen jalan tai pyörällä. Sen sijaan, että kannattaisi kansanvälistä hotelliketjua, voi valita majoituksen hostellista tai yksityiseltä asunnonvuokraajalta. Lisäksi yhä suosittu couchsurfing, "sohvasurffaus", on kestävä matkailua parhaimmillaan. Siinä yövytään ilmaiseksi tuntemattoman ihmisen luona, jolloin voi ympäristöä säästävän majoituksen lisäksi jakaa palan omaa kulttuuriaan ja ajatusmaailmaansa. Turismin lisäksi ulkomaille voi lähteä tekemään esimerkiksi vapaaehtoistyötä. (Kuluttajavirasto 2010.)

3 Matkailutuote

Palvelulle on olemassa useita eri määritelmiä. Marie Wilhelmsson ja Bo Edvardsson (1994) ovat määritelleet palveluiden kehittämiseen liittyviä käsitteitä ja periaatteita. Heidän mukaansa palvelun käsite muodostuu kolmesta eri osa-alueesta: asiakastuloksesta, asiakasprosessista sekä palveluun vaadittavista edellytyksistä (kuvio 1). Palvelulle luodaan siis ensin sen mahdollistavat edellytykset, jonka jälkeen asiakasprosessin kautta asiakkaalle syntyy tuloksena lopullinen kokonaisuus. Palvelutuote erottuu muista tuotteista siinä, että palvelut ovat aineettomia, eikä niitä voida tehdä varastoon. Asiakkaille myydään ensisijaisesti mielikuvia ja tuote syntyy vasta, kun sitä toteutetaan. Palvelukehityksen ensisijainen tarkoitus on siis hankkia edellytykset oikeanlaiselle asiakaskokemukselle. Palvelutuotteeseen voi sisältyä myös konkreettisia asioita, kuten esimerkiksi ostoksia tai syömistä ja juomista, mutta nekin toteutuvat aina eri tavalla kuluttajasta riippuen. Kun asiakas tietää, mikä kaikki sisältyy hintaan ja mitä palveluita hänen täytyy ostaa erikseen, voidaan puhua tuotteesta. (Komppula & Boxberg 2005, 10-11; Wilhelmsson & Edvardsson 1994, 15-17, 92.)



KUVIO 1. Palvelun käsite. (Wilhelmsson, M. & Edvardsson, B. 1994, 17 mukailien Edvardsson & Olsson 1992, 18.)

Raija Komppulan ja Matti Boxbergin kirjassa Matkailuyrityksen tuotekehitys (2005) matkailutuote on määritelty seuraavasti: ”Matkailutuote on asiakkaan subjektiiviseen arviointiin perustuva kokemus, jolla on tietty hinta ja joka syntyy prosessissa, jossa asiakas hyödyntää palvelun tarjoajien palveluja osallistumalla itse palvelun tuotantoprosessiin.” Matkailutuote voi olla lähes mikä tahansa matkailuun välillisesti liittyvä tuote, kun taas elämystuote on varta vasten elämysten kokemista varten suunniteltu tuote. Elämystuotteet ovat usein osana matkailua, koska elämyksiä harvoin tavoitellaan arjen keskellä. Elämyksiä voi myös olla hankala saavuttaa lähellä arkiympäristöä, ja niiden kokemiseksi on lähdettävä kauemmaksi kotoa. (Komppula & Boxberg 2005, 21, 30-31.)

3.1 Matkailutuote palveluna

Matkailutuotteen määritelmä voidaan tehdä joko kapeasta tai laveasta näkökulmasta. Kapeamman määritelmän mukaan matkailutuote on mikä tahansa tuote, jonka matkailija ostaa. Laveammassa näkökulmassa matkailutuotteeksi määritellään asiat, palvelut ja tavarat, joita matkailija käyttää ja kuluttaa matkansa aikana sekä kohteessa. Matkailutuotteella voidaan sanoa olevan neljä pääpiirrettä, joista ensimmäinen on palvelu. Palvelu on kouriintumaton tuote, jota ei voida koekäyttää tai antaa tarkasteltavaksi. Tuotteesta täytyy siis myydä ensin mielikuvat millaisena se tulee lopulta toteutumaan. Toiseksi matkailutuote on hyvin pitkälti mielikuvien kautta syntyvä tuote. Kaikki ajatukset ja kokemukset mitä matkailutuotteen kulutuksen aikana koetaan, tulevat osaksi tuotetta. Kolmanneksi matkailutuotteen laatu ja taso vaihtelevat paljon riippuen ajankohdasta ja kuluttajasta. Toiselle sama hotelli näyttäytyy upeana ja tasokkaana, mutta toinen huomaa vain pienet virheet tai saa poikkeuksellisesti huonoa palvelua. Neljäs matkailutuotteen ominaispiirre on sen tuottaminen ja käyttäminen yhtäaikaista. Matkailutuotetta ei voida tehdä varastoon ja menetettyjä asiakkaita ei voida jälkikäteen korvata. Jos hotellihuoneita jää yhdeksi yöksi myymättä, ei niitä voida myydä korvaavasti enää seuraavana yönä, koska aika on kulunut myyntihetkestä jo ohi. (Walker & Walker 2011, 11.)

Toisen määritelmän mukaan matkailutuotteen syntymiseen vaaditaan kolme eri komponenttia. Nämä osat ovat palvelukonsepti, palveluprosessi ja palvelujärjestelmä. Koska matkailutuote on muiden palvelujen ohella kouriintumaton tuote, joka syntyy jokaiselle asiakkaalle erilaisena subjektiivisen kokemuksen perusteella, korostetaan nykyään yhä enemmän tuotteen arvoa asiakkaalle. Matkailuyritys ei kykene suoraan tuottamaan asiakkaan haluamaa matkailutuotetta, vaan sen täytyy näiden kolmen komponentin avulla luoda puitteet onnistuneen matkailutuotteen syntymiselle.

Palvelukonseptilla tarkoitetaan sitä arvoa ja niitä mielikuvia, joita asiakkaalle myydään, eli ydintuotetta. Ydintuote määräytyy asiakkaan tarpeiden mukaan. Jos asiakas haluaa kokea vauhdin hurmaa ja jännittäviä hetkiä, tarjotaan hänelle esimerkiksi extreme-lajeja, jotka saavat adrenaliinin virtaamaan suonissa. Toinen osa on palveluprosessi, eli tuotteen kuvaus, joka sisältää kaikki sen toteuttamiseen tarvittavat prosessit. Asiakkaalle tuote esitellään vain sen näkyviä prosesseja kuvaillen esimerkiksi esitteessä tai yrityksen verkkosivuilla. Yrityksen sisällä palveluprosessin kuvaukseen sisällytetään kaikki toiminnot, joita tarvitaan kokonaisen tuotteen luomiseksi. Asiakkaalle näkymättömiä prosesseja, kuten valmisteluja ja muita taustatoimintoja vaaditaan usein paljon onnistuneen tuotteen luomiseksi. Kolmas komponentti on palvelujärjestelmä. Palvelujärjestelmään sisältyvät kaikki resurssit, joiden avulla asiakkaalle luodaan arvoa ja lisäarvoa tuotteesta. Näitä resursseja ovat niin paikka, jossa tuote toteutuu kuin osallistuva henkilökunta sekä vallitseva sää. (Komppula & Boxberg 2005, 21-24.)

Matkailua voidaan tehdä omatoimisesti tai jonkun yrityksen valmiita palveluksia käyttäen. Matka voidaan tehdä kokonaan itse suunnitellen ja varaten, tai vaihtoehtoisesti kokonaan tai osittain valmiita palveluja ja paketteja ostaen. Esimerkiksi lennot ja hotellit voidaan varata matkatoimiston kautta, mutta matkaohjelma voidaan suunnitella itse. On myös mahdollista osallistua valmiiksi suunnitelluille retkille kesken muuten omatoimista matkustamista. Hyvin harva matka on enää puhtaasti joko omatoimi- tai valmismatka, vaan yleensä piirteitä löytyy näistä molemmista. (Kuluttajavirasto 2011.)

Matkustajan tulee tietää onko hän omatoimi- vai valmismatkalla esimerkiksi matkatoimiston tai lentoyhtiön konkurssitilanteessa. Tilanteeseen pätee tällöin eri lait omatoimimatkaajille ja valmismatkan ostaneille. Valmismatka on yleisesti ottaen matkapaketti, joka sisältää lennot, kuljetukset ja majoituksen ja matkan voi ostaa suoraan matkatoimistosta kuten Tjäreborgilta. Valmismatkan ostaneen henkilön oikeudet perustuvat valmismatkalakiin sekä Suomen matkatoimistoalan liiton ja Kuluttajaviraston yhdessä sopimiin ehtoihin. Omatoimimatkalaisen oikeudet ovat usein kapeammat kuin valmismatkalaisen. Reittilentoja ja majoitusta erikseen ostettaessa omatoimimatkaajalla on kuitenkin usein mahdollisuus maksaa hieman lisää siitä, että konkurssin tai sairauden koittaessa hänellä on mahdollisuus perua matkansa tai saada korvaava kuljetus takaisin kotiin. (Matkaopas-lehti 2012; Kuluttajavirasto.)

3.2 Elämys osana tuotetta

Yhä useammassa palvelu- ja matkailutuotteissa tavoitellaan elämyksiä.

Yhdysvaltalaisen B. Joseph Pine II ja James H. Gilmoren mukaan yhteiskunta on siirtynyt palvelujen aikakaudesta elämystalouteen. Nykyään kaikkeen kauppatavaraan kannattaa sisältää elämyksellisyyttä tuomaan lisäarvoa. Pelkkä hintojen alhaisuus tai tarjoukset eivät riitä pitämään ostajien mielenkiintoa yllä. Pine ja Gilmore pitävät Walt Disneyn perustamaa omaa nimeään kantavaa elämyksellistä yritystä alkuna elämystalouden laajenemiselle. Disneyland ja Walt Disney World tarjosivat ennennäkemättömiä kokemuksia, joissa ei ollut asiakkaita ja työntekijöitä vaan vieraita ja esiintyjä. Nämä teemapuistot loivat perustan muille elämyksellisille huvipuistoille ja yrityksille. Nyt elämystaloudessa elämyksellisyyttä lisätään aivan pieniinkin arkipäivän tapahtumiin, kuten kahvilla tai ostoksilla käymiseen. Palvelusta luodaan elämys tuomalla siihen lisäarvoa jollakin tavalla. Elämyksellisyyttä voidaan luoda muun muassa maisemilla, sisustuksella, työntekijöiden (tai esiintyjien) läsnäololla ja esiintymisellä. Elämyksellisyyden luominen on ikään kuin teatteria, jossa asiakas astuu sisälle näytelmään kokeakseen elämyksiä. Esimerkiksi kuljetusfirma ei tyydy pelkästään viemään asiakasta aikataulun mukaisesti määränpähän, vaan tekee sen erinomaisella palvelulla ja kalustolla, sekä tarjoaa asiakasta miellyttäviä lisäpalveluita. Elämyksiä ei voida kuitenkaan tilata, eikä elämykselliseksi suunniteltu tuote tuota aina elämyskokemusta asiakkaalle. Elämys on ainutkertainen ja tilannesidonnainen tapahtuma. (Pine & Gilmore 1999, xi-xii,1-4.)

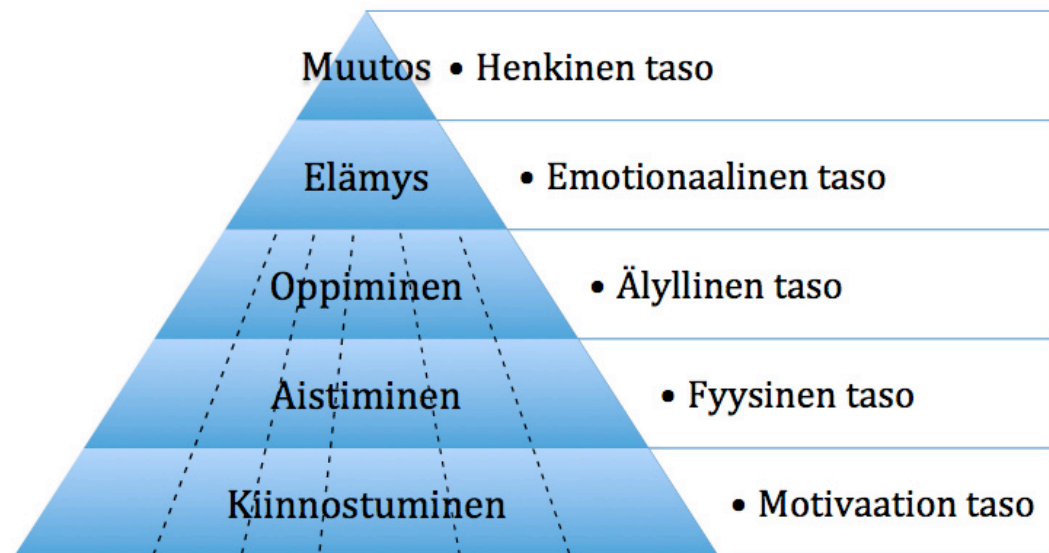
Elämyksen virallisessa määritelmässä keskeistä on se, että se aiheuttaa kokijalleen muutoksen. Muutoksen ei tarvitse olla suuri. Se voi olla joko muutos ajattelutavassa, tai elämys voi antaa jonkin sen aikana opitun asian osaksi arkea. Elämys on siis enemmän kuin pelkkä hieno kokemus tai onnistunut palvelu, vaikka arkikielessä elämystä käytetäänkin melko laveassa merkityksessä. Eri asiat antavat eri ihmisille elämyksiä, joten elämys on myös subjektiivinen kokemus. Myös ajalla ja paikalla on suuri merkitys. Samanlainen palvelu ei välttämättä anna samalle henkilölle elämystä, jos esimerkiksi tämän ajatukset ovat muualla tai jokin muu ulkopuolinen tekijä häiritsee elämyksen syntymistä. Myös erot eri ihmisten välillä ovat suuria ja toisille elämykselliset asiat saattavat olla jollekin toiselle henkilölle jopa arkipäiväisiä. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2009a.)

Elämystuote on tuote, jonka aikana asiakkaan on mahdollista kokea elämyksiä.

Palvelu on siis tehty varta vasten elämyksen tuottamista varten. Asiakkaalle ei voida kuitenkaan taata elämystä, vaan sille voidaan ainoastaan luoda otolliset puitteet.

Elämystuotteen suunnittelu on kokonaisvaltaisempaa kuin tavallisessa palvelutuotteessa. Räätelöinti on tärkeää, jotta elämyksen kokeminen olisi asiakkaalle mahdollista. Elämystuotteita ei voida valmistaa liukuhinnalta kaikille samanlaisia, vaan jokaisen asiakkaan kohdalla on pohdittava mitkä asiat tuottavat juuri hänelle elämyksen. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010.)

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen kehittämää elämyskolmiota (kuvio 2) voidaan käyttää apuna elämyksellisten tuotteiden suunnittelussa. Elämyskolmio on jaettu alhaalta kuuteen lohkokoon, joita kutsutaan tuotteen elementeiksi ja sivusta viiteen eri tasoon, joita kutsutaan asiakkaan kokemukseksi. Tuotteen elementtejä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti sekä vuorovaikutus. Kun elämystuotteessa on mukana kaikki kuusi tuotteen elementtiä, on tuotteella hyvä mahdollisuus olla elämyksellinen. Viisi tasoa kuvaavat asiakkaan kokemusta elämystuotteen aikana ja mitä korkeammalle tasolle päästään, sitä syvempi kokemus on ollut. Ensimmäiset kolme tasoa ovat kiinnostuminen, aistiminen ja oppiminen. Niiden kohdalla ei voida puhua vielä varsinaisesta elämyksestä, vaikka tuote olisikin muilta osin onnistunut. Kaksi ylintä tasoa kuuluvat jo elämyksen määritelmään. Neljäs taso on emotionaalinen taso, jossa tapahtuu elämys ja kaikista ylin viides, eli henkinen taso aiheuttaa asiakkaalle jo muutoskokemuksen. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2009b.)



yksilöllisyys aitous tarina moniaistisuus kontrasti vuorovaikutus

KUVIO 2. Elämyskolmio. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2009b.)

Elämysten tavoittelua voidaan perustella tietyin varauksin Abraham Maslow'n tarvehierarkialla. Tarvehierarkiassa on listattu ihmisen tarpeet alhaalta ylöspäin.

Maslow'n mukaan alempien tasojen tarpeiden tulee olla tyydyttyneitä ennen kuin ihminen voi ja haluaa tavoitella ylempiä tasoja. Tasojen hierarkinen järjestys on fysiologisista, turvallisuuden, rakkauden ja yhteenkuuluvuuden sekä arvonannon tarpeista aina itsensä toteuttamisen tarpeisiin asti. Varsinkin länsimaissa monilla ihmisillä täyttyvät arjen perustarpeet ja elämältä halutaan enemmän kuin tavallista arkea. Tarvehierarkiaa on kuitenkin kritisoitu muun muassa käsitteiden epämääräisyydestä sekä tutkimusotannon pienuudesta. Tarvehierarkia ei myöskään päde yleisesti kaikkien ihmisten kohdalla. Varsinkin eri kulttuurien ja maiden poliittisten olojen vaikutusta ei ole hierarkiassa otettu huomioon. Joillekin ihmisille itsensä toteuttaminen tulee ennen taloudellista vakautta ja toisille rakkaus ja sosiaalisten suhteiden ylläpito on elintärkeää, vaikka yleinen turvallisuustaso elämällä olisikin huono. (Pervin 2003, 106; Maslow 1987, 15-17.)

Maslow'n näkemyksiä lähinnä ovat nykypäivänä Deci & Ryan. Heidän tutkimuksensa ja motivaatioteoriasensa ovat vain päivitetty kuluvalle vuosituhannele. Heidän mukaansa ihmisillä on luonnollinen taipumus tavoitella ja tehdä kiinnostavia ja haastavia asioita, joiden avulla voi kehittyä ja päästä tavoitteisiin. Decin ja Ryanin tutkimusten mukaan siis esimerkiksi matkustaminen ja uusien asioiden kokeileminen voi kuulua luonnostaan joidenkin ihmisten tarpeisiin. Deci ja Ryan jakavat motivaation sisäiseen ja ulkoiseen motivaatioon. Sisäinen motivaatio lähtee ihmisestä itsestään ja tällöin tavoitetta varten tehdään töitä paljon ja perusteellisesti. Jos taas motivaatio on ulkoista, kuten esimerkiksi työstä saatu palkka, muuttuu työskentely hitaammaksi ja vähemmän miellyttäväksi. Myöhemmissä tutkimuksissa Deci ja Ryan ovat esittäneet, että ihmisellä olisi kolme perustarvetta: pätevyyden tunne, itsenäisyyden tunne sekä yhteenkuuluvuuden tunne. Pätevyyden tunteeseen liittyy tarve kyetä hallitsemaan vaikeita tehtäviä. Itsenäisyyteen liittyy tarve pystyä itse valitsemaan mitä tekee omien halujensa ja arvojensa perusteella. Yhteenkuuluvuuteen liittyy tarve tuntea olevansa tärkeä sekä osana itselleen läheistä ryhmää. (Pervin 2003, 133-134.)

Näiden edellämainittujen motivaatioteorioiden perusteella matkan onnistuminen on paljon kiinni myös siitä, millä perusteella matkalle lähdetään ja minkä vuoksi siellä tehdään erilaisia aktiviteetteja. Joskus yksilölle voi olla vaikea itse tunnistaa omia motivaatioitaan. Matkalle saatetaan lähteä suurimmaksi syyksi siksi, että jokin maa on erittäin pinnalla ja muodikas kohde ja kyseinen paikka aiheuttaa sosiaalisessa ympäristössä arvostusta tai jopa kateutta. Tällöin matkasta saattaa tulla vähemmän onnistunut kuin silloin, jos matkan aikana olisi keskitytty vain omaan itseensä ja toimittu ulkoisista tekijöistä välittämättä.

4 Matkailutuotteen suunnitteluprosessi

Uusia matkailutuotteita suunnitellaan pääsääntöisesti joko yrityksen sisältä lähtevien ideoiden tai asiakkaiden tarpeiden pohjalta. Tuotetta suunniteltaessa on tärkeää, että sille löytyy ostavia asiakkaita. Asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden kartoittaminen on elintärkeää, kun suunnitellaan asiakaslähtöistä tuotetta. Jotta tuotteesta pystyttäisiin tekemään kohderyhmälle sopiva, täytyy heidän tarpeitaan ensin tutkia. Tuotetta, jota kukaan ei halua, on turha alkaa suunnitella. (Komppula & Boxberg 2005, 92.)

Matkailutuotteen suunnittelu asiakaslähtöisesti on melko hidasta ja saattaa kestää kuukausia tai jopa vuosia ennen kuin valmis tuote saadaan asiakkaan kulutettavaksi. On rajattava asiakassegmentti ja tutkittava sen tarpeet, sekä määriteltävä mitä palveluita yritys voi heille tarjota. Tutkimusten pohjalta on sen jälkeen räätälöitävä segmentille sopiva tuote ja suunniteltava markkinointistrategia. Kun tuote on saatu markkinoitua oikealle asiakassegmentille, on tehtävä sopimukset ja sovittava ajankohdat palvelun järjestämiselle. Kaiken tämän ohella on huomioitava tarvittavat henkilöstömäärät ja budjetti, mikä suunnittelu- ja tuotantoprosessiin vaaditaan. (Komppula & Boxberg 2005, 78, 90-91, 97.)

Kohderyhmän jäsenien tarpeet ovat usein hyvin vaihtelevia. Kuinka sovittaa ne yhteen? Matkasuunnitelman on kuitenkin oltava realistinen; sen on täytettävä matkan aika- ja budjettitavoitteet. Väkisinkin joudutaan tekemään kompromisseja, jossa jokaisen matkalle osallistuvan on joustettava tavoitteissaan. Tarpeet ovat usein myös hyvin ristiriitaisia. Toiset haluavat matkalta kulttuurielämyksiä, jotkut liikunnallisia haasteita, jotkut taas haluaisivat yksinkertaisesti levätä ja nauttia auringosta rannalla. Asiakkaat on saatava ymmärtämään, että kaikkien toiveita on kunnioitettava eikä pidä luoda epärealistisia kuvia siitä, mitä kaikkea on mahdollista tehdä lyhyellä lomalla. Asiakkaiden lisäksi myös tuottaja, jälleenmyyjä sekä alue, jossa tuote toteutetaan kohdistavat tuotetta kohtaan odotuksia. (Komppula & Boxberg 2005, 90.)

Varsinainen tuotesuunnittelu voidaan jakaa prosesseihin. Näitä prosesseja seuraillen tuotesuunnittelutyö on johdonmukaista ja harkittua, eikä kehitystyö jää vain joukoksi irrallisia ajatuksia ja toimenpiteitä, jotka eivät lopulta johda kunnollisen tuotteen valmistumiseen. Tuotesuunnitteluun liittyy olennaisesti käsite tuotteistaminen. Sillä tarkoitetaan erilaisten olemassaolevien mahdollisuuksien muokkaamista arvoa sisältäviksi ja hinnoitelluiksi tuotteiksi. Tuotteistamisella pyritään kehittämään uusia tarpeellisia tuotteita sekä luomaan asiakkaille tarpeita. Tuotekehitystä voidaan tehdä monella eri muotoa. Voidaan esimerkiksi kehittää jo olemassaolevaa tuotetta

ajanmukaisemmaksi tai asiakkaiden tarpeita paremmin vastaavaksi, laajentaa tuoteperhettä tai innovoida kokonaan uusi tuote. (Komppula & Boxberg 2005, 92-93.)

Uuden tuotteen kehittäminen voidaan jakaa karkeasti kahteen osaan: suunnittelu- ja toteutusvaiheeseen. Nämä osat jaetaan edelleen pienempiin prosesseihin, joiden avulla voidaan luoda toimiva sekä menestyvä tuote. Näitä prosesseja ovat suunnitteluvaiheessa liikeidean kehittäminen, uusien tuotteiden kehittämisstrategian luominen, ideoiden generointi, palvelukonseptin kehittäminen sekä taloudellinen analyysi. Toteutusvaihe koostuu palvelun kehittämisestä ja testauksesta, markkinoinnin testaamisesta sekä kaupallistamisesta. Palvelutuotteesta puhuttaessa voidaan sanoa koko yrityksen olevan osa palvelutuotetta mielikuvien ja imagon kautta, sillä nekin vaikuttavat asiakkaan laatukokemukseen. Tämän vuoksi palvelutuotteen kehittäminen on monimutkaisempi prosessi kuin konkreettisen hyödykkeen kehittäminen, johon edellämainittu prosessimalli paremmin sopii. Palvelut ovat usein niin erilaisia, että niiden tuotekehittelylle on vaikea luoda yleispätevää kaavaa. Joillekin palveluille riittää, että tehdään asiakkaalle nähtäväksi pelkkä suunnitelma, jonka pohjalta itse tuotetta ryhdytään toteuttamaan vasta hyväksynnän jälkeen. Tämä pätee esimerkiksi räätälöityä matkaa tuottaessa. Suunnitelmaakin varten on kuitenkin tehtävä taustatyötä ja tiedettävä mitä asiakas tuotteelta hakee. Esimerkiksi matkaa suunniteltaessa on määriteltävä kohderyhmä, joka matkalle lähtee, syy matkalle lähtemiseen ja mahdolliset muut motiivit sekä asiakkaiden matkalle antama arvo, eli tuotteen idea. Suunnitelmassa tulee lisäksi ottaa huomioon asiakkaan käytettävissä olevat henkiset ja fyysiset resurssit sekä matkaa käytettävissä oleva aika ja asiakkaiden budjetti. Näiden edellämainittujen tekijöiden selvittämisen jälkeen tulee luoda tuotteelle ydinsisältö. Aluksi kannattaa kerätä paljon ideoita ja ehdotuksia, joista sitten kootaan erilaisia yhdistelmiä ja tuotepaketteja sekä viimeiseksi lopullinen tuote. (Komppula & Boxberg 2005, 96-102.)

4.1 Tuotesuunnitteluprosessin taustaa

Matkalle osallistuu kahdeksan henkilöä; kuusi aikuista sekä kaksi peruskouluikäistä lasta. Ryhmän aikuiset jäsenet ovat tunteneet toisensa jo yli kolmenkymmenen vuoden ajan ja ovat tottuneet matkustamaan yhdessä ja pärjäämään ilman matkanjärjestäjien apua. Heille on tärkeää, että matkasta tulee onnistunut ja elämyksellinen. Ryhmä haluaa itse välttyä suunnittelutyöltä ja saada käyttöönsä valmiin reittisuunnitelman ja ehdotuksia eri aktiviteeteille kohteissa.

Suunnitteluprosessissa on otettu huomioon asiakkaiden toiveet ja pyritty suunnittelemaan asiakkaiden tarpeita mahdollisimman hyvin vastaava tuote. Matkan tavoitteena on viettää aikaa ystävien kesken, tutustua Yhdysvaltoihin ja kokea uusia elämyksiä. Matka toteutetaan omatoimimatkana, sillä kaikki lennot, hotellit ja pääsyliput varataan itse. Ryhmän jäseniltä selvitettiin heidän toiveitaan matkaa kohtaan sähköpostitse sekä kasvotusten haastattelemalla.

4.2 Asiakkaan tarpeiden kartoitus

Tutkimuksen voi toteuttaa monella eri tavalla. Toteuttamistapa on hyvä määrittää tutkimuksen tavoitteiden mukaan. Selkein jako voidaan tehdä kvalitatiivisen eli laadullisen sekä kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen välillä. Esimerkiksi hotellin asiakastyytyvääisyyttä mitatessa otannan tulee olla laaja, jolloin kvantitatiivinen tutkimus tulee kyseeseen. Kun taas suunnitellaan tuotetta tietylle pienelle ryhmälle, käytetään kvalitatiivista tutkimustapaa, jolloin jokaisen ryhmän jäsenen mielipiteet ja tavoitteet saadaan hyvin selville. Laadulliset ja määrälliset tutkimusmenetelmät jakautuvat kumpikin vielä omiin tutkimustyyppeihinsä sen mukaan mitä tutkimuksessa tarkastellaan. Tutkimustyyppinä ovat muun muassa tapaustutkimus, historiatutkimus sekä keskusteluanalyysi. Eri tutkimustyyppihin voidaan kuitenkin käyttää samoja aineistonkeruumenetelmiä. Aineistonkeruun perusmenetelmät ovat haastattelu, kysely, havainnointi sekä dokumenttien käyttö. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 186-187.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimus tehtiin kvalitatiivisena, jotta tietoa saatiin mahdollisimman paljon. Menetelminä käytettiin kyselyä sekä haastattelua. Kysely voidaan tehdä niin kvalitatiivisessa kuin kvantitatiivisessakin tutkimuksessa ja se voi sisältää avoimia- ja monivalintakysymyksiä sekä asteikkoihin perustuvia kysymyksiä. Kyselyä käytetään usein määrällisessä tutkimuksessa tarkasti strukturoituna saavuttamaan laajan otannan. Otannan ollessa laaja, voi kyselyä, jossa on avoimet kysymykset olla työlästä tarkistaa. Hyvin suunnitellut monivalintakysymykset ja asteikkoon perustuvat kysymykset on helppo tarkistaa ja koodata, jos otanta on suuri. Kyselyä tehdessä onkin mietittävä tarkasti minkälaisia kysymyksiä kannattaa käyttää, jotta vastausten läpikäymisestä ei tule ylitsepääsemättömän työlästä. Myös kysymystenasettelua kannattaa harkita tarkasti, jotta vastaajat ymmärtävät kysymykset samalla tavalla ja vastauksista tulee vertailukelpoisia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 186-206.)

Aluksi ryhmän aikuisille jäsenille lähetettiin sähköpostitse väljästi strukturoitu kysely (Liite 1), jonka kysymyksiin aikuiset vastasivat kukin itse sähköpostilla ja vanhemmat kirjasivat ylös myös mukaan lähtevien lastensa toiveet. Kyselyssä oli kahdeksan avointa kysymystä, joissa tiedusteltiin matkan tavoitteita, matkakohteita sekä matkustusmuotoja. Kaikkiin vastauksiin toivottiin perusteluja ja vastauksissa kehoitettiin olemaan itsekkeitä, sillä vastaajien ei tarvitse itse tehdä kompromisseja.

Otannan ollessa vain kahdeksan henkilöä, ei tarkka strukturointi ollut tarpeen. Tarkastettavia kyselyitä oli kuusi, sillä kahden lapsen vastaukset oli yhdistetty vanhempiensa vastauksiin, joten vastausten läpikäyminen kävi melko nopeasti monimuotoisista vastuksista huolimatta. Kyselyyn valittiin avoimet kysymykset juurikin otannan pienuuden vuoksi ja siksi, että jo kyselystä saataisiin mahdollisimman laaja kuva ryhmän jäsenten matkustusmotiveista. Kysely lähetettiin sähköpostitse, sillä se oli helpoin ja nopein tapa saavuttaa kaikki vastaajat. Sen lisäksi, että vastaajien tiedettiin käyttävän sähköpostiaan lähes päivittäin, informoitiin heitä myös etukäteen kyselyn saapumisesta.

Sähköpostikyselyn jälkeen järjestettiin vielä avoin haastattelu kasvotusten. Kysely antoi suuntaa matkan tarkoituksesta ja mahdollisista kohteista ja haastattelun aikana pyrittiin tarkentamaan näitä tietoja. Haastattelu oli strukturoimaton ja eteni keskustelunomaisesti. Keskustelua ohjasivat kyselyiden pohjalta tehdyt muistiinpanot ja niistä heränneet kysymykset. Ryhmän jäsenillä on tapana kokoontua pari kertaa vuodessa yhteen syömään juhla-ateriaa ja haastattelu päätettiin toteuttaa tällaisena iltana, jolloin oli harvinainen tilaisuus saada kaikki eri puolilla Suomea asuvat ryhmän jäsenet yhtä aikaa paikalle. Haastattelussa koko ryhmä oli kerralla paikalla ja ryhmän jäsenet vastasivat esitettyihin kysymyksiin vuorotellen. Haastattelusta muotoutui pikemminkin keskustelu, jonka aikana ryhmän jäsenet alkoivat myös itse tehdä kompromisseja kuullessaan muiden mielipiteitä ja perusteluja. Vaikka tarkoitus oli jättää kompromissien tekeminen matkan suunnittelijalle, auttoi haastattelu ja sen aikana jo syntyneet kompromissit näkemään, mitkä asiat olivat ryhmän jäsenille ehdottoman tärkeitä matkan aikana ja mistä asioista he olivat valmiita luopumaan.

Matkasuunnitelman tarkentuessa kävi ilmi, että yksi haastattelu ei ollut riittävä selvittämään kaikkia matkaan liittyviä yksityiskohtia. Tämän vuoksi ryhmää haastateltiin vielä toisen kerran, kun matkasuunnitelma oli muotoutunut jo lähes lopulliseen muotoonsa. Viimeisen haastattelun avulla selvitettiin millainen reittivalinta on ryhmän jäsenille kaikista mieluisin ja tehtiin viimeiset kompromissit kohteiden karsimisessa.

4.3 Asiakkaan tarpeiden analysointi

Kyselyistä kävi ilmi, että ryhmän jäsenten kesken on paljon samankaltaisia toiveita. Voimakkaimmin esille nousivat kaupungeista New York, San Fransisco sekä Vancouver. Esille nousivat selkeästi myös Golden Gate, mammuttipetäjät, Hollywood ja Niagaran putoukset. Nähtävyyksistä jokaisella ryhmän jäsenellä oli mainittuna Kalliovuoret. Jokaisen vastaajan yksimielinen mielipide oli myös se, että reittisuunnittelun täytyy olla riittävän väljä, jotta matkan aikana on tilaa improvisoinnille. Jos jokin kohde kiinnostaa siis enemmän, pitää olla mahdollista jäädä sinne pitemmäksi aikaa ja vaikkapa oikaista jossakin kohdin reitistä. Tämän vuoksi oli alusta asti selvää, ettei matkasuunnitelma tule olemaan tiukasti aikataulutettu. Ryhmän jäsenet ilmaisivat vastauksissaan matkan tavoitteeksi halun viettää ikimuistoinen 50-vuotisjuhlamatka ystävien kesken ja kokea elämyksiä. Useimmat matkalle osallistujat eivät ole ikinä käyneet Yhdysvaltojen länsirannikolla, joten kiinnostus uusista kaupungeista ja upeista maisemista on suuri. Matka on myös pitkällisten pohdintojen tulos ja siihen on säästetty vuosien ajan, joten matkan toteutumisesta on tullut ryhmälle tärkeää.

Jokaisessa vastauksessa mainittiin länsirannikko, josta halutaan kokea ja nähdä mahdollisimman paljon. Myös monipuolisuus kohteissa on kaikille tärkeää. Matkan aikana täytyy nähdä niin kaupunkeja kuin maaseutuakin, sekä katsella upeita luonnonnähtävyyksiä. Vastaavasti matkan aikana pitää olla myös mahdollisuus tehdä ostoksia ja rentoutua esimerkiksi aurinkoa ottaen tai uiden. Eräessä vastauksessa kerrottiin seuraavasti: "Eniten kiinnostavat kaikki ihmeelliset luontoon liittyvät kohteet mutta muutama mielenkiintoinen kaupunki kannattaa myös koluta läpi. Yleensä vauhtia ja vaarallisia tilanteita ja improvisointi vatmaan tällaisiin reissuihin liittyy ja nehan ovat reissun suola. Juuri niistä puhutaan jälkikäteen ja muistellaan yhteisiä hetkiä. Yksinkertaisesti haluan kokea elämyksiä jotka jäävät mieleen."

Kyselyssä tiedusteltiin, kuinka ryhmä haluaisi matkustaa kolmen viikon aikana. Vastauksissa ilmeni jäsenten kyky ja halu joustaa ja jättää tilaa improvisoinnille. Mieluisin matkustusvaihtoehto oli tehdä koko retki yhdessä, jolloin yhden tilavamman auton vuokraaminen olisi mahdollista. Tämä alentaisi myös budjettia. Toisaalta ryhmän jäsenet ymmärsivät, että kaikki eivät halua tehdä ja nähdä samoja asioita, joten eroaminen kahdeksi eri ryhmäksi jossain vaiheessa on myös mahdollista. Esimerkiksi miesten haaveena on käydä Las Vegasin kasinoilla, kun taas ketään naisista tämä ei kiinnostanut. Myös lasten mukana oleminen haluttiin huomioida

esimerkiksi riittäväillä pysähdyksillä ja lapsille sopivilla kohteilla. Myöhemmässä vaiheessa ryhmän jäseniä haastatellessa mieluisimmaksi vaihtoehdoksi nousi matkan aikana koko reitin ajan yhdessä pysyminen. Tällöin esimerkiksi Las Vegasiin ryhmä matkustaa yhdessä, mutta paikan päällä ryhmä voi jakautua tekemään eri aktiviteetteja.

Matkan pituudeksi on alusta asti suunniteltu noin kolmea viikkoa. Tämän ajanjakson sisällä matkustuspäiviä tulee olla toiveiden mukaan hieman vähemmän kuin paikallaan pysymistä. Jos ensimmäinen lento tapahtuu itärannikolle, tulee sieltä edelleen lentää länsirannikolle, jotta aikaa säästyy. Aika, joka haluttiin viettää samassa paikassa vaihteli vastauksissa kahdesta päivästä viikkoon. Kohteita kaikkien toiveissa oli kuitenkin niin paljon, että viikon ajan pysyminen samassa kaupungissa on lähes mahdotonta. Etäisyydet Yhdysvalloissa ovat valtavia, ja kilometrejä akseleille New York – Los Angeles - San Fransisco – Vancouver kertyy useita tuhansia. Tämän vuoksi matkan aikana on odotettavissa myös paljon lentokoneessa ja autossa istumista. Avoimen haastattelun aikana kävi ilmi, että ryhmän jäsenet haluavat mieluummin taittaa matkoja sisämaassa lentäen ja aikaa säästään kuin autolla itse ajaen. Tämän seurauksena helpointa on jättää auton vuokraus matkan loppupuolelle, ja tehdä aluksi lentomatkoja vaativat pitempien etäisyyksien retket. Tällöin autoa ei tarvitse vuokrata kahteen kertaan ja aikaa säästyy itse lomailulle.

Matkan pituuden ollessa vain kolme viikkoa, tuli lopulta eteen tehdä kompromissi siitä, mikä monista kohteista jätettäisiin pois reitiltä. Toisen haastattelun aikana pyrittiin siis selvittämään millainen reittivalinta olisi kaikille sopivin. Itärannikolla oleva New York oli kaikille ehdoton käyntikohde, mutta pohjoisempana sijaitsevat Niagaran putoukset olivat kaikille vähiten tärkeä nähtävyys. Tämän vuoksi reitti päätettiin supistaa itärannikon osalta pelkkään New Yorkiin ja edetä sen jälkeen pelkästään länsirannikon kaupunkeihin ja lopulta suoraan länsirannikolta kotiin.

Matkabudjetti päätettiin jättää julkisuudelta piiloon, mutta kaikissa kohdevalinnoissa on otettu huomioon ryhmän jäsenten käytettävissä olevat varat. Sähköpostikyselyssä tiedusteltiin myös mahdollisuutta tehdä varauksia matkatoimiston kautta, mutta ryhmän jäsenten lähes yksimielinen kanta oli se, että toteutetaan täysin omatoimimatka ja etsitään edullisimmat tarjoukset palveluille suoraan lentoyhtiöiltä ja palveluntarjoajilta. Ryhmä on tottunut tekemään yhdessä omatoimimatkoja ja varaamaan itse kaikki lomamatkojensa palvelut, mikä luultavasti vaikutti heidän kantaansa.

5 Matka Yhdysvaltoihin

Kahdeksan hengen ryhmä aikuisia ja lapsia matkustaa halki Yhdysvaltojen keskittyen pääasiassa länsirannikolle. Matkan pääkohteina ovat itärannikolla New York sekä länsirannikolla Los Angeles, Las Vegas, San Francisco sekä Vancouver. Etukäteen varataan lennot Suomen ja Yhdysvaltojen välille, sekä maan sisäiset lennot, sekä varataan auto vuokrattavaksi Los Angelesista Seattleen. Tämän lisäksi tehdään hotellivaraus New Yorkiin, jotta matkan aloitus on ryhmän jäsenille rentouttava. Ryhmä toivoi matkan varrelle joustavuutta ja varaa improvisoinnille. Matkan alkupuoli on tarkemmin sturkturoitua, kun taas loppuosa matkasta on matkailijoiden itsensä vapaammin muokattavissa. Alkupuolen järjestelyjä rajoittavat lennot New Yorkista Los Angelesiin sekä Los Angelesista Las Vegasiin ja takaisin. Loppupuolella ryhmän täytyy olla perillä Vancouverissa ajoissa paluulentoaan varten, mutta muutoin matka Los Angelesin ja Vancouverin välillä voidaan taittaa täysin ryhmän jäsenten omien mieltymysten mukaan.

5.1 Matkan toteutus

Reittisuunnitelma: Helsinki - New York – Los Angeles – Las Vegas – Grand Canyon – San Fransisco - Seattle – Vancouver – Helsinki

Lähtökaupunkina Suomesta Helsinki on hyvä valinta parhaiden lentoyhteyksiensä puolesta. Helsingistä pääsee suoraan tai yhdellä vaihdolla lentäen monta kertaa päivässä Yhdysvaltoihin. Kyselyssä tuli selkeästi ilmi matkustajien halu nähdä itärannikolta ainakin New York ja se olisi helppo sijoittaa matkan alkupäähän, sillä se on kohteista lähimpänä Suomea.

Esimerkiksi Finnairilla voi nykyään valita mennessä kohteeksi yhden kaupungin ja takaisin kotiin voi lentää toisesta kaupungista, eikä hinta ole suurempi kuin silloin, jos lennot olisivat normaaliin tapaan meno-paluu kahden kaupungin välillä. Ennen tavallinen kahden kaupungin välinen meno-paluu-lento oli edullisin vaihtoehto. Myös Ebookersin sivuilla on nykyään kolme eri vaihtoehtoa lentohaulle: meno, meno-paluu tai useampi kohde. Viimeinen vaihtoehto mahdollistaa täysin omanlaisen lentoreitin suunnittelun, jossa lähtö- ja paluukaupungit voivat olla erit. Lennot voivat olla esimerkiksi Helsinki-New York ja Vancouver-Helsinki ja hinta on yhtä edullinen kuin normaalilla meno-paluu-lennolla. Tämän takia lennot voidaan ostaa monille eri etapeille ja kotiinpaluu voi tapahtua lähes mistä tahansa kaupungista sen nostamatta lentojen hintoja.

Yhdysvallat on valtava maa, minkä vuoksi itäirannikolta länsirannikolle siirtyminen on järkevintä tehdä lentäen. Etukäteen tulee siis varata lennot Suomesta Yhdysvaltoihin, sekä maan sisäiset lennot. Lomasta suurin osa vietetään länsirannikolla ja siellä liikkuminen tapahtuu useilla eri kulkuneuvoilla. Etukäteen varatut lennot rajoittavat omalta osaltaan improvisointia, mutta länsirannikolla oleskellessa on aikaa pysytellä joissain paikoissa pidempään ja päättää minne ja minä päivänä jatketaan vasta paikan päällä. Tämän vuoksi myöskään majoitusta ei ole järkevä varata koko loman ajaksi etukäteen. Lentoaikojen varmistuttua voidaan varata hotelli tulokaupungista New Yorkista. Muutoin majoitusvaraukset voidaan tehdä vasta paikan päällä mahdollisten suositusten mukaan.

Länsirannikolla liikkuminen voi tapahtua omalla autolla, junalla tai lentäen. Los Angelesista pääsee Las Vegasiin nopeiten lentoteitse. Myös etäisyys Las Vegasista San Franciscoon on pitkä, jolloin tämän matkan taittaminen autolla veisi lyhyestä loma-ajasta suhteettoman paljon aikaa. Ryhmän jäsenten sähköpostikyselyn vastauksista kävi ilmi, että ryhmä olisi halunnut ajaa koko länsirannikon halki, mutta etäisyydet ovat näin lyhyelle matkalle turhan pitkiä. Matka Las Vegasista San Franciscon kautta Vancouveriin on noin 2500 kilometriä, ja pelkkä matka Las Vegasista San Franciscoon jo 1000 kilometriä, joten matkan taittamiseen autolla olisi varattava noin viikko aikaa, jotta ajaminen ei käy liian raskaaksi. Tämän vuoksi on järkevintä käydä tutustumassa sisämaassa Las Vegasiin ja Kalliovuoriin lentäen Los Angelesista käsin ja säästää aikaa rannikkoa pitkin ajamiselle. Yhdysvaltojen sisäiset lennot ovat usein edullisia, kunhan vain osaa löytää parhaat tarjoukset. Monet lentoyhtiöt tarjoavat lentoja edullisimmillaan noin 50 euron hintaan.

Las Vegas jakoi ryhmän kesken mielipiteitä. Miehillä se on ehdoton käyntikohte, mutta naisten vastauksista ilmeni, että he kyllä voivat käydä kaupungissa, koska puolet ryhmän jäsenistä sinne haluaa, mutta he haluavat itse tehdä ja nähdä muutakin kuin kasinoita. Las Vegasissa ryhmä jakautuu siis todennäköisesti kahtia, jolloin miehet voivat tutustua rauhassa kaupungin kasinoihin, kun naiset ja lapset keskittyvät muihin aktiviteetteihin. Las Vegasin jälkeen ryhmä voi käydä tutustumassa Grand Canyoniin junalla. Tällöin kenenkään ei tarvitse ajaa, vaan jokainen kykenee nauttimaan maisemista. Junalla matkustaminen on myös lapsille viihdyttävämpi vaihtoehto, sillä junassa on tilaa liikkua ja leikkiä.

Las Vegasista palattua matka Kalifornian eteläosista kohti pohjoista tapahtuu ryhmän omien mieltymysten mukaan. Länsirannikko on kaunista seutua ja monet pikkutiet

vievät rannikkoa pitkin kohti pohjoista. Lento Vancouverista takaisin itään on ainut matkan etenemistä rajoittava tekijä. Vuokrattavana löytyy riittävän isoja autoja koko ryhmän mahtua yhteen autoon, jolloin vain yhden tarvitsee olla kerralla kuskina ja muut voivat levätä, eikä tarvitse pohtia kuinka usean auton ryhmä pysyy koossa viikkaan liikenteen seassa. Auto voidaan vuokrata heti Las Vegasista palatessa suoraan Los Angelesin lentokentältä. Ryhmän jäsenet olivat yhtä mieltä siitä, että joinakin päivänä ajokilometrejä saa kertyä reilusti, jolloin maisemia ihailtaan autosta käsin ja pysähdytään välillä lepäämään, ja toisina päivinä pysähdytään vastapainoksi jollekin paikkakunnalle pidemmäksi aikaa. Länsirannikkoa ylöspäin edetessä isoimmista kaupungeista pysähdyspaikkoja ovat ainakin San Francisco ja Seattle, mutta myös muut matkanvarrelle sattuvat kohteet ovat mahdollisia, koska reittiä ja aikataulua ei haluta suunnitella kokonaan etukäteen.

Autolla ajaminen päättyy pohjoisessa Seattleen. Seattlestä pääsee Kanadan puolelle niin linja-autolla, junalla kuin laivallakin. Laivamatka mainittiin mieluisana vaihtoehtona yhdessä vastauksessa ja se tuo reitille monipuolisuutta ja poistaa hieman ajotaakkaa ryhmältä. Loppuajasta kaikki saavat tällöin nauttia vapaasti matkanteosta. Myös autonvuokraus käy helpommin ja edullisemmin, kun autoa ei vie rajan yli Kanadaan.

Vaihtoehtoina laivamatkalla ovat risteily sekä lauttamatka. Risteily on usein hienempi sekä kalliimpi matkustusmuoto, kun taas lauttamatka ajaa hyvin usein vain asiansa, eli paikasta toiseen siirtymisen. Monet risteilyistä ovat koko kestoaltaan viikkoja ja lähtevät kauempaa kuin Seattlestä ja käyvät kauempana kuin Vancouverissa, jolloin nämä kaupungit ovat vain pysähdyspaikkoina matkan varrella. Joskus tällaisille pidemmille risteilyille voi hypätä mukaan vain yhden välimatkan ajaksi osallistumatta risteilylle kokonaisuudessaan. (Seattle Cruises to Vancouver.)

Seattlestä liikennöi useita eri laivayhtiöitä kuten esimerkiksi Royal Caribbean ja Disney Cruise Line. Kaikki yhtiöt eivät kuitenkaan matkusta reittiä Seattle-Vancouver, joten laivayhtiö ja aikataulut kannattaa tarkistaa etukäteen, vaikka tarkkaa päivämäärää rajan ylitykselle ei haluta vielä määritellä. (Port of Seattle.)

5.2 Kohteet

Internetistä löytyy useita sivustoja, joiden kautta esimerkiksi hotellin varaaminen on nopeaa ja eri vaihtoehtoja on helppo vertailla. Tällaisia sivustoja ovat esimerkiksi Booking.com, Rantapallo.fi sekä Hotels.com. Myös TripAdvisorin sivuilta löytyy paljon

kävijöiden arvioita kohteista ja majoituksesta, mutta täytyy muistaa, että arviot ovat aina yhden kävijän mielipide ja kertomukset saattavat olla värittyneitä. Siispä apua kohteiden ja majapaikan valintaan on otettu myös suoraan palveluntarjoajilta ja esimerkiksi kaupunkien matkailutoimen sivustoilta.

New York

New York on koko matkan ensimmäinen kohde. Täällä viipymiselle on tarkat rajat, sillä tulo ja paluu tapahtuvat lentäen. Näiden tekijöiden vuoksi majoitus kannattaa varata koko New Yorkissa vietettävälle ajalle etukäteen. Tällöin saadaan taattua matkalle stressitön aloitus ja varmuus siitä, että ainakin ensimmäinen majoituspaikka on mieluisa. Majoituspaikan valinnassa täytyy ottaa huomioon hinta ja sijainti. Jo Manhattaniilta löytyy useita eri hintaluokkia majoituksessa, mutta vielä edullisempää vaihtoehtoja löytyy esimerkiksi Brooklynistä. New Yorkissa vietetään aikaa kuitenkin vain neljän yön verran, joten hotelli varataan Manhattaniilta läheltä nähtävyyksiä ja parhaita palveluita. Ryhmässä on mukana kaksi lapsiperhettä, joten hotellin on oltava myös heille soveltuva. Midtown East 47th Street Residence on huoneistohotelli, joka sijaitsee noin kilometrin päässä Central Parkista ja Times Squarelta. Sen hintataso on ryhmän budjetille sopiva ja huoneet riittävän suuria kolmelle hengelle. Myös Booking.com-sivustolta löytyvät matkailijoiden arviot hotellista ovat hyviä. (Booking.com 2012.)

New Yorkissa vietetään vain muutama päivä, joten aika riittää pääasiassa Manhattaniin tutustumiseen. Nähtävyyksiä ja ostosmahdollisuuksia löytyy lukemattomia kohteita, joista ryhmän täytyy valita itselleen mieluisimmat. Tunnetuimpina nähtävyyksinä voidaan mainita Vapaudenpatsas, Empire State Building, Brooklyn Bridge, Times Square ja Central Park. Tunnettuja ostoskeskuksia ovat Bloomingdale's, Macy's, ja Rockefeller Center. Nähtävyyssierrosten ja ostosten lisäksi New Yorkissa voi kuluttaa aikaansa esimerkiksi Broadway-esityksissä, museoissa, Baseball-otteluissa, ravintoloissa ja kahviloissa sekä stand up -klubeilla. (NYC & Company Inc. 2012.)

Los Angeles

Los Angeles on ensimmäinen kohde länsirannikolla. Kaupungissa on mahdollisuus toivotulle rentoutumiselle ja auringonotolle. Venice Beach on yksi Los Angelesin tunnetuimmista rannoista. Se on yleensä ruuhkainen ja meluisa, joten tämä paikka ei välttämättä miellytä kaikkia. Will Rogers State Beach on sopivan ajomatkan päässä

oleva lapsiystävällinen uimaranta, joka ei ole aivan yhtä suosittu ja täynnä ihmisiä, kuin aivan kaupungin kupeessa olevat rannat. (Malloy 2012.) Santa Monica Bayn alueella sijaitsee useita laitureita, joista suosituin saattaa olla Santa Monica Pier. Se on erittäin tunnettu paikka tv-sarjoista ja elokuvista, joten se saattaa kiinnostaa pelkästään siksi. Laiturilla voi myös ihailla merimaisemaa, ruokailla, käydä Pacific Park –huvipuistossa sekä osallistua vaikkapa trapetsikouluun. (Santa Monica Pier 2012.)

Rentoutumisen lisäksi Los Angeles tarjoaa paljon ostosmahdollisuuksia, sekä nähtävyyksiä ja tekemistä. Universal Studios on lähes pakollinen kohde lasten kanssa matkustettaessa. Studioilla voi esimerkiksi katsoa Shrekin 4D:nä, osallistua kierrokselle elokuvastudioilla, istua Jurassic Park –vuoristoradan kyytiin tai katsella WaterWorldissa esitystä. (Universal Studios.) Toinen vaihtoehto huvipuistonnälkäisille on alkuperäinen Disneyland. Ylhäällä Mount Hollywoodilla sijaitsevalta Griffith Observatoryltä on upeat maisemat Los Angelesin yli. Pääsy observatorioon ja sen ympäristöön on maksuton, mutta esimerkiksi planetaariossa voi päästä ihailemaan esityksiä maksua vastaan. (Griffith Observatory.) Hieman pohjoisempana kaupungin keskustan ulkopuolella sijaitsee Topanga State Park. Luonnonpuistoon on noin kymmenen dollarin suuruinen pääsymaksu, joka oikeuttaa sisäänpääsyyn sekä auton pysäköintiin. Puistossa on mahdollisuus ihailla upeita maisemia, vaeltaa sekä pyöräillä. (State of California 2012.)

Nähtävyyksistä listalle kannattaa lisätä Hollywood-kyltti. Sen kirjaimille ei pääse istumaan, eikä lähelle ajamaan, joten kyltin ihailu ja valokuvaaminen kannattaa suorittaa Canyon Lake Drivelta, Mulholland Drivelta tai vaikkapa Griffith Observatoryltä käsin. Hollywood-kyllin kanssa vähintään yhtä tunnettu nähtävyys on Walk of Fame –katu, johon ansioituneet julkisuudenhenkilöt ovat painaneet kätensä jäljet. Walk of Famelle ei ole tarkkaa osoitetta, vaan tähdet levittäytyvät Hollywood Boulevardille ja Vine Streetille. (Hollywood Chamber of Commerce 2012.)

Las Vegas

Las Vegasista on mahdollisuus löytää tasokasta majoitusta erittäin edulliseen hintaan. Esimerkiksi Booking.com-sivuston tarjouksia seuraamalla voi löytää junior suite –tasaisen huoneen minikeittiöllä jopa 80 euron vuorokausihintaan. Las Vegasissa ryhmän miehet halusivat päästä kokeilemaan onneaan kasinoille. Las Vegas Strip on keskeinen katu, jonka varrelta löytyy varmasti viihdykettä. Täällä tekeminen ei kuitenkaan rajoitu pelkästään uhkapelaamiseen, vaan Las Vegasin

kasinoilta ja hotelleista löytyy paljon upeita esityksiä, kuten esimerkiksi Cirque du Soleil, The Lion King ja Jersey Boys –show. Ulkona kävellessä kannattaa myös pysähtyä ihailemaan Bellagion suihkulähteiden kuuluisaa esitystä. (Lasvegas.com.)

Kaupungin ulkopuolelta löytyy noin tunnin ajomatkan päässä Hooverin pato, joka kiinnosti kovasti energia-alalla työskenteleviä ryhmän miehiä. Padolla on mahdollisuus osallistua opastetuille kierroksille. Las Vegas toimii myös tukikohtana Grand Canyonin kierrokselle. Grand Canyonia pääsee ihailemaan helposti junasta käsin. Junamatkat ovat usein tuoteistettu elämyksellisiksi. Vaihtoehtoina löytyy muun muassa lastenkirjaan perustuva Midnight Express –junamatka tai yhden tai useamman yön kestävä retki, johon sisältyy ruokailuja ja ohjelmaa. (Grand Canyon Tour Company.)

Ajomatka länsirannikkoa ylös

Los Angelesiin ja Las Vegasiin tutustumisen jälkeen on aika jatkaa matkaa kohti pohjoista. Yhdysvaltojen länsirannikkoa pitkin voi edetä helposti ja nopeasti laadukasta valtatie 5:tä pitkin, mutta tämän ajomatkan tarkoitus ei ole päästä määränpäähän mahdollisimman nopeasti, vaan nauttia maisemista ja tutustua ympäristöön. Valtatien sijaan kannattaa siis valita pienempi, mutta kauniimpi US 101 tai Highway 1, toiselta nimeltään Pacific Coast Highway, läpi rannikkokaupunkien. National Geographic Traveller on jopa maininnut Morro Bayn ja Montereyn välisen tieosuuden olevan "Drive of a Lifetime", tiepätkä, joka täytyy ajaa elämänsä aikana sen upeuden tähden. (Lewis.) Matkan varrella ryhmä saa itse pysähtyä silloin, kun haluaa ja yöpyä silloin, kun se tuntuu parhaalta. Tälle ajomatkalle ei tehdä etukäteen tarkkaa suunnitelmaa, vaan nyt ryhmällä on tilaa improvisoida matkaansa. Pysähtymisen arvoisia kohteita matkan varrella ovat esimerkiksi Santa Barbara, Pismo Beach ja Santa Cruz. Pismo Beachilta löytyy esimerkiksi idyllinen koko perheelle sopiva hotelli Pismo Lighthouse Suites (Pismo Beach Hotels).

San Franciscosta jatkettaessa kohti pohjoista ja Seattlea kertyy ajomatkaa vielä reilut tuhat kilometriä. Matkan varrella kannattaa kuitenkin pysähtyä ihailemaan mammuttipetäjiä Redwood National and State Parkissa, joka sijaitsee noin 500 kilometrin päässä San Franciscosta. Puiston pohjoispuolelta alkaa Oregonin osavaltio, joka on kaunista seutua. Siellä kannattaa pysähtyä pikkukaupunkeihin ja poiketa valtatieltä ihailemaan luonnonpuistoja ja upeita maisemia. Aivan Seattlen kupeessa sijaitsee valtava Olympic National Park. (West Coast USA Roadtrip 2012.)

San Fransisco

San Franciscon on tunnettu jyrkistä mäistään, raitiovaunuistaan sekä symbolistaan Golden Gate –sillasta. Ryhmällä on käytössään auto, joten sillan yli kannattaa ehdottomasti käydä ajamassa, jotta sen valtavan koon käsittää paremmin. Sillasta hieman etelään sijaitsee upea Central Parkiinkin verrattu kaupunkipuisto: Golden Gate Park. Kyselyvastauksissakin mainittu Hop-on hop-off –bussi on kätevä tapa tutustua kaupunkiin yhden tai kahden päivän aikana. (San Francisco Travel Association 2012.) San Franciscosta käsin on myös mahdollisuus vieraillla Alcatrazin vankilasaarella. Sinne järjestetään risteilyjä ja opastettuja kierroksia. Tällainen kierros vie koko päivän, joten ensin on syytä miettiä, onko ryhmällä aikaa käydä saarella. Liput kannattaa joka tapauksessa ostaa etukäteen, sillä kierrokset ovat suosittuja. (Alcatraz Cruises LLC 2012.)

Matkan jatkuessa kohti pohjoista kannattaa ensimmäisenä poiketa Muir Woodsin punapuumetsässä ihailmassa valtavia mammuttipetäjiä. Muir Woodsin luonnonpuisto sijaitsee vain kaksikymmentä kilometriä San Franciscosta pohjoiseen. (National Park Service 2012.) Luonnonpuistovierailun jälkeen San Franciscon läheisyydestä löytyy myös Napalaakson viiniviljelmät. Alue kuuluu maailman tärkeimpiin viinintuottajiin. Viinitiloilla voi esittelykierrosten ja maisteluiden lisäksi ruokailla sekä nauttia teatterista ja musiikista. Alueella on myös vilkas yöelämä ja aktiviteettien läheisyydestä löytyy hotelleja sekä aamiaismajoitusta. (Winecountry.com 2012.)

Seattle

Seattle on suuri pohjoisen kaupunki ja sieltä löytyy paljon nähtävää, vaikkei se tunnettavuudessa pärjääkään New Yorkille tai Los Angelesille. Kaupungin symboli on Space Needle, jonka 160 metrin korkeudessa olevalta näköalatasanteelta voi ihaillla kaupunkia. Yhä tasoa alemmaa löytyy ravintola sekä lahjatavaraliike. (Space Needle LLC 2012.) Kaupungista löytyy myös alkuperäinen Starbucks, jossa voi käydä nauttimassa kahvit, jos vain jaksaa jonottaa. Ulkoilua varten Seattlesta löytyy useita puistoja, kuten Lincoln Park, Kubota Gardens sekä Golden Gardens Park. Myös keskeltä kaupunkia voi löytää luontoa ja rauhaa, jos suuntaa keskustassa Waterfall Gardeniin. Keskustasta läheltä satamaa löytyy kaksi näkemisen arvoista kohdetta: Pike Place Market ja Gum Wall. Ensimmäiseksi mainittu on 1900-luvun alussa syntynyt kauppa-alue, josta löytyy ostettavaksi ruokaa, vaatteita ja tuijaisia, sekä alueella voi ruokailla ja kahvitella useissa eri ravintoloissa. Toiseksi mainittu on seinä,

joka on paineltu täyteen purukumeja. Tästä hieman ällöttävästäkin kohteesta on tullut suosittu nähtävyys Seattlessa. (City of Seattle 2013.) Matka Seattlesta Vancouveriin jatkuu joko maitse tai meriteitse. Esimerkiksi monet linja-autoreitit kulkevat lentokentän kautta, jolloin vuokra-auton jättäminen kentälle käy helposti. Jos taas ryhmä haluaa kulkea pohjoiseen laivalla, liikennöi satamasta useita eri laivayhtiöitä.

Vancouver

Vancouveriin ryhmän kannattaa tulla vähintään vuorokautta ennen paluulentoa, sillä kaupungista pääsee lähtemään upeille valaidenkatseluristeilyille, jotka vievät puolikkaan tai kokonaisen päivän. Tämä suosittu aktiviteetti oli myös mainittu yhdessä kyselyvastauksessa tärkeänä nähtävyytenä. Kesäkuukausina valaiden näkemisen mahdollisuus on suurimmillaan ja parhaimmillaan salmella voi uida jopa sata valasta yhtenä ryhmänä. Vancouver on kaupunki, jossa ulkoilmaihmiset viihtyvät parhaiten. Talvikaudella kaupungin läheisyydessä voi harrastaa lukemattomia lumilajeja ja kesäisin kalastaa, vaeltaa sekä pyöräillä. Noin 15 minuutin ajomatkan päässä Vancouverin keskustasta sijaitseva Grouse Mountain on ympärivuotinen luontokohde, jossa kesäaikaan voi ihailia luontoa kävelyllä, mennä gondoli hissillä aivan huipulle asti, kokea vauhdin huumaa zipline-radalla ja katsella luontoon liittyviä esityksiä. (The Greater Vancouver Visitors and Convention Bureau.)

6 Loppupäätelmät

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa toimiva matkailutuote ja matkasuunnitelma. Idea matkasuunnitelman tekemiselle lähti matkustavalta ryhmältä itseltään. Minua pyydettiin mukaan, sillä ryhmän jäsenet tiesivät minun opiskelevan matkailualaa ja etsivän opinnäytetyön aihetta. Tuloksena syntyi ryhmän jäsenille mieluinen matkasuunnitelma, jonka mukaan he voivat matkustaa Yhdysvaltoihin.

Opinnäytetyön alkuperäinen aikataulu muuttui, kun ryhmä päätti siirtää matkan toteutumisen kesältä 2012 määrittelemättömään tulevaisuuteen. Tämä laski selkeästi motivaatitani ja poisti työltä tarkan aikarajan sen valmistumiselle. Aloitin opinnäytetyöprosessin jo syksyllä 2011, mutta priorisoin keväällä tekemiseni uudestaan, kun sain tietää, ettei matka toteudukaan lähitulevaisuudessa. Vasta kesällä 2012 keräsin jälleen motivaationi ja ryhdyin tosissani kirjoittamaan raporttia. Tässä vaiheessa minulla oli jo kasassa kyselyvastaukset sekä haastattelun tulokset ja olin kirjoittanut raportilleni raameja. Syyslukukauden 2012 vietin Ruotsissa Åressa työharjoittelussa, mikä vaikeutti kirjoittamista lähdekirjallisuuden puuttumisen vuoksi. Olin kuitenkin päättänyt valmistua kevään 2013 ensimmäisenä valmistumispäivänä, joten tein syksyllä opinnäytetyöhön lähdekirjallisuutta vaatimattomia osia.

Matkan suunnittelu onnistui melko hyvin kyselyvastausten ja ensimmäisen haastattelun perusteella, sillä tunsin ryhmän jäsenet etukäteen ja tiesin jo hieman heidän matkailutottumuksistaan. Loppuvaiheessa suunnittelua kävi kuitenkin ilmi, että tietoni eivät olleet kaikilta osin riittäviä, mutta onneksi uuden tapaamisen järjestäminen oli helppoa ja matkasuunnitelma saatiin rakennettua loppuun. Koska ryhmän jäsenet eivät lähteneet matkalle ennen opinnäytetyöprosessini loppua, en ehtinyt saamaan palautetta matkan konkreettisesta toteutumisesta. Suunnitelma kuitenkin miellytti ryhmän jäseniä, joten uskon, että he pystyvät toteuttamaan ikimuistaisen matkan suunnitelmani pohjalta. Vaikeuksista huolimatta lopputulos oli siis alkuperäisen tavoitteen mukainen.

Matkasuunnitelman tilannut ryhmä on matkustanut paljon yhdessä ja tehnyt omatoimimatkoja. He eivät pelkää ajaa autoa vieraassa ympäristössä ja kulttuurissa, eikä heille tuota ongelmaa etsiä majoitusta vasta paikan päältä. Tämän matkasuunnitelman pohjalta voi myös kuka tahansa muu jo hieman itsenäiseen matkantekoon tottunut ryhmä lähteä matkalle.

Tässä matkasuunnitelmassa noudatetaan kestävän kehityksen periaatteita paikallisella tasolla. Valtameren yli matkustaminen lentoteitse jättää suuren hiilijalanjäljen, mutta toiselle puolella maapalloa matkustettaessa jokin muu matkustusmuoto olisi tarpeettoman hidas. Perillä kohteessa ryhmän jäsenet toivoivat pystyvänsä näkemään paikallista kulttuuria ja arkielämää. Kaupunkikohteissa ryhmä voi liikkua jalkaisin tai julkisilla liikennevälineillä. Myös pitempien matkojen eteneminen yhdellä isommalla autolla on tehokkaampi vaihtoehto kahdelle pienemmälle autolle.

Tämän opinnäytetyöprosessin aikana opin asiakaslähtöisen palvelutuotteen suunnittelusta käytännön tasolla. Haastetta työn tekemiselle loi kuitenkin matkailutuotteen tuotekehityksestä kertovan kirjallisuuden sekä tutkimusten vähäisyys. Olisi ollut myös hienoa nähdä, miten itse matka toteutuu käytännössä ja toivonkin, että saan ryhmän jäseniltä vielä palautetta sen jälkeen kun he toteuttavat matkan. Reittiä suunnitellessa opin myös paljon Yhdysvaltojen maantieteestä ja suosituista matkustuskohteista. Henkilökohtaisella tasolla tämä opinnäytetyöprosessi opetti minulle paljon aikatauluttamisesta ja omasta käyttäytymisestä. Tulevia samantyyppisiä projekteja varten tiedän tarvitsevani aikaa työskentelylle sekä tauoille pystyäkseeni toimimaan tehokkaasti.

Tämän opinnäytetyön jatkona voisi olla vielä pidemmälle kehitelty tuote, joka tulisi jonkin matkatoimiston käyttöön valmismatkana. Lähtökohtana voitaisiin käyttää esimerkiksi yleistyksiä tästä ryhmästä, eli millainen tämän tuotteen segmentti on, mitä he matkaltaan hakevat ja millaisia arvo-odotuksia he matkalle asettavat, jolloin valmista tuotetta voitaisiin markkinoida heti oikealle asiakasryhmälle. Tällöin tuotteelle tulisi suunnitella kiinteämpi aikataulu ja reititys, jossa ei ole yhtä paljon varaa inspiroinnille. Kiertomatalla voisi silloin olla mukana tietyt majoituspaikat ja kuljetukset kohteiden välillä. Mukaan voisi liittää myös valmiita ohjelmalveluita.

LÄHTEET

Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. *Matkailumarkkinointi*. Helsinki: Edita Prima Oy.

Alcatraz Cruises, LLC. 2012. [verkkosivu] [viitattu 30.10.2012]. Saatavissa: <http://alcatrazcruises.com>

Booking.com. 2012. [verkkosivu] [viitattu 3.1.2013]. Saatavissa: <http://www.booking.com/hotel/us/midtown-east-47th-street-residence.en-gb.html?sid=1648c00c9123fcf98e23d569ed8695f7;dcid=1>

City of Seattle. 2013. *Visiting Seattle*. [verkkosivu] [viitattu 3.1.2013] Saatavissa: <https://www.seattle.gov/visiting/>

European Commission. 2012. *Sustainable Tourism*. [verkkosivu]. [viitattu 3.1.2013] Saatavissa: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/index_en.htm

Grand Canyon Tour Company. [verkkosivu]. [viitattu 29.10.2012]. Saatavissa: <http://www.grandcanyontourcompany.com/train.htm>

Griffith Observatory. [verkkosivu]. [viitattu 28.10.2012]. Saatavissa: <http://www.griffithobs.org>

Holloway, J. C. 2004. *Marketing for Tourism*. 4. Painos. Gosport: Ashford Colour Press Ltd.

Hollywood Chamber of Commerce. 2012. *Hollywood Walk of Fame*. [verkkosivu] [viitattu 28.10.2012]. Saatavissa: <http://www.walkoffame.com>

Komppula, R. & Boxberg, M. 2005. *Matkailuyrityksen tuotekehitys*. Helsinki: Edita.

Kostiainen, A., Ahtola, J., Koivunen, L., Korpela, K. & Syrjämaa, T. 2004. *Matkailijan ihmeellinen maailma*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Kuluttajavirasto. 2011. *Valmismatka sisältää taloudellista turvaa*. [verkkosivu]. [viitattu 20.11.2012]. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/valmismatka/>

Kuluttajavirasto. 2010. *Omatoimimatkan voi suunnitella ekologisesti kestäväksi*. [verkkosivu]. [viitattu 3.1.2013]. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/matkailu/omatoimimatkat/>

Kuluttajavirasto. *Matkustajan kuluttajansuoja*. [verkkosivu]. [viitattu 3.1.2013]. Saatavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/matkustaminen/>

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus, 2009a. *Elämys*. [verkkosivu]. [viitattu: 15.4.2012]. Saatavissa: <http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=166>

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2009b. *Elämyskolmio*. [verkkosivu]. [viitattu: 1.8.2012]. Saatavissa: <http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>

- Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010. *Elämystuote*. [verkkosivu]. [viitattu: 15.4.2012]. Saatavissa: <http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=4376>
- Lasvegas.com. *Things to Do in Las Vegas*. [verkkosivu]. [viitattu 29.10.2012]. Saatavissa: <http://www.lasvegas.com/activities/>
- Lewis, J. C. USA Today. *Fun Things to Do from Los Angeles to San Francisco*. [verkkolehti]. [viitattu: 20.11.2012]. Saatavissa: <http://traveltips.usatoday.com/fun-things-los-angeles-san-francisco-14664.html>
- Malloy, B. 2012. *Los Angeles Beaches – Guide to the Best Los Angeles Beaches* [verkkosivu] [viitattu 28.10.2012]. Saatavissa: <http://gocalifornia.about.com/od/calamenu/ss/los-angeles-beaches.htm>
- Matkaopas-lehti. 2012. *Valmismatka ja omatoimimatka – katso erot ja oikeutesi*. [verkkolehti]. [viitattu: 3.1.2013]. Saatavissa: <http://www.matkaopaslehti.fi/artikkeli/16319/valmismatka-ja-omatoimimatka-katso-erot-ja-oikeutesi/>
- Maslow, A. H. 1987. *Motivation and Personality*. [verkkodokumentti]. [viitattu: 5.9.2012.] Saatavissa: <http://www.chaight.com/Wk%2015%20E205B%20Maslow%20-%20Human%20Motivation.pdf>
- National Park Service. 2012. *Muir Woods National Monument*. [verkkosivu]. [viitattu 4.1.2013]. Saatavissa: <http://www.nps.gov/muwo/index.htm>
- NYC & Company, Inc. 2012. [verkkosivu]. [viitattu 28.10.2012]. Saatavissa: <http://www.nycgo.com>
- Pine, B. J. II & Gilmore, J. H. 1999. *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Pismo Beach Hotels. [verkkosivu]. [viitattu 30.10.2012]. Saatavissa: <http://www.pismolighthouseuites.com>
- Pervin, L.A. 2003. *The Science of Personality*. New York: Oxford University Press.
- Port of Seattle. *Cruise Lines and Schedule*. [verkkosivu]. [viitattu 29.10.2012]. Saatavissa: <http://www.portseattle.org/Cruise/Schedules-Cruise-Lines/Pages/default.aspx>
- San Francisco Travel Association. 2012. *Things to do in San Francisco*. [verkkosivu]. [viitattu 3.1.2013]. Saatavissa: <http://www.sanfrancisco.travel/todo/>
- Santa Monica Pier. 2012. [verkkosivu] [viitattu 28.10.2012]. Saatavissa: <http://santamonicipier.org>
- Seattle Cruises to Vancouver. [verkkosivu]. [viitattu 29.10.2012]. Saatavissa: <http://cruisesfromseattle.us/PlacestoCruise/Vancouver.aspx>
- Space Needle LLC. 2012. [verkkosivu] [viitattu 30.10.2012]. Saatavissa: <http://www.spaceneedle.com>
- State of California. 2012. *Topanga State Park*. [verkkosivu]. [viitattu 29.10.2012]. Saatavissa: http://www.parks.ca.gov/?page_id=629

Suomen virallinen tilasto (SVT): Suomalaisten matkailu [verkkopublication]. ISSN=1798-8837. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 18.1.2013]. Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/smat/kas.html>

The Greater Vancouver Visitors and Convention Bureau. *Vancouver Things to Do*. [verkkosivu]. [viitattu: 4.1.2013]. Saatavissa: <http://www.tourismvancouver.com/do/>

Travelcon Oy. *Kestävä kehitys matkailussa*. [verkkosivu]. [viitattu 2.1.2013]. Saatavissa: <http://www.travelcon.fi/ymparistotietous.php?osa=kehitys>

Universal Studios. *Attractions Overview*. [verkkosivu]. [viitattu: 29.10.2012]. Saatavissa: <http://www.universalstudioshollywood.com/attractions/>

Vuoristo. K.-V. 2002. *Matkailun muodot*. 3. Painos. Helsinki: WSOY.

Walker, J. & Walker, J. 2011. *Tourism Concepts and Practices*. New Jersey: Pearson Education.

West Coast USA Roadtrip. 2012. *Pacific Coast Highway*. [verkkosivu]. [viitattu 30.10.2012]. Saatavissa: <http://www.westcoast-usa-roadtrip.com/pacific-coast-highway.html>

Wilhelmsson, M. & Edvardsson, B. 1994. *Utveckling av nya tjänster*. Karlstad: Högskoletryckeriet.

Winecountry.com. 2012. *Napa Valley Visitors Information*. [verkkosivu]. [viitattu 4.1.2013]. Saatavissa: <http://napavalley.com/visitorsinfo/>

World Commission on Environment and Development. 1987. [verkkodokumentti]. [viitattu: 2.1.2013]. Saatavissa: http://www.regjeringen.no/upload/SMK/Vedlegg/Taler_og_artikler_av_tidligere_statsministre/Gro_Harlem_Brundtland/1987/Address_at_Eighth_WCED_Meeting.pdf

WTO. 2012. *Understanding Tourism: Basic Glossary*. [verkkosivu]. [viitattu: 10.8.2012]. Saatavissa: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>

MATKAN TAVOITTEET -KYSELY

1. Mikä on matkan tavoite? Miksi?
2. Minkä tyyppisiä asioita haluat kokea reissun aikana? Miksi?
3. Jos osaat nimetä joitakin tiettyjä kohteita, joissa on pakko käydä tai jotka on pakko nähdä, kerro ne tässä. Myös perustelut miksi ne ovat must see -paikkoja, ei olisi pahitteeksi.
4. Olisiko kolmen viikon aikana mahdollista, että porukka eroaa osaksi aikaa omille reiteilleen, vai haluatko, että kaikki pysyvät yhdessä koko reissun ajan? Kuinka tiivis matkaohjelman pitäisi olla? Kokonaan suunniteltu vai tilaa improvisaatiolle?
5. Kuinka paljon liikkumista paikasta toiseen haluat? Olisiko autolla ajaminen vai lentäminen paras tapa liikkua? Tai jokin muu? Kuinka kauan ajoa saa kertyä kerralla?
6. Kuinka kauan haluaisit viettää korkeintaan samassa paikassa? Entä vähintään?
7. Mikä olisi hyvä lähtökaupunki, entä paluukaupunki? Eli kaupungit johon lennetään Suomesta ja josta lähtee taas lento kotiin.
8. Teenkö/tehdäänkö varaukset itse vai matkatoimiston kautta? Hintaanhan se vaikuttaa jonkin verran. Budjetista voidaan keskustella tarkemmin sitten kun tavataan.

