

Minna Seppälä

KULTTUURIPERINNÖN TUOTTEISTAMINEN
CASE: LUOKKARETKIPAKETTI HÄRMÄNMAALLE

Opinnäytetyö

Kajaanin ammattikorkeakoulu

Matkailu- ravitsemis - ja talousala

Matkailun koulutusohjelma

Syksy 2007



**Kajaanin
ammattikorkeakoulu**

OPINNÄYTETYÖ TIIVISTELMÄ

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma
Tekijä(t) Minna Seppälä	
Työn nimi Kulttuuriperinnön tuotteistaminen Case: Luokkaretkipaketti Härmänmaalle	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Ohjaaja(t) Pekka Oikarinen ja Päivi Raunio
	Toimeksiantaja
Aika Syksy 2007	Sivumäärä ja liitteet 54 + 7
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää luokkaretkipaketti Härmänmaalle hyödyntäen alueen rikasta kulttuuriperintöä tuotteessa. Lisäksi työllä toivotaan olevan kannustava vaikutus alueen yritysten tuotekehitykselle. Työ on osa EU-rahoitteista Härmänmaan kulttuuriperintö hanketta joka toteutettiin Härmänmaalla vuoden 2007 aikana.</p> <p>Luokkaretkituotteen kehittäminen alueelle oli ajankohtaista, sillä alue tarjoaa hyvin vähän valmiita paketteja lapsille ja nuorille. Härmänmaalla on kuitenkin potentiaalia juuri lapsien ja nuorien matkailua ajatellen, sillä alueella sijaitsee muun muassa Mika Salo Circuit, joka on yksi maamme nopeimmin kehittyvistä matkailukeskuksista.</p> <p>Luokkaretkipaketin suunnitteluun vaikuttivat ratkaisevasti alueella sijaitsevien matkailuyritysten määrä ja laatu ja saavutettavissa olevat palvelut. Tuotteessa halusin tuoda erityisesti esille sekä häjyihin liittyvää historiaa että alueen nykyaikaisia palveluita. Tuotteen tekemisessä olen pyrkinyt realismiin ja ottamaan mahdollisimman hyvin huomioon tuotteeseen liittyvät asiat.</p> <p>Opinnäytetyön lopputuloksena syntyi luokkaretkipaketin prototyyppi, jota voidaan käyttää esimerkkinä rakennettaessa alueelle uusia tuotteita lapsi- ja nuorisoryhmille. Paketti sisältää sopivassa määrin sekä alueen historiaa että nykyaikaa. Se myös kuvastaa sitä, kuinka alueen historiaa voidaan mielikuvituksen avulla yhdistää erilaisiin aktiviteetteihin.</p>	
Kieli	Suomi
Asiasanat	Härmänmaa, kulttuuriperintö, häjyt, luokkaretkipaketti
Säilytyspaikka	X Kajaanin ammattikorkeakoulun Kaktus-tietokanta X Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School School of Tourism	Degree Programme Tourism Management
Author(s) Ms Minna Seppälä	
Title Tourism Product Development and Cultural Heritage, Case: School Trip Programme at Härmänmaa Area	
Optional Professional Studies	Instructor(s) Pekka Oikarinen and Päivi Raunio
	Commissioned by
Date Autumn 2007	Total Number of Pages and Appendices 54 + 7
<p>The aim of the thesis was to develop a new field trip product for school groups in Southern Ostrobothnia in Finland and to utilise Härmänmaa area's cultural heritage. The secondary objective was to motivate and give new ideas for local tourism companies when they re-evaluate and renew their products. This final year project was a part of the project called Härmänmaa cultural heritage. The project was financed by European Commission.</p> <p>Developing a new product for children was current because the area has many attractive destinations for children but the companies had not put all the facilities up as a packet. Hopefully this final year project can be used as an example how to make a new attractive product for children by packaging the services. Part of this project was also getting to know the area's history as well as the history behind the Knife Fighters in Southern Ostrobothnia.</p> <p>The final form of this field trip product depended on the services available. It was not possible to create many new activities because of limited number of tourism companies. The author tried to be as realistic as possible when producing this product.</p> <p>This thesis was made in co-operation with Härmänmaa Area's Cultural Heritage - project and local tourism companies. The price of the field trip was based on the offers from local companies. The trip programme was made by the author who worked in co-operation with South Ostrobothnia Tourist Service Ltd. which is a travel agency specialized in marketing travel services in South Ostrobothnia</p> <p>As a result of this project, an example of field trip travel packet for Härmänmaa area was created. The product which is new and quite realistic, shows how the culture heritage in Härmänmaa area can be exploited in many ways by using imagination to develop new ideas and products.</p>	
Language of Thesis	Finnish
Keywords	Tourism, Product development, Culture Heritage, The Knife Fighter in Southern Ostrobothnia, Field trip, Härmänmaa
Deposited at	X Kaktus Database at Kajaani University of Applied Sciences X Library of Kajaani University of Applied Sciences

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 KULTTUURIMATKAILU	3
2.1 Matkailu käsitteenä	3
2.2 Kulttuurin ja kulttuurimatkailun määritelmiä	3
2.3 Kulttuuriympäristö matkakohteena	5
3 MATKAILUPALVELUJEN TUOTEKEHITYS	8
3.1 Matkailutuote	8
3.2 Matkailutuote paikkaan perustuvana tuotteena	9
3.3 Tuotekehitys	11
3.4 Tuotteistaminen	12
3.5 Matkailutuotteen tuotekehitysprosessi	13
3.5.1 Uuden tuotteen ideointi ja ideoiden seulonta	16
3.5.2 Tuotteen toteutus	16
3.5.3 Tuotteen testaus	18
3.5.4 Tuotepaketin hinnoittelu	18
3.5.5 Tuotteesta saatava palaute ja siihen reagointi	20
4 HÄRMÄNMAA JA HÄJYKULTTUURI	21
4.1 Härmänmaa alueena	21
4.2 Puukkojunkkarit eli häjyt	22
4.3 Häjyajan mahtimiehet	23
4.3.1 Antti Isotalo	24
4.3.2 Antti Rannanjärvi	26
4.3.3 Jaska Pukkila	27
4.3.4 Adolf Hägglund	28
4.4 Häjykulttuurin tunnusomaiset piirteet	29
4.5 Häjykulttuurin syntymiseen vaikuttaneet syyt	34
4.6 Häjykulttuuri nykypäivänä	35
4.6.1 Lauri Tähkä & Elonkerjuu	36
4.6.2 Extreme Duudsonit	37
5 TUOTTEIDEN KEHITTÄMINEN HÄRMÄNMAALLE	39

5.1 Härmänmaan kulttuuriperintöhanke	39
5.2 Alueen matkailuyrittäjät	40
5.2.1 Mika Salo Circuit & Powerpark	40
5.2.2 Härmän kuntokeskus & Anssin Jussin Areena	41
5.3 Luokkaretkipaketin tuotekehitysprosessi	42
5.3.1 Ideariihi	42
5.3.2 Idean kypsyttely ja tuotteen toteuttaminen	44
5.3.3 Luokkaretkipaketin sisältö	45
5.3.4 Luokkaretkipaketin hinnoittelu	47
5.3.5 Luokkaretkipaketin markkinointi ja myynti	48
6 POHDINTA	49
7 LÄHTEET	52
LIITTEET	

LAKEUDEN KUTSU

”Koko lapsuuden ajan kun Pohjanmaalla viettää mä sain
niin on muistossa vielä aika tuo vain.

Kaipa mua veri veti, siks lähdin minä pois sieltä vaan,
päätin kierrellä pitkin poikin tään maan.

Olen niin monet ovet aukaissut, myös sulkenut
kun mä vain kuljeksanut oon missä vaan.

Olen tarpeeksi maita mantuja nyt kulkenut,
vahvan kaipuun nyt kotiin vihdoin mä saan.

Tein, tein vain matkaa - miksi, tiedä en.

Mun täytyi jatkaa, luonto vaati sen.

Mut nyt mä kuulen, kutsuu niityt nuo -
taas laulu tuulen viestin sieltä tuo.

Käännän suunnan ja tulen näin takaisin nyt vihdoinkin,
miksi lähdin mä sieltä mietin mä vaan.

Monet kerrathan minä niin lakeutta vain kaipasin
siellä mieleeni rauhan yksin vain saan.

Nyt mä vihdoinkin täällä jälleen oon, taas niityt nään.

Täällä tyttöni rakas on vieläkin.

Minä saavuun ja tänne viimein mä nyt myöskin jään,
tämä seutu on mulle korvaamaton.”

(Lakeuden kutsu, säv. trad. san. Tuula Valkama, 1971.)

1 JOHDANTO

Etelä-Pohjanmaan Härmänmaata pyyhki 1700- ja 1800-luvuilla merkittävä rikosaalto, kun alueen puukkojunkkarit eli häjyt elivät ja pitivät valtaa alueella. Tämä aika on jättänyt jälkensä alueen historiaan. Vielä nykyisinkin Härmänmaan alue, joka koostuu Kauhavan kaupungista ja Alahärmän ja Ylihärmän pitäjistä, tunnetaan häjyistään sekä vahvasta ja omaleimaisesta kulttuuristaan ja yritteliäisyydestään.

Minua on jo pitkään kiehtonut häjyjen historia ja heidän jättämänsä kulttuuriperintö, tarinat ja kertomukset ajasta, jolloin koko Etelä-Pohjanmaa oli käytännössä Häjyjen mahdin alla. Kiinnostusta häjyjä kohtaan on entisestään lisännyt Lauri Tähkän & Elonkerjuun yhtyeen musiikki, joka omalta osaltaan tuo koko kansan tietoisuuteen alueen historiaa kokonaan uudella tavalla, käyttäen lauluissaan eteläpohjalaisien kansanlaulujen sanoituksia ja alueen murretta. Myös alueelta lähtöisin oleva Extreme Duudsonit show- ja stunttiryhmä, tuo mielestäni hyvin esille pohjalaisuutta. Voidaan sanoa, että osittain sekä Tähkän että Duudsonien saavuttaman suosion myötä pohjalaisuudesta on tullut eräänlainen trendi, ellei jopa brändi ja alueen historia kiinnostaa yhä useampia. Osittain Tähkä ja Duudsonit ovat myös nostaneet esille aluetta ja sen historiaa positiivisella tavalla ja auttaneet myös alueella asuvaa nuorisoa löytämään juurensa.

Aiheeni valintaan vaikutti paljon se, että olen kotoisin Etelä-Pohjanmaalta Evijärveltä. Vaikkei kotikuntani koskaan ollutkaan suuressa määrin häjykulttuurin vaikutuksen alla, tunnen vahvaa kiinnostusta alueen kulttuuria kohtaan. Suorittamani työharjoittelu Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy:ssä antoi minulle hyvän kuvan alueen matkailuyrittäjistä ja kiinnostusta kehittää alueelle häjyihin perustuva matkailutuote, jonka kohderyhmänä ovat lapset ja nuoret.

Tämän työn tarkoituksena oli miettiä, kuinka Härmänmaan alueen kulttuuriperintö voitaisiin tuotteistaa entistä tehokkaammin myös alueella vierailevien matkailijoiden saataville. Tarkoitukseni oli koota matkapaketti alueen matkailutarjonnasta ja yhdistää siihen sopivassa määrin menneisyyttä ja nykyaikaa. Valitsin kohderyhmäkseni lapset ja nuoret, sillä alueella on heille monia vetovoimaisia kohteita, mutta valmiita tuotteita ei löydy. Työni on osa Härmänmaan kulttuuriperintö-hanketta, joka toteutetaan Härmänmaan alueella vuoden 2007 aikana. Valmistamani tuotteen tarkoituksena on antaa alueen matkailuyrittäjille ideoita siitä, miten kulttuuriperintöä voitaisiin hyödyntää entistä enemmän alueen matkailutarjonnassa. Jotta matkailijat kokevat alueen kiinnostavaksi, täytyy sen kehittyä koko aika ja tarjota matkailijoille jotain uutta. Jatkuva tuotekehitys on elinehto alueen turismille.

Tämän opinnäytetyön tuotekehityksen tuloksena on syntynyt kolmen päivän luokkaretkipaketti koululaisille. Paketti on esimerkki siitä, miten alueen matkailupalveluita voidaan pake-
toida hyödyntäen kulttuuriperintöä ja alueella toimivien matkailuyrittäjien palveluita. Tuotetta ei ole toistaiseksi testattu, eikä luovutettu jälleenmyyjälle.

”Ja enkä minä hurian luantoni tähre,

päättäni alaha paina.

Iloonen ja irti maasta

meinaan olla aina.”

(Kansanlaulu, Kalevalaisen runokielen seura Ry 2006.)

2 KULTTUURIMATKAILU

Jotta voisimme ymmärtää kulttuurimatkailua, joka esiintyy tässä opinnäytteessä hallitsevana osa-alueena, on meidän ensin ymmärrettävä, mitä tarkoitetaan, kun puhutaan yleisesti matkailusta ja kulttuurista. Seuraavissa kappaleissa on määritelty sekä matkailu – ja kulttuuritermit ja kerrottu kulttuurimatkailusta yleensä.

2.1 Matkailu käsitteenä

Matkailun määritelmää ei voida pitää yksiselitteisenä, vaan käsitteen rajat ovat enemmän tai vähemmän häilyviä. Puhuttaessa matkailusta ja matkailijoista tarkoitetaan yleensä ihmisiä, jotka matkustavat tilapäisesti oman asuin- ja työympäristönsä ulkopuolella joko työ- tai vapaa-aikanaan. World Tourism Organisationin eli WTO:n matkailun määritelmän mukaan matkailusta voidaan puhua silloin, kun tavanomaisen asuin- ja elinympäristön ulkopuolelle matkustetaan enintään yhden vuoden ajaksi. (Verhelä & Lackman 2003, 15.) Matkailijoita on jaettu erilaisiin ryhmiin muun muassa viipymän, eli asiakkaiden viettämän ajan pituuden ja matkustusmotiivin perusteella. Pääasiallisena jakona voidaan pitää jakoa päiväkävijöihin ja matkailijoihin. Päiväkävijät eivät yövy matkakohteessa mutta saattavat tuoda tärkeää tuloa alueelle osallistumalla esimerkiksi järjestettyihin aktiviteetteihin, kuten alueen ohjelmapalveluihin. Matkailijat taas viettävät kohteessa vähintään yhden yön, jolloin jo yöpymisestä kertyy alueelle matkailutuloa. Tämän lisäksi matkailijat voivat osallistua erilaisiin aktiviteetteihin tuoden alueelle sitä kautta lisätuloa. (McIntosh ym.1995, 11.)

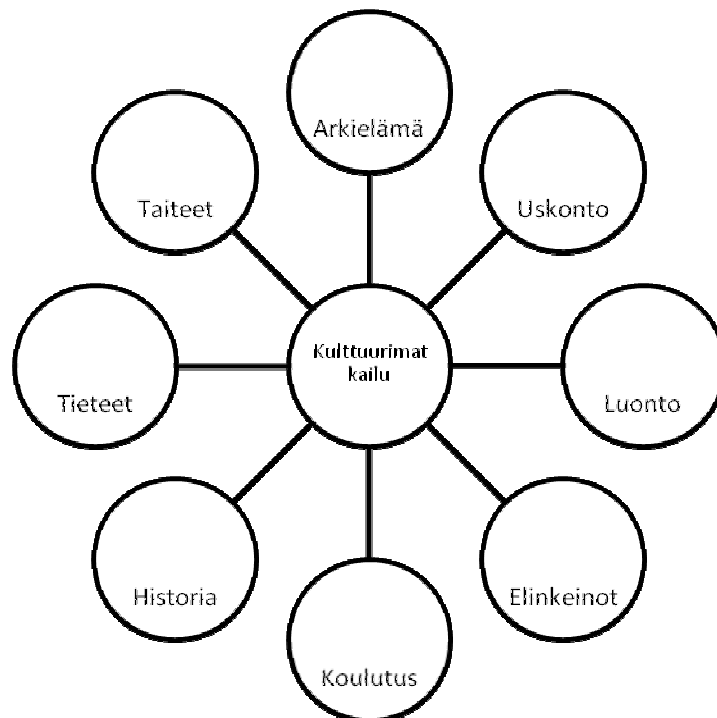
2.2 Kulttuurin ja kulttuurimatkailun määritelmiä

Kulttuuria käsitteenä on määritelty hyvin paljon, ja kuten matkailulle, ei kulttuurillekaan voida antaa yksiselkoista määritelmää. Voidaan jopa sanoa, että kulttuuri-sanana merkitys riippuu hyvin paljon asiayhteydestä, jossa se esitetään. Brittiläinen antropologi Edward B. Tylor määritteli kulttuurin vuonna 1871 teoksessaan *Primitive Culture* seuraavasti:

”Kulttuuri on se kompleksinen kokonaisuus, johon kuuluvat tieto, uskomukset, taide, moraalit, laki, tapa sekä mitkä tahansa ominaisuudet, jotka ihminen on hankkinut yhteisön jäsenenä.” (Burns 1999, 56.)

Tämän määritelmän puitteissa voidaan huomata kulttuurin olevan pääosin opittua käyttäytymistä ja tapoja, jotka me olemme saaneet vanhemmilta ja joita me itse siirrämme edelleen eteenpäin omille jälkeläisillemme. Kulttuuri on apuväline, joka liittyy meitä samaan ryhmään niiden kanssa, jotka jakavat kanssamme saman kulttuurin ja arvot ja erottaa meidät muista samanlaisista ryhmistä. (Garcea 2006, 2.)

Kulttuuri on ollut yhtenä matkailun elementtinä niin kauan kuin matkailua on harrastettu, mutta vasta viime aikoina se on noussut yhdeksi matkustusmotiiviksi. Koska kulttuuriksi luetaan pääsääntöisesti kaikki, mikä on ihmisten luomaa, on sen mukaan myös kaikki matkailu, jonka syynä tai sisältönä on ihmisen aikaansaannokseen liittyvä asia, luettavissa kulttuurimatkailuksi. On kuitenkin järkevää typistää hieman kulttuurimatkailun määritelmää miettimällä, millaisia ominaisuuksia alueen kulttuuritarjonnassa voidaan pitää attraktioina eli alueen veto-voimatekijöinä. Seuraavassa kuviossa on esitetty muutama tällainen tekijä:



Kuvio 1. Kulttuurimatkailu (Verhelä & Lackman 2003, 161.)

Kulttuuri tarjoaa matkailupalveluiden tuottajalle useita erilaisia aiheita ja teemoja, joita hyödyntäen voidaan rakentaa kulttuuriin perustuva matkailutuote. Kulttuurimatkailutuotteita on kehitetty muun muassa kohdealueen väestön elämäntapojen ja sosiaalisten aktiviteettien ympärille. Kulttuurimatkailutuotteita voidaan rakentaa myös varsinaisten esineiden, esimerkiksi paikallisten käsitöiden ympärille. (Verhelä & Lackman 2003, 162.) Matkailun edistämiskeskus eli MEK on määritellyt omissa julkaisuissaan kulttuurimatkailun käsitteen seuraavasti:

”Kulttuurimatkailua on kaikki matkustus, jonka motivaationa on halu havainnoida matkakohteen kulttuurillisia voimavaroja, oppia niistä tai osallistua niihin. Tällainen kulttuurivoimavara on mikä tahansa paikka, rakenne, ihmiskäden aikaansaannos tai tapahtuma, jonka kokemus lisää kävijän arvostusta isäntäalueen alkuperään, tapoihin, makuihin, tottumuksiin ja taitoihin.” (Verhelä & Lackman 2003, 162.)

Suomessa paikalliseen kulttuuriin perustuva matkailu on lisääntynyt voimakkaasti. Kulttuurimatkailun kasvua voidaan perustella muun muassa matkustusmotiivien muuttumisella, ihmisten tulotason kasvamisella, matkailijoiden muuttuneella ikärakenteella ja kohteiden paremmalla saavutettavuudella sekä kulttuurin tuotteistamisella. Matkailijat haluavat entistä enemmän palata juurilleen ja tutustua omaan tai vieraaseen kulttuuriin sekä niiden erityispiirteisiin. Siksi asiakkailta tulisi olla entistä enemmän valinnan varaa ja mahdollisuuksia toteuttaa tätä juurille paluuta. (Verhelä & Lackman 2003, 163.)

2.3 Kulttuuriympäristö matkakohteena

"Vuoristo ja Vesterinen määrittelevät kulttuuriympäristön teoksessaan *Lumen ja suven maa* (2002) seuraavasti:

”Kulttuuriympäristö on ensinnäkin maisemallinen aluekokonaisuus, joka koostuu yhteiselle kulttuurille luonteenomaisista seikoista (rakenteet ja rakennukset, tyyliuunnat, maankäyttömuodot). Tätä tavallaan kiinteää ”kulttuurimiljöötä” täydentää väestö (yhteiskunta) tapoineen ja toimintoineen (elinkeinot, pukukulttuuri, juhlat, perinteet). (Vuoristo & Vesterinen 2002, 49.)

Kulttuuriympäristön suhde matkailuteollisuuteen on samanlainen kuin luonnon ja matkailun suhde: kulttuuriympäristö voi toimia kiistattomana alueen vetovoimatekijänä ja luoda alueelle matkailutuloja, mutta sitä on myös kunnioitettava ja suojeltava sen vaatimalla tavalla. Kunnioitus ja suojelu ovat erityisen tärkeitä alueen vetovoimaisuuden säilymisen kannalta. Parhaassa tapauksessa matkailun kulttuuriympäristölle antama markkina-arvo innostaa paikallista väestöä entisöimään alueita ja säilyttämään niiden kulttuuriarvon. (Vuoristo 2002, 216.) Kai-
Veikko Vuoristo on luetellut teoksessaan *Matkailun muodot* (2002) matkailun kannalta keskeisiksi kulttuuriympäristöiksi muun muassa:

- alkuperäisen luonteensa säilyttäneet kylä- ja maatalousmaisemat
- alkutuotantomiljööt (vanhat teollisuus- ja kalastajayhdyskunnat; usein museoituja)
- vanhat kaupungit ja kaupunginosat
- historialliset tiet ja sillat (mm. museotiet)
- muut alueelliset ja maisemalliset kulttuurikohteet, kuten vanhat muurit ja linnoitukset
- historialliset ja esihistorialliset rauniokaupungit

(Vuoristo 2002, 216.)

Kulttuuriympäristöjen merkitys matkailullisina vetovoimatekijöinä on kasvanut huomattavasti viime aikoina. Tähän vaikuttaa esimerkiksi se, että kunnat ja kaupungit ovat ymmärtäneet oman paikkakuntansa kulttuurilliset voimavarat ja paketoineet kulttuuria enemmän matkailijoiden käyttöön. Kulttuurimatkailupalvelut ovat näin helpommin matkailijoiden saavutettavissa. Matkailijat hakevat kulttuuriympäristöstä yleensä autenttisuutta eli aitoja kokemuksia. Lisäksi matkailukohteessa tulisi olla aina jotain sellaista, jota matkailijan omasta ympäristöstä ei löydy, jotain uutta ja erikoista. Erikoisuus voi olla myös jokin erityisesti kyseiselle seudulle tyypillinen asia, kuten esimerkiksi aava peltoaukea harmaine latoineen Pohjanmaalla tai komea punainen kaksfooninkinen eli kaksikerroksinen pohjalaistalo. Tyypillisyyksien korostaminen ja esittäminen perustuu semiotiikkaan, eli siihen, miten turisti liittää nämä asiat aikaisempiin kokemuksiinsa tai kohteesta näkemiinsä kuviin. (Zimmerbauer 2001, 114–115.)

Kulttuurimatkailuun, kuten muihinkin matkailun osa-alueisiin, liittyy omat ongelmansa. (Vuoristo 2002, 206.) Matkailuun liittyviä ongelmia ovat esimerkiksi suosittujen turistikohteiden ympäristön kuormittuminen, rantavesien pilaantuminen, uhanalaisten lajien häviäminen matkamuistokaupan takia, roskaantuminen sekä alkuperäiskansojen elintilan ja kulttuurin riistäminen ja muuttaminen. (WWF 2007.) Kulttuurimatkailua suunnitellessa ja toteuttaessa on toimittava kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti, jotta arvokkaat kulttuuriperinteet säilyisivät myös jälkipolvienne hyödynnettäväksi. (Vuoristo 2002, 206.)

Kestävän kehityksen periaatteilla on määritelty seuraavasti:

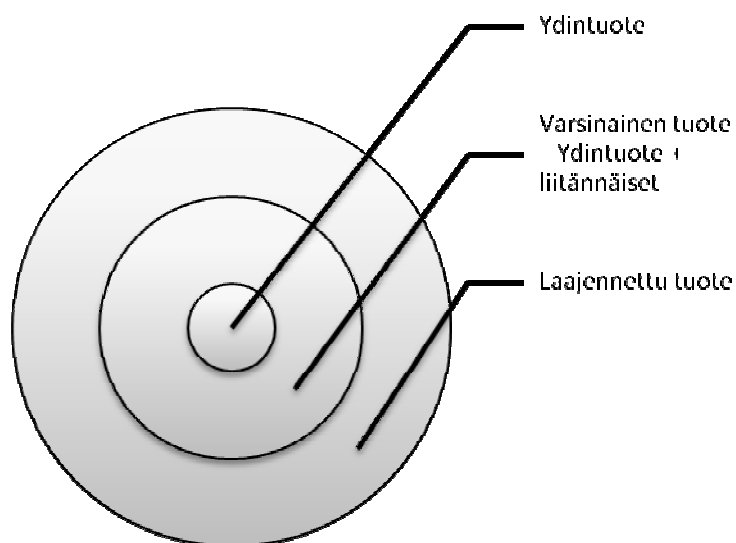
”Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan ns. Brundtlandin raporttia (World Commission on Environment and Development 1987) mukaillen nykypäivän tarpeiden tyydyttämistä ilman että estetään tulevia sukupolvia tyydyttämästä omia tarpeitaan. Euroopan neuvosto soveltaa periaatetta turismiin määrittämällä kestäväksi matkailukehitykseksi minkä tahansa matkailukehityksen tai -toiminnan muodon joka kunnioittaa ympäristöä, varmistaa luonnon- ja kulttuuriresurssien pitkäaikaisen suojelun ja on yhteiskunnallisesti ja taloudellisesti hyväksyttävää ja oikeudenmukaista.” (Vuoristo & Vesterinen 2002, 45.)

3 MATKAILUPALVELUJEN TUOTEKEHITYS

3.1 Matkailutuote

Kun puhutaan matkailupalveluista, tarkoitetaan yleensä yritysten tarjoamia palveluita osana matkailutuotetta, mutta myös niin sanottujen yleishyödyllisten organisaatioiden palvelut ja neuvonnat voidaan yhdistää matkailupalveluksi (Borg, Kivi & Partti 2002, 122.). Matkailutuote on verrattavissa palvelutuotteeseen. Se on useimmiten aineettomista ja aineellisista elementeistä koostuva palvelupaketti, jolle ominaista on sen varastoimattomuus, eli tuote sekä tuotetaan että kulutetaan samanaikaisesti. (Komppula & Boxberg 2002, 10.)

Matkailutuote voidaan jakaa moniin eri osiin. Voidaan puhua kerroksellisesta matkailutuotteesta, joka koostuu monesta eri asiasta tai palvelusta. Kerroksellisen matkailutuotteen mallissa matkailutuotteen ydin on yrityksen tarjoama ydintuote, esimerkiksi majoitus tai ravitsemispalvelu. Ydintuotteeseen voidaan liittää erilaisia oheistuotteita eli liitännäisiä, jolloin saadaan aikaan varsinainen tuote. Näitä liitännäisiä ovat erilaiset tukipalvelut ja avustavat palvelut. Varsinaisen tuotteen viimeinen kerros on laajennettu tuote, johon edellisten lisäksi liittyy myös tuotteen saavutettavuus, fyysinen ympäristö, vuorovaikutus ja asiakkaan osallistuminen.



Kuvio 2. Matkailutuote (Komppula & Boxberg 2002,21).

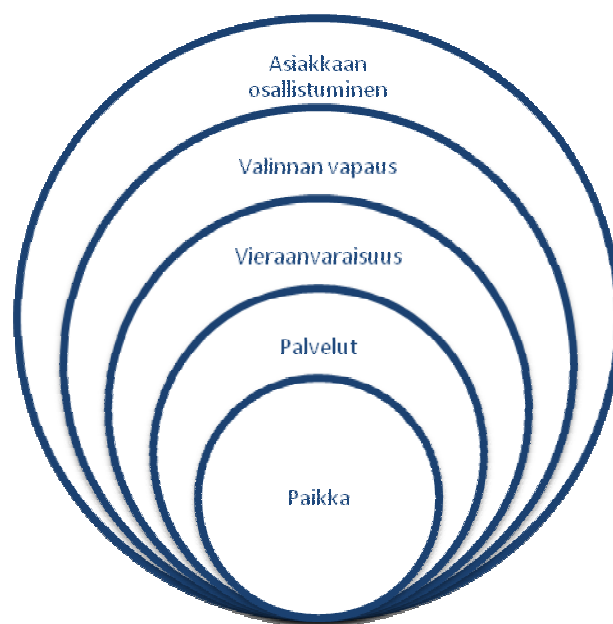
Kokonaisuudessaan asiakaslähtöisen matkailutuotteen määritelmä on määritelty teoksessa Matkailuyrityksen tuotekehitys seuraavasti:

”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” (Komppula & Boxberg 2002, 21).

Tässä määritelmässä korostetaan erityisesti tuotteen arvoa asiakkaalle. Tuotteen tulisi siis tarjota asiakkaalle sellaista arvoa, joka on oikeassa suhteessa niihin uhrauksiin nähden, joita asiakas on tehnyt saadakseen itselleen tuotteen ja siihen kuuluvan subjektisen ainutlaatuisen elämyksen. (Komppula & Boxberg 2002, 21.)

3.2 Matkailutuote paikkaan perustuvana tuotteena

Toinen kerroksellisen matkailutuotteen rinnalla käytetty määritelmä on Smithin (1994) luoma. Siinä matkailutuote käsitetään paikkaan perustuvana tuotteena. Tämän määritelmän mukaan matkailutuotteen ytimen muodostaa fyysinen paikka, jonne matkustetaan. Muut matkailutuotteen elementit ovat palvelu, vieraanvaraisuus, asiakkaan valinnan vapaus ja asiakkaan osallistuminen.



Kuvio 3. Matkailutuote paikkaan perustuvana tuotteena. (Komppula & Boxberg 2002, 15.)

Paikalla tarkoitetaan kaikkia niitä olemassa olevia fyysisiä elementtejä, joita matkakohteessa pystytään havaitsemaan. Paikaksi voidaan määritellä maa, alue, tietty matkailukeskus tai pelkkä yksittäinen hotelli. Olennaisesti paikkaan liittyvät myös ympäristö, maisema, rakennukset ja paikan saavutettavuus asiakkaalle. (Komppula & Boxberg 2002, 16–17.) Jotta paikka voisi toimia ja menestyä matkailun vetovoimatekijänä, se tarvitsee ympärilleen erilaisia palveluja. Tällaisia palveluita voivat olla esimerkiksi majoitus- ravitsemis- ja ohjelmapalvelut, joita voidaan tarjota kohteeseen saapuvalla asiakkaalle. Lisäksi liikennepalveluiden järjestäminen kohteeseen lisää sen menestystä matkailumarkkinoilla, kun kohteen saavutettavuus kasvaa. (Komppula & Boxberg 2002, 15–16.)

Paikka tarvitsee vastaanottokyvyn lisäksi vieraanvaraisuutta. Vieraanvaraisuudella tarkoitetaan kohdemaan tai paikallisväestön myönteistä suhtautumista alueelle saapuviin matkailijoihin. Ilman vieraanvaraisuutta kohteesta tulee helposti toimimaton, sillä vain harva asiakas tulee alueelle, jonka väestö ei suhtaudu myönteisesti hänen vierailuunsa. (Komppula & Boxberg 2002, 16.)

Valinnan vapaudella tarkoitetaan sitä, että asiakkaalla on kohteessa ollessaan mahdollisuus valita, miten hän haluaa kohteessa aikaansa viettää. Tämä taas tarkoittaa sitä, että asiakkaalla on oltava kohteessa riittävä määrä mahdollisuuksia, joiden väliltä hän voi valita päivänsä ohjelman, ehkä joskus jopa ennalta sitä päättämättä, oman mielialan tai sääolosuhteiden mukaan. Asiakas odottaa usein, että hänellä on valinnan vapaus kohteessa monen eri mahdollisuuden väliltä, vaikkei hän lopulta käyttäisikään mahdollisuuttaan päätöksen tekoon. (Komppula & Boxberg 2002, 16.)

Matkailijan osallistuminen matkailutuotteen tuottamiseen on tuotteen osa-alueista se, johon matkailupalvelujen tuottajalla on pienimmät mahdollisuudet vaikuttaa. Se, kuinka paljon asiakas osallistuu tuotteen tuottamiseen ja sen eläväksi tekemiseen, on täysin riippuvainen

matkailijoiden aktiivisuudesta. Aktiivisuus saattaa riippua myös asiakkaan matkan luonteesta: omatoimimatkailijoiden osallistuminen toteutettavaan tuotteeseen saattaa olla huomattavasti vähäisempää kuin esimerkiksi pakettimatkailijoiden. (Komppula & Boxberg 2002, 16.)

3.3 Tuotekehitys

Matkailuyritys, niin kuin mikä tahansa muukin yritys, tarvitsee tuotantoonsa aika ajoin myös uusia tuotteita vanhojen tilalle tai rinnalle. Myös vanhoja tuotteita voidaan muokata uudemiksi joko asiakkailta saadun palautteen perusteella tai yrittäjän uusien ideoiden pohjalta. Tuotekehitys on osa yrityksen kehittämistä, mikä omalta osaltaan myös lisää yrityksen kilpailukykyä. (Komppula & Boxberg 2002, 92–93.)

Menestyvän matkailuyrityksen tuotekehityksen on oltava jatkuvaa, jotta yritys pysyisi koko ajan niin sanotusti ajan hermolla ja jotta yrityksellä olisi jatkuvasti mahdollisuus tarjota asiakkailleen uusia kokemuksia ja tuotteita. Tavallisimmat syyt tuotekehityksen aloittamiseen ovat Komppula & Boxbergin mukaan seuraavat:

- Tavoite lisätä myyntiä

Investointien myötä, yrityksen on myös pystyttävä kasvattamaan tulojaan ja liikevaihtoaan, jotta investoinnit olisivat kannattavia. Tulojen kasvattaminen taas edellyttää joko korkeampaa hintaa tai myynnin määrän kasvua. Tähän tarvitaan uusia vetovoimaisia tuotteita tai vanhojen tuotteiden parantelua. Uusilla tuotteilla voidaan saavuttaa uusia asiakkaita ja samalla aktivoida jo olemassa olevia asiakkaita, ja näin kasvattaa yrityksen myyntiä.

- Markkinatilanteen muutos

Yrityksen markkinatilanne saattaa muuttua, yleensä yrityksestä riippumattomista syistä. Markkinat elävät jatkuvasti, uutta kysyntää ja tarjontaa syntyy koko ajan. Tätä uutta kysyntää vastaan yrityksen on järkevää alkaa kehittää uusia tuotteita, jotka vastaavat ominaisuuksiltaan tätä uutta markkinoille syntynyttä tarvetta.

- Asiakkaiden kulutustottumukset

Asiakkaiden kulutustottumukset ovat hyvin muutosherkkiä ja ne muuttuvat tasaiseen tahtiin. Tämä pakottaa myös yrittäjää muuttamaan tuotteita vastaamaan enemmän niitä kulutustottumuksia, joita asiakkaat edustavat. Hyvä esimerkki on vapaa-ajan ja varallisuuden lisääntyminen, joka aiheuttaa sen, että yhä useammalla suomalaisella on mahdollisuus ostaa laadukkaita tuotteita ja käyttää entistä enemmän rahaa vapaa-ajan matkusteluun. Loma-aika koetaan niin sanottuna laatuaikana, jolloin myös kulutettavilta tuotteilta vaaditaan laadukkuutta.

- Kilpailutilanne

Markkinoilla käydään jatkuvasti kilpailua saman toimialan yritysten kanssa. Usein kilpailua, ainakin pienillä paikkakunnilla, käydään myös samoista asiakkaista. Tämä pakottaa yrityksen kehittämään ja uudistamaan toimintaansa. Kuitenkaan ei ole järkevää lähteä kopiomaan kaikkea mitä kilpaileva yritys tekee, vaan yrityksen olisi rohkeasti mietittävä ja toteutettava innovatiivisia ideoita kilpailutilanteen säilyttämiseksi. (Komppula & Boxberg 2002, 94.)

On otettava huomioon, että yrityksen hyvätkään tuotteet eivät myy ikuisesti, vaan jokaisella tuotteella voidaan ajatella olevan elinkaari. Tuote voi olla vasta tulossa markkinoille tai jo poistumassa sieltä. Antaakseen kuvan ajan hermolla elävästä yrityksestä on yrityksen kehitettävä jatkuvasti tuotteitaan ja palveluitaan. (Komppula & Boxberg 2002, 95.)

3.4 Tuotteistaminen

Tuotteistamisella tarkoitetaan erilaisten kohteiden tarjoamien mahdollisuuksien kokoamista yhteen paketiksi ja tämän paketin muokkaamista tuotteeksi. Näin syntyneellä tuotteella on olemassa selkeä arvoa tuottava ydin ja hinta, eli tuote on ostettavissa tiettyä korvausta vastaan matkailupalvelujen tuottajalta. Tuotteistamiseen liittyy vahvasti myös mielikuvien luominen, sillä usein aineetonta matkailutuotetta on mahdoton myydä asiakkaalle ilman tarkkaan harkittua suunnitelmaa. Asiakkaalle myydään aina mielikuva tuotteesta ja tuote muuttuu todeksi asiakkaan kokemuksen ja syntyneen elämyksen kautta. (Komppula & Boxberg 2002, 93.) Tuotteistamisella voidaan myös tarkoittaa jonkin asian elävöittämistä ja tutuksi tai ym-

märrettäväksi tekemistä. Esimerkiksi kulttuurin tuotteistaminen matkailutuotteeksi tuo usein kulttuuria lähemmäksi asiakasta muuttamalla sen niin sanotusti helposti hankittavaan muotoon, eli mahdollisesti valmiiksi ostettavaksi matkailupaketiksi. (Kauppinen 2007, 7; Hoivala 2003, 76–77)

Hoivalan (2003, 77) mukaan tuotteistaminen lähtee usein liikkeelle miettimällä vastaus muutamiaan tuotteistamiseen liittyvään peruskysymykseen, joita ovat muun muassa:

- Mitä me haluamme tarjota asiakkaillemme?
- Mitä asiakas haluaa kokea?
- Mistä eri asioista asiakkaan tavoittelema kokemus syntyy (ennakkovalmistautuminen, käytettävät oheispalvelut, muut tarpeet tapahtuman aikana, tapahtuman jälkeiset tarpeet)?
- Kuinka paljon voimme ja haluamme vaikuttaa syntyvän elämyksen kokonaisuuteen?
- Mihin asioihin vaikuttaminen ja minkä asioiden toteuttaminen on meille mahdollisesti tärkeää ja kannattavaa?
- Minkä palveluiden liittäminen osaksi omaa toimintaamme on meille taloudellisesti kannattavaa?

Tuotteistaminen perustuu aina kohteessa oleviin resursseihin sekä paikkaan tai kulttuuriin perustuviin vetovoimatekijöihin. Tuotteistuksen tarkoituksena on tuoda matkailijoiden saataville jokin elämyksiä synnyttävä tuote. (Kompula & Boxberg 2002, 93.)

3.5 Matkailutuotteen tuotekehitysprosessi

Matkailutuotteen tuotekehitys on prosessi, joka koostuu monesta eri vaiheesta ja elementistä, ennen kuin tuloksena saadaan valmis matkailutuote. Jo ennen prosessin aloitusta tuotteen kehittäjän kannattaa miettiä, millaisen tuotteen hän haluaa luoda ja millä keinoilla hän tavoitteeseensa pyrkii. Usein tavoitteena on sekä asiakkaan kannalta onnistunut, elämyksen tuottava tuote, että tuotteen toteuttajan kannalta taloudellisesti kannattava tuote. On myös muis-

tettava, että tuote on asiakkaalle aina kokonaisuus, vaikka se koostuisikin tuottajan näkökulmasta monista eri elementeistä. (Verhelä & Lackman 2003, 75.)

Seuraavassa taulukossa on kuvattu tuotekehitysprosessi vaihe vaiheelta:

Taulukko 1. Matkailutuotteen suunnittelu ja kehittäminen (Verhelä & Lackman 2003, 76.)

VAIHE	MITÄ TEET	KENEN KANSSA	MITEN
IDEOINTI	Uuden tuotteen ideointi	Itse, oman henkilökunnan kanssa	*Aivoriihi *Benchmarking *Asiakkaiden palautteen perusteella
TUOTTEISTAMINEN	Idean muuttaminen konkreettiseksi tuotteeksi	Yhteistyökumppanit ja alihankkijat	Verkostoitumalla tai itse tuottamalla
TUOTTEEN TESTAUS	Tuotteen toimivuus testataan ja dokumentoidaan	Oikeiden, ulkopuolisten asiakkaiden kanssa	Tuote toteutetaan sellaisena kuin se on suunniteltu asiakkaille tarjottavaksi
HINNOITTELU	Tuotteelle tehdään kannattavuuslaskelma: lasketaan hinta, jolla tuotetta kannattaa tuottaa	Itse	Tuotteen eri osien ja alihankintojen hintojen perusteella lasketaan myyntihinta huomioiden verot ja viranomaismaksut sekä jakelutien kustannukset
MARKKINOINTI JA MYYNTI	Tuote saatetaan mahdollisten asiakkaiden ja jälleenmyyjien tietoisuuteen ja myydään	Itse, mainostoimiston kanssa, yhteistyöverkoston kanssa	Esite, flyerit, kotisivut, esittely jälleenmyyjille, messut, workshopit
TOTEUTTAMINEN	Tuote tai palvelu toteutetaan asiakkaiden kanssa	Palvelun toteuttava henkilökunta yhdessä asiakkaiden kanssa	
PALAUTE JA KEHITTÄMINEN	Asiakkailta ja yhteistyökumppaneilta kerätään palautetta tuotteesta ja sitä kehitetään palautteen mukaisesti	Itse, oma henkilökunta, yhteistyökumppanit	Asiakaskyselylomakkeet, havainnointi, haastattelut => palataan ideointivaiheeseen ja korjataan toimintaa, mikäli palaute antaa aihetta

3.5.1 Uuden tuotteen ideointi ja ideoiden seulonta

Tuotekehitysprosessi lähtee liikkeelle uusien ideoiden kehittämisen avulla. Uusia ideoita voidaan kehittää muutamalla eri menetelmällä, mutta käytetyimpiä ovat aivoriivet ja benchmarking. Aivoriivi toteutetaan yleensä yrityksen sisällä tai yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa. Tilaisuus saattaa synnyttää käyttökelpoisia ideoita, joista syntyy kehittämisen kautta lopullinen tuote. On kuitenkin muistettava, että parhaat ideat uusia tuotteita varten tulevat yleensä asiakkailta saadun palautteen kautta. Uutta tuotetta suunniteltaessa kannattaa kiinnittää huomiota siihen, ovatko kehittämisen taustalla asiakkaan tarpeet ja toiveet, ja se sopiiko uusi tuote yrityksen liikeideaan ja imagoon. (Verhelä & Lackman 2003, 77.)

Benchmarking on aivoriiven ja asiakkailta saadun palautteen rinnalla myös hyvä tapa kehittää uusia tuotteita. Benchmarkingilla tarkoitetaan yrityksen oman toiminnan vertaamista johonkin toiseen saman alan yritykseen. Yleensä benchmarking kohdistuu yrityksen kilpailijaan tai markkinajohtajaan. Onnistuakseen benchmarkingin on oltava järjestelmällistä ja jatkuvaa. Benchmarkingista saatavan tiedon avulla yrityksen on helpompi huomata olemassa olevat markkinaraot ja toimia siten, että oma tuote voitaisiin asettaa juuri kyseiseen markkinoilla olevaan rakoon. Ennen kaikkea benchmarkingissa on kysymys oppimisesta - tutustumalla uuteen yritykseen tulee pakosta tutustuttua myös uusiin ja erilaisiin toimintamalleihin. (Verhelä & Lackman 2003, 77; Borg, Kivi & Partti 2002, 145.)

3.5.2 Tuotteen toteutus

Kun aikaansaaduista ideoista on seulottu käyttökelpoisimmat ja yrityksen profilliin ja käytettävissä oleviin resursseihin sopivimmat, aloitetaan tuotteen suunnittelu ja sen toteuttaminen. Toteutuksen alkuvaiheessa kannattaa jälleen miettiä, millaisen tuotteen asiakkaat haluavat ja millaisia elämyksiä yritys haluaa asiakkaille tuottaa. Etukäteen kannattaa siis miettiä tuotteen kokonaistavoite, jonka ymmärtäminen helpottaa prosessin kulkua. (Verhelä & Lackman 2003, 77.)

Tuotteelle kehitetään teema, johon tuote perustuu. Teemaa voi myöhemmässä vaiheessa myös käyttää tuotteen markkinoinnin välineenä. Tuotteen ostajat on pyrittävä profiloimaan etukäteen mahdollisimman tarkasti. Profiloiminen helpottaa tuotteen rakentelua, kun valmis kohderyhmä on tiedossa. (Verhelä & Lackman 2003, 77.)

Tuotetta toteutettaessa tulee kiinnittää huomiota seuraaviin asioihin:

- Aikatekijät (vuoden- ja vuorokaudenaikaan liittyvät tekijät, ohjelman kesto)
- Toimintaympäristö ja sen asettamat vaatimukset (Missä ohjelma toteutetaan ja vaatiiko toteutuspaikka erityisiä huomioita)
- Toteuttamisessa käytettävät menetelmät (Miten elämys tuotetaan, onko mukana kilpailuja, leikkejä, teemaopastusta, rastiratoja jne.)
- Käytännön asiat (tarvittavat luvat, varusteet ja välineet, kuljetukset, turvallisuus, sää, jne.) (Verhelä & Lackman 2003, 78.)

Tuotteen suunnittelussa kannattaa ottaa yhteyttä yhteistyökumppaneihin ja miettiä, voisiko osaa tuotteesta ja sen palveluista toteuttaa yhteistyössä. Tuotetta rakennettaessa tuotteen kehittäjien on tärkeää dokumentoida tuotekehitysprosessi tarkasti, jotta tarvittaessa voidaan palata niihin osa-alueisiin, jotka saattavat aiheuttaa ongelmia tuotteen toteutuksessa. (Verhelä & Lackman 2003, 79.)

Valmiille tuotteelle tehdään tuotekuvaus, jonka avulla sitä markkinoidaan sekä jälleenmyyjille että asiakkaille. Tuotekuvaukseen tulisi kirjata tuotteen nimi- ja lyhyt kuvaus, tuotteen käyttötarkoitus, tuotteen markkinat ja asiakkaat, tuotteen sisältö ja asiakaspalvelut, markkinointiviestintä, tuotteen jakelu ja saatavuus sekä hinta ja mahdolliset lisäpalvelut. (Verhelä & Lackman 2003, 79.)

3.5.3 Tuotteen testaus

Kun tuote on valmis markkinoille, on tuotteen testauksen aika. Testaus voidaan suorittaa joko oikeilla asiakkailla tai esimerkiksi jälleenmyyjistä tai matkanjärjestäjistä kootulla testiryhmällä. Tämä ryhmä osallistuu valmistettuun tuotteeseen ja antaa siitä sen jälkeen palautetta tuotteen toteuttajalle. Testaaminen on yrityksen kannalta järkevää, koska silloin nähdään, miten tuote toimii käytännössä ja mitkä ovat tuotteen heikot ja vahvat kohdat. (Verhelä & Lackman 2003, 78; Komppula & Boxberg 2002, 113–114.)

Tuotteen testaus pitää tehdä sellaisissa olosuhteissa, joissa todellinen valmis tuotekin toteutettaisiin. Lisäksi testaajien pitäisi edustaa mahdollisimman hyvin sellaisia kohderyhmiä, joita tuotteella tavoitellaan. Mikäli tuotteen testaajat ovat motivoituneita ja kiinnostuneita juuri testattavan tuotteen tyyppisistä palveluista, on heiltä saatava palaute usein luotettavaa ja kehittävää. (Komppula & Boxberg 2002, 114.)

3.5.4 Tuotepaketin hinnoittelu

Hinnoittelulla tarkoitetaan myytävälle tuotteelle asetettua myyntihintaa, joka kattaa tuotteen valmistamisessa syntyvät kustannukset ja tuottaa voittoa yritykselle. Hinnoittelumenetelmiä on useita. Seuraavassa on eritelty kolme hinnoittelun peruslähtökohtaa:

1. ”Perinteinen hinnoittelu pohjautuu myytävien tuotteiden tai suoritteiden kustannuksiin. Tämän lähtökohdan ajatuksena on että myyntihinnan on katettava kaikki tuotteen valmistuksesta aiheutuneet kustannukset. Tässä yhteydessä puhutaan myös omakustannehinnoittelusta.
2. Toinen lähtökohta yrityksen hinnoittelulle on yritykselle määritelty tulostavoite. Tämä lähtökohta korostaa sitä, että tuotteiden myyntihinnoilla on kyettävä kattamaan yritykselle asetettu tulostavoite.
3. Hinta voidaan määritellä myös markkinalähtöisesti. Siinä huomioidaan markkinoiden tilanne kyseisen tuotteen osalta. Jos tuote on uusi tai erityisen laadukas ja asiakkaat haluavat ostaa sitä, voi myyntihinta asettua huomattavasti korkeammaksi kuin kahden aiemmin esitetyn hinnoittelunäkökulman perusteella. Toisaalta, jos markkinat ovat jo tyydytetyt, tuote on huono tai jostain syystä se ei vain kiinnosta asiakkaista,

voi tuotteen myyntihinta asettua yrityksen kannattavuuden kannalta liian alhaiseksi. (Selander & Valli 2007, 68.)

Keskityn tässä opinnäytetyössä lähinnä tuotepaketin hinnoittelun teoriaan, sillä tuotepaketin hinnoittelu eroaa yksittäisen tuotteen hinnoittelusta siinä, että tuotepakettia hinnoiteltaessa on otettava huomioon kaikki elementit ja niiden kustannukset, joista varsinainen tuotepaketti syntyy. Tuotepakettia hinnoiteltaessa on järkevää jakaa kustannukset muuttuviin ja kiinteisiin kustannuksiin. Tämä jako mahdollistaa sen, että pakettia on tarvittaessa helppo muuttaa erikokoisille asiakasryhmille. Tuotepaketin hinnoittelussa lähdetään liikkeelle jokaisen pakettiin kuuluvan palvelun, tuotteen tai tuoteryhmän hinnoittamisella. Hinnoittelu on järkevää tehdä esimerkiksi Excel-taulukkoon, jolloin sitä on helppo tarvittaessa muuttaa. (Selander & Valli 2007, 92.)

Tuotteen muuttuvia kustannuksia ovat sellaiset kustannukset, jotka muuttuvat asiakasmäärän tai myytävien tuotteiden määrän mukaan. Muuttuvia kustannuksia ovat muun muassa majoituksessa liinavaatteiden pesuosuus ja ravintolassa raaka-aineiden kustannukset. Kaikkia kustannuksia käsitellään vielä tässä vaiheessa ilman arvonlisäveroa. Seuraavaksi lasketaan tuotepaketin kiinteät kustannukset. Kiinteitä kustannuksia ovat sellaiset kustannuserät, joiden määrä ei muutu asiakasmäärän tai myynnin mukaan, kuten esimerkiksi toimitilan vuokra. Tuotepakettiin olisi kohdistettava vain sellaiset kiinteät kustannukset, jotka liittyvät olennaisesti paketin toteutukseen. Kiinteiden kustannusten huomioiminen on helpointa, kun käytetään liikevaihdosta saatavia yrityksen kiinteiden kustannusten prosenttilukuja. Tämän lisäksi laskelmaan lisätään vielä kateprosentti ja työtuntien hinta. Työtuntien hinnassa on tärkeää huomioida myös palkan sivukulut. Työtuntien hinta lasketaan tuotteelle sillä perusteella, kuinka monta työtuntia tuotteen toteutukseen tarvitaan ja kuinka monta työntekijää tuotteen läpiviemiseen vaaditaan. (Selander & Valli 2007, 94.) Kun edellä esitetyt vaiheet on käyty läpi, tehdään lopuksi tuloslaskelma, josta selviää lopullinen käyttökate ja kateprosentti. (Selander & Valli 2007, 94.)

3.5.5 Tuotteesta saatava palaute ja siihen reagointi

Kun tuote on testattu ja lanseerattu markkinoille, voidaan varsinaisilta asiakkailta pyytää tuotteesta asiakaspalautetta. Välillä asiakaspalautetta tulee myös pyytämättä, mikäli asiakkaat eivät ole tyytyväisiä ostamaansa palveluun tai näkevät tuotteessa parantamisen varaa. Palvelun tuottajan on tarvittaessa oltava valmis muuttamaan tuotettaan, jos huomataan että tuote ei toimi odotetulla tavalla tai se ei vastaa asiakkaiden odotuksia. (Verhelä & Lackman, 2003, 85.)

Mikäli tarvetta on, voidaan saadun palautteen perusteella palata takaisin tuotekehitysprosessiin ja kiinnittää erityistä huomiota niihin osa-alueisiin, jotka eivät toimi odotetulla tavalla. Samalla tulee miettiä, mitä tuotteessa muutetaan, jotta se saataisiin toimivaksi. Tämän takia on tärkeää, että tuotekehitysprosessi on dokumentoitu hyvin, jolloin tiedetään mitä on aiemmissa vaiheissa tehty ja mitä voidaan muuttaa. Tarvittaessa tuotetta hiotaan niin kauan että se toimii odotetulla tavalla. Tärkeintä on kuitenkin asiakkaan palautteen kuunteleminen ja siihen reagointi sekä palveluiden ja tuotteiden jatkuva kehittäminen. (Verhelä & Lackman, 2003, 85.)

4 HÄRMÄNMAA JA HÄJYKULTTUURI

”Tämä on maa, joka härmäläiselle on annettu perinnöksi, iankaikkisen yksitoikkoinen jokilavea, suora ja mutkaton kuin merenselkä. Mutta siinä on kaikkea, mitä härmäläinen kaipaa: maata ja taivasta sekä sinistävää kaukametsää, harmaata latoa ja punaista taloa, tummaa peltoa tuolla, mustaa kytömaata täällä ja kaikkein enimmäin rehevää luhtaa.” (Paulaharju 1947, 10.)

4.1 Härmänmaa alueena

Koska opinnäytteenäni muodostettu retkipaketti sijoittuu palveluineen Härmänmaan alueelle, kerron ensin muutamia asioita alueesta. Kun puhutaan Härmänmaasta alueena, tarkoitetaan Etelä-Pohjanmaalla sijaitsevien kolmen kunnan yhtenäistä aluetta. Nykyään Alahärmän ja Ylihärmän kunnat sekä Kauhavan kaupunki yhdessä muodostavat niin sanotun Härmänmaan seutukunnan. Ennen seutukuntaan luettiin lisäksi Lapuan kaupunki, joka erosi seutukunnasta vuoden 2007 alussa. Härmänmaan seutukunnan pääasiallinen tarkoitus on jäsenkuntien ja alueen kehittäminen ja alueen etujen edistäminen käyttäen hyväksi alueellista yhteistyötä. Härmänmaan Seutukuntaorganisaatiota voidaan pitää alueen yhteistyöelimenä, joka toimii peruskuntien asettamien tavoitteiden puitteissa. (Härmänmaa 2007.)

Härmänmaan maisemien hyvin tunnettu erityispiirre ovat paikoin lähes silmäkantamattomat peltolakeudet. Samanlaisia suuria peltolakeuksia ei ole muualla Suomessa niin paljoa kuin Härmänmaalla. Tuhannet ladot koristavat lakeuksia. Ennen ladot toimivat heinävarastoina maatalon väelle, mutta nykyään ne seisovat pelloilla enemmän tai vähemmän käyttämättöminä. Etelä-Pohjanmaan lakeudet ovat varmasti tunnetuimmat aavat peltomaisemat koko Suomessa. Lakeus sinänsä on melko nuorta maisemaa ja ihmisen itse muokkaamaa, joten sitä voidaan nimittää kulttuurimaisemaksi. Tätä kulttuurimaisemaa halkoo Lapuanjoki, joka yleensä kesäisin tulvii pelloille. Tulvat ovat olleet aina osa Härmänmaan arkea ja juuri tulvien takia kukaan ei ole halunnut rakentaa taloaan lähelle jokea. Talot on rakennettu hieman korkeammille paikoille, usein mäkien päälle tai lakeuden ja sitä ympäröivän metsän rajoille. (Härmänmaa 2007.)

4.2 Puukkojunkkarit eli häjyt

Puukkojukkareilla eli häjyillä tarkoitetaan Etelä-Pohjanmaan alueella 1800-luvulla eläneitä rauhanrikkomia ja rettelöitsijöitä, joiden puukkotappelut ja rikokset ovat jääneet lähtemättömästi alueen historiaan. Siitä, mikä nämä nuoret miehet ajoi muun muassa miestappoihin ja puukkotappeluihin, on pohdittu useammassa teoksessa. Merkittävimmin ja laajimmin häjyjä on tutkinut Heikki Ylikangas teoksissaan Härmän häjyt ja Kauhavan Herra (2005) ja Välivalanaallon synty, Puukkojunkkarikauden alku Etelä-Pohjanmaalla (1973).

Häjyistä voidaan erottaa pääsääntöisesti kaksi eri joukkoa: ensimmäisen joukon muodostivat varsinaiset puukkojunkkarit ja toisen joukon muodostivat varkaat ja rosvojoukot. Nämä joukot eroavat kuitenkin merkittävästi toisistaan, eikä niiden sekoittaminen ole suotavaa. Varsinaiset puukkojunkkarit pitivät usein tappeluita ja niistä seuranneita puukotuksia lähinnä jonkinasteisena urheilumuotona, kun taas rosvojoukot enimmäkseen syyllistyivät vain toisten omaisuuden anastamisesta. (Alanen 1931, 8.)

Vaikka häjykulttuuri oli vallallaan 1790-luvulta 1880-luvulle lähes koko Etelä-Pohjanmaan alueella, Härmänmaa oli sen ehdoton tyysija, erityisesti Alahärmän, Ylihärmän ja Kauhavan pitäjät. Tällä alueella häjykulttuuri ilmeni kaikkein voimakkaimmin, mikä voidaan myös nähdä alueella tapahtuneiden miestappojen ja varkauksien määrästä. Samuli Paulaharju on kirjassaan Härmän aukeilta kuvannut aluetta seuraavasti:

”Oli entiseen aikaan koko Kyrönmaa ja Lapuan jokilaakso kuuluja hurjasta menostaan. Siellä tapeltiin ja tapettiin, pantiin miehiä puukaprokkiin, toisia Kakolan linnaan ja monta kärrättiin aina Siperiaan saakka. Oli Lapua jo hyvä, ja Kauhava oli jo kamalaa, mutta Härmien vertaista ei ollut missään. Kauhava saattoi saman vuoden nimiin tappaa viisi, kuusi raavasta miestä, mutta Härmä voi toisena vuonna menettää yhtä monta ja lisäksi tehdä paljon muutakin mainittavaa.”
(Paulaharju 1947, 286–287.)

Häyjen aikakausi kesti 1790-luvulta 1880-luvulle ennen kuin häyjkulttuurin ”terävin kärki” saatiin kukistettua. Kauhavan Herran eli Adolf Hägglund tuomitsi häyjoukkojen johtajat, Antti Isotalon ja Antti Rannanjärven miehineen vastuuseen teoistaan ja palautti vähitellen rauhan Härmänmaalle. Kokonaisuudessaan ei Adolf Hägglundkaan pystynyt tätä valtavaa joukkoliikettä pysäyttämään, vaan vasta kansakoulujen perustaminen kyliin ja nuorison kouluttaminen syrjäyttivät niin sanotun häjy-aatteen. (Pietiläinen 1999, 311.)

4.3 Häyjän mahtimiehet

Häyjen ehdottomina johtajina ja mahtimiehinä voidaan itseoikeutetusti pitää Antti Isotaloa Alahärmän pitäjistä ja Antti Rannanjärveä Ylihärmän pitäjistä. Huonoksi kolmoseksi ei sovi väittää Pukkilan Jaskaa Kauhavalta. Maininnan ansaitsee myös kansanlaulussa mainittu ”Kauhavan ruma Fallesmanni” eli Adolf Hägglund, joka nosti häjyt tuomioille teoistaan ja langetti heille rangaistukset.

Häjyt tavoittelivat mainetta ja kunniaa ja halusivat päästä kansanlaulujen aiheeksi. Seuraavaa laulua itse häjyt perimätiedon mukaan lauloivat kun kruunun kyyti kuljetti heitä Vaasan linnaa kohti:

”Härmästä poikia kymmenen,
hurraa, me pois, hurraa.
Joiren silmist’ ei vuara kyynelhet,
sun konffatu riijatu rallalalei.

Kun kymmenen miäst’ oli kettingiis,
Hurraa, me pois, hurraa,
ja kaks oli liivinrauroossa,
sun konffatu riijatu rallalalei.

Kolmeppa meit' oli murhista,
 hurraa, me pois, hurraa,
 Ja ne muut oli piänistä turhista,
 sun konffatu riijatu rallalalei.

Ja kun helapää puukkoo se välkähti,
 hurraa, me pois, hurraa,
 niin veri se haavoosta präiskähti,
 sun konffatu riijatu rallalalei.

Härmästä poikia kymmenen,
 hurraa, me pois, hurraa,
 joiren silmist' ei vuara kyynelhet,
 sun konffatu riijatu rallalalei.”
 (Paulaharju 1947, 319 – 320.)

4.3.1 Antti Isotalo

”Ensin ne portahat särjettiin ja sitten vasta muuri.
 Isoo- Antti se edellä kulki joka joukosta oli suurin.”
 (Kansanlaulu)

Antti Isotaloa voidaan kiistatta pitää sekä häjykulttuurin yhtenä luojana että sen kiistämättömänä johtajana yhdessä Antti Rannanjärven kanssa. Antti Isotalo syntyi Alahärmässä elokuun 24. päivänä vuonna 1831. Hän osti itselleen maatilan lapsettomalta sukulaiseltaan 1850-luvulla Alahärmän pitäjältä, Voltin kylästä. Hän osoittautui paitsi hyväksi maanviljelijäksi, myös mainioksi hevosemieheksi. (Alahärmän kunta 2003.)

Antti oli kuulu tukevasta ruumiinrakenteestaan ja voimistaan. Häntä pyydettiin mieluusti erilaisiin juhliin kenkäriksi, sillä väen tiedettiin pelkäävän Anttia jo pelkän ulkomuodon takia. Hyvin Antti kenkärin hommia hoitikin, harvoin niissä juhlissa tapeltiin, missä Antti oli virkaansa suorittamassa. Antissa virtasi kuitenkin levotonta verta, joka ajoi häntä markkinoille ihmisten joukkoon ja sitä myöten myös tappeluihin. Isontalon Antin ei tarvinnut varta vasten kerätä ja hakea joukkoa ympärilleen, vaan sitä kertyi sinne itsestään. Antti oli pelkäämätön ja hurja tappelija – juuri sellainen, kuin siihen aikaan kunnioitettavan miehen tuli olla oikeaa häjyainesta. (Alahärmän kunta 2003.)

Antin vei linnaan monien muiden varkauksien ja rikosten lisäksi kuuluisa Matti Tönkän tapo, jota hän ei itse koskaan tunnustanut. Matti Tönkkää puukotettiin kuolettavasti Härmänkylän Strokan talossa järjestetyissä tansseissa helmikuussa 1858. Hän menehtyi saamiinsa vammoihin neljä päivää myöhemmin Vaasassa. Tästä teosta Antin lisäksi syytteeseen asetettiin talollisen poika Juha Tyni ja torppari Jaakko Hautamäki sekä hänen renkinsä Juha Hautamäki. Myöhemmin kerrotaan Antin pistäneen Matti Tönkkää tansseissa muun väkijoukon pitäessä hänestä kiinni. Koskaan ei ole päästy selvyyteen, kuka tässä tapossa lopulta käytti puukkoa Matti Tönkkää vastaan, mutta Hägglund langetti vastuun teosta Ison-Antin niskoille. Kansanlaulujen kirjoittajat saivat lauluunsa tapauksen myötä jälleen uuden säkeistön:

”Isoostataloosta kiinni on pantu, isäntä ja trenki.

Menkää pojat puhaltamhan, Tönkän Mattihin henki.”

(Ylikangas 2005, 143–145.)

Antti itse väitti viimeiseen saakka olevansa syytön yhteenkään tappoon, joka hänelle langetettiin ja kertoneen jopa lapsenlapsilleen seuraavasti: "Muistakaa te ja tietäkää – tullaanpa minusta sanomaan hyvää tai paha, en ole koskaan ketään tappanut, enkä tapattanut. Minä olen taposta kärsinyt, jota en ole tehnyt, ettei mun tarvittisi sitä kieltää, mua on toteltu ja uskottu muutenkin ilman puukkoa. Niissä häissä, missä minä olen ollut kenkärinä, ei tapeltu." (Alahärmän kunta 2003.)

Antti Isotalo tuomittiin useisiin raipparangaistuksiin ja sakkoihin. Tämän lisäksi hän sai 12 vuotta vankeutta miehen taposta. Linnasta palattuaan ja rangaistuksen kärsittyään Antti paransi tapansa ja kunnostautui muun muassa yhteiskunnallisena vaikuttajana. Hän oli muun muassa perustamassa Härmään kansakoulua ja oli mukana nuorisoseuraa perustamassa. Antti Isotalo kuoli kotonaan Alahärmässä elokuun 8. päivänä 1911, vain muutamaa päivää vajaa 80-vuotiaana. Hänet on haudattu Alahärmän kirkon viereen. (Alahärmän kunta 2003.)

4.3.2 Antti Rannanjärvi

Antti Isotalon pitäessä häjyjen johtoa käsissään Alahärmän pitäjässä piti vastaavasti huhtikuun 4. päivänä 1828 syntynyt Antti Rannanjärvi johtoa Ylihärmän pitäjässä. Antin elämästä saamme parhaimman kuva katsomalla hänen maineikasta rikosrekisteriään, joka kuuluu seuraavasti:

”Tuomittu Vöyrin käräjillä 1847 tappelusta, kotirauhan rikkomisesta ja puukolla uhkailemisesta. Vuonna 1852 tuomittu taposta menettämään oikean kätensä ja henkensä. Hovioikeus muutti tuomiota 15.1.1853 antamallaan päätöksellä siten että Antti Rannanjärvi tuomittiin osallisuudesta tappoon, kotirauhan rikkomisesta, sapattirikoksesta, puukon kantamisesta ja aseella uhkaamisesta saamaan rangaistukseksi 40 paria raippoja ja pidettäväksi yleisessä työssä Viaporin linnoituksessa 5 vuotta. Tämän rangaistusajan jälkeen Antti Rannanjärvi tuomittiin Kauhavan käräjillä 1864 luvattomasta viinanpoltosta sakkoihin. V. 1869 tuli sitten monien vaiheiden jälkeen Kauhavan, Ala- ja Ylihärmän kihlakunnanoikeuden tuomio: Antti Rannanjärvi tuomittiin ensikertaisesta juopumuksesta käräjäpaikalla, ensikertaisesta murtovarkaudesta, väärennyksestä, ensikertaisesta kotieläimen varastamisesta laitumelta saamaan 40 paria raippoja, menettämään kunniansa, seisomaan 2 tuntia häpeäpaalussa, rauta kaulassa ja sen jälkeen varkautensa hyvitykseksi olemaan linnoituksen yleisessä työssä. Hovioikeuden päätös 13.10.1869 poisti linnatuomion. 30.5.1870 annetulla keisarillisella päätöksellä rangaistusta lievennettiin siten, että häpeärangaistus poistettiin, samoin raipparangaistuksen sijaan tuomittiin 28 päivää vesileipävankeutta.” (Pohjanmaa Väylän matkailuhakemisto 2000.)

Tuomiot kärsittyään Rannanjärvi palasi takaisin synnyinseuduilleen Ylihärmään. Toisin kuin Isotalon Antti, Rannanjärvi ei ollut linnasta palattuaan merkittävästi parantanut tapojaan. Isompia rikoksia hänen tililleen ei kertynyt, mutta muutamiin pikkurikoksiin hän sortui vielä vanhalla iällään. Rannanjärvi koki väkivaltaisen kuoleman. Hän lähti tästä elämästä niin kuin oli itse sitä elänyt, kun Erkki Yliluoma eli ”Prännin Erkki” pisti häneen viisi kuolettavaa puukoniskua. Antti kuoli hevostärryn lavalle 12. elokuuta 1882. Hänet on haudattu kotipitä-

jäänsä Ylihärmän vanhalle hautausmaalle, jossa matkailijat voivat käydä katsomassa Rannanjärven marmoripaasia, eli hautakiveä. (Ylikangas 2005, 192–195.)

”Ei saa laulaa Rannanjärvestä, Rannanjärvi on kuallu.

Rannanjärven hauralle on marmoripatsas tuotu.”

(Kansanlaulu)

4.3.3 Jaska Pukkila

” Isoo-Antti oli ensimmäinen, ja Rannanjärvi oli toinen, Pukkilan Jaska se Kauhavalta oli kolmas samanmoinen.”

(Kansanlaulu)

Näin lauletaan kansalle tutussa kansanlaulussa ja voidaan sanoa, ettei laulun sepittäjä ollut suinkaan väärässä. Jaakko Jaakonpoika Pukkinen eli tunnetummin Pukkilan Jaska syntyi 1831 Kauhavalla. Hän hoiti miehen ikään päästyään isänsä kotitilaa Kauhavalla, mutta veri veti häntä tanssipaikoille ja häihin tappelemaan. (Pietiläinen 1999, 312.)

Jaska oli luonteeltaan erittäin kunnianhimoinen ja äkkipikainen. Hänen sanotaan olleen hyvä ratsastaja ja hevosmies. Jaskaa on pidetty Kauhavan Kirkonkylän ja Alakylän häyjjoukon johtajana nuoresta iästään huolimatta. Samalla hänestä tuli kiistatta Kauhavan kuuluisin häjy. Pukkilan Jaskan johtama häyjjoukko tappeli usein Ylikylän ja Hirvijoen häyjjä vastaan. Viinan käyttö oli mukana kuvioissa alusta lähtien ja Jaskan johdolla tapahtui monta hevosten luvaton käyttöönottoa yöaikaan. Jaska kärsi aikanaan myös näistä varkauksista koituneet tuomiot Pukkilan piiskoopaalussa raipaniskuina selässään. (Pietiläinen 1999, 312.)

Jaskan kohtaloksi koituivat Ylikylässä vuonna 1851 vietetyt häät, joissa Jaska tappoi puukolla häntä rauhoittamaan tulleen sulhasen isän. Teostaan hänet tuomittiin karkotettavaksi Siperiaan, josta vain harvan tiedettiin palanneen. Tämän lisäksi hänelle oli langetettu raipparangaistus ja julkinen kirkkorangaistus. Jaska oli vasta 22-vuotias kun hän vuonna 1853 aloitti matkansa pakkotyöhön Siperiaan. Kauhavalle hänelle jäi nuori morsian, joka ei haaveista huolimatta päässyt vihille Jaskan kanssa. Muutaman vuoden kuluttua Jaskan karkottamisesta nähtiin Kauhavan kylällä ”laukkuryssä”, joka oleskeli tiiviisti Pukkilan talon lähetyillä. Tämä mies paljastui Siperiaan karkotetuksi Pukkilan Jaskaksi, joka otettiin kiinni ja luovutettiin takaisin Venäjän viranomaisille 1857. Perimätiedon mukaan Jaska olisi onnistunut pakenemaan Siperiasta vielä kertaalleen ja matkustaneen Amerikkaan, jossa hänen tiedetään kuolleen. (Pietiläinen 1999, 312; Alanen 1931, 79–89.)

4.3.4 Adolf Hägglund

Adolf Hägglund toimi häyjien kulta-ajalla Kauhavan ja Härmäin yhteisen nimismiespiirin nimismiehenä 1864–1903. Häntä voidaan pitää kiistatta häyjien mahdin kukistajana ja kurin palauttajana. Hän sai toiminta-aikanaan myös lisänimen Kauhavan Herra ja kansanlaulussa häneen viitataan ”Kauhavan ruma Fallesmanni”-nimellä. (Alanen 1931, 67.)

Kauhavalla aiemmin nimismiehenä toiminut Theodor Lagerstedt kuoli 1864, jolloin häjyt jopitivät valtaa alueella. Lagerstedt ei yrityksistään huolimatta ollut pystynyt palauttamaan rauhaa ja järjestystä Härmänmaalle, vaan henkirikoksien ja veritöiden määrä jatkoi kasvuaan vastatoimista huolimatta. Lagerstedtin kuollessa päätti Vaasan läänin maaherrana toiminut Karl Gustaf Wrede lähettää alueelle nimismiehen, jolla olisi auktoriteettia palauttaa järjestys alueelle. Nimismieheksi nimitettiin nuori Adolf Hägglund. (Alanen 1931, 69–70.)

Saavuttuaan Kauhavalle alkoi Hägglundille pian selvitä, millaisten ihmisten joukkoon hän oli tullut. Hägglund tarttui rikoksiin kovalla kädellä ja laittoi ensin aisoihin varastelijoita ja rosvojoukkoja. Hän käytti ahkerasti pamppua, jonka käyttöön hänellä oli lupa myönnetty, ja piti kansliassaan varsin tiukkoja kansliakuulusteluja tuodakseen rikolliset tuomiolle teoistaan.

Hägglundin suorittamat toimenpiteet herättivät kunnioitusta kansan parissa. Häntä arvostettiin ja hänen toimiaan tuettiin yleisesti niiden ihmisten keskuudessa, jotka olivat jo toivoneet rauhan ja järjestyksen palaamista alueelle. (Alanen 1931, 71–73.)

Häyjen kukistamisessa Hägglund oli häikäilemätön. Hänellä oli tavoite saada miehet vastuuseen teoistaan ja siinä hän onnistuikin, tosin vasta pitkän ja vaikean työrupeaman jälkeen. Hägglund oli päättänyt kaivaa esille häyjen vanhatkin rikokset, jotta saisi heidät oikeuden eteen ja tuomiolle teoistaan. Suurin taistelu käytiin todistajista, joita ei kostamisen pelossa tahtonut löytyä. (Ylikangas 2005, 30.)

Kauhavan Herra palveli nimismiehenä aina vanhuuden päiville saakka. Toki hänen sanotaan olleen hyvin sairas viimeiset vuotensa, mikä saattaa johtua siitä, että hänet oli erään tarinan mukaan piesty seipäiden kanssa lappajärveläisten toimesta Vaasan tervakaupoilla. Sanotaan kyseisten vammojen huonontaneen hänen kuntonsa niin, että hän koki niiden takia ennenaikaisen kuoleman. Adolf Hägglund kuoli Kauhavalla 21.1.1903. Hänet on haudattu syntymäkaupunkiinsa Vaasaan. (Pietiläinen 1999, 313; Ylikangas 2005, 204.)

4.4 Häjykulttuurin tunnusomaiset piirteet

Kuten kaikilla kulttuurin alueilla, oli häjykulttuurillakin omia piirteitään. Tarkasteltaessa häyjen rikosuraa huomataan, että lähes aina rikoksien teko alkoi viinankäytöllä, joka paisui pelkästään viikonloppukäytöstä yltiöpäiseksi, lähes jokapäiväiseksi juopotteluksi. Viinankäytön jälkeen tulivat kuvioihin erilaiset järjestyshäiriöt, ilkivalta, tappelut, pienet omaisuusrikokset ja rauhanloukkaukset. (Ylikangas 2005, 208–210.)

Häyjen arvomaailma

Kuten jo aiemmin mainittiin, häjyt olivat väkijoukko, joka aiheutti pahennusta kansan keskuudessa rellestämällä ja tekemällä rikoksia. Kaikki häjyt eivät kuitenkaan sortuneet henkiriikoksiin saakka vaan tekivät pikkurikoksia, kuten kirkonkellojen vallatonta soittoa ja hevosten luvatonta käyttöönottoa laitumelta. Nuoriso sakkiutui ja alkoi pelata uhkapeliä ja kulkea talosta taloon pyytäen viinakestytystä jopa väkivallalla uhaten. Yleisin väkivaltateko siihen aikaan oli puukolla hätäpäissään tehty tappo. (Pietiläinen 1999, 303–304.)

Häyjä tuli jokaisesta yhteiskuntaluokasta. Erään tutkimuksen mukaan puukkojunkkareista noin kolmannes kuului talollisiin, kolmannes palvelusväkeen ja lähes yhtä suuren ryhmän muodostivat torppariväki, itsellisväki ja muut. Menestys häyjen joukossa ei määräytynyt pelkästään sen mukaan, kuinka ovelia rikoksia häjy teki, vaan siihen vaikutti aina myös yhteiskunnallinen tausta. Johtajina olivat yleensä talolliset ja rengit kuuluivat häjyurallakin miehistöön. (Pietiläinen 1999, 305.)

Häyjen arvomaailma rakentui siihen aikaan vallassa olleen agraarijärjestelmän pohjalle eli häjysakissakin talollinen oli talollinen, torppari vain torppari ja renki oli renki. Yhteiskunnassa vallitsevat muut arvot sen sijaan eivät saaneet kunnioitusta häjyiltä, vaan lait, kirkko, uskonto ja hyvät tavat joutivat häyjen mielissä romukoppaan. Samoin tuomion saivat häjyiltä osakseen ne ihmiset, jotka kunnioittivat näitä arvoja. Häjyt arvostivat fyysistä rohkeutta ja sanavalmiutta. He tunnustivat vahvimman oikeuden ja kunnioittivat sitä. Toisia häjyveljiä kohtaan oltiin solidaarisia ja avustettiin muun muassa kostoretkillä. ”Reilu mies” oli häyjen mittakaavassa sellainen mies, joka rehellisesti salasi tietonsa tapahtuneesta rikoksesta. Tämä asia vaikeutti muun muassa todistajien saamista käräjille, koston pelossa. Tappeluissa saatujen vammojen valittaminen oli häyjen keskuudessa kiellettyä. Korkeimmin kilvoiteltiin pääsystä murhalaulujen aiheeksi. (Pietiläinen 1999, 305; Ylikangas 2005, 209.)

Viinan poltto ja käyttö

Häyjen aikaan niin sanottu kotitarvepoltto viinan suhteen kuului vahvasti talollisten arkeen. Paloviinaa valmistettiin taloissa niin paljon, että sitä oli aina tarpeeksi saatavissa. Kun kotipoltto lopetettiin aikanaan, oli edelleen viinan saanti kaupunkien myymälöistä helppoa. Myös

oluttehtaita oli Pohjanmaalla runsaasti ja oluen myyntiä ei ollut rajoitettu lainkaan, mikä tarkoitti sitä, että jokaisella alueen kauppapuodilla oli sitä halutessaan vapaus myydä. Tästä seurauksena voidaan pitää sitä, että juoppous oli pitkälti vallalla niin Härmänmaalla kuin muualakin maakunnassa. (Alanen 1931, 68.)

Raju viinankäyttö söi suuren osan talollisten varallisuudesta ja vei aikaa lailliselta ansion hankkimiselta. Vähitellen myös taloudelliseen hyötyyn tähtäävien omaisuusrikoksien määrä kasvoi. Näihin voidaan lukea murtovarkaudet, laiton kauppa jossa käytettiin kauppatavarana joko kiellettyä tai varastettua tavaraa, sekä eriaisteiset kavallukset. Samaan aikaan kasvoi myös miestappojen ja väkivaltarikosten määrä. (Ylikangas 2005, 208–210.)

Puukot taisteluaseina

Puukkojunkkareiden tekemissä rikoksissa puukolla on ollut aina merkittävä osa. Puukkoja alettiin käyttää tappeluaseena 1840–1850-luvulla johtuen siitä, että mustalaisilla oli siihen aikaan joko raudasta tai messingistä valmistettuja sormuksia, joissa oli piikillä varustettu kanta. Näillä piikeillä he raapivat tappelun syntyessä vastustajan kasvot pahoille arville, yleensä hyökkäyksen uhrin ollessa siinä vaiheessa jo puolustuskyvytön. Koska pohjalaisilla miehillä ei tämänkaltaisia aseita ollut, alkoivat he käyttää puukkoa aseena entisten tappeluaseiden eli puukalikoiden, kirveiden ja moskuloiden rinnalle. (Alanen 1931, 9.) On olemassa viitteitä, että puukko ja helavyö ovat kuuluneet pohjalaisen juhla-asuun jo 1700-luvulla. Helavyöllä tarkoitetaan nahkaista vyötä, johon on pujotettu messinkisiä metallipaloja eli heloja. Oletettavaa on, että puukko kuului arjen lisäksi myös juhla-asun koristeeksi, jolloin se oli pelottavan lähellä kättä tappelun sattuessa. (Ylikangas 1976, 26.)

Puukkotappeluita pidettiin Etelä-Pohjanmaalla häjyjen keskuudessa eräänlaisena urheilumuotoja ja jopa ajanvietteenä. Parempien huvien ja tiedollisten harrastusten puutteessa tappelut olivat yleisiä huveja. Tappelijat kilvoittelivat suosiesta: pelkäämättömintä ja rohkeinta tappelijaa ylistettiin ja kunnioitettiin ja hänestä saatettiin kirjoittaa murhalaulu, joka ylisti murhamiestä ansaitsemallaan tavalla. Seuraavassa on muutama esimerkki siitä, millaisia ylistyslauluja taitavista murhamiehistä on kirjoitettu:

”Annalan Matin puukko oli terävä kuin nuoli, Lippannin luhtaan veräjälle Iisakin Jussi kuoli.”

”Annalan Matin puukko oli terävä kuin miekka, sillä se tuon Iisakin Jussin suolet sivulle sieppas.”

”Tuularin Jukki se kätehen löi ja treki-Jussi selkään. Eipä nuo Tuularin pojat fallesmannia pelkää.” (Alanen, 1931, 10.)

Näitä murhalauluja laulettiin myös kylillä nuorison keskuudessa, joten ei ihme, että laulujen tarinat kiihottivat mieltä ja rohkaisivat myös nuorta sukupolvea kokeilemaan onneaan ja rohkeuttaan puukon varressa. Vanhemmat miehet kertoilivat myös tarinoita häjyistä iltaisin yhteen kokoontuessaan. Vaikka miestaposta ja murhasta tuomittiin häjyjen aikana vankilaan sovittamaan tekojaan, tai pahimmassa tapauksessa murhamies jopa karkotettiin Siperiaan, josta vain harva palasi takaisin, tiesi murhamies kuitenkin olevansa onnekkaampi kuin tapon uhri. Yleisesti laulettiinkin:

”Parempi on minun oleskella Vaasan korkeass’ linnass’, kun maata Lapuan Kapelpakass’ kuoleman haava rinnass’. ”Kapelpakaksi kutsuttiin Lapuan hautausmaata. (Alanen 1931, 12.)

Härmän häät

Etelä-Pohjanmaalla häät olivat merkittävä juhla, joita juhlittiin monta päivää. Olihan tuleva morsian jo koko nuoruutensa ajan valmistellut häitä kutomalla muun muassa mieskangasta ja kapiroita tulevaa uutta kotia varten. (Paulaharju 1947, 258.) Pohjalaiset häät olivat häjyjen aikaan niin sanottuja rahahäitä, joista tiedotettiin laajalti eikä kuokkavieraiden saapumista paikalle pidetty pahana. Rahahäissä morsiusparille kerättiin rahallista alkupääomaa raharinkien avulla, eli jokaisella häävieraalla oli mahdollisuus tanssia ringissä maksua vastaan. Suorittamalla tietyn suuruisen maksun oli oikeus tanssia viuluniekkojen soittaman ringin morsiamen kanssa ja sen lisäksi tanssittaja sai vielä tukevan viinaryypyn häissä toimineelta kenkäriltä. Kenkärit olivat häissä toimineita järjestysmiehiä. (Ylikangas 1976, 127.)

Raharingit paitsi tuottivat runsaasti rahaa morsiusparille, myös humalluttivat häävään tehokkaasti. Tämä johti usein tappeluihin ja veritekoihin, olihan jo hypelty raharinki antanut tilai-

suuden rehvastelulle. (Pietiläinen 1999, 308.) Härmäläiset häät olivat tunnettuja tappeluistaan ja usein häitä jopa sanottiin huonoksi ja epäonnistuneiksi, jos siellä ei ollut saatu tappelua aikaiseksi. (Paulaharju 1947, 306.) Todellisista härmän häistä kertoo seuraava kansanlaulukin:

”Härmässä häät oli kauhiat,
siellä juotiin ja tapeltihin.
Pirtin perältä porraspäihin,
rumihia kannettiin.

Anssin Jukka se pitkä ja hoikka,
ja hieman verran musta,
sano lyökää te pojat puukolla,
jos teissä on uskallusta.

Pienet pojat perkeleet,
sen tappelun alottivat,
kaks oli poikaa Alahärmästä,
jotka sen lopettivat.

Ne sano lyökää te pojat puukolla,
jos teissä on uskallusta.”

(Lauri Tähkä 2001, Härmän häät, sanat trad.)

Viranomaisten suhtautuminen häjyihin

Suurin osa valtion palveluksessa olleista viranomaisista reagoi häjyihin erittäin kielteisesti. Puukkojunkkariuden alkuaikoina viranomaiset pyrkivät tukahduttamaan kyseisen vastarintaliikkeen erilaisten kieltojen ja sakkorangaistusten avulla. Kirkko ja paikallishallinto asettivat myös omia kieltojaan ja rajoituksiaan, joiden uskottiin hillitsevän ilmiön kasvua. Näin ei kuitenkaan käynyt, vaan häjyjen joukko kasvoi entisestään. Pitäjänkuria kiristettiin aina, kun huomattiin aiempien sääntöjen ja rajoitusten tehottomuus. Vuonna 1843 astui voimaan Lapuan hallitussääntö ja kyläasetus, joka vähensi sakkoihin tuomittujen rikollisten määrää. Henkirikosten määrään sillä kuitenkin oli päinvastainen vaikutus. Alueella vallinnut herännäisyys ei pystynyt myöskään kukistamaan kansanliikkeen voimaa. Lopullinen muutos yhteyskunnassa tapahtui vasta, kun ensimmäiset kansakoulut perustettiin ja nuoria alettiin kouluttaa pois häjyjän pahamaineisista ihanteista. (Pietiläinen 1999, 311.)

4.5 Häjykulttuurin syntymiseen vaikuttaneet syyt

Useat tutkijat ovat pohtineet häjykulttuurin syntyä ja päätyneet kaikki hieman erilaisiin tuloksiin. Häjykulttuurin synnylle ei varmasti ole olemassa yhtä ainoaa ja oikeaa syytä, vaan kulttuurin syntyminen on nähtävä monien asioiden summana. Seuraavassa on eritelty muutamia syitä, jotka omalta osaltaan vaikuttivat häjyliikkeen syntymiseen. (Pietiläinen 1999, 315.)

On sanottu, että puukkojunkkariuden syntyyn on hyvin paljon vaikuttanut pohjalainen kansanluonne: pohjalaisia pidettiin siihen aikaan äkkipikaisina, rehentelevinä ja ylpeyttä ja vapautta rakastavana kansana. Joissain yhteyksissä tämä kaikki on yhdistetty ja korvattu sanoilla pohjalainen uho. Myös ajan virkavaltaa on syytetty laadullisesti hyvin kehnoksi. Nämä tekijät osaltaan edesauttoivat sitä, että puukkojunkkareita pelättiin eikä heidän mahtiaan pystytty tuhoamaan.. Häjyliikettä on myös selitetty rahahäaperinteen ja myös siihen liittyneen ylempälittisen alkoholinkäytön yleistymisellä. Ilmiö on nähty myös nuorien ongelmana ja kylätappeluinstituutiosta eriytyneenä pohjalaisena joukkoilmiönä. On mainittu, että ilmiön mukana nuoret lähtivät taistelemaan ja kapinoimaan vallalla ollutta perinteistä patriarkaalista sidonnaisuutta vastaan. Nuorison levottomuutta pidettiin myös seurauksena 1700-luvun vapaudenajan pakkoasetuksista ja yleisesti tiukentuneesta kirkkokurista. (Pietiläinen 1999, 315.)

Kuten jo aiemmin on mainittu, häjykulttuuria on laajimmin tutkinut Heikki Ylikangas. Hän on päätenyt ymmärtämään henkirikollisuuden syyt lähinnä taloudellisilla ja sosiaalisilla perusteilla. Ylikankaan mukaan taloudelliselta pohjalta syntyivät sen ajan kilpailuarvot ja yhteiskunnallinen menestys, joiden törmätessä päädyttiin väkivaltaan ja veritekoihin. Osittain sekä yhteiskunnan että myös tilojen pirstoutuneisuus ajoi häjyt hyökkäyskannalle. Vanhimman pojan periessä talon oli muiden lasten lähdettävä maailmalle etsimään omaa onneaan. Puukkojunkkariutta on perusteltu myös taloudellisten ongelmien ja voimakkaan väestönkasvun seurauksena. Yhtä hyvin selityksiksi on tarjottu myös psykologisia ja kansanperinteeseen liittyviä syitä. (Pietiläinen 1999, 315–316.) Häjykulttuurin synnystä on yhä tänä päivänä olemassa useita eri teorioita, eikä varmasti yhtä ja oikeaa syytä kulttuurin syntyyn saadaan koskaan selville.

4.6 Häjykulttuuri nykypäivänä

Häjykulttuuri elää yhä tänä päivänä Härmänmaalla ja koko Etelä-Pohjanmaalla, toki täysin erilaisessa muodossa kuin 1800-luvulla. Häjyt jättivät jälkeensä monta tarinaa, joita on kirjoitettu muistiin ja vaalittu tarkoin Härmänmaan alueella. Puukkojunkkarit ja heidän tekonsa elävät yhä ihmisten muistoissa ja mielessä sekä alueelta talteen kerätyissä kansanlauluissa. Häjyihin ja heidän tekoihinsa suhtaudutaan kahtalaisin tuntein: heidät on omalta osaltaan valjastettu markkinoimaan koko Etelä-Pohjanmaan aluetta sillä häjyistä on muodostunut eräänlaiset alueen imagon luoja ja jopa kulttihenkilöt. Toisaalta heidän muistoaan ja tekojaan kavahdetaan yhä tänä päivänä ja heidän alueelle hankkimaansa mainetta jopa hävetään. (Ylikangas 2005, 10.)

Ehkäpä tärkein asia, jonka häjyt ovat jättäneet jälkeensä, ovat tarinat ja myytit sekä arvomaailma. Häjykulttuuriin kuuluvat arvot, kuten komeus, ylpeys omasta itsestään ja kotiseudustaan, yritteliäisyys sekä pohjalainen uho ja sisu, ovat hyviä esimerkkejä siitä, millaisia ihmisiä alueella tänä päivänä asuu. Muita kulttuuriin liittyviä arvoja ovat perheen arvostus, sitkeys, häjyys, hartaus, kätevyys, rehellisyys ja itsenäisyys. (Kontturi & Lautamäki 2003, 16.)

4.6.1 Lauri Tähkä & Elonkerjuu

Lauri Tähkä on hyödyntänyt Toivo Kuulan aikanaan keräämiä pohjalaisia kansanlauluja teksteissään ja noussut osaltaan myös niiden avulla yhdeksi Suomen tämänhetkisistä suosikkiartisteista. Lauri Tähkän ja hänen yhteensä Elonkerjuun historia juontaa juurensa kuitenkin vuoteen 1995, jolloin Teuvalla järjestettyihin eteläpohjalaisiin Speleihin pyydettiin Lauri Tähkältä ja hänen silloiselta yhtyeeltään jotain erikoista musiikkia. Lauri Tähkä ja kitaristi Simo Ralli tekivät uuden sovituksen vanhasta kansanlaulusta Niin kauan minä tramppaan ja voittivat sillä Lapuan Spelirock tapahtuman yhteydessä järjestetyn laulukilpailun. (Syntymähäjt 2006.)

Vuosituhanen alussa yhtyeeseen liittyivät basisti Antero Naali ja rumpali Lenni Paarma. Yhtye kokosi ”Suukkoa vai Puukkoa”-EP-levyn ja kokosi Teuvan Horonkylän nuorisoseuran täyteen kuuntelijoita. Levyllä ovat muun muassa kappaleet Martinlunnin Jukka ja Härmän Häät, joita oli jaettu paikallisille radioille promootiota varten jo alkuvuodesta. Kesällä 2001 yhtye saavutti nykyisen kokoonpanonsa, kun viulisti Johanna Koivu liittyi yhtyeeseen. Samana kesänä julkaistiin Mettumaari-single asiaankuuluvasti juhannuksen alla uudelta Pistoja Syrämies-levyltä. Vuonna 2003 yhtye julkaisi toisen pitkäsoittonsa, Komia on aina Komia, jolla se viimeistään vakiinnutti suosiotaan erityisesti pohjalasten keskuudessa. (Syntymähäjt 2006.)

Vuonna 2004 julkaistun Syntymähäjt-levyn myötä yhtye kasvatti suosiotaan muuallakin kuin pelkästään pohjalaisten keskuudessa. Singlet Papukaija ja Tyttörukka pääsivät myös valtakunnalliseen soittoon ja levy oli korkeimmillaan Suomen virallisen listan neljäs. Vuoden 2006 keväällä ilmestynyt yhtyeen neljäs pitkäsoitto Maailma on renki, pysyi Suomen virallisen listan kymmenen kärjessä yli kymmenen viikkoa. Tuolta levyltä suuren kansan tietoisuuteen jäivät etenkin Maailma on renki, Pitkät pellot, Rakkaus ei oo pysyvää ja Hyvästi-kappaleet. Lauri Tähkä & Elonkerjuu voitti myös Emma-gaalassa vuoden 2006 kotimainen artisti Emmen, jättäen taakseen muun muassa samana vuonna Euroviisut voittaneen Lordi-yhtyeen. Yhtyeen uusin pitkäsoitto Tuhannen riemua julkaistiin 19.9.2007 ja se nousi julkaisuviikolla

suoraan Suomen virallisen albumilistan ykköseksi. (Syntymähäijt 2006; Lauri Tähkä & Elonkerjuu 2007.)

Yhtyeen toiminta on laajentunut myös oheistuotteiden kauppaamiseen. Yhtyeellä on ollut nettikauppa jo useamman vuoden ajan ja vuonna 2006 yhtye avasi kotikuntaansa Teuvalle Häjy-liikkeen, jossa on kaupan erilaisia fanituotteita aina perinteisistä T-paidoista kondomeihin ja helavyösukkiin saakka. (Valtonen 2007, 15.) Yhtye ei muutenkaan ole unohtanut koti-seutuaan vaan tuo hyvin esille aluetta muun muassa murteen ja arvojen kautta.

4.6.2 Extreme Duudsonit

Extreme Duudsonit on tarina neljästä lapsuuden ystävästä, joita yhdistää täydellinen vapaus, positiivinen energia ja erilaiset toinen toistaan nerokkaammat tempaukset. Tarina kertoo neljästä nuoresta ”pojasta” jotka kasvavat Etelä-Pohjanmaalla, Seinäjoella ja elävät elämäänsä erilaisia ”hulluja” temppuja tehden. Temppuja on myös kuvattu videokameralla ja niistä on muodostettu tuotantokausia, joita on suomessa esitetty sekä Moon TV:llä että Nelosella. Lisäksi Duudsonit ovat julkaisseet tuotantokaudet DVD-julkaisuina. Sarjaa on kansainvälisesti verrattu myös Steve O:n ja Bam Margeran luotsaamaan Jackass-sarjaan. Selviä erojakin on huomattavissa: Duudsonit ovat oikeasti tunteneet toisensa lapsuudesta lähtien ja kasvaneet yhdessä temppuja tehden, kun taas Jackass-ryhmä on myöhemmällä ikää koottu. Vastoin yleistä käsitystä Duudsonit eivät siis ole kopioineet sarjaa muilta, vaan ovat eläneet, kuten sarjassa kuvataan jo lapsena. (Extreme Duudsonit 2007.)

Extreme Duudsoneihin kuuluvat Jukka Hildén, Jarno ”Jarppi” Leppälä, HP Parviainen ja Jarno Laasala. Jäsenistä Jarno Laasala editoi ja kuvaa suuren osan ryhmän tempuista. Ryhmän jäsenet ovat perustaneet myös oman tuotantoyhtiön, jonka nimi on Rabbit Films Oy. Sen pääasiallinen tehtävä on luoda ja tuotteistaa nuorisobrändejä, joihin myös Extreme Duudsonit kuuluu. Ryhmän suosio on ollut huimaa: ensimmäinen TV-tuotantokausi esitettiin Suomessa vuonna 2001 ja siitä lähtien suomenkielisiä TV-tuotantokausia on julkaistu neljä, kansainvälisiä yksi (toinen tulossa keväällä 2008), ja lisäksi Duudsonit – elokuva julkais-

tiin keväällä 2006. Tämän lisäksi TV-sarjasta on tehty levityssopimus yli 20 maahan. (Extreme Duudsonit 2007; Rabbit Films Oy 2007.)

Kuten Lauri Tähkällä, on Duudsoneillakin ollut jo sarjan alkujailta nettikauppa, jossa myydään erilaisia T-paitoja. Tunnetuimpia ovat uudistetut Jussi-paidat, jotka on koristeltu pohjalaisilla vinoneliöillä. Kaupasta voi ostaa tuotteita myös erikoisempaan makuun, sillä esimerkiksi maatalon väki voi seurata aikaansa käyttämällä navetassa Isäntä- ja Emäntä kumisaappaisiin. (Extreme Duudsonit 2007.)

Extreme Duudsonit ovat nostaneet Etelä-Pohjanmaan uudella tavalla maailmankartalle. Jäsenet mainostavat hienolla ja kekseliäällä tavalla Etelä-Pohjanmaata alueena ja tuovat sen kulttuuria esille. Murre kuuluu poikien puheessa ja tuo siihen oman vivahteensa. Duudsonit ovat olleet esittelemässä Pohjanmaata Matka-messuilla yhdessä alueen matkailuyrittäjien kanssa. Duudsoneissa kiteytyy myös pohjalaisen luonteen ydin: yrittäjähenkisyys, komeus, kotiseudun ja juurien merkitys, luova hulluus ja sisukkuus.

5 TUOTTEIDEN KEHITTÄMINEN HÄRMÄNMAALLE

5.1 Härmänmaan kulttuuriperintöhanke

Härmänmaalla on käynnistetty EU-rahoitteinen hanke, jonka nimi on Härmänmaan kulttuuriperintö. Hanketta voidaan pitää jatkohankkeena vuosina 2005–2006 toteutetulle Härmänmaan museoiden kehittämishankkeelle. Hankkeen toteutusaika on 1.1.–31.12.2007 ja hankkeen projektipäällikkönä toimii Maria Kauppinen. (Kauppinen 2007, 2.)

Härmänmaan kulttuuriperintöhankkeen tavoitteena on Härmänmaan alueen rikkaan kulttuuriperinnön esiintuominen tiedotuksen ja markkinoinnin avulla, kulttuuriperinnön kehittäminen ja tuotteistamismahdollisuuksien kartoittaminen pääpainoalueenaan matkailu sekä keskustelun virittäminen aiheesta. Edellisessä hankkeessa luotua Härmänmaan museoverkoston toimintaa pyritään vahvistamaan ja mahdollisesti myös laajentamaan mahdollisuuksien mukaan. Ennen kaikkea hankkeen tarkoitus on sekä antaa virikkeitä että herättää ajatuksia rikkaan kulttuuriperinnön hyödyntämisestä alueen toimijoille. (Kauppinen 2007, 2.)

Hankkeessa toteutettavan kulttuuriperinnön kehittämisen painopistealueiksi valittiin neljä teemaa: häjyperinne, käsityöperinne, rakennusperintö ja kulttuurimaisema. Näistä on tarkoitus julkaista hankkeen edetessä kehittämissuunnitelmat, jotka toimivat niin sanottuina ideakirjoina ja hankkeen toteuttamisen työkaluina. (Kauppinen 2007, 2.) Yksi hankkeen puitteissa toteutettu tuote on kulttuuriantiteiden etsintään perustuva retkeilypele, jossa tutustutaan alueen paikallishistoriaan ja etsitään maastoon piilotettuja kätköjä. Peli perustuu myös partiolaisten käyttämään lodjaukseen. Lodjaukseen on arvoitusten ratkaisua, aartenetsintää, suunnistusta, taidetta - ja varsinkin uusien, mielenkiintoisten paikkojen löytämistä. Maastoon on piilotettu laatikoita, joita on tarkoitus etsiä vihjeiden avulla. Pelissä vihjeet kätköistä ovat tarinoiden muodossa. Peli on julkaistu internetissä Härmänmaan museoiden sivuilla syksyllä 2007. (Härmänmaan museot 2007.)

5.2 Alueen matkailuyrittäjät

Härmänmaan alueella on muutamia matkailukeskittymiä ja matkailuyrittäjiä. Suurimmat yrittäjät alueella ovat varmasti Jorma Lillbackan luotsaama Mika Salo Circuit kartingrata ja sen yhteydessä sijaitseva Powerpark huvipuisto Alahärmässä sekä Härmän kuntokeskus kylpylähotelli ja sen yhteydessä sijaitseva liikuntakeskus Anssin Jussin Areena. Seuraavassa on esitelty kyseisiä yrityksiä hieman tarkemmin.

5.2.1 Mika Salo Circuit & Powerpark

Mika Salo Circuit on monesta eri komponentista koostuva palvelukeskus Alahärmässä. Yrityksen omistaa Lillbacka Powerco, jonka toimitusjohtajana toimii Jorma Lillbacka. Yritys on kokonaisuudessaan yksityisen omistuksessa eikä se kuulu mihinkään suurempaan ketjuun. Yli sadan hehtaarin alueella sijaitsevat Mika Salo Circuit, Pit Lane Café, Park Hotel Härmä, Hotelli San Marino ja Monza, Silverstone-mökit, Future-mökit, Rio Grande Camping, PowerPalace sisäkarting-halli ja Powerpark Huvipuisto. Alue on todella monipuolinen ja pystyy tarjoamaan jokaiselle jotakin. (Powerpark 2007; Talvitie 2007.)

Mika Salo Circuit ulkorata on avattu vuonna 2000, ja se kantaa entisen Formulatahden nimeä, koska Mika Salo on ollut suunnittelemassa radan profilia. Samaan aikaan alueelle avattiin myös alueen ensimmäinen hotelli, San Marino. Vuonna 2002 rakennettiin Park Hotel Härmä ja ensimmäiset Silverstone-mökit. Seuraavana vuonna 2003 avattiin sisäkarting-halli PowerPalace, joka on 1,1 hehtaarin pinta-alallaan on Euroopan suurin sisäkarting-rata. Samana vuonna avattiin alueen kolmas hotelli Monza. Tämän lisäksi alueella on Rio Grande Camping-alue, jossa on 59 asuntovaunu- tai autopaikkaa, ja muutamassa vuodessa alueelle kohonnut huvipuisto, jossa on tällä hetkellä noin 30 laitetta, joihin kuuluu muun muassa Suomen suurin maailmanpyörä, josta näkee lakeutta silmäkantamattomiin. Yritys kasvaa koko ajan ja laajenee entisestään. (Powerpark 2007; Talvitie 2007.)

5.2.2 Härmän kuntokeskus & Anssin Jussin Areena

Härmän kuntokeskus sijaitsee Ylihärmässä ja on perustettu 1984. Vuoteen 2005 saakka toimintaa piti yllä Härmän kuntoutus Ry. Vuonna 2006 perustettiin Härmän kuntoutus Oy, joka vastaa toiminnasta nykyisin. Koska yhdistyksen omaisuuden haluttiin jatkossakin tukevan niitä ajatuksia ja arvoja, joita edistämään yhdistys oli aikoinaan perustettu, päätti yhdistys lahjoittaa omaisuutensa perustettavalle Pihkahovi-säätiölle. Säätiö vuokraa omistamansa toimintatilat ja maa-alueet Härmän Kuntoutus Oy:lle. (Härmän kuntokeskus 2007; Kriikku 2007.)

Härmän kuntoutus Oy:n päätoimialoja ovat kuntoutustoiminta, työhyvinvointi, hyvinvointipalvelut, hotellitoiminta, ravintolatoiminta sekä virkistys- ja vapaa-ajantoiminta. Pääasialliset asiakasryhmät koostuvat erilaisista kuntoutettavista, TYKY-asiakkaista, lomaviettäjästä, liikemiehistä ja perheistä. Lisäksi erikseen voidaan laskea myös yrityksen ruokapalveluita käyttävät asiakkaat sekä tanssiravintolan asiakkaat. Kuntokeskuksessa on 150 hotellihuonetta, joista 40 huonetta on varustettu inva-varustein ja 32 huonetta toimivat minisviitteinä ja perhehuoneina. Lisäksi on tarjolla Lakeus-sviittejä. Yhteensä hotellissa on 300 majoituspaikkaa ilman lisävuoteita, lisävuoteiden kanssa 450 vuodepaikkaa. Kuntokeskuksella on lisäksi käytössään kylpylä ja runsaasti kokoustiloja asiakkailleen. Yritys tarjoaa asiakkailleen myös erilaisia aktiviteetteja ja kädentyöpajoja. (Härmän kuntokeskus 2007; Kriikku 2007.)

Anssin Jussin Areena on kuntokeskuksen yhteydessä sijaitseva urheiluhalli, josta löytyy liikuntatiloja moneen eri lajiin. Yhtenä erikoisuutena voidaan mainita muun muassa golflyöntiverkko, joka on tarkoitettu golfin ympärivuotiseen harjoitteluun. Areenalla voidaan myös pitää messuja tai yleisötilaisuuksia asiakkaan toiveen mukaan. Suuri hallimainen tila muuntuu helposti moneksi ja tarjoaa tilat jopa 1100 henkilön tilaisuuksille. (Härmän kuntokeskus 2007; Kriikku 2007.)

5.3 Luokkaretkipaketin tuotekehitysprosessi

Opinnäytteenäni suunnittelin luokkaretkipaketin, joka koostuu useista eri elementeistä, mutta jotka asiakas mieltää yhdeksi tuotteeksi ja kokemukseksi. Asiakkaan mielessä matkailutuote alkaa matkan suunnittelusta ja päättyy siihen, kun hän palaa matkalta takaisin kotiin – toivon mukaan monta kokemusta rikkaamana. Yrittäjälle asiakkaan käyttämä tuote on monien palvelujen muodostama kokonaisuus jota kutsutaan paketiksi. Matkailutuote mielletään usein palvelupaketiksi, johon kuuluu sekä aineellisia että aineettomia osia. (Verhelä & Lackman 2003, 15.)

Luokkaretkipakettia suunnitellessani olen käynyt läpi normaalin tuotekehitysprosessin. Tuotteen kehittäminen lähti liikkeelle ideoinnista ja ideoiden seulomisesta, jatkui tuotteen toteutukseen ja yhteistyökumppaneiden etsimiseen, hinnoitteluun ja markkinoinnin ja myynnin pohtimiseen. Erityisen tärkeäksi vaiheeksi osoittautui yhteistyökumppaneiden ja alueen matkailuyrittäjien kartoitus. Prosessin aikana olen konsultoinut muun muassa Härmänmaan kulttuuriperintö hankkeen projektipäällikköä Maria Kauppista ja Etelä-Pohjanmaan matkailun työntekijöitä Satu Keski-Valkamaa ja Elina Järvistä.

5.3.1 Ideariihi

Härmänmaan kulttuuriperintöhanke järjesti Kulttuuriperinnöstä tuotteeksi keskustelutilaisuuden sunnuntaina 1.7.2007 Härmäläisten häjyytyiden yhteydessä. Keskustelutilaisuudessa oli paikalla kulttuuriperinnön tuotteistamisesta kiinnostuneita henkilöitä. Keskustelutilaisuuden tarkoituksena oli sekä tuoda alueen kulttuuriperintöä esille, ideoida opinnäytteenäni tehtävää tuotetta ja keskustella tuotteistuksesta yleisellä tasolla.

Härmänmaan kulttuuriperintö hankkeen projektipäällikkö piti tilaisuudessa lyhyen alustuksen sekä kulttuuriperintöön että hankkeeseen pohjautuen. Itse esittelin sekä omaa opinnäyteprosessiani että joitakin omia ideoitani, joita olin ajatellut liittää tuotteeseeni ja kyselin yleisön mielipiteitä siitä, mitä he haluaisivat nostaa esille ja tuotteistaa alueen kulttuuriperintöön liit-

tyen. Seuraavassa on lueteltuna muutamia tilaisuudessa esille nousseita ideoita ja keskustelunaiheita:

- Puhetta vanhasta härmäläispassista, jossa matkailija on suorittanut niin sanotun härmäläisyyden perustutkinnon. Haluttaisiin härmäläispassiin sana ”härmiintynyt”, joka tarkoittaisi tutkinnon arvosanaa. Myös T-paitoja kyseisellä tekstillä voisi painattaa.
- Itse tekeminen on keskeistä, niin syntyvät parhaat muistot ja asiat jäävät ihmisten mieleen.
- Perinteen ei kuulu pysyä samana, kuin se on ollut ennen vanhaan. Sen kuuluu muuttua ajan myötä, häjyperinne ei millään voi olla samaa nyt kuin sata vuotta sitten.
- Murre kuuluu osana härmäläisyyteen.
- Mikä on aitoa Etelä-Pohjanmaata, missä se tiivistyy? Missä sitä voi nähdä? Mikä on nykyään enää ”aitoa”?
- Häjyretkipaketteja on jo olemassa, mitä uutta uudella tuotteella olisi tarjottavana?
- Tuleva retkipaketti voisi olla lapsille tai nuorille suunnattu, esimerkiksi roolipeli ”Häjyjen matkassa”
- Ei välttämättä tarvita suurta ”show’ta”, myös normaali arki ja siihen osallistuminen voi olla elämys.

Keskustelutilaisuudessa nousi vahvasti esille se, että alueen nuoriso ei tiedä tai tunne alueen kulttuuriperintöä ja paikallishistoriaa. Myös murteen katoamisesta puhuttiin jonkin verran. Mielenkiintoisena asiana nousi esiin vanhan härmäläispassin käyttö ja keskustelutilaisuudessa oli läsnä myös erän vanhempi henkilö joka oli aikanaan härmäläispassin suorittanut. Asia oli ainakin itselleni täysin uusi ja ennestään tuntematon.

Järjestetty keskustelutilaisuus antoi ideoita siitä, mitä matkapakettiin olisi hyvä sisällyttää. Se myös kumpusi idean sille, että tuote tulisi suunnata lapsille ja nuorille. Päädyin harkinnan jälkeen luokkaretkipaketin rakentamiseen. Etelä-Pohjanmaan alueella toimiva matkailuorganisaatio Etelä-Pohjanmaan matkailu markkinoi myös luokkaretkipaketteja, mutta heidän valmiit pakettinsa eivät sisällä yhtään tuotetta, joka suuntautuisi Härmänmaan alueelle. Syynä tähän voidaan pitää myös sitä, että Härmänmaa ei kuulu kyseisen matkailuorganisaation jäsenkuntiin.

5.3.2 Idean kypsyttely ja tuotteen toteuttaminen

Ottaessani selvää erilaisista tuotevaihtoehdoista päädyin kolmen päivän luokkaretkipakettiin jollaiselle saattaisi olla kysyntää. Alun perin oli tarkoitus liittää tuotteeseen enemmän häjyilyperinnettä uusien palveluiden muodossa, mutta alueen ohjelmapalveluiden vähäisyys ja puutteellisuus yllätti minut täysin, joten jouduin tyytymään jo olemassa olevien palveluiden koamiseen luokkaretkipaketiksi. Kauhava–Härmän oppaat lupautuivat järjestämään häjyilykilipaalut, jotka kehitin itse uudeksi osaksi heidän toimintaansa. Mielessäni oli liittää pakettiin myös teemaillallinen häjyihin liittyen, mutta kohderyhmän ollessa lapset ja nuoret, luovuuden ajatuksesta. Luokkaretkipaketin rakentamiseen päädyin, koska alueella oli sille kysyntää ja alueelle toivottiin jotain uutta nuorisolle. Koska Powerpark ja Mika Salo Circuit ovat alueen johtavia matkailunähtävyyksiä, oli selvää, että heidän palveluitaan kannattaa liittää pakettiin. Mielestäni paketti ei saa keskittyä liaksi menneisyyteen ja museoiden läpi käymiseen vaan mukana on oltava myös nykyajan toimintaa ja esittelyä. Tähän tarkoitukseen Powerparkin palvelut sopivat varsin hyvin.

Paketin rakentaminen lähti liikkeelle alueen matkailuyrittäjien kartoittamisella. Samaan aikaan mietin, millaista ohjelmaa haluan rakentaa pakettiin ja mikä on sen kesto. Päädyin siihen, että kestona kolme päivää on sopiva ja tekemistä riittää jokaiselle päivälle, mutta ei lasten kuitenkaan tarvitse olla koko ajan tekemässä jotakin. Osittain myös tämän takia valitsin majoituskohteeksi Härmän kuntokeskuksen. Paikka on tasokas ja sisältää kylpylän, joka on mieluinen lapsia ajatellen. Sijainniltaan kuntokeskus on paketin toteuttamisen kannalta todella hyvä: matkaa sekä Alahärmään että Kauhavalle, joissa kummassakin käydään opastetun kierroksen aikana, on melko vähän. Lisäksi kuntokeskus tarjoaa erilaisia aktiviteetteja, joista valitsin melonnan. Melonta on lapselle tarpeeksi helppo ja samalla mielenkiintoinen laji.

Mika Salo Circuit on kiistatta alueen nopeimmin kasvava matkailuyritys, joten päätin liittää heidän palveluitaan myös luokkaretkipakettiin. Yritys on todella monipuolinen, sillä se tarjoaa palveluita aina kartingautoilusta huvipuistoon ja ravintola- ja majoituspalveluihin. Monipuolisuuden lisäksi paikka on omalla tavallaan nähtävyyksiä jo itsessään.

Halusin liittää luokkaretkipakettiin myös häyjajasta kertovaa perinnettä ja tällöin itsestään selvä valinta yhteistyökumppaniksi olivat Kauhavan-Härmäin auktorisoidut oppaat. He tarjoavat jo ennestään monenlaisia opastuskierroksia häyjen tiimoilta, mutta varsinaisesti lapsille ei heidänkään ohjelmassaan ole tuotteita. Neuvottelin oppaiden puheenjohtajan Jyrki Lahden kanssa, olisiko heidän tarjoamansa häjykiekko mahdollista soveltaa myös lapsille sopivaksi. Asiaa mietittyään Lahti sanoi sen olevan mahdollista. Periaatteessa kierrokseen ei tule kovin paljon muutoksia. Suurin muutos on se, että kohderyhmänä ovat lapset ja opastusta joutuu luultavasti selkeyttämään paljon. Myös tarinat sopivat historian kertomiseen lapsille hyvin.

Itse lisäsin oppaiden järjestettäväksi myös kehittämäni Häjyily-kilipaalu, jotka toteutetaan melontaretken puolella välissä. Oppaat olivat tästä hyvin innoissaan ja uskoivat, että pystyvät ohjaamaan kilpailulajit antamieni ohjeiden mukaan. Samalla tämä uusi elementti on paitsi mukavaa tekemistä lapsille, myös oppaiden toiminnan kehittämistä. On kaikkien etu, että alueella on tarjottavana matkailuohjelmaa useammalle kohderyhmälle.

5.3.3 Luokkaretkipaketin sisältö

Suunnittelemani luokkaretkipaketti on kolmipäiväinen. Saapumispäivänä ryhmä majoittuu Ylihärmään, Härmän kuntokeskuksen minisviitteihin. Minisviitit valitsin, koska ne ovat kooltaan normaalia hotellihuoneita suurempia ja yhteen huoneeseen voidaan majoittaa viisi oppilasta. Majoittumisen jälkeen ryhmä tutustuu joko omatoimisesti tai opettajan johdolla kuntokeskuksen ja Anssin Jussin Areenaan, jonka jälkeen ryhmälle on varattu buffetpäivällinen. Iltaan on tarkoituksella jätetty vapaata aikaa, jolloin lapset voivat esimerkiksi käyttää kuntosalin tai kylpylän palveluita, jotka kuuluvat hintaan. Illalla on myös mahdollisuus järjestää esimerkiksi keilausturnaus Anssin Jussin Areenalla, ryhmän niin halutessa. Keilauksesta peritään lisämaksu voimassaolevan hinnaston mukaisesti.

Luokkaretkipaketin toinen päivä alkaa oppilaiden herätyksellä ja aamupalalla. Pian aamupalan jälkeen ryhmä kokoontuu kuntokeskuksen pihaan, josta lähdetään ryhmän omalla bussilla opastetulle kierrokselle häyjen jalanjäljissä. Oppaana toimii Kauhava-Härmäin oppaiden auktorisoitu opas. Matkan aikana pysähdytään kuulemaan tarinoita häyjistä ja vierailaan muun muassa Rannanjärven Antin haudalla Ylihärmän kirkkomaalla. Tämän kiertoaajelun tarkoituksena on kertoa oppilaille ajanjaksosta, jolloin häjyt mellastivat alueella. Jos mahdollista, opettaja voi etukäteen alustaa häjyaihetta. Esimerkiksi musiikin tunneilla voidaan laulaa vanhoja lauluja, jotka kertovat häjyajasta. Samalla voidaan tutustuttaa lapsia nykyajan häjykulttuuriin esimerkiksi kuuntelemalla Lauri Tähkän tuotantoa ja vertaamalla sitä entisaikojen kansanlauluihin. Lisäksi opettaja voi kertoa perusasioita häyjistä jo koulun historiantunneilla. Tällöin lapset tietävät hieman etukäteen aiheesta, mikä voi auttaa esimerkiksi mielenkiinnon pysymisessä yllä matkan aikana.

Kuntokeskukseen palattuaan ryhmää odottaa buffetlounas. Lounaan ja pienen hengähdystauon jälkeen ryhmä kokoontuu kuntokeskuksen aulaan, josta lähdetään kuntokeskuksen melontaoppaan ohjeiden mukaisesti autokuljetuksella joenrantaa kohti. Jokaiselle oppilaalle jaetaan pelastusliivit ja kerrotaan melonnan yleisiä turvallisuusohjeita. Ensin harjoitellaan melonnan perusteita, jonka jälkeen aloitetaan melominen vastavirtaan. Matkan puolivälissä pysähdytään ja rantaudutaan noin 45 minuutin ajaksi. Kauhava-Härmäin oppaat ohjaavat rannan tuntumassa Häjyily-kilpailut. Tämän jälkeen ryhmä meloo takaisin lähtöpaikalle myötävirtaan, jossa paluukyyti kuntokeskukseen odottaa. Kuntokeskuksella ilta jatkuu ensin päivällisellä ja sen jälkeen vapaan ohjelman merkeissä.

Luokkaretkipaketin kolmas päivä aloitetaan herätyksellä ja aamupalalla, jonka jälkeen ryhmä luovuttaa huoneet ja suuntaa bussilla kohti Alahärmää ja Mika Salo Circuitia. Ensin ryhmälle kerrotaan perusasiat kartingautoilusta ja jaetaan siihen tarvittavat suojarusteet. Jokaisella oppilaalla on mahdollisuus ajaa kartingia 2 x 10 minuuttia. Ajo tapahtuu säästä ja ryhmän jäsenten pituudesta riippuen joko Mika Salo Circuit-ulkoradalla tai Powerpalace-sisäradalla.

Tämän jälkeen ryhmä ruokailee Skaala-ravintolassa. Ruokailun jälkeen ryhmä siirtyy alueella sijaitsevaan Powerpark huvipuistoon huvittelemaan omatoimisesti. Sisäänkäsy alueelle sisältyy paketin hintaan, mutta rannekkeet tai kertaliput laitteisiin jokainen oppilas kustantaa itse. Huvitteluun on tässä paketissa varattu aikaa kolme tuntia, mutta aikaa voidaan pidentää tai lyhentää ryhmän toivomusten mukaisesti. Huvittelun jälkeen alkaa kotimatka.

Tarkka retkipaketin kuvaus aikatauluineen löytyy tuotekuvauksesta, liitteestä 1.

5.3.4 Luokkaretkipaketin hinnoittelu

Luokkaretkipaketin hinnoittelussa olen lähtenyt liikkeelle yrityksistä kysymieni tarjousten perusteella. Kaikki palvelut ja tuotteet on hinnoiteltu erikseen ja sen jälkeen laskettu hinta yhtä oppilasta kohden. Kaikki hinnat on laskettu 14 oppilaan ryhmälle, jossa kaikki ovat alle 15-vuotiaita. Tuote on mahdollista hinnoitella myös suuremmalle joukolle ja aikuisryhmälle, jolloin hinnat nousevat jonkin verran. Ryhmän huoltajia ja opettajaa ei ole otettu tuotteen hinnoittelussa huomioon. Hinnat sisältävät arvonlisäveron.

Hinnoittelu

Tuote/ Palvelu	€/ oppilas	Kokonaiskustannus
Majoitus 1 vrk, puolihoito (sis alv. 8 % + 22 %)	36,00	504,00
Majoitus 1 vrk, täysihoito (sis. alv. 8 % + 22 %)	42,00	588,00
Oppaan palkka, 6 h opastus (22 %)	9,50	133,00
Oppaan ruoka (Buffetpäivällinen) (22 %)	1,00	14,00
Melontaretki (22 %)	15,00	210,00
Kartingajelu (22 %)	25,00	350,00
Lounas Skaala-ravintolassa (22 %)	7,00	98,00
Yhteensä	135,50	1897,00

Mikäli tuote myydään jonkin paikallisen markkinointiorganisaation kautta, voidaan tuotteelle laskea vielä provisio, joka alueella on melko yleisesti ottaen noin 10 % tuotteen hinnasta. Tällöin tuotteen katteelliseksi ja verolliseksi myyntihinnaksi saadaan:

$1,10 \times 135,50 = 149,05 \text{ €} \approx 150 \text{ €} / \text{henkilö}$

Hinnoittelussa olisi ollut mahdollista mennä laskelmissa omaa esimerkkiäni huomattavasti yksityiskohtaisempiin laskelmiin, kuten arvonlisäverojen erottelemiseen, mutta olen jättänyt sen tekemättä, koska sillä ei ole tuotteeni kannalta kovin paljon merkitystä.

5.3.5 Luokkaretkipaketin markkinointi ja myynti

Valmiin paketin markkinointi ja myynti osoittautui haasteelliseksi tehtäväksi. Omalta osaltaan siihen vaikuttaa se, että Kauhavan kaupunki ja Härmäin kunnat eivät kuulu Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy:hyn, joka hoitaa keskitetysti jäsenkuntiansa matkailumarkkinoinnin ja alueella tehtävien matkapakettien varaukset. Toimivaan markkinointiorganisaatioon kuuluminen helpottaisi matkapaketin myymistä, sillä asiakkaan olisi silloin mahdollista varata koko matkapaletti yhdestä paikasta. Koska se ei ole tässä tapauksessa mahdollista, asiakas joutuu itse varaamaan kaikki pakettiin kuuluvat palvelut erikseen suoraan palveluita tarjoavalta yritykseltä. Kyselin myös vasta perustetun Härmän Matkailu Oy:n halukkuutta tuotteen markkinointiin ja myyntiin, mutta heillä ei ole siihen tarvittavia varausohjelmia eikä työvoimaa, mikä estää käytännössä paketin myynnin heidän kauttaan. Sama ongelma on myös Kauhava-Härmäin oppaiden kanssa.

Hankkeen projektipäällikön Maria Kauppisen kanssa sovimme, että paketti julkaistaan www.harmanmaanmuseot.fi sivustolla, jossa se toimii esimerkkinä siitä, millaisia retkipaketteja lapsille voidaan suunnata. Tätä järjestelyä jatketaan ainakin niin kauan, että tuotteelle löydetään mahdollisesti järkevämpi myyntikanava tai -organisaatio.

6 POHDINTA

Etelä-Pohjanmaan Härmänmaalla 1700–1800-luvuilla mellastaneet häjyt ja heidän jättämänsä arvokas kulttuuriperintö on koko aluetta yhdistävä tekijä, jollaista ei ole tavattu muualla Suomessa. Vaikka häjyt saivat aikaan paljon pahaa alueelle, mielestäni heissä oli kuitenkin kiteytettynä pohjalainen luonne, sen arvot ja aatteet. Tämän kulttuuriperinnön eteenpäin vieminen ja ylläpitäminen ovat jääneet jälkipolville, ja toivottavaa on, että se siirtyy tarinoiden muodossa yhä eteenpäin myös seuraaville sukupolville.

Härmänmaan kulttuuriperinnössä on nähtävissä vahva matkailullinen voimavara, jota tuotteistamalla pystytään toivon mukaan houkuttelemaan alueelle yhä enemmän matkailijoita tutustumaan sekä alueen historiaan että nykypäivään. Aika pohjalaisuuden tuotteistamiselle on nyt sopiva – Lauri Tähkä & Elonkerjuu ja Extreme Duudsonit ovat tuoneet Pohjanmaata ja pohjalaisuutta koko Suomen ja osittain myös maailman tietoisuuteen omalla työllään. Pohjalaisuus ja alueen murre ovat asioita, jotka kiinnostavat yhä useampia ihmisiä.

Valitessani opinnäytteen aihetta, pohdin asiaa, joka minua todella kiinnostaa. Häyjen historia on kiinnostanut minua jo pienestä pitäen, ja kuunnellessani Lauri Tähkän tuotantoa innostuin lukemaan häjyistä kertovaa kirjallisuutta. Jo opiskelun alkuajoista lähtien oli selvää, että haluan suunnata opinnäytteeni kotiseudulleni Pohjanmaalle, koska tunsin alueen omimmaksi. Idean tehdä opinnäyte osana Härmänmaan kulttuuriperintö hanketta sain keväällä 2007 ollessani työharjoittelussa Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy:ssä.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli siis miettiä, miten alueen arvokasta kulttuuriperintöä voitaisiin tuotteistaa ja valjastaa entistä enemmän matkailijoiden käyttöön. Alueella on tehty matkapaketteja lähinnä aikuisille, mutta nuorille ja lapsille suunnatulle matkapaketille oli kysyntää. Opinnäytteeni oli osa EU-rahoitteista Härmänmaan kulttuuriperintöhanketta.

Tuotteena luokkaretkipaketti ei ollut helpoimmasta päästä. Kohderyhmänä lapset ja nuoret ovat melko vaikea, sillä samanikäisessä ryhmässä saattaa olla eri kehitystasoilla olevia lapsia, joille kaikille olisi löydettävä mielekästä ja sopivan haastavaa tekemistä. Tässä haasteessa onnistuin kuitenkin mielestäni kohtuullisesti. Onnistuin mielestäni myös tuomaan pakettiin sopivassa määrin sekä alueen nykytoimintaa että sen värikästä historiaa.

Tämä paketti toimii esimerkkinä kulttuuriperinnön tuotteistamisesta, kun kohderyhmänä ovat lapset. Tuotetta ei ole testattu, mutta esimerkiksi osia siitä on mahdollista testata, kuten Häjyly-kilipaalut oppaiden toimesta. Paketti ei kuitenkaan ole mielestäni sidottu liian raskaasti vain lapsiin ja nuoriin. Mikäli kiinnostusta löytyy, voisi pakettia myydä esimerkiksi yrityksille virkistyspäivä-käyttöön. Tällöin on kuitenkin otettava huomioon, että hinta tulee nousemaan ainakin noin puolella, sillä tämän paketin hinta on laskettu tarjousten perusteella ryhmälle, jossa kaikki osallistujat ovat alle 15-vuotiaita.

Opinnäyteprosessi itsessään oli hyvin mielenkiintoinen ja haastava. Huolimatta siitä että vastoinkäymisiltä tuli eteen milloin minkäkin osa-alueen tiimoilta. Prosessi opetti käytännössä tuotekehityksen ja hinnanmuodostuksen peruseriaatteen, mistä uskon olevan minulle hyötyä myös jatkossa. Toivon, että prosessi on ollut antoisa myös Härmänmaan kulttuuriperintö-hankkeelle ja että alueen yritykset saisivat opinnäyteeni kautta virikkeitä sekä intoa uusien tuotteiden kehittämiseen erityisesti lapsiryhmille.

Tuoteideani otettiin hyvin vastaan. Hankkeen keskustelutilaisuudessa oltiin kiinnostuneita tuotteistamisesta ja alueen matkailullisen vetovoiman kasvattamisesta. Kauhava-Härmän oppaiden suhtautuminen tuotteeseen on myös ollut positiivista, sillä tuotteeni kehittää omalla tavallaan myös heidän toimintaansa. Härmän matkailu oli kiinnostunut tuotteestani, mutta valitettavasti ei pysty vasta perustettuna yhdistyksenä ottamaan tuotetta myytäväksi. Härmänmaan kulttuuriperintö-hankkeen puitteissa tekemäni yhteistyö on ollut tärkeää ja tuotteistamisen esiinnostaminen on mielestäni onnistunut kohtuullisen hyvin.

Tuotteen toteuttaminen on tällä hetkellä epävarmaa. Alun perin tarkoituksenani oli tehdä tuote, joka päätyy oikeille markkinoille, mutta niin ei kuitenkaan käynyt. Myytävää tuotetta tärkeämpänä asiana pidän kuitenkin sitä, että tuotteeni voi toimia esimerkkinä ja innoittajana siitä, millaisia tuotteita Härmänmaa pystyy tarjoamaan lapsille ja nuorille. Alueella on olemassa huomattava määrä matkailijoille tarjottavia palveluita, joiden yhdistäminen yhdeksi palvelupaketiksi on suositeltavaa. Siten Härmänmaan matkailuyrittäjät voivat yhteistyön avulla osoittaa matkailijoille alueen vetovoimaisuuden. Yhteistyössä on voimaa – niin tässäkin tapauksessa!

” Mummolta oli tekohampaat pantu vesilasiin ja hampaattomalla suullaan se naureskeli minulle niin, että ikenet loistivat ja kertoi tuumineensa monenkinlaisia asioita pikkutuvassa maatessaan ja maailman menoa seuratessaan: kuinka ihmisiä tulee ja menee, tuttu-jakin, tuntemattomista puhumattakaan, miehet lähtevät Amerikkaan ja kuolevat siellä kaivoksissa ja poikia saadaan lähettää sotaan ja niitä tuodaan sieltä ruumisarkuissa, lapsia syntyy ja kuolee ja eläimiä syntyy ja niitä tapetaan syötäväksi, vilja kylvetään ja kun se on kypsää, se leikataan, niin että loppujen lopuksi koko maailma on yhtä syntymistä ja kuolemista, ja jos joku rupeaisi laskemaan niitä kuolemisia ja syntymisiä mitä maailmassa yhden päivän aikana tapahtuu, ihmisen ikä ei siihen laskemiseen riittäisi; vain maa pysyy, muuttuu koko ajan, mutta pysyy. Sitä mummo kertoi miettineensä ja sen varaan paljon laskeneensa. Kysyin, aikoiko se pysyä yhtä kauan kuin maa. Mummo ei kuullut mitä kysyin tai ei sitä leikiksi ymmärtänyt, kertoi ihmetelleensä jo pitkään, minkä takia Pohjanmaalla viisaus on aina vanhoissa naisissa, viisaus ja hyvyys, ja kun kysyin, mikä täälläpäin on sitten miehissä, se mielti sitä jonkin aikaa ja arveli, että niissä asui jonkinlainen hulluus. Käskin sen olla höpsemättä, vanha ihminen, ja ruveta nukkumaan.” (Tuuri 1985, 330–331.)

7 LÄHTEET

Alahärmän kunta 2003.

<http://www.alaharma.fi/asiakas/alaharma/ahaweb2.nsf/851c157f31526cc7c22568e300384d92/637502bda3f6e0f6c2256aa000403e31?OpenDocument> Luettu 30.10.2007.

Alanen, Y. 1931. Puukkojukkarien aika. Kappale Etelä-Pohjanmaan historiaa viime vuosisadan keskivaiheilta. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Borg, P. & Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Juva: WS Bookwell Oy.

Burns, P. 1999, An introduction to tourism and Anthropology, London: Routledge.

Extreme Duudsonit 2007. <http://www.extremeduudsonit.com/> Luettu 19.10.2007.

Garcea, E. A.A. Culture as a starting point and framework for guidance and counselling – Basic concepts and perspectives. Teoksessa Launikari, M. & Puukari, S. (toim.) Multicultural Guidance and Counseling – Theoretical Foundations and Best Practices in Europe. Cimo, Helsinki 2005.

Hoivala, H. Kulttuurin markkinointi ja tuotteistaminen – kamppailu markkinoinnin oikeutuksesta. Julkaistu teoksessa Niinikoski, M-L & Sibelius, K. (toim.) 2003. Kulttuuribusiness. Vantaa. WSOY.

Härmän Kuntokeskus, kotisivut 2007. <http://www.harmankuntokeskus.fi/> Luettu 30.10.2007.

Härmänmaa 2007. <http://www.harmanmaa.fi/Harmanmaa/wwwharmanmaa.nsf/start>. Luettu 19.9.2007.

Härmänmaan museot 2007. <http://www.harmanmaanmuseot.fi/> Luettu 19.10.2007.

Kalevalaisen runokielen seura Ry 2006. <http://www.karuse.info/Artikkelit%206.htm> Luettu 11.10.2007.

Kauppinen, M. 2007. Kulttuuriperinnön kehittämissuunnitelma.

- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Kontturi, M. & Lautamäki, S. Ideakirja. Kulttuuriturismi projektina. Vaasa: Pohjanmaan taide- ja kulttuuritoimikunta, Muova. Kirjapaino Stencca Oy.
- Kriikku, J. Henkilökohtainen tiedonanto sähköpostitse 29.10.2007.
- Lauri Tähkä & Elonkerjuu 2007. <http://www.lauritahka.com/> Luettu 19.10.2007.
- Lauri Tähkä & Elonkerjuu 2001, Suukkoa vai puukkoa, Gommel-äänittäjä, BigLittle Records, Tahkacd002.
- McIntosh R., Goeldner C. & Ritchie J.R. 1995. Tourism. Principles, Practices, Philosophies. Seventh Edition. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Paulaharju, S. 1947. Härmän aukeilta, Porvoo: Werner Söderström Oy.
- Pietiläinen, T. 1999. Kauhavan historia I. Saarijärvi, Saarijärven Offset Oy.
- Pohjanmaa Väylän matkailuhakemisto, 2000.
http://gamma.nic.fi/~raimom/ep/historia/henkilot/r_henk.htm Luettu 30.10.2007.
- Powerpark 2007. <http://www.powerpark.fi/> Luettu 29.10.2007.
- Rabbit Films Oy kotisivut, 2007. <http://www.rabbitfilms.com/> Luettu 19.10.2007.
- Selander, K. & Valli, V. 2007. Hinnoittelu ja kannattavuus matkailu- ja ravitsemisalalla. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.
- Syntymähäjt 2007. <http://www.syntymahajyt.com/> Luettu 10.10.2007. Syntymähäjt – faniklubi on Lauri Tähkän & Elonkerjuun virallinen faniklubi.
- Talvitie, K. Henkilökohtainen tiedonanto sähköpostitse 30.10.2007.
- Tuuri, A. 1985. Pohjanmaa. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- Valtonen, V. 2007. Pellon lairalta. s.14–19. Seura 40/2007.
- Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmalvelut. Matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Vuoristo, K-V. 2002. Matkailun muodot. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Vuoristo, K-V. & Vesterinen, N. 2003. Lumen ja suven maa. Suomen matkailumaantiede. Porvoo: WS Bookwell Oy

WWF 2007. http://www.wwf.fi/ymparisto/ekomatkailu/matkailun_vaikutukset.html Luet-
tu 9.11.2007.

Ylikangas, H. 2005. Härmän häjyt ja Kauhavan herra. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Ylikangas, H. 1976. Puukkojunkkarien esiinmarssi. Väkivaltarikollisuus Etelä-Pohjanmaalla 1790–1825. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Zimmerbauer, K. 2001. Kulttuurimatkailu mielikuvayhteiskunnassa. Imagot ja stereotyyppiat matkailun markkinoinnissa. Teoksessa Riukulehto, S. (toim.) Perinnettä vai bisnestä? Kulttuurin paikalliset ulottuvuudet. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy.

Menoa ja meininkiä Härmänmaalla**Luokkaretkipaketti peruskoululaisille****Kohderyhmä:** Luokkaretki, ala-aste ikäiset**Ryhmän koko:** 14 henkeä + opettaja, lisäksi mahdolliset huoltajat, hinnat muokattavissa osallistujamäärän mukaan**Kesto:** 3 päivää**Retken ajankohta:** Kevät-syky**Aikataulu:**

1.päivä.

- 14.00** Saapuminen Ylihärmään. Majoitutaan mukavasti Härmän kuntokeskuksen perhehuoneisiin 5 oppilasta/ huone.
- 14.45–15.30** Ryhmän omatoiminen tutustuminen Härmän kuntokeskukseen ja Anssin Jussin Areenaan
- 16.30** Päivällinen Buffet-pöydästä

Ilta jatkuu vapaalla ohjelmalla, käytössänne ovat kuntokeskuksen kylpyläpalvelut ja kuntosali Anssin Jussin Areenalla.

2. päivä.

- 7.30** Herätys ja aamupala
- 8.30** Lähtö kuntokeskuksen pihasta häjyjen jalanjäljille kiertoajelun muodossa. Matkan aikana vierailemme Ylihärmän, Alahärmän ja Kauhavan pitäjissä paikoilla, joilla häjyt aikoinaan mellastivat. Matkan aikana nähdään sekä Isontalon Antin kotitalo että vierailaan Rannanjärven haudalla. Tarinat värittävät matkantekoa ja johdattavat meidät aikaan jolloin häjyt pitivät valtaa alueella. Oppaanamme toimii Kauhavan-Härmän Oppaiden auktorisoitu opas. Retken kesto on 4 tuntia, matkan varrella pysähdyksiä.
- 12.30** Paluu kuntokeskukseen ja ruokailu lounaspöydästä
- 13.45** Kokoontuminen kuntokeskuksen aulassa, josta kuntokeskuksen ohjaajan kanssa lähdetään melontaretkelle Lapuanjoelle. Siirtyminen joen rantaan tapahtuu joko ryhmän omalla bussilla tai kuntokeskuksen autolla. Ensin harjoi-

tellaan melonnan perusteita, jonka jälkeen melotaan Lapuanjokea vastavirtaan. Pysähdymme matkan puolivälissä ja osallistumme Kauhavan-Härmäin oppaiden johdolla häjyily-kilpailuihin. Ohjelman jälkeen melotaan takaisin lähtöpaikalle myötävirtaan. Aikaisempi kokemus melonnasta ei ole tarpeen. Retkelle mukaan tarvittavat lämpimät urheilulliset vaatteet, kumisaappaat ja sadevaatteet. Pelastusliivit talon puolesta. Retken kesto n. 4 tuntia 15 minuuttia.

n. 18.00 Paluu kuntokeskukselle. Päivällinen Buffet-pöydästä.

Ilta jatkuu vapaalla ohjelmalla, käytössänne ovat kuntokeskuksen kylpyläpalvelut ja kuntosali Anssin Jussin Areenalla.

3. päivä

8.00 Herätys ja aamupala

9.30 Huoneiden luovutus ja lähtö kohti Alahärmää

10.15 Saapuminen Mika Salo Circuittiin

10.30 Kokeilemme Karting-autoilua joko Power Palace – sisäradalla tai Mika Salo Circuit – ulkoradalla. Sisäradan autoihin pituusraja on 130 cm, ulkoradan autoihin 150 cm. Jokaisella oppilaalla on mahdollisuus ajaa 2 x 10 min. Halutessanne voidaan ottaa kisa luokan kesken. Paikan päältä tarvittavat ajovarusteet, kenkien on oltava omat. Ajamiseen soveltuvat hyvin esimerkiksi lenkkarit ja tennarit.

12.00 Lounasbuffet Ravintola Skaala

13.00 – 16.00 Omatoimista huvittelua Powerpark – huvipuistossa. Sisäänkäynti alueelle sisältyy paketin hintaan, jokainen oppilas voi halutessaan ostaa joko rannekkeen tai kertalippuja alueen laitteisiin. Rannekkeet on järkevää tilata etukäteen, jolloin ryhmälennus on voimassa. Rannekkeiden ja kertalippujen hinnat määräytyvät pituusrajojen mukaan seuraavasti:

Ranneke, yli 130 cm, 22 €

Kertalippu, yli 130 cm, 5 €

Ranneke, alle 130 cm, 17 €

Kertalippu, alle 130 cm, 3 €

16.00 Kotimatka alkaa.

Paketin hinta: 150 € / oppilas.

Hinta sisältää majoituksen, ruokailut, saunan ja allasosaston sekä kuntosalin käytön kunto-keskuksessa ja Anssin Jussin Areenalla, melontaretken, opaspalvelut, vierailun Alahärmässä Mika Salo Circuitilla, 2 x 10 min ajon karting-autolla, lounaan Skaala ravintolassa ja sisäänpääsyn Powerpark huvipuistoon. Hinta edellyttää enintään 14 hengen osallistumista melontaan, paketti räätälöitävissä myös suuremmalle ryhmälle. Matkat tapahtuvat ryhmän omalla bussilla, joka ei kuulu hintaan.

Häjiyly–kilipaalujuen ohjelma

Häjiyly–kilipaaluut koostuvat viidestä lajista, johon oppilaat osallistuvat 5 hengen joukkueissa. Kilipaaluut toteutetaan maastossa, melontaretken puolessa välissä. Ohjelmaa ohjaa ja siitä vastaa ohjaa Kauhavan-Härmäin opas / oppaat. Kesto noin 45 minuuttia.

Lajit:

Saappaanheitto

Oppilaat asettuvat lähtöviivalle joukkueittain. Ensimmäinen asettuu seisomaan haara-asentoon viivalle ja heittää kumisaappaan taaksepäin. Seuraava oppilas samasta joukkueesta jatkaa siitä kohdasta, mihin saapas on lentänyt. Näin jatketaan niin kauan, kun jokainen joukkueen jäsen on heittänyt saapasta kerran. Voittajajoukkue on se, jonka saapas on kauimpana lähtöviivasta.

Murretietovisa

Oppilaat täyttävät tietokilpailulomakkeen, jossa pähkäillään Eteläpohjalaisia murre sanoja ja sananparsia. Lomake liitteenä.

Pussijuoksu-viesti

Jokaiselle joukkueelle annetaan yksi säkkikankaasta tehty säkki. Joukkueet asettuvat jonoon lähtöviivalle. Lähtömerkin saatuaan ensimmäinen oppilas kiertää pussijuosten määrätyn reitin ja palattuaan lähtöviivalle luovuttaa pussin jonossa seuraavalle, joka jatkaa reitin kiertämistä. Kilpailun voittaa reitin nopeimmin kiertänyt joukkue.

Tasapainoilu

Tässä lajissa tasapainoillaan, kuten häjyt aikanaan joutuivat tasapainoilemaan liikkuessaan painavien rautojen kanssa. Joukkue asettuu riviin. Annetun merkin jälkeen koko joukkue sulkee silmänsä ja ottaa toisesta jalastaan kiinni ja sekuntikello käynnistetään. Sekuntikello pysäytetään kun viimeinenkin joukkueesta menettää tasapainonsa. Voittajajoukkue on se, joka pystyy tasapainottelemaan yhden jalan varassa pisimpään.

Pantomiimi

Tässä lajissa ryhmä valitsee yhden jäsenen, joka esittää pantomiimina ryhmän muille jäsenille pohjalaisuuteen liittyviä esineitä ja asioita 3 minuutin ajan. Muun ryhmän tehtävänä on arvaata, mitä esitetään. Kilpailun voittaa se ryhmä, joka arvaa eniten asioita 3 minuutin aikana. Esitettäviä sanoja voivat olla mm. Isontalon Antti, puukko, helavyö, jne. Sanojen olisi kuitenkin hyvä liittyä jotenkin pohjalaisuuteen

Tietovisa

1) Milloin häjyt pitivät majaa Härmänmaan alueella?

- a) 1600–1700-luvuilla
- b) 1700–1800-luvuilla
- c) 1800–1900-luvuilla

2) Mitä tarkoittaa sana trossata?

- a) kehua
- b) leikkiä
- c) syödä

3) Ketä tarkoitetaan Kauhavan Herralla?

- a) Jaska Pukkilaa
- b) Kauhavan kirkkoherraa
- c) Adolf Hägglundia

4) Mitä tarkoittaa sana kropsu?

- a) kuiva
- b) pannukakku
- c) puun kuori

5) Mikä on hantvärkkäri?

- a) vastaan laittaja
- b) käsityöläinen
- c) koululainen

6) Mikä on piiskoomänty?

- a) Luuta
- b) Rangaistuspaikka
- c) Risu, jolla kuritettiin lapsia

7) Mikä on rasa?

- a) Villi poika
- b) villasukka
- c) lapanen

8) Mitä tarkoittaa prukata?

- a) olla tapana
- b) ottaa opikseen
- c) kostaa

9) Mikä on Itikka?

- a) hyttynen
- b) lehmä
- c) Teurastamo Nurmossa

10) Missä sanonnan mukaan Pohjanmaan viisaus asuu?

- a) Raamatussa
- b) Kansakoulussa
- c) Vanhoissa naisissa

