

Anni Kivistö, Iiro Juola

M581KN

Katko kaamokseen
Ohjelmapalvelutuotteen suunnittelu
Maaseutuhotelli Eevantalolle

Opinnäytetyö
Matkailu


Toukokuu 2015




MAMK

University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

| | |
|---|---|
|  | Opinnäytetyön päivämäärä 20.5.2015 |
| Tekijä(t) Anni Kivistö & Iiro Juola | Koulutusohjelma ja suuntautuminen Matkailun koulutusohjelma |
| Nimeke Katko kaamokseen - Ohjelmapalvelutuotteen suunnittelu Maaseutuhotelli Eevantalolle | |
| Tiivistelmä Opinnäytetyön tavoitteena on luoda ohjelmallinen tuote, jonka pääasiallisena kohderyhmänä ovat yli 30-vuotiaat kaupunkilaiset, erityisesti TYHY-ryhmät lähialueilta. Työn toimeksiantajana toimii Maaseutuhotelli Eevantalo, joka sijaitsee Syvänniemellä. Maaseutuhotelli Eevantalolla oli tarve kehittää matkailutoimintaansa erityisesti tyhy-matkailun osalta. Niinpä päätimme keskittyä TYHY-matkailuun suuntautuvan tuotteen kehittämiseen. Suunnittelimme ja toteutimme ohjelman Eevantalolla 16 hengen testiryhmälle helmikuussa 2015. Etenimme työssä palvelumuotoiluprosessin mukaisessa järjestyksessä. Tutkimusmenetelmiksi työhön valitsimme kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen menetelmän. Kvalitatiivisina menetelminä käytimme mm. haastatteluja ja havainnointia. Havainnointi osana kvalitatiivista menetelmää auttoi saamaan paremman kuvan testiryhmän tuntemuksista. Kvantitatiivisena menetelmänä toteutimme testiryhmälle kyselyn, jonka tuloksia hyödynsimme, kun teimme ehdotuksen ohjelmapalvelutuotteen lopullisesta muodosta. Suurimmalta osin kaikki testiryhmän jäsenet olivat tyytyväisiä järjestämäämme ohjelmaan. Saimme paljon kehuja aktiviteeteista, jotka koettiin piristäviksi. Lisäksi ne sopivat hyvin ohjelmaan. Kokonaisuus koettiin rentouttavana ja TYHY-tuotteeksi sopivana. Ainoa negatiivinen palaute tuli aikataulusta. Osa testiryhmän jäsenistä mainitsi myös savolaisuus-teeman puutteen. Palautteesta saimme paljon ohjeita tulevaa tuotetta varten. Saamiemme tulosten perusteella voimme päätellä että suunnittelemamme tuote on toimiva ja voi tuoda lisää asiakkaita Eevantalolle. | |
| Asiasanat (avainsanat) palvelumuotoilu, tuotekehitys, työhyvinvointi | |
| Sivumäärä 35 s. + liitteet 3 s. | Kieli Suomi |
| Huomautus (huomautukset liitteistä) | |
| Ohjaavan opettajan nimi Eeva Koivula | Opinnäytetyön toimeksiantaja Maaseutuhotelli Eevantalo |

DESCRIPTION

| | |
|---|---|
|  | Date of the master's thesis 20 May 2015 |
| Author(s) Anni Kivistö & Iiro Juola | Degree programme and option Degree Programme in Tourism |
| Name of the master's thesis Break from polar nights. Program service product development for Maaseutuhotelli Eevantalo. | |
| Abstract The aim of this thesis is to create a programme service product. The main target group is people over 30 years of age, living in cities close to Eevantalo, especially groups aiming to improve well-being at work. The thesis was commissioned by countryside hotel Eevantalo, which is located in Syvänniemi. They had a need to develop the activities offered at Eevantalo, especially for the groups mentioned. This is why we decided to focus on the development of a product for work related wellness tourism. We planned and executed a programme at Eevantalo for a test group that consisted of 16 people in February 2015. We proceeded according to the service design process. For our research we decided to use the qualitative and quantitative methods. As a part of the qualitative method we used interviews and observation. The observation helped to get a better view of the feelings of the people in the test group. We applied the quantitative method to the feedback form and used the results to make a suggestion about the final form of the program service product. For the most part all the members of the test group were satisfied with the arranged program. We received quite a lot of praise for the activities, which were seen as refreshing and in addition, they were well suited for the program. The whole experience was seen as relaxing and suitable for work related wellness tourism. The only negative feedback we received was about the schedule. Some of the members of the test group also mentioned the lack of the Savonian theme. From the feedback we received a lot of guidance and ideas for future products. Based on our results we can conclude that our planned product is functional and can bring more customers to Eevantalo. | |
| Subject headings, (keywords) service design, product development, well-being at work | |
| Pages 35 p. + app. 5 p. | Language Finnish |
| Remarks, notes on appendices | |
| Tutor Eeva Koivula | Master's thesis assigned by Maaseutuhotelli Eevantalo |

SISÄLTÖ

| | | |
|----|---|----|
| 1 | JOHDANTO | 1 |
| 2 | OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TAVOITTEET | 2 |
| 3 | EEVANTALO..... | 3 |
| | 3.1 Asiakasryhmät | 5 |
| | 3.2 Kilpailijat | 5 |
| 4 | TYÖHYVINVOINTI JA HYVINVOINTIMATKAILU | 7 |
| 5 | MAASEUTUMATKAILU | 8 |
| 6 | OHJELMAPALVELUIDEN TUOTEKEHITYS | 11 |
| | 6.1 Ohjelmanpalvelut..... | 11 |
| | 6.2 Elämyksellisyys | 11 |
| | 6.3 Tuotekehitys | 14 |
| 7 | SAVOLAISUUS | 17 |
| 8 | MENETELMÄT | 19 |
| 9 | TOTEUTUS | 20 |
| | 9.1 Testiryhmä | 21 |
| | 9.2 Toteutettu ohjelma | 22 |
| | 9.3 Havainnointi ja suora palaute | 24 |
| | 9.4 Kysely testiryhmälle | 25 |
| 10 | TULOKSET | 27 |
| | 10.1 Ennakkokeskustelut | 27 |
| | 10.2 Havainnot..... | 27 |
| | 10.3 Kyselyn tulokset | 27 |
| | 10.4 Tulevan tuotteen ohjelma | 30 |
| 11 | POHDINTA | 32 |
| | LÄHTEET | 33 |
| | LIITE | |
| | 1 Kysely | |

1 JOHDANTO

Nykyään yhä useampi ihminen asuu kaupungissa. Maaseutu muistetaan mahdollisesti lapsuudesta tai nuoruudesta, kesistä mökillä tai vaikkapa mummolassa. Kun astuu kotiovesta ulos, rauhaa ei juuri ole. Joka paikka on täynnä ihmisiä ja kaikilla on kiire jonnekin.

Samalla yhä useammat, erityisesti keski-ikäisistä ihmisistä haluavat lomallaan eritoten rentoutua. Useat haluavat myös palata lapsuutensa maisemiin. Maaseutumatkailu antaa tähän mahdollisuuden ja sen takia se on myös suhteellisen tuottava ala. Toisaalta tuottavuus keskittyy yleensä kesään, sillä loput ajasta ihmiset ovat liian kiireisiä.

Opinnäytetyömme on tuotekehitystyö. Suunnittelimme ja toteutimme ohjelmallisen tuotteen maaseutuhotelli Eevantalolle. Tuotetta on tulevaisuudessa tarkoitus tarjota erilaisille ryhmille, mutta ensisijaisesti TYHY-/TYKY- ryhmille eli työhyvinvointi on tärkeä osa-alue työssämme.

Pyrimme luomaan ohjelman, joka olisi elämyksellinen ja samalla sisältäisi tapoja parantaa työhyvinvointia. Käytimme apuna elämyskolmiota sekä Pine & Gilmoren kirjan Experience Economy kuvausta mistä elämys koostuu tehdäksemme elämyksestä mahdollisimman mieleenpainuvan ja miellyttävän. Kiinnitimme huomiota myös työhyvinvoinnin eri osa-alueisiin, jotta kykenimme valitsemaan aktiviteetteja, jotka voivat parantaa niitä.

Tämän jälkeen järjestimme suunnitellun ohjelman testiryhmälle, jonka jälkeen teimme heille kyselyn heidän mielipiteistään päivän ohjelmasta. Tässä käytimme sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista kyselyä. Lopuksi analysoimme vastaukset ja muokkasimme tuotetta tulosten pohjalta.

Maaseutuhotelli Eevantalo toimii työn toimeksiantajana. Opinnäytetyön työnohjaajana toimii Eeva Partanen, joka omistaa Maaseutuhotelli Eevantalon. Iiro Juolan sukulaisten omistama mökki sijaitsee Eevantalon lähellä. Eevantalo on vuosien varrella toiminut heille muun muassa hyvänä illanviettopaikkana. Samalla he ovat tutustuneet Eevantalon omistajaan Eeva Partaseen. Tämän vuoksi päätimme kysyä olisiko Eeva Partasella kiinnostusta ryhtyä opinnäytetyömme toimeksiantajaksi.

Tärkeää meidän työmme kohdalla on luoda uusia hyviä muistoja maalta. Esimerkiksi ennen Savossa asuneet ihmiset voisivat pelata pelejä, joita ovat lapsuudessaan pelanneet, samoin kuin maistella ruokia, joita ovat silloin syöneet.

2 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TAVOITTEET

Työn laajempaan tarkoituksena on laajentaa Eevantaloon toimintaa ohjelmapalveluiden puolella ja tuoda sinne samalla lisää asiakkaita. Ehdotus TYHY-ryhmille soveltuvasta tuotteesta tuli Eeva Partaselta itseltään, kun keskustelimme hänen kanssaan tuotteen mahdollisesta sisällöstä.

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda ohjelmallinen tuote, jonka pääasiallisena kohderyhmänä ovat yli 30-vuotiaat kaupunkilaiset, erityisesti TYHY-ryhmät lähialueilta. TYHY on lyhenne sanasta työhyvinvointi ja TYHY-ryhmillä tarkoitetaan työyhteisöstä koostuvaa ryhmää, jonka pyrkimyksenä on parantaa sen sisäistä hyvinvointia. Tuotetta voi testata myöhemmin uudestaan oikealla TYHY-ryhmällä. Tällä kertaa testiryhmä vain esitti TYHY-ryhmää. Testiryhmään valittiin työikäisiä ihmisiä, joista suurimmalla osalla oli aiempaa kokemusta TYHY-päivästä. Tuotteesta tehdään hieman erilaisia variaatioita riippuen millaiselle ryhmälle sitä kussakin tilanteessa tulevaisuudessa tarjotaan. Toiveena on luoda tuote, jota pienin muokkauksin voi tarjota sekä TYHY-ryhmille että itsenäisille ystäväporukoille. Ryhmän koko voisi olla vähintään 4 henkilöä. Maaseutuhotelli Eevantalo toimii työn toimeksiantajana. Opinnäytetyön työnohjaajana toimii Eeva Partanen, joka on Maaseutuhotelli Eevantaloon omistaja.

Tärkeää ohjelman suunnittelun kannalta oli selvittää millaista ohjelmaa TYHY-päivillä tavallisesti järjestetään ja mikä on niiden tavoite. Tätä varten etsimme esimerkkejä muilta matkailuyrityksiltä, erityisesti maaseutumatkailuyrityksiltä, jotka TYKY-päiviä järjestävät.

Tarkastelemme myös yleisesti muuta alueella toimivia matkailuyrityksiä ja heidän tarjoamia ohjelmapalvelutuotteita. On löydettävä jotain, joka olisi erilaista muihin verrattuna, jotta saisimme houkuteltua asiakkaat valitsemaan juuri Eevantaloon.

3 EEVANTALO

Maaseutuhotelli Eevantalo sijaitsee Syvänniemellä, reilun 35 kilometrin päässä Kuopiosta. Se on perustettu vuonna 1997. Eevantalolta löytyy majapaikat 32 hengelle, joista osa sijaitsee päärakennuksessa. Lisäksi majoitusta löytyy rivitalohuoneistoista, jotka on rakennettu vuonna 2006. Eevantalo järjestää mm. kokouspalveluja sekä juhlia. Majoitusta ja toimintaa järjestetään ympäri vuoden. (Eevantalo 2014.)

Eevantalo kuuluu SMMY:n eli Suomen Maaseutumatkailuyrittäjiin, jossa on 189 jäsentä ympäri Suomen. Jäsenenä on majoitus-, ohjelma-, ruokapalveluja tuottavia yrityksiä, ja maaseudulla toimivia lahjatavaraliikkeitä ja viinitiloja sekä kannattajajäsenenä keskeisiä maaseutumatkailun toimijoita ja kehittäjiä. (Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät 2014.)

Eevantalo on alun perin rakennettu 1987 luontaishoitolaksi, joka ei kuitenkaan menestynyt. Vuonna 1997 Eeva Partanen osti talon ja remontin teon jälkeen 1.5.1997 se avattiin nykyiseen käyttöönsä. Sen jälkeen tehtiin muita parannuksia toiminnallisuuden kehittämiseksi; rakennettiin ulkorakennus-varasto, savusauna ja terassi sekä lisättiin huoneita yläkertaan ja alakertaan yhteensä kolme kappaletta. Vuonna 2006 rakennettu rivitalorakennus lisäsi majoituskapasiteettia noin 30 henkilöön. (Partanen 2015.)

Eevantalon kokonaisuuteen kuuluu päärakennuksen lisäksi rivitalorakennus jossa on kolme huoneistoa. Päärakennuksen toiselle sivustalle on rakennettu katettu terassi, joka on käytössä lähinnä kesäisin. Päärakennuksen takapihalta löytyvät sekä tavallinen suomalainen sauna että savusauna. Takapihalla sijaitsee myös pieni lampi. Lammen viereltä lähtee polku, joka johtaa noin kilometrin päässä olevalle laavulle. Talvisin reitti voi olla hieman vaikeakulkuinen, varsinkin jos lunta on kertynyt paljon. Toinen laavu sijaitsee saarella Kuttajärvellä ja on siksi käytössä lähinnä kesäisin.

Eevantalo on Marjakartano Hussolan lisäksi ainoa anniskelupaikka lähialueella, sillä Karttulan baari meni kiinni syksyllä 2014. Hussolassa ei järjestetä esimerkiksi karaokeiltoja, jotka Eevantalolla ovat suosittuja. Vaikka kävijämäärä ei aina ole hurjan suuri, niiden pitäminen on kannattavaa ja piristävää. (Partanen 2015.)

Eeva Partanen on itse hallituksen puheenjohtaja Syvänniemi Seikkailu- nimisessä osuuskunnassa, joka järjestää ohjelmapalveluja lähialueilla. Se myös omistaa yhdessä Eeva Partasen kanssa Synne - järvilautan, jolla kesäisin tehdään muun muassa retkiä Kuttajärvellä sijaitseville saarille. Yhteistyötä tehdään myös Syvänniemi Seikkailun Multisport-tapahtuman kanssa, jonka yhteydessä Eevantalo hoitaa vieraiden ruokailut, majoituksen sekä lisäksi tarjoaa mahdollisuuden käydä savusaunassa. (Partanen 2015.) Myös kirkkovene, joka saadaan käyttöön Alatalon lomamökit - nimiseltä yritykseltä, on hyvä keino tutustua Kuttajärveen ja sen ympäristöön. Kirkkovene tulee tarpeeseen esimerkiksi silloin, kun osanottajia on paljon, eivätkä kaikki järvelle lähtevät asiakkaat mahdu lautalle. (Partanen 2015.)

Tärkeitä rakennuksia Eevantalon ympäristössä ovat muun muassa Hermannitalo ja kylän kirkko, joka on rakennettu vuonna 1925. Hermannitaloa käytetään esimerkiksi häissä ja yritysten tilaisuuksissa. Kesäisin se toimii myös kesäteatterina. Ympäristöön kuuluu myös Riuttalan talonpoikaismuseo, jonka kanssa Eevantalo järjestää yhteispaketteja. Pakettiin voi sisältyä esimerkiksi museoesittely, ruokailu Eevantalolla, Hermannin teatteriesitys ja Syvänniemen kyläkiertä. Paketteja myös markkinoidaan yhdessä. (Partanen 2015.)

Syvänniemen kyläyhdistys ja historyyhdistys järjestävät historiakerroksia alueella kesäisin. Niissä tutustutaan sekä aiemmin mainittuihin kohteisiin, että yleisemmin Syvänniemen historiaan muun muassa tarinoiden avulla. Kyläyhdistys tekee muutenkin tiivistä yhteistyötä Eevantalon kanssa esimerkiksi erilaisten tapahtumien muodossa läpi vuoden. (Partanen 2015.)

Eeva Partanen kertoi valmistuneensa vastaanottovirkailijaksi 1976 ja vastaanottopäälliköksi 1979. Opintojensa jälkeen hän on työskennellyt matkailun parissa ympäri Suomen. Vuosien varrella hän on myös suorittanut kielikursseja ja yrittäjän opintoja ilman tutkintoa. Ollessaan Lontoossa Suomalaisessa merimieskirkossa töissä, hän sai myös mahdollisuuden matkustaa ympäri Iso-Britanniaa ja majoittui matkoillaan B&B-tyylisiin majataloihin, jolloin hän sai idean majoitusalan yrityksen perustamisesta. (Partanen 2015.)



KUVA 1 Eevantalo

3.1 Asiakasryhmät

Asiakkaista suurin osa, 60 % on juhla- ja kokousvieraita Kuopiosta ja lähialueelta. Majoittujia kaikista asiakkaista on 30 %. Kaikista majoittujista noin 10 % on ulkomaalaisia. Loput ovat esimerkiksi vain ruokailun varanneita satunnaisempia vieraita. (Partanen 2014a.)

Ikäryhmien kohdalla eniten asiakkaita tulee suomalaisista yli 60-vuotiaista eläkeläisistä, joita on 40 % kaikista vieraista. Ulkomaisia 40–50-vuotiaita on 10 %. Suurin osa kokousvieraista on noin 50-vuotiaita työssäkäyviä ihmisiä. Näistä kokousvieraista ja kaikenikäisistä juhlavieraista koostuu yhteensä 50 % asiakkaista. (Partanen 2014a.)

3.2 Kilpailijat

Pohjois-Savon tärkeimmät matkakeskukset ovat Kuopio, Tahko ja Leppävirta (Pohjois-Savon liitto 2014). Eevantalo mukaan lukien, Kuopiosta ja sen ympäristöstä löytyy ainakin 20 majoituspaikkaa, joista kolme on kylpylähotelleja. Näistä kolmesta

suurin on Spa Hotel Kunnonpaikka, joka sijaitsee noin 8 km päässä Kuopiosta. (Booking.com 2014.)

Spa Hotel Kunnonpaikka on kaikista Eevantalon vartenotettavista kilpailijoista ainut, jolla on valmiiksi räätälöityjä ohjelmia TYHY-päivää varten. Heiltä löytyy neljä hieman erilaista vaihtoehtoa TYHY-päivän viettämiseen, joista kolmeen sisältyy ohjattua liikuntaa, kylpylän käyttö sekä ruokailu, yhteen puolestaan käsihoito ja välipala. Näiden lisäksi heiltä löytyy erilaisia enimmäkseen liikunnallisia lyhyempiä ohjelmia, joista voi räätälöidä haluamansa kokonaisuuden TYHY-päivää varten. (Kunnonpaikka.com 2015.)

Samankaltaisia paikkoja kuin Eevantalo löytyy muutamia. Marjakartano Hussola tarjoaa mökkimajoitusta Karttulassa, Hotelli Koivuranta sijaitsee vajaan 18 km päässä Kuopiosta ja hotelli Panga Pielavedellä noin 50 km päässä Kuopiosta (Booking.com 2014). Kaikki kolme ovat ympäristöltään ja tarjonnaltaan samankaltaisia Eevantalon kanssa ja niitä voi tästä syystä pitää myös tärkeinä kilpailijoina.

Suurimpana kilpailijana Eevantalolle on kuitenkin Tahko. Eeva Partanen kertoi asian olevan näin erityisesti kokous- ja TYHY-päivien kohdalla. Työntajat saattaisivat valita pienemmän paikan TYHY-päivän pitämiseen, mutta nuoremmat työntekijät valitsevat useammin suuremman paikan, missä on enemmän tekemistä myös yksin. Usein yrityksessä juuri nuoret ovat niitä, joilta kysytään mielipidettä esimerkiksi TYHY-päivän pitämiseen, vaikka työnantajan mielestä rauhallinen paikka ja keskenään oleminen parantaisi firman työhenkeä. (Partanen 2014b.)

Tahkolla on noin 8500 vuodepaikkaa yli 1000 eri kohteessa (Tahko 2014). Se myös kuuluu Holiday Club -ketjuun, johon kuuluu lomakeskuksia ympäri Suomen sekä muutamia Espanjassa ja Ruotsissa (Holiday Club 2014).

Sekä Tahko että Eevantalo järjestävät toimintaa ympäri vuoden. Tahko kuitenkin vetää puoleensa kävijöitä enemmän talvisin, kun otetaan huomioon laskettelurinteet. Eevantaloon verrattuna Tahko vetää puoleensa hieman nuorempaa asiakaskuntaa. Asiakkaita on myös yleisellä tasolla enemmän, johtuen muun muassa suuremmasta majoituskapasiteetista. Tämä johtaa myös siihen, että ryhmiä on useita samaan aikaan ja oma rauha jää kenties vähäiseksi pienempään paikkaan verrattuna.

4 TYÖHYVINVOINTI JA HYVINVOINTIMATKAILU

Työhyvinvoinnin osa-alueiksi Etera on määritellyt osaamisen, rakenteen, voinnin ja työyhteisön. Osaamiseen sisältyvät ammattitaito, työturvallisuus ja tietysti osaaminen, rakenteeseen puolestaan yrityksen tavoitteet ja toimintatavat sekä työn organisointi. Vointiin kuuluvat terveys, elintavat, työkyky ja vapaa-aika ja viimeiseen osioon, työyhteisöön, osallistuminen ja työyhteisön toimivuus. (Etera 2015.)



KUVA 2. Työhyvinvoinnin osa-alueet (Etera 2015)

"Hyvinvointi on käsitteenä laaja-alainen ja se merkitsee eri henkilöille eri asioita. Hyvinvointi on aika-, paikka- ja kulttuurisidonnaista. Hyvinvointitekijät vaihtelevat myös yksilön elämänvaiheiden mukaan, eivätkä ne ole aina pysyviä." (Suontausta & Tyni 2005.)

Työhyvinvointi voidaan jakaa yhteisön hyvinvointiin ja yksilön hyvinvointiin. Yhteistyö sujuu paremmin ja ongelmista puhutaan avoimesti, kun työyhteisö on terve ja toimiva. (Suontausta & Tyni 2005.)

Paras työpaikka on sellainen, jossa jokainen kykenee hyödyntämään vahvuuksiaan ja osaamistaan omassa työssään, tuntee työnsä vastuut ja tavoitteet ja voi tehdä palkitsevaa yhteistyötä kannustavassa ja innostavassa ilmapiirissä. (Työterveyslaitos 2014.) Yhtä työhyvinvoinnin ulottuvuuksista kuvaa myös lievän mielihyvän kokemus, jossa työntekijä ei ole erityisen virittynyt. Jos työntekijä kokee työssään lievää mielihyvää vailla virittyneisyyttä, on kyse todennäköisesti ”yhdeksästä viiteen” - asennoitumisesta työhön eli työtä tehdään rutiininomaisesti ilman erityisiä ponnisteluja. (Työterveyslaitos 2012.)

”Tyky-toiminta eli työkykyä ylläpitävä toiminta perustuu lakiin. TYHY-toimintaa eli työhyvinvointia lainsäädäntö ei sinänsä tunnista. Arkipäiväisessä puheessa näillä kahdella käsitteellä kuitenkin usein tarkoitetaan samaa asiaa.” (Tykypäivä.net 2015.)

Hyvinvointimatkailu on matkailua, joka tuottaa matkailijoille hyvää oloa vielä matkan jälkeenkkin. Hyvinvointimatkailu ei paranna sairauksia eikä korjaa kuntoa vaan se ylläpitää ja edistää matkailijan terveydentilaa. Hyvinvointimatkailu tuottaa asiakkaalle hyvää oloa, joka voi antaa asiakkaalle psyykkistä tai fyysistä vireyttä. (Matkailun edistämiskeskus 2014.)

Hyvinvointimatkailun ja TYHY-matkailun eroina on muun muassa se että hyvinvointimatkan voi tehdä hyvin yksinkin, ja usein myös on näin, kun taas TYHY-matka puolestaan on työpaikan järjestämä matka/tapahtuma ryhmäytymistä varten. Se on selvää, että TYHY-matkailua ei järjestetä yhdelle henkilölle, toisin kuin hyvinvointimatkailua. Toinen ero on se, että TYHY-matkailussa keskitytään työkyvyn ylläpitoon, kun taas hyvinvointimatkailussa keskitytään terveyden ylläpitoon ja henkiseen vireyteen. Nämä asiat voivat kohdata riippuen työnlaadusta, mutta pääosin se on ero näiden kahden välillä. (Verhelä & Lackman 2003.) Hyvinvointimatkalle lähdetään omasta tahdosta ja omien mielenkiinnon kohteiden mukaan. Se on myös useasti omakustanteinen toisin kuin TYHY-matka, jonka maksaa työnantajana toimiva yritys. Tämä on otettava huomioon myös markkinoinnissa ja suunnattava se nimenomaan yrityksille, ei sen työntekijöille.

5 MAASEUTUMATKAILU

Maaseutumatkailu on kaupunkien ulkopuolelle suuntautuvaa matkailua, jonka tarkoituksena on päästä irti kaupungin hälinästä. Maaseutumatkailu on mittakaavaltaan pienimuotoista luonnossa tai luonnonläheisyydessä tapahtuvaa matkailua. Maaseutumatkailu hyödyttää lähialueita ja edistää alueen kehitystä. (Borg ym. 2002.)

Hemmi (2005) kertoo maaseutumatkailun olevan ”maaseudun luontaisiin edellytyksiin ja voimavaroihin, kuten luontoon, maisemaan, kulttuuriin ja pienyrityksyyteen perustuvaa, maaseudulla tapahtuvaa matkailun elinkeino- ja yritystoimintaa”.

Maaseutumatkailun tärkeimpiä vetovoimatekijöitä ovat maisema, laatu, perinteet ja kulttuuri. Maisemaan sisältyy ennen kaikkea luonnon läheisyys, mutta myös erilaiset maaseudulle tyypilliset tai historialliset rakennukset. Nämä ovat myös osa perinnettä ja kulttuuria. Eritoten näihin rakennuksiin voi helposti liittää mukaan tarinoita vaikkapa alueen historiasta, joka edelleen lisää maiseman vetovoimaa. (Hemmi 2005.)

Hemmin (2005) mukaan puhtaan luonnon läheisyys on osaltaan laatukysymys ja lähiympäristön on oltava sopivaa myös virkistys- ja ulkoilukäyttöön. Tilojen on oltava viihtyisät ja toimivat, henkilökunnan osaavaa ja ystävällistä. Hyvä laadukas ruoka, usein paikallisen ruokakulttuurin mukainen lähiruoka, yhdistetään usein osaksi maaseutumatkailua ja näin on osa sen vetovoimaa.

Työhyvinvoinnilla ja maaseutumatkailulla ei varsinaisesti ole yhteyttä toisiinsa, mutta maaseutu sinänsä tarjoaa yleensä hyvät olosuhteet TYHY-matkailun järjestämiselle. Maaseutumatkailun sanotaan esimerkiksi tarjoavan kaupunkilaiselle eroa arjesta ja mahdollisuuden tutustua maaseudun elämään. Usein sanotaan myös, että maaseudulle tullaan lepäämään ja nauttimaan luonnosta. Maaseutu koetaan usein myös aitona, ei varsinaisesti turisteja varten tehtynä matkakohteena. Tästä syystä sitä voidaan pitää myös parempana tai parempilaatuisena kohteena. Isovanhemmat saattavat myös viedä maaseudulle lastenlapsiaan oppimaan miten heidän omassa nuoruudessaan on eletty. Samalla he itse voivat tavallaan elää uudelleen muistoja lapsuudestaan ja nuoruudestaan. (Lüthje 2005.)

Usein TYHY-matkailussa haetaan paikkaa, missä työyhteisöön kuuluva ryhmä voi olla rauhassa keskenään ja usein maaseudulta tällainen paikka löytyy. Maaseutu myös tarjoaa tälle ryhmälle erilaisia aktiviteettimahdollisuuksia ulkona puhtaassa luonnossa, vastakohtana kiireiselle autojen täyttämälle kaupunkimiljöölle. Maaseutumatkailun sesonki sijoittuu tavallisesti kesään, joten TYHY-matkailu voi myös kasvattaa maaseutumatkailuyrityksen asiakasmääriä sesongin ulkopuolella.

MTK:n eli Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliiton alkuvuodesta 2014 tekemän kyselyn mukaan maaseutumatkailun kysyntä on laskenut suomalaisten keskuudessa, mutta ulkomaisten vieraiden määrä puolestaan noussut. Kyselyssä oli mukana 91 yritystä eri puolilta Suomea. (Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto 2014.)

Yöpymisvuorokaudet Pohjois-Savossa ovat laskeneet 3 % vuodesta 2012 vuoteen 2013. Vuoden 2014 touko-elokuussa suomalaisten kotimaanmatkat yleisesti vähenivät 8 %. Kotimaan matkoista tällä aikavälillä Pohjois-Savoon suuntautui 7 %. (Tilastokeskus 2014.)



KUVA 3. Testiryhmä ja järjestäjät

6 OHJELMAPALVELUIDEN TUOTEKEHITYS

6.1 Ohjelmapalvelut

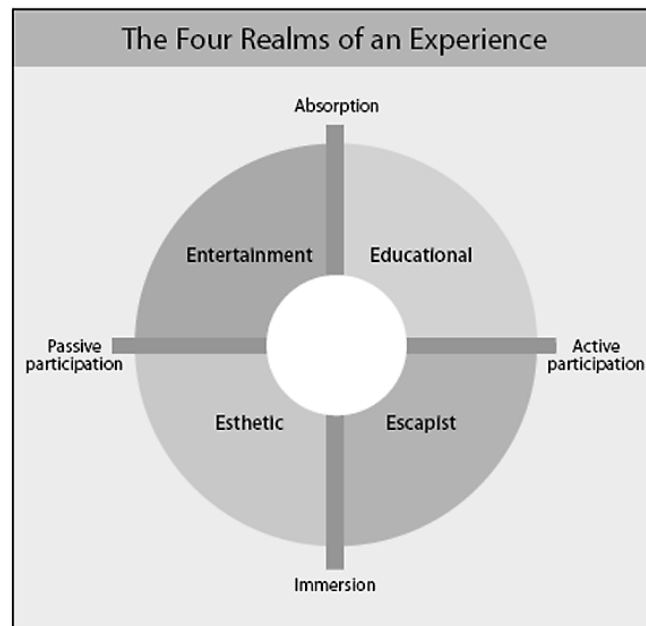
Verhelän ja Lackmanin (2003) mukaan matkailun ohjelmapalvelut ovat omatoimisia tai ohjattuja toimintoja, jotka pohjautuvat asiakaslähtöisesti luontoon, kulttuuriin, viihteseen, liikuntaan tai terveyteen.

Ohjelmapalvelu rinnastetaan matkailijan osallistumiseen johonkin aktiiviseen toimintaan tai tapahtumaan. Laajasti käsitettynä ohjelmapalveluita ovat kaikki ne osat asiakkaan matkajärjestelyjä, jotka eivät kuulu varsinaisiin majoitus-, ravitsemis- ja kuljetusjärjestelyihin ja tuottavat osaltaan asiakkaalle matkasta syntyvän elämyksen.

Ohjelmapalvelut voivat olla passiivisia, puoli-aktiivisia tai aktiivisia ja pohjautuvat aina johonkin teemaan. Teemoja voi olla useita yhdessä tuotteessa. Esimerkiksi hyvin yhteen sopivia teemoja voivat olla luonto, liikunta ja terveys, mutta niihin voi halutessaan myös lisätä osioita, joissa teemana on kulttuuri tai viihde. Ohjelmapalvelun tuottajan on valittava teema tai teemat oman tuotteensa kohderyhmää ajatellen. (Komppula & Boxberg 2002.)

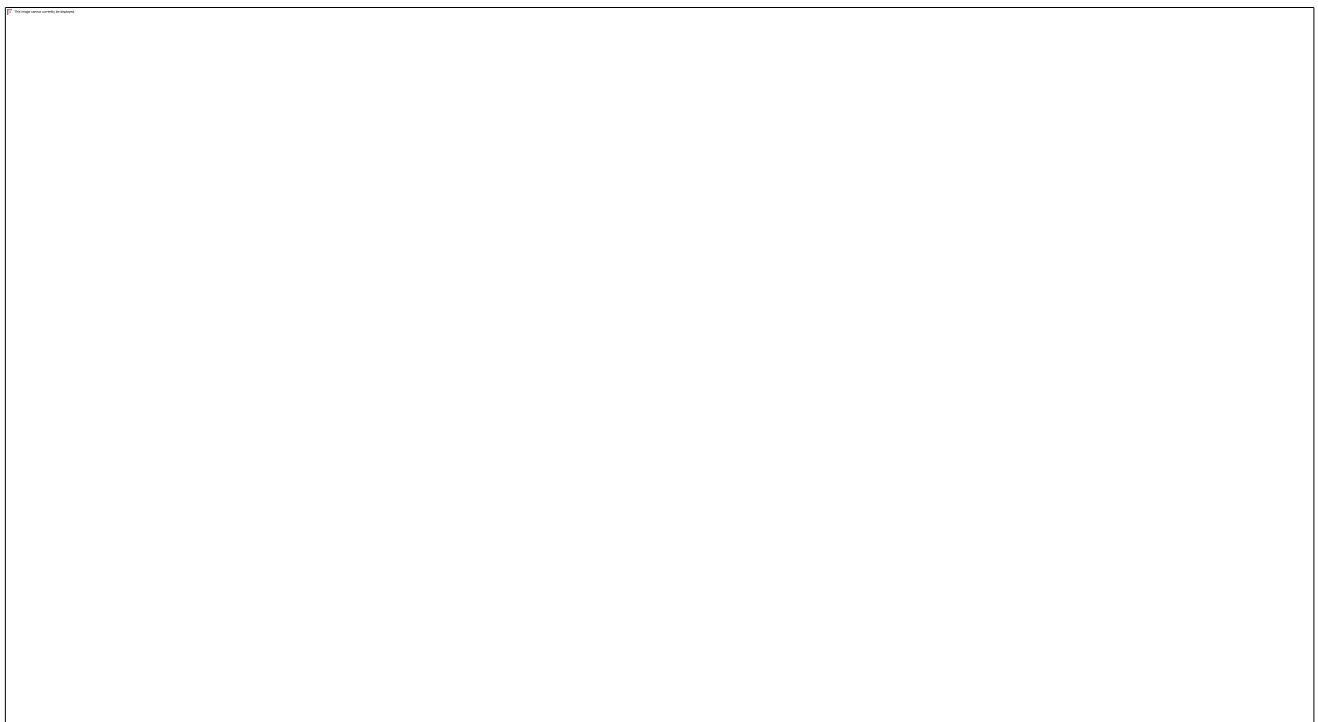
6.2 Elämyksellisyys

Elämykseen kuuluvat Pinen & Gilmoren mukaan viihde, oppiminen, estetiikka ja eräänlainen todellisuudesta pakeneminen. Paras elämys onnistutaan luomaan, yhdistämällä tuotteeseen näitä kaikkia osa-alueita. Samalla asiakkaan osallistuminen voi osan ajasta olla passiivisempaa, osan aktiivisempaa. (Pine & Gilmore 1999.)



KUVA 4 Elämyksen osa-alueet (Harvard Business Review 1998)

Elämyksen on oltava myönteinen kokemus, joka jää asiakkaan mieleen pitkäksikin aikaa. Elämys ei kuitenkaan aina ole pelkästään hyvää palvelua tai miellyttävä kokemus. Elämys on yleensä ainutkertainen henkilökohtainen kokemus. (Boxberg & Komppula 2002.)



KUVA 5. Elämyskolmio (LEO - Lapin Elämysteollisuuden Osaamiskeskus 2014)

Elämys on tärkein osa matkailutuotetta. Elämyskolmion avulla voimme helposti käydä läpi elämyksen eri osa-alueet ja miten ne omassa tuotteessamme tulevat esille. Kysely testiryhmälle pohjautui aktiviteetteihin, jotka olimme valinneet elämyskolmion perusteella.

Jotta elämys olisi mahdollisimman hyvä ja monipuolinen, on pystyttävä herättämään asiakkaissa erilaisia tunteita. Nämä tunteet tulevat elämyksen eri elementeistä, jotka on määritelty elämyskolmiossa. Näitä elementtejä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus.

Yksilöllisyydellä tarkoitetaan sitä, miten tuote eroaa muista samankaltaisista tuotteista. Meidän tuottemme erottuu muista letkeällä savolaisuudella, joka näkyy muun muassa siinä, mitä ruokaa tarjotaan sekä savolaisessa ympäristössä ja ilmapiirissä.

Aitous, samoin kuin **tarina**, saadaan alueen ja Eevantalon historiasta. Asiakkaat oppivat tuntemaan Syväniemen historiaa ja merkkihenkilöitä esimerkiksi tietovisan muodossa. Kesäteatteri Hermannin myös yleensä perustaa esityksensä jollain tavoin seudun historiaan ja tarjoaa näin viihdyttävän mahdollisuuden historian oppimiseen.

Moniaistisuus pyritään kattamaan mahdollisimman monipuolisella toiminnalla. Asiakas oppii historian avulla, savolainen ruoka tarjoaa uusia makuelämyksiä, kokee uusia asioita liikkumalla esimerkiksi lumikengillä tai pelaamalla lumijalkapalloa. Savolainen kulttuuri pyritään pitämään esillä jatkuvasti mahdollisuuksien mukaan.

Kontrastina toimii se, että asiakas tulee kiireisestä kaupungista rauhoittumaan maaseudulle. Samalla asiakas pääsee täysin irti arjesta - esimerkiksi ruoka tarjotaan valmiina pöytään eikä sitä tarvitse itse valmistaa.

Vuorovaikutus syntyy osin siitä, että asiakasryhmän jäsenet ovat jatkuvasti tekemisissä kilpailujen ja muiden aktiviteettien lomassa keskenään sekä yrityksen henkilökunnan kanssa jatkuvasti päivän aikana.

Jokainen osa elämyskolmion elementeistä on oltava mukana tuotteessa. Jos jokin niistä jää pois, samalla asiakkaan tyytyväisyyden taso laskee. Mitä useampaa elementtiä tuotteessa käyttää, sitä varmemmin onnistuu herättämään asiakkaan kiinnostuksen. Mitä enemmän niihin panostetaan, sitä kokonaisvaltaisempi asiakkaan kokemus on.

Massaräätälöinnin on tarkoitus olla kustannustehokas vaihtoehto yritykselle ja samalla sen on tarkoitus antaa asiakkaalle mahdollisuus saada juuri hänelle sopiva tuote. Yritys antaa asiakkaalle tiedot siitä, millaisia aktiviteetteja heillä on tarjolla ja miten niitä voi muunnella. Näistä vaihtoehtoista asiakas valitsee itselleen sopivimman tai sopivimmat vaihtoehdot. Esimerkiksi retkestä voidaan järjestää joko pidempi tai lyhyempi versio. Samoin siinä voi olla mukana päivällinen ja illallinen, pelkkä illallinen/päivällinen tai ei ruokailua lainkaan. (Pine & Gilmore 1999.)

Elämystä luotaessa on hyvä keksiä tuotteelle teema. Esimerkiksi tarina tai lavastaminen voi auttaa asiakasta kokemaan elämykset kokonaisvaltaisemmin. Teeman täytyy näkyä koko ohjelman ajan.

6.3 Tuotekehitys

Tuotekehityksen perustana ovat asiakkaan tarpeet ja toiveet. Tuotekehityksellä pyritään saamaan uusia tuotteita markkinoille tai vaihtoehtoisesti parantamaan vanhoja tuotteita asiakkaiden tarpeiden mukaan. (Boxberg & Komppula 2002.)

Tuotekehitysmalleja tutkittuamme, tutkimme ensin Komppula ja Boxbergin tuotekehitysmallia, joka vaikutti sopivan työhömme parhaiten. Mietimme pitkään myös vesiputousmallia, mutta siinä tuli paljon päällekkäisyyksiä.



KUVA 6. Matkailuyrityksen tuotekehitysprosessi. (Boxberg&Komppula 2002)

Etenimme työssämme palvelumuotoiluprosessin mukaan. Se tuntui parhaalta vaihtoehdolta, sillä se etenee loogisessa järjestyksessä ja näin helpottaa työtämme. Palvelumuotoiluprosessi on hyvä myös siltä kannalta, että se ottaa asiakkaat mukaan tuotteen suunnitteluun, kuten itse teimme.



KUVA 7. Palvelumuotoiluprosessi (Tuulaniemi 2013)

Määrittelyvaiheessa keskitytään lähinnä palvelun tuleville asiakkaille tarjoavaan yritykseen, eli meidän tapauksessamme Eevantalon. Tässä vaiheessa käydään läpi kaikki perustiedot lähtien yrityksen toimialasta ja markkina- ja kilpailutilanteesta tulevaisuuden suunnitelmiin (Tuulaniemi 2013).

Tuulaniemen (2013) mukaan seuraava vaihe, asiakasymmärryksen kasvattaminen, on yksi tärkeimmistä koko prosessissa. On otettava selvää kohderyhmän odotuksista, tarpeista ja tavoitteista, jotta onnistutaan paremmin ymmärtämään tulevia asiakkaita. Näitä voi selvittää jo valmiiden tutkimusten avulla, joita toiset saman alan yritykset ovat tehneet samanlaisille kohderyhmille. Apuna voi käyttää myös tulevan testiryhmän jäseniä, jos he ovat jo tiedossa.

Strateginen suunnittelu koskee enemmän koko yritystä, jonkin tietyn tuotteen sijaan. Pääasiana on tutkia miten yritys pärjää kilpailussa ja mitkä ovat sen kilpailuvaltit. (Tuulaniemi 2013.)

Tuulaniemi (2013) kertoo suunnitteluvaiheeseen kuuluvan ideoinnin, konseptoinnin ja prototypioinnin. Ensin on luotava itselle selkeä kuva lopullisesta tuotteesta, jonka haluaa asiakkaille luoda. Sen jälkeen voi alkaa kehittämään varsinaisia ideoita, mitä tähän tuotteeseen sisältyy. Mitä enemmän ideoita syntyy, sen parempi. Tuote voidaan myös jakaa osiin ja kehittää niitä yksityiskohtaisesti pitäen kuitenkin mielessä kokonaisuus.

Konseptoinnissa määritellään tuotteen keskeiset ominaisuudet. Siihen käytetään apuna sitä ennen kehitettyjä ideoita. Yksityiskohtiin asti ei mennä vielä tässä vaiheessa. Sen sijaan käydään läpi, miten palvelu tuotetaan, miten se vastaa asiakkaiden tarpeisiin ja toiveisiin ja mitä se vaatii palvelun tuottajalta. Tähän vaiheeseen voi osaltaan ottaa jo mukaan hieman mainontaa antamalla mahdollisille asiakkaille jonkinlaisen yleiskuvan tulevasta tuotteesta. (Tuulaniemi 2013.)

Tuotteen prototyyppiä voidaan tämän jälkeen testata yhdessä asiakkaiden kanssa, joilta voi myös saada rakentavaa palautetta. Voidaan miettiä miten tuote sopii yritykselle ja onko se taloudellisesti kannattava sekä miten asiakkaat ottavat sen vastaan. Pilotoinnissa tehdään periaatteessa samaa, mutta lähes valmiina tuotteena, josta asiakas voi jälkeinpäin antaa palautetta. (Tuulaniemi 2013.)

Viimeinen vaihe palvelumuotoiluprosessissa on lanseeraus eli lopullisen tuotteen tuominen markkinoille sekä mahdollisesti jatkuva kehittäminen tulevaisuudessa tulevien asiakasryhmien toiveiden mukaan (Tuulaniemi 2013).



KUVA 8. Lumikenkäilyä

7 SAVOLAISUUS

Teemoitus tekee kokemuksista aidompia. Sen takia halusimme liittää sen myös osaksi omaa ohjelmaamme. Teemana on savolaisuus Eevantalonsijainnin vuoksi.

Yhtenä osana teemaa on Savon murre, joka on yksi tunnetuimmista koko Suomessa. Savolaisia kuvaillaan muun muassa sanoilla lupsakka, huumorintajuinen ja puhelias. Myös heidän murretaan on kuvattu samoin sanoin. Toisaalta joidenkin mielestä savolaisen puheliaisuus on enemmän pelkkää jaarittelua ja sitä joskus pidetään myös kierouden ja epäluotettavuuden merkinä. (Räsänen 2008)

Kuopiossa syntynyttä kirjailijaa Ernst Lampénia on kutsuttu muun muassa Suomen matkailuaatteen isäksi ja suurin osa hänen kirjoistaan liittyy jollain tavalla matkailuun. Hän on kuvannut savolaista luonnetta Suomen matkailijayhdistyksen vuosikirjassa vuodelta 1926. Hän kuvaa savolaisia muun muassa hyvin seurallisiksi ja sanoo heidän pitävän sananlaskuista ja leikinlaskusta. Seuraavassa muutamia Lampénin kuvauksia savolaisista.

”Savolainen on hyvin puhelias ja seuraa rakastava. Hän on tarinan mies ennen kaikkea, ehkä tässä suhteessa innokkain kaikista suomalaisista. Savolainen pyrkii aina ”hoastattelemaan” lähimmäisiään. Se, joka hoastattelloo toista, on hänen mielestään kohtelias ja vaatimaton ihminen. Tuppisuu taas hänen mielestään on koppava ja ikävä henkilö.”

”Savolaisen luonteeseen kuuluu ennen kaikkea järkeileminen, jopa sen äärimmäinen ilmaisu muoto – viisastelu.”

”Sananlaskut, sutkaukset ja letkaukset eivät ainoastaan ole laaditut hovin vuoksi. Niillä on usein hyvinkin totinen pohja ja tarkoitus. Ne sisältävät aivan verrattomia elämän ohjeita.”

Hän mainitsi myös savolaisten käyttävän huumoria päästäkseen yli onnettomuuksista ja muista ikävistä asioista, ”sillä savolainen kansa on jo lapsesta saakka tottunut kuulemaan leikkiä sekä pyhistä että pelottavista seikoista. Jos leikki vain on sukkela, ei sitä tuomita eikä kartella Savossa.” (Rantasalmi.fi)

Savolaisuuden kuvausta varten Lampén oli havainnoinut ja haastatellut erilaisia alueella asuvia ihmisiä sekä myös matkailijoita. Näiden ihmisten kuvauksista syntyi savolainen stereotyyppi, joka tosin vaihtelee ajan ja paikan mukaan. (Räsänen 2008)

Tämän kuvauksen jälkeen voi nähdä miksi savolaisuus voi toimia hyvänä teemana hyvinvointimatkailussa. Se antaa mahdollisuuden paeta arkea, varsinkin ihmisille, jotka eivät tunne savolaisia ihmisiä ja heidän tapojaan. Pako arjesta auttaa ihmisiä yleensä rentoutumaan paremmin. Lisänä voi mainita, että savolaisen rentoutuksen oli alun perin tarkoitus olla mukana ohjelmassa jo testiryhmän kohdalla. Savolaiset urheilulajit, kuten tandemhiihto ja savolainen pesäpallo, puolestaan tarjoavat uusia kokemuksia liikunnan muodossa.

Savolaisuus näkyy työssämme muun muassa Eevantalon ympäristössä ja ilmapiirissä. Savolaisuus tulee esille sekä tunnelmassa että ruuassa, sillä tarjolla on perinteisiä savolaisia ruokia, muun muassa Karjalanpaistia ja karjalanpiirakoita. Lisäksi ruuan valmistuksessa käytettävä leivinuuni on savolaiseen ruokaan tyypillinen.

8 MENETELMÄT

Kvalitatiivisessa kyselyssä käytetään valittuja yksilöitä ja kysymykset ovat yleensä avoimia. Avoimien kysymysten avulla saadaan enemmän tietoa ja ymmärrystä tutkimusongelmasta suljettuihin kysymyksiin verrattuna. (Kananen 2014.) Avoimilla kysymyksillä voi esimerkiksi nähdä paremmin mahdolliset ongelmakohdat tuotteessa tai palvelussa. Ne voivat, oikein asetettuina, myös auttaa asiakasymmärryksen kasvattamisessa. (Kananen 2014.) Kyselyssä voidaan käyttää myös numeroarviointia liittyen palvelun eri osa-alueiden onnistumiseen. Se takaa suuremman määrän palautetta, sillä kaikki eivät ole valmiita vastaamaan avoimiin kysymyksiin.

Tärkeä osa kvalitatiivista menetelmää ovat myös haastattelut ja havainnointi. Aktiivisessa osallistuvassa havainnoinnissa tutkija on sekä osallistujan, että seuraajan roolissa (Kvalitatiivisten tutkimusmenetelmien verkko-oppikirja 2006). Kyselyjä voi tehdä ennen järjestettyä ohjelmaa ja sen jälkeen. Sen lisäksi ohjelman aikana voi keskustella asiakkaiden kanssa ja ottaa valokuvia. Valokuvista käy hyvin ilmi tapahtumien tunnelma asiakkaiden keskuudessa.

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa ollaan usein kiinnostuneita erilaisista luokitteluista, syy- ja seuraussuhteista, vertailusta ja numeerisiin tuloksiin perustuvasta ilmiön selittämisestä (Jyväskylän yliopisto 2014).

Määrällisessä kyselyssä sen tekijä ei yleensä ole vuorovaikutuksessa kyselyyn osallistujien kanssa, vaan heidät valitaan satunnaisesti. Osallistujia on myös suurempi määrä kuin laadullisessa kyselyssä, sillä määrällisessä pyritään mittaamaan keskiarvoja kyseessä olevaan asiaan liittyen. Esimerkkinä voi käyttää eri sanomalehtien verkossa tekemiä kyselyitä, joita ne käyttävät mittaamaan keskiarvoa suomalaisten mielipiteistä tiettyihin asioihin liittyen. (Tilastokeskus 2014.)

Populaatio on kohdejoukko, josta määrällisessä tutkimuksessa halutaan tehdä päätelmiä. ”Otantatutkimuksessa perusjoukkoa edustaa otos, josta saatuja tuloksia voidaan yleistää perusjoukkoon.” (Kvantitatiivisten menetelmien tietovaranto 2003.) Meidän kohdallamme kyse on kokonaisotannasta, sillä kysely on suoritettu koko testiryhmälle.

”Joskus on tarkoituksenmukaisempaa kerätä ns. näyte, joka ei edusta kattavasti perusjoukkoa, mutta jonka avulla saadaan käytössä olevilla resursseilla tarkoituksenmukaisemmin tietoa tutkittavasta asiasta.” (Kvantitatiivisten menetelmien tietovaranto 2003.)

Työn teoriaosuus ja käsitteet määritellään kirjallisuuden avulla. Kyselyä ja sen arviointia varten olemme valinneet käytettäväksi monimenetelmäisen tutkimuksen.

”Usein vain yhtä menetelmää soveltamalla tutkimuskohteesta voidaan saada vain yhden osa-alueen käsittävä tulos. Tutkimusta voidaan tällöin täydentää valitsemalla menetelmiksi muita täydentäviä menetelmiä. Useita eri menetelmiä hyödyntämällä tutkimuskohteesta voidaan saada monipuolisia ja kattavia tuloksia. Monimenetelmäisessä tutkimuksessa käytettävät eri menetelmät voivat olla yhdistelmä sekä laadullisista että määrällisistä menetelmistä.” (Jyväskylän yliopisto 2014.)

Käytämme työssämme siis sekä määrällistä että laadullista tutkimusta. Laadullisen tutkimuksen avulla saamme enemmän avointa palautetta testiryhmään kuuluvilta henkilöiltä. Tällä tavoin voimme saada muutamia uusia ideoita tuotteen kokonaisuutta ajatellen. Käytämme myös aiemmin mainittua numeroarviointia eri aktiviteettien kohdalla ja analysoimme ne kaavioiden avulla. Haluamme testata ryhmän avulla mahdollisimman montaa vaihtoehtoa, joiden onnistumista ja sisältöä ryhmän jäsenet voivat sitten arvostella sekä numeroin että omin sanoin.

Teemme testiryhmälle kyselyn, jossa on sekä avoimia kysymyksiä, että numeroarviointi päivän ohjelmaan liittyen. Tämän vuoksi analysoimme tulokset sekä kaavioiden muodossa, että kirjallisesti.

Kyselyä valmistellessa täytyy muistaa lomakkeen kokonaisrakenne ja loogisuus. Samaa aihetta käsittelevät kysymykset on hyvä laittaa peräkkäin. Numeroarvioinnin kohdalla selkeyttä antavat myös selitykset jokaisen numeron merkityksestä. (Kvantitatiivisten menetelmien tietovaranto 2010.)

9 TOTEUTUS

Palvelumuotoiluprosessin kohdalla meidän työemme alkoi asiakasymmärryksen kasvattamisella. Testiryhmän osallistujat olivat selvillä etukäteen ja olimme myös saaneet heiltä suuntaa antavia toiveita ohjelman suhteen. Tuotteen testaukseen osallistujat perustivat keskenään Facebook-ryhmän, johon kutsuttiin mukaan myös meidät ja Eeva Partanen. Siellä kävimme läpi toiveita, odotuksia ja käytännön kysymyksiä ennen ohjelman järjestämistä. Käytimme apuna myös kilpailevien yritysten tarjontaa työhyvinvointiin liittyen ja vertasimme omia ideoitamme niihin.

Meidän osaltamme strateginen suunnittelu tarkoittaa sitä, että luomamme tuotteen on sovitava Eevantalon toiminta- ja kilpailustrategiaan. Osittain sen vuoksi halusimme ottaa mukaan savolaisuuden osana ohjelmallista tuotetta.

Suunnitteluvaiheen alussa saimme luotua selkeän kuvan lopullisesta tuotteesta yhdessä Eeva Partasen kanssa. Idea sen tarjoamisesta TYHY-ryhmille tuli Eeva Partaselta itseltään.

Konseptoinnissa määrittelimme tuotteen keskeiset ominaisuudet. Ne perustuivat edellä mainittuihin ehdotuksiin testiryhmän jäseniltä sekä elämyksen ja työhyvinvoinnin osa-alueisiin. Tärkeintä oli vastata testiryhmän odotuksiin ja toiveisiin. Tässä vaiheessa kävimme läpi yhdessä Eeva Partasen kanssa myös sen mitä ohjelman toteuttaminen vaatii meiltä ja häneltä esimerkiksi varusteiden ja ruokailujen suhteen.

Tuotteen prototyyppiä testasimme helmikuussa 2015 testiryhmän avulla ja keräsimme heiltä palautetta kyselyn avulla.

Meidän työemme päättyy pilotointivaiheessa testiryhmältä saatujen arvioiden läpikäymiseen. Niiden avulla kehitämme tuotteen lopulliseen muotoonsa, jotta Eeva voi itse tuoda sen markkinoille heti halutessaan. Tarkoitus on kuitenkin jättää tuotteeseen mahdollisuuksia vaihtoehtoisii toimintoihin, jotta sitä voidaan muokata kunkin asiakkaan toiveiden mukaiseksi rungon pysyessä samana.

9.1 Testiryhmä

Testiryhmään valittiin työikäisiä ihmisiä iältään 20–59 vuotta. Yritimme saada mukaan ihmisiä eri puolilta Suomea, jossa myös onnistuimme. Testiryhmään oli valittu samanhenkisiä ihmisiä, jotka olivat kiinnostuneet ottamaan osaa kehittämäämme ohjelmaan. Osa heistä tunsu toisensa entuudestaan, muutama oli jopa työskennellyt yhdessä, mutta joukkoon mahtui myös toisilleen tuntemattomia. Kaikkia halukkaita ei pystytty ottamaan mukaan, sillä ryhmäkoko olisi kasvanut liian suureksi.

Testiryhmään kuului yhteensä 16 henkilöä, joista yksi ei osallistunut aktiviteetteihin sairastumisen vuoksi. Ainoastaan kaksi ryhmän jäsentä asuu tällä hetkellä Iisalmissa. Osa ryhmästä mainitsi kuitenkin asuneensa Savossa jossain elämänsä vaiheessa.

Testiryhmäämme voisi enemmän pitää itsenäisenä ystäväryhmänä, joten sitä ei voi suoraan käyttää mallina luodessa tuotetta TYHY-ryhmälle. Ikänsä puolesta se kuitenkin kuuluu kohderyhmäämme ja useilla heistä on kokemusta TYKY- tai TYHY-päivään osallistumisesta. Näin ollen testiryhmää ei voi käyttää kohdejoukkona vaan näytteenä, sillä se ei edusta kattavasti perusjoukkoa.

Neljä henkilöä ei ollut osallistunut TYHY-päivään aikaisemmin. Kaikki olivat kuitenkin sitä mieltä, että suunnittelemamme ohjelma sopisi TYHY-päivän ohjelmaksi.

9.2 Toteutettu ohjelma

Tuotteen testaus järjestettiin 6- 8.2.2015 Maaseutuhotelli Eevantalolla nimellä Katko kaamokseen. Varsinaisen ohjelman järjestimme 7.2.2015. Sää kyseisenä päivänä oli hyvä ulkoiluun. Lunta ei satanut, eikä ollut liian kylmä, joten ulkona pystyi olemaan huoletta. Osallistujat maksoivat kahden yön majoituksesta ja ruokailuista 100 euroa per henkilö.

Aikataulu oli alusta asti hieman liukuva, sillä on vaikea arvioida aikaa, joka eri ihmisillä menee laavulle saapumiseen ja sieltä palaamiseen, erityisesti lumikengillä kävellen.

Laavulle ei olisi tarvinnut lähteä aiemmin ja laittaa kaikkea valmiiksi ennen ryhmän sinne saapumista. Toki täytyy aiemmin varmistaa, että siellä on siistiä ja

istumapaikkoja riittäisi ainakin melkein kaikille, mutta lisää aikaa saisi kulumaan myös siihen, että yhdessä laitettaisiin sinne tulet.

- 8-9 Aamupala
- 10.00 Lähtö laavulle lumikengillä
- 11-13 Vietetään aikaa laavulla. Paistetaan makkaraa, juodaan pannukahvit, rentoudutaan pelaamalla rikkinäistä puhelinta savolaisilla lauseilla.
- 13.30 -14.30 Tandemhiihtokisat
- 14.30 -15.00 Savolainen rentoutus sisällä Eevantalossa
- 15-16 Savusauna naisille
- 16-17 Savusauna miehille
- 18.00 Ruokailu
- 19.00 Tandemhiihtokisan palkintojenjako

Hieman eri aikataululla kaikki muut aktiviteetit toteutuivat paitsi savolainen rentoutus, sillä Eevantalonsisätilat oli varattu syntymäpäiväjuhliä varten.

Rikkinäinen puhelin toimi savolaisuuden esiintuojana ohjelmassamme. Pelasimme siis tätä tunnettua peliä erilaisilla valmiiksi valitsemillamme savolaisilla lauseilla, joista muodostui loppua kohti hyvinkin mielenkiintoisia versioita.

Tandemhiihto toimi liikunnallisena elementtinä lumikenkäkävelyn ohella. Molemmat tarjosivat uusia kokemuksia ainakin osalle ryhmän jäsenistä. Tandemhiihtokisa oli mukava leikkimielinen kilpailu, joka toimi osin myös ryhmähengen luojana.

Alkuperäinen ohjelma oli seuraavanlainen. Aamulla kymmeneltä oli tarkoitus lähteä kävelemään laavulle päin, mutta lähtö viivästyi hieman, sillä lumikenkien kanssa oli hankaluuksia. Lähdimme klo 10.30 kävelemään lumikengillä ennalta tarkistamaamme reittiä suhteellisen reipasta tahtia. Yhdentoista jälkeen saavuimme laavulle, missä joimme pannukahvit ja paistoimme makkaraa sekä pelasimme rikkinäistä puhelinta savolaisilla lauseilla.

Takaisin Eevantalolla olimme jo yhden maissa, mikä ei oikein sopinut yhteen suunnitelmamme kanssa. Annoimme ryhmän harjoitella hetken aikaa tandemhiihtoa

ennen kuin aloitimme kisan. Siihen saimme kulumaan suhteellisen paljon aikaa, kun käytiin läpi sijat 1-3 ja järjestimme vielä jumbofinaalin.

Tarkoituksena oli alun perin pitää vielä savolainen rentoutus Eevantalon sisätiloissa, mutta siellä järjestettiin samana päivänä syntymäpäiväjuhlat, joten emme mahtuneet sisätiloihin vielä tandemhiihdon päätyttyä. Sen sijaan pelasimme ulkona vielä hieman lisää rikkinäistä puhelinta ajan kuluksi.

Aktiviteettien ja savusaunan väliin ryhmälle jäi hieman vapaata aikaa, mutta suurin osa siitäkin ajasta ryhmä vietti yhdessä rentoutuen ja jutellen. Kolmen maissa naiset pääsivät saunaan ja sen jälkeen oli miesten vuoro. Ruokailu oli vasta kuudelta. Saimme palautetta siitä, että ruokailujen väli oli pitkä ja niiden väliin olisi voinut lisätä jonkinlaisen välipala.



KUVA 9. Pannukahvit kiehumassa

9.3 Havainnointi ja suora palaute

Suoritimme aktiivista osallistuvaa havainnointia. Olimme joka hetki ryhmän mukana aktiviteeteissa, osin ohjaamassa, osin osallistumassa. Päivän aikana otimme useita kuvia aktiviteeteista. Kuvia voi käyttää myös havainnointitarkoitukseen. Saimme illan

mittaan suoraa palautetta osallistujilta ennen varsinaisen kyselyn pitämistä. Meillä oli aikaa kirjoittaa tämä palaute ylös vasta päivän ohjelman jälkeen, joten luotimme siihen asti muistiimme.

9.4 Kysely testiryhmälle

Halusimme pitää suurimman osan kysymyksistä avoimina, jotta saamme enemmän kirjallista palautetta. Tätä palautetta voimme käyttää edelleen tuotteen kehittämiseen.

Teimme kyselyn perustuen Eteran sivuilla esiteltyihin työhyvinvoinnin osa-alueisiin sekä Pine & Gilmoren kirjassa käytettyyn kaavioon, jossa määriteltiin esimerkiksi se, mistä elämys koostuu.

Osanottajilta kysyimme heidän ikänsä, sukupuolensa ja asuinpaikkansa. Ikää ei kysytty suoraan vaan ikäryhmittäin rasti ruutuun menetelmän avulla. Ikäkysymys laitettiin kyselyyn luonnollisesti sen takia, että saisimme jonkin verran hajontaa vastauksiimme. Sukupuolen halusimme tietää, jotta voisimme tutkia miesten ja naisten välisiä eroja ja asuinpaikka, jotta saisimme selville olivatko testiryhmän jäsenet Savosta vai muualta päin suomesta. Näin saimme myös selville oliko arvostelussa eroa savolaisten ja muiden välillä.

Kysyimme olivatko testiryhmän jäsenet ottaneet osaa TYHY- tai TYKY-päivään. Se oli tuotteen tulevan kohderyhmän kannalta tärkeä kysymys ja näin saimme myös selville, kuinka monelle TYHY-päivä oli uusi kokemus. Lisäksi ne, jotka olivat ottaneet osaa TYHY-päivään, tiesivät mitä odottaa TYHY-päivältä ja millainen päivän tulisi pääpiirteittäin olla.

Testiryhmälle jaetussa kyselylomakkeessa ei ollut mitään johdantoa vaan ainoastaan kysymykset. Kerroimme suullisesti miksi suoritamme kyselyn, ennen lomakkeiden jakamista. Varsinainen kyselylomake jota käytimme, löytyy liitteistä.

Ensimmäisen avoimen kysymyksen tarkoituksena oli selvittää sopisiko ohjelma osallistujien mielestä TYHY-päivän ohjelmaksi. Tähän kysymykseen saimme myös vastauksia, joissa kerrottiin mitä voisimme mahdollisesti korjata päivän suhteen, sekä mitä ohjelmaan voisi lisätä tai mitä siitä voisi poistaa.

Mikäli testiryhmän jäsenet olivat oppineet jotain uutta päivän aikana, he voisivat kertoa sen meille palautekyselyssä, kohdassa kaksi. Työhyvinvointiin kuuluu ainakin osaltaan uuden oppiminen, niinpä koimme kysymyksen järkeväksi, vaikka emme siihen juuri vastauksia saaneetkaan. Moni oli jättänyt vastaamatta kyseiseen kohtaan.

Kolmannessa kohdassa pyysimme testiryhmän jäseniä kuvaamaan päivän ohjelmaa sanoin. Tämän tarkoituksena oli saada asiakkaiden tuntemuksia illasta ja mielipiteitä päivästä sekä tuoda esille miten asiakas on tämän päivän kokenut.

Arvio asteikolla -kohtaan halusimme saada tarkan arvion kuinka onnistuimme päivämme eri osa-alueissa. Osa-alueet oli jaettu aktiviteetteihin, aikatauluun, Eevantalon ympäristöön, yhteisön ryhmähenkeen, sekä tietenkin kokonaisarvosanaan päivälle. Asteikko oli yhdestä viiteen, sillä toivoimme tällä tavoin saavamme enemmän hajontaa arvosteluun ja realistisemmän kuvan kuinka onnistuimme.

Meillä ei ollut aikaisempaa kokemusta TYHY-päivän järjestämisestä, joten pyysimme testiryhmän jäseniä arvioimaan olisiko jonkin osion voinut jättää pois. Toivoimme tähän myös perusteet miksi näin pitäisi heidän mielestään tehdä. Mikäli jokin osio ei olisi toiminut, voisi sen poistaa lopullisesta tuotteesta. Poistamisen syytä voisi olla muun muassa se, ettei aktiviteetti ole tarpeeksi savolainen.

Vastakohtana edelliselle, kysyimme myös mitä ryhmäläiset olisivat toivoneet ohjelmaan lisää. Tällä tavoin saimme selville myös sen oliko ohjelma sopivan mittainen vai olisiko aktiviteetteja pitänyt olla enemmän.

Halusimme myös tietää kuinka hyvin savolaisuusteema tuli esille päivän aikana sekä miten se näkyi ohjelmassa ja ympäristössä asiakkaan silmin.

Kohdassa 10 pyysimme tietoa siitä, mitä olisimme voineet tehdä paremmin päivän suhteen ja kuinka voisimme toteuttaa sen.

Kohdan 11. tarkoituksena oli tiedustella ryhmän yhteishenkeä ja sitä kuinka hyvin testiryhmä toimi vertailukohtana kohderyhmälle. Samalla saimme selville myös sen, ottaisiko ryhmä uudestaan osaa tällaiseen päivään.

10 TULOKSET

10.1 Ennakkokeskustelut

Testiryhmän jäsenet esittivät toiveita enimmäkseen aikataulua koskien. Toiveena oli, että varsinainen ohjelma olisi välillä 10–15 ja sauna hieman sen jälkeen. Aktiviteettien suhteen haluttiin mukaan liikuntaa ja myös jonkinlainen rentoutus.

10.2 Havainnot

Muutama ryhmän jäsen oli tietoinen ainakin osasta ohjelmaa jo ennen sen järjestämistä ja saimme heiltä positiivista palautetta ideoista tapahtuman aktiviteeteiksi. Lähes kaikki palaute oli muutenkin positiivista lukuun ottamatta aikataulua. Sen osalta sanottiin vain, että ruokailujen väliin jäi liian pitkä aika.

Omia havaintojamme olivat muun muassa juuri aikatauluongelmat. Tahti oli aamulla vähän liian kiireinen ja iltapäivästä taas liian verkkainen. Lähtöä olisi voinut siirtää kello 11, jotta aikaa valmistautumiseen olisi jäänyt enemmän. Näin ollen myös loppuaika olisi mennyt joutuisammin ja aikataulu olisi ollut monen mielestä sopivampi.

10.3 Kyselyn tulokset

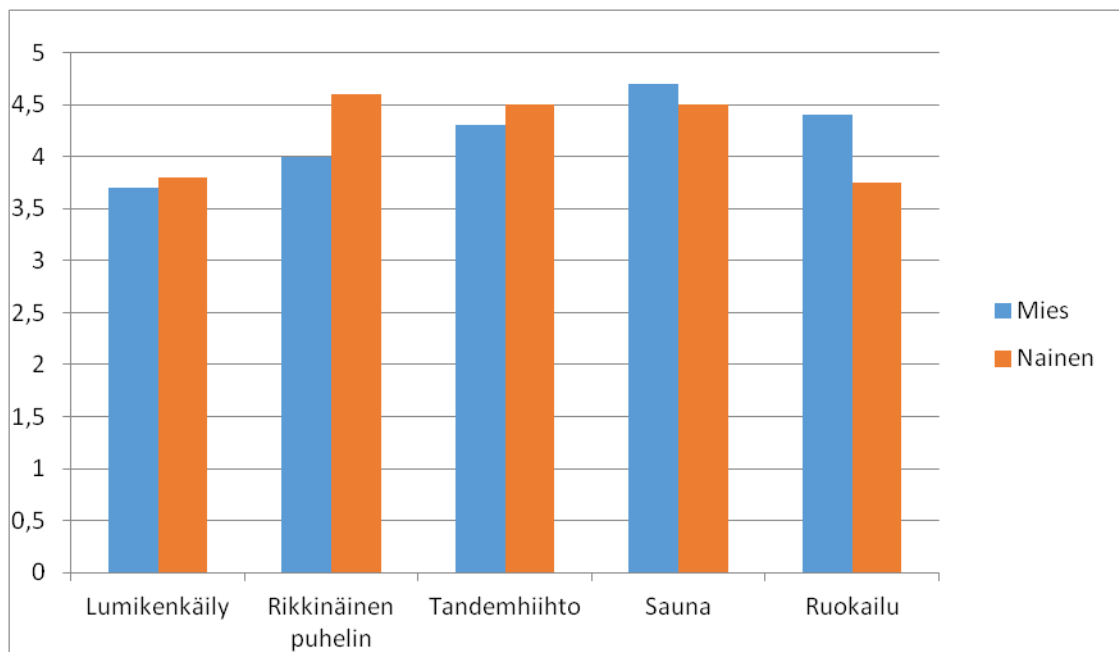
Osa ryhmästä oli kertonut oppineensa jotain uutta. Neljälle henkilölle lumikenkäkävely oli uusi kokemus, yksi puolestaan mainitsi uutena rikkinäisen puhelimen ja yksi kertoi oppineensa miten tärkeää on yhdessäolo. Eräs kommentti oli, että ”pienistäkin asioista voi muodostua koko ryhmälle hauska hetki” Tandemhiihtoa oli pidetty hyvänä tapana tutustua ihmisiin; ”Tandemhiihdossa tiimityöskentely ihan vieraan ihmisen kanssa - loistava tapa tutustua uusiin ihmisiin” Kysyttäessä opitko jotain uutta, yksi vastaus oli ” Kyllä. Ettei minusta ole hiihtäjäksi”.

Yksi henkilö mainitsi, että alkuun olisi voinut lisätä tutustumisen ja yksi olisi toivonut alkuun jonkinlaisen alkuverryttelyn. Kolme olisi toivonut jonkinlaista välipalaa vielä ennen ruokailua illalla, yksi olisi halunnut piipahtaa sisällä lämmittelemässä välillä ja yksi olisi halunnut vielä lisää ohjattua toimintaa.

Savolaisuusteema ei kaikkien mielestä tullut tarpeeksi esille. Viisi henkilöä mainitsi sen tulleen esille rikkinäisessä puhelimessa, yksi mainitsi sen tulleen esiin myös ympäristössä. Yksi vastauksista oli "Kyllä, kaikkea kuulemaansa ei ymmärtänyt".

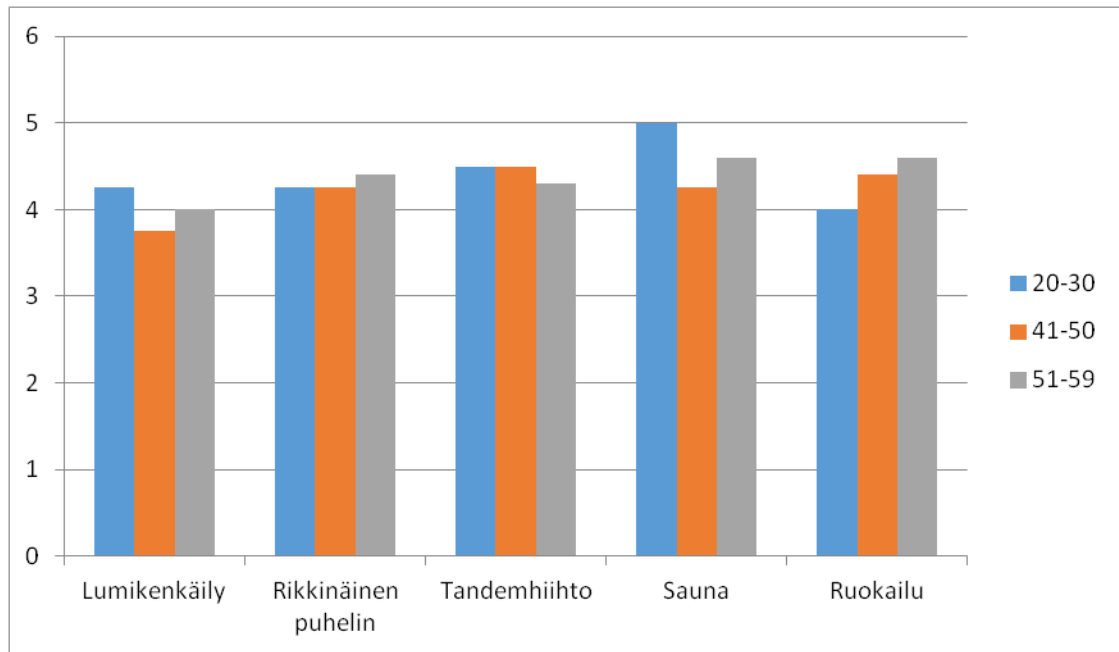
15 henkilöä tulisi viettämään samanlaista päivää uudelleen saman ryhmän kanssa, yksi ei osannut sanoa tulisiko vai ei.

Nuoremmille savusauna saattoi olla uusi kokemus, ja näin ollen nuoret pitivät kokemusta mielenkiintoisena. Vanhemmatkin toki pitivät saunasta, mutta ovat suurella todennäköisyydellä kokeneet savusaunan aikaisemmin.



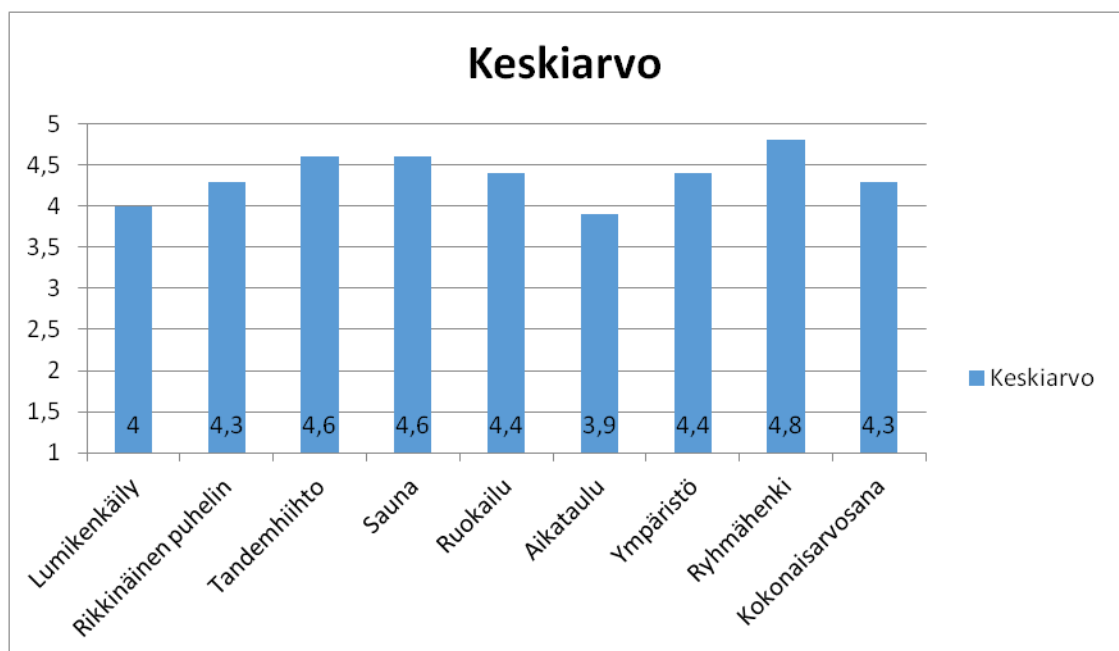
KUVA 10. Eri aktiviteettien suosio miesten ja naisten keskuudessa

Kaaviossa 1 vertailimme eri aktiviteettien suosiota miesten ja naisten keskuudessa, mutta suurta vaihtelua sukupuolten välillä ei ollut. Suurimmat erot olivat rikkinäisen puhelimen ja ruokailun välillä. Miehet arvostivat ruokaa lähes yhtä paljon kuin savusaunaa, naisten keskuudessa suurimman suosion sai rikkinäinen puhelin.



KUVA 11. Eri aktiviteettien suosio ikäryhmittäin

Kaaviossa 2 vertailimme suosiota ikäryhmien välillä. Vaihtelu oli vielä vähäisempää, kuin sukupuolten välillä. Kuten aiemmin mainitsimme, savusauna oli osalle nuorista täysin uusi kokemus ja osittain siitä syystä myös suosittu. Tulokset antavat hieman suuntaa sille, millaista ohjelmaa eri-ikäisille ryhmille voidaan tarjota. Huomataan, että esimerkiksi hyvän ruoan merkitys kasvaa iän mukaan, nuoremmat nauttivat enemmän urheilusta ja rikkinäinen puhelin sopii kaikille.



KUVA 12. Keskiarvot aktiviteeteille

10.4 Tulevan tuotteen ohjelma

Tässä muodossa tuote sopii hyvin pidemmän matkan päästä tuleville ryhmille, sillä siihen sisältyy myös yöpyminen Eevantalolla ennen ohjelmallista päivää ja mahdollisuus yöpymiseen myös sen jälkeen. Lähempää tulevien ryhmien kohdalla voi jättää pois yöpymiset sekä aamupalan haluttaessa.

Tulevaisuudessa varsinaisen ohjelman aikataulua ja sisältöä voi muuttaa seuraavanlaisiksi:

| | |
|--------------|--|
| 8-9 | Aamupala |
| 10.00 | Alkuvenyttely ja valmistautuminen lumikenkäilyyn (kenkien laittaminen jalkaan ja niiden testaus) |
| 10.30 | Lähtö laavulle |
| 11-13 | Ohjelma laavulla: makkaranpaisto, pannukahvi ja rikkinäinen puhelin savolaisilla lauseilla |
| 13.30 | Välipala sisällä: voileipää, kuumaa mehua, kahvia |
| 14.00 | Tandemhiihtokisat (alkuun aikaa hieman testata ja harjoitella halutessaan) |
| 15.30- 16.30 | Savusauna: Naisten vuoro |
| 16.30- 17.30 | Savusauna: Miesten vuoro |
| 18.00 | Ruokailu |
| 19.00 | Tandemhiihtokisan palkintojenjako ja lopetus |

Aikataulu on liukuva, sillä laavulle pääseminen voi kestää toisilla ryhmillä pidempään kuin toisilla, joka puolestaan vaikuttaa aikatauluun kokonaisuudessaan.

Tandemhiihdon ja saunan väliin lisätään pienimuotoinen välipala.

Ohjelmaan voi halutessaan lisätä myös kierroksen, missä tutustutaan alueen historiaan ja merkkihenkilöihin. Tämän voi tehdä joko oppaan kanssa tai etsimällä kartalta taulut, joissa näistä asioista kerrotaan. Nämä taulut on sijoitettu Eevantalons lähiympäristöön. Halutessaan kierroksen yhteyteen voi kehittää myös jonkinlaisen tietovisan. Tämä kierros voi olla talvella vaikeakulkuinen, niinpä päädyimme jättämään sen pois ohjelmasta.

Lumikenkäilyn voi syksyllä korvata pidemmällä kävelyretkellä laavulle. Kesällä sen voi puolestaan korvata sillä, että menemme lautalla saarella olevalle laavulle. Kulku sinne tapahtuu 12 henkeä vetävällä lautalla, jonka hoito kuuluu Syvänniemi seikkailu- osuuskunnalle. Silloin ohjelma voi muutenkin olla hieman vapaampi, esimerkiksi lautalta voi välillä käydä vaikka uimassa halutessaan.

Kesällä ja syksyllä tandemhiihdon voi korvata vaikkapa savolaisella pesäpallolla. Suomen partiolaisten sivuilta löytyy hyvä kuvaus tästä lajista.

Savolainen pesäpallo: Kaksi joukkuetta asettuu jonoihin vastakkain. Toisen jonon ensimmäisellä on pallo. Pallo on tavallista pesäpalloa isompi, esimerkiksi jalkapallo mutta hän syöttää sen kuten pesäpallossa. Häntä vastassa oleva leikkijä lyö palloa kädellä ja alkaa juosta omaa jonoaan ympäri. Syöttäjä lähtee hakemaan palloa, palaa oman jononsa viimeiseksi ja pallo on vieritettävä kaikkien jalkojen ali jonon ensimmäiselle. Kun pallo on jonon ensimmäisen käsissä, tämä huutaa "Hep!" ja juokseminen päättyy. Juoksuja saadaan sen mukaan, kuinka monta kertaa juoksija on ehtinyt juosta oman jononsa ympäri. (Suomen Partiolaiset 2011)



KUVA 13. Perinteistä ruokaa

11 POHDINTA

Kävimme Eevantalolla useampaan otteeseen keskustelemassa opinnäytetyöstä ja mitä se voisi pitää sisällään. Eeva Partasen ehdotuksesta päädyimme kehittämään TYHY-tuotetta Maaseutuhotelli Eevantalolle.

Testiryhmän suhteen oli aluksi hieman epävarmuutta, sillä ensin tarkoituksena oli suunnitella ohjelma sveitsiläiselle kalligrafiaryhmälle. Loppujen lopuksi totesimme, että testiryhmä ei tässä tapauksessa vastaa kohderyhmää tarpeeksi hyvin.

Testiryhmäksi valikoitui sen sijaan joukko tuttavuuksia, joista lähes kaikki kuuluivat kohderyhmään.

Kokonaisuudessaan 7.2.2015 järjestetty ohjelma onnistui hyvin, pieniä aikatauluun kohdistuvia ongelmia lukuun ottamatta. Suurelta osin nämä ongelmat johtuivat siitä, ettemme ole ennen järjestäneet tällaista ohjelmaa yhdessä tai yksin. Olemme kuitenkin sitä mieltä, tulostenkin perusteella, että ainoastaan aikataulua muuttamalla saisimme tuotteesta jo paljon toimivamman.

Ohjelmaa voi tulevaisuudessa muokata tarpeen mukaan räätälöimällä sitä yritysten tarpeiden mukaiseksi. Räätälöinti ja tuotteen markkinointi sekä sen hinnoittelu jää kuitenkin Eeva Partasen ja hänen yhteistyökumppaniensa harteille.

Saamiemme tulosten perusteella voimme päätellä että suunnittelemamme tuote on toimiva ja voi tuoda lisää asiakkaita Eevantalolle.

Oma ehdotuksemme markkinoinnin suhteen olisi suora markkinointi ainakin kuopiolaisille yrityksille. Tarkemmin voi tulevaisuudessa vielä selvittää, mitkä ovat ne yritykset, jotka järjestävät eniten TYHY - päiviä Kuopion seudulla ja miten paljon nämä yritykset käyttävät varoja työhyvinvoinnin ylläpitämiseen yleisemmällä tasolla. Halutessaan tämän tutkimuksen voi tehdä jopa koko Pohjois-Savon alueella. Tuloksia voisi käyttää hyväkseen sekä Eevantalon TYHY - tuotteen hinnoittelussa, että suoran markkinoinnin kohdentamisessa.

LÄHTEET

Booking. 2014. WWW-dokumentti. www.booking.com_Päivitetty 15.12.2014. Luettu 15.12.2014.

Borg, Pekka. Kivi, Elina & Partti, Minna 2002. Elämyksestä elinkeinoksi – Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Juva: WS Bookwell Oy.

Boxberg, Matti & Komppula, Raija 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.

Eevantalo. 2014. www-dokumentti. <http://www.eevantalo.fi/eevantalo.html> Päivitetty 2012. Luettu 2.1.2015.

Etera 2015. WWW-dokumentti. <http://www.etera.fi/tyonantaja/tyohyvinvointi/tyohyvinvoinnin-osat>. Ei päivitystietoa. Luettu 21.4.2015

Harvard Business Review. WWW-dokumentti. <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy> Päivitetty 1998. Luettu 10.5.2015

Hemmi, Jorma. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto osa 2. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Holiday Club. 2014. WWW-dokumentti. <http://www.holidayclubresorts.com/fi/kohteet/>. Ei päivitystietoa. Luettu 15.12.2014.

Jyväskylän Yliopisto. 2014. WWW-dokumentti. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>. Päivitetty 1.9.2014. Luettu 15.12.2014.

Kananen, Jorma 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä – Miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Suomen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.

Kylpylähotelli Kunnanpaikka. 2015. WWW-dokumentti. http://www.kunnanpaikka.com/fi/kokous_ja_tyhy/tyhypaivat/. Päivitetty 25.3.2015. Luettu 30.3.2015.

Kvalitatiivisten tutkimusmenetelmien verkko-oppikirja 2006. WWW-dokumentti. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_4_2.htm. Päivitetty 23.11.2006. Luettu 14.4.2015.

Kvantitatiivisten menetelmien tietovaranto. Mittaaminen: Tilastoyksikkö ja muuttajat 2003. WWW-dokumentti. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/mittaaminen/tilastoyksikko.html>. Päivitetty 27.10.2003. Luettu 14.4.2015

Kvantitatiivisten menetelmien tietovaranto. Kyselylomakkeen laatiminen 2010. WWW-dokumentti.

<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html> Päivitetty 26.8.2010. Luettu 14.4.2015.

Lüthje, Monika 2005. Se mukava maaseutu siellä jossain. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto. 2014. http://www.mtk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2014/helmikuu/fi_FI/maaseutumatkailu_vetaa/?textsize=2. Päivitetty 26.2.2014. Luettu 15.12.2014.

Matkailun edistämiskeskus 2014. Hyvinvointimatkailustrategia kansainvälisille markkinoille 2014-2018. PDF-dokumentti. <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/2008-Hyvinvointimatkailun-kehitt%C3%A4misstrategia.pdf>. Päivitetty 2014. Luettu 13.4.2015.

Partanen, Eeva 2014a. Haastattelu 9.9.2014. Yrittäjä. Maaseutuhotelli Eevantalo.

Partanen, Eeva 2014b. Haastattelu 14.10.2014. Yrittäjä. Maaseutuhotelli Eevantalo.

Partanen, Eeva 2015. Haastattelu 28.3.2015. Yrittäjä. Maaseutuhotelli Eevantalo.

Pine II., B. Joseph & Gilmore, James H. 1999. The Experience economy. Boston, Usa: Harvard Business School Press.

Pohjois-Savon liitto. 2014. WWW-dokumentti. <http://pohjois-savo.fi/fi/psl/hanketoiminta/projektit/Defris/matkailu.php>. Päivitetty 2006. Luettu 15.12.2014.

Rantasalmi. WWW-dokumentti. http://www.rantasalmi.fi/palvelut/kirjasto/ernst_lampen/savolainen_luonne/. Ei päivitystietoja. Luettu 10.3.2015.

Räsänen, Riitta. 2008. Savo ja sen kansa. Tampere: Esaprint Oy.

Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät. 2014. WWW-dokumentti. <http://www.smmmy.fi/fi/etusivu/> Ei päivitystietoja. Luettu 15.12.2014.

Suomen Partiolaiset. 2015. WWW-dokumentti. http://ohjelma.partio.fi/index.php?title=Leikin_tai_pelaan_perinteist%C3%A4_suomalaista_peli%C3%A4_tai_leikki%C3%A4. Päivitetty 9.4.2011. Luettu 10.3.2015.

Suontausta, Hannu & Tyni, Markku. 2005 Wellness-matkailu - hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita Prima Oy.

Tahko 2014. <http://www.kuopiotahko.fi/tahko/alueinfo/>. Ei päivitystietoja. Luettu 15.12.2014.

Tilastokeskus. 2014. WWW-dokumentti. <http://tilastokeskus.fi/virsta/tkeruu/01/07/>. Ei päivitystietoja. Luettu 15.12.2014.

Tilastokeskus. 2014. WWW-dokumentti.
http://www.stat.fi/til/smat/2014/14/smat_2014_14_2014-10-07_tau_002_fi.html.
Päivitetty 7.10.2014. Luettu 13.12.2014.

Tilastokeskus. 2014. WWW-dokumentti.
http://www.stat.fi/til/smat/2014/14/smat_2014_14_2014-10-07_tie_001_fi.html.
Päivitetty 7.10.2014. Luettu 12.12.2014.

Tilastokeskus 2014. WWW-dokumentti.
http://www.stat.fi/til/matk/2013/matk_2013_2014-05-30_tie_001_fi.html. Päivitetty
30.5.2014. Luettu 15.12.2014.

Tuulaniemi, Juha 2013. Palvelumuotoilu. Liettua: BALTO Print Oy.

Tykypäivä.net 2015. WWW-dokumentti.
<http://www.tykypaiva.net/usein-kysyttyja-kysymyksia-tyky-toiminnasta/> Päivitetty
2015. Luettu 10.3.2015.

Työterveyslaitos 2014. WWW-dokumentti.
http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/terveyden_edistaminen_tyopaikalla/tyoyhteison_tyohyvinvointi/sivut/default.aspx. Päivitetty 10.9.2014. Luettu 21.4.2015

Työterveyslaitos 2012. WWW-dokumentti.
http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinvointi/terveyden_edistaminen_tyopaikalla/yksilon_tyohyvinvointi/sivut/default.aspx. Päivitetty 8.11.2012. Luettu 21.4.2015

Verhelä, Pauli & Lackman, Pekka. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Porvoo: WS Bookwell Oy.

RYHMÄN MIELIPITEITÄ KATKO KAAMOKSEEN-PÄIVÄN ONNISTUMISESTA

1. Ikä 20-30 31 – 40 41- 50 51-59 60+

Sukupuoli Mies Nainen

Asuinpaikka

2. Oletteko koskaan ottaneet osaa työpaikkanne TYKY-/ TYHY-päivään?

3. Sopisiko tämän päivän ohjelma mielestänne TYHY-päivän ohjelmaksi? Miksi/Miksi ei?

4. Opiteko jotain uutta päivän aikana? Mitä?

5. Millä sanoilla kuvailisitte päivän ohjelmaa?

6. Arvio asteikolla 1-5

(1=erittäin huono, 2=melko huono, 3=ei hyvä/ei huono, 4=melko hyvä, 5=erinomainen)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Lumikenkäily | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Rikkinäinen puhelin | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tandemhiihto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sauna | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ruokailu Eevantalolla | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aikataulu | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ympäristö | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ryhmähenki | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kokonaisarvosana päivälle | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

7. Olisiko jonkin osion voinut jättää pois? Miksi?

8. Olisiko jotain voinut vielä lisätä?

9. Tuliko savolaisuusteema esille päivän aikana? Miten?

10. Voisiko jotain vielä parantaa päivän suhteen? Mitä? Millä tavoin?

11. Tulisitteko uudestaan saman ryhmän kanssa?