

Johanna Hasanen & Päivi Paasonen

LOMAMAALLA
PINNUN MÖKIT
Ohjelmapalveluja
mökkimatkoilijan käyttöön

Opinnäytetyö
Palvelujen tuottaminen ja johtaminen


Huhtikuu 2011




MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU

Mikkeli University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Opinnäytetyön päivämäärä 28.04.2011
Tekijä(t) Hasanen, Johanna & Paasonen, Päivi	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Palvelujen tuottaminen ja johtaminen	
Nimeke Lomamaalla Pinnun mökit - Ohjelmapalveluja mökkimatkailijan käyttöön		
Tiivistelmä Maaseutumatkailijamäärät kasvavat tulevaisuudessa ihmisten etsiessä vastapainoa työelämän kiireellisyydelle ja aikatauluille. Lisäksi kaupunkilaiset, joilla ei ole ollut mitään yhteyksiä maaseudulle, haluavat päästä tutustumaan maaseutuun. Maaseutumatkailun tulevaisuudennäkymissä kansainvälisyys ja yksilölliset matkailijat tulevat lisääntymään. Nämä seikat luovat maaseutumatkailuyrityksille ja niiden palvelutarjonnalle kehittämishaasteita. Opinnäytetyömme on toiminnallinen opinnäytetyö, joka pyrkii vastaamaan osaltaan edellä mainittuihin kehittämishaasteisiin yhdessä maaseutumatkailuyrityksessä Etelä-Savossa. Työmme toimeksiantaja on Lomamaalla Pinnun mökit -yrittäjä Pertunmaalta. Työmme tarkoituksena on kehittää yrityksen asiakkaiden käyttöön ohjelmapalveluja. Tavoitteena on kehittää lisäksi yrittäjän yhteistyöverkosta, lisätä mökki- en käyttöastetta kesäsesongin ulkopuolella (tammi-toukokuu, syys-joulukuu) ja sen myötä kasvattaa yrityksen liikevaihtoa. Pitkätähhtäimen tavoitteena on alueen vetovoimaisuuden kasvattaminen. Ohjelmapalvelut on suunnattu maaseutumatkailun mökkiasiakkaille, erityisesti kokousasiakkaille, naisryhmille sekä terveys- ja hyvinvointimatkailijoille. Opinnäytetyön teoreettisen viitekehyksen muodostavat maaseutumatkailu, ohjelmapalvelut, tuotteistaminen sekä verkostoituminen. Teoriatietoa apuna käyttäen työn lopputuloksena syntyi kuusi erilaista ohjelmapalveluvaihtoehtoa. Ohjelmapalvelut otetaan käyttöön syksyllä 2011. Näiden ohjelmapalveluiden tuottajat voivat tarjota samoja palveluja myös muille alueen mökkimatkailuyrittäjille samalla konseptilla kuin työmme toimeksiantajan yritykselle. Näin työmme voi tukea myös alueellista kehittymistä.		
Asiasanat (avainsanat) maaseutumatkailu, ohjelmapalvelut, tuotteistaminen, verkostoituminen		
Sivumäärä 45s. + 5s.	Kieli Suomi	URN
Huomautus (huomautukset liitteistä)		
Ohjaavan opettajan nimi Tuikkanen, Riitta	Opinnäytetyön toimeksiantaja Wahlman, Salla	

DESCRIPTION

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Date of the bachelor's thesis 28.04.2011	
Author(s) Hasanen, Johanna & Paasonen, Päivi		Degree programme and option Hospitality Management	
Name of the bachelor's thesis Lomamaalla Pinnun mökit – program services for holidaymakers renting cottages			
Abstract <p>The number of holidaymakers to rural areas will grow in the future as people are trying to balance out the hasty schedules of work life. Furthermore, city dwellers who have no connections to rural areas, want to get to know the countryside. The holidaymakers in rural areas will be more and more international and individual in the future. These factors create development challenges to firms engaged in rural tourism as well as to the services they provide.</p> <p>Our thesis is functional and, for its part, aims at giving answers to the development challenges mentioned above, regarding one firm that is located in Southern Savo and operates in rural tourism. This thesis was commissioned by the firm Lomamaalla Pinnun mökit located in the municipality of Pertunmaa. The aim of our thesis is to develop program services for the customers of the firm. In addition, the aim is to develop the cooperation network of the entrepreneur, to increase the utilisation rate of cottages outside of the summer season (from Jan to May, Sep to Dec), and thus to increase the revenue of the firm. The long-term aim is to improve the attractiveness of the region. The program services are targeted at customers renting cottages in rural areas, especially for meetings, as well as at female groups and holidaymakers interested in health and wellbeing.</p> <p>The theoretical framework of this thesis consists of rural tourism, program services, productisation and networking. The output of this thesis is six different options for program services that were created with the help of theoretical knowledge. The program services will be taken into use in autumn 2011. The producers of these program services can also provide other firms that rent cottages with the same services and the same concept as the firm that commissioned our thesis. In this sense, our thesis can support even regional development.</p>			
Subject headings, (keywords) rural tourism, program services, productisation, networking			
Pages 45 pgs. + app 5.		Language Finnish	
URN			
Remarks, notes on appendices			
Tutor Tuikkanen, Riitta		Bachelor's thesis assigned by Wahlman, Salla	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
2	MAASEUTUMATKAILU	2
2.1	Maaseutumatkailun perusteet	2
2.2	Maaseutumatkailu Etelä-Savossa	3
2.3	Tulevaisuuden näkymät	5
3	MATKAILUN HAASTEELLISUUS	6
3.1	Mahdollisuus.....	6
3.2	Heikkoudet.....	8
4	OHJELMAPALVELUT MÖKKIMATKAILUN AKTIVOIJINA	9
4.1	Ohjelmapalvelut.....	9
4.2	Luontomatkailu.....	11
4.3	Liikuntamatkailu.....	12
4.4	Ruokamatkailu.....	13
4.5	Hyvinvointi- ja terveystmatkailu	14
5	PALVELUIDEN TUOTTEISTAMINEN	15
5.1	Palveluiden kehittäminen.....	15
5.2	Verkottuminen	17
5.3	Hinnoittelu	18
6	KEHITTÄMISTYÖN TAVOITTEET.....	21
7	KEHITTÄMISTYÖN VAIHEET	22
7.1	Kehittämistyöprosessi.....	22
7.2	Taustaselvitys	24
7.3	Ohjelmapalveluiden kehittäminen	26
7.3.1	Yhteistyöpalaverit	26
7.3.2	Tutustuminen tilaviineihin	27
7.3.3	VipShopping	28
7.3.4	Retkiehdotelma	29
7.3.5	Hyvänolonpalvelut.....	29
7.3.6	Nuottaretki	30
7.3.7	Ruokapalvelut	31
7.4	Ohjelmapalveluiden varaaminen ja kustannukset	33

7.5	Ohjelmapalveluiden mainonta.....	34
8	TESTAUS	34
8.1	Testiryhmä	35
8.2	Jooga	35
8.3	Ruokapalvelut	36
8.4	Kosmetologi.....	37
8.5	Hinnoittelu	37
8.6	Mainonta	38
8.7	Palaute ohjelmapalveluiden tuottajille.....	39
9	YHTEISTYÖKUMPPANEIDEN NÄKEMYKSIÄ YHTEISTYÖSTÄ.....	39
10	POHDINTOJA	41
	LÄHTEET	44
	LIITE/LIITTEET	
	1 Ohjelmapalveluiden sisältö ja kustannukset	
	2 Retkiohjelmaehdotelma	
	3 Talvi-illan menu	
	4 Kysely palveluntarjoajille	

1 JOHDANTO

Pertunmaa on n. 2200 asukkaan kunta Etelä-Savossa, Hämeen ja Savon rajamailla. Se on pääkaupunkiseutulaisten suosimaa matkailualueetta, jossa on yli 1700 loma-asuntoa ja kesäasukkaita n. 3700 henkilöä. Valtatie 5:n varrella sijaitsee Pertunmaan kehittyvä taajama, Kuortti. Se on erilaisia palveluja ja pienyritystoimintaa tarjoava palvelu- ja liikekeskittymä. (Pertunmaan kunta.)

Pertunmaan matkailuyrittäjien ongelmana on sen kausiluonteisuus. Kesäaikana seudulla on runsaasti matkailijoita, mutta syys- ja talviaikana matkailijamäärät pienenevät huomattavasti. Opinnäytetyömme on kehittämistyö, jonka pyrkimyksenä on ratkaista kyseinen ongelma yhdessä maaseutumatkailuyrityksessä. Tarkoituksenamme on kehittää Lomamaalla Pinnun mökit –yrityksen asiakkaille käyttöön erilaisia ohjelmapalveluja. Tarkoituksena on niiden avulla lisätä yrityksen vetovoimaisuutta syys- ja talvimatkailijoiden keskuudessa. Lisäksi pyrimme kehittämistyön myötä laajentamaan työmme toimeksiantajan yhteistyöverkostoa. Opinnäytetyömme aihe on syntynyt yrittäjän tarpeesta saada kesäsesongin ulkopuolelle ohjelmapalveluja matkailijoiden käyttöön yrityksen mökkien käyttöasteen lisäämiseksi. Yrityksellä ei ennestään ole käytössä ohjelmapalveluja.

Opinnäytetyömme kirjallisuusosassa kerromme matkailun sekä maaseutumatkailun nykytilasta. Käsittelemme myös ohjelmapalvelujen ja tuotteistamisen vaikutuksia matkailuun. Kehittämistyössämme selvitimme työmme toimeksiantajan toivomia palveluja, jotka toimisivat matkailijoita houkuttelevina lisäpalveluina. Kartoitimme ensisijaisesti pertunmaalaisia yrityksiä ohjelmapalveluiden mahdollisiksi tuottajiksi. Koska Pertunmaan palvelutarjonta oli suppea, laajensimme kartoitusta myös Mäntyharjun alueelle. Tämän kartoituksen suoritimme Internetin, haastatteluiden sekä tutustumiskäyntien avulla tammikuussa 2011.

Kartoituksen pohjalta valikoituivat yritykset, joiden kanssa ryhdyimme suunnittelemaan ohjelmapalveluita mökkimatkailijoiden käyttöön. Suunnittelutyötä varten järjestimme erikseen jokaisen yrittäjän ja työmme toimeksiantajan kesken palaverin tammikuussa 2011, joissa keskusteltiin ohjelmapalveluiden sisällöstä, kestosta ja hinnasta sekä molemmin puoleisesta mainonnasta.

Ohjelmapalveluiden hahmotuttua järjestimme testausviikonlopun maaliskuussa 2011, johon kutsuimme 6 hengen naisryhmän. Toteutimme viikonlopun aikana kolme ohjelmapalveluvaihtoehtoa. Viikonlopun päätteeksi keräsimme testiryhmältä palautteen ja pyysimme kehittämisehdotuksia viikonlopun aikana järjestetyistä ohjelmapalveluista. Lisäksi teimme palveluntarjoajille kyselyn yhteistyön hyödyistä ja haasteista.

2 MAASEUTUMATKAILU

Maaseutumatkailu on aloitettu maatalouden liitännäistoimintana. Kaupunkilaistumisen myötä maaseutu on ruvennut kiinnostamaan ihmisiä lomanviettopaikkana. (Lindell 2011.)

2.1 Maaseutumatkailun perusteet

Maaseutumatkailu perustuu maaseudun luontaisiin edellytyksiin ja voimavaroihin. Lisäksi yrityksille on tyypillistä perhe- ja pienyrittäjäys. Perinteistä maaseudun matkailupalvelua on mökkien vuokraaminen, ateriapalvelut ja maatilalomat. (MTK.) Maaseutumatkailua voi olla myös mm. ulkoilu, metsäretket, vaellukset, soutelu, kalastaminen, perhejuhlat, ystävien tapaaminen, paikallinen ruoka, suoramyyni, kulttuuri-tapahtumat, kilpailut tai näyttelyt (Lindell 2011).

Maaseutumatkailussa yhdistetään ekologisesti, sosiaalisesti, taloudellisesti ja kulttuurisesti kestävä matkailu, väljä, puhdas ja rauhallinen maaseutu sekä maaseudun ihmisten monipuolinen osaaminen ja kulttuuri matkailupalveluksi, jota voidaan myydä ja markkinoida. Maaseutumatkailu ei ole itsenäinen toimiala, vaan sen tarjoamat palvelut voidaan jakaa ravitsemis-, majoitus-, ohjelma- ja oheispalveluiksi. Myöskään kaikki maaseudulla tapahtuva matkailu ei ole maaseutumatkailua. Tärkeimmät arvolähtökohdat maaseutumatkailussa ovat ympäristövastuullisuus, terveys ja maaseudun kulttuuriperinnön vaaliminen. (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä.)

Suomessa oli vuonna 2007 yhteensä 23 179 monialaista maatilaa, niistä erityyppisillä palvelualueilla toimivia oli 14 470 kappaletta. Taulukosta 1. voidaan havaita, että matkailu-, majoitus- ja virkistyspalveluja päätuotteenaan tuottavia edellä mainitusta määrästä oli 1 651 kappaletta. (Ryymän 2008, 14.)

TAULUKKO 1. Maatilat, joilla on sivuelinkeinona matkailua (Ryymän 2008, 14.)

Vuosi	2002	2003	2005	2007	%- osuus
Palvelut, kaikki	15 252	16 143	16 547	14 470	
Matkailu, majoitus- ja virkistyspalvelut					
Lomamökkien vuokraus	1 193	1 212	1 056	1 144	69 %
Majoituspalvelut	194	223	265	196	12 %
Virkistyskalastus, ratsastustalli, retkeily	576	209	212	48	3 %
Pitopalvelu ja/tai ateriapalvelut	177	166	144	78	5 %
Ravintola ja/tai kahvilatoiminta	132	146	117	118	7 %
Ohjelmapalvelut	...	91	71	67	4 %
Matkailu, majoitus- ja virkistyspalvelut yhteensä	2 272	2 047	1 865	1 651	100 %

2.2 Maaseutumatkailu Etelä-Savossa

Etelä-Savo tunnetaan parhaiten Saimaasta, sen saaristosta ja saimaannorpasta. Mikkelin tori, Savonlinnan Oopperajuhlat, Pieksämäen veturit ja Heinäveden luostarit tunnetaan alueen ulkopuolellakin. Lisäksi Etelä-Savo on Suomen järvisin ja metsäisin maakunta. Saimaa, Suomen suurin järvi, jakautuu suuriin selkävesiin, joista Haukivedellä ja Kolovedellä on kansallispuistot. Maakunnasta löytyy myös erämaajärviä sekä uhanalaisia eläimiä (saimaannorppa, valkoselkätikka, liito-orava, nierä). Veneilijöille, harrastelijakalastelijoille ja erärekeilijöille maakunnassa on runsaasti nähtävää. Kattava veneily- ja retkisatamien verkosto, opastetut melontareitit, luonnonsuojelualueet ja pari kansallispuistoa takaavat sen, että maakunta on mm. näiden tekijöiden vuoksi suosittua matkailualueita. (Etelä-Savon maakuntaliitto 2009.)

Luonteenomaista Etelä-Savon matkailulle on runsas mökkitarjonta ja kesäkausipainotteisuus. Matkailuyritykset ovat pääsääntöisesti pieniä ja sijaitsevat hajallaan. (Etelä-Savon maakuntaliitto 2007.) Pienyritysvaltaisuuden etuna maaseudulla onkin se, että pienet yritykset kierrättävät matkailutuloa paikkakunnan sisällä (Borg ym. 2002, 66). Alueella kuitenkin on vahvoja matkailukeskittymiä, jotka muodostuvat verkottuneista

palveluista ja yrityksistä. Edellä mainitun, runsaan mökkitarjonnan vuoksi Etelä-Savolla on johtava asema maaseutumatkailu maakuntana. (Etelä-Savon maakuntaliitto 2007.)

Pertunmaan kunnan alueella on kaikkiaan 22 yritystä, jotka tarjoavat asiakkailleen majoituspalvelua ja mökin vuokrausta. Kaikille näille yrityksille on yhteistä se, että majoituspalvelut ja mökin vuokraus ovat ns. sivutoimisia tai tasavertaisia elinkeinoja yrittäjälle. Valtaosa yrittäjistä harjoittaa myös jotakin muuta elinkeinoa. (Laitinen 2011.) Yritystietojen mukaan Suomessa päätoimisia matkailuyrityksiä on noin 25 % ja maa- ja metsätalouden sivuelinkeinona matkailuyrittämistä harjoittaa noin 40 % yrityksistä. Lopuilla päätoimeentulo on muu yritystoiminta (esim. koneurakointi), palkkatyö tai eläke. Yrityksistä kaksi kolmannesta harjoittaa toimintaansa ympärivuotisesti. Neljännes maaseutumatkailuyrityksistä toimii ainoastaan kesäsesonkina. Eniten tällaisia kesäsesonkiin nojaavia yrityksiä sijaitsee Etelä-Karjalassa ja juuri Etelä-Savossa. (Ryymän 2008, 15.)

Työmme toimeksiantajan maaseutumatkailu yritys toimii Etelä-Savossa, Pertunmaan kunnassa. Pinnun sukutila, Hartosenpään kylässä, on ollut suvun omistuksessa jo neljännessä polvessa. Majoitustoimintaa on harjoitettu tilalla vuodesta 1970 alkaen. Vuoteen 1998 asti majoitustoiminta on ollut maanviljelyksen ja karjatalouden ohella sivutoimista yrittäjän vanhempien toimesta. Toimintaa on kehitetty nykyiseen muotoonsa 2000 –luvulla. (Lomamaalla Pinnun mökit.) Lomamaalla Pinnun mökit on yhden ihmisen sivutoimisesti työllistävä yritys. Nykyisin yrittäjänä toimii Salla Wahlman puolisonsa Tuomo Törnroosin, sekä perheen avustamana. Tilan hoidon ja mökkiyrittäjyyden lisäksi yrittäjä toimii taide- ja taitoaineiden opettajana. Hänellä on tekstiilimuotoilijan ammattikorkeakoulututkinto, opettajankoulutus sekä matkailualan perustutkinto. (Wahlman 2010.)

Lomamaalla Pinnun mökien liikeideana on tuottaa asiakkailleen luonnonläheistä, perinteitä kunnioittavaa ja maaseutukulttuuria ylläpitävää mökkimajoitusta (Wahlman 2010). Yrityksellä on Pertunmaalla kuusi vuokrattavaa mökkiä:

- Mäntyrintne: 145m² ympärivuotisesti vuokrattava mökki maksimissaan 6+4 henkilölle, Mäntyrinteen rannassa on 30m² savolaistyyppinen perinnesauna
- Vuorkangas: 40m² ympärivuotisesti vuokrattava mökki maksimissaan 3+2 henkilölle (Lomamaalla Pinnun mökit.)

- Orvokinranta: 50m² ympärivuotisesti vuokrattava mökki maksimissaan 3+1 henkilölle, lisäksi aittamajoitusta kesällä 2 hengelle (Wahlman 2010.)
- Hienohiekka: 53m² mökki toukokuusta syyskuuhun vuokrattava mökki 2+3 henkilölle
- Niemenkärki: 34m² mökki huhtikuusta marraskuuhun vuokrattava mökki 2+1 henkilölle
- Länsiranta: 30m² mökki huhtikuusta marraskuuhun vuokrattava mökki 2+1 henkilölle (Lomamaalla Pinnun mökit.)

Kesäaikaan yrityksen mökkimajoituskapasiteetti tarjoaa majoitusta 33 hengelle. Talviaikana majoitusta on tarjolla 19 hengelle. Yrityksen varsinainen sesonkiaika on kesä-elokuu sekä aika joulukuun puolesta välistä tammikuun puoleen väliin. Sesonkiaikoina mökkien käyttöaste on noin 70 % ja sesonkiaikojen ulkopuolella noin 20 %. Yrityksen asiakkaista 30 – 40 % on ulkomaalaisia: venäläisiä, sveitsiläisiä ja saksalaisia. (Wahlman 2011.)

2.3 Tulevaisuuden näkymät

Suomessa toimii entistä enemmän maaseutumatkailuun erikoistuneita yrittäjiä. Tämän vuoksi kilpailu matkailijoista kiristyy ja ammattiosaaminen korostuu. Tilanteen hallitsemiseksi yrittäjien välistä yhteistyöverkosta täytyy kehittää ja jakaa tietoja yrittäjältä yrittäjälle sekä hyödyntää Internetiä tehokkaammin. Lisäksi maaseutumatkailun haasteena on kehittää ohjelmapalveluja ympärivuotisesti saataviksi. Ohjelmapalveluiden kehittämiseksi tulisi hyödyntää entistä enemmän luonnon läheisyyttä ja vuodenaikojen vaihtelevuutta. Maaseutumatkailun saralla kiireettömyys, aikatauluttomuus, erilaisuus ja paikallisuus tarjoavat asiakkaille mahdollisuuden tutustua maaseutuun uudella tavalla. Lisäksi kaupunkilaismatkailijat, joilla ei ole ollut mitään yhteyksiä maaseudulle, haluavat päästä tutustumaan maaseutuun. Osaltaan tämä luo maaseutumatkailuyrityksille kehittämispaineen. (Lindell 2011.)

Maaseutumatkailun tulevaisuudessa kansainvälisyys ja yksilölliset matkailijat lisääntyvät. Ympäristösyistä lähialuematkailun suosio kasvaa ja kiireisen elämänrytmin myötä hyvinvointimatkailun merkitys korostuu. Matkailijaryhmänä eläkeläisten määrä kasvaa suurien ikäluokkien ikääntymisen myötä. Lisäksi ympärivuotinen matkailu

lisääntyy. Tulevaisuudessa Suomen maaseutumatkailusta odotetaan lopulta tulevan tärkeä vientitoimiala. (Lindell 2011.)

3 MATKAILUN HAASTEELLISUUS

Matkailu on Suomessa alueellisesti merkittävä elinkeino ja sen merkitys korostuu paikallisesti erityisesti syrjäisillä alueilla sijaitsevien matkailukeskusten yhteydessä. Joillakin alueilla matkailu on lähestulkoon ainoa vaihtoehto alueen elinvoimaisuuden säilyttämiseksi. (KTM 2006, 13.) Mahdollisuudet ja heikkoudet luovat matkailulle ja sen kehittämislle lukuisia haasteita.

3.1 Mahdollisuus

Matkailun vahvuuksia Suomessa ovat ihanteellinen asema Venäjän naapurina, houkuttelevat matkailualueet, kuten esim. Järvisuomi, Lappi, Turun Saaristo ja Helsinki (Harju-Autti 2010). Suomen monimuotoinen ja puhdas luonto, kulttuuri, korkeaelintaso ja elämisen laatu sekä hyvä sisäinen ja ulkoinen turvallisuus ovat Suomen matkailun perustana vahvoja. Myös edellytykset matkailun kehittymislle ovat hyvät. Suomen pohjoinen sijainti, vuodenaikojen rytmi, vesistöt, rannikot, saaristot, tunturit ja metsät sekä niiden muodostama vaihteleva pinnanmuodostus ovat tärkeitä tekijöitä matkailussa ja sen kehittymislssä. (KTM 2006, 10 - 14.)

Pertunmaan vahvuuksia matkailun saralla on mm. sen sijainti valtatie varrella. Yhteydet pääkaupunkiseudulle ovat nopeat Lahden ja Heinolan moottoriteiden sekä uusitun 5 -tien myötä. Juuri tämän seikan takia Pertunmaa onkin hyvin suosittu pääkaupunkiseutulaisten kesäpaikkakuntana. Paikkakunnalta on hyvät yhteydet myös 4-tielle ja Keski-Suomeen. Sijaintinsa lisäksi Pertunmaan voimavarana on puhdas luonto, kalaisat ja puhdasvetiset järvet sekä monipuolinen ympäristö. (Pertunmaan kunta.)

Vesistöt – järvet, meri, joet, kosket, saaret, saaristo ja rannikko – ovat Suomen matkailun keskeisiä vetovoimatekijöitä. Matkailualan toimijoiden perustietämys ja tuntemus toiminta-alueensa vesistöluonnosta sekä siihen liittyvistä perinteistä ja erikoispiirteistä on heikkoa. Tästä syystä vesistöt ja niiden hyödyntäminen ovatkin vielä monessa suhteessa suuri mahdollisuus matkailuyrittäjille. Jotta niitä päästäisiin hyödyntämään

enemmän, on eri toimijoiden kehitettävä yhteistyötä toistensa kanssa. (KTM 2006, 30.) Pertunmaalla on reagoitu vesialueiden kehittämiseen ja niiden hyödyntämiseen matkailuvaltteina. Samalla kunta pyrkii vastaamaan kalastusmatkailukysyntään. Paikkakunnalla kalastusmatkailun kehittäminen on parhaillaan työn alla. Käynnissä on mm. matkailijoiden käyttöön tulevien kala-aldaiden rakennusprojekti. (Laitinen 2010.)

Suomalainen puhdas luonto, luontoon liittyvä rauha ja hiljaisuus, suomalainen sauna, esteettisyys, ruoka hyvinvoinnin osana, yrtit ja monipuoliset aktiviteetti- ja passiiviteettimahdollisuudet luovat hyvinvointimatkailulle hyvän pohjan. Näiden pohjalta matkailulle luodaan hyvät lähtökohdat kehittyä mm. rentoutumis-, hemmottelu- sekä työkyky- ja työhyvinvointitoiminnassa, joiden kysyntä ja tarve ovat kiireisen elämänrytmin myötä kasvaneet. (KTM 2006, 31.)

Suomi on loppujen lopuksi niin yhtenäinen alue, että sitä voidaan yleistetysti kuvata vesien ja metsien sekä kesän ja talven matkailumaana. Luonnonvetovoiman osatekijät jakautuvat kuitenkin maantieteellisesti niin, että muodostuu potentiaaliltaan eriarvoisia alueita. Tärkeät luonnonmaantieteelliset vetovoimatekijät kasautuvat yhtäällä mutta jäävät vajaiksi toisaalla. Näin ollen Suomen eri alueilla on erilaiset edellytykset mm. eri vuodenaikojen hyödyntämiseen ja erilaisiin matkailun muotoihin ja rakenteisiin. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 45.)

Kesäaikana Pertunmaalla on noin 3700 kesäasukasta ja siellä järjestetään lukuisia tapahtumia. Viikko Juhannuksen jälkeen vietetään perinteisiä Pertun päiviä, joka on koko perheelle tarkoitettu viikonlopputapahtuma. Pertun päivien lisäksi joka kesä järjestetään Pertun pyöräily. Kulttuuritoimi järjestää myös erilaisia leirejä, yhteislauluiltoja, kesätapahtumia ja konsertteja paikkakuntalaisten ja matkailijoiden iloksi. Kesäaikana tapahtumatarjonnasta löytyy myös mm. Käsityöpuoti Talvikin Pihaporinat, Kuortin Kisahallin Pässeiltamat, Pertunmaan markkinat kesäkuussa sekä Kuortin markkinat lokakuussa. (Peruvesi & Vihantasalmi, 6 - 7.) Talvella paikkakunnalla on järjestetty Talvipäivätapahtuma, joka on kerännyt osaltaan noin 200 osallistujaa mm. pelaamaan luutapalloa, mäenlaskuun, hevosajelulle sekä tutustumaan eri järjestöjen esittelyihin. Talvipäivätapahtumanjärjestelyihin keväällä 2011 osallistuu eri järjestöjen ja kunnan lisäksi myös muutamia mökkimatkailuyrittäjiä. (Laitinen 2011.)

3.2 Heikkoudet

Suomalaisen matkailuelinkeinon pohja on kotimaisessa kysynnässä. Alan kehittymisen perusta, kasvu ja lisäarvo muodostuvat kuitenkin ulkomailta, ulkomaisesta matkailutulosta ja kotimaan matkailua parempikatteisesta kysynnästä. Heikkouksina Suomen matkailussa voidaan mainita korkea hintataso, saavutettavuus yleensä ja tuntemattomuus. (Harju-Autti 2010, 21.) Asiakkaan palveluketjun hallinta on usein puutteellista ja matkailupalvelujen laatu epätasaista. Verkostomaisesti syntyneitä tuotekokonaisuuksia ja palvelupaketteja on tarjolla hyvin vähän. Lisäksi matkailupalvelujen saatavuus on yksi suuri heikkous Suomen matkailussa. Myös matkailumarkkinoinnista löytyy runsaasti kehitettävää. (KTM 2006, 15.)

Yritysten pieni koko saattaa johtaa harrastelijamaiseen yrittämiseen sekä pienen liikevaihdon myötä kannattavuuden puutteeseen (Ryymän 2008, 32). Maaseutumatkailuyritysten ollessa Pertunmaalla yrittäjien sivutoiminen elinkeino, voidaan pitää mahdollisena että se voi jopa hidastaa maaseutumatkailun kehittymistä yrittäjien resurssipulan takia. Tämän vuoksi kunnan toimesta paikkakunnan matkailuyrittäjien kesken on viritetty tiiviimpää ja aktiivisempaa yhteistyötä yhteistyöpalaverien avulla, joissa yrittäjät voivat jakaa toistensa kanssa tietoja ja suunnitella yhteistyötä. (Laitinen 2011.)

Matkailuelinkeinossa tulisi varautua erilaisiin, ulkopuolisiin uhkiin. Polttoaineen hinnannousu, hintatason ja kustannusten nouseminen sekä talouden laskusuhdanne vaikuttavat matkustuspäätöksiin. Ilmastonmuutos puolestaan vaikuttaa vuodenaikojen pituuteen, joka vaikuttaa taas matkailukohteiden rakentamiseen ja tuotekehitykseen. Metsien ja vesistöjen puhtaus sekä luonnon hyvä tila ovat olleet matkailun perusedellytyksiä. Ne ovat Suomen suurimpia myyntivaltteja. Puhtauden ja hyvän tilan ylläpitäminen tulevaisuudessa on haasteellista. Lisäksi maaseudun autioituminen heikentää osaltaan monien matkailuyritysten sekä matkailijoiden tarvitsemien perus- ja tukipalveluiden tasoa ja saatavuutta. Matkailuelinkeinon suuriksi kysymyksiksi voivat muodostua myös työvoiman ja yrittäjien väheneminen. (KTM 2006, 16.)

Haasteena Pertunmaan matkailussa on tarvittavan moniosaajan puuttuminen. Kunnan alueella olisi tarvetta henkilölle, joka hallitsisi erilaisia kädentaitoja, olisi kielitaitoinen ja pystyisi viemään keskitetysti useamman mökkiyrittäjän asiakkaita mm. makkaripaistoon, eräretkelle tai mato-ongelle. Tällöin yrittäjän itsensä ei tarvitsisi irtautua

yrityksestään tai hankkia tarvittavia välineitä tai tieto-taitoa. Ongelmana on kuitenkin työ määrän vähyys, joka hankaloittaa kyseisen työntekijän löytämistä. (Laitinen 2011.)

Pertunmaalla yhtenä suurena ongelmana on myös matkailijoiden raju väheneminen syksyllä. Useat tahot ovat pohtineet, kuinka paikkakunnan matkailusezonkia saataisiin aikaistettua keväällä ja jatkettua kesän jälkeen. Toistaiseksi ongelmaan ei ole löytynyt yksiselitteistä ratkaisua, mutta syksyä on ryhdytty mainostamaan tehokkaammin hyvänä sien-, marja- ja retkeilyaikana. Tuolloin Pertunmaalla olisi helppoa nauttia luonnosta, rauhasta ja hiljaisuudesta. Lisäksi mainostetaan 5 km valaistua vaelus/hiihtoreittiä ja 13 km ulkoilureittiä Pertunmaan keskustasta Kuorttiin. Pertunmaan läheisyydessä sijaitsee myös Repoveden ja Leivonmäen kansallispuistot, joita kunnan Internet sivustoilla mainostetaan käyntikohteena Pertunmaalta käsin. Talven hiljaista aikaa vastaan paikkakunnalla on aikanaan ryhdytty järjestämään talvipäivätapahtuma, joka on saanut suuren suosion niin paikkakuntalaisten, loma-asukkaiden ja muiden matkailijoiden keskuudessa. Lisäksi järjestetään kuutamohiihtoja, kirjastotapahtumia sekä liikuntatoimen järjestämiä retkiä. Tällä tavoin pyritään saamaan paikkakunnalle lisää matkailijoita myös talvi-aikana. (Laitinen 2011.)

4 OHJELMAPALVELUT MÖKKIMATKAILUN AKTIVOIJINA

4.1 Ohjelmapalvelut

Matkailun ohjelmapalveluille on useita määrittelyjä. Kauppa- ja teollisuusministeriön matkailun ohjelmapalvelujen toimialakatsauksessa ohjelmapalvelut matkailussa määritellään matkailutuotteeseen liittyviksi aktiviteeteiksi. Ne muodostavat matkan toiminnallisen osan. Ohjelmapalvelut voivat olla matkan ostajan kannalta valintapäätökseen vaikuttavia matkakohteen vetovoimatekijöitä tai viihtyvyyttä lisääviä tekijöitä. Yhdistyneiden kansakuntien alajärjestö World Tourism Organisation (WTO) luokittelee ohjelmapalvelut puolestaan vesi- ja ranta-aktiviteetteihin, talviaktiviteetteihin, luontomatkailuun, sosiaaliseen elämään ja kilpailuihin. (Verhelä & Lackman 2003, 16-17.)

Opetushallituksen vahvistamissa matkailualan perustutkinnon perusteissa ohjelmapalvelut määritellään kuitenkin omatoinisiksi tai ohjatuiksi toiminnoiksi (Verhelä &

Lackman 2003, 17). Lisäksi ohjelmapalvelut voidaan jakaa toiminnallisesti kolmeen eri asteeseen: passiivisiin, puoliaktiivisiin ja aktiivisiin. Ohjelmapalveluiden taustalla on myös aina tietty teema. Teemoina voivat olla luonto, kulttuuri, viihde, liikunta ja terveys. (Borg ym. 2002, 133.)

Yhteistä näissä kaikissa määritelmissä on se, että ohjelmapalvelu rinnastetaan matkailijan osallistumiseen johonkin aktiiviseen toimintaan tai tapahtumaan. Ohjelmapalveluita tuottavat useat eri toimijat: hotellit, ravintolat, ohjelmapalveluyritykset, yksityisyrittäjät, kunnalliset ja alueelliset matkailuorganisaatiot, matkanjärjestäjät sekä erilaiset yhteisöt ja järjestöt. (Verhelä & Lackman 2003, 17.)

Ohjelmapalveluja matkansa aikana käyttävä matkailija pyrkii useimmiten saamaan matkallaan uusia kokemuksia tai elämyksiä. Matkailu- ja ohjelmapalveluja tuottava yritys ei varsinaisesti voi tuottaa elämystä asiakkaalle, koska elämys syntyy matkailijan mielessä. (Verhelä & Lackman 2003, 34 - 35.) Matkailijan kokemuksessa on olennaista se, että palvelun tarjoaja kehittää ne olosuhteet, joissa elämys voi syntyä (Borg ym. 2002, 26). Elämyksellä yleensä tarkoitetaan voimakkaasti vaikuttavaa kokemusta, tapahtumaa tai muuta voimakkaan vaikutuksen tekevää tilannetta. Lapin elämysohjelmapalveluosaamiskeskus määrittelee elämyksen moniaistiseksi, muistijäljen jättäväksi, myönteiseksi ja yksilölliseksi kokemukseksi. Kokemuksen ja elämyksen erona on se, että elämys on yksilöllisempi kuin kokemus. Tämän vuoksi elämys ei ole samalla tavalla yksilöiden välillä verrattavissa, kuten kokemus on. Elämys on subjektiivinen, eikä sen oikeellisuudesta tai vääryydestä voida neuvotella. (Komppula & Boxberg 2002, 26 - 27.)

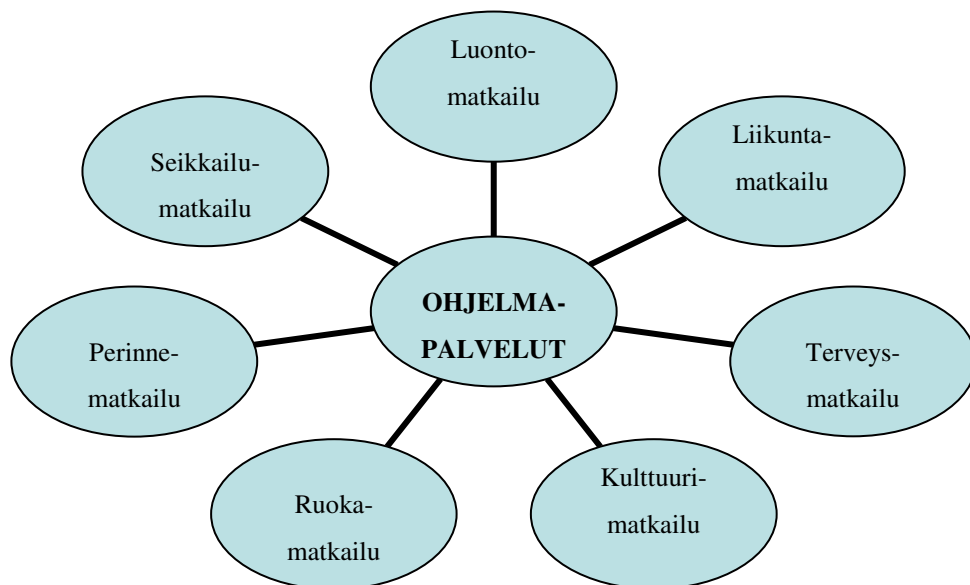
Ohjelmapalveluiden lähtökohtana on siis asiakas ja hänen tarpeensa, jonka tyydyttämiseksi hän ostaa ja kuluttaa palveluja. Nämä tarpeet ovat perusteena hyvälle tuotesuunnittelulle. Kun palvelutuotetta suunnitellaan, on tärkeää ottaa huomioon yhteys muihin ympärillä oleviin matkailualan osa-alueisiin. Tarvittaessa voidaan verkostoitua muiden toimijoiden kanssa. (Verhelä & Lackman 2003, 9 - 37.)

Varusteet, välineet ja laitteet ovat palvelun tai tuotteen teknisiä osia. Niihin liitetään myös palveluhenkilöstön läsnäolo ja vuorovaikutustaidot. Laatuajattelu, lainsäädännön vaatimukset sekä turvallisuus ja ympäristönäkökohdat ovat edellytyksenä hyvälle suunnittelulle ja myös toteutukselle. Ohjelmapalvelun tuottaja kokoaa näistä osateki-

jöistä puitteet asiakkaalle jossa hän voi kokea elämyksiä. Ohjelmapalvelut ovat merkittävä ja myös kasvava osa matkailuelinkeinoa. (Verhelä & Lackman 2003, 9 - 37.)

Ohjelmapalvelutuotanto on kehittynyt kysynnän kasvaessa ammattimaiseksi myös maaseutumatkailuyrityksissä. Ohjelmapalveluiden kysynnästä vain 30 % kohdistuu kaupunkiseuduille, joten valtaosa palveluista toteutetaan maaseudulla. Kysytyimpiä ohjelmapalveluita ovat luontoretket ja safarit (57 %) sekä elämysmatkat ja seikkailut (18 %). (Ryymän 2008, 19.)

Ohjelmapalvelut jakautuvat (kuvio 1.) erilaisiin ohjelmapalvelutyyppeihin (Verhelä & Lackman 2003, 94). Keskitymme kehitystyössämme tarkemmin luonto-, liikunta-, ruoka- ja terveysturmatkailuun, koska työmme toimeksiantajan toivomuksesta kehitämme ohjelmapalveluita juuri näiden teemojen ympärille. Lisäksi ne ovat muidenkin Pertunmaan kunnan alueella toimivien matkailuyritysten kehityskohteita kasvavan kysynnän vuoksi.



KUVIO 1. Ohjelmapalvelutyyppejä (Verhelä & Lackman 2003, 94.)

4.2 Luontomatkailu

Luonto matkailun toimintaympäristönä ja matkustusmotiivina on vanha. Luontomatkailu on kehittynyt globalisoitumisen ja matkustamisen lisääntymisen myötä – luonnon merkitys matkailun elementtinä on kasvanut ja kasvaa edelleen. Suomen matkai-

lun tärkeimpiä vetovoimatekijöitä ovat luonto sekä luonnossa tapahtuvat aktiviteetit ja ohjelmopalvelut. Matkailun kehittyminen tuottoisammaksi elinkeinoksi on kuitenkin riippuvainen ympäristön puhtaudesta. (Verhelä & Lackman 2003, 65 - 97.)

Luontomatkailulla tarkoitetaan matkustamista luontoon joko omatoimisesti tai matkanjärjestäjän ohjaamana niin, että olennaisena osana matkaa on lihasvoimin tai luonnonvoimiin perustuva liikkuminen luonnossa. Luontoon kohdistuvassa matkailussa puolestaan luonto ja sen mahdollisuudet ovat tuotteen toimintaympäristönä. Tällaista luontoon kohdistuvaa matkailua ovat mm. moottorikelkkailu, laskettelu tai kalastaminen. (Verhelä & Lackman 2003, 98.)

Luontoaktiviteettitarjonta sekä kilpailu alalla ovat kasvaneet jatkuvasti. Yleisimpiä talviaktiviteetteja ovat kelkka-, mönkijä-, koira- ja porosafarit sekä hiihtovaellukset. Kesän aktiviteeteistä matkailijoita kiinnostaa puolestaan eniten melonta, kalastus, pyöräily, vaellus sekä patikointi. Kalastus vaatii hyvän tuotteistuksen että se olisi matkanjärjestäjien kannalta kannattava tuote. Ulkomaalaiset matkailijat, erityisesti venäläiset turistit ovat kiinnostuneet juuri kalastamisesta ja siihen liittyvistä aktiviteeteistä. (Liuksila 2010, 26.)

Pertunmaa markkinoi kuntaa matkailijoille retkeilyreittien ja puhtaan luonnon avulla. Sen lisäksi Pertunmaan sijainti on oivallinen kansallispuistoalueisiin nähden. Repoveden kansallispuistoon on kunnan keskuksesta matkaa n. 70 km ja Leivonmäkeen n. 75 km. Kansallispuistojen läheisyys antaa matkailijalle mahdollisuuden harjoittaa luontomatkailun lisäksi myös liikuntamatkailua.

4.3 Liikuntamatkailu

Liikuntamatkailu sisältää matkailijan matkan yhteydessä käyttämät liikuntapalvelut. Matkailua edistävinä liikuntalajeina voidaan Suomessa pitää mm. maastohiihtoa, laskettelu, golfia sekä useita sisäliikuntamuotoja. (Liuksila 2010, 24.) Lisäksi matkanmotiivina voi olla osallistuminen liikunta-aktiviteetteihin tai –tapahtumiin tai tällaisten tapahtumien seuraaminen. Liikuntamatkailussa pääpaino ei välttämättä ole kaikkien matkailijoiden kohdalla omassa fyysisessä suorituksessa, vaan olennaista on se, että matkailupalveluiden kokonaisuus liittyy liikuntaan. (Verhelä & Lackman 2003, 125 – 126.)

Liikuntamatkailu on vahvasti kytköksissä terveysturmatkailuun. Itsensä hoitaminen ja fyysisen kunnon ylläpitäminen ovat suuntauksia, jotka näkyvät myös matkailupalveluiden kulutuksessa. Liikuntamatkailu on itsensä hoitamista liikunnallisesti. Terveysturmatkailuun siirrytään, kun hoitamiseen liitetään terveydenhuollon toimenpiteitä tai terveydenhuollon ammattilaisten toimenpiteitä. Kiireisen elämänrytmin vastapainoksi matkailijat ovat ryhtyneet entistä enemmän huolehtimaan itsestään myös liikkumalla. Tästä syystä liikuntamatkailun suosio kasvaa ja sitä tulee kehittää. (Verhelä & Lackman 2003, 125 – 126.)

Liikuntamatkailu näkyy työmme toimeksiantajan mökeillä kohtuuhintaan vuokrattavina liikunta- ja ulkoiluvälineinä. Niiden varaus ja vuokraus tapahtuvat yrittäjän kautta. Lisäksi yrityksen Internet-sivustoilla on näkyvillä erilaisia Pertunmaalta ja sen lähiseuduilta löytyviä liikuntavaihtoehtoja ja -palvelunjärjestäjiä, joihin matkailija voi omatoimisesti osallistua tai ottaa yhteyttä.

4.4 Ruokamatkailu

Yksi erikoismatkailun muoto on ruokamatkailu. Ruokamatkailuun kuuluvat erilaiset teematapahtumat, kulinaristiset matkat, viini- ja olutmatkat sekä eräruokailut. (Verhelä & Lackman 2003, 151.) Niissä ruoka ja juoma sekä ruokaelämysten kokeminen ovat ainakin osittainen syy matkakohteen valinnassa. Ruoka onkin ollut usein peruste, jonka mukaan matkailijat ovat valinneet matkakohteen. Tällainen ruokamatkailu palvelee eri aloja ja erilaisia alueita. Se hyödyttää myös maaseudun pienyrittäjiä, koska se keskittyy paikallisiin erikoisuuksiin ja aitojen alueellisten tuotteiden etsimiseen. Suomen erikoisuutena on idän ja lännen kohtaaminen ruokakulttuurissakin. Lisäksi suomalaiset ruokaperinteet ja erinomaiset luonnon raaka-aineet ovat helposti ja turvallisesti hyödynnettävissä. (Hellstedt 2008.)

Jo pelkästään Pertunmaan alueelta löytyy mm. karja- ja lammastiloja, kalastajia, marja- ja perunaviljelijöitä sekä paikkoja näiden elintarvikkeiden jalostamiseksi. Näin ollen seudulla on hyvät mahdollisuudet kehittää ruokamatkailua.

4.5 Hyvinvointi- ja terveysturmat

Matkailijoiden kasvava tarve itsensä hemmotteluun vaatii lisää uudenlaisia matkailupalveluita ja niiden kehittämistä. Itsestään huolenpitäminen elämänsä asenteena on lisääntynyt ja näkyy näin myös matkailussa. Terveiden sekä mielenterveyden hoitaminen ja vaaliminen, itsensä kohtaaminen, yrittäminen, kasvit, sauna, luonto sekä erilaiset ”opit” (esim. jooga) liittyvät tähän aihepiiriin. (Verhelä & Lackman 2003, 33.)

Terveysturmatulla tarkoitetaan sellaista matkailua, jonka aikana matkailija hoitaa joko fyysistä tai henkistä terveystään tai harrastaa terveystään ylläpitäviä asioita. Hyvinvointiajatteluun matkailussa liittyy olennaisena osana itsestään ja terveystään huolehtiminen. Ihmisten kiireinen elämänsä rytmi, masennuksen lisääntyminen, loppuun palaminen työssä sekä muut mielenterveydelliset ongelmat ovat lisääntyneet. Näin itsensä huomioimiseen ja omaan olemiseen keskittyminen jäävät työn ja kiireen keskellä unohtuiksi. Matkalle lähdettäessä ollaan irti arjesta, joten uusien elämäntapojen, hoitotapojen ja harrastusten, ruokatuottumusten ja liikuntamuotojen aloittaminen on helpompaa kuin kotona. (Verhelä & Lackman 2003, 139 – 140.)

Virkistykseen tarkoitettu terveysturmatusta puhutaan, kun matkan pääasiallinen motiivi on rentoutuminen ja lomavietto. Näihin elementteihin on yhdistetty terveystään ylläpitämiseen liittyviä ohjelmapalveluita. Tällöin tavoitteena on, että matkailija omaksuu uusia itsensä hoitamiseen liittyviä asioita, toimintatapoja ja ajatuksia sekä pysähtyy miettimään niiden vaikutuksia omaan elämänsä ja terveystensä. Tällaisilla matkoilla ei välttämättä tarjota varsinaista terveystenhoitoa, vaan kannustimena uuteen voivat olla matkaryhmän muut osallistujat, asiantuntijat tai ohjaajat. (Verhelä & Lackman 2003, 141.)

Hyvinvointi- ja terveysturmatuun kuuluu myös työkykyä ylläpitävä toiminta (TYKY). Tällaisen toiminnan tarkoituksena on yllä pitää työväestön työkykyä kaikilla organisaatiotasolla sekä kaikilla ihmisen toiminnan tasoilla. Tavoitteena on jaksaminen työssä ja elämässä yleensä sekä sopeutuminen muutoksiin. (Verhelä & Lackman 2003, 142.)

5 PALVELUIDEN TUOTTEISTAMINEN

Tuotteistamisella tarkoitetaan tavaraa tai palvelua mistä asiakas saa tarvitsemansa hyödyn. Tuotteistamiseen voi osallistua yksi tai useampi yritys yhdessä. (Karhusaari & Nylund 2009, 58.)

5.1 Palveluiden kehittäminen

Tuotteistaminen ei ole palvelun muuttamista tavaraksi, vaan havaita jo olemassa oleva palvelutuote ja kehittää sitä edelleen (Lehtinen & Niinimäki 2005, 31). Tuotteella yritys haluaa ratkaista asiakkaalla esiintyvän ongelman, jota hän ei itse pysty tai jouda ratkaisemaan. Menestyvään tuotteeseen tarvitaan selkeä käsitys siitä mitä tarjotaan ja kenelle tarjotaan. Luovuuden avulla syntyy uusia tuoteideoita, joista sitten suunnitellaan uusi palvelu tai tuote. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 32.) Tuottavuuden ja kilpailukyvyn kannalta yrityksen on tärkeää kehittää uusia palveluinnovaatioita, jotka ovat toistettavissa useille asiakkaille. Sen uutuusarvo voi liittyä esimerkiksi hyötyyn jota tarjotaan asiakkaalle, asiakkaan kohtaamiseen tai tapaan, jolla palveluita tuotetaan. (Jaakkola ym. 2007, 4.)

Matkailussa tuote on palvelu, jolla on ennalta suunniteltu sisältö ja se koostuu useasta eri palvelunosasta. Tuotteita voivat olla esimerkiksi majoitus, ohjelmapalvelut, ateriapalvelut jne. Ohjelmapalvelut voivat olla esimerkiksi opastettua kalastusta tai luontopolku. (Maa- ja kotitalousnaisten keskus 1998, 68.) Erilaisia ohjelmapalveluita voidaan tarjota asiakkaille erillisinä palveluina tai osana matkapakettia (Karhusaari & Nylund 2009, 226). Ydinpalvelun ympärille voidaan siis suunnitella ja koota myös palvelupaketteja. Asiakkaan kiinnostus voi herätä vasta sitten ydinpalveluun, kun sen ympärille on suunniteltu liitännäispalveluita, joista asiakas saa hyötyä. Palvelupaketin rakentaminen yritetään tehdä niin, että asiakas saa positiivisia kokemuksia, jopa elämyksiä ennen ydinpalvelun käyttöä, sen aikana ja myös käytön jälkeen. Liitännäispalveluilla voidaan myös erottua muista saman alan yrityksistä, joihin kilpailuetu voi perustua osaksi tai kokonaan. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 39.) Opinnäytetyössämme tuotteistamme erilaisia palvelukokonaisuuksia, mutta emme muodosta niistä palvelupaketteja.

Tuotteistamisella tarkoitetaan työtä, jossa asiantuntemus tai osaaminen muodostuu myynti-, markkinointi- ja toimituskelpoiseksi palvelutuotteeksi (Parantainen 2007, 11). Kehitettäväksi valitun palvelun keskeiset ominaisuudet on hyvä määrittellä, kun palvelua aletaan tuotteistaa. Keskeisiä ominaisuuksia ovat palvelun sisältö ja käyttötarkoitus sekä miten palvelu toteutetaan. Yrityksen olisi tärkeää tietää, mitä aineetonta tai aineellista hyötyä asiakkaat haluavat palvelun avulla. Näin voidaan suunnitella palvelun sisältö ja toteuttamistapa asiakkaalle arvoa tuottavaksi palveluksi. Tuotteistamisella jäsenetään ja täsmennetään palvelutuotantoa hallittavampaan muotoon. Sillä myös kehitetään palveluita vastamaan paremmin asiakkaiden tarpeita. Kehitystyön päätarkoituksena on siis saada aikaan sellaiset palvelut, jotka tuottavat houkuttelevaa lisäarvoa asiakkaan mielestä. Sitä voidaan tehdä pikkuhiljaa tai täysin erillisenä hankkeena, joka kohdistuu suuremman uudistuksen aikaansaamiseksi. Palvelujen huomattava uudistamiseen suuntaava kehittäminen kannattaa tehdä projektityönä, johon käytetään työaikaa ja muita resursseja. (Jaakkola ym. 2007, 3 - 11.)

Tuotteistetulla palvelulla tarkoitetaan monelle asiakkaalle myytävää kokonaisuutta, joka on konseptin tulos (Lehtinen & Niinimäki 2005, 30). Parantainen (2007, 38.) kirjoittaa kirjassaan: "Yksi tuotteistamisen tärkeimpiä tavoitteita on tehdä ostamisesta mahdollisimman helppoa". Tuotteistamisella on siis tarkoitus parantaa yrityksen kilpailukykyä palvelun määrittelyyn, vakioimiseen, systematisointiin ja konkretisointiin avulla (Jaakkola ym. 2007, 5).

Tuotteistaminen tulisi aloittaa jo silloin, kun tuotesuunnitteluprosessi alkaa. Kehittämisen lähtökohtana täytyy muistaa asiakasnäkökulma. Tuotteistaminen pohjautuu toimintasuunnitelmaan, joka on jo määritelty yrityksessä ja tuotteistamisessa on aina otettava huomioon myös markkinointinäkökulma. Tuotteistaminen ja markkinoinnin suunnittelu liittyvät kiinteästi toisiinsa, mutta niitä voidaan myös suunnitella ja toteuttaa erikseen. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 31.)

Matkailuyrittäjillä on yleensä jo valmiudet matkailutuotteisiin, mutta ne jäävät usein tuotteistamatta. Tuotteen eri osat ovat jo olemassa mutta niistä ei koskaan yhdistetä varsinaista tuotetta. Tuotteistaminen on kuitenkin tärkeää myynnin kannalta. Selkeä tuote hyvin esiteltynä ja hinnoiteltuna saa asiakkaan mielenkiinnon heräämään. (Maa- ja kotitalousnaisten keskus 1998, 68.) Työmme tavoitteena on juuri asiakkaiden mie-

lenkiinnon herättäminen ja sitä kautta vuokramökkien käyttöasteen lisääminen yrityksessä.

5.2 Verkottuminen

Palveluiden kehittämisessä kannattaa hyödyntää verkostoitumista muiden yrittäjien kanssa. Järkevintä verkostoituminen on silloin, kun sen avulla saadaan käyttöön erilaista osaamista sekä keinoja, joita yrityksellä ei ole käytettävissä itsellään. (Jaakkola ym. 2007, 12 - 13.) Maaseutumatkailussa yhteistyö- ja verkottumistaitoja tulisi kehittää entistä enemmän. Pienetkin yritykset voisivat tehokkaan yhteistyön kautta palvella suuria asiakasjoukkoja. Tämä vaatisi hyvin organisoitunutta ja taloudellisesti tuottavaa yhteistyötä. Yhteistyö mahdollistaisi myös asiakkaan pitämisen lähialueella, vaikka yritys itse ei pystyisi tarvittavaa palvelua järjestämään. Lopulta tällainen kiinteä yhteistyö tuottaisi tuloa myös omalle yrityksellekin. (Ryymän 2008, 32.)

Yhteistyö muiden yritysten kanssa perustuu siihen, että se on vapaaehtoista, yhteiseen tavoitteeseen suuntaavaa, pitkäaikaista ja yhteisiä toimintoja sisältävää vaihdantaa. Se edellyttääkin yhteistä sopimusta yhteisistä toimenpiteistä. Yhteistyöksi voidaan katsoa esimerkiksi tilanne, jossa mökkimatkailuyrittäjä liittyy majoituspakettiin ohjelmapalvelun ja hoitaa paketin myynnin rahaliikenteestä. Verkostoyhteistyöllä tarkoitetaan yhteistä tavoitetta jonka saavuttamiseksi tehdään yhteisiä toimintoja useamman eri yrityksen tai muun toimijan välillä. (Boxberg ym. 2001, 27 – 28.)

Vastavuoroisuus on yhteistyön keskeisin piirre, joka sisältää myös merkittävän odotuksen molemminpuolisesta hyödystä. Kahden yrityksen välinen vastavuoroisuus voi esimerkiksi olla sitä, että yritykset tuottavat palveluja jotka täydentävät toisiaan. Kun nämä palvelut yhdistetään, voivat yritykset tuoda kummallekin lisää asiakkaita. (Boxberg ym. 2001, 30.)

Verkoston toiminnassa muodostuu toimintaperiaatteet sekä säännöt, ja siksi jokainen verkosto onkin ainutlaatuinen. Tämä tarkoittaa sitä, että verkostoon kuuluvat sitoutuvat sen tavoitteisiin ja toimivat toisten verkostoon kuuluvien yritysten kanssa yhdessä yhteisiin tavoitteisiin pääsemiseksi. (Verhelä & Lackman 2003, 87.)

Verhelä & Lackman (2003, 90) esittääkin kirjassaan onnistuneen yhteistyön edellytykset verkostoitumisessa seuraavasti.

- Jokaisen toimijan mukaantulo pitää perustua tarpeeseen.
- Jokaisen toimijan mukaantulo pitää perustua vapaaehtoisuuteen
- Jokaisen toimijan on ymmärrettävä mitä verkostossa oleminen vaatii
- Toimijoiden on oltava tasavertaisia verkostossa (roolien mukaisesti)
- Toimijoiden itsenäisyyden on säilyttävä verkostosta huolimatta, joskin osasta itsenäisyyttä on osattava myös luopua
- Jokaisella toimijalla on oltava jotain annettavaa (rahaa, osaamista, valmiita tuotteita aikaa tms.)
- Jokaisen toimijan on saatava yhteistyöstä hyötyä; kysymyksessä on oltava win - win-win-game, peli, josta kaikki voittavat
- Toimijoiden on hyväksyttävä, etteivät kaikki voi voittaa kaiken aikaa ja että joku tai jotkut yleensä hyötyvät enemmän kuin toiset
- Toimijoiden on suunniteltava selkeästi, mitä panostetaan, milloin panostetaan ja paljonko panostetaan
- Naapurikateudesta on päästävä
- Toimijoiden on pystyttävä sopeutumaan
- Toimijoiden on hyväksyttävä muut toimijat ja luotettava heihin (ammattitaito, persoonallisuus)
- Verkostolla on toiminnan vetäjä; veturi tai moottori (yritys tai henkilö)

Kaikesta huolimatta yhteistyö verkostossa voi loppua, ennen kun asetettuihin tavoitteisiin on päästy. Tällaiseen verkoston yhteistyön loppumiseen voi olla useita eri syitä. Esimerkiksi yhteistyön tavoitteet tai tarkoitus voivat olla epäselvät. Yhteistyökumppaneilta voi puuttua kärsivällisyyttä yhteistyön tuloksia odottaessa. Yritykset eivät ehkä pysty panostamaan yhteistyöhön sovitulla tavalla, jos resurssit on arvioitu väärin. Lisäksi voi syntyä ristiriitoja henkilösuhteissa verkoston sisällä, muodostua luottamuspuola tai osapuolet voivat vain väsyä yhteistyöhön. (Verhelä & Lackman 2009, 90.)

5.3 Hinnoittelu

Matkailu yleensä on kaupallista toimintaa, matkailijoiden maksamaa, usein viihteellistä tai elämyksien kokemiseen liittyvää vierailemista jollakin matkailualueella tai jos-

sakin kohteessa. Se siis tarjoaa ihmisille mahdollisuuden vapaa-ajan viettoon muual-
lakin kuin kotipaikkakunnalla. Matkailuelinkeinon tarkoituksena on harjoittaa kannat-
tavaa liiketoimintaa pitkällä aikavälillä. (Brännare ym. 2003, 224.)

Heti alkuvaiheessa olisi otettava huomioon hinnoittelu palvelua suunniteltaessa. Or-
ganisaatiolta vaaditaan luovaa ajateltutapaa, koska palvelun hinnoittelu on aina haas-
teellista. Tämä johtuu siitä, että hintatason avulla voidaan luoda asiakkaalle mielikuvia
palvelusta ja organisaatioista. Hinta on tärkeä tekijä useimmille asiakkaille ostopää-
tösvaiheessa laadun ohessa. Keskeinen päätöskriteeri onkin useimmiten hinta-
laatusuhde, vaikka asiakas ei sitä käsittelisikään aina kovin näkyvästi tai tietoisesti.
(Lehtinen & Niinimäki 2005, 55.)

Asiantuntija palveluiden perinteinen veloituseruste on aikaveloitus. Aikaveloitukses-
sa asiakasta laskutetaan ajasta, jota asiantuntija käyttää asiakkaan ongelmanratkai-
suun. Asiantuntijatietämys ja arvostus alalla määräävät usein maksun suuruuden.
Tuotteistamiseen käytetäänkin yleensä kiinteätä hinnoittelua. Tuotteistaminen helpot-
taa hinnoittelua, eikä tuotteistettuja palveluita kannata myydä aikaveloituksella. (Leh-
tinen & Niinimäki 2005, 56.)

Asiakkaalta saatavan hinnan tulee kattaa kaikki ne kustannukset jota tuottaja panostaa
tuotteeseen. Muuten palvelun tai tuotteen tarjoaminen asiakkaalle ei ole kannattavaa
yritykselle. (Verhelä & Lackman 2003, 82.) Seuraavasta taulukosta (taulukko 2.) voi-
daan havaita kustannusten muodostuminen.

TAULUKKO 2. Esimerkki hinnoittelutaulukosta (Verhelä & Lackman 2003, 82.)

HINNOITTELUKAAVIO
Majoitus
Kuljetukset (kuljetusvälineen vuokra, kuljettajan kulut: palkkio veroineen ja lakisääteisine vakuutusmaksuineen, päivärahat ja ruokailut)
Pääsymaksut
Ruokailut
Ohjelmapalvelun kulut
Oppaan kulut (palkkio, verot ja lakisääteiset vakuutusmaksut, päivärahat, majoitukset, ruokailut)
Mahdolliset vapaapaikkojen kulut
= nettokulut
+ arvonlisävero
+ haluttu kate
+ katteen arvonlisävero
= myyntihinta

Jotta tuote pystytään hinnoittelemaan, on ensiksi kyettävä määrittelemään kaikki kustannukset, joita suoranaisesti on panostettava tuotteen toteuttamiseen. Usein hintaan lasketaan vain ulosmaksetut kustannukset, ja palvelun tuottajan työn osuus jää hinnoittelematta tai se aliarvioidaan. Tärkein resurssi yrittäjälle on aika, joka käytetään tuotteen suunnitteluun sekä toteuttamiseen ja se on muutettava rahaksi, kun tuotteelle tai palvelulle lasketaan hintaa. Ulkopuoliselle työntekijälle vastaavasta työstä vastaavalta ajalta maksettava palkka on kohtuullinen korvaus omasta työajasta. (Verhelä & Lackman 2003, 83 – 84.)

6 KEHITTÄMISTYÖN TAVOITTEET

Kehittämistyölle on ominaista sen käytännönläheisyys, luovuus, arvioitavuus sekä hyödynnettävyys. Toimijoiden oma aktiivinen osallistuminen korostuu hankkeen suunnittelussa, toteutuksessa sekä tulosten hyödyntämiseen jatkuvassa suunnittelu ja parannustyössä. Kehittämistyö voi kohdistua aineellisiin ja aineettomiin tavoitteisiin, sekä sillä voidaan kehittää parempia palveluita, tuotteita, toimintamalleja yms. (Anttila 2007, 11 – 12.).

Keskeistä kaikille kehittämis- ja tutkimushankkeille on ongelmanlähtöinen toiminta sekä seuraavat yhteiset ominaisuudet:

- Kehittämis- ja tutkimustoiminnan tuloksena on määriteltävissä oleva tuotos, esine, palvelu tuote, prototyyppi, uusi muoto, järjestelmä tms.
- Se on yleensä uusi, eikä sitä ennen ole ollut olemassa.
- Sille on olemassa oleva tarve, toisin sanoen sillä halutaan ratkaista jokin ongelma tai sen tekeminen jollakin tavalla oikeutettu.
- Siinä voidaan näyttää ongelmaan tehty ratkaisu, tarpeeseen vastaaminen tai kohteen uutuusarvo.
- Alan kehittämisen kannalta ongelmanratkaisu on kiinnostava.
- Ratkaisuun sisältyvä tieto voidaan hyödyntää ja soveltaa uuteen toimintayhteyteen.
- Kehittämisestä saatu tieto ja kokemus ovat merkittävämpiä kuin kohteena olevan yksittäistapauksen toteuttaminen, josta muodostuu etupäässä malli jatkokehittelyä varten. (Anttila 2007, 14.)

Opinnäytetyömme tavoitteena on luoda erilaisia ohjelmapalveluja maaseutumatkailun mökkiasiakkaiden käyttöön Lomamaalla Pinnun mökit -yritykselle. Ohjelmapalveluiden on tarkoitus olla käytössä syksyllä 2011. Ohjelmapalveluiden kehittämisessä on lähdetty ensisijaisesti sesonkiajan ulkopuolelle kehitettävistä palveluista, mutta tarkoituksena on, että matkailijat voisivat käyttää ohjelmapalveluja ympärivuotisesti. Kohderyhmäksi valikoituivat työn toimeksiantajan toivomuksesta erilaiset naisryhmät, kokousasiakkaat sekä terveys- ja hyvinvointimatkailijat.

Ohjelmapalveluiden kehittämisen pitkäjänteisen tavoitteena on lisätä yrityksen sekä Pertunmaan alueen houkuttelevuutta matkakohteena ja luoda elinvoimaisempi toimin-

taympäristö. Tarkoituksena on myös kasvattaa mökkien käyttöastetta sesonkiajan ulkopuolella 20 %:sta 40 %:iin ja sen myötä lisätä yrityksen taloudellista kannattavuutta. Lisäksi tavoitteena on työllistää tulevaisuudessa yrittäjää entistä enemmän yritystoimintaan. Päämääränä on kehittää Pertunmaan kunnan matkailutarjontaa sekä työllistää pertunmaalaisia ja mäntyharjulaisia yrittäjiä. Tavoitteena on, että palveluntuottajat voisivat tarjota samoja palveluita myös muille mökkimatkailuyrittäjille samalla konseptilla, kuin työmme toimeksiantajan yritykselle. Tämän myötä tarkoituksena on tukea alueellista kehittämistä. Näiden tavoitteiden toteutuminen ei näy vielä työssämme vaan se luo pohjan uudelle tutkimukselle.

7 KEHITTÄMISTYÖN VAIHEET

Hankkeen alkuvaiheessa määritellään konteksti eli asiayhteys, koska jokainen hanke liittyy tiettyyn ympäristöön ja tilanteeseen. Hanke liittyy aina myös tiedossa olevaan tarpeeseen, parannus- ja kehittämistoiveisiin jne. Kehittämishanke voi lähteä liikkeelle todellisesta reaali maailman tarpeesta, odotuksesta, ilmiöstä, visiosta tai ideasta. Siitä luodaan myös alustava mielikuva. Asiakkaiden, yksityisten henkilöiden tai eri sidosryhmien merkittäväksi kokemia kehittämisideoita voi syntyä monella eri tavalla. Usein ne kuitenkin syntyvät aikaisempien hankkeiden jatkeeksi. (Anttila 2007, 90 - 91.)

7.1 Kehittämistyöprosessi

Ojasalo ym. (2009, 60.) kertoo, että kehittämistyö etenee suunnittelun, havainnoinnin ja arvioinnin kehänä, jossa tutkimuksen jokaista vaihetta toteutetaan ja suhteutetaan toisiinsa järjestelmällisesti ja kriittisesti. Kehittämisyöprosessi on siis syklinen eli eri vaiheet toistuvat uudelleen. Kehittämistyön alussa valitaan päämäärä tai määritetään kehittämisongelma ja asetetaan työn tavoitteet. Kehittämistyömme päämääränä on kehittää ohjelmapalveluja matkailuyrityksen mökkien käyttöasteen lisäämiseksi.

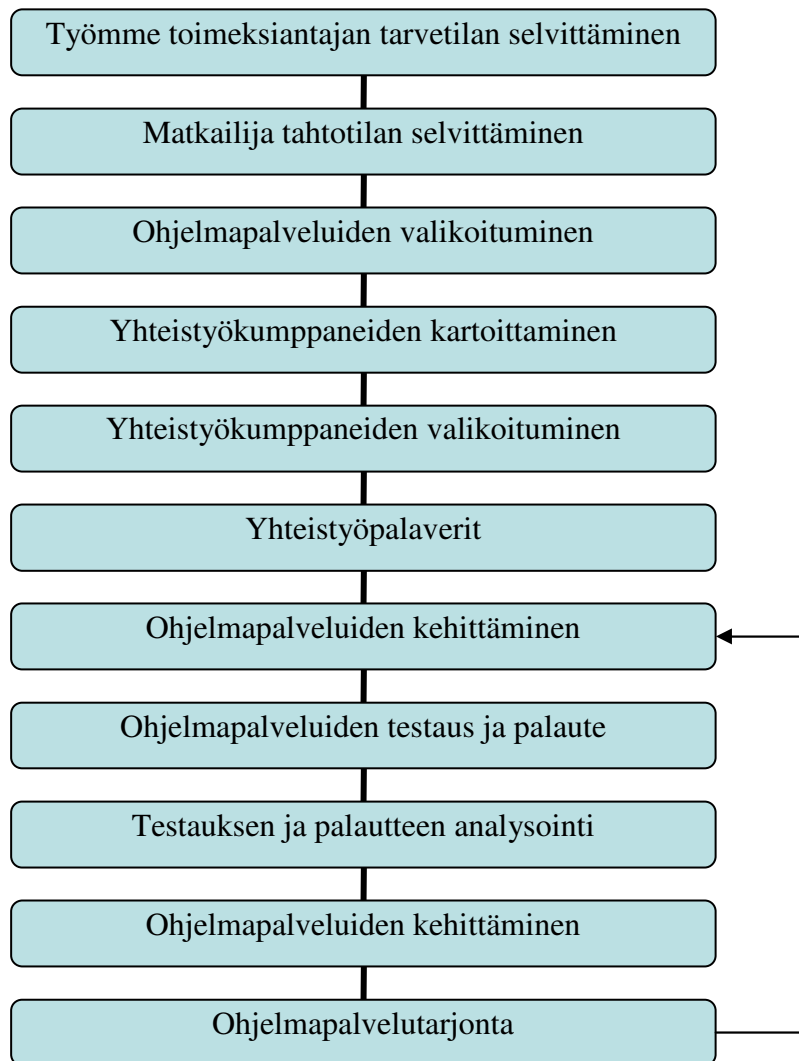
Seuraavaksi selvitetään kirjallisuudesta ja muusta mahdollisesta lähdeaineistosta, onko samantyyppisiä aiheita jo tutkittu. Tämän jälkeen voidaan tarpeen mukaan täsmentää kehittämisestä ja -tavoitteet sekä vahvistaa projektisuunnitelma. Varsinainen kehittämisö aloitetaan tutkimalla ja kokeilemalla, millaisia käytännön mahdollisuuksia

tavoitteisiin pääsemiseksi on. (Ojasalo ym. 2009, 60.) Ohjelmapalveluiden kehittämistä löysimme opinnäytetöitä tai tutkimuksia, mutta maaseutumatkailun ohjelmapalveluihin kohdistuvia emme löytäneet yhtään. Tämän vuoksi aloitimme kehitystyön tekemisen tekemällä vapaamuotoisen sähköposti- ja Facebook- kyselyn ystävillemme siitä, minkälaisia lisäpalveluja he haluaisivat mökkivuokrauksen yhteyteen.

Tämän jälkeen saatu aineisto analysoidaan, arvioidaan tehtyjä asioita, muotoillaan ja tarkennetaan tavoitteita, tehdään käytännönkokeiluja sekä arvioidaan niitä (Ojasalo ym. 2009, 60). Saamistamme vastauksista poimimme useimmin esiintyneet vastaukset, joiden pohjalta työmme toimeksiantaja valitsi kehitettävät ohjelmapalveluiden teemat. Tämän jälkeen ryhdyimme selvittämään mahdollisia palveluntarjoajia.

Mahdollisten palveluntarjoajien selvittyä pidimme jokaisen kanssa erikseen palaverin ohjelmapalveluiden kehittämiseksi. Työmme toimeksiantajan sekä palveluntarjoajien toiveet ja odotukset yhteistyöstä kohtasivat hyvin. Tämän jälkeen ryhdyimme kehittämään ohjelmapalveluja matkailijoiden käyttöön. Kehitettyjä ohjelmapalveluita testattiin testiryhmällä, jolta saatiin palautetta ja kehittämissuhteita. Ohjelmapalveluita kehitettiin lisää saadun palautteen pohjalta. Näin ollen kehittämissuhteissamme vaihtelivat suunnittelu, toiminta ja toiminnan arviointi. Toiminnan arvioinnin pohjalta voidaan aloittaa siis uuden kehittämistyön suunnittelu (Ojasalo 2009, 23). Tarkoituksena on, että työmme toimeksiantaja ja palveluntarjoajat kehittävät ohjelmapalveluja asiakkailta saadun palautteen perusteella tulevaisuudessakin.

Kuviossa 2. havainnollistamme kehittämistyöprosessimme kulkua ja seuraavissa kappaleissa kerromme tarkemmin kehittämistyöprosessin eri vaiheista.



KUVIO 2. Kehittämistyömme prosessikaavio

7.2 Taustaselvitys

Kehittämistyömme tärkein lähtökohta oli ensimmäinen palaveri työmme toimeksiantajan kanssa, jossa ilmeni hänen toiveet ja tarpeet yrityksen lisäpalvelujen kehittämiseksi. Palaverin perusteella ryhdyimme kehittämään työmme toimeksiantajalle, Lomamaalla Pinnun mökit –yritykselle ohjelmapalveluvaihtoehtoja. Niiden tarkoituksena on lisätä mökkien käyttöastetta sesongin ulkopuolisena aikana, tammi-toukokuussa ja syys-joulukuussa. Työmme toimeksiantajalla itsellään ei ole resursseja tällä hetkellä itse tuottaa ohjelmapalveluja, joten hän tarvitsee yhteistyökumppaneita niiden toteuttamiseksi.

Aloitimme ohjelmapalveluiden työstämisen vapaamuotoisella sähköposti- ja Facebook-kyselyllä, jossa kysyimme, minkälaisia lisäpalveluita halutaan mökinvuokrauksen yhteyteen. Lähetimme kyselyn noin 40:lle 25 - 65 -vuotiaalle naisystävällemme. Vastauksen kyselyymme saimme lähes kaikilta. Niistä poimimme useimmin esille tulevat teemat: rentoutuminen, hemmottelu, kauneudenhoito, ulkoilu, hyvä ruoka ja viini, ostosmatkailu sekä saunominen. Esitimme nämä vaihtoehdot työmme toimeksiantajalle, joista yrittäjä valitsi kehitettäväksi palveluiksi:

- viini-ilta
- hyvinolonpalvelut
- ulkoilu
- ostosmatka
- ruokapalvelut

Tämän jälkeen kartoitimme ensisijaisesti pertunmaalaisia palveluntarjoajia Internetin, erilaisten esitteiden ja tutustumiskäyntien avulla. Huomasimme nopeasti, että Pertunmaalta ei löydy kaikkia tarvittavia palveluntarjoajia. Ainoastaan kuljetus- ja ruokapalveluiden järjestämiseksi löysimme palveluntarjoajia Pertunmaalta. Kuljetuspalveluita tarjoavia yrityksiä, joilla olisi tarvittava kalusto, oli vain yksi. Ruokapalveluita tarjoavia yrityksiä oli kolme, joista ainoastaan yhdellä oli valmiudet kuljettaa ruokaa tilaajan tarpeen mukaan mökeille. Pertunmaalta ei löytynyt yhtään hyvinolonpalveluiden tuottajaa. Tämän vuoksi laajensimme kartoituksen myös Mäntyharjuun, joka sijaitsee kohtuullisen matkan päässä työn toimeksiantajan yrityksestä. Mäntyharjulta löysimme muutaman palveluntarjoajan, joista ohjelmapalvelun järjestäjäksi valikoituivat yrittäjät, joiden palvelutarjonta vastasi parhaiten tarpeitamme. Lisäksi he olivat valmiita tuottamaan palveluitaan mökeillä.

Löydettyämme sopivia yhteistyökumppaneita ohjelmapalveluiden toteutukseen, sovimme työn toimeksiantajan kanssa yhteydenotoista kyseisiin yrittäjiin. Tarkistimme työn toimeksiantajan kanssa hänelle sopivat palaveriajat, joita ehdotimme palveluntarjoajille. Sopivien aikataulujen löydyttyä sovimme palaveripäivät kaikkien palveluntarjoajien kanssa erikseen.

7.3 Ohjelmapalveluiden kehittäminen

Kehittämishanke voi olla laajamittainen toimeksiantotehtävä johon kuuluu useita eri suunnilla olevia toimijoita, sidostahoja, -ryhmiä ja henkilöitä. Tai se voi olla yksittäisten toimijoiden omassa keskuudessa toteuttama kehittämishanke. Ennen hankkeen aloittamista, pitäisi kartoittaa eri toimijoiden näkemykset, arvot, arvostukset sekä vallitsevat normit jotta saadaan hankkeen taustatekijöistä riittävä yleiskuva. Hankkeen keskeiset kysymykset täsmennetään: mitkä ovat hankkeen tulostavoitteet, odotukset ja mikä tilanteessa tarvitsee kehittämistä. (Anttila 2007, 89.) Kehittämistyössämme kartoitimme työmme toimeksiantajan ja mahdollisten yhteistyötahojen näkemyksiä yhteistyöpalaverien avulla.

7.3.1 Yhteistyöpalaverit

Ohjelmapalveluiden kehittämiseksi lähdimme liikkeelle palaverista, joka järjestettiin jokaisen palveluntarjoajan ja työn toimeksiantajan välillä erikseen. Palavereissa toimimme kokoonkutsujina ja pidimme kirjaa sovitusta asioista. Lisäksi nauhoitimme kaikki palaverit, jolloin pystyimme hyödyntämään palaverien sisältöä paremmin ohjelmapalveluiden kehittämisessä ja opinnäytetyömme raportointivaiheessa. Emme osallistuneet mihinkään varsinaiseen päätöksentekoon, mutta ilmaisimme mielipiteemme jos sitä meiltä kysyttiin. Pidimme yhteistyöpalavereja seuraavien palveluntarjoajien kanssa:

- viinitilayrittäjä
- kosmetologi
- joogayrittäjä
- kalastaja
- naistenvaateliikeyrittäjä
- ruokapalveluyrittäjä
- kuljetuspalveluyrittäjä

Palavereissa käsiteltiin työn toimeksiantajan sekä palveluntarjoajan toiveita ja odotuksia yhteistyön suhteen. Lisäksi palaverissa kehiteltiin yhdessä ideaa ohjelmapalvelun sisällöstä ja kohderyhmistä. Palaverien aikana keskusteltiin myös tulevan palvelun kestosta, hinnasta sekä mahdollisista ongelmista ja haasteista. Työtämme helpotti suuresti kaikkien palveluntarjoajien kiinnostus ja innokkuus yhteistyöhön työmme toi-

meksiantajan kanssa. Pääsääntöisesti palaverissa ei tullut esille ongelmia palveluiden tuottamisen osalta, ainoastaan kalastuspalveluiden tuottajan kanssa tuli esille kuljetusongelmat. Palveluntarjoajat toivoivat yhteistyöltä yritykselleen uusia asiakaskontakteja, tunnettavuutta sekä sen kautta lisää liikevaihtoa. Kaikkien palveluntarjoajien kanssa päästiin myös nopeasti yhteisymmärrykseen ohjelmapakettien sisällöstä ja hinnasta. Näin ollen meidän ei tarvinnut etsiä uusia vaihtoehtoja palveluiden tuottajiksi. Pääsääntöisesti jokaisen yhteistyöpalaverin tuloksena sovittiin syksyllä 2011 alkavasta ohjelmapalvelun toteuttamisesta, sisällöstä ja hinnasta yhteistyössä kunkin palveluntarjoajan kanssa.

Edellä mainittujen asioiden lisäksi palaverissa käsiteltiin myös ohjelmapalveluiden mainontaa. Yrittäjät sopivat, että mainontaa suoritetaan molemmin puolin yritysten omilla mainoksilla ja Internet-sivustoilla. Päävastuu ohjelmapalveluiden mainonnasta on Lomamaalla Pinnun mökit yrityksen Internet-sivustoilla. Tätä varten palveluntarjoajat ovat luvanneet toimittaa valokuva- ja mainosmateriaalia sivustojen ylläpitäjälle. Seuraavassa esittelemme tarkemmin mainostettavien, kehittämistyön tuloksena syntyneiden ohjelmapalveluiden tuotteistamista.

7.3.2 Tutustuminen tilaviineihin

Lähdimme liikkeelle viini-illan järjestämisestä mökillä. Otimme yhteyttä useampaan alan ammattilaiseen kysyäksimme heiltä halukkuutta osallistua viini-illan toteutukseen. Suurin osa viinikouluttajista löytyi pääkaupunkiseudulta. Pitkän matkan vuoksi heidän saapuminen Pertunmaalle olisi ollut kohtuuttoman kallista palvelun ostajalle. Mikkelin alueelta löysimme yhden ammattitaitoisen viinikouluttajan, mutta hän ei pystynyt sitoutumaan ohjelmapalvelun toteutukseen. Kouluttajan puuttuessa pohdimme läheisen viinitilan yrittäjien mahdollisuutta toimia ohjelmapalvelun tuottajana. Lopulta löysimme yhteistyön kehittämisestä kiinnostuneen mäntyharjulaisen viinitilayrittäjän. Tämä tuki myös työmme toimeksiantajan halua työllistää lähialueen yrittäjiä.

Pidimme palaverin mäntyharjulaisen viinitilayrittäjän kanssa viinitilalla 3.2.2011. Palaverissa käsitelimme mahdollisuutta muodostaa ohjelmapalvelu, jonka teemana on viini. Heti alussa viinitilayrittäjä kertoi meille, että illan järjestäminen toimeksiantajamme mökillä ei ole alkoholilainsäädännön takia mahdollista eikä taloudellisesti

kannattavaa. Viinitilan yrittäjä ei saa myydä tuotteitaan mökillä, koska siellä ei ole anniskelu-oikeutta. Lisäksi illan kustannukset mökillä kohoisivat asiakkaille kohtuuttoman korkeiksi asiakasryhmän pienen koon, viiniyrittäjän matkakustannusten ja tuntiveloituksen takia. Viinitilan omistaja ehdotti, että viineihin tutustuminen tapahtuisi viinitilalla jo käytössä olevan konseptin mukaisesti. Tällöin hän voisi esitellä tilan toimintaa ja tuotteita, maistattaa viinejä ja tarjota asiakkaille mahdollisuuden viinien mukaan ostamiseen. Yrittäjän toiveena yhteistyölle työmme toimeksiantajan kanssa on kannattava liiketoiminta myös hänen yritykselleen.

Yrittäjät päätyivät ratkaisuun, jossa viineihin tutustuminen tapahtuisi viinitilalla yrittäjän ehdotuksen mukaisesti. Työmme toimeksiantaja totesi, että tilaviineihin tutustuminen voitaisiin yhdistää myös samaan pakettiin suunnitellun VipShopping -paketin kanssa retken muodossa tai sitten matkailijat voisivat käydä pelkästään tutustumassa viinitilaan ja sen viineihin. Liitteestä 1. voi nähdä ohjelmapalvelun aikataulun, sisällön ja hinnan.

7.3.3 VipShopping

VipShopping –ohjelmapalvelua suunniteltaessa oli tarkoituksena, että asiakkaat pääsisivät tutustumaan Mäntyharjun palveluihin, erityisesti tiettyyn naistenvaateliikkeen. Tämä valittiin käyntikohteeksi, koska se on tunnettu liike myös Etelä-Suomessa erityisesti Mäntyharjun ja Pertunmaan kesäasukkaiden keskuudessa. Kyseinen yritys on lisäksi ainoa lähialueella sijaitseva laadukas naistenvaateliike. Liikkeen valikoimasta löytyy sopivat vaatteet monenlaisille vartaloille, koska vaatteiden kokoja on 34 – 45. Lisäksi yrittäjä on järjestänyt muotinäytöksiä yrityksille mm. Mikkelissä sekä joka syksy Mäntyharjulla. Liikkeen yrittäjä oli toivonut jo pidemmän aikaa yhteistyötä eri yritysten kanssa, mutta aikaisemmin halukkuutta muilla yrittäjillä ei ole ollut. Tämän vuoksi yrittäjä oli kiinnostunut yhteistyöstä työmme toimeksiantajan kanssa.

Ohjelmapalvelun muodostamiseksi pidettiin palaveri 9.2.2011 yhdessä yrittäjä kanssa. Työmme toimeksiantajan odotuksena oli, että naisasiakkaat saisivat ideoita pukeutumiseen ja mahdollisuuden suorittaa ostoksia liikkeessä. Yrittäjä ehdotti, että yksi asiakas voitaisiin pukea liikkeestä valittuun asukokonaisuuteen ja samalla hän antaa yleisiä pukeutumis- ja ostovinkkejä. Ostettavista asuista yrittäjä on valmis antamaan alennusta. Minimiasiakasmäärä pukeutumisneuvontaa järjestäessä on kolme henkilöä ja

maksimissaan 10 hengen ryhmää on vielä helppoa hallita. Liikkeeseen tutustuminen ja pukeutumisneuvonta eivät ole sidottu liikkeen aukioloaikoihin, vaan ne voivat tapahtua myös aukioloaikojen ulkopuolella sopimuksen mukaan. Naisten vaatelikeyrittäjä ei laskuta pukeutumisneuvonnasta, eikä myös aukioloajan ulkopuolella tapahtuvista asiakaskäynneistä VipShopping-asiakkaita, koska yrittäjä pitää sitä hyvänä markkinoitikeinona.

7.3.4 Retkiehdotelma

Pyysimme tarjouksen Lomamaalla Pinnun mökeiltä naistenvaateliikkeeseen ja viinitilalle tapahtuvasta retkestä, jonka yhteydessä poiketaan paluumatkalla myös Kuortin ABC:lle. Pertunmaalainen kuljetusyrittäjä oli kiinnostunut asiasta ja on valmis tekemään yhteistyötä työmme toimeksiantajan kanssa. Kyseinen yritys on ainoa pertunmaalainen palveluntarjoaja, jolla on tarvittava, monipuolinen kalusto. Kuljetuspalveluiden tarkoituksena on tarjota asiakkaille mahdollisuus saada yksinkertainen ja helppo vaihtoehto käyttää pertunmaalaisen kuljetusyrittäjän palveluita.

Kuljetusyrittäjä ja työmme toimeksiantaja ovat laskeneet kyseisen retken kestoksi noin viisi tuntia. Retki sisältää VipShoppingin, tilaviineihin tutustumisen sekä pysähtymisen paluumatkalla Kuortin ABC:llä. Asiakkaalla on aikaa suorittaa mahdollisia ostoksia jokaisessa kohteessa sekä käydä ostoksilla mm. Toivosen lihasavustamon myymälässä tai Kuortin ABC:n yhteydessä olevassa Wood Park -puu- ja lahjatavaramyymälässä. Liitteenä 2. on ehdotelma retken aikataulusta.

7.3.5 Hyvänolonpalvelut

Hyvänolonpalveluiden tarkoituksena on houkutella etenkin erilaisia naisryhmiä mökkiasiakkaiksi nauttimaan kiireettömyydestä ja pitämään huolta itsestään. Yrittäjä halusi hyvinolonpalveluiksi jotakin hiukan tavallisuudesta poikkeavaa, minkä voisi toteuttaa mökkiolosuhteissa. Tutustuimme Pertunmaan ja Mäntyharjun hyvinolon palvelutarjontaan kuntien yrityssivujen kautta sekä keskustelimme mahdollisista palveluntarjoajista työmme toimeksiantajan kanssa. Pertunmaalla ei ollut tarkoitukseen sopivaa yritystä tai yrittäjää, mutta löysimme Mäntyharjulta mielestämme sopivat palveluntarjoajat. Toinen palveluntarjoaja järjestää mm. hyvinolon joogaa. Hänen kanssaan samoissa tiloissa toimii myös kosmetologi. Heidän yhteisiltä Internet-sivuilta kävi

ilmi, että he toimivat myös tilauksesta asiakkaan haluamassa paikassa. Tämän vuoksi otimme heihin yhteyttä sähköpostilla ja kysyimme, olisivatko he kiinnostuneita yhteistyöstä työmme toimeksiantajan kanssa. Saimme myöntävän vastauksen ja sovimme yhteisen palaveripäivän joogayrityksen tiloissa.

Työmme toimeksiantaja kertoi tavoitteistaan saada mökkien käyttöastetta nostettua hiljaisemmalle kaudelle sekä hyvinolon paketin kohdistamisesta keski- ikäisille naisryhmille. Lähtökohtana oli, että hyvinolonpalvelut voitaisiin toteuttaa asiakkaan vuokraamalla mökillä. Neuvottelussa käytiin keskustelua siitä, miten elämä on mennyt kiireisemmäksi ja useimmat naiset haluavat aikaa enemmän itselleen. Naiset harrastavat useasti rauhoittavaa ja rentouttavaa liikuntaa, esim. Pilatesta tai joogaa. Palveluntarjoaja ehdotti palvelua, jossa olisi joogaa sekä niska- ja päähierontaa ohjattuna niin, että parit tekisivät hieronnat toinen toisilleen. Lisäksi joogan jälkeen tarjottaisiin luomuyrttiteetä. Kosmetologi ehdotti, että jokainen voisi tehdä itselleen kasvohoidon hänen ohjauksessa. Lopuksi hän voisi tehdä kasvohieronnan jokaiselle tai meikata yhden asiakkaan ja samalla antaa vinkkejä meikkaukseen.

Neuvottelussa päädyttiin ratkaisuun, että hyvinolonpalveluissa olisi joogaa ja/tai kauneudenhoitoa, asiakkaan oman mieltymyksen mukaan. Näillä kahdella vaihtoehdolla olisi hyvä lähteä liikkeelle ja myöhemmin laajentaa tarjontaa. Asiakkaiden pitäisi tehdä tilaus ennakkoon noin kuukautta aikaisemmin, mutta lyhemmällä aikavälilläkin voi kysyä onko yrittäjällä mahdollisuus järjestää haluttu ohjelmalvelu. Markkinointi tapahtuu Lomamaalla Pinnun mökit Internet -sivujen kautta, josta pääsee linkillä suoraan yrittäjien sivuille. Yrityksiin tulee myös kummankin osapuolen mainoksia nähtävälle ja jaettavaksi.

7.3.6 Nuottaretki

Tarkoituksenamme oli kehittää Lomamaalla Pinnun mökkien asiakkaille ulkoiluun liittyvä ohjelmalvelu. Työmme toimeksiantaja ehdotti ohjelmalveluksi tutustumista nuottakalastukseen sen erilaisuuden vuoksi. Lisäksi Pertunmaalla on kalastajia, jotka harjoittavat kalastusta nuotalla.

Otimme yhteyttä työmme toimeksiantajan toivomuksesta paikalliseen kalastajaan. Järjestimme hänen ja työmme toimeksiantajan kanssa palaverin 15.2.2011 Kuorttiin.

Palaverissa keskustelimme kalastajan mahdollisuudesta järjestää talvikalastukseen, lähinnä nuotanvetoon, liittyviä ohjelmapalveluita. Lisäksi nuottaretkeen suunniteltiin mahdollisuutta eräruokailuun nokipannukahvien ja tikkukalan muodossa. Yrittäjä oli innostunut asiasta, mutta palaverin edetessä tuli esille ohjelmapalvelun haasteellisuus. Suurimmaksi haasteeksi nousi kuuden kilometrin matka nuotanvetopaikalle, koska sinne pääsisi autolla ainoastaan jäätietä pitkin. Kävellessä matka olisi liian pitkä. Jäätien tekemisestä syntyvät kustannukset nostaisivat ohjelmapalvelun hinnan liian korkeaksi, koska se jouduttaisiin tekemään pelkästään asiakkaita varten. Yrittäjä itse kulkee nuotapaikalle moottorikelkalla eikä tarvitse jäätietä omaan käyttöönsä. Lisäksi jäätien tekemisen työkustannuksiin voivat vaikuttavat jää- sekä sääolosuhteet.

Palaverissa päädyttiin kehittämään lisää ideaa nuottaretkestä, mutta aikataulullisista syistä se ei ehdi toteutumaan alkuperäisen suunnitelman mukaisesti vielä talvella 2012. Yrittäjä ja työmme toimeksiantaja jatkavat suunnittelua kalastusretken kehittämiseksi.

7.3.7 Ruokapalvelut

Ruokapalveluita suunniteltaessa kartoitimme pertunmaalaiset yrittäjät, joilla olisi resursseja ja kokemusta hoitaa ruokapalvelutoimintaa. Lähtökohtana ruokapalveluiden järjestämisessä oli se, että ruokapalveluyrittäjä toimittaa mökeille erilaisiin tilaisuuksiin ruoat ja tarvittaessa hoitaa myös tarjoilun. Yrittäjä, jolla on vuosien kokemus laadukkaasta ruokapalvelutoiminnasta sekä tarvittava ammattitaito, toimii lähellä toimeksiantajamme yritystä. Tästä syystä otimme yhteyttä kyseiseen ruokapalveluyrittäjään.

Ruokapalveluyrittäjä kertoi 19.1.2011 järjestetyn palaverin aluksi yrityksensä liikeideasta. Yritys toimii niin, että asiakkaan tilauksesta yrittäjä valmistaa ruoat, leipoo ja toimittaa ne haluttuun paikkaan, mutta ei hoida tarjoilua. Hän laittaa myös kaiken tarjottavan asiakkaille valmiiksi tarjoiluvadeille. Yrittäjä hoitaa kaikenlaisia tilaisuuksia, joihin ruokapalveluita tai leivonnaisia tarvitaan, esim. häät, syntymäpäivät, pikkujoulut jne. Yrityksellä on valmiita menuja, joista asiakas voi valita haluamansa tai asiakkaalle räätälöidään hänen toiveidensa mukainen menu. Kaikki valmiit menukokonaisuudet yrittäjä on ensiksi kokeillut ja maistattanut omilla koeryhmillään. Hinta muodostuu asiakkaan valitseman menukokonaisuuden mukaan, johon sisältyvät myös kuljetuskustannukset.

Yritys toimii täysin asiakkaiden tilausten mukaan, minkä vuoksi tuoretuotteiden varastoa ei yrityksellä ole: ainoastaan kuiva-aine tavaraa pidetään varastossa jonkin verran. Tällöin hiljaisemmalla talvikaudella asiakkaiden pitäisi tilata ruokapalvelut vähintään paria viikkoa aikaisemmin tilaisuuden koosta ja vaativuustasosta riippuen, jotta raaka-aineiden hankintaan jää aikaa. Kesällä tällaista ongelmaa ei ole, koska se on yrityksen sesonkiaikaa ja tilauksia on enemmän, jolloin raaka-ainevarastokin on laajempi.

Neuvottelun lähtökohdaksi muodostui asiakkaalle vaivaton yhteydenottotapa ruokapalveluyrittäjään, tilausten minimihenkilömäärä, tilausajan marginaali, ruokapalveluiden yhdistäminen hyvinolon pakettiin sekä markkinointi. Minimiasiakasmäärä ruokapalveluiden järjestämiseen yrittäjän mielestä on kuusi henkilöä. Juhlpalveluita järjestettäessä maksimi asiakasmäärä olisi 20 - 50 henkilöä. Yrittäjien mielestä asiakkaan helpoin tapa saada halutessaan ruokapalvelut mökille on ottaa yhteyttä suoraan Lomamaalla Pinnun mökkien Internet-sivuilla olevassa linkissä esiteltävään ruokapalveluyrittäjään. Mökkiyrittäjän sivuilla olisi näytettäviä kuvia ruokapalveluyrittäjän valmistamista ruoka-annoksista ja leivonnaisista sekä linkki josta, pääsee suoraan yrityksen kotisivuille.

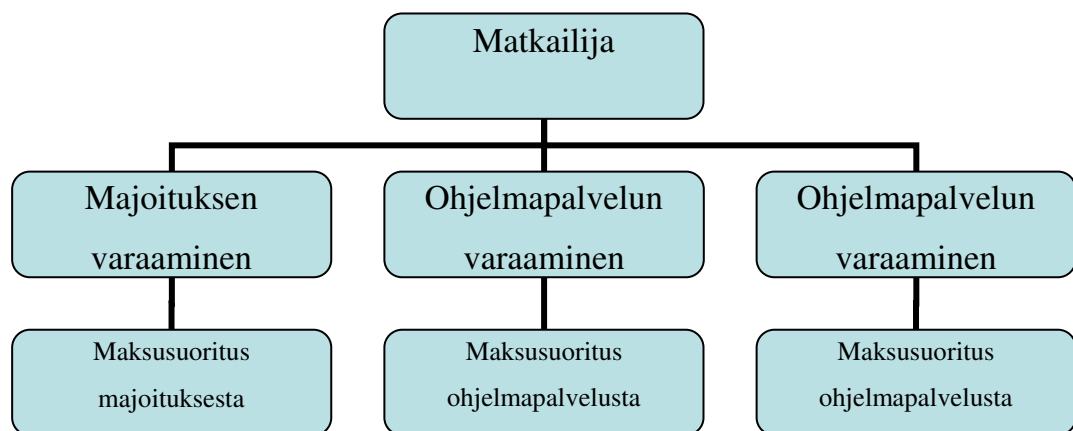
Työmme toimeksiantajalla oli myös ajatus ruokapalvelujen liittämistä yhdeksi osaksi hyvinolon palveluja. Ruokapalveluyrittäjän mielestä se on kuitenkin ongelmallista, koska näkyvillä pitäisi olla ainakin yksi valmis menu, jossa pitäisi näkyä myös hinta. Kuitenkaan ryhmän koko ei olisi aina sama, joten yrittäjälle se ei olisi kannattavaa toimintaa. Hänen mielestään myös asiakkaille pitää antaa vallinnan mahdollisuus ruokia suunniteltaessa.

Ruokapalveluyrittäjä ehdotti ohjelmapalveluksi myös kokkikoulua. Kokkikoulun ajatuksena on tarjota asiakkaalle mahdollisuus valmistaa ruokaa erilaisista, paikallisista raaka-aineista ruokapalveluyrittäjän opastuksella työmme toimeksiantajan mökillä, Mäntyrinteessä. Teemoiksi suunniteltiin esimerkiksi paikallisten yrittäjien tuotteita esim. Ylämaan karjaa kasvattavan yrityksen lihatuotteet, paikallisten kalastajien kalastamat tuoreet kalat sekä luonnosta saatavat raaka-aineet vuodenajan mukaan. Palaverissa pohdittiin, että tällaiselle ohjelmapalvelulle voisi olla kysyntää, koska ruoanlaitosta on tullut entistä muodikkaampaa erilaisten tv:ssä esitettävien kokkiohjelmien kautta. Lisäksi alussa tekemässämme vapaamuotoisessa sähköposti- ja Facebook -kyselyssä ystävillemme tuli esille toive tällaisesta palvelusta.

Työmme toimeksiantajan mielestä ajatus tällaisesta ohjelmapalvelusta olisi hyvä ja toimiva. Näin ollen ruokapalveluyrittäjä ryhtyi kehittämään ohjelmapalvelua ”Kokkaa ruokaa yhdessä kokin kanssa mökillä”. Tämä ohjelmapalvelun kehittäminen jatkuu kehittämistyömme ulkopuolella.

7.4 Ohjelmapalveluiden varaaminen ja kustannukset

Lomamaalla Pinnun mökit on yrittäjän toissijainen elinkeino, joten yrittäjällä ei ole riittävästi resursseja hoitaa ohjelmapalveluiden varaus- ja maksutoimintoja. Tästä johtuen palveluiden varaaminen ja maksuliikenne on matkailijan suoritettava omatoimisesti suoraan kuljetus-, ruokapalvelu- ja ohjelmapalveluyrittäjille. Tulevaisuuden tavoitteena on, että yrittäjä voisi keskittyä enemmän matkailuyritykseen ja sen toimintaan ja vähentää tällä hetkellä päätoimista opetustyötä. Tuolloin yrittäjä pystyisi hoitamaan myös ohjelmapalveluihin liittyvät varaus- ja maksutoiminnot. Tällä hetkellä matkailijan täytyy itse varata majoittuminen ja ohjelmapalvelut erikseen jokaiselta tarvitsemaltaan ohjelmapalvelun järjestäjältä (kuvio 3.).



KUVIO 3. Matkailupalveluiden varaaminen ja maksusuoritus Lomamaalla Pinnun mökit -yrityksessä

Liitteessä 1. ilmenee ohjelmapalveluiden tarjoajien palveluiden sisältö, kesto sekä hinnat. Hinnat ovat palveluntarjoajien ja työmme toimeksiantajan neuvottelemat hinnat. Hinnat muodostuvat asiakkaan tilaamien ohjelmapalveluiden mukaan esim. ruokapalveluiden hinta muodostuu asiakkaan tilaaman menun mukaan.

7.5 Ohjelmapalveluiden mainonta

Yrityksellä on olemassa Internetissä kotisivut. Tarkoituksena on, että ohjelmapalveluja tullaan mainostamaan kotisivuilla. Työmme toimeksiantaja päivittää yrityksen sivustoja niin, että saatavilla olevat ohjelmapalvelut ovat yhteystietoineen asiakkaiden nähtävillä. Näin asiakas voi varata ne ennakkoon puhelimitse tai sähköpostitse. Lisäksi sivustoille tulee linkit palveluntuottajien omille Internet-sivuille.

Internet-mainonnan lisäksi työmme toimeksiantaja suunnittelee mökkeihin ilmoitustaulut, joihin tulee ohjelmapalveluiden tarjoajien ja ohjelmapalveluvaihtoehtojen mainokset yhteystietoineen. Vaikka ohjelmapalveluiden ennakkoon varaamisesta on sovittu jokaisen palveluntuottajan kanssa määräaika, voi mökeille tuleva asiakas ottaa palveluntarjoajaan yhteyttä lyhyemmälläkin varoajalla palvelun saamiseksi.

Yhteistyössä Pertunmaan kunnan kanssa yrittäjät ovat lisäksi valmistaneet paikkakunnan mökkimatkailuyrityksiä mainostavan videon, jota esitetään Kuortin ABC-aseamalla. Videon lisäksi ABC-asemalle on koostettu mainostolppa Pertunmaan kunnan ja alueen matkailuyrittäjien esilletuomiseksi. Pertunmaan matkailua markkinoidaan myös kunnan Internet-sivustojen sekä ”Pertunmaan tuotteet ja palvelut” -lehtisen kautta. Näiden mainoskeinojen tarkoituksena on saada pienetkin yritykset matkailijoiden tietoisuuteen. Pienen yrityksen voi olla työlästä ja kallista mainostaa toimintaansa yksin näissä mittakaavoissa. (Laitinen 2011.) Työmme toimeksiantajan yritys on mukana myös tässä mainontaprojektissa.

8 TESTAUS

Kun kehitettävä tuote on kehitystyöntekijän mielestä valmis, se täytyy testata. Tuotteen testaamisessa on tärkeää, että testausilanne vastaa mahdollisimman hyvin testattavan tuotteen normaalia toteuttamistilannetta. (Komppula & Boxberg 2002, 112.) Tuotetestaus on keskeinen osa tuotekehitystä. Sillä varmistetaan tuotteen toimivuus, laadukkuus sekä turvallisuus ennen varsinaista käyttöön ottoa ja markkinoinnin aloittamista. (Liuksila 2010, 49.)

8.1 Testiryhmä

Testaajien on vastattava mahdollisimman hyvin toivottavia kohderyhmiä ja heidän kykyjään, taitojaan, asenteitaan sekä haluaan osallistua tuotteen tuottamiseen. Jotta testauksesta saatava palaute olisi kehittävä, tulee varmistaa, että testaajat ovat motivoituneita juuri testattavan tyyppisestä tuotteesta. Yleensä yritys kustantaa testattavan tuotteen testiryhmälle kokonaan. Toisaalta voi olla hedelmällistä saada testaajiksi henkilöitä, joiden motivaatio on niin suuri, että he ovat valmiit maksamaan esimerkiksi osan tuotteen hinnasta. Näin testaaja voi myös testata tuotteen arvoon liittyviä mielikuvia. (Komppula & Boxberg 2002, 112-114.)

Halusimme testata kehittämiemme ohjelmapalveluiden toimivuutta oikealla asiakasryhmällä. Valitsimme yhdessä työmme toimeksiantajan kanssa testattaviksi ohjelmapalveluksi molemmat vaihtoehdot hyvinolonpalveluista sekä ruokapalvelut. Koska nämä ohjelmapalvelut toteutuvat mökeillä, matkailijan luona, halusimme testata niiden toimivuutta oikeissa olosuhteissa. Pyysimme testausta varten yrityksen vieraaksi 12.-13.3.2011 naisryhmän. Testiryhmä tutustui työmme toimeksiantajan sekä palveluntarjoajien Internet-sivustoihin ennen testiviikonloppua omien mielikuvien luomiseksi.

Ryhmä muodostui kuudesta 50 - 60 -vuotiaasta naisesta, jotka olivat valmiita maksamaan viikonlopusta testiryhmälle sovitun hinnan. Lisäksi otimme osaa itse testaustilanteeseen osallistuvina tarkkailijoina. Näin halusimme itsekkin kokeilla ohjelmapalvelun toimivuutta. Ryhmä oli tehnyt aiemmin vastaavanlaisia naisten viikonloppuretkiä samalla kokoonpanolla jo vuosia. Tämän vuoksi uskoimme saavamme heiltä rehellistä ja kokemuksiin perustuvaa palautetta ohjelmapalvelun sisällöstä ja toimivuudesta sekä mahdollisia kehitysideoita. Testauksen jälkeen pidimmekin ryhmälle palautekeskustelun, jossa keräsimme palautetta ohjelmapalvelun sisällöstä ja toimivuudesta. Lisäksi pyysimme osallistuneelta ryhmältä kehitysideoita ohjelmapalvelun muokkaamiseksi kohderyhmän tarpeita vastaavaksi.

8.2 Jooga

Ensimmäisenä testasimme joogan Lomamaalla Pinnun mökit -yrityksen suurimmassa mökissä, Mäntyrinteessä. Testauksessa havaitsimme, että sopiva osallistujamäärä on

kahdeksan henkilöä tilan koosta johtuen. Erilaisilla järjestelyillä tiloihin joogaamaan mahtuisi kuitenkin maksimissaan 10 henkilöä. Ohjelmapalvelun kestoksi varattiin kaksi tuntia, joka havaittiin testauksen yhteydessä riittäväksi. Tähän aikaan sisältyi joogan lisäksi myös palveluntarjoajan tarjoama luomuyrttitee.

Jooga ja teehetki saivat runsaasti positiivista palautetta. Jooga koettiin sopivaksi palveluksi kohderyhmälle. Testiryhmän mielestä tällainen ohjelmapalvelu soveltuu hyvin esimerkiksi heti loman alkuun rentouttavaksi ja rauhoittavaksi aloitukseksi kiireisen työviikon jälkeen. Testiryhmässämme oli liikuntarajoitteinen henkilö, joka ei ollut koskaan aiemmin kokeillut joogaa. Hän ei olettanut pystyvänsä joogaamaan liikuntarajoitteisuutensa vuoksi. Kuitenkin testauksen aikana hän tunsi palvelun itselleen hyvin soveltuvaksi liikuntamuodoksi ja ohjelmapalveluksi.

Testiryhmän mielestä palveluntarjoajan joogaohjaus oli rauhoittava, lisäksi hän antoi selkeitä ohjeita ja korjasi mahdollisia virheellisiä asentoja ja liikeratoja. Liikkeet olisivat helppoja toteuttaa myös kotiloissa. Testiryhmän mielestä tätä palvelua on ehdottomasti mainostettava, jotta matkailija tietäisi että tällaista palvelua on saatavilla. Parhaaksi keinoksi mainontaan koettiin työmme toimeksiantaja Internet-sivustot. Testiryhmä piti liitteen 1. mukaista ohjelmapalvelun hintaa sopivana, kun palvelu toteutetaan mökillä eikä palveluntuottajan tiloissa.

8.3 Ruokapalvelut

Toisena testauksen kohteena olivat ruokapalvelut. Ruokapalvelut oli tilattu noin kolme viikkoa aiemmin ruokapalveluyrittäjältä Pertunmaalta. Hän teki pyynnöstämme tarjouksen menuvaihtoehtoista, joista valitsimme testattavaksi mielestämme haastavimman vaihtoehdon lämpökuljetuksen kannalta (liite 3.). Testiryhmän mielestä ruokapalvelut ja menu olivat onnistuneita. Ruoka oli maukasta, kuumaa ja mehukasta. Hinta-laatu-suhde koettiin sopivaksi.

Testiryhmän palautekeskustelussa ryhmäläiset pohtivat myös ruokapalvelujen tärkeyttä osana mökkipalveluita. Testiryhmä totesi, että ruokapalvelut ovat hyvä olla saatavilla, kun on isompi ryhmä. Myös vapaa-ajan viettoon jää enemmän aikaa, kun ruoan voi tilata valmiina mökille.

8.4 Kosmetologi

Joogan ja ruokailun jälkeen siirryimme saunaan. Tämän jälkeen testasimme kosmetologin palveluita. Testauksessa jokainen teki itselleen kasvohoidon kosmetologin ohjauksella hänen mukanaan tuomilla hoitotuotteilla. Lopuksi kosmetologi teki jokaiselle kasvohieronnan ja antoi henkilökohtaisia neuvoja kasvojenhoitoon. Ohjaajaa pidettiin ammattitaitoisena ja palvelua toimivana kokonaisuutena. Kasvohieronta oli testiryhmän mielestä tärkeä osa palvelua. Testiryhmä totesi, että kasvohoito on hyvä vaihtoehto yhdessä tekemiseksi ja se on myös kivaa itsensä hemmottelua.

Palvelun hintaa pidettiin edullisena, koska jokainen sai yksilöllisen kasvohieronnan ja ohjeita kasvojen hoitoon. Jos kasvohierontaa ei olisi ollut, hinta olisi ollut testiryhmän mielestä korkea. Mikäli kasvohoito tapahtuisi kokonaisuudessaan itse tehtynä, ryhmä totesi, että palvelu jäisi todennäköisesti kokonaan tilaamatta. Testiryhmä pohti, että olisi hyvä olla muitakin hoitovaihtoehtoja, esim. jalkahoito. Ryhmä piti meikkaamista ja sen ohjausta myös hyvänä vaihtoehtona. Näin ohjelmapalvelun tilaajalla olisi mahdollisuus valita haluamansa palvelu. Lisäksi ryhmä toivoi, että kosmetologi voisi myydä hoitotuotteita kysyttäessä.

8.5 Hinnoittelu

Halusimme tiedustella testiryhmältä myös ohjelmapalveluiden ja majoituksen hinnan soveltuvuutta kohderyhmälle. Tämän vuoksi teimme kokonaiskustannuslaskelman (taulukko 3.) koko viikonlopun kestävästä majoituksesta sekä ohjelmapalveluista: majoitus, jooga, testiviikonlopuksi räätälöity ruokapalvelu sekä kosmetologipalvelut. Taulukossa 3. on nähtävissä viikonlopun henkilö- sekä yhteishinta.

TAULUKKO 3. Testausviikonlopun kokonaishinta 6:lle hengelle

Ohjelmapalvelu	hinta/ hlö sis. alv	hinta/ yhteensä sis. alv
Mökkimajoitus (Mäntyrinne, pe-su, sis. sauna)	53,35 €/ hlö	320 €
Jooga (sis. jooga, teeetki)	25 €/ hlö	150 €
Ruokapalvelut (sis. alku-, pää- ja jälkiruoan, leivät ja levite)	38,80 €/ hlö sis. kuljetukset mökille	232,80 €
Kosmetologi (sis. ohjattu kasvohoito, kasvohoitoon käytetyt aineet, kasvohieronta kosmetologin tekemänä)	28 €/ hlö	168 €
YHTEENSÄ	145,15 €/ hlö	870, 80 €

Testiryhmä piti palvelupaketin hintaa edullisena. Ryhmä olisi valmis maksamaan jopa 150 – 160 euroa/henkilö/viikonloppu, mikäli hintaan sisällytettäisiin vielä siivous. Siivous koettiin hyväksi palveluksi, etenkin jos kyseessä on lyhyt esim. viikonlopun kestävä loma. Tällä hetkellä siivouspalvelut voidaan ostaa tarvittaessa lisäpalveluna.

8.6 Mainonta

Testiryhmä antoi palautekeskustelussa myös hyviä mainontaan liittyviä kehitysehdotuksia. Ryhmä painotti mökkiyrityksen Internet-sivustojen merkitystä mainontavälineenä. Heidän kokemuksien mukaan matkailijat sekä yritykset etsivät nimenomaan Internetistä (kunnan/kaupungin, yrityksen sivustot) tietoja mahdollisista matkakohteistaan Ryhmän mielestä työmme toimeksiantajan sivustoilla on hyvin erilaisia kuvia mökeistä ja sen ympäristöstä. Testiryhmän Internet-sivustojen perusteella muodostamat mielikuvat mökeistä ja ohjelmapalveluiden tuottajista vastasivat heidän ennakkoodotuksiaan.

Ryhmän mielestä hyviä mainontakanavia olisivat myös erilaiset matka- ja vapaa-ajan messut, joiden avulla voitaisiin tavoittaa runsaasti potentiaalisia asiakkaita. Lisäksi eri ammattiliittojen ja -järjestöjen sekä yritysten henkilöstöhallintojen tai sihteereiden lähestyminen esim. sähköpostimainoksella koettiin toimivaksi mainontakanavaksi. Testiryhmän mielestä tärkeää sähköpostimainonnassa olisi otsikointi ja ensimmäiset rivit, jotka herättäisivät heti lukijan mielenkiinnon. Muuten sähköpostiviesti voi jäädä helposti lukematta, eikä mainonta saavuta kohderyhmäänsä. Lehti-ilmoitukset matkailualan julkaisuissa tai Helsingin Sanomissa olisivat testiryhmän mielestä myös hyvä ja laajalevikkoinen mainontakanava.

8.7 Palaute ohjelmapalveluiden tuottajille

Testiviikonlopun jälkeen annoimme testiryhmältämme saatua palautetta ja kehittämisideoita työmme toimeksiantajalle ja jokaiselle ohjelmapalvelun tuottajalle erikseen. Ohjelmapalveluiden tuottajat olivat kiitollisia saamastaan palautteesta ja pitivät sitä puolueettomana ja rehellisenä.

Palautteiden ja kehittämisideoiden perusteella teimme pieniä muutoksia ohjelmapalveluiden sisältöön. Saatujen kehittämisideoiden mukaisesti kosmetologin palveluihin yhdistettiin kauneudenhoitotuotteiden myynti. Myös kosmetologi itse oli huomannut testiviikonloppuna, että ohjelmapalvelun ohessa olisi mahdollista myydä tuotteita ohjelmapalveluiden tilaajille.

9 YHTEISTYÖKUMPPANEIDEN NÄKEMYKSIÄ YHTEISTYÖSTÄ

Teimme testiviikonlopun jälkeen ohjelmapalveluiden tuottajille kyselyn. Kyselyssä tiedustelimme työmme toimeksiantajan kanssa tehtävän yhteistyön hyödyistä ja haasteista heidän näkökulmastaan (liite 4.).

Joogayrittäjän mielestä yhteistyöstä työmme toimeksiantajan kanssa on suunnaton hyöty yhden naisen yritykselle. Yhteistyön myötä hänen yrityksensä saa lisää näkyvyyttä ja erityyppiset ihmiset saavat tietää hänen palveluista. Myös sellaiset ihmiset, jotka eivät muuten löytäisi hänen kotisivuilleen tai osaisi etsiä niitä. Joogayrittäjä voi innostaa erilaisia ihmisiä joogan pariin ja samalla he pääsevät kokeilemaan kenties

uutta liikuntamuotoa tutussa ryhmässä, jolloin kynnyks kokeiluun voi olla matalampi. Näin ollen he voivat innostua lajista ja saada siitä uuden harrastuksen tai jopa elämäntavan. He saattavat myös innostaa kokemuksensa perusteella muita lähipiirissään kokeilemaan joogaa. Yhteistyön haasteina hän piti aikataulun sovittelua ja ryhmien kokoa, koska tilaan mahtuu maksimissaan kahdeksan henkilöä. Lisäksi hän koki asiakasryhmien ja markkinointikanavien löytämisen haasteelliseksi.

Ruokapalveluyrittäjä kertoi suurimpana hyötynä olevan hänen kannaltaan taloudelliset hyödyt. Järjestäessään ohjelmapalveluita työmme toimeksiantajalle hän saa lisää asiakkaita ja mahdollisuuden kasvattaa yrityksensä liikevaihtoa. Hänen yritystoimintaansa on kuulunut jo aiemminkin mökkiruokailutoimitukset, joten se ei tuo tullessaan mitään uutta. Liiketoimintaidea ”Kokkaa ruokaa kokin kanssa mökillä”, olisi hänelle uusi aluevaltaus ja näin ollen myös uusi haaste ruokapalveluyrittäjälle. Ruokapalveluyrittäjä koki tammikuussa 2011 järjestetyn palaverin työmme toimeksiantajan kanssa hyväksi, koska se herätti hänet ajattelemaan uusia liiketoimintaideoita. Yhteistyön haasteiksi hän näki raaka-ainevarastonsa puutteen sesongin ulkopuolella, koska hänen yrityksensä taustalla ei toimi ravintolaa tai kahvilaa, jolla olisi kiinteä raaka-ainevarasto. Lisäksi alueella on vähän mökkejä verrattuna esim. laskettelukeskuksiin ja palveluntilaajien väliset etäisyydet ovat pitkät. Ruokailijamäärät jäävät näin ollen pieniksi, jolloin hinnat myös nousevat korkeiksi. Toisaalta ohjelmapalvelut tavoittelevat asiakkaakseen myös yrityksiä, joiden kanssa on erilaista tehdä työtä kuin yksityisten tilaajien kanssa.

Kosmetologin mielestä yhteistyö antaa hänelle hyvän mahdollisuuden lähestyä useampaa uutta asiakasta kerrallaan. Lisäksi hän voi lisätä yrityksensä liikevaihtoa lyhyemmässä ajassa, jos ryhmässä on enemmän asiakkaita. Ohjelmapalvelun toteutumisen myötä hän voi saada myös kauneudenhoitotuotteita myytyä enemmän ja vaihtelua omaan työrutiiniinsa. Yhteistyön haasteina kosmetologi näkee aikataulujen järjestämisen ja työn mahdollisen iltapainotteisuuden. Kosmetologi asuu Mikkeliissä ja hänen työpisteensä on Mäntyharjussa, jolloin työmatkoihin kuluu huomattavasti aikaa, jos työmme toimeksiantajan mökeillä Pertunmaalla on vielä asiakaskäynti. Hän ei kuitenkaan näe sitä esteenä palveluiden tuottamiselle.

10 POHDINTOJA

Matkailumarkkinoinnin ongelmana pidetään sitä, ettei Suomessa ole riittävästi myytävää matkailutuotteita. Matkailijat joutuvat rakentamaan kokonaismatkailupaketinsa itse: varaamaan kuljetuksen, majoituksen ja ohjelmapalvelut erikseen ja suoraan palvelujen tuottajilta. Matkailuyritykset ja –kohteet markkinoivat yleensä tuotteiden sijasta mahdollisuuksia. (Komppula & Boxberg 2002, 92.) Näin ollen koimme kehitystyömme aiheen ajankohtaiseksi ja tarpeelliseksi kasvavan kysynnän ja alalla tapahtuvan kilpailun vuoksi. Mielestämme luomme työmme toimeksiantajalle mahdollisuuden erottua muista saman alan yrityksistä kehittämämme ohjelmapalveluiden avulla. Ongelmatekijäksi voi kuitenkin muodostua mielestämme ohjelmapalveluiden varaaminen. Matkan ennalta suunnitteleminen ja sen myötä palveluiden varaaminen oma-toimisesti ennakkoon voivat muodostua joillekin matkustajille kynnyskysymykseksi. Nyky-yhteiskunnassa monet haluavat, että asiat hoituvat joko Internetin avulla tai yhdellä puhelinsoitolla. Toivomme, että tulevaisuudessa työmme toimeksiantajalla olisi mahdollisuus huolehtia ohjelmapalveluiden varaamisesta matkailijan puolesta, jolloin majoituksesta ja palveluista muodostuisi helposti varattavia matkailupaketteja.

Kehittämistyömme lähtökohtana on perusolettamus, että yritys toimii asiakaslähtöisesti ja kehittää toimintaansa asiakkaiden ehdoilla. Näin ollen on tärkeää, että tuotekehityksen pohjana on asiakaslähtöinen ajattelu. (Komppula & Boxberg 2002, 21.) Työmme tuloksena syntyneet ohjelmapalveluiden kehittäminen on lähtenyt liikkeelle potentiaalisten asiakkaiden tarpeista ja toiveista. Ohjelmapalvelut tarjoavat jokaiselle mahdollisuuden valita itselle sopivia palveluja. Vaikka kaikki ohjelmapalvelut eivät toteudu vielä syksy-talvi –kaudella 2011-2012, ohjelmapalveluiden kehittäminen jatkuu yrittäjien kesken esim. nuottaretken osalta. Lisäksi ohjelmapalveluiden kehittäminen yhteistyössä löydettyjen kumppaneiden kanssa jatkuu pidemmällä aikavälillä esim. hyvinvointipalveluiden lisäämiseksi. Tähän kehitystyöhön vaikuttavat ohjelmapalveluiden käyttö, asiakaspalaute sekä yrittäjien kokemukset.

Matkailija vertaa palvelusta ennakolta muodostamia odotuksia saamiinsa kokemuksiin. Odotukset muodostuvat palveluntarjoajan harjoittaman markkinointiviestinnän tuloksena, omien ja muiden asiakkaiden kokemusten pohjalta sekä asiakkaan tarpeen sanelemana odotusten ja kokemusten ero taas kertoo, onko palvelu ollut hyvää vai huonoa. (Kinnunen 2003, 17.) Koimme testausviikonlopun tärkeäksi työmme kannal-

ta. Näin saimme realistisen kuvan tilojen sekä ohjelmapalveluiden toimivuudesta ja aikataulusta. Mielestämme onnistuimme valitsemaan oikeanlaisen testiryhmän, koska saimme heiltä paljon arvokasta palautetta, joka palvelee työmme toimeksiantajaa ja hänen yhteistyökumppaneitaan. Saamastamme palautteesta voimme päätellä, että testatut ohjelmapalvelut ovat toimivia ja niille löytyy kysyntää maaseutumatkailussa.

Yksittäisen palveluntuottajan ei kannata aina yrittää selvitä yksin. Yhteistyö saman alan yrittäjien, palvelujen myyjien ja välittäjien, omaan tuotteeseen liittyvien muiden tuotteiden tuottajien ja viranomaisten kanssa on keino jakaa osaamista ja vastuuta. Lisäksi se on keino saada yhteisillä ponnistuksilla parempia tuloksia aikaan pienemmillä panostuksilla kuin yksin toimien. (Verhelä & Lackman 2003, 87.) Ohjelmapalveluiden tuottajiksi kysytyt yrittäjät olivat kaikki innostuneita yhteistyömahdollisuudesta työmme toimeksiantajan kanssa. Valinnanmahdollisuudet palveluntarjoajien kesken olivat vähäiset. Mikäli palveluidentarjoajia olisi ollut enemmän, olisimme voineet kilpailuttaa heidät ja työmme toimeksiantaja olisi valinnut yhteistyökumppanit tarjousten perusteella. Nyt yhteistyökumppanit valikoituivat enemmän palvelutarjontansa kuin hintojensa perusteella. Yhteistyön kautta kaikki osapuolet saavat yrityksilleen lisää asiakkaita, näkyvyyttä ja tunnettavuutta. Lisäksi työmme toimeksiantaja saa ohjelmapalveluiden toteuttajiksi tarvitsemansa asiantuntevat yrittäjät. Tämän vuoksi uskomme, että yhteistyöstä tulee toimivaa ja sitä tullaan kehittämään jatkossa entistä monipuolisemmaksi. Toivomme, että työmme toimeksiantajan käynnistäessä ohjelmapalveluiden käytön, se loisi muihin alueen maaseutumatkailuyrittäjiin rohkeutta ja ennakkoluulottomuutta kehittää samanlaista toimintaa myös omaan yritykseen. Tämä puolestaan kasvattaisi alueen vetovoimaisuutta.

Perinteisten paperiesitteiden lisäksi nykyajan asiakas käyttää myös sähköisiä kanavia ja esimerkiksi Internet-sivuilla on helppoa esitellä tuotteita ja palveluja. Internetin käyttöä puoltaa se, että painatuskuluja ei ole ja sivuja voidaan päivittää tarvittaessa vaikka päivittäin. (Verhelä & Lackman 2003, 84.) Verkkomainonta on lisäksi olennainen osa nykypäivän markkinointiviestintää (Karjaluoto 2010, 128.). Mielestämme suurin haaste sesongin ulkopuolella on se, kuinka matkailija saadaan kiinnostumaan matkakohteesta ja käyttämään mökkimatkailupalveluita tai tarjottuja ohjelmapalveluita. Ohjelmapalveluiden käytön lisäämiseksi ja sitä kautta yrityksen liikevaihdon kasvattamiseksi työmme toimeksiantajan tulisi panostaa yrityksen jo olemassa olevien Internet-sivustojen kehittämiseen ja niiden säännölliseen päivittämiseen. Lisäksi koh-

deryhmien tavoitettavuutta tulisi kartoittaa sekä mainontaa kehittää sesonkiajan ulkopuolella. Näin ollen kehittämistyömme luo pohjan useammallekin uudelle opinnäytetyölle, tutkimukselle tai kehitystyölle.

LÄHTEET

- Anttila, Pirkko 2007. Realistinen evaluaatio ja tuloksellinen kehittämistyö. Hamina: AKATIIMI OY.
- Borg, Pekka, Kivi, Elina & Partti, Minna 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Helsinki: WSOY.
- Boxberg, Matti, Komppula, Raija, Korhonen, Seija & Mutka, Pertti 2001. Matkailutuotteen markkinointi – ja jakelukanavat. Helsinki: EDITA.
- Brännare, Riitta, Kairamo, Helena, Kulusjärvi, Taina & Matero, Soile 2003. Majoitus- ja matkailupalvelu. WSOY.
- Etelä-Savon maakuntaliitto 2007. Etelä-Savon matkailun kehittämisohjelma 2007-2013. Etelä-Savon maakuntaliiton julkaisu 84:2007.
- Etelä-Savon maakuntaliitto 2009. Matkailu. www-dokumentti. http://www.esavo.fi/index.php?page_id=23 Ei päivitystietoja. Luettu 21.02.2011.
- Harju-Autti, Anneli 2010. Näkemyksestä menestystä. Matkailun yleisosa. Toimialaraportti 9/2010. Työ- ja elinkeinoministeriö.
- Hellstedt, Mirja 2008. Suomen ruokamatkailun valtti on idän ja lännen sulautuminen. www-dokumentti. http://uutiset.ruokatieto.fi/Suomeksi/Puheenvuoro/Suomen_ruokamatkailun_valtti_on_idan_ja_lannen_sulautuminen Päivitetty 27.06.2008. Luettu 01.03.2011.
- Jaakkola, Elina, Orava, Markus & Varjonen, Virpi. Tekes 2007. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua. Helsinki: Miktor.
- Karjaluo, Heikki 2010. Digitaalinen markkinointiviestintä. Esimerkkejä parhaista käytännöistä yritys- ja kuluttajamarkkinointiin. Jyväskylä: WSOYpro Oy.
- Karusaari, Riitta & Nylynd, Anu 2009. Matkailu on COOL. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Kauppa- ja teollisuusministeriö - KTM 2006. KTM –julkaisuja 21/2006. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimenpideohjelma vuosille 2007-2013. Edita Publishing Oy.
- Kinnunen, Ritva 2003. Palvelujen suunnittelu. Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Komppula, Raija & Boxberg, Matti 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Laitinen, Laura 2011. Henkilökohtainen tiedonanto 28.02.2011. Kulttuuri- ja matkailuvastaava. Pertunmaa.
- Lehtinen, Uolevi & Niinimäki, Satu 2005. Asiantuntijapalvelut. WSOY.

Lindell, Mikko 2011. Maaseutumatkailuyritystoiminta Suomessa. Seminaari, Helsinki 21.01.2011. www-dokumentti.
http://www.mtk.fi/maaseutu/ajankohtaista_maaseutu/maaseutu_uutiset/maaseutu_uutiset_2011/fi_FI/mtk_akkor_matkailu/

Liuksila, Timo. Näkemyksestä menestystä. Matkailun ohjelmalvelut. Toimialaraportti 10/2010. Työ- ja elinkeinoministeriö.

Lomamaalla.com Pinnun mökit. Yrityksen www-sivut.
<http://lomamaalla.net/index.html> Ei päivitystietoja. Luettu 25.01.2011.

Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä. www-dokumentti.
http://www.maaseutupolitiikka.fi/teemaryhmat/matkailu/lisatietoa_maaseutumatkailusta/maaritelma_ja_tilastoja Ei päivitystietoja. Luettu 21.02.2011.

Maataloustuottajien ja metsänomistajien liitto – MTK. Liiton www-sivut.
http://www.mtk.fi/maaseutu/maaseutuyrittajyyss/matkailuyrittajat/fi_FI/matkailuyrittajat_etu/ Ei päivitystietoja. Luettu 21.02.2011.

Maa- ja kotitalousnaisten Keskus 1998. Elämyksiä maaseutumatkailuun. Kokemäki: Satakunnan Painotuote Oy.

Ojasalo, Katri, Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.

Parantainen, Jari 2007. Tuotteistaminen. Hämeenlinna: Karisto Oy.

Pertunmaan kunta. Esite.

Peruvesi & Vihantasalmi. Peruvesi – Vihantasalmi matkailualueen kehittämishanke 2010 - 2015. Yrittäjäliite.

Ryymän, Jaakko 2008. Maaseutumatkailu. Toimialaraportti 10/2008. Työ- ja elinkeinoministeriö.

Verhelä, Pauli & Lackman, Pekka 2003. Matkailun ohjelmalvelut. Porvoo; WS Bookwell Oy.

Vuoristo, Kai-Veikko & Vesterinen, Nina 2009. Lumen ja suven maa. Suomen matkailumaantiede. Helsinki: WSOYpro Oy.

Wahlman Salla 2010. Henkilökohtainen tiedonanto 28.12.2010. Yrittäjä. Lomamaalla Pinnun mökit

Ohjelmapalveluiden sisältö ja kustannukset

Ohjelma- palvelu	Sisältö	Kesto	Hinta sis. alv	Paikka	Huomioi- tavaa!
Tutustumisen tilaviineihin	*yritysesittely *viinitasting *ostosmahdollisuus	n. 1 h	5 €/hlö (minimi hinta 75 €)	Viinitila	Tilattava 2 vko aikai- semmin
VipShopping	*pukeutumis- neuvonta *ostosmahdol- lisuus	n. 1,5 h	palvelu ilmainen	Yritys	Tilattava 2 vko aikai- semmin
Retki	*kuljetus (mökki- yritys-viinitila- Kuortti-mökki) *VipShopping *tutustuminen tilaviineihin *ostosmahdol- lisuus Kuortissa	n. 5 h	270 € 5 €/hlö (min. hinta 75 €)	Kuljetus- yrittäjä Yritys Viinitila Kuortti	Kuljetuk- sesta ja jo- kaisesta retken käyntikoh- teesta sovit- tava erik- seen kunkin yrittäjän kanssa
Jooga (max. 10hlö)	*jooga *teehetki	n. 2 h	150 € (sis. ohjaa- jan mat- kakulut mökille)	Loma- maalla Pinnun mökkit	Tilattava 1 kk aiem- min, sopii aloittelijoil- le
Kauneuden- hoito ryhmäl- le (min. 3hlö)	*kasvohoito ohjattuna *kasvohieronta *meikkausneuvon- ta	n. 2 h	28€/hlö (sis. kos- metologin matkaku- lut mökil- le)	Loma- maalla Pinnun mökkit	Tilattava 1 kk aiem- min

Ohjelmapalveluiden sisältö ja kustannukset

Nuottaretki	*nuottausnäytös *noki pannukahvi *tikkukalat	n. 3 h		Rääveli, Pertunmaa	Sopimuksen mukaan
Ruokapalvelut (min. 6 hlö)	*asiakkaan tilauksenmukainen ruokapalvelu		sopimuksen mukaan	Lomamaalla Pinnun mökit	Tilattava 2 vko aiemmin
Kokkikoulu (min. 6 hlö)	*raaka-aineet *ruoan valmistus keittiömestarin johdolla		100€/hlö	Lomamaalla Pinnun mökit	Tilattava 1 kk aiemmin

LIITE 2.
Esimerkki retkiohjelmasta

klo 10.00 Lähtö Mäntyrinteestä Pertunmaan Linjaliikenne

klo 10.30 VipShopping

- pukeutumisneuvontaa
- ostosmahdollisuus

klo 12.00 Lähtö viinitilalle

klo 12.20 Tutustuminen viinitilaan

- yritysesittely
- viinitasting
- ostosmahdollisuus

klo 13.30 Lähtö Kuorttiin

klo 14.00 Pysähtyminen Kuortissa

- ostosmahdollisuus: ABC-asema, Alko, Wood Park, Toivosen lihasavustamon myymälä

klo 14.45 Lähtö takaisin Mäntyrinteeseen

klo 15.00 Paluu Mäntyrinteeseen

Talvi-illan menu

Alkuruoka

kurkkukeitto

patonkia

Pääruoka

porotaskut

kermaperunaa

hunajaiset juurekset

suolakurkkua ja puolukkahilloa

vihersalaattia

Jälkiruoka

Valkosuklaa-mustikkakakku

Tuulahdus yöttömän yön seuduilta,

käkkärämännyn katveesta ja revontulien loisteesta.

Porotaskut on häränpihvi, joka on täytetty savuporolla ja aurajuustolla

ja haudutettu herkullisessa

kermakastikkeessa kypsäksi asti...

Kurkkukeitto on oivallinen aloitus makujen sinfonialle!

