

Janne Jansa & Ilkka Okkonen

**Tuotekehitys Vuokatti Actionille**

Opinnäytetyö  
Kajaanin ammattikorkeakoulu  
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala  
Matkailun koulutusohjelma  
Kevät 2011



Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma
Tekijä(t) Janne Jansa & Ilkka Okkonen	
Työn nimi Tuotekehitys Vuokatti Actionille	
Vaihtoehtoiset ammattipinnot	Ohjaaja(t) Anne Hyvärinen & Pekka Oikarinen
	Toimeksiantaja Vuokatti Action/Jyrki Makkonen
Aika Kevät 2011	Sivumäärä ja liitteet 37+17
<p>Toiminnallisessa opinnäytetyössä kehitimme Vuokatissa toimivalle ohjelmapalveluyritys Vuokatti Actionille tuotteen. Tavoitteena oli suunnitella tuote, joka sopii hyvin Vuokatti Actionin ohjelmatarjontaan ja hyödyntää jo olemassa olevia resursseja. Elämyksellisyys on merkittävä osa yrityksen toimintaa. Tuotteen on sovelluttava toimimaan niin itsenäisenä ohjelmanaan kuin myös osana muista tuotteista koostuvaa ohjelmaa.</p> <p>Opinnäytteen teoreettinen tausta on tuotekehityksessä ja tuotekehitysprosessissa. Liikunta- ja seikkailumatkailusta tuodaan esille keskeisimmät käsitteet ja määritelmät. Ohjelmapalveluiden keskeisimmät käsitteet ovat tuottajat, laatutekijät ja turvallisuus.</p> <p>Tuote, lumikenkäultimate, on uusi joukkuelaji, joka pohjautuu säännöiltään tavalliseen ultimateen eli liitokiekkoon. Lajia voidaan pelata talviaikana liitokiekolla lumikengät jalassa.</p> <p>Lähdekirjallisuutena on käytetty matkailun kirjallisuutta, jotka käsittelevät liikunta- ja seikkailumatkailua, ohjelmapalveluita ja tuotekehitystä. Lisäksi sisältöä mm. ultimatien lajitaustaan liittyen on hankittu internetistä.</p> <p>Liitteenä opinnäytetyössä ovat tuotekortti, tuoteseloste, turvallisuussuunnitelma, sääntötiivistelmä ja blueprint.</p>	
Kieli	Suomi
Asiasanat	Ohjelmapalvelut, seikkailumatkailu, liikuntamatkailu, tuotekehitys, lumikenkäultimate
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus <input checked="" type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School Tourism	Degree Programme Tourism and Hospitality Management
Author(s) Janne Jansa & Ilkka Okkonen	
Title Product Development for Vuokatti Action	
Optional Professional Studies	Instructor(s) Anne Hyvärinen & Pekka Oikarinen
	Commissioned by Vuokatti Action/Jyrki Makkonen
Date Spring 2011	Total Number of Pages and Appendices 37+17
<p>In this thesis we developed a new product for the programme service company named Vuokatti Action. The aim was to design a new product which fits well to the already existing programme supplies in the company by using the already existing resources that the company has. Providing experiences to the customers is vital for Vuokatti Action. The product must work both by itself and as a part of a bigger product package.</p> <p>The focus in the theory of the thesis is on product development. The most important terms from sport tourism, adventure tourism and programme services are introduced.</p> <p>The product, snowshoe-ultimate is a new teamsport, the idea of which is based on the regular flying disc sport, ultimate. This game can be played in wintertime with snowshoes on and with a frisbee.</p> <p>Sources used in this thesis include for example books of tourism that deal with sport tourism, adventure tourism, programme services and product development. Internet sources have been used in the theory part of ultimate.</p> <p>Enclosures of the thesis include the product card, a product description, a security plan for the product, an abstract of the rules and a blueprint..</p>	
Language of Thesis	Finnish
Keywords	Programme service, adventure tourism, sport tourism product development, snowshoe-ultimate
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Electronic library Theseus <input checked="" type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 VUOKATTI ACTION	2
3 KÄSITTEET	6
3.1 Matkailutuote	6
3.2 Liikuntamatkailu	7
3.3 Seikkailumatkailu	9
3.4 Matkailun ohjelmapalvelun määritelmät	12
3.5 Ohjelmapalvelujen tuottajat	13
3.6 Ohjelmapalvelujen laatu	13
3.7 Turvallisuus ohjelmapalveluissa	15
3.8 Ultimate	16
Historia	16
Pelin idea	18
3.9 Lumikenkäultimate	19
4 MATKAILUN TUOTEKEHITYS	20
4.1 Tuotekehityksen tavoitteet	20
4.2 Matkailutuotteen suunnittelu- ja kehittämisprosessi	21
4.2.1 Ideointi	21
4.2.2 Tuotteistaminen	22
4.2.3 Tuotteen testaus	23
4.2.4 Hinnoittelu	24
4.2.5 Markkinointi ja myynti	25
4.2.6 Toteuttaminen	25
4.2.7 Palaute ja kehittäminen	26
4.3 Segmentointi	26
4.3.1 Sosiodemografiset tekijät	27
4.3.2 Maantieteelliset tekijät	28
4.3.3 Psykografiset tekijät	28
4.3.4 Käyttäytymiseen liittyvät tekijät	28
5 LUMIKENKÄULTIMATE	30

5.1 Säännöt ja pelin kulku	30
5.2 Lumikenkäultimate osana ohjelmaa	33
6 POHDINTA	35
LÄHTEET	37
LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyömme tarkoituksena oli kehittää toimeksiantajallemme Vuokatti Action-ohjelmapalveluyritykselle uusi tuote yrityksen tarjontaan. Ohjelmapalveluyritykselle on tärkeää tuoda tarjontaansa riittävän usein uusia tuotteita, jotta kanta-asiakkaiden mielenkiinto yritystä kohtaan pysyy yllä ja toisaalta uudet tuotteet tuovat uusia asiakkaita. Tuotteen piti pysyä toimimaan sekä itsenäisenä tuotteena että osana useista eri tuotteista koostuvaa tuotepakettia. Yrittäjä Jyrki Makkonen antoi meille suhteellisen vapaat kädet tuotteen kehittämiseen, kunhan se vain luontevasti soveltuisi yrityksen toimintaan. Idea tuotteeseemme lähti siitä, kun mietimme yrityksen sen hetkistä talviaktiiviteettitarjontaa ja käytössä olevia resursseja. Yhdistämällä jo olemassa olleet tuotteet, lumikenkäilyn ja ultimaten eli liitokiekon, syntyi lumikenkäultimate.

Matkailutuote on luonteeltaan palvelu ja sille on tavanomaista se, että asiakkaalle tarjotaan jotain aineetonta, jota sekä tuotetaan että kulutetaan samanaikaisesti. (Komppula & Boxberg 2002, 10) Asiakkaalle matkailutuotteesta tekee hyvän hänen kokemansa kokonaiselämys, joka muodostuu useista eri kokemuksista ja joka on yleensä erilainen eri ihmisille. (Verhelä & Lackman 2003, 74)

Matkailun ohjelmapalvelut ovat aktiviteetteja, jotka liittyvät matkailutuotteeseen muodostaen matkan toiminnallisen osan. Usein ohjelmapalvelut pohjautuvat asiakaslähtöisesti luontoon, kulttuuriin, liikuntaan, terveyteen tai viihteeseen ja ovat joko omatoimisia tai ohjattuja toimintoja. (Verhelä & Lackman 2003, 16-17)

Tuotekehitys on matkailualalla toimivalle yritykselle yksi sen tärkeimmistä toiminnoista. Tuotekehityksen tavoitteena on kehittää uusia, asiakkaiden tarpeisiin vastaavia sekä kilpailukykyisiä tuotteita nopeasti ja taloudellisesti, markkinatilanne huomioiden. (Raatikainen 2008, 59.) Syytä tuotekehitysprosessin aloittamiselle voi olla monenlaisia, mutta tavallisimmin ne liittyvät tavoitteeseen lisätä yrityksen myyntiä, markkinatilanteen muutoksiin, asiakkaiden kulutus-

tottumusten muutoksiin tai kilpailutilanteeseen. Yleensä tuotekehityksessä on kyse jo olemassa olevien tuotteiden kehittämisestä. (Komppula & Boxberg 2002, 93-94.) Yrittäjän menestymisen kannalta elinehto on se, kuinka tuote ja palvelu saadaan kehitettyä sellaisiksi, että asiakas haluaa ne ostaa. (Borg, Kivi & Partti 2002, 139.)

Lumikenkäultimate on uusi mahdollinen tuote Vuokatti Actionin tarjontaan. Tuotetta varten Vuokatti Actionin ei tarvitse tehdä mitään hankintoja, koska lumikenkäily ja ultimate ovat kuuluneet yrityksen tarjontaan jo aiemmin. Lumikenkäultimate pohjautuu säännöiltään tavalliseen liitokiekkoon, mutta pelin sääntöjen ja olosuhteiden kanssa voi käyttää erilaisia variaatioita. Lumikenkäultimate voi toimia sekä yksittäisenä tuotteena että osana isompaa tuotepakettia. Tuote on sekä liikunnallinen että elämyksellinen ja sopii näin ollen hyvin Vuokatti Actionin tuotetarjontaan.

## 2 VUOKATTI ACTION

Vuokatti Action on Vuokatissa toimiva liikunnallisia ohjelmapalveluita tarjoava ohjelmapalveluyritys. Vuokatti Actionin on perustanut Jyrki Makkonen vuonna 1999. Tällöin Vuokatin matkailun kehityssuunta mahdollisti yrityksen perustamisen. Kyseessä on niin sanotusti yhden miehen yritys. Yrityksen toiminta vaatii kuitenkin ajoittain lisätyövoimaa. Lisätyövoimaa Vuokatti Action saakin mm. harjoittelijoilta. Vuokatti Actionin kaltaisilla pienillä ohjelmapalveluyrityksillä toiminta on jaksottaista. Vilkkaimpia aikoja ovat luonnollisesti yleiset lomaviikot. Vuokatti Actionin toiminta-alue on rajoittunut lähinnä Vuokattiin. Tarkemmin sanottuna toimipaikkoina ovat Vuokattihalli, Vuokatinhovi ja Katinkulta sekä edellä mainittujen lähiympäristöt. Vuokatti Actionin osuus alueen markkinoista on pieni, mutta riittävä. Asiakkaita vuodessa on noin 2000. Tämä määrä riittää tuomaan yrittäjälle toimeentulon. (Makkonen 2010.)

Vuokatti Action tarjoaa liikunnallisia ohjelmapalveluita kaiken ikäisille. Erityisesti Vuokatti Actionin toiminnassa panostetaan tuotteiden elämyksellisyyteen. Toiminnan edellytyksenä ovat riittävän suuret ryhmät. Jos osallistujien määrä jää liian pieneksi, ei ole järkeä ruveta ohjelmaa järjestämään. Yhteistyö alueen muiden yritysten ja palveluiden kanssa on Vuokatti Actionille tärkeää. Esimerkiksi yhteistyö Vuokatinhovin kanssa on yrityksen toiminnalle todella tärkeää, sillä Vuokatinhovin majoituspalveluita käyttävillä on mahdollisuus osallistua lomaviikoilla Vuokatti Actionin järjestämiin viikko-ohjelmiin. (Makkonen 2010.)

Hyvin näkyvässä roolissa Vuokatti Actionin tuotteista ovat erilaiset kiipeilymahdollisuudet. Kiipeilyä on mahdollista harrastaa niin ulko- kuin sisätiloissakin. Kiipeilymuotoina mm. perinteinen seinäkiipeily, koritornikiipeily, trapetsihyppy. Lisäksi monet tuotteista vaativat kiipeilyssä käytettäviä varusteita. (Makkonen 2010.)



Vuokatti Actionin tuotteita yhdistää jossakin määrin liikunnallisuus ja elämyksellisyys. Elämys painoisuus näkyy tuotteiden erikoisuudessa. Kiiking-kiikku, zorbing-pallo, jousiammunta, metsägolf, alppicurling jne. ovat monille hyvin jännittäviä ja jopa suuriakin elämyksiä aikaansaavia tuotteita. (Makkonen 2010.)

Erikoisia ja jännittäviä tuotteita on tukemassa arkisempaa liikuntaa ja tutumpiakin lajeja. Nämä tuovat lisää liikuntapainotteisuutta sellaiseenkin ohjelmaan, joka muuten pitäisi sisällyttää asiakkaan kannalta passiivisempia aktiviteetteja. Mukava lisä ovat erilaiset pelit ja leikit sekä retket luonnossa mm. lumikenkiä käyttäen. (Makkonen 2010.)

Vuokatti Action on tarjonnut viikko-ohjelmaa teemallisina kokonaisuuksina Vuokatinhovissa majoittuville matkailijoille. Nämä viikko-ohjelmat ovat olleet tarjolla mm. vilkkaimpina lomaviikkoina ja tarpeen vaatiessa on tarjolla esimerkiksi kuntouttavaa viikko-ohjelmaa ikäihmisille. Edellä mainittujen lisäksi Vuokatti Action on aika ajoin mukana myös erilaisissa tapahtumissa, joissa kaivataan yleisölle viihdytystä tai erikoisempaa ohjelmaa. (Makkonen 2010)

Vuokatti Actionilla on runsaasti eri tuotteisiin tarvittavaa materiaalia. Varastointi on hoidettu hyvin ja kaikki tarpeellinen on nopeasti saatavilla. Jotkin tuotteista vaativat toisia selvemmin suurempia rahallisia panostuksia. Toisaalta suuremmissa hankinnoissa, kuten trampoliinissa, kestävyys on suhteellisen pitkä, joten nämä hankinnat kyllä maksavat itsensä takaisin ajan mittaan. Tällaisia hankintoja tehtäessä on kumminkin hyvä olla tietoinen hankittavan laitteen/tarvikkeen suosiosta ja käytettävyydestä, jotta käyttökertoja kertyisi siinä määrin, että hankinta olisi tuottoisa ja tätä kautta yritykselle järkevä hankinta. Toisaalta jotkin hankinnat voivat olla siinä määrin tärkeitä, että ne toimivat muun ohjelman ohessa ja toimivat ohjelman vetonaulana. (Makkonen 2010.)

Vuokatti Actionin asiakkaat ovat hyvin pitkälle suomalaisia, joten työssä pärjää suomella hyvin pitkälle. Vuokatti Action on jonkin verran pystynyt tavoittamaan myös ulkomaalaisia asi-

akkaita. Yrityksen niin sanottu ongelma onkin se, kuinka saada ulkomaalaiset matkailijat kiinnostumaan Vuokatti Actionin tarjonnasta. Markkinointia tulisi tietenkin kohdistaa paremmin heihin ja näkyvyyttä yleensäkin olisi saatava enemmän. Toisaalta Vuokatti Action on pieni yritys, joten on huomioitava myös tarjonnan mahdollisuudet. Tärkeimmät asiakasryhmät yritykselle ovat leirikoululaiset, kuntoremonttiryhvät, yritykset ja yhdistykset, seurakunta, polttariporukat ja lomalaiset. (Makkonen 2010.)

Nuorten ja lasten osa asiakkaista on huomattava, sillä onhan suurin osa tuotteista heille kohdistettu ja suurin osa tuotteista kuitenkin vaatii riittävät fyysiset ominaisuudet, jotta niihin voi osallistua. Suurin osa tuotteista kumminkin sopii mainiosti kaiken ikäisille, jos vain fyysikkatosiaankin riittää. Nuorten kanssa työskentely on tietenkin vauhdikkaampaa ja vaatii enemmän huomiointia ja välillä myös enemmän ohjeistusta. (Makkonen 2010.)

Vuokatti Actionin toiminta perustuu hyvin pitkälle varauksen tehneiden ryhmien ohjaamiseen. Varausta tehdessä sovitaan ohjelman sisällöstä ja rupeaman kestosta. Ryhmäkoon tulee olla riittävän suuri, jotta toiminta on kannattavaa. Ohjelma voi koostua asiakasryhmää itseään kiinnostavista tuotteista tai jostain valmiista tuotepaketista. Myös viikko-ohjelmat ovat olemassa lomaviikoilla. Itse ohjaaminen on tärkeä osa työtä, sillä osaan tuotteista sisältyy huomattavia riskejä. Turvallisuus ja riittävä ohjeistus ovat siis valokeilassa. (Makkonen 2010.)

Ennen rupeamaa laitetaan suorituspaikka kuntoon. Kaikki tarvittavat materiaalit ja varusteet toimitetaan paikalle ja valmisteluja vaativat laitteet jne. laitetaan valmiuteen. Kun suorituspaikka on valmiudessa, voidaankin odotella asiakasryhmää saapuvaksi. Ryhmä tavataan sovittussa paikassa sovittuun aikaan. Tästä on tärkeää pitää kiinni ja etukäteen onkin hyvä sopia kaikki tarkkaan. (Makkonen 2010.)

Ryhmän saapuessa suoritetaan ohjaajien ja ohjelman esittely. Säännöt ja muut ohjeet kerrotaan mahdollisesti yhteisesti ennen ohjelman alkua tai sitten ryhmä jaetaan pienempiin osiin,

jolloin tuotekohtaisesti ohjaaja ennen suoritusten aloittamista kertoo lajista ja ohjeistaa oikeaoppiseen suoritukseen. (Makkonen 2010.)

Itse ohjelman ollessa ohi on hyvä pitää jonkinlaiset loppusanat eli keskustellaan ryhmän kanssa kokemuksista ja tuntemuksista. Tämän jälkeen voidaankin hyvästellä ryhmä ja ryhtyä purkamaan suoritustaikalta kaikki varusteet ja materiaalit pois sekä pidetään huoli siitä, että suoritustaikalle ei jää mitään välitöntä vaaraa aiheuttavaa. (Makkonen 2010)

### 3 KÄSITTEET

#### 3.1 Matkailutuote

Matkailutuote on luonteeltaan palvelu. Palvelutuotteille on tavanomaista se, että asiakkaalle tarjotaan jotain aineetonta, jota samanaikaisesti sekä tuotetaan että kulutetaan. Palveluun voi tuki liittyä myös aineellisia osia esimerkiksi ruuan tai matkamunistojen muodossa. Niitä voidaan tietenkin arvioida ja kokeilla, mutta vasta matkan aikana. Palvelun ollessa aineeton, ei matkailutuotteita voi varastoida tai esitellä valmiina tuotteena sellaisenaan. Palvelun aineettomuudesta johtuen epäonnistunutta palvelukokemusta ei voida perua tai palauttaa. Ylipäänsä kokemusta on huomattavasti vaikeampi korvata kuin esimerkiksi rikki mennyttä vaatetta. (Komppula & Boxberg 2002, 10-11.)

Asiakkaalle matkailupalvelusta hyvän tekee hänen kokemansa kokonaisuus, joka muodostuu useista eri kokemuksista ja joka on yleensä erilainen eri ihmisille. Asiakkaan kokonaiskokemus tuotteen laadusta riippuu pitkälti siitä, kuinka tuote kohtaa asiakkaan odotukset. Tuotteen ollessa hyvä, se jättää positiivisen muistijäljen asiakkaalle ja sen toteutus antaa tuottajasta turvallisen ja luotettavan kuvan. Myös tuotteen hinta-laatusuhteella ja helpolla saavutettavuudella on merkitystä. (Verhelä & Lackman 2003, 74-75.)

Tuottajalle hyvä tuote merkitsee liiketaloudellisesti kannattavaa, toistettavissa olevaa ja helposti myytävää. Hyvän tuotteen oston toteuttaminen on helppoa ja se synnyttää asiakkaalle halun ostaa sitä uudelleen. Hyvä tuote myös erottuu muusta alan tarjonnasta ja on pitkäikäi-

nen vailla ulkopuolisia epävarmuustekijöitä. Tuotteen jälleenmyynti on tuottajalle helppoa ja se tuo toimeentulon sen tuottamiseen osallistuville. (Verhelä & Lackman 2003, 75.)

Palvelun laadun mittaaminen on vaikeaa johtuen palvelujen tuottajien ja asiakkaan henkilökohtaisen vuorovaikutuksen suuresta osasta palvelussa. Useimmin matkailututkimuksissa käytetään määritelmää, joka esittää matkailutuotteen viiden komponentin pakettina. Siihen kuuluvat kohteen vetovoimatekijät, saavutettavuus, kohteen palvelut, hinta sekä mielikuvatkohteesta. (Komppula & Boxberg 2002, 11.)

### 3.2 Liikuntamatkailu

Liikuntamatkailu on määritelty matkailuksi, jossa ulkopaikkapaikkakuntalaiset hyödyntävät alueen liikuntapalveluja. Lisäksi katsotaan, että matkan motiivina on osallistuminen liikunta-aktiviteetteihin tai -tapahtumiin tai tällaisten tapahtumien seuraaminen. Voidaan siis tulkita, että liikuntamatkailussa pääpaino ei ole kaikkien matkailijoiden kohdalla heidän omassa fyysisessä suorittamisessa, vaan olennaista on se, että matkailupalvelujen kokonaisuus liittyy liikuntaan. Suomessa liikuntamatkailu on nostanut päätään nykyisessä muodossaan osana matkailuelinkeinoa vasta 1980- ja 1990-luvuilla. (Verhelä & Lackman 2003, 125-126.)

Itsensä hoitamisesta ja fyysisen kunnon ylläpitämisestä on tullut suuntauksia, jotka näkyvät matkailupalvelujen kulutuksessa. Nykyaika on muuttanut ihmisen arkea mittavin määrin. Liikunta jää monilla liian vähälle ja tästä johtuen tunnetaan tarvetta käyttää vapaa-aika hyödyllisesti. Tästä on syntynyt lisää tarvetta liikuntapalveluille matkailutarjonnassa. Liikuntamatkailun katsotaan olevan liikunnallista itsestään huolehtimista. (Verhelä & Lackman 2003, 126.)

Liikkuminen on osa hyvinvointiajattelua. Hyvinvointiajattelu tulee kasvattamaan merkitystään entisestään ajan kuluessa, sillä kehityksen suunta on ollut pitkään tavoitteiltaan fyysisen suorittamisen helppous ja vähentäminen. Liikunta ja urheilu voivat tarjota elämyksiä monella eri tasolla. Liikunnallinen suoritus sinänsä tuo hyvän olon. Ryhmässä tai joukkueessa olo palvelee ihmisen sosiaalisia tarpeita, menestyminen suorituksessa kohottaa itsetuntoa ja myös toisten suoritusten seuraamisesta ja ihailusta voi nauttia. (Verhelä & Lackman 2003, 126.)

Liikuntamatkailun asiakkaat muodostuvat kotimaisista ja ulkomaisista vapaa-ajan matkustajista sekä nykyisin yhä useammin myös työmatkalaisista. Valtaosa varsinaisen liikuntamatkailun kuluttajista käyttää edelleenkin rakennettujen liikuntakeskusten palveluita ja harrastaa matkansa osana erilaisia välineliikunnan muotoja. Suomessa hiihtokeskukset laskettelu-, murtomaahiihto- ja oheispalveluineen muodostavat suuren osan tarjonnasta. (Verhelä & Lackman 2003, 126-127.)

Liikuntamatkailun ammattilaisen on osattava suunnitella ja toteuttaa erilaisille matkailijoille soveltuvia liikuntamatkailun ohjelmalvelukokonaisuuksia. Ympäristön huomioiminen sekä turvallisuus- ja ensiaputaidot ja tapaturmien ehkäiseminen ovat myös olennaisia taitoja. Asiakkaan kohtaaminen ja läsnäolo heidän kanssaan on kuitenkin liikuntamatkailussakin matkailuyrittäjän kaikkein tärkein taito. (Verhelä & Lackman 2003, 127-128.)

Osa lajeista soveltuu ohjelmanumeroksi sellaisenaan tai osaksi muuta matkailun muotoa kuten esimerkiksi lumikenkäily, joka voi olla oma numeronsa tai esimerkiksi osana luontomatkailla. Jotkin liikunnan muodot eivät välttämättä sovellu sellaisenaan omaksi ohjelmanumerokseen, mutta voivat olla oheispalveluna, esimerkiksi arkiliikunta (kävely, hölkkä, sauvakävely). Arkisen liikunnan varaan harvemmin rakennetaan kokonainen ohjelmatuote, mutta muiden ohjelmalvelun muotojen osana sillä on merkittävä sija. (Verhelä & Lackman 2003, 130-131.)

### 3.3 Seikkailumatkailu

Seikkailumatkailutuotteella tarkoitetaan tuotetta, jossa matkustajan elämys syntyy aktiivisesta osallistumisesta uuteen, erilaiseen, usein jännittävään tai pelottavaan kokemukseen normaalia poikkeavassa ympäristössä. Seikkailu on jännittävä, pulmallinen ja joskus vaarallinenkin normaalia elämäntilasta poikkeava monivaiheinen tapahtuma. Seikkailumatkailutuotteen toteuttamiseen liittyy paljon muutakin, mutta edellä mainitut elementit ovat keskeisiä elämyksen syntymisessä. Nykyisen tiedon mukaan elämyksen syntyminen on kuitenkin hyvin henkilökohtainen asia eikä elämys varmastikaan aina ja kaikilla ihmisillä vaadi seikkailun elementtejä. (Verhelä & Lackman 2003, 178-179.)

Seikkailumatkailun ohjelmalvelujen tuottaminen saattaa olla ohjelmalvelujen haasteellisimpia sarkoja sekä sisällöllisesti että taloudellisesti. Seikkailumatkailun suosio kasvaa nopeasti ja potentiaalisia asiakkaita on paljon. Toisaalta ohjelmalvelujen markkinoilla on selkeästi vielä tilaa uusille erikoistuneille ja osaaville yrittäjille ja heidän uusille, innovatiivisille tuotteilleen. (Verhelä & Lackman 2003, 179-180.)

Seikkailumatkailua on luonnehdittu monella eri tavalla. Ehkä selkein on jaottelu tutkimusmatkailuun tai perinteiseen seikkailumatkailuun, vaativaan seikkailumatkailuun ja virkistysseikkailumatkailuun. Tutkimusmatkailussa matkailijan jännityksen kokemukset syntyvät uusista tai erilaisista ympäristöistä, ihmisistä, liikkumismuodoista tai -välineistä. Vaativat seikkailumatkat ovat matkoja, joilla matkailija kokeilee voimiaan ja taitojaan luonnonvoimia vastaan joko yksin tai ryhmän jäsenenä, oppaan kanssa tai ilman opasta. Jännitys näillä matkoilla on erittäin voimakas ja matkailija todella kokee turvallisuutensa ja hyvinvointinsa olevan uhattuina. Virkistysseikkailuun kuuluu suurin osa tuotteista, joita tavallisille matkailijoille tarjotaan. Tuotteet ovat yleensä fyysisesti ja henkisesti helpohkoja ja lyhytkestoisia. Matkailijoiden jännitys syntyy vauhdista, uusista tilanteista ja omasta aktiivisuudesta. (Verhelä & Lackman 2003, 180-182.)

Kaikissa seikkailuohjelmissa on palvelun tuottajan hyvä muistaa, ettei matkailija osallistu tai joutu osallistumaan sellaiseen ohjelmaan, joka ylittää hänen henkiset tai fyysiset voimavaroinsa tai rajansa. (Verhelä & Lackman 2003, 183.)

Asiakkaiden tarve kokea seikkailua on koko seikkailumatkailun lähtökohta. Seikkailumatkalle lähtevä asiakas kokee elämyksen jonkin tai joidenkin seikkailumatkan elementtien vaikutuksesta. Jokaisella ihmisellä on jonkinasteinen tarve kokea jotain uutta ja erilaista. Joillekin irtautuminen arjesta onnistuu parhaiten tekemällä jotain todella poikkeavaa, kokeilemalla uskalluksensa rajoja, nauttimalla jännityksestä ja jopa pelosta hetkellisesti. Matkailun ohjelmapalveluina kannattaa toteuttaa ja toteutetaankin eritasoisia seikkailuja, jotta pystytään tuottamaan mahdollisimman monelle asiakkaalle sopivia tuotteita ja näin kasvattamaan oman yrityksen toimintaa. (Verhelä & Lackman 2003, 183-184.)

Ihmisten tarpeiden pohtiminen ja erilaisten elämysten muodostumisen mekanismien tunnistaminen auttaa kehittämään oikeantasoisia jännitystä tarjoavia tuotteita. On kumminkin huomioitava, että ihmisen tarpeet muuttavat. Tämä tarkoittaa sitä, että mikä tuottaa seikkailijalle jännitystä tänään ja tulevaisuudessa voi muuttua hyvinkin nopeasti. Tästä johtuen onkin hyvä olla ajan tasalla suosiossa olevista lajeista ja yleensä ihmisten kiinnostuksen kohteista. (Verhelä & Lackman 2003, 184.)

Seikkailumatkailun ohjeistus tai opastus tarkoittaa sitä, että liiketoiminta on varsinaiseen lajin suorittamiseen liittyvää. Matkailutuotteessa on kysymys ohjeistuksesta silloin, kun palvelun tarjoaja korvausta vastaan luovuttaa kuluttajalle karttoja, kirjallisia reittikuvauksia tai ohjeita lajin harrastamista varten. Opastuksesta puolestaan on kysymys silloin, kun matkailijalle myytävään tuotteeseen kuuluu osallistuminen seikkailuohjelmaan, jossa palvelun tuottajan edustaja on mukana ohjaamassa ja opastamassa asiakasta tai asiakasryhmää seikkailua toteutettaessa. (Verhelä & Lackman 2003, 186.)



Opastetun seikkailun muotoja matkailun ohjelmapalvelujen normiston MoNon mukaan ovat:

- lyhyt, muutaman tunnin seikkailu
- yhden päivän seikkailupalvelu
- useamman päivän seikkailuvaellus tai -leiri, jossa voi olla mukana erilaisia välineitä, laitteita ja toimintaympäristöjä, majoituspalveluita, ruokailuja jne.

Toimintaympäristö normistossa tarkoittaa sitä ympäristöä, paikkaa tai aluetta, jossa palvelu toteutetaan. Normiston mukaan seikkailu- tai elämyspalvelu voidaan toteuttaa eripituisina ohjelmina ja erilaisissa ympäristöissä, jotka voivat olla luonnon muodostamia tai ohjelmapalvelutarkoitukseen rakennettuja. Rakennetun ympäristön tulee täyttää lakien, asetusten ja rakennusmääräysten (mm. leikkikenttärakenteiden määräykset ja kiipeilypaikkojen määräykset) vaatimukset. (Verhelä & Lackman 2003, 186-187)

Seikkailutuotteiden toimintaympäristön normiston neljä vaativuustasoa:

- Helppo: Henkisesti ja fyysisesti helppo suoritus, joka ei vaadi erityistaitoja.
- Normaali: Henkistä ja/tai fyysistä ponnistusta vaativa suoritus, joka saattaa vaatia erityistaitoja. Nämä taidot opetetaan ennen suoritusta.
- Vaativa: Henkisiä ja/tai fyysisiä ponnistuksia vaativa melko raskas suoritus, jossa tarvitaan aikaisempaa kokemusta.
- Erittäin vaativa: Henkistä ja/tai fyysistä ponnistelua sekä huomattavia erityistaitoja vaativa erittäin raskas suoritus, jonka suorittajille tulee asettaa ikä- ja kuntorajat. (Verhelä & Lackman 2003, 187.)

### 3.4 Matkailun ohjelmapalvelun määritelmät

Matkailun ohjelmapalvelulle on olemassa määrittelyjä, jotka palvelevat useita eri tarkoituksia. Kauppa- ja teollisuusministeriö määrittelee matkailun ohjelmapalvelut matkailun toimialakatsauksessa aktiviteeteiksi, jotka liittyvät matkailutuotteeseen muodostaen matkan toiminnallisen osan. Matkan ostajan näkökulmasta ohjelmapalvelut voivat olla matkakohteen vetovoima- tai viihtyvyystekijöitä ja täten ne voivat vaikuttaa myös valintapäätökseen. Esimerkkejä ohjelmapalveluista ovat rakennetut huvi- ja aktiviteettikohteet (huvipuistot, kylpylät, tiedekeskukset yms.), luontoon liittyvät aktiviteetit (retkeily, metsästys, luonnon tarkkailu yms.), kilpailutapahtumat, virkistys- ja harrastuspalvelut sekä taiteeseen ja kulttuuriin liittyvä toiminta (museot, teatterit, perinnekohteet yms.). (Verhelä & Lackman 2003, 16-18.)

Matkailualan perustutkinnon perusteissa, jonka Opetushallitus on vahvistanut, ohjelmapalveluille on myös omat määritelmänsä. Niiden mukaan matkailun ohjelmapalvelut pohjautuvat asiakaslähtöisesti luontoon, kulttuuriin, liikuntaan, terveyteen tai viihteeseen ja ovat joko omatoimisia tai ohjattuja toimintoja. (Verhelä & Lackman 2003, 17.) Toisaalta matkailun ohjelmapalveluna on pidettävä myös sellaista kulttuuriohjelmaa, näytöstä tai tapahtumaa, jossa asiakas kokee elämyksen katsojan roolissa. Se, ettei asiakas ole aktiivisena toimijana ohjelmapalvelussa mukana, ei vähennä palvelua toteuttavan henkilöstön merkitystä puhuttaessa asiakkaan elämyksen syntymisestä ja heidän vastuustaan tuotteesta ja palvelusta. (Verhelä & Lackman 2003, 96.)

Eri määritelmien yhteinen tekijä vaikuttaa olevan se, että ohjelmapalvelu rinnastuu matkailijan omaan osallistumiseen tavalla tai toisella. Tiivistetysti ohjelmapalvelut voitaisiin määritellä niihin nimenomaisiin ohjelmallisiin osiin matkajärjestelyjä, joihin asiakas osallistuu itse joko seuraajan tai suorittajan ominaisuudessa. (Verhelä & Lackman 2003, 17.)

### 3.5 Ohjelmapalvelujen tuottajat

Matkailualan ohjelmapalveluita tuottavat monet eri toimijat, joista perinteisimpiä ovat hotellit ja ravintolat. Suurimman osan ohjelmapalveluista kuitenkin tuottavat nykyisin varsinaiset ohjelmapalveluyritykset sekä yksityisyrittäjät. Markkinoilla ovat myös mukana sekä kunnalliset että alueelliset matkailuorganisaatiot, matkanjärjestäjät sekä erilaiset järjestöt ja yhteisöt. Asiakkaiden vaatimustason noustessa ja tuotteiden monipuolistuessa, myös ohjelmapalvelujen tuotannossa on jouduttu erikoistumaan. Tällä on ollut vaikutusta myös verkostoitumisen lisääntymiseen matkailupalvelujen tuotannossa. (Verhelä & Lackman 2003, 21.)

### 3.6 Ohjelmapalvelujen laatu

Asiakaspalvelua käsittelevissä tutkimuksissa on käynyt ilmi, että palvelun laatu riippuu asiakkaan saamasta kokemuksesta. Laadun määrittäminen on kuitenkin kaikkiaan hyvin vaikeaa ja erityisen vaikeaa se on elämyksiin perustuvissa tuotteissa, joita ohjelmapalvelutkin usein ovat. Varsinaisen palvelun lisäksi kun asiakkaan kokemukseen vaikuttavat esimerkiksi asiakkaan tausta, tunteet, säätily ja matkaseura. Se mikä ei yhdelle asiakkaalle kelpaa laisinkaan, voi olla jollekin toiselle erittäin myönteinen kokemus. (Verhelä & Lackman 2003, 40.)

Asiakkaalle myytävässä palvelussa on kolme eri ulottuvuutta laadun suhteen: tekninen laatu, toiminnallinen laatu sekä vuorovaikutuslaatu. Esimerkiksi kulutustavarakaupassa tuotteen laadussa on vain kaksi ulottuvuutta, toiminnallinen ja tekninen laatu. Kun puhutaan ohjelmapalveluista, laadun käsitteessä on kuitenkin huomioitava myös ihmisten välinen kanssakäyminen ja henkilökohtainen kontakti eli vuorovaikutus. Parhaimmillaankin kokonaislaatu voi olla korkeintaan yhtä hyvä kuin huonoimman osan laatu. Jotta palvelu olisi siis mahdollisimman laadukas, kaikkien kolmen osa-alueen tulee olla tasapainossa ja hallinnassa. (Verhelä & Lackman 2003, 41.)

Teknisestä laadusta puhuttaessa on kyse palvelun tuottamiseen käytettävistä teknisistä laitteista ja välineistä. Ohjelmapalveluissa se tarkoittaa ohjelman toteuttamisen kannalta välttämättömiä koneita, laitteita ja välineistä. Edellä mainittujen lisäksi tekniseen laatuun vaikuttavat myös esimerkiksi palvelun toteutusympäristö, rakennukset, maisemat sekä muu toimintaympäristö. Asiakkaan näkökulmasta tekninen laatu on näkyvin osa koko palvelua. (Verhelä & Lackman 2003, 41.)

Toiminnalliseen laatuun vaikuttavat yrityksessä asiakkaiden kohtelu, mitä asioita korostetaan palvelutapahtumassa, kuinka asiakkaat pystyvät toimimaan toistensa kanssa, miten asiakas osaa palvelutapahtumassa toimia ja millä tasolla on henkilökunnan tekninen ammattitaito. Erittäin olennaista palvelujen markkinoinnissa ja arvioinnissa on se, että palvelu sekä tuotetaan että kulutetaan samanaikaisesti eikä sitä näin ollen voida varastoida. Epäonnistunutta palvelua kun ei voida enää toistaa uudestaan ja korjata. (Verhelä & Lackman 2003, 42.)

Vuorovaikutus on yleensä laadun tärkein, mutta samalla myös vaikein osa. Vuorovaikutuslaatu muodostuu henkilöstön ja asiakkaan välisestä vuorovaikutuksesta. Siihen vaikuttaa esimerkiksi henkilöstön työmotivaatio ja käyttäytyminen, asiakaspalvelualltius, kielenkäyttö sekä kommunikointi asiakkaiden ja toistensa kanssa. Jokaisella yrityksellä pitäisi olla palveluilla toimintaohjeistukset, joiden mukaan palvelut voidaan toistaa. Ohjeistuksen lisäksi vuorovaikutuslaadun syntyyn tarvitaan palveluhenkilökunnan henkilökohtaista panosta. Tärkeää palvelutapahtuman onnistumiselle on se, että henkilökunta osaa tunnistaa asiakkaidensa tarpeet ja reagoida niihin palvelutapahtuman aikana. Kun henkilökunta on täysillä mukana palvelun aikana, asiakas yleensä aistii sen ja tällöin lopputulos on hyvä. (Verhelä & Lackman 2003, 42.)

Ohjelmapalvelun tuottajan tulisi normaalin tuotekehitystoimintansa osana arvioida omia palveluitaan aika ajoin. Palvelun tuottajan tai tuotteen palveluympäristö, reagoitavuus, palveluvarmuus, luotettavuus sekä empatia vaikuttavat asiakkaan ja yhteistyökumppanin saamaan palvelun laatuun. (Verhelä & Lackman 2003, 43.)

Palvelujen ja toiminnan laatua parantamaan on kehitetty useita erilaisia laatujärjestelmiä. Laatujärjestelmä on mahdollista hankkia yritykseen tukemaan toiminnan laadun valvonnassa tai mikäli yrityksen laatustandardit halutaan virallisiksi. Järjestelmän tavoitteena on auttaa yritystä tai yrittäjää oman toiminnan kehittämässä siten, että haluttu laatutaso saavutetaan ja siellä pysytään. Esimerkki suomalaisesta laatujärjestelmästä on Laatutonni, jonka Suomen Matkailun Kehitys Oy kehitti pienille ja keskisuurille yrityksille Matkailun edistämiskeskuksen toimeksiannosta. (Verhelä & Lackman 2003, 44-45.)

Loppujen lopuksi palvelun tuottajan kannalta keskeistä on kuitenkin se, miten laadun kokevat hänen omat asiakkaansa. Asiakas on odotuksineen aina se, joka määrittelee riittävän laatutason. (Verhelä & Lackman 2003, 46.)

### 3.7 Turvallisuus ohjelmapalveluissa

Turvallisuutta on mahdollista tutkia useista eri näkökulmista. Kirjallisuudessa ja säädöksissä turvallisuus on keskeinen käsite, mutta usein se on myös tarkemmin määrittelemätön käsite. Käsitteen sisältö riippuu siitä, mistä näkökulmasta sitä tarkastellaan. Näkökulma voi olla yhteiskunnallinen, tekninen, psykologinen, taloudellinen tai poliittinen. Turvallisuudella voidaan tarkoittaa mahdollisimman vähävahinkoista toimintaa, riskin vastakohtaa tai tilannetta, jossa vahinkoriskit ovat esimerkiksi viranomaisohjeiden hyväksymällä tasolla. Ohjelmapalveluissa turvallisuus asiakkaalle tarkoittaa sitä, että tarjottava tuote herättää luottamusta sekä aiheuttaa turvallisuuden tunteen. (Verhelä 2007, 48)

Matkailun ohjelmapalvelujen turvallisuuteen liittyy useita eri tekijöitä. Tärkeimpiä turvallisuustekijöitä ovat palveluja tuottavan yrityksen ja sen henkilöstön osaaminen, toiminta ja asenteet sekä asiakkaiden asenteet ja halu toimia turvallisesti. Edellä mainittuja seikkoja täy-

dentävät vielä asianmukaiset turvallisuusvaatimusten mukaiset varusteet, laitteet ja välineet sekä hyvä turvallisuussuunnittelu. Myös matkailupalveluiden myynnissä sekä markkinoinnissa turvallisuudesta on tullut tärkeä myyntiargumentti kaupallisessa ohjelmapalvelutoiminnassa. (Verhelä & Lackman 2003, 49-50.)

Tuoteturvallisuuslaki on tärkein palvelujen turvallisuutta määrittelevä säädös. Siinä määritellään vastuu kuluttajapalvelun tarjoajalle siitä, että toteutettaessa palvelua noudatetaan sellaista olosuhteiden edellyttämää huolellisuutta, ettei kuluttajan terveydelle tai omaisuudelle koidu palvelusta vaaraa. Kuluttajavirasto, lääninhallitukset sekä kenttätöitä tekevät kuntien terveystarkastajat valvovat lain noudattamista. Kuluttajavirasto voi asettaa palvelun suorituskieltoon, mikäli tuote aiheuttaa kuluttajalle turvallisuusriskin. (Verhelä & Lackman 2003, 55.)

### 3.8 Ultimate

#### Historia

Ultimaten eli liitokiekon historia ei ole kovin pitkä. Kyseisen joukkuepelin juuret sijoittuvat Yhdysvaltain itärannikolle 1960-luvun loppuun. New Jerseyssä sijaitsevan Columbia High Schoolin Frisbee-kerho syntyi puolitosissaan tehdystä aloitteesta. Sen pohjalta koulun oppilaskunta alkoi aina lounastunneilla organisoida frisbeen heittelyhetkiä koulun vieressä sijainneella niityllä. Yleensä pelimuotona oli Frisbee Football, joka hyökkäystaktiikoiltaan ja säännöiltään muistutti amerikkalaista jalkapalloa. Kiekkoa sai pitää hallussa juostessa ja kentällä sai olla samanaikaisesti lähestulkoon miten paljon tahansa pelaajia. Kerhon aktiivit alkoivat kuitenkin pian kehittää peliä ja sen sääntöjä. Vaikutteita haettiin esimerkiksi koripallosta ja

jalkapallosta, joiden johdosta kiekon kanssa juokseminen kiellettiin ja amerikkalaisen jalkapallon malliset hyökkäysjärjestelmät hyllytettiin.

Ennen kuin herrasmiestyyllisesti virheeksi määriteltiin vastustajia vihasuttavat teot, tuottivat virheiden ja rikkeiden määrittelyt ongelmia. Harrastajien akateeminen tausta saattoi vaikuttaa urheilullista taustaa enemmän määritelmän syntymiseen, mutta herrasmiespeli antoi selkeät lähtökohdat ultimaten Spirit of the game- eli reilun hengen periaatteelle. Lajin nimi on alkuaan Joel Silverin, ultimaten alkuaikojen puuhamiehen lajikuvauksesta: ”ultimate sports experience” eli ”äärimmäinen urheilukokemus”.

Ensimmäinen varsinainen ultimate-ottelu käytiin vuonna 1968 Colombia High Schoolin oppilaskunnan ja koululehden toimittajien kesken. Ultimatejoukkue kouluun perustettiin seuraavana vuonna ja joukkue harjoitteli parkkipaikalla, joka rakennettiin Frisbee-kerhon harjoitusniityn paikalle. Parkkipaikan rajoittava koko supisti kentällä olevien pelaajien määrän seitsemään per joukkue. Ultimate levisi hiljalleen muihinkin lähialueiden kouluihin, kiitos Columbia High Schoolin oppilaiden aktiivisuuden, kun ensimmäiset kirjalliset säännöt julkaistiin vuonna 1970. Muutama vuosi myöhemmin laji oli levinnyt myös yliopistoihin kehittäjiensä mukana. 1970- ja 1980- lukujen vaihteessa Pohjois-Amerikkaan perustettiin harrastajamäärien kasvaessa lajille oma liitto, Ultimate Players Association. Nyt, kymmeniä vuosia lajin keksimisen jälkeen, ultimate on levinnyt jo yli viiteenkymmeneen maahan.

Suomeen ultimate kantautui 1970-luvun lopulla. Osansa siinä oli Yhdysvalloista palanneilla vaihto-oppilailta, mutta varsinkin Boosters- nimisellä yrityksellä, joka toi maahan frisbee-kiekkoja ja teki kovasti töitä välineen markkinoinnin eteen. Sittemmin laji on tasaisesti kasvattanut suosiotaan ja tällä hetkellä aktiivipelaajia on noin viisisataa ympäri Suomen. (Suomela)

## Pelin idea

Ultimatea pelataan jalkapallokentän kokoisella, mutta kapeammalla kentällä (100\*37 metriä) seitsemän hengen joukkueilla. Molemmissa päissä kenttää ovat maalialueet, syvyydeltään 18 metriä. Kahdeksan merkkikartiota tai vaikkapa reppua käyvät kentän merkintään, mutta virallisissa otteluissa kentän rajaviivat täytyy olla näkyvillä.

Kiekko kädessä ei saa juosta vaan peli kulkee eteenpäin ainoastaan syöttemällä. Kun hyökkävän joukkueen pelaaja saa hyökkäysmaalialueella syötön kiinni joukkuekaveriltaan, syntyy maali. Jos kiekko tippuu maahan, osuu ulos tai puolustavan vastustajajoukkueen pelaaja katkaisee syötön, siirtyy hyökkäysvuoro toiselle joukkueelle. Hyökkäyssuuntaa vaihdetaan aina maalin syntymisen jälkeen, jotta kumpikaan joukkue ei saisi etua olosuhteista. Jokainen piste alkaa aloitusheitolla, jonka maalin tehnyt joukkue heittää omalta puolustettavalta maalialueeltaan toisella maalialueella odottavaa joukkuetta kohti.

Kaikki kehokontaktit lasketaan virheiksi. Näiden tapahtuessa peli jatkuu virhettä edeltäneestä tilanteesta. Tuomareille 14 pelaajan oikeudenmukainen vaihtaminen olisi lähestulkoon mahdollonta, joten ultimateen on kehitetty ratkaisu, jossa tuomareita ei ole lainkaan. Näin ollen pelaajat ovat itse vastuussa otteluiden tuomitsemisesta. Tällainen järjestelmä toimii, kunhan pelaajat kunnioittavat sääntöjä ja osoittavat henkistä kypsyyttä myöntämällä rikkeensä rehellisesti.

Fyysisesti ultimate on melko vaativa laji. Saadakseen maalin aikaan, joutuvat pelaajat tekemään kymmeniä tiukkoja pyrähdyksiä, hyppimään korkealle sekä heittäytymään rohkeasti kiekon perään. Vaihtoja ultimatussa saa suorittaa vain maalien syntyessä, eikä vaihtopelaajien määrää ole rajoitettu.



Ultimatea pelataan esimerkiksi Pohjois-Euroopassa talvisaikaan myös sisätiloissa, kuten liikuntasaleissa. Tällöin kentän koko pienenee käsipallokentän kokoon ja kentällä olevien pelaajien määrä seitsemästä viiteen per joukkue.

Ultimate ei ole kallis laji harrastuksena. Tarvitaan oikeastaan vain liitokiekko, kaveriporukka sekä tasainen nurmialue. Tämän lisäksi voidaan hankkia nappulakengät liukastelun välttämiseksi. (Suomen Liitokiekkoliitto 2011)

### 3.9 Lumikenkäultimate

Tuottemme lumikenkäultimate pohjautuu peli-idealtaan ja säännöiltään hyvin pitkälle perinteiseen ultimateen eli liitokiekkoon. Eniten lumikenkäultimate poikkeaa ”esi-isästään” siinä, että sitä pelataan vain ja ainoastaan talvisin, ulkona, vaihtelevissa lumiolosuhteissa ja lumikengät jalassa.

## 4 MATKAILUN TUOTEKEHITYS

### 4.1 Tuotekehityksen tavoitteet

Tuotekehitys on yritykselle yksi tärkeimmistä toiminnoista. Vain sen avulla voidaan pysyä markkinoilla. Tuotekehityksen tavoitteena on kehittää uusia, asiakkaiden tarpeisiin vastaavia sekä kilpailukykyisiä tuotteita nopeasti ja taloudellisesti, markkinatilanne huomioiden. (Raatikainen 2008, 59.) Matkailuyrityksen tuotekehityksen täytyy olla jatkuvaa. Yrityksen on pysyttävä ajan hermolla ja kyettävä vastaamaan muutosten tuomiin haasteisiin. Mikään tuote ei voi sellaisenaan menestyä ikuisesti markkinoilla vaan tuotteella on jokin tietty markkinoillaoloaika, jota tuotteen elinkaarella voidaan kuvata. Kun tuotekehitystyö on onnistunut, pitää se yrityksen ajan tasalla ja auttaa sitä menestymään uusia tuotteita luomalla sekä parantamalla jo olemassa olevien tuotteiden laatua. (Komppula & Boxberg 2002, 94-95.) Tiivistetysti voisi sanoa, että yrityksen on osattava kehittää ja markkinoida tuotetta niin, että se vastaa asiakkaiden tarpeisiin ja odotuksiin mahdollisimman hyvin. Yrittäjän menestymisen kannalta elinehto on se, kuinka tuote ja palvelu saadaan kehitettyä sellaisiksi, että asiakas haluaa ne ostaa. (Borg, Kivi & Partti 2002, 139.)

Syitä tuotekehitysprosessin aloittamiselle voi olla monenlaisia, mutta tavallisimmin ne liittyvät tavoitteeseen lisätä yrityksen myyntiä, markkinatilanteen muutoksiin, asiakkaiden kuluttotumusten muutoksiin tai kilpailutilanteeseen. Yleensä tuotekehityksessä on kyse jo olemassa olevien tuotteiden kehittämistä. Tuotekehitysvaihtoehdot liikkuvat uusien innovaatioiden eli kokonaan uusien tuoteideoiden sekä pienten tyylinmuutosten välillä. (Komppula & Boxberg 2002, 93-94.)

## 4.2 Matkailutuotteen suunnittelu- ja kehittämisprosessi

### 4.2.1 Ideointi

Uusia tuote- tai palveluideoita voidaan kehittää lukuisin eri menetelmin, joista kukin palvelun tuottaja voi valita itselleen sopivimman. Esimerkkimenetelmiä ovat ideakilpailut, toisten yritysten seuraaminen, ideakuppila eli aivoriihityöskentely, tulevaisuusikkuna ja –verstaas sekä vuosikello. Kaikkiin mainittuihin menetelmiin ottavat osaa yrityksen henkilökunnan jäsenet. (Rovaniemen ammattikorkeakoulu 2011)

Yhtä tiettyä oikeaa menetelmää on mahdotonta nimetä. Tärkeintä ideoinnissa on muistaa se, että asiakkaiden tarpeiden on oltava aina uusien tuotteiden ja palvelujen taustalla sekä se, että uusien ideoiden tulee pohjautua yrityksen liikeideaan tai täydentää sitä fiksulla tavalla. Yleensä parhaat ideat syntyvät yrittäjän omista, paikkakunnan tai alueen vahvuuksista ja osaamisesta. Parhaat eväät ideoinnissa ovat terve itsetunto sekä luottamus omiin kykyihin. Toisen tuotteen suora kopioiminen ei ole järkevää, vaan opittujen ideoiden pohjalta kehitettävä tuote pitää pystyä rakentamaan sekä persoonalliseksi että oman toimintaympäristön mukaiseksi. (Verhelä & Lackman 2003, 76-77.)

Myös meidän oma tuotekehitysprosessimme lähti luonnollisesti ideointivaiheesta liikkeelle. Ideointitapana käytimme aivoriihityöskentelyä, koska se tuntui järkevimmältä vaihtoehdolta. Saimme Vuokatti Actionilta kaikin puolin vapaat kädet tuotteen suunnitteluun, tosin mahdollisimman paljon yrityksen olemassa olevia resursseja hyödyntäen. Jo alkuvaiheessa päätimme haluavamme kehittää nimenomaan talviajan tuotteen ja vieläpä sellaisen, jota ei missään ole vielä tarjolla. Pitkien pohdiskelujen ja vaihtoehtojen puntaroimisen jälkeen oivalsimme yhdistää liitokiekon ja lumikenkäilyn. Aluksi idea tuntui jopa hieman hullulta, mutta

mitä enemmän asiaa mietimme, sitä paremmalta idea alkoi tuntua. Tuotteemme työnimeksi annoimme lumikenkäultimate, joka myöhemmin vahvistui myös viralliseksi nimeksi.

#### 4.2.2 Tuotteistaminen

Tuotteistamisella tarkoitetaan sitä, että erilaiset tarjolla olevat mahdollisuudet muokataan tuotteiksi ja palveluiksi, joilla on sekä hinta että selkeä arvoa tuottava ydin. Tuotteistaminen perustuu yleensä jossain kohteessa oleviin resursseihin, kulttuuriin tai paikkaan liittyviin vetovoimatekijöihin, joita hyväksi käyttäen on mahdollista luoda edellytykset elämysten synty-miseen. Tuotteistamisessa on siis kyse siitä, että matkailijoille luodaan maksullisia mahdolli-suuksia kokea elämyksiä jotakin tekemällä, jossain, jonkin aikaa sekä johonkin hintaan. (Komppula & Boxberg 2002, 92-93.) Parhaimmillaan tuotteistaminen on olemassa olevien resurssien muuntelua asiakkaalle helppoon, hyödylliseen sekä haluttavaan muotoon. (Borg, Kivi & Partti 2002, 130.)

Toteutuksen suunnittelun pohjana on oltava asiakkaiden tarpeet. Täytyy miettiä, mitä asiak-kaan halutaan tekevän, näkevän, kokevan, aistivan ja huomaavan. Ohjelmapalvelulle on siis etukäteen mietittävä kokonaistavoitteet eli millaisista tekijöistä asiakkaalle muodostuu elä-mys. Mainittujen tavoitteiden pohjalta ohjelmapalvelulle mietitään punainen lanka, johon ohjelmapalvelun kokonaisuus kaikkine osineen kiinnittyy. Suunnittelussa on lisäksi otettava huomioon osanottajat (lukumäärä, taidot, kunto, motivaatio) ja heidän toiveensa, aikatekijät (vuodenaika, vuorokaudenaika, ohjelman kesto), toimintaympäristö ja sen vaatimukset, to-teuttamismenetelmät (esimerkiksi kilpailu, leikki, teemaopastus, rastirata) sekä käytännölliset asiat, kuten varustus ja välineistö, turvallisuusseikat ja tarvittavat luvat. Sää vaikuttaa luonnol-lisesti varsinkin luontomatkailuohjelmapalvelujen onnistumiseen, mutta koska luotettavia ennusteita on vaikea saada pitkälle aikavälille, jää sään vaikutusten huomioiminen väkisin viimeisiin päiviin ennen tapahtumaa. (Verhelä & Lackman 2003, 77-78.)

Tuotekehitysongelmat matkailualalla ovat monesti monimutkaisia. Niihin liittyy useita henkilöitä, jotka lähestyvät erilaisista näkökulmista tuotetta, asiakkuuksia sekä toimintaympäristöä. On mahdollista, että uuden tuotteen kohdalla eivät vanhat toimintatavat enää toimikaan ja pitäisi löytää täten uusi tapa toimia. On riskialtista jättää tuotekehityksen ongelmat yhden ihmisen vastuulle ja näin ollen kommunikointi eri osapuolten kesken on tärkeää. Hyviä työkaluja yritysten tuotekehittämiseen ovat muun muassa tuotesuunnittelupaja, polkutyökalu sekä tuotekortti. (Rovaniemen ammattikorkeakoulu)

Lumikenkäultimaten idean tuotteistaminen kävi itse asiassa melko vaivattomasti, koska Vuokatti Actionilla oli valmiina kaikki tarvittavat resurssit lajin pyörittämistä varten. Halusimme luoda hauskan ja helposti omaksuttavan pelin yrityksen talvikauden tarjontaan. Jyrki Makkonen on pyörittänyt aiemmin ultimatea sekä lumikenkäilyä asiakasryhmille ja täten tarvittava välineistö oli yrityksessä jo valmiiksi olemassa. Suorituspaikkoja lumikenkäultimatea varten löysimme Vuokatti Actionin läheisyydestä monia mahdollisia ja niistä sopiva voidaan valita aina asiakasryhmän koon ja halujen mukaan. Sääntöjen osalta päädyimme ratkaisuun, joka mukailee liitokiekon sääntöjä, mutta olosuhteista ja erikoisesta pelivarustuksesta johtuen sääntöihin tuli paljon helpotuksia. Koska lumikenkäultimate ei ole kilpaurheilulaji, karsimme säännöistä pois liialliset yksityiskohdat. Päätimme myös tehdä turvallisuussuunnitelman lajia varten, koska asiakkaan turvallisuus on aina lähtökohta ohjelmopalvelutuotteille.

#### 4.2.3 Tuotteen testaus

Tuotteen testaus on suoritettava asiakkaiden kanssa ennen kuin sitä aletaan markkinoida tai toteuttaa. Tämä siksi, jotta saadaan selvitettyä ja korjattua mahdolliset toiminnalliset puutteet. Kun testaamista suoritetaan, on hyvä käyttää ulkopuolisia henkilöitä, joiden on helpompaa asettua asiakkaiden asemaan. Tuottaja itse tai oma henkilökunta ei ole paras mahdollinen testaaja johtuen siitä, että oman tuotteen kohdalla lopputulos on suunniteltu ja oma toiminta

saattaisi ohjata toteutumista oikeaan suuntaan ja asiakkaiden erilaisuuden vaikutus jää huomiotta. (Verhelä & Lackman 2003, 78.)

Valitettavasti emme ehtineet testaamaan tuotettamme käytännössä, koska tuotteen kehittäminen venyi pitkälle kevääseen. Kun tuotteemme oli siinä vaiheessa, että sen testaus olisi ollut vuorossa seuraavana, olivat suorituspaikat lumen vähyden vuoksi sellaisessa kunnossa, ettei testaaminen enää onnistunut. Joka tapauksessa tuotteen testaaminen täytyy suorittaa ennen kuin sen voi tuoda markkinoille ja sitä voi alkaa myydä asiakkaille.

#### 4.2.4 Hinnoittelu

Kun tuotetta hinnoitellaan, on tärkeää muistaa, että asiakkaalta saatavan korvauksen tulee riittää kaikkiin kustannuksiin, jotka tuottaja panostaa tuotteeseen. Jos näin ei ole, tuotteen tai palvelun tarjoaminen asiakkaalle ei ole kannattavaa. Jotta tuote voidaan hinnoitella, on pysyttävä määrittelemään kaikki kustannukset ja uhraukset, jotka on panostettava suoraan tuotteeseen. Monesti palvelun tuottajan oman työn osuus aliarvioidaan tai se jää huomioimatta ja hintaan taten lasketaan vain selkeät ulospäin maksetut kustannukset. (Verhelä & Lackman 2003, 82.)

Lumikenkäultimate voi toimia itsenäisenä tuotteena sekä osana useista eri tuotteista koostuvaa pakettia, joten myös hinta vaihtelee. Hintaan vaikuttavat myös ohjelmaan osallistuvien määrä sekä ohjelman kesto ajallisesti. Hinnan tulee myös sisältää arvonlisä, joka kyseisellä alalla on kahdeksan prosenttia. Hinta määritellään joka tapauksessa aina niin, että tulos jää positiivisen puolelle.

#### 4.2.5 Markkinointi ja myynti

Tuotteen ollessa valmis markkinoitavaksi, siitä on laadittava esittelymateriaali markkinoinnin ja myynnin työkaluksi. Perinteisten paperiesitteiden ohessa nykyajan asiakas käyttää varsinkin sähköisiä kanavia. Esimerkiksi internet-sivuilla tuotteiden ja palvelujen esitleminen on helppoa, painatuskuluja ei synny ja esittelysivuja voi halutessaan ja tarvittaessa päivittää vaikka joka päivä. Sekä esitteiden että kotisivujen tuottamisessa on edullista verkostoitua muiden samalla alalla olevien yritysten kanssa ja käyttää yhteismainontaa. On myös tärkeää, että omat sivut löytyvät helposti miljoonien muiden dokumenttien joukosta. Tähän asiaan auttavat esimerkiksi matkailuportaalien käyttö, joilta saa linkityksen omille kotisivuille. Internetin lisäksi muita hyviä kanavia markkinoinnillisesti ovat alan messut ja näyttelyt. (Verhelä & Lackman 2003, 84.)

Lumikenkäultimaten testaamattomuudesta johtuen ei markkinointi- ja myyntitoimia voitu vielä tässä vaiheessa tehdä. Testitilanteen onnistuttua voidaan alkaa miettiä näitä asioita. Käytännössä markkinointi tulisi tapahtumaan Vuokatti Actionin internet-sivujen kautta sekä tuotekorttien avulla.

#### 4.2.6 Toteuttaminen

Vain käytännössä tuotteita toteuttamalla voidaan tietää ovatko ne onnistuneita vai eivät. Näin ollen jokaisen yksittäisen ohjelmapalvelun toteuttaminen on palvelun tuottajalle osa jatkuvaa tuotekehitysprosessia. Tuotteen tai palvelun teknisten elementtien lisäksi asiakkaiden kanssa tapahtuva vuorovaikutus sekä palvelun toteuttajan läsnäolo antavat tuotteelle viimeistelyn ja asiakkaalle siitä juontuvan kokemuksen. Kokemus syntyy kaikkien osien yhteisenä summana, eikä siihen pysty yksistään vain jokin tuotteen elementeistä. (Verhelä & Lackman 2003, 85.)

Myös tuotteen toteuttaminen jäi aikatauluongelmien vuoksi pelkälle ajatustasolle. Joka tapauksessa kaikki pohjatyö tuotetta varten on tehty mahdollisimman pitkälle, jotta lopulta myös toteuttaminen onnistuu hyvin ja kivuttomasti.

#### 4.2.7 Palaute ja kehittäminen

Jos huomataan, ettei tuote tavalla tai toisella toimi, tai jos asiakkaat eivät ole tyytyväisiä, on jokaista tuotetta oltava valmiina korjaamaan tai muuttamaan. Pyytämällä asiakkailta palautetta tuotteesta tai palvelusta, on paras tapa saada selville mahdolliset puutteet. Palautteen voi pyytää kirjallisesti erillisellä lomakkeella, sähköisesti tai suullisesti paikanpäällä. On myös tärkeää havainnoida asiakkaiden sekä positiivisia että negatiivisia reaktioita tuotetta toteutettaessa ja pohtia syitä niihin. Jos tuote on palvelukokonaisuus, täytyy yhteistyökumppaneiden kanssa pohtia tarvittavia toimenpiteitä, joihin palautteen vuoksi on ryhdyttävä. (Verhelä & Lackman 2003, 85.)

Palautetta lumikenkäultimatesta, kunhan se on markkinoille saatu, tullaan keräämään palaute-lomakkeilla ja suullisesti. Suullinen palaute lienee keskiössä, koska sillä tavoin palaute saadaan kerättyä välittömästi suorituksen jälkeen asiakkaiden tuntemusten ollessa tuoreessa muistissa. Palautteen keräämistä tukemaan voi ohjaaja tehdä myös havainnoiteja asiakkaiden tunteuksista ja reaktioista.

#### 4.3 Segmentointi



Kun markkinoita jaetaan keskenään homogeenisiin asiakasryhmiin, on kyse segmentoinnista. Asiakkaan tarpeet ovat segmentoinnin perusteena eli pyrkimyksenä on löytää sellaisia asiakasryhmiä, joilla on tarve samanlaisille tuotteille. Segmentoinnin avulla voidaan kehittää tuotteita, jotka vastaavat juuri tietyn asiakasryhmän tarpeita, suunnitella ja toteuttaa markkinointiviestintää niillä keinoin, joilla kyseinen kohderyhmä tavoitetaan tehokkaimmin sekä suunnitella tuotteiden saatavuusratkaisut kyseisen asiakasryhmän ostotottumusten mukaan. Segmentointi on yritykselle erittäin tärkeää, koska kaikkia mahdollisia asiakkaita, joille tuotteet olisivat sopivia, ei voida tavoittaa. (Komppula & Boxberg 2002, 74.)

Jotta segmentointi olisi tehokasta, kaikkien segmenttien täytyy olla tarkkaan määriteltyjä. Segmentin pitää olla yrityksen resursseihin nähden sekä riittävän suuri, jotta sitä kannattaa tavoitella, että selvästi rajattu, jotta eri viestintävälineitä käyttäen sen tavoittaminen on mahdollista. Segmentointiperusteita on olemassa monenlaisia, mutta matkailuyritykselle perinteisimpiä perusteita ovat sosiodemografiset, maantieteelliset, psykografiset tai käyttäytymiseen liittyvät tekijät. (Komppula & Boxberg 2002, 78.)

#### 4.3.1 Sosiodemografiset tekijät

Sosiodemografisia tekijöitä ovat muun muassa ikä, sukupuoli, kansallisuus, rotu, koulutus, ammatti, siviilisääty ja elämänvaihe. Edellä mainittuja tekijöitä on suhteellisen helppoa selvittää asiakkaista, koska monet rekisterit ja tilastot pitävät kyseisiä tietoja sisällään. (Raatikainen 2008, 21.) Esimerkiksi jos oletetaan, että jollain tietyllä ikäryhmällä on jonkin yrityksen tarjoaman tuotteen osalta homogeenisiä tarpeita, voi ikä toimia segmentoinnin kriteerinä paremmin kuin hyvin. Myös elämänvaihe on yleistä, kun puhutaan segmentoinnin kriteereistä. Esimerkiksi lapsiperheiden tarpeet kulkevat yleensä lasten mukaan ja perhematkailumarkkinoilla vetovoimatekijät ovat suunnattu juuri lapsille. (Komppula & Boxberg 2002, 78.)

#### 4.3.2 Maantieteelliset tekijät

Geografisia eli maantieteellisiä tekijöitä ovat esimerkiksi postinumero, valtioiden ja eri alueiden rajat sekä kaupunki- ja maaseutuasuminen. Myös nämä ovat melko helppo selvittää. (Raatikainen 2008, 21.) Kun geografiset tekijät ovat segmentoinnin kriteerinä, tulee kohde-ryhmän olla kooltaan tarpeeksi suuri, jotta siinä on tarpeeksi kysyntää. Kun puhutaan Suomesta, matkailuyritykset suuntaavat useimmiten markkinointinsa pääkaupunkiseudulle, koska siellä ostovoimaa riittää. (Komppula & Boxberg 2002, 81.)

#### 4.3.3 Psykografiset tekijät

Sosiaaliluokka, persoonallisuuden piirteet sekä elämäntyyli ovat esimerkkejä psykografisista tekijöistä, joita usein pidetään kaikkein tärkeimpänä segmentointiperusteista. Elämäntyyliin tehtävä jako perustuu yleisimmin kulutustottumuksiin ja siihen vaikuttavat muun muassa henkilön sosiaaliluokka, persoonallisuus, ammatti sekä kulttuuriympäristö. Elämäntyyliin luokittelun ongelma on se, että luokkiin voi kuulua hyvinkin erilaisia ihmisiä niin iältään, ammatiltaan kuin tulotasoltaan. Täten voi olla hankalaa valita oikea kohdemarkkinointistrategia, ellei käytettävissä oleva budjetti ole huomattava. Toki elämäntyylikriteerit sopivat hyvin myös muiden segmentointikriteerien täydentäviksi. (Komppula & Boxberg 2002, 83,85.)

#### 4.3.4 Käyttäytymiseen liittyvät tekijät

Käyttäytymiseen liittyvässä segmentoinnissa on kyse matkailijoiden jakamisesta ostokäyttäytymisen perusteella segmentteihin. Käyttäytymisessä voi olla kyse tilanteesta, jossa matkuste-

taan. Toisin sanoen voisi puhua lomamatkasegmentistä, kokousmatkasegmentistä, työmatkasegmentistä ja niin edelleen. Kriteerinä voi olla myös ostopäätöksestä odotettavissa oleva hyöty, kuten hinta, matkustusnopeus tai matkustusmukavuus. Asiakkaat voidaan myös luokitella kanta-, viikottais- sekä satunnaisiin asiakkaisiin. Kun yrityksen päämääränä on luoda kannattavia, tuottavia ja pitkäaikaisia asiakkuuksia, ovat ostokäyttäytymiseen liittyvät kriteerit sen perustana. (Komppula & Boxberg 2002, 85)

Lumikenkäultimatea ei ole segmentoitu kovin tarkasti, sillä kyseessä on helposti omaksuttava peli ilman valtavaa fyysistä haastetta. Laji sopii kaikille liikunnallisista ohjelmapalveluista yleensäkin kiinnostuneille ihmisille, lomamatkailijoiden ohjelmasta työmatkailijoiden virkistysohjelmaksi. Tuotteen testaaminen mahdollisimman erilaisilla ihmisillä kertoo lisää lumikenkäultimateen soveltuvuudesta ja helpottaa osin segmentointia.

## 5 LUMIKENKÄULTIMATE

### 5.1 Säännöt ja pelin kulku

Lumikenkäultimaten sääntöjen pohjana ja perustana käytetään liitokiekon eli ultimaten virallisia sääntöjä. Sääntöjä toki karsitaan melko suurestikin ja niihin jää myös soveltamisen varaa. Näin siksi, koska lumikenkäultimaten on tarkoitus olla mahdollisimman helposti omaksuttava ja hauska laji, eikä se ainakaan toistaiseksi ole kilpaurheilulaji.

Ultimatesta tuttu Spirit of the game -periaate tarkoittaa lyhykäisyydessään reilua peliä ja on erittäin keskeinen osa peliä. Lumikenkäultimatessakaan kentällä ei ole tuomareita, joten pelin tuomitseminen jää pelaajien vastuulle. Oletus siitä, että pelaajat pelaavat reilusti, eivät tee tahallaan virheitä, eivätkä yritä huijata toisiaan on lähtökohtana pelin säännöille. Spirit of the gamen mukaisesti jokaisella pelaajalla on vastuunsa, jotta peli etenee ja pysyy reiluna. Täten jokaisen pelaajan täytyy esimerkiksi olla perillä säännöistä, olla oikeuden- ja totuudenmukainen, käyttäytyä kaikin puolin kohteliaasti, kunnioittaa sekä peliä että vastustajaa ja kiistatilanteissa pyrkiä löytämään oikea ratkaisu neuvottelemalla. Jos kiistatilanne jää selviämättä, tulee kiekko palauttaa ensimmäiselle kiistan ulkopuoliselle heittäjälle.

Pelikentän koko voidaan määrittellä pelaajien lukumäärän, pelaajien kunnon sekä vallitsevien olosuhteiden ja halutun haastetason mukaan. Kentän koko määrittyy kuitenkin aina tiettyjen suhdelukujen mukaan. Kentän leveys on yksi kolmasosa sen pituudesta ja maalialueen pituus on yksi viidesosa koko kentän pituudesta. Maalialueen leveys on sama kuin koko kentänkin leveys. Näin ollen kenttä voisi olla kooltaan esimerkiksi seuraavanlainen; kentän pituus

100m, kentän leveys 33m, maalialueen pituus 20m ja maalialueen leveys 33m. Kentän merk-  
kaukseen käytetään esimerkiksi tietyömailla käytettäviä liikennekartioita.

Koska kyse on lumikenkäultimatesta, pelaajilla tulee olla jaloissaan lumikengät. Pelivälineenä voidaan käyttää mitä tahansa kummankin kapteenin hyväksymää liitokiekkoa. Erilaisia liito-  
kiekkovaihtoehtoja on paljon. Joukkueiden peliasujen pitää olla yhtenäiset, tässä tapauksessa eriväriset liivit eri joukkueilla, jotta sekaannuksia ei synny. Pelaajat eivät saa käyttää sellaisia vaatteita tai varusteita, joilla voi aiheuttaa vahinkoa toiselle.

Pelaajien kanssa voidaan sopia, haluavatko he pelata tiettyyn pistemäärään, jonka saavutettua peli päättyy vai pelataanko tietyn peliajan mukaan. Ottelussa on puoliaika ottelun puolivälis-  
sä, eli kun johtava joukkue on saavuttanut puolet tavoitelluista pisteistä tai kun aikaa on ku-  
lunut puolet sovitusta peliajasta. Tällöin vaihdetaan myös hyökkäyssuuntaa. Jokaisen pisteen  
(paitsi pelin päättyessä tai puoliajan alkaessa) synnyttyä pisteen tehnyt hyökkäävä joukkue jää  
hyökkäämäänsä päätyyn ja puolustanut joukkue siirtyy toiseen kenttäpäätyyn, seuraava piste  
alkaa välittömästi ja pisteen tehnyt joukkue heittää aloitusheiton. Pelin rakenteita voidaan  
muunnella pelaajien lukumäärän, käytettävissä olevan tilan ja ajan sekä pelaajien iän mukaan.

Joukkueiden tulee peluuttaa vähintään neljää pelaajaa jokaisen pisteen aikana. Kentällä olevi-  
en pelaajien lukumäärään vaikuttavat esimerkiksi ryhmäkoko, kentän koko ja vallitsevat olo-  
suhteet. Joukkueiden on myös nimettävä yksi pelaaja kapteenikseen edustamaan joukkuetta.  
Vaihtoja joukkueet voivat suorittaa aina pisteen syntymisen jälkeen ennen seuraavaa aloitus-  
heittoa. Loukkaantumistilanteet ovat tietenkin poikkeus sääntöön.

Pelin aloittamisessa päätetään hyökkäyssuunta sekä se, kumpi joukkueista heittää ja kumpi  
vastaanottaa aloitusheiton. Päätöksen tekevät joukkueiden kapteenit. Toisen joukkueen kap-  
teeni saa valita ensin ja toiselle jää näin ollen toinen valittavista vaihtoehtoista. Toisen puo-  
liajan alussa nämä valinnat vaihdetaan joukkueiden kesken, jotta kumpikin joukkue saa vuo-  
rollaan aloittaa puoliajan hyökkäämällä.

Aloitushetito suoritetään pelin alussa, puolijän tai pisteen syntymisen jälkeen. Aloitusheiton suorittaa puolustava joukkue, joka on ryhmittynyt omalle maalialueelle. Aloitusheiton vastaanottava, eli hyökkäävä joukkue ilmaisee valmiutensa aloitusheittoon niin, että vähintään yksi joukkueen pelaajista nostaa kätensä ylös joukkueen ollessa kokoontuneena omalle maalialueelle. Heti kun aloitusheitto on ilmassa, joukkueiden pelaajat saavat liikkua miten haluat. Puolustava, eli aloitusheiton suorittanut joukkue saa kuitenkin koskea kiekkoon vasta, kun hyökkäävä joukkue on kerran koskenut kiekkoon tai kiekko on lentänyt maahan.

Pelaaja saa pitää kiekkoa hallussaan korkeintaan kymmenen sekuntia eli heitto on suoritettava siinä ajassa. Jos kiekko lentää pelialueen ulkopuolelle, peli jatkuu siitä kohtaa, josta kiekko on ulos lentänyt toisen joukkueen hyökkäysvuorolla. Pelaajat eivät saa liikkua kiekon kanssa, mutta toinen jaloista saa olla tukijalkana, jonka varassa saa liikkua kuten esimerkiksi koripallossa. Jos molempien joukkueiden pelaajat saavat kiekon kiinni yhtäaikaaisesti, hyökkääjä saa kiekon haltuunsa.

Joukkue menettää kiekon kesken hyökkäyksen, kun kiekko tippuu maahan, se lentää rajojen ulkopuolelle, pelaaja ojentaa kiekon toiselle, pelaaja heittää kiekon itselleen, vastustaja katkaisee syötön, tapahtuu tahallinen fyysinen kontakti, pelaaja pitää kiekkoa hallussaan yli kymmenen sekuntia tai kun aloitusheitossa vastaanottava joukkue ei saa kiekkoa kiinni yrittäessään ottaa sitä ennen kuin se osuu maahan.

Maali syntyy, kun maalialueella oleva hyökkäävän joukkueen pelaaja saa haltuunsa kiekon sääntöjenmukaisen syötön seurauksena. Jos maalintekoajat laitetaan ylös, maalin syntyajaksi tulee se hetki, kun pelaaja on kiinnioton jälkeen saanut ensimmäisen kontaktin maalialueeseen.

Pelin virheet syntyvät tahallisesta tai joskus tahattomastakin fyysisestä kontaktista. Fyysisen kontaktin lisäksi pelaaja voi tehdä virheen käyttäessään tukijalkaansa väärin. Tällaiset tilanteet joukkueiden tulee selvittää keskenään Spirit of the gamen hengessä.

Peli voi keskeytyä, jos jollekin pelaajalle sattuu loukkaantuminen. Jos pelataan aikarajoitettua, kello pysäytetään siksi aikaa, kunnes loukkaantunut pelaaja on saatu siirrettyä kentän ulkopuolelle ja vaihdettu toiseen pelaajaan. (Forsbom & Rouhiainen 2009)

## 5.2 Lumikenkäultimate osana ohjelmaa

Lumikenkäultimate on liikunnallinen ohjelmapalvelutuote, jonka on tarkoitus tuottaa asiakkailleen elämyksiä. Tuote voi toimia itsenäisenä ohjelmanaan tai olla osana useammasta tuotteesta koostuvaa ohjelmaa. Itsenäisenä ohjelmana ollessaan tuotteen kesto on noin 2 tuntia. Tietysti harvemmin näin tulee olemaan, sillä ollessaan osana muuta ohjelmaa, joudutaan tuotteen kestoa sovittamaan ryhmäkoko huomioiden. Samoin on hinnan kanssa, jota ei oikeastaan ole mielekästä kovin kiinteäksi muodostaa. Tämä johtuu siitä, että hintaa pyöritellään ja siitä sovitaan yleensä ohjelman sisällön, keston ja ryhmäkoon mukaan. Yrityksen arvonalisäprosentti on 8. (Makkonen 2011)

Käytännön tasolla tuote tulee toimimaan seuraavasti. Ryhmä tekee varauksen ohjelmalle. Jos ryhmä haluaa tutustua uuteen ja jännittävään tuotteeseemme, tapaaminen sovitaan Vuokatinhoviin, jonka ympäristöön suorituspaikka valmistellaan. Tuotehan on mahdollista järjestää vain silloin, kun on riittävästi lunta. Suorituspaikka eli pelikenttä on mahdollista sijoittaa järven jäälle, läheisen lammen jäälle tai esimerkiksi läheiseen metsään. (Makkonen 2011) Tämä voidaan määrittää sen mukaan kuinka paljon halutaan haastavuutta. Tässä voidaan myötäillä asiakkaiden toiveita, mutta lajista on kumminkin mahdollista tehdä haastavampaa ja entistä-

kin eksoottisempaa hyvin pienillä lisäyksillä. Esimerkiksi kentällä voi olla esteitä ja kentän kokoa voi muokata.

Ennen pelin alkua asiakkaille kerrotaan lajin taustaa ja käydään läpi säännöt. Asiakkaille esitellään käytettävät varusteet eli lähinnä jalkoihin tulevat lumikengät. Pelivälineenä toimii frisbee. Frisbeen valinnallakin voi olla hyvin paljon vaikutusta ja kannattaa varata monta erilaista frisbeetä, jotta voidaan testata, minkälainen peliin parhaiten soveltuu. Aluksi voidaan totutella lumikengillä kävelemiseen ja voidaan ottaa muutamat harjoitusheitot frisbeellä.

Tämän jälkeen ryhmä voi aloittaa pelaamisen. Pelinkulkua edistääkseen ja asiakkaiden viihtyvyyden varmistamiseksi on ohjaajan hyvä olla mukana seuraamassa toimintaa, vaikka peli ohjeistuksen jälkeen onkin varsin helppo. Ohjelman tullessa loppuun voidaan kerätä suullista palautetta lajista sekä käydä ryhmän kanssa läpi tuntemuksia pelistä. Tämän jälkeen hoidetaan hyvästelyt, kerätään varusteet ja suoritetaan tarpeelliset huoltotehtävät sekä yleensäkin huolehditaan suorituspaikka siistiin kuntoon.

Lumikenkäultimaten voidaan ajatella toimivan pääsääntöisesti tukemassa useammista tuotteista koostuvaa ohjelmaa. Sen voi liittää samanhenkiseen joukkuelajeista koostuvaan ohjelmapakettiin. Tällöin voitaisiin esimerkiksi sisällyttää alppicurling samaan ohjelmaan. Tuotteena lumikenkäultimate tuo myös monipuolisuutta ohjelmaan. Ryhmä voi varata esimerkiksi ohjelman, joka koostuu yksilölajista, kuten jousiammunta, lisäksi esimerkiksi kiipeilytuotteesta, jossa elämyksellisyys ja jännitys ovat selvemmin mukana, yhteishenkeä ja yhdessä toimimista olisi tällöin tukemassa lumikenkäultimate.

Palautteen kerääminen on uuden tuotteen elinkaaren selvittämiseksi hyvin olennaista. Lumikenkäultimaten osaltaärkevintä lienee, tehdä suullista palautteen keräämistä, havainnoida asiakkaiden innostusta ja tuntemuksia sekä käyttää palautelomaketta.



## 6 POHDINTA

Tuotteen osalta kätemme olivat hyvin vapaat ja yllättävät aiheen sisällön muuttumiset olivatkin loppujen lopuksi hyvin tervetulleita. Idean lukittumisen jälkeen innostus valtasi mielemme ja tuotteen työstäminen pääsi todenteolla vauhtiin. Myös itse yrittäjä oli kiinnostunut tuotteesta. Tuntemuksemme Vuokatti Actionin toiminnasta käytännön tasolla helpotti tuotteemme työstämistä huomattavasti. Tämä tekikin helpoksi tuotteemme sijoittamisesta Vuokatti Actionin toimintaympäristöön ja toimintatapoihin.

Tuotekehityksemme voidaan katsoa onnistuneen hyvin. Tavoitteenamme oli kehittää jotain uutta, mutta kumminkin sellaista, jossa voidaan hyödyntää jo olemassa olevia puitteita. Lumikenkäultimate tuo lisää väriä Vuokatti Actionin ohjelmaan. Tuote toimii niin itsenäisesti kuin osana muutakin ohjelmaa ja erilaisuudellaan on mainio vaihtoehto. Tuotteesta tuli hyvin liikunnallinen, mutta erikoisuutensa ansiosta se myös sopii kuvastamaan Vuokatti Actionin elämyksellisyyttä. Liikunnallisuudestaan huolimatta tuote soveltuu monenlaiselle ja monenikäiselle asiakkaalle, sillä vain kunto on rajoittavana tekijänä.

Tuotteen sijoittuminen talviaikaan, eli riittävän lumen aikaan, esti tuotteen testaamisen, mutta jaksoimme uskoa, että tuote tulee olemaan hyvinkin toimiva kokonaisuus. Ympärivuotinen tuote olisi tietysti ollut mahdollisesti vielä tuottavampi yrittäjälle, mutta uutuudellaan tuote voi saada kumminkin huomattavankin asiakaskunnan, eikä pidä unohtaa tuotteemme kehittämismahdollisuuksia tulevaisuudessa.

Ultimatea voidaan hyödyntää hyvin monipuolisesti ja jo pienet muutokset voivat muuttaa ohjelman sisällön aivan erinäköiseksi. Frisbeen heittäminen on varsin yksinkertaista ja tämä onkin sen vahvuus, sillä siitä voidaan muokata monenlaisia pelejä. Tarvitaan vähintään kaksi

henkilöä, että heittäly onnistuu. Tästä määrästä ja siitä ylöspäin on mahdollista keksiä pelejä hyvin erilaisilla toteutuksilla. Pelien tarkoitukset voivat vaihdella laidasta laitaan. Tavoitteena voi olla juurikin ultimatien kaltainen maalia tavoitteleva peli tai esimerkiksi ryhmäyttämässä käytettävä peli, kuten nimimuistipeli. Mahdollisuuksia on siis hyvin monia ja riittävällä ideoinnilla tuotteen ympärille rakentaa laajankin teemallisen kokonaisuuden.

Riittävällä mainonnalla uskoisimme tuotteen kerävään kokeilijoita tuotteelle. Palautteen kerääminen ja tuotteen havainnointi suorituksen yhteydessä ovat alkumetreillä tuotteellemme elintärkeää. Jos kiinnostusta tuotteelle on runsaastikin, voi sen mainontaa tehostaa ja sen ympärille on mahdollista rakentaa monenlaista ohjelmaa.

Teoriataustan kerääminen onnistui loppujen lopuksi ihan mukavan monipuolisesti. Aluksi hirvitti lähdeteosten vähyys ja niukka käyttökelpoisuus, mutta useiden lainauksien ja kirjasto-käyntien jälkeen löysimme riittävän kattavasti materiaalia. Internetistä löysimme ultimateen liittyen monipuolista ja kattavaa materiaalia, jonka ansiosta tuotteen työstäminen tiukasta aikataulustamme huolimatta onnistui hyvin. Myös tuotteemme sovellettavuus on sen eduksi, koska sen järjestäminen ei vaadi kiinteitä puitteita, vaan suorituspaikan voi valita mielensä mukaan, kunhan olosuhteet takaavat riittävän lumen ja turvallisen ympäristön.

## LÄHTEET

- Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Helsinki: WSOY.
- Eniro karttapalvelu. Saatavilla:  
[http://kartat.eniro.fi/query?what=map\\_adr&geo\\_area=SOTKAMO](http://kartat.eniro.fi/query?what=map_adr&geo_area=SOTKAMO) (Luettu 30.4.2011).
- Forsbom & Rouhiainen 2009. Ultimaten pelisäännöt 2009. Saatavilla:  
[http://www.liitokiekkoliitto.fi/docs/ultimate/saannot/suomenkieliset\\_saannot\\_2009.pdf](http://www.liitokiekkoliitto.fi/docs/ultimate/saannot/suomenkieliset_saannot_2009.pdf) (Luettu 20.4.2011).
- Kantanen M. & Kirjavainen P. 2010. Riistaveden melontareitin tuotteistaminen kansainvälisille markkinoille. Saatavilla:
- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat: Helsinki. Edita Prima Oy
- Rovaniemen ammattikorkeakoulu 2011. Matkailun tuotekehittäjän käsikirja. Saatavilla:  
<http://matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Etusivu.iw3> (Luettu 29.4.2011).
- Suomela. Koululaisten keksinnöstä kansainväliseksi lajiksi. Saatavilla:  
[www.liitokiekkoliitto.fi/docs/ultimate/UltimatenHistoria.pdf](http://www.liitokiekkoliitto.fi/docs/ultimate/UltimatenHistoria.pdf) (Luettu 17.4.2011).
- Suomen Liitokiekkoliitto 2011. Ultimate – vauhdikas joukkuepeli liitokiekolla. Saatavilla:  
<http://www.liitokiekkoliitto.fi/ultimate/> (Luettu 18.4.2011).
- Verhelä, P. 2007. Matkailun ohjelmapalvelujen turvallisuus. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Verhelä, P & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut: matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. Helsinki: WSOY
- Kuluttajavirasto. 2003. Kuluttajaviraston ohjeet ohjelmapalveluiden turvallisuuden edistämiseksi. Saatavilla:  
[http://www.phpela.fi/easydata/customers/phpela/files/Ohjeet\\_ja\\_lomakkeet/ohjeet\\_ohjelmapalveluiden\\_turvallisuuden\\_edistamiseksi.pdf](http://www.phpela.fi/easydata/customers/phpela/files/Ohjeet_ja_lomakkeet/ohjeet_ohjelmapalveluiden_turvallisuuden_edistamiseksi.pdf) (Luettu 20.4.2011).
- Sotkamo.fi karttapalvelu. Saatavilla: [http://www.sotkamo.fi/custom/sotkamo\\_vuokatti/](http://www.sotkamo.fi/custom/sotkamo_vuokatti/) (Luettu 30.4.2011)

## JULKAISEMATTOMAT LÄHTEET

Makkonen, J. 2010. Keskustelut työharjoittelujaksolla 5.1.-31.8.2010.

Makkonen, J. 2011. Keskustelu 22.4.

## LIITTEET

### LIITE 1

#### Vuokatti Action

<b>Tuotteen nimi</b>	Lumikenkäultimate
<b>Kuvaus</b>	<p>Koe vauhdikkaita ja jänniä hetkiä liitokiekon parissa. Kokeile erikoista lajia aivan uudessa muodossaan pidemmälle vietyinä. Kuvittele itsesi kavereidesi kanssa keskelle lumisia hankia tämän eksoottisen lajin parissa. Luvassa on iloista liikunnan täyttämää ohjelmaa raikkaassa ulkoilmassa.</p> <p>Ohjelma koostuu tutustumisesta ultimateen uuteen sovellukseen ja vauhdikkaasta pelailusta ryhmän kesken. Pelikenttänä toimii hanki, edellytyksenä riittävästi lunta ja tarpeeksi aukea paikka. Pelaajille laitetaan jalkoihin lumikengät. Peli etenee ultimaten sääntöjä noudattaen ja tarvittaessa soveltaen. Lumikenkäultimate sopii niin nuorille kuin iäkkäämmillekin asiakkaille.</p>
<b>Kesto</b>	Noin 2 tuntia
<b>Vaikeustaso</b>	Normaali/helppo, ei vaadi erityistaitoja, lumikengillä käveleminen suurin haaste
<b>Opastus</b>	Ohjausta annetaan järjestelyiden mukaan, mutta kuitenkin asiakkaiden tarpeet huomioiden. Ohjauksen tasoa voidaan vaihdella ohjelmaan mukaan.
<b>Lähtö ja paluupaikka</b>	Vuokatinhovi

<b>Saavutettavuus</b>	Suorituspaikkana toimii Vuokatinhovin lähiympäristö. Asiakkaat voivat saapua esimerkiksi linja-autokyydillä Vuokatinhoviin, josta siirrytään lyhyen kävelymatkan verran suorituspaikalle.
<b>Majoituspaikka</b>	Majoitusmahdollisuutena ovat esimerkiksi Vuokatinhovi ja alueen hotellit sekä muut majoituspalvelut.
<b>Haasteellisuus</b>	Tuote soveltuu mainiosti normaalit fyysiset ominaisuudet omaaville. Haasteellisinta tuotteessa on lumessa liikkuminen lumikengillä. Myös frisbeen heittäminen voi olla joillekin yksilöille haastavaa. Tuotteen rasittavuus riippuu osallistujien omasta aktiivisuudesta.
<b>Ryhmän koko</b>	Tuote on sovellettavissa ryhmän koon mukaan
<b>Saatavuus</b>	Ohjelma on varattavissa talviaikaan eli tuote vaatii riittävän lumitilanteen.
<b>Varusteet</b>	Kannattaa pukeutua vaatteisiin, joissa on hyvä liikkua. Vaatetusta on varattava säätilan mukaan. Osallistujille tulee ohjelman ajaksi jalkoihin lumikengät.
<b>Hinta</b>	Hinta määräytyy ryhmän koon ja ohjelman keston sekä sisällön mukaan.
<b>Palvelukielet</b>	Suomi, ruotsi, englanti
<b>Varaus- ja yhteystiedot</b>	Vuokatti Action, 040 095 10 90, <a href="mailto:info@vuokattiaction.com">info@vuokattiaction.com</a>
<b>Vastuhenkilö</b>	Jyrki Makkonen, Vuokatti Action

## LIITE 2

Tuoteseloste

**Nimi:** Lumikenkäultimate

**Paikka:** Kokoontuminen Vuokatin hovilla, ohjelmapaikalle lyhyt kävelymatka

**Aika:** Ohjelma voidaan toteuttaa talvisin, pelialustana oltava riittävästi lunta

**Kesto:** noin 2 tuntia, aikaa voi soveltaa muuhun ohjelmaan sopivaksi ryhmäkoon mukaan

**Vaativuustaso:** Normaali/helppo, ei vaadi erityistaitoja, lumikengillä käveleminen suurin haaste

**Hinta:** Määräytyy ohjelman keston ja osallistujien määrän mukaan

**Kuvaus tuotteesta:** Ohjelma koostuu tutustumisesta ultimaten uuteen sovellukseen ja vauhdikkaasta pelailusta ryhmän kesken.. Nyt voit kokea tämän vieraahkon lajin pidemmälle vietyinä. Pelikenttänä toimii hanki, edellytyksenä riittävästi lunta ja tarpeeksi aukea paikka. Pelaajille laitetaan jalkoihin lumikengät. Peli etenee ultimaten sääntöjä noudattaen ja tarvittaessa soveltaen. Lumikenkäultimate sopii niin nuorille kuin iäkkäämmillekin asiakkaille. Luvassa on reipasta liikuntaa koomisilla tilanteilla höystettynä.

**Yhteystiedot:** Vuokatti Action, 040 095 10 90, [info@vuokattiaction.com](mailto:info@vuokattiaction.com)

LIITE 3

# Turvallisuussuunnitelma

---

## Lumikenkäultimate

NORMAALI- JA POIKKEUSOLOJEN ONNETTOMUUKSIA SEKÄ  
UHKATILANTEITA VARTEN

Suunnitteluelvoite perustuu pelastuslakiin (2004 8§ ja 9§) ja pelastustoimesta annettuun asetukseen (787/2003 9§ ja 10§) sekä sisäasiainministeriön määräykseen yritysten ja laitosten suoje-  
lujärjestelyistä.



## **Yleistiedot**

**Toiminnan kuvaus:** Asiakkaille järjestetään tilauksesta ohjelmapalveluna lumikenkäultimate -peli. Tuote voi toimia itsenäisenä ohjelmanaan tai se voi kuulua useammasta tuotteesta koostuvaan ohjelmaan. Tuotteen suorituspaikkana toimii järven jää tai esimerkiksi metsä. Peli siis tapahtuu vain riittävän lumisella alustalla. Pelaajilla ovat lumikengät jalassa ja pelivälineenä toimii frisbee, jota heittämällä syötellään toisille pelaajille. Tarkoituksena on saada frisbee toisen joukkueen puolustuspäässä sijaitsevalle maalialueelle. Ennen peliä asiakasryhmää ohjeistetaan kertomalla pelistä ja sen säännöistä. Pelinkulkua seurataan ja ohjataan tarpeen mukaan sekä pidetään pelaaminen tarpeeksi siistinä ja rauhallisena.

**Paikka:** Vuokatinhovin lähiympäristö.

**Koordinaatit pelastuslaitokselle:** N 64°08.221' E 028°18.085' *Kartta liitteenä.*

## **Vastuullinen järjestäjä**

**Nimi:** T:mi Vuokatti Action/ Jyrki Makkonen

**Osoite:** Katintie 2, 88610 Vuokatti

**Puhelinnumero:** 040 09 51 090

## **Ajo-ohjeet suorituspaikalle**

**Sotkamon keskustasta:** Kainuuntietä ja Vuokatintietä pitkin Kajaania kohti. Käännös vasemmalle Vuokatinhovintielle, jota pitkin niin kauan, kunnes saavutaan Vuokatinhoville.

**Kajaanista:** Sotkamontietä ja Kajaanintietä, kunnes käännetään vasemmalle Vuokatintielle, jota ajetaan noin 6 kilometriä. Käännös oikealle Vuokatinhovintielle, jota pitkin niin kauan, kunnes saavutaan Vuokatinhoville.

## **Toimintaan liittyvät riskit ja niiden ennaltaehkäisy**

Vuokatti Action on vastuullisena järjestäjänä vastuussa asiakkaiden turvallisuudesta.

### **Kaatuminen/kompastuminen:**

Pelikentälle eli suorituspaikalle siirryttäessä ja pelin aikana voi tapahtua kaatumisia ja kompastumisia. Tätä edistää huomattavasti jaloissa olevat lumikengät. Jos esimerkiksi asiakkaan nilkka nyrjähtää, toimitaan liitteen ensiapuohjeiden mukaan.

#### Ennaltaehkäisy:

Kulkureitit suorituspaikalle pyritään pitämään helppokulkuisina ja valvotaan peliä, jottei se pääse yltymään liian riehakkaaksi. Pidetään myös huoli siitä, että varusteet ovat päällä asiallisesti.

### **Huono olo suorituksen jälkeen:**

Vauhdikkaassa pelissä ja asiakkaan innostuessa voi huomaamattaan rehkiä liikaa, jolloin heikkous saattaa iskeä.

#### Ennaltaehkäisy:

Huomioidaan asiakkaiden yksilöllisyys. Toiset jaksavat liikkua enemmän kuin toiset. Pidetään riittävästi taukoja ja tarvittaessa pidetään huoli riittävästä nesteytyksestä.

### **Sairaskohtaus:**

Toiminnallinen aktiviteetti voi aiheuttaa sairaskohtauksen siihen alttiille ihmiselle. Ohjelma on vaativuustasoltaan normaali.

### Ennaltaehkäisy:

Asiakkaille kerrotaan ohjelman laatu, jolloin he voivat itse arvioida osallistumisensa siihen. Asiakkaita tarkkaillaan, ja jos huomataan oireita sairaskohtauksesta, huomioidaan tämä välittömästi. Asiakkaiden vaivoja voidaan ennakoida käyttämällä terveystietolomaketta, jonka avulla voitaisiin tiedustella asiakkaiden mahdollisia vaivoja ja terveystilaa. Näin voitaisiin varautua mahdollisiin hätätilanteisiin, esimerkiksi kohtausriskin omaavalle on varattu tarvittavat lääkkeet.

## **Tärkeät numerot ja toiminta ensiaputilanteessa**

### **Puhelinnumeroita:**

Poliisi: 112

Sotkamon poliisitalo: 071 876 0201

Ambulanssi: 112

Sotkamon sairaankuljetus oy: 044 0685 754

Palolaitos: 112

Päivystävä palomies: 044 7502 779

Päivystyssairaala, Kainuun keskussairaala: 08 6156 6000 (sairaanhoitajan puhelinneuvonta, 24h)

### **Toimintaohjeet ensiaputilanteessa:**

1. Selvitä, mitä on tapahtunut (sairauskohtaus, onnettomuus)
2. Hälytä apua yleisestä hätänumerosta 112
  - Soita hätäpuhelu itse, jos voit
  - Kerro mitä on tapahtunut

- Kerro tarkka osoite ja kunta
  - Vastaa kysymyksiin
  - Toimi annettujen ohjeiden mukaan
  - Lopeta puhelu vasta luvan saatuasi
  - Opasta auttajat paikalle ja soita uudestaan, jos tilanne muuttuu
3. Estä mahdolliset lisäonnettomuudet, pelasta hengenvaarassa olevat ja siirrä loukkaantuneet turvaan
  4. Anna tarvittava hätäensiapu
  5. Suojaa, rauhoita ja seuraa autettavan tilaa kunnes saat lisäapua

Koordinaatit tapahtumapaikalle pelastushenkilökuntaa varten:

N 64°08.221'

E 028°18.085'

## **Toiminta tapaturman tai onnettomuuden jälkeen**

1. Jälkihoito (esim. loukkaantuneen kuljetus ja mahdollinen kriisiapu)
2. Raportointi (esim. onnettomuuskirjanpito) tehdään jokaisen onnettomuuden sekä vakavan läheltä piti -tilanteen jälkeen. Siihen kirjataan:
  - Mitä on tapahtunut
  - Milloin on tapahtunut
  - Kenelle on tapahtunut
  - Vamman aiheuttaja ja vamman laatu
  - Kuka huomasi
  - Miten hoidettiin
  - Korjaustoimenpiteet samankaltaisen tilanteen ehkäisemiseksi tulevaisuudessa

Onnettomuuskirjanpidon kautta tiedot ovat tarvittaessa viranomaisten (Kuluttajavirasto, työsuojelupiiri, poliisi) ja mm. vakuutusyhtiöitä varten saatavilla. Onnettomuuskirjanpito auttaa toiminnanharjoittajaa edistämään omaa liike-toimintaansa sekä helpottaa lisätietojen antamisessa, jos onnettomuutta täytyy selvittää jälkikäteen.

## LIITTEET

### Turvallisuussuunnitelman liite 1

Kartta ohjelman tapahtumapaikasta



Tuotteen tapahtuma paikka, **Vuokatinhovi**, on merkitty karttaan **rastilla**.

## Turvallisuussuunnitelman liite 2

### Ensiapuohjeita:

#### Nyrjähdysten ensiapu:

1. Kohota raaja
2. Purista tai paina vammakohtaa
3. Jäähdytä kylmällä noin 20 minuuttia
4. Sido vammakohdan ympärille tukeva side
5. Jatka kylmähoitoa ensimmäisen vuorokauden ajan parin tunnin välein
  - Kolmen K:n ensiapu (kompressio, kohoasento, kylmä) auttaa nyrjähdysten lisäksi myös revähdyksiin ja mustelmien ehkäisyyn
  - Nilkan nyrjähdysten jälkeen kylmähoitoa kannattaa toistaa ensimmäisen vuorokauden ajan 1-2 tunnin välein noin 20 minuuttia kerrallaan. Nyrjähdys alkaa parantua 1-2 vuorokauden kuluessa, jolloin kudoksen sisäinen verenvuoto lakkaa
  - Jos nilkka on kipeä vielä ensiavun jälkeenkin, jalalle varaaminen on tuskallista, mustelma on suuri tai nivel ei toimi normaalisti, mene lääkäriin

#### Murtuman ensiapu:

- Murtuman oireita ovat kipu, turvotus, epänormaali liikkuvuus ja arkuus tai virheasento. Murtumat syntyvät tavallisesti putoamisen, kaatumisen tai iskeytymisen seurauksena. Toimita loukkaantunut hoitoon
- Yläraajan murtumassa autettava voi itse tukea kipeää raajaansa kehoaan vasten tai tukea käsi liikkumattomaksi esimerkiksi kolmioliinalla. Kylkiluiden murtumassa voit tukea rintakehää käsin tai tukisiteellä
- Mikäli jalassa on murtuma, sitä ei ole syytä lastoittaa, mikäli apu saapuu kohtuuajassa. Autettavan tulee välttää jalan liikuttamista ja painon asettamista kipeälle jalalle. Jos loukkaantunutta on välttämätöntä liikuttaa, alaraajan murtuman tukemiseen voi käyttää toista jalkaa tai muuta tilapäisvälinettä, kuten esimerkiksi tukevaa lautaa tai keppiä
- Jos epäilet selkärangan murtumaa, liikuta loukkaantunutta vain, jos se on hengen pelastamisen kannalta välttämätöntä

### **Verenvuodon ensiapu:**

- Ulkoisen näkyvän verenvuodon määrää on vaikea mitata ja arvioida luotettavasti.

Suuren verenhukan (yli 20 %) seurauksena ihminen menee sokkiin

1. Nosta vuotava raaja ylös ja tyrehdytä verenvuoto painamalla sormin tai kämmenellä suoraan vuotokohtaan. Aseta runsaasti vuotava henkilö heti pitkälleen
2. Soita hätänumeroon 112, jos arvioit tilanteen sitä vaativan
3. Jos sidetarvikkeita on käytettävissä, sido vuotokohtaan paineside
4. Tue vuotava raaja kohoasentoon
5. Rungas verenvuoto voi johtaa verenkierron vakavaan häiriötilaan eli sokkiin. Huolehdi loukkaantuneen sokin oireenmukaisesta ensiavusta. Kohota sokkioireisen jalkoja, rauhoita, suojaa kylmältä ja seuraa hänen tilaansa kunnes ammattihenkilö ottaa vastuun

### **Tajuttoman ensiapu:**

- Kun henkilö menee äkillisesti tajuttomaksi tai näyttää elottomalta, selvitä heti, onko hän heräteltävissä puhuttelemalla ja ravistelemalla

1. Jos hän ei herää eikä reagoi käsittelyyn, huuda apua ja pyydä joku paikalla olevista tekemään hätäilmoitus hätänumeroon 112. Jos olet paikalla yksin, tee hätäilmoitus itse. Noudata hätäkeskuksen ohjeita
2. Avaa hengitystiet ja tarkista hengitys
3. Kohota toisen käden kahdella sormella leuan kärkeä ylöspäin ja taivuta päätä taaksepäin toisella kädellä otsaa painaen
4. Katso liikkuuko rintakehä, kuuluuko normaali hengityksen ääni tai tuntuuko poskellasi ilman virtaus
5. Jos hengitys on normaali, käännä henkilö kylkiasentoon hengityksen turvaamiseksi. Seuraa hänen tilaansa kunnes ammattihenkilö ottaa vastuun

### **Kylkiasento:**

1. Nosta henkilön toinen käsi yläviistoon kämmen ylöspäin ja aseta toinen käsi rinnan päälle
2. Nosta takimmainen polvi koukkuun



3. Tartu kiinni henkilön hartiasta ja koukussa olevasta polvesta ja käännä hänet itseesi päin kylkiasentoon
4. Aseta käsi posken alle kämmenselkä ylöspäin
5. Jätä päällimmäinen jalka suoraan kulmaan
6. Varmista pään asento niin, että hengitystiet pysyvät auki
7. Tarkkaile hengitystä ja mahdollista heräämistä muun avun saapumiseen asti

## LIITE 4

### Sääntötiivistelmä

- **Pelikenttä:** Suorakaiteen muotoinen, jonka kokoa voidaan vaihdella tarpeiden mukaan. Kentän leveys on yksi kolmasosa sen pituudesta ja maalialueen pituus on yksi viidesosa koko kentän pituudesta. Maalialueen leveys on sama kuin koko kentänkin leveys.
- **Pelin aloitus:** Joukkueet asettuvat riviin puolustamansa maalialueen rajalle. Puolustava joukkue heittää aloitusheiton hyökkäävälle joukkueelle.
- **Pelin kulku:** Hyökkäävä joukkue yrittää kiekkoa syöttelemällä edetä puolustavan joukkueen maalialueelle. Kiekollinen pelaaja saa liikehtiä tukijalkansa varassa, muttei ottaa askeleita kiekko kädessään.
- **Maalinteko:** Kun heittäjä saa syötettyä kiekon hyökkäysmaalialueella olevalle joukkuekaverilleen, syntyy maali. Maalin jälkeen hyökkäyssuunnat vaihtuvat eli maalin tehnyt joukkue jää maalin jälkeen hyökkäämäänsä päähän ja vastustaja siirtyy toiseen päähän. Maalin tehnyt joukkue aloittaa aloitusheitolla uuden pisteen puolustaen nyt äsken hyökkäämäänsä maalialuetta.
- **Kiekon menetys:** Jos hyökkäävän joukkueen syöttely epäonnistuu (kiekko kentältä ulos, kiekko tippuu maahan, syöttö katkaistaan), seuraa kiekonmenetys ja osat vaihtuvat.
- **Pelaajavaihdot:** Joukkueet voivat vaihtaa pelaajia maalin jälkeen, puoliajalla tai loukkaantumisen takia.
- **Kiellot:** Kaikenlainen tahallinen fyysinen kontakti on kiellettyä. Tahattomista kontakteista johtuvat tilanteet pelaajat pyrkivät selvittämään itse.
- **Tuomarit:** Kentällä ei ole erikseen tuomareita vaan pelaajat tuomitsevat keskenään peliä. Tämä käytäntö pätee myös esimerkiksi ultimatien maailmanmestaruuskisoissa.

- **Spirit of the game:** Pelimoraali, jonka mukaan säännöt perustuvat urheiluhengen ja jonka mukaan vastuu reilusta pelistä jää pelaajille.

## LIITE 5

### Blueprint lumikenkäultimate

Lähtötilanne: Asiakas saapuu Vuokatinhoviin osallistuakseen noin kaksi tuntia kestävään lumikenkäultimate -tuotteeseen.

<b>Konkreettiset elementit</b>	Vuokatinhovi: ohjaaja	Suorituspaikka: ohjaaja, varusteet, pelikenttä
<b>Asiakkaan prosessi</b>	Saapuminen	Tuotteeseen tutustuminen, varusteiden pukeminen, harjoittelu, pelaaminen
<b>Näkyvä palveluprosessi</b>	Vastaanottaminen	Ohjaaminen, tuotteen ja varusteiden esittely sekä muut tarvittavat ohjaustehtävät
<b>Näkyvä suorittaja</b>	Ohjaaja	Ohjaaja
<b>Asiakkaan prosessin aikataulu</b>	<b>0,2 h</b>	<b>n. 1,5 - 2 h</b>

(Kantanen & Kirjavainen 2010, 111)