

Päivi Ranta & Maria Sippala

## **PYÖRÄMATKAPAKETTIEN TUOTTEISTAMINEN OULUN SEUDULLE**

Opinnäytetyö  
Kajaanin ammattikorkeakoulu  
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala  
Matkailun koulutusohjelma  
Kevät 2014



Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma
Tekijä(t) Päivi Ranta & Maria Sippala	
Työn nimi Pyörämatkapakettien tuotteistaminen Oulun seudulle	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Ohjaaja(t) Pasi Korhonen
	Toimeksiantaja Go Arctic Oy
Aika Kevät 2014	Sivumäärä ja liitteet 51 + 11
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja kehittää kaksi elämyksellistä pyörämatkatuotetta Oulun seudulle. Tarkoituksena oli suunnitella viikon mittaiset tuotepaketit oheispalveluineen sekä kesä- että talvikaudelle. Tuotteet on suunniteltu aktiivipyöräilijöille.</p> <p>Toimeksiantaja Go Arctic! oli saanut ITB Berlin 2013 messuilta tuotekehitysidean pyörämatkatuotteista. Idea tuli saksalaiselta aktiviteettimatkoihin erikoistuneelta matkanjärjestäjältä Schulz Aktiv Reisenilta. Go Arcticilla itsellään ei ole resursseja näin laajamittaiseen tuotteistamiseen, joten keväällä 2013 opinnäytetyölle oli tilausta.</p> <p>Opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö. Työn teoreettisessa osuudessa käsitellään matkailualueen vetovoimatekijöitä, matkailupalvelutuotetta sekä tuotekehityksen vaiheita. Lisäksi työssä perehdytään pyörämatkailun tuotesuosituksiin sekä tutkimuksiin saksalaisista pyörämatkailijoista. Tuotteista tuli tehdä elämyksellisiä, eksoottisia ja unohtumattomia. Viikon mittaisen matkan aikana pyöräilijä voi nähdä ja kokea suomalaista ja pohjois-pohjalaista luontoa ja elämäntapaa sekä kokea pyöräilyn ohella muita elämyksellisiä aktiviteettejä.</p> <p>Työn tuloksena syntyi kaksi pyörämatkatuotetta. Tuotekehityksessä tuotteen testaaminen ja markkinointi jää toimeksiantajalle, koska opinnäytetyön puitteissa ei ole resursseja kyseisiin tuotekehityksen vaiheisiin. Toimeksiantajan mukaan tuotteet on suunniteltu ja paketoitu sen mukaisesti, että heillä on hyvä siitä jatkaa.</p>	
Kieli	suomi
Asiasanat	tuotekehitys, tuotteistaminen, pyörämatkailu
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus <input type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto



School Tourism	Degree Programme Degree Programme in Tourism
Author(s) Päivi Ranta & Maria Sippala	
Title Cycling Tourism Product Development in the Oulu Region	
Optional Professional Studies	Instructor(s) Pasi Korhonen
	Commissioned by Go Arctic Oy
Date Spring 2014	Total Number of Pages and Appendices 51 + 11
<p>The purpose of this thesis was to plan and develop two exotic cycling tourism products in the Oulu region. The aim was to develop a week-long tour for both summer and winter season including additional services. Products are targeted for active cyclists.</p> <p>The commissioner Go Arctic! had received the idea of developing cycling tour products in ITB Berlin 2013 fair. The idea came from a German tour operator Schulz Activ Reisen specializing in activity tourism. Go Arctic did not have the resources themselves for product development of this scale so in the spring of 2013 there was a need for the thesis.</p> <p>The thesis is a functional work. The theoretical part deals with tourism attractions of the region, tourism service product as well as the process of product development. In addition, the thesis focuses on product recommendations of cycling tourism as well as surveys on German bicycle tourists. The cycling tours should be exotic and unforgettable. During the week-long tour the cycling tourist can experience the Finnish and Northern Ostrobothnian nature and the way of life as well as experience other adventure activities.</p> <p>This thesis resulted in two cycling tourism products. In this product development process the testing and marketing of the products will be mandated by the commissioner. In the framework of this thesis there are no resources to handle those phases of product development. According to the commissioner, the products are developed and packaged in a way that they have a great basis to continue developing the products.</p>	
Language of Thesis	Finnish
Keywords	Product development, cycling tourism
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Electronic library Theseus <input type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 TYÖN TAUSTAT	3
2.1 Toimeksiantaja	3
2.2 Toiminnallinen opinnäytetyö	4
3 MATKAILUALUEEN VETOVOIMATEKIJÄT	5
3.1 Suomen matkailupotentiaali	7
3.2 Oulun seutu matkailualueena	9
4 MATKAILUPALVELUTUOTE	10
4.1 Matkailija ja matkustusmotiivit	10
4.2 Matkailutuotteen elementit	11
4.3 Elämyksellinen matkailutuote	13
4.4 Kestävä kehitys matkailussa	15
4.5 Liikunta- ja luontomatkailu	16
5 MATKAILUTUOTTEEN TUOTEKEHITYS	19
5.1 Tuotteistaminen käsitteenä	19
5.2 Tuotekehityksen vaiheet	19
5.2.1 Idea ja valinta	21
5.2.2 Tuotteistaminen ja testaus	21
5.2.3 Markkinointistrategian kehittäminen ja liiketoiminta-analyysi	22
5.2.4 Markkinointi ja saatavuus	24
5.2.5 Markkinoiden testaus ja kaupallistaminen	26
5.3 Tuotekortti	27
6 PYÖRÄMATKAILU	29
6.1 Pyörämatkailu Suomessa	29
6.2 Matkailutuotteiden tuote- ja laatuksiteerit	31
6.3 Pyörämatkailun tuotesuosituksset	32
6.3.1 Opastettu pyöräily	33
6.3.2 Omatoiminen pyöräily	34
6.4 Saksalaiset pyörämatkailijat	35

7 PYÖRÄMATKAPAKETIT	39
7.1 Tuotteistamisprosessi	39
7.2 Kesätuote	40
7.3 Talvituote	43
7.4 Arviointi	46
8 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	48
LÄHTEET	50
LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Työmme aiheena on ohjelmapalvelutuotteiden kehittäminen. Toimeksiantajamme on oululainen ohjelmapalveluyritys Go Arctic Oy. Saksalainen matkanjärjestäjä Schulz Aktiv Reisen on toivonut pyörämatkailutuotteita toimeksiantajaltamme. Toimeksiantajalla ei itsellään ole resursseja tuotekehitykseen, joten uudet tuotteet ovat tervetulleita. Heillä ei ole entuudestaan pyörämatkailupaketteja. Tavoitteena on, että toimeksiantaja saisi tuotepaketit esiteltyä ITB Berlin -messuilla maaliskuussa 2014.

Oulusta puhutaan paljon pyöräilykaupunkina myös talvella, mutta pyöräilyä ei ole tuoteistettu eikä hyvää pyörätieverkostoa ole hyödynnetty matkailussa. Halusimme kehittää täysin uuden matkailutuotteen Oulun seudulle, jossa hyödynnetään pyöräilyn potentiaalia ja pohjoisen eksotiikkaa.

Tarkoituksena on kehittää kaksi pyörämatkailutuotetta saksalaisille aktiviteetti-matkailijaryhmille. Toinen tuote tulee kesäkaudelle ja toinen talvikaudelle. Tuotteista tulee viikon kestäviä pyörämatkapaketteja oheispalveluineen. Tuotepaketin suunnittelussa tärkeintä on matkareitti. Lisäksi tulee ottaa huomioon tarvittavat välineet, mahdolliset matkatavaroiden kuljetukset, yöpymiset ja ruokailut. Tuoteistamisprosessi on monivaiheinen ideasta tuotteen lanseeraamiseen.

Kokeneet matkailijat ovat yhä vaativampia. Sen vuoksi matkailuyrittäjän ja palvelun tuottajan on hankkiuduttava yhä lähemmäksi asiakasta. On pyrittävä antamaan hänelle se, mitä hän toivoo. Matkailua kehitettäessä on pystyttävä näkemään tulevia trendejä ja varauduttava asiakkaiden odotuksiin. Uudet ja hulluilta-kin tuntuvat ideat voivat olla juuri sellainen mahdollisuus, jota innovatiiviset ja menestyvät yritykset tarvitsevat. (Borg ym. 2002, 133.)

Käsitlemme työssämme aluksi matkailullisia vetovoimatekijöitä Suomessa ja Oulun alueella, jonka jälkeen perehdymme matkailupalvelutuotteeseen ja tuotekehitykseen. Matkailupalvelutuotetta käsittelevässä kappaleessa käymme läpi tärkeimpiä käsitteitä aiheen kannalta, kuten matkustusmotiivit ja matkailutuotteen elämyksellisyys. Tuotekehitysosiossa käymme läpi tuotekehityksen moninaiset

vaiheet. Matkailupalveluisuuden jälkeen viimeisenä teoriapohjana syvennymme pyörämatkailuun ja pyörämatkailijoihin, jotta saamme kehiteltyä oikeanlaiset, vientikelpoiset tuotteet tietylle asiakassegmentille, eli aktiivipyöräilijöille.

Tuotepaketteja suunnitellessamme huomioimme pyörämatkailun tuotesuosituksia, matkanjärjestäjän toivomukset sekä tutkimustulokset, joiden pohjalta syntyy paikallisyrittäjyyttä tukevat palvelukokonaisuudet. Tuotekortit ovat englannin kielellä, jotta toimeksiantajan ei tarvitse enää erikseen niitä kääntää esitellessään tuotteita matkanjärjestäjille. Tuotteiden hinnoittelu noudattaa toimeksiantajan hinnoitteluperiaatteita ja siinä on otettu huomioon heidän valmiit sopimushinnat eri yhteistyötahojen kanssa. Tuotekortit ovat opinnäytetyömme liitteenä.

## 2 TYÖN TAUSTAT

### 2.1 Toimeksiantaja

Go Arctic! on vahva, pohjoinen matkailutoimija, joka tarjoaa Oulun ja Lapin matkailutuotteita yrityksille, matkanjärjestäjille sekä yksittäisille matkailijoille. Go Arctic! nimen takaa löytyvät henkilöosakkaat Sirpa Eskola, Kirsi Eskola ja Veli-Pekka Okkonen sekä Pohjoismaiden suurin safaritalo Lapland Safaris. Yhteistyössä Lapland Safarisin kanssa toiminta-alue kattaa Oulun seudun sekä Lapin. (Go Arctic! n.d.)

Go Arcticilla on monipuolinen oma ohjelmapalvelutuotanto sekä laaja kumppaniverkosto. Asiakkaat voivat varata kaikki kuljetukset, ruokailut, majoitukset ja ohjelmat Go Arcticin kautta. Tuotepaketteja löytyy aina yksittäisistä muutaman tunnin ohjelmapalveluista viikon mittaisiin ohjelmapalvelupaketteihin. Lisäksi yhteistyökumppaneille voidaan räätälöidä heidän toiveidensa mukaisia palvelukonaisuuksia.

Schulz Aktiv Reisen on erikoistunut järjestämään luonto- ja elämysmatkoja pienille ryhmille. Heidän mukaansa yksilöllinen ja autenttinen kokemus on vain pienissä ryhmissä mahdollista. Euroopan ulkopuolelle tehtävillä matkoilla ryhmien maksimikoko on 12 henkilöä ja Euroopan sisällä 14 henkilöä. Schulz Aktiv Reisenin aktiivimatkoilla liikutaan mieluiten luontoystävällisillä tavoilla, kuten jalkaisin, kanootilla, koiravaljakolla, hiihtäen tai pyörällä. Aina kun mahdollista, matkoilla käytetään mieluummin fyysistä liikettä kuin motorisoituja kulkuvälineitä. (Schulz Aktiv Reisen n.d.)

Schulz Aktiv Reisen valikoi majoituspaikoiksi kohdemaalle tyypillisiä, pääasiassa pienten perheyrittäjien pitämiä majoituskohteita. Näin ollen matkailijoille tarjoutuu mahdollisuus kokea kohdemaan ja ihmiset autenttisesti sekä samalla tukea paikallista elinkeinoa. Näillä periaatteilla Schulz Aktiv Reisen haluaa tarjota asiakkailleen mahdollisuuden tutustua paikalliseen väestöön, kulttuuriin ja luontoon. Matkapaketit suunnitellaan yhdessä paikallisten yhteistyökumppaneiden kanssa



siten, että paikallisia resursseja kuten majoitus, kuljetus, ravintolat ja tuotteet, käytetään intensiivisesti. (Schulz Aktiv Reisen n.d.)

Schulz Aktiv Reisen järjestää aktiviteettimatkoja, joiden pituudet vaihtelevat muutamasta päivästä pariin viikkoon. Heidän valikoimaan kuuluu esimerkiksi kahdeksan päivän hiihtovaellus Lappiin (245 km), 12 päivän yhdistetty pyöräily ja vaellusmatka Kanarialle ja 14 päivän vaellusmatka Jakutiaan. Tällä hetkellä heidän tuotevalikoimaansa Suomen osalta kuuluu talvituotteissa husky- ja hiihtovaelluksia sekä kesätuotteissa vaellus- ja melontamatkoja.

## 2.2 Toiminnallinen opinnäytetyö

Opinnäytetyömme on toiminnallinen opinnäytetyö. Toiminnallisen opinnäytetyön lopullisena tuotoksena on aina jokin konkreettinen tuote, tässä tapauksessa viikon mittainen pyörämatkapaketti kesä- ja tavikaudelle. Vilkka & Airaksisen mukaan harvemmin opinnäytetyönä tehty tuote päätyy myyntiin. Jos tämä on kuitenkin tuotteen yksi tavoitteista, täytyy ratkaisuja tehdä myös myynnin näkökulmasta. (Vilka & Airaksinen 2003, 52–53.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä työprosessi kirjoitetaan opinnäytetyöraportiksi. Raportoinnin on täytettävä tutkimusviestinnän vaatimukset, vaikka se osin eroaakin empiiristen toiminnantutkimusten raportoinnista. Toiminnallisen opinnäytetyön raportti on teksti, josta selviää, mitä, miten ja miksi on tehty sekä millainen työprosessi on ollut ja millaisiin tuloksiin ja johtopäätöksiin on päädytty. Raportista ilmenee myös se, kuinka omaa prosessia ja oppimistamme arvioimme. Raportin lisäksi opinnäytetyöhön kuuluu itse tuotos, joka puhuttelee kohderyhmää, eli meidän tapauksessa saksalaisia aktiivipyöräilijöitä. (Vilka & Airaksinen 2003, 65.)

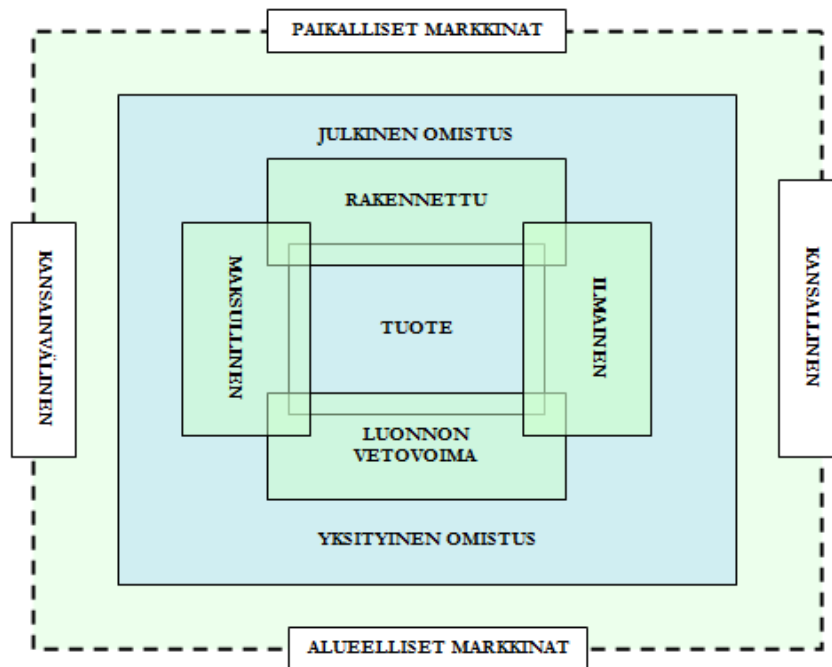
### 3 MATKAILUALUEEN VETOVOIMATEKIJÄT

Matkailualue koostuu vetovoimaisista luonnon ja kulttuuriympäristöistä, jotka on tuotteistettu eli otettu matkailukäyttöön luomalla tarvittavat palvelut. Matkailualueen vetovoima on kokonaisuus, johon vaikuttavat luonnon ja kulttuurivetovoimatekijöiden ohella palveluiden laatu ja omaperäisyys. Eri lähtöalueilta saapuvat matkailijat kokevat Suomen ja sen osa-alueiden vetovoimaisuuden eri tavoin. Lisäksi demograafisten tekijöiden välillä on omat eronsa. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 16.)

Matkailun vetovoimatekijöitä on luokiteltu eri tavoin, mutta karkean jaon mukaan puhutaan luonnon vetovoimatekijöistä, keinotekoisista vetovoimatekijöistä ja kehitetyistä vetovoimatekijöistä. Luonnon vetovoimatekijänä vesistöt ja rannikot ovat aina olleet tärkeitä matkailun kannalta. Muita luonnon vetovoimatekijöitä ovat maaseutu, postikorttimaiset maisemat, ilmasto, kasvillisuus ja eläimet. Keinotekoiset vetovoimatekijät pohjautuvat usein historiaan ja kulttuuriin. Keinotekoiset tai ihmisen luomat kohteet vetovoimatekijöinä ovat muun muassa erilaiset kulttuuriset kohteet, kuten museot, taidegalleriat ja arkeologiset kohteet sekä perinteet kuten erilaiset festivaalit ja tapahtumat, esimerkiksi urheilu- ja kulttuuritapahtumat. Kehitettyjä vetovoimatekijöitä ovat erilaiset huvipuistot, suuret ostoskeskukset ja turismia varten rakennetut kohteet. Näiden kohteiden ympärille on rakennettu paljon erilaisia oheispalveluita, kuten majoitus- ja ravitsemispalveluita. Osa kohteista on rakennettu luonnonolosuhteiden keskelle, mutta näissä kohteissa matkailijat voivat saada korkeatasoisia palveluita. Kohteen sijainnilla, imagolla ja kohderyhmälle markkinoinnilla on suuri merkitys saadakseen matkailijat liikkeelle. (Cooper, Flecher, Fyall, Gilbert & Wanhill 2008, 310–315, 321.)

Vetovoimatekijät ovat vapaa-ajan matkailussa tärkein yksittäinen syy kohteen valintaan. Monet tekijät matkalla, kuten kuljetus ja majoitus, vastaavat kuluttajan tarpeeseen nauttia siitä mitä näkemistä ja tekemistä kohteella on tarjottavana. Jokaisella alueella ja jokaisessa kaupungissa on vähintään yksi nähtävyys, joka lisää paikan vetovoimaa matkakohteena. Vetovoimatekijät saavat aikaan matkai-

lua, vastaavat paikallisten asukkaiden tarpeisiin ja niiden ympärille voi kehittää matkailualan palveluita. Vaikka kohde harvoin selviää vain yhden vetovoimatekijän pohjalta, se voi toimia pohjana kestävämpään kehitykseen kohteessa. (Cooper ym. 2008, 309.)



Kuvio 1. Vetovoimatekijöiden luokittelu, Leask 2003 (Cooper ym. 2008.)

Leaskin mallissa (Kuvio 1.) vetovoimatekijöiden luokittelun pääkohdat ovat:

- Omistussuhde
  - Vetovoimatekijä on joko yksityisessä omistuksessa ja julkisessa omistuksessa.
  - Yksityisessä omistuksessa vetovoimatuotteen päätarkoitus on tuottaa voittoa omistajalle.
  - Julkisessa omistuksessa olevien vetovoimatekijöiden tarkoitus on usein palvella paikallista väestöä, vaikkakin matkailijat saattavat olla suurin kävijäryhmä.

- Alkuperä
  - Vetovoimatekijä voi olla luonnon vetovoimakohde tai rakennettu kohde.
  - Rakennetut kohteet voidaan jakaa vielä joko matkailua varten rakennetuiksi kohteiksi, kuten teemapuistot ja matkailukeskukset, tai alun perin muuhun kuin matkailutarkoitukseen rakennetuiksi kohteiksi, kuten kirkot ja historialliset rakennukset.
- Markkinat
  - Vetovoimatekijät voidaan luokitella niiden todellisten tai potentiaalisten markkinoiden mukaan.
- Keskeinen kokemus
  - Kaikki kohteet tarjoavat jonkun keskeisen kokemuksen matkailijalle esimerkiksi sivistystä, jännitystä, hauskanpitoa tai liikuntaa.

(Sharpley 2006, 67.)

### 3.1 Suomen matkailupotentiaali

Hyvä sijainti tärkeisiin lähtöalueisiin ja maihin nähden kasvattaa matkailupotentiaalia. Suomen luonnonmaantieteellinen sijainti voi sinänsä olla jo vetovoimatekijä. Mantereisen ja merellisen ilmastotyypin rajalla Suomessa on melko lämpimät kesät ja melko kylmät talvet. Vuodenaikojen selkeät vaihtelut luovat hyvän pohjan sekä kesä- että talvimatkailulle. Päävuodenaikoina hallitsevat kesä ja talvi, jolloin loma-aikoja pääsääntöisesti vietetään. Matkailunäkökuilmasta eksoottisen lisämausteen antavat kesäöiden valoisuus ja yötön yö sekä talven kaamos ja revontulet. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 25–28.)

Vuoristo on määritellyt Suomen luontopainotteiseksi aktiivilomailun maaksi, jota työ- ja kulttuurimatkailu täydentävät. Tässä määritelmässä periferia on jalostettu

aktiivista osallistumista edellyttäväksi attraktioiksi. Aktiivisuus vaihtelee suuresti eri ikäryhmien ja matkailijasegmenttien mukaan. Periferia voidaan tulkita villiksi erämaaksi sekä rauhalliseksi järvi- ja metsämaisemaksi. Aktiivimatkailun muodot ovat siis lähes rajattomat. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 74.)

Suomen matkailustrategian mukaan tuotekehitystoiminnan painopisteitä ovat kulttuuri, hyvinvointi, kesä ja talvi. Tuotekehityksen linjaukset perustuvat maailmanlaajuisiin trendeihin ja MEKin teettämiin tutkimuksiin. Tuotteet tulisi räätälöidä entistä tarkemmin erilaisten asiakastarpeiden ja ryhmien mukaan. Tuotetarjontaa tulisi soveltaa esimerkiksi erilaisten harrasteryhmien tarpeisiin. Tärkeimpien markkina-alueiden, Venäjän, Kiinan, Japanin sekä keskieuropalaisten asiakkaiden tarpeet olisi huomioitava tuotekehityksessä. (MEK 2014.)

Suurin osa Suomen maa-alueesta on metsää, jota arvostetaan virkistyskäyttöön sopivina ympäristöinä. Jokamiehien oikeudet ovat metsien monipuolisen käytön perusta ja tämä mahdollistaa suositut vapaa-ajan toiminnot, kuten erilaiset retkeilymuodot. Rauhoitetut metsäseudut eli kansallispuistot ja luonnonpuistot rajoittavat metsien matkailukäyttöä jonkin verran. Virkistys- ja matkailukäytön kehitykseen vaikuttavat myös alueiden pinnanmuodostus ja vesistöisyys, asutuskeskusten läheinen sijainti, kaavoitus ja maanomistus. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 34–36.)

Suomi on maailman vesistöisimpiä maita. Vesistöjen runsaus antaa luonnosta kiinnostuneille matkailijoille runsaasti harrastusmahdollisuuksia sekä kesä- että talvikaudelle. Talvella vesialueita peittävä jää soveltuu monenlaiseen talviaktiiviteettiin. Kesäharrastusmahdollisuudet ovat myös runsaat. Matkailun vetovoimatekijänä vesi käsittää rannat ja rannikot, saaret ja saaristot, merialueet, järvet, joet sekä reitit. Näistä on muodostunut erilaisia vesi- ja rantamaisemia, joiden vetovoimaisuus matkailukäytössä vaihtelee. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 38–39.)

Suomen historialla ja perinteillä ei ole tarjota sellaisia attraktioita kuten Keski-Euroopalla ja Välimeren alueella. Osittain tämä johtuu historiallisten rakenteiden vähäisyydestä ja nuoresta iästä. Suomen kulttuurimatkailutarjonnan perusverkko koostuu alkuperäisen luonteensa säilyttäneistä kylä- ja maatalousmaisemista,

alkutuotantomiljöistä, vanhoista kaupungeista ja kaupunginosista, vanhoista linnoista ja linnoitusalueista, historiallisista teistä ja silloista, esihistoriallisista asuinalueista, kansallismaisemista sekä maailman kulttuuriperintökohteista. Nämä ovat ulkomaalaiselle matkailijalle näyteikkunoita suomalaiseen kulttuurimaisemaan. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 57–59.)

Strategisten teemojen painopisteitä ovat suomalainen ja paikallinen ruoka, hiljaisuus sekä kulttuuri ja luonto. Kiinnostus terveelliseen, paikalliseen ruokaan on suurta kaikissa Suomen matkailustrategiassa määritellyissä kohdemaissa. Suomen vahvuuksia ovat puhdas ja kaunis luonto, hiljaisuus sekä puhdas ruoka. Matkakohteelta odotetaan monipuolista tarjontaa, kulttuurillisia elämyksiä ja mahdollisuutta kokea paikallinen elämäntapa. Näitä elementtejä tulisikin lisätä matkailutarjontaan. (MEK 2014.)

### 3.2 Oulun seutu matkailualueena

Matkailu on Oulussa kasvava toimiala ja merkittävä elinkeino. Matkailutoimialan kasvun edellytyksiä ovat erinomainen saavutettavuus, panostus markkinointiin sekä ympärivuotista matkailua tukevien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen. Alalla toimii yli 150 yritystä, joista suurimpia ovat kaupungin keskustassa sijaitsevat hotellit. Lisäksi matkailua palvelee suuri joukko ohjelma-, liikunta- ja elämyspalveluja tarjoavia yrityksiä sekä matkatoimistoja ja matkanjärjestäjiä. Matkailuyritykset työllistävät noin 2 500 ihmistä. Matkailutuloa Oulun alueelle kertyy nykyisin noin 200 miljoonaa euroa vuodessa. Vapaa-ajan matkailijamäärä on Oulussa vuonna 2013 lisääntynyt, kun taas työmatkustus on vähentynyt. Vapaa-ajan matkailun kasvusta suurin osa tuli ulkomailta. (BusinessOulu n.d.a; BusinessOulu n.d.b.)

Oulun seudulla matkailijoita kiinnostavia attraktioita ovat Perämeren suurin saari Hailuoto, joka on nimetty kansallismaisemaksi, linturetkelijöiden suosikkikohde Liminganlahti, Oulujoki koskineen ja voimaloineen, kulttuurihistoriallisesti arvokas rakennusmiljöön lin Haminassa, kivikauden kylä Kierikki sekä Rokuan kansallispuisto. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 294–297.)

## 4 MATKAILUPALVELUTUOTE

Matkailupalvelutuote on vaikeasti hahmoteltavissa, sillä asiakkaalle tarjotaan aineetonta palvelua, joka tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Palveluun voi kuulua aineellisiakin osia, esimerkiksi ostettavia matkamuittoja tai ruokaa. Ominaisista matkailupalvelutuotteelle on myös kysynnän ja tarjonnan huiput eri aikoina. Muun muassa sääolosuhteet ja matkailijoiden käytettävissä oleva aika vaikuttavat palveluiden tuottamiseen. Jos palvelutuote epäonnistuu, sitä ei voi palauttaa tai korvata kuten aineellista tuotetta ja yleensä sitä on vaikea hyvittää. Matkailututkimuksessa tunnetuin matkailutuotteen määritelmä esittää tuotteen pakettina, joka koostuu viidestä eri osasta: kohteen vetovoimatekijät, kohteen palvelut, saavutettavuus, mielikuvat kohteesta sekä hinta. (Komppula & Boxberg 2005, 11.)

### 4.1 Matkailija ja matkustusmotiivit

Matkailijaksi luokitellaan henkilö, joka matkustaa asuinpaikkansa ulkopuolelle vähintään 24 tunniksi ja enintään yhdeksi vuodeksi muussa kuin ansiotulon hankkimistarkoituksessa. Toisin sanoen matkailijaksi katsotaan vapaa-ajan matkailijat, joiden matkustusmotiiveja ovat virkistys, harrastustoiminta, lepo sekä sukulaisten ja ystävien tapaaminen. Työhön liittyvää matkustus on liikematkustusta tai liikematkailua. Tämän määritelmän mukaan matkustaja, joka ei yövy kohteessa, on päiväkävijä eikä matkailija. Matkailuelinkeinoyritysten kannalta päiväkävijätkin tuovat tuloja. Ohjelmapalveluyritysten tai tapahtumatuottajien näkökulmasta on epätarkoituksenmukaista rajata matkailijat ainoastaan yöpyviin matkailijoihin, sillä päiväkävijät voivat olla yhtä arvokkaita matkailijoita kuin yöpyvätkin matkailijat. (Komppula & Boxberg 2005, 8-10.)

Merkittäväksi markkinointivaltiksi matkailussa on noussut ympäristön laatu. Laatuvaatimusten lisäksi vapaa-ajan matkailun profiili on muuttumassa aktiivisen harrastamisen ja yksilöllisten elämysten metsästämiseen aikaisemmin suosittujen passiivisten rantalomien sijaan. Luonnontilaiset alueet matkakohteina nosta-

vat suosiotaan. Suomen matkailu hyötyy kasvavasta luontokiinnostuksesta sekä ympäristö- ja laatutietoisuudesta ja Euroopan markkinoilla tiedostetaan Suomen luonnon ja ilman puhtaus. Matkailijat haluavat koko ajan uusia tuotteita tai vanhoihin tuotteisiin uusia vivahteita. Tämän vuoksi tuotekehityksessä on osattava tunnistaa uusimmat trendit, joista osa edellyttää erikoistuotetuntemusta. (Borg, Kivi & Partti 2002, 72–73.)

Yksilön matkustuspäätöksiin vaikuttavia tekijöitä sanotaan matkustusmotiveiksi. Kun matkailija pohtii matkailutuotteen ostopäätöstä, on erotettava syy, miksi matkustetaan sekä minne ja miten matkustetaan. WTO (World Tourism Organization) on luokitellut matkustamisen motiivit seuraavasti:

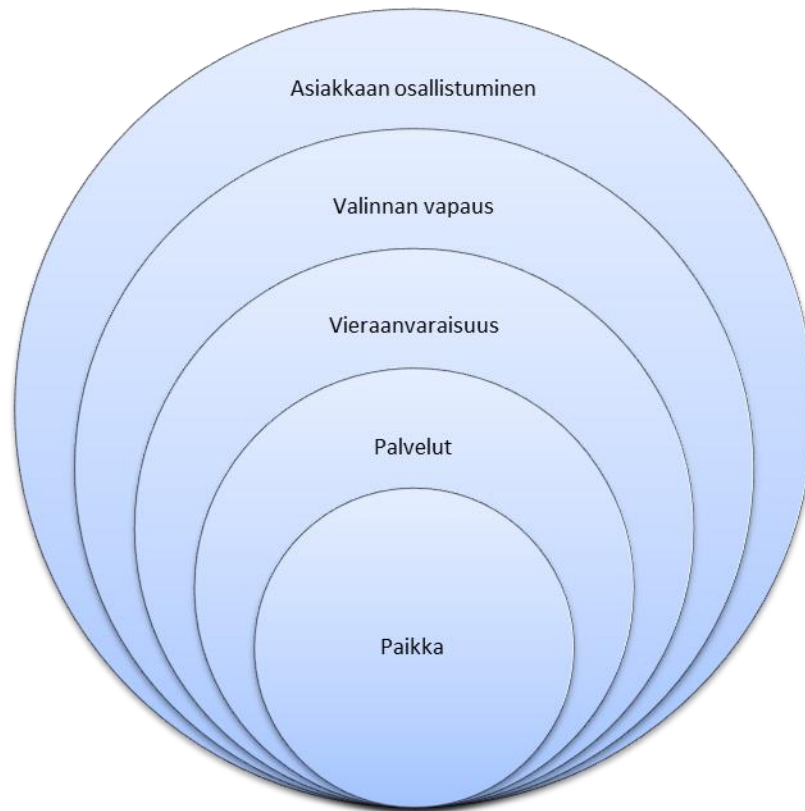
- 1) Työhön liittyvät motiivit
- 2) Fyysiset ja fysiologiset motiivit
- 3) Kulttuuriset, psykologiset ja henkilökohtaiseen oppimiseen liittyvät syyt
- 4) Sosiaaliset, henkilöiden väliset sekä etniset syyt
- 5) Viihde, huvittelu, nautinto, ajanviete
- 6) Uskonnolliset syyt

(Borg ym. 2002, 72–73.)

#### 4.2 Matkailutuotteen elementit

Matkailu perustuu johonkin toimintaan tietyssä kohteessa. Matkailutuotteen muut elementit ovat palvelu, vieraanvaraisuus, vapaus tehdä erilaisia valintoja kohteessa sekä matkailijan oma osallistuminen matkailutuotteen tuottamiseen (Kuvio 2). Matkailutuote on monimutkaisen tuotantoprosessin tulos. (Komppula & Boxberg 2005, 15.)





Kuvio 2. Matkailutuote paikkaan perustuvana tuotteena (Komppula & Boxberg 2005, 15).

Paikka viittaa niihin fyysisiin elementteihin, joita matkakohteessa on havaittavissa. Paikaksi voidaan määritellä esimerkiksi maa, alue, matkailukeskus tai yksittäinen hotelli. Paikan lisäksi matkailija tarvitsee kohteessa jonkinasteisia palveluja, esimerkiksi majoitus-, ravitsemis-, liikenne- ja ohjelmapalveluja, joita matkailualue voi matkailijalle tarjota. Vieraanvaraisuus tarkoittaa lähinnä palveluhalua ja -asennetta, jota matkailukohteen henkilöstö osoittaa matkailijaa kohtaan. Valinnanvapaudella tarkoitetaan matkailijan mahdollisuuksia tehdä erilaisia ratkaisuja matkansa aikana mm. päivittäisestä ohjelmasta. Matkailijan osallistuminen matkailutuotteen tuottamiseen on tuotteen osa-alueesta se, johon palvelujen tuottajalla on pienimmät mahdollisuudet vaikuttaa. Omatoimimatkailija tarvitsee vähemmän opastusta, välineitä ja palveluja kuin valmiin paketin ostaja. Matkailijan oman osallistumisen taso riippuu matkailijan halusta ja kyvystä osallistua elämyksensä tuotantoon. (Komppula & Boxberg 2005, 16–17.)

### 4.3 Elämyksellinen matkailutuote

Suomen matkailun kannalta on tärkeää kuinka hyvin se kykenee vastaamaan matkailukysyntään. Usein on kysymys erilaisuudesta ja eksotiikasta, sillä matkailija hakee kohteita ja elämyksiä jollaisia hänen koti- ja työympäristönsä ei kykene tarjoamaan. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 15.)

Elämyksellä tarkoitetaan emotionaalista kokemusta, jolla on positiivinen, mieltä kohottava vaikutus. Nykyisin länsimaissa emotionaalinen kokemus on korostunut päätöksen teossa ja ahdistuksen laukaisijana. Elämys liittyy väistämättä ihmiseen, yksilöön. Ihmisen sisäisen maailman kuvaamiseen psykologian käsitteistö antaa työkaluja. Psykologit erottavat kolme tietoisuuden tasoa; perustasolla ollaan tietoisia ympäröivästä maailmasta, otetaan vastaan havaintoja ja reagoidaan niihin. Seuraavalla tasolla reflektoidaan oman tietoisuuden tasoa, eli ymmärretään, mistä ollaan tietoisia. Tällöin voimme kuvitella, havainnollistaa, suunnitella ja keksiä. Korkeimmalla tietoisuuden tasolla on tietoisuus omasta itsestä ja siitä, että henkilökohtaisilla kokemuksilla on yksilöllinen luonne. (Borg ym. 2002, 23–24.)

Elämysten lähteet voidaan karkeasti jaotella kolmeen luokkaan sen perusteella, millaisesta mielihyvästä on kysymys: fyysiset, sosiaaliset ja mentaaliset lähteet. Kun tarkastellaan matkustamisen motiiveja, havaitaan, että elämyshakuisuus on mukana useimmissa vapaa-ajan matkailuun liittyvissä motiiveissa. Fyysisiä elämyksiä tarjoavat erilaiset liikunnalliset aktiviteetit sekä terveyden ylläpitämiseen, kauneuden hoitoon ja fyysiseen rentoutumiseen tarkoitetut palvelut. Seikkailumatkailu on myös fyysistä elämystä parhaimmillaan. Sosiaaliset elämykset voivat liittyä matkan motiiviin, esimerkiksi halu viettää aikaa sukulaisten ja ystävien kanssa. Näin ollen matkailu on tapa tyydyttää tätä tarvetta. Uusiin ihmisiin ja kulttuureihin tutustuminen voivat myös olla sosiaalisia elämyksiä. Mentaalisiin elämyksiin luetaan kuuluvan esteettiset tai henkiset kokemukset tai kulttuurin, perinteiden, historian tai taiteen kokemukset. Kaikkia edellä mainittuja elämyslähteitä voi sisältyä myös samaan kokonaiselämykseen. (Komppula & Boxberg 2005, 30–31.)

Elämys on matkailijalle henkilökohtainen voimakkaasti vaikuttava kokemus. Elämysteollisuuden osaamiskeskuksen määritelmän mukaan elämys on positiivinen, muistijäljen jättävä, yleensä ainutkertainen ja henkilökohtainen kokemus. Matkailupalveluja tuottava yritys ei voi varsinaisesti tuottaa elämystä asiakkaalle, koska elämys syntyy matkailijan mielessä. Palvelujen tuottaja voi kuitenkin vaikuttaa elämyksen syntyyn ja laatuun tarjoamalla puitteet ja tekniset edellytykset sekä ohjaamalla kokemuksen syntymistä. Asiakkaan kokonaiskokemus koostuu eri tekijöistä, jotka ovat palvelun tuottajan kannalta erillisiä prosesseja, kuten majoituspalvelu, ateriat ja ohjelmapalvelun toteuttaminen. (Verhelä & Lackman 2003, 35–36.)

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus on luonut elämyskolmiomallin (Kuvio 3) elämystuotteen luomisen työkaluksi. Mallin mukaan elämyksellisessä tuotteessa on seuraavat kuusi elementtiä: yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Elämyskolmiossa on kaksi tarkastelunäkökulmaa: tuotteen elementit ja asiakkaan kokemus. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010a.)



Kuvio 3. Elämyskolmio (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010a.)

Elämyskolmiomallissa elämyksen elementtejä on kuusi. Yksilöllisyydellä tarkoitetaan sitä, että tuote on ainutlaatuinen sekä muokattavissa asiakkaiden tarpeiden mukaan. Tuotteen aitous on tuotteen uskottavuutta eli tuote on uskottava jos asiakas niin sen kokee. Kun tuotteen eri elementit sidotaan yhteen yhteisellä tarinalla, luodaan tuotteelle ja kokemukselle sisältö. Moniaistinen tuote on koettavissa visuaalisesti, tuoksuin, äänimaailman kautta sekä maku- ja tuntoaistimuksin. Tuotteessa on oltava myös kontrastia, eli tuotteen on oltava erilainen asiakkaan arkielämän kokemuksiin nähden. Asiakkaan kokemuksen on oltava uusi, eksoottinen ja tavallisesta poikkeava asiakkaan lähtökohdat huomioiden. Vuorovaikutus tuotteen muiden kokijoiden sekä tuottajien kanssa vaikuttaa asiakkaan kokemukseen. Vuorovaikutus onkin ratkaisevassa roolissa kokemuksen välittämisessä asiakkaalle. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010b.)

Elämyskolmiossa kokemuksen tasoja on viisi. Motivaation tasolla asiakkaalle luodaan kiinnostus osallistua ja kokea tuote. Fyysisellä tasolla asiakas kokee tuotteen eri aistiensa kautta, älyllisellä tasolla asiakas prosessoi ja soveltaa tietoa sekä muodostaa mielipiteensä tuotteesta. Hyvä tuote tarjoaa asiakkaalle mahdollisuuden oppia uutta joko tietoisesti tai tiedostamatta. Varsinainen elämys koetaan emotionaalisella tasolla. Jos tuotteessa on otettu hyvin huomioon kaikki peruselementit ja fyysinen sekä älyllinen taso toimivat, asiakas kokee todennäköisesti positiivisen tunnereaktion. Henkisellä tasolla koettu elämys voi saada aikaan henkilökohtaisen muutoskokemuksen, jolloin henkilö kokee muuttuneensa ihmisenä, kehittyneensä ja omaksuneensa jotakin uutta. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010c.)

#### 4.4 Kestävä kehitys matkailussa

Nykypäivän matkailija on valistunut ja vaativa ja odottaa, että matkailupalvelu on yksilöllisesti rakennettu, laadukas ja ympäristövastuullinen. Kestävän kehityksen periaatteet ovat jo arkipäivää kansainvälisessä matkailututkimuksessa ja matkailun kehittämisessä. (Borg ym. 2002, 86).

Kestävän kehityksen yleisten periaatteiden mukaan luonnonvaroja on käytettävä säästeliäästi ja harkiten tulevat sukupolvet huomioon ottaen. Luonnonperintö, luonnon monimuotoisuus ja elämää ylläpitävät järjestelmät täytyy säilyttää kaikkialla, ei pelkästään luonnonsuojelualueilla. Niitä pitää vaalia, hoitaa sekä suojella. Matkailun tuomien hyötyjen ohjaaminen paikalliselle tasolle eli asukkaille ja heidän huomioiminen suunnittelussa ja päätöksenteossa kuuluvat myös kestävän kehityksen yleisiin periaatteisiin. (Borg ym. 2002, 94–95.)

Luonnossa tapahtuvat aktiviteetit ovat tärkeitä vetovoimatekijöitä Suomen matkailulle. Matkailualalla toimivien yritysten on kiinnitettävä huomiota ympäristöä säästäviin toimiin omassa työskentelyssään. Ympäristön kannalta on hyvä keskittää aktiviteetit kestäville reiteille. Reittien hyvällä suunnittelulla voidaan myös ehkäistä harvinaisten kasvien häviämistä ja maaperän kulumista. (Verhelä & Lackman 2003, 65–68.)

#### 4.5 Liikunta- ja luontomatkat

Liikuntamatkat on määritelty matkailuksi, jossa matkan motiivina on osallistuminen liikunta-aktiviteetteihin tai -tapahtumiin. Liikuntamatkailussa kaikkien matkailijoiden kohdalla pääpaino ei ole matkailijan omassa fyysisessä suorituksessa, vaan olennaista on se, että matkailupalvelujen kokonaisuus liittyy liikuntaan. Aktiivisessa liikuntamatkailussa matkailija osallistuu aktiivisesti liikuntaan harrastamalla jotakin lajia osana matkanjärjestelyjään. Matkailijan elämys muodostuu omasta aktiivisesta suorituksesta sekä sosiaalisista kontakteista muiden alan harrastajien kanssa joko varsinaisessa harrastuksessa tai muussa sosiaalisessa toiminnassa. Liikuntamatkailua on perinteisesti pidetty tavalla tai toisella luontomatkatkailuun liittyvänä. (Verhelä & Lackman 2003, 125–129.)

Erikoisharrastematkailussa palvelukokonaisuus on rakennettu asiakkaan tietyn harrastuksen tai kiinnostuksen kohteen mukaan. Sisältö on rakennettava siten, että se mahdollistaa harrastuksen harjoittamista matkan aikana. Palvelukokonaisuuksia suunniteltaessa otetaan huomioon kuinka suurta roolia harrastus näyttelee asiakkaan matkustusmotiiveissa. Esimerkiksi kalastusmatkailu on toimintaa,

jossa kalastus on matkustamisen motiivi ja muut palvelukokonaisuudet liitetään kalastusmatkailutuotteen ympärille. Matkailukalastuksella tarkoitetaan palvelua, jossa kalastus ei ole pääasiallinen matkailun palvelusisältö eli matkailukalastajana voidaan pitää vaikka perhematkailijaa, joka innostuu kalastuksesta sopivat tilaisuuden tullen. Ero näiden kahden välillä on selkeä: kalastusmatkailutuotteen asiakaskuntaa ovat todelliset kalastajat, joilla on korkeat vaatimukset tilaamallensa palvelulle ja matkailukalastuspalvelu muistuttaa enemmänkin osaa turistimatkojen palvelukokonaisuudesta. (Tonder 2013, 77–78.)

Luontomatkailu on luonnonympäristössä tapahtuvaa matkailua, joka pyrkii noudattamaan kestävän kehityksen mukaisen matkailun periaatteita. Näitä periaatteita pyritään noudattamaan siten, että luonnon kantokyky ei ylity eikä biodiversiteetti taannu matkailukohteessa. Luontomatkailun käsitteeseen sisältyy luonnosta kiinnostunut matkailija eli luontomatkailija, luontoa tuotantotekijänä käyttävä luontomatkailuyrittäjä, luontomatkailutuote ja luonto. Luonto on siis yksi luontomatkailun raaka-aine ja resurssi. Luontomatkailu pyrkii erottautumaan massaturismista tai ylipäältään matkailusta siten, että sen ympäristövaikutukset ovat vähäisemmät ja ympäristöä rasittavan infrastruktuurin tarve on vähäisempi. (Hemmi osa 1 2005, 333–334.)

Jo ennen massaturismin kehittymistä luonnon kokeminen on ollut tärkeimpiä matkailun tarkoituksista ja luonto matkakohteena merkittävä. Ennen kuin laajamittainen ja nykyaikainen matkailu kehittyi, luontoa on arvostettu eettisesti arvokkaaksi ja merkittäväksi ihmisen henkiselle hyvinvoinnille. Massaturismin osoittautuessa monilla alueilla ekologisesti kestävämmäksi, taloudellisesti epävarmaksi ja henkisesti köyhdyttäväksi, ollaan palaamassa takaisin tähän vaiheeseen. Luontomatkailua ja kestävää matkailua ei kuitenkaan pidä sekoittaa toisiinsa, sillä kestävä matkailu nähdään mahdollisena ja toivottavana tavoitetilana matkailun kehittämisessä. (Hemmi osa 1 2005, 333–334.)

Suomessa vallitsee jokamiehenoikeus luonnossa liikkumiseen ja tämä oikeus on arvokas ja ainutlaatuinen Suomen ja Ruotsin ulkopuolella. Matkailun markkinoinnissa ei kuitenkaan ole syytä liioitella suomalaisen luonnon koskemattomuutta. Luonnon rauhallisuutta ja kauneutta etsitään Keski-Euroopassa, josta se on jo

häviämässä, mutta Suomessa näitä elementtejä olisi tarjolla. (Borg ym. 2002, 201.)

Maaseutumatkailu suppeasti määriteltynä on maaseudun luontaisiin edellytyksiin ja voimavaroihin, kuten luontoon, maisemaan ja kulttuuriin perustuva, maaseudulla tapahtuvaa matkailun elinkeinoa ja yritystoimintaa (Hemmi, osa 2 2005, 185).

Luontomatkailuaktiviteetteihin kuuluvat sellaiset toiminnot, jotka toteutetaan kotipaikkakunnan ulkopuolella joko aidossa tai muokatussa luonnonympäristössä ilman suurempia teknisiä ja energiaa kuluttavia apuvälineitä. Määrittely ei ole kuitenkaan täysin yksiselitteinen, sillä moniin luontomatkailutuotteisiin sisältyy muun muassa moottoriajoneuvolla kuljetus sekä maastossa tapahtuva huolto. Lomakohteisiin matkustettaessa luontomatkailijan suositellaan käytettävän julkisia kuluvälineitä. (Hemmi osa 2 2005, 285.)

## 5 MATKAILUTUOTTEEN TUOTEKEHITYS

Kokeneet matkailijat ovat yhä vaativampia, jonka vuoksi matkailuyrittäjän ja palveluntuottajan on hankkiuduttava yhä lähemmäksi asiakasta eli kuluttajaa. Asiakkaita on kuunneltava, ymmärrettävä ja pyrittävä antamaan se, mitä he toivovat. Sellainen palveluntuottaja menestyy, joka osaa sovittaa oman tarjontansa kuluttajan vaatimusten mukaisesti. Strategisena linjauksena matkailua kehitettäessä voidaan pitää markkinoilla ja asiakaskentässä tapahtuvaa muutosten ennakkointia. Palveluntuottajan on pystyttävä näkemään tulevia trendejä ja osattava varautua asiakkaiden odotuksiin ja palvelun tarpeisiin. Hyvä matkailutuote on sellainen, johon palveluntuottaja, asiakas sekä muut toimijat ovat tyytyväisiä. (Borg ym. 2002, 121; Verhelä & Lackman 2003, 74.)

### 5.1 Tuotteistaminen käsitteenä

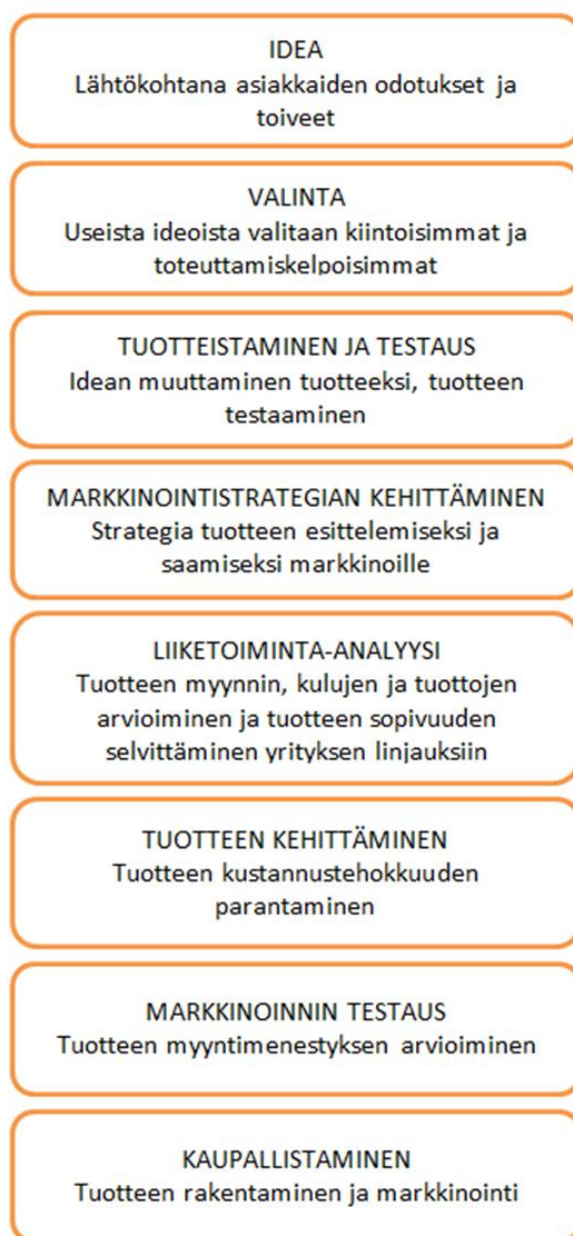
Tuotteistaminen on hankala käsite ja monesti arkikielessä tätä käsitettä käytetään hieman huolimattomasti. Tuotteistamisen käsitteeseen sisältyvät tuotekehityksen ja palvelun sisällönrakentamisen toiminnot. Tuotteistamista ei voi tyhjentävästi määritellä, ja se miten tuotteistaminen määritellään, riippuu tuotteistamisen kohteesta. Toiminnot muodostavat kokonaisuuden, joille määritellään hinta. Palvelujen tuotteistamisessa on kyse aineettoman osaamisen muokkaamisesta asiakkaan tarvetta ja ostamisen motiivia vastaavalla tavalla. (Tonder 2013, 14.) Tässä opinnäytetyössä tuotteistaminen ymmärretään sellaisena toimenpiteenä joka tähtää idean kaupallistamiseen.

### 5.2 Tuotekehityksen vaiheet

Tuotesuunnittelussa tähdätään kolmitasoiseen tuotteeseen, jossa keskeisenä osana on ydintuote eli varsinainen tuote tai palvelu. Toisena osana on tuotteen mielikuva, joka tarkoittaa jonkin tuotteen mainetta, erikoisominaisuutta, brandia,



arvostettua ja vakioitua laatua tai tuotemerkkiä. Kolmannen osan tuotteesta muodostavat liitännäispalvelut. Innovatiivisessa markkinoinnissa on kyse asiakas-kohtaisesta räätälöinnistä eli yksilöllistamisestä, kun tiedetään asiakkaan odotukset. Tuotteiden erilaistamisen avulla yritys erottuu kilpailijoista. Palvelu-  
tuotekehityksen vaiheet seuraavat yleisiä tuotekehityksen vaiheita, mutta matkailu-  
palveluilla on omat ominaispiirteensä ja erikoislaatuutensa. (Kuvio 4). (Borg ym. 2002, 125, 133.)



Kuvio 4. Uuden tuotteen kehittämisprosessi matkailuyrityksessä (Borg ym. 2002, 134.)

### 5.2.1 Idea ja valinta

Tuotekehityksen lähtökohtana on yleensä asiakkaiden tarpeista ja toiveista lähtevä idea. Asiakas on tehnyt suuren ja aikaa vaativan työn, mikäli hän on esittänyt toiveen uudesta tuotteesta tai ideasta. Jos idea syntyy palveluyrityksen tuotannossa, tuotetta on tällöin peilattava varsin nopeasti asiakkaan tarpeisiin, ettei tehtäisi turhaa työtä. Ideaa jalostetaan tarkastelemalla palveluprosessia ja sen osatekijöitä asiakkaan näkökulmasta. (Borg ym. 2002, 133.)

Matkailupalveluissa ydintarpeeksi näyttää nousevan kokemuksen ja elämyksen etsiminen. Tällöin myös matkailupalvelujen kehittämisessä ensisijainen huomio tulisi kiinnittää elämyksellisyyden suunnitteluun. Elämyksellisyys on matkailukohteen, aktiviteetin, reitin tai ruuan osalta ytimeltään sama, mutta kehys, puitteet ja toteutus vaihtelevat. (Borg ym. 2002, 129.)

### 5.2.2 Tuotteistaminen ja testaus

Matkailupalvelutuotteen sisällön rakentaminen on usein tuotteistamisen haastavin vaihe monien muuttuvien tekijöiden johdosta. Matkailupalvelukokonaisuus koostuu yleensä kuljetuspalvelusta, majoituspalvelusta, ruokapalveluista sekä ohjelmanpalveluista. Kaikki palveluelementit ovat tärkeitä tekijöitä asiakkaan kokemassa palvelujen ketjussa. (Tonder 2013, 73–74.)

Tuotesuunnittelun edetessä on mietittävä tarvittava infrastruktuuri eli millaisia ulkoisia puitteita, tiloja, kalustoa, opastusta, polkuja ja viitoitusta tarvitaan suunniteltujen palvelujen ja tuotteiden toteuttamiseksi. Infrastruktuuriin luetaan kuuluvaksi myös tarvittava rahoitus, koulutus ja työhön sitoutunut henkilöstö. Lisäksi tähän vaiheeseen kuuluvat liiketaloudellinen kannattavuus sekä palvelujen ja tuotteiden oikea hinnoittelu. Liiketoiminnan kannattavuus varmistetaan suunnittelemalla matkailutulon hankkiminen kaikilta osa-alueilta:

- asiakkaan matkustaminen kohteeseen ja kohteessa
- majoitus

- ruokailut
- ohjelmapalvelut
- oheismyyntituotteet
- tienvarsipalvelut ja lähikaupat

(Borg ym. 2002, 131–133.)

Koko tuotesuunnittelun ajan on muistettava kestävyyskriteerit, kantokyky ja laadunhallinta. Ne on rakennettava tuotteiden ja palveluiden sisään, jokaiseen vaiheeseen ja osa-alueeseen. Näillä keinoin saadaan toivotut kustannussäästöt sekä PR- ja markkinointihyödyt. Tuotesuunnitteluun on kytkettävä mukaan keskeiset sidosryhmät, eli asiakkaat, tavarantoimittajat sekä markkinointi- ja jakelukanavat. Tärkeitä yhteistyökumppaneita ovat alueen muut matkailuyrittäjät. (Borg ym. 2002, 131–133.)

Ennen markkinointia tuote täytyy testata huolellisesti. Testiryhmän tehtävänä on selvittää, toimiiko tuote kaikissa oloissa käymällä läpi asiakkaan kokema palveluketju. Tällä selvitetään, toimiiko tuote erilaisissa ongelmatilanteissa, esimerkiksi silloin kun mukana on hankala asiakas, sää on huono tai yrittäjä sairastuu. Laadun ja ympäristövastuullisuuden tulee olla kohdillaan tuotteen ja palvelun kaikissa vaiheissa. Tuote viimeistellään arviointien ja odotusten mukaisesti. (Borg ym. 2002, 133.)

### 5.2.3 Markkinointistrategian kehittäminen ja liiketoiminta-analyysi

Markkinointistrategian kehittämisessä tähdätään tiettyä asiakassegmenttiä varten suunnatun tuotteen markkinointiin. Kotlerin mukaan markkinointistrategian keskeiset osat ovat:

- Positointi eli erottautuminen muista tuotteista hyvien ominaisuuksien avulla

- Kohdentaminen eli markkinointi tietylle asiakassegmentille
- Markkinointitavat eli markkinoinnin kilpailukeinojen yhdistelmä
  - tuote eli palvelukokonaisuus
  - hinta ja hinnoittelu
  - markkinointiviestintä, mainonta, myyntityö ja myynnin edistäminen
  - saatavuus ja saavutettavuus

(Borg ym. 2002, 167–168.)

Liiketoiminta-analyysiin sisältyy tuotteen myynnin, kulujen ja tuottojen arvioiminen ja tuotteen sopivuuden selvittäminen yritykselle. Hinnoittelu on myös osa yrityksen tuotekehitys- ja markkinointistrategiaa. Se on yrityksen yksi keskeisimmistä ja tärkeimmistä toimenpiteistä. Tuotteistamisprosessissa hinnoitteluun ei välttämättä kiinnitetä tarpeeksi huomiota. (Borg ym. 2002, 167–168.)

Palvelujen hinnoitteluperusteet jakautuvat pääasiassa kolmeen tapaan määrittellä palvelun hintaa:

- Kustannusperusteinen hinnoittelu
- Markkina-, kilpailu- ja asiakasperusteinen hinnoittelu
- Tavoitehinnoittelu

Kustannusperusteisessa hinnoittelussa palvelun myyntihinnan perusteena käytetään palveluketjusta aiheutuvia kustannuksia, joihin lisätään yrityksen katetavoite. Perinteisesti kustannusperusteinen hinnoittelu on käytetyin hinnanmuodotusmekanismi matkailupalveluissa. Markkinaperusteisessa hinnoittelussa palvelun hinta perustuu markkinatilanteeseen ja hinta muodostuu kysynnän ja kilpailutekijöiden vaikutuksesta. Markkinaperusteisessa hinnoittelussa tuotantokustannukset muodostavat loppuhinnan alarajan ja markkinoiden kysyntä hinnan ylärajan. Markkinoille pyrkivä yritys voi käyttää tavoiteperusteista hinnoittelua, kun uuden palvelun on aluksi herätettävä asiakkaiden huomio. Alkuvaiheen myynti-

hinnat saattavat olla asiakkaalle erittäin edullisia, jopa alle tuotantokustannusten. Kannattavuus tasaantuu kuitenkin pitkällä aikavälillä markkinaosuuden kasvun ja tuotantokustannusten laskun myötä. (Tonder 2013, 89–90.)

Tuotteen kannattavuuden arvioinnissa on otettava huomioon ryhmäkoko eli kuinka suurelle ryhmälle tuote voidaan tuottaa sekä kuinka pienelle ryhmälle tuote kannattaa tuottaa. On myös huomioitava, onko tuotannossa sellaisia heikkoja kohtia, joiden kustannukset eivät vastaa saatavia hyötyjä sekä kuinka paljon aikaa tuotteen valmisteluun ja jälkitoimenpiteisiin kuluu. (Komppula & Boxberg 2002, 110.)

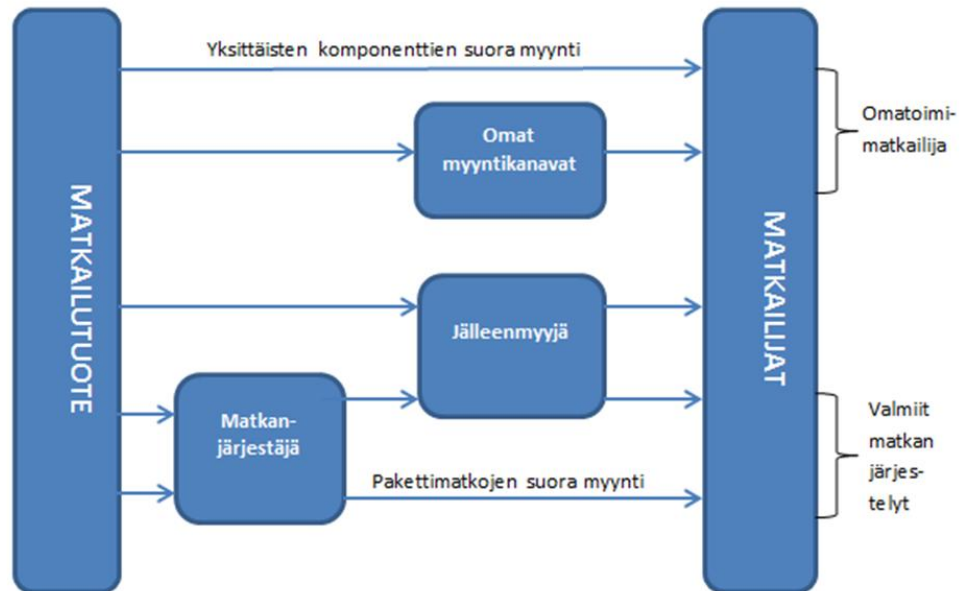
#### 5.2.4 Markkinointi ja saatavuus

Markkinointi on perinteisesti toimintaa, jolla tuotteet ja palvelut myydään. Markkinointi kattaa kaikki ne tilanteet, joissa asiakas on yhteydessä yritykseen. Tavoitteita ovat tuotteen ja yrityksen tunnettuuden lisääminen, positiivisten mielikuvien herättäminen, kanta-asiakkuuksien luominen sekä kannattavan liiketoiminnan aikaansaaminen. (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2002, 29–30.)

Matkailuyrityksissä voidaan markkinointia kohdentaa eri segmenteille. Segmentoidussa markkinoinnissa asiakkaita lähestytään heidän lähtökohdistaan, kun taas segmentoimattomassa markkinoinnissa tarjotaan samaa matkailupalvelua kaikille potentiaalisille asiakkaille. Keskitetyssä markkinoinnissa kaikki matkailun markkinointi kohdennetaan yhteen tiettyyn segmenttiin. Tätä markkinoinnin muotoa käytetään kun matkailuyritys uskoo olevansa vahva juuri jollain tietyllä segmentillä. Asiakaslähtöisesti räätälöidyssä markkinoinnissa segmentit jakautuvat yhä pienempiin ja yksityiskohtaisempiin lohkoihin. Segmentoinnin etuna on siis markkinoinnin keskittäminen oikealle kohderyhmälle. (Albanese & Boedeker 2002, 134–136.)

Jakelukanava on reitti, jonka kautta matkailupalvelu markkinoidaan ja myydään asiakkaalle. Reitti voi olla lyhyt kahden toimijan ketju suoraan palveluntuottajalta kuluttajalle. Matkailussa on tavallista myös epäsuora jakelu, jossa palvelu myy-

dään erilaisten välikäsien, kuten matkanjärjestäjien ja jälleenmyyjien kautta. (Albanese & Boedeker 2002, 151.)



Kuvio 5. Matkailutuotteen jakelukanavat (Cooper ym. 2008, 375.)

Matkanjärjestäjät ostavat yksittäisiä tuotteita palveluntuottajilta, yhdistävät ne yhdeksi tuotteeksi (valmismatka) ja myyvät ne edelleen asiakkaalle. Näin matkanjärjestäjät toimivat välittäjinä jakeluketjussa ja vastaavat sekä tuottajien että asiakkaiden tarpeisiin (Kuvio 5). Tuottajat hyötyvät matkanjärjestäjien kyvystä tavoittaa laajempaa asiakaskuntaa sekä pääsystä uusiin jakelukanaviin. Huolimatta siitä, että Internetin kautta varattujen omatoimimatkojen suosio kasvaa, matkanjärjestäjät tarjoavat monia hyötyjä matkailijoille:

- Edullisemmat hinnat: suurempi ostovolyymi tarkoittaa, että matkanjärjestäjät saavat usein huomattavasti edullisemmalla hinnalla kuljetus- ja majoituspalvelut
- Helppous: matkanjärjestäjältä saa kaikki palvelut saman katon alta

- Luotettavuus: tuotteet, joita matkanjärjestäjät myyvät ovat testattuja
- Kuluttajansuoja: varmuus ja turvallisuus asiakkaalle

(Sharpley 2006, 72–73.)

### 5.2.5 Markkinoiden testaus ja kaupallistaminen

Tuotteen ollessa valmis, tuote testataan markkinoilla eli esitellään potentiaalisille asiakkaille ja tuotteen todellinen testaus. Tuotteen testaaminen ulkoisella testiryhmällä voi olla yllättävän vaikeaa ja kallista. Testauksen yhteydessä voidaan vielä ottaa huomioon tarvittavat parannusehdotukset ja toisaalta testaus voi toimia tuotteen markkinointina. Kun tuotteen testaajina ovat ulkoiset kohderyhmät, tuotteen on oltava teknisesti ja turvallisuuden huomioon ottaen lopullisessa muodossaan. Mikäli testausvaiheessa havaitaan suuria puutteita, voi yritys menettää maineensa ja virheiden korjaaminen voi olla kallista. Vaikka asiakkaiden tarpeet olisikin kartoitettu laajasti, voi silti esiintyä muutostarpeita. (Komppula & Boxberg 2002, 112.)

Jos oma henkilökunta toimii tuotteen testaajana, ongelmaksi voi muodostua se että ei ehkä havaita asiakkaiden kyvyistä, taidoista ja kulttuuritaustasta johtuvia riskitekijöitä. Tämän vuoksi yritykset käyttävät testaukseen ulkopuolisia testaajia. Testaus on tarpeen erityisesti kun kokonaan uusi tuotekokonaisuus tai tuote koostuu eri yritysten yhteistyönä koostetusta kokonaisuudesta. (Komppula & Boxberg 2002, 108.)

Tuotekehityksen viimeisenä vaiheena on tuotteen kaupallistaminen eli lanseeraaminen kohderyhmälle. Tässä vaiheessa markkinointikustannukset ovat suuret sillä tuotteesta joudutaan laatimaan tarjous tai esite. Lisäksi voidaan joutua järjestämään tutustumistilaisuuksia kohderyhmien edustajille sekä valmistamaan muuta markkinointimateriaalia kuten video tai internetsivut. Matkailuyrityksissä tuotteen lanseeraus jää usein tuotetarjouksen ja henkilökohtaisen myyntityön vaaraan. Mikäli tuote ei käy kaupaksi, olisi tärkeää kuitenkin selvittää syyt siihen. (Komppula & Boxberg 2002, 114.) Tonderin (2013, 16) mukaan palvelu on tuot-

teistettu hyvin, kun sillä on selkeä kohderyhmä, selkeät markkinat, se menee kaupaksi ja tuottaa katetta palvelun tarjoajalle. Hyvin tuotteistettu palvelu on myös monistettavissa ja siirrettävissä ammattilaiselta toiselle.

### 5.3 Tuotekortti

Tuotekortissa kuvataan palvelun sisältö ja asiakkaan saama arvo. Tuotekortti sisältää kaupalliset ja operatiiviset tiedot sekä palvelusta että palvelun tarjoajista. Tuotekorttia käytetään yrityksen ja toimijaverkoston omana asiakirjana palvelun suunnitteluun, toteutukseen ja jatkokehittämiseen liittyen. Tässä dokumentissa kuvataan ydinpalvelu ja siihen liittyvät osa-alueet. Näin palvelun tiedot eivät ole yksittäisten henkilöiden tietoja vaan jaettavissa myös muille toimijoille. Asiakkaalle suunnatun tuotekortin tulee olla myönteisiä mielikuvia luova sekä informatiivinen. Tuotekortin laadinnassa kannattaa kiinnittää huomiota informatiivisen tiedon lisäksi kieliasuun, graafiseen ulkoasuun, kuviin ja tekniseen toteutukseen. (Tonder 2013, 82–85.)

Asiakkaalle suunnattuun tuotekorttiin kerätään palvelun kannalta olennainen tieto:

- Palvelun tuottaja(t)
- Tuotteen nimi
- Kokonaiskesto
- Toteuttamispaikka
- Kausi ja ajankohta
- Asiakasmäärä (min. – max.)
- Yhteystiedot
- Hinta



- Myyntitekstit ja kuvat

(Tonder 2013, 83.)

## 6 PYÖRÄMATKAILU

Pyöräily ohjelmapalvelutuotteena voi olla joko maantiepyöräilyä tai maastopyöräilyä. Maantiepyöräilyyn voi yhdistää muita ohjelmapalveluita, kuten pyöräily kulttuuri- tai museoreiteillä tai maaseutumatkailukierros. Ohjelmapalveluyritykset voivat tarjota matkailijoille vuokravälineitä tai opastettuja pyöräilyretkiä tai vaeluksia. (Verhelä & Lackman 2003, 134.)

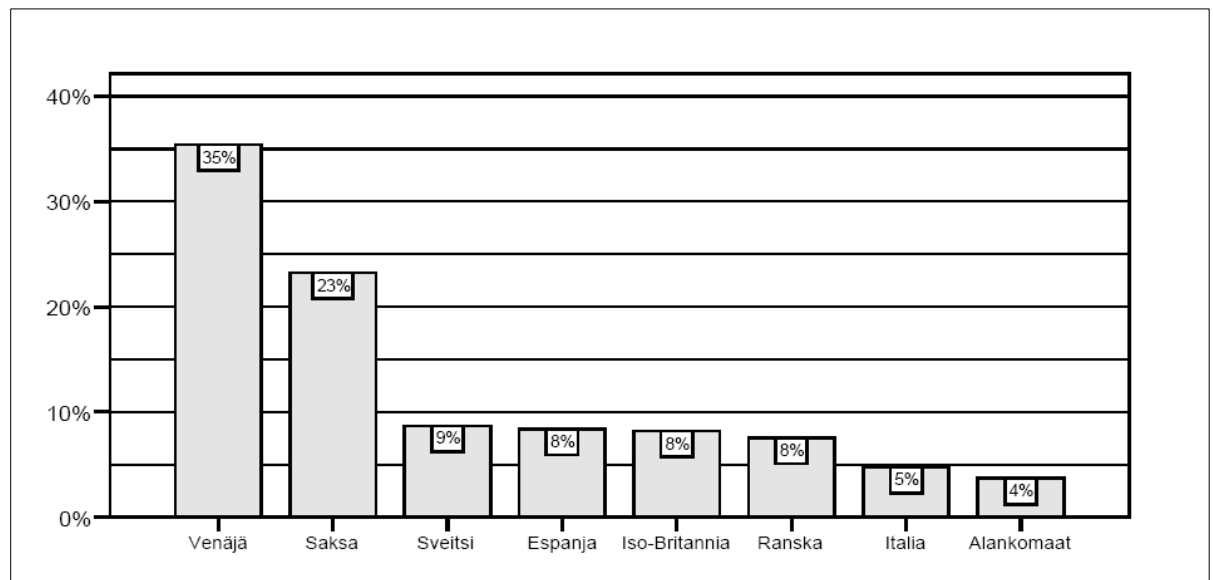
Retkipyöräilyllä tarkoitetaan vakiopyörällä, hybridillä, maantiepyörällä tai maastopyörällä ajettavaa retkeilyä yhtenä päivänä (pyöräretki) tai useampana päivänä (pyöräilymatka) yleensä helppoja tiereittejä pitkin. Retkipyöräilyssä matkan motiivina on erilaisten kohteiden ja maisemien näkeminen sekä kevyt kuntoilu. Matka toteutetaan joko omatoimisesti karttaa tai reittiselostetta apuna käyttäen tai opastettuna. (MEK 2008, 3.)

Pyörämatkapaketti on yleensä useamman päivän kestävä matka, joka myydään ennalta. Paketti sisältää vähintään majoituksen, sovitut ateriat ja reittiinformaation. Pyörämatkapakettiin voi kuulua lisäpalveluina matkatavarakuljetus ja pyöränvuokraus- ja huolto sekä opas. (MEK 2008, 3.)

### 6.1 Pyörämatkailu Suomessa

Suomi on vielä aika tuntematon pyörämatkailukohde. Pyörämatkailuun on kuitenkin hyvät edellytykset. Suomen monipuolista luontoa ja maisemia sekä alueellisia erityispiirteitä voisi hyödyntää paremmin pyöräilyn matkailullisessa kehittämisessä. Pyörämatkailun kehittämistä tukevat myös hyvä infrastruktuuri sekä teknologiset sovellukset, kuten paikannus ja kartat. Kasvava hyvinvointitrendi ja kestävä matkailun suosio voivat myös edistää pyörämatkailun kasvua. Suomessa on melko kattava kevyen liikenteen verkosto, jonka ansiosta pyöräilyä voisi kehittää erityisesti kaupunkien ja matkailukeskusten ympäristössä esimerkiksi opastettujen pyöräretkien muodossa. (MEK 2008, 5.)

Matkailun edistämiskeskuksen teettämän rajahaastattelututkimuksen (2004 ja 2005) mukaan pyöräily on kolmanneksi suosituin aktiviteetti ulkomaisten aktiviteettimatkeilijoiden keskuudessa. Tärkeitä pyöräilyn lähtömaita Euroopassa ovat Tanska, Hollanti, Saksa, Sveitsi, Ranska, Espanja ja Iso-Britannia (Kuvio 6). Näistä luonnollisia markkinoita suomalaisille pyöräilymatkailutuotteille ovat koko saksankielinen Eurooppa, Alankomaat, Ranska, Italia, Venäjä ja Viro. (MEK 2008, 7.)



Kuvio 6. Pyöräilijöiden lähtömaat (MEK 2008, 8.)

Suomessa retkipyöräilyn pyörämatkailutarjonta on vielä aika suppeaa. Matkailullisesti merkittävimmät reitit ovat Turun saariston rengastie, Kuninkaantien ja Uudenmaan reitit. Valmiita paketteja Suomessa on tarjolla Turun saariston rengasreitti, Oulujärven pyöräily ja Pohjois-Karjalan pyörämatkailupaketit. Lisäksi pake-toimattomia valtakunnallisia pyörämatkailureittejä on Suomessa lähes 20 000 kilometriä, jotka muodostavat pyöräilymatkojen perusreitistön. Nämä on esitetty Pyöräily GT -kartoissa. (MEK 2008, 4.)

Visit Finlandin PyöräillenSuomessa.fi -internetsivustolle ovat eri tahot voineet ilmoittaa järjestämistään pyörämatkatuotteista. Sivuilta löytyy reittejä ja valmiita

matkaehtotuksia karttoineen. Reitti- ja pakettivaihtoehtoja löytyy 1-3, 4-5 sekä yli kuuden vuorokauden mittaisia. Valtaosa sivustolla olevista reiteistä sisältää ai-noastaan reittiohjeistuksen ja majoitusehdotuksia. Reiteillä päivämatkat vaihtelevat noin 30 kilometristä sataan kilometriin. (Pyöräillen Suomessa n.d.)

Pohjois-Pohjanmaan ja Kainuun alueelta löytyy yksi valmiiksi paketoitu pyörämatka, Oulujärven pyöräily. Se on opastamaton kahdeksan päivän ja seitsemän yön pituinen valmismatka. Retki kulkee Kainuun vaaramaisemista Oulujärven rantaa ja pohjanmaalaisten viljelyalueiden läpi Ouluun meren läheisyyteen. Pakettiin sisältyy majoitukset aamiaisineen, retkieväineen ja päivällisineen. Polkupyörän voi vuokrata lisämaksusta. Muita lisämaksullisia palveluita ovat matkatarviden kuljetus ja mukana kulkeva opas. (Pyöräillen Suomessa n.d.)

## 6.2 Matkailutuotteiden tuote- ja laatukriteerit

Matkapakettia suunniteltaessa on huomioitava tuote- ja laatukriteerit kansainvälisille markkinoille suunnatuille tuotteille. Matkailutuotteiden vientikelpoisuuden kriteerit ovat:

- Tuotteen tulee olla verkottunut majoitukseen ja ravintolapalveluihin.
- Tuote on suunniteltu asiakaslähtöisesti ja testattu ulkomaan markkinoille soveltuvaksi.
- Kohderyhmät on määritelty ja niiden erityistarpeet, kuten vuokravälineet ja niiden laatu, on huomioitu palvelutarjonnassa.
- Tuotteen tulee olla asiakkaan ostettavissa ja saavutettavissa ja varauskanava on määritetty.
- Tuotteella on kirjallinen tuotekuvaus elämyksineen sisältäen kuvauksen asiakkaan saapumisesta hänen lähtöönsä saakka.
- Teemakohtaiset tuotekriteerit on otettu huomioon

- Tuotteen hinnoittelu on selkeä sekä ryhmä- että yksittäismatkailijalle (selkeästi ilmoitettu mitä hinta sisältää, alennukset, osallistujamäärät).
- Tuotekuvaus on vähintään englanninkielinen ja opastus vähintään englanninkielinen

(MEK n.d.)

### 6.3 Pyörämatkailun tuotesuosituksset

Mekin Outdoors Finland – kehittämisohjelma on laatinut tuote- ja reittisuositukset pyörämatkailutuotteille. Tuotesuosituksset toimivat matkailuyrittäjien tuotekehityksen apuvälineenä, kun tuotteita kehitetään kansainvälisille markkinoille. Tuotesuosituksset on jaoteltu omatoimisiin ja opastettuihin tuotteisiin. Reittisuosituksissa on määriteltä ulkomaisen matkailijan kannalta huomioitavat asiat reitistön valinnassa. Pyörämatkailureitin suunnittelussa huomioonotettavia seikkoja ovat saavutettavuus, vetovoimaisuus ja ajettavuus. Reitin alku- ja loppupäässä on oltava säännöllisesti liikennöity lentoasema, rautatieasema tai linja-autopysäkki. (MEK n.d.)

Reitin varrella on oltava vaihtelevat, ulkomaalaista matkailijaa kiinnostavat maisemat. Reitin tulisi kulkea kaupunkien, isojen taajamien ja kansallismaisemien halki, pääsääntöisesti asuttujen seutujen halki. Taajamia tulisi olla noin 10–30 kilometrin välein. Merkittävien nähtävyyksien tulisi olla maksimissaan 10 kilometrin etäisyydellä reitiltä. Välimatkat majoituspaikkoihin on suositeltavimmin alle 30 kilometriä, maksimissaan 50 kilometriä. Tarvittavien palveluiden, vesi- ja juomapisteen sekä wc:n tulisi sijaita noin 10 kilometrin välein. (MEK n.d.)

Reitin on oltava turvallisesti ajettavissa. Reitin tulisi kulkea joko pyöräteitä tai vähän liikennöityjä teitä pitkin tai tiellä on noin metrin levyinen piennar. Vilkasliikenteisen tien määrä voi olla korkeintaan 10 % koko reitin pituudesta. Teiden on oltava pääosin päällystettyjä, ja sorateitä saa olla korkeintaan 10 % koko reitin pituudesta. (MEK n.d.)

### 6.3.1 Opastettu pyöräily

#### Opastetun pyöräilyn tuotekohtaiset suositukset

- Tuotteesta on ilmoitettu kirjallisessa tuotekuvauksessa, joka on joko englanniksi tai kohdemarkkinamaan kielellä. Tuotekuvauksen sisältö:
  - reitin ja päivämatkan pituus (km)
  - soveltuvuus/haasteellisuus: lapsiperheille, aloittelijoille, vähän pyöräilleille, pyöräilyn harrastajille
  - palvelukielet
  - tarvittavat varusteet: tuotteeseen sisältyvät, asiakkaan omat
  - markkinoinnillisen ja elämyksellisen päiväohjelman kuvaus: eläimistö, kasvisto, maaperä, ilmasto, vesistö, luonnonnähtävyydet, nähtävyydet, kulttuurin vaikutus ympäristöön
  - tuotteeseen sisältyvien majoituskohteiden tyyppi: esim. teltta, b&b, hotelli
- Tuotteesta on reittikartta, vähintään englanninkielinen, profiilikartta suositeltava.
- Tuotteeseen sisältyvät varusteet ovat kunnossa.
- Yritys tarjoaa/välittää pyörävuokrauksen ja satulalaukut, jos ne eivät sisälly pakettiin.
- Matkatavaroiden kuljetuspalvelu on suositeltava.
- Majoituskohteessa tulisi olla:
  - lukittava tai katettu pyöräsäilytys
  - polkupyörän huoltoon tarvittava välineistö

- vaatteiden kuivatus- ja pesumahdollisuus
  - Asiakas saa reitin majoituskohteelta tai tuotteen myyjältä:
    - tiedon lähimmästä pyörän huolto paikasta ja apua huollon saamiseen
    - sääennusteen
- (MEK n.d.)

### 6.3.2 Omatoiminen pyöräily

#### Omatoimisen pyöräilyn tuotekohtaiset suositukset

- Tuotteesta on ilmoitettu kirjallisessa tuotekuvauksessa, joka on joko englanniksi tai kohdemarkkinamaan kielellä. Tuotekuvauksen sisältö:
  - reitin ja päivämatkan pituus (km)
  - soveltuvuus/haasteellisuus: lapsiperheille, aloittelijoille, vähän pyöräilleille, pyöräilyn harrastajille
  - tarvittavat varusteet
  - markkinoinnillisen ja elämyksellisen päiväohjelman kuvaus: eläimistö, kasvisto, maaperä, ilmasto, vesistö, luonnonnähtävyydet, nähtävyydet, kulttuurin vaikutus ympäristöön
  - tuotteeseen sisältyvien majoituskohteiden tyyppi: esim. teltta, b&b, hotelli
- Tuotteesta on vähintään englanninkielinen reittikartta matkailijan saatavilla, suositeltava myös profiilikartta, johon nähtävyydet ja palvelut on merkitty: pyörävuokraus, hätänumerot, majoituskohteet, ravintolat, kahvilat, elintarvikekioskit ja puhelinnumero aukioloaikojen tarkistamiseen.

- Reittikuvaus noudattaa tienumerointia.
- Matkatavaroiden kuljetuspalvelu on suositeltava.
- Majoituskohteessa tulisi olla:
  - lukittava tai katettu pyöräsäilytys
  - polkupyörän huoltoon tarvittava välineistö
  - vaatteiden kuivatus- ja pesumahdollisuus
  - tieto lähimmästä pyörän huoltopaikasta
  - sääennuste

(MEK n.d.)

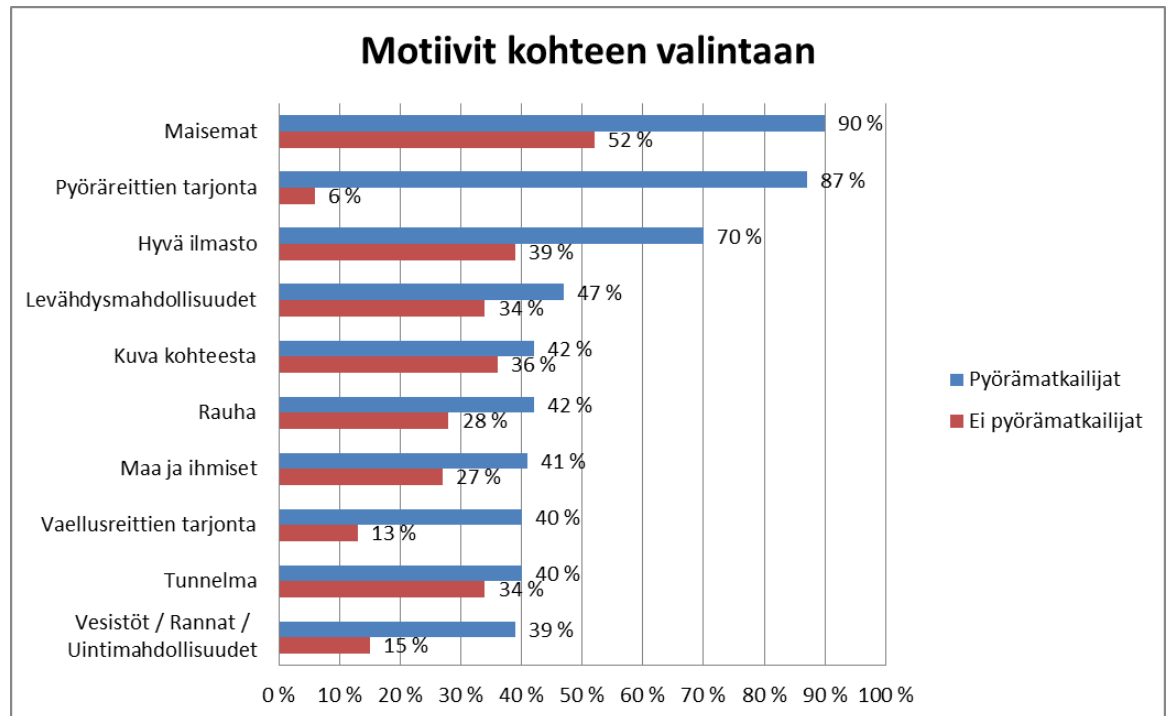
#### 6.4 Saksalaiset pyörämatkailijat

MEKin Kesäaktiiviteettitarjonnan matkanjärjestäjätutkimus (2010) selvitti matkanjärjestäjien mielikuvia ja toivomuksia Suomen aktiiviteettitarjonnasta. Tutkimuksen mukaan saksalaiset matkanjärjestäjät järjestävät Suomeen erityisesti pyöräily-, vaellus- ja melontamatkoja. Suositimmaksi lajiksi mainittiin pyöräily. Pyöräilytarjontaan toivottiin mm. viikko-ohjelmia valmiilla majoituksella, ei pelkästään hotellimajoitusta vaan viihtyisiä pieniä mökkejä, joissa voi rentoutua pyöräilypäivän jälkeen. Vastaajat toivoivat myös aktiivisempaa markkinointia sekä opaspalveluita ja laajempaa aktiviteettivalikoimaa kesämatkailuun. Suomi profiloituu monelle talvimatkakohteena ja aktiivisempaa markkinointia kaivattaisiin kesän suhteen. (MEK 2010a.)

Saksan matkailutoimiston ”Pyörämatkailu Saksassa” -tutkimuksen mukaan hyvät pyöräreitit ovat ratkaiseva peruste, jolla pyörämatkailijan voi kohteeseen houkuttaa (Kuvio 7.) Luonnollisesti ympäristön pitää olla maisemallisesti attraktiivinen. Joki- ja järvimaisemat ovat suosituimpia maisemamuotoja, joita pyöräilylomalta

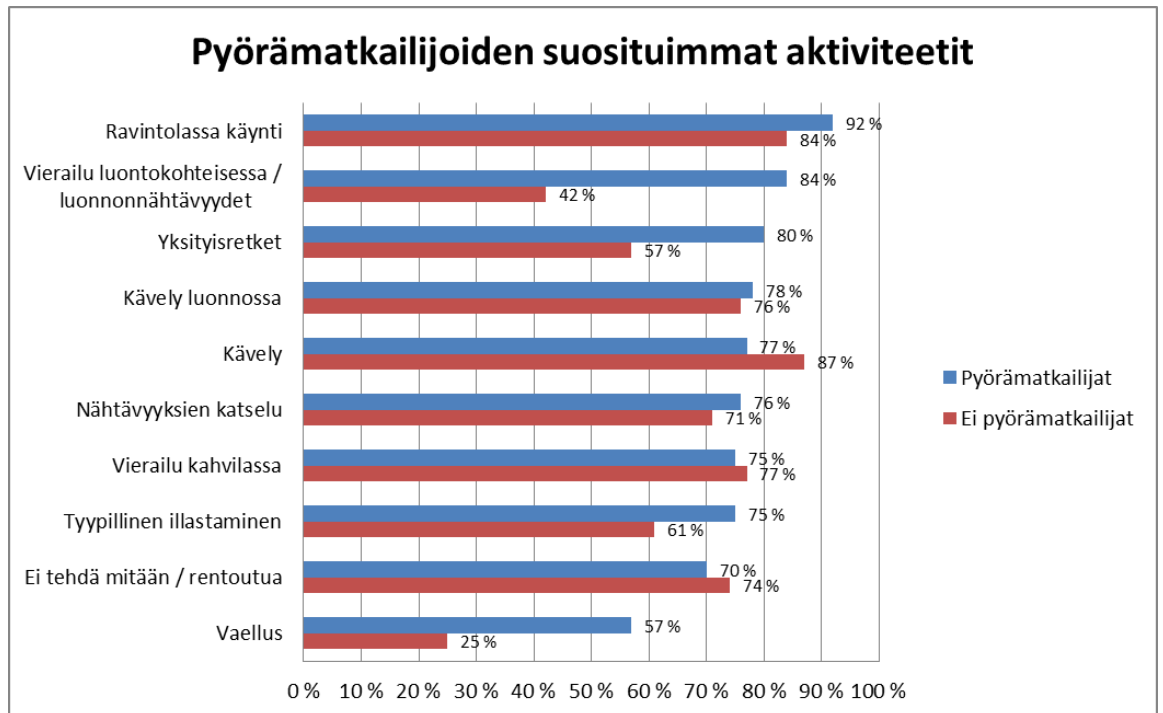


haetaan. Suurin osa pyörämatkailijoista pitää tasamaalla pyöräilystä. Uintimahdollisuudet ovat lähes pakollisia kilpailussa menestyäkseen. Yhdistelmät ”pyörä ja rantaloma” sekä ”mela ja poljin” ovat hyvin suosittuja. (Deutscher Tourismusverband e.V. 2009, 14.)



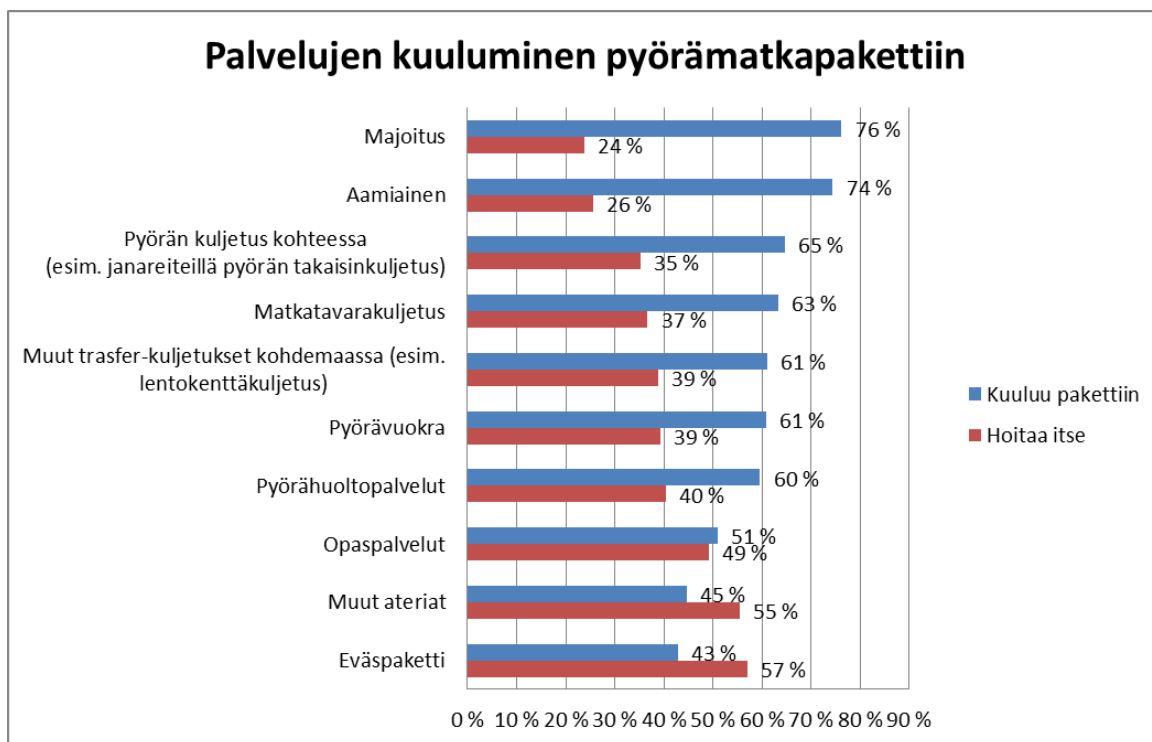
Kuvio 7. Saksalaisen pyörämatkailijoiden motiivit kohteen valintaan (Deutscher Tourismusverband e.V. 2009, 14.)

Pyörämatkailijat eivät istu koko päivää pyörän päällä vaan he ovat kiinnostuneita erilaisista aktiviteeteista (Kuvio 8.) Pyörämatkailijat ovat yhtä kiinnostuneita museoista ja kulttuuriaktiviteeteista kuin muutkin matkailijat. Pyörämatkailijat ovat kiinnostuneempia urheilutapahtumista kuin ei pyörämatkailijat. Tämä avaa mahdollisuuksia moniin kohteisiin, joissa erilaisia aktiviteetteja on saatavilla. Pyörämatkailijat ovat erityisen kiinnostuneita monipuolisesta ravintolakulttuurista. Alueelle tyypilliset ruuat ja juomat ovat pyörämatkailijalle erityisen suosittuja. (Deutscher Tourismusverband e.V. 2009, 14–15.)



Kuvio 8. Saksalaisten pyörämatkailijoiden suosituimmat aktiviteetit (Deutscher Tourismusverband e.V. 2009, 14.)

MEK teetti vuonna 2010 kansainvälisen luontomatkaileututkimuksen, jonka kohde-ryhmänä oli pyöräilyä, kalastusta, melontaa, vaellusta ja lintujen tai eläinten tarkkailua luonnossa harrastavat Saksassa, Ranskassa, Alankomaissa, Isossa-Britanniassa tai Venäjällä asuvat henkilöt. Pyöräilyä harrastavilta vastaajilta kysyttiin, mitä palveluita he hoitaisivat mieluiten itse ja minkä he toivoisivat kuuluvan pyöräilymatkapakettiin (Kuvio 9). Vastaajista yli puolet toivoisi, että lähes kaikki luetelluista palveluista kuuluisivat pyörämatkapakettiin. Erityisesti pyörämatkapaketin toivotaan sisältävän majoituksen (76 %) ja aamiaisen (74 %). Sen sijaan suurin osa vastaajista kokee voivansa hoitaa itse erikseen muut ateriat (55 %) sekä eväspaketit (57 %). Eri maiden välillä ei ole tuloksissa kovinkaan suuria eroja. Kokonaisuudessaan hollantilaiset vaikuttaisivat olevan hieman muiden maiden vastaajia valmiimpia hoitamaan itse lueteltuja palveluita kun taas saksalaiset toivoisivat niiden kuuluvan pakettiin. Maiden väliset erot ovat kuitenkin pieniä. (MEK 2010b, 29.)



Kuvio 9. Palvelujen kuuluminen pyörämatkapakettiin (MEK 2010b, 29.)

## 7 PYÖRÄMATKAPAKETIT

Työmme tarkoituksena on ollut kehittää kaksi pyörämatkailutuotetta Go Arcticin tuotevalikoimaan. Toimeksiantajamme Go Arcticilta on tiedusteltu ITB Berlin messuilla vuonna 2013 viikon kestävästä pyörämatkailutuotteista sekä kesä- että talvikaudelle. Saksalainen matkanjärjestäjä Schulz Aktiv Reisen on potentiaalinen myyntikanava tällaisille tuotteille Saksassa. Heidän tuotevalikoimaansa kuuluu aktiviteettimatkat, joiden kesto vaihtelee muutamasta päivästä pariin viikkoon. Matkojen vaatavuustaso vaihtelee, tuotepaketteja on kevyehköstä liikkumisesta hyvää kuntoa vaativiin matkoihin.

### 7.1 Tuotteistamisprosessi

Toukokuussa 2013 mietimme opinnäytetyömme aihetta. Halusimme kehittää jotain uutta Oulun seudun matkailulle. Olimme yhteydessä ohjelmapalveluyritys Go Arcticin toimitusjohtaja Kirsi Eskolaan ja tiedustelimme, olisiko hänellä meille sopivaa tuotekehitystehtävää. Tapasimme Kirsi Eskolan toukokuun lopussa 2013 ja hän kertoi että pyörämatkailutuotteita on heiltä kyselty ja voisimme tuotteistaa kaksi tuotepakettia heille. Heidän valikoimassaan ei ole aikaisemmin ollut pyörämatkailutuotteita. Kohderyhmäksi valikoituivat aktiivipyöräilijät. Yhteiseksi tavoitteeksi Kirsi Eskolan kanssa asetettiin tuotteiden esittely ITB Berlin 2014 messuilla.

Tutustuimme tuotteistamisen teoriaan ja aktiviteettimatkailuun sekä pyörämatkailun tuotesuosituksiin, aluksi kesäpaketin osalta. Koimme, että kesän tuotepaketista olisi helpompi lähteä liikkeelle. Kartoitimme Oulun alueen ja lähiseudun pyöräreitistöjä ja mahdollisia majoituspaikkoja ja nähtävyyksiä. Oma paikallistunteuksemme auttoi tässä vaiheessa huomattavan paljon. Tutustuimme myös saksalaisten pyörämatkailijoiden toivomuksiin majoitusmuodoista ja oheispalveluista.

Saksan matkailutoimiston ”Pyörämatkailu Saksassa” -tutkimuksen (Deutscher Tourismusverband e.V. 2009, 13.) mukaan pyörämatkailijat eivät kaipaa viiden tähden hotellimajoitusta, vaan majoittuvat mieluiten pienissä majoitusyrityksissä. Tämän pohjalta kartoitimme sopivia majoituskohteita Oulun seudulta, jotka olisivat myös välimatkojen päässä toisistaan. Laadimme aluksi pyöräreiteistä ehdotelmia, jotka esittelimme Kirsi Eskolalle. Häneltä saimme vielä muutamia ehdotuksia reittien varsilla oleviin nähtävyyksiin ja aktiviteetteihin. Tämän jälkeen aloimme työstää tuotekortteja, sekä kesätuotteeseen (Liite 1) että talvituotteeseen (Liite 2) toimeksiantajan linjan mukaisesti. Teimme tuotekortit englanniksi, jotta ne kävisivät sellaisenaan toimeksiantajalle eikä erillistä käännoästyötä enää tarvitse tehdä. Tuotekorteissa kuvasimme päiväkohtaisen ohjelman, pyöräiltävän matkan reitin ja pituuden, lounas- ja illallispaiikat, päivän aktiviteetit sekä majoituspaikat. Tuotekorteissa mainitaan kokonaispaketin hinta ja hintaan sisältyvät palvelut sekä lisäpalveluna vuokrapyörän hinta.

Pyöräreitit kulkevat pääasiassa päällystetyillä, joko pyöräteillä tai vähän liikennöidyillä teillä. Kesän matkapaketti on selkeästi kiertomatka, joka lähtee Oulusta ja päättyy Hailuotoon. Talvipaketissa tutustutaan aluksi lumisilla ja jäisillä pyöräteillä ajoin Oulun kaupunkikierröksellä. Talvipaketissa ei ole järkevää tehdä kiertomatkaa, vaan siihen on suunniteltu päivämatkat ja aktiviteetit mielenkiintoisten kohteiden mukaan.

Hinnoittelimme pyörämatkapaketit aluksi kustannusperusteisesti eli laskimme palveluketjun kaikki kustannukset ja lisäsimme niihin yrityksen katteen (Liite 3). Tuotantokustannukset muodostavat hinnan alarajan. Nostimme hintaa hieman markkinaperusteisesti eli vertasimme omaa tuotepakettiamme matkanjärjestäjän muihin tuotepaketteihin ja muodostimme hintatason sen mukaiseksi. Tuotekokonaisuus muodostuu ostopalveluista sekä omasta tuotannosta.

## 7.2 Kesätuote

Kesätuotteen kokonaispituudeksi tuli 351 kilometriä ja matkan kesto on seitsemän päivää. Matka on opastettu, mutta on mahdollista tehdä myös omatoimise-

na matkana. Reittien valintaan vaikuttivat hyvät pyöräreitit, maisemallinen vaihtuvuus sekä lähialueiden majoitusmahdollisuudet. Halusimme reitin varrella olevan meri- ja jokimaisemia, metsä- ja korpimaisemia, maalaismaisemaa sekä saaristolaismaisemia. Ohjelmapalvelut, joita kohteissa järjestetään, ovat opastettuja. Aamiainen järjestetään joka aamu majoituspaikalle ominaisella tavalla ja raaka-aineilla, esimerkiksi Hailuodossa tarjotaan saaristolaisaamiainen.

Kesätuotteen ensimmäinen majoituspaikka on hotelli Lasaretti, joka sijaitsee kauniilla paikalla Lasaretin saarella. Sieltä reitti lähtee toisen päivän aamuna Oulun pienten saarten, Hupisaarten läpi pyöräiteitä pitkin Haukiputaan läpi lihin. Maisemallisesti alue kulkee taajama-alueiden läpi. Päälystettyä pyörätietä pitkin pääsee lähes koko 38 kilometrin matkan lihin, lukuun ottamatta Haukiputaantien kahdeksan kilometrin mittaista matkaa, jolloin pyöräillään vähän liikennöidyn tien pientareella. Tämän käännytään päälystetylle pyörätielle, jota pitkin pääsee lin Haminaan saakka. Siellä on lounastauko, Museo-kahvila Huilingissa. Haminan alue on lijoen suulla sijaitseva, kulttuurihistoriallisesti arvokas rakennusmiljö, jonka puurakennukset ovat peräisin 1800-luvulta. Paikka on tunnettu jo 1300-luvulla satama- ja markkinapaikkana. Museo-kahvila Huilingin yhteydessä voi tutustua alueella sijaitseviin lin kotiseutumuseoon, Uittomuseoon sekä Maa- ja kotitalousmuseoon. Lounaan jälkeen seurataan Ruustinnan reittiä, joka kertoo alueen mielenkiintoista historiaa. Ruustinnan reitin lopusta jatkuu pyörätie kohti Ylilittä. Päälystettyä pyörätietä ajetaan kahdeksan kilometriä, osittain lijoen varrella seurailleen. Pyörätien päätyttyä ajetaan loput 29 kilometriä vähän liikennöityä, päälystettyä tietä pitkin Kierikkikeskukseen. Ensimmäisenä päivänä pyöräillään yhteensä 70 kilometriä.

Kierikkikeskus sijaitsee vanhalla kivikautisella suistoalueella. Alueella on arkeologinen näyttelyrakennus, rekonstruoitu kivikauden kylä sekä hotelli. Kivikauden kylä on rakennettu arkeologisten kaivausten tutkimustiedon perusteella. Samankaltaisia kyliä sijaitsi Kierikin seudulla lijoen muinaisella suistoalueella jo 5000–6000 vuotta sitten. (Oulun kaupunki.)

Ryhmä majoittuu Arctic Hotel Kierikkiin. Hotelli koostuu neljästä puurakenteisesta rakennuksesta, joissa kussakin on neljä huonetta. Kaikissa huoneissa on te-

rassi pienelle lammelle. Lepotauon jälkeen ohjelmassa on 2-3 tunnin mittainen kanoottiretki intiaanikanooteilla lijoella. Melonnan jälkeen nautitaan illallinen Kierikkikeskuksen ravintolassa ja saunotaan perinteisessä suomalaisessa saunassa.

Kolmantena päivänä aamiaisen jälkeen tutustutaan Kierikkikeskuksen näyttelyyn sekä Kivikauden kylään. Kierikissä nautitaan lounas ennen 37 kilometrin pyöräilyä. Pyöräilyreitti kulkee osittain autioituneiden maalaiskylien läpi Kiiminkiin Koitelinkoskelle. Koitelissa polkupyörät vaihdetaan koskiuintipukuihin ja kokeillaan noin kahden tunnin ajan koskiuintia. Ohjelmassa kosken virta kuljettaa uimarin kohti huimia kokemuksia. Seikkailun jälkeen nautitaan illallinen uittokämpän kodassa. Sitten on aika levähtää ja kerätä voimia Koitelin Residenssissä ennen yöttömän yön pyöräilyä.

Neljäs matkapäivä alkaa jo puolen yön aikaan, jotta matkailijat kokevat yöttömän yön eksotiikan. Pyöräilymatka on 64 kilometriä, johon aikaa menee noin neljä tuntia. Pyöräilijöiden saapuessa Merilän Kartanoon Utajärvelle aamuyön usva on jo noussut. Merilän Kartanossa pyörämatkailijat majoittuvat maalaistalomaisissa majoitustiloissa joen läheisyydessä. Kartanorakennus pihapiireineen ovat tarjonneet majoitusta jo 1800-luvun lopussa. Kartano on rakennettu 1811. Matkailijoille on järjestetty myöhäinen aamiainen, jonka he voivat nauttia hyvin nukuttuaan. Kohteessa suositaan ruuan valmistuksessa lähiruokaa. Iltapäivällä matka jatkuu kohti Rokuaa, jonne matkaa kertyy 32 kilometriä. Ryhmä majoittuu hotelli Rokuanhoviin, jossa on myös illallinen sekä sauna ja uintimahdollisuus. Rokuan alueen harjukummut ja kirkasvetiset supat ovat muotoutuneet jäätiköiden sulaessa noin 10 000-12 000 vuotta sitten. Rokuan kansallispuiston suojeluksessa ovat alueen ainutlaatuinen kasvillisuus ja maastonmuodot (Rokua geopark 2014).

Viidentenä päivänä aamiaisen jälkeen ryhmä lähtee noin kolmen tunnin kalastusretkelle oppaan johdolla. Rokuanhovissa syödään lounas, ja matka jatkuu kohti Tyrnävää, Hannuksen Piilopirttiä. Maisemallisesti reitti kulkee Rokuan kansallispuistomaisemista perinteisen peltomaisemien läpi Tyrnäväjoki-varteen. Matkaa kertyy 54 kilometriä. Piilopirtillä syödään illallinen ja on mahdollisuus myös saunaan.

Kuudentena päivänä pyöräillään yhteensä 94 kilometriä kolmessa eri osassa. Ensimmäinen osuus on 26 kilometriä ja ryhmä pysähtyy Liminganlahden luontokeskuksessa. He tutustuvat luontokeskuksen näyttelyyn ja halutessaan voivat käydä lintutornissa, joka on pitkospuilla tehdyn polun päässä. Luontokeskuksessa syödään päivän lounas ja matka jatkuu 38 kilometrin verran Oulunsaloon, Hailuodon lautalle. Lauttamatka kestää noin 20 minuuttia, jonka jälkeen alkaa päivän viimeinen pyöräilyosuus, 30 kilometriä.

Hailuoto on nimetty yhdeksi Suomen kansallismaisemista. Erityispiirteitä saarella on merellinen ympäristö rannikkodyyneineen. Ryhmä majoittuu Marjaniemessä, jossa on myös vuonna 1871 rakennettu majakka.

### 7.3 Talvituote

Talvituotteessa pyöräillään yhteensä 209 kilometriä ja matkan kesto on seitsemän päivää. Matkalla opas on mukana koko ajan, tätä ei ole mahdollista toteuttaa omatoimisesti. Reittien valintaan vaikuttivat hyvät pyöräreitit, maisemallinen vaihtuvuus sekä lähialueiden majoitusmahdollisuudet. Halusimme mukaan meren jäällä pyöräilyn, koska se on eksoottinen elämys eikä sitä voi kokea missä tahansa. Ohjelmapalvelut ovat kaikki opastettuja, aivan kuten kesätuotteessakin. Aamiainen järjestetään joka aamu majoituspaikalle ominaisella tavalla ja raaka-aineilla. Huskykoirat, porot ja talvikalastus tuovat pakettiin oman pohjoisen eksootiikkansa.

Tulopäivänä ryhmä saapuu yksityisellä kuljetuksella lentokentältä ja majoittuu Break Sokos Hotel Edeniin. Siellä on mahdollisuus käydä kylpylässä. Illallinen tarjoillaan hotellin maisemaravintolassa, josta on merelle upeat näkymät.

Toisena päivänä aamiaisen jälkeen lähdetään 23 kilometrin kaupunkikierrokselle oppaan johdolla. Reitti kulkee kauniiden maisemien ja Oulun asutusalueen läpi, osittain jokivartta pitkin upeaan, historialliseen Maikkulaan Kartanoon, jossa nautitaan lämpimät kaakaot tai kahvit. Matka jatkuu pyöräiteitä pitkin asutusalueiden läpi Myllytulliin, josta lähtee hieno Hupisaarten puistoalueiden reitti kohti Piki-



saarta ja päivän lounaspaikkaa Sokeri-Jussin kievaria. Pikisaari on oululaisen historian kannalta merkittävä miljöö.

Sokeri-Jussin kievari sijaitsee Oulun Pikisaassa vanhassa käsin veistetyssä hirsimakasiinirakennuksessa. Rakennus on aikanaan toiminut laivarakennuksena. Sokeri-Jussi oli oululainen alus, vaikkei se merillä koskaan seilannut sillä nimellä. Sokeri-Jussin kievarissa valmistetaan suomalaista ruokaa lähellä tuotetuista raaka-aineista. Oululainen ruokakulttuuri saa perustansa idästä ja lännestä sekä ripauksen Lapista. Myös merimiesten mukana tuomasta ruokakulttuurista on jäänyt osansa oululaiseen ruokakulttuuriin. Sokeri-Jussin kievari ei ole ravintola muiden joukossa, vaan pala oululaista historiaa. Rakennus on ollut nykyisellä paikallaan ainakin noin 150 vuotta. Tarkkaa aikaa ei ole tiedossa. On arvailtu, että makasiini pystytettiin vuoden 1854 aikana, sen jälkeen kun englantilaiset olivat tuhonneet Oulun laivanrakennusteollisuuden polttamalla Pikisaaren maan tasalle. (Sokeri-Jussin kievari n.d.)

Lounaan jälkeen matka jatkuu takaisin Break Sokos Hotel Edeniin, jossa on jälleen vapaata aikaa, kylpylän käyttömahdollisuus ja illallinen tarjoillaan näköalravintolassa.

Kolmas päivä alkaa aamiaisella hotellin ravintolassa. Päivän pyöräilyosuuden pituudeksi tulee 67 kilometriä. Matka Nallikarista kulkee Oulun keskustan ja Limingantullin läpi kohti Oulunsaloa ja lauttarantaa. Koko matka on kuljettavissa pyöräteitä pitkin. Hailuotoon pyöräillään jäätietä pitkin. Hailuodon puolella tarjoillaan retkilounas taukotupa Vaskessa, jossa on kamina, penkit ja pöytä sekä nuotiopaikka. Taukopaikka sijaitsee lähellä Hailuodon lauttarantaa. Lounaan jälkeen matka jatkuu saaren halki Marjaniemeen. Matkalla voi nähdä saaristolaiselämää Pohjanlahden suurimmalla saarella. Marjaniemessä majoitutaan ravintola Luotoon.

Ravintola Luoto on entinen luotsiasema, joka sijaitsee aivan Marjaniemen majakan vieressä. Majoitustilat ovat gasthausmaiset ja sijaitsevat ravintolan yläkerrossa. Kolmen ruokalajin illallinen tarjoillaan ravintolassa. Ravintola käyttää saaren puhtaita raaka-aineita, jotka ovat paikallisten tuottajien tuotteita.

Neljäs päivä alkaa saaristolaisaamiaisella Luodon ravintolassa. Ohjelmassa on kolmen tunnin mittainen talvikalastusretki merelle. Jäänalaiset verkot koetaan perinteisin keinoin ja mahdollinen saalis käsitellään oppaan johdolla. Kalastusohjelman päätteeksi nautitaan retkilounas ja keitetään nokipannukahvit. Hailuodosta ryhmä kuljetetaan Oulunsaloon, jossa osallistutaan kahden tunnin mittaiselle huskysafarille. Ohjelma alkaa tarinoinnilla siperianhuskyjen historiasta ja käytöstä sekä tutustutaan koirien ja valjakon käsittelyyn. Tämän jälkeen jokaisella on mahdollisuus ohjastaa koiravaljakkoa.

Huskykoiraohjelman jälkeen on järjestetty kuljetus Yli-lihin, Arctic Hotel Kierikkiin, jonne majoitutaan. Illallinen tarjoillaan hotellin ravintolassa ja illalla on mahdollisuus nauttia perinteisestä suomalaisesta saunasta.

Viidentenä päivänä aamiaisen jälkeen tehdään retki pyöräillen Panuman porotilalle. Matkaa yhteen suuntaan on 32 kilometriä. Porotilan isäntä kertoo elinkeinostaan ja ryhmällä on mahdollisuus osallistua porojen ruokintaan. Vierailu huipeutuu pieneen kierrokseen poron vetämän reen kyydissä talvisessa metsässä. Tilalla nautitaan välipala ja lämmin juoma ennen kuin pyöräillään takaisin Kierikkiin. Kierikissä on mahdollisuus tutustua kivikauden kylän rekonstruoituihin kivikautisiin asumuksiin. Illallinen ja saunominen kuuluvat illan vapaamuotoiseen ohjelmaan.

Kuudentena päivänä matka jatkuu 37 kilometrin mittaisena Kiiminkiin, Koitelin-koskelle. Lounas tarjoillaan kodassa, erätulilla valmistettuna. Ryhmällä on mahdollisuus ihastella Koitelin upeaa, talvista luontoa kävellen. Viimeisenä pyöräilytappina on 18 kilometrin matka Jäälinjärven kautta Ouluun, Break Sokos Hotel Edeniin. Hotellin kylpylässä voi rentoutua ja ottaa vaikka hieronnan hotellin yhteydessä olevasta Spasta. Illallinen tarjoillaan hotellin maisemaravintolassa. Seitsemäntenä päivänä ryhmällä on aamiaisen jälkeen kuljetus lentokentälle.

## 7.4 Arviointi

Mielestämme tuotteistamamme paketit onnistuivat hyvin. Onnistuimme tuomaan mukaan niitä elementtejä joita saksalaiset pyörämatkailijat pyöräilylomalta hakevat. Reiteillä on maisemallista vaihtelevuutta, mielenkiintoisia kulttuurihistoriallisia kohteita, paikallisia pienyrittäjiä, muita aktiviteetteja sekä suomalaista lähiruokaa. Tärkein tavoitteemme oli herättää Schulz Aktiv Reisenin kiinnostus tuotteitamme kohtaan ja tässä tavoitteessa onnistuimme. Tuotepaketteja voi markkinoida Saksan ohella myös muihin potentiaalsiin pyöräilyn lähtömaihin, kuten Venäjälle ja Sveitsiin.

Tuotteet ovat räätälöitävissä myös lyhyemmiksi kokonaisuuksiksi, esimerkiksi muutaman päivän mittaisiksi paketeiksi. Tuote on muokattavissa myös siten, että päivämatkat olisivat lyhyempiä, noin 30 kilometrin mittaisia, jolloin tuotteet soveltuisivat myös vähemmän pyöräilyä harrastaville. Lisäksi tuotepaketeista voi irrottaa ohjelmaosiota esimerkiksi työhyvinvointipäiviä varten. Työhyvinvointituotteet sopisivat myös toimeksiantajamme palveluvalikoimaan. Tällaisia osia ovat muun muassa kesäinen pyöräily lihin, jossa tutustutaan paikallismuseoon ja kierretään Ruustinnan reitti. Tämän jälkeen nautitaan illallinen museo-kahvila Huilingissa. Muita hyviä vaihtoehtoja ovat pyöräily Oulun keskustasta Oulunsalon lauttarantaan, josta on lauttakuljetus Hailuotoon. Hailuodossa työyhteisölle olisi tarjolla vielä pientä aktiviteettiä, sauna ja saaristolaisillallinen. Yksi tuote voisi olla myös pyöräily Koitelinkoskelle, jossa voidaan järjestää jo aikaisemmin suunniteltu ohjelma kesätuotteestamme. Hyvä palvelutuote on monistettavissa ja räätälöitävissä yksinkertaisesti. Kehittämämme tuotekokonaisuudet sisältävät hyvän tuotteen ominaisuudet.

Toimeksiantajamme Go Arctic! on erittäin tyytyväinen näin pitkälle viedystä tuotekehitystehtävästä. He itse haluaisivat tehdä vastaavanlaista tuotekehitystyötä, mutta tällä hetkellä resursseja siihen ei ole tarpeeksi.

Tuote testataan aluksi omalla tuotannon porukalla, jotta havaitaan suurimmat kehityksen kohteet, kuten aikataulut ja yhteistyön sujuminen eri toimijoiden kanssa. Tämän jälkeen tuodaan testiryhmä Saksasta yhteistyössä saksalaisen

matkanjärjestäjän kanssa. Koska kyseessä ovat erikoistuotteet, testiryhmältä on kerättävä tarkoin palautetta ennen ensimmäisiä asiakkaita. Tuotteen on toimittava joka osa-alueella: reitit, majoituspaikat, ruokailut, yleisjärjestelyt ja oppaan toiminta. Nyt valmistuneet tuotekortin laitetaan Schulz Aktiv Reisenille uudelleen nähtäväksi. Tuotekortit lähetetään mahdollisesti myös muutamalle muulle matkanjärjestäjälle Keski-Eurooppaan, jotta nähdään, herättävätkö tuotteet laajempaa kiinnostusta. Toimeksiantajamme uskoo, että tuotteilla on hyvä mahdollisuus päätyä myyntiin tuotetestauksen jälkeen.

## 8 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehitellä kaksi pyörämatkailutuotetta Oulun seudulle, yksi kesä- ja yksi talvikaudelle. Toimeksiantajamme Go Arctic! sai ITB Berlin 2013 messuilla tuotekehitysidean saksalaiselta aktiveettimatkoihin erikoistuneelta matkanjärjestäjältä Schulz Aktiv Reisenilta. Tavoitteeksi tuotekehitystyölle asetettiin tuotteiden esittely ITB Berlin 2014 messuilla maaliskuussa. Jo alkuperäisen suunnitelman mukaisesti tuotteiden testaus ja markkinointi jää toimeksiantajan tehtäväksi, sillä opinnäytetyön aikarajojen puitteissa näille vaiheille ei aikamme riitä.

Alkuperäisessä aikataulussa teoriaan tutustuminen tapahtuisi kesä- ja heinäkuussa, varsinainen tuotekehitystyö syksyn aikana ja tuotteiden arviointi toimeksiantajan kanssa marras-tammikuun aikana. Tuotekorttien piti olla valmiit maaliskuun alussa 2014, jotta toimeksiantaja pystyisi esittelemään tuotteet ITB Berlin 2014 messuilla.

Opinnäytetyömme edistyi alkuperäisessä, suunnitellussa aikataulussa ja saimme tuotteemme tarkoituksenmukaisesti ITB Berlin 2014 -messuille esiteltäväksi ja tähän olemme tyytyväisiä. Ideointi ja suunnittelu vaiheet sujuivat hyvin, mutta hinnoitteluvaiheessa kohtasimme hieman haasteita. Tarjouspyyntöihin oli osittain vaikea saada vastauksia ja osalla toimijoista ei ollut maaliskuun alussa 2014 kesän hintoja vielä tiedossa. Suurimmasta osasta yrityksiä kuitenkin saimme kilpailukykyiset hinnat nopeasti. Osa paketin komponenteista oli valmiiksi hinnoiteltu toimeksiantajan puolesta.

Tuloksena tuotekehitystehtävästä syntyi yksi pyörämatkailutuote sekä kesä- että talvikaudelle. Tuotteistusprosessi osaltamme kesti kaiken kaikkiaan noin vuoden, jolloin tutustuimme teoriaan ja aiheeseen liittyviin tutkimuksiin sekä kasasimme varsinaisia tuotepaketteja. Suunnittelimme pyöräilyreitit pyörämatkailun tuotesuosituksen mukaisesti sekä huomioiden kohderyhmän toiveet aktiveeteistä, majoituspaikoista ja ruokailuista. Kilpailutimme tuotepakettien hinnat ja hinnoitte-

limme tuotteet toimeksiantajan ohjeistuksen mukaisesti. Toimeksiantaja on ollut lopulliseen tuotokseemme erittäin tyytyväinen. Heidän mukaansa olemme tehneet heille arvokasta tuotekehitystyötä ja siitä on hyvä viedä tuotekehitystyö loppuun saakka.

Tästä opinnäyteprosessista opimme paljon matkailun tuotekehityksestä, tuotteistamisesta, paketoinnista sekä hinnoittelusta eli yksittäisten komponenttien paketoinnista matkailutuotteeksi. Tuotteistamisprosessi oli varsin mielenkiintoinen, vaikka omaamme vahvan paikallistuntemuksen, opimme tuntemaan lähialueiden matkailupotentiaalia huomattavan paljon enemmän. Opinnäytetyöprosessin aikana olemme käyttäneet kaikkia opiskelemiamme osa-alueita ja tässä työssä ne ikään kuin tiivistyvät yhdeksi kokonaisuudeksi.

Tuotekehitystyö on ollut haasteellista mutta kuitenkin innostavaa. Saimme käyttää omaa luovuuttamme reittien, vierailukohteiden ja aktiviteettien valintaan. Koko prosessin ajan teimme kuitenkin tiivistä yhteistyötä toimeksiantajan kanssa. Olisi mielenkiintoista nähdä, kun tuotteemme menevät tuotetestauksen jälkeen markkinoille ja ensimmäiset asiakkaat kokevat eksoottiset pyöräilytuotteemme.

Suomen matkailustrategian mukaan matkailutuotteita tulisi räätälöidä entistä tarkemmin erilaisten asiakastarpeiden ja ryhmien mukaan, esimerkiksi erilaisten harrasteryhmien tarpeisiin. Pyöräily on suosittu aktiviteetti Euroopassa ja potentiaalisia markkinoita Suomalaisille pyörämatkailutuotteille olisi saksankielinen Eurooppa, Alankomaat ja Venäjä. Suomessa valmiiksi paketoituja pyörämatkatuotteita on vain vähän tarjolla. Tuotteistamamme pyörämatkapaketit ovat opastettuja majoitukset ja ateriat sisältäviä multiaktiviteettipaketteja, jotka poikkeavat ja erottuvat siten muusta Suomen pyöräilytarjonnasta.

## LÄHTEET

- Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita Prima.
- Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi – matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Juva: WSOY.
- BusinessOulu n.d.a. Matkailusta kasvutoimiala.  
<http://www.businessoulu.com/fi/yrityksille/toimialat/matkailu/matkailun-kehittaminen.html>. Luettu 24.2.2014.
- BusinessOulu n.d.b. Oulun matkailun tunnuslukuja.  
<http://www.businessoulu.com/media/oulu1013.pdf>. Luettu 24.2.2014.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. 2008. Tourism: Principles and Practice. 4. painos. Harlow: Pearson Education.
- Deutscher Tourismusverband e.V. 2009. Fahrradtourismus in Deutschland.  
[http://www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDFs/Grundlagenuntersuchung\\_Fahrradtourismus\\_Kurzfassung.pdf](http://www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDFs/Grundlagenuntersuchung_Fahrradtourismus_Kurzfassung.pdf). Luettu 14.1.2014.
- Go Arctic! n.d. Tätä on Go Arctic! <http://www.goarctic.fi/ohjelmapalvelut/>. Luettu 30.9.2013
- Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto. Osa 1. Jyväskylä: Gummerus.
- Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto. Osa 2. Jyväskylä: Gummerus.
- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.
- Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010a. Elämyskolmio.  
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>. Luettu 12.6.2013.
- Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010b. Elämyksen elementit.  
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=4321>. Luettu 12.6.2013.
- Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010c. Kokemuksen tasot.  
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=4320>. Luettu 12.6.2013.
- MEK 2008. Pyörämatkailun kehittämisstrategia 2009–2013.  
[http://www.mek.fi/wpcontent/uploads/2013/04/2008Pyorailymatkailun\\_kehittamisstrategia\\_2009-2013-vrs-2.pdf](http://www.mek.fi/wpcontent/uploads/2013/04/2008Pyorailymatkailun_kehittamisstrategia_2009-2013-vrs-2.pdf). Luettu 2.10.2013.

- MEK 2010a. Kesäaktiiviteettitarjonnan matkanjärjestäjätutkimus 2010.  
<http://www.mek.fi/studies/kesaaktiiviteettitarjonnan-matkanjarjestajatutkimus-2010/>. Luettu 14.1.2014.
- MEK 2010b. Kansainvälinen luontomatkailututkimus 2010.  
<http://www.mek.fi/studies/kansainvalinen-luontomatkailututkimus-2010/>.  
Luettu 20.3.2014.
- MEK 2014. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020, tuotekehityksen painopisteet vuosille 2014 – 2020.  
<http://www.mek.fi/wp-content/uploads/2014/01/Teemat-ja-tuotekehityksen-painopisteet-2014-alk-.pdf>. Luettu 26.3.2014.
- MEK n.d. Tuotesuositukset – Outdoors Finland Pyöräily.  
<http://www.mek.fi/wp-content/uploads/2013/05/Tuotesuositukset-OF-Py%C3%B6r%C3%A4ily.pdf>. Luettu 30.9.2013.
- Oulun kaupunki n.d. Kierikkikeskus. <http://www.ouka.fi/oulu/kierikki/kivikaudenkyla>. Luettu 6.3.2014
- Pesonen, I., Mönkkönen, T. & Hokkanen T. 2002. Menestyvä matkailuyritys. Helsinki: Edita.
- Pyöräillen Suomessa n.d. Matkaehdotuksia ja valmismatkoja.  
<http://www.pyorailensuomessa.fi/fi/node/14>. Luettu 27.3.2014.
- Rokua Geopark 2014. Rokuan alue.  
[http://www.rokuageopark.fi/info\\_rokuan\\_alue](http://www.rokuageopark.fi/info_rokuan_alue). Luettu 6.3.2014.
- Schulz Aktiv Reisen n.d. Mit schulz aktiv reisen!. <https://www.schulz-aktiv-reisen.de/Philosophie>. Luettu 14.1.2014.
- Sharpley, R. 2006. Travel and Tourism. Lontoo: SAGE Publications.
- Sokeri-Jussin kievari n.d. Sokeri-Jussin tarinat.  
<http://www.sokerijussi.fi/tarina.php>. Luettu 3.4.2014.
- Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi – matkailupalvelujen tuotteistaminen. Vantaa: Restamark.
- Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Porvoo: WSOY.
- Vuoristo, K-V. & Vesterinen, N. 2009. Lumen ja suven maa: Suomen matkailumaantiede. 3. painos. Porvoo: WSOY.





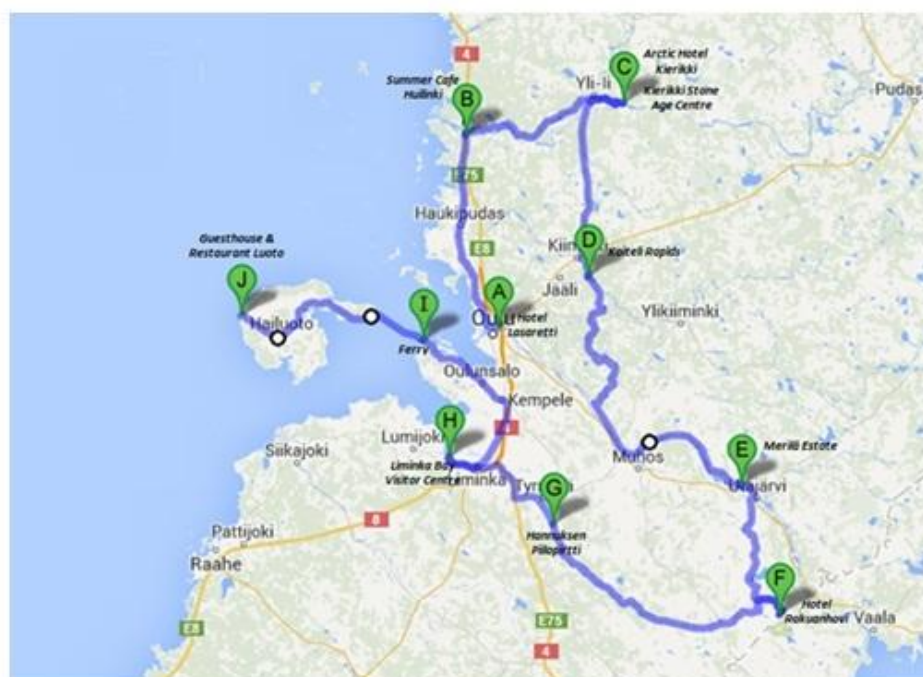
**GO ARCTIC! Summer Cycling Tour (351 km) FIT - 7 days, 6 nights, Sat-Fri**

**Level: Advanced**

**Group: 4-12 PAX**

Our Summer Cycling Tour goes by the sea and along the rivers, through pine forests and lichen-clad heaths, passing rural landscapes and returning by the sea to the island of Hailuoto. On this tour you will get to enjoy different landscapes and unspoiled nature, experience canoeing in the river Iijoki by the historic site of Kierikki Stone Age Centre, fishing in clear watered lake and float in Koiteli rapids.

The accommodations we have chosen are located in peaceful areas and in most places you can enjoy the sauna and swimming in the lake.





## Program

### Day 1

- Arrival in Oulu according to the flight schedule
- Private transfer and check in to the hotel Lasaretti
- Accommodation in DBL / SGL rooms
- Dinner at the hotels' restaurant



### Day 2

- Breakfast buffet at the hotel
- Cycling to Ii via Haukipudas (38 km)

*This distance will be cycled along bike paths and paved low traffic road along populated areas.*

- Lunch at summer café Huilinki

*You have a possibility to visit the local history museum of Ii. After lunch you will follow the cultural route Vicars wife's route "Ruustinnan reitti", which leads through historically valuable building environment with wooden buildings from the 1800's. The route is a couple of kilometres long and you can walk or cycle. The route passes information boards that report the history, nature and pace of life in Ii.*

- Cycling to Yli-Ii, Kierikki Stone Age Centre (32 km)

*The paved bike path is cycled eight kilometres. The route follows partly the Iijoki River. When the bike path ends the remaining 29 kilometers will be cycled along paved road with low traffic to the Kierikki Stone Age Centre. On the way you can see typical Finnish country lifestyle: farmhouses and cows, sheep and horses grazing outdoors.*

- Check in to the Arctic Hotel Kierikki

*Your sleep at Kierikki will certainly be peaceful and calm. The hotel consists of four wooden buildings with terraces facing to a small pond.*

- Canoeing in the Iijoki river

*An unhurried trip where you will enjoy the serenity of the nature in an Indian canoe*

*Duration: 2-3 h*

- Dinner at the hotels' restaurant



### Day 3

- Breakfast buffet at the hotel
- Visiting the exhibitions of Kierikki Stone Age Centre and a reconstructed Stone Age village
- Lunch
- Cycling to Koiteli rapids via Kiiminki (37 km)

*The route goes through sparsely populated quiet forest scenery along paved road. When reaching more densely populated area, bike path goes next to the road.*



UNIQUE NORTHERN EXPERIENCES  
- every season





- White water swimming

Exciting swimming experience in the Koitellirapid. Stream takes the swimmer in its soft hug and floats towards downstream.

Duration: 2 hours

- Dinner cooked over an open fire
- Accommodation / time to relax in Koiteli Residence before Midnight Sun Cycling



#### Day 4 – Midnight Sun Cycling

- Starting at midnight to experience the midnight sun, cycling to Merilä Estate (64 km)

*The light of the sun at night is an exotic experience. The route goes through open fields and pine forests. Upon arrival to the Merilä Estate early morning mist has already risen.*

- Check in to Merilä Estate
- Accommodation in DBL / SGL rooms
- Late breakfast / brunch
- Cycling to Rokua (32 km)

*At first the road runs smoothly through open fields but suddenly the landscape turns into hillier. Rokua's landscape has been shaped when glaciers melted after the Ice Age. The nature consists of dry forests covered in bright white lichen, small lakes with clear water and deep holes in the esker, called "suppa".*

- Check in to hotel Rokuanhovi
- Dinner at the hotels' restaurant
- Sauna by the lake, swimming



#### Day 5

- Breakfast buffet at the hotel
- Angling trip to the lake

*Guide selects the appropriate pond or lake where you will go angling. The possible catch is prepared with the guide. At the end of the program you will enjoy coffee cooked over a campfire.*

Duration: 3 hours

- Lunch at the hotel
- Cycling to Tyrnävä (54 km)

*Arriving towards Tyrnävä the landscape turns into farming plains, expanse and it is impressive in its width and glory. The most spectacular expanse presents itself in July when potato fields bloom like a broad white sea. Eyes rest in a beautiful and calm rural landscape.*

- Check in to Hannuksen Piilopirtti
- Dinner at the Piilopirtti



UNIQUE NORTHERN EXPERIENCES  
- every season



### Day 6

- Breakfast at the Piilopirtti

- Cycling to Liminganlahti (26 km)

*After 6 kilometres of cycling you will stop and take a look at the Old Dairy area which is culturally and historically valuable industrial environment.*

- Visiting the Liminka Bay Visitor Centre

*The wetland of Liminka Bay is part of the national protection program for bird waters. You can explore the exhibition of the visitor centre and follow duckboard trails to birdwatching towers.*

- Lunch at the Liminka Bay Visitor Centre

- Cycling to Oulunsalo (38 km)

*The lowlands of Liminka are lands risen from the sea. This is very typical for the area of the Bay of Bothnia. Even in the middle ages, part of this area was still under the sea.*

- Ferry to the island of Hailuoto

- Cycling to Marjaniemi (30 km)

*Hailuoto has been named as one of the Finnish national landscapes. Special features on the island are the marine environment with beautiful coastline dunes.*

- Check in to guesthouse & restaurant Luoto

- Dinner in the hotel's restaurant



### Day 7

- Breakfast buffet at the hotel

- Check out and transfer to Oulu airport

- Return flight according to the flight schedule

### Prices:

**1087 EUR / person in DBL room**

**1198 EUR / person in SGL room**

### Price includes:

Accommodation in Hotel Lasaretti

Accommodation in Arctic Hotel Kierikki

Accommodation in Koiteli Residence

Accommodation in Merilä Estate

Accommodation in Hotel Rokuanhovi

Accommodation in Guesthouse & Restaurant Luoto

Transfers mentioned in the programme

Activities mentioned in the programme

Lunches and dinners mentioned in the programme (drinks not included)



UNIQUE NORTHERN EXPERIENCES  
- every season



**OPTIONAL: Bike rental 120,00 EUR / week**

**Luggage handling - price on request.**

Prices are NET for four operators.

Go Arctic! reserves the right to change the program.





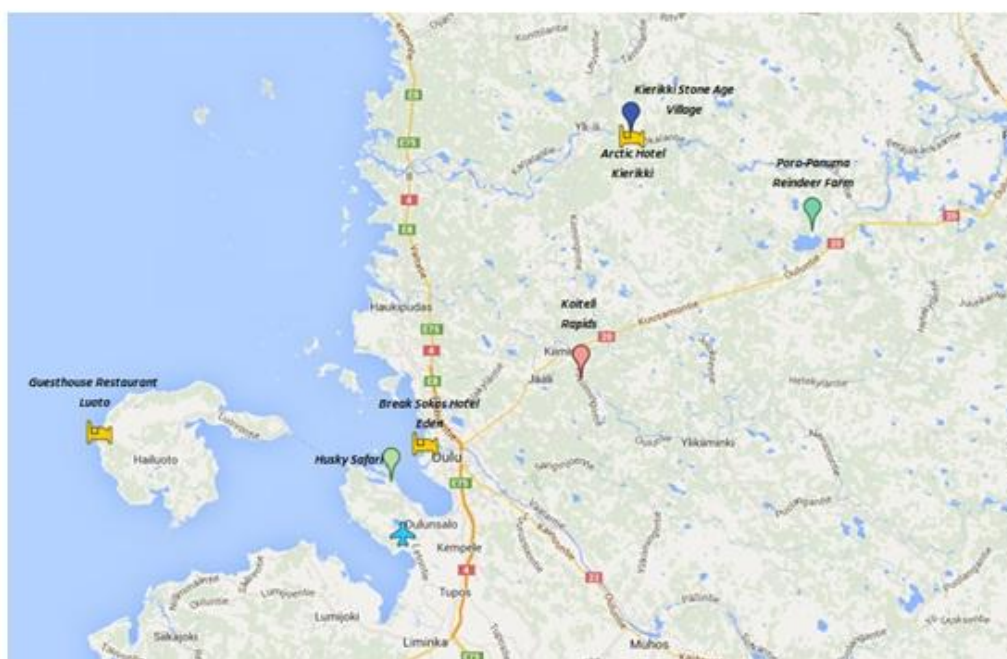
**GO ARCTIC! Winter Cycling Tour (209 km) FIT - 7 days, 6 nights**

**Level: Advanced**

**Group: 4-12 PAX**

Our guided Winter Cycling Tour consists of interesting and exotic destinations. You will cycle in the city of Oulu area, on the sea ice, as well as through the wild nature. On this adventure you will get exotic experiences, such as winter fishing, husky dog sledding, reindeer herding and sleigh ride, a traditional Finnish sauna and a sense of history in the Kierikki Stone Age Village.

You will stay in carefully selected locations, a spa hotel by the sea, wooden buildings surrounded by the woods and in a small guesthouse in the island of Hailuoto. You will enjoy lunches and dinner in varying milieu such as a hand-carved log building, campfire and an old pilot station.



 **UNIQUE NORTHERN EXPERIENCES**  
- every season



## Program

### Day 1

- Arrival in Oulu according to the flight schedule
- Private transfer and check in to Break Sokos Hotel Eden
- Accommodation in DBL / SGL rooms
- Time to enjoy the spa of the hotel
- Dinner in the hotels' restaurant



### Day 2

- Breakfast buffet at the hotel
- Winter cycling training, dressing, driving in the winter theme
- City tour, 23 km

*The route passes through the beautiful winter landscape of Oulu, partly along the river to the stunning, historic Maikkula Manor where we enjoy a warm cup of coffee or hot chocolate. The tour continues cycling bike paths along populated areas through Myllytulli which leads to wonderful Hupisaari park areas. The route continues towards Pikisaari island and the lunch place "Sugar-John's" Tavern. Pikisaari is significant milieu in the history of Oulu. After lunch we will cycle back to the hotel.*

- Dinner in the hotels' restaurant
- Possibility to use the hotels' spa



### Optional:

- Winter swimming in the Oulujoki river  
*In Tuira winter swimming area*



### Day 3

- Breakfast buffet at the hotel
- Cycling to the island of Hailuoto via sea ice road, 67 km

*Route from Nallikari towards Oulunsalo ice road passes through the center of Oulu and Limingantulli. Cycle paths will go all the way to Oulunsalo. At this point starts the highlight of the day: cycling on the ice road across the sea to the island of Hailuoto. Lunch is served shortly after arriving to Hailuoto at a rest stop. After lunch, the journey continues across the island to Marjaniemi. On the way you can see the archipelago lifestyle in the largest island of the Gulf of Bothnia.*

- Check in to Guesthouse & restaurant Luoto
- Accommodation in DBL / SGL rooms
- Dinner



UNIQUE NORTHERN EXPERIENCES  
- every season





#### Day 4

- Archipelago-style breakfast at the restaurant Luoto
- Winter fishing

*You will learn about the traditional net fishing under ice by professional fisherman. The possible catch is prepared with the guide. At the end of the program you will enjoy lunch and coffee cooked over a campfire.*

*Duration: 3 h*

- Transfer to Oulunsalo
- Winter fun with husky dogs, 2h

*The program begins with telling about the history and use of husky dogs. You will also learn about handling the dogs and dogsled team. After this, everyone has a chance to guide a husky team.*

*Duration: 2 h*

- Transfer to Kierikki Stone Age Centre
- Check in to Arctic Hotel Kierikki
- Time to enjoy traditional Finnish sauna
- Dinner at the hotels' restaurant



#### Day 5

- Breakfast buffet at the hotel
- Cycling to local reindeer farm Poro-Panuma, distance 32 km / direction

*The route goes through a snowy forest and with a bit of luck the trees are covered with a thick layer of snow. On the reindeer farm the owner tells you about their livelihood, you can feed the reindeer and take a short round with the reindeer sledge in a beautiful winter forest!*

*Duration: 2 h*

- Lunch before cycling back to Kierikki
- Dinner in the hotels' restaurant
- Evening sauna



#### Day 6

- Breakfast buffet at the hotel
- Cycling to Kiiminki Koiteli rapids, 37 km
- Lunch cooked over an open fire by the Kiiminkijoki River
- Cycling via Jäälinjärvi Lake to the city of Oulu, 18 km
- Check in to Break Sokos Hotel Eden
- Accommodation in DBL / SGL rooms
- Dinner at the hotels' restaurant



UNIQUE NORTHERN EXPERIENCES  
- every season





**Day 7**

- Breakfast buffet at the hotel
- Check out and private transfer to Oulu airport
- Return flight according to the flight schedule

**Prices:**

**1220 EUR / person in DBL room**

**1389 EUR / person in SGL room**

**Price includes:**

Accommodation in Break Sokos Hotel Eden for 3 nights  
Accommodation in Guesthouse & Restaurant Luoto for 1 night  
Accommodation in Arctic Hotel Kierikki for 2 nights  
Transfers mentioned in the programme (except transfers in optional services)  
Activities mentioned in the programme  
Lunches and dinners mentioned in the programme (drinks not included)

**OPTIONAL: Bike rental 120,00 EUR / week**

**Luggage handling - price on request.**

Prices are NET for tour operators.

Go Arctic! reserves the right to change the program.