



HAAPAMÄEN RAUTATIEKYLÄ

Kierros sota-ajan ja rautatien maisemiin Haapamäellä

Leena Lehto

Opinnäytetyö
Huhtikuu 2011
Liiketalouden koulutusohjelma
Kulttuuri- ja kongressipalveluiden
suuntautumisvaihtoehto
Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Kulttuuri- ja kongressipalvelujen suuntautumisvaihtoehto

LEHTO, LEENA: Haapamäen rautatiekylä – Kierros sota-ajan ja rautatien maisemiin Haapamäellä

Opinnäytetyö 51 s.
Huhtikuu 2011

Kierros sota-ajan ja rautatiekylämiljööön maisemiin toteutettiin Haapamäen Höyryveturipuiston toimeksiannosta. Tavoitteena oli luoda uusi palvelu eli tuotteistaa uusi palvelujen muodostama paketti. Alkuperäisenä aiheena oli talvi- ja jatkosodan muistot Haapamäellä, mutta loppujen lopuksi siihen liitettiin vielä rautatiekylämiljöö. Opinnäytetyöntekijä suunnitteli ja toteutti kierroksen toimeksiantajan sekä muiden yhteistyökumppaneiden toiveet huomioiden.

Suunnitteluun ja tuotteistamisprosessiin käytettiin paljon aikaa ja niitä mietittiin huolella. Kohderyhminä pakettile ovat lähinnä eläkeläis- ja sotahistoriasta kiinnostuneet ryhmät. Kierros sisältää kolme pääpalvelua: kahvituksen, lyhyen audiovisuaalisen esityksen sodasta ja Haapamäen sotahistoriasta sekä kävellen oppaan johdolla toteutetun kierroksen. Kierroksen pääkohteina ovat muun muassa asemanseudun pommitukset ja kylän entisajan asukkaat ja rakennukset.

Suunnittelu ja tarvekartoitukset toteutettiin kesän 2010 aikana. Kierrokselle oli selvästi kysyntää. Markkinointi aloitetaan ennen Höyryveturipuiston avautumista toukokuussa 2011.

Kierros testattiin yhdellä pienellä ryhmällä 31.3.2011. Testiryhmän antama palaute kierroksesta oli pääsääntöisesti positiivista ja kierrokselle asetetut tavoitteet saavutettiin melko hyvin.

Avainsanat: Haapamäen Höyryveturipuisto, tuotteistaminen, suunnittelu, tuotteistamisprosessi, kierros, tarvekartoitus, markkinointi

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Cultural and Congress Services

LEHTO, LEENA: Haapamäki Railway Village - A Tour to a Wartime and Railway Village in the Landscapes of Haapamäki

Bachelor's thesis 51 pages
April 2011

A tour to wartime and railway village in the landscapes of Haapamäki was commissioned by Haapamäen Höyryveturipuisto. The idea was to create a new service i.e. to productize a new package of services. The original subjects were Winter War and Continuation War but finally the setting of railway village was connected to the tour, too. The author planned and carried out the tour paying attention to the wishes of the client and other co-operating partners.

The planning and branding process required a lot of time and consideration. The target groups for the package are mostly senior citizens and groups interested in military history. The tour includes refreshments, a short audio-visual presentation on the war and military history of Haapamäki and a guided walking tour. The key elements of the tour are the bombing of the railway station area and the people and buildings of the past times of the village.

Planning and charting the needs took place during the summer 2010. There was a clear demand for the tour. Marketing will be started before the opening of Höyryveturipuisto in May 2011.

The tour was tested with one small group at 31.3.2011. The feedback from the test group was mainly positive and the aims were reached fairly well.

Keywords: Haapamäen Höyryveturipuisto, branding, planning, branding process, tour, charting needs, marketing

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 HAAPAMÄEN HÖYRYVETURIPUISTO	7
2.1 Taustaa	7
2.2 Keuruun matkailu.....	10
3 TURISTIKIERROKSEN PALVELUMUOTOILU.....	12
3.1 Tuotteistamisprosessi.....	12
3.1.1 Valmistelutyöt ja tuotteen muodostaminen	13
3.1.2 Seuranta ja arviointi	15
3.2 Kierroksen sisällön suunnittelu.....	15
3.3 Aikataulu.....	27
3.4 Tarvekartoitukset.....	28
3.5 Henkilöresurssi.....	29
3.6 Esite	29
3.7 Visuaaliset esitykset	30
3.8 Yhteistyökumppanit	30
4 MARKKINOINTI JA MYYNTI	31
4.1 Imago	31
4.2 Markkinointimalli.....	31
4.3 Kohderyhmät.....	33
4.4 SWOT-analyysi	33
4.5 Riskienhallinta	34
4.6 Talous.....	34
5 PALAUTE KIERROKSESTA.....	36
6 LOPUKSI	38
LÄHTEET.....	40
LIITTEET	42

1 JOHDANTO

Haapamäen Höyryveturipuistolta saadun toimeksiannon perusteella tehtävänä oli luoda uusi palvelu, nimenomaan Haapamäen sota- ja rautatiehistoriaa käsittelevä kokonaisuus. Opinnäytetyöntekijä on suorittanut osan harjoiteluistaan kyseessä olevalle yritykselle ja lisäksi työskennellyt siellä kesän 2010, jonka aikana myös tämän opinnäytetyön käytännön osuus suurimmaksi osaksi toteutettiin. Opinnäytetyöntekijä toteutti koko tuotteistamisprosessin omatoimisesti alusta loppuun toimeksiantajan toiveet huomioon ottaen. Höyryveturipuisto on nykyisin museon ohella viihteellinen paikka, ja uusi palvelu lisää palveluiden tarjontaa.

Kierros sota-ajan ja rautatiekylämiljöön maisemiin järjestettiin Haapamäen Höyryveturipuiston ja vanhan aseman välittömään läheisyyteen. Asema ja Haapamäki ovat historiallisesti merkittäviä sotakohteita. Kierrokselle on sisällytetty yksityiskohtaista tietoa Haapamäen sotahistoriasta, erityisesti aseman seudun pommituksista. Haapamäki oli aikoinaan merkittävä risteysasema. Kierroksen tarkoituksena oli pystyä kertomaan Haapamäen sotahistoriasta ja kehittää Höyryveturipuistolle uusi palvelu, joka voidaan liittää muiden palveluiden joukkoon.

Tavoitteen saavuttamiseksi tehtiin tarvekartoitusta eli haastateltiin kymmentä asiakasta. Lisäksi lähetettiin kyselyt myös eläkeläisliitoille. Tarvekartoitukset toteutettiin heti prosessin alkuvaiheessa, sillä tarpeen selvittäminen oli oleellista ennen suunnittelun aloittamista. Kierros myös testattiin yhdellä pienellä ryhmällä ja testiryhmältä pyydettiin palautetta lomakkeella.

Toisessa luvussa käsitellään Haapamäen Höyryveturipuiston historiikka lyhyesti, mutta myös nykytilannetta, jossa museotoiminnan ja nykypäivän viihteellisen tapahtumakeskuksen välillä on ero. Luvusta selviää myös puiston perustamisen syitä ja ratkaisevia tekijöitä.

Luvuissa 3-4 käsitellään kierroksen konkreettista järjestämistä ja siihen liittyviä osakokonaisuuksia. Päähuomio keskittyy erityisesti tuotteistamisprosessiin,

jossa teoreettiset viitekehykset tuotteistamisessa ja markkinoinnissa on huomioitu. Luvussa 5 analysoidaan palautteen ja tavoitteiden perusteella tuotteistamisen onnistumista ja pohditaan, mitä prosessin aikana opittiin.

2 HAAPAMÄEN HÖYRYVETURIPUISTO

2.1 Taustaa

Sata vuotta on kestänyt se aikakausi, jonka kuluessa Haapamäen asemakylä on syntynyt ja kehittynyt VR:n suojeluksessa. -- Jos Haapamäen kehitystä aiotaan jatkaa on keksittävä uusia ideoita ja luotava uusia mahdollisuuksia, että vanhoja investointeja voitaisiin hyödyntää muuttuneissa olosuhteissa. – Joka tapauksessa Haapamäen historiassa on nyt käännekohta, jossa helposti unohdetaan vanha ja tuijotetaan vain uuteen päämäärään. (Vaissi 1987, 7.)

Haapamäen höyryveturipuisto perustettiin vuonna 1988 Keuruun kaupungin ja VR:n yhteistyönä. Höyryveturipuisto ei kuitenkaan alkuvaiheessa vetänyt väkeä toivotulla tavalla ja toiminta oli tappiollista. (Onvisio Consulting 2009.) 1990-luvulla Keuruun kaupunginjohtajana toimineen Osmo Kärkkäisen (2010) mukaan, kuten myös nykyisen kaupunginjohtajan Timo Lounan (2010), ratkaisevin tekijä Höyryveturipuiston perustamiseen oli noin 600 työpaikan menetys, mitä Haapamäen taajamassa tapahtui VR:n saneerausten takia. Keuruun kaupungilla oli siis kova tarve kehittää Haapamäkeä, joka kuuluu Keuruuseen.

Alun perin VR aikoi romuttaa tai hävittää suuren osan varikolla seisovia höyryvetureita. Palavereissa Keuruun kaupunki kuitenkin ideoi Höyryveturipuistoa, ja entisen Keuruun kaupunginsihteerin Olli Haapasen (2010) mukaan itse esitys Höyryveturipuistosta tuli keuruulaiselta rakennusmestarilta, Helsingissä rautatiehallituksessa toimineelta Rydenferdiltä ja hänen MTV3:lla toimineelta ystävältään Urpo Maliselta.

Lounan (2010) mukaan Keuruun kaupunki oli ainoa todellinen taustayhteys niin rahoituksellisessa kuin toiminnallisessakin mielessä silloin kun Höyryveturipuistoa perustettiin. Mikäli Keuruun kaupunki ei olisi 1980-luvulla tehnyt merkittävää perustamisinvestointia, olisi Höyryveturipuiston toimintaa tänäkin päivänä vaikeampi harjoittaa. Lisäksi Haapasen (2010) mukaan

kansallismielipide oli vetureiden romuttamista vastaan, joten siinäkin mielessä kaupungin oli niille keksittävä järkevämpi sijoituspaikka.

Hyvinkäällä oli tuolloin oma rautatiemuseo. Rydenferg ja Malinen markkinoivat ideaansa ja perustivat ideansa siihen, että Haapamäellä on isot veturitallit, joten se oli heidän mielestään parempi, kun ratapihaakin oli runsaasti. Lopulta Keuruu sai veturit lahjoituksena eduskunnan päätöksellä. (Haapanen 2010.)

Martti Vainio (2010) tuli Höyryveturipuiston yrittäjäksi vuonna 2003 Keuruun kaupungin suostuttelemana. Hän omistaa puistoon kuuluvan maa-alueen, rakennukset ja puiston sisällä olevan veturi- ja vaunukaluston. Vainio aloitti yrittäjätönsä vuonna 1981 lähtiessään yrittäjäksi Karstulassa sijaitsevaan lomakeskus Lomakouheroon. Vuonna 1997 Vainio osti Äänekoskella sijaitsevan Kievari-ravintolan ja lomakylän, joka tunnetaan nykyisin Martinkievarina. (Mäkinen 2004, 64, 83-84.)

Kärkkäisen (2010) ja Lounan (2010) mukaan Martti Vainiota voi kutsua ensimmäiseksi varsinaiseksi vastuulliseksi yrittäjäksi Höyryveturipuistossa. Hänen aikanaan puistosta on kehittynyt sellainen kuin se nykypäivänä on eli monipuolinen viihdekeskus. Suositut tanssit, myymälä, hyvät ravintolapalvelut, yritysyhdistysten erikoisohjelmat, lasten puuhapaikat ja kesäteatteri tuovat asiakkaita höyryveturinostalgiaan perustuvan näyttelyalueen lisäksi. (Onvisio Consulting 2009.)

Höyryveturipuisto vaalii osaltaan Haapamäen rautatiehistoriaa. 1960-luvulla Haapamäki työllisti 1960-luvulla yli 700 rautatieläistä ja oli Suomen merkittävimpiä risteysasemia. Höyryveturipuiston seitsemän hehtaarin maa-alue on entinen VR:n halkotarha, joten puisto sijaitsee aidossa rautatieliikenteeseen kytkeytyvässä ympäristössä. Höyryveturipuiston vieressä sijaitsee veturitalli, joka on Haapamäen Museoveturiyhdistyksen tukikohta. Yhdistys kunnostaa junakalustoa vapaaehtoistyönä ja järjestää höyryveturiajeluja. (Onvisio Consulting 2009.)

Puistossa on 120-paikkainen pääravintola, terassialue (280 anniskelupaikkaa), myymälätilat, vanhan vesitornin alakertaan tehty pubi ja 400 henkilölle mitoitettu

tanssipaviljonki. Ukko-Pekka Areena (500 henkilöä) toimii kokous-, tapahtuma- ja kesäteatteritilana. Majoitustilana on veturinkuljettajien ja lämmittäjien entisestä asuntolasta kunnostettu Haapamäen Hilttoni, jossa on 17 huonetta. Majoituskäytössä on lisäksi kaksi rautatievaunua ja puiston alueella on myös asuntovaunupaikkoja ja caravanmatkailijoiden huoltorakennus. (Onvisio Consulting 2009.)

Puisto on avoinna toukokuun puolivälistä elokuun loppuun ja muina aikoina sopimuksen mukaan. Puiston ravintolatilat ovat talvikäyttöisiä, samoin Hilttonin majoitustilat. Puisto työllistää kesäkaudella kiinteästi 11 henkilöä ja huomattavan määrän apuvoimaa suurempien tilaisuuksien ja tapahtumien aikana. Höyryveturipuiston kaikkien toimintojen yhteenlaskettu liikevaihto on noin 500 000 euroa ja vuoden aikana kävijöitä näyttelyssä, tanssi- ja muissa tapahtumissa on yhteensä noin 50 000. (Onvisio Consulting 2009.)

Liikevaihdosta (taulukko 1) noin 12 % tulee Höyryveturipuiston pääsylipputuloista (30 % kävijämäärästä). Tanssiasiakkaiden osuus sekä liikevaihdosta että kävijämäärästä on noin 27 %. Muu osa liikevaihdosta muodostuu seuraavasti: majoitus 11 %, yritys- ja muut ryhmät noin 15 %, lounasruokailut noin 18 %, myymälä 5 % ja erilaiset tapahtumat ja juhlatilaisuudet 12 %. (Onvisio Consulting 2009.)

TAULUKKO 1. Höyryveturipuiston palveluiden osuus liikevaihdosta

TARJOOMA	OSUUS LIIKEVAIHDOSTA %
Pääsyliput Höyryveturipuistoon	12 %
Tanssiliput	27 %
Majoitus	11 %
Yritys- ja muut ryhmät	15 %
Lounasruokailut	18 %
Myymälä	5 %
Tapahtumat ja juhlatilaisuudet	12 %

2.2 Keuruun matkailu

Keuruun seutukunta käsittää Keuruun kaupungin ja Multian kunnan alueet. Keuruun seutukunnalla asui 31.12.2010 yhteensä 12558 asukasta. Alueella toimii satoja erilaisia yrityksiä: pienyrityksiä, alihankkijoita, teollisuustuotantolaitoksia ja palveluyrityksiä. (Kehittämisyhtiö Keulink Oy)

Haapamäen Höyryveturipuisto kuuluu matkailukeskus Keurusselän ja Vanhan Keuruun matkailukohteiden lisäksi kohteisiin, joiden katsotaan ratkaisevasti vaikuttavan Keuruun matkailun kehitykseen. (Onvisio Consulting 2009.) Koko 1990-luvun Keuruun strategiana ja tavoitteena Höyryveturipuiston kohdalla oli toiminnan vetovastuun siirtäminen yrittäjille. Menestyvän yrittäjän löytäminen tuotti kuitenkin vaikeuksia. Haapamäen kylän pelastajaksi perustettu puisto muodostui siis raskasvetoiseksi ja työlääksi. (Kärkkäinen 2002, 38-39.)

Haapasen (2010) mukaan Höyryveturipuiston nykyisen tilan on mahdollistanut ensinnäkin se, että kaupunki on alun perin laittanut suuren investointipääoman ja myöhemmin kattanut toimintakulut. Toiseksi, Martti Vainio on tuonut uuden elementin puistoon eli tanssit ja muut viihteelliset tapahtumat, ja sitä kautta kävijämäärä on saatu nousuun.

Alun perin Höyryveturipuistosta oli tarkoitus tehdä säätiö, mutta lopulta päädyttiin osakeyhtiömuotoon. Keuruun kaupunki myös halusi säilyttää hallintavallan kaupungilla. Keuruun kaupunki ja Keuruun kaupungin yhtiöt vuokrasivat puiston aluetta eri henkilöille toimintaa varten. (Kärkkäinen 2010.) Puiston toimitusjohtajina on entisen Keuruun kaupunginjohtajan Kärkkäisen (2010) mukaan toimineet

- Jarmo Koivunporras (1988)
- Oiva Salmen
- Toivo Luukola
- Tapani Laaksomies
- Heikki Hokkanen (lopetti kesäkuussa 2000)
- Jorma Jokiniitty (2001)
- Martti Vainio (2003-).

Martti Vainion harjoittama toiminta on ollut merkittävä lisäys Keuruun matkailun tarjonnassa. Puistossa vierailee vuosittain 50 000 ihmistä hänen järjestämässään tilaisuuksissa. Tapahtumista on tullut suosittuja ja se on lisännyt erilaisten isomprien tapahtumien määrää Keuruulla. Vainion toiminta viimeisen noin viiden vuoden aikana on tuonut Haapamäen taajamaan positiivista virettä. (Louna 2010.)

Suomen matkailun aluerakenneluokitukset vuosina 1985 ja etenkin 1978 osoittivat, että Keuruun kaupungin perusedellytykset muodostaa matkailutoiminnasta merkittävä osa elinkeinoelämäänsä voidaan katsoa selvästi keskimääräistä paremmaksi. Keuruun kaupungin (silloisen kunnan) toimiva johto ja luottamusmiehet ovat ajatelleet näin myös siinä vaiheessa, kun valtakunnallisestikin merkittävä investointipäätös Haapamäen Höyryveturipuistosta tehtiin. Hankkeen suhteellista mittavuutta korostaa erityisesti se, että Höyryveturipuisto ei varsinaisesti tarjoa matkailun peruspalveluita, vaan on luonteeltaan vetovoimahanke. Kyseessä on siis varsinaisen yksityistaloudellisen elinkeinosektorin toimintaedellytysten parantaminen. (Gastropoint Oy 1987, 19, 23.) Yhteensä hankkeeseen upposi yli 20 miljoonaa markkaa (Kärkkäinen 2002, 37).

Martin Safarit Oy on ollut Haapamäen Höyryveturipuiston vuokralaisena vuosina 2003-2004. Höyryveturipuiston kehittäminen kuitenkin edellytti, että toiminnasta vastaavalla yrittäjällä on päätäntävalta ja investointimahdollisuus omaan liiketoimintaansa liittyviin rakennuksiin, maapohjaan ja kalustoon, joten Vainio osti ne Keuruun kaupungilta vuonna 2004. (Keuruun kaupunki, Ote pöytäkirjasta, 2004, 1.)

3 TURISTIKIERROKSEN PALVELUMUOTOILU

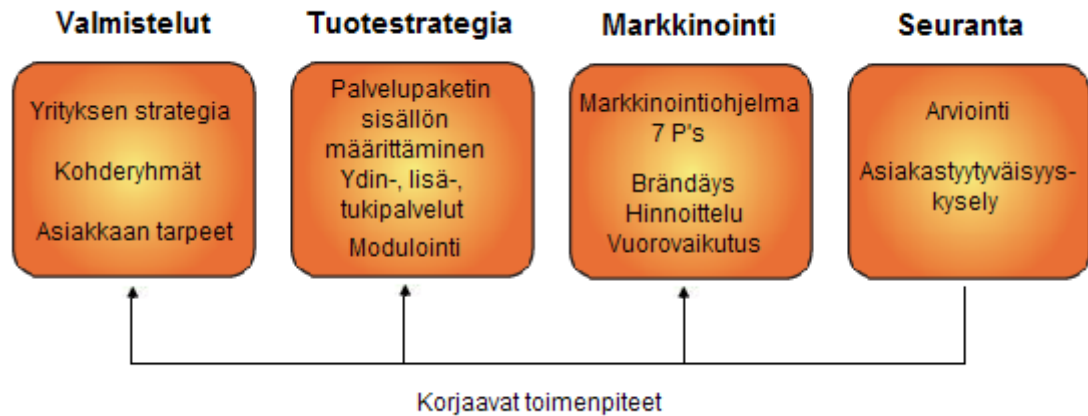
Tuotteistamisprosessi vaatii onnistuakseen hyvää suunnittelua. Menestyäkseen yrityksen on oivallettava asiakaslähtöinen ajattelu. On perehdyttävä asiakkaan tarpeisiin. Palvelut tuotetaan ja kulutetaan yhtäaikaista. Palvelun kuluttaminen tarkoittaa siis samalla myös palvelukokemusta.

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda Haapamäen Höyryveturipuistolle uusi palvelu, jolle on kysyntää. Höyryveturipuisto on laajentanut jatkuvasti toimintaansa museopuolelta viihteelliseksi ja palveluja tarjoavaksi kokonaisuudeksi. Idea kierrokselle on syntynyt asiakkaiden ideasta, mutta yrittäjä itsekkin on vastaavaa miettinyt. Kierroksen tarkoituksena oli kertoa Haapamäen sotahistoriasta ja esitellä sen rautatiehistoriaa. Haapamäki oli talvi- ja jatkosodan aikoina merkittävä risteysasema, jonka kautta lähes kaikki junaliikenne kulki. Siksi se kärsi sotien aikana useita pommituksia. Haapamäki on siis historiallisesti kiinnostava sota- ja rautatieaiheinen kohde.

3.1 Tuotteistamisprosessi

Parantainen (2007, 11) määrittelee tuotteistamisen asiantuntemuksen tai osaamisen jalostamiseksi myynti-, markkinointi- ja toimituskelpoiseksi palvelutuotteeksi. Yrityksen tuotekehityksen tavoitteena on saada aikaan sellaisia kokonaisuuksia, jotka vastaavat ostajien tarpeita. Vain ydintuotteeseen panostaminen ei useinkaan riitä. Ydintuotteen laajentaminen tuotepoliittisin keinoin mahdollistaa sellaisen tarjonnan, jonka ostaja on valmis hankkimaan ja jota ostaja arvostaa. Tuotteistaminen tarkoittaa raakatuotteen tuotekehitystä markkinoitavaksi tuotteeksi, jolloin se on asiakkaiden mielestä muita parempi ja haluttavampi. Käsitteenä tuotekehitys tarkoittaa sekä täysin uusien tuotteiden tuottamista että entisten parantamistyötä. (Bergström & Leppänen 2007, 174.)

Oheinen kuvio (kuvio 1) on luotu hyödyntäen Lehtisen ja Niinimäen (2005) kuvauksia tuotteistamisprosessista yhdistettynä opinnäytetyöntekijän omaan näkemykseen tuotteistamisprosessin etenemisestä.



KUVIO 1. Tuotteistamisprosessi (Lehto, 2011)

Lehtinen ja Niinimäki (2005, 45) kuvaavat tuotteistamisprosessia jatkuvaksi, vaiheittain eteneväksi prosessiksi. Usein tuotteistaminen samaistetaan pelkästään tuotteiden muodostamiseen, mutta siihen kuuluu muitakin vaiheita: valmisteleva työ, sisäisen ja ulkoisen markkinoinnin suunnittelu sekä seuranta ja arviointi. Seuraaviin kuvauksiin on yhdistetty myös kuvion 1 osioita.

3.1.1 Valmistelutyöt ja tuotteen muodostaminen

Tuotteistamisen valmistelu on aloitettava lähtökohtien selvittämisestä. Tarkoituksena on selvittää yrityksen asiakkaat ja asiakassegmentit sekä se, millaisia palveluja asiakkaalle pitäisi tuottaa. Asiakkaan tarpeet on siis selvitettävä ja tehtävä muutakin taustatutkimusta kuten ryhmitellä yrityksen kohderyhmät ja tarvittaessa perehdyttävä tuotteistamiseen liittyvään kirjallisuuteen. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 46.)

Valmistelutyöt aloitettiin kesällä 2010. Opinnäytetyöntekijä etsi taustamateriaalia tuotteistamisesta prosessin aloittamisen ja etenemisen tueksi. Yhdessä toimeksiantajan kanssa keskusteltiin tavoitteet ja muut tärkeät asiat kuten

kohderyhmät. Aivan kaikkea ei kuitenkaan heti alussa sovittu, vaan ne muotoutuivat prosessin edetessä.

Ensimmäisessä vaiheessa työn alle otettiin asiakastarpeen selvittäminen, vaikkakin tiedettiin, että kierrokselle oli jo niin sanotusti tarvetta, sillä asiakkailta oli suoraan tullut tiedusteluja. Ennen prosessin aloittamista, on selvitettävä asiakkaan tarve, eli pohdittava mitä, kenelle ja miten. Tarvekartoitusten avulla selvitettiin asiakkaiden tarpeita ja kiinnostuksen kohteita ja saatiin selville, että pommituspaikat ja vanhat rakennukset vanhassa rautatiekylässä ovat yleisen kiinnostuksen kohteena.

Tuotteistamisprosessin aikana dokumentoidaan tarvittavia tietoja, jotta asiakkaan tarpeet huomioidaan mahdollisimman hyvin ja jotta yritys saavuttaa tavoitteensa. Asiakkaan tarpeen määrittäminen on erittäin tärkeää, se on myös piste, johon voidaan aina palata katsomaan, onko tavoitteet saavutettu.

Suunnittelulla on merkittävä rooli tuotteistamisprosessissa. Suunnitteleamalla asiat tulee hoidettua paremmin, ja vältetään myös kiireen aiheuttamalta stressiltä. Siksi ennen varsinaisen tuotteistamisprosessin aloittamista oli hyvä hieman tutustua alan kirjallisuuteen ja lähdemateriaaliin ja tutustua prosessin eri osiin.

Tuotteen muodostaminen on tuotteistamisprosessin keskeisin vaihe. Ensimmäiseksi on analysoitava palvelutarjonta ja ryhmiteltävä palvelut. Kun tietyt palvelut on valittu, ryhdytään niitä tuotteistamaan yksityiskohtaisesti.

Tuotteen muodostamisvaiheessa tulee määritellä ydinprosessit ja tunnistaa eri vaihtoehdot tuotteiden muodostamiseksi. Tuotteistettavasta palvelusta on määriteltävä sisältö, käyttötarkoitus ja hyödyt, tarvittavien resurssien määrä sekä laatu. On arvioitava palvelun tuotteistamiseen tarvittava aika sekä palveluun kohdistuvat kustannukset. Palvelu on myös hinnoiteltava. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 47.)

Kierros koostuu kolmesta pääosakokonaisuudesta: Kahvitus, audiovisuaalinen esitys ja opastettu kierros Höyryveturipuiston välittömään läheisyyteen. Lisäksi

kierrokseen on mahdollista liittää kaikkea, mitä Höyryveturipuiston yhteistyökumppaneineen on mahdollista toteuttaa. Moduulien eli toiminnollisten kokonaisuuksien avulla voidaan helposti rakentaa asiakkaan tarpeisiin sopiva kokoonpano. Esimerkkinä mainittakoon ruokailu, resiinaretki, majoitus, tanssit, mönkijäsafarit ja puiston esittely. Ajateltiin, että kierroksen pitäisi sisältää paljon yksityiskohtaista informaatiota aseman seudun pommituksista. Kierroksen tulisi lisäksi pysyä mielekkäänä kestoltaan ja kohteiltaan.

3.1.2 Seuranta ja arviointi

Palvelun menekkiä on seurattava ja arvioitava. Lisäksi on seurattava tuotteiden vastaavuutta asiakkaiden tarpeisiin, tuotteen hinta-laatusuhteen onnistuneisuutta jne. esimerkiksi asiakaskyselyjen avulla. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 47.)

Palvelua on pystyttävä jatkuvasti kehittämään ja seuraamaan. Kierroksen testaamisen ja palautekyselyistä saatujen tulosten perusteella saadaan kuvaa miten onnistunut kierros eri osakokonaisuuksineen on. Näiden tietojen pohjalta palvelun menekkiä ja palautetta voidaan seurata väliajoin ja kehittää sitä tarpeen mukaan. Lisäksi tulee aina huomioida eri ryhmien tarpeet ja erityispiirteet. Esimerkiksi erittäin huonokuntoiselle ryhmälle kierrosta voidaan hieman lyhentää tai ulkomaalaisille on otettava huomioon, että opas osaa vaadittavan sanaston.

3.2 Kierroksen sisällön suunnittelu

Ennen kierroksen yksityiskohtaisempien suunnitelmien tekoa kartoitettiin kohderyhmien kiinnostusta kierroksesta ja sen sisältöä kohtaan. Alun perin kierroksen nimeksi kaavailtiin ”Kierros sota-ajan maisemiin Haapamäellä”, mutta lopulta siihen haluttiin lisätä rautatiekylämiljö, jolloin kierroksen lopulliseksi nimeksi tuli ”Kierros sota-ajan ja rautatiekylämiljöön maisemiin Haapamäellä”.

Kierroksesta haluttiin tehdä mahdollisimman tarkkaa tietoa antava. Oppaaksi valittiin entinen haapamäkeläinen, joka tuntee paikat ja joka asui ja eli siellä sotien aikana. Hän on itse kokenut sodan ja tuntee paikat, mutta myös tuo kierrokselle luotettavuutta ja vaikuttavuutta. Hänen omakohtaiset kokemukset ovat hieno lisä esittelykierrokseen.

Kierros vaihe vaiheelta, toki ryhmän tarpeiden mukaan joustavasti muotoiltavissa:

1) Vastaanotto

- ° Johtaja vastaanottaa vastaanottovirkailijoiden kanssa.
- ° Ryhmä ohjataan saliin, oppaan esittely.

2) Kahvitus ja audiovisuaalinen esitys

- ° kahvitus pääsalissa (Höyryveturipuiston kuvamateriaalia sisältävä mainosesitys pyörii televisioruudussa)
- ° Ryhmä siirtyy tanssialiin katsomaan audiovisuaalista esitystä.

3) Kierros

- ° Ryhmä kiertää noin 40 minuutin kestoisen kierroksen, joka lähtee ja päättyy Höyryveturipuiston tiloissa (koko kierroksen kesto noin 1 tunti).

4) Muut mahdolliset lisäpalvelut

- ° esimerkiksi ruokailu, resiinaretki, majoitus, tanssit, mönkijäsafarit ja puistokierros

Kierroksen aluksi asiakkaat haluttiin ottaa rauhassa sisälle Höyryveturipuiston tiloihin, siksi ensin olisi tarkoitus pitää kahvitus. Järjestystä on mahdollista muuttaa asiakkaiden toiveiden mukaan.

Palveluprosessi Höyryveturipuistossa alkaa vieraiden vastaanottamisella aulassa, jossa johtaja tervehtii ja toivottaa tervetulleeksi. Ryhmä ohjataan saliin, jossa on kahvituksen aikana mahdollista seurata televisioruudulla pyörivää opinnäytetyöntekijän toteuttamaa mainosvideota. Tämän jälkeen opas ottaa vastuun kierroksesta. Kahvituksen jälkeen ryhmä ohjataan siirtymään istumaan tanssialiin, johon on sijoitettu tuoleja. Audiovisuaalinen esitys sisältää kuvamateriaalia entisajan Haapamäestä, lisäksi opas myös selostaa. Esitys

heijastetaan seinäkankaalle. Sen päättyessä opas ohjaa ryhmän Höryveturipuiston portille, mistä kierros voi alkaa.

Kierros koostuu useista yksityiskohdista, jotka käsittelevät Haapamäen aseman seudun pommituksia ja sotahistoriaa talvi- ja jatkosodan aikana sekä kylän rautatiehistoriallista taustaa.

Kierrosta suunniteltaessa tuli ottaa huomioon kohderyhmän ikä. Kierroksesta ei siis saanut tehdä liian raskasta tai liian kauan kestävä. Kahvitus haluttiin paketoita kierrokseen saman tien, sillä ryhmät lähtökohtaisesti aina sen haluavat. Haapamäellä on paljon sotaan liittyviä kohteita, mutta tämä kierros keskittyy Höryveturipuiston lähimaisemiin, erityisesti aseman ja ratapihan seudulle, jotka sotien aikana kokivat suurimmat pommitukset.

Tavoitteena oli muodostaa monipuolinen kierros (kuvi 2), jossa olisi riittävästi mielenkiintoisia kohteita yksityiskohtineen ja muine palveluineen. Pyrittiin valitsemaan mielenkiintoiset kohteet, jotka liittyvät sotaan, ja kertomaan niistä myös yksityiskohtaista informaatiota. Jotta ryhmä pääsisi tunnelmaan, päätettiin ennen varsinaiselle opastetulle kierrokselle lähtöä esittää Haapamäen sotahistoriaa kuvina.



KUVIO 2. Kartta kierroksesta

- | | |
|---------------------|------------------------------------|
| 1. Tauno Palo | 7. Veturi aseman pihassa |
| 2. Vesitorni | 8. Asema |
| 3. Hotelli Hilttoni | 9. Mannerheimin laatta |
| 4. Vahtitupa | 10. Asemaravintola |
| 5. Veturitallit | 11. Asematie rivitaloineen |
| 6. Ratapiha | 12. Koliston Alman mökki |
| | 13. Kivi rautatieläisten kunniaksi |

Tauno Palo palveli osan palveluksestaan Haapamäellä ilmatorjuntajaoksessa patterinpäällikön autonkuljettajana. Höryveturipuistossa on vesitornin kyljessä hänen nimikirjoituksensa ja ilmatorjuntatykki on sijoitettu puistoon. Tykkien tarkoitus oli suojata lähinnä asemanseutua, koko kylää suojaamaan niiden kantokyky ei riittänyt.



KUVA 1: Boforsin ilmatorjuntatykki Haapamäen Höryveturipuistossa (Lehto, 2010)

Koko kylälle tuli vesi vesitornin kautta Niemelänjärvestä. Vesitornin kautta myös höryveturit saivat veden. Puiston alue toimi valtavana halkotarhana höryveturikaudella.



KUVA 2: Vesitorni (Lehto, 2010)

Nykyinen Haapamäen Hilttoni toimi veturinkuljettajien ja veturinlämmittäjien majoitustilana. Sittenmin ennen hotellivaihetta se siirtyi Haapamäen Museoveturiyhdistyksen majoituskäyttöön. Talo kunnostettiin ja siitä tehtiin 17 huoneen hotelli sekä kesä että talvikäyttöön. Parkkipaikalla Hilttonin takana oli ennen toinenkin, mutta yksikerroksinen, majoituskäyttöön tarkoitettu rakennus.



KUVA 3: Haapamäen Hilttoni (Lehto, 2010)

1800-luvun lopulla rakennettu ratavartijan asunto, jonka toinen pääty toimi lepohuoneena, ei kärsinyt koskaan pommituksissa. Nykyisin Museoveturiyhdistys omistuksessa oleva ratavartijan vahtitupa on kunnostuksen alla ja siitä on tarkoitus tulla Museoveturiyhdistys ry:n arkisto/majoitustila.



KUVA 4: Vahtitupa (Lehto, 2010)

Haapamäen Museoveturiyhdistyksen hallinnoimat veturitallit kärsivät aikoinaan pommituksista, yksi pilttuu sai täysosuman ja tuhoutui täysin.



KUVA 5: Veturitallit (Lehto, 2010)

Ratapiha oli keskeinen pommituspaikka sotien aikana. Junaliikenne kulki Haapamäen kautta, joten merkittävänä risteysasemana myös viholliset tiesivät sen. Tavaravaunuja rikkoutui useita. Koneet lähtivät Viron Baldeskistä Oriveden yli ja tulivat viistoon koko ratapihan matkalta pudottaen palopommeja. Ratapihalla oli aikoinaan suunnilleen 13 raideparia eli huomattavasti nykyistä enemmän. Nykyinen tarve Haapamäen ratapihalle on lähinnä puunlastaus, joka onkin yksi suurimmista Suomessa.



KUVA 6: Ratapiha (Lehto, 2010)

Kyläyhdistyksen vuonna 1983 kunnostama päivystysveturi on rautatieaseman pihassa merkkinä kylän rautatiehistoriasta.



KUVA 7: Vuoden 1931 veturi Haapamäen asemalla (Lehto, 2010)

Haapamäen kylä kehittyi rautatieläiskyläksi vuonna 1883, kun Vaasan rata valmistui. Haapamäen asemarakennus on rakennettu vuonna 1897, jolloin Haapamäestä myös tuli risteysasema. Asemalla oli tärkeä kohtaamispaikka. Kuvassa oikealla oleva ovi johti asemapäällikön tiloihin, seuraava toimistoon, junanlähetykseen, matkustajien odotustilaan ja viimeinen tekniseen tilaan, jossa tavaroiden vastaanotto ja luovutus tapahtui. Aseman kautta kulki sotilasjunat itärintamalle. Myös saksalaiset joukot kulkivat Haapamäen kautta.



KUVA 8: Haapamäen asemarakennus (Lehto, 2010)

Pelastaakseen Akseli Gallen-Kallelan, Mannerheim määräsi hänet pois sodan jaloista suunnittelemaan itsenäiselle Suomelle sen ensimmäiset kunniamerkit. Gallen-Kallela teki ensimmäisen luonnoksen valkoiseksi ruusuksi Haapamäen asemalla. Laatan kiinnittivät Haapamäen yhteiskoulun entiset oppilaat vuonna 1967.



KUVA 9: Mannerheimin laatta (Lehto, 2010)

Haapamäen asemaravintolarakennus on rakennettu vuonna 1940 ja oli kuuluisa hyvästä ruoastaan. Toiselle ja kolmannelle luokalla oli jaoteltu omat tilat. Nykyisin sillä ei ole käyttöä.



KUVA 10: Haapamäen entinen asemaravintola (Lehto, 2010)

Asematiellä on viisi rivitaloa, ne olivat VR:n neljän perheen asuintaloja. Niitä asuttivat VR:n työntekijät, sähköinsinööri, asemapäällikkö, junanlähettäjä, veturinkuljettaja ja myös elokuvaohjaaja Matti Kassila, perheineen. Neljä viidestä rivitalosta kärsi pommituksissa. Useat asukkaat pakenivat pommituksia läheiseen Tervatehtaanmäkeen. He piiloutuivat lakanoiden alle, jotta pommikoneet eivät erottaisi heitä lumessa.



KUVA11: Asematien rivitalo (Lehto, 2010)

Rouva Kolisto hoiti veturimiesten lepotaloa. Hänen mökkinsä tuhoutui pommituksissa, mutta kyläläiset rakensivat hirsistä hänelle uudelleen pienemmän mökin.



KUVA 12: Koliston Alman mökki (Lehto, 2010)

Höyryveturipuiston parkkipaikan kulmalle on sijoitettu rautatieläiskylän muistomeriksi kivi laattoineen. Kierroksen opas Alpo Ojala ehdotti muistolaattaa ja sen tarkoitus on kuvastaa Haapamäen rautatieläisten ahkeruutta ja sitä, että he rakensivat Haapamäen. Haapamäki koki nousun, tuhon ja jälleen se on palannut positiivisempaan vireeseen. Rautateitä lukuun ottamatta Haapamäellä ei ole ollut kehitystä. Teollisuutta ei nimittäin ollut ennen sotaa lainkaan, koska silloin ajateltiin, ettei teollisuustyöläisiä haluta Haapamäelle, ja lisäksi moni joutui lähtemään kansalaissodan aikana. Rautatieläishistoria on edelleen havaittavissa Haapamäen miljöössä.



KUVA 13: Haapamäen Höryveturipuisto (Esko Soini, Studio Esko Oy)

3.3 Aikataulu

Tuotteistamisprosessin suunnittelu aloitettiin kesäkuussa 2010 ja se jatkui koko kesän. Suunnittelun ohella aikataulutettiin prosessin etenemistä. Kirjallisiin lähteisiin ja muuhun materiaaliin perehdyttiin kesä-heinäkuun aikana. Tarvekartoitus haastattelut toteutettiin myös kesä-heinäkuussa. Kyselyt eläkeläisliitoille lähetettiin heinäkuun alussa.

Aikataulutus piti hyvin. Vain audiovisuaalisen esityksen valmistuminen jäi aikataulusta, koska sen lähdemateriaalien saamista mietittiin pitkään eri lähteistä. Prosessilla oli sinällään joustava aikataulutus, sillä tuotteistettu palvelu otetaan käyttöön vasta kesäkaudelle 2011. Tarvekartoituksilla oli ensisijainen kiire heti prosessin alkuvaiheessa, sillä ne olivat pohjana ja perustana prosessin aloittamiselle. Opas saatiin hankittua jo hyvin varhaisessa vaiheessa, joten kierroksen kohteiden suunnittelu eteni ripeästi ja kohteet saatiin suunniteltua valmiiksi.

3.4 Tarvekartoitukset

Tarvekartoitukset (liite 2) tehtiin, jotta saatiin näyttöä palvelun tarpeellisuudesta ja tietoa suoraan asiakkailta, mitä he kierrokselta odottaisivat ja mitä haluaisivat ensisijaisesti nähdä ja kuulla. Kyselyt toteutettiin kirjallisesti haastatteluna, sillä se nähtiin parhaana tapana tavoittaa asiakkaat. Ennen lomakkeen käyttöönottoa se näytettiin toimeksiantajalle hyväksymistä varten.

Henkilökohtainen haastattelu sopii kun tarvitaan yksityiskohtaista tietoa asiakkaan tarpeista. Haastattelu toteutetaan kasvokkain tai puhelimitse. Haastattelu voi tapahtua myös ryhmässä, jolloin tarkkailun kohteena ovat asiakkaiden vastaukset, mutta myös näiden reaktiot toistensa näkemyksiin. (Laamanen 2005, 377.) Haastattelija varmistaa, että kysymykset ymmärretään oikein, ja siten hän pystyy heti korjaamaan mahdolliset virhetulkinnat. Kasvotusten ihmiset yleensä vastaavat rehellisimmin. (Lecklin 2006, 109.)

Opinnäytetyöntekijä haastatteli kymmentä asiakasta, jotka valittiin palvelun kohderyhmään mahdollisesti sopivista asiakkaista. Tämä tarkoittaa sitä, että koska palvelun kohderyhmänä ovat lähinnä eläkeläiset, sotahistoriasta kiinnostuneet ja muutenkin aikuiset, valittiin Höyryveturipuistoon saapuvista asiakkaista haastateltaviksi sellaisia, jotka mahdollisesti myös käyttäisivät tätä palvelua. Kaikille haastatteluun osallistuneille tarjottiin kahvit ja pullat kiitokseksi. Tarvekartoitukset toteutettiin heinäkuun loppuun mennessä.

Suomen kaikille eläkeläisliitoille lähetettiin tarvekartoituskirjeet (liite 3), joissa oli mukana myös palautekuori ja postimaksu maksettuna. Lisäksi vastaamisesta toiminnanjohtajille luvattiin vapaalippu Höyryveturipuiston kesän tansseihin. Eläkeläisliitoista vain kaksi kahdestakymmenestä palautti vastauslomakkeen, mutta tämän lisäksi kaksi eläkeläisliiton toiminnanjohtajaa soitti.

Palaute tarvekartoituksista oli yleisesti ottaen positiivista. Kyselyyn vastanneita kiinnosti eniten sotahistorialliset pommituspaikat ja vanhat rakennukset. Myös Haapamäen rautatiehistoriallinen tausta, sen vaiheet ja asemamiljöö nousi esiin. Vanha rautatiekalusto oli myös näkemisen arvoista. Osalle nousi ajatus liittää kierrokseen lisäpalveluna resiinaretki.

3.5 Henkilöresurssi

Tuotteistamisen avulla on mahdollista monistaa vaikeita taitoja siten, että myös muutkin kuin huippuammattilaiset voivat alkaa myydä kyseistä palvelutuotetta. Asiantuntemuksen monistaminen tarkoittaa siis käytännössä sitä, että osaaminen on siirrettävissä ammattilaiselta toiselle ilman, että ammattilaisen on koulutettava uusi asiantuntija. Yritys ei siis ole riippuvainen yksittäisistä asiantuntijoista eikä konsepti katoa vaikka asiantuntijat vaihtuisivat. Palvelua voidaan edelleen käyttää, jos ohjeet on laadittu ja dokumentoitu hyvin. (Parantainen 2007, 16, 20-21.) Kierros suunniteltiin tarkkaan vaihe vaiheelta ja kohde kohteelta, joten myös uusien työntekijöiden on helppo kierrosta myydä ja toteuttaa. Myös oppaalle laadittiin runko ja muistiinpanot, mitä hänen kierroksen aikana tulisi esitellä ja kertoa, joten kuka tahansa voi myös oppaan roolin tarvittaessa ottaa.

Kierroksen henkilökunnasta tärkein työntekijä on opas. On kuitenkin huomioitava, että kahvitus on ajallaan ja vastaanottovirkailija voi huolehtia ryhmän saapumisen yhteydessä laskutuksen ja ryhmän koon laskemisen.

3.6 Esite

Esite (liite 1) kierroksesta toteutettiin Illustrator-ohjelmalla. Esite on A4-kokoinen ja väriltään mustavalkoinen, minkä todettiin ehdottomasti tunnelmaan sopivammaksi kuin värillisen. Esitteestä käy ilmi Höyryveturipuiston yhteystiedot ja palvelut sekä kierroksen hinta, lyhyt kuvaus kierroksesta, kierroksen osakokonaisuudet ja se, että asiakkaalla on mahdollisuus liittää pakettiin mukaan lisäpalveluita. Alakulmaan on sijoitettu vanha kuva Haapamäen asemarakennuksesta sen vilkkaina päivinä. Esitteestä haluttiin luoda ytimekäs kuvaus kierroksesta, sillä liika informaatio on usein turhaa.

3.7 Visuaaliset esitykset

Pakettia varten toteutettiin kaksi visuaalista esitystä. Audiovisuaalinen esitys Movie Maker –ohjelmalla ja visuaalinen Power Point –ohjelmalla. Audiovisuaaliseen esitykseen oli alun perin tarkoitus hankkia materiaalia Internetin Youtube -palvelun kautta. Ylen elävästä arkistosta olisi löytynyt hyödyllistä materiaalia, mutta kyselyn perusteella näiden lähteiden todettiin olevan liian kalliita. Näin ollen päädyttiin loppujen lopuksi esittämään ainoastaan kuvia Haapamäestä. Materiaalien pohjalta koottiin kokonaisuus, jossa käsitellään talvi- ja jatkosotaa Haapamäellä. Kuvat saatiin paikkakuntalaisen kokoelmasta. Opas selostaa tärkeimmistä kuvista taustatietoja.

Noin kahdeksan minuutin mittainen kuvaesitys Höyryveturipuistosta toteutettiin toimeksiantajan pyynnöstä lisämateriaalina kierrosta varten. Materiaali kerättiin ottamalla valokuvia ja hyödyntämällä vanhoja arkistoista löytyneitä kuvia cd-levyiltä. Lisäksi keuruulaiselta valokuva-alan yrittäjältä saatiin kuvia hyödynnettäväksi. Kuvat koottiin PowerPoint –ohjelmaan, ja esitys laitettiin pyörimään katkeamattomana jatkumona Höyryveturipuiston salin taulutelevisioon. Esitystä tullaan hyödyntämään myös muissa tapahtumissa ja yleisesti puiston aukioloaikoina markkinointimateriaalina.

3.8 Yhteistyökumppanit

Prosessin aikana yhteistyökumppaneiksi saatiin paikallinen asukas Matti Heinonen ja keuruulainen valokuva-alan yrittäjä Esko Soini, joilta molemmilta saatiin suuri otos kuvia visuaalisia esityksiä varten. Heinosen kuvat käsittelevät lähinnä Haapamäkeä 1930-luvulta eteenpäin, sen kehitystä ja historiaa. Hän ei vaatinut vastapalkkiota, mutta hänelle toimitettiin silti kaksi tanssilippua lauantain tansseihin. Soini puolestaan on kuvannut puistoa ja siellä olleita tapahtumia pitkin sen historiaa aina nykypäivään saakka.

4 MARKKINOINTI JA MYYNTI

Yksi tuotteistamisen tehtävistä on tehdä ostamisesta mahdollisimman helppoa. Erityisesti asiantuntijapalveluiden ostaminen saattaa olla vaikeaa useasta syystä. Ensinnäkin, kaikki palveluntarjoajat sanovat olevansa laadukkaita ja luotettavia eli ostajan on hankala erottaa myyjien lupauksia toisistaan. Toisekseen, palvelut ovat hajallaan eri paikoissa, ne joudutaan siis hankkimaan erikseen ja se koetaan usein hankalaksi. Kolmanneksi, palvelu on aineetonta, sitä ei voi kosketella eikä kokeilla etukäteen. (Parantainen 2007, 38-39.)

Markkinoinnilla on ilman muuta keskeinen rooli, sillä kaiken toiminnan pitäisi tähdätä asiakkaiden tarpeiden tyydyttämiseen. Markkinointi kuitenkin on harvoin Suomessa strategiaa luovaa toimintaa. Koko organisaation olisi ymmärrettävä asiakkaiden tarpeet, sillä vain näin voidaan lunastaa lupaukset. (Taipale 2007, 65.) Henkilökunta on perehdytetty kierroksen osakokonaisuuksiin. Kierros sota-ajan ja rautatiekylämiljööön maisemiin Haapamäellä tullaan lanseeraamaan markkinoille kesällä 2011.

4.1 Imago

Yrityksen imago edustaa arvoja, joita ihmiset liittävät yritykseen. Vaikka Höryveturipuisto käyttääkin markkinoinnissaan huomiota herättäviä värejä kuten mustaa, punaista ja keltaista, luotiin kierrokselle silti sen tunnelmaan sopiva mustavalkoinen esite. Haapamäen Höryveturipuisto kuvastaa osaltaan myös rautatieläishistoriaa, ja uusi palvelu sopii tähän mukaan hyvin.

4.2 Markkinointimalli

Jerome McCarthyn kehittämä 4P-malli kuvaa yrityksen kilpailukeinoja. Se pitää sisällään tuotteet (product), hinnan (price), saatavuuden (place) ja markkinointiviestinnän (promotion). Laajennettu version on 7P, jossa on

edellisten lisäksi fyysinen ympäristö (physical environment), prosessi (process) ja ihmiset (people).

Palvelu on koottu kolmesta osasta, kierroksesta, kahvituksesta ja audiovisuaalisesta esityksestä. Tuotteistettu kierrospaketti on luonteeltaan palvelukokemus. Markkinointiviestinnässä annetut lupaukset tulee pystyä täyttämään, sillä kun asiakas tulee kuluttamaan palvelua, hänellä on odotuksia. Nämä odotukset vaikuttavat hänen kokemukseensa.

Palvelun hinnoittelu ei saisi yritysorganisaatiossa olla yhden ihmisen vastuulla. Hintapäätöksiä tekemiseen tarvitaan yritysjohtajan, markkinoinnin, tuotannon, talousjohtajan sekä asiakastyötä tekevien näkökulmia ja asiantuntemusta. (Rissanen 2006, 232.)

Tuotteistaminen mahdollistaa kiinteän hinnoittelun, hinnoittelu konkretisoi palvelun. Tällöin asiakkaalle on mahdollista ilmoittaa selkeästi mitä hän saa ja mihin hintaan vaikka palvelu koostuisikin useasta eri osiosta. Hinnanmuodostamisella on merkittävä rooli, sillä se luo palvelusta myös tietynlaista hintamielikuvaa.

Kierroksen hinta haluttiin luoda yhteensopivaksi puiston museopuolen lipun ja muiden tuotteiden kanssa. Hintaehdotus 8 euroa tuli lähinnä toimeksiantajalta. Palvelusta aiheutuvia kuluja on vähän, vain oppaan palkka/tunti ja pulla noin 0,65 euroa/kpl.

Palvelua myydään lähinnä puiston vastaanoton kautta, jossa asiakkaiden on mahdollista nähdä ja ottaa mukaansa esite. Lisäksi Vainio hoitaa henkilökohtaisesti yhteistyön ryhmien kanssa, joten hänellä on mahdollisuus suositella tai tehdä tarjous kierroksesta ryhmille. Maininta kierroksesta tulee mahdollisesti myöhemmässä vaiheessa myös puiston Internet sivuille. Kierros sota-ajan ja rautatiekylämiljöön maisemiin Haapamäellä tullaan lanseeraamaan markkinoille kesällä 2011.

Markkinointiviestintä koostuu myynninedistämisestä, suhdetoiminnasta, mainonnasta ja henkilökohtaisesta myyntityöstä. Myyntikanavana palvelun

kohdalla käytetään henkilökohtaista myyntityötä ja suhdetoimintaa, jotka johtaja itse hoitaa. Lisäksi kierroksesta luotu esite toimii markkinointikeinona. Tarvekartoitusten aikana markkinoitiin samalla kierrosta jo ennakkoon. Pienellä paikkakunnalla kannattaa myös hyödyntää sanan levitystä.

Sekä ulkoinen että sisäinen ympäristö vaikuttavat asiakkaan kokemukseen palvelun miellyttävyydestä. Höyryveturi on tiloistaan siisti ja viihtyisä. Kierros ulkona puiston välittömässä läheisyydessä on miellyttävissä kylämaisemissa. Palveluprosessi kokonaisuudessaan on tärkeä, varsinkin kun palvelu tuotetaan ja kulutetaan lähes samanaikaisesti. Varauksen, ilmoittautumisen, maksamisen ym. on toimittava sujuvasti. Asiakkaisiin kosketuksissa olevat työntekijät ovat avainasemassa. Vastaanottovirkailijat ovat ammattitaitoisia ja opas on taitava kertoja ja osaa lisätä myös huumorin kierroksen vakavaan aiheeseen.

4.3 Kohderyhmät

Parantaisen (2007, 143) mukaan yrityksen on aluksi tarkennettava asiakasryhmänsä, jonka ongelmia lähdetään ratkomaan, sillä mitä epämääräisempi ja laajempi asiakaskunta on, sitä huonommin tuotteistetusta palvelusta on kysymys.

Kohderyhmäksi valittiin eläkeläiset tai sotahistoriallisista asioista kiinnostuneet. Yksittäisille henkilöille kierrosta ei kannata järjestää, mutta tavoitteena olisi sunnuntaisin toteuttaa yleinen esittämispäivä. Tällöin kierros starttaa audiovisuaalisen esityksen käynnistyttyä kello 12 sunnuntaina, jonka jälkeen opas vie asiakkaat kierrokselle. Näin huomioidaan kaikki matkailijat eli vaikka kierros onkin suunnattu ryhmille, on myös yksittäisten matkailijoiden mahdollista päästä kierrokselle mukaan.

4.4 SWOT-analyysi

Nelikenttäanalyysi SWOT:n avulla voidaan tarkastella yrityksen vahvuuksia ja heikkouksia sekä mahdollisuuksia ja uhkia. Se on käyttökelpoinen työkalu

yrittäjien toiminnan ja projektien suunnittelussa. Analyysissä kuvatut vahvuudet ja heikkoudet ovat sisäisiä tekijöitä kun taas mahdollisuudet ja uhat ovat ulkoisia tekijöitä.

		+	-
		VAHVUUDET	HEIKKOUEDET
Sisäinen ympäristö		Uutuus	Sääolot
		Tietoa Haapamäen sota-, ja rautatiehistoriasta	Heikkoudet kulkumahdollisuudet
		Paikkakuntalainen eläkeläisopas	Kierroksen vaihtumattomuus
		Aitoja vanhoja kuvia Haapamäeltä Monipuoliset lisäpalvelut	Haapamäen muut palvelut heikkoja
		MAHDOLLISUUDET	UHAT
Ulkoinen ympäristö		Haapamäen sijainti Keski-Suomessa	Sääolot
		Muokattavuus lisäpalveluiden avulla	Haapamäen sijainti Huonot julkiset kulkuyhteydet Haapamäelle

KUVIO 3. SWOT-analyysi.

4.5 Riskienhallinta

Riskejä kartoitettiin miettimällä mahdollisia haittatekijöitä, joita kierroksen aikana voi tapahtua. Kartoittamisen jälkeen riskit tulee analysoida. Suurimmaksi riskiksi kierrokselle arvioitiin huono sää. Muita riskitekijöitä voi olla tekniikan toimimattomuus ja eläkeläisten jaksamattomuus kierroksen aikana. Riskit ovat kuitenkin kohtuullisen pienessä mittakaavassa.

Myös ryhmäkoot otettiin huomioon ja pohdintaan. Haapamäen Höyryveturipuistolla on olemassa valmiina pelastussuunnitelma. Pääravintolaan eli saliin mahtuu 120 asiakasta, joten tilojen hallintaa ei suurenkaan ryhmän läsnäoloaikana tule merkittävää muutosta, tosin on otettava erikseen huomioon, mikäli päivä on ruuhkainen. Jos sali on täynnä ruokailijoita, voidaan kahvitusr ryhmälle helposti toteuttaa myös tanssisalin puolella.

4.6 Talous

Tuotteistamisesta aiheutuu yritykselle kustannuksia. Talous on pidettävä vähintään tasapainossa, mutta koska kyseessä on yritys, tavoiteltiin myös

voittoa. Menot ja tulot selvitettiin ennen hinnanmuodostamista. Merkittäviä kuluja tuotteistamisprosessin aikana ei kuitenkaan kertynyt, kulut olivat lähinnä postimerkkien hankintoja eläkeläisliittojen kirjeitä varten. Oppaan palkkakulut ovat merkittävin menonlähde. Kahvituksesta aiheutuvat kulut ovat pienimuotoisia, noin 0,65 euroa/henkilö. Vaikka kyseessä onkin kaupallinen tuote, pyrittiin kaikki tarpeellinen silti hankkimaan mahdollisimman edulliseen hintaan ja yhteistyökumppaneita hyödyntäen.

5 PALAUTE KIERROKSESTA

Palautetta kerätään, jotta voidaan selvittää, onko tavoitteet saavutettu ja kuinka kohderyhmä koki palvelun. Lisäksi saadaan selvitettyä mitä olisi kannattanut tehdä toisin tai mitkä asiat onnistuivat erityisen hyvin. Asiakastyytyväisyysmittauksilla selvitetään tuotteiden ja prosessien laatua sekä miten yritys on onnistunut vastaamaan asiakasarvoihin. Asiakastyytyväisyysmittausten tuloksista on löydettävissä alueet, joilla on tehtävä parannustoimenpiteitä. (Lecklin 2006, 87.)

Asiakastyytyväisyyttä mitatessa, selvitämme asiakkaan tunnepohjaista suhtautumista eli asennetta kaikkea sitä kohtaan, mikä liittyy yritykseen ja palveluun. Tyytyväisyys ja tyytymättömyys eivät ole toistensa vastakohtia vaan kysymys on kahdesta eri tunteesta, jotka syntyvät eri tavalla. Tyytyväisyys syntyy, kun odotukset ylittyvät. Odotuksien syntymiseen ja muuttumiseen vaikuttaa eniten omakohtainen kokemus, mutta myös muiden mielipiteillä on suuri vaikutus. Tyytymättömyys syntyy siitä, etteivät vaatimuksemme toteudu. Ostamista silmällä pitäen negatiiviset tunteet ovat merkittävimpiä, sillä ne estävät jopa harkitsemasta ostamista. Negatiiviset kokemukset määrittävät tyytyväisyyttä monikertaisesti positiivisiin kokemuksiin verrattuna. (Laamanen 2005, 370-371.)

Testikierros järjestettiin 31.3.2011 ja siihen osallistui viisi ihmistä oppaan, toimeksiantajan ja opinnäytetyöntekijän lisäksi. Tavoitteena oli saada paikalle 10-15 ihmistä, mutta osa estyi eikä päässyt tulemaan. Ryhmä oli koottu toimeksiantajan tutuista lähiseudun henkilöistä. Ryhmä vastaanotettiin klo 18.00–18.10 välisenä aikana, ja kahvitus aloitettiin sitä mukaan kun ihmisiä saapui. Audiovisuaalinen esitys saatiin pyörimään klo 18.10 ja itse kierros aloitettiin 18.36 ja se kesti klo 19.12 saakka eli kierroksen pituus testikierroksella oli noin puoli tuntia. Kokonaisuudessaan kierros saatiin siis vietyä läpi tunnissa, mikä oli tarkoituskin.

Palautekyselyssä (liite 6) selvitettiin taustatiedot sekä kysyttiin avoimina kysymyksinä kierroksen eri osien toimivuudesta ja mielekkyydestä. Myös

”ympyröi mielestäsi paras vaihtoehto”-kysymyksiä tehtiin koko kierroksesta. Avoimien kysymyksien tarkoituksena oli saada mahdollista lisätietoa, mitkä asiat olivat onnistuneet ja mitkä eivät.

Palaute oli pääsääntöisesti positiivista. Kierroksen testaaminen sai myös opinnäytetyön ja toimeksiantajan konkreettisesti läpi käymään sen vaihe vaiheelta ja huomaamaan muutamia epäkohtia ja huomioita. Yleisöltä kehittämissuhteeksi tuli se, että diat voisivat vaihtua aavistuksen hitaammin. Positiivisena palautteena tuli muun muassa ”Oikein mukava lenkki, olisi voinut olla pidempikin.” Opasta kehuttiin myös sekä kierroksen kohteita ja yksityiskohtaista selostusta.

Toimeksiantajan kanssa käytiin testikierroksen jälkeen palautekeskustelu. Ajatuksena nousi se, että oppaalla voisi olla mikrofoni kierroksen aikana, mutta tämä vain silloin, jos ryhmä on huomattavasti suurempi. Lisäksi pohdimme sitä, mitä yleisökin, eli että kuvat voisivat audiovisuaalisen esityksen aikana vaihtua hieman hitaammin. Kuitenkin tärkein asia, mikä parantaisi palvelun laatua oli se, että oppaan äänen voisi nauhoittaa ja liittää sen suoraan audiovisuaaliseen esitykseen. Tällöin oppaan ei tarvitsisi kiirehtiä kertomaan seuraavasta kuvasta, eikä hänen edes tarvitsisi olla konkreettisesti paikalla vielä tällöin.

6 LOPUKSI

Projektille asetetut tavoitteet saavutettiin melko hyvin. Testikierroksen aikana, sen jälkeen ja sitä edeltävänä päivänä, jolloin suunnittelimme kierroksen etenemistä, huomasimme muutamia epäkohtia, jotka ovat kuitenkin nopeasti korjattavissa.

Vaikka kierroksen tuotteistaminen toteutui pienellä budjetilla, saatiin silti luotua toimiva kierros, millä on mahdollisuudet päästä yleisölevitykseen kesän 2011 aikana. Pienellä hienosäädöllä paketista saadaan varsin sujuva kokonaisuus.

Tuotteistamisprosessi onnistui hyvin, erityisesti valmistelu ja tuotteen muodostamisvaiheet. Käytännön järjestelyt etenivät kesällä 2010 ripeästi vastaanottovirkailijan töiden ohessa. Yhteistyö toimeksiantajan ja muiden yhteistyökumppaneiden kanssa sujui hyvin koko prosessin ajan. Lisäksi sain käytännön kokemusta tuotteistamisprosessin etenemisestä. Pienin menoin selvisi osaksi myös hyvien yhteistyökumppaneiden ansiosta. Suunnittelutyö oli tehty hyvin, joten tuotteistamisprosessi eteni hyvin.

Toimeksiantajalta nousi ilmoille ajatus audiovisuaalisesta esityksestä, jonka aiheena olisivat höyryveturit ja niiden aikakausi. Tässä olisi siis mahdollisesti seuraava tuotteistamiskohde tai ainakin yksi uusi palveluidea.

Oli kiehtovaa päästä itsenäisesti toteuttamaan uutta tuotepakettia, joka todella otetaan mukaan Höyryveturipuiston valikoimaan. Omasta koulutuksesta oli hyötyä ja opittuja taitojaan pääsi käyttämään, varsinkin markkinoinnillisia kykyjä ja atk-taitoja.

Suunnittelulla oli suuri merkitys prosessin onnistumisessa. Toimeksiannon saatuaani ja työt aloittaessani keväällä, aloitin intensiivisen suunnittelun, joka jatkui myös myöhemmäksi kesään. Lähteinä käytin tuolloin Internetiä ja omia kurssimateriaalejani ja oppimiani taitojani.

Opittujen tietojen soveltaminen tähän käytännön työhön oli opettavaista. Oli kiintoisaa päästä todella toteuttamaan konkreettista käytännön työtä ja olla vastuussa projektin suunnittelusta ja etenemisestä. Oli antoisaa onnistua ja saada positiivista palautetta sekä testiryhmältä että toimeksiantajalta. Prosessin aikana oppi myös uutta.

Opinnäytetyöntekijän henkilökohtaisena tavoitteena oli puolestaan onnistua tuotteistamisprosessissa ja saada luotua hyvä uusi palvelu, joka olisi kategoriassaan myös hienoa mainosta kotipaikkakunnastani Haapamäestä. Lisäksi sivutavoitteena opinnäytetyön edetessä nousi esille Höyryveturipuiston taustojen selvittäminen. Mahdollisuudesta päästä toteuttamaan konkreettista asiaa yritykselle haluttiin myös oppia mahdollisimman paljon.

LÄHTEET

Bergström, S., Leppänen, A. 2007. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.

Gastropoint Oy. 1987. Haapamäen Veturipuiston hankesuunnitelma ja Keuruun kaupungin matkailun kehittämisen pääpiirteittäinen puitesuunnitelma. Keuruun kaupungin arkisto

Haapanen, O. entinen Keuruun kaupunginsihteeri. 2010. Haastattelu 10.12.2010. Haastattelija Lehto, L. Litteroitu. Leena Lehdon kotiarkisto.

Keuruun kaupunki. Kaupunginhallitus. 2004. Ote pöytäkirjasta. Kehittämissyhtiö Keulink Oy. Keuruun seutukunta yritys ympäristönä. Luettu 8.2.2011. http://www.keulink.fi/index.php?PAGE=10&LANG=1&NODE_ID=10

Kärkkäinen, O. 2002. Taivu ja taistele – Kuntajohtajan kuhnuointia lama-Suomessa. MC-Pilot Oy Kustannus.

Kärkkäinen, O. entinen Keuruun kaupunginjohtaja. 2010. Haastattelu 9.11.2010. Haastattelija Lehto, L. Litteroitu. Leena Lehdon kotiarkisto.

Laamanen, K. 2005. Johda suorituskkyä tiedon avulla – ilmiöstä tulkintaan. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. 5. uudistettu painos. Helsinki: Talentum.

Lehtinen, U., Niinimäki, S. 2005. Asiantuntijapalvelut, tuotteistamisen ja markkinoinnin suunnittelu. 1. painos. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Lehto, L. 2010. Kuva-arkisto.

Louna, T. Keuruu kaupunginjohtaja. 2010. Haastattelu 10.12.2010. Haastattelija Lehto, L. Litteroitu. Leena Lehdon kotiarkisto.

Mäkinen, I. 2004. Piikkareita ja Tanssikenkiä – Martti Vainion Elämän Tarina. Mänttä: Pelismo.

Onvisio Consulting. 2009. Keuruun matkailun Master Plan. Luettu 3.6.2010. http://www.keuruu.fi/fileadmin/Tiedostot/kaavoitus/masterplan/Master_Plan_LO.pdf

Parantainen, J. 2007. Tuotteistaminen – rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. Hämeenlinna: Talentum.

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.

Soini, E. Kuva Haapamäen Höyryveturipuisto. Studio Esko Oy.

Taipale, J. 2007. Brändi liiketoiminnan ytimessä – erotu tai unohda koko homma. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Vainio, M. Haapamäen Höryveturipuiston yrittäjä. 2010. Haastattelu 8.10.2010. Haastattelija Lehto, L. Litteroitu. Leena Lehdon kotiarkisto.

Vaissi, I. 1987. Haapämäki 100 vuotta. Keuruu: Keurusprint Oy.

LIITTEET

LIITE 1: Esite kierroksesta.....	44
LIITE 2: Tarvekartoituslomake.....	45
LIITE 3: Kirje eläkeläisliitoille.....	46
LIITE 4: Eläkeläisliittojen tarvekartoituslomake.....	48
LIITE 5: Esite Haapamäen Höryveturipuisto 2011.....	49
LIITE 5: Palautelomake.....	51

LIITE 1



Veturipuistontie 1, 42800 Haapamäki * puh. (014) 733 111 * Puistoisäntä Martti Vainio puh. 040 750 7800

KIERROS SOTA-AJAN JA RAUTATIEKYLÄ-MILJÖÖN MAISEMIIN HAAPAMÄELLÄ!

TULE KOKEMAAN RISTEYSASEMAN TAIVAL SODAN LÄPI

- * Hinta 8€/hlö (ryhmille)
- * Opastettu kierros entisajan vilkkaan risteusaseman seudun pommitusalueille
- * Kierrokseen sisältyy kahvitus ja audiovisuaalinen esitys Haapamäen sotahistoriasta
- * Kierrokseen on mahdollista liittää toiveiden mukaan muutakin ohjelmaa



LIITE 2

TARVEKARTOITUS

HAASTATTELU

PÄIVÄYS _____

Teen opinnäytetyötä. Teen tarvekartoitusta, jonka avulla selvitän, onko kiinnostusta kierrokselle sota-ajan maisemiin Haapamäellä. Kierros on tarkoitettu ryhmille.

Ikä/Syntymävuosi _____

Sukupuoli _____

Kotikaupunki _____

Meillä on täällä Puiston ohella lähiseudulla asema, veturitallit, pommituspaikkoja jne. Olisiko Teillä kiinnostusta ns. kierrokselle sota-ajan maisemiin? Perustele.

Oletteko käyneet Höyryveturipuistossa tai Haapamäellä aikaisemmin?

Oletteko käyneet muissa keskeisesti sotaan liittyvissä paikoissa (esim. Mikkelin Päämaja, Karjalankannas, Raatteentie)?

LIITE 3

ELÄKELÄISLIITTO

TARVEKARTOITUS

1(2)

Haapamäen Höyryveturipuisto/Leena Lehto

TERVEHDYS!

Otan Teihin yhteyttä, koska teen opinnäytetyötä Haapamäen Höyryveturipuistoon, ja teen nyt tarvekartoitusta, kuinka suuri on kiinnostus kierrokselle sota-ajan ja rautatiekylä-miljööön maisemiin Haapamäellä.

Kierroksella kerrotaan tapahtumista, jotka liittyvät keskeisesti aseman seudun pommituksiin ja muihin Haapamäen sota-ajan tapahtumiin, erityisesti kuitenkin juuri asemanseutuun, joka tuolloin oli keskeinen risteysasema. Kierros on tarkoitettu ryhmille. Kierroksen suunnittelun ohella toimin vastaanottovirkailijana juoksijalegenda Martti Vainion isännöimässä Höyryveturipuistossa.

Haapamäen Höyryveturipuiston välittömässä läheisyydessä on vanha rautatieasema, veturitallit, pommituspaikkoja sekä muita keskeisiä sota-aikaan liittyviä paikkoja. Olisiko Teidän Eläkeliitolanne kiinnostusta kierrokselle sota-ajan ja rautatiekylä-miljööön maisemiin? Kiinteänä osana pakettiin kuuluu kierroksen lisäksi lyhyt audiovisuaalinen esitys ja kahvitus. Toiveiden mukaan kierrokseen voidaan liittää muutakin ohjelmaa, kuten esimerkiksi Höyryveturipuiston kuuluisimpien vetureiden esittelyä, ruokailu, resiinaretki tai vaikka päivätanssit. Mikä teitä erityisesti aiheeseen liittyen kiinnostaisi?

Tarvekartoitus auttaa muodostamaan kuvaa tämänkaltaisen tuotteen tarpeellisuudesta. Halutessanne otamme Teihin yhteyttä pakettiin liittyvissä asioissa. Tuotteen hinta muodostuu sen mukaan, mitä kukin ryhmä haluaa siihen liitettävän; kuljetuksia, ruokailua, kahvitusta, puistokierrosta, sekä muuta, mitä Haapamäen Höyryveturipuiston yhteistyökumppaneineen on mahdollista järjestää ja liittää sujuvasti pakettiin.

Kiitos ajastanne ja toivottavasti tämä kiinnostaisi teitä!

Ohessa palautettava lomake sekä kirjekuori, jonka postimaksu on jo maksettu. Kaikki palauttaneet toiminnanjohtajat saavat yhden

2(2)

tanssilipun Haapamäen Höyryveturipuiston tämän kauden yksiin tansseihin itse valitsemananne lauantaina. Palauttaneiden nimi kirjataan ylös, joten tanssilipun saa paikan päältä tansseihin saapuessanne.

Lisätietoja osoitteesta leena.lehto@phpoint.fi tai 040 759 69 06.

Vastaustanne odottaen,
ystävällisin terveisin,

Leena Lehto

LIITE 4

TARVEKARTOITUS

Eläkeliiton nimi / Toiminnanjohtajan nimi

Teen opinnäytetyötä. Teen tarvekartoitusta, jonka avulla selvitän, onko kiinnostusta kierrokselle sota-ajan maisemiin Haapamäellä. Kierros on tarkoitettu ryhmille.

Haapamäen Höyryveturipuiston välittömässä läheisyydessä on vanha rautatieasema, veturitallit, pommituspaikkoja sekä muita keskeisiä sota-aikaan liittyviä paikkoja. Olisiko teillä kiinnostusta kierrokselle sota-ajan maisemiin? Mikä erityisesti aiheeseen liittyen kiinnostaisi?

Oletteko käyneet Höyryveturipuistossa tai Haapamäellä aikaisemmin?

Oletteko käyneet muissa keskeisesti sotaan liittyvissä paikoissa (esim. Mikkelin Päämaja, Karjalankannas, Raatteentie)?

Haluatteko Teihin otettavan yhteyttä?

- Puhelimitse
 Sähköpostitse
 Postitse

Yhteystietonne:

Kiitos vastauksestanne!

24



Haapamäen Höryveturipuisto

Hilpeästi Höyryn Hengessä!

PUISTOSSA koet sadalta vuodelta rautateiden nostalgialla.
Puistosta löytyy 14 erilaista höryveturityyppiä. Erikoisuuksina mm. Tasavallan Presidentin veturi, Arvo Ylpön veturi, Kuurilan onnettomuusveturi, halkaistu Ukko-Pekka ja lisäksi esillä viiden veturityypin viimeiset ja ainoat jäljelläolevat yksilöt.

LAPSILLE oma n. hehtaarin puuha-alue. Alueella iso ponnepulhinna, liukumäki, pallomeri, satutalot, resinoita, puistojuna ym. Keskikesällä puistossa myös erilaisia eläimiä.




Puisto avoinna 2011
23.5.–5.6. klo 10–15
6.6.–31.7. klo 10–18
1.8.–28.8. klo 10–15
muina aikoina tilauksesta ryhmille!

Puiston ravintolat avoinna
Puiston aukioloaikojen lisäksi
tanssi-iltoina klo 02 saakka.

Sisäänkäsymaksut 2011
hinta/hlö, paitsi perhelippu (sis. alv.)
Aikuiset 10 €
Lapset (4–16v) 6 €
Aikuisryhmät (min. 16 hlö) 7 €
Lapsiryhmät 5 €
Perhelippu (2+2) 25 €
Tapahtumissa poikkeava hinnoittelu.

Lounasruokailu
hinta/hlö (sis. alv.)
Aikuiset 9,50 € (su 13 €)
Lapset (4–16v) 7 € (su 9 €)

Majoitus
hinta/vrk, aamiainen/hlö (sis. alv.)
2hh 52 €
4hh 98 €
Junavaunumajoitus 20 €/hlö
Caravanpaikka 12 € (SFC 10 €) + 2 €/hlö
Aamiainen 6,50 €/hlö

Hintoja ryhmille 2011
hinta/hlö (sis. alv.)
Päiväkahvit 3,50 €
Puisto esittelyineen + ruokailu 15 €
Puisto esittelyineen + kahvit 10 €
2h resinaretki + kahvit 28 €
2h mönkijäsafari + kahvit 65 €

 Caravan-alue







- safari-, seikkailu- ja elämys-
palvelut yritys-ym. ryhmille.

Veturipuistontie, 42800 Haapamäki (navi: Asematie 33, Keuruu)
puh. (014) 733 111 • Puistoisäntä Martti Vainio puh. 040 750 7800



Uudet tuulet kesäteatterissa! Höyryä, höyryä Haapamäki

Ammattilaisten tähdittämä teatterimme 10-vuotisjuhlaesä. Mukana mm. **Mikko Rasila, Meiju Suvas, Lasse Karkjärvi, Pirjo ja Tiina Bergström** sekä Kassilan Aseman tuttua tähtikaartiä. Esitykset 6.7.–7.8.2011 ke, to ja pe klo 19 sekä su klo 15 ja 18. Liput 25 €/hlö, ryhmät ja eläkeläiset 22 €/hlö.

Ryhmäpaketit

Hinnat sis. alk.
Puistokierros, ruokailu ja teatteri39 €/hlö
Ruokailu ja teatteri34 €/hlö
Teatteri ja väliaikakahvit25 €/hlö
Majoitus, aamiaisen ja teatteri52 €/hlö



Mönkkärisafarit

Räätäilöimme safarin toivedenne mukaan mahdollisuuksien rajoissa. Kysy lisää!

Resiinaretket

2 tunnin retki (18 km)
HAAPAMÄKI-YLTIÄ-HAAPAMÄKI
sis. kahvituksen matkalla. Ryhmä min. 10 hlö.

**Tiedustele myös muita retkiä
ja safareita eri vuodenaikoina!**

Ryhmä-
pakettien
ennakkomyynti
jo käynnissä!

alk.
65€/hlö

alk.
28€/hlö

Puiston ohjelmistoa 2011

Veturipuiston tanssikauden avajaiset
14.5. **KAIJA LUSTILA & Rosette**

- 21.5. FINLANDERS
- 28.5. ANTTI AHOPELTO & Voimaorkesteri
- 4.6. TOMI MARKKOLA & Fernet
- 11.6. ANITTA MATTILA,
KAUKO SIMONEN & Feniks
Pumpuresiinoiden SM-kilpailut
Huuliharpiastien SM-kilpailut
- 18.6. KARI PIIRONEN & Caminito
- 24.6. Juhannusaaton tanssit
KORSUORKESTERI
- 25.6. Juhannuspäivän tanssit
JUKKA HÄLLIKAINEN & Monarkia
- 2.7. ANTTI RAISKI & Sesam
- 2.–3.7. UKKO-PEKKA MARKKINAT
& OLUTFESTIVAALIT
- 6.7. HÖYRYÄ, HÖYRYÄ HAAPAMÄKI
ENSI-ILTA
- 9.7. VARJOKUVA
- 16.7. ANTTI HUOVILA & Sata Kitaraa
- 23.7. ROCKIN' UKKO-PEKKA (Areena)
KAIJA POHJOLA & Paratiisi (Paviljonki)
- 30.7. HULLU HEINÄRIEHA ja
KAKE RANDELIN & Presto
- 6.8. JAANA LAMMI, SEBASTIAN AHLGREN,
JARKKO SALMI ja ARTO NUOTIO
& Sunset
- 13.8. UNELMAVÄYVY
- 20.8. JANNE TULKKI & Ilta
- 27.8. HÖYRYN HÖLKKÄ & HÖLKKÄTANSIT
- 3.9. KORSUORKESTERI
- 10.9. KAIJA LUSTILA & Rosette
- 17.9. HELMENKALASTAJAT

**TANSSI-
PAKETTI**
(majoitus, tanssilippu, aamiaisen)
45€/hlö



Paviljongin
PÄIVÄTANSSIT
klo 13–16
7.6., 14.6., 5.7., 2.8.

Tanssi-illoissa
musiikki-isäntänä **Oiski**

Puistossa tavataan!

Martti Vainio

Tapahtumat
täydentyvät
jatkuvasti – tarkista
tuorein lista
netistä!



Muutokset mahdollisia. Oikeudet muutoksiin pidätetään.

www.martinsafarit.fi • www.veturipuisto.fi

LIITE 6

KIERROS SOTA-AJAN MAISEMIIN

PALAUTEKYSELY

1(2)

PÄIVÄYS _____

Kierros sota-ajan ja rautatiekylä-miljööön maisemiin Haapamäellä toteutettiin opinnäytetyönä Tampereen Ammattikorkeakouluun. Palautekyselyn tarkoituksena on selvittää kierroksen mielekkyyttä, sekä itse kierroksen että kahvitus- ja audiovisuaalisen esityksen. Kaikki kehotusehdotukset ja kommentit otetaan kiitollisina vastaan!

1. Perustiedot

Ikä _____

Sukupuoli _____

Kotikaupunki _____

Oletteko käyneet Haapamäellä tai Höyryveturipuistossa aikaisemmin?

Oletteko käyneet muissa keskeisesti sotaan liittyvissä paikoissa (esim. Mikkelin Päämajamuseo, Karjalankannas, Raatteentie, Salpalinja tai jokin muu, jos niin missä)?

2. Audiovisuaalinen esitys

Mitä mieltä olitte audiovisuaalisesta esityksestä? (sujuvuus, kiinnostavuus ym.?)

3. Kierros

Mitä mieltä olitte kierroksesta? (sujuvuus, kiinnostavuus, mitä muuta olisitte halunneet kuulla ym.?)

2(2)

4. Koko kierros

Ympyröi mielestäsi sopivin vaihtoehto (1 = täysin samaa mieltä, 2 = jokseenkin samaa mieltä, 3 = en osaa sanoa, 4 = jokseenkin eri mieltä ja 5 = täysin eri mieltä)

Opastus oli sujuvaa ja laadukasta	1	2	3	4	5
Audiovisuaalinen esitys oli kiinnostava	1	2	3	4	5
Kierros oli toteutettu sujuvasti	1	2	3	4	5
Kaipasin lisätietoa Haapamäestä	1	2	3	4	5
Palvelu Höyryveturipuistossa oli hyvää	1	2	3	4	5
Voisin osallistua kierrokselle joskus uudelleen	1	2	3	4	5

Miksi / Miksi ette?

Muita huomioita?

Kiitos vastauksenne, palautteenne on tärkeää!