



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Merellisen Espoon ja Kirkkonummen kehittäminen matkailukohteena asiakkaan näkökulmasta

Juntunen, Eerika & Myller, Anni

2016 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Merellisen Espoon ja Kirkkonummen kehittäminen matkailukoh- teena asiakkaan näkökulmasta

Juntunen Eerika & Myller Anni
Palveluliiketoiminnan koulutusoh-
jelma &
Palvelujen tuottamisen ja johtami-
sen koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2016

Juntunen, Eerika & Myller, Anni

Merellisen Espoon ja Kirkkonummen kehittäminen matkailukohteena asiakkaan näkökulmasta

Vuosi 2016 Sivumäärä 52

Opinnäytetyön tarkoitus oli tuottaa kehitysehdotuksia Espoo Marketing Oy:lle merellisen Espoon ja Kirkkonummen kehittämiseksi matkailukohteena. Tutkimuksen tavoitteena oli luoda uusia ajatusmalleja, joita Espoo Marketing Oy voi hyödyntää alueiden kehittämisessä.

Toimintaympäristönä tutkimuksessa on Espoon ja Kirkkonummen merellinen alue ja sen kohteet ja palvelut. Tutkimuksen kannalta olennaista on ymmärtää matkailun ominaisuuksia, kävijän kokemukseen vaikuttavat tekijät, sekä toimijoiden roolit matkailukohteen kehittämisessä. Tietoperustassa huomioidaan Suomen matkailun kehitysstrategiaa ja erityisesti merellisen matkailun kehittämistä.

Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena asiakaslähtöisestä näkökulmasta. Tutkimusmenetelminä käytettiin teemahaastattelua, havainnointia ja benchmarkingia. Tutkimusmenetelmillä kerättiin aineistoa, josta selvitettiin kävijän kokemusta parantavia ja heikentäviä asioita. Lisäksi tutkimuksessa selvitettiin asiakkaiden tarpeita ja toiveita alueiden parantamiseksi. Benchmarking-kohteena käytettiin Tukholman saaristoa, josta etsittiin toimintamalleja, joita voidaan hyödyntää Espoon ja Kirkkonummen merellisten kohteiden kehittämisessä.

Teemahaastatteluihin saatiin aineistoa kymmenestä haastattelusta loppukäyttäjien kanssa ja yhdeksästä Espoon saariston reittiliikenteen henkilökunnan kanssa. Havainnointi toteutettiin Kirkkonummen Porkkalan niemessä haamuasiointina. Haastatteluista ja havainnoinnista kerätty materiaali analysoitiin tyyppitelemällä aineisto asiakkaan kokemusta tukeviin ja hankaloittaviin ominaisuuksiin, sekä toiveisiin.

Tutkimustulosten perusteella Espoon ja Kirkkonummen merellisten kohteiden luontoa, rauhaa ja puhtautta arvostetaan. Lisäksi Espoon saaristoliikennettä arvostettiin palveluna, mutta sen kehittämisessä nähtiin paljon potentiaalia. Asiakastarpeet ja kokemusta heikentävät tekijät puolestaan olivat saavutettavuus, markkinointi ja heikot opasteet. Saariston palvelutarjonta ilmeni ristiriitaisena. Niitä kaivattiin, mutta toisaalta luonnollisuutta ja rauhallisuutta arvostettiin.

Tutkimuksella tuotettiin Espoo Marketing Oy:lle viisi kehitysehdotusta alueen elinvoiman ja asiakaskokemuksen parantamiseksi. Kehitysehdotukset perustuvat tutkimustulosten lisäksi teoreettiseen viitekehukseen, sekä Suomen ja Suomen saariston kehitysstrategioihin. Merellisen Espoon ja Kirkkonummen alueiden markkinointia ja internetsivustoja kehittämällä alueiden saavutettavuus ja palveluiden ostettavuus helpottuisi. Peruspalveluiden varmistamisella ja opasteiden parantamisella parannetaan asiakkaan vierailukokemusta kohteissa. Lisäksi kulttuurin, historian ja palveluiden lisääminen lisää alueiden kiinnostavuutta ja vetovoimaisuutta. Espoon saaristo ja sen reittiliikennepalvelu koettiin miellyttäväksi palveluksi, mutta sen toiminnassa nykyisellään ilmeni kehitettävää ja mahdollisuuksia niin asiakkaiden, kuin henkilökunnan näkökulmasta.

Asiasanat: Kävijäkokemuksen muodostuminen, Matkailukohteen kehittäminen, Merellinen matkailu

Juntunen, Eerika & Myller, Anni

Destination Development of Maritime Region in Espoo and Kirkkonummi from the Customer's Viewpoint

Year	2016	Pages	52
------	------	-------	----

The purpose of this thesis is to produce development proposals for tourist attractions in the maritime region of Espoo and Kirkkonummi. The objective of this research is to create new schemes that Espoo Marketing Oy can exploit when developing the maritime region.

The operational environment for this research is the maritime region in Espoo and Kirkkonummi and its attractions and services. Essential factors to understand in this research are the nature of travel, factors that influence customer experience and the roles of the agents when developing a travel destination.

This is a qualitative research based on the customer oriented approach. Theme interviews, observation and benchmarking were used as research methods. The research material was examined to illuminate factors that improve and diminish the customer's experience. Furthermore, the study explores the customers' needs and wishes concerning the development of the area. The operating models of a benchmarking subject, Stockholm's archipelago, were examined to determine whether they could be utilised in developing the maritime attractions in Espoo and Kirkkonummi.

The theme interviews were carried out with 10 end users, and nine interviews with the personnel of Espoo's scheduled boat traffic. The observation was carried out as mystery shopping in Porkkalanniemi. The research material was analysed by categorising the material into attributes that either support or complicate the customer's experiences and wishes.

The research discovers an appreciation for the nature, peace and cleanliness of maritime Espoo and Kirkkonummi. Espoo's scheduled boat service was appreciated, however with an emphasis on great potential for development. Diminishing factors on customer needs and experiences were accessibility, marketing and the lack of guide posts. There is a contradiction in the service provision. More services were desired to the area, but on the other hand the nature and peace of the archipelago were appreciated.

This research was used to provide Espoo Marketing Oy three proposals for development on the area's vitality and customer experience. In addition to the research results, the proposals are premised on a theoretical framework as well as on the existing strategies for developing Finland and the Finnish archipelago. By developing the webpages and marketing of Espoo and Kirkkonummi archipelago, the accessibility of the area and its services will improve. The customer experience will improve by securing essential amenities and by improving the signage system of the area. Increasing culture and history-related services will increase the attractiveness and appeal of the area. Espoo archipelago and its scheduled boats were seen as pleasant services, but both customers and personnel experienced a need for development and improvement to the current operational system.

Keywords: Customer experience, Destination management, Maritime travel

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Toimeksiantaja ja toimintaympäristö	7
	2.1 Merellinen Espoo	7
	2.2 Merellinen Kirkkonummi	10
3	Näkökulmia matkailuun	10
	3.1 Matkailualan luonne	11
	3.2 Asiakkaan kokemuksen muodostuminen	13
	3.3 Merellinen matkailu.....	14
4	Matkailukohteen kehittäminen	15
	4.1 Toimijoiden roolit.....	16
	4.2 Suomen saariston kehittäminen	19
5	Aineistonkeruumenetelmät ja tutkimuksen toteutus.....	20
	5.1 Haastattelu.....	21
	5.2 Havainnointi.....	23
	5.3 Vertailukohteen benchmarking	24
	5.4 Tutkimuksen luotettavuus	25
6	Tutkimustulokset	26
	6.1 Käyttäjien ja toimijoiden näkemykset	26
	6.2 Matkailukokemukseen vaikuttavat tekijät	32
	6.3 Parhaat käytännöt saaristomatkailussa	39
7	Kehitysehdotukset	40
8	Johtopäätökset ja pohdinta	45
	Lähteet	46
	Kuvat	48
	Kuviot.....	49
	Liitteet.....	50

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on tuottaa kehittämissuhteita Espoo Marketing Oy:lle merellisen Espoon ja Kirkkonummen vetovoimaisuuden parantamiseksi. Idea opinnäytetyölle syntyi työn kautta, sillä molemmat tekijät ovat työskennelleet Espoon saaristoliikennealueilla ja tulleet näin tutuiksi Espoon merellisiin palveluihin. Työn tavoitteena on tutkia asiakaslähtöisestä näkökulmasta, kuinka alueiden palvelutarjontaa ja asiakkaan kokemusta voitaisiin kehittää. Tutkimustulosten perusteella tuotettiin ideoita, joiden avulla alueelle saataisiin lisää yritystoimintaa ja käyttäjiä. Työn tulokset luovutetaan Espoo Marketing Oy:n käytettäväksi ja jatko kehitettäväksi.

Kehitysehdotukset luotiin laadulliseen tutkimukseen perustuen. Tutkimusmenetelminä käytettiin benchmarkingia, havainnointia, sekä haastatteluja. Haastattelut toteutettiin teemahaastatteluina, joissa haastateltiin sekä merellisten palveluiden loppukäyttäjiä että Espoon saaristoliikenteen henkilökunnan jäseniä. Havainnointi suoritettiin Kirkkonummen Porkkalan niemessä. Benchmarking kohteeksi valittiin merellinen Tukholma, jota verrattiin Espooseen ja Kirkkonummeen matkailukohteena.

Tutkimuksessa keskitytään palvelukokemuksen merkitykseen matkakohteen ja sen elinvoiman kehittämisessä sekä Espoo Marketing Oy:n rooli kohteiden kehittämisessä. Työn teoreettinen viitekehys alkaa avaamalla matkailun ominaisuuksia ja vaikutuksia. Tämän jälkeen hahmotetaan matkailukohteen muodostumista ja kehittämistä sekä kehitykseen liittyviä toimijoita. Tarkimmassa käsittelyssä ovat palvelut ja niiden merkitys osana kohdekehitystä.

Tutkimuksessa nousseiden ilmiöiden perusteella luotiin kehittämissuhteita merellisen Espoon ja Kirkkonummen kehittämiseksi. Kehitysehdotuksia luodessa huomioitiin myös Suomen matkailun ja Suomen saariston kehittämissuhteita, niin että kehittämissuhteukset tukevat jo aiempaa kehitystyötä ja toimivat osana suurempaa kokonaisuutta.

Lopputuotoksena syntyi lista kehittämissuhteita Espoo Marketing Oy:lle. Kehitysehdotuksissa huomioitiin Espoo Marketing Oy:n rooli alueen palveluiden ja palvelukokonaisuuden toimivuuden kehittämisessä, sekä Suomen matkailun ja saariston kehittämissuhteita.

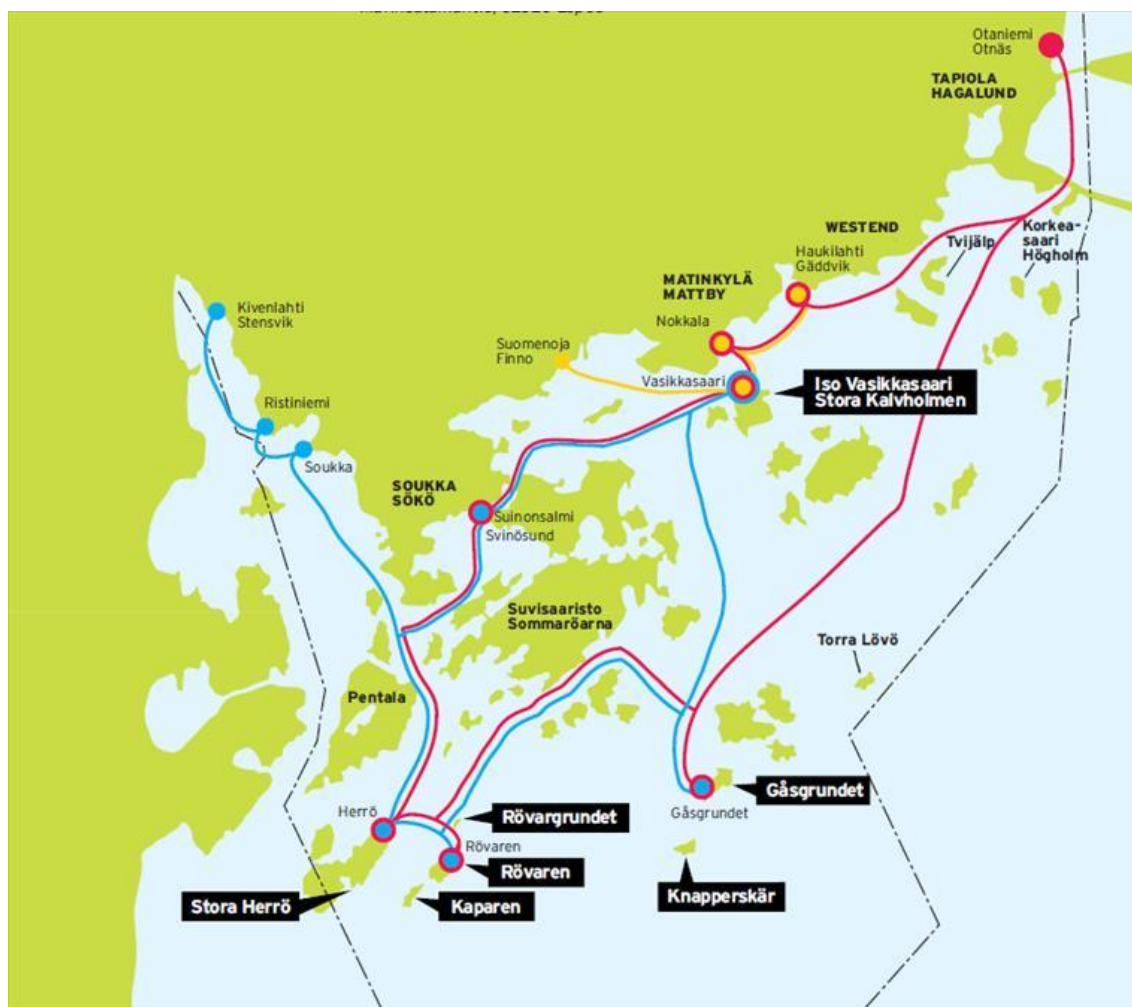
2 Toimeksiantaja ja toimintaympäristö

Tässä työssä toimintaympäristöksi on rajattu merellinen Espoo ja Kirkkonummi. Merellisellä alueella tarkoitetaan sekä Espoon että Kirkkonummen saaristoa ja rannikkoalueita. Työ toteutettiin Espoon kaupungin omistamalle Espoo Marketing Oy:lle. Espoo Marketingin Oy on markkinointiyhtiö, jonka toimiala on alueen kilpailukyvn ja elinvoiman kehittäminen sekä kaupunkimarkkinointi. On tärkeää ymmärtää merellisen Espoon ja Kirkkonummen toimintaympäristö ja sen tarjoamat resurssit, jotta alueen elinvoiman ja kilpailukyvn edistämiseksi voidaan tuottaa tutkimuksellisia kehitysehdotuksia.

Toimeksiantaja Espoo Marketing Oy on vuonna 2015 perustettu, täysin Espoon kaupungin omistama markkinointiyhtiö. Yhtiö perustettiin Espoon kaupunkimarkkinoinnin tehostamiseksi yhdistämällä vuodesta 2000 toimineen Espoon Matkailu Oy ja Otaniemen Kehitys Oy. Nykyisen Espoo Marketing Oy:n tehtävä on vahvistaa Espoon vetovoimaa ja kansainvälistä tunnettuutta houkuttelevana vierailukohteena ja kiinnostavana tieteen, taiteen, talouden ja osaamisen toimintaympäristönä. Tavoitteena on auttaa alueen yrittäjiä ja saada alueelle uusia yrityksiä, työpaikkoja, vierailijoita ja tutkimustoimintaa. Espoo Marketing Oy markkinoi Espoota niin kotimaassa kuin kansainvälisesti. (VisitEspoo 2016.)

2.1 Merellinen Espoo

Toimintaympäristönä merellinen Espoo käsittää 58 km merenrantaa ja 165 saarta. Rantaviihällä on useita uimarantoja, ravintoloita, kahviloita ja merellisten harrastuksien sekä kokemusten palveluntarjoajia. Lisäksi Espoolla on useita virkistys- ja ulkoilusaaria, joiden välillä operoi reittiliikenne alukset kesäsesongin aikaan toukokuusta syyskuun loppuun. (VisitEspoo 2016.)



Kuva 1: Espoon saariston reittiliikennekartta. (Espoo 2012.)

Espoon saaristossa on tällä hetkellä kolme erillistä reittiliikenne väylää, joka havainnollistuu kuvassa 1. Mantereella on yhteensä seitsemän pysähdyspaikkaa ja saaristossa neljä virkistysaarta Iso-Vasikkasaari, Stora-Herrö, Rövaren ja Gåsgrundet, joihin on reittiliikenne yhteys sesongin aikana kesäkuusta syyskuun loppuun. Lisäksi kaupungilla on kolme virkistysaarta, jotka ovat saavutettavissa omilla veneillä. Kaikissa saarikohteissa on kävijöille satamat, WC:t, keittokatokset ja polttopuut. Saaret ja niiden palvelut ovat ylläpidettyjä kesäsesongin ajan kesäkuusta syyskuun loppuun, jolloin myös reittivene liikennöi. Muina vuoden aikoina saaristossa ei ole ylläpitoa. (Espoo 2012.)

Kahdessa saarikohteessa on tarjolla lisäpalveluita. Iso-Vasikkasaarissa sijaitsee ravintola, kioski, leikkipuisto, hoidettu uimaranta, suihkut, tilausauna ja juomavesi. Stora-Herrössä on tilausauna, jota on mahdollista vuokrata ennalta sovitusti. Iso-Vasikkasaari on ainoa saarikohde, josta on saatavilla juomakelpoista vettä. Saaristossa yöpyminen on mahdollista ainoastaan omatoimisesti leirytyksellä, kuten telttailen, tai omassa veneessä. Majoituspalveluita saaristokohteissa ei ole. (Espoo 2012.)

Saaristoliikenteen lisäksi Espoon rannikko tarjoaa kävijöille merellistä virkistäytymistä. Espoossa on lähes 40 km pitkä kevyenliikenteen rantaraitti (kuva 2), joka kulkee läpi puistojen ja uimarantojen.



Kuva 2: Espoon rantaraitti. (Länsiväylä 2016.)

Rantaraitin ideana on tarjota kevyenliikenteen väylä läpi Espoon rantaviivan ja merkittävien virkistys- ja käyntikohteiden, kuten satamien, ravintoloiden, uimarantojen ja museoiden saatavuttavaksi. (VisitEspoo 2016.)

Rantaraitin varrella on lähes sata mielenkiintoista kohdetta, jotka kertovat alueen kulttuurihistoriasta, luonnosta ja rakennuskannasta sekä anekdootteja lähes unohdetusta menneestä saaristoelämästä. (VisitEspoo 2016.) Merellisellä Espoolla on mielenkiintoisia historiallisia tarinoita liittyen Espoon historiaan, huvilaelämään ja kieltolakiin. (Länsiväylä 2011.) Rantaraitin käyttäjille on tarjolla sovellus, josta näkee rantaraitin kaikki kohteet ja tietoa niistä. Merellisen Espoon kohteista ja aktiviteeteistä löytyy tietoa VisitEspoo internet-sivuilta. Sivuston kautta ei ole mahdollista varata tai ostaa majoitusta, aktiviteetteja tai matkapaketteja. (VisitEspoo 2016.)

2.2 Merellinen Kirkkonummi

Kirkkonummella on 650 km² merialuetta, 900 saarta ja 145 km merenrantaa. Lisäksi alueella on merkittävää historiallista tarjontaa kivikautista kalliomaalauksista ja pronssikautisista hautaröykkiöistä sodanjälkeiseen parenteesiaikaan, jolloin alue jouduttiin vuokraamaan Neuvostoliitolle. Alueen luonto on monipuolista ja arvostettua lintu- ja kalastusharrastajien parissa. Alueen metsäalueet soveltuvat marjastukseen ja sienestykseen. (Kirkkonummi 2016.)

Kirkkonummen Porkkalan merikylässä (Porkala Marin) sijaitsee vierasvenesatama, kauppa, ravintola ja sauna sekä polttoainemyynti veneilijöille. Porkala Marin palvelee asiakkaitaan kesäsesongin aikaan. (Triton Marin 2016.) Lisäksi alueen palveluntarjoajat järjestävät luontoaktiviteettejä, kuten melontaa, kalastusta ja majoituspalveluja. Kirkkonummen kunta puolestaan tarjoaa kävijöille ylläpidettyjä luontopolkuja, hiihtopolkuja, sekä keittokatoksia polttopuineen. Kirkkonummen merellisten kohteiden saavuttamiseksi ei ole julkista vesiliikennettä, kuten Espoossa. (Kirkkonummen kunta 2016.)

Kirkkonummen kunta ylläpitää ja esittelee merellisiä kohteita ja palveluita visitkirkkonummi.fi- sivustoilla. Sivustolle on kerätty tietoa alueen tarjoamista luontomahdollisuuksista, kulttuurista, historiasta ja palveluista. Sivuston kautta ei ole mahdollista ostaa tai varata alueen palveluita. (Visit Kirkkonummi 2016.)

3 Näkökulmia matkailuun

Maailman matkailujärjestö UNWTO: n yleismääritelmän mukaan matkailuksi käsitetään aktiviteetit, joissa henkilö tai henkilöt matkustavat tavanomaisen elinympäristönsä ulkopuoliseen ympäristöön alle vuodeksi vapaa-ajan, työn tai muun syyn vuoksi. (Holloway, Humphreys & Davidson 2009, 10.)

Kansainväliseksi matkailijaksi lasketaan henkilö, joka viipyy toisessa maassa vähintään yhden yön ja enintään 12kk tehden muunlaista toimintaa kuin hän tekee asuinmaassaan. Tämän määritelmän mukaan matkailijaksi ei luokitella esimerkiksi toisessa maassa osan vuodesta asuvaa henkilöä, kuten vaihto-opiskelijaa. Kotimaanmatkailuksi puolestaan luokitellaan muun kuin säännöllisen toiminnan vuoksi tapahtuva siirtyminen oman elinympäristön ulkopuolelle oman kotimaan sisällä. Näin ollen esimerkiksi työmatkaa ei lasketa kotimaanmatkailuksi. (Karusaari & Nylund 2010, 21.)

Tarkemmilla määritelmillä voidaan erotella matkailija, vierailija ja turisti. Matkailijaksi luetaan henkilö, joka viipyy tavanomaisen elinympäristönsä ulkopuolisessa kohteessa vähintään yhden yön ja enintään yhden vuoden. Vierailijaksi puolestaan luokitellaan henkilö, joka viipyy

kohteessa vähemmän kuin yhden yön. Turisti sen sijaan on matkailija, joka matkustaa ulkomaille useimmiten ennalta suunniteltuun kohteeseen vapaa-ajan vietto tarkoituksessa. (Karusaari & Nylund 2010, 21.) Tässä työssä huomioidaan kaikki matkailijatyypit rajaamatta heitä ryhmiin.

3.1 Matkailualan luonne

Matkailuelinkeino on näyttänyt jatkuvaa kasvua sen historian alkuajoilta. Jo vuosina 500-100 eKr antiikin rakennusnähtävyyksiä, taidetta ja muistomerkkejä matkustettiin katsomaan merkittävien etäisyyksien takaa. Satoja vuosia sitten matkailua tapahtui pääasiassa kaupanteon vuoksi, jolloin satamakaupungit olivat suosittuja matkailukohteita.

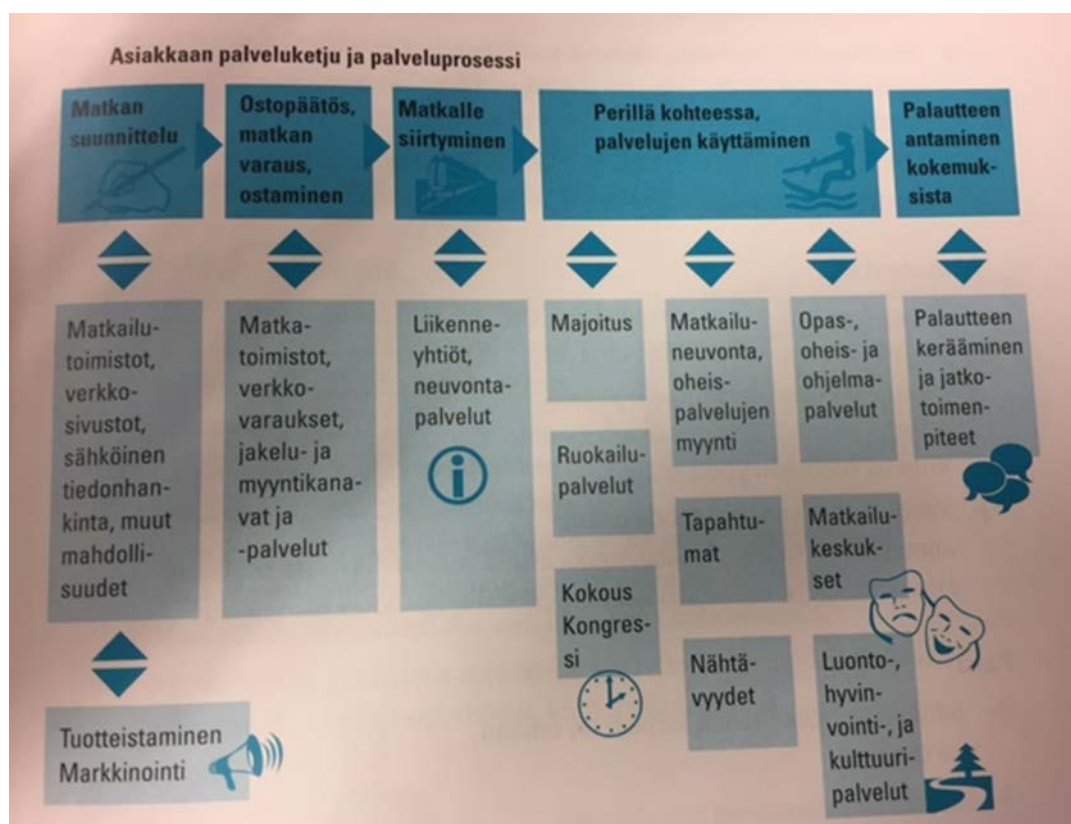
Turismin alkujuuret ovat kuitenkin vasta yhteiskunnan teollistumisen yhteydessä, jolloin matkailusta tuli mahdollista aateliston lisäksi myös työläisten ja alemman keskiluokan keskuudessa. Lentotekniikan kehitys ja matkatoimistojen synty mahdollisti pakettimatkojen tarjonnan luoden massamatkailun aikakauden. Tänä päivänä pakettimatkailun suosio on laskussa, ja nykyisin yksilöityjen palveluiden tarve on synnyttänyt elämysmatkailupalvelut ja tällä hetkellä puhutaan elämysmatkailun aikakaudesta. (Karusaari & Nylund 2010, 14 - 16.)

Matkailuala on yksi nopeimmin kasvavista elinkeinoista koko maailmassa. Kansainvälisten matkailijoiden määrä on kasvanut merkittävästi jopa viimeisen kymmenen vuoden aikana. Vuosien 1995 ja 2014 välisenä aikana kansainvälisten matkailijoiden määrä maailmassa nousi 527 miljoonasta 1,133 miljardiin, ja oletus vuoteen 2030 on jo 1,8 miljardia. (World Tourism Organization 2015, 11.) Maailman matkailujärjestö UNWTO:n raportin mukaan matkailu on maailman neljänneksi suurin vientiala, ja se kattaa 6 % koko maailman viennistä. (World Tourism Organization 2015, 14.)

Suomessa matkailualan rinnastettava vienti on kaksinkertaistunut 2000-luvun aikana ja sen tuomat tulot vuonna 2014 oli yli neljä miljardia euroa. Matkailualan kasvu on näkynyt myös alan työllisyys luvuissa. Vuosien 2007-2014 aikana matkailualan työllisyys on kasvanut 6,5 % ja alalle on syntynyt yli 3 000 uutta yritystä vuosien 2007-2014 välillä. Matkailun odotetaan tuovan yli 40 000 uutta työpaikkaa Suomeen vuoteen 2025 mennessä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

Matkailualan on usean eri elinkeinon kokonaisuus, mikä selittää sen suuria sosioekonomisia vaikutuksia. Matkailualaa luonnehditaan kokoaan suuremmaksi toimialaksi, mitä kuvastaa muun muassa se, että Suomessa yksi matkailuun käytetty euro tuottaa 56 senttiä muille toimialoille. Suomessa matkailuala itsessään kattoi 2.5 prosenttia bruttokansantuotteesta vuonna

2014. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.) Alla kuvio 1 havainnollistaa matkailuelinkeinon kokonaisuutta ja matkailijan palveluprosessiin vaikuttavia tekijöitä.



Kuvio 1: Asiakkaan palveluprosessi. (Karusaari & Nylund 2010, 7.)

Matkailijan palveluketju havainnollistaa matkailuelinkeinon monialaisuutta, eri toimialojen ja vaikuttajien verkostomaisuutta. Palveluprosessista ilmenee, että matkailuala on usean eri elinkeinon yhdistelmä. Matkailijan matkailukokemus syntyy yrittäjien ja palveluntuottajien tarjoamista palveluista, maantieteellisistä ja kulttuurisista tekijöistä sekä asiakkaan omista arvoista. Tämän vuoksi matkailun kehittämiseen ja matkailijan kokemuksen syntymiseen vaikuttavat useat eri tekijät ja toimielimet. Valtion tasolla tehdään päätöksiä, kuten lainsäädäntöä, joilla on suuria vaikutuksia matkailualaan ja alalla toimiviin yksiköihin. Alueelliset päätökset, kuten kuntapolitiikka vaikuttaa matkailun kokonaisuuteen. Lisäksi on hyvä ymmärtää, että esimerkiksi liikennepalveluiden toiminta on riippuvainen yksityisten yritysten toiminnasta. Toisaalta esimerkiksi kunnallisesta julkisesta liikenteestä vastaavat kaupungit. (Havas ym. 2006, 21 - 23.)

Monialaisuutensa vuoksi matkailutoimiala on myös erittäin herkkä muutoksille. Esimerkkinä voidaan ajatella matkailuun vaikuttavia ulkoisia tekijöitä, kuten epidemioita, poliittisia epävakauksia, talouden taantumaa ja ilmastonmuutosta. Huonoluiset talvet tuottavat ongelmia

lumesta riippuvaisille matkakohteille ja laajat epidemiat ovat olleet matkailua jarruttavia tekijöitä. (Karusaari & Nylund 2010, 20 - 28.)

Tämän vuoksi julkisella sektorilla, niin valtiollisella kuin kunnallisellakin politiikalla vaikutetaan ja otetaan vastuuta matkailun kehityksestä. Matkailun vaikutuksien suuruus ja potentiaali on hyvä ymmärtää myös kunnallisella tasolla. Espoo Marketing Oy:n tehtävänä on kehittää Espoon kaupungin elinvoimaisuutta ja työllisyyttä. Matkailun kehittämällä on mahdollista vaikuttaa kokonaisvaltaisesti koko alueen elinvoimaisuuteen.

3.2 Asiakkaan kokemuksen muodostuminen

On hyvä ymmärtää, että matkailijat toteuttavat matkansa eri syistä ja heillä on erilaiset tarpeet ja toiveet matkan suhteen. Matkan tarkoitukset lajitellaan kolmeen kategoriaan:

1. Lomamatkailu: Lasketaan läheisten vierailu.
2. Työmatkailu: Sisältäen konferenssit, tapaamiset ja muut työperäiset syyt.
3. Muut: Liittyen harrastuksiin, opiskeluun, terveyteen tai esimerkiksi uskonnollisiin pyhiinvaelluksiin.

Ymmärtämällä matkustajien motivaatioita on helpompi ymmärtää myös matkailuun vaikuttavia osatekijöitä. Kansainväliset menestyksekkäät yritykset vetävät puoleensa muita kansainvälisiä osajia ja vaikuttavat näin ollen osaltaan matkailuun. Lomamatkailijalle tärkeää voi olla kohteen tarjoamat aktiviteettipalvelut, jolloin näitä tarjoavien yksityisten yrittäjien merkitys kasvaa. Lisäksi kohteen kulttuuriset, historialliset ja maantieteelliset ominaisuudet vetävät puoleensa erilaisia matkailijoita. (Holloway ym. 2009, 11 - 14.)

Erilaiset motiivit vaikuttavat matkailijan valintoihin ja odotuksiin matkailukohdetta valittaessa. Vetovoimatekijät ovat tärkeitä motivaattoreita matkailijalle. Se, mitä matkailija näkee, tekee ja kokee, ovat tärkeimpiä vetovoimatekijöitä, jotka houkuttelevat matkailukohteeseen. Merellisessä ympäristössä matkailija näkee ainutlaatuiset saaristomaisemat ja sen luonnon monimuotoisuuden. Hän haluaa mahdollisesti myös itse osallistua kokemukseen esimerkiksi poimimalla marjoja saaresta tai kokeilemalla SUP-lautailua. Elämykset ovat osa kokemista. Se, minkä matkailija kokee elämyksenä, on hyvin yksilöllistä. (Karusaari & Nylund 2010, 35,36.)

Vetovoimaisuuden kautta voidaan tutkia lähtöaluetta suhteessa kohdealueeseen. Sen kautta puolestaan pystytään selvittämään, mitä erilaista ja ainutkertaista tarjottavaa matkailukohteella on matkailijalle ja miten saada myös kotimaanmatkailijat kiinnostumaan kohteesta ja sen ympäristöstä. Saavutettavuus on myös suuri tekijä matkailukohteen vetovoimaisuudessa. Se miten kohteeseen pääsee, kuinka helppoa ja selkeää matkan varaaminen ja ostaminen on,

sekä kuinka paljon matka ja palvelut maksavat vaikuttavat sen vetovoimaisuuteen. (Karusaari & Nylund 2010, 35,36.)

Elämyksellinen matkailu on noussut vallitsevaksi trendiksi matkailun maailmassa. Modernit matkailijat tavoittelevat mielihyvää ja jatkuvia uusia elämyksiä. Muuttuneiden vaatimusten seurauksena myös palveluiden tuottajien ja yritysten on mukauduttava matkailijoiden tarpeisiin. Tunteet, unelmat ja tarinat ohjaavat matkailijaa elämyksiä etsiessään. (Borg 2002, 30.)

Elämys perustuu yksilön kokemaan henkilökohtaiseen emotionaaliseen kokemukseen. Kokemus muodostuu siitä, mitä ihminen havainnoi ympäristössään. Aistihavaintojen perusteella ihminen ensin havaitsee; maistaa, haistaa, näkee tai kuulee jotakin mikä saa reagoimaan. Aistihavainnoista luodakseen kokemus havainto tarvitsee tuekseen ihmiselle jonkin merkityksen. Ihmiset kokevat elämykset hyvin yksilöllisillä tavoilla. Taustalla vaikuttavat yksilöiden henkilökohtainen elämäkokemus ja historia. (Borg 2002, 30.)

Elämyksen kokonaisvaltainen muodostuminen matkailijalle lähtee jo matkan/kohteen suunnitteluvaiheessa. Matkailijalla on valmiina odotuksia ja toiveita siitä, millainen on se ideaalinen elämys mikä häntä kohteessa odottaa. Nämä odotukset perustuvat useimmiten aiempiin samankaltaisiin kokemuksiin, sillä jokaisella on oma elämyshistoriansa. Elämys toteutuessaan on toimintaa ja tekemisen tavoite, joka toimii motiivina lähteä matkalle tai tutustua uuteen matkailukohteeseen. (Borg 2002, 25 - 27.)

3.3 Merellinen matkailu

Merellisen matkailun historia juontaa juurensa Rooman valtakunnan ajoilta. Myöhemmin merenranta matkailu alkoi keskittyä terapeuttisiksi koettujen ominaisuuksien, meren ja auringon yhdistelmään. Meri, aurinko ja hiekka ovat muodostaneen nykypäivään saakka merellisen matkailun ytimen. Maan ja meren yhdistelmä tarjoaa ainutlaatuisen voimavaran matkailulle. Maisemallinen kauneus, vesi, rannat, rikas maan ja meren biologinen monimuotoisuus sekä kulttuurinen ja historiallinen monimuotoisuus luo ainutlaatuisen infrastruktuurin matkailun kasvattamiselle. Sekä vesistö että rannikko tarjoaa mahdollisuuden kehittää matkailua tukevia palveluja, kuten hotelleja, satamia, rantoja, kauppoja, vapaa-ajan asuntoja, sekä muita palveluja. Lisäarvoa rannikkokohteille tuo palvelutoiminta, jossa hyödynnetään merellisyyden ainutlaatuisuutta. (Unep 2009, 10.)

Merelliset virkistyspalvelut ovat kasvattaneet suosiotaan sekä lisääntyneen kysynnän että palveluiden määrien kasvussa. Rannikkoalueiden palvelut voidaan jaotella kahteen kategoriaan, kulutuspalveluihin, ja ei-kuluttaviin palveluihin. Kulutuspalvelu on esimerkiksi kalastus, jossa

kulutetaan rannikon resursseja. Ei-kuluttaviin palveluihin luetaan mm. uiminen tai sukellus, jotka eivät edellytä luonnon resurssien käyttöä. (Unep 2009, 10.)

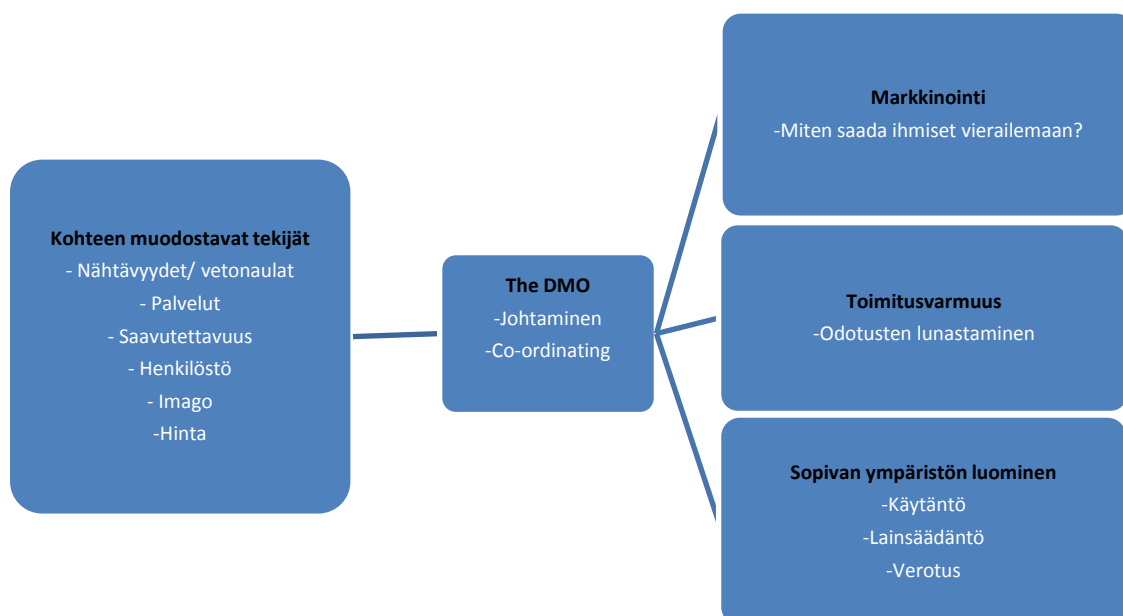
Rannikkomatkailu kattaa rantoihin liittyvän matkailun ja virkistys vapaa-ajan aktiviteetit, kuten uiminen, auringon ottaminen, luonnonvaraisen luonnon tarkkailu ja rannikko kävelyt, joiden toteuttamiseen rannikko on edellytys. Merellinen matkailu käsittää lähinnä aktiviteetit, jotka liittyvät veteen, kuten purjehdus, merenkulkuun liittyvät aktiviteetit ja muu vesiuheilu. (Ecorys 2013, 12.)

Ainutlaatuisen infrastruktuurin puoli on myös se, että merelliset kohteet ovat hyvin riippuvaisia luonnollisista ja historiallisista voimavaroistaan. Tämän vuoksi kohteet voivat muodostua maailmanlaajuisesti uniikkeiksi ja suosituiksi tarjoamalla asioita, jotka ovat mahdollisia vain tietyllä paikalla tiettyyn aikaan. Esimerkiksi Australia on tunnettu surffirannoistaan, Meksikon lahti purjehduksesta ja punainen meri on leimattu erityiseksi sukelluskohteeksi. Toisaalta luonnollisten resurssien kääntöpuolena ovat niihin liittyvät riskit, kuten tulvat, tsunamit, myrskyt ja metsäpalot. Rannikkomatkailun kehittymiseen vaikuttaa osaltaan myös paikallisen väestön intressit, turvallisuus, sosioekonomiset tekijät, politiikka ja alueen markkinointijohtaminen. (UNEP 2009, 10.)

4 Matkailukohteen kehittäminen

Matkailukohteella tarkoitetaan paikkaa, jossa matkailija viipty vähintään yhden yön yli. Kohteen koko voi vaihdella yksittäisestä palvelukohteesta, kuten huvipuistosta, kokonaiseen valtioon. Kussakin tapauksessa kohde koostuu aiemmassa kappaleessa (kuvio 2) esitettyjen sidosryhmien verkostosta, yksityisistä majoituspalveluista kunnallisiin tai valtiollisiin liikenneyhteyksiin. (World Tourism Organization 2007, 1,2.)

Kohteenhallinta (Destination management) edesauttaa matkailukohteen toimivuutta matkailijalle ja kohteen markkina-arvon saavuttamista toimijalle. Se on yhteistyötä matkailijan, kohteen toimijoiden ja paikallisyhteisön välillä. Kohteen toimiva hallinnointi vaatii matkailukohteen toimijalta strategisen suunnitelman perustuen asiakashallintaan ja visiointiin tulevista. Joskus ulkopuolinen kohteen hoitoon erikoistunut kohdejärjestelyn yritys (Destination Management organization DMO) auttaa toimijaa koordinoimaan ja kohdistamaan toimintaansa oikealle asiakasryhmälle. Kohteen hoidossa asiakkaiden ja toimijan välinen yhteistyön tärkeys korostuu. (Borg 2002, 182,183; Alastair 2013, 4,5) Espoo Marketing Oy luokitellaan kohteen hallinnointiorganisaatioksi, sillä sen tehtäviin kuuluu kehittää alueen vetovoimaisuutta vierailukohteena. (VisitEspoo 2016.)



Kuvio 2: Matkailuorganisaatioiden rooli

Kävijän kokemus matkailukohteesta muodostuu usean eri tekijän ja toimijan yhteisvaikutuksesta, joka havainnollistuu kuviossa kaksi. Tämän vuoksi matkailukohteen kehittämisessä on huomioitava kaikki kohteen toimivuuteen vaikuttavat osatekijät. Matkailuorganisaatioiden tehtävänä on koordinoita ja ohjata eri toimijoita yhteisten päämäärien suuntaan sekä mahdollistaa ja tukea kohteen kehitystä. (World Tourism Organization 2007, 2.)

4.1 Toimijoiden roolit

Valtiollisella tasolla Suomelle matkailukohteena on luotu strategia. Strategian tavoitteena on saada Suomi Pohjoismaiden ykkösmatkailukohteeksi, ja luoda matkailulla lisää työllisyyttä, hyvinvointia ja vaurautta.



Kuvio 3: Suomen matkailun strateginen kehys (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015ab, 5.)

Tavoitteen saavuttamiseksi painotetaan yhteistyötä, monipuolisia palveluja, toimivaa myyntiä ja markkinointia sekä kilpailukykyisen toimintaympäristön kehittämistä. Tavoitteen saavuttamisen mahdollistaviksi tekijöiksi on nostettu asiakaslähtöiset toimintatavat, digitaalisuus, innovaatiot sekä kestävät että kannattavat toimintatavat. Myös vesistömatkailu on tunnistettu Suomen matkailun kehittämisen kannalta tärkeäksi kehityskohteeksi. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015a, 4 - 9.)

Eri toimijat edistävät matkailua omilla tahoillaan. Jokaisella toimijalla on oma roolinsa, jotka käsittävät erilaisia toimintoja ja tehtäviä matkailun edistämisen tasoilla. Matkailualalla toimijoiden välillä tehdään paljon yhteistyötä. Yhteistyön myötä toimijoiden roolit muodostavat kokonaisuuden, joka palvelee niin toimijoita tahoillaan, kuin asiakkaidenkin tarpeita. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015a, 4 - 9.)

Julkinen sektori toimii pääroolissa matkailun toimijoiden kentällä. Sen tärkeimpiin tehtäviin kuuluu varmistaa toimivan kasvuympäristön toteutuminen ja rahoituksen järjestäminen yrityksille. Suuremmat investoinnit koskien matkailualueiden ylläpitoa ja kehittämistä ovat osa julkisen sektorin toimintaa. Vastuu kansallispuistoista ja ulkoilureittien kunnossapidosta kuuluu myös julkisen sektorin tehtäviin. Suomen brändin vahvistaminen matkailukohteena ja sen markkinoinnin edistäminen ovat tärkeitä osa-alueita, jotka tukevat kehittämissyhteistyötä kasvun edistämiseksi. Seuraavan sivun kuviossa 4 havainnollistetaan Suomen matkailu toimijoiden rooleja. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b, 42,43.)



Kuvio 4: Suomen matkailutoimijoiden roolit. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b, 42,43.)

Visit Finland edistää Suomen matkailuimagoa kohdemarkkinoilla kotimaassa ja kansainvälisesti. Se auttaa myös kasvavia uusia yrityksiä laajentamaan toimintaansa kansainvälisille markkinoille. Visit Finlandin tärkeimpiin tehtäviin kuuluu verkostojen luominen matkailuyritysten välille myös kansainvälisesti. Se toimii yhteistyössä alue- ja kehittämissyhtiöiden kanssa.

Visit Finland/Convention Bureau tuo Suomea kansainvälisesti esille tapahtumien ja kokousten järjestäjänä. Erityisesti nykypäivän ulkoisten uhkien ja heikon turvallisuustilanteen vuoksi Suomi on potentiaalinen kohdema ja järjestää esimerkiksi suurempiakin kongresseja ja yritystapahtumia. Visit Finland/Convention Bureau käyttää myös hyödykseen Finpro ja Team Finlandin alustoja edistääkseen yritys- ja kongressimatkojen järjestämistä Suomessa. Toimintaan kuuluu myös tutkimusten ja tilastojen toteuttaminen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b, 42.)

Matkailun alueorganisaatiot toimivat matkailupalveluiden tuottajien kanssa yhteistyössä. Tavoitteena on luoda laajempaa matkailutarjontaa paikallisten yrittäjien kanssa. Suomen matkailustrategiassa korostetaan alueorganisaatioiden roolia yhteistyön organisoinnissa. Alueorganisaatioiden tehtävänä on toimia tiedonvälittäjänä ja yhteisfoorumina alueensa matkailutoimijoille. Yhteistyössä yrittäjien kanssa alueorganisaatiot kokoavat alueensa palvelutarjontaa suuremmiksi myynti ja markkinointi kelpoisiksi kokonaisuuksiksi. Lisäksi alueorganisaatioiden tehtävänä on toimia väylänä yrittäjien ja VisitFinlandin välillä. Lisäämällä matkailualueiden

yhteistyötä, mahdollistetaan suurempien elämyskokonaisuuksien ja reittien syntyminen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015a, 8.)

Seudulliset kehittämissyhtiöt, toimivat tiiviissä yhteistyössä alueen yritysten kanssa. Kehitystarpeiden koordinointi edellyttää seudun läpikotaista tuntemusta ja yhteyksiä paikallisiin yrityksiin. Kehittämissyhtiöiden tavoitteena on edistää alueen operatiivista yritystoimintaa ja hallinnoida matkailuhankkeita. Myös matkakohteiden ja palveluiden markkinointi on iso osa seudullisen kehittämissyhtiön toimintaa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b, 42,43.)

Koulutusorganisaatiot huolehtivat matkailun koulutuksesta. Tämä edistää sitä, että toimijoiden tuottama laatu vastaa tulevaisuudessakin matkailijoiden vaatimuksia. Koulutusorganisaatiot toimivat usein eri matkailualan hankkeissa mukana. Hankkeiden kautta yritykset ja koulutusorganisaatiot pystyvät verkostoitumaan. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b, 42,43.)

4.2 Suomen saariston kehittäminen

Maailmanlaajuisesti ajateltuna saaristokohteet ovat suosituimpia matkailualueita. Myös Suomen merellinen saaristo on tunnistettu ainutlaatuiseksi ja houkuttelevaksi matkailukohteeksi jo vuosikymmeniä sitten. Suomen saariston ja vesistön fyysiset ominaisuudet tarjoavat erinomaiset puitteet saaristoalueiden kehittämiseksi. Kansainvälisesti suhteutettuna Suomen luonto on puhdas ja vakautensa vuoksi turvallinen. Lisäksi monipuoliset vuodenaikavaihtelut tekevät alueista kansainvälisesti erottuvampia. Etenkin lumi- ja jääsaaristo on Suomen saariston erottavimpia tekijöitä. (Sisäasiainministeriö 2005, 9,10.)

Saaristoalueiden potentiaalista matkailualueina kertoo myös se, että Suomen vetovoimaisimmat turistikohteet, kuten Suomenlinna, Naantalin muumimaailma ja Korkeasaari, nojaavat saaristoteemaisuuteen. Saaristo- ja vesistökohteisiin yhdistyy usein luontoelementtien lisäksi kulttuurista toimintaa. Esimerkkejä tällaisista ovat mm. musiikki festivaali Kotkan meripäivät, useat ympäri Suomen järjestettävät kalamarkkinat, Suomenlinnan historia, sekä Töysän kunnan miljoonapilkki tapahtuma. (Sisäasiainministeriö 2005, 11.)

Merellisten alueiden kehittämisen kannalta on tärkeää ymmärtää eri sektoreiden yhteyden merkitys merellisten alueiden elinvoiman parantamisessa. Luonnon fyysisten ominaisuuksien lisäksi vetovoimaisuuteen liittyy vahvasti alueiden palvelutarjonta ja kulttuuri sekä niiden välinen verkostoituminen ja yhteistyö. (Sisäasiainministeriö 2005, 12,13.)

Vuonna 2015 käynnistetty merellinen saaristo-hanke on valtakunnallinen kasvuohjelma, jolla pyritään kehittämään Suomen merellisen saariston matkailua. Hankkeen selvityksissä koroste-

taan Suomen merellisen saariston monipuolisuutta ja eksoottisuutta vetovoimatekijöinä. Kansainvälisillä markkinoilla kilpaileminen edellyttää monipuolista palvelutarjontaa ja kohteiden satavuuden sekä saavutettavuuden parantamista. Tässä yhteydessä korostetaan yritysten ja palveluntarjoajien verkostoitumisen merkitystä suuremmiksi palvelukokonaisuuksiksi, joiden avulla voidaan kehittää ympärivuotista matkailua. (VisitFinland 2016.)

5 Aineistonkeruumenetelmät ja tutkimuksen toteutus

Asiakkaiden tarpeiden selvittäminen auttaa ymmärtämään, mitä palvelulta vaaditaan ja mitä sen pitäisi pystyä tuottamaan asiakkaalle, jotta palvelu tai tuote olisi markkinoilla haluttu. Tärkeää on kuitenkin pystyä sovittamaan asiakastarpeiden toteuttaminen strategiaan kannattavana toimintamallina. Avainasemassa ovat asiakkaat, jotka toimivat ulkopuolisena vertausarvona organisaation kokonaisvaltaiselle toiminnalle. Tutkimalla asiakkaita, voidaan selvittää heidän palvelukokemuksiaan, kuten mitä he arvostavat palvelussa eniten, mitä he kaipaavat palvelulta ja mitkä ovat palveluprosessin kipukohtat eli asiakkaalle epämukavuuden aiheuttavia tekijöitä. (Reason, Lovile & Flu 2016. 5 - 7.)

Organisaatiot pyrkivät toimimaan siten, että heidän palvelut ja tuotteet ovat houkuttelevia ja tuotettavissa mahdollisimman monille asiakkaille (Reason ym. 2016, 162.) Jotta tuotteet ja palvelut voidaan standardisoida suurille asiakaskunnille, yritykset toteuttavat paljon määrällisiä tutkimuksia, ja perustelevat toimintansa niin sanotusti tilastollisin totuuksin. Kun tuhansia ihmisiä kategorisoidaan samoihin segmentteihin, on olemassa vaara, että ihmisten inhimilliset ja yksilölliset tarpeet jäävät huomioimatta ja yksilön kohtaaminen unohtuu. Tällöin ei myöskään saada selville asiakkaan tuntemuksia tai kokemuksia eikä palvelukokemusta pystytä tehostamaan. (Reason ym. 2016, 7 - 9.)

Myös Keskinen ja Lipiäinen (2013, 40,41) painottavat ostoprosessin tai asiakkuuden kokeneiden asiakkaiden yksilöllisiä kokemuksia. Markkinointitutkimuksissa keskitytään usein liikaa aikomuksiin liittyvään tietoon, kuten asiakkaan preferensseihin. Tällaiset tiedot ovat tärkeitä, mutta kuvaavat heidän mukaansa vain harvoin todellisuutta. Asiakkaan käyttäytymistä ohjaa odottamattomaan suuntaan usein heidän tavat, tottumukset, intuitio, mukavuuden halu ja oppiminen. Näin ollen aikomuksia käsittelevien tutkimusten vastaukset voivat poiketa suuresti todellisesta asiakas käyttäytymisestä. (Keskinen & Lipiäinen 2013, 41.) Määrällisten tutkimuksien rinnalla, laadullisilla tutkimusmenetelmillä on mahdollista saada selville merkittäviä ja syvällisiä piirteitä potentiaalisista asiakkaista, heidän käyttäytymisestään ja toiveistaan. (Reason ym. 2016, 7 - 9.)

Tähän työhön syvällisemmän asiakasymmärryksen tutkimiseksi on valittu laadullisen tutkimuksen työkalut haastattelu, havainnointi ja benchmarking. Haastattelun ja havainnoinnin avulla kerättiin aineistoa asiakkaiden tarpeista ja toiveista sekä asiakaskokemusta parantavista ja hankaloittavista asioista. Benchmarkingilla tutkittiin Tukholman saariston hyviä käytäntöjä, joita voitaisiin hyödyntää myös merellisen Espoon ja Kirkkonummen kehittämisessä. Lopulliset kehitysehdotukset luotiin koko tutkimusaineiston perusteella. Seuraavissa luvuissa esitellään, kuinka näitä kolmea aineistonhankintamenetelmää käytettiin tutkimuksen toteuttamisessa.

5.1 Haastattelu

Haastattelu sopii hyvin tutkimusmenetelmäksi, kun halutaan tietää mitä henkilö ajattelee, tai miksi hän toimii tietyllä tavalla. Haastattelussa on kyse kysymyksen esittämisestä henkilöille ja kysyminen on yksinkertainen tapa saada tietoa. Vuorovaikutuksessa tapahtuvan haastattelun vahvuuksia ovat sen joustavuus. Tällöin kysymyksiä on mahdollista tarkentaa ja toistaa, toisin kuin esimerkiksi kyselylomakkeita käytettäessä. Lisäksi vuorovaikutuksessa tapahtuva haastattelu mahdollistaa samanaikaisen havainnoinnin, jolloin tutkija voi kiinnittää huomiota myös asiakkaan äänensävyihin ja tulkita vastauksia syvällisemmin. Haastattelun vahvuuksiin kuuluu myös mahdollisuus valikoida tutkimuksen kannalta soveliaimmat haastateltavat, joilla on tietoa ja kokemusta tutkittavasta aiheesta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 72 - 74.)

Keskinen ja Lipiäinen (2013, s. 42) painottavat asiakkaiden yksilöllisyyden merkitystä asiakkaan matkaa tutkittaessa. Haastattelua suunniteltaessa on tärkeää määrittää päämäärä, eli mitä tietoa haastattelulla pyritään saamaan. Tutkittavaan aiheeseen ja haastattelun päämäärään perustuen valitaan sopivin haastattelu tekniikka. (Altinay & Paraskevas 2008, 108 - 110.) Tässä tutkimuksessa haastattelumenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Teemahaastattelun valittiin tutkimusongelman selvittämisen kannalta olennaiset aiheet. (Vilkkä 2005, 101.)

Tutkimuksessa toteutettiin yhteensä kymmenen teemahaastattelua loppukäyttäjien kanssa. Haastateltavat koostuivat niin paikallisista ja kansainvälisistä yksityisistä asiakkaista kuin pariskunnista ja perheistä. Lisäksi haastateltiin yhdeksän Espoon saariston reittiliikenteen henkilökunnan jäsentä. Loppukäyttäjille ja henkilökunnalle laadittiin erilliset teemahaastattelu rungot. Loppukäyttäjien haastatteluilla selvitettiin asiakkaiden saaristokokemusta, tarpeita ja toiveita. Haastatteluilla pyrittiin saamaan tietoa siitä, mikä Espoon saaristokokemuksessa viehättää ja kuinka kokemus voisi olla parempi. Henkilökunnan haastatteluilla keskityttiin palvelun toimivuuteen, kehitysehdotuksiin ja toimintaa hankaloittaviin tekijöihin. Henkilökunnan haastattelussa teemoja käsiteltiin niin operoinnin, kuin loppukäyttäjän näkökulmasta.

Loppukäyttäjien haastattelut toteutettiin Espoon saaristoliikenteen reittivene aluksilla kävijöiden matkan loppupuolella 10.-25.9.2016. Tällä tavalla varmistettiin, että kävijöillä on kokemus josta kertoa. Haastattelut toteutettiin ennalta suunnitellun haastattelurungon pohjalta avoimesti ja keskustelun omaisesti niin, että kävijöiden oli mahdollista kertoa kokemuksistaan mahdollisimman vapaasti. Haastatteluilla haluttiin selvittää mitä merelliseltä matkalta odotettiin, mikä matkassa oli hyvää, mikä hankalaa ja mitä siltä vielä kaipaisi. Päämääränä oli saada syvällistä ja aitoa tietoa asiakkaista, heidän arvoista ja asenteistaan sekä niin sanotuista piilotarpeista.

Haastattelu on suunniteltava siten että haastateltavan on mahdollista kertoa palvelukokemuksensa mahdollisimman todenmukaisesti. Haastattelurungolla varmistettiin, että kaikki tarvittavat aiheet tulevat käytyä läpi. Haastatteluissa keskustelu pyrittiin pitämään aiheessa niin sanotusti rohkaisemalla tiedonantajaa kertomaan kokemuksistaan tutkittavasta ilmiöstä. Avoimessa haastattelussa haastattelijalta sallitaan intuitiiviset ja kokemusperäiset väliintulot haastattelua tehdessä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75 - 76.)

Haastattelut dokumentoitiin kirjoittamalla tiedonantajien vastaukset ylös mahdollisimman sanatarkasti. Haastatteluja ei nauhoitettu, sillä sen arvioitiin vaikuttavan haastattelun ilmapiiriin. Haastatteluissa ei huomioitu haastateltavien taustatietoja, kuten ikää tai sukupuolta, sillä ne eivät olleet olennaisia tutkimuskysymyksien kannalta. Osallistuminen oli täysin vapaaehtoista ja tiedonantajille kerrottiin, että kyseessä on Espoo Marketing Oy:lle tehtävä opinäytetyö koskien Espoon ja Kirkkonummen merellisten alueiden kehittämistä.

Saaristoliikenteen henkilökunnan haastattelut toteutettiin 10.9.2016-18.10.2016 välisellä ajalla kasvotusten rauhallisessa paikassa, lukuun ottamatta yhtä puhelinhaastattelua. Haastattelut dokumentoitiin sekä nauhoittaen että kirjaamalla vastaukset ylös mahdollisimman sanatarkasti. Osa haastateltavista toivoi, että haastattelua ei nauhoiteta. Näissä tapauksissa haastattelut dokumentoitiin ainoastaan kirjaamalla asiat mahdollisimman yksityiskohtaisesti.

Haastatteluiden analysointi aloitettiin taulukoimalla kaikkien haastateltavien vastaukset tyypeittäin osioihin. Tyypittelyn avulla saadaan muodostettua tyyppiesimerkkejä, jotka auttoivat hahmottamaan asiakkaiden vastauksia ja mahdollisia yhtäläisyyksiä vastauksissa. Vastausten jäsentely oli selkeää, kun kaikki vastaukset kirjattiin samaan taulukkoon. Haastatteluista poimittiin yhtenevät ominaisuudet. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 93.) Nämä asiat koottiin taulukkoon, jotka kertoivat asiakkaan odotukset, nautinnot, hankaluudet ja ideat. Henkilökunnan haastatteluista koottiin taulukko, josta kävi ilmi onnistumiset, haasteet ja parannusehdotukset. Henkilökunnan haastattelussa haastateltavia pyydettiin pohtimaan näitä teemoja niin itsensä, kuin loppukäyttäjän näkökulmasta omien kokemuksien perusteella.

5.2 Havainnointi

Havainnointi on kehittämistyön menetelmä, jossa tutkija tarkkailee järjestelmällisesti tutkittavaa kohdetta. Tarkkailemalla tutkittavaa kohdetta itse, on mahdollista saada selville tietoa todellisista ilmiöistä, jotka eivät tulisi välttämättä ilmi esimerkiksi haastatteluista tai kyselyistä. (Ojasalo ym. 2009, 42 - 43.)

Havainnointi suoritetaan yleensä joko osallistuvana havainnointina, tai ulkopuolisena havainnointina. Ulkopuolisessa havainnoinnissa tutkija havainnoi ilmiötä ulkopuolisena ilmiönä, osallistumatta siihen itse lainkaan. Menetelmän avulla voidaan luoda numeraalista tietoa ja se soveltuu määrällisen tiedon keräämiseen. Osallistuvassa havainnoinnissa tutkija osallistuu itse tutkittavan kohteen tai ilmiön toimintaan. Tutkijan osallistuessa itse havainnointiin, puhutaan usein laadullisesta tutkimusmenetelmästä. Osallistuvassa havainnoinnissa kerätty tieto on yleensä runsasta ja hyvin erilaista, jolloin numeraalisen tulkinnan teko ei onnistu. (Kurkela, R, 2016) Tässä opinnäytetyössä havainnointi toteutettiin osallistuvana havainnointina, jossa me tutkijat osallistuimme vierailuun merellisen Kirkkonummen alueelle. Havainnointi suoritettiin haamuasiointina, jossa havainnointi suoritetaan asiakkaan roolissa (Ojasalo ym. 2009, 42 - 43.).

Havainnoinnissa oleellista on suunnitella ja päättää havainnoinnin tavoitteet, jotka perustuvat tutkimusongelmaan ja kysymyksiin. Tutkimuksen tarkoituksesta riippuen luodaan havainnointisuunnitelma eli asiarunko. Asiarungossa on päätetty mitä, miten ja missä havainnointi toteutetaan. Tutkimussuunnitelma on tärkeä erityisesti silloin, kun havainnointia suorittaa useampi henkilö. Selkeän asiarunon ja suunnitelman avulla molemmat havainnoitsijat ovat tietoisia rooleistaan ja tehtävistään. (Vilka 2005, 125.)

Havainnoinnin tavoite oli tutustua merelliseen Kirkkonummeen ensikertalaisen matkailijan näkökulmasta, ja selvittää mitä se tarjoaa kävijälleen. Tarkoituksena oli havainnoida kohdevierailua kokonaisvaltaisesti kiinnittäen huomiota kohteen hyviin ja huonoihin puoliin. Hyviksi puoliksi luokiteltiin tekijät, jotka helpottivat ja toivat nautintoa vierailuun. Huonoiksi puoliksi luokiteltiin puutteet, häiriötekijät ja muut kokemusta häiritsevät tekijät.

Havainnointi toteutettiin etukäteen tehdyn asiarunon mukaisesti, jotta havainnointi oli ennalta suunniteltua ja järjestelmällisesti toteutettua. Havainnoinnissa kiinnitettiin huomiota palvelutarjontaan, kohteen nähtävyyksiin ja niiden saavuttamiseen ja opastukseen. Havainnointi toteutettiin yhden päivän aikana 16.9.2016. Matkan tarkoitus oli käydä Porkkalan merikylässä (Porkkala Marin), syödä paikanpäällä, tutustua alueen ulkoilualueeseen ja historiaan sekä miettiä millaiset mahdollisuudet alue tarjoaa esimerkiksi viikonloppumatkaa ajatellen. Havainnointi alkoi matkan aloituksesta, jolloin huomiota kiinnitettiin määränpään löytämiseen. Kohteessa havainnointiin kokemuksemme toteutumista ja havainnointi päättyi alueelta

poistumiseen ja viikonloppu matkan suunnittelun päättämiseen. Havainnointi dokumentoitiin sille ominaisin menetelmin; valokuvaamalla ja tekemällä muistiinpanoja. (Vilka 2005, 125.)

Tämän opinnäytetyön tutkimuksen tarkoitus oli selvittää asiakaslähtöisestä näkökulmasta Espoon ja Kirkkonummen merellisten palveluiden toimivuutta ja tarjontaa matkailukohteenä. Havainnointiaineiston analysointia varten tutkimustulokset pelkistettiin ja jaettiin ryhmiin tyypittämällä aineisto, kuten haastatteluissa. Tyypittelyssä aineisto pilkottiin tutkimusongelman ja kysymyksen kannalta olennaisiin osiin, tiivistämällä samaa teemaa koskevia käsitteitä yleistyksiä. Havainnoinnin aineisto tyypiteltiin matkailukokemusta tukeviin ja hankaloittaviin tekijöihin. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 93.)

5.3 Vertailukohteen benchmarking

Benchmarking on laadullinen tutkimusmenetelmä, jossa kehitettävää kohdetta verrataan toiseen kohteeseen. Benchmarking mahdollistaa oppimisen esimerkiksi muiden toimintatavoista ja tuotteista. Vertailussa on tärkeää määrittää kehitettävä objekti ja verrattava objekti huolellisesti, jotta tutkimus palvelee sen tavoitteita. Tutkittava kohde voi olla koko organisaatio, tuotannon osa tai tuote. Vertailukohde puolestaan voi olla kilpaileva organisaatio, tuote tai toisen toimialan organisaatio. Benchmarkingissa tärkeää onkin miettiä mitä vertailulla halutaan kehittää ja kysyä. Tämän jälkeen etsitään sopiva vertailukohde, jolta voidaan oppia. Tarkoitus ei ole ainoastaan ottaa muiden toimijoiden hyviä käytäntöjä käyttöön, vaan benchmarkkauksen tuloksia ja havaintoja arvioidaan kriittisesti ja sovelletaan kehitystyössä. (Tuulaniemi 2011, 138 - 140.)

Tässä työssä benchmarkkauksen kehitettävänä kohteenä on merellisen Espoon ja Kirkkonummen palvelut. Vertailtavaksi kohteeksi valittiin Tukholman saaristo ja sen palvelut toimeksiantajan pyynnöstä. Vertailussa tutkitaan Tukholman saariston palvelutarjontaa kohteen omilta internetsivuilta, stockholmarchipelago.se, saadun tiedon perusteella. Stockholmarchipelago.se on alueellisen matkailun kehittämisjärjestön perustama palvelu, jossa esitellään alueen tarjontaa (Stockholmarchipelago 2016.). Lisäksi Benchmarkkauksen tarkoituksena oli selvittää, kuinka Tukholman saaristoa ja sen palveluita esitellään ja markkinoidaan alueen kehittämisjärjestön toimesta.

Benchmarking aineiston keräämisen jälkeen mietimme ja ideoimme, mitkä Tukholman saariston ja sen internetsivujen palveluista sopisi Espoon ja Kirkkonummen merelliseen palvelutarjontaan eli keskityimme niin kutsuttuihin parhaisiin käytäntöihin.

Tukholman saaristo koostuu yli 30 000 saaresta. Monipuolinen saaristo on vain muutaman minuutin matkan päästä Tukholman keskustasta. Saaristoissa on mahdollista nauttia vanhoista

kalastajakylästä, hiekka- ja kalliorannoista, sekä vuosisatoja vanhoista kaupungeista. Lisäksi saaristossa on ympärivuoden tapahtumia joulumarkkinoista kauhujen iltoihin. Matkailijoille ja vierailijoille on tarjolla monenlaista historiaa, monipuolisia luontoaktiviteettejä ratsastuksesta kalastukseen ja melontaan, rentoutumista, tapahtumia, kulttuuria ja useita ravintoloita. Saaristosta ja merellisestä Tukholmasta on mahdollista nauttia pyöräillen, vaeltaen, tai meritse esimerkiksi ympärivuoden liikennöivillä risteilyaluksilla. Useilla saarilla ja saaristokohteissa on saatavilla erilaisia majoituksia, kuten hotelleja, mökkejä ja telttailua. (Stockholmarchipelago 2016.)

Tukholman saariston omilta internetsivuilta on löydettävissä informaatiota sekä englanniksi että suomeksi alueen tapahtumista, aktiviteeteistä ja nähtävyyksistä. Saariston tarjonta on kategorisoitu sivustoilla viiteen pääotsikkoon; majoitus, nähtävää & koettavaa, syö & juo, kohteet ja paketit. Tukholman saaristossa on mahdollista majoittua hotelliin, hostelliin, vierassatamaan, bed & breakfastiin tai leirintäalueelle. Sivustoilta on suora pääsy palveluntarjoajien internetsivuille, ja useimmat tarjoavat stockholmarchipelago.se sivuston välityksellä suoran mahdollisuuden varauksiin. Monipuolisien aktiviteetti ja kohde-esittelyjen yhteyteen on merkitty tarkat tiedot sisällöstä aina hinnoista varustustarpeisiin. Alueelta löytyy internet-sivujen informaation perusteella lähes 50 eri saaristokohdetta. Näissä kohteissa on yhteensä yli 50 nähtävyyttä, yli 40 ravintolaa ja baaria ja lähes sata aktiviteettipalvelua. Lisäksi alueella järjestetään tapahtumia ympärivuoden. Alueen historiaa ja nähtävyyksiä on nähtävillä monipuolisesti kymmenessä eri museossa, opastetuilla risteilyillä ja melontaretkillä. Saariston paikallista kulttuuria voi lisäksi kokea kalastajakylissä, paikallisruokaravintoloissa ja kahviloissa sekä käsityömyymälöissä. (Stockholmarchipelago 2016.)

Sivustojen kautta on mahdollista varata myös kokonaisia saaristopaketteja, kuten viiden päivän kajakkivaellus sisältäen majoituksen, opastuksen, ruokailut ym. Valittavissa on kaiken kaikkiaan lähes 50 erilaista ja eri tarkoituksiin sopivaa matkapakettia, jotka on mahdollista myös varata suoraan sivustojen kautta. (Stockholmarchipelago 2016.)

Stockholmarchipelago.se- internetsivuilla saariston kohteet on esitelty monipuolisesti. Sivustoilta näkee esimerkiksi saarien ja rannikkokohteiden yleiset fasilitetit, palvelut ja nähtävyydet, sekä reittiliikenteen aikataulun. Tarjolla on reittiopas, jonka avulla asiakas voi selvittää, kuinka tämä pääsee haluamastaan kohteesta toiseen. (Stockholmarchipelago 2016.)

5.4 Tutkimuksen luotettavuus

Laadullisin tutkimusmenetelmin tehdyssä tutkimuksessa tutkijoiden tekemät valinnat, ratkaisut ja teot ovat luotettavuuden arvioinnin kohteena. Tästä syystä tutkijoilla ja heidän rehellisyydellään on suuri rooli tutkimuksen luotettavuutta arvioidessa. Perinteisesti myös tutkimuksen toistettavuutta on käytetty tutkimuksen luotettavuuden kriteerinä. Toisaalta

laadullisin tutkimusmenetelmin ihmisiä ja tilanteita tutkittaessa on huomioitava, että tutkimustilanteet ovat aina ainutkertaisia ja tulkinta perustuu tutkijan, teorian ja tutkimusaineiston väliseen vuoropuheluun. Ominaisuuksiensa vuoksi laadullisessa tutkimuksessa yleistettävyyden ei ole tutkimuksen kannalta tärkeä ongelma, vaan kyse on ennemminkin ilmiöiden ymmärrettäväksi selittämisestä ja uusien ajattelunallejen luomisesta. (Vilka 2005, 157 - 159.)

Opinnäytetyön tutkimusprosessi on pyritty kuvaamaan mahdollisimman yksityiskohtaisesti ja tarkasti. Toisaalta esimerkiksi toteuttamalla useampia haastatteluja Espoon saaristoliikenteen sesonki aikaan, olisi asiakashaastattelujen sisältö ollut mahdollisesti erilaista. Kauden loppupuolella suoritettujen henkilökuntahaastattelut puolestaan mahdollistivat sen, että tiedonantajilla oli kokemusta koko liikennöintikauden ajalta. Myös havainnointi toteutettiin sesongin ulkopuolella. Mikäli havainnointi olisi suoritettu sesonkiaikaan, olisi havainnoinnin tulokset olleet mahdollisesti erilaiset.

6 Tutkimustulokset

Tulokset analysoitiin aluksi jokaisen tutkimusmenetelmän kohdalta erikseen. Ensimmäisenä käytiin läpi haastattelujen tulokset, sitten havainnointi ja viimeisenä benchmarking, jota tehdessä huomioimme myös haastattelun ja havainnoinnin tuloksia. Kehitysehdotukset luotiin koko tutkimusaineiston perusteella. Lisäksi kehitysehdotuksia tehdessä huomioitiin koko Suomen ja Suomen saariston kehittämisstrategiaa.

6.1 Käyttäjien ja toimijoiden näkemykset

Haastattelujen analysoinnissa ilmeni, että loppukäyttäjät arvostavat merellisyyttä, saariston rauhaa, puhtautta, sekä Espoon kaupungin saaristoliikennepalvelua. Palvelut yleisesti koettiin ristiriitaisina. Niitä toivottiin, mutta toisaalta saaristo haluttiin säilyttää rauhallisena. Myös kohteiden saavutettavuutta ja markkinointia kritisoitiin.

Asiakkaan matkan odotukset ja nautinnot

Vastaajien välillä löytyi paljon yhteneväisyyksiä. Suurin osa haastatteluun vastanneista asiakkaista, iästä tai sukupuolesta riippumatta, odottivat kokemukseltaan saaristossa merellisiä maisemia ja puhdasta luontoa. Luonto koettiin rentouttavana ja ympäröivää merta kuvailtiin rauhoittavana elementtinä. Uiminen, kalastaminen ja luonnossa liikkuminen olivat asiakkaille tärkeitä asioita. Osa asiakkaista oli viettänyt lapsuutensa kesä merellä ja siksi merelle pääseminen oli tärkeää, vaikkei omaa venettä enää löytyisikään.

"Mieletön palvelu"

"Lähdettiin kokeilemaan ja tutustumaan Espooseen mereltä päin."

"Odotin mukavaa ja leppoisaa kesäpäivää. Tarkoituksena oli kokeilla SUP-lautailua, ottaa aurinkoa ja käydä syömässä saarella."

"Kiva tapa liikkua merellä, kun ei oo omaa venettä. Hakea merifiilistä. Ottaa kuvia, jos sattuu saamaan."

Myös hyvällä säällä oli suuri vaikutus siihen, milloin matkaan lähdettiin. Kulttuurin tai palveluiden perässä saaristoon ei varsinaisesti lähdetty. Poikkeuksena Iso Vasikkasaari, jossa vetovomatekijänä oli ravintola Gula Villan. Myös saaren helppokulkuisuus ja toimivat WC-tilat liäsivät asiakkaan motivaatiota lähteä viettämään päivää Vasikkasaareen. Reittiliikennepalvelua arvostettiin myös sen hinnan suhteen.

Asiakkaan hankaluudet

Haastatteluista kävi ilmi, että saaristoveneen ja saariston palveluiden saavutettavuus oli hankalaa. Osa vastanneista jopa asui saaristovenelaiturin läheisyydessä, mutta tulivat vasta nyt kokeilemaan palvelua, vaikka saaristoliikenne on toiminut Espoossa jo useita vuosia. Toivottiin markkinoinnin lisäämistä, jotta palvelut tulisivat näkyvimmiksi lähiasukkaille ja kauempaa tuleville matkailijoillekin. Toisaalta arvostettiin sitä, ettei saarella ollut liikaa ihmisiä. Joillekin informaation löytäminen netistä tuotti hankaluuksia. Asiakkaiden oli vaikeaa saada selvää aikataulusta. Se oli monen mielestä epäselvä ja aiheutti myös veneiden kapasiteetti esimerkiksi suosittuina hellepäivinä synnytti kysymyksiä mahdollisista lisävuoroista, jotta kaikki matkustajat mahtuisivat kyytiin.

"Busseilla ei kyllä löydä, pitäisi olla kuljetus"

"En olis kuullu tästä, jos työkaveri ei olis sanonu. Eikö tätä mainosteta?"

"Etsin Tapiolasta aikataulua, jota ei saanut"

"Ei löytänyt karttaa saaresta josta olisi selvinnyt missä tulipaikat, minne saa laittaa teltan, millaista maastoa yms"

Myös saaristoveneen lähtöpaikalle löytämisessä koettiin haasteita. Bussiyhteydet lähtölaiturille olivat heikot. Busseja joutui vaihtamaan ja pysäkiltä oli pitkä matka laiturille. Espooseen

rakennettavan metron koettiin olevan kaukana saaristoveneen palveluista. Opasteita kaivattiin lähtölaiturin läheisyyteen, jotta paikalle löytäminen helpottuisi. Myös opasteiden vähäisyys saarissa sai aikaan turhautumia asiakkaissa. Esimerkiksi pienten lasten kanssa liikkuvat toivoivat lisää opasteita, jotta lasten kanssa saarella liikkuminen helpottuisi entisestään. Ulkosaarissa kartta saaresta selkeyttäisi sitä, mihin laittaa teltta, mihin saa tehdä tulen ja milaista maasto saarella on. Myös pyörätuolilla saareen pääsyn koettiin hankalaksi.

Asiakkaan ideat

Uusia ideoita sekä ajatuksia nykyisten olemassa olevien palveluiden kehittämiseksi tuli runsaasti. Merellisen Espoon historiaa haluttiin yhdistää reittiliikenteen toimintaan. Reitit voitaisiin nimetä kiinnostaviksi, myös siten että turistit ymmärtäisivät historian yhteyden reittiin. Esimerkiksi pirtun salakuljetuksesta voisi kertoa tarinoita risteilyn yhteydessä. Myös teemaan liittyvää ruoka- ja juomatarjoilua ehdotettiin. Ylipäätään informaatiota saarista ja reiteistä kaivattiin lisää. Myös reittiliikenne yhteydet kauemmas, kuten Helsinkiin olisivat toivottuja. Reitteihin kaivattiin väljyyttä. Saarissa haluttaisiin tehdä pieniä pysähdyksiä, jotta ehtisi katsella ympärilleen.

Palveluihin saarissa oltiin keskimääräisesti hyvin tyytyväisiä. Pieni kahvila ulkosaareen koettiin tarpeelliseksi. Ehdotettiin että ulkosaarella voisi olla myös vuokramökkejä tai muita samankaltaisia ratkaisuja, jotta yöpyminen olisi miellyttävää. Toivottiin kuitenkin, että saaren rauhallinen tunnelma säilyisi ja ettei levottomuudet tai roskaaminen lisääntyisi. Isot hotellit ja "rantameno" rantaraitilla koettiin vastenmielisinä. Ison Vasikkasaaren palvelut olivat asiakkaiden mielestä riittävät, mutta muutamia uusia ideoita syntyi. Saaristoveneen ja saarella toimivan ravintola Gula Villanin välillä voitaisiin tehdä enemmän yhteistyötä. Saaristoveneen matkalippuun voisi yhdistää joitakin ravintolan palveluita, esimerkiksi lounas tai illallinen. Myös tapahtumat, kuten illanvietot ja tanssit aikuisille sekä lasten tapahtumat ja konsertit olisivat tervetulleita. Tapahtumia saareen ei kuitenkaan haluttu liikaa, koska edelleen puhdas luontokokemus nousi tärkeimpänä asiana esille.

"Kausikortti saaristoveneeseen"

"En kaipaa mitään aktiviteettia, ennemmin rentoutumista"

"Kahvila saarella olisi kiva, koska siitä kuitenkin pääsee syrjempään"

"Omaleimaisia, ennakkoluulottomia ideoita, ei mitään hotelleja pitkin rantaa"

”Noin 1h saarella ois kiva, kerkeis pyörähtää ja kattoo aavaa. Noin 30 min ois kiva.”

Saaristoveneen matkalippujen hinta-laatusuhteeseen oltiin tyytyväisiä. Matkalippujen ostamisen helpottumiseksi nousi kuitenkin muutama idea esille. Esimerkiksi ennakkoon ostettava lippu tai kausikortti oli asiakkaan toiveena. Kauden toivottiin olevan pidempi. Syyskeleillä pääsisi näkemään erilaista merta ja luontoa. Haastateltavien joukossa oli myös asiakkaita, jotka kokivat pyöräilyn tärkeäksi osaksi onnistunutta matkaa. Toiveena olisi mahdollisuus ottaa pyörä veneeseen, jäädä jollain pysäkillä pois kyydistä ja jatkaa matkaa pyörällä rantaraittia pitkin.

Henkilökunnan käsitys Espoon saaristoreittiliikenteen onnistumisesta

Pääsääntöisesti saaristoreittiliikenteen asiakkailta saatu palaute on ollut positiivista henkilökunnan mukaan. Asiakkaat luottavat siihen, että vene saapuu aikataulun mukaisesti. Nokkalan alueen kunnostustyöt ja lähtölaiturin läheisyyteen rakennettava kahvila on saanut kiitosta. Se nostaa alueen profiilia entisestä. Hyvästä asiakaspalvelusta ja ammattitaitoisesta henkilökunnasta on myös tullut palautetta. Pienet asiat, kuten asiakkaan puhelimen lataaminen veneessä tai veden kuljettaminen saareen, tuottavat asiakkaalle lisäarvoa. Liikennöintilaiturit koettiin asiansa-ajaviksi, mutta kehitysehdotuksissa niihin toivottiin parannuksia.

Henkilökunnan käsitys haasteista saaristoliikenteen toiminnassa

Liian tiukka ja tiheä aikataulu nousi suurimmaksi haasteeksi saaristoliikenteen toimivuuden kannalta. Asiakkailta saatu palaute aikataulusta on ollut suurilta osin negatiivista. Jos vene ei saavu ajallaan tai kyytiin ei mahdu, laskee se heti asiakkaan odotuksia palvelusta. Tiukan aikataulun vuoksi asiakkaiden lastaus veneeseen ja ulos on haastavaa. Asiakaspalvelun laatu saattaa kärsiä, kun asiakasta ei välttämättä pystytä huomioimaan ajan puutteen vuoksi. Henkilökunta sai myös paljon palautetta siitä, että aikataulua oli hankala löytää internetistä ja sen ymmärtäminen tuotti haasteita. Henkilökunnan haastatteluista nousi myös esille esteettömyys.

”Liian tiheet aikataulut, pienikin viive aiheuttaa ärsyyntymistä asiakkaassa.”

”Suomenoja, infrastruktuuri ei toimi, asiakaskokemuksena ei kovin miellyttävä, julkiset yhteydet suomenojalle surkeat”

”Liikuntarajoitteisia pitäisi ajatella entistä enemmän palveluita toteuttaessa.”

”Työntekijöille 9 h ilman taukoa on paljon”

”Lipunmyynti helpommaks, että jäis aikaa myydä kahvii ja pullaa veneessä”

Pitkät tauottomat työpäivät koettiin raskauttaviksi. Monen mielestä taukojen puute vaikutti jaksamiseen. Työpäivän aikana haluttaisiin pitää vähintään 20 minuutin mittainen tauko. Jo-
kapäiväisen toiminnan onnistumisen esteenä koettiin peruspalveluiden, kuten sähköjen, alus-
ten jätesäiliöiden tyhjennyslaitteiden ja jätteenlajittelupisteiden puute.

Saaristoveneiden nykyiset lähtöpaikat ja reitit herättivät paljon kysymyksiä. Pohdittiin sitä-
ovatko nykyiset lähtöpaikat järkeviä ja palvelevatko ne asiakasta kuten halutaan. Esimerkiksi
Suomenojan lähtöpaikka ei välttämättä ympäristönsä ja infrastruktuurinsa puolesta ole asiak-
kaalle toimiva lähtöpaikka. Myös huonot julkisenliikenteen yhteydet vaikuttavat Suomenojalta
kyytiin tulevien asiakkaiden vähäiseen määrään. Ihmetystä henkilökunnassa aiheutti myös se
miksi saaristoveneen lähtölaiturit ovat paikoissa, joissa on myös yksityisveneitä ja paljon ve-
neliikennettä. Ne aiheuttavat välillä hankaluuksia ja viiveitä veneiden toimintaan. Nykyisiä
reittivalintoja haluttaisiin uusia järkevimiksi niin, että kiireisinäkin päivinä kaikki mahtuisi-
vat kyytiin.

Henkilökunnan parannusehdotuksia saaristoliikenteen toimintaan

Henkilökunta oli yksimielisesti sitä mieltä, että saaristoliikenteen saavutettavuutta ja markki-
nointia pitäisi parantaa entisestään, jotta ihmiset löytäisivät paikalle. Tämän lisäksi aikatau-
lut tarvitsisivat kipeästi uusimista. Myös reitit kaipaisivat päivitystä ja selkeyttä. Reittien sel-
keyttäminen edistäisi kustannustehokasta liikennöintiä. Kun turhat pysähdykset ja vuorot kar-
sittaisiin, jäisi ehkä investointeihinkin varaa enemmän.

”Aikataulu väljemmäks, edes varma 5 min tauko”

”Reittien kehittäminen ylipäättään, mikä vastaisi asiakastarpeita”

*”Ehkä voi noit aikataului parantaa ja parantaa mainontaa, tosi moni ei ees tiää
veneliikenteestä.”*

”Helsingistä pääsee Porvooseen, miksei toiseen suuntaan?”

”Julkinen liikenne kuntoon että pääsee laituriin”

”Tankkauspaikka ja sähköt Otaniemeen, Haukilahden septi kuntoon”

Yhteydet kauemmas, kuten Helsinkiin ja Kirkkonummen suuntaan, olisivat erittäin toivottuja. Myös Espoon historian hyödyntäminen reiteissä voisi toimia. Esimerkiksi Pentalaa ja siellä sijaitsevaa museota voitaisiin hyödyntää Espoon saariston vetovoimaisuuden lisäämiseksi. Henkilökunta oli saanut Pentalaan liittyen kysymyksiä myös asiakkailta. Saarien profilointi olisi tarpeen, jotta oikeat asiakkaat löytäisivät oikeisiin paikkoihin.

Reittiliikenteen kauden pituuden pidentämistä ehdotettiin. Aikatauluja voitaisiin säätää niin, että se olisi tiheämpi sesonkiaikaan ja hieman väljempi hiljaisempaan aikana. Toiveena olisi, että kausi alkaisi pääsiäisen aikaan ja loppuisi aikaisintaan syyskuun lopulla. Myös asiakkailta on tullut toiveita kauden pidentämisestä. Kauden pidentäminen mahdollistaisi uusien palveluiden kehittämisen.

Liikuntarajoitteisille asiakkaille helpotukseksi esimerkiksi lankongit laitureilla voisivat olla toimivammat. Vertailukohteena oli Korkeasaari, jossa estoton kulkeminen toimii. Laiturin ja veneen välissä ei ole suuria korkeuseroja ja veneeseen pääsee helposti. Myös henkilökunnan kannalta olisi tärkeää, että kaikki veneet olisivat samaa tasoa, jotta liialta nostelemiselta välttäisiin.

Laitureiden tilat haluttaisiin kuntoon. Sähkö, asiakaswc ja tavaransäilytys laitureilla helpottaisivat toimintaa huomattavasti. Toivottiin yhtä ”kotisatamaa” jossa kaikki edellä mainitut toiminnot löytyisivät. Vertauskohteena oli Helsingissä sijaitseva Kauppatori. Vaikka laiturit ovat nykyisellään välttävässä kunnossa, voitaisiin niiden huoltoon ja uusimiseen käyttää enemmän resursseja.

Lipunmyyntiä haluttaisiin yksinkertaistaa. Vasikkasaaren linjalle voisi olla omat matkalippunsa ja muille linjoille omat meno-paluulippunsa. Matkalippujen hinnat voisivat olla tasahintoja. Jos matkalippujen myyntiä helpotettaisiin, niin henkilökunnalla jäisi aikaa myös myydä kahvia ja muita kahvilatuotteita asiakkaille matkan aikana. Henkilökunnan koulutus asiakaspalveluun voisi olla hyödyksi, jotta asiakaspalvelun laatu kaikissa veneissä säilyy samana.

Kommunikointiin Espoon kaupungin kanssa toivottiin parannusta. Kehityskeskustelut reittiliikenne kauden päätyttyä olisivat molemmille osapuolille hyödyksi. Kapteeni, joka on koko kauden ajanut samaa linjaa, osaisi varmasti tuoda epäkohdat ja onnistumiset esille parhaiten.

Kommunikoinnin kautta palvelusta saataisiin kehitettyä entistä parempi toimijoiden ja asiakkaankin kannalta.

6.2 Matkailukokemukseen vaikuttavat tekijät

Havainnoinnissa suurimmat hankaluudet ja epämiellyttäväksi koetut asiat merellisen Kirkkonummen alueella liittyivät palvelutarjontaan, opastuksiin ja epäsiisteyteen. Hyväksi koettiin alueen luonto, maisemat, näkyvä eläinkunta ja läheinen sijainti Espoosta katsottuna. Havainnointi vierailu merellisen Kirkkonummen alueella toteutettiin 16. syyskuta 2016 henkilöautolla ja kävellen liikkuen. Merellinen Kirkkonummi alueineen ja palveluineen oli meille molemmille uusi ja vierailimme alueella ensimmäistä kertaa. Mukanamme oppaana ja kuskina olleelle henkilölle alue ja sen palvelut olivat ennestään tuttuja. Oppaanrooli oli mahdollistaa vierailumme ja havainnointimme sekä osallistua havainnointiin.

Aloitimme havainnoinnin automatkan aikana, jolloin ensimmäinen tehtävämme oli havainnoida paikanpäälle löytämistä. Matka Espoon Otaniemestä Porkkalan merikylään (Porkkala Marin) kesti n. 45 minuuttia autolla. Huomiota herättivät välittömästi kauniit maalaismaisemat ja miellyttävä reitti sekä matkalla nähty villi kauris. Paikanpäälle löydettiin helposti, koska kuski oli tietoinen reitistä aiemman kokemuksensa vuoksi. Havainnoinnissa kiinnitimme huomioita opasteiden ja infopisteiden puuttumiseen. Opasteilla ja infotaululla ennen kohteeseen saapumista olisi mahdollista helpottaa kävijän paikanpäälle löytämistä. Kartta ja informaatio alueen palveluista olisivat hyödyllisiä kävijälle, jotta tämä tietäisi minne auto kannattaa parkkeerata ja mitä alue tarjoaa.

Porkkalan merikylässä sijaitsee satama, ravintola, kauppa, sauna ja polttoaineen tankkaus-piste veneilijöille. Vierailumme aikana ravintola oli suljettu, joten emme päässeet toteuttamaan tarkoituksen mukaista ruokailua paikanpäällä. Alue vaikutti mukavalta ja maisemat olivat kauniit.



Kuva 3: Porkkala marin ja sen palvelut (Myller 2016)

Satamassa on 30 vierasvenepaikkaa ja sauna sekä WC:tä, jotka olivat myös suljettuja. Havainnoinnissa hyväksi huomioitiin ravintolan sijainti merenrannalla ja peruspalvelut veneilijöille, kuten venepaikat, polttoaineen tankkauspiste, ravintola, kauppa, sauna ja suihku.



Kuva 4: Porkkala Marinin epäsiisti parkkialue (Myller 2016)

Epämiellyttäväksi koettiin alueen epäsiisteys sekä informaation ja palveluiden puute alueella ja parkkipaikalla sijaitsevat mm. hylätyn näköisiä trailereita, muuta roskaa ja jätettä. Parkkipaikalla ollut infotaulu oli sotkuinen eikä siitä löytynyt tarvittavaa tietoa mm. wc mahdollisuuksista ja muista ruokapaikoista (Kuva 5).



Kuva 5: Porkkala Marinen infotaulu, jossa mainos historiasta kertovasta sovelluksesta (Myller 2016)

Emme myöskään löytäneen tietoa, tai karttaa, jolla löytäisimme tien Porkkalan niemen ulkoilualueelle. Infotaulusta (Kuva 5) löysimme ensimmäisen tiedon alueen historiasta, sekä mainoksen historiasta kertovasta matkapuhelinsovelluksesta. Sovellus ei vakuuttanut, sillä kyseessä oli vain lyhyt video, jossa esiteltiin alueen historiaa. Tämä sovellus ja siinä kerrottu tieto jäi vierailumme ainoaksi kokemukseksi alueen historiasta.

Porkkalan merikylästä siirryimme Porkkalan niemen ulkoilualueelle. Kartan puuttuessa tarkistimme reitin matkapuhelimesta Google Maps-palvelun avulla. Lisäksi kuskimme osasi ulkoilualueelle aiemman kokemuksensa johdosta.

Saapuminen ulkoilualueelle oli sekava. Lähettyvillä oli useita parkkipaikkoja, jotka olivat tyhjiä ja opasteettomia. Lopulta reitin lopusta löytyi parkkialue, jossa oli myös opastaulu sekä valvojan toimistorakennus. Opasteet ja kartta auttoivat alueen hahmottamisessa. Valvojan toimisto oli suljettu, ja sen ympäristö oli epäsiisti. Epäselväksi jäi, onko valvojan toimisto toiminnassa ja mikä sen rooli on.



Kuva 6: Ensimmäiset opasteet ja info-taulut Porkkalan niemen ulkoilualueella (Myller 2016)

Kartat ja opasteet olivat avuksi, mutta huonossa kunnossa ja selvästi vanhat. Niistä selvisi perustietoa alueesta ja niissä oli kartta, josta oli nähtävillä alueen sisältö ja palvelut, kuten tulentekopaikat, parkkipaikat, uimarannat, telttailualueet ja reitit. Porkkalan niemen ulkoilualan parkkipaikalla havaitsimme ensimmäistä kertaa alueesta kertovan informaatiotaulun. Informaatiotaulussa kerrottiin alueen luonnosta ja hieman sen historiasta. Kartan yhteydessä oli ohjeita ulkoilualan käyttäjälle, mikä koettiin hyödylliseksi.



Kuva 7: Porkkalan ulkoilualueen grillikatos (Myller 2016)

Ulkoilualue, sen luonto ja maisemat havaittiin hyvin kauniiksi. Huomioimme, että paikalla oli mm. lintuharrastajia. Kävimme katsomassa tulentekopaikkaa, joka oli viihtyisä, katettu grillikatos valmiiksi tehdyillä puilla. Kunto ei katoksella ei ollut erinomainen, mutta paikassa kokonaisuudessaan oli oma viehättävyytensä. Grillikatokselta löytyi tarvittavat apuvälineet, kuten sahat ja kirves. Tulipaikan läheisyydessä oli myös WC ja uimapaikka.

Porkkalan niemen ulkoilualueelta ei kartan tietojen mukaan löytynyt ravintolaa, tai kioskia, jossa olisimme voineet syödä. Muistimme, että matkalla Porkkalaan oli tienvarrella pieni kahvila, jossa voisimme mahdollisesti syödä. Poistuimme ulkoilualueelta ja pysähdyimme kahvilaan, joka oli avoinna. Kahvilasta oli saatavilla pientä suolaista, mm: lihapiirakoita ja pizzaa sekä tuoreita munkkeja. Lisäksi huomioimme alueelle ajavan julkisen liikenteen linja-auton, mikä mahdollistaa alueen saavutettavuuden myös ilman omaa autoa. Ruokailimme mukavasti kioskin ulkoterassilla. Hankaluuksia tuotti jälleen WC:n löytäminen.



Kuva 8: Cafe Porkkalan Wc (Juntunen 2016)

Lopulta kysymällä löydettiin WC, joka sijaitti hankalassa paikassa rinteessä alla (Kuva 8). WC:lle ei ollut portaita, vaan hankala rinnepolku, joka tuottaa ongelmia esimerkiksi liikuntarajoitteisille.

Havainnointi kohteessa päättyi, kun lähdimme kahvilasta ja poistuimme Kirkkonummelta. Havainnoinnin päätteeksi pohdimme viikonloppuretken toteuttamista alueelle. Mielenkiintoa herätti alueen luonto ja eläinten esillä olo. Havaintojemme perusteella alue sopii erinomaisesti luontomatkailulle. Majoitus kokemuksemme perusteella järjestyy joko telttaille, tai veneessä vierasvenesatamassa. Hotelleja, hostelleita, tai muita majoituspalveluita emme huomanneet havainnoinnissamme, eikä niitä mainostettu. Internetiä tutkien löysimme porkkala.net- sivuilta tietoa alueen majoituspalveluista. Alueella on saatavilla mielenkiintoisia

majoituspalveluita, kuten korkeatasoinen Långvikin kongressi hotelli, huviloita sekä bed & breakfast majoitusta. Tiedon löytäminen ja palveluiden tutkiminen koettiin työlääksi.

Pohdimme myös, mitä alueella viikonlopun aikana olisi mahdollista tehdä. Ruokailu Porkkalan merikylän Bryggan ravintolassa on mahdollista toteuttaa sesongin aikana touko-elokuussa. Lisäksi luonnosta nauttiminen, kuten uiminen, vaeltaminen, kalastus, sienestys, marjastus ja melominen herättivät mielenkiintoa. Tämä vaatisi havainnoinnin perusteella omien varusteiden tuomista. Internetiä tutkien selvisi, että alueella on mahdollista toteuttaa melontaa. Palvelun toiminnan selvittäminen oli työlästä ja jäimme siihen käsitykseen, että palveluntarjoajiin täytyy ottaa yhteyttä ja selvittää millaisia palveluita heillä esimerkiksi melonnan suhteen on tarjota. Koimme palveluiden saavutettavuuden ja ostamisen työlääksi.

Havainnoinnin perusteella totesimme, että merellisen Kirkkonummen luontomahdollisuudet ovat erittäin miellyttävät. Heikot opasteet, informaation vähäisyys, epäsiisteys, WC-hankaluuDET, sekä vähäiset palvelut ja niiden saavutettavuus koettiin vierailua hankaloittavaksi.

6.3 Parhaat käytännöt saaristomatkoissa

Tukholman saaristo on sekä alueen kokoa, että palveluiden määrää katsottaessa huomattavasti Espoota ja Kirkkonummea suurempi. Lisäksi Tukholman saaristossa on ympärivuotista toimintaa, ja myös reittiliikenne kulkee läpi vuoden, toisin kuin Espoossa ja Kirkkonummella. Kohteiden palveluntarjonnassa on paljon yhteistä, sillä molemmat kohteet soveltuvat retkeilyyn, veneilyyn, melontaan ja rentoutumiseen ja luonnosta nauttimiseen.

Verrattaessa Tukholman saaristoa ja sen internetsivustoja Espoon ja Kirkkonummen saaristoon ja niiden internetsivustoihin, on nähtävissä, että Tukholman saariston palvelulaajuus ja palveluiden esille tuonti on parempaa. Tukholman saariston alueellisen kehitysjärjestön ylläpitämän internetsivuston, stockholmarchipelago.se, avulla alueen tarjonta tuodaan esille ja saavutettavaksi. Sivuston kautta Tukholman saaristosta ja sen palveluista kiinnostuneelle henkilölle annetaan selkeää ja monipuolista informaatiota tämän matkan suunnittelun ja toteuttamisen helpottamiseksi. Lisäksi saatavilla on selkeitä ja monipuolisia matkailupaketteja, jotka on helppo ostaa ja varata stockholmarchipelago.se sivuston kautta.

Tukholman saariston malli informatiivisista ja palvelevista internetsivuista tukisi myös haastatteluista ja havainnoinnista ilmenneitä ongelmia, koskien kohteiden saavutettavuutta, markkinointia ja tiedotusta. Selkeä reittiopas saaristoristeilyille selkeyttäisi loppukäyttäjälle aikataulua, joka nykyisellään haastatteluissa havaittiin paljon kysymyksiä herättäväksi ja ongelmalliseksi.

Lisäksi selkeä informaatio Espoon ja Kirkkonummen kohteista ja niiden sisällöistä ja palveluista selkeyttäisi ongelmaa, joka myös nousi esiin haastatteluissa ja havainnoinnissa, kuten saarien karttojen puuttuminen. Hyvillä ja informatiivisilla internetsivuilla olisi mahdollista lisätä saariston kiinnostavuutta muussakin, kuin haastatteluissa kehuiksi tulleiden maisemien ja luonnon vuoksi.

Myös palvelutarjonnan laajentaminen ja monipuolistaminen Merellisen Espoon ja Kirkkonummen saaristoalueella olisi mahdollisesti kannattavaa. Suomen saariston ja matkailun kehittämisstrategiassa painotetaan palvelukeskittymien rakentamista. Espoossa ja Kirkkonummella on tällä hetkellä tarjolla Tukholman saariston kanssa samankaltaisia palveluja, kuten saaristoliikenne ja risteilyjä, virkistytymisaaria, retkeily ja luontokohteita, ravintoloita, sekä historiaa ja aktiviteetteja. Erona on, että kyseisiä palveluja Espoon ja Kirkkonummen merellisillä alueella on tarjolla huomattavasti vähemmän. Lisäksi palveluja tarjoavat yritykset Espoon ja Kirkkonummen alueella palvelevat erityisesti ryhmiä, joille on tarjolla opastettuja kiertoajeluita, risteilyjä, kalastatus- ja luontoretkeä. Yksittäisen henkilömatkaajalle ei ole tarjolla mm. helppoa ja selkeää pyörävuokrausta, tai opastettuja kiertoajeluita.

Espoon saaristossa ja rannikoilla ei myöskään ole tapahtumia tai kalastajakyliä, kuten Tukholman saaristossa. Myös Espoon ja Kirkkonummen alueen nähtävyydet, historia ja paikallinen kulttuuri on huomattavasti huonommin esillä ja saavutettavissa, kuin Tukholman saaristossa.

7 Kehitysehdotukset

Tutkimustuloksia tarkastellessa voidaan todeta, että loppukäyttäjät arvostavat saaristokokemukseltaan puhdasta luontoa ja merellistä ympäristöä. Upeat maisemat reitillä ja rauhoittuminen luonnossa olivat asiakkaille tärkeimpiä tekijöitä. Saariston ja sen reittiliikenteen palvelun hinta-laatusuhdetta pidettiin hyvänä. Saariston reittiliikenne palvelua arvostettiin kokonaisuudessaan. Myös henkilökunta koki asiakkaiden arvostavan palvelua. Vaikka palvelua arvostettiin kokonaisuutena, nousi haastatteluista esille useita palvelun laatua häiritseviä tekijöitä liittyen sen aikatauluun, reitteihin ja saavutettavuuteen. Henkilökunta koki myös infrastruktuuriset tekijät hankaloittavaksi, kuten laitureiden ominaisuudet ja huoltomahdollisuudet.

Haastatteluiden ja havainnoinnin perusteella esille nousi tarve opasteille. Opasteiden ja karttojen tärkeys Porkkalan niemen ulkoilualueella korostui paikanpäällä havainnoidessa. Paikalle oli hankala löytää ja informaation vähäisyys hankaloitti ensikertalaisen liikkumista ulkoilualueella. Palveluiden tarjonta ja saavutettavuus alueella koettiin haasteena. Opasteiden ja informaation, kuten saarien karttojen, puutteet nousivat esille myös haastatteluista.

Verrattaessa Espoon ja Kirkkonummen merellistä palveluntarjontaa Tukholman saaristoon, voidaan sen todeta olevan huomattavasti vähäisempää Espoossa ja Kirkkonummella. Myös haastatteluista ilmeni, että nykyiseen palveluntarjontaan haluttaisiin lisätä Espoon seudun historiaa ja tapahtumia.

Benchmarking toi uusia näkemyksiä siitä, kuinka saariston mahdollisuudet matkailukohteena ovat hyödynnetty. Tukholman saariston internetsivut stockholmarchipelago.se tuo esille historiaa ja kulttuuria, tapahtumia ja erilaisia matkailupaketteja. Palveluita markkinoidaan ja myydään suoraan sivustojen kautta. Stockholmarchipelagi.se sivuilla kohteiden informaatio on helposti löydettävissä ja saavutettavuuden helpottamiseksi on kehitetty reittiopaspalvelu suoraan sivujen yhteyteen.

Tutkimustulosten ja teoreettisen viitekehyksen perusteella Espoo Marketing Oy:lle luotiin kehitysehdotukset merellisen Espoon ja Kirkkonummen kehittämiseksi. Kehitysehdotuksissa huomioidaan Espoo Marketing Oy:n rooli matkailukohteen kehittämisessä, tutkimustulokset ja Suomen matkailustrategia sekä Suomen saaristomatkailemisen strategia.

Markkinoinnin ja Internetsivustojen parantaminen

Tutkimuksesta kävi ilmi, että Espoon ja Kirkkonummen merelliset palvelut ja mahdollisuudet ovat hankalasti ostettavissa ja saavutettavissa eikä niistä olla tietoisia. Markkinoinnin tehostaminen edesauttaisi kävijöiden tietoisuuden lisäämistä ja helpottaisi alueen ja sen palveluiden saavutettavuutta.

Alueen mahdollisuudet ja palvelut voitaisiin tuoda esille kehittämällä internetsivut, joilla on kattavasti tietoa alueen palveluista. Suomen saaristomatkailemisen kehittämisessä korostetaan verkostojen rakentamista, sekä saavutettavuuden ja ostettavuuden parantamista. Espoon ja Kirkkonummen merellisten palveluiden kokoaminen ja markkinointi yhden sivuston välityksellä tukisi tätä teoriaa. Kokoamalla ja markkinoimalla alueen palveluita Espoo Marketing Oy:n ylläpitämällä sivustoilla pystytään rohkaisemaan palvelutarjoajia myös verkostoitumiseen.

”Yksittäisten pienten matkailuyritysten resurssit kansainväliseen liiketoimintaan ovat usein rajalliset, mutta kansainvälinen markkinointi ja myynti helpottuvat huomattavasti, kun rakennetaan toimivien verkostojen muodostamia riittävän suuria palvelukeskittymiä ja yhdistetään resurssit.” (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015,12)

Kehittämiseen voitaisiin ottaa mallia stockholmarchipelago.se - sivustoista. Esimerkiksi sivuston yhteydessä olevalla reittioppaalla helpotetaan palveluiden ja kohteiden saavutettavuutta, sekä selkeytetään tämän hetkistä epäselväksi koettua saaristoliikenteen aikataulua. Sivustoilla on mahdollista esitellä saariston palvelutarjontaa, historiaa, luontoa ja nähtävyyksiä ja tuoda aluetta näkyvämmäksi. [Stockholmarchipelago.se](http://stockholmarchipelago.se) - sivustolla on mahdollista varata palveluita suoraan. Esimerkiksi havainnoinnista ilmeni alueen palveluiden näkymättömyys ja saavuuden hankaluus. Suora osto- ja varauspalvelu helpottaisi merellisten palveluiden ostamista. Myös valmiiden matkapakettien kehittäminen voisi lisätä alueen palveluiden ostettavuuden helppoutta ja kannustaisi alueen yrittäjiä verkostoitumiseen.

Opasteiden ja peruspalveluiden kehittäminen

Sekä havainnoinnissa että haastatteluissa ilmeni merellisten kohteiden opasteiden ja peruspalveluiden kohdalla heikkouksia. Niin saarissa kuin Porkkalan ulkoilualueella karttojen ja opasteiden vajavuus koettiin kokemusta hankaloittavaksi tekijäksi. Erityisesti Espoon saariston reittiliikenteen aikataulu koettiin hankalasti ymmärrettäväksi. Havainnoinnissa esille nousi epäsiisteys kokemusta heikentävänä tekijänä, kun taas haastatteluissa esille nousi puhkaus arvostettavana tekijänä. Lisäksi saarissa juomaveden puute ja Kirkkonummen WC-palveluiden heikkous tuli esille tutkimuksessa. Reittiliikenteen henkilökunta puolestaan kommentoi laitureiden puitteiden, kuten sähkön ja jätehuollon puuttumista toimintaa hankaloittavaksi.

Peruspalvelujen toimivuuden varmistamisella mahdollistetaan parempi asiakaskokemus ja lisätään asiakkaiden viihtyvyyttä. Alueiden kunnossapito, siisteys, juomaveden satavuus ja WC-palveluiden ylläpitämisellä parannetaan asiakkaan viihtyvyyttä. Liikennöinnin kannalta peruspalveluiden järjestämisellä mahdollistetaan reittiliikennepalvelun tehokkaampi toiminta, mikä myös parantaa loppukäyttäjän kokemusta.

Kulttuurin, historian ja tapahtumien lisääminen

Espoon ja Kirkkonummen merellisessä ympäristössä ei tällä hetkellä ole tapahtumia, kuten esimerkiksi Tukholmassa. Alueiden historia ja kulttuuri on hankalasti esillä ja sitä toivottiin myös loppuasiakashaastatteluissa. Eritysti Kirkkonummella ja Porkkalan alueella on vahva historia, jota korostetaan alueen internetsivuilla, mutta tuli heikosti esille havainnoinnissa. Kuten teoria osoittaa, tällä hetkellä Suomen suosituimmat merelliset matkailukohteet ovat sidonnaisia historiaan (Suomenlinna) sekä tapahtumiin ja kulttuuriin (Kotkan meripäivät, kalamarkkinat, Naantalin Muumimaailma).

Espoon rantaraitilla on jo käytössä mobiilisovellus, jossa kävijälle esitellään rantaraitin tarjontaa. Myös Kirkkonummella oli tarjolla mobiilisovellus, joka osoittautui lopulta videoksi.

Alueille voitaisiin kehittää sovellus, joka ohjaa historiallisesti, kulttuurisesti ja nähtävyydellisesti mielenkiintoisiin kohteisiin. Sovelluksen avulla mielenkiintoisista kohteista voidaan myös jakaa tietoa kävijälle ja käyttäjälle. Tällä tavalla voitaisiin houkutella

Tapahtumilla, historialla ja kulttuurilla merellisiin kohteisiin saadaan houkuteltua lisää kävijöitä. Tällä hetkellä merellisen Espoon ja Kirkkonummen palvelut ja toiminta keskittyy vahvasti vain kesäsesonkiin kesä-syyskuun välille. Tapahtumilla, kuten Tukholmassakin järjestettävillä joulumarkkinoilla, olisi mahdollista hyödyntää merellisiä kohteita myös sesongin ulkopuolella. Kalamarkkinat sopisivat hyvin esimerkiksi Haukilahteen sen nimen johdosta.

Saaristoliikenteen uudistaminen

Espoon saariston reittiliikennettä arvostettiin Espoon kaupungin tarjoamana palveluna, erityisesti luonto ja merellisyytys koettiin nautinnolliseksi. Tämä piirre on tunnustettu myös Suomen matkailunkehittämisessä. Espoon kaupungin ylläpitämä saaristoliikenne on hyvä tukipalvelu mahdollistamaan saariston käytettävyyttä. Kehittämällä palvelua on mahdollista lisätä alueen elinvoimaisuutta. Toimivammalla palvelulla voitaisiin lisätä saariston kävijämäärää ja parantaa asiakaskokemusta. Kävijämäärien lisääntyminen voisi toimia houkuttimena myös uudelle yrittäjyydelle, mikä lisäisi alueen elinvoimaisuutta entisestään.

Reittiliikenteen aikataulu koettiin kuitenkin sekavaksi, sekä liian tiukaksi niin asiakkaan kuin liikennöinti henkilökunnan osalta. Loppukäyttäjät kaipaivat taukoja ja mahdollisuuden lyhyeen pysähdykseen saarilla. Henkilökunta puolestaan koki liikennöintipäivät pitkiksi ilman taukoa. Lisäksi liikennöintiä hankaloittivat infrastruktuuriset tekijät, kuten laitureiden paikat ja puitteet. Useita reittiliikenteen pysähdyspaikkoja, kuten Kivenlahtea ja Suomenojaa, kommentoitiin epäystävälliseksi asiakkaille sekä hankalasti saavutettavaksi julkista liikennettä käyttäen. Myös loppukäyttäjien haastatteluista kävi ilmi, että saaristoliikenne on hankalasti saavutettavissa julkista liikennettä käyttäen. Henkilökunta koki reittisuunnittelun kokonaisuudessa epäloogiseksi mm. päällekkäisyyksien vuoksi. Lisäksi liikennöintikauden pituutta ja sesongin ja sesongin ulkopuoleisen ajan aikataulu on sama, mitä henkilökunta ihmetteli.

Reittiliikenne tulisi suunnitella ja muotoilla uudestaan siten, että se palvelee asiakkaita ja Espoon saariston visiota mahdollisimman tehokkaasti. Lisäksi reittiliikenteeseen voitaisiin luoda uusia reittejä mm. Helsinkiin ja Kirkkonummen suuntaan. Näin myös merellisen Kirkkonummen saavutettavuus ja näkyvyys paranisi ja saaristosta rakentuisi suurempi verkosto. Helsinki yhteyden avulla olisi mahdollista lisätä merellisen Espoon palveluiden saavutettavuutta myös Helsingin suunnasta ja rakentaa entistä suurempaa palveluverkostoa alueiden välille.

Saaristoliikenteen suunnittelussa olisi järkevää profiloida ja kehittää myös saarikohteita. Tutkimuksessa ilmeni, että saariston yksinkertaisuus ja hiljaisuus kiehtoo asiakkaita. Tästä voidaan päätellä, että moni käyttäjä ei kaipaa saariin lisäpalveluita tai toimintaa. Toisaalta Isovasikkasaari ja sen palvelut nousivat haastatteluissa arvostetuiksi. Tästä voidaan päätellä, että saariston kävijät arvostavat erilaisia asioita ja asiakaskunta poikkeaa toisistaan. Profiloimalla saaria ja merellisiä kohteita, voidaan kohdentaa palvelua erilaisille asiakaskunnille.

Haastateltavien joukossa arvostettiin yksinkertaisuutta, mutta osa haastateltavista koki telttailun haastavana yöpymismuotona. Telttailua helpompi yöpymismahdollisuus voisi houkuttaa saaristoon enemmän yöpyviä asiakkaita. Tästäkin syystä saaria olisi järkevää profiloida ja niiden palveluita kehittää sen mukaisesti. Esimerkiksi joku saarista voisi olla järkevää pitää pelkistettynä ja palveluttomana, jotta se palvelisi luontoa ja yksinkertaisuutta arvostavia. Jokin muu saari puolestaan voisi tarjota majoituspalveluita, sekä muita tukipalveluja.

Saariston reittiliikenteen uudelleen suunnittelu ja saaristopalveluiden kehittämistä ehdotetaan jatkotutkimusaiheeksi. Järkevällä ja tehokkaalla saaristoliikenteellä on mahdollista saada alueelle ja merellisiin kohteisiin lisää kävijöitä ja käyttäjiä, jotka houkuttelevat alueelle myös yrittäjiä. Reittiliikenne on tehokas tapa yhdistää alueen palveluita suuremmaksi verkostoksi, mikä on todettu matkailun kehittämisen kannalta tärkeäksi. Saaristoliikenne mahdollistaa lisäksi suurempien palvelukokonaisuuksien toimimisen.

Palveluiden lisääminen

Verrattuna Tukholman saaristoon, Espoon ja Kirkkonummen palvelutarjonta on huomattavasti pienempää. Palvelut ja aktiviteetit jo itsessään luovat kävijälle motivaation vierailualueella. Toisaalta palveluilla voidaan tukea asiakkaan kävijäkokemusta ja lisätä vierailulle lisäarvoa.

Tukholman saaristossa on helposti saatavilla melonta, pyöräily, majoitus, ravintola ja vesiaktiviteetti palveluita, kuten teemaristeilyjä ja kiertoajeluja. Lisäksi alueella on lukuisia museoita ja taidetta. Myös Espoon ja Kirkkonummen merellisiä palveluita voitaisiin lisätä. Reittiliikenteen uudelleen suunnittelulla ja saarien profiloinnilla on mahdollista sijoittaa yrittäjyyttä järkevästi ja tarjota tähän tiloja ja mahdollisuutta oikeisiin paikkoihin. Esimerkiksi Gåsgrundet saaren sauna koettiin miellyttäväksi ja asiakkaiden arvostamaksi. Näin ollen saunapalvelu, kuten vuokrasauna voisi olla oiva palvelumahdollisuus alueelle. Myös saarissa yöpyminen nähtiin kiinnostavampana, mikäli tarjolla olisi muu kuin telttamajoitus mahdollisuus. Lisäksi kaustaus ja venevuokrausmahdollisuus nousivat esille haastatteluista. Lisäksi reittiliikenteen henkilökunnan haastatteluista ilmeni, että kävijät kyselivät pyöräkuljetuksen mahdollisuudesta. Tämä viestii kävijöiden kiinnostuksesta yhdistää pyöräily merelliseen kokemukseen.

8 Johtopäätökset ja pohdinta

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa kehitysehdotuksia merellisen Espoon sekä Kirkkonummen kehittämiseksi matkailukohteena Espoo Marketing Oy:n toimeksiannon mukaisesti. Opinnäytetyö toteutettiin laadullisen tutkimuksen keinoin. Laadullisina tutkimusmenetelminä käytettiin haastattelua, havainnointia ja benchmarkingia. Lisäksi opinnäytetyöhön koottiin tutkimuksellisuuden tueksi teoreettista tietoa merellisestä matkailusta, matkailukohteen muodostumisesta ja kehittämisestä sekä asiakkaan kokemuksen syntymisestä. Näiden tutkimuksellisten menetelmien keinoin pyrittiin selvittämään merellisen Espoon ja Kirkkonummen nykyistä palvelutarjontaa asiakkaan näkökulmasta, sekä sitä kuinka palveluita voitaisiin seudulla kehittää.

Haastattelut toteutettiin syyskuussa 2016 Espoon saaristoliikenne aluksilla. Opinnäytetyön tekijöillä oli kokemusta aluksilla työskentelystä, joka tuki toimeksiantoa ja helpotti tutkimuksen totutusta. Kymmenen haastattelua loppuasiakkaiden asiakasta, sekä yhdeksän henkilökunnan jäsentä. Haastateltavilta ei kysytty taustatietoja, sillä sitä ei koettu vastausten kannalta oleelliseksi tiedoksi. Teemahaastatteluista selvisi, millaisia odotuksia asiakkailta oli saaristoliikenteen palvelusta, minkä koettiin onnistuvan ja mikä koettiin onnistuneen asiakaskokemuksen esteenä. Henkilökunnan haastattelut koskivat saaristoliikenteen toiminnan onnistumisia ja haasteita. Asiakkaat ja henkilökunta toivat myös esille omia ideoitaan paremman saaristokokemuksen mahdollistamiseksi.

Kaikki haastatteluiden vastaukset taulukoitiin yhteen taulukkoon, jotta vastaukset pystyttiin hahmottamaan parhaiten. Taulukon avulla vastaukset tyypiteltiin vastausten samankaltaisuuksiin perustuen. Lopulta vastaukset analysoitiin ja sitä kautta saatiin koottua kehitysehdotukset. Havainnointia suoritettiin Espoon saaristoliikenteen aluksilla sekä Porkkalan ulkoilualueella ja merikylässä. Havainnoinnin perusteella pystyimme tekemään johtopäätöksiä, jotka tukivat käsitystä palvelutarjonnan kehityksen tarpeesta. Benchmarking kohteena Tukholman saaristo toi uusia näkökulmia palveluiden toteuttamistavoista ja palvelukokonaisuuksista, joita voitaisiin hyödyntää myös Espoon Saaristossa

Opinnäytetyön tarkoituksen mukaisesti tutkimuksessa pyrittiin tuottamaan kehitysehdotuksia merellisen Espoon ja Kirkkonummen kehittämiseksi asiakasystävällisempänä matkailukohteena. Tutkimuksen kannalta olennaista ei ollut luoda yleistyksiä, vaan uusia perusteltuja ajattelumalleja alueiden kehittämiseksi. Tutkimuksen voidaan sanoa olevan onnistunut, sillä Espoo Marketing Oy:lle pystyttiin luomaan kehitysehdotuksia, jotka perustuvat kolmen eri tutkimusmenetelmän aineistoon ja teoriaan. Opinnäytetyön tuloksina saatiin kehitysehdotuksia, joita toimeksiantaja Espoo Marketing pystyy halutessaan hyödyntämään ja kehittämään tulevaisuudessa.

Lähteet

Painetut lähteet

Alastair, M. M. 2013. Marketing And Managing Tourism Destinations. London: Routledge.

Altinay, L. & Paraskevas, A. 2008. Planning research in hospitality and tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann: Elsevier Ltd.

Borg, P. K. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi, Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Helsinki: WSOY.

Eskola, J. & Suoranta. 1999. Johdatus laadulliseen tutkimukseen (3. p.). Tampere: Vastapaino.

Havas, K., Jaakonaho, K., Rantanen, P. & Sievers, K. 2006. Matka 2020: matkailukoulutuksen määrällinen ja laadullinen ennakointi. Helsinki: Haaga instituutin korkeakoulu.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino.

Holloway, J. C., Humphreys, C. & Davidson, R. 2009. The business of tourism. Harlow, Essex: Pearson Education Limited.

Karusaari, R. & Nylund, A. 2010. Matkailu on cool. Helsinki: WSOYpro.

Keskinen, T. & Lipiäinen, J. 2013. Asiakkaan matkassa: Tuotekeskeisyydestä symbioosistrategiaan. Helsinki: Talentum.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro.

Reason, B., Løvlie, L. & Flu, M. B. 2016. Service design for business: a practical guide to optimizing the customer experience. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi, Matkailupalvelujen tuotteistaminen. Helsinki: Restmark.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi (5., uudistettu laitos p.). Helsinki: Tammi.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

Unep. 2009. Sustainable Coastal tourism - An integrated planning and management approach. Unep.

World Tourism Organization. 2007. A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid: World Tourism Organization.

World Tourism Organization. 2015. UNWTO Annual report 2014. Madrid: UNWTO.

Sähköiset lähteet

Ecorys. 2013. Study in support of policy measures for maritime and coastal tourism at EU level. Viitattu 25.9.2016.

https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/sites/maritimeaffairs/files/docs/body/study-maritime-and-coastal-tourism_en.pdf

Espoon kaupunki.2016. Saaristoliikenne. Viitattu 12.9.2016.
http://www.espoo.fi/fi-FI/Kulttuuri_ ja_ liikunta/ Ulkoilu/ Saaristoliikenne

Kirkkonummen kunta. 2016. Tietoja kunnasta. Viitattu 20.9.2016.
<http://www.kirkkonummi.fi/tietoja>

Länsiväylä. 2011. Viitattu 20.9.2016.
<http://www.lansivayla.fi/kumppanit/ espoo- matkailu/ 61247- kesapaiva- merella- espoo- saa- ristossa>

Sisäasiainministeriö. 2005. Suomen saaristo- ja vesistömatkailusta eurooppalainen vetovoimatekijä. Raportit. Viitattu 1.10.2016.
<http://docplayer.fi/4123883-Suomen-saaristo- ja- vesistomatkailusta.html>

Stockholarchipelago. 2016. Viitattu 16.10.2016.
<http://www.stockholmarchipelago.se/en>

Tilastokeskus: Kurkela. R. Havainnointi. Viitattu 15.10.2016.
<https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/03/01/>

Triton Marin. 2016. Porkala Marin. Viitattu: 2.10.2016
<http://www.tritonmarin.fi/fi/porkala-marin-fi.html>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2016. Matkailu on Suomessa kasvava vientiala ja merkittävä työllistäjä. Viitattu 1.11.2016.
<http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2016/04/Matkailun-luvut-infograafi-2015-fi.pdf?dl>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2015a. Matkailun tiekartta 2015-2025. Viitattu 26.10.2016.
http://www.tem.fi/yrietykset/matkailu/matkailun_tiekartta_2015-2025

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2015b. Yhdessä enemmän- kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Viitattu 26.10.2016.
<http://tem.fi/documents/1410877/2735818/Matkailun+tiekartta+2015-2025.pdf/95521a94-5230-47c2-8dd7-bc7ff5bede04>

Työ ja elinkeinoministeriö. 2014. Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät - Katse vuoteen 2030. Viitattu 25.9.2016.
<http://tem.fi/documents/1410877/2871099/Suomen+matkailun+tulevaisuuden+nakymat+17012014.pdf>

VisitEspoo. 2016. Tietoa meistä. Viitattu 20.9.2016.
<http://www.visitespoo.fi/fi/tietoa-meista/>

VisitFinland. 2016. Merellinen saaristo. Viitattu: 5.10.2016.
<http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat/merellinen-saaristo/>

Visit Kirkkonummi. 2016. Rannikko. Viitattu 26.10.2016.
<http://www.visitkirkkonummi.fi/fi/visitkirkkonummi/alueet/rannikko/>

Kuvat

Kuva 1: Espoon saariston reittiliikennekartta. (Espoo 2012.)	8
Kuva 2: Espoon rantaraitti. (Länsiväylä 2016.)	9
Kuva 3: Porkkala marin ja sen palvelut (Myller 2016)	33
Kuva 4: Porkkala Marinin epäsiisti parkkialue (Myller 2016)	34
Kuva 5: Porkkala Marinen infotaulu, jossa mainos historiasta kertovasta sovelluksesta (Myller 2016)	35
Kuva 6: Ensimmäiset opasteet ja info-taulut Porkkalan niemen ulkoilualueella (Myller 2016)	36
Kuva 7: Porkkalan ulkoilualueen grillikatos (Myller 2016)	37
Kuva 8: Cafe Porkkalan Wc (Juntunen 2016)	38

Kuviot

Kuvio 1: Asiakkaan palveluprosessi. (Karusaari & Nylund 2010, 7.).....	12
Kuvio 2: Matkailuorganisaatioiden rooli.....	16
Kuvio 3: Suomen matkailun strateginen kehys (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015ab, 5.) ...	17
Kuvio 4: Suomen matkailutoimijoiden roolit. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b, 42,43.)	18

Liitteet

Liite 1: Haastattelurunko: Loppukäyttäjät	51
Liite 2: Haastattelurunko: Henkilökunta.....	52

Liite 1: Haastattelurunko: Loppukäyttäjät

1. Kuinka päädyit saaristoon?
2. Mitä odotit kokemukseltasi?
3. Kuinka saaristokokemuksesi sujui?
 - a. Millä tavalla kokemuksesi vastasi odotuksiasi?
 - b. Millaisista asioista nautit eniten?
 - c. Mitä asioita jäit kaipaamaan, tai millaisissa tilanteissa tunsit pettymystä tai epävarmuutta?
 - d. Kuinka matkustus ja paikalla löytäminen eteni?
4. Mitä haluaisit seuraavalta saaristo/merellisen alueen kokemukseltasi, jotta haluaisit tulla takaisin?
5. Mitä mieltä olet kokemuksesi hintalaatusuhteesta?
 - a. Kuvailisitko unelmiesi merellistä kokemusta Espoon ja/tai Kirkkonummen saaristossa. Millaisen budjetin olisit valmis siihen käyttämään?

Liite 2: Haastattelurunko: Henkilökunta

1. Millaisia haasteita olet havainnut reittiliikenteen toiminnassa?
 - Ajatellen operointia yrityksen/itsesi kannalta
 - Ajatellen asiakasta

2. Millaista kiitosta, tai kehua olet saanut asiakkailta?

3. Mikä mielestäsi toimii parhaiten asiakkaan/itsesi kannalta?

4. Millaisia esteitä olet havainnut hyvän asiakaskokemuksen/sujuvan liikenteen varmistamisen kannalta?

5. Vapaa sana:
 - Mitä pitäisi muuttaa?
 - Kuinka asiat olisivat, jotta kokisit voivasi tehdä työsi parhaalla mahdollisella tavalla itsesi ja asiakkaan näkökulmasta?

6. Millaisia kehitysehdotuksia toivoisit Espoon kaupungille