

RISTEILYMATKUSTUS HELSINGISSÄ - CASE HELSINKI CRUISE NETWORK

KATI KANGASLUOMA, NINA LAGER JA NIINA TURUNEN

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu

2008



**Porvoo - Borgå
Matkailun koulutusohjelma**

12.05.2008

TEKIJÄT Kati Kangasluoma, Nina Lager ja Niina Turunen	
OPINNÄYTETYÖN NIMI RISTEILYMATKUSTUS HELSINGISSÄ - CASE HELSINKI CRUISE NETWORK	SIVU- JA LII- TESIVUMÄÄRÄ 68 + 3
OHJAAJAT Annika Konttinen ja Anu Seppänen	
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutustua Helsingin risteilymatkustuksen tähänhetkiseen tilaan. Tutkimusongelmana on selvittää Helsingin paikallisen risteilyverkoston, Helsinki Cruise Networkin toiminnan kehittämismahdollisuuksia ja jäsenyritysten mielipiteitä verkostosta. Lisäksi tutkimme Helsingin eri virastojen edustajien mielipiteitä risteilymatkustusta koskien ja selvitämme heidän rooliaan ja sitoutumistaan siihen. Myös verkostoituminen on yksi työmme pääelementeistä. Risteilyverkoston jäsenten mielipiteitä selvitettiin sähköpostikyselyllä ja virastojen edustajilta tiedot kerättiin teemahaastattelun avulla.</p> <p>Helsinki Cruise Networkin jäsenet toivoivat verkostolta aiempaa aktiivisempaa toimintaa. Vastajat uskoivat pystyvänsä verkoston avulla laajentamaan ja kasvattamaan asiakaskuntaansa sekä löytämään uusia liiketoiminnan muotoja. Kiireellisimmiksi kehityskohteiksi havaittiin palvelujen ja tuotteiden parantaminen sekä informaation tehostaminen. Risteilyverkoston jäsenet olivat melko tyytyväisiä Helsingin eri virastojen toimintaan ja yhteistyöhön. Myös virastojen edustajat kertoivat haastatteluissa olevansa tyytyväisiä tämän hetkiseen yhteistyöhön ja sen tiiviyyteen virastojen välillä. Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että vähitellen ollaan ymmärtämässä risteilymatkustuksen tärkeys Helsingille. Paljon on jo tehty risteilymatkustuksen kehittämiseksi, mutta paljon on vielä tehtävää, jotta Helsinki voisi kilpailla tasavertaisena muiden kokeneempien Itämeren satamakaupunkien kanssa.</p>	
AVAINSANAT Risteilymatkustus, turn-around, home port, verkostoituminen, verkostomarkkinointi	

**Porvoo
Degree Programme in Tourism**

12th May 2008

<p>Authors Kati Kangasluoma, Nina Lager and Niina Turunen</p>	
<p>THE TITLE OF THE THESIS CRUISE TOURISM IN HELSINKI - CASE HELSINKI CRUISE NETWORK</p>	<p>PAGES AND AP- PENDICES 68 + 3</p>
<p>SUPERVISING TEACHERS Annika Konttinen ja Anu Seppänen</p>	
<p>The objective of this thesis was to explore cruise tourism in Helsinki. Our main research problem was to find out how to develop Helsinki Cruise Network, and how the members feel about its operations so far. In addition, the aim was to try to understand the role and commitment of Helsinki city's different departments that are dealing with the cruise branch. The theoretical background of the study was based on networking of enterprises. The data for empirical research was collected by a questionnaire which was sent to the members of Helsinki Cruise Network by email. Information from Helsinki city's departments' representatives was gathered by the focused interview method.</p> <p>The members of Helsinki Cruise Network wished for more active operations from the network. It was also believed that the network could widen members' customer base and help them discover new forms of business. In the opinion of the members, the most urgent targets for development were services and products that are offered for cruise tourists as well as intensifying the flow of information. The members of the Helsinki Cruise Network were quite satisfied with the cooperation between different departments in Helsinki that are dealing with the cruise travel. Also the representatives of the departments were pleased with the current cooperation. Based on this study it can be said that gradually different interest groups are starting to understand the importance of the cruise travel in Helsinki. A lot has already been done for the development of the cruise industry, but a lot still needs to be done in order for Helsinki to compete with the other more experienced cruise cities of the Baltic Sea.</p>	
<p>KEY WORDS Cruise tourism, turn-around, home port, networking, network marketing</p>	

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Tutkimuksen taustaa	1
1.2	Tutkimusongelma	2
1.3	Tutkimuksen rakenne	2
2	HELSINGIN KAUPUNGIN MATKAILU- JA KONGRESSITOIMISTO OSANA RISTEILYMATKUSTUKSEN KEHITTÄMISTÄ	3
2.1	Visio	3
2.2	Helsingin kaupungin matkailun strategiset päämäärät	3
2.3	Risteilymatkustukseen vaikuttavat strategiset toimenpiteet	5
2.4	Organisaatio	5
3	RISTEILYLIIKENNE	7
3.1	Risteilymatkustuksen terminologiaa	7
3.2	Risteilymatkustuksen historiaa	8
3.3	Risteilymatkustuksen nykytila	10
3.3.1	Helsinki kilpailukykyisenä risteilykohteena	10
3.4	Risteilymatkustuksen taloudelliset vaikutukset	13
3.5	Risteilymatkustuksen tulevaisuus	14
3.5.1	Tulevaisuuden kasvunäkymiä	14
3.5.2	Itämeren saastuminen risteilymatkustuksen uhkana	16
4	RISTEILY-YHTEISTYÖTÄ EUROOPASSA	18
4.1	Cruise Europe	18
4.2	Cruise Baltic	18
4.3	Helsinki Cruise Network	19
4.3.1	Jäsenet ja toiminta-ajatus	19
4.3.2	Organisaatio	20
4.3.3	Risteilyverkoston toiminta	20
4.4	Helsingin ja Tukholman risteilymatkailun vertailua	21
5	VERKOSTOITUMINEN TOIMIVAN YHTEISTYÖN VÄLINEENÄ	23
5.1	Helsinki Cruise Network - nonprofit -organisaatio	23

5.1.1	Nonprofit -organisaation markkinointi.....	23
5.2	Verkostojen merkitys liiketoiminnalle	24
5.3	Valintana verkostoituminen.....	25
5.4	Verkostojen kehittyminen	26
5.5	Toiminta verkostossa.....	27
5.6	Verkosto-organisaatioiden markkinointi	28
5.6.1	Suhde- ja verkostomarkkinointi.....	29
5.7	Pienten yritysten verkostotyypit	29
5.8	Yritystoiminta verkostotaloudessa	30
5.9	Luottamuksen rakentuminen verkostoissa.....	31
6	TUTKIMUKSEN KULKU.....	33
6.1	Tutkimusongelmat ja tutkimuksen rajaus.....	33
6.2	Tutkimuksen kohderyhmä ja otanta	34
6.3	Tutkimusote ja -menetelmät	34
6.4	Sähköpostikysely Helsinki Cruise Networkin jäsenille.....	36
6.5	Teemahaastattelut Helsingin virastojen edustajille	37
6.6	Aineiston analysointi.....	38
6.7	Tutkimuksen luotettavuuden ja pätevyyden tarkastelua.....	40
7	TUTKIMUSTULOKSET JA NIIDEN TULKINTA.....	43
7.1	Tutkimusosio 1: Sähköpostikyselyt Helsinki Cruise Networkin jäsenille	43
7.1.1	Taustaa kyselyyn vastanneista yrityksistä.....	43
7.1.2	Syyt Helsinki Cruise Networkin liittymiselle	43
7.1.3	Vastanneiden käsitys verkostoon liittymisen hyödyistä liiketoiminnalle	44
7.1.4	Vastanneiden mielestä tärkeimmät ja kiireellisintä huomiota vaativat kehityskohteet.....	44
7.1.5	Toiveet kaupungin virastojen toiminnalle	46
7.1.6	Kiinnostus yhteistyöhön muiden Cruise Balticissa mukana olevien kaupunkien risteilyverkostojen kanssa.....	47
7.1.7	Jäsenmaksun suuruus ja sitouttaminen	48
7.1.8	Yritysten tyytyväisyys risteilyverkoston toimintaan ja niiden tähän mennessä saamat hyödyt	49
7.1.9	Kokemukset kesän 2007 risteilymatkustajista verrattuna aiempiin kesiin	50
7.1.10	Vastaajien vapaita kommentteja Helsinki Cruise Networkiin liittyen	50

7.1.11	Yhteenveto Helsinki Cruise Networkille tehdyn kyselyn tuloksista.....	50
7.2	Tutkimusosio 2: Teemahaastattelut Helsingin kaupungin virastojen edustajille.....	52
7.2.1	Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston yhteyspäällikkö	52
7.2.2	Helsingin Sataman viestintäpäällikkö.....	54
7.2.3	Kaupunki- ja liikennesuunnitteluvirasto insinööri	56
7.2.4	Kaupunkisuunnitteluvirasto Länsisatama-projektin projektipäällikkö.....	57
7.2.5	Yhteenveto	58
8	JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET	60
9	POHDINTAA OPINNÄYTETYÖPROSESSISTA	64
	LÄHTEET	66
	Painetut	66
	Painamattomat.....	67
	Liite 1. Sähköpostikysely Helsinki Cruise Networkin jäsenille.....	69
	Liite 2. Teemahaastattelurunko	71

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen taustaa

Jatkuvasti kasvava risteilymatkustus on ollut erityisesti viime vuosina myös median huomaama ilmiö. Lehdet ovat kirjoitelleet risteilymatkuksesta ja sen tärkeydestä todella paljon erityisesti viimeisen vuoden aikana. Omien työtehtävienne kautta olemme saaneet olla seuraamassa hyvin läheltä risteilymatkustajien yhä kasvavan massan vaikutuksia Helsingin matkailuun erityisesti kaupungin keskustassa sesonkiaikaan. Tutkimukset ovat osoittaneet risteilymatkustuksen trendin olevan edelleen kasvussa maailmanlaajuisesti, mikä asettaa Helsingin kokoisen kaupungin monien vaikeidenkin haasteiden alaiseksi. Kuinka on mahdollista tarjota risteilymatkustajille yhä laadukkaampia tuotteita ja palveluja sekä saada heidät palaamaan Helsinkiin yhä uudelleen? Helsingissä toimiva paikallinen risteilyverkosto Helsinki Cruise Network on eri alojen yritysten yhteenliittymä, jonka avulla risteilymatkustusta pyritään kehittämään Helsingin alueella. Risteilyverkoston toiminta on vielä alussa, joten toimeksiantajamme Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto toivoi meidän auttavan heitä selvittämään risteilyverkoston jäsenten mielipiteitä verkoston toiminnasta, joiden avulla verkoston toimintaa voitaisiin kehittää.

Tämän lisäksi toimeksiantajamme olevan Helsingin matkailu- ja kongressitoimiston risteilymatkustuksen kanssa tekemisissä olevat tahot toivoivat meidän tutkivan ja pohtivan risteilymatkustusta myös yleisemmin koko kaupungin kannalta, jotta olisi mahdollista saada tietoa myös suuremmissa mittakaavassa. Tältä pohjalta haastattelimme myös Helsingin kaupungin eri virastojen edustajia. Onnistuimmekin saamaan melko kattavan käsityksen virastojen toiminnasta liittyen risteilymatkukseen, risteilymatkustuksen tilanteesta ja sen kehittämisestä tulevaisuudesta. Virastoilta saamamme tieto toimii siis tukena Helsinki Cruise Networkille tekemällemme kyselylle.

Tässä tutkimuksessa risteilymatkustuksella emme tarkoita Itämeren lyhyitä risteilyjä vaan puhumme ns. luksusristeilijöistä. Näiden alusten matkustajat lentävät ensin kotimaastaan johonkin Itämeren satamakaupunkiin, josta he aloittavat risteilynsä. Risteily käsittää yleensä vierailuja useissa eri Itämeren satamakaupungeissa, joissa yleensä viivytään päivästä muutamiaan yöhön.

1.2 Tutkimusongelma

Aluksi tutkimusongelmamme käsitti Helsinkiä koskevan risteilymatkustuksen kehittämisen. Asiaa tarkemmin pohtiessamme tajusimme kuitenkin, että tutkimusongelmaa olisi rajattava koskemaan jotakin tiettyä tärkeää osa-aluetta risteilymatkustuksessa. Toimeksiantajamme antoi meille melko vapaat kädet tutkimuksen suunnittelemisessa, mutta toivomuksena oli kuitenkin jonkinlaisen kyselyn suorittaminen Helsinki Cruise Networkin jäsenille. Pohdimme asiaa melko pitkään ja hartaasti, kunnes aihe päätettiin yksimielisesti rajata koskemaan risteilyverkoston toimintaa. Lisäksi toivoimme saavamme myös tärkeää ja toimeksiantajallemme tarpeellista taustatietoa Helsingin risteilymatkustuksen tilasta yksin kansiin koottuna. Näin ollen tutkimusongelmaksi muotoutui se, kuinka Helsinki Cruise Networkin toimintaa olisi mahdollista kehittää.

Tutkimuksen tavoitteena on saada selville risteilyverkoston jäsenten mielipiteet verkoston tähänastisesta toiminnasta sekä heidän toiveensa tulevaisuudessa. Tutkimuksen avulla toivomme saavamme hankittua tärkeää ja hyödyllistä tietoa, jota toimeksiantajamme voi käyttää hyödykseen risteilyverkostoa kehittäessään ja sen toimintaa suunnitellessaan. Tämän lisäksi tutkimuksella pyritään myös saamaan kuvan Helsingin risteilymatkustuksen tilasta ja tulevaisuuden näkymistä mm. virastojen edustajien haastattelujen avulla. Vertaamme myös Helsingin risteilyverkoston toimintaa Tukholman risteilyverkoston toimintaan löytääksemme uusia toimintatapoja.

1.3 Tutkimuksen rakenne

Tutkimuksemme viitekehys käsittelee risteilymatkustusta yleensä sekä tarkemmin koskien Helsinkiä. Pyrimme kuvaamaan lyhyesti millaista risteilymatkustus on ollut aikaisemmin, mikä sen tila on nykypäivänä ja millaiselta tulevaisuus näyttää. Lisäksi viitekehyksessä käsitellään verkostoitumista ja sen tuomia etuja yrityksille. Pyrimme kokoamaan viitekehykseen sellaista tietoa, joka oli oman kiinnostuksemme kohteena ja josta olisi mahdollisimman paljon hyötyä erityisesti toimeksiantajallemme. Risteilyverkoston jäsenet voisivat myös halutessaan lukea tutkimustamme ja mahdollisesti saada jotakin uutta tietoa risteilymatkuksesta myös viitekehysten sisältämän tiedon avulla. Tutkimuksemme empiirisessä osassa kerromme kuinka toteutimme tutkimuksemme, sen analysoinnin ja raportoinnin. Tässä osiossa pohdimme myös tutkimuksemme luotettavuutta ja pätevyyttä. Seuraavaksi esittelemme tutkimuksemme tulokset sekä niistä tehdyt johtopäätökset ja löytämämme kehitysehdotukset. Viimeisessä luvussa pohdimme tutkimuksemme onnistumista ja arvioimme koko opinnäytetyöprosessia.

2 HELSINGIN KAUPUNGIN MATKAILU- JA KONGRESSITOIMISTO OSANA RISTEILYMATKUSTUKSEN KEHITTÄMISTÄ

Helsingin seutu on Suomen matkailun tärkeä keskus ja portti muuhun Suomeen. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto koordinoi seudun matkailun markkinointia ja kehittämistä.

2.1 Visio

Helsinki on elinkeinostrategian (2007, 22) mukaan yksi kilpailukykyisimmistä kaupunkikohteista Euroopan matkailumarkkinoilla ja sillä on vahva, omaleimainen brändi. Helsinki on ympärivuotinen ja vetovoimainen, tapahtumistaan tunnettu vapaa-ajan matkakohde sekä kotimaan että ulkomaan markkinoilla. Lisäksi Helsinkiä pidetään Pohjoismaiden johtavana kokouskaupunkina sekä *Itämeren ohittamattomana risteilykaupunkina*.

Matkailu- ja kongressitoimisto on Helsingin seudun matkailun ns. veturi ja vahva osaaja, joka markkinoi kaupunkia tiiviissä yhteistyössä alan toimijoiden kanssa. Markkinointiin käytettävät resurssit ovat vertailukelpoisia muiden Euroopan kaupunkien kanssa. Helsingin matkailijakeskus toimii edelläkävijänä Suomen palvelevien matkailutoimistojen joukossa ja se on kansainvälisestikin korkealaatuinen. Matkailu sisältyy myös tärkeänä osana kaupunginhallituksen huhtikuussa 2007 hyväksymään Helsingin elinkeinostrategiaan, jonka tavoitteena on täsmentää elinkeinostrategiassa matkailuun liittyviä päämääriä yhdessä elinkeinon kanssa. (Helsingin matkailustrategia 2008-2012, 1-3.)

2.2 Helsingin kaupungin matkailun strategiset päämäärät

Kaupunginhallituksen vuonna 2007 hyväksymä elinkeinostrategia nostaa matkailun yhdeksi elinkeinostrategian painopistealueeksi Helsingissä. Matkailu on elinkeinostrategiassa määriteltä seuraavasti:

”Matkailuun liittyviksi toimialoiksi luetaan mm. majoitus- ja ravitsemustoiminta, henkilöliikenteen osuus *rautatie-, tie-, vesi- ja ilmaliikenteessä*, henkilöliikenteen tukitoiminta (mm. linja-autoasemat), liikennevälineiden ym. vuokraus, ml. urheilu- ja liikuntavälineiden vuokraus, matkatoimistoala, näyttämö- ja konserttitoi-

minta, museot ja näyttelyt, urheiluhallit yms. sekä huvipuistot”.(Helsingin elinkeinostrategia 2007, 22.)

Elinkeinostrategiassa todetaan matkailun olevan kasvava ala ja se onkin yksi elinkeinopolitiikan painopistealue. Helsingissä matkailulla on voimakas työllistävä vaikutus, sillä Helsingissä matkailu työllistää noin 30 000 henkilöä ja Uudellamaalla noin 50 000 henkilöä. Helsingissä vierailee vuosittain noin 10 miljoonaa matkailijaa ja heistä 75 % on päiväkävijöitä. Ulkomaisien matkailijoiden jättämää tuloa kertyi Helsinkiin 648 miljoonaa euroa. Luku perustuu vuoden 2005 tietoihin. Elinkeinostrategiassa nähdään Helsingin mahdollisuus saavuttaa *risteilymatkailun kotisatama-status*, jolla tarkoitetaan sitä, että risteilymatkailija aloittaa ja päättää risteilynsä Helsinkiin. Tämä edellyttää kuitenkin yhteistyötä Suomessa monien eri toimijoiden kanssa. Edelleen elinkeinostrategia on huomionnut Itämeren aseman risteilymatkailun trendikohteena. Osaltaan tämä johtuu maailman väestön ikääntymisestä, sillä suuret ikäluokat jäävät eläkkeelle ja kiinnostus ns. wellness -matkailuun on kasvanut ja kasvaa edelleen. Toimenpidepuolella kaupunki selvittää tällä hetkellä mahdollisuuksia lisätä Helsingin osuutta risteilymatkailun kotisatamana yhdessä alan toimijoiden kanssa. Samalla pyritään myös selvittämään kotisatamatoiminnan edellyttämien investointien määrää. (Helsingin elinkeinostrategia 2007, 22-23.)

Helsingin matkailulle on strategiassa määritelty seitsemän päämäärää, joita ovat:

- 1) Helsinki on Suomen tärkein matkailukohde ja yksi vetovoimaisimmista kaupunkiloma-kohteista Euroopan matkailumarkkinoilla. Matkailulla on vahva painoarvo seudun taloudessa ja elinkeinoelämässä ympäri vuoden.
- 2) Seudun matkailua kehitetään kokonaisvaltaisten suunnitelmien mukaisesti
- 3) Helsingin seutua markkinoidaan kokonaisuutena
- 4) Helsingillä on vahva matkailubrändi
- 5) Helsinki on kansainvälisesti tunnettu tapahtumistaan
- 6) Helsinkiin on erinomaiset yhteydet
- 7) Matkailijapalvelut ovat korkeatasoisia, vastaavat asiakkaiden tarpeita ja ovat helposti saatavilla

(Helsingin matkailustrategia 2008-2012, 4-8.)

2.3 Risteilymatkustukseen vaikuttavat strategiset toimenpiteet

Risteilymatkustuksen toimintaedellytysten kehittämiseen ja parantamiseen tähtääviä toimenpiteitä voidaan löytää useista yllämainituista seitsemän kohdan tavoitteista. Matkailu- ja kongressitoimisto osallistuu omalta osaltaan aktiivisesti kaupunkisuunnitteluun kohteissa, joilla on matkailullista merkitystä. Esimerkiksi Jätkäsaaren ja Hernesaaren alueiden uusien kaupunginosien kehittämiseen lähivuosina sisältyy ns. Meri-Helsinki / Helsinki Water Front -konsepti. (Helsingin matkailustrategia 2008–2012, 4.)

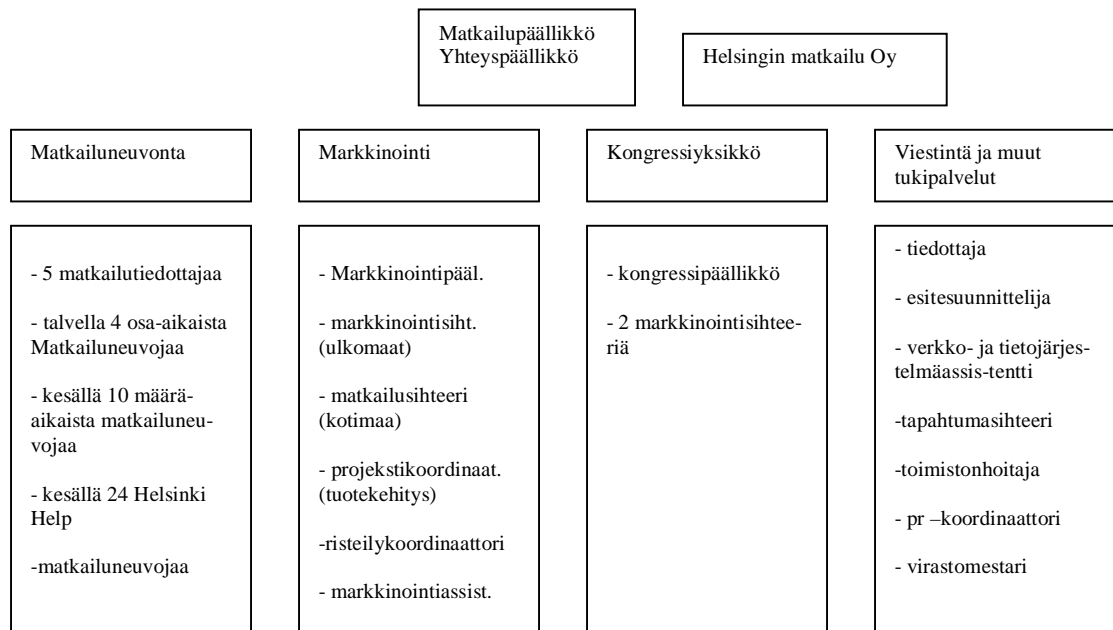
Helsinki tekee yhteisrahoitteista markkinointiyhteistyötä Itämeren alueen muiden kaupunkien, kuten Tallinnan ja Pietarin kanssa sekä jatkaa ns. Cruise Baltic -yhteistyötä risteilymatkailun kehittämiseksi. Helsingin matkailumarkkinoinnin pääteemojen, kuten kaupunkilomien, tapahtumien, kokousten, kongressien, messujen, näyttelyiden ja incentive -matkailun lisäksi risteilymatkailu on yksi pääteemoista. (Helsingin matkailustrategia 2008–2012, 6.)

Merellisyys ja luonto ovat osa myös Helsingin risteilymatkailun olemassa olevia vahvuuksia, joita pyritään vahvistamaan ns. brändielementeiksi. Helsinki pyrkii jatkuvasti parantamaan nykyisiä laivayhteyksiä sekä siihen liittyvää infrastruktuuria. Tavoitteena on parantaa kansainvälisen risteilyliikenteen edellytyksiä varautumalla aluskoon, aluskäyntien ja matkustajamäärien kasvuun sekä risteilyterminaaliin, joka mahdollistaa Helsingin käyttämisen risteilyn lähtö- tai paluusatamana. Käytännön toimenpiteitä näiden tavoitteiden toteuttamiseksi ovat mm. tällä hetkellä tekeillä oleva risteilystrategia, jossa täsmennetään risteilyliikenteen linjauksia risteilyliikenteen kehittämiseksi. Lisäksi yksi toimenpiteistä on satamaterminaalialueen suunnitteluun aktiivisesti osallistuminen. Elinkeinojen verkostoitumista ja yhteistyötä pyritään kehittämään mm. *Helsinki Cruise Networkin* kautta risteilymatkustajien palvelun parantamiseksi. Matkailustrategian tavoitteena on, että vuonna 2012 Helsingin kansainvälisten risteilymatkustajien määrä on samalla tasolla kuin Tallinnassa ja 10 % risteilymatkustajista aloittaa risteilynsä Helsingistä. Tavoitteena on myös parantaa matkailuinformaation saatavuutta satamaterminaaleissa. (Helsingin matkailustrategia 2008–2012, 7-12.)

2.4 Organisaatio

Matkailu- ja kongressitoimisto siirrettiin talous- ja suunnittelukeskuksen alaisuuteen elinkeinokehityksen yhteyteen vuonna 2006. Aiemmin Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto kuului osana kaupunginkansliaan (nykyinen Hallintokeskus). Matkailu- ja kongressitoi-

misto perustettiin vuonna 1963 ja se työllistää monia matkailun ammattilaisia (Salokorpi 2000, 4).



Kuvio 1. Matkailu- ja kongressitoimiston organisaatiokaavio 2008.

Risteilykoordinaattori kuuluu osaksi Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston markkinointitiimiä. Hänen kohderyhmäänsä ovat risteilymatkailijat. Risteilykoordinaattorin tärkeimpiä työtehtäviä on Helsingin markkinointi risteilykohteena ulkomaalaisille potentiaalisille risteilymatkustajille. Työtehtävän hoitaminen edellyttää hyvää ja erittäin toimivaa sekä aktiivista toimijaverkostoa Helsingin seudulla elinkeinon kanssa. Työtehtäviin kuuluu myös alan kansainvälisiin messuihin osallistuminen, joista merkittävimmät ovat jokavuotiset Miamissa järjestettävät Sea Trade -messut sekä vastaavanlainen Hampurissa järjestettävä risteilyalan tapahtuma. Risteilykoordinaattori työskentelee puoliksi Helsingin Sataman ja puoliksi Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston alaisena.

Kilpailu matkailijoista on kovaa risteilyalalla ja Itämerelläkin kehittyä jatkuvasti uusia kaupunkeja, jotka tavoittelevat osuuttansa hyvää matkailutuloa tuottavista risteilymatkailijoista. Matkailu- ja kongressitoimiston käyttösuunnitelmassa vuodelle 2008 kansainväliseen markkinointiin on noin 1,7 miljoonan euron operatiivisesta budjetista varattu reilut 730 000. Tästä risteilymarkkinointiin on ohjattu vuodessa käytettäväksi 15 000 euroa. (Matkailu- ja kongressitoimiston käyttösuunnitelma 2008, 1.)

3 RISTEILYLIIKENNE

3.1 Risteilymatkustuksen terminologiaa

Seuraavassa esittelemme joitakin risteilymatkustukseen liittyviä termejä:

- 1) **Risteilyn** määrittelyjä on sekä kansainvälisiä (Lontoon sopimus v.1971 tai Schengenin sopimus) että kansallisia (Suomen ulkomaalaislaki). Helsingin kaupunki pitää *kansainvälisenä risteilynä* merimatkaa, jossa kansainvälisessä liikenteessä oleva vain matkustajia kuljettava alus, joka ei ole säännöllisessä linjaliikenteessä ja käy Helsingin lisäksi vähintään kahdessa ulkomaisessa satamassa. Tällä määrittelyllä selkiytetään markkinointia, tilastointia ja satamamaksukäytäntöjä. (Aavikko, T. 13.3.2008.)
- 2) Cruise Europe -järjestön määritelmän mukaan **risteilymatkalla** tarkoitetaan vähintään 60 tuntia kestävästä, pääasiallisesti vapaa-ajan matkustusta tarkoittavaa merimatkaa. Matkalla kuljetetaan vain matkustajia, joiden lipun hintaan sisältyy majoitus ja kaikki ateriat. Matkalla ei kuljeteta rahtia tai liikkuvaa kalustoa. Risteilymatkan aikana aluksen on lähtö- ja paluusataman lisäksi käytävä vähintään kahdessa muussa satamassa (Aavikko, T. 13.3.2008.)
- 3) **Home port** on ”kotisatama”. Se on satama, jossa kyseessä oleva laiva yleensä vaihtaa matkustajia. Esimerkiksi ulkomainen varustamo, joka operoi tietyllä Itämeren reitillä, voisi ottaa Helsingin lähtösatamakseen. Näin laiva lähtisi ja saapuisi Helsinkiin tehden ohjelmansa mukaisia risteilyjä. (Aavikko, T. 13.3.2008.) Esimerkkinä kotisatamanaan Helsingin Pakkahuoneen laiturissa voidaan pitää MS Kristina Regina- alusta, joka viime risteilykaudella 2007 vaihtoi kuusi kertaa matkustajia Helsingissä (Risteilylinjät 2007, 6).
- 4) **Turn-around** (port) on ”kääntösatama”, jossa vanhat matkustajat poistuvat laivasta ja uudet tulevat tilalle. Termiä käytetään lähinnä sellaisissa yhteyksissä, jossa laiva seilaa paikasta a paikkaan b samoissa välisatamissa poiketen, mutta jolloin kyydissä ovat kuitenkin eri matkustajat per suunta. Voidaan puhua myös käsitteestä turn-around, jolloin termillä tarkoitetaan vaihtomatustajaa. (Aavikko, T. 13.3.2008.) Tulevana risteilykautena 2008 Helsingissä vieraillee esimerkiksi espanjalaisen Ibero Cruceros operoijan risteily, jonka lähtöpaikka on Kööpenhamina. Risteily kestää 7 vuorokautta ja kul-

kee reitillä Kööpenhamina-Tukholma-Riika-Tallinna-Pietari-Helsinki (De Cruceros 2008.)

- 5) **Väylämaksuvelvollisuudella** tarkoitetaan sitä, että väylämaksu on suoritettava, kun alus saapuu ulkomailta Suomeen tai alus saapuu suomalaisesta satamasta suomalaiseen satamaan. Matkustaja-aluksen aluskäyntikohtainen enimmäismäärä on 34 000 euroa ja risteilyaluksen aluskohtainen enimmäismäärä 45 000 euroa. (Eduskunta 2008). **Väylämaksu** säädetään Eduskunnan päätöksen mukaisesti (Eduskunta 2008) ja tullin tehtävänä on kantaa tätä väylämaksu -nimistä veroa ja lästimaksu -nimistä maksua aluksesta, jolla harjoitetaan kauppamerenkulkua Suomen vesialueella (Tulli 2008).

3.2 Risteilymatkustuksen historiaa

Merenkulun historia Itämeren alueella on ollut hyvin pitkä. Itämeren alueella merenkäynti oli vilkasta jo 1000-luvulla. Keskiajalla Turku ja Viipuri olivat tärkeimmät kauppakaupungit, josta purjehdittiin muihin Itämeren kaupunkeihin kuten Tallinnaan tavaravaihtoa varten. (Blomgren, Malmberg & Raudsepp 1996, 7.) S/S Stockholm -niminen matkustajahöyrylaiva saapui Suomen Turkuun vuonna 1821 ja se oli ensimmäinen, koskaan Suomessa käynyt matkustajahöyrylaiva. Ensimmäinen suomalainen matkustajalaiva, joka aloitti säännölliset laivavuorot Turun ja Tukholman välillä oli siipirataslaiva Furst Menschikoff. Se aloitti liikennöintinsä vuonna 1837. Höyrylaivat ottivat 1840-luvulla lopullisesti matkustaja- ja rahtiliikenteen haltuunsa. (Sjöström 2003, 8.)

1800-luvun alussa Helsinki oli jo valtakunnan neljänneksi suurin satamakaupunki oman laivaston koolla mitattuna (Palminen 1996, 19). Matkustajien oloihin alettiin kuitenkin kiinnittää paremmin huomiota vasta 1800-luvun puolen välin jälkeen, jolloin Helsingin satamaan valmistui ensimmäinen matkustajapaviljonki. (Blomgren, Malmberg & Raudsepp 1996, 28). Raudan ja teräksen yleistyminen laivojen rakenteissa mahdollisti pikku hiljaa myös ympärivuotisen laivaliikenteen 1800-luvun lopussa (Blomgren, Malmberg & Raudsepp 1996, 32).

Maailmalla valtamerihöyrylaivojen aika alkoi kanadalaisen Samuel Cunardin aloittaessa säännöllisen postiliikenteen Atlantin yli 1840-luvulla. Myös eurooppalaisten siirtolaisten matkustus Pohjois-Amerikkaan Atlantin yli kasvoi merkittävästi 1800-luvun puolen välin jälkeen. Tällöin laivoista löytyi erilliset tilat siirtolais- ja salonkimatkustajille. Jo 1800-luvun viimeisinä vuosikymmeninä alkoi yhä näyttävämmän luksusmatkustamisen aika. Yhdysvalloissa kiristet-

tiin maahanmuuttajapolitiikkaa huomattavasti 1920-luvulla, joka aiheutti sen, että siirtolaisten merkitys laivayhtiöille väheni. Sen sijaan kilpailussa keskityttiin maksukykyisten turistien, ennen kaikkea Eurooppaan matkaavien amerikkalaisten houkuttelemiseen. (Koivunen, Syrjämaa & Söderholm 2006, 54.) Helsinkiin suuntautuva risteilyliikenne oli vilkasta toisen maailmansodan kynnyksellä, jolloin kaupungissa kävi vuonna 1938 jopa 25 risteilyalusta (Blomgren, Malmberg & Raudsepp 1996, 88).

Juuret nykyiselle risteilyalalle löytyvät Atlantin ylittävien valtamerialusten muuttamisesta kuljetusvälineistä huvialuksiksi 1960-luvun alussa. Risteilyala kasvoi nopeasti 1980-luvulla, jolloin suuret risteily-yhtiöt alkoivat rakentaa ”jättilaivoja” ja jotkin pienet yritykset alkoivat hankkia käytettyjä laivoja. Eräät suurista risteily-yhtiöistä alkoivat 1990-luvun puolivälistä alkaen rakentaa yli 100 000 tonnin ”Post Panamax”-luokan aluksia. Näiden nimitys johtuu siitä, että ne ovat liian suuria kulkemaan Panaman kanavasta. (Eur-Lex 2008.)

1970-luvun puolivälissä alkoivat risteilymarkkinat USA:sta laajentua muuallekin kuin Karibian alueelle. Vasta tällöin risteilymatkustamista ryhdyttiin kehittämään omana ydintuotteenaan. 1970-luvulla luotiin myös oma alustyyppinsä risteilymatkustamista varten. (Risteilymatkustajatutkimus 1999, 4.) Nykykaikaan tultaessa risteilymatkustus on kasvanut valtavaa vauhtia. Arvioiden mukaan vuonna 2003 maailmalla liikennöi jo noin 260 laivaa. Laivojen reitit eivät enää olleet sidottuja kulkemaan tietyillä alueilla tai reiteillä, vaan niitä voitiin siirtää eri puolille maailmaa, niitä voitiin hankkia ja vuokrata kansainvälisesti. (Eur-Lex 2008.)

Helsingin ensimmäinen matkailupäällikkö Mikko Nupponen (vuosina 1963–1991) huomasi jo 1960-luvulla suurten risteilyalusten taloudellisen hyödyntämisen mahdollisuuden kaupungille. Niinpä Helsingin kaupungin matkailutoimisto otti jo vuonna 1963 yhteyttä laivanhuolintaliikkeisiin. Jo tällöin pohdittiin sitä, kuinka risteilyalukset saataisiin pysähtymään myös Helsingissä. Käynnistettiin yhteistyö suurten kansainvälisten risteilyalusten markkinoijien kanssa Japanissa, Australiassa ja USA:ssa. Vuonna 1963 Helsinkiin tuli vain parikymmentä risteilyalusta. Vuoden 2000 maaliskuuhun mennessä oli kuitenkin jo tehty 190 laiturivarausta kuluvalle vuodelle, joten kehitystä oli saatu aikaan. Satamalaitos nykyisin Helsingin Satama on tehnyt paljon työtä, jotta suuralukset on saatu mahtumaan ja mahtuvat yhä Helsinkiin. (Salokorpi 2000, 22.)

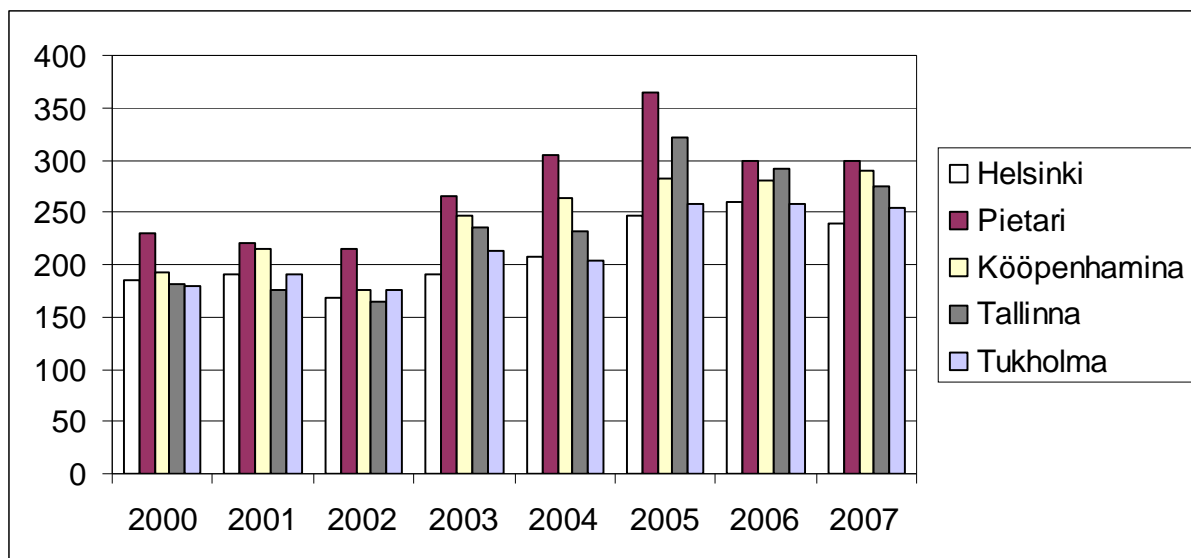
Aiemmin 1973–1981 ajanjaksolla Helsingissä kävi jo 25 laivaa keräten 50–65 aluskäyntiä vuosittain. Seuraavalla vuosikymmenellä 1982–1990 aluskäyntejä tehtiin jo lähes sata. Vuo-

desta 1992 lähtien aluskäyntejä oli jo toista sataa. Vertailun vuoksi mainittakoon, että risteilykautena 2007 Helsinkiin tehtiin jo jopa 238 aluskäyntiä. (Sarpaneva, K. 2.4.2008).

3.3 Risteilymatkustuksen nykytila

3.3.1 Helsinki kilpailukykyisenä risteilykohteena

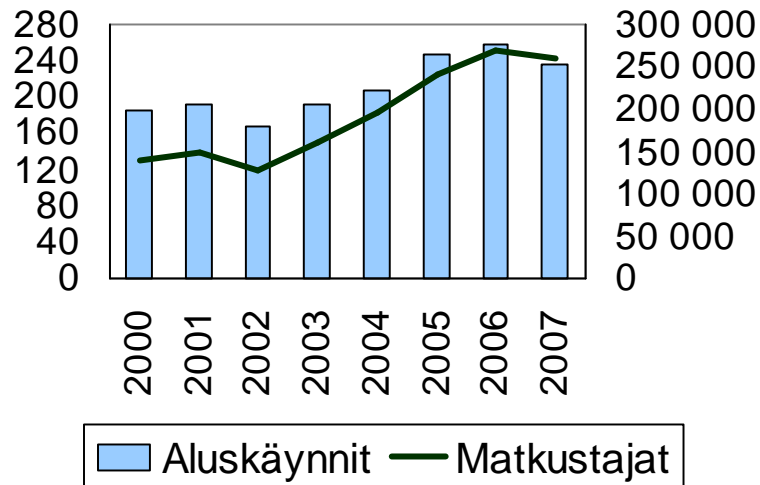
Maailmassa risteilymatkustus on jakautunut usealle eri markkina-alueelle. Pohjois-Euroopan alue sijoittuu yhä kärkeen Karibian alueen ollessa maailman ykkönen. Pohjois-Euroopan risteilyalueeseen luetaan Brittein saaret, Norjan vuonot ja Itämeren alue. Lisäksi liikennöidään Atlantin puoleisen Euroopan satamien risteilyjä. Itämeren alue on erittäin vetovoimainen ja sillä on myös erinomainen maine. Tällä hetkellä Itämeren alue onkin yksi nopeimmin kehittyvistä risteilymatkailun alueista. Jatkuvasti myös uusia kohteita ilmaantuu markkinoille Itämeren alueella. Itämerellä risteilymatkustus on suuressa kasvussa ja maailmanlaajuisestikin vertaillutuna risteilymatkustus on yksi nopeimmin kasvavista matkailun aloista. (Risteilytilinpäätös 2007, 2).



Kuvio 2. Aluskäynnit Itämerellä vuosina 2000–2007 (Aavikko, T. 29.11.2007).

Kuviosta 2 näkyvät Itämeren alueen aluskäyntien määrät vuosina 2000-2007. Helsinki pysyy kohtuullisen hyvin muiden Itämeren kaupunkien vauhdissa kilpailussa aluskäyntejä mitattaessa. Aina viime vuoteen 2007 asti Helsinkiin on saatu aluskäyntejä kohtuullisen pienin markkinapönnistuksin, mutta kilpailu on silti kovaa ja halu säilyttää ja kasvattaa Helsingin suosiota käyntikohteena on voimakas. Suomi on Euroopassa tällä hetkellä trendikäs, vetovoimainen kohde, mutta tietyt ulkoiset tekijät voivat kuitenkin äkillisesti vaikuttaa risteilytilanteeseen.

Esimerkiksi joitakin suuria matkustajamääriä vetävä risteilyalus jätti muun muassa kovan tuulen ja muiden ulkoisten syiden takia tulematta Helsinkiin kesällä 2007. Tämä vähensi aluskäyntejä 4 % verrattuna risteilyvuoteen 2006. Vuoden 2007 tulokset kertovat, että risteilijämatkustajamäärä pieneni 4 % ja risteilyalusten määrä laski 8 % vertailuvuoteen 2006. (Helsingin matkailun tunnuslukuja 2007, 3.)



Kuvio 3. Kansainvälinen risteilyliikenne Helsingissä 2000-2007 (Risteilytilinpäätös 2007, 3).

Risteilykautta 2007 voidaan pitää pienenä notkahduksena ns. välivuotena ja eräänlaisena hengähdystaukuna Helsingille. Erilaisia spekulatioita 4 %:n laskusta sekä matkustaja- että aluskäyntien osalta on alan toimijoiden keskuudessa esitetty. Dollarin erittäin epäedullinen suhde euroon nähtiin yhtenä tärkeänä syynä. Väylämaksut, jotka voivat nousta jopa 45 000 euroon lisättynä satama, huolinta, luotsi ym. maksuilla nostavat aluskäynnin hinnaksi pahimmillaan jopa noin 60 000 euroon. Helsingin pelätään hinnoittelevan itsensä ulos lähes sietämättömällä valtion säätämällä väylämaksupolitiikallaan, sillä muissa Itämeren alueen satamakaupungeissa väylämaksut ovat huomattavasti alhaisemmat kuin Helsingissä. Myös ulkoiset seikat, kuten esimerkiksi kova tuuli oli joissakin tapauksissa syynä viime risteilykauden alusten poisjääntiin. Nämä ovat tietysti suuria pettymyksiä Helsingille ja erityisesti risteilyalan toimijoille. (Aavikko, T. 13.3.2008.)

Taulukko 1. Matkustajamäärien kehitys Itämerellä vuosina 2000-2007 (Risteilytilinpäätös 2007, 3).

Matkustajamäärät								
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Helsinki	140 000	148 000	127 000	161 000	195 000	240 000	270 000	260 000
Tallinna	109 511	134 176	127 500	202 500	205 000	295 000	308 000	292 000
Tukholma	157 000	171 000	135 000	202 000	210 000	228 000	230 000	281 000
Kööpenhamina	166 000	185 000	134 176	268 391	320 000	361 000	399 000	420 000
Pietari	109 415	134 176	142 647	204 405	252 477	296 477	306 000	299 000
Satamakäynnit								
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Helsinki	185	191	168	191	208	247	257	238
Tallinna	181	175	165	236	232	322	292	247
Tukholma	180	191	175	214	204	258	258	255
Kööpenhamina	193	215	176	246	264	282	280	289
Pietari	230	220	215	265	305	264	200	274

Taulukosta 1 voidaan todeta, että Pietari ja Kööpenhamina ovat Helsingin pahimpia kilpailijoita sekä matkustajamääriä että satamakäyntejä verrattaessa. Vuosituhannen alussa Helsinki, Tukholma ja Kööpenhamina olivat matkustajamääriltään kärjessä verrattuna Tallinnaan ja Pietariin. Vuosien mittaan tilanne on kääntynyt Tallinnan ja Pietarin osalta päinvastaiseksi suosion kasvaessa. Satamakäyntien osalta Helsinki on vuoteen 2007 tasoittanut eroja muihin satamakaupunkeihin verrattuna.

Kesän risteilyvieraiden kansallisuudet on kerätty matkustajaluetteloiden tai laivan antamien kansallisuuslistojen perusteella. Vuosien 2005–2007 kansallisuudet ovat jakautuneet seuraavasti:

Taulukko 2. Risteilymatkustajien kansallisuudet (Risteilytilinpäätös 2007, 4).

	Sija 05/06/07	Yht. 05	Yht.06	Yht.07	2005%	2006%	2007%
USA	1/1/1	74 868	81 147	69 006	40	30	26,5
Iso-Britannia	2/2/2	45 125	46 173	50 522	24	17	19,4
Saksa	3/3/3	22 551	41 289	45 331	12	15,5	17,4
Espanja	4/4/5	15 786	16 568	18 711	9	6	7,2
Italia	6/5/4	4056	16 234	19 715	2	6	7,5
Kanada	5/6/6	8320	12 605	12 090	5	5	4,6
Ranska	7/7/7	2520	4040	5640			
Meksiko	8/8/8	2515	3699	5183			
Australia	9/9/9	1694	2862	3201			
Itävalta	-/-/10			2927			
Sveitsi	10/11	1302	1902	2527			

Kansallisuuksia laskettaessa (taulukko 2) ei voida olla huomioimatta USA:n dramaattista prosenttiosuuden laskua parina viime vuotena. Tässäkin yhtenä syynä pidettäneen dollarin epäedullista suhdetta euroon. Amerikkalaisten pitkät juuret risteilymatkustamisen alan konkareina on myös vähentynyt. Perinteisesti vahvan Iso-Britannian osuus on myös laskenut, ei tosin läheskään niin paljoa. Merkillepantavaa on espanjalaisten risteilymatkustajien määrän kasvu. Maailmanlaajuisesti risteilymatkustajan profiili on nuorentunut. Keski-ikä tällä hetkellä on vain 44 vuotta. Erilaiset asiakassegmentit ovat löytäneet risteilymatkailun. Puhutaankin vastaanaineista, lapsiperheistä ja henkilöistä, jotka hakevat matkoiltaan ns. ”wow” -kokemuksia materian sijaan. Risteilymatkustamisessa on menossa eurooppalainen trendi. Tämä tarkoittaa enemmän laivoja ja matkustajia Euroopan alueella. Eurooppa onkin nopeimmin kasvava alue risteilymarkkinoilla. (Aavikko, T. 29.11.2007.)

Taulukko 3. Risteilijöiden kansallisuuksien top 6 (Aavikko, T. 29.11.2007).

	2005	2006	2007
USA	40 %	30 %	26,5 %
Iso-Britannia	24 %	17 %	19,4 %
Saksa	12 %	15,5 %	17,4 %
Italia	2 %	6 %	7,5 %
Espanja	9 %	6 %	7,2 %
Kanada	5 %	5 %	4,6 %

Risteilymatkustajien kansallisuusjakauma (taulukko 3) kuvaa selkeästi amerikkalaisen risteilymatkailijan valtakauden päättymistä Euroopan risteilymarkkinoilla. Erittäin merkillepantavaa on eurooppalaisten risteilymatkailijoiden panos kävijämäärissä. Italialaisten ja espanjalaisten matkailijoiden näkyminen Helsingin katukuvassa on erityisesti huomattu. Matkailuneuvonta joutuu yhä enemmän kiinnittämään huomiota kesätyöhenkilöstöä rekrytoitaessa, jotta matkailuneuvontaa annetaan riittävästi myös italian ja espanjan kielellä.

3.4 Risteilymatkustuksen taloudelliset vaikutukset

Taloustutkimus teetti Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston sekä Helsingin Sataman toimeksiannosta risteilymatkustajatutkimuksen vuonna 2003. Tutkimuksen avulla haluttiin tuottaa tietoa Helsinkiin saapuvien ulkomaisten risteilymatkustajien rahankäytöstä, ajan vietosta, ajan käyttämisestä sekä tyytyväisyydestä Helsinkiin. Imagopuolella Helsinki sai kiitosta puhtaudesta, ystävällisistä ihmisistä sekä kaupungin kauneudesta ja vehreydestä. Yhtenä asiana tutkittiin myös risteilymatkailun taloudellista merkitystä Helsingille. Risteilymatkailijan eri palveluihin käyttämä rahamäärä vuonna 2003 oli 126,4 €/matkustaja. (Risteilymatkus-

tajatutkimus 2003, 3.) Risteilymatkailijan Helsinkiin tuoma rahamäärä on huomattava, sillä MEK:n rajahaastattelututkimuksen (2006) mukaan tavallinen matkailija tuo kaupunkiin keskimäärin vain 54 €

Ensimmäinen Helsingin kaupunginkanslian tilaama tutkimus tehtiin vuonna 1999. TSN Gallup toteutti tuoreimman risteilymatkustajatutkimuksen kesällä 2007. Tulokset julkistettiin marraskuussa 2007. Toimeksiantajana olivat Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto, Helsingin Satama sekä Matkailun Edistämiskeskus. Tutkimustavoitteet olivat hyvin pitkälti samat kuin vuonna 2003 tehdyssä tutkimuksessa eli rahankäyttö, ajanvietto, Helsingin kiinnostavuus risteilykohteena sekä tyytyväisyys kaupunkiin. Laskennallinen keskimääräinen rahankäyttö oli tutkimuksen mukaan 128€/matkustaja, joten muutosta edelliseen tutkimukseen ei ollut kovinkaan paljoa. Helsinki erottautui tutkimuksen mukaan puhtaudellaan muista risteilykaupungeista. Myös ihmisten ystävällisyys nousi jälleen tutkimuksessa esiin ja tätä voidaan pitää ehdottomana vahvuutena. Muita imagotekijöitä olivat kaupungin puhtaus ja pienenus. Helsingin arkkitehtuurin erilaisuus verrattuna muihin kaupunkeihin oli myös huomattu.

Risteilymatkustajaliikenteen valtiolle ja Helsingin kaupungille tuottaman tulon on arvioitu olevan yli 31 miljoonaa euroa. Henkilötyövuosina mitattuna välitön työllisyysvaikutus on lähes 470 henkilötyövuotta ja kokonaistyöllistävä vaikutus lähes 700 henkilötyövuotta. Helsingin Sataman risteilykaudelta 2007 suora tulo oli n. 1,34 miljoonaa euroa. Helsingin Satama investoi 3,1 miljoonaa euroa vuonna 2007 risteilyliikenteen palveluiden parantamiseksi. Investoinnit kuulostavat suurilta, mutta edustavat silti vain n. 1,5 % Helsingin Sataman kokonaisliikenvaihdosta. Investoinnit ovat pääsääntöisesti kohdistuneet Hernesaaren ja Länsisataman edustalle. (Risteilymatkustajatutkimus 2007, 54.)

3.5 Risteilymatkustuksen tulevaisuus

3.5.1 Tulevaisuuden kasvunäkymiä

Risteilymatkustuksen kasvun pysähtymistä tai kiinnostuksen lopahtamista on tivattu jo vuosia sitten. Kansainvälisen risteilybisneksen uranuurtaja Douglas Ward kertoi vuonna 2003 antamassaan haastattelussa kuitenkin olevansa erittäin optimistinen risteilymatkustuskäytön suhteen ja hänen optimistisuutensa näyttää olleen aiheellista. Eri puolilla maailmaa rakennetaan tällä hetkellä noin 10 risteilyaluksen vuosivauhtia uusia yhä suurempia risteilyaluksia.

Tällaisen kymmenen laivaa per vuosi rakennusvauhdin tiedetään jatkuvan ainakin vuoteen 2012 asti. (Niemelä 2007.)

Maailmalla on rakenteilla 37 risteilyalusta, joista pienin on kuuden tähden palvelun laiva, johon mahtuu 210 matkustajaa. Suurimmat rakenteilla olevat alukset ovat jopa 5400 risteilymatkailijalle tarkoitettuja Genesis -luokan aluksia. Trendinä näyttää olevan valtaviin, yli 360 metriä pitkien laivojen rakentaminen. Toisaalta mennään toiseen äärimmäisyyteen rakentamalla luksuspalvelua odottaville matkailijoille äärimmäisen pieniä mukavuuslaivoja. Arvioidut investoinnit näihin maailmalla rakenteilla oleviin risteilyaluksiin ovat 22,2 miljardia. (Aavikko, T. 29.11.2007.)

Helsinki on kaupunkina lähtenyt rohkeasti ja vahvasti mukaan risteilymatkustuksen toimintaedellytysten parantamiseen ja lisäämiseen. Massiivisin ja näkyvin toiminta lienee Länsisatama-projekti. Se käsittää Jätkäsaaren ja Hernesaaren alueen uuden kaavoituksen pääsääntöisesti asuinalueeksi. Risteilymatkailun mukanaan tuomat vaatimukset on huolellisesti otettu suunnittelussa huomioon. Parhaimmillaan asukkaat ja risteilijäalukset tuottavat toisilleen iloa.

Taulukko 4. Aluskäyntien ja matkustajamäärien kehitys 2004-2012 (Helsingin kaupungin matkailustrategia 2008-2012, 12).

Vuosi	Matkustajia	Muutos %	aluskäyntejä	Vaihtomatkustajia %
2004	195 000		208	0%
2005	240 000	nousu 23 %	247	2 %
2006	270 000	nousu 13 %	259	2 %
2007	260 000	lasku 4 %	238	2 %
2012	300 000			10 %

Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston strategiassa esitellään Helsingin Sataman ennusteita koskien sekä matkustajamäärien- että vaihtomatkustajien määrän kasvua vuoteen 2012 (taulukko 4). Tavoitteet vaikuttavat hyvin realistisilta. Voidaankin olettaa, että jo kesä kautena 2008 Helsingissä vieraillee lähes 300 000 risteilymatkailijaa. Itämeren alueelle palaavien matkustajien määrän kasvua 30 %:lla mitattiin kesällä 2007 Kööpenhaminassa ja tutkimuksen perusteella tämäkin päämäärä saavutettiin (yli 60 %). Näyttää siis siltä, että vaihtomatkustajienkin osalta 10 %:n kasvutavoite vuoteen 2012 mennessä saavutetaan jo lähivuosina. (Risteilytilinpäätös 2007, 2.)

3.5.2 Itämeren saastuminen risteilymatkustuksen uhkana

Itämeren saastumiseen ollaan todenteolla Suomessa valitettavasti herätty vasta viime vuosina. Ns. loistoristeilijät eivät kovinkaan paljoa saastuta satama-alueita, sillä ne viipyvät satamissa usein vain päivän. Näin on asia ainakin Helsingin osalta. Jatkovasti kasvava risteilyliikenne kuitenkin osaltaan kuormittaa ja tulevaisuudessa tulee kuormittamaan yhä enemmän upeaa Itämeren alueen luontoa ja sen hyvinvointia. Mielestämme voisikin sanoa risteilyn itse tuhoavan pikkuhiljaa osaltaan juuri sitä, mitä risteilymatkustajat tulevat itämerelle ihailemaan. WWF:n mukaan esimerkiksi niin sanotut tulokaslajit ovat suuri uhka Itämeren luonnon monimuotoisuudelle. Tulokaslajit kulkeutuvat risteilyalusten painolastivesien mukana Itämerelle ja nämä uudet lajit voivat pahimmillaan jopa syrjäyttää alkuperäisiä lajeja. Tulokaslajien kulkeutumista pidetään maailmalaajuisena uhkana ja jopa maailman merien monimuotoisuuden pahimpana tuhoajana. (WWF 2008.) Onneksi merenkulun ympäristönsuojeluun on puututtu asettamalla lakeja ja asetuksia, joita jokaisen merenkävijän ja satama-alueen on noudatettava.

Kansainvälinen merenkulkujärjestö IMO (Marine Environment Organisation) on se taho, joka antaa aluksia ja niiden liikennöintiä koskevia, ympäristöturvallisuutta lisääviä ja päästöjä vähentäviä kansainvälisesti sitovia määräyksiä Itämerellä. IMO:n toimesta Itämeri nimettiin vuonna 2004 erityisen herkäksi merialueeksi (Particularly Sensitive Sea Area = PSSA). Tämän PSSA -aseman voivat saada vain ne alueet, jotka ovat erityisen alttiita meriliikenteen aiheuttamille riskeille ja muille haittavaikutuksille. (Valtion ympäristöhallinnon verkkopalvelu 2008a.)

Suurin osa Itämeren maista on onneksi lähtenyt mukaan tiiviiseen yhteistyöhön Itämeren suojelemiseksi. Itämeren maiden neuvosto (Council of the Baltic Sea States = CBSS) hyväksyi vuonna 1998 kestävän kehityksen ohjelman, jonka nimeksi annettiin ”Baltic 21”. Baltic 21 määrittelee kestävän kehityksen tavoitteita ja toimenpiteitä eri toiminta-alueille, jotka ovat tärkeitä Itämeren alueen ympäristölle ja asukkaille. Ohjelman toiminta-alueita ovat maatalous, metsätalous, teollisuus, energia, matkailu, liikenne, aluesuunnittelu ja koulutus. (Valtion ympäristöhallinnon verkkopalvelu 2008b, Maa- ja metsätalousministeriö 2008.)

Suomi on vuosia tehnyt lähialueyhteistyötä Venäjän ja Baltian maiden kanssa. Hankkeilla on muun muassa parannettu yhdyskuntajätevesien puhdistusta. Valtioneuvosto teki vuonna 2002 päätöksen toimista Itämeren suojelemiseksi eli ns. Itämeren suojeleohjelman, jonka avulla pyritään mm. vähentämään Itämeren rehevöitymistä sekä parantaa Itämeren luonnon

ja vesialueiden tilaa. Tämän lisäksi ympäristöministeriö hyväksyi vuonna 2005 Itämeren ja sisävesien suojelun toimenpideohjelman, jolla toteutetaan Suomen Itämeren suojeluohjelmaa.

Itämeren merellisen ympäristön suojelusopimus eli Helsingin sopimus tuli voimaan vuonna 1980 ja uudistettu sopimus vuonna 2000. Itämeren rantavaltioiden allekirjoittama sopimus velvoittaa maita mm. vähentämään kuormitusta kaikista päästökohteista, suojelemaan meriluontoa ja säilyttämään lajien monimuotoisuutta. Tällä sopimuksella on perustettu Itämeren merellisen ympäristön suojelukomissio eli HELCOM, jonka pääasiallisena tehtävänä on seurata ja kehittää sopimuksen velvoitteita. Loppuvuodesta 2007 hyväksyttiin HELCOM:n Itämeren suojelun toimintaohjelma. Lisäksi EU valmistelee Euroopan meristrategiaa ja meriympäristödirektiiviä, joka hyväksytään keväällä 2008. (Valtion ympäristöhallinnon verkkopalvelu 2008b.)

4 RISTEILY-YHTEISTYÖTÄ EUROOPASSA

4.1 Cruise Europe

Cruise Europe perustettiin vuonna 1991. Tällöin 27 eurooppalaista satamakaupunkia kokoontui keskustelemaan eri maiden satamien välisestä yhteistyöstä. Heidän tavoitteenaan oli markkinoida yhteistyössä Pohjois- ja Länsi-Eurooppaa houkutellessaan lisää risteilyaluksia näille alueille. Tämä vaatimaton toiminta on kehittynyt nykypäivään mennessä niin, että Cruise Europella on jäseninä yli 100 satamakaupunkia kaikkialta Euroopasta aina Lissabonista Hammerfestiin. Jäsenistö rajoittuu tällä hetkellä Atlantin puoleiseen Eurooppaan, johon kuuluu myös Itämeri. Risteilymatkailun kehitys on jo pitkään ollutkin suurinta juuri Euroopassa, koko maailman mittakaavassa.

Cruise European tärkeänä tehtävänä on markkinoida jäsensatamia. Cruise Europe myös ylläpitää yhteistyötä varustamojen välillä sekä huolehtii mm. turvallisuudesta, ympäristöseikoista, satamien tarjoamien palvelujen kehittämisestä sekä alan työllisyyskysymyksistä. Kaikki Cruise European jäsenet ovat erittäin tärkeä osa toimintaa, sillä he sitovat yhteen satamat ja kiinnostuneet varustamot sekä matkanjärjestäjät.

Cruise Europea johtaa hallitus, jonka muodostaa presidentti, puheenjohtaja, sihteeri ja valitut jäsenet, jotka edustavat Euroopan eri alueita. Vuosittainen yleiskokous on organisaation tärkein elin, jossa kokoonnutaan keskustelemaan ja tekemään päätöksiä tulevista toimintaperiaatteista. (Cruise Europe 2008.)

4.2 Cruise Baltic

Cruise Baltic on 10 Itämeren maan ja niissä sijaitsevien 26 kohteen tiivis yhteistyöryhmä, jonka tarkoituksena on kehittää ja yhtenäistää Itämeren risteilymatkustusta vaihtamalla keskenään tietoja ja kokemuksia. Cruise Balticin kautta kaikki mukana olevat maat pystyvät tarjoamaan samanlaista korkeatasoista palvelua sekä satamissa että kaupungeissa niihin saapuville risteilyaluksille ja niiden matkustajille. Tällä hetkellä Cruise Balticiin kuuluu neljä kaupunkia Suomessa. Nämä kaupungit ovat Helsinki, Kotka, Maarianhamina ja Turku. (Helsingin Satama 2008., Cruise Baltic 2008a.)

Cruise Baltic projekti alkoi vuonna 2004 EU:n osittain rahoittamana 3-vuotis projektina. Projektin toinen kolmivuotisvaihe kestää vuoteen 2010. Vuonna 2005 Cruise Baltic projektin kaupungeissa kävi yhteensä 423 000 risteilymatkustajaa, joka muodostaa lähes 3 prosentin markkinaosuuden koko maailman risteilymatkustajista. Vuosina 2001-2005 Itämeren risteilymatkustus kasvoi nopeammin kuin muiden kilpailevien alueiden risteilymatkustus. Eurooppaa yleensäkin pidetään tällä hetkellä risteilymatkustuksen potentiaalisimpana kasvualueena. Myös risteilymatkustajat ovat vuosien saatossa muuttuneet. Risteilymatkustajan keski-ikä maailmanlaajuisesti vuonna 2007 oli 44, kun taas Itämerellä se oli 52. Tulevaisuudessa risteilymatkustajien odotetaan nuortuvan vielä lisää ja myös lapsien määrän odotetaan kasvavan. Cruise Baltic projektia aloitettaessa tavoitteena oli 20 %:n kasvu Itämeren risteilymatkustajamäärässä, 4 %:n kasvu koko maailman risteilyliikenteen markkinaosuudessa ja 30 %:n kasvu alueelle palaavien turistien määrässä. Nämä tavoitteet saavutettiin ja toisessa vaiheessa on tavoitteena panostaa erityisesti markkinointiin ja Itämeren suojeluun. (Cruise Baltic 2008b., Cruise Baltic Strategy 2007-2010, 3-4.)

Cruise Balticin visiona on olla risteilymatkustuksen johtava verkosto, joka mainostaa Itämeren risteilykohteita. Missiona taas on päästä maailman suosituimmaksi risteilyalueeksi. Cruise Balticin arvoihin kuuluvat laatu, ammattimaisuus, asiakaskeskeisyys, innovaatio ja verkostoituminen. Cruise Balticin asiakkaat on jaettu neljään segmenttiin, joita ovat: laivayhtiöt, matkatoimistot, kuluttajat ja yrityskumppanit. (Cruise Baltic Strategy 2007-2010, 7.)

4.3 Helsinki Cruise Network

4.3.1 Jäsenet ja toiminta-ajatus

Jokaiselta Cruise Balticiin kuuluvalta satamakaupungilta vaaditaan myös oma paikallinen risteilyverkostonsa, joka on yhteydessä Cruise Balticiin ja toimii sen periaatteiden mukaisesti. Helsingin oma risteilyverkosto on nimeltään Helsinki Cruise Network, joka aloitti toimintansa vuonna 2006. Helsinki Cruise Networkin 53 yrityksestä koostuva jäsenkunta kattaa melko hyvin kaikki varustamoiden ja risteilymatkustajien tarvitsemat palvelut Helsingissä. (Helsinki Cruise Network toimintakertomus 2007, 1.)

Paikallisen risteilyverkoston toiminta-ajatuksena on ollut muodostaa vapaamuotoinen verkosto, jonka tarkoituksena on parantaa Helsingin kilpailukykyä Itämeren risteilymarkkinoilla. Toiminta-ajatustaan toteuttaakseen verkoston tulee:

- kehittää jäsenten keskinäistä yhteistyötä,
- koordinoida ja kehittää risteilymatkustajien palveluita Helsingissä,
- tukea palvelujen markkinointia,
- tukea kestäväää kehitystä
- ja edistää risteilymatkailua yleisellä tasolla.

(Helsinki Cruise Network Toimintaperiaatteet 2007, 1.)

Risteilyverkoston jäseneksi voi liittyä Helsingin seudulla toimiva yritys, jonka toiminta liittyy risteilymatkailuun. Verkostoon liittyvän yrityksen toiminnan tulee olla vakiintunutta ja laadukasta ja lisäksi yrityksen tulee olla valmis yhteistyöhön verkoston muiden jäsenten kanssa risteilymatkailijoille tarjottavien palvelujen kehittämiseksi. Verkoston vuosimaksu on 100 €, jonka laskuttaa verkoston rahaliikennettä hoitava Helsingin Matkailu Oy. (Helsinki Cruise Network Toimintaperiaatteet 2007, 1.)

4.3.2 Organisaatio

Helsinki Cruise Networkin toiminnan vetäjänä toimii risteilykoordinaattori, jonka toimipaikkana on Helsingin Satama. Risteilykoordinaattori toimii Helsingin Matkailu Oy:n palveluksessa. Risteilykoordinaattorin kustannuksista puolestaan vastaavat yhteisesti Helsingin Satama ja Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto. Koordinaattorin tehtävänä on mm. laatia toimintakertomus ja budjetti, sekä toteuttaa hyväksytyä toimintasuunnitelmaa ja raportoida säännöllisesti johtoryhmälle. Johtoryhmä muodostuu päärahoittajien edustajista, joita ovat edellä mainitut Helsingin Satama ja Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto. Johtoryhmä mm. ohjaa risteilykoordinaattorin toimintaa ja hyväksyy budjetin. (Helsinki Cruise Network Toimintaperiaatteet 2007, 1.)

4.3.3 Risteilyverkoston toiminta

Risteilykoordinaattori ohjaa verkoston toimintaa ja tiedottaa toiminnasta jäsenyrityksiä. Lisäksi verkoston jäsenet saavat ajankohtaista tietoa mm. Helsinkiin saapuvista risteilyaluksista ja niiden varustamoista sekä risteilyalan uutisista ja tutkimuksista. Risteilykoordinaattori pyrkii edistämään jäsenten välistä yhteistyötä sekä ottaa vastaan kehitysehdotuksia ja selvittää niiden toteutusmahdollisuuksia. Verkostolla on vuosittain yksi maksuton kokoontuminen, jossa pääteemana on Helsingin risteilymatkailun kehittäminen ja tarvittavat toimenpiteet. Jäsenien on mahdollista osallistua lisämaksusta myös esim. alan seminaareihin ja tilata Cruise Extra -

internetpalvelu, johon kerätään ajankohtaista risteilytietoa. Jäsenillä on myös oikeus käyttää Cruise Network –tarraa ja –logoa liiketoiminnassaan. (Helsinki Cruise Network Toimintaperiaatteet 2007, 1.) Risteilykoordinaattori toimi vuoden 2007 Helsingin edustajana Cruise Baltic –projektissa sekä Cruise Europe –järjestön Itämeren markkinointiryhmän jäsenenä (Helsinki Cruise Network toimintakertomus 2007, 1).

4.4 Helsingin ja Tukholman risteilymatkailun vertailua

Päätimme valita Helsingin risteilymatkustuksen vertailukohteeksi Tukholman, sillä sen risteilyverkosto on Helsingin risteilyverkoston kanssa samankokoinen ja lisäksi näiden kahden kaupungin alus- ja matkustajamäärät ovat lähes samaa luokkaa. Lisäksi Tukholman risteilyverkoston toiminta on jo kehittyneempää ja vakiintuneempaa, sillä toiminta on aloitettu jo vuonna 2001. Sen sijaan Helsinki Cruise Network aloitti toimintansa vasta vuonna 2006, joten on selvää, että toiminta ei ole vielä täysin löytänyt muotoaan.

Taulukko 5. Helsingin ja Tukholman risteilytilanteen vertailua (Risteilytilinpäätös tilinpäätös 2007, Haraldsson, J. 14.11.2007, Schubert, D. 27.11.2007).

	HELSINKI	TUKHOLMA
Risteilyalusten käyntimäärät 2007	238	255
Risteilymatkustajamäärät 2007	260 000	281 000
Risteilyalusten turn-aroundit 2007	15	27
Risteilyverkoston perustamisvuosi	2006	2001
Risteilyverkoston jäsenten lukumäärä	54	54
Verkoston jäsenmaksun määrä	100€ + alv	alkaan 10 000 SEK
Satamien matkailuneuvonta	Hernesaarella laivojen saapuessa	Satama-alueella koko päivän
Laivojen satamamaksut	Jopa 60 000€/alusikäynti	n. 31 000€/alusikäynti
Arvioidut aluskäynnit 2008	275	270
Arvioidut matkustajamäärät 2008	300 000	300 000
Arvioidut turn-aroundit 2008	18	30

Risteilymatkailijoiden ja aluskäyntien määrät (taulukko 5) ovat viime vuosina olleet hiukan korkeampia Tukholmassa. Turn-around eli vaihtomatrustaja -laivakäyntejä on Tukholmassa ollut myös huomattavasti enemmän. Mielenkiintoisiksi tutkimuskohteiksi taulukosta nousevat jäsenmaksujen suuruus sekä väylämaksut. Tukholmassa risteilyverkoston jäsenyrytykset maksavat jäsenmaksua vähintään n. 1000 euroa. Maksun suuruus riippuu yrityksen toiminnan luonteesta sekä yrityksen koosta. Helsinki Cruise Networkin jäsenistä kaikki maksavat

jäsenmaksua tällä hetkellä saman verran eli 100 euroa. Jäsentyöryksiä molempien kaupunkien risteilyverkostoissa on tällä hetkellä saman verran eli 54. Helsingin ja Tukholman risteilyverkostojen toiminnalla on kuitenkin hyvin erilaiset lähtökohdat tällä hetkellä, sillä markkinointimäärärahat ovat Tukholmassa vähintään kymmenkertaiset Helsinkiin verrattuna. Näin ollen Tukholman jäsenmaksuista kertyy kymmenkertainen summa tuloja Helsinkiin verrattuna. Näillä tuloilla Tukholma pystyy osallistumaan vuosittain useampiin risteilyalan myynti- ja markkinointitapahtumiin, kun taas Helsingin osallistuminen on vähäisempää. Mielenkiintoista on silti havaita, että Helsinki pärjää muutenkin pienemmällä markkinointimäärärahalla aluskäynti- ja risteilymatkailijamäärissä kohtuullisen hyvin.

Aluskäynnin hinta on myös Tukholmassa huomattavasti halvempaa kuin Helsingissä. Väylämaksujen vertaaminen Ruotsin ja Suomen välillä on melko hankalaa, sillä molemmat maat käyttävät eri mittayksikköä. Tukholman aluskäynnin hinnaksi voidaan kuitenkin arvioida noin 31 000 €, kun taas Helsingissä aluskäynnin hinta voi nousta jopa 60 000 euroon. Onkin siis selvää, että Suomen korkeat väylämaksut jarruttavat risteilymatkustuksen kehitystä. Pohdimmekin kuinkahan kauan Helsingillä on mahdollisuus säilyttää kilpailukykynsä? Näitä kysymyksiä on risteilyalan toimijoiden syytä miettiä toden teolla. Tukholman markkinointitoimenpiteet maailmalla tuovat paljon lisänäkyvyyttä Ruotsille ja Tukholmalle. Suomen ja Helsinginkin on syytä vakavasti miettiä keinoja kilpailukykynsä säilyttämiseksi ja lisäämiseksi, sillä maailma on täynnä vetovoimaisia kohteita. (Risteilytilinpäätös tilinpäätös 2007, Haraldsson, J. 14.11.2007, Schubert, D. 27.11.2007.)

5 VERKOSTOITUMINEN TOIMIVAN YHTEISTYÖN VÄLINEENÄ

5.1 Helsinki Cruise Network - nonprofit -organisaatio

Helsinki Cruise Network on projektiluonteinen verkosto, jonka tavoitteena on kehittää Helsinkiin saapuville risteilymatkustajille tarjolla olevia palveluja ja tuotteita. Helsinki Cruise Networkia voidaankin kutsua nonprofit -organisaatioksi, sillä sen ensisijaisena tavoitteena ei ole voiton tuottaminen itselleen. Tällaisissa organisaatioissa tärkeimpänä toiminnan painopisteenä onkin yleensä missio. Tärkeintä on siis se, minkä vuoksi ja mitä kohderyhmää varten toimintaa harjoitetaan. Mission lisäksi nonprofit -organisaatioiden kannattaa luoda myös vuosittaisia tai toimintakausittaisia tavoitteita.

Eri henkilöiden työpanosten lisäksi tällaisissa organisaatioissa kerätään muun muassa jäsenten jäsenmaksuja, jotta toimintaa voitaisiin ylläpitää. Jäsenet taas arvioivat kannattaako toiminnassa olla mukana ja saavatko he maksamalleen jäsenmaksulle vastinetta organisaatiolta. Olisi tärkeää, että myös jäsenet asettaisivat organisaation toiminnalle tavoitteita, joka helpottaisi osaltaan organisaation toiminnan arviointia. Taloudellisena tavoitteena organisaatioilla on lähinnä kulujen kattaminen, kulujen tai alijäämän minimointi tai joissain tapauksissa myös mahdollisen rahallisen ylijäämän saavuttaminen. Mahdollinen voitto käytetään toisella tavalla kuin yrityksissä yleensä. Voittoa ei jaeta omistajille, vaan se käytetään niin, että se edesauttaa organisaatiota mission saavuttamisessa. Nonprofit -organisaatioissa tarvitaankin usein myös asiakastyytyväisyyden, prosessien ja henkilöstön kehittämistä. Lisäksi nonprofit -organisaatioissa tulee ottaa huomioon myös se, että niiden täytyy markkinoida itseään. (Vuokko 2004, 14 -29.)

5.1.1 Nonprofit -organisaation markkinointi

Nonprofit -organisaatioiden markkinoinnin suunnittelu on hieman erilaista kuin voittoa tavoittelevien yritysten. Voidaankin todeta, että tällaisten organisaatioiden markkinoinnin suunnittelua hankaloittavat monet seikat. Tärkeimpiä tällaisia seikkoja ovat raha, suhtautuminen markkinointiin, päätöksentekijätahot ja henkilöstön rakenne. Nonprofit -organisaatioilla ei yleensä ole käytössään suuria rahamääriä, jotka voitaisiin käyttää markkinointiin. Usein myös ajatellaan, että jäsenmaksut tulisi käyttää suoraan jäsenten hyväksi. Toisten mielestä jäsenmaksuja ei tulisi käyttää esimerkiksi markkinointiin, jota joskus saatetaan pitää jopa turhana. Ongelmana on myös se, että nonprofit -organisaatioita koskevia päätöksiä tehdään usein itse

organisaation ulkopuolella. Tällöin on vaikea luoda kauaskantoisia suunnitelmia, jos jäsenet kokevat etteivät he juurikaan pysty itse vaikuttamaan organisaation tulevaisuuteen. Nonprofit-organisaatioissa työskentelevät henkilöt saattavat puolestaan olla sellaisia, joiden asiantuntemukseen tai toimenkuvaan markkinointi ei edes kuulu. (Vuokko 2004, 113-114.)

5.2 Verkostojen merkitys liiketoiminnalle

Verkostoituvassa yritysmaailmassa pienet ja keskikokoiset yritykset tekevät yhteistyötä isojen yritysten kanssa, jolloin luodaan strategisia alliansseja normaalisti keskenään kilpailevien yritysten välille ja pyritään myös luomaan läheisemmät suhteet yritysten ja niiden asiakkaiden välille. Tähän yhdistetään joustavuus, uudet markkinointistrategiat ja horisontaaliset johtajuusstrategiat, jolloin yritykset pystyvät kilpailemaan paremmin tämän päivän kiristyvässä kilpailussa. (Barney 2004, 84-85.)

Verkostoitumisteoriat eivät ole suoraan samanlaisia kuin kilpailuteoriat, vaan niitä voidaan pitää eräänlaisina yhteistyöteorioina. Luonnollisesti verkostoitumisteorioissa on myös kilpailullisia tarkoituksia. Verkostoitumisteorioissa ajatellaan, että yhteistyö muiden yritysten kanssa on parempi vaihtoehto kuin kilpailutilanne kaikkia muita yrityksiä vastaan. Verkostoitumalla muiden yritysten kanssa menestyminen on helpompaa kuin jos tehdään kaikki itse. (Niinimäki 1997, 74.)

”Verkostot voidaan määritellä kahden tai useamman itsenäisen yrityksen väliseksi, pitkäaikaiseksi yhteistyösuhteeksi, jossa yritykset toteuttavat yhteistyössä liiketoimintaa saavuttaakseen vahvemman kilpailuasetelman.” (Toivola 2006, 22).

Uutta yritystä perustettaessa verkostot voivat täydentää yrityksen omia resursseja. Kun esimerkiksi jo olemassa olevaa yritystä uudistetaan, pyritään aktivoimaan verkostot. Verkostot voivat myös vauhdittaa yrityksen kasvua, jos verkostoja kyetään strategisesti hyödyntämään oikealla tavalla. Yrittäjillä on harvemmin omassa yrityksessään henkilöitä, joilta voisi oppia yrittäjyyteen liittyviä taitoja, kuten strategisia ratkaisuja, asiakassuhteita ja päätöksentekoa. Tällaisia kumppaneita onkin syytä hakea oman yrityksen ulkopuolelta, verkostoista. Kun uusi yritys on perustettu, lähtevät toiset yrittäjät kehittämään toimivaa yritystä ja rakentavat uusia verkostoja, kun taas toiset keskittyvät ainoastaan liiketoimintaansa sekä yrityksensä johtamiseen. Alkuvaiheessa tiiviit, sosiaaliset verkostot auttavat yritystä saamaan tarvittavat resurssit, joita se ei varmaankaan verkoston ulkopuolisilta tahoilta onnistuisi saamaan. Yrityksen

kehittyessä sosiaalisten verkostojen rooli vähenee ja resurssien tarve muuttuu toisenlaiseksi. (Toivola 2006, 25-27.)

Verkostojen tarpeellisuuteen ja käyttämiseen vaikuttavat sekä yrityksen että yrittäjän ominaisuudet, yrityksen elinkaaren vaihe ja toimialan sekä markkinoiden normit. Toivolan (2006, 27-29) mielestä nykypäivän maailmassa verkostot ovat yrityksille välttämättömiä, mutta ne eivät yksistään saa yritystä kasvamaan ja menestymään. Toisaalta taas kaikki yritykset eivät välttämättä edes halua kasvaa ja jotkut yrittäjät haluavat menestyä omalla työpanoksellaan eivätkä halua verkostoitua muiden yritysten kanssa.

5.3 Valintana verkostoituminen

Toivolan (2006, 13) mukaan verkostoitumiseen löytyy useita eri syitä. Yritykset verkostoitumisen avulla muun muassa:

- § kustannusetuja,
- § liiketoiminnan kasvua,
- § oppimista,
- § informaatiota,
- § joustavuutta ja
- § reagointivalmiutta.

Toisaalta taas verkostomaisen toiminnan perusteena voi olla pyrkimys riskin jakamiseen, pääsy uusille markkinoille, tarve uuden teknologian omaksumiseen, markkinoille pääsyajan lyhentäminen ja toisiaan täydentävien taitojen ja osaamisen yhdistäminen. Pienemmissä yrityksissä keskeinen syy verkostoitumiselle on kuitenkin yleensä markkinointiin ja asiakassuhteisiin liittyvä osaaminen ja sen tarve. Tekemällä yhteistyötä pienelläkin yrityksellä on mahdollisuus päästä sellaisille markkinoille, joille pienen yrityksen olisi todella hankala päästä. Verkostoitumisen myötä pienempi yritys pystyykin keskittymään siihen minkä se parhaiten osaa.

Verkostoituvassa yhteiskunnassa yritykset eivät kuitenkaan kilpaile ainoastaan keskenään, vaan kilpailua on myös verkostojen välillä. Verkostojen kilpailukyky perustuu yleensä tuotteisiin, palveluun, osaamiseen, liiketoiminnan mittakaavaetuun, erikoistumiseen sekä nopeuteen ja joustavuuteen. Mikäli yritys kuuluu verkostoon, ei sen erikseen tarvitse käyttää resurssejaan markkinointiin. Verkosto toimii jo tällöin markkinointikanavana. Verrattaessa verkostoa yksittäiseen yritykseen on verkosto toiminnassaan huomattavasti nopeampi. Verkostossa

pystytään organisoimaan toiminnot rinnakkaisiksi ja täten saamaan tuotteet nopeammin markkinoille. (Toivola 2006, 13.)

Verkostojen kilpailuetu taloudessa johtuu sekä erikoistumisen että epävarmuuden lisääntymisestä. Aikaisemmin vallinneiden strategisten verkostojen ketju on laajentunut eri toimialojen väliseksi yhteistyöksi. Tarkasteltaessa asiaa perinteisten toimialojen kannalta on huomattavissa, että verkostoyhteistyö painottuu lähinnä tuotantoon ja markkinointiin. Verkostoyhteistyöstä onkin muodostunut yhä tehokkaampi ja innovatiivisempi tapa organisoida yritysten välistä yhteistoimintaa modernissa taloudessa. (Toivola 2006, 13-14.)

5.4 Verkostojen kehittyminen

Verkostojen kehittyminen on kolmivaiheista. Näitä vaiheita ovat:

- 1. kokeilu- ja neuvotteluvaihe,*
- 2. sitoutumisvaihe ja*
- 3. kumppanuusvaihe.*

Ensimmäisessä vaiheessa testataan yhteistyökumppanin luotettavuutta ja rakennetaan yhteisiä toimintatapoja. Tässä vaiheessa säännöt alkavat pikku hiljaa muotoutua ja koko ajan edetään kohti tiiviimpää yhteistyötä. Tärkeintä kokeilu- ja neuvotteluvaiheessa on luottamuksen rakentuminen. Ennen pitkää yritykset löytävät yhteiset toimintatavat ja toimintojen tehokkuus kehittyy. Tällöin yhteistyöhön uskalletaan investoida enemmän resursseja ja yhteistyölle asetetut odotukset kasvavat. (Toivola 2006, 59.)

Toisessa eli sitoutumisvaiheessa yritysten välinen avoimuus lisääntyy ja yrityssuhteet alkavat muuttua sosiaalisiksi verkostoiksi. Luottamus ja maine muuttuvat yhä tärkeämmiksi ja yritysten sitoutuminen yhteistyöhön verkoston sisällä vahvistuu. Tässä vaiheessa panostetaan myös yhteistyösuhteen kehittämiseen. (Toivola 2006, 59.)

Verkostojen kehittymisen kolmas ja viimeinen vaihe on kumppanuusvaihe ja se onkin yhteistyön kaikkein kehittynein muoto. Tässä vaiheessa yritysten välinen vuorovaikutus on tiivistynyt ja yritykset ovat integroituneet toisiinsa yhä tiiviimmin, jopa tehtäväkohtaisten ja organisaation rajojen ohi. Tässä vaiheessa yrityksissä on panostettu voimakkaasti yhteistyöhön ja yritysten sisällä vallitsee vakaa luottamus yhteistyön jatkuvuuteen vielä tulevaisuudessakin. Kumppanuusvaiheessa siirrytään pikku hiljaa myös organisaatioiden väliseen yhteistyöhön,

jolloin yhteistyö ei ole pelkästään riippuvainen yksilöiden välisestä yhteistyöstä, vaan siinä on mukana useita henkilöitä yrityksistä. Vaikka yritykset viimeisessä vaiheessa toimivatkin verkostomaisesti yhteisten päämäärien saavuttamiseksi, säilyvät ne kuitenkin itsenäisinä yrityksinä ja pystyvät samalla testaamaan markkinoiden kautta yhteistyönsä tehokkuutta ja toimivuutta. Yhteistyön jatkumista ei voida kuitenkaan pitää itsestään selvyytenä, vaan yritysten täytyy myydä toisilleen yhteistyön etuja ja todistaa niiden tehokkuus. Sitoutumista yhteistyön jatkumiseen osoittaa osaltaan myös yhteinen ongelmien ratkaisu ja avoin tiedon ja asioiden jakaminen yritysten kesken. (Toivola 2006, 59-61.)

5.5 Toiminta verkostossa

Verkostoyhteistyössä yritysten erikoistunut työnjako on mahdollistanut yritysten keskittymisen ydinosaamiseensa. Tällöin korostuvat innovatiivisuus, nopeus, joustavuus, prosessien rinnakkaisuus ja läpinäkyvyys sekä asiakasohjautuvuus. Hyvin kehittyneessä verkostomaisessa yhteistyössä liiketoimintaprosesseja suunnitellaan yhdessä ja keskeisinä tekijöinä yhteistyön toimivuudessa ovat *luottamus, yhteiset arvot ja joustavuus*. Verkostosuhteita on olemassa sekä kahdenvälisiä että monenkeskeisiä. Monenkeskeisiin yhteistyömalleihin kuuluvat kehittämisrenkaat, yhteistyörenkaat, projektiryhmät, yhteisyritykset ja yhteiset yksiköt. Nykypäivän muuttunut liiketoimintaympäristö suosii verkostomaista toimintaa, sillä liiketoimintahan edellyttää nopeaa uuden informaation omaksumista, joustavuutta sekä vastaamista asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin mahdollisimman pikaisesti. Verkostojen kautta yritys pystyykin saamaan kilpailuetua ympäristössä, joka arvostaa innovaatiota ja asiakkaille räätälöityjä tuotteita. (Toivola 2006, 14-15.)

Toisaalta taas verkostoitumista voidaan kutsua myös strategiseksi kumppanuudeksi. Tällainen kumppanuus on yleensä syvempää ja monitahoisempaa kuin tavallinen yhteistyö. Kumppanuustyyppisessä verkostossa keskeisenä teemana on molemminpuolinen luottamus. Tietenkin on myös olemassa yrityksiä, jotka haluavat itse rakentaa menestyksensä. He kokevat muut yritykset lähinnä vain asiakkaina ja tavarantoimittajinaan. Toiset yritykset puolestaan näkevät verkostot apuvälineenä omaan menestykseensä ja näille yrityksille verkostosuhteet muodostuvatkin läheisemmiksi. Eniten verkostoista saavat irti kuitenkin yritykset, jotka näkevät itsensä verkoston jäsenenä ja ajattelevat heidän menestyksensä toteutuvan yhdessä muiden yritysten kanssa. Tällaisessa tilanteessa yhteistyösuhteet muodostuvat melko syviksi ja läheisiksi. (Toivola 2006, 17-18.)

Verkostot tarjoavat siihen kuuluville yrityksille monia mahdollisuuksia ja hyötyjä, mutta tärkeimpänä tavoitteena on kuitenkin *lisäarvon* tuottaminen asiakkaalle. Verkostoyritysten täytyykin tuntea asiakkaidensa tarpeet perusteellisesti ja osata liittää oman ydinosaamisensa verkoston osaksi. Verkostoituminen tuo yritykselle lisää kasvupotentiaalia ja ilman verkostokumppanuutta kasvu olisi todennäköisesti huomattavasti hitaampaa tai jäisi jopa kokonaan toteutumatta. (Toivola 2006, 19.)

5.6 Verkosto-organisaatioiden markkinointi

”Verkosto-organisaatioissa itsenäiset yritykset liittoutuvat tehdäkseen yhteistyötä jonkin yhteisen tavoitteen saavuttamiseksi” (Vuokko 1997, 107).

On huomattu, että asiakkaiden tarpeiden tyydyttäminen vaatii yritykseltä ennen kaikkea joustavuutta. Toimimalla yhteistyössä toisten, hieman erilaisten palveluyritysten kanssa, voidaan asiakkaille tarjota huomattavasti laajempi valikoima erilaisia palveluja. Markkinoinnissakin on jo monin paikoin siirrytty puhtaasti asiakaslähtöisestä tai yhteiskuntalähtöisestä ajattelusta verkostolähtöiseen markkinointi-ajatteluun. Tarkoituksena on pystyä yhteensovittamaan erilaisten yritysten ja organisaatioiden tarpeet mahdollisimman samanaikaisesti. Tällaisessa ns. suhdemarkkinoinnissa on tarkoituksena luoda molempia osapuolia hyödyttäviä suhteita. Lisäksi suhdemarkkinoinnin tarkoituksena on ylläpitää ja jalostaa luotuja suhteita niin, että syntyy vuorovaikutusta ja yhteistyötä asiakkaan, yrityksen sekä sen sisäisten ja ulkoisten sidosryhmien välille. Markkinoinnista voidaankin tässä yhteydessä puhua hieman eri mielessä kuin yleensä. Markkinointi voi verkostoissa olla myös taaksepäin suuntautuvaa tai sivusuuntaista markkinointia, eli siis suhteiden hoitoa. Taaksepäin suuntautuva markkinointi kohdistuu lähinnä yrityksen alihankkijoihin ja tavarantoimittajiin ja sivusuuntainen markkinointi puolestaan yrityksen yhteistyökumppaneihin, tai jopa kilpailijoihin, joiden kanssa tehdään vain jonkin taasoista yhteistyötä. (Vuokko 1997, 108-109.)

Verkostoyritykset eivät ole itsenäisesti toimeen tulevia yksiköitä, vaan pikemminkin erilaisin sidosryhmäsuhtein toisiinsa kytkeytyneitä yritysten ryhmiä. Tällöin pystytään helposti hyödyntämään eri yritysten osaamista ja yritysten rajat ulkopuoliseen maailmaan madaltuvat. Verkostolähtöinen ajattelu vaatii yritykseltäkin tiettyjä asioita. Yrityksen sisällä tuotanto, henkilöstöasiat, taloudenhoito ja markkinointi vaativat kiinteää vuorovaikutusta ja ovatkin kiinteästi sidoksissa toisiinsa. (Vuokko 1997, 110-111.)

5.6.1 Suhde- ja verkostomarkkinointi

Vuokko (1997, 103) toteaa suhdemarkkinoinnin olevan tämän vuosikymmenen resepti asiakslähtöisyyden toteuttamiseen. Suhdemarkkinoinnilla tarkoitetaan hänen mukaansa molempia osapuolia hyödyttävien suhteiden luomista, ylläpitämistä ja jalostamista asiakkaiden sekä yrityksen ulkoisten ja sisäisten sidosryhmien kanssa. Suhdemarkkinoinnista on kyse silloin kun asiakassuhteita pyritään tietoisesti kehittämään ja jo olemassa olevia asiakassuhteita hyödyntämään. Nykypäivänä yritysten täytyy nähdä vaivaa menestymisensä eteen ja pyrkiä rakentamaan pitkäaikaisia asiakassuhteita. Näistä suhteista täytyy olla hyötyä molemmille, sekä yritykselle että asiakkaalle. Ainoastaan asiakkaiden tarpeisiin keskittyminen ei riitä, täytyy kiinnittää huomiota myös liikesuhteiden verkostoihin. (Vuokko 1997, 103-104.)

Verkostolähtöisessä markkinointiajattelussa puolestaan pyritään painottamaan asiakassuhteiden ja erilaisten muiden sidosryhmäsuhteiden merkitystä asiakkaiden tarpeiden tyydyttämisessä (Vuokko 1997, 194). Vaikka asiakkaan tarpeet ovat yhä edelleenkin yritykselle tärkeitä, keskitytään verkostolähtöisessä markkinointiajattelussa myös erilaisten verkostosuhteiden avulla ottamaan asiakkaan tarpeet huomioon entistä paremmin. Nykypäivänä yritysten yhteistyöverkostot ovat yleistyneet melkoisesti. On jopa olemassa sellaisia yrityksiä, jotka rakentavat koko liike-ideansa verkostojen varaan. Toimimalla yritysverkostossa yritys varmistaa palvelujen saatavuuden, laadun ja sopivan hintatason luomalla pitkäaikaisia suhteita muihin palveluyrityksiin. On myös huomattu, että pitkät palvelusuhteet ovat jatkuvaa kilpailuttamista parempi vaihtoehto, varsinkin kun palvelun laatu ja luotettavuus kuuluvat tärkeimpien kriteerien joukkoon. (Vuokko 1997, 104-106.)

5.7 Pienten yritysten verkostotyypit

Verkostot voivat olla sekä yksilöiden että organisaatioiden välisiä. Pienten yritysten verkostotyypit voidaan jakaa viiteen eri lajiin. Näitä lajeja ovat vaihdantaverkosto, vuorovaikutusverkosto, sosiaalinen verkosto, horisontaalinen verkosto ja vertikaalinen verkosto. (Toivola 2006, 24.)

- *Vaihdantaverkosto* → Tällaisessa verkostossa on kyse yritysten välisestä yhteistyöstä, jonka toimintaan vaikuttavat sekä vuorovaikutus että sosiaaliset verkostot.
- *Vuorovaikutusverkosto* → Vuorovaikutusverkostolla tarkoitetaan verkostosuhteita, joiden kanssa ei tehdä kauppaa vaan vaihdetaan tietoa.

- *Sosiaalinen verkosto* à Sosiaaliset verkostot ovat aina ihmisten välisiä. Ne rakentuvat perheen, ystävien ja tuttavien kesken.
- *Horisontaalinen verkosto* à Horisontaaliset verkostot ovat saman toimialan sisällä toimivia, kilpailijoiden välisiä yhteistyöverkostoja.
- *Vertikaalinen verkosto* à Vertikaalisen verkoston jäsenet ovat saman arvoketjun jäseniä. Tässä verkostossa tuotteet tai palvelut täydentävät toisiaan. (Toivola 2006, 25.)

5.8 Yritystoiminta verkostotaloudessa

” Verkostotaloudella tarkoitetaan globaaleita markkinoita, jossa keskeiseksi tekijöiksi nousevat keskittyminen ydinosaamiseen, yritysten välisen yhteistyön kasvu sekä luottamus ja kumppanuus” (Toivola 2006, 12).

Toivolan (2006, 8-10) mukaan tämän päivän Suomessa ollaan siirtymässä vähitellen teollisuusyhteiskunnasta uuteen aikakauteen, *verkostoyhteiskuntaan*. Tällaisessa yhteiskunnassa painottuvat kansainvälistyminen, inhimillinen pääoma ja luovuus. Yrittäjyyden muodot ovat muuttumassa verkostotaloudessa, jossa kyseenalaistetaan ratkaisuja ja luoda uusia innovaatioita. Eri yritysten välisestä yhteistyöstä on kasvamassa yhä tärkeämpi edellytys liiketoiminnan menestymiselle, sillä harva pystyy kilpailemaan omin voimin jatkuvasti kiristyvässä kilpailussa. Verkostoituvat yritykset pystyvät hyödyntämään toistensa vahvuuksia ja hankkimaan itseltään puuttuvaa osaamista ja voimavaroja muilta yrityksiltä. Tämä vaatii kuitenkin paljon myös yrittäjältä, jolta edellytetään aikaisempaa enemmän vuorovaikutuskykyä ja taitoa toimia muiden yrittäjien kanssa yhteistyössä. Yrittäjä voi kokea uudet verkostokumppaninsa joko uhkana tai tukena liiketoimintaa harjoittaessaan. Mikäli verkostokumppanit tunnetaan uhkana, on vaikeaa rakentaa luottamusta ylipäätään toimia verkostoissa.

Verkostoyrittäjyydessä verkostoilla on hyvin keskeinen rooli yrityksen liiketoiminnassa. Yrittäjyys kehittyy vuorovaikutteiseksi ja verkostoyrittäjyys tuo yrittäjälle uusia rooleja ja yritykselle uusia mahdollisuuksia ja toimintamalleja. (Toivola 2006, 12.) Uudenlainen kilpailutilanne verkostotaloudessa korostaa asiakaslähtöisen toimintatavan, joustavuuden, tuotteiden laadun, nopeuden, oppimisen ja jatkuvan kehittymisen merkitystä. Yritykset puolestaan pyrkivät varautumaan toimintaympäristönsä muutoksiin erikoistumalla, keskittymällä ydinosaamiseensa ja rakentamalla monipuolisia yhteistyöverkostoja. Yleisesti ottaen verkostotalouden ominai-

suuksiin kuuluvat maailmanlaajuiset markkinat, asiakkaiden vaatimustason nousu, keskittyminen ydinosaamiseen, tieto- ja viestintätekniikan lisääntyminen, taloudellisten toimijoiden kytkeytyneisyys ja yritysten välisen yhteistyön kasvu. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että verkostotaloudessa yritykset ovat vahvasti riippuvaisia toistensa osaamisesta ja resursseista. (Toivola 2006, 10.)

Verkostoituminen hyödyttää yritystä myös siinä mielessä, että se mahdollistaa yritykselle uudet rakenteet ja uudet strategiat. Pienemmätkin yritykset voivat saavuttaa verkostoitumalla suuren yrityksen etuja ja silti välttyä byrokratialta, hierarkialta ja muutosjäykkyydeltä. Verkostoituneita pienyrityksiä voidaan sanoa ketteriksi, itsenäisiksi ja joustaviksi. Voidaan todeta, että verkstorakenteet edistävät joustavuutta, innovatiivisuutta, yrittäjyyttä ja reagoitiherkkyttä. Verkostoyhteistyö soveltuu oppimiseen sekä uuden tiedon ja teknologian välitykseen. Verkostoissa olevat yritykset ovat vahvasti toisistaan riippuvaisia ja niiden välillä on korkea luottamussuhde. (Toivola 2006, 10-11.)

5.9 Luottamuksen rakentuminen verkostoissa

Verkostoissa toimivien yritysten luottamus perustuu Toivolan (2006, 67) mukaan onnistuneisiin aikaisempiin yhteistyökokemuksiin. Myös yhdessä sovitut toimintatavat ja arvot lisäävät yritysten toisiaan kohtaan tuntemaa luottamusta. Lisäksi on huomattu luottamuksen taustalla olevan tiivis, päivittäinen vuorovaikutus, joka näkyy muun muassa keskinäisenä riippuvuutena ja yhteenkuuluvaisuuden tunteena. Yritysten välinen luottamus pohjautuu vuoropuheluun, joka edellyttää ehdotonta avoimuutta ja tasavertaisuutta. Kun yritysten välinen luottamus perustuu osapuolten sitoutumiseen, yhteisiin tavoitteisiin ja vastavuoroisuuteen, saadaan estettyä oman edun tavoittelu. Tarve muodollisuuteen ja virallisiin rakenteisiin vähenee luottamuksen kasvaessa. (Toivola 2006, 67.)

Yritysten sosiaalinen pääoma muodostuu kyvystä, motivaatiosta ja mahdollisuuksista rakentaa sosiaalisia suhteita. Sosiaalinen pääoma voidaan jakaa kolmeen eri alaryhmään, joita ovat rakenteelliset, relationaaliset ja kognitiiviset tekijät. Yrityksen verkostosuhteita ja niiden rakenteita pyritään usein kuvaamaan rakenteelliseksi sosiaaliseksi pääomaksi. Yrityksen kykyä hyödyntää verkostojaan kuvataan kognitiivisellä sekä relationaalisella sosiaalisella pääomalla. Yleisesti ottaen relationaalinen tekijä tarkoittaa yrityksen sidoksiin kuuluvaa sitoutumista, odotuksia ja luottamusta. Se määrittää myös sidosten avoimuutta, tiiviyttä ja luottamuksen määrää. Kognitiivisellä tekijällä puolestaan tarkoitetaan verkostokumppaneiden ky-

kyä ymmärtää toisiaan. Tähän vaikuttavat kognitiiviset tekijät, jotka muodostuvat eri yksilöillä hieman erilaisiksi riippuen koulutuksesta, kokemuksesta ja iästä. (Toivola 2006, 68.)

Sosiaalisen pääoman positiivisiksi seurauksiksi lukeutuvat molemminpuolinen tuki, yhteistyö ja luottamus. Lyhyesti voidaan todeta sosiaalisen pääoman ydinajatus perustuvan siihen, että sosiaalisilla verkostoilla on arvo, joka perustuu ihmisten välisiin suhteisiin. Sosiaalinen pääoma edesauttaa tiedon siirtymistä eri osapuolten välillä ja edistää toimijoiden vaikuttavuutta, resurssien saavutettavuutta sekä uskottavuutta ja mainetta. (Toivola 2006, 68-69.)

Yrityksillä, joilla on laaja sosiaalinen verkosto, on myös laaja sosiaalinen pääoma. Tällainen pääoma voi olla merkittävä kilpailuetu ja sen ansiosta yrityksestä tulee myös houkutteleva partneri muille yrityksille. Verkostojen toimintaan vaikuttaa merkittävästi myös yritysten sosiaalinen punoutuneisuus. Sosiaalisella punoutuneisuudella tarkoitetaan sitä, että yritysten väliseen yhteistyöhön vaikuttaa ympäristö, jossa strategisia ratkaisuja tehdään. Oleellisia tekijöitä tässä ympäristössä ovat yrittäjän sosiaaliset ja henkilökohtaiset verkostot. Sosiaalisesta ympäristöstään yritykset löytävät sopivia yrityskumppaneita, joiden avulla pystyvät täydentämään omaa osaamistaan. (Toivola 2006, 57.)

Verkostot perustuvat sidoksiin rajatun ryhmän sisällä. Sidosten voimakkuus riippuu osapuolten välillä käytetystä ajasta, tunnesiteestä ja vastavuoroisuudesta. Heikot sidokset liittävät jäseniä erilaisista ryhmistä kuin vahvat sidokset, jotka taas ovat tiettyjen ryhmien välisiä. Heikot sidokset antavat yritykselle kykyä tarttua uusiin mahdollisuuksiin ja integroitua sosiaaliseen ympäristöönsä. Vahvat sidokset puolestaan lisäävät yritysten eristäytymistä, sillä ne sulkevat muita ryhmiä ulkopuolelle. Vahvojen sidosten sisällä vuorovaikutus on voimakasta, mutta puolestaan vähäisempää ulkopuolisten ryhmien kanssa. (Toivola 2006, 58.)

6 TUTKIMUKSEN KULKU

6.1 Tutkimusongelmat ja tutkimuksen rajaus

Tutkimusongelma syntyi toimeksiantajamme halusta selvittää Helsinki Cruise Networkin toiminnan tämän hetkistä tilannetta ja kehittymismahdollisuuksia verkoston jäsenten mielipiteiden avulla. Lisäksi toimeksiantajaamme kiinnosti Helsingin kaupungin eri virastojen suhtautuminen risteilymatkustukseen sekä heidän panoksensa sen kehittämiseen laajemman näkökulman saamiseksi asiasta. Olimme omassa työssämmekin törmänneet usein risteilymatkustajiin liittyviin kysymyksiin, joten aihetta kohtaan oli myös omaa kiinnostusta. Vaikka tutkimuksemme pääpaino on selvästi risteilyverkoston kehittäminen ja virastojen roolin selvittäminen risteilymatkustuksen onnistumisessa Helsingissä, halusimme myös koota yksiin kansiin mahdollisimman kattavan kuvan koko Helsingin risteilymatkustuksen kehittymisestä, sen nykytilanteesta ja tulevaisuudennäkymistä. Tutkimuksemme pääongelmiksi muodostuivat:

- *Kuinka Helsinki Cruise Networkin toiminta toimii tällä hetkellä ja kuinka sitä voidaan kehittää tulevaisuudessa enemmän verkoston jäsenten tarpeita vastaavaksi?*
- *Mikä on Helsingin kaupungin virastojen rooli risteilymatkustuksen kehittämisessä yhä toimivammaksi kokonaisuudeksi ja kuinka tärkeänä virastot pitävät risteilymatkustusta?*

Alaongelmina halusimme mm. selvittää:

- *Syitä risteilyverkkoon liittymiselle*
- *Verkoston tuomat edut*
- *Tyytyväisyyttä verkoston tämän hetkiseen toimintaan*
- *Verkoston jäsenten suhtautumista virastojen toimintaan*
- *Jäsenten toiveita verkoston toiminnalle tulevaisuudessa*
- *Virastojen edustajien mielipiteen risteilymatkailusta ja sen toimivuudesta Helsingissä*
- *Virastojen yhteistyön toimivuutta*
- *Virastojen kehityssuunnitelmia tulevaisuudelle risteilymatkustuksen osalta*

Tutkimuksemme päätavoitteena on saada ajanmukaista ja monipuolista tietoa Helsingin risteilymatkustuksen tilasta ja sen kehittymismahdollisuuksista sekä Helsinki Cruise Networkin toi-

minnan kehittämiseksi että toimeksiantajamme Helsingin matkailu- ja kongressitoimiston työn tukemiseksi.

6.2 Tutkimuksen kohderyhmä ja otanta

Tutkimuksemme koostuu kahdesta tutkimusosasta, jotka käsittävät Helsinki Cruise Networkille tehdyn sähköpostikyselyn ja Helsingin neljän viraston edustajalle tehdyn teemahaastattelun. Sähköpostikyselyn kohderyhmäksi valittiin verkoston koko sen hetkinen jäsenistö eli 50 jäsenyritystä. Kyselyn lähettämisen ajankohdaksi valittiin heinäkuu, jolloin kuviteltiin tavoitettavan mahdollisimman monta jäsentä, koska tämä ajankohta oli heidän pääsesonkiaanaan. Kysely lähetettiin pienempien jäsenyritysten yrittäjille ja suurempien yritysten johtohenkilöille. Valitettavasti vastauksia saatiin alle puolelta jäsenyrityksistä, mutta mielestämme nämä vastaajat kuitenkin edustivat riittävän monipuolisesti erityyppisiä ja kokoisia yrityksiä saadaksemme luotettavan kuvan verkoston jäsenten mielipiteistä.

Teemahaastatteluun valitut Helsingin eri virastojen edustajat valittiin yhdessä Helsingin matkailu- ja kongressitoimiston projektikoordinaattorin kanssa. Hänen tehtävänä on muun muassa koordinoita yhteistyötä eri virastojen välillä myös risteilymatkustukseen liittyvissä asioissa. Haastatteluun valittiin siis hyvin pitkälti ne henkilöt, joilta projektikoordinaattorin mielestä kyettiin saamaan tarpeellisinta ja hyödyllisintä tietoa. Haastateltavia valittiin neljä risteilymatkustuksen kannalta tärkeimmästä virastosta, jotta saataisiin mahdollisimman kattava kuva Helsingin tilanteesta. Laadullisessa tutkimuksessa voidaan Eskolan ja Suorannan (1998, 18) mukaan usein keskittyä myös varsin pieneen määrään tapauksia ja analysoida näitä mahdollisimman tarkasti. Aineiston tieteellisyyden kriteeri ei tällöin ole määrä vaan laatu. Ns. harkinanvaraisessa otannassa onkin kysymys tutkijan kyvystä rakentaa tutkimukseensa vahvat teoreettiset perustukset, jotka ohjaavat aineiston hankintaa.

6.3 Tutkimusote ja -menetelmät

Tutkimuksemme on kvalitatiivinen, josta synonyymeina on yleisesti myös käytetty käsitteitä laadullinen tai pehmeä menetelmä (Eskola & Suoranta 1998, 13). Kvalitatiivisten menetelmien tunnetuin ominaisuus on aineisto, joka on laadullista. Eli se on koottu muussa kuin määrällisessä muodossa. Kvalitatiivisia menetelmiä luonnehtii myös tutkimusobjektin eli kohteen ja subjektin eli tutkijan erityinen suhde. Kontakti on suora kahden ihmisen välinen vuorovaikutussuhde. (Laaksovirta 1988, 59-60.) Kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä on monia tunnusomaisia piirteitä, joita ovat:

- § aineistonkeruumenetelmä,
- § tutkittavien näkökulma,
- § harkinnanvarainen tai teoreettinen otanta,
- § aineiston laadullis-induktiivinen analyysi,
- § hypoteesittomuus,
- § tutkimuksen tyylilaji ja tulosten esitystapa,
- § tutkijan asema ja
- § narratiivisuus (Eskola & Suoranta 1998, 15).

Kuten edellä mainittiin, tutkimuksessamme on kaksi tutkimusosiota, joten tutkimuksemme empiirisessä osassa on myös käytetty kahta eri tiedonkeruumenetelmää. Ensimmäiseksi olemme käyttäneet menetelmänä puolistrukturoituja avoimia kysymyksiä, jotka lähetettiin vastaajille sähköpostin välityksellä. Puolistrukturoidussa kyselyssä esitetyt kysymykset ovat kaikille samat ja haastateltava saa vastata niihin omin sanoin, kun taas strukturoidussa haastattelussa tai kyselyssä vastausvaihtoehdot annetaan vastaajille valmiina (Eskola & Suoranta 1998, 87). Pohdimme pitkään mahdollisuutta käyttää strukturoitua menetelmää, jossa vastaajien olisi tullut valita heidän mielestään sopivin valmiiksi annetuista vaihtoehdoista. Tämä ei mielestämme ollut kuitenkaan hyvä vaihtoehto, sillä vastaajat edustivat hyvin erilaisia ja erikokoisia yrityksiä, eikä lomakekyselystä olisi erottunut riittävästi yksittäisten vastaajien mielipiteet. Tavoitteenamme oli nimenomaan saada vastaajilta mahdollisimman paljon tietoa ja kehitysehdotuksia käsittelemästämme aiheesta, joten päädyimme toimeksiantajamme kanssa avoimiin puolistrukturoituihin kysymyksiin, jotka lähetettäisiin vastaajille sähköpostin välityksellä.

Toisen tutkimusosan eli Helsingin virastojen edustajien haastattelut toteutimme käyttämällä tiedonkeruumenetelmänä teemahaastattelua. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä, joka pohjautuu Mertonin, Fiskin ja Kendallin vuonna 1956 kehittämään menetelmään The Focused Interview. Teemahaastattelun etuna on se, ettei menetelmä sido haastattelijaa kvalitatiiviseen tai kvantitatiiviseen leiriin, eikä ota kantaa haastattelujen määrään tai syvyyteen. Teemahaastattelussa voidaankin keskittyä kaikkein oleellisimpaan eli yksityiskohtaisten kysymysten sijaan haastattelemaan keskeisten teemojen varassa. Tämä puolestaan vapauttaa haastattelijan tutkijan roolista ja saa tutkittavan äänen kuuluviin. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47-48.)

Koska kaikki virastot olivat mukana risteilymatkustuksessa hyvin eri lähtökohdista, oli teemahaastattelu mielestämme täydellinen tiedonkeruumenetelmä. Tutkimme teemahaastattelu-

menetelmää ja tulimme siihen tulokseen, että sen hyviä puolia olivat tavallista haastattelua vapaamuotoisempi ote ja rennompi ilmapiiri. Haastateltavat edustivat hyvin erilaisia virastoja, joten yksiselitteisiin, ennalta määrättyihin kysymyksiin eivät kaikki haastateltavat varmaan-kaan olisi pystyneet edes vastaamaan. Teemahaastattelussa oli mielestämme mahdollista painottaa eri haastateltavien kohdalla eri asioita (teemoja) ja muotoilla kyseltäviä asioita sel-laiseen muotoon, että haastateltavien oli helpompi vastata kysymyksiin oman virastonsa nä-kökulmasta. Teemahaastattelu oli siis muihin tiedonkeruumenetelmiin verrattuna riittävän joustava juuri meidän tutkimustamme ajatellen.

6.4 Sähköpostikysely Helsinki Cruise Networkin jäsenille

Aloitimme kyselyn työstämisen pohdiskelemalla ensin itsenäisesti mahdollisia seikkoja, joita oli mielestämme tärkeä selvittää. Tämän jälkeen otimme yhteyttä toimeksiantajaamme ja keskustelimme kysymysehdotelmista. Saimme toimeksiantajaltamme paljon hyviä vinkkejä ja kehitysehdotuksia, joiden perusteella loimme lopullisen kysymyspatteriston. Helsinki Cruise Networkin jäsenille lähetetyssä sähköpostikyselyssä (*liite 1*) pyrimme selvittämään muun mu-assa syitä jäsenyritysten liittymiselle risteilyverkkoon, tyytyväisyyttä verkoston toimintaan, jäsenten mahdollisesti verkostosta saamia hyötyjä sekä verkoston kehittämiseen liittyviä toi-veita. Lisäksi kysyttiin verkoston jäsenten kiinnostusta yhteistyöhön verkoston sisällä ja kan-sainvälisesti sekä heidän toivomuksiaan Helsingin kaupungin virastojen toiminnalle. Kyselyn tarkoituksena oli saada mahdollisimman monipuolista ja laaja-alaista tietoa jäsenyritysten mielipiteistä sekä tuotua yksittäisten yritysten kommentit esille.

Aloimme suunnitella sähköpostikyselyn sisältöä loppukeväältä 2007. Aluksi tavoitteenamme oli saada kyselyt lähetettyä jo kesäkuun aikana, mutta päädyimme kuitenkin myöhäisempään ajankohtaan. Koska kysely sisälsi myös kysymyksiä koskien kyseisen kesän risteilyasioita, eivät vastaajat vielä kesäkuussa olisi pystyneet näihin kysymyksiin kuitenkaan vielä vastaa-maan. Lopulta lähetimme kyselyt elokuussa, jolloin risteilykausi oli jo pidemmällä.

Olimme kuvitelleet kyselyymme vastaavien henkilöiden olevan tavoitettavissa jäsenyrityksis-sä, koska matkailusesonki oli vielä kiireisimmillään. Ajattelimme myös kyselyyn vastaamisen olevan risteilyverkkoston jäsenille tärkeää, koska saatekirjeessäkkin painotimme jokaisen pa-noksen olevan erittäin tärkeää verkoston kehittämisessä. Useiden sähköpostiviestien jälkeen saimme kuitenkin takaisin vastauksia vain hieman alle puolelta (38 %) verkoston jäsenyrityk-sistä. Loppujen lopuksi olimme kuitenkin melko tyytyväisiä vastausprosenttiin, koska vastaa-

jat edustivat todella hyvin erityyppisiä ja kokoisia jäsenyrityksiä. Saimme siis mielestämme kattavan kuvan Helsinki Cruise Networkin jäsenten mielipiteistä.

6.5 Teemahaastattelut Helsingin virastojen edustajille

Pyysimme ensin toimeksiantajaamme pohtimaan tärkeimpiä seikkoja, joita tulisi Helsingin kaupungin virastojen edustajilta selvittää. Tämän jälkeen kokoonnuimme keskenämme miettimään selvitettäviä asioita ja muokkaamaan niistä teemoiksi sopivia jaotteluja. Muotoilimme toimeksiantajan toiveista kuusi pääteemaa, joiden alle listasimme muutamia apusanoja ja -lauseita helpottamaan haastattelujen tekemistä. Kuten Hirsjärvi ja Hurme (2000, 106) toteavat, ei teemahaastatteluun varsinaisesti kuulu kysymysten tarkka ennakkonstrukturointi, vaan pelkkä päälinjojen hahmottelu riittää. Haastattelijalla on siis vain jonkinlainen tukilista käsiteltävistä asioista, mutta ei valmiita kysymyksiä. Haastattelijan tehtäväksi jää varmistaa, että kaikki etukäteen valitut teema-alueet tulee käytyä läpi haastattelun aikana. (Eskola & Suoranta 1998, 87.) Hyvin laaditun haastattelurungon avulla halusimme helpottaa haastattelemista ja vähentää jännittämisestä mahdollisesti aiheutuvia ajatuskatkoksia. Lopullisen haastattelurungon (*liite 2*) teemoiksi muotoutuivat taustatietojen lisäksi seuraavat aihealueet:

1. Tähänastinen kehitys
2. Nykyhetki
3. Yhteistyö
4. Rooli
5. Tulevaisuus
6. Muutos

Valitsemamme teemat etenevät siis aikajanalla historiasta nykyhetken kautta tulevaisuuden näkymiin. Samoista aikanäkökulmista olemme tarkastelleet myös viitekehyksessä käsitellyjä risteilymatkustukseen liittyviä asioita. Näin olemme pyrkineet linkittämään teorian sekä empirian toisiinsa.

Päätimme heti opinnäytetyöprosessin alussa jättää teemahaastattelujen tekeminen viimeiseksi. Teemahaastattelut toimivat tavallaan muun tutkimuksemme tukena ja tärkeänä lisänä. Mielestämme oli tärkeää ensin saada selville koko työmme sisältö, jonka pohjalta osa teemoista nousi esille. Koska haastateltavia oli valittu Helsingin matkailu- ja kongressitoimiston projektikoordinaattorin kanssa Helsingin kaupungin eri virastoista vain neljä henkilöä, ei varsinaisia esihaastatteluja ollut mahdollista tehdä. Kävimme teemoja läpi keskenämme kuvit-

teellisen roolileikin avulla, saadaksemme selville valittujen teemojen oikean ja toimivimman järjestyksen.

Otimme maaliskuun alussa yhteyttä haastateltaviin sähköpostitse ja ehdotimme joitakin päiviä haastattelujen tekemistä varten. Olimme hyvin iloisia huomattessamme, että kaikki haastateltavat olivat oikein yhteistyöhaluisia. Teimme kaikki neljä haastattelua kahden päivän aikana, vierailemalla haastateltavien edustamissa virastoissa. Aloitimme haastattelemalla Helsingin matkailu- ja kongressitoimiston yhteyspäällikköä, joka edusti toimeksiantajaamme. Koska olimme tavanneet hänet jo aiemmin, pystyimme rennossa ilmapiirissä harjoittamaan haastattelutaitojamme. Ensimmäisen haastattelun jälkeen huomasimme tarpeelliseksi ohjata haastattelua niin, ettei se venyisi liian pitkäksi. Loput haastattelut onnistuivat mielestämme todella hyvin ja kykenimme mielestämme luomaan rennon ilmapiirin, jossa haastateltavien oli helppo kertoa kokemuksistaan ja mielipiteistään risteilymatkustukseen liittyen. Ainoana ongelmana oli alkuperäinen nauhurimme, joka lakkasi toimimasta viime hetkellä. Onneksi onnistuimme saamaan toimivan nauhurin vielä noin puoli tuntia ennen ensimmäistä haastattelua.

Haastattelut kestivät kukin 20 minuutista puoleen tuntiin, kuten olimme niiden suunnitelleetkin kestävän. Haastatteluaineiston litteroinnin aloitimme välittömästi haastattelujen jälkeen, jolloin haastattelut olivat vielä tuoreessa muistissa ja mahdollisia epäselviä kohtia olisi ollut helpompi täydentää. Litterointi oli todella aikaa vievää puuhaa, mutta sitä helpotti huomattavasti nauhoitusten hyvä kuuluvuus ja laatu. Litteroituna aineistona haastatteluista tuli jopa parikymmentä sivua.

6.6 Aineiston analysointi

Laadullisen aineiston rikkaus piilee erilaisten analysointitapojen runsaudessa ja jos yksi tapa ei tunnu johtavan mihinkään, voi soveltaa toista tapaa (Eskola & Suoranta 1998, 163). Kvalitatiivisen aineiston analyysin tarkoituksena on luoda aineistoon selkeyttä ja siten tuottaa uutta tietoa tutkittavasta aiheesta. Analyysin avulla pyritään tiivistämään aineisto kadottamatta silti sen sisältämää informaatiota. (Eskola & Suoranta 1998, 138.) Alasuutari (1999, 39) kuvaa laadullisen analyysin vaiheita havaintojen pelkistämiseksi ja tämän jälkeen arvoituksen ratkaisemiseksi.

Laadullisen analyysin pääpiirteitä voidaan Hirsjärven ja Hurmeen (2001, 136) mukaan hahmotella seuraavasti:

- 1) Analyysi alkaa usein jo heti haastattelutilanteessa mm. tekemällä havaintoja ilmiöiden toistuvuuden, jakautumisen ja erityistapausten perusteella.
- 2) Aineistoa analysoidaan yleensä lähellä aineistoa ja sen kontekstia.
- 3) Tutkija käyttää joko induktiivista tai abduktiivista päättelyä. Induktiivisessa päättelyssä keskeistä on aineistolähtöisyys, kun taas abduktiivisessa päättelyssä tutkija käyttää teoreettisia johtajatuksia, joita hän pyrkii todentamaan aineistollaan.
- 4) Analyysitekniikat ovat moninaisia ja standardoituja tekniikoita on tarjolla hyvin vähän. Aloitteleva tutkija voi jopa kokeilemalla kehittää itse erilaisia ratkaisumalleja, koska yhtä ja muita parempaa analyysitapaa ei ole.

Aloitimme sähköpostitse saamamme kyselyaineiston analysoimisen tulostamalla kaikki vastaukset, jotta niitä pystyttiin tarkastelemaan helpommin. Luimme aineistoa aluksi läpi useita kertoja, jonka jälkeen aloimme jaotella aineistoa samankaltaisuuksia etsien. Referoimme vastaukset kysymys kerrallaan erilliselle paperille, joka auttoi meitä selvemmin luomaan kokonaiskuvaa vastaajien mielipiteistä. Pikkuhiljaa aineistosta alkoi nousta esille selviä teemoja, yhtäläisyyksiä ja mielenkiintoisia poikkeuksia, joiden perusteella aloimme kirjata esiintyneitä seikkoja ylös. Kyselyyn osallistuneiden vastauksia oli todella mielenkiintoista tutkia tarkemmin ja analysointi oli kuin haastavan palapelin rakentamista. Pala palalta kokonaisuus alkoi hahmottua ja tietyt asiat nousta esille tärkeämpänä kuin toiset. Vaikeinta analysoinnissa oli ehdottomasti sen aloittaminen. Kvalitatiivinen tutkimus antaa tutkijalle tavallaan vapaat kädet valita omaan tutkimukseen sopivan analysointitekniikan ja sellaisen voi löytää vain kokeilemalla.

Raportointivaiheessa päätimme pysytellä suurin piirtein alkuperäisen kyselyn kysymyspatteriston ohjaamassa järjestyksessä. Tekstin selkiyttämiseksi päätimme kuitenkin yhdistellä joitakin aihealueita, jotka mielestämme oli hyvä esitellä yhteydessä toisiinsa. Tavallisen tekstin väleihin päätimme poimia joitakin sitaatteja risteilyverkoston jäsenten vastauksista, jotka selventävät esille tuomiamme asioita ja toimivat mielenkiintoisina esimerkkeinä värittäen tekstiä.

Aloitimme teemahaastatteluaineiston analysoinnin melko samalla tavalla kuin kyselyaineistonkin analysoinnin. Litteroinnin jälkeen kaikki parikymmentä sivua tulostettiin ja luettiin useaan kertaan. Kun kokonaiskuva haastatteluista alkoi olla selventynyt, päästiin itse asiaan. Tällä kertaa analysoinnissa ei keskitytty pelkästään haastateltavien vastausten samankaltai-

suuksien löytämiseen, vaan meitä kiinnostivat myös erityisesti haastatteluista esiin tulevat eroavaisuudet. Haastateltavat edustivat hyvin erilaisia virastoja, jotka tarkastelevat risteilymatkustusta työnsä puolesta hyvin eri näkökulmasta. Analysoinnissa keskityttiin siis pääasiassa ainoastaan yhden haastateltavan aineistoon kerralla ja pyrittiin löytämään siitä tärkeimmät sanomat, jotka olisivat merkittävimpiä tutkimusongelmaamme silmällä pitäen. Kun tärkeimmät seikat oli tunnistettu ja rajattu, pystyimme kirjaamaan ajatuksiamme pikkuhiljaa ylös. Kun kaikista haastatteluaineiston osista oli koottu tärkeimmät asiat, aloimme vertailemaan niitä keskenään. Tällöin löysimme aineistosta myös monia yhtäläisyyksiä.

Raportointivaiheessa pysyttelimme suurin piirtein teemahaastattelurungon tarjoamassa järjestyksessä esittäessämme esille nousseita asioita. Raportoimme jokaisen haastateltavan tärkeimmät mielipiteet ja ajatukset yksi kerrallaan, vastaajien erilaisten lähtökohtien takia. Mielestämme oli tärkeää, että jokaisen haastateltavan ajatukset tulivat selkeästi esille. Lopuksi kokosimme yhteenvedon ne teemat, jotka toistuivat koko haastatteluaineistossa.

6.7 Tutkimuksen luotettavuuden ja pätevyden tarkastelua

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineiston analyysivaihetta ja luotettavuuden arviointia ei voida erottaa toisistaan, kuten kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Laadullisessa tutkimuksessa tutkija joutuu koko tutkimusprosessin ajan pohtimaan tekemiään ratkaisuja ja näin ottamaan kantaa yhtä aikaa sekä analyysin kattavuuteen että tekemänsä työn luotettavuuteen. Näin ollen kvalitatiivisessa tutkimuksessa arviointi pelkistyy kysymykseksi tutkimusprosessin luotettavuudesta. Lähtökohtana tutkimuksen luotettavuudelle on tutkijan avoin subjektiveetti sekä sen myöntäminen, että tutkija itse on tutkimuksensa keskeinen tutkimusväline. Pääasiallisin tutkimuksen luotettavuuden kriteeri onkin siis tutkija itse, jolloin luotettavuuden arviointi koskee koko tutkimusprosessia. Tutkimuksen arvioinnin taustalla on lisäksi kysymys sen sisältämien väitteiden perusteltavuudesta ja totuudenmukaisuudesta. (Eskola & Suoranta 1998, 211-213.)

Eskolan ja Suorannan (1998, 214) mukaan tutkimuksen luotettavuutta pohdittaessa käytetään perinteisesti *validiteetin* (pätevyys) ja *reliabiliteetin* (luotettavuus) käsitteitä. Validiteetin käsite jaetaan edelleen ulkoiseen ja sisäiseen validiteettiin. *Sisäisellä validiteetilla* eli pätevyydellä viitataan tutkimuksen teoreettisten ja käsitteellisten määrittelyjen sopusointuun. Sisäinen validiteetti osoittaa myös tutkijan tieteellisen otteen ja tieteenalansa hallinnan voimakkuuden. *Ulkoinen validiteetti* puolestaan tarkoittaa tehtyjen tulkintojen ja johtopäätösten sekä

aineiston välisen suhteen pätevyyttä. Tutkimuksen voidaan sanoa olevan pätevä (validi) silloin, kun se kuvaa tutkimuskohteen täsmälleen sellaisena kuin se todellisuudessa oli. Aineiston tulkinnan sanotaan olevan luotettava (reliabeli) silloin, kun se ei sisällä ristiriitaisuuksia. Tutkimuksen reliabiliteetin tarkistamisessa on mahdollista käyttää kolmea eri toimintatapaa: indikaattorien vaihtoa, useampaa havainnointikertaa tai useamman havainnoitsijan käyttämistä. Useamman havainnoitsijan käytöllä voidaankin pyrkiä varmistamaan tutkimuksen mahdollisimman hyvä objektiivisuus. Laadullisessa tutkimuksessa tulisi aineiston arvioinnissa kiinnittää erityishuomiota aineiston yhteiskunnalliseen merkittävyyteen ja riittävyteen, analyysin kattavuuteen sekä toistettavuuteen. (Eskola ja Suoranta 1998, 214-215.)

Pyrimme pitämään mielessä jo opinnäytetyöprosessin alkuvaiheessa tutkimukselle asetetut laadukkuuden ja luotettavuuden vaatimukset. Koska kysely- ja haastatteluaineisto oli pohjana koko tutkimuksen onnistumiselle, päätimme suunnitella ne huolellisesti, mikä mielestämme lisäsi tutkimuksen luotettavuutta. Pyrimme laatimaan mahdollisimman kattavan ja selkeän kysymyspatteriston sekä teemahaastattelurungon ja lisäksi mietimme valmiiksi myös mahdollisia lisäkysymyksiä. Teemahaastattelujen luotettavuutta lisäsi myös osaltaan erinomainen nauhoitustulos, joten saimme haastateltavien ajatukset paperille juuri sellaisena kuin haastattelut todellisuudessa olivat. Haastattelut litteroitiin välittömästi niiden tekemisen jälkeen, jolloin haastattelut ja niiden asiasisältö olivat vielä tuoreessa muistissa.

Sähköpostikyselyistä saadun aineiston luotettavuutta lisäsi puolestaan vastaajien monipuolisuus. Kyselyihin vastanneet edustivat mielestämme hyvin koko risteilyverkoston jäsenten kirjoja. Myös sähköpostikyselyn ajankohta oli valittu hyvin risteilykauden ollessa hyvässä vauhdissa ja kysytyt asiat vastaajilla hyvin mielessä. Tutkimuksemme luotettavuutta lisäsi osaltaan saadun aineiston kattavuus ja monipuolisuus. Molemmilla tiedonkeruumenetelmillä onnistuttiin saamaan juuri sellaista tietoa, jota oltiin hakemassa. Mielestämme positiivista tutkimuksemme oli se, että tutkijoita oli kolme. Näin ollen tutkimusaineistosta tehdyt tulkinnat olivat useamman henkilön mielipiteiden summa. Tutkimuksen luotettavuutta edesauttoi mielestämme se, että kolme erilaista henkilöä päätyivät samaan tulkintaan tutkimusaineiston pohjalta. Vaikka olimmekin melko tyytyväisiä sähköpostikyselyn vastausprosenttiin, vaikutti alle puoleen jäänyt vastausmäärä varmasti jonkin verran alentavasti tutkimuksemme luotettavuuteen. Koko tutkimusprosessi olisi varmaankin ollut luotettavampi kokonaisuuden kannalta, jos tutkimusta olisi työstetty tiiviimmässä aikataulussa. Näin kokonaisuuden hahmottaminen olisi ollut helpompaa. Haastattelut antoivat mielestämme luotettavampaa tietoa, kuin sähköpostikyselyt. Haastatteluissa epäselviä asioita oli mahdollista tarkentaa lisäkysymyksillä, kun taas sähköpostikyselyn kysymykset jokainen vastaaja tulkitse oman taustansa perusteella. Onnis-

tuimme laatimaan kysymyksistä kuitenkin melko yksiselitteisiä. Lisäksi kyselyaineiston analyysi sisältää mahdollisia tulkintavirheitä, sillä jokainen kirjoitetun tekstin lukija tulkitsee sanoman varmasti hieman eri tavalla.

Mielestämme tutkimuksemme on melko luotettava ja pätevä, vaikka saatuja tuloksia ei voidakaan yleistää koskemaan jotakin toista rajattua ryhmää tai verkostoa. Tutkimustuloksemme koskevat näin ollen vain Helsinki Cruise Networkin jäsenten mielipiteitä. Tuloksista voi mielestämme kuitenkin poimia joitakin suuntia antavia seikkoja, jotka voisivat ilmetä myös jonkin toisen, vasta aloitetun verkoston toiminnassa sekä antaa vinkkejä verkoston jäsenten tarpeista yleisellä tasolla. Teemahaastatteluista saadut tulokset koskevat myös ainoastaan Helsingin virastojen mielipiteitä, joten yleistys ei ole mahdollinen. Toisaalta tavoitteenamme oli saada jokaisen haastateltavan mielipiteet ja niiden eroavaisuudet esille, joten yleistettävyyys ei ollut missään vaiheessa tarkoituksenammekaan. Helsingin kaupungin virastojen edustajien mielipiteet antavat kuitenkin varmasti jonkinlaista osviittaa siitä, millaista risteilymatkustuksen hoitaminen ja hallinnointi muissakin Itämeren satamakaupungeissa on.

7 TUTKIMUSTULOKSET JA NIIDEN TULKINTA

7.1 Tutkimusosio 1: Sähköpostikyselyt Helsinki Cruise Networkin jäsenille

7.1.1 Taustaa kyselyyn vastanneista yrityksistä

Kysely lähetettiin jokaiselle Cruise Networkin 50 jäsenelle, joista kyselyymme vastasi 19 yritysjäsentä. Vastanneet yritykset olivat hyvin erikokoisia ja erityyppisiä, joten saadut vastaukset kuvaavat mielestämme hyvin koko Networkin mielipiteitä. Kyselyyn vastanneet yritykset edustivat monia erityyppisiä toimialoja ja yritysten henkilöstömäärät vaihtelivat alle viidestä jopa kahteen sataan (keskimäärin 37 työntekijää/yritys). Yritysten liikevaihto vaihteli myös suuresti sen koosta riippuen, 100 000 eurosta 30 milj. euroon (keskimäärin n. 5 milj. euroa). Vastanneiden arvio risteilymatkustajien tuomien tulojen osuudesta kesän liikevaihdosta oli keskimäärin noin 19 %. Risteilymatkustajien tuomien tulojen osuus eri yrityksiä välillä vaihteli todella suuresti, sillä suurimmillaan risteilymatkustajien tuomien tulojen osuus oli jopa 90 % kesän liikevaihdosta ja alimmillaan vain 0,25 %, joten risteilyvieraiden tärkeys yritysten välillä vaihtelee suuresti. Olimme odottaneet suurempaa vastausten määrää, mutta todennäköisesti loma-aika häntasi suunnitelmiamme. Monien yritysten vastausten puuttuminen voisi myös viestiä siitä, etteivät kaikki yritysjäsenet vielä koe hyötyvänsä verkoston toiminnasta, eivätkä näin ollen koe riittävän tärkeäksi sen kehittämistäkään vastatakseen lähettämämme kyselyyn. Tekstistä löytyvät lainaukset on poimittu kyselyyn vastanneiden kommentteista.

7.1.2 Syyt Helsinki Cruise Networkin liittymiselle

Tärkeimmäksi syyksi Cruise Networkiin liittymiselle nousi selvästi verkoston toimiminen informaatiokanavana yrityksille, jonka kautta he toivovat saavansa ajanmukaista tietoa risteilymatkustusta koskevista asioista, kuten esim. alan tutkimuksista sekä alalla tapahtuvista muutoksista. Esille nousi myös verkoston toimiminen jäsenten keskinäisen yhteydenpidon foorumina. Cruise Networkia pidettiin myös erittäin potentiaalisena markkinointikanavana, jonka avulla risteilymatkustajat tavoitettaisiin tehokkaammin. Myös Toivolan (2006) mukaan erityisesti pienemmissä yrityksissä keskeinen syy verkostoitumiselle on yleensä markkinointiin ja asiakassuhteisiin liittyvä osaaminen ja sen tarve. Monet vastaajista kertoivatkin verkostoon liittymisen syyksi uusien potentiaalisten asiakasryhmien tavoittamisen ja tätä kautta myynnin lisäämisen. Vastaajat olivat mielestämme sisäistäneet selvästi risteilymatkustuksen jatkuvan kasvun ja sen tuomat mahdollisuudet tulevaisuudessa. Osa vastaajista oli yksinkertaisesti pitänyt tärkeänä verkostoon liittymistä siksi, koska heidän yrityksensä toimii jo valmiiksi ristei-

lymatkustajien parissa. Edellä mainittujen seikkojen lisäksi Cruise Networkiin liittymisen syiksi nousivat toiveet yhteistyökumppaneiden löytämisestä verkoston kautta, halu olla mukana kehittämässä merellistä Helsinkiä ja yhä laadukkaampia tuotteita/palveluja risteilymatkustajille sekä halu olla mukana vaikuttamassa tehtäviin päätöksiin.

7.1.3 Vastanneiden käsitys verkostoon liittymisen hyödyistä liiketoiminnalle

Suurin osa vastaajista uskoi pystyvänsä laajentamaan asiakaskuntaansa ulkomaalaisiin asiakkaisiin ja kasvattamaan kävijämääriään Cruise Networkin avulla. Lisäksi vastaajat kokivat mahdolliseksi uusien liiketoimintamuotojen löytämisen ja oman liiketoiminnan laajentamisen. Useat vastaajat uskoivat myös pystyvänsä kehittelemään uusia tuotteita/palveluja verkoston kautta, joko yksin tai uusien yhteistyökumppaneiden avulla. Suurin osa vastaajista uskoi hyötyvänsä juuri yhteistyöstä verkostoon kuuluvien eri alojen yritysten kanssa. Lisäksi vastaajat toivoivat myös muiden verkoston yritysäsenten hyötyvän heidän omasta panoksestaan verkoston toiminnassa. Toivolan (2006) mukaan juuri tällainen asenne verkostoa kohtaan on hedelmällinen, sillä hänen mukaansa verkostoista eniten saavat irti ne yritykset, jotka näkevät itsensä verkoston jäsenenä ja ajattelevat menestyksensä toteutuvan yhdessä muiden yritysten kanssa.

7.1.4 Vastanneiden mielestä tärkeimmät ja kiireellisintä huomiota vaativat kehityskohdet

Tärkeimmäksi ja kiireellisimmäksi kehityskohteeksi kyselyyn vastanneet kokivat ehdottomasti risteilyvieraille tarjottavien tuotteiden ja palvelujen kehittämisen. Vastaajien mielestä olisi erittäin tärkeää ponnistella yhdessä palvelujen yhteen kokoamisen ja tehokkaamman tuotteistamisen puolesta. Vuokonkin (1997) mielestä toimimalla yhteistyössä, hieman erilaisten palveluyritysten kanssa, on mahdollista tarjota asiakkaalle huomattavasti laajempi valikoima erilaisia tuotteita ja palveluja. Vastaajat toivoivat myös asiakkaille jaettavan tiedon yritysten tarjoamista palveluista olevan tasapuolista. Heidän mielestään olisi tärkeää asettaa tarjottaville tuotteille ja palveluille standardit, jolloin hintoja polkevat ”markkinahäiriköt” saataisiin eliminoidua. Merkittäväksi koettiin myös ennakkomyynti ja tilausten vahvistus riittävän aikaisessa vaiheessa.

”Nykyinen ohjelmatarjonta suhteessa risteilyvieraisiin on kapea-alaista. Helsingin valtti olisi mahdollisimman laaja-alainen tarjonta. Pitäisi päästä eroon muutaman yrityksen toimintamallista, joka kangistaa koko systeemin. Keskeisinä toimijoina mukana ovat jo

kauemmin toiminnassa mukana olleet ja rinkiin uusia ei haluta. Sen jotenkin ymmärtää, että jo mukana olevat kuvittelevat nykyisen tilanteen olevan heidän etunsa mukainen, mutta se ei missään tapauksessa ole kaupungin, sen satamalaitoksen eikä koko talousalueen etu.”

Kaiken kaikkiaan vastauksista nousi hyvin vahvasti esille tiedottamisen ja informaation jakamisen tarve eri muodoissa. Tiedotuksen toivottiin paranevan pikaisesti sekä Networkin sisäisen että laivoille ja varustamoille jaettavan tiedon osalta. Konkreettisia kehitysehdotuksia annettiin, joita olivat:

- Risteilymatkustajille jaettava parempi ja kaiken kattavampi kartta Helsingistä (esim. Welcome to Helsinki Map)
- Yhteinen laadukas esite Helsingin tarjoamista palveluista
- Jokaiselle Cruise Networkin jäsenelle jaettava lista jäsenistä yhteystietoineen
- Verkoston jäsenille tehokkaampaa kirjallista tiedotusta sekä workshop –päiviä, joissa palveluntarjoajat ja varustamojen väki sekä matkatoimistot tapaisivat

”Keskusteluyhteys alan toimijoiden kanssa, jotka tuottavat tavalla tai toisella palveluita risteilymatkustajille. Ajatusten- ja tiedonvaihtoa, tulevaisuuden suunnittelua risteilymatkustajille tarjottavissa palveluissa sekä heidän ohjaamisessa ja liikuttamisessa kaupungilla.”

Vastaajat toivoivat Helsingin risteilysatamien ja terminaalien pikaista kehittämistä ja uusien rakentamista. Satamamaksujen toivottiin alenevan, jotta risteilymatkustuksen jatkuminen voitaisiin turvata myös jatkossa. Myös väylä- ja luotsausmaksujen toivottiin pikaisesti kohtuullistuvan. Tärkeäksi koettiin myös risteilymatkustukseen ja matkustajien liikuttamiseen tarvittavan infrastruktuurin kehittämisen. Vastaajien mielestä huomiota tulisi kiinnittää pikaisesti mm.:

- Shuttle pysäkkien sijaitiin ja määrään
- Suurien matkustajamäärien liikuttamiseen satama-alueilla (bussien sisään- ja ulosajot)
- Helsingin kehittämiseen turnaround –operointia varten

Lisäksi toivottiin Cruise Networkin luovan sellaisen markkinointikanavan, jonka kautta yrityksillä olisi mahdollisuus aidosti valita yhteistyökumppaninsa niin Suomen rajojen sisä- kuin ul-

kopuoleltakin. Yhteydenpidon ulkomaalaisiin yrittäjiin toivottiin toimivan paremmin esim. yhteyshenkilöiden ja säännöllisten tapaamisten kautta. Esille tuotiin myös halukkuus selvittää suoraan risteilymatkustajilta millaisia tuotteita ja palveluja he alan yrittäjiltä kaipaavat ja kuinka tyytyväisiä he ovat olleet tähänastisiin järjestelyihin.

”Risteilijöiltä tulee palautetta, että ehtivät tehdä niin lyhyitä päiväkäyntejä, että kohteessa ei ole aikaa kuin piipahtaa. Ovatko risteilijät oikeasti tyytyväisiä matkaansa liian kiireine aikatauluineen? Olisiko heidän mielestään parempi jättää joku satama pois ja sen sijaan viettää hieman enemmän aikaa jossain kohteessa, esim. kaksi päivää Helsingissä? Onko laivojen aikatauluihin mahdollista tehdä muutoksia?”

7.1.5 Toiveet kaupungin virastojen toiminnalle

Vastauksista käy ilmi, että pääpiirteittäin virastojen toimintaan oltiin melko tyytyväisiä. Osa vastaajista koki oikean tahon olevan vetovastuussa, sillä matkailutoimistolla ja satamalla uskottiin olevan tietämystä kaupungin virastojen välisestä toiminnasta. Virastojen rooli tässä projektissa oli vastaajien mielestä lähinnä toimia koordinoivana ja sparraavana osapuolena. Vastaajat toivoivat virastojen toiminnan muuttuvan joustavampaan suuntaan ja kaupungin virastoilta toivottiin aktiivisuutta ja avoimuutta. Hyvin tärkeäksi koettiin myös se, että kaupungin virastot pystyisivät luomaan tasapuoliset ja tasavertaiset mahdollisuudet kaikille yrityksille.

Tiedottamisen tarve ja sen kehittäminen nousivat myös tässä kohtaa merkittävästi esille. Virastojen toivottiin parantavan ja tehostavan tiedottamista yritysten, laivojen ja matkustajien suuntaan. Tietoa haluttiin erityisesti kaupungin järjestämistä tapahtumista sekä poikkeavista järjestelyistä, mm. liikenteen osalta. Vastaajat kokivat tärkeäksi myös tiedon hankkimisen kentältä päätöksenteon tueksi sekä toimintojen riittävän aikaisen suunnittelun ja toteutuksen ennen sesongin alkua. Konkreettisina ehdotuksina kaupungin eri virastoilta toivottiin:

- sataman internetsivujen päivittämistä reaaliaikaiseksi
- Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston infopistettä satamaan (aukioloajat aina risteilijöiden saapumisen aikaan)
- yhteisesiintymistä Networkin jäsenten kanssa risteilyjärjestäjien suuntaan
- tarjouspyyntöjen välittämistä
- myyntikanavien selvittämistä ja avaamista

- sataman infrastruktuurin kehittämistä
- satama-alueilta kunnollisia opastuksia keskustaan
- uusien myyntipaikkojen myöntämistä (myyntipaikkojen parempi sijainti)
- kaupungilta satsausta risteilymatkustajille annettavan ensivaikutelman luomiseen
- palaveria kaupungin elinkeinojohtajan kanssa

7.1.6 Kiinnostus yhteistyöhön muiden Cruise Balticissa mukana olevien kaupunkien risteilyverkostojen kanssa

Suurin osa kyselyyn vastanneista yrityksistä ei kokenut tarpeelliseksi yhteistyötä muiden Itämeren risteilyverkostojen kanssa. Osalla yrityksistä oli jo valmiiksi edustusta muissa Itämeren kaupungeissa tai kansainvälisiä suhteita hoidettiin muilla keinoilla. Osa vastanneista piti kuumista paikalliseen risteilyverkkoon tällä hetkellä riittävänä, eikä tarvetta laajemmalle yhteistyölle ulkomaisten risteilyverkostojen kanssa katsottu tarpeelliseksi. Muutamat vastaajat pitivät myös yrityksensä ja toimialansa luonnetta sellaisena, ettei yhteistyöstä olisi heille mitään hyötyä, tai se ei oikeastaan olisi käytännössä mahdollistakaan. Näistäkin vastaajista moni oli kuitenkin sitä mieltä, että on erittäin tärkeää markkinoida yhdessä Itämeren risteilyaluetta. Lisäksi toivottiin saatavan ainakin ajankohtaista tietoa muiden Itämeren risteilyverkostojen toiminnasta.

Reilu kolmannes vastaajista puolestaan piti yhteistyötä muiden Itämeren risteilyverkostojen kanssa vartenotettavana vaihtoehtona ja mahdollisuutena. Yhteistyön kautta yritykset toivoivat mahdollisuutta laajentaa toimintaansa muihin Itämeren satamakaupunkeihin ja löytää uusia markkinoita. Lisäksi koettiin erittäin hedelmälliseksi jakaa kokemuksia ja löytää hyvin toimivia, yhteisiä toimintatapoja muiden risteilyverkostojen kanssa. Vastaajien mielestä olisi hyvä tehdä yhdessä valintoja tarjottavien tuotteiden/palvelujen osalta niin, että ne tietoisesti suunniteltaisiin joko samanlaisiksi tai erilaisiksi asiakkaiden toiveiden mukaisesti. Lisäksi mainittiin benchmarkingin tällä alueella parantavan kilpailukykyä muita alueita vastaan ja kehittävän asiakkaan saaman palvelun laatua. Yhteistyön kautta toivottiin väylämaksujen muuttuvan yhtenäisemmiksi. Vastaajien toivomuksesta Itämeren alueella usein vieraileville laivayhtiöille tulisi yhteisten sopimusten kautta antaa alennuksia.

”Yhteistyö muiden kanssa voi hyödyttää kokemusten vaihdon kautta myös Helsingin verkostoa. Laajemmassa mittakaavassa koko Itämeren alueen kattava markkinointi risteilyalueena plussaa. Varsinaisesti laajamittainen koko

Itämeren alueen kattava markkinointi ja tiiviimpi yhteistyö, jossa yksittäiset yritykset, kohteet ja toimijat Helsingissä eivät pääse esille, ei tässä vaiheessa kohdetasolla ole niin kiinnostavaa kuin Helsingin verkoston toiminnan aloittaminen.”

7.1.7 Jäsenmaksun suuruus ja sitouttaminen

Suurin osa vastaajista piti 100 euron jäsenmaksua tällä hetkellä ehdottomasti riittävän suuruksena verkoston tämän hetkiseen toimintaan nähden. Osa vastaajista oli sitä mieltä, etteivät juurikaan ole vielä saaneet vastinetta rahoilleen. Kuten Vuokkokin (2004) toteaa, arvioivat verkostojen jäsenet sitä, kannattaako toiminnassa olla mukana ja saavatko he maksamalleen jäsenmaksulle vastinetta organisaatiolta. Lisäksi uskottiin jäsenmaksun mahdollisen korotuksen jättävän osan jäsenistä pois verkoston toiminnasta, koska tällä hetkellä mukana on paljon myös pienyrityksiä. Jäsenmaksua tärkeämpänä sitouttamisen kannalta koettiin verkoston toiminnan todellinen vaikutus liiketoimintaan ja näkemys paremmasta tulevaisuuden kuvasta sekä todellisesta vaikutusmahdollisuudesta. Valtaosa vastaajista ei missään tapauksessa olisi valmis maksamaan korkeampaa jäsenmaksua.

Kolmannes vastaajista sen sijaan oli valmis maksamaan korkeampaa jäsenmaksua, jos rahalle olisi mahdollista tarjota todellista vastinetta ja konkreettisia uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Vastaajien vaatimia toimenpiteitä korkeampaa jäsenmaksua vastaan olisivat mm. väyläverojen alennuslobbauksen käynnistäminen, myynnin konkreettinen kasvu, edullisten myyntikanavien saaminen, messut, workshopit, benchmarking -matkat, koulutustilaisuudet yms. Suurin osa näistäkin vastaajista pitäisi mahdollista jäsenmaksun korotusta kohtuuttomana pienempien yritysten kannalta. Ratkaisuksi tähän ongelmaan tarjottiin kahta eritasoista jäsenyyttä ja kahta erisuuruista jäsenmaksua, jolloin erikokoiset yritykset voisivat panostaa verkostoon haluamallaan teholla ja panoksella.

”Todellinen taloudellinen satsaus tähän toimintaan tapahtuu oman toiminnan kehittämisen, tuotteistamisen, markkinoinnin yms. kautta, joka tarkoittaa myös taloudellista satsausta.”

”Osallistumismaksu ei ole suuri. Mukana on kuitenkin monenlaisia yrityksiä ja pieni osallistumismaksu mahdollistaa myös pienten yritysten osallistumisen. Uskon, että toimijat sitoutuvat, jos näkevät toiminnan hyödyllisenä itselleen.”

”Ainakin riittävä, sillä projektilta olen saanut tähän mennessä neljä tarraa ja nekin ilman saatekirjettä sekä muutaman tiedotuslehden. 100 euroa on siitä aika paljon.”

”Maksu on varmasti sopivan kokoinen. Sitouttamista sen sijaan voisi lisätä yhteisillä tavoitteilla ja niiden valvomisella. Eli lisää tapaamisia ja tapahtumia”

7.1.8 Yritysten tyytyväisyys risteilyverkoston toimintaan ja niiden tähän mennessä saamat hyödyt

Suurin osa vastaajista ei ollut kokenut hyötyneensä verkoston toiminnasta vielä millään tavalla. Vastaajat ymmärsivät kyllä sen, että toiminta oli vielä alkutekijöissään, mutta vastauksista kävi selvästi esille se, etteivät yritykset olleet tällä hetkellä tyytyväisiä Helsinki Cruise Networkin toimintaan. Verkoston toiminnan oltiin kuviteltu olevan aktiivisempaa. Hieman alle kolmannes vastaajista koki kuitenkin saaneensa verkoston kautta tärkeää ja hyödyllistä informaatiota risteilymatkustuksesta, kuten esimerkiksi erilaisia tiedotteita ja tilastoja. Voidaankin todeta, että Helsinki Cruise Network on vielä kokeilu- ja neuvotteluvaiheessa, jossa testataan yhteistyökumppanin luotettavuutta ja rakennetaan yhteisiä toimintatapoja (Toivola 2006).

”Asiakaspalvelun kannalta ajantasaisten risteilyalusten saapumisten aikataulu on ollut hyvä lisä. Kevään 2007 seminaari antoi hyvää perustietoa risteilymatkailusta.”

”Ehkä olin kuvitellut verkoston toimivan aktiivisemmin, mutta nyt tuntuu, että kyse on lähinnä s-postien lähettämisestä. Mutta toisaalta meille riittää tiedon saanti, en tiedä riittääkö tämä toimenpide sitten esimerkiksi Helsingin kauppoille.”

”Mitään konkreettista hyötyä siitä ei vielä ole ollut.”

7.1.9 Kokemukset kesän 2007 risteilymatkustajista verrattuna aiempiin kesiin

Valtaosa vastaajista oli huomannut selvästi risteilymatkustajien rahankäytön vähentyneen aiempiin vuosiin verrattuna. Syynä rahankäytön alenemiselle pidettiin dollarin kurssin huononemista, joka on saanut hinnat tuntumaan korkeammilta. Sen sijaan kyselyyn vastanneissa yrityksissä risteilymatkustajien määrän kasvu ja risteilyalusten tiheämpi saapuminen Helsinkiin oli huomattu. Lisäksi vastaajien mielestä risteilymatkustajien keski-ikä oli hieman alentunut ja heidän koettiin olevan aikaisempaa aktiivisempia mm. oma-aloitteisen tiedon hankkimisen osalta. Monet risteilymatkustajat ovat vastaajien mielestä hankkineet jo ennakkotietoa kohteesta ja ovat aiempiin vuosiin verrattuna myös varanneet enemmän omaa ohjelmaa, ravintoloita yms. Muutamat yritykset kertoivat risteilymatkustajien löytäneen heidät kesän 2007 aikana. Vastaajat olivat huomanneet myös muiden kuin englanninkielisten matkustajien kasvun. Noin neljänneksellä kyselyyn vastanneista yrityksillä ei ollut kokemusta tapahtuneista muutoksista risteilymatkustajien käyttäytymisessä aiempiin vuosiin verrattuna.

7.1.10 Vastaajien vapaita kommentteja Helsinki Cruise Networkiin liittyen

Vastaajien mielestä satamamaksuja tulisi pikaisesti alentaa, jotta risteilijöitä saataisiin Helsinkiin enemmän. Heidän mielestään esimerkiksi Tallinna on Helsinkiä houkuttelevampi kohde risteilymatkustajille. Lisäksi kiitettiin Pietaria siitä, että meillä ylipäätään on risteilyvieraita.

Palautetta annettiin myös asiakaspalvelussa ilmenneistä käytännön tason ongelmista. Risteilymatkustajilla ei vastaajan mielestä ole riittävän selkeää tietoa siitä, missä kohteissa erilaisilla korteilla tai risteilytarralla saa vierailta maksutta. Monilla risteilymatkustajilla on sellainen käsitys, että risteilykortilla tai tarralla pääsisi maksutta mm. kaikkiin museoihin. Vastaajan mukaan risteilymatkustajat ovat hyvin pettyneitä kuullessaan, etteivät mm. kaikki museot ja opastukset olekaan ilmaisia. Lisäksi ongelmia ovat aiheuttaneet kesän 2007 aikana Helsinki-kortin sekoittuminen HKL:n matkakortteihin matkustajien silmissä.

7.1.11 Yhteenveto Helsinki Cruise Networkille tehdyn kyselyn tuloksista

Risteilyverkostoon liittymisen vahvimpina motiiveina nousivat esille sen toimiminen tärkeänä informaatiokanavana sekä yritysjäsenten keskinäisen kommunikaation foorumina. Vastaajista suurin osa uskoi pystyvänsä laajentamaan asiakaskuntaansa ulkomaalaisiin asiakkaisiin ja kasvattamaan kävijämääriään jäsenyytensä avulla. Lisäksi vastaajat kokivat mahdolliseksi

uusien liiketoimintamuotojen löytämisen ja oman liiketoiminnan laajentamisen. Jäsenyritykset toivoivat myös saavansa verkoston kautta uusia liikesuhteita ja yhteistyökumppaneita.

Kiireellisenä kehityskohteena vastaajat mainitsivat risteilymatkustajille tarjottavien tuotteiden ja palvelujen kehittämisen sekä yhteisten standardien kehittämisen laadun parantamiseksi. Pikaisesti toivottiin myös Helsingin risteilysatamien kehittämistä sekä uusien rakentamista. Myös tiedonkulun toivottiin tehostuvan sekä yritysten että varustamojen ja laivojen suuntaan.

Kyselyyn osallistuneet yritysjäsenet olivat melko tyytyväisiä Helsingin kaupungin eri virastojen toimintaan. Virastot nähtiin lähinnä koordinoivana osapuolena ja niiden toiminnan toivottiin muuttuvan joustavampaan suuntaan. Virastoilta toivottiin myös aktiivisempaa ja tasapuolisempaa toimintaa.

Vastaajien kiinnostus yhteistyöhön muiden Itämeren kaupunkien risteilyverkostojen kanssa ei ollut kovin suurta. Tällä hetkellä kuulumista Helsingin omaan risteilyverkkoon sekä paikallisen verkoston kehittämistä pidettiin tärkeämpänä. Kaikesta huolimatta vastaajat pitivät tärkeänä yhteydenpitoa muiden kaupunkien verkostoihin sekä informaation saamista näiden toiminnasta.

Tämän hetkinen jäsenmaksu 100 euroa koettiin pääpiirteittäin sopivana, koska verkostossa on mukana paljon pienyrityksiä. Verkoston toiminnasta ei oltu vastaajien mielestä saatu vielä huomattavaa hyötyä, joten suurin osa jäsenistä ei ollut valmis maksamaan 100 euroa enempää. Osa vastaajista olisi jatkossa valmis satsaamaan verkoston toimintaan enemmän rahaa, mutta vastineeksi vaadittaisiin konkreettisia ja näkyviä tuloksia sekä kasvua liiketoimintaan. Lisäksi Helsinki Cruise Networkin toiminnan toivottiin olevan aktiivisempaa.

Aiempiin kesiin verrattuna vastaajien mielestä risteilymatkustajat kuluttivat vähemmän rahaa kesän 2007 aikana, vaikka risteilymatkustajien määrän oltiin huomattu kasvaneen. Risteilymatkustajien kerrottiin olleen aiempaa aktiivisempia ja oma-aloitteisempia informaatiota ja ohjelmaa etsiessään.

7.2 Tutkimusosio 2: Teemahaastattelut Helsingin kaupungin virastojen edustajille

7.2.1 Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston yhteyspäällikkö

Ensimmäinen haastateltavamme oli Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston yhteyspäällikkö Tuulikki Becker, jota haastattelimme matkailu- ja kongressitoimiston tiloissa tiistaina 18.3.2008. Becker on ollut tässä tehtävässä vuodesta 2001 asti. Cruise Baltic -projekti alkoi vuonna 2004, jonka jälkeen risteilymatkustukseen liittyvät asiat ovat olleet osa hänen toimenkuvaansa. Viime aikoina hän on toiminut matkailutoimiston yhteyshenkilönä Satamaan päin ja ollut järjestämässä risteilykoordinaattorin palkkausta. Risteilykoordinaattorin tehtävänä taas on hoitaa Sataman ja matkailutoimiston puolesta yhteisesti risteilyasioita. Aikaisemmin Becker oli mukana Cruise Baltic -projektissa matkailutoimiston edustajana, mutta nykyään edustajana toimii risteilykoordinaattori. Becker kertoi kuuluvansa Helsinki Cruise Networkin ohjausryhmään, joka on perustettu yhdessä Helsingin Sataman kanssa.

Becker kertoi, että sinä aikana kun hän on työskennellyt risteilymatkustuksen parissa, on risteilymatkustus lisääntynyt suuresti. Itämeri risteilymatkailukohteena on tullut selkeästi suosittumaksi ja laivojen koot ovat kasvaneet. Hän myös huomautti, että vaikka Helsinkiin saapuvien alusten määrä saattaa joinain vuosina tippua niin risteilymatkailijamäärät pysyvät silti samoina tai jopa kasvavat, johtuen yhä suuremmista laivoista. Beckerin mukaan risteilymatkustus on yleistynyt erityisesti eurooppalaisten parissa. Tämän huomaa Helsingissä siinä, että aikaisemmin suurin osa risteilymatkustajista oli amerikkalaisia, nykyään yhä suurempi osa on eurooppalaisia. Hän tosin huomauttaa, että osasyynä saattaa olla dollarin heikko kurssi. Hän uskoo, että tulevaisuudessa suomalaisetkin saattavat innostua enemmän risteilymatkuksesta. Tähän vaikuttaa se, että risteilymatkustus on vuosien mittaan siirtynyt lukukselta lähemmäksi tavallista matkailijaa, eikä se enää ole vain harvojen huvia. Tulevaisuuden mahdollisuutena hän pitää sitä, että jos suomalaisetkin kiinnostuisivat laajemmista Itämeren risteilyistä, niin silloin olisi helpompi luoda risteilyjä, jotka alkaisivat Helsingistä.

Becker kertoo, että risteilymatkustus on tähän mennessä ollut Helsingille lähinnä päivämatkustusta. Tutkittaessa risteilymatkailijoiden rahankäyttöä on huomattu, että he käyttävät suhteellisesti enemmän rahaa kuin muut turistit. Vuonna 2007 Helsingissä kävi 260 000 risteilymatkailijaa ja niiden tulovaikutus oli 32 miljoonaa. Risteilyvieraat viipyvät vähän aikaa kaupungissa, mutta käyttävät siihen nähden hyvin palveluja ja osallistuvat retkille. Becker sanoo, että tarkoituksena olisi saada lisää risteilyjä, jotka alkaisivat Helsingistä. Tällöin pystyttäisiin myymään majoitusta ja mahdollisesti myös muuta Suomea siihen oheen. Tavoitteena olisi

myös saada risteilymatkailijat palaamaan Helsinkiin uudelleen. Helsingin matkailu- ja kongressitoimistolle hän pitää risteilymatkailijoita merkittävänä matkailun osana, samoin kuin risteilymatkustusta imagollisesti merkittävänä Helsingin kaupungille. Merellinen Helsinki ja isot risteilyalukset tuovat hohtoa koko Helsingin kaupungille.

Beckerin mukaan Cruise Baltic -projekti on edesauttanut kaupungin eri virastojen välistä yhteistyötä, sillä sen kautta myös kaupunkisuunnitteluvirasto saatiin mukaan näihin risteilymatkustukseen liittyviin asioihin. Hänen mukaansa virastojen välinen yhteistyö on jo hyvää, mutta saattaisi olla tiiviimpääkin. Hän sanoo, että olisi hyvä jos joka virastossa olisi yhteyshenkilö ja että he voisivat säännöllisesti kokoontua yhdessä pohtimaan risteilymatkustukseen liittyviä seikkoja ja esiintyä elinkeinon päin yhtenäisenä ryhmänä.

Beckerin mielestä risteilymatkailulla on Helsingissä merkittävä rooli. Hän kertoo, että mielestään Sataman tehtävänä on tarjota palveluja varustamoille ja aluksille kun taas matkailutoimiston tehtävänä on huolehtia risteilymatkailijoista. Risteilykoordinaattorin kautta onnistutaan kuitenkin hoitamaan kaikkia osapuolia yhteisesti.

Becker uskoo, että tulevaisuudessa risteilymatkailu tulee vielä lisääntymään. Tosin tulevaisuudessa Cruise Baltic -projektinkin täytyy ottaa enemmän huomioon ympäristönäkökulma, ja huolehtia etteivät risteilyalukset kuormita Itämerta liikaa. Yksi vartenotettava vaihtoehto olisi, jos esimerkiksi risteilyjen hinnasta menisi tietty osa Itämeren suojeluun tai jos laivoilla myytäisiin tuotteita, joiden tuotosta osa menisi ympäristönsuojeluun. Riskinä on, että jos Itämeri saastuu liikaa niin Itämeren risteilyille ei enää tule matkailijoita. Tulevaisuudessa täytyy ottaa huomioon myös yhä kasvavat laivakoot, täytyy olla riittävästi laituripaikkoja ja riittävän syvät väylät, jotta isoimmatkin laivat pääsevät Helsinkiin. Mikäli laivoja tulee samana päivänä useita, se luo ison haasteen matkailutoimistolle, jotta he pystyisivät tarjoamaan samanlaista palvelua kaikille. Asiaa helpottaisi jos risteilymatkailijat pystyittäisiin tuomaan keskitetysti samaan paikkaan kaupungilla, jolloin olisi helppo tarjota kaikille tarvittavat matkailupalvelut. Tällä hetkellä risteilymatkailijat nimittäin tulevat eri aikoihin eri puolille kaupunkia. Risteilymatkailu on luonut uudenlaiset massaturismin ongelmat Helsinginkin kaduille, esimerkiksi Tempeliaukiolla saattaa olla kymmenittäin busseja yhtä aikaa.

Beckerin mukaan Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto kehittää toimintaansa risteilymatkustuksen parissa keskittymällä hoitamaan matkailuneuvontaa laitureilla ja kaupungissa. Kesäpäivinä risteilymatkailijat näkyvät Helsingin katukuvassa ja Helsinki Help -turistineuvojat ovat arvioineet, että 80 % heidän asiakkaistaan on risteilymatkailijoita. Toimin-

taa kehitetään myös rakentamalla uusi terminaali ja kehittämällä yhdessä Sataman kanssa risteilystrategiaa ja markkinointilinjauksia. Näillä pyritään myymään Helsinkiä kohteena ja tekemään siitä houkuttelevamman. Tavoitteena olisi myös kehittää laivojen miehistöille tarjolla olevia palveluja. Haastetta lisää myös se, että risteilymatkailu saattaa tulevaisuudessa muuttua ympärivuotiseksi. Tätä tosin hankaloittaa se, että Itämeri saattaa välillä olla melko myrskyinen ja että talvella tarvittaisiin jäävahvistettuja aluksia.

Becker toivoo, että matkailu- ja kongressitoimisto saisi enemmän resursseja risteilymatkustuksen hoitoon. Tärkeätä olisi, että ymmärrettäisiin risteilymatkailun merkitys koko Helsingin kaupungille ja kehitettäisiin sitä. Yleisesti ottaen Helsingin kaupunki kuitenkin suhtautuu hänen mielestään myönteisesti risteilymatkustukseen. Tavallaanhan se on myös matkailu- ja kongressitoimiston tehtävä tiedottaa risteilymatkustuksesta, jotta sen tärkeys ymmärrettäisiin. Kesällä 2007 risteilymatkustus oli hyvin esillä lehdissä, mutta se saattaa vaikuttaa positiivisesti tai negatiivisesti risteilymatkustukseen, riippuen vähän mitä näkökantoja on otettu esiin.

” Cruise Networkin tehtävänä on välittää positiivista julkisuutta risteilymatkustuksesta ja saada lehdetkin kiinnostumaan, vierailemaan aluksilla ja kirjoittamaan niistä, jotta syntyisi nostetta tälle asialle.”

7.2.2 Helsingin Sataman viestintäpäällikkö

Seuraavana haastattelimme Helsingin Sataman viestintäpäällikköä Eeva Oittista, jonka haastattelu tapahtui Helsingin Satamassa 18.3.2008. Risteilymatkailu on kuulunut olennaisesti Eeva Oittisen tehtäviin vuodesta 2001 lähtien jolloin Helsinkiin perustettiin Helsinki Cruise Port-tiimi. Oittinen johtaa risteilymatkustukseen liittyviä asioita Satamassa ja kaikkien siihen liittyvien asioiden pitäisi mennä hänen kauttaan. Risteilymatkailun olisi pitänyt viedä noin 10 % hänen työajastaan, mutta oikeasti se on vienyt reilusti yli puolet hänen työpanoksestaan. Kun risteilykoordinaattori palkattiin Oittisen työtaakka risteilymatkustuksen parissa hieman hellitti.

Oittisen mielestä itse risteilymatkustus ei ole juurikaan muuttunut vuosien saatossa, mutta Helsingin suhtautuminen siihen on. Aluksi matkailupuoli ei ollut juuri mukana risteilymatkustuksessa ja siellä panostettiin muihin asioihin, mutta nyt asiat ovat muuttuneet. Oittisen mukaan moni muu satama Euroopassa panostaa paljon Helsinkiä enemmän risteilymatkailuun, vaikka niiden kävijämäärät ovatkin huomattavasti Helsinkiä pienemmät. Helsingin Sataman liikevaihdosta risteilymatkailu edustaa vain 1,5 %, joten sen kannalta sillä ei juurikaan ole

merkitystä. Oittinen painottaa, että imagolisesti risteilymatkailu on kuitenkin Helsingille merkittävä seikka.

Helsingin risteilymatkailun nykytilaa hän pitää hyvänä. Matkailijamäärät nousevat ja laituripaikkojakin on ainakin maailmanlaajuisesti muihin satamiin verrattaessa riittävästi. Oittinen kertoo, että varustamoilta tulevan palautteen mukaan Helsinki on kiva paikka, mutta sinne täytyisi saada jotain ainutlaatuista, kehittää jotain mieleenpainuvaa risteilymatkailijoita varten. Toinen asia, mikä on ongelma, on risteilymatkailijoiden bussien aiheuttamat ruuhkat tietyillä kaupungin nähtävyyksillä.

”Helsingin risteilymatkailussa tilanne on hyvä siinä mielessä, että laivakäyntejä on valtavasti ja matkustajia tulee lisää.”

Oittinen pitää kaupungin virastojen välisiä suhteita hyvinä ja läheisinä. Aikaisemmin yhteistyö ei ollut yhtä tiivistä, mutta viime aikoina yhteistyö sekä kaupunkisuunnitteluviraston että matkailu- ja kongressitoimiston kanssa on tiivistynyt. Kansainvälisesti ajateltuna risteilyliikenne on satamavetoista, mutta nykypäivänä yhä useammin kaupunkien matkailutoimistot ovat tulleet toimintaan mukaan. Risteilymatkailulle erityistä on se, että sitä ei kukaan tee yksin, vaan siinä vaaditaan yhteistyötä. Toimivan sataman ja liikennejärjestelyjen lisäksi tarvitaan matkailutuotteita ja niitä Oittinen toivoisi Helsingin pystyvän tarjoamaan enemmän ja mieleenpainuvia. Oittinen huomauttaa, että Helsingiltä puuttuu selkeä elämysuote, eli siis myytävä tuote, joka matkailijoiden olisi ”pakko” ostaa. Useilla matkailukohteilla on oma tuotteensa, mutta Helsingillä ei. Tällöinen tuote pitäisi olla jokin Helsingille luonteenomainen juttu.

Oittinen pitää Sataman roolia erittäin merkittävänä risteilymatkailussa. Hän kertoo, että kun varustamot miettivät tulevia kohteita, ne neuvottelevat ensiksi satamien kanssa, ja sitten vasta matkailutoimistojen. Risteilymatkailijat sen sijaan ovat ensisijaisesti kiinnostuneita kohteen matkailunähtävyyksistä eivätkä niin suuresti sataman ominaisuuksista.

Oittinen korostaa, että hänen mielestään tulevaisuudessa risteilymatkailijoita kyllä riittää, mutta kilpailu esimerkiksi Tallinnan kanssa tulee lisääntymään. Helsingin vetovoimaa heikentävät väylämaksut ovat onneksi kuitenkin alentuneet ja tulevaisuudessa ne saattavat laskea vielä lisää.

Satamassa on panostettu risteilymatkailuun pidentämällä laituria Hernesaassa, jotta sinne saadaan useita isoja aluksia mahtumaan peräkkäin. Myös väylää Hernesaaren ja Jätkäsa-

ren edustalla on ruopattu. Hernesaaresta on ensi kesää varten vuokrattu tiloja, jotta myös matkustajavaihdot saadaan onnistumaan siellä.

Oittinen kertoo, että satamatoiminta perustuu suuresti ympäristölupiin, jotka määräävät esimerkiksi sen, miten paljon laivoja saa Helsinkiin tulla, minkälaisia päästöjä voi olla, minkälaisista polttoainetta käytetään ja miten jätteiden lajittelu hoidetaan. Tällä hetkellä mietitään pitäisikö luoda ympäristöperusteinen väylämaksuhinnasto. Oittinen sanoo, että mikäli sellainen tulisi, sen pitäisi tulla International Maritime Organisationin (IMO) kautta. Tällöin se koskisi kaikkia satamia maailmanlaajuisesti. Jos sellainen säädös otettaisiin käyttöön pelkästään Suomessa, saattaisi käydä niin, että Suomi ylihinnoittelisi itsensä ulos kilpailusta ja alukset menisivät muihin, edullisempiin kohteisiin.

7.2.3 Kaupunki- ja liikennesuunnitteluvirasto insinööri

Seuraavana haastattelimme kaupunkisuunnitteluviraston insinööriä Jari Tikasta. Tämä haastattelu tapahtui Helsingin kaupunkisuunnitteluvirastossa keskiviikkona 19.3.2008. Tikkanen on ollut toimessaan 12 vuotta ja lähes koko tämän ajan matkailuliikenteen asiat ovat liittyneet hänen tehtäviinsä, sillä hän vastaa kantakaupungin alueen pysäköinnin suunnittelusta. Hänen työhönsä ei varsinaisesti liity ainoastaan risteilymatkailijat, vaan kaikenlainen Helsinkiin suuntautuva matkailuliikenne ja turistibussiliikenne. Enimmäkseen tämä tarkoittaa linja-autopaikkojen löytämistä matkailukohteiden läheltä.

Työssään Tikkanen on huomannut, että vuosien mittaan matkailijamäärät Helsingissä ovat lisääntyneet huomattavasti. Hän huomauttaa, että se vaikeuttaa hänen omaa työtään siinä mielessä, että Helsingin keskustassa on edelleen samat kadut, mutta nykyään tästä tilasta taistelee yhä enemmän turistibusseja, henkilöautoja, pyöräilijöitä ja jalankulkijoita. Helsingin kaupunki- ja liikennesuunnitteluviraston tehtävänä onkin jakaa kaupungin rajoitetut tilat tasapuolisesti kaikille. Tikkanen kokee, että loppujen lopuksi matkailijoiden liikuttamisella ympäri kaupunkia on suhteellisen pieni rooli hänen työssään.

Hänen mielestään kaupungin virastojen välinen yhteistyö on hyvää ja oikeastaan se on parantunut vuosien mittaan. Tikkanen mukaan yhteistyö kaupunkisuunnitteluviraston, matkailutoimiston ja Sataman välillä on juuri sopivalla tasolla, eikä sen tarvitsisi olla tiiviimpää. Keväisin on useita kokoontumisia, kun suunnitellaan tulevaa matkailusesonkia ja syksyisin taas vähemmän. Syksyisissä tapaamisissa käydään lähinnä läpi se kuinka kesä sujui ja keskustellaan uusista toiveista seuraavalle vuodelle.

Tulevaisuudessa odotettavissa oleva risteilymatkailijoiden määrän kasvu ei Tikkasen mielestä tule vaikuttamaan hänen työhönsä suuremmin. Kaupunkiin saapuessaan risteilymatkailijoita kuljettavat turistibussit hukkuvat Helsingin muun liikenteen sekaan. Olisi kuitenkin hyvä kiinnittää huomiota siihen etteivät kaikki bussit olisi samaan aikaan yhdellä matkailunähtävyydellä, vaan jakautuisivat tasaisemmin pitkin päivää ympäri kaupunkia, huomauttaa Tikkanen. Tämä helpottaisi myös kaupungin liikennesuunnitteluvirastoa työssään. Varsinkin temppeleaukion kirkko on ongelmallinen kohde, sillä se on erittäin ahtaassa paikassa ja välillä siellä on todella ruuhkaista. Turistibussien lisäksi siellä on myös alueen asukkaita autojensa kanssa. Kesäisin siellä tosin on tiepalvelumiehiä avustamassa ja ohjaamassa liikennettä. Risteilymatkailijoita Tikkanen pitää tervetulleina kaupunkiin, sillä heidän elävöittävät kaupunkia.

7.2.4 Kaupunkisuunnitteluvirasto Länsisatama-projektin projektipäällikkö

Viimeisenä haastattelimme projektipäällikkö Matti Kaijansinkkoa, joka työskentelee kaupunkisuunnitteluvirastossa ja vetää Länsisatama-projektia. Hänen työhönsä risteilymatkailu liittyy siinä mielessä, että kaikista suurimmat alukset tulevat Hernesaareen ja Jätkänsaaren, joiden kaavoituksesta hän vastaa. Kaijansinkko on ollut tässä tehtävässään seitsemän vuotta ja hän on huomannut, että sinä aikana sekä laivojen koko että niiden määrä ovat huomattavasti kasvaneet.

Tällä hetkellä Hernesaaren miljöö on varsin ankea ja Kaijansinkon työhön kuuluu sen muuttaminen houkuttelevammaksi. Suunnittelutyö on jo kovassa vauhdissa, mutta vaatii useamman vuoden ennen kuin Hernesaari on tältä osin käytännössä valmis. Aika monessa muussakin kaupungissa risteilyalukset tosin saapuvat varsin ankeisiin satamiin, joten Helsinki ei ole ainoa kaupunki, joka painiskelee vastaavanlaisen ongelman kanssa.

Kaijansinkon työstä suurin osa on asuntojen toimipaikkasuunnittelua, mutta satamien kanssa joudutaan myös olemaan paljon tekemisissä, sillä laivat ovat suuria ja täten vaikuttavat lähiympäristöön. Erityisesti Hernesaarella risteilymatkailu vaikuttaa hänen työhönsä, sillä täytyy tarkkaan miettiä miten asunnot ja laivat sijoitetaan suhteessa toisiinsa. Ihan risteilylaivojen viereen ei nimittäin voi asuntoja rakentaa. Kaijansinkko kertoo, että välit erityisesti Satamaan ovat hänen mielestään hyvät. Satamasta on ollut hänelle myös siinä mielessä hyötyä, että Helsingin Satamalla on asiantuntemusta liittyen merenrantojen rakentamiseen ja meritäyttöihin. Matkailutoimiston kanssa yhteistyö on ollut lähinnä sellaista, että isoissa kokouksissa istutaan saman pöydän ääressä, mutta käytännön tasolla yhteistyö toimii hyvin lähinnä Sataman kanssa.

Tulevaisuudelta Kaijansinkko odottaa yhä suurempia laivoja, jotka luovat haastetta hänenkin työlleen. Haastetta luo myös se, että kaupunkirakenne ja satamatoimi pitäisi saada elämään lähekkäin sulassa sovussa. Kaijansinkko sanoo, että nykypäivänä vaaditaan, että kaupunki on hajuton, mauton ja äänetön. Toisaalta taas kaupunki, jossa eri toiminnot on eroteltu omiin karsinoinhinsa, on tylsä kaupunki. Haastetta tuo se, kuinka satama voisi olla kaupungin yhteydessä aiheuttamatta ongelmia kaupungin asukkaille.

Laituripaikat risteilylaivoja varten ovat edelleenkin Helsingissä melko vähissä, vaikka Kaijansinkon aikana niitä on rakennettu yli kilometrin verran. Tulevaisuuden tavoitteena on, että risteilymatkailijat saapuisivat Suomeen lentokoneella ja aloittaisivat risteilynsä Helsingistä. Tämä vaatisi muun muassa uusia hotelleja ja matkustajaterminaleja. Tätä silmällä pitäen on kaupunkisuunnitteluvirasto yhdessä Sataman ja matkailutoimiston kanssa kehittämässä Helsingin palveluita.

Risteilylaivoja Kaijansinkko ei pidä suurena uhkana ympäristölle, sillä ne ovat varsin uusia ja niissä huolehditaan ympäristöasioista. Hän sanoo myös, että Itämerellä on paljon muita laivoja, jotka aiheuttavat enemmän haittaa ympäristölle kuin risteilylaivat. Risteilylaivat eivät toistaiseksi ainakaan vielä yövy Helsingissä, joten ne eivät aiheuta melua yöaikaan.

7.2.5 Yhteenveto

Kaikki haastattelemamme henkilöt ovat jollain tavoin tekemisissä risteilymatkailun kanssa. Osan työ on suureksi osaksi risteilymatkailuun liittyvää, toisten työ taas liittyy siihen joltain osalta. Kaikki haastateltavat olivat kuitenkin samaa mieltä siitä, että viime vuosien kuluessa Helsingin risteilymatkailijamäärät ovat kasvaneet huomattavasti, laivat ovat kooltaan kasvaneet ja niiden määräkin on lisääntynyt. Parissa haastattelussa kävi myös ilmi, että risteilymatkailua pidetään imagollisesti positiivisena asiana Helsingin kaupungille ja että risteilymatkailulla on muutenkin tärkeä rooli kaupungin matkailussa.

Haastateltavat olivat suurimmaksi osaksi sitä mieltä, että virastojen välinen yhteistyö on koko ajan parantunut ja on nykyään jo hyvällä tasolla. Mielipiteet sen suhteen, pitäisikö yhteistyötä vielä tiivistää, sen sijaan jakautuivat. Osa haastateltavista oli sitä mieltä, että yhteistyö on jo riittäväällä tasolla, toiset sanoivat että vielä voisi yhteistyön tiiviyttä parantaa.

Kaikki haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että tulevaisuudessa risteilymatkailijamäärät tulevat yhä kasvamaan samoin kuin laivojen koot. Kävi myös ilmi, että huolta herättävät ympä-

ristöongelmat, kuten Itämeren saastuminen. Sanottiin myös, että laivamäärien ja – kokojen lisääntyessä täytyy ottaa huomioon se, että laivoille riittää laituripaikkoja, ja että väylät ovat riittävän syviä isoimmillekin laivoille. Yhdessä haastattelussa esitettiin toive, että Helsingissä olisi paikka, jonne bussit toisivat keskitetysti kaikki risteilymatkailijat, mutta käytännössä tämä lienee vaikea toteuttaa. Mainittiin myös, että olisi hyvä jos risteilymatkailijoiden bussit saataisiin jakautumaan tasaisemmin kaupungin eri matkailunähtävyyksille. Tämä helpottaisi ruuhkia tietyillä suosituimmilla matkailunähtävyyksillä. Kävi ilmi, että tulevaisuudessa kilpailu esimerkiksi Tallinnan kanssa saattaa koventua.

Risteilymatkailuun liittyviä toimintoja aiotaan kehittää muun muassa luomalla uudenlaista risteilystrategiaa ja markkinointilinjauksia, kehittämällä risteilymatkailijoille ja laivojen miehistöille tarjolla olevia palveluja ja luomalla Hernesaaresta kauniimpi ympäristö saapuville risteilylaivoille.

Esitettiin myöskin toive, että risteilymatkailun merkitys Helsingille ymmärrettäisiin ja resursseja lisättäisiin. Toisaalta taas toisessa haastattelussa todettiin, että kaupungin suhtautuminen risteilymatkailuun on muuttunut, ja että siihen panostetaan nykyään enemmän kuin aikaisempina vuosina. Kuitenkin huomautettiin, että moni muu kaupunki Euroopassa panostaa risteilymatkailuun Helsinkiä enemmän, vaikka niiden risteilymatkailijamäärät ovat pienempiä. Varustamoilta taas oli tullut sellaista palautetta, että Helsinkiin tarvittaisiin jokin ainutlaatuinen vetonaula.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET

Risteilymatkailun merkitys Helsingin kaupungille on alettu tajuta pikkuhiljaa ja paljon onkin viime vuosina tehty sen kehittämiseksi. Paljon tällä saralla on kuitenkin vielä tehtävää. Helsinki Cruise Network on ollut toiminnassa vasta vuodesta 2006, joten sen toiminnassa on vielä paljon kehitettävää. Kyselyämme risteilyverkoston jäsenten mielipiteitä, tulimme siihen tulokseen, ettei nykyinen 100 euron suuruinen jäsenmaksu riitä sitouttamaan jäseniä verkoston toimintaan tai sen kehittämiseen. Nykyisellä jäsenmaksulla ei myöskään ole mielestämme mahdollista vastata jäsenyritysten toiveisiin (esimerkiksi workshopit, messut). Voi olla, että pieni jäsenmaksu ei ainakaan edesauta verkoston toiminnan tehostumista, kehittymistä ja jäsenten sitouttamista. Onko verkostoihin kuulumisen kenties nykyään muodikasta eivätkä kaikki jäsenet halua toimintaan panostaakaan?

Mielestämme Helsinki Cruise Networkin toiminnassa kannattaisi ottaa mallia Tukholman risteilyverkostosta. Tukholman risteilyverkoston jäsenmaksun suuruus riippuu tällä hetkellä jäsenyrityksen toiminnan luonteesta. Heillä jäsenmaksut liikkuvat noin 1000 eurosta ylöspäin, jolloin toimintaan käytettävä rahamäärä Helsingin risteilyverkkoon verrattuna on vähintään kymmenkertainen. Mielestämme Helsingissäkin olisi hyvä siirtyä esimerkiksi kaksiportaiseen maksujärjestelmään, jossa pienemmillä jäsenyrityksillä olisi pienempi ja suuremmilla suurempi jäsenmaksu. Tällöin ei pieniä jäsenyrityksiä hinnoiteltaisi ulos verkoston toiminnasta. Jotta jäsenmaksua voitaisiin korottaa, täytyisi risteilyverkoston jäsenille pystyä perustelemaan hyvin mahdollinen hyöty, esimerkiksi Tukholman mallin mukaisesti. Suuremman jäsenmaksun kautta pystyttäisiin saamaan myös suurempi markkinointibudjetti, jonka turvin saataisiin enemmän näkyvyyttä, esimerkiksi alan lehdissä ja messuilla maailmalla. Tämä olisi mielestämme elintärkeää verkoston kehittymiselle.

Tekemämme kyselyn perusteella vaikutti siltä, että useat risteilyverkoston jäsenet toivoivat verkoston toiminnan olevan huomattavasti aktiivisempaa. Tällä hetkellä verkostolla ei ole tarvittavia taloudellisia resursseja muuttaa toimintaa paljoa aktiivisemmaksi. Mielestämme tätä ongelmaa ei ehkä kannata ratkaista jäsenmäärää lisäämällä, vaan pikemminkin kannattaisi nostaa jäsenmaksua ja keksittyä toiminnan aktivoimiseen jo olemassa olevien jäsenten kautta. Todella hyvä lähtökohta risteilyverkoston toiminnalle olisi, jos kaikki verkoston toimijat kokisivat henkilökohtaisella tasolla risteilymatkailun tärkeänä, potentiaalisena ja innostavana asiana. Jonkinlainen me-hengen kohottaminen olisikin nyt paikallaan.

Tutkimuksemme eri vaiheissa on tullut esille matkailutuotteiden ja –palvelujen parempi tuoteistaminen. Risteilymatkustajille sopivien tuotteiden kehittäminen on kokemuksiemme mukaan vaikea pala purtavaksi myös alalla työskenteleville. Sopivien tuotteiden löytämistä vaikeuttaa matkustajien lyhyt viipymä sekä asiakassegmenttien moninaisuus. Koska tutkimuksissa on käynyt selvästi ilmi risteilymatkailijoiden keski-ikä huomattava alentuminen, kannattaisi mielestämme keskittyä kehittelemään nimenomaan nuorille sekä lapsiperheille suunnattuja tuotteita ja palveluja. Lisäksi risteilymatkustajien eurooppalaistumisen myötä tarjottavien tuotteiden ei välttämättä tarvitse enää olla niin eksoottisia, vaan tilalle kaivattaisiin varmasti laadukkuutta ja omaleimaisuutta. Erottautuminen naapurimaidemme satamakaupungeista lisää haastetta. Mielestämme olisi mahdollista tarjota risteileville lapsiperheille tuotepaketteja, joissa olisi yhdisteltynä eri käyntikohteita ja aktiviteetteja. Tällaisia tuotepaketteja voisivat olla esimerkiksi Korkeasaari ja Tropicario tai Korkeasaari ja Linnanmäki. Suomenlinnassa järjestetään kesäisin lapsille elämyksellisiä seikkailukierroksia. Tällaista eri kielillä järjestettävää kierrosta voitaisiin tuottaa myös risteilymatkustajille. Tällainen seikkailukokemus jäisi varmasti mieleen ja voisi saada tulevaisuuden risteilymatkustajat aikuisenakin palaamaan Helsinkiin. Suomenlinnasta löytyisi myös potentiaalia kaikenikäisille risteilymatkustajille. Nuorille parisunnille voitaisiin kehittää jonkinlaisia romantiikka –paketteja, joissa he voisivat tutustua Helsinkiin jollakin ikimuistoisella tavalla (drinkit hotelli Tornin yläkerrassa, hevosajelu kaupungissa jne.). Yleisesti tulisi uusia tuotteita ja palveluja kehitettäessä pitää mielessä risteilymatkailijoiden erilaiset segmentit. Lisäksi mielestämme sopivia teemoja tuotteita kehitettäessä voisivat olla design & arkkitehtuuri, merellisyys sekä idän ja lännen kohtaauspaikka.

Helsingille täytyisi kehitellä niin sanottu must -tuote, jonka myös jokaisen risteilymatkailijan olisi saatava. Lisäksi olisi tärkeää löytää Helsingistä uusia merkittäviä käyntikohteita jo olemassa olevista kohteista, jolloin turistien tulvaa saataisiin jaettua tasaisemmin ja pois Tempelisaution kirkon alueelta. Tällä hetkellä kyseisellä alueella on jo merkkejä massaturismin aiheuttamista ongelmista kuten esimerkiksi liikenneuhkat ja meluhaitat.

Helsingin markkinoimisessa risteilymatkustajien lähtöalueilla on mielestämme vielä paljon tehtävää. Risteilymatkustajatutkimuksista on saatu selkeästi esille ne seikat, joita risteilymatkustajat pitävät parhaimpina Helsingissä. Näitä seikkoja ovat esimerkiksi ystävälliset ihmiset, puhtaus, arkkitehtuuri ja kirkot sekä ihmisten kielitaito. Mielestämme Helsingin markkinoimisessa risteilymatkailijoille tulisi tuoda selkeämmin esille edellä mainittuja positiivisia asioita ja korostaa niitä entisestään. Kuten aiemmin mainitsimme tutkimusosio 1:ssä, tutustuvat risteilymatkustajat ennen matkaansa entistä enemmän kohteisiin internetin välityksellä sekä etsi-

vät tietoa ja varaavat jopa lippuja etukäteen. Mielestämme olisikin todella tärkeää panostaa laadukkaisiin, houkutteleviin ja ajanmukaisiin internet-sivuihin.

Risteilymatkailijoille tarjottavaa matkailuneuvontaa tulisi mielestämme lisätä sekä kehittää resurssien ja mahdollisuuksien mukaan. Yhtenä kehitysehdotuksena voisi olla niin sanottu risteilyisäntä tai –emäntä, joka olisi pukeutunut tyylikkääseen merelliseen asuun. Hän ottaisi haltuunsa kaiken satama-alueella tapahtuvan toiminnan ja antaisi laadukkaan ensivaikutelman koko Helsingin kaupungista. Lisäksi laivoilla olisi hyvä saada vielä enemmän ajanmukaista tiedotusta Helsingin tarjonnasta, vaikka tänä keväänä uutuuksena onkin laivoissa esitettävänä Helsingin kaupunginjohtajan, Jussi Pajusen tervetuliaissanat. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston toiveena on ollut jo vuosia matkailuneuvonnan pääsy laivoille. Laivat ovat kuitenkin hyvin suljettuja alueita ja niitä koskevat erittäin tiukat turvallisuusmääräykset, joten ainakaan lähitulevaisuudessa se ei ole mahdollista.

Korkea väylämaksu on Helsingin risteilymatkailun suurin uhka ja este sen kehittymiselle. Yksittäinen toimija ei tälle asialle juurikaan mitään voi, sillä väylämaksun suuruus on lailla säädetty. Tämän vuoden alusta väylämaksuihin on kuitenkin tullut jonkin verran helpotusta, sillä väylämaksua on alennettu keskimäärin 10 prosenttia. Tämä on erittäin hyvä ja tervetullut uutinen kaikille risteilyalan toimijoille. Väylämaksun alentuminen parantaa entisestään Helsingin kilpailuasemaa jatkuvasti kiristyvillä risteilymarkkinoilla.

KEHITYSEHDOTUKSIA

- Kaksiportainen maksujärjestelmä
- Keskittyminen olemassa olevaan jäsenmäärään ja sen toiminnan aktivoiminen
- Me –hengen kohottaminen
- Erilaisille segmenteille suunnattujen tuotteiden kehittäminen (esim. lapsiperheet, nuoret, pariskunnat)
- Erottautuminen muista Itämeren satamakaupungeista
- Must –tuotteen kehittäminen
- Merkittävien uusien käyntikohteiden löytäminen
- Risteilymatkustajatutkimusten tulosten tehokkaampi käyttö markkinoinnissa
- Päivitetyt ajanmukaiset nettisivut palvelemaan risteilymatkustajaa
- Risteilyisäntä tai –emäntä satama-alueelle
- Tehokkaampaa ja ajankohtaisempaa tietoa Helsingistä laivoille
- Väylämaksujen alentaminen edelleen mahdollisuuksien mukaan

Kuvio 4. Yhteenveto Helsinki Cruise Networkin ja Helsingin risteilymatkustuksen kehittämisehdotuksista.

Taulukko 6. SWOT -analyysi Helsingin risteilymatkustuksesta.

<p>VAHVUUDET</p> <ul style="list-style-type: none"> • Itämerellä vahva brandi • monelle risteilymatkustajalle eksoottinen kohde • Helsinki turvallinen risteilykohde • toimiva yhteistyö risteilyalan sidosryhmien välillä • risteilymatkailu elävöittää kaupunkikuvaa • risteilyalan parantunut synergia Helsinki Cruise Networkin toiminnan ansiosta • risteilymatkailun positiivinen taloudellinen vaikutus • neljä vuodenaikaa 	<p>HEIKKOUEDET</p> <ul style="list-style-type: none"> • matkailutuotteiden vähäisyys ja pirstaleisuus • Helsingin vahvan matkailubrändin puuttuminen • risteilymarkkinoinnin määrärahojen vähyys • Helsinki Cruise Networkin vähäinen yhteistoiminta • risteilymatkustuksen tärkeyden ja potentiaalin ymmärtämättömyys • Helsingin korkea hintataso
<p>MAHDOLLISUUDET</p> <ul style="list-style-type: none"> • Itämeren aktiivinen suojele ja luonnon monimuotoisuuden säilyttäminen • Itämeren alueen vetovoimaisuuden lisääntyminen • Helsinki Cruise Networkin toiminnan tehostaminen • virastoyhteistyön parantaminen • Helsingin infrastruktuurin kehittäminen • risteilymatkustajien selvempi segmentoituminen ja heille tarjottavien uusien tuotteiden löytyminen • risteilysesongin pidentyminen ympärivuotiseksi • Helsingin must – tuotteen löytäminen • matkailupalveluiden tehokkaampi tuotteistaminen 	<p>UHAT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilmaston lämpeneminen ja sen aiheuttamat säämuutokset • Itämeren saastuminen • väylämaksujen suuruus • liikenteen ruuhkautuminen ja liikennejärjestelyjen vaikeutuminen • risteilymatkailun saturaation ylittyminen ja siitä seuraavat ongelmat • aluskoon kasvaminen ➡ sopivien laivapaikkojen vähyys ja liian matalat väylät • kiristyvä kilpailu

9 POHDINTAA OPINNÄYTETYÖPROSESSISTA

Yksi tiimimme jäsen kiinnostui risteilymatkustuksesta opinnäytetyönaiheena jo noin vuosi ennen varsinaisen tutkimuksen aloittamista. Aihe kypsyi pikkuhiljaa ja hän sai houkuteltua muut ryhmäläiset mukaan risteilyinnostukseen. Materiaalia alettiin kerätä pikkuhiljaa heti sen jälkeen, kun opinnäytetyön tekemisestä oli sovittu yhdessä. Toimeksiantaja tavattiin ensimmäisen kerran kesäkuun alussa, jolloin sovittiin tutkimusaiheen tarkemmasta rajaamisesta ja tutkimuksen käytännötoteutuksesta. Innostusta riitti tässä vaiheessa kovasti ja olimme vakuuttuneita kaikkien työvaiheiden sujuvuudesta.

Henkilökohtaisessa elämässä tapahtuneet ikävät mullistukset pakottivat laittamaan opinnäytetyöprojektin sivuun useaksi kuukaudeksi, jonka aikana oikeastaan lähetimme vain sähköpostikyselyn ja pyrimme useilla yhteydenotoilla saamaan mahdollisimman hyvän vastausprosentin. Olimme todella luulleet saavamme vastauksia paljon enemmän ja olimme hämmästyneitä siitä, että vastauksia tuli vain alle puolelta jäsenyrityksistä. Osalla yrityksistä ei varmaankaan aidosti ollut aikaa vastata työkiireiltään, mutta moni ei varmastikaan pitänyt vastaamista tai risteilyverkoston kehittämistä tärkeänä asiana. Olimme luulleet yrittäjien olevan paikalla yrityksissä vastaushetkellä, mutta yllättävän moni heistä oli kuitenkin lomalla. Viimeiset vastaukset saatiin vasta syyskuussa, jolloin aloitimme myös aineiston analysoinnin.

Samaan aikaan aloimme kerätä aineistoa viitekehystä varten ja pikkuhiljaa myös kirjoittamaan tutkimuksemme teoriaosaa. Otimme yhteyttä puhelimitse useaan paikkaan oikean tiedon saamiseksi ja pyysimme myös materiaalia sähköpostitse jopa kansainvälisesti. Lisäksi Tukholman risteilyverkostosta vastaavalle taholle lähetettiin sähköpostikysely, josta toivoimme saavamme vinkkejä Helsingin risteilyverkoston kehittämiseen. Marraskuussa osallistuimme Helsinki Cruise Networkin seminaaripäivään, joka järjestettiin ruotsinkielisen kauppakorkeakoulun, Hankenin tiloissa. Siellä esittelimme tutkimustuloksemme sähköpostikyselystä risteilyverkoston jäsenille käyttäen hyväksi PowerPoint -esitystä. Olimme hyvin ylpeitä esityksestämme, sillä se sai aikaan paljon keskustelua ja mielipiteiden vaihtoa.

Joulukuireiden ja lomien jälkeen aloimme tosissamme tehdä jälleen työtä tutkimuksemme eteen. Teoriaa ja tutkimusosiota kirjoitettiin nyt urakalla. Aloimme myös pikkuhiljaa suunnitella teemahaastattelujen toteutusta ja sen yksityiskohtia. Pääsiäiseen mennessä sekä haastattelut että aineiston litterointi oli saatu tehtyä. Tämän jälkeen keskityimme haastatteluaineiston analysointiin sekä koko empiirisen tutkimusosan sekä teorian valmiiksi saamiseen.

Opinnäytetyöprosessissa hankalinta oli saada aloitettua työn tekeminen sekä oman työvireyden ylläpitäminen. Koska opinnäytetyötiimimme jäsenet tekevät hyvin erilaisia työpäiviä, oli lähes mahdotonta löytää sopivia tapaamisaikoja. Kaksi ryhmämme jäsentä tekee vuorotyötä ja yksi päivätyötä, joten yhteisen ajan löytäminen oli todella haastavaa. Loppujen lopuksi suurin osa yhteydenotoista tulikin sähköpostin ja tekstiviestien muodossa. Joitakin kokoontumisia saimme tehdä Helsingin kaupungintalon kabinetissa, mikä tietysti tuntui hienolta. Lisäksi opinnäytetyön tekeminen näin isossa ryhmässä opetti varmasti meille kaikille paljon mm. tiimityöskentelystä, sen vaikeudesta, joustavuudesta ja erilaisten oppimistyylien yhdistämisestä. Yhteistyö ei tietenkään sujunut täysin kitkattomasti, mutta suuremmilta erimielisyyksiltä vältyttiin. Kaiken kaikkiaan vietimme kuitenkin monia antoisia hetkiä yhdessä oppien paljon uutta risteilymatkustuksesta ja tutkimuksen tekemisestä. Oli haastavaa ja mielenkiintoista, kun samassa ryhmässä kaikki jäsenet olivat syntyneet eri vuosikymmenillä.

Tutkimukseen laitettiin paljon työtä, mutta mielestämme se kannatti ehdottomasti. Mielestämme tutkimuksemme onnistui paremmin kuin olimme uskaltaneet toivoa, sillä onnistuimme saamaan sellaista tietoa, jota lähdettiin alun perin hakemaan. Tutkimus- ja tiedonkeruumenetelmät oli valittu oikein ja kaikki tarvittava tieto saatiin melko sujuvasti ja selkeästi koottua yksiin kansiin. Uskomme ja tietysti toivomme, että toimeksiantajamme, Helsinki Cruise Network sekä koko Helsingin risteilymatkustus hyötyisi uurastuksemme hedelmistä.

LÄHTEET

Painetut

Alasuutari, P. 1999. Laadullinen tutkimus. Vastapaino. Gummeruksen kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Barney, D. 2004. The Network Society. TJ International Ltd. Padstow. Cornwall.

Blomgren, R., Malmberg, T. & Raudsepp, P. 1996. Ett skepp anlöpte Helsingfors. Kolmas painos. Frenckelska Tryckeri Ab. Espoo.

Eskola, J. ja Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino. Gummeruksen Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Helsingin elinkeinostrategia 2007. Yritysmyoenteiseksi kumppaniksi. Helsingin kaupungin talous- ja suunnittelukeskuksen julkaisuja 2/2007. Helsinki.

Helsingin matkailun tunnuslukuja 2007. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto. Helsinki.

Helsingin matkailustrategia 2008-2012. Esitys 18.10.2007. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto. Helsinki.

Helsinki Cruise Networkin toimintakertomus 2007. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto. Helsinki.

Helsinki Cruise Networkin toimintaperiaatteet 2007. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto. Helsinki.

Hirsjärvi, S. ja Hurme, H. 2001. Tutkimusmaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino. Helsinki.

Koivunen, L., Syrjämaa, T. & Söderholm, I. 2006. Turistin tilat. Tilallisuus modernin matkustajan kokemuksena. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Laaksovirta, T. 1988. Tutkimuksen lukeminen ja tekeminen. Kirjastopalvelu Oy. Helsinki.

Matkailu- ja kongressitoimiston käyttösuunnitelma 2008. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto. Helsinki.

Mäkelä, K. 1998. Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta. Gaudeamus. Gummeruksen Kirjapaino Oy. Saarijärvi.

Niinimäki, K. 1998. Networking in Business – Interaction in Working Life. Seminaarijulkaisu. Hakapaino Oy. Helsinki.

Palminen, S. 1996. Rakkaudella Helsingin Satama. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Risteilymatkustajatutkimus 1999. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto. Kaupunginkanslian julkaisuja. Helsinki.

Risteilymatkustajatutkimus 2003. Taloustutkimus Oy. Helsinki.

Risteilymatkustajatutkimus 2007. TNS Gallup. Helsinki.

Risteilytilinpäätös 2007. Helsingin Satama. Helsinki.

Salokorpi, S. 2000. Itämeren tyttärestä Euroopan kulttuurikaupungiksi - Helsingin kaupungin matkailutoimisto 1963-2000. Helsingin kaupungin matkailutoimisto. Monila Oy. Helsinki.

Sjöström, L. 2003. Ikivanha väylä Turusta Tukholmaan. Libris Oy. Helsinki.

Toivola, T. 2006. Verkostoituva yrittäjyys – strategiana kumppanuus. Edita Prima Oy, Helsinki.

Vuokko, P. 1997. Avaimena asiakaslähtöisyys. Oy Edita Ab, Helsinki.

Vuokko, P. 2003. Nonprofit -organisaatioiden markkinointi. WS Bookwell Oy, Porvoo.

Painamattomat

Aavikko, T. 29.11.2007. Helsinki Cruise Network perusesitelmä. HCN -seminaari 29.11.2007.

Aavikko, T. 13.3.2008. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto. Risteilykoordinaattori. Tiedonanto 13.3.2008.

Cruise Baltic 2008a. Luettavissa:
<http://www.cruisebaltic.com/composite-2.htm>. Luettu: 27.2.2008.

Cruise Baltic 2008b. Luettavissa:
<http://www.cruisebaltic.com/composite-284.htm>. Luettu: 27.2.2008.

Cruise Europe 2008. Luettavissa:
<http://www.cruiseeurope.com/uk/Website/index.php?Action=Pages&pageID=15>. Luettu: 20.2.2008.

De Cruceros 2008. Luettavissa:
<http://www.decruceros.com/ciudades/235/copenhague>. Luettu: 9.4.2008.

Eduskunta 2008. Luettavissa:
http://www.eduskunta.fi/faktatmp/utatmp/akxtmp/ev_171_2005_p.shtml. Luettu: 9.4.2008.

Eur-Lex 2008. Luettavissa:
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32003D0667:FI:HTML>. Luettu: 9.4.2008.

Haraldsson, J. 14.11.2007. Stockholm Visitors Board. Risteilymarkkinointipäällikkö. Tiedonanto 14.11.2007.

Helsingin Satama 2008. Luettavissa:
<http://www.portofhelsinki.fi/default.asp?docId=12579>. Luettu: 27.2.2008.

Maa- ja metsätalousministeriö 2008. Luettavissa:

http://www.mmm.fi/fi/index/ministerio/kansainvaliset_asiat/alueellinenyhteistyö/baltic21.html.
Luettu: 5.4.2008.

Matkailu- ja kongressitoimiston organisaatiokaavio 2008.

MEK:n rajahaastattelututkimus 2006. Luettavissa:

[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/158c8fb8b5aa69f7c225735b0032a96c/\\$FILE/A154%20Rajahaastattelututkimus_osa%2019_Koko%20vuosi%202006.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/158c8fb8b5aa69f7c225735b0032a96c/$FILE/A154%20Rajahaastattelututkimus_osa%2019_Koko%20vuosi%202006.pdf). Luettu: 11.5.2008.

Niemelä, T. 20.8.2007. Cruise Business Review. Julkaisematon.

Sarpaneva, K. 2.4.2008. Helsingin Satama. Meriliikenneasiantuntija. Tiedonanto 2.4.2008.

Schubert, D. 27.11.2007. Tukholman Satama. Tiedonanto 27.11.2007.

Tulli 2008. Luettavissa:

http://tulli.fi/fi/02_Yritykset/07_Erityisia_maarayksia/08_Merenkulkumaksut/index.jsp. Luettu: 9.4.2008.

Valtion ympäristöhallinnon verkkopalvelu 2008a. Luettavissa:

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=71443&lan=FI>. Luettu 5.4.2008.

Valtion ympäristöhallinnon verkkopalvelu 2008b. Luettavissa:

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=52066&lan=fi>. Luettu: 5.4.2008.

WWF 2008. Luettavissa:

http://www.wwf.fi/ymparisto/meret_jarvet/itameri/tulokaslajit.html. Luettu: 29.4.2008.

Liite 1. Sähköpostikysely Helsinki Cruise Networkin jäsenille

HYVÄT HELSINKI CRUISE NETWORK VERKOSTON JÄSENET,

Olemme Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijoita ja suoritamme matkailualan res-
tonomitutkintoa. Teemme opinnäytetyönämme tutkimusta Helsinki Cruise Networkin kehittä-
misestä. Toimeksiantajanamme toimii Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto,
jossa yhteyshenkilönämme toimii risteilykoordinaattori Tuija Aavikko.

Toivomme teiltä hieman aikaa ja vaivaa ohessa olevan kyselylomakkeen täyttämässä. Jo-
kainen vastaus on meille kyllä arvoinen, sillä niiden perusteella pyrimme löytämään mahdol-
lisia kehityskohteita sekä selvittämään teidän tyytyväisyyttänne ja toiveitanne Cruise Networ-
kin toimintaan liittyen.

Voitte vastata suoraan kysymyksiin valitsemalla vastaa ja kirjoittamalla sen jälkeen vastauk-
set sähköpostiviestiin. Sama kysely löytyy myös sähköpostin liitetiedostosta. Voitte halutes-
sanne vastata siihen. Tämä edellyttää vastausten tallentamista liitetiedostoon. Tallennetut
vastaukset voitte lähettää sähköpostiosoitteeseen:

kati.kangasluoma@myy.haaga-helia.fi tai nina.lager@myy.haaga-helia.fi

Pyydämme Teitä ystävällisesti vastaamaan kyselyymme viimeistään 17.8.2007.

Ystävällisin terveisin

Kati Kangasluoma, Nina Lager ja Niina Turunen
Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

YRITYKSEN NIMI:

YRITYKSEN HENKILÖSTÖMÄÄRÄ:

LIIKEVAIHTO:

ARVIO RISTEILYVIERAIDEN OSUUDESTA KESÄN LIIKEVAIHDOSTA:

1. MIKSI LIITYITTE MUKAAN HELSINKI CRUISE NETWORKIIN?
2. MITÄ HYÖTYÄ VERKOSTOSTA VOISI OLLA JUURI TEIDÄN YRITYKSENNE LIIKE-
TOIMINNALLE?

3. HELSINKI CRUISE NETWORKIN TOIMINTA ON VASTA ALUSSA. MITKÄ OVAT TÄRKEIMMÄT ASIAT, JOIHIN MIELESTÄNNE PITÄISI VAIKUTTAA MAHDOLLISIMMAN NOPEASTI?
4. HELSINGIN SATAMA JA HELSINGIN KAUPUNGIN MATKAILU- JA KONGRESSITOIMISTO TOIMIVAT VERKOSTON VETÄJÄNÄ. MITÄ TOIVOMUKSIA TEILLÄ ON HEIDÄN TAI MUIDEN KAUPUNGIN VIRASTOJEN TOIMINNAN SUHTEEN?
5. HELSINKI ON MUKANA CRUISE BALTIC -PROJEKTISSA, JOHON ON LIITTYNYT 19 KAUPUNKIA 10 ERI MAASTA ITÄMEREN ALUEELLA.

KIINNOSTAAKO TEITÄ YHTEISTYÖ MUIDEN KAUPUNKIEN RISTEILYVERKOSTOJEN KANSSA JA MIKSI?

6. HELSINKI CRUISE NETWORKIN VUOTUINEN OSALLISTUMISMAKSU ON 100 EUROA. ALHAISELLA OSALLISTUMISMAKSULLA ON TARKOITUS SAADA KOOTtua MAHDOLLISIMMAN PALJON RISTEILYVIERAISTA KIINNOSTUNEITA YRITYKSIÄ YHTEEN, TARJOTA HEILLE UUTTA TIETOA JA SAADA HEIDÄT YHTEISTYÖSSÄ TOISTENSA JA KAUPUNGIN KANSSA KEHITTÄMÄÄN RISTEILYVIERAIDEN PALVELUJA HELSINGISSÄ.

ONKO TÄMÄ RIITTÄVÄ MAKSU TOIMIJOIDEN SITOUTTAMISEEN?

7. OLETTEKO VALMIS MAKSAMAAN ENEMMÄN JA MITÄ TOIMENPITEITÄ TÄLLÖIN ODOTTAISITTE VASTINEENA?
8. MITEN OLETTE KOKENEET VERKOSTON TOIMINNAN TÄHÄN MENNESSÄ? ONKO SIITÄ OLLUT VIELÄ MITÄÄN HYÖTYÄ?
9. MIKÄ ON KOKEMUKSENNE RISTEILYMATKUSTAJISTA TÄNÄ KESÄNÄ VERRATTUNA AIEMPIIN VUOSIIN (MÄÄRÄ, RAHANKÄYTTÖ, KULKUREITIT TMS.)?

VAPAAT KOMMENTIT:

Liite 2. Teemahaastattelurunko

TAUSTATIEDOT

- toimenkuva ja tehtävät risteilymatkustukseen liittyen
- toimessaoloaika

TÄHÄNASTINEN KEHITYS

- risteilymatkustuksessa tapahtuneet muutokset

YHTEISTYÖ

- toiminta virastojen välillä

ROOLI

- millainen rooli risteilymatkustuksessa
- kuinka suuri osa toimintaa

TULEVAISUUS

- tulevaisuudennäkymät
- huomionarvoiset seikat
- oman toiminnan kehittäminen
- toiveet

MUUTOS

- kehitystarpeet/kohteet risteilymatkustuksessa